

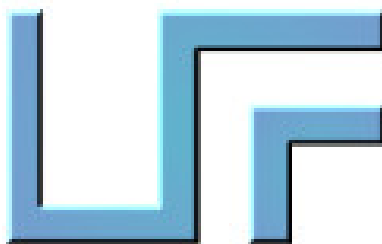
Komunikacija u odgoju i obrazovanju

**(skripta za studente PMF-a s odsjeka matematike,
informatike, geografije, povijesti i kemije)**

Ljetni semestar 2015.

Uredila izvoditeljica kolegija:

doc. dr. sc. Aleksandra Mindoljević Drakulić



Teško bi bilo pronaći bilo koji aspekt svakodnevice koji ne uključuje komunikaciju (lat. *communicare* – učiniti općim, zajedničkim). Za našu vlastitu efikasnost bitna je i nužna efikasna komunikacija. Komunikacija je krvotok života. Komunikacija je razmjena informacija, ideja i osjećaja: na verbalan i neverbalan način, prilagođena situacijskom kontekstu. Osnova je i uvjet uspjeha svih međuljudskih odnosa. Upravo se zato često navodi kao jedan od glavnih razloga uspješnosti ili neuspješnosti u svakodnevici, pa tako i u odgoju i obrazovanju (u školama, fakultetima i drugim obrazovnim institucijama).

Obrazovanje bez komunikacije ne postoji. Komunikacijske vještine (usmene i pismene) nisu prirodene i upravo ih se zato treba učiti i razvijati kako bismo mogli biti kompetentni i uspješniji u svom poslu. Ljudi obično pretpostavljaju da je uspješna komunikacija pravilo, a da su poremećaji u komunikaciji iznimka. Nažalost, upravo je suprotno: nesporazumi su pravilo, a dobra komunikacija iznimka.

I unatoč napretku komunikacijske tehnologije: telefon, elektronička pošta, internet, mobilni uređaji, satelit... problemi u komunikaciji nisu se smanjili. To je i razumljivo jer komunikacija među ljudima ne ovisi o tehnologiji, nego o njihovim psihološkim motivima i situacijama u kojoj se nalaze. Kako bismo poboljšali komunikaciju – moramo ponajprije shvatiti kako i zašto se ona odvija.

Zašto ljudi komuniciraju?

Motivi su brojni i različiti:

- ponajprije zbog utjecaja na druge ljude, persuazije.

(putem komunikacije možemo uvjeriti ili nagovoriti drugu stranu da promijeni mišljenje, stajališta, ponašanje u smjeru koji je za nas korisniji, poželjniji.

Svaka je edukacija na neki način persuazija.)

- zbog smanjenja nejasnih i nesigurnih poruka (većina teško podnosi nejasne i nesigurne situacije jer ih čini zabrinutijima, nesigurnima, anksioznima. Osjećamo da ne možemo kontrolirati ono što nam se događa, osobito ako su norme ponašanja nejasne... pa tražimo povratnu informaciju).

- zbog potrebe za društvom (to je dio ljudske prirode, čovjek ne želi biti posve sam, želi s drugima podijeliti svoja iskustva i jednostavno razgovarati...)

- da saznamo više o sebi (želja za introspekcijom).

Komunikacijski proces

Kako bi komunikacija bila uspješna veoma je važno imati na umu obostranu odgovornost: i pošiljatelja komunikacije i primatelja.

Prenošenje informacija je glavna razina koja treba biti zadovoljena, no postoji i druga razina, ona emocionalne prirode koju često zaboravljamo: prenošenje osjećaja.

Primjerice, ove su rečenice veoma često najveće „laži komunikacije“, jer katkada takva vrsta komunikacije ne smanjuje nejasnoće, nego ih i povećava:

-Ti plati danas, a ja ću drugi put

- Sjajno izgledaš

- Naravno da te volim

- Nazvat ću te

- Izvrsno ste to izveli kolega!

- Nisam uopće nervozna!!!

- Nije mi ništa

Dvostruka veza (engl. *doublebind*) – najčešći je oblik patološke komunikacije

Gore navedene i slične tvrdnje, posebice ako su popraćene adekvatnim neverbalnim izrazom, u psihologiji se zovu dvostruka veza.

Doublebind je izraz koji je prvi uporabio američki antropolog Gregory Bateson 1956. godine kako bi pokušao objasniti ponašanje shizofrene osobe čija je socijalna i psihološka disfunkcionalnost zasnovana na izloženosti *doublebind* porukama (Nikolić, 1996).

Osoba se nalazi u dilemi jer ne uspijeva dati odgovor na dobivenu *doublebind* poruku: a takva poruka uvijek je proturječna i istodobno sugerira dva potpuno suprotna zahtjeva.

Da bi uopće došlo do dileme i do takvog oblika (patološke, nezdrave) komunikacije, tri su uvjeta koji bi se trebali ispuniti:

1) postoji vrsta odnosa autoriteta i podređenoga (roditelj – dijete, primjerice: djetetu stiže poruka od osobe koja je za njega od ontološkoga značenja, majke ili oca, na način da mu se hladnim i dostanciranim tonom daje do znanja da ga se voli.)

2) osoba kojoj je upućena *doublebind* poruka ne smije postavljati potpitanja zbog straha da ne izgubi naklonost i ljubav.

3) poremećena dinamika mora trajati dulje vrijeme

Doublebind poruke najlakše se prepoznaju putem nesklada (nekongruentnosti) verbalnog i neverbalnog izraza.

Bateson je smatrao da postoji psihopatološka komunikacija unutar obitelji koja ima bolesnoga člana i da nisu samo mentalne aktivnosti jedine zadužene za lošu komunikaciju, nego je sve to uvjetovano i socijalnim kontekstom. Bateson je iznimno veliko značenje davao smislu, značenjima u komunikaciji, a bez konteksta u kojemu se sve to zbiva – same riječi ne znače ništa.

Batesonova kolegica Virginia Satir isticala je: što osoba ima veći stupanj samovrednovanja vlastite ličnosti, ima manju potrebu za *doublebind* komunikacijom i obrnuto (Nikolić, 1996).

Kategorije i vrste komunikacije

Četiri su osnovne kategorije komunikacije:

-intrapersonalna (komunikacija sa samim sobom, kada je osoba istodobno pošiljatelj i primatelj poruke: primjerice pisanje dnevnika, meditacija, vođenje solilokvija (spontani monolog, spontano iznošenje vlastitih misli – nije slično naučenom teatarskom monologu.)

-interpersonalna (komunikacija između dvije ili više osoba, primjerice: licem u lice, putem telefona ili drugim kanalima tehnologije, njezini su oblici verbalni i neverbalni)

-multipersonalna ili grupna (komunikacija u okviru manje, srednje ili veće skupine ili između dviju i više grupa)

-masovna komunikacija (komunikacija u kojoj sudjeluje golemi broj sudionika bez razlika na profesionalni, spolni, dobni i drugi status; moguća je posredovanjem medija masovnog komuniciranja.)

Multipersonalna komunikacija

U maloj grupi...

Kaže se da okvir determinira vrstu odnosa, pa tako ako je riječ o maloj grupi (do 12 osoba) pitamo se što u njezinom okviru znače drugi članovi (primarna obitelj, blizak krug prijatelja, školska grupa izvannastavnih aktivnosti, psihoterapijska mala grupa i sl.). Psiholozi koji se bave proučavanjem grupa vjeruju u iznimno velik potencijal odnosa u grupnoj situaciji. A to se ostvaruje na više načina: jedan od njih i najvažniji svakako je komunikacija (interakcija s drugim, participacija, stvaranje matriksa tj. grupe kao cjeline i uporaba fenomena grupe poput zrcaljenja, *feedbacka*, žrtvenog jarca i sl.)

Zrcaljenje u grupi – osoba vidi sebe ili dijelove sebe u drugim članovima. Grupnu situaciju možemo predstaviti kao dvoranu ogledala, gdje je jedna osoba suočena s različitim aspektima svog socijalnog, tjelesnog i psihološkog odraza u zrcalu. Iskustvo nas uči da je vraćena slika veoma često iznenađujuće istinita. Fenomen zrcala tako postaje korektivni faktor.

Povratna veza (engl. *feedback*) u grupi – fenomen povratne veze, povratnog odgovora jedne osobe ili grupe prema ponašanju druge osobe. Može biti dan verbalno i neverbalno. To zvuči ovako i tada je najkorisniji za primatelja „...kada si rekla...ja sam osjetila...“. Primiti *feedback* u grupama jedan je od osnovnih zadataka grupe. Katkada *feedback* može biti i destruktivan u svom porivu.

I zrcaljenje može postati destruktivno: vidi se u fenomenu žrtvenog jarca što se javlja u svim socijalnim grupama, pa tako i u razredu: to je manifestacija masivnoga projiciranja vlastitih konflikata većine članova grupe prema jednoj, označenoj osobi – žrtvenom jarcu.

Javlja se radi projekcije nakupljenih osjećaja krivnje i agresivnih impulsa članova grupe. Grupa napada žrtvenog jarca jer se boji napasti onu osobu prema kojoj su osjećaji zaista usmjereni. Ako u nekoj grupi često nailazimo na tu pojavu to je pouzdan znak da postoje teškoće tih članova grupe u izražavanju osjećaja krivnje i/ili agresije.

Izbor osobe kao žrtvenog jarca može biti determiniran: dobi, spolom, vjerskom ili nacionalnom pripadnošću, socijalnim statusom. Žrtveni jarac može postati i novi član grupe, paralelni grupni voditelj, osoba s drugačijim seksualnim sklonostima, najslabiji član grupe, najsiromašniji član grupe, učenik koji je adipozan i sl.

Profesor Ivo Urlić u svojoj knjizi „Žrtva, osveta i kultura oprosta“ (2014.) tematizira o žrtvenom jarcu u okviru velikih (nacionalnih) grupa. Razmatra self žrtvenog jarca koji je usmjeren prema self identitetu žrtve. Urlić je to nazvao “posttraumatskim doživljajem žrtve”, pa žrtveni jarac zapravo stvara svoj identitet žrtve želeći imati tuđe suosjećanje i kompenzaciju. Izlažući sebe kao žrtvu osoba se stavlja u poziciju da je se bolje čuje, doživi. Identitet žrtve i žrtvenog jarca u grupi može u ekstremnim uvjetima biti i naučeno ponašanje (zajednica lako može svoje članove podučiti kako da razviju identitet žrtve).

Četiri su interpersonalna aspekta doživljaja žrtve prema Urliću:

1. Traženje priznanja statusa žrtve (traženje empatije, razumijevanja, potpore, ali žrtva traži i da se jasno stane na njezinu stranu, da se njezino gledište stavi ispred svih drugih)
2. Premještanje agresije na druge (s prijeteće figure na neprijeteću, često se agresija

usmjerava prema dobronamjernim bliskim ljudima, prtimjerice prijateljima iz razreda, nekim članovima obitelji i sl. Agresija žrtve može se doživjeti kao zlostavljanje, pa žrtva postaje zlostavljač, tako da takva situacija nažalost može iscrpiti dobre kapacitete odnosa

3. Pretvaranje osobne patnje u vlastitu dominaciju, kontrolu i utjecajnost (žrtva traži – pozitivnu diskriminaciju, a dok traži priznanje da je žrtva, često je agresivna u svojoj dominaciji traženja prava)

4. Nedostatak empatije i brige za druge (zlostavljanje u razredu uzrokuje kod učenika-žrtvenog jarca narcističku okrenutost samom sebi, učenik počinje misliti samo na svoje potrebe, distanciran je u odnosu na potrebe drugih, rezerviran

Za razumijevanje pozicije u kojoj je žrtveni jarac potrebna je velika suosjećajnost, strpljivost i podržavajuće reagiranje od bliskih ljudi, a u školi od nastavnika. Cilj je: uspostaviti uzajaman odnos brige i da učenik koji je napadnut vidi da može postati aktivni faktor u interpersonalnoj komunikaciji

Nastavnik i žrtveni jarac u razredu

Žrtvi je potreban svjedok da bi se priznala njezina patnja. Nastavnik je kao “empatijski svjedok žrtvenog jarca”, kao dobra figura. Taj status sam posebi nosi opasnost da se empatijom osnaži identitet žrtve. I najmanji osjećaj žrtvine nesigurnosti u odnosu može dovesti do osjećaja progonjenosti i izloacije. Nastavnik tada može pomaknuti svoju empatijsku uključenost na druge, identificirati se s drugima iz žrtvinog života. To daje novu perspektivu gledanja što pomaže i žrtvenom jarcu.

Multipersonalna komunikacija u srednjoj grupi

Srednja se grupa razvila iz velike. (Ima 12 do 25 članova). U srednjoj se grupi više stimulira dijalog, a manje slobodno lebdeća diskusija. Tu se eksploriraju elementi socijalno nesvjesnog, poput socijalnih mitova, analiziraju se misli, a ne osjećaji kao u maloj grupi. Nema duboke regresije kao u velikoj grupi.

Multipersonalna komunikacija u velikoj grupi

Zbog svoje veličine velika grupa uvijek u pojedincu budi strahove (da ne izgubi identitet u masi, da ne izgubi kontrolu nad sobom, narcistički strahovi: potcjenjivanja i ruganja od strane drugih i sl.)

Strah – katkada može dovesti do tzv. *acting outa* ili čak do psihotične dekompenzacije.

Zato je regresija iznimno duboka u velikoj grupi što dovodi do različitih fantazija o velikoj grupi: članovi grupu doživljavaju kao okrutnu boginju koja ždere svoju djecu, ili obratno kao veliku majku koja ih hrani, grupa se doživljava i kao brod luđaka kojim upravlja ludi voditelj koji će ih uskoro gurnuti u smrt.

Zbog svoje veličine, grupa budi primitivne strahove, velika grupa nalikuje areni gdje slabo integrirani aspekti selfa mogu biti projicirani na druge...ona je kao progonstvena majka čiji su pozitivni aspekti maknuti sa strane da bi grupu štitili od vlastite nesigurnosti, bijesa, tuge, očaja.

Velika grupa je kao grupa male djece – nemilosrdna prema slabijem članu, odmah napada, agresivna je, a da se obrane od vlastite agresivnosti često se zbijaju šale jer je strah i neizvjesnost velika.

Cilj velikih grupa je obuhvatiti naš iracionalni dio, shvatiti ga i vratiti ga opet u stvarnost.

Komunikacija u organizaciji

Škole, fakulteti kao i druge slične organizacije s formalno istim ciljevima – međusobno se prilično razlikuju po komunikacijskom etosu. Prilikom prvog posjeta školi/fakultetu, odmah prilikom ulaska osoba može steći prvi dojam o ustanovi: kakav je opći duh, etos, karakter, ideologija, kakva je opća atmosfera, i uopće kakav je psihosocijalni kontekst u kojemu se radi. Kada govorimo o organizacijskoj kulturi, taj je pojam sam po sebi, kompleksan, čak i konfuzan i nema jedne opće definicije što sadržava. Neki autori smatraju da su klima i kultura istoznačnice, sinonimi. Neki smatraju da je kultura pojam koji obuhvaća klimu. Neki pak smatraju to dvoje odvojenim fenomenima.

Svoju popularnost termin organizacijska kultura najviše duguje istraživanjima o uspješnim poslovnim korporacijama iz ranih 80-ih. Postavljalo se pitanje imaju li učinkovite tvrtke jaku, osebujnu kulturu i tko stvara tu kulturu.

Spoznalo se da organizacijska kultura sadrži: zajedničke sustave vjerovanja, široko i čvrsto prihvaćene vrijednosti, kolektivni mentalni program, način na koji se u tom poduzeću/tvrtci/organizaciji radi, niz simbola, ceremonija, mitova, priča što zaposleni prenose, rituali međusobnih odnosa.

Zato organizacijska kultura zbog svog implicitnoga prenošenja vrijednosti ima snažan utjecaj na osobu.

I škole i fakulteti imaju svoju organizacijsku kulturu, primjerice:

- kao konzervativna socijalna institucija koja podupire *status quo* neka škola može imati otpor prema inovacijama,
- ili obrnuto, kao liberalna socijalna institucija neka škola može biti otvorena za različite programe, projekte, novine i sl.
- poistovjećivanje i ponos prema pripadnicima sličnih škola/fakulteta vani
- ravnatelj/dekan kao heroj koji utjelovljuje sve te temeljne vrijednosti
- rituali, vjerovanja koja su sporedna pojava s kojim je moguće manipulirati...

Razred kao grupa također stvara svoju organizacijsku klimu i kulturu, i to tako da se njezini članovi (učenici) pitaju:

- kakvo je ponašanje nastavnika/profesora (podržavajuće, autoritarno, kontrolirajuće, rigidno, dosljedno, neangažirano, suzdržano, prodorno, obzirno, produktivno, kreativno...)
- kakvo je ponašanje učenika/studenata (kolegijalno, entuzijastično, međusobno poštivanje i kooperativno, angažirano, frustrirano, neusredotočeno na ciljeve, nedisciplinirano, ...)
- kakav je moral čitave grupe, koliko se naglašavaju postignuća, jesmo li sigurni što se točno sve od nas očekuje, što i kako trebamo raditi, učiti, tolerira li se zakašnjanje, tko je uz tog i tog profesora još važan, tko je u školi još utjecajan, mora li se baš svako pravilo poštovati ili ...?

Po svojoj definiciji komunikacija je dvosmjerni proces jer uvijek dolazi do interakcije. No ima situacija i da je komunikacija jednosmjerna: neki profesori vole upravo jednosmjernu komunikaciju: očekuju da se učini ono što su rekli bez potpitanja i ideja sa strane. U tom smislu po školi često kruže razna uputstva i naredbe nakon kojih ravnatelj ne očekuje povratnu informaciju.

Silazna komunikacija

... je komunikacija koja kola od nadređenog prema podređenom. Taj tip komunikacije u mnogim je ustanovama neadekvatan, netočan.

- zaposleni na nižim ljestvicama žale se da nemaju pojma što se „gore“ događa (primjerice ni ne znaju da je objavljen natječaj za ravnatelja)
- Nitko im ništa ne govori, pa se osjećaju loše i u stresu su
- Postoji opasnost od iskrivljavanja poruke, što više razina prolazi veća je iskrivljenost poruke

Uzlazna komunikacija

... kola od podređenog prema nadređenom u organizaciji. Takav tip komunikacije najmanje je djelotvoran: oni gore ne reagiraju na poruke od onih dolje, a oni dolje ustručavaju se obraćati onima gore, posebice ako se prenose loše vijesti

- Stoga se događa prenošenje samo dobrih informacija, koje ne ugrožavaju dobrobit zaposlenika, informacije se prenose selektivno, i to primjerice za specifične ciljeve poput napredovanja i sl. Pritom je važno povjerenje, kojeg očito nema dovoljno...
- Uzlazna komunikacija koja je dobra povlači za sobom i bolju kvalitetu rada i produktivnost
- U mnogim tvrtkama su stavljene primjerice kutije za sugestije, sati otvorenih vrata (doći do nekoga tko je viši na hijerarhijskoj ljestvici bez protokola, bez svladavanja „tri tajnice“...)

Formalna i neformalna komunikacija u organizaciji

Formalna – regulirana, propisana komunikacija, kontrolirana: uključuje pisane obavijesti, upute, skupove, sastanke, *brifinge*, *brainstorminge*

Neformalna – zaposlenima je glavni izvor informacija koja se čuje sa strane i jačeg je utjecaja od formalne (tu spadaju neobavezni razgovori, tajni pisani/govorni materijal poput viceva, karikatura, privatni kontakti, glasine). Naziva se još i *winegrape* (širi se u svim smjerovima kao rast vinove loze).

Brainstorming ili tzv. oluja ideja – formalni je oblik komuniciranja u organizacijama. Prvi ju je uporabio 1939. godine američki marketinški stručnjak Alex Osborn kako bi kod zaposlenika stimulirao stvaranje različitih ideja (ma kako bile šašave ili neostvarive) za rješavanje problema, učenje, razvoj, planiranje ili *team-building*. Osborn je smatrao da se sve ideje mogu iskoristiti za rješavanje problema, budući da stare ideje rađaju nove, koje su poboljšane i transformirane.

Brainstorming se može primijeniti ne samo kao grupna komunikacijska strategija, nego i

kao individualna tehnika.

Komunikacijski stručnjaci ipak predlažu da za oluju ideja sjedne od 5 do 7 što različitijih eksperata (po tipu različitosti u profesionalnom iskustvu, godinama, znanju, poziciji u tvrtci i sl.), a ne više od 8 do 12 članova, budući da je iznad tog broja oluja ideja manje produktivna, a grupa treba više vremena za „uigravanje“. Što je jasnije i konkretnije iznijet problem koji se mora riješiti, veća je vjerojatnost da će ideje proizašle iz *brainstorminga* biti također konkretnije i rješivije. Veoma je važno da svaki sudionik *brainstorminga* bude potpuno informiran o problemu koji se rješava te da mu je sve jasno i razumljivo. U *brainstormingu* važnu ulogu ima i zabavljanje. Članovi imaju nepisani zadatak da se prilikom iznošenja ideja i zabave. Periodično se pročitaju sve zapisane ideje grupi nakon čega članovi bolje asociraju i stvaraju nove ideje. Na kraju *brainstorminga* ideje koje su slične po sadržaju stavljaju se u zasebnu grupu i na taj se način prezentiraju. Obično se odabere pet najboljih ideja te ih se obrazlaže i objašnjava. Za to je potreban tzv. facilitator koji će sve grupne ideje iznijeti ostalima na najjasniji mogući način.

Interkulturalna komunikacija

Kad ljudi unutar jedne kulture stupe u međusobnu komunikaciju katkada se sudaraju svjetovi, ali kako to tek izgleda interkulturalno?

Kulturni obrasci nisu biološki, nego dogovorni. No, neki ih smatraju bogom danima i povezuju s ispravnošću, čak i moralnošću. Komunikacija uz pomoć kulturnih utjecaja čini dio našeg identiteta. Zbog toga smo ponosni.

Nigdje se interkulturalne razlike ne vide tako jasno kao u – obitelji.

Primjer za to je poznata sintagma „šestero u krevetu“.

Gdje se najbolje vidi interkulturalna komunikacija: prilikom poslovnih ili turističkih putovanja, prilikom traženja liječničke hitne pomoći, prilikom posvajanja djece iz drugih kultura, prilikom vjenčanja i sl.

Povijest komunikacije

Govorništvo je za neke – umjetnost, za neke spretnost, ili oboje. Svrha joj je – postići uvjerljivost. Prema antičkom shvaćanju govorništvo se može naučiti: *poeta nascitur orator fit* – pjesnikom se rađaš, a govornikom postaješ (Quintilian). U antici – govorništvo se svodilo na pisanje eseja i sastavaka i na javne nastupe, retorika je bila je najveća vrijednost duha, a njezino iskrivljavanje, pretjerivanje i sl. korišteno je kasnije u najrazličitijim demagogijama. Otac retorike kao znanosti smatra se filozof Empedoklo sa Sicilije. Smatra se da je prvi imao školu retorike u svijetu. Njegovi su sljedbenici smatrali da je govorništvo dobro u smirivanju sporova na sudovima ili u pripremama za političke aktivnosti. Platon je smatrao da je govorništvo na granici između filozofije i državništva, a Aristotel da je popularna grana logike i sredstvo za javno dokazivanje i uvjeravanje. Previše je naglašavao njenu logičku stranu a manje onu osjećajnu (izazivanje sućuti, ponosa, veselja, gnjeva...) U starom Rimu, Quintilian i Ciceron bili su samosvojniiskusni govornici. Vježbali su zastupanje svog ali i neprijateljskog stajališta, i to jednakim žarom i uvjerljivošću. Demosten je pak bio jedan od najjačih antičkih govornika. Iako je imao govornu manu i mucao, uspio je savladati vještinu govorenja i postao učitelj u tom zanatu. Smatrao je da govor nije samo stvar talenta nego i stalne i temeljite vježbe.

Brigu o glasu i vokalnoj izvedbi antički su govornici stalno razvijali. *Rhetor* je bio učitelj više nastave, a u srednjoj gramatičkoj školi osnovnom predmetu gramatike bili su podređeni muzika, matematika i gimnastika. Vrhunac starorimskog školstva bio je upravo studij retorike (Varošaneć-Škarić, 2010).

U antičkoj retorici pet je stupnjeva u nastajanju govora:

- nadahnuće (*inventio*)
- sređivanje materijala (*dispositio*)
- brušenje jezičnog stila (*elocutio*)
- memoriranje govora (*memoria*)
- prenošenje govora slušateljima (*pronuntiatio*) ili izvedba (*actio*) (Huth i Hatje, 1997).

No, tradicija antičkoga učenja prekida se s kršćanstvom. Nova vrsta retorike uvukla se

među samostanske zidove, čula se ponajprije s oltara i propovjedaonica. Renesansa je unaprijedila retoriku i dala joj značajan zamah, pa je u 15. stoljeću imala povlašten položaj među znanostima. Tada se na latinski prevode Aristotelova *Retorika* i *Poetika* te Demostenova ostavština.

Otkrićem tiskarstva govorništvo nalazi nove puteve. Negdje postaje ponizno, negdje kićeno, heretički obojano protiv ugnjetavanja seljaka, crkve.

Tek od sredine 19. st. počinje prodirati u parlamente – s idejama o demokraciji, logičkim zaključivanjem, snagom misli, ironijom, angažiranošću prenošenja, humorom i na koncu kao oružjem propagande (Mussolini, Hitler, Churchill). Danas je govorništvo u nekim zemljama dio redovitog obrazovnog procesa (SAD). U pluralističkom političkom društvu kakvo globalno vlada nema mirnog suživota među ideologijama i pogledima na svijet. Ipak, društvo koje je na visokoj, razvojnoj civilizacijskoj razini održat će tu borbu ponajprije na razini jezične komunikacije, i to u području argumentiranja, dokativanja i protudokazivanja (Huth i Hatje, 1997).

Javni nastup/prezentiranje u odgoju i obrazovanju

Mnogi ljudi nastupe svrstavaju u sam vrh najneugodnijih stvari, stvari koje nitko ne voli raditi i izbjegavaju ih. No, voljeli mi to ili ne, nastupi su neizbježan dio našeg svakodnevnog života – i izbjeci se često ne mogu.

Znanstvenici smatraju da izaći pred publiku znači jednak stres za organizam kao i stati oči u oči goloruki pred lavom u savani. Tada se „upali“ lampica koja signalizira jednu od ove tri mogućnosti: „bori se“ „bježi“ ili se „zamrzni (od straha)“ tzv. 3F: fight – flight - freeze. Ljudi uvelike procjenjuju druge prema tome kako govorimo, kako izlažemo misli, jesmo li ih sposobni izraziti sustavno, uvjerljivo, samopouzdana.

Cilj svakog uspješnog nastupa je tzv. *infotainment*: i od antičkih vremena tu se ništa nije promijenilo. *Infotainment* znači da dobar govornik daje pravi omjer informacije, zabave i pokretanja na akciju/promjenu. Za dobru pripremu stručnjaci smatraju da je potrebno spremati i naučiti čak 7 puta više materijala nego što govornik/nastavnik ima vremena u izlaganju.

Osim sadržaja i govornikovih kompetencija, za govornikovu/nastavničku reputaciju bitan je prvi dojam. Ovisno o duljini govora, prvi dojam traje oko jednu desetinu ukupnog vremena govora i kako bi to postigao osoba ima samo jednu priliku.

Što procjenjujemo tijekom prvog dojma?

Fizičke karakteristike osobe-

Odjeća, frizura, dodaci poput nošenja naočala, aktovke, laptopa i sl, šminka, urednost, cjelokupan izgled koji bi trebao biti u skladu sa situacijom i u skladu s bon-tonom (odnos prema sugovorniku).

Držanje tijela –

Govor tijela je najstariji oblik komunikacije. Prisutan je ponajprije u životinjskom svijetu, no ljudi se samo tim komunikacijskim aspektom ipak ne mogu zadovoljiti i

sporazumijevati, pa uz kombinaciju s govorom ljudska komunikacija postaje znatno efikasnija i sofisticiranija. Većina osnovnih komunikacijskih signala ista je u cijelom svijetu. Primjerice: kad su sretni ljudi se osmjehuju, a kad su zabrinuti ili tužni onda se mršte. Slijeganje ramenima znači da osoba ne razumije što joj se govori i sl.

Istraživanja su pokazala da držanje tijela (mimika i geste) imaju peterostruko veći utjecaj od govora. Dakle, univerzalno je pravilo da se više vjeruje neverbalnoj, nego verbalnoj komunikaciji. Kad se verbalno i neverbalno ne podudaraju, kad te dvije razine nisu kongruentne onda se ljudi oslanjaju ponajprije na neverbalno, zanemarujući izrečeno.

Geste i mimika bi se trebali tumačiti u kontekstu u kojemu se pojavljuju. Primjerice ako netko sjedi u hladnoj čekaonici slabo odjeven i pritom drži ruke i noge prekrížene, vjerojatno ćemo pomisliti da je toj osobi hladno a ne da je zauzela tzv. obrambeni stav.

Jedan od važnih neverbalnih gesta koje pospješuju pozitivnu komunikaciju svakako je – kimanje glavom. Ta je gesta zakržljali oblik naklona a sugerira ovisno o kulturi ove poruke: „da“, „slažem se“ „čujem što govoriš“ i sl. Kimanje glavom ima i snagu uvjeravanja te u svijetu rada potiče suradničko ponašanje i dogovor. Istraživanja pokazuju da će ljudi govoriti tri do četiri puta dulje ako onaj koji sluša gleda u oči i kima glavom. Brzina kimanja glavom odaje slušazteljevu strpljivost: brzinsko kimanje označava stanovito nestrpljenje, a sporo kimanje označava slušateljevo zanimanje.

Uz kimanje glavom, postoji i odmahivanje glavom. Evolucijski biolozi smatraju da je to prva kretnja koju čovjek nauči: primjerice kad se dojenče dovoljno nahrani majčinim mlijekom, okreće glavu na drugu stranu odbijajući majčina prsa. Tako je i kod persuazije: osoba će odmahivati glavom ako je netko pokušava neuspješno uvjeriti.

Za dobru i pozitivnu komunikaciju ključno je razumjeti govor tijela (mimiku i geste) u kontekstu te iz svoje neverbalne komunikacije izbaciti sve „negativne“ kretnje i usvojiti i uvježbavati uporabu gesta koje će poduprijeti suradnju i konstruktivan dijalog.

Kontakt očima –

Kontakt očima je veoma važan neverbalni alat komuniciranja, prisutan od početka ljudske povijesti. Prilikom prvog susreta s nekom osobom međusobno donosimo brze prosudbe, ponajprije na temelju onoga što vidimo, a to je često kontakt očima. Koliko je takav oblik komuniciranja važan govore nam i brojne uvriježene fraze poput „Proždirala ga je pogledom“ „Prostrijelila ga je pogledom“ „Ima izazovan/hladan/leden/prazan/

prodoran/prkosan...pogled“ „Pogledala me je s visoka“ ili „Gledaj me u oči dok mi govoriš!“ i sl.

Služeći se tim i sličnim frazama ljudi nesvjesno misle na veličinu zjenica jer su one žarišna točka komunikacije kad je riječ o kontaktu očima. Istraživanja su pokazala da kad ljudi gledaju nešto što ih potiče, zjenice se šire i povećavaju. To je znano još iz povijesti, pa su davnih dana kineski trgovci dragim kamenjem promatrali zjenice kupaca i na taj način pregovarali o cijeni. Svojevremeno su prostitutke u oči kapale tinkturu koja sadrži atropin ne bi li proširile zjenice i učinile se poželjnijima. Danas se najbolje prodaju dječje igračke likova koje imaju prevelike zjenice i sl.

S druge strane, ljudi su jedini primati s bjeloočnicama koja se evolucijski razvila kao pomoć u komunikaciji, omogućujući da drugi vide kamo gledamo (smjer gledanja odaje emotivna stanja osobe).

Kontakt očima među nepoznatima traje 2-4 sekunde a nakon toga se zakratko bira drugi smjer gledanja zbog izbjegavanja neugodnog buljenja. Kontaktom očima odaje se komunikativnost, osjećaj sigurnosti, razumijevanja, odobravanja, poštivanja.

Kad govorimo o poštivanju (respektiranju), riječ respektirati dolazi od latinskog i prvobitno je značila uzvratiti pogled, pa se sugovorniku nepoštivanje može izraziti na način da ga se ne pogleda.

Rukovanje –

Moć je u našim rukama. Rukovanje je ostatak iz drevne prošlosti. Kada bi se pripadnici primitivnih plemena susreli ispružili bi ruke i izložili dlanove pokazujući da su nenaoružani. Bodež skriven u rukavu u starorimsko doba bila je uobičajena pojava, pa su se stari Rimljani zbog samozaštite rukovali hvatanjem za podlakticu. Suvremeni je oblik tog rukovanja protresanje dlanova (izvorno potječe iz 19.st. među trgovcima istog staleža/položaja koji bi potvrdili sklopljen posao.) Rukovanje se raširilo tek u posljednjih sto godina i sve donedavno njime su se služili samo muškarci. Danas ga rabe i muškarci i žene i to na početku i na kraju susreta, osobito u zapadnoeuropskim zemljama. Sve se više rabi i u zemljama svijeta gdje je tradicionalni način pozdrava naklon (Japan, Tajland i dr.)

Rukovanje je zapravo znak povjerenja, dobrodošlice. Prije nego se rukujemo dobro bi bilo postaviti pitanje: jesmo li dobrodošli? Žene koje prve pružaju ruku smatraju se otvorenijima i ostvaruju bolji prvi dojam.

Dominantno i pokorno rukovanje: Dominantno: ponuditi ruku s dlanom prema dolje. Kako uspostaviti ravnopravno rukovanje? Dlan u okomitom položaju, stisak jednak stisku odaje dojam ravnopravnog rukovanja. Tako se uspostavlja prisnost, što i jest smisao rukovanja jer ono mora biti toplo, prijateljsko i pozitivno.

Kako razoružati osobu koja stiskom želi pokazati nadmoć: iskoraknite suprotnom nogom prema sugovorniku i uđite u njegov osobni prostor, iskoristite tzv. dominantno rukovanje s okretanjem tuđe ruke u pokoran položaj i na koncu dvoručno stisnite ruku svom sugovorniku

Susret i komunikacija dvoje ljudi često zna biti narušena pogrešnim rukovanjem, posebice između muškarca i žene: mnogi osjećaju nelagodu pred m/ž rukovanjima...

- Rukovanje kao mrtva riba: nitko ne voli stisak ruke koji nalikuje kao da u ruci držite mrtvu ribu ili hladnu hrenovku. Osjeća li osoba napetost prije rukovanja, krv iz stanica vanjskog sloja kože povući će se u mišiće ruku i nogu pripremajući tijelo za „napad ili bijeg“. Rezultat je hlađenje ruke i izbijanje znoja, pa ruka postaje hladna, ljepljiva, mlitava. U sugovorniku koji prima takvu ruku izaziva osjećaj nedostatka predanosti, samopouzdanja.

Ovaj način rukovanja je za sugovornika veoma odbojan, gotovo omražen te se rijetko može povezati s kulturološkim razlikama. U dlanovima se nalazi više žlijezda znojnice nego bilo gdje drugdje u tijelu što je razlog zašto se pri rukovanju znaju znojiti dlanovi.

- Rukovanje kao kostolomac: stisak ruke od kojeg „pucaju kosti“ način je rukovanja od kojeg ljudi najviše strepe, jer u sjećanju sugovornika ostavlja neizbrisiv (neugodan) trag. Zaštitni je znak većinom agresivnijih osoba koji bez upozorenja pokušavaju ostvariti ranu prednost i demoralizirati suparnika drobeći mu ruku. Nažalost nema učinkovitih načina suprotstavljanja takvom stisku, osim savjeta da žene ne nose prstenje na desnoj ruci prilikom poslovnih susreta.

- Rukovanje izvlačenjem iz zgloba: na taj način počinju interpersonalnu komunikaciju osobe kojima su cilj igre moći. Izvodi se na način da se snažno uhvati sugovornikova ruka, istodobno se jako povuče prema sebi čime se uspostavlja dominacija nad sugovornikovim osobnim prostorom. Posljedica je gubljenje ravnoteže, često suzne oči (kod osoba koje to ne mogu izdržati) i generalno loš početak komunikacije.

- Rukovanje kao pumpanje ručice s pumpom: inicijator ovakvog rukovanja grabi ruku sugovornika i započinje energičan, ritmičan niz hitrih okomitih pokreta koji nikako da prestanu. Uobičajeno je i prihvatljivo do 7 protresanja tijekom rukovanja,

ali ih ovaj tip rukovanja ima značajno i neugodno više. Osoba se tada nastoji izvući iz takvog stiska i pumpanja ruke. Osobe koje se na taj način rukuju često sprečavaju bijeg svom sugovorniku držeći njegovu ruku u svojoj. Takav oblik rukovanja zove se i ruralno rukovanje.

-

Osmijeh –

Osmijeh je najbolji lijek: znanstvenici su ustanovili da osmijehivanjem privlačimo pozornost, poboljšavamo zdravlje, produljujemo život. Osmijeh pozitivno utječe na organe, smanjuju se otkucaju srca, šire se arterije, smanjuje apetit, povećava dotok kisika u krvi, troše se kalorije...Osmijeh – potiče lučenje prirodnoga analgetika tzv. hormona sreće endorfina, što smanjuje stres, pa jedna minuta smijanja (prema neurološkim istraživanjima) vrijedi kao 45 minuta potpune opuštenosti. Zato bi smijeh trebalo shvaćati ozbiljno.

S tim u vezi, u zapadnom svijetu (u SAD-u) su 80-ih godina 20.st. u bolnice uvedene tzv. sobe za smijanje: u kojima su se puštale komedije, čitali vicevi, gostovali klaunovi i komičari, a pacijenti su u tim sobama provodili svakodnevno 30 do 60 minuta. Rezultat svega bio je smanjenje uporabe analgetika, poboljšanje psihičkog zdravlja i kraći prosjek hospitalizacija po bolesniku.

Istraživanja su pokazala da se žene više smiju i osmjehuju u svim životnim situacijama. Zbog toga nažalost može izgledati podređenom ili slabijom u odnosu na (nenasmijane) muškarce Osmijeh se uvijek uzvraća osmijehom.

Uz smijeh koji je često veoma zarazan se stoga i bolje uči, privlači se učenička pažnja te se lakše ostvaruju prijateljstva.

Vrste izlaganja i komunikacija s razredom/publikom

Tzv. narcistični stil izlaganja uključuje ove karakteristike: govornikovu zaokupljenost da ostavi dobar dojam i pozitivan feedback, „Ja sam dobar, samo ako me smatrate dobrim. Ja sam dobra ako sam broj 1.“, to nisu dobri motivi za govornika, brilijantnu predstava, šarm, kontrolu situacije, sakriti Ahilovu petu.

Taj stil se možda isplati samo u showbiznisu, politici, odvjetništvu...

Koje su zamke takvog izlaganja? Za Narcisa to je golemi ulog, a dostizanje cilja teško ga može nahraniti zbog nesigurnosti, kako raste napor da se ostvari prvi dojam – tako proporcionalno raste i osjećaj praznine, osjećaj varalice, raste strah od razotkrivanja, za Narcisa slušatelji/publika su lavovi – što znači: „Prepušten sam njihovoj milosti“ ili „Mogu ih ukrotiti“, Narcis govore dijeli na uspješne i neuspješne pri čemu neuspjeh znači: Zakazao sam, a uspjeh znači: Ja sam krasan, jedini najbolji... ta naizgledna lakoća kolabira pod pritiskom prisline savršenosti, osrednjost – im je noćna mora

Alternativa je tzv. humanistički stil izlaganja. To je izlaganje koje bi bilo ljudski, profesionalno. Pritom se upitajmo sljedeće gledamo li ljude kojima se obraćamo? Može li me publika razumjeti? Je li publika emocionalno potaknuta? Vjeruju li mi? Jesu li uvjereni u moju kompetenciju, u ljudski integritet?

Ključno pitanje: kakav moram biti kao govornik? Da odgovorimo na to pitanje, potrebno nam je zamijeniti uloge: uživjeti se u ulogu slušatelja. Koje implicitne uvjete postavljam govorniku? Što moram vidjeti, pomisliti da bih bila pokrenuta? Što govornik mora učiniti da bih bila dirnuta, da bih razmislila o samoj sebi? Kakav nikako ne bih smio biti govornik?

Temeljne kompetencije govornika: usmjerenost na temu/zadatak (ali i na proces), osobna nazočnost (ophođenje sa samim sobom u situacijama izlaganja) ili prisutnost, prezentnost (prema Patsy Rodenburg); kontakt (pokrenuti iz monologa dijalog s publikom, sve što na početku izostavim ili zanemarim na razini kontakta – osvetit će se u izlaganju, postati vidljiv kao osoba i kao profesionalac); poticanje (repertoar metodičkih načina za praktično prenošenje teme).

Moći razviti te kompetencije – znači biti jasan. Komunikacijski psiholozi smatraju da vanjska jasnoća u komunikaciji pretpostavlja unutarnju: jasno mogu reći što mislim, samo onda ako je meni samoj to jasno.

Kako bih pokazala svoje unutarnje držanje evo primjera:

Uvodim sliku tzv vlastitog unutarnjeg tima. Unutarnji tim je metafora za katkad kaotično, katkad dobro razvrstano, višebojno razmišljanje i doživljavanje stvari koje treba integrirati u konkretnoj situaciji...

- „Ne dopuštam da se mijenja raspored...!“
- „Ne uzbuđuj se, svađa ništa ne donosi, budi strateg, diplomat...“
- „Pozor, sada nikoga ne smiješ uvrijediti. Učini sve da među nama nema lomova“

S tri takva glasa, a bez vanjskog poglavara koji ih vodi, nastaje zbrka: čovjek djeluje nedosljedno, rasplinuto, odašilje dvostruke poruke, emocionalno bijesan unutra, a pretjerano ljubazan vani. rješenje nije moguće. Vođenje heterogenog tima od kojih svaki član vuče u svom smjeru, a njima ne možemo dati otkaz, oni su s nama doživotno. Dio su našeg karaktera. Potrebno je integrirati sve članove, napraviti kompromis da se ova nevoljena, neuslišana bića ne osjete, omalovažena, isključena. Stoga je važno shvatiti izlaganja kao – susret. Prva je zamka- biti profesor *ex cathedra*. Druga zamka: previše i presnažno usmjeriti se na potrebe publike, podilaziti u izlaganju („hvala što ste mi dali svoje dragocjeno vrijeme za izlaganje, obećavam da ću biti kratka“ . To u prijevodu znači: „Nemam vam ništa važno za reći, kako sam uopće dobila ovaj zadatak? Možda znam manje nego oni. Ne isplati me se slušati“...)

Trema

Ako je nešto egzistencijalno važno tada kažemo: “To mi je potrebno kao zrak koji dišem.“ Disanje nije važno samo za dovod kisika, nego i zato što nosi glas, ispunjava ga snagom i volumenom, i regulira bolje osjećaje. U predavanjima se često događa da počinjemo disati plitko kako bismo se obranili od straha i treme. Tada zastaje dah.

To pojačava nesigurnost, jer nam više ne nosi pouzdano i energično glas, pa počinjemo osjećati potisnutu paniku, prati nas fantazija da ćemo se možda i onesvijestiti. Protiv toga pomaže jedino disanje, ne zato da ovladamo strahom nego da bismo sa strahom govorili, da govorimo unatoč tremi i strahu. Zato je korisno vježbati disanje iz trbuha. To je jedan od načina ovladavanja tremom: time glas stječe rezonancu, kontinuitet, mirnoću.

Aktivnosti kojima pospješujemo disanje: trčanje, pjevanje, gluma...

Trema je vrsta straha, proizvodi je hormon stresa: kortizon. Stvara osjećaj sputanosti. Stručnjaci su ustanovili da stati pred javnost i govoriti pred publikom fiziološki je jednako kao i biti u džungli i susresti se oči u oči s lavom. Potrebno se navrijeme suočiti sa strahom od nastupa te je korisno vježbati u raznim setinzima (sam, u razredu, na skupovima i sl.)

Uzroci treme/straha od nastupa mogu biti realni i nerealni, a simptomi mogu biti fizički, psihički i izvanjski.

Realni su uzroci: sramežljiva narav, psihička nesigurnost, fizička slabost, slaba retorička vještina (posebice u početku), slaba pripremljenost, postojanje govornih mana, govorenje pred zahtjevnom publikom, prisutnost medija i tehničkih uvjeta, nedovoljno iskustvo i sl

Nerealni uzroci su pogrešna procjena svih realnih uzroka i odbijanje da se realni uzroci što objektivnije sagledaju i odmjere. Primjerice: samokritičnost je realan uzrok, ali pretjerana samokritičnost do perfekcionizma može znatno negativno utjecati na nastup.

Fizički simptomi su suhoća ustiju, dehidracija, grčenje trbušnih mišića, slabost u nogama (osjećaj padanja), tremor, tahikardija, „plitko“ disanje, znojenje i sl.

Psihički simptomi su: strah, sram, panični ataci, opći zaborav (amnezija), oslabljena čula, osjećaj razgolićenosti pred publikom i sl.

Izvanjski simptomi uglavnom spadaju u tzv. paralingvističke neverbalne osobine poput tihog glasa i nemogućnost njegovog nadziranja (po tipu brzine, jakosti i sl.), učestali zastoji, pogrbljenost posture tijela, crvenilo, bljedilo i sl.

Mladi vokalni profesionalci često prije nastupa pomisle sljedeće:

- bit ću dosadna, zaboravit ću nešto važno, neću biti savršena, bit ću ismijana, nepripremljena, imat ću strah od vlastite reputacije

Trema se javlja i zbog straha od zastoja, kritike, osjećaja da si izložen, bespomoćan, da ćeš biti vrednovan i uspoređivan s drugima... i sl. Pozitivne strane treme: važnost adrenalina koji povećava dobru izvedbu i stvara bolji izričaj.

Kako suzbiti tremu

- javljati se često za riječ, često nastupati
- vizualizacija (zamišljanje pljeska, zamišljanje da u publici sjede ljudi koji te opuštaju/nasmijavaju/koji su dobrohotni i sl.)
- autosugestija (ja to mogu)
- prijatelj u publici
- duboko disanje
- dobra priprema govora prije oralne prezentacije (dobro memoriran govor, uvježbavanje glasa, snimanje glasa na diktafon i slušanje, uvježbavanje pred zrcalom ili uz pomoć audiovizualnih snimki, sređivanjem bilješki i sl.)
- detaljno profiliranje publike i upoznavanje mjesta s kojeg će se govoriti
- govorne vježbe (koje se mogu raditi čak i neposredno prije prezentiranja, poput laganog razgibavanja vrata i ramena, pri čemu je važna usredotočenost na bit prezentacije)

Što ipak učiniti ako se šutnja/zastoj dogodi?

- namjerno napraviti pauzu u govoru (ne dulju od 5 sekundi) jer je ona snažno i efektno sredstvo komunikacije
- postaviti pitanje publici, pojedinom članu grupe/razreda
- ponoviti dosad sve rečeno u skraćenom obliku

Higijena glasa prije nekog važnog izlaganja

Što nije dobro:

-ne piti gazirano, kavu, alkohol (alkohol oštećuje glas, posebice duljim uzimanjem, izaziva navalu krvi u faringalnom i laringalnom području, glas s vremenom postaje grublji)

-nepušenje (dugotrajno pušenje smanjuje vitalni kapacitet, pa govornik treba češće uzimati udah tijekom govora)

- ne jesti prezačinjenu hranu (osobito prije spavanja), ni previše mliječnih proizvoda

- ne jesti prekasno, neposredno prije prezentacije (jer može izazvati refluks ili utjecati na promuklost)

-spavati s glavom na jastuku

-ne piti prehladna ili prevruća pića

- ne šaptati (posebice kada smo promukli)

-izbjegavati iskašljavanje (jer zbog mukoznog izlučivanja u nosu i grkljanu dolazi do priljublivanja glasnica, umjesto toga primijeniti vježbe gutanja i zijevanja pa će i kašalj biti mekši).

Što je dobro:

- za govor dobro je žvakanje (fonacijski se organi opuštaju, smanjuje se napetost)

- zijevanje (vegetativni refleks se udahom širi i povećava supraglotička šupljina (dio grkljana, kroz koju prolazi zrak, nadgrkljanska šupljina – dobiva se tamnija boja glasa i niži ton)

-vježbe disanja (abdominalnog a ne plitkog; omjer udaha-izdaha: u mirnom disanju je 40-60%, a u govoru bude i do 10 – 90% jer se govor ostvaruje na izdahu)

- uporaba vježbi za glas i izgovor.

Vježbe za glas i izgovor

Počeci sustavnog rada na kulturi glasa i izgovora u Hrvatskoj se vezuje uz pionirski rad profesora Ive Škarića s Filozofskog fakulteta u Zagrebu. On je 70-ih godina 20.stoljeća osmislio bazične vježbe za glas i izgovor koje se i danas rabe kod različitih govornih profesionalaca (glumaca, pjevača, profesora, nastavnika). Vježbe su složene na taj način da djeluju na dikciju i na timbar glasa (boju). Oslanjaju se na abdominalno disanje (disanje iz dijafragme) i na sklad fonacijskog i tjelesnog te proizlaze iz znanstvenih spoznaja i praktičnoga rada s govornim profesionalcima. Uz ove glavne vježbe, mnogi učitelji glasa danas stvaraju i oblikuju nove individualizirane vježbe.

Isprva su vježbe bile osmišljene za rad s disfoničnim i gluhačkim glasovima, a kasnije su se počeli rabiti i u svrhu: prevencije zlorabljenja (trošenja) glasa, poboljšanja komunikacije, ekspresije te radi estetike (Varošaneć-Škarić, 2010).

Grupa stoji na nogama. Svi čitaju po nekoliko redaka iz dnevnih novina naglas.

1. zauzimanje stabilnoga položaja, lagano razgibavanje vrata, ramena, glave. Zijevanje, opuštanje donje čeljusti i jezika
2. držanje, poožaj tijela (glava i vrat na 60 stupnjeva), podvinuti stražnjica i bokovi, stav kao da se držimo na niti u glavi, ne izlaziti iz podvinutog položaja, ruke opustiti da slobodno padaju uz tijelo
3. razgibavanje grkljana manualnim pritiskom i njegovo spuštanje.
4. Držati gornji dio rebara i duboko disanje trbušnim mišićima (udah kroz poluzatvoren nos, izdah na SSSS) (test fonacije vokala nakon maksimalnog udara treba biti oko 20-25 sekundi, što je okvirni prosjek)
5. Gimnastika usana i lica: usne na lijevo, na desno, gore dolje, pa brrrr (opuštaju se), usne okolo uokolo i obrnuto, brrrr
6. usne kao riba, foniranje na AAA, recitiranje Voćke poslije kiše
7. usne u otvoreni smješak: recitiranje Voćke poslije kiše
8. Usne tanke, recitiranje Voćke poslije kiše

9. Foniranje vokala AAAA što dulje možemo na jednom dahu uz traženje najbolje rezonance u ždrijelu,
10. foniranje na AAA plus zatvaranje nosa da glas ne bude nazalan
11. Foniranje vokala AAA uz slušanje svoga glasa (povećanje dlanovima ušne školjke, približavanje zidu i foniranje u kutu)
12. Foniranje vokala AAA i OOOO uz „trbušni ples“, skakanje i trešnju (osvješčivanje dolaska glasa iz pleksusa a ne iz larinksa) – totalno opuštanje (zamišljanje loptice u donjem truhu i da je ta loptica glas)
13. Držanje za gornja rebra, udah i izdah na SSSS, pa na ŠŠŠŠ (larinks ne radi nego truh), pa na BA - BA, pa na HA - HA, do smijeha
14. energično i vratolomno brojanje u šaptu do sto
15. protezanje i opuštanje
16. izgovaranje brojeva sa začepjenim nosom, ali bez unjkanja
17. protezanje i opuštanje
18. pjevanje omiljene pjesme uz opuštanje tijela i gimnastiku (saginjanje gornjeg dijela tijela do poda)
19. glasno govorenje sa čvrstim izgovorom improviziranog teksta s usredotočenom pažnjom na donji, trbušni potisak zraka, zaboraviti da postoji grlo

Dobar glas je onaj koji ima dobar omjer nazalnosti i šumnosti. Nazalnost je često simbol afektacije i izraz začepljenja sinusa u septumu, pa za to služe vježbe otvaranja septuma: lupkanje po prsnoj kosti dok se govori ili fonira uz disanje iz ošita ili dijafragme tj. iz trbušnog potiska.

Dobar glas je 38% ukupne neverbalne komunikacije. (55% otpada na geste i mimiku, a samo 7% na verbalnu komunikaciju).

Vježbanjem fonetskih vježbi za glas i izgovor (u kraćem obimu od oko 15 minuta na dan) nastoji se postići bolja impostacija glasa i kvaliteta (glasnoća, ton i čvrstoća glasa). Time nastavnik vježba učinkovitost svog izražavanja jer smanjuje napor glasa, smanjuje vikanje u razredu, glas se uvježbava kako bi postao spontaniji i sa što manje disfoničnih

elemenata što je čest slučaj nakon dugog govorenja pred razredom ili u većim skupinama.

Glas u prezentiranju

Prosječna frekvencija glasa osobe ide od 60 do 240 Hz. Dio je prvog dojma.

Nizak ton: simptom za tjelesnu veličinu osobe, psihološki označava snagu, odvažnost, samopouzdanje, ali i tugu, bijes

Visok ton: simptom za sićušnost, psihološki slabašnost, ovisnost o nekome, strah, ali i radost, sreću...

Pretih i preglasan govor – izraz nepoštivanja bon-tona.

Tihi glas: odaje dojam prisnosti, privatnosti, zatvorenosti, uviđavnosti, slabosti, ali i smirenosti, sklada

Jak glas: odaje dojam službenosti, autoritativnosti, odlučnosti, superiornosti, dočarava raspoloženja bijesa, srdžbe...

Osnovne akustične osobine glasa

-ton (m-120 Hz, ž-200 Hz, djeca-300 Hz)

-jakost/intenzitet (šapat-35 dB, govor-65, vikanje-100 dB)

-boja glasa (estetske, biološke, kulturalne, patološke i psihološke prosudbe glasa)

Estetske prosudbe boje glasa: lijep, ružan, baršunast, ugodan, voluminozan...

Kulturalne prosudbe: kultiviran, primitivan, seljački...

Psihičke prosudbe: muževan, ženstven, nježan, senzualan, seksi, agresivan, prodoran...

Patološke prosudbe: kreštav, nazalan, promukao, hrapav, piskutav...

Biološke prosudbe: muški, ženski, starački, dječji, zreli...

Kako izvesti dobru prezentaciju

Dobra prezentacija mora imati svoju jasnu strukturu: uvodni dio, argumentaciju ili središnji dio te zaključak. Prezentacija ponajprije mora biti jasna govorniku. Tek tada može postati jasna i onima koji je slušaju.

Uvodni dio prezentacije

Captatio benevolentiae – zadobivanje simpatija

Tzv. *elevator speech*

Retorička skromnost

Pohvaliti publiku, pitati je...

Dati publici retrospektivu teme koja se izlaže (kako je bilo nekad, a kako je sada)

Dati publici analogiju (usporediti, naći sličnosti, staviti stvari u odnose, posebice ako se prezentiraju statistički podaci ili brojevi ...)

Crtati slike

Rabiti retoričke otvarajuće figure (primjerice metafore)

Argumentacija ili središnji dio

U središnjem dijelu potrebno je omeđiti temu i odrediti središnju misao tzv. tezu.

KISS - Keep it short and simple – jasno, koncizno izlagati, rečenice ne duže od 20 riječi.

Teza mora imati svoje pojašnjenje, njezino (po mogućnosti stručno) dokazivanje (engl. *evidence-based*), emocionalno pojačavajući karakter govora i zaključak. Argumentacijom se poziva na univerzalno (prihvatanje neke nama važne tvrdnje što funkcionira svugdje u svijetu, pri čemu su jednako važna dva aspekta argumentacije: logičnost i poetičnost). U središnjem se dijelu govora treba najviše truditi, jer pažnja onih koji slušaju opada na samo 20%. Argumentacija može biti predstavljena i u vidu retoričkoga pitanja (publika u glavi odgovara na to pitanje) Najbolja argumentacija je fer/istinita argumentacija.

Argumenti nisu: mišljenja, naredbe, uzvici (primjerice “Bez obzira što ti misliš, ja obožavam turbofolk.”; “Pa kad će više praznici!”), definicije (“Otok je dio kopna sa

svih strana okružen morem”) ili upute (“Idete ravno 500 metara, onda skrenete prema crkvi, zaobiđete je i u ulici iza nalazi se restoran Ranjeni vepar”).

Neke najčešće pogreške u argumentiranju

Argumentum ad hominem - napad na osobu (Njegova knjiga nema nikakvu znanstvenu vrijednost jer je on običan lažac)

Argumentum ad populum—dodvoravanje (Tako pametna publika sigurno će se složiti s mojim izlaganjem)

Argumentum ad baculum—prijetnja silom (BiH će ostati u Yu ili je neće biti)

Pojednostavljivanje - (PDV je velika krađa)

Rastezanje stajališta do neobranjivosti (Neki političari nisu za izgradnju nuklearnih bojnih glava, jer očito smatraju da ovu zemlju treba ostaviti bez ikakve obrane)

Lažna dilema - (Tko ne glasa za nas, neprijatelj je ove zemlje)

Prijelaz u drugi rod - (primjer: kad za nekoga kažemo da je nesposoban, druga osoba rabi tzv. prijelaz u drugi rod tako da nas uvjerava u nešto posve drugo, dokazuje drugu tezu, pa kaže da je on vrlo pošten)

Argumentum ad misericordiam—(primjer: kad nekoga optužimo da je pronevjerio novac, a on rabi pseudoargument kako bi izazvao samilost i odgovara da ima bolesnu ženu)

Završetak izlaganja

... sadrži sažetak već rečenog UKRATKO, poziv na akciju i eventualno efektan kraj (as u rukavu kao u debati, ne reći sve odmah na početku i sl).

Proksemija

Na tisuće članaka napisano je kako životinje označavaju i brane svoj prostor, a tek je nedavno otkriveno da to rade i ljudi. Antropolozi su utvrdili da se shvaćajući proksemičko ponašanje može steći bolji uvid u čovjekovo opće ponašanje. Dr. Edward Hall, američki antropolog jedan je od prvih koji se bavio ljudskim proksemičkim ponašanjem, prostornim potrebama čovjeka, što je u biti teritorijalno ponašanje i vrsta neverbalne komunikacije.

Proksemija dolazi od engl. riječi *proximity* što znači blizina. Riječ proksemija Hall je iskovao 60-ih godina 20. st. Proksemija je učenje načina komuniciranja u prostoru u kojemu postoje udaljenost, smjer i pozicije. Udaljenost, smjer i pozicija osobe određuje stupanj približavanja ili udaljavanja komunikacije.

Udaljenost ili veličine zona u proksemičkom (teritorijalnom) ponašanju ljudi

Intimna zona (do 45 cm):

- najvažnija jer ju čovjek čuva kao osobno vlasništvo,
- u taj prostor ulaze samo emocionalno bliski (partneri, roditelji, djeca, ljubimci, bliski prijatelji)

Osobna zona (45 cm do 1.2. m):

- domjenci, zabave
- društvena događanja i prijateljska okupljanja

Društvena zona (1.2 – 3.5m):

- komunikacija suradnika na poslu
- poznanici, stranci (primjerice dolazi poštar u kuću)

Javna zona (od 3.5 m nadalje):

- kad se obraćamo većoj skupini odabiremo javnu zonu kako bismo se ugodnije osjećali

Smjer se dijeli na

- *paralelni* (određuje suradnički odnos – taj se položaj često zauzima kad dvoje ljudi slično razmišlja ili zajedno rade na istoj zadaći u školi, nađeno je da čak 55% ljudi taj položaj smatra najboljim za suradnju ili ga intuitivno zauzima kad ih se zamoli da rade zajedno s nekom drugom osobom),
- *pravi kut* (sjedenje dvoje ljudi pod pravim kutem dočarava prijateljski odnos, opušteni razgovor, dopušta se dobar kontakt očima, mogućnost uporabe brojnih gesta te uvid u kretanje druge osobe, kut stola stvara djelomičnu prepreku u slučaju da jedna osoba drugu počne doživljavati prijetećom, istodobno se time izbjegava teritorijalna podjela stola, ovaj položaj može se smatrati najučinkovitijim strateškim položajem za komunikaciju jer se ublažava napetost ozračja i povećava pozitivan ishod. Tako primjerice razgovorna pozicija pod pravim kutem u bližem društvenom prostoru može naglašavati topliji, prijateljski odnos prema sugovorniku (razgovor nastavnika i roditelja tijekom primanja za informacije,
- *smjer sučelice* (podsjeća na natjecateljski/obrambeni odnos, osobe u komunikaciji sjede jedan nasuprot drugome, kod nekih to može stvoriti defanzivnu, suparničku atmosferu te može dovesti do tvrdokornog zauzimanja stajališta, posebice ako postoji stol kao čvrsta prepreka između, učinkovitost ovakvog tipa sjedenja vezana je uz dobar kontakt očima)
- *smjer okrenut leđima* (neprijateljski odnos)
- *neovisni smjer* (taj položaj ljudi biraju kad ne žele interakciju s drugima, poput sjedenja u knjižnici, studentskoj menzi, klupi u parku - jedan nasuprot drugome ali svatko na svojoj strani stola bez izravnog sučeljavanja, ovaj bi položaj trebalo izbjegavati ako je osobi cilj otvoreno raspravljati s drugim (Pease i Pease, 2008).

Što se pozicije tiče, nastavnici u školama i na fakultetima imaju zahtjevan zadatak da prilagode svoj glas i nastup različitim uvjetima u kojima rade (s obzirom na veličinu prostorije, broj učenika, (ne)postojanje tehničkih pomagala i sl.).

Razmještaj sjedenja u razredu ne bi smio biti slučajan. Stavljanjem učenika na određena mjesta može se utjecati na grupnu koheziju, učinkovitost nastave, pažnju i sl. Prilikom ulaska u razred možemo postaviti pitanje: tko je osoba/student/učenik na koju želim

imati najviše utjecaja? Tko će se htjeti suprotstavljati i svadati? Ako nema vođe, tko bi htio preuzeti kontrolu u grupi? Odgovorima na ova pitanja stječe se prednost te se onemogućava da drugi upravljaju grupom/razredom.

Muško ženske razlike u proksemičkom ponašanju: Žene stoje bliže ženama i više se dodiruju od muškaraca Razlozi ulaska u intimnu zonu: seksualno prilaženje ili napadanje. Zlatno pravilo želite li da se u vašoj blizini drugi osjećaju dobro „ne prilaziti preblizu“.

Primjer: vožnja liftom/tramvajem/podzemnom...

...ima neizbježne upade u intimnu zonu drugih, a takvo ponašanje zapravo je „maskiranje“ tj. skrivanje osjećaja navlačenjem maske neutralnosti, bezizražajnosti:

- ne razgovaraj ni sa kime, čak ni s poznatim
- izbjegavaj kontakt očima
- stavi pokeraško lice
- zadubi se u čitanje
- što veća gužva čini manje pokreta
- gledaj kako se mijenjaju brojevi katova/stanica

Šutnja kao komunikacija

Šutnja je dio neverbalne komunikacije. Šutnja u komunikaciji može biti nametnuta različitim setingom (primjerice u knjižnici, crkvi, na sprovodu, prilikom pjevanja nacionalne himne ili slušanja glazbe na koncertima). Unatoč tomu, šutnja može značiti sve. Budući da je potaknuta i izgovorenim i neizgovorenim riječima, ona služi za evaluaciju odnosa, pokazivanje (ne)naklonosti, napadanje, naglašavanje, otkrivanje ili skrivanje nečega, pokazivanje ozbiljnosti, mentalne uključenosti i sl. Šutnja nije odsustvo komunikacije. Stručnjaci su utvrdili da prvih 30 sekundi šutnje u konstruktivnom dijalogu – ne smatra se neugodnom. Šutnja se uglavnom u našoj, zapadnoj kulturi smatra neugodnom u komunikaciji. Šutnja može značiti i da se sugovornika cijeni, razmišlja o njemu i postupno stvara sud. Netko je rekao da čovjeku trebaju prve tri godine da bi naučio govoriti, a cijeli preostali život da bi naučio šutjeti (i slušati).

Iz školske i kliničke prakse šutnja je uvijek iznimno snažno komunikacijsko sredstvo: primjerice, teže je kontrolirati izražavanje emocija na razini neverbalnog (nego na razini govora). Prejake emocije često smanjuju ili privremeno zaustavljaju mogućnost govora, a prisustvo neverbalnog uvijek je uočljivo. Općenito se u radu s grupama očituje veliko bogatstvo neverbalne komunikacije, a jedna od njih je i šutnja. Šutnja ima uvijek slojevita značenja u interpersonalnim relacijama.

Primjerice šutnja je više izražena u početku, u početnoj grupnoj fazi. Šutnja najčešće izaziva anksioznost, ali je i stanovit pokretač u grupama. Ljudi se obično boje šutnje, uporno je nastoje izbjeći i cijene one koji najuspješnije ispunjavaju takve praznine govorom. Šutnja je često agresivna te znači ili otpor ili napad (prema edukatoru ili prema članu grupe), zatim može pokazivati ekshibicionističku ili narcističku crtu onoga tko šuti...

Neke smiruje i daje im uvid. Šutnja katkada i čuva pojedinca ili grupu.

Alati komuniciranja

- aktivno slušanje
- ja poruke
- metakomunikacija
- asertivnost

Aktivno slušanje

Slušanje je moćno komunikacijsko sredstvo, koje nam omogućuje da shvatimo što nam je osoba rekla, pokažemo razumijevanje, potaknemo osobu da kaže još više, smanjimo intenzitet emocija osobe s kojom razgovaramo, odgovorimo na ono što smo čuli i izgradimo odnos povjerenja.

Slušanje je usmjeravanje pažnje, zapamćivanje i interpretiranje. Čuti se mogu najrazličitije stvari, a da ih i ne razumijemo. Aktivno slušanje je uživljanje u osobu koja govori, razumijevanje s njezine točke gledišta. Aktivno slušanje uključuje razne aspekte: pokazivanje interesa, praćenje govora tijela, kimanje glavom, kontakt s očima, ne prekidanje, postavljanje pitanja i parafraziranje. Aktivno slušanje ne uključuje selektivno slušanje, kritiziranje, uvježbavanje odgovora unaprijed, prekidanje i iznošenje svog stajališta i uporabu ometajućih pokreta.

Kada slušati?

Slušanje je važan, ali ipak samo jedan aspekt komunikacije. Stoga je prikladno kada: imamo vremena, imamo sluha za osjećaje drugih, želimo biti sigurni da je komunikacija jasna, želimo da nam sugovornik nešto precizira, pojasni. U aktivnom slušanju najbolje je postavljati tzv. otvorena pitanja. U komunikaciji postoji pet vrsta pitanja:

1. Otvorena ("W" pitanja – Where, Why, What, služe za informacije)
2. Zatvorena (Da-Ne, konkretan odgovor, služe za konkretne odluke)
3. Sugestivna (služe da osoba odgovori, za sugeriranje)

4. Alternativna (manipulativna su, rabe se u menadžmentu, posebice u prodaji: “Kredit za auto na 24 ili 36 mjeseci?”)
5. Zaključna (služe za zatvaranje komunikacije, razgovora...)

Metakomunikacija

...je izraz koji označava da sa sugovornikom razgovaramo o načinu na koji međusobno razgovaramo. Jedna je od metoda za stvaranje i oblikovanje dobrog odnosa u razgovoru. Smisao metakomunikacije jest da vrati razgovor na tzv. predmetnu razinu i na konstruktivni dijalog.

Primjeri meta poruka:

“Ovaj ton među nama postaje sve oštiji”

“Smeta me što studenti rabe ružne riječi na predavanju”

“Rječnik kojeg koristimo, prijatelju, nije na našoj razini”

“Mislim da bismo više trebali poštivati bonton”

U svakodnevnom je životu metakomunikacija često izvor nerazumijevanja i dvojbi. (empatijski primljena poruka često je u suprotnosti s njenim logičkim tumačenjem) Svaka metakomunikacijska poruka ima sadržajni (predmet razgovora) i odnosni (očekivanja, stajališta prema sugovorniku) aspekt. Jedna obavijest sadrži istodobno nekoliko poruka. To čini proces komunikacije složenim, podložnim greškama, uzbudljivim, zanimljivim...

4 su aspekta metakomunikacijske poruke:

- Sadržaj (informacija o nečemu, predmetna razina komuniciranja)
- Što izjavljujem o sebi (odnosna razina komuniciranja)
- Što mislim o tebi (odnosna razina komuniciranja)
- Apel (na što te želim potaknuti, poruka se šalje s idejom poziva na akciju, odnosna razina komuniciranja)

Na uporabu metakomunikacije utječe osobnost (i to ponajprije osobine poput fleksibilnosti, empatije, sposobnosti zamjećivanja, zainteresiranosti, komunikativnosti (ekstraverzije), a manje stručnost, znanje, profesionalni status/funkcija. Metakomunikacija je nadgradnja komunikacije.

Ja poruke

- jasno iznosim svoja stajališta,
- zastupam samo sebe (govorim u prvom licu jednine)
- ne napadam druge Ti-porukama,
- opisujem, pa ocjenjujem
- predlažem rješenja

Asertivnost

Asertivnost je vještina koja omogućava da se izborimo za svoja prava, uzimajući u obzir naše osjećaje i ne narušavajući pritom prava sugovornika. To je aktivno zauzimanje za sebe (ne pasivno, ne agresivno, ne pasivno-agresivno) i veoma snažan komunikacijski alat. Asertivno se ponašati znači jasno izraziti ono što osjećaš ili želiš, primjerice ponašanje koje te smeta i objasniti razloge zbog kojega te to smeta (izraziti vlastito mišljenje, osjećaje, posljedice takvog ponašanja i sl.)

Primjeri neasertivnog ponašanja:

- Kupili ste gomilu bespotrebnih stvari jer prodavaču niste mogli reći ne
- U trgovini vam vraćaju manje novca no vi se ne tužite
- Susjedov mali anđeo razbio vam je već dva prozora a vi ništa
- Prijatelj vam je duže dužan veću svotu novca i vi ne reagirate

- Šef vam daje posla za dvojicu i vi prihvaćate ...

Poznati britanski psiholog Eysenck neasertivne je osobe nazvao „presocijaliziranima“. To su najčešće:

- tjeskobni, depresivni, introvertirani ljudi
- vode računa o normama, zakonima, pravima drugih...
- sramežljivi, bojažljivi, oprezni
- s manjkom samopouzdanja
- sve što druga osoba misli je u redu, ono što mi mislimo nije važno
- tako dajemo poruku drugoj osobi kako nije važno voditi računa o našim osjećajima
- izbjegavamo konflikt bez obzira na cijenu, unutra bjesnimo, na van se to ne vidi.

Mnogi, dobro prilagođeni ljudi imaju taj problem: teško im je zatražiti uslugu od prijatelja, poznanici im ne vraćaju knjige, novac i stvari, u restoranu jedeš jelo koje nisi naručio, satima tražiš ulicu umjesto da pitaš prolaznika... Neasertivni se ljudi rijetko zauzimaju za svoje potrebe kao važnom načinu razvijanja samopoštovanja i razmišljaju na ovaj način:

- nije dovoljno važno ono što imam reći
- druge to ne zanima
- bolje se ljudima ne zamjerati
- izblamirat ću se...

Koje su posljedice neasertivnosti?

Šteta emocionalne prirode: nisam zadovoljna sobom, mrzim se, znam što trebam ali ne mogu to učiniti,

Fiziološke štete: potiskivanje ljutnje, straha, bijesa može dovesti do psihosomatskih tegoba i bolesti (glavobolje, čir, visoki krvni tlak, kožni osipi)

Socijalne štete: ljudi vas žale, kasnije ih nervirate i idete im na živce s beskičmenjaškim stavom, prijatelji uviđaju da niste iskreni jer nikad ne kažete kako se osjećate, što

mislite...

U pozadini neasertivnosti stoji strah od odbacivanja (Miljković i Rijavec, 1996).

Kako povećati vlastitu asertivnost? To se ne može od danas do sutra. Neasertivno smo ponašanje učili godinama i ne može ga se promijeniti preko noći. Asertivnost se uči veoma polako, malim koracima. Nije bit da pobijedimo, nego da sebi damo priliku: primjerice ponašam se asertivno ali ipak izgubim (trgovkinja mi ne vrati novac)...

Da bismo se ponašali asertivno moramo biti spremni na promjene, prihvaćati rizik u komuniciranju i razvijati određene vještine (fleksibilnost, otvorenost, pokazivanje istinske zainteresiranosti za drugoga).

Konfliktna komunikacija

Mnogim je ljudima poznato bolno iskustvo da u komunikaciji nešto može poći po zlu. Suočavanje s konfliktima ne mora uvijek značiti da će biti opasno i destruktivno. Iako imamo za to različite strategije i obrasce poželjno je da konflikti ipak postoje, jer ako se zauzme stajalište da je bolje bez njih onda nema ni pravog kontakta s drugim, nema odnosa. Konflikti nisu nedostatak nego stvarnost koju bi trebalo prihvatiti. Konflikt može dovesti do rasta ali i do stagnacije i loma.

Model komunikacijskog kvadrata autora Schulza von Thuna (1981) sadrži četiri aspekta metakomunikacije. Sva četiri su jednako značajna za onoga koji govori i onoga koji sluša. Komunikacija je uvijek četverostruko zbivanje, budući da su sva četiri aspekta istodobno u igri.

Predmetna razina: informiramo se o sadržaju, razumijevamo ga, argumentiramo, procjenjujemo odluke.

Razina samoočitovanja: sadržava sve što govornik obznanjuje o sebi, svojoj osobnosti i aktualnom stanju. Samoočitovanje može biti različito naglašeno, otvoreno i svjesno.

Odnosna razina: sadržava sve što govornik misli o svom sugovorniku i kakvo mišljenje ima o njihovom odnosu, a za to često imamo posebno osjetljivo uho jer osjećamo da govornik time pristupa meni sugovorniku kao osobi.

Apelativna razina: obuhvaća pošiljateljevu namjeru djelovanja. Budući da se ništa ne govori „samo tako“, sve obavijesti imaju svoju svrhu ili stvarni učinak utjecati na mišljenje, osjećaje i djelovanje drugog. Apelativna strana može biti izgovorena na izričit jasan način, otvoreno zahtijevajući, a može biti skrivena između redaka, pa govornik na svog sugovornika djeluje neizravno. Iako je u poslovnom svijetu češće izravnije govorenje, ipak se duševna kvaliteta međuljudske interakcije ponajprije određuje neizgovorenim porukama.

Primjerice rečenica: „Skori je kraj!“ neće značiti isto ako je izgovori liječnik terminalnom bolesniku, ili ako je izgovori nastavnik potkraj školskog sata. Dakle, u komunikacijski kvadrat treba još utkati i – prostor očekivanja.

Očekivanje – definira situacija i konvencije. Ljudi koji se ponašaju drugačije od konvencija možemo doživljavati netaktičnima, neumjesnima, agresivnima. Isto tako rečene poruke treba uvijek shvaćati kroz kontekst (situaciju).

Sugovornik – slušatelj mora imati 4 uha da bi čuo metakomunikacijsku poruku na svim

razinama. To je tzv. četverouhi primatelj poruke:

- mora imati uho za predmet (sadržaj): mora razumjeti predmet razgovora
- mora imati uho za samoočitovanje (mora se upitati Kakav je to čovjek koji mi to govori? Što je s njim? Slušatelj radi osobnu dijagnostiku govornika)
- mora imati uho za odnos (Kako se ja osjećam zbog takvog postupka? Ovdje dolazi do izražaja slušateljeva osobna pogođenost)
- Uho za apel (Što trebam misliti, osjećati, učiniti ili propustiti učiniti? Ovdje sazrijeva pritisak apela)

Idealno stanje je da se sugovornik na jednak način pozabavi svim aspektima poruke, no u stvarnosti to često nije tako, tj. podliježemo jednostranim navikama primanja poruka ovisno o iskustvu, trenutačnom raspoloženju, procjeni situacije i sl. S obzirom na to da primatelj-sugovornik uključuje samo jedno primateljsko uho, razgovor može poprimiti različit tijek.

1. Ako je sugovornik osjetljiv na kritiku onda je otvorio uho za odnos, pa će se pitati primjerice sljedeće: što nepravredno i nezainteresirano ponašanje profesorice kazuje o njezinom odnosu prema meni. Sluša li tko takvim uhom, osjeća se izravno poodenim.

2. Ako je sugovornik osjetljiv na samoočitovanje, onda će otvoriti taj kanal (uho za samoočitovanje). Postavit će sebi pitanje: kakva je profesorica, što se s njom zbiva? , a na van će profesorici odvratiti: „Je li moguće da ste iznervirani sa mnom, jeste li pod stresom ili ljuti? Je li to točno?“ ili „Vi ste očigledno pod stresom i za ovaj problem nemate vremena“

Možda bi na to profesorica odgovorila „Da, stvarno. Danas svi nešto traže od mene. I onda mi još vi dolazite sa svojim zahtjevima.“

3. Iduće uho je uho za apel. Primatelj iščitava poziv koji smatra upućen njemu te osjeća pritisak pod koji je stavljen. Neki su primatelji spremni odmah „skočiti na apel“ jer žele svima ugoditi. Pritom zaboravljaju na svoje potrebe i u tome izgaraju.

U nekim je situacijama (posebice u poslovnoj komunikaciji) dobro i poželjno odbaciti (barem na neko vrijeme) slušanje uhom za odnosne razine metakomuniciranja. Točnije, katkad je dobro odbaciti svoju osobnu pogođenost i povrijeđene osjećaje te se orijentirati na predmetnu razinu razgovora. Ali, kad je komunikacija ispunjenija s emocijama, sugovornici se trebaju susresti s time. Kad se pojave komunikacijske teškoće ovaj model komuniciranja sa 4 strane kvadrata dobro razotkriva smetnje i konflikte.

Kako se pripremiti na konfliktan razgovor?

Za sve važne razgovore treba se psihološki pripremiti. Pritom je bitno razgovarati na način da se u pravom trenutku kaže prava stvar, a ta sposobnost počiva na našoj unutarnjoj jasnoći. Do unutarnje jasnoće dolazi se na sljedeći način:

- razjasniti sebi povod razgovora (odgovoriti sebi na ova pitanja: kome je potreban (ponovni) razgovor? Je li baš neophodan? Želim li ga voditi i zašto ili moram li ga voditi? Tko je pravi sugovornik (jer onaj koji ometa ne mora biti ujedno i onaj s kojim trebam razriješiti konflikt)

- samorazjašnjenje tema (o kojim temama želim govoriti? Kojim redoslijedom? Koje je moje STVARNO stajalište i koje uvjerljive argumente za to imam? Što od toga sve znači meni? Kako se ja u tome osjećam? Kako gledam na svog sugovornika? Kakav je naš odnos? Što mu najviše zamjeram? Pružam li mu mogućnost da se dogovorimo? Mogu li se zainteresirati za njegovo stajalište? Koliko daleko moram ići da bih mirno razriješio sukob?...)

- poistovjećivanje sa sugovornikom (iako svaki razgovor ima dvije različite perspektive, ta različitost ipak nalaže promjenu naše perspektive i prilagodbu; moramo se zapitati kako će sugovornik gledati na konflikt i što će njemu biti važno? Što on želi od mene, sadržajno i ljudski?; Ako nije moguće poistovjećivanje, možda je riječ o našoj projekciji kao nezrelom mehanizmu obrane (odbijam svog sugovornika jer radi sve ono što sam sebi ne dopuštam)

- prelaženje razgovora u mislima (na koje teškoće nailazim? Kako primjereno reagirati? Koje reakcije mogu očekivati od sugovornika?)

- razjasniti i organizirati seting razgovora (koji trenutak je prikladan za razgovor? Koliko je potrebno vremena izdvojiti? U kojem prostoru treba održati razgovor? Mogu li

isključiti ometače? – Što je odnos krhkiji, to je potrebno više vremena i sigurniji seting.

- razmisliti o pozivu na razgovor (hoću li pozvati na razgovor ili spontano početi? Ovo prvo je poštenije jer daje sugovorniku jasan uvid u ono o čemu će se razgovarati. Sugovorniku je pritom potrebno također vrijeme za psihološku pripremu).

Za vođenje tzv. kritičkog/konfliktnog razgovora potrebno je razjasniti sljedeća pitanja:

- u čemu je bit moje kritike
- što me posebno ljuti u načinu sugovornikovog rada
- koje su posljedice toga

Pritom bi se kritika trebala usmjeriti na ponašanje, a manje na osobine. Također, bitno je odgovoriti i na ova pitanja:

- Do čega mi je stalo u budućnosti?
- Kako ja mogu tome pridonijeti tj. kakvu pomoć mogu ponuditi

Nakon razgovora dobro bi bilo upitati se:

- jesam li uspjela reći svoje želje i ako nisam zašto ne
- je li moj sugovornik to jasno shvatio
- jesu li mi postale jasne poruke i odgovori (apeli) sugovornika
- jesam li zadovoljna rezultatom razgovora
- stojim li iza zaključenog
- postoji li još nešto što bi se trebalo naknadno razjasniti

Smisao rješavanja konflikata je da se postojeće razlike prihvate, pojasne i konstruktivno obrade, da se razvije diferenciranost (ovo sam ja, a ovo si ti), da se razlike među ljudima počnu uvažavati više i da se omogući daljnji razvoj. Otvoreno spominjanje sukoba u većini slučajeva je najbolja intervencija da se iznova omogući dobar kontakt i otvorena komunikacija.

U cijeloj priči o konfliktima važno bi bilo biti introspektivan i prisjetiti se i vlastite povijesti konflikata (budući da smo o ponašanju u konfliktima naučili od naših identifikacijskih figura u djetinjstvu i adolescenciji).

U tom smislu sebi trebamo postaviti još ova pitanja:

- kako su se u mojoj obitelji rješavali sukobi
- tko je govorio a tko je uvijek šutio
- tko je bio dominantan i moćan
- kako su se moji ukućani odnosili prema mojoj vlastitoj volji, tj. kako su te osobe reagirale ako nisam učinila onako kako su drugi zamislili
- kako sam se ponašala prema drugom spolu a kako prema istom
- kakva sam sukobna iskustva stekla u školi s prijateljima i nastavnicima.

Još nešto o stresu i sukobima

Sukob od lat. *confligere* – znači udariti o što, udariti jedno o drugo, boriti se. Sukob, spor, borba, rat, oružani sudar. Sukob – naša riječ, možda su-kob (zajednička kob ili sudbina).

Što je teško u sukobima: osjećamo se napadnutima, opterećuje nas emocionalno stanje sugovornika, osjećamo se poniženima, omalovaženima, iznenađeni smo situacijom koju nismo očekivali.

Stres (engl. *stress*-napor, pritisak) – stanje/osjećaj, složen proces interakcije osobe i stresnih (rizičnih) životnih događaja. Fiziološki (reakcija organizma na štetne utjecaje), sociološki (reakcija društva izloženog djelovanju stresora) i psihološki stresovi. Nastaje kada osoba procijeni, smatra da (iritirajući, frustrirajući) životni zahtjevi premašuju njezine sposobnosti i mogućnosti. ...jedna od važnijih interdisciplinarnih tema teorija i istraživanja: zdravstvo, gospodarstvo, političke znanosti, poslovanje, odgoj i obrazovanje.

Termin stres – prisvaja niz pojmova poput anksioznosti, sukoba, frustracija, traume, nesreće, emoc. poremećaja i sl. Naziv u značenju patnje/muke u uporabi još u 14.st. Suvremena istraživanja stresa potaknuta su događajima iz Drugog svjetskog rata i Korejskog rata. God. 1966. izlazi prva znanstvena knjiga o procesima suočavanja sa stresom psihologa Richarda Lazarusa. Smatrao je da čovjek nije obolio zbog vanjskog djelovanja nepovoljnih okolnosti, nego i zbog osjetljivosti svog organizma. Tu koncepciju razumijevanja stresa nazvao je koncepcijom tzv. psihološkog stresa. Prema

Lazarusu u stresu prepoznajemo 3 faze: faza alarma (mobilizacija obrambenih snaga u organizmu, lučenje adrenalina, 3F: “fight – flight - freeze”), faza djelovanja (faza rezistencije/otpora, ulaže se velika energija, borimo se protiv stresora) i faza odmora (vrijeme nakon sukoba, iscrpljenost) (Lazarus i Folkman, 2004).

Tri glavna elementa Lazarusove teorije stresa su: 1. Stresor – objektivan događaj/podražaj koji uzrokuje stres: npr. ugrožavanje nečije osobnosti, imovine, položaja...). Različite su klasifikacije stresora: kratkotrajni/dugotrajni, slabi/umjereni/jaki, fiziološki/sociološki/psihološki) 2. Stres – unutarnje emocionalno stanje osobe, ponašanje i misli (*Eustres*-pozitivan stres; *Distres*-negativan stres) i 3. Individualna procjena/prosudba – tumačenje događaja na način je li situacija opasna/stresna ili ne?, To se smatra najvažnijim za doživljaj stresa (1. nebitno, 2. neopasno, čak i pozitivno, 3. stresno, ugrožavajuće). Što je prilagodba nekom konfliktnom događaju veća – čovjek je više podložan stresu. Znanstvenici su ustanovili da postoji pozitivna korelacija između značajnih stresnih događaja u životu i individualne procjene stresa. Ključ uspješnog suživota sa stresom je redovita uporaba sljedećih strategija: fizička aktivnost (aerobne vježbe, vježbe istezanja, trčanje, hodanje, plivanje, bicikl), pisanje, razgovor o osjećajima, smijeh, plač, sudjelovanje u aktivnostima (hobiji, kućni ljubimci i sl.)

U konceptualizaciji psihološkog stresa puno se upotrebljavao pojam vulnerabilnosti (ranjivosti). Ranjivost označava čovjekove tjelesne i psihičke resurse kojima udovoljava zahtjevima te kojima se uspijeva prilagoditi. Psihološku ranjivost ne određuje samo nedostatak svih tih resursa, nego se vulnerabilnost gleda i u međuigri motiva, potreba i interesa kao i svih drugih važnih vrijednosti osobe. Ranjivost se može promatrati i kao potencijalna opasnost koja se pretvara u aktivnu prijetnju kad je u datom trenutku osobi ugroženo nešto vitalno važno. Što je osoba predanija (motiviranija) za nešto, više je ranjiva na psihološki stres. Istodobno, osoba može biti zbog toga i bolje pripremljena da se nosi s preprekama i da se tako uspješnije obrani od stresa (Lazarus i Folkman, 2004).

Najčešći uzroci teških razgovora:

- *Doublebind* poruke
- Selektivno slušanje
- Predrasude/stereotipi prema sugovorniku
- Različiti ciljevi i želje u razgovoru
- Škakljive i teške teme (ocjene, procjena uspješnosti, procjena radne učinkovitosti,

reklamacije i sl.)

- Emocije i osobine ličnosti među sugovornicima
- Odgovornost onog koji govori (slaba retorička vještina, neprilagođenost govorne poruke publici, kompliciran rječnik, duge rečenice, nejasno formulirana poruka u glavi
- Odgovornost onog koji sluša (umor, zaboravljanje, dekoncentracija, nesposobnost aktivnog slušanja, odnos prema sugovorniku

Glavne tehnike za postupanje u konfliktima:

- emocije su ok, ali trebaju vremena, ne smiju utjecati na rješenje komunikacije,
- napade na sebe najbolje je slušati sa uhom za određivanje stanja govornika,
- aktivno slušanje – usporava, smanjuje konflikt, otvorena pitanja – otkrivaju motive konflikta,
- ja-poruke – izražavanje svog mišljenja bez vrijeđanja drugih,
- metakomunikacija – usmjeravanje razgovora,
- uporaba povratne veze – tražiti što prije (zamoliti za sažetak)
- u kritiziranju ostati stručan, a najbolje je rabiti strategiju tzv. sendviča: (toplo/hladno/toplo) Primjer: Toplo: Ti si odgovorno dijete, dobro učiš... Hladno: ...ali se moraš popraviti u ponašanju i ispraviti ocjenu ...Toplo: ... drago mi je da ti to mogu reći...”

Kad se govore sugestije za promjenu (kritike) psiholozi preporučuju – najviše 2 stvari i to one koje će donijeti najviše promjena. Bilo bi dobro kritiku davati s pozicije zajedničkoga interesa a ne s pozicije moći. također važno je kritiku dati što prije, konkretno (ne generalizirati), treba biti usmjerena na radnju a ne na osobu te treba biti dana izravno (ne delegirati druge da kritiziraju). Pri primanju kritike važno je aktivno slušati, ne prekidati, gledati u oči sugovornika, ne opravdavati se, zahvaliti i zajednički potražiti rješenje.

U pohvalama također treba biti konkretan, dati je osobno, što prije, govoriti točno, iskreno i kongruentno i u tome znati uživati. Cilj: poboljšati efikasnost, komunikaciju, a ne pokazivati snagu, mišiće... Zlatno pravilo: kritika se daje u četiri oka, a pohvala –

javno!

Najčešći znaci sagorijevanja su:

- Osjećaj tjelesne i emocionalne iscrpljenosti, slabosti
- Gubitak osjećaja osobne vrijednosti
- Negativizam, pesimizam
- Cinizam, neosjetljivost na druge
- Osjećaj bespomoćnosti, beznada
- Razdražljivost, niska tolerancija na frustraciju
- Sumnjičavost i srdžba kao česte emocije u odnosu s drugima
- Rigidnost, neprilagodljivost (strogost i zahtjevnost prema kolegama)
- Povlačenje u socijalnim odnosima/Učestaliji agresivni ispadi
- Izostajanje s posla, pobolijevanje
- Gubitak seksualnog interesa
- Tjelesni simptomi: glavobolje, križbolje, alergije, poremećaji spavanja, tjelesne težine, probavne smetnje, smetnje disanja...

Svađa (rasprava) ne stvara distancu, već u mnogim slučajevima omogućuje bliskost. Tijekom svađe vidljivim postaju osjetljive strane neke osobe, njena povezanost sa situacijom i sl. U svađi padaju sve maske i postajemo otvoreniji. Odnos između dviju osoba može se produbiti zahvaljujući takvoj otvorenosti. Međusobno povjerenje i poštivanje mogu porasti. Ipak, za ostvarivanje svega ovog potrebno je naučiti kako se na konstruktivan način svađa (raspravlja) (Benien, 2006).

1. Odmah imenovati problem

Ne treba čekati dugo kada se počnu nakupljati loši osjećaji. Ako je to moguće, problem treba imenovati odmah nakon njegova nastanka ili kratko nakon toga - kada se za to ukaže prilika.

2. Govoriti u ja-formi i aktivno slušati

Što više govorim o svojim osjećajima i shvaćanju određenog konflikta, to će me moj

suparnik moći bolje upoznati i razumjeti. Tijekom rasprave postoji još jedna prednost. Ako kažem "ja" umjesto "ti", na taj način otvoreno formuliram misli i pred sobom i drugima. Dajem mogućnost svom suparniku da kaže što želi ne prekidajući ga i pozorno ga slušam. Pri tome je bitno da pazim na osjećaje, potrebe i interese koje on izražava.

3. Provesti *brainstorming* i ponuditi različite mogućnosti rješenja

Razgovor u razredu može početi s pitanjem "Tko ima neki prijedlog kako bi se ovaj problem mogao riješiti?"

Svi učenici iz razreda ili studenti sa studijske grupe mogu davati prijedloge. Prijedlozi se zapisuju bez ikakvog komentara ili procjenjivanja. Cilj ovog koraka je sakupiti što više prijedloga za rješenje konflikta.

4. Ocijeniti rješenja

"Bi li ti bio zadovoljan ovakvim rješenjem?"

Svaka od strana u konfliktu pregleda listu s ponuđenim rješenjima i kaže koje bi od rješenja za nju/njega bilo prihvatljivo.

5. Odlučiti se za najbolje rješenje

"Slažete li se oboje s ovim rješenjem? Je li problem time riješen?"

Potrebno je utvrditi slažu li se obje strane s ponuđenim rješenjem i priznaju li takvo rješenje konflikta.

6. Ispitati funkcionira li rješenje

"Hajde da se dogovorimo da u skoroj budućnosti opet razgovaramo o ovom problemu, da vidimo je li zaista riješen."

Trebalo bi napraviti plan ocjenjivanja rješenja do kojeg se došlo. Procjena rješenja može se napraviti nekoliko minuta kasnije, sat, dan ili cijeli tjedan nakon razgovora - to ovisi o samom konfliktu i o starosnoj dobi sudionika u konfliktu.

Mali savjeti za upravljanje pozitivnom, asretivnom komunikacijom:

- Prijateljska mimika, geste, ton glasa
- Uljudno oslovljavanje
- Signaliziranje otvorenosti (ne izbjegavati govoriti o sebi)
- Iskrenost i poštenje u izricanju namjere
- Kod kritiziranja ostati stručan, bez omalovažavanja
- Ne iskorištavati sugovornikove slabosti
- Aktivno slušanje, postavljanje pitanja
- Formulirati ja poruke kad govorimo o vlastitim emocijama, stajalištima
- Biti otvoren za kritičan feedback od sugovornika
- Biti spreman uvidjeti vlastite pogreške ili zablude

Literatura

Benien, K. (2006). Kako voditi teške razgovore. Zagreb: Erudita.

Huth, S. A., Hatje, F. (2006). Govori za sve prilike i ukratko o govorništvu. Zagreb: Poslovni zbornik d.o.o.

Lazarus, R. S., Folkman, S. (2004). Stres, procjena i suočavanje. Jastrebarsko: Naklada Slap.

Miljković, D., Rijavec, M. (1996). Razgovori sa zrcalom – psihologija samopouzdanja. Zagreb: IEP.

Nikolić, S. (1996). Osnove obiteljske terapije – podrška mentalnom zdravlju obitelji. Zagreb: Medicinska naklada.

Pease, A., Pease, B. (2008). Velika škola govora tijela. Zagreb: Mozaik knjiga.

Varošaneć-Škarić, G. (2010). Fonetska njega glasa i izgovora. Zagreb: FF press.

