

Uzajamnost verbalne i neverbalne komunikacije - Primjer komunikacijskog stila Kolinde Grabar-Kitarović

Brkljačić, Marina

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:186:409454>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-20**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Humanities and Social Sciences - FHSSRI Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET**

Marina Brkljačić
UZAJAMNOST VERBALNE I NEVERBALNE KOMUNIKACIJE –
PRIMJER KOMUNIKACIJSKOG STILA KOLINDE GRABAR-
KITAROVIĆ
(ZAVRŠNI RAD)

Rijeka, 2019.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
FILOZOFSKI FAKULTET
Odsjek za kroatistiku

Ime i prezime studenta: Marina Brkljačić
Matični broj: 0009073628

**UZAJAMNOST VERBALNE I NEVERBALNE KOMUNIKACIJE –
PRIMJER KOMUNIKACIJSKOG STILA KOLINDE GRABAR-
KITAROVIĆ
ZAVRŠNI RAD**

Preddiplomski studij: Hrvatski jezik i književnost

Mentorica: dr. sc. Cecilija Jurčić Katunar

Rijeka, 2019.

IZJAVA

Kojom izjavljujem da sam završni rad naslova *Uzajamnost verbalne i neverbalne komunikacije – primjer komunikacijskog stila Kolinde Grabar-Kitarović* izradila pod mentorstvom dr. sc. Cecilije Jurčić Katunar.

U radu sam primijenila metodologiju znanstvenoistraživačkoga rada i koristila literaturu koja je navedena na kraju završnoga rada. Tuđe spoznaje, stavove, zaključke, teorije i zakonitosti koje sam izravno ili parafrazirajući navela u preddiplomskom radu na uobičajen način citirala sam i povezala s korištenim bibliografskim jedinicama.

Studentica

Potpis

Marina Brkljačić

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	1
2. KOMUNIKACIJA.....	2
3. VERBALNA I NEVERBALNA KOMUNIKACIJA.....	3
4.VERBALNA KOMUNIKACIJA.....	4
4.1. Prepreke u verbalnoj komunikaciji.....	4
4.1.1. Emocije.....	4
4.1.2. Obrazovanje.....	5
4.1.3. Spol.....	5
4.1.4. Kultura.....	5
4.2. Preduvjeti uspješne verbalne komunikacije.....	6
5. ASPEKTI VERBALNE KOMUNIKACIJE.....	7
6. VERBALNA KOMUNIKACIJA KAO ČIMBENIK DRUŠTVENIH ODNOSA.....	10
7.SLUŠANJE KAO ZAPOSTAVLJENI SEGMENT KOMUNIKACIJSKOG PROCESA.....	12
7.1. Aktivno slušanje.....	12
8. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA.....	14
8.1. Neverbalni znakovi.....	14
8.2. Utjecaj prostornog i društvenog okruženja na neverbalnu komunikaciju.....	21
8.2.1. Prostorne zone.....	21
9. KOMUNIKACIJA U POLITICI.....	23
9.1. Političari i mediji.....	25
10.KOLINDA GRABAR-KITAROVIĆ-PRIMJER KOMUNIKACIJSKOG STILA JAVNE OSOBE.....	28
10.1. Verbalna komunikacija.....	28

10.2. Neverbalna komunikacija.....	29
11. ZAKLJUČAK.....	31
12. POPIS LITERATURE.....	32
13. POPIS SLIKA.....	35
14. SAŽETAK.....	36
15. SUMMARY.....	37

1. UVOD

Rad se bavi temom verbalne i neverbalne komunikacije. U uvodnome dijelu pokušat će se definirati i pojasniti glavni aspekti komunikacijskog procesa, kao i uloga komunikacije u međuljudskim odnosima. Bavit ćemo se i odnosom verbalne i neverbalne komunikacije.

Središnji dio rada bavi se verbalnom komunikacijom i teškoćama koje treba prevladati u realizaciji uspješne verbalne komunikacije. Navest će se i objasniti najvažniji aspekti verbalne komunikacije i njezinu ulogu u društvu.

Slijedi definiranje neverbalne komunikacije kroz odnos osobe i prostora kao i individualne karakteristike ponašanja. Rad će prikazati različite oblike neverbalne komunikacije koji će se oprimjeravati odgovarajućim fotografijama predsjednice Kolinde Grabar-Kitarović.

Osvrnut ćemo se i na moguće zlouporabe komunikacije – laž i manipulaciju. Nastavno na to pozabavit ću se komunikacijom u politici i odnosom političara i medija. Glavna je nakana rada pokazati koliko je komunikacija važna u svakom području ljudskog života i koliko svaki pojedinac svojom osobnošću pridaje komunikaciji individualna obilježja.

2. KOMUNIKACIJA

„Komunikacija je proces emitiranja i primanja znakova koji imaju određeno značenje” (Tatković-Diković-Tatković 2016: 3). Kako će poruka biti protumačena, ovisi o slušatelju i njegovim psihofizičkim, emocionalnim, obrazovnim, spolnim i drugim određenjima. Komunikacija se u današnje vrijeme manje odvija „oči u oči” nego li medijskim putem. Takva medijska povezanost omogućuje komunikaciju na globalnoj razini tj. proširuje je (Tatković-Diković-Tatković 2016: 3-7).

U tom kontekstu komunikacija više nije samo razmjena informacija već postaje bitan čimbenik u međuljudskim odnosima, ali i čovjeka i društva. Razvoj čovjeka i njegova integracija u društvo nezamisliva je bez komunikacije jer kroz komunikaciju čovjek iznosi svoja znanja, vještine, uvjerenja, osjećaje i stavove. Međutim, sve to ne odvija se pravocrtno jer to kako će čovjek iskoristiti svoje komunikacijske vještine za život i rad ovisi o puno čimbenika kao što su: individualne karakteristike, kultura, tradicija i obrasci komunikacije (Tatković-Diković-Tatković 2016: 139-141).

Prethodno sam naglasila primarno značenje komunikacije kao razmjene informacija, ali to nije jedino zbog čega ljudi komuniciraju. Jedan od razloga zašto ljudi razgovaraju je da uspostave prijateljske odnose, da umire ili prestraše nekoga, da zabave ili nasmiju nekoga ili jednostavno da prekinu šutnju. Međutim, to ne znači da ćemo to što želimo sigurno i ostvariti jer druga osoba može pokazati zainteresiranost ili nezainteresiranost. Čak kad od druge strane dobijemo samo šutnju, komunikacija je realizirana jer to što osjećamo i mislimo možemo pokazati bez ijedne riječi (Reardon 1998: 13-14).

3. VERBALNA I NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Tatković-Diković-Tatković (2016: 16) „komunikaciju dijele prema načinu komuniciranja na verbalnu i neverbalnu komunikaciju”. Tatković-Diković-Tatković (2016: 19) navode da se verbalna i neverbalna komunikacija odvijaju paralelno jer je govor automatski praćen više-manje usklađenim neverbalnim znakovima. Koliko će se verbalna i neverbalna komunikacija uskladiti ovisi o smirenosti i samokontroli komunikatora. Činjenica je da će čovjek lakše kontrolirati riječi koje bira za komunikaciju, a teže će moći utjecati na neke neverbalne pojave poput podrhtavanja ruku (Tatković-Diković-Tatković 2016: 17).

Verbalno i neverbalno međusobno se isprepliću te jedno drugo nadopunjuju, poništavaju i zamjenjuju (Reardon 1998: 21). Verbalna se poruka nadopunjuje neverbalnom kad primjerice kupac čeka u redu za blagajnu pa uz glasno negodovanje nestrpljivo i nervozno pogledava prema blagajniku. Poništavanje verbalne poruke neverbalnom manifestira se kada netko pred pjevački nastup tvrdi da nema tremu, a kada počne pjevati glas mu drhti i mikrofona mu se trese. Primjer zamjene verbalne poruke neverbalnom je kada predložim dečku da idemo u kupnju, a on zakoluta očima.

Ukoliko su verbalna i neverbalna poruka oprečne prije ćemo povjerovati neverbalnoj jer je neverbalna poruka manje kontrolirana i jače odražava misli i osjećaje (Rijavec-Miljković 2002: 8). Vrlo često ćemo osjećaje lakše prenijeti kroz suze ili smijeh nego bilo kakvim biranim riječima. Isto tako ćemo brže spoznati što druga osoba osjeća promatrajući izraz njezina lica nego slušajući što govori (Navarro 2010: 17) .

4. VERBALNA KOMUNIKACIJA

Verbalna komunikacija je komunikacija koja se realizira riječima (Tatković-Diković-Tatković 2016: 16). Upotreba riječi omogućuje lakše prenošenje različitih ideja (Tatković-Diković-Tatković 2016: 21).

Riječima oblikujemo rečenice kojima želimo prenijeti određeni smisao. Međutim, hoće li taj smisao biti shvaćen onako kako želimo ovisi o mnogim objektivnim okolnostima (Kovpak-Kamenukin 2013: 62).

4.1. Prepreke u verbalnoj komunikaciji

Prema Tatković-Diković-Tatković (2016: 22-23) postoji puno prepreka koje onemogućuju željeni tok komunikacije, tako da ono što želimo reći ne dođe uvijek do slušatelja onako kako smo zamislili. Najčešći čimbenici koji ometaju verbalnu komunikaciju su: emocije, obrazovanje, spol i kultura.

4.1.1. Emocije

Pod prevelikim utjecajem emocija komunikatori mogu poslati ili primiti pogrešan smisao poruke. Posebno otegotna okolnost može biti snažan emocionalni pritisak primatelja jer je tad teško očekivati da će ispravno primiti smisao rečenoga. Zato se i kaže da je neke stvari bolje riješiti hladne glave tj. kada se emocije stišaju (Tatković-Diković-Tatković 2016: 23).

Emocije su naš sastavni dio tako da ih i u privatnom i u poslovnom životu valja izražavati na primjeren način. Ne treba bježati od toga da pokažemo radost ili tugu jer ljudi s kojima komuniciramo osjetit će iskrenu emociju. Na taj način ruše se komunikacijske barijere koje mogu postojati na početku komunikacije (Španjol Marković 2008: 122).

4.1.2. Obrazovanje

Stupanj obrazovanja u značajnoj mjeri određuje kvalitetu komunikacije. Što je veći stupanj obrazovanja, to je vokabular komunikatora bogatiji, a smisao njegovih rečenica kompleksniji.

Velika razlika u razini obrazovanja između sugovornika može dovesti do porasta nerazumijevanja. Visok stupanj obrazovanja ne jamči kvalitetnu komunikaciju. U svemu tome krije se zamka u koju obrazovan komunikator može upasti primjerice da suhoparno niže činjenice i statističke podatke.

4.1.3. Spol

Spol u značajnoj mjeri može utjecati na komunikaciju. U društvu kao što je naše još uvijek su snažne predrasude o našim ženskim ulogama, koje izravno ili neizravno utječu i na komunikaciju. Tradicionalno muškarce smatramo jačim spolom, a samim tim i riječi koje oni izgovaraju bilo u kući ili u javnosti imaju veću težinu od onih koje izgovori žena. S druge strane žene smatramo razgovorljivijima, više pričaju i uključuju više emocija u razgovor. Žene se smatraju boljim i emotivnijim slušačima, dok muškarci imaju manje strpljenja i češće prekidaju sugovornike (Tatković-Diković-Tatković 2016: 24).

Ako se uz sve to pojave neke druge prepreke poput razlike u stupnju obrazovanja, one će produbiti negativno djelovanje spolnog identiteta na kvalitetu komunikacije.

4.1.4. Kultura

Komunikacijske prepreke mogu se javiti i zbog razlika među kulturama. I opet veliki problem stvaraju predrasude i unaprijed stvorena mišljenja o pripadnicima drugih kultura jer o njima stvaramo najčešće loše mišljenje. Kako

bismo to promijenili - potrebno je upoznati i prihvatiti razlike među kulturama, staviti se u ulogu osobe koja dolazi iz druge kulture. Dobar primjer kulturoloških razlika su Japanci kod kojih je više naglašena pripadnost grupi nego individualizam. Odluke se donose zajednički kroz uvažavanje mišljenja svih sudionika u procesu. Upuštanje u neki konflikt osobne prirode smatra se neuspjehom (Reardon 1998: 174-176).

4.2. Preduvjeti uspješne verbalne komunikacije

Koliko će verbalna komunikacija biti uspješna ovisi o tome koliko smo sigurni u sebe. Taj odnos je proporcionalan tj. što je veće samopoštovanje komunikacija je uspješnija. Isto tako uspješna komunikacija pridonijet će poslovnom uspjehu koji će opet podići razinu samopoštovanja. Samouvjereni ljudi govore jasno, sigurno, bez nepotrebnog zastajkivanja, upotrebljavaju rečenice iz kojih se vidi da uvažavaju mišljenja i emocije drugih ljudi. Spremni su pohvaliti tuđi uspjeh, ali i podnijeti kritiku na vlastiti račun (Miljković-Rijavec 1996: 85).

Sljedeći element koji je bitan za realizaciju uspješne verbalne komunikacije je otvorenost. Čovjek koji je siguran u sebe bez zadržke će govoriti o sebi, svojim razmišljanjima, stavovima i emocijama (Tatković-Diković-Tatković 2016: 12).

Važne karike u lancu uspješne verbalne komunikacije su ljubaznost i prijaznost. Ljubazan pristup je osobito važan kod stvaranja prvog dojma. Profesionalci koji komunikaciji pristupaju s dozom ljubaznosti stvaraju pozitivno ozračje koje će pridonijeti opuštenijoj komunikaciji (Tatković-Diković-Tatković 2016: 13). I na kraju bih napomenula da svakoj komunikaciji treba pristupiti sa stajališta tolerancije i uvažavanja tuđih mišljenja koja mogu biti drugačija od naših.

5. ASPEKTI VERBALNE KOMUNIKACIJE

Tatković-Diković-Tatković (2016: 21) prema Penningtonu (2008) navode da verbalnu komunikaciju možemo proučavati kroz elemente govora tj. retorike te konverzacije.

„Verbalna se komunikacija može definirati kao stvarno izgovorene riječi” (Tatković-Diković-Tatković 2016: 21). Iz odabranih riječi koje povezujemo u rečenice oblikujemo govor. Rečenice bi trebale biti jednostavne, kratke, razumljive, bez puno stranih riječi, s jasnom porukom kako slušači ne bi izgubili koncentraciju. U rečenicama treba biti što više glagola kako bismo potaknuli živost i aktivnost kod slušača (Španjol Marković 2008: 106-107).

Jako je važno da uz pomno odabrane i oblikovane riječi i rečenice one budu dobro izgovorene uz pravilno disanje, odgovarajućim tempom i popraćene odgovarajućim emocijama. Duboko disanje je preduvjet za ovladavanje svojim glasom. Ne samo što na taj način učimo disati dijafragmom već dubokim disanjem smanjujemo i napetost. Prije nego što započnemo vježbati trbušno disanje potrebno je razgibati mišiće tijela i lica, a zatim kad usvojimo duboko disanje počinjemo vježbati glas. Vrlo je važno odrediti dobar tempo govora tako da govor ne bude ni prebrz ni prespor. Prebrz govor će rezultirati time da prebrzo izgovorimo predviđeno i ne uspijemo ostaviti značajniji dojam na slušatelje. Ako pak govorimo usporeno to može rezultirati dosadom i nezainteresiranošću slušatelja. Ali u određivanju tempa treba voditi računa i o tome da li smo prirodno skloniji bržem ili sporijem govoru jer ako sebe silimo da govorimo znatno drugačije nego nam je prirodno ugodno, to može pokvariti govor (Španjol Marković 2008: 115-120). Uz sve navedeno govor neće biti uspješan ukoliko nije popraćen odgovarajućim emocijama jer upravo emocije nose ljudsku dimenziju. Riječima dopiremo do razuma, a emocijama do srca slušača (Španjol Marković 2008: 122-123).

Da bismo govorom ostvarili željene ciljeve moramo usvojiti i usavršiti vještinu govornništva. Retorika je znanstvena disciplina koja u sebi povezuje znanja iz raznih znanosti kao što su: psihologija, jezične znanosti, komunikologija. Njezini korijeni sežu još u antičko doba kada se razvila svijest o tome koliko retorika može pridonijeti napretku u raznim područjima života. Temelji retorike postavljeni za vrijeme velikih govornika poput Cicerona nisu se bitno promijenili do danas. Uvelike se promijenila tek tehnologija kojom se odvija komunikacija. Ipak, polazište retorike i u povijesti i danas, u suvremenom i naprednom svijetu, je čovjek-govornik. Bez obzira na svu tehnologiju, koliko će netko vještinu govora dovesti do razine umjetnosti ovisi isključivo o njegovoj osobnoj pripremi i pristupu toj disciplini. Govornik mora biti smiren, znati kako pravilno disati i dobro poznavati temu o kojoj govori (Španjol Marković 2008: 13-17).

Područje u kojem su govori neizbježni je područje politike i zato je pogodna za proučavanje svih oblika retorike. U politici do izražaja dolazi element manipulacije govorom jer političar koji je vješt u razmetanju velikim riječima, emocijama, kao što je domoljublje, može lako zavesti široke mase. Pritom je posebno važno imati osjećaj za mjesto i vrijeme govora jer čak i dobar govor održan na pogrešnom mjestu i u pogrešno vrijeme neće biti uspješan. Teško se oteti dojmu da se u hrvatskoj suvremenoj politici ne ističu neki veliki govornici kakvih je bilo u starijoj generaciji političara poput Vlade Gotovca ili Savke Dabčević Kučar (Španjol Marković 2008: 37-43).

O govoru, odnosno retorici govorila sam s aspekta monologa. Međutim, kada se komunikacija odvija u interakciji dviju ili više osoba onda je to razgovor ili konverzacija. Osobe koje sudjeluju u konverzaciji u nju donose svoje osobnosti, svoje stavove, mišljenja, emocije, pa i elemente kulture iz koje potječu. O susretu tih različitosti ili sličnosti kroz razmjenu riječi ovisit će i kakav će se odnos stvoriti između sudionika komunikacije. U civiliziranom društvu

komunikacija se odvija po uvriježenim pravilima kojih ljudi mogu biti svjesni ili nesvjesni. Tako je prirodno da ćemo s osobama koje tek upoznamo razgovarati kraće i distanciranije, dok će s prijateljima konverzacija biti duža. Različito komuniciramo s profesorom, roditeljima, partnerom ili pak liječnikom - i činimo to vješto, bez mnogo razmišljanja. Komunikacijsku kompetenciju usvajamo odrastajući i socijalizirajući se u svojoj okolini (Reardon 1998: 91-93).

Prema Miljković-Rijavec (1996: 100) postoji nekoliko stupnjeva govornog stila u konverzaciji:

1. **Obiteljski ili intimni** koji stječemo u obitelji. Na taj način razgovaramo sa članovima obitelji i bliskim osobama. Ne moramo paziti na odabir riječi jer znamo da će nas shvatiti i ako upotrijebimo neki neartikulirani glas (Miljković-Rijavec 1996: 100).

2. **Konverzacijski** koji zapravo ovisi o situaciji u kojoj se nađemo. Taj stil se razvija kroz iskustvo i kontakte sa različitim osobama. U ovom slučaju intuicija i kućni odgoj mogu odigrati značajnu ulogu u odvijanju konverzacije (Reardon 1998: 91) .

3. **Diskusijski i formalni stil**. Diskusijski stil podrazumijeva artikuliranu i argumentiranu raspravu. Primjer diskusijskog stila je predsjednička kampanja u kojoj su se sučeljavali tadašnji predsjednik Ivo Josipović i aktualna predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović. Svatko od njih iznosio je svoje argumente zbog kojih bi trebali biti predsjednici Hrvatske. Pritom je zbog razilaženja u mišljenju dolazilo do diskusija u kojima su oni iznosili činjenice da bi potkrijepili svoj stav. Treba reći da su ponekad te diskusije narušavale pravila pristojnosti jer su sudionici često prekidali jedni druge i koristili „niske udarce”. Formalni stil odnosi se na neki oblik političkog govora, zdravice ili slično - koji ne uključuju sugovornika (Miljković-Rijavec 1996: 100).

6. VERBALNA KOMUNIKACIJA KAO ČIMBENIK DRUŠTVENIH ODNOSA

Od malih nogu nas uče (roditelji, bake, djedovi) socijalizaciji. Često se kao razlog polaska djeteta u dječji vrtić navodi upravo socijalizacija koja podrazumijeva da se dijete nauči ponašati u društvu druge djece. Dijete kroz komunikacijske odnose sa vršnjacima i odgajateljima uči kako se ponašati i razgovarati te prepoznavati situacije u kojima njegova komunikacija izaziva odobravanje ili kritiku. Naravno, važnu ulogu u izgradnji socijalnih odnosa odigrat će obitelj i kućni odgoj, te narav i stupanj prilagodljivosti djeteta. Ovakav oblik učenja komunikacijskih obrazaca nastavljat će se i kasnije kroz privatni i poslovni život.

Thomas Erikson (2018: 25) u tom smislu razlikuje četiri modela ponašanja označujući ih slikovito četirima različitim bojama crvenom, žutom, zelenom i plavom.

Crveni tip ponašanja karakterizira brzina, odlučnost, energičnost, upornost, dominantnost... To su osobe koje su sklone naređivanju i često se nađu na visokim pozicijama poput predsjedničkih (Erikson 2018: 26-29).

Žuti tipovi su veseli, sigurni, optimistični, imaju široki krug poznanika i prijatelja i život shvaćaju pomalo bajkovito. Ali kroz zaigranost i smijeh oni znaju kako postići svoje ciljeve (Erikson 2018: 41-45).

Zeleni tipovi su empatični, druželjubivi, razumni, pažljivi, drže do svoje riječi i omiljeni su u obitelji ili poslovnom okruženju. Dobro se snalaze u zanimanjima koja uključuju rad s ljudima, pogotovo onima koja uključuju slušanje ili pružanje neke vrste pomoći, potpore - primjerice psiholozi (Erikson 2018: 53).

Plavi tipovi skloni su pesimizmu, pedantni (ponekad i sitničavi), vole da se sve odvija po nekom redu. Naizgled pozitivne osobine - često nisu dobro

prihvaćene u društvenim okruženjima, štoviše takve osobe znaju biti iritantne za okolinu (Erikson 2018: 61-63).

Navedenu podjelu ne treba shvatiti doslovno jer vrlo je mali broj ljudi sklon samo jednom tipu ponašanja. Naglašenije nas obilježava jedan od komunikacijskih tipova, ali u različitim okolnostima dakako mogu se pojaviti ponašanja karakteristična za druge tipove. Bilo bi pogrešno i ignorirati specifičnosti svakog karaktera i osobnosti jer da bismo ostvarivali dobru komunikaciju moramo poznavati i sebe i druge (Erikson 2018: 198-202).

7. SLUŠANJE KAO ZAPOSTAVLJENI SEGMENT KOMUNIKACIJSKOG PROCESA

U suvremenom društvu često čujemo kako ljudi nemaju vremena jedni za druge i kako nitko nikog ne razumije. Obično to opravdavamo manjkom vremena i kontinuiranim stresom. Kad sretnemo prijatelja ili susjeda dogodi se da razmišljamo što sljedeće moramo obaviti od obaveza dok nam on nešto govori i onda shvatimo da nismo uopće čuli što nam je rekao. To se ne događa samo zbog nedostatka vremena već vjerojatno zbog toga što nismo naučili slušati. Svi nas uče kako da govorimo dok je slušanje zanemarena vještina bez koje nema kvalitetne komunikacije. Razvoj tehnologije još je i dodatno pogoršao stanje. Često na kavi s prijateljima provodimo vrijeme gledajući u ekrane mobilnih telefona. I zapitala sam se koliko dobro i sama znam dobro slušati jer čak i kad nam je zanimljivo ono što druga osoba govori dosta vremena provodimo razmišljajući što mi imamo reći. U tom trenutku mi šutimo ali to ne znači da zaista čujemo bit onoga što nam druga strana govori (Miljković-Rijavec 1996: 86-88).

7.1. Aktivno slušanje

Aktivno slušanje znači da smo odlučili posvetiti svoju punu pozornost i vrijeme sadržaju koji nam sugovornik iznosi. Pažnja kojom ćemo mi pratiti taj sadržaj daje našem sugovorniku do znanja koliko nam je on važan (Kovpak-Kamenukin 2013: 104).

Prema Kovpak-Kamenukin (2013: 105) „postoje četiri vrste aktivnih reakcija u komunikaciji”:

1. Propitivanje - prateći što nam sugovornik govori postavljamo potpitanja kojima dobivamo više informacija potrebnih da razumijemo sadržaj do najmanjih pojedinosti.

2. Preformuliranje sadržaja - pokušavamo svojim riječima oblikovati sadržaj koji smo čuli kako bismo i sebe i sugovornika uvjerali da smo dobro razumjeli rečeno. Pritom i naš sugovornik može otkriti neku novu dimenziju iznesenoga. Bitno je da on osjeti da se trudimo shvatiti njegove riječi i emocije.

3. Odražavanje osjećaja - znači da pratimo ne samo sadržaj nego i način na koji nam sugovornik govori kao i osjećaje koji se pritom javljaju. Ako primijetimo da zamuckuje ili mu se pojave suze u očima nećemo to ignorirati nego ćemo ga potaknuti da nam kaže što izaziva takve reakcije. Govoreći o tome on će možda i sam proniknuti u neke svoje još neosvijestene emocije.

4. Rezimiranje - na samom kraju razgovora još jednom sa sugovornikom prolazimo osnovne ideje razgovora osobito ako se razgovaralo o različitim sadržajima.

Kad usvojimo vještinu aktivnog slušanja shvatimo da time činimo dobro ne samo sugovorniku nego i sebi. Slušajući o njegovim problemima shvatimo da smo zaboravili na svoje (Kovpak-Kamenukin 2013: 105-106).

Bit je u tome da slušamo bez osuđivanja i suosjećajući pustimo sugovornika da na neki način samo govoreći zapravo sam sebi pomogne. Na sličan način rade psiholozi koji najčešće jednostavno puste pacijenta da govori o onome što ga brine (Schulz von Thun 2001: 50).

8. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Neverbalna komunikacija je komunikacija za čiju realizaciju nisu potrebne riječi već govor tijela u najširem njegovom značenju. Uključuje grimase, mimiku, osmijeh ili izostanak osmijeha, gestikuliranje, način držanja ruku tj. držimo li ruke prekrížene ili raširene, tikove, pogled, kolutanje očima, visinu glasa... Neverbalna komunikacija uspostavlja se i percepcijom fizičkog izgleda počevši od šminke, frizure, odjeće, modnih dodataka kao i neke specifičnosti poput tetovaže ili piercinga (Navarro 2010: 17).

8.1. Neverbalni znakovi

Lice

Postoje ljudi za koje kažemo da imaju „kamen“ lice jer iz njihova izraza lica ne možemo vidjeti ni što misle ni što osjećaju. Ali oni su rijetki. Postoje i ljudi koji imaju lažna lica, čak i više njih, i za njih nam je teško tvrditi koje je njihovo pravo lice, što misle, što osjećaju. Srećom, većina nas ima lica na kojima se ogledaju naše misli, naši osjećaji i naša raspoloženja (Knapp-Hall 2010: 338).

Društveni kodeksi i pravila pristojnosti sve nas prisiljavaju da ne pokazujemo uvijek ono što zapravo osjećamo npr. ne bi bilo pristojno da se ne nasmiješimo kad otvorimo poklon za Božić koji nam se ne sviđa jer bismo time povrijedili osobu koja nam ga je poklonila. Ali problem je kad ljudi svojim lažnim licem zavaravaju i iskorištavaju druge ljude (Navarro 2010: 154).

Pogled

Ono što prvo ugledamo na nečijem licu su oči. Kaže se da kroz oči možemo proniknuti u nečiju dušu. Zato je taj kontakt očima jako bitan i ako nas osoba

gleda pravo u oči naš prvi dojam je pozitivan i obrnuto. S druge strane nećemo biti oduševljeni osobom koja pri upoznavanju spusti pogled ili gleda u stranu. Ako nas osoba ne gleda u oči dok joj nešto govorimo imamo dojam da je ne zanima što imamo reći. Kao što imamo lažnih lica tako imamo i lažnih pogleda (Navarro 2010: 167-169).

Osmijeh

Osmijeh je jedan od najekspresivnijih znakova neverbalne komunikacije. Pozitivne emocije najjače izražavamo velikim i iskrenim osmijehom. Npr. susret sa dragom osobom uvijek popratimo širokim osmijehom. Ali u današnjem menadžerskom svijetu osmijeh je postao alat prodaje. To su uvježbani, lažni osmijesi kao dio pozitivnih poslovnih psihologija. Osmijeh se obično pojavi neplanirano izazvan situacijom, ali je dokazana činjenica da namjernim osmijehom i kad nam nije do smijeha možemo svjesno poboljšati svoje trenutno raspoloženje (Rijavec-Miljković 2002: 33-35).

Neverbalna komunikacija gornjim dijelom tijela

Glava

Glava je uglavnom u uspravnom, odnosno neutralnom položaju. Naginjanje glave lijevo ili desno znači da smo izazvali znatiželju te osobe, a kad još glavu malo nagne prema naprijed i uperi pogled prema nama možemo biti sigurni da smo dobili pažnju sugovornika (Pease 2002: 84-86).

Položajem glave, pogledom i osmijehom predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović iskazuje punu pozornost svom sugovorniku (slika 1).



Slika 1. Neverbalna komunikacija položajem glave

Kad je glava u spuštenom položaju to uglavnom ukazuje na nezainteresiranost. Najčešći pokreti glavom su kimanje koje znači potvrđivanje ili odmahivanje glavom što ukazuje na negativan odgovor ili neslaganje (Pease 2002: 84-86).

Ramena

Već na prvi dojam čovjek koji ima uspravna ramena djeluje nam sigurno i otvoreno dok netko tko spusti ramena ostavlja utisak kao da mu se na njih spustio neki teški teret sa kojim se nosi. I sami znamo kad imamo loš dan da sve može krenuti nabolje krenemo li ususret problemima uspravnih ramena. Pokretom ramena zapravo izražavamo stav. Najčešći pokret ramenima je slijeganje ramenima kojima kažemo da u nešto nismo upućeni. Ako se oba ramena ne dižu istovremeno to ukazuje da ni sama osoba nije sigurna u to što komunicira (Navarro 2010: 101-102).

Ovisno o kombinaciji pokreta drugih dijelova tijela (npr. očiju ili dlanova) pokreti ramenima mogu izražavati čuđenje, rezignaciju ili podsmijeh (Pease 2002: 12).

Predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović svojim kretnjama izražava čuđenje što ondašnji premijer Milanović odbija zajedničku fotografiju (slika 2).



Slika 2. Neverbalna komunikacija ramenima

Ruke

Pokreti rukama predstavljaju važan čimbenik neverbalne komunikacije. U načelu kad su ruke položene bliže uz tijelo to ukazuje na zatvorenost i distancu, a što su dalje od tijela i što se više šire to je i veća dominacija i toplina u komunikaciji. U tom smislu jedan od najljepših i najljudskijih pokreta upravo je zagrljaj (Navarro 2010: 107-110).

Na slici 3 vidimo topli zagrljaj predsjednice Kolinde Grabar-Kitarović i Luke Modrića prilikom dodjele medalja na Svjetskom nogometnom prvenstvu 2018. godine. Svojim srdačnim zagrljajem objema rukama predsjednica je izrazila snagu nacionalnog ponosa zbog osvajanja srebrne medalje. Taj dojam bio je tako snažan da je prepoznat i u svjetskim razmjerima.¹

¹ Naši mediji ispočetka nisu blagonaklono gledali na izljeve emocija predsjednice Kolinde Grabar-Kitarović na Svjetskom nogometnom prvenstvu 2018.godine. Portali su bili preplavljeni satirama na tu temu. Kad su strani mediji počeli veličati navijački i nacionalni zanos predsjednice Kolinde Grabar-Kitarović i naši su se priklonili.



Slika 3. Zagrljaj predsjednice i Luke Modrića

Neki od upečatljivijih pokreta rukama koje primjerice povežemo sa dominantnim i šefovskim pozicijama je pokret gdje osoba sjedeći u fotelji stavi ruke iza glave i nagne se prema nazad. O velikom autoritetu govori i kada se osoba rukama raširenih prstiju osloni na stol (Navarro 2010: 118-119).

Rukovanje kao oblik neverbalne komunikacije potječe još iz pradavnih vremena i danas je neizostavni dio bontona jer svaki susret, svaki sastanak počinje i završava rukovanjem (Pease 2002: 34). Jačina i trajanje stiska prilikom rukovanja važna je prilikom upoznavanja jer ljudi pamte one koji imaju snažan stisak ruke. Pretjerana dominacija u rukovanju često se iskazuje dodatnim prekrivanjem sugovornikove ruke drugom, lijevom rukom. Iako osoba koja to čini misli da iskazuje srdačnost i susretljivost - druga osoba to često doživi kao nelagodu (Navarro 2010: 128-129).

Predsjednica se prilikom susreta sa drugim državicima rukuje primjereno svom statusu. Njezin je stisak čvrst i odmjeran uz pogled sugovornika u oči. Pretjerana srdačnost predsjedničina nastupa ponekad nehotice narušava strogo propisane protokole visokih državničkih susreta (slika 4).²

² Postoje jasna pravila o ponašanju prilikom službenih susreta sa kraljevskom obitelji. Ta gesta je bila prilično kritizirana u medijima jer se predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović nije držala strogog kodeksa i dodirnula je drugom rukom kraljičinu podlakticu.



Slika 4. Susret predsjednice i kraljice Elizabete

Noge u neverbalnoj komunikaciji

Noge i stopala možemo svrstati u najiskrenije i najspontanije elemente neverbalne komunikacije. U pokretima nogu kriju se refleksni pokreti kojima ćemo prilaziti onome što je dobro ili bježati od lošeg. Promatrajući noge i stopala sugovornika možemo zaključiti je li im ugodno u razgovoru s nama ili ne. Ako su primjerice stopala sugovornika okrenuta prema nama velika je vjerojatnost da razgovor ide u dobrom smjeru. Međutim, ako je jedno stopalo okrenuto u stranu možemo procijeniti da se sugovornik što prije želi odmaknuti (Navarro 2010: 57-64).

Čest pokret nogama su prekrížene noge. U kombinaciji s prekríženim rukama one mogu činiti pomalo obrambeni stav - kako se osoba opušta, razdvaja ruke i spušta ih na bedra (Pease 2002: 73).

Prekríženih nogu sjedimo i kad smo opušteni pa možemo vidjeti i da predsjednica u manje formalnim okolnostima sjedi prekríženih nogu i djeluje opušteno. Ženama je propisan određeni način sjedenja u javnosti. Noge moraju

biti skupljene - jedna uz drugu spojenih stopala ili prekrížene. Leđa moraju biti uspravna ili lagano opuštena ovisno o prigodi (Pease 2002: 73).



Slika 5. Predsjednica sa suprugom

Izgled osobe koja komunicira

Odjeća je jedna od prvih stvari koju zapazimo kod osobe i često je presudna u stvaranju prvog dojma. Bez da osoba progovori i jednu riječ možemo zaključiti koliko pažnje pridaje svom vanjskom izgledu, koliko je uredna, koliko prati modne trendove i koji joj je društveni status. Zapažajući uolikoj mjeri osoba koristi statusne simbole možemo donositi različite zaključke. Međutim, valja biti oprezan - postoje ljudi kojima odjeća naprosto nije važna. To ne znači da ne možemo ostvariti uspješnu komunikaciju s osobom koja ne prati trendove. Ipak, način odijevanja odnosno koliko je čovjek zadovoljan u onome što je odjenuo djeluje na njegovo ponašanje (Knapp-Hall 2010: 207-211). Nova haljina ili cipele mogu nas učiniti samouvjerenijima.

8.2. Utjecaj prostornog i društvenog okruženja na neverbalnu komunikaciju

Poznato je da svi imamo neke svoje zakutke ili zone u kući koji su više naši i gdje se osjećamo sigurno i zaštićeno. U takvom prostoru i naš govor tijela bit će opušteniji. U svojoj fotelji ne moramo sjediti uspravno i ukočeno već možemo pružiti noge ili ih primjerice podići. Taj isti položaj u uredskoj stolici bi od strane kolega bio shvaćen kao preležeran odnos prema poslu. Još od svojih najmlađih dana slušali smo upute roditelja kako se ponašati u gostima tj. tuđoj kući, u restoranu ili u učionici. Na to kako će neki prostor djelovati na nas ili našeg sugovornika mogu utjecati detalji poput svjetla, zelenila, glazbe (Knapp-Hall 2010: 112-113).

Na naše ponašanje utjecat će i osobe koje se nalaze u tom prostoru. Kao što postoje prostori koji su nam ugodniji tako postoje i ljudi koji su nam bliži i u čijem smo društvu opušteniji (Knapp-Hall 2010: 134-135). Na primjer drugačije se ponašamo kad su u kući samo članovi obitelji nego kad nam dođu gosti.

8.2.1. Prostorne zone

Uz već spomenutu vlastitu fotelju svatko od nas ima i svoju sobu, svoju kuću, svoj vrt. Čovjek je prirodno usmjeren na to da formira vlastite zone u kojima je svoj i opušten. Nema ništa ljepše od olakšanja koje osjetimo kad se nakon napornog dana vratimo u svoj topli dom i sjednemo u svoju omiljenu fotelju. Osim tih materijalnih, opipljivih elemenata postoji nešto što se zove osobna zona u smislu da čovjek sa sobom nosi svoj nevidljivi osobni prostor u koji ne može baš svatko ući. Npr. kad nam se netko nepoznat unese u lice ili nam se netko previše približi u gužvi imamo poriv da uzmaknemo jer je ušao u naš intimni prostor (Pease 2002: 21). Uz već spomenutu intimnu zonu prema Peaseu (2002: 22) postoje „osobna, društvena i javna zona”.

Intimna zona je najosobnija jer u tu zonu mogu doći samo osobe koje su jako bliske čovjeku poput članova obitelji i prijatelja (Pease 2002: 22). U toj zoni je vrlo lako ostvariti fizički kontakt poput zagrljaja (slika 6). Naravno, tako blizu mogu nam se naći samo osobe koje volimo i kojima vjerujemo. Ulazak drugih osoba u taj prostor stvara nelagodu (Rijavec-Miljković 2002: 13).



Slika 6. Predsjednica sa suprugom Jakovom – intimna zona

Osobna zona obuhvaća udaljenost na kojoj ljudi mogu pružiti ruku jedan drugome. Primjere toga možemo vidjeti na poslovnim sastancima ili proslavama na koje dođemo sa nekim bliskim i držimo se blizu te osobe, ali opet ne preintimno blizu (Rijavec-Miljković 2002: 14).

Društvena zona je prostor, odnosno distanca koju držimo prema svima koji nam nisu bliski počevši od prodavača, konobara do liječnika. To je pristojna distanca kojom ne prodiremo u osobnu i intimnu zonu (Rijavec-Miljković 2002: 14).

Javna zona predstavlja prostor između govornika i neke skupine koja je uglavnom tolika da se ne može ostvariti obostrana komunikacija (Rijavec-Miljković 2002: 15).



Slika 7. Predsjednica Grabar-Kitarović – primjer javne zone

Kretnjama poput držanja za ruku ili zagrljaja ljudi šalju poruku posjedovanja. Ponekad se i nesvjesno približavamo i naginjemo prema onome što smatramo svojim bilo da je to osoba ili predmet. Ako se netko previše posjednički odnosi prema našim predmetima ili nama bliskim ljudima reagiramo obrambeno i nastojimo svojim pokretima dati do znanja da je nešto naše (Pease 2002: 115-116).

9. KOMUNIKACIJA U POLITICI

Komunikacija ima svoju tamnu stranu, a to je laž (Kovpak-Kamenukin 2013: 18). Često čujemo da danas nitko nikome ne može vjerovati. Nažalost laž se uvukla u suvremeno društvo i mnogi manipulatori je obilno koriste za postizanje svojih ciljeva. Lažljivce nije lako prepoznati. U prilog tome govori i činjenica da postoje uređaji za otkrivanje laži kao što je poligraf (Knapp-Hall 2010: 444-445).

Što god čovjek govorio postoje znakovi po kojima možemo vidjeti da laže: povišen glas, zastajkivanje u govoru, zamuckivanje, nervozne kretnje, treptanje i gledanje u stranu. Postoje ljudi koji lakše i uspješnije lažu. Ima ljudi koje je lako obmanuti i za koje kažemo da su lakovjerni, a postoje i oni koji brzo prozru laž (Rijavec-Miljković 2002: 56-57). Manipulacija je postala način da se postignu ciljevi poput prodaje robe ili prodaje političkog programa (Kovpak-Kamenukin 2013: 17-20).

Cilj svakog političkog govora je da nas pridobije, odnosno da nas uvjeri u svoje političke programe (Španjol-Marković 2008: 37). Međutim, vrlo je važno da političar bude vjerodostojan, odnosno da ono o čemu on govori bude potkrijepljeno njegovim ponašanjem i njegovim djelovanjem. Ako nas političar uvjerava da je njegovo djelovanje u potpunosti transparentno i moralno, a u javnosti stalno izbijaju neke afere postaje upitna njegova vjerodostojnost. Primjer u novijoj hrvatskoj politici je bivši premijer Ivo Sanader koji je bio vješt govornik i znao nas je svojim govorima uvjeriti da imamo predanog i nesebičnog premijera. Svi sudski procesi protiv njega pokazali su da smo bili zavedeni i izmanipulirani (Kišiček 2018: 32-33).

Političari bi svojim riječima i djelima trebali stvarati sretnije i humanije društveno okruženje. Politički nastupi i govori kojima danas svjedočimo ne govore u prilog takvoj tezi. Političari nam više izgledaju kao protivnici u ringu koji ne biraju sredstva da bi zadobili i očuvali svoje pozicije. Čast iznimkama.

Pri tome mnogi od njih kao da nisu svjesni koju težinu ima njihova riječ u javnosti. Svojom komunikacijom, verbalnom i neverbalnom, oni utječu na društvenu klimu. Ako su bolji govornici mogu utjecati na mišljenje i stavove šireg kruga ljudi (Kišiček 2018: 9-11).

Sve je dobro dok su komunikacijski otisci političara dobronamjerni i moralni. Koliko strašne posljedice može imati govornička manipulacija govore nam primjeri iz povijesti kao što je Hitlerova manipulacija masama idejom da želi stvoriti čistu arijevsku masu. U tom kontekstu postavlja se i pitanje kako toliko različitih ljudi u masi počne podjednako reagirati na govornika tj. prihvaćati i doživljavati što on govori. Govornik je taj koji će voditi komunikaciju i odrediti hoće li u masi rasti neka plemenita emocija kao što je domoljublje ili će svojim govorom potaknuti nezadovoljstvo (Španjol-Marković 2008: 40-42).

9.1. Političari i mediji

U današnje vrijeme televizije i elektroničkih medija, kada gotovo svako pojavljivanje političara ostaje zabilježeno, političari moraju biti svjesni važnosti onog što komuniciraju svojom odjećom, govorom i neverbalnim znakovima. Kod javnih nastupa vrlo je važno da političar izgleda svjež i energičan. Bitno je da kod odijevanja izabere boje i krojeve koji će podcrtavati željeni dojam. Mora obratiti pažnju na izraze lica, grimase, pokrete rukama. Sve to treba biti odmjereno i usklađeno. Bitno je da svojim neverbalnim znakovima argumentira dojam koji želi ostaviti i emociju koju želi razviti. Želi li npr. kod publike poticati ljutnju i borbenost i njegov glas mora biti jači, pokreti žustriji i naglašeniji, dok će se kod neke nježnije emocije sve to stišavati (Knapp-Hall 2010: 24-25).

Govorničke i komunikacijske vještine političara najbolje dolaze do izražaja u predizborno vrijeme kada oni u grupnim ili pojedinačnim sučeljavanjima iznose svoje političke programe. Oni koji bolje argumentiraju i imaju uvjerljiviji nastup uspjeli su u svom naumu. Pogotovo su zanimljiva sučeljavanja premijerskih ili predsjedničkih kandidata jer kroz njih možemo vidjeti koliko je kandidat obrazovan, što nam nudi u svom programu, kako argumentira, koliko je iskren, kako reagira na protivnikove provokacije, u kojoj mjeri i na koji način provocira protukandidata, poštuje li dostojanstvo protukandidata. Možemo zaključiti da odluku o izboru kandidata donosimo gledajući njihovu javnu verbalnu i neverbalnu komunikaciju (Kišiček 2018: 175-177) .

Političari u kampanje kreću s razrađenim programom kojim žele dobiti izbore. Na tom programu grade svoju komunikaciju. Vrlo je važno da je taj program sadržajan jer u protivnom glasači prepoznaju praznu priču, a to može biti pogubno za političara na izborima. Svaku stavku svog političkog programa politički kandidat mora argumentirati. To znači da svaku svoju tvrdnju treba potkrijepiti konkretnim činjenicama. Npr. ako nam političar poručuje da želi ostvariti demografsku obnovu Hrvatske (ovih dana aktualna tema) on mora iznijeti plan, odnosno korake kojima to kani realizirati: značajno povećanje naknade za rodiljini dopust i za svako rođeno dijete, izgradnja novih vrtića i škola i slično (Kišiček 2018: 183-184).

Nedostatak argumenata može biti veliki problem i okidač za neželjeni smjer rasprave. Ako kandidat koji po svaku cijenu želi pobijediti osjeti da gubi premoć u razgovoru u stanju je posegnuti i za nepoštenim potezom kao što je vrijeđanje na osobnoj razini. To ne mora uopće biti u kontekstu razgovora, ali je bit u tome da on okrene razgovor u pravcu koji mu više odgovara. Takav efekt može postići i isticanjem nekog svog uspješnog projekta. Sve je dobro dok se navedeno odvija dostojanstveno i u skladu s pravilima uljudne komunikacije. Nedavno smo svjedočili žestokim, neciviliziranim raspravama naših saborskih

zastupnika sa puno psovki i neprimjernih izjava pa i na rubu fizičkog obračuna (Kišiček 2018: 169-171).

10.KOLINDA GRABAR KITAROVIĆ-PRIMJER KOMUNIKACIJSKOG STILA JAVNE OSOBE

10.1. Verbalna komunikacija

Svojom pojavom u hrvatskom političkom životu predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović donijela je jednu novu žensku energiju (Kišiček 2018: 148). "Kolinda Grabar-Kitarović u svom predsjedničkom mandatu pokazala je tri retorička lica" (Kišiček 2018: 150).

Prvo retoričko lice obilježavaju unaprijed pripremljene rečenice o određenoj tematici. Iako izrečene korektno, tečno, pravilno naglašeno, u savršenoj govornoj izvedbi ili upravo zbog toga, imamo dojam prevelike uvježbanosti i neprirodnosti (Kišiček 2018: 150). Predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović nedavno je priznala pogrešku jer je po naputku svog savjetnika izjavila da je pozdrav "Za dom spremni" stari hrvatski pozdrav. Time je pokazala da prihvaća unaprijed pripremljene izjave koje se i sadržajno razlikuju od njezinih stvarnih stavova.

Drugo retoričko lice ogleda se u situacijama kada predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović daje izjave bez pripreme. Često su to situacije za koje unaprijed zna da će biti postavljena određena pitanja tako da je improvizacija svedena na minimum. Ni u tim okolnostima predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović nije pokazala veliku ležernost (Kišiček 2018: 150-151). Prema Kišiček (2018: 149) primjer takvog retoričkog lica je predsjedničina izjava na početku migrantske krize u kojoj je rekla da nas čeka još gora situacija kada se poveća broj migranata.

Treće retoričko lice pokazuje se u neugodnim situacijama kada je predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović suočena sa propitkivanjima i kritikama nekih njezinih

poteza. Primjerice, neobjašnjeno putovanje u SAD za koje ona danima nije davala izjavu (Kišiček 2018: 151).

Upravo to nesnalaženje u odgovorima na kritike i nedostatak odlučnosti i sigurnosti u reakcijama na iste predstavlja slabiju točku njezinih retoričkih vještina. S druge strane govori u ceremonijalnim prigodama bolje joj odgovaraju. Primjerice, govor na obilježavanju prve godine mandata kojim je odaslala snažnu poruku zajedništva. Svojim emocijama i topline predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović uspijeva doprijeti do srca građana (Kišiček 2018: 148-149).

10.2. Neverbalna komunikacija

Predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović primjer je uspješnog korištenja neverbalne komunikacije. Svojom pojavom tj. frizuram, šminkom, odjećom, svojim gestama, te sigurnim i samouvjerenim nastupom ostavlja snažan pozitivan dojam.

Odijevanje političara podliježe određenim propisima posebno kada se radi o visokoj funkciji kao što je predsjednička. Primjerice, prema važećem kodeksu predsjednica mora imati pokrivene nadlaktice, zatvoren dekolte, suknju dužine ispod koljena, preporučeno je izbjegavati naglašene boje i uzorke te materijale poput čipke. U određenim prigodama predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović imala je odstupanja od kodeksa službenog odijevanja, primjerice inauguracija predsjednika Srbije Aleksandra Vučića na kojoj se predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović pojavila odjevena u jarko ružičastu haljinu što je izazvalo lavinu kritika i primjedbi u javnosti. S vremenom se njezin modni izričaj uravnotežio i prilagodio funkciji koju obnaša do te mjere da je danas proglašavaju modnom ikonom. Još snažniju poruku dobiva njezino odijevanje kad uzmemo i činjenicu da nosi odjeću domaćih modnih dizajnera i time promovira hrvatsku modnu

scenu. Predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović zna prilagoditi odjeću trenutku tako da smo je za vrijeme Svjetskog nogometnog prvenstva 2018. godine vidali u nacionalnom nogometaškom dresu. Time je osvojila velike simpatije i kod nas i u svijetu i pokazala koliko snažna može biti uloga odjeće u odašiljanju poruka bilo osobnih bilo političkih. Osim odjećom, na spomenutom Svjetskom nogometnom prvenstvu 2018. godine predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović privukla je pažnju javnosti i gestama poput grljenja izbornika Dalića i igrača. Ljudi širom svijeta prepoznali su iskrenu emociju kojom je predsjednica pratila naše nogometaše tijekom čitavog prvenstva.

Iz slika priloženih u radu vidljivo je da je predsjedničina neverbalna komunikacija uglavnom usklađena s verbalnom. Svojom mimikom i položajem glave predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović pokazuje zainteresiranost za sugovornika. U neuobičajenim situacijama svojim pokretima i položajem ruku izražava nelagodu. Predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović ne skriva emocije izazvane određenim događajima te ih primjerice pokazuje zagrljajima. U protokolarnim situacijama je odmjerena, sigurna i samouvjerena što je još više naglašeno njezinom odjećom i govorom tijela.

11. ZAKLJUČAK

Ulazeći u temu verbalne i neverbalne komunikacije postaje jasno da je nemoguće promatrati ih odvojeno. Da bismo čuli što nam druga osoba ima reći i da bi ta poruka bila vjerodostojna, verbalna i neverbalna komunikacija moraju biti usklađene. Bilo bi idealno kad bi svi sudionici komunikaciji pristupali iskreno. Međutim, moramo prihvatiti činjenicu da mnogi zlouporabljaju korištenje lažnih verbalnih i neverbalnih znakova ne bi li nas pridobili za neku svoju korist (Rijavec-Miljković 2002: 56-57).

Iako je u današnjem svijetu tehnologija toliko uznapredovala da se komunikacija može odvijati bez obzira na vremenske i prostorne udaljenosti ironično je da su ljudi otuđeni više nego ikad i da u svakidašnjoj užurbanosti ne nađu vremena ni za kvalitetnu komunikaciju sa najbližima. Tek kad se pojave problemi i poteškoće u komunikaciji shvatimo koliko je ona važna za stvaranje kvalitetnih obiteljskih, prijateljskih, poslovnih i ostalih socijalnih odnosa.

12. LITERATURA

1. BRATANIĆ, M. (1993). *Mikropedagogija. Interakcijsko-komunikacijski aspekt odgoja. Priručnik za studente i nastavnike*. Zagreb: Školska knjiga.
2. ERIKSON, T. (2018). *Okruženi idiotima. Kako razumjeti one koje je nemoguće razumjeti*. Zagreb: Poetika j. d.o.o.
3. KIŠIČEK, G. (2018). *Retorika i politika*. Zagreb: Jesenski i Turk.
4. KNAPP, M.L., HALL, J.A. (2010). *Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji*. Jastrebarsko: Naklada Slap.
5. KOVPAK, D., KAMENUKIN, A. (2013). *Na krivoga ste se namjerili. Vještine komunikacijske samoobrane u životu i poslu*. Zagreb: Planet Zoe d.o.o.
6. MILJKOVIĆ, D., RIJAVEC, M. (1996). *Razgovori sa zrcalom. Psihologija samopouzdanja*. Zagreb: IEP p.o.
7. NAVARRO, J. (2010). *Što nam tijelo govori? Vodič bivšeg agenta FBI-a za »brzo čitanje« ljudi*. Zagreb: Mozaik knjiga d.o.o.
8. PEASE, A. (2002). *Govor tijela. Kako misli drugih ljudi pročitati iz njihovih kretnji*. Zagreb: AGM
9. REARDON, K.K. (1998). *Interpersonalna komunikacija. Gdje se misli susreću*. Zagreb: Alinea.
10. RIJAVEC, M., MILJKOVIĆ, D. (2002). *Neverbalna komunikacija. Jezik koji svi govorimo*. Zagreb: IEP d.o.o.
11. SCHULZ VON THUN, F. (2001). *Kako međusobno razgovaramo 1. Smetnje i razjašnjenja. Opća psihologija komunikacije*. Zagreb: Erudita.
12. ŠPANJOL MARKOVIĆ, M. (2008). *Moć uvjeravanja. Govorništvo za menadžere (i one koji to žele postati)*. Zagreb: Profil International d.o.o.

13. TATKOVIĆ, N., DIKOVIĆ, M., TATKOVIĆ, S. (2016). *Pedagoško-psihološki aspekti komunikacije*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli.

14.https://www.google.hr/search?biw=1920&bih=938&tbm=isch&sa=1&ei=0B82XPrfNMbHrgSQ_YfwDQ&q=predsjednica+daje+ignale+glavom&oq=predsjednica+daje+ignale+glavom&gs_l=img.3...0.0..1664...0.0..0.0.0.....0.....gws-wiz-img.eYgamgZ7rvM#imgsrc=v1_4B-QSs_ARuM:, posjet 09. siječnja 2019.

15.<https://www.google.hr/search?tbm=isch&q=kolindino+slijeganje+ramenima&spell=1&sa=X&ved=0ahUKEwie-JDOK-HfAhVKaFAKHxveA2EQBQgxKAA&biw=1920&bih=938&dpr=1#imgsrc=6US2nJVvWQqSvM:>, posjet 09. siječnja 2019.

16.https://www.google.hr/search?biw=1920&bih=889&tbm=isch&sa=1&ei=CSk2XIGHM4rKwQLzp5PgCA&q=zagrljaj+predjednice+a+dali%C4%87em&oq=zagrljaj+predjednice+a+dali%C4%87em&gs_l=img.3...523850.531292..531573...0.0..1.415.3126.26j2j1j0j1.....0....1..gws-wiz-img.....0..0j0i8i30j0i24j0i10i24.pTyIrGp5E2s#imgsrc=JDfA0aW1DplOyM:, posjet 09. siječnja 2019.

17.https://www.google.hr/search?biw=1920&bih=889&tbm=isch&sa=1&ei=PzU2XLGVMbvMgwe1IKDQCQ&q+=rukovanje+kolinde&oq+=rukovanje+kolinde&gs_l=img.3...2904.2904..3173...0.0..0.199.199.0j1.....0....1..gws-wiz-img.hyblhOYSPRo#imgsrc=hP1Eq2CQyHdpsM:, posjet 09. siječnja 2019.

18.https://www.google.hr/search?biw=1920&bih=889&tbm=isch&sa=1&ei=2js2XICZLeLIgweEjaHwBg&q=kolindai+mu%C5%BE&oq=kolindai+mu%C5%BE&gs_l=img.3...11254.12609..12806...0.0..0.89.518.6.....0....1..gws-wiz-img.....0.dmJy5cRKjG4#imgdii=Elpj3yeujAHbKM:&imgsrc=moT6o5Dv80ECiM:, posjet 09. siječnja 2019.

19.https://www.google.hr/search?q=kolinda+sa+muzem&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjG06zY0uPfAhUTiaYKHWcGajMQ_AUIDigB&biw=1920&bih=938#imgsrc=GzmUWPD7Xr8gJM: , posjet 10. siječnja 2019.

20.https://www.google.hr/search?q=kolinda+pred+narodom&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj0l-GW2OPfAhVCaVAKHUqLCzwQ_AUIDigB&biw=1920&bih=889#imgsrc=2eNXADN0I3mf7M:, posjet 10. siječnja 2019.

13. POPIS SLIKA

Slika 1 Neverbalna komunikacija položajem glave

Slika 2 Neverbalna komunikacija ramenima

Slika 3 Zagrljaj predsjednice i Luke Modrića

Slika 4 Susret predsjednice i kraljice Elizabete

Slika 5 Predsjednica sa suprugom

Slika 6 Predsjednica sa suprugom Jakovom-intimna zona

Slika 7 Predsjednica Grabar-Kitarović-primjer javne zone

14. SAŽETAK

Pojmove verbalne i neverbalne komunikacije samo je naizgled jednostavno objasniti. Kakvoća realizacije obaju oblika komunikacije ovisi o mnogo čimbenika. Proučavanjem obilja izvora, kao i kroz svakodnevna iskustva komunikacije, dolazimo do spoznaje kako je za ostvarivanje uspješne verbalne i neverbalne komunikacije potrebno ostvariti mnoge preduvjete. Sve počinje od individualnih karakteristika komunikatora koje će se različito ispoljavati u različitim vanjskim okolnostima komunikacije.

Ključne riječi: verbalna komunikacija, neverbalna komunikacija, politička retorika

15. SUMMARY

The Interaction of Verbal and Nonverbal Communication - an example of Kolinda Grabar-Kitarović Communication Style

The notions of verbal and nonverbal communication are apparently simply explained. The quality of implementation of both forms of communication depends on many factors. By studying the abundance of resources, as well as through our daily communication experiences, we come to the knowledge that many preconditions are needed to achieve successful verbal and nonverbal communication. Everything starts with the individual characteristics of communicators that will be different in different external circumstances of communication.

Key Words: verbal communication, nonverbal communication, political rhetoric