

Neverbalna komunikacija

Markota, Kristina

Master's thesis / Diplomski rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:348029>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-06**

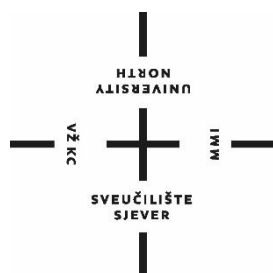


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



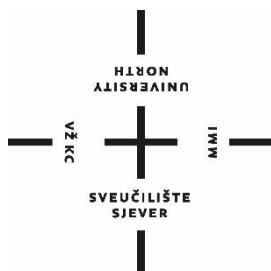
DIPLOMSKI RAD br. 63/OJ/2017

NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Kristina Markota

Varaždin, ožujak 2017.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij odnosa s javnostima



DIPLOMSKI RAD br. 63/OJ/2017

NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Studentica:
Kristina Markota, 0225/336D

Mentorica:
prof.dr.sc. Ljubica Bakić-Tomić

Varaždin, ožujak 2017.

Prijava teme diplomskoga rada

studentata iv. semestra diplomskog studija
Odnosa s javnostima

BROJ: **63/OJ/2017**

(upisuje studentska referada)

IME I PREZIME STUDENTA Kristina Markota

MATIČNI BROJ 0225/336D

NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA RADA Neverbalna komunikacija

NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA RADA NA ENGLLESKOM JEZIKU Non verbal communication

KOLEGIJ IZ KOJEG JE IZABRANA TEMA DIPLOMSKOGA RADA Persuazija i interpersonalna komunikacija

MENTOR prof.dr.sc. Ljubica Bakić-Tomić

U VARAŽDINU, DANA 26.01.2017. POTPIS STUDENTA

POTPIS MENTORA



SADRŽAJ

SAŽETAK.....	6
SUMMARY	7
1. UVOD.....	1
2. CILJEVI RADA I METODOLOGIJA.....	3
3. KOMUNIKACIJA.....	4
4. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA.....	9
4.1. Povijest proučavanja neverbalnog ponašanja	10
4.2. Definiranje i klasificiranje neverbalne komunikacije	12
4.3. Neverbalna komunikacija u komunikacijskom procesu	18
4.3.1. Držanje tijela.....	20
4.3.2. Geste	20
4.3.3. Dodirivanje	21
4.3.4. Gledanje	23
4.3.5. Izrazi lica	24
4.3.6. Glasovno ponašanje.....	26
4.4. Neverbalna komunikacija u životnim situacijama	27
5. KOMUNIKACIJSKA OKOLINA	29
5.1. Utjecaj okruženja govornika	29
5.2. Vrijeme kao faktor neverbalne komunikacije	31
5.3. Priroda i drugi ljudi kao elementi neverbalne komunikacije	32
5.4. Teritorij i osobni prostor.....	34
6. KOMUNIKATORI I NJIHOVO PONAŠANJE.....	36
6.1. Specifična obilježja komunikatora	36
6.1.1. Visina.....	36
6.1.2. Lice.....	37
6.1.3. Oblik tijela.....	39
6.1.4. Boja kože i miris tijela	42
6.1.5. Odjeća	44
6.2. Ponašanje komunikatora i elementi neverbalne komunikacije	46
6.2.1. Samosinkronizacija.....	47
6.2.2. Sinkronizacija interakcije	47

6.2.3. Učinak dodira na komunikaciju	49
7. POLITIČKA KOMUNIKACIJA	52
7.1. Pojam i definicija političke komunikacije.....	52
7.2. Politički marketing	57
8. ISTRAŽIVANJE.....	60
8.1. Nacrt i ciljevi istraživanja	60
8.2. Metoda istraživanja	61
8.3. Hipoteze istraživanja	62
8.4. Varijable istraživanja	62
8.5. Uzorak i struktura istraživanja	63
8.6. Analiza hipoteza.....	79
9. ZAKLJUČAK.....	83
LITERATURA.....	86

SAŽETAK

Ljudi svakodnevno prolaze kroz više različitih interpersonalnih kontakata i uspostavljaju komunikaciju s različitim osobama. U tim situacijama ne uspostavlja se samo verbalna komunikacija, kojom se prenosi poruka, već i ona neverbalna ali podjednako važna komunikacija. U današnje vrijeme masovnih medija i rasta utjecaja društvenih mreža na percepciju i donošenje svakodnevnih odluka ljudi ali i poduzeća postavlja se pitanje može li poznavanje znakova i tumačenje prikrivenih poruka neverbalne komunikacije pomoći u procesu optimalnog donošenja odluka. Gotovo unaprijed, empirijski, sa visokom sigurnošću možemo zaključiti kako poznavanje znakova neverbalne komunikacije i pravilno tumačenje konteksta može značajno doprinijeti cjelovitom razumijevanju ukupne informacije koja se prenosi sugovorniku.

Predmetni rad obrađuje osnovne perspektive neverbalne komunikacije, iskonsko u neverbalnom ponašanju, utjecaj okoline na komunikaciju i neverbalne elemente te vrijeme i arhitekturu kao dodatne parametre. Dodatno su istaknute fizičke karakteristike komunikatora na samu komunikaciju i utjecaj ponašanja osoba na komunikaciju. Važne poruke, vlastiti identitet i upravljanje interakcijom obrađeni su kroz istraživanje vezano uz elemente neverbalne komunikacije koji su analizirani na primjeru izbora za predsjednika Sjedinjenih Američkih Država 2016. godine. Predmetnim istraživanjem smo željeli utvrditi razinu samokontrole predsjedničkih kandidata tijekom izravnih sučeljavanja i izmjeriti elemente i dinamiku neverbalne komunikacije.

Ključne riječi: neverbalna komunikacija, komunikator, izbori, mediji, percepcija

SUMMARY

Every day people go through several different interpersonal contacts and interact with different people. In those situations, people establish verbal communication, which transfers their messages, and they also establish nonverbal, but equally important communication. At the present times of the mass media and the growing impact of social networks that have on people's perception and everyday decision-making, and likewise on businesses, the question is whether the sign recognition and interpretation of hidden messages of non-verbal communication could help in the process of optimal decision-making. Almost in advance, empirically, with high confidence we can conclude that recognition of the signs of non-verbal communication and proper interpretation of the context can significantly contribute to a comprehensive understanding of the overall information that is being transferred to interlocutors.

The thesis covers the basic perspectives of non-verbal communication, primordial in non-verbal behavior, the environmental impact on communication and non-verbal elements and the time and architecture as additional parameters. Physical characteristics of the communicators to communication itself and the influence of the behavior of people to communication were additionally featured. Important messages, own identity and the interaction management were processed by studying related to the elements of non-verbal communication that have been analysed on the example of the American presidential elections in 2016. The aim of the research was to identify the level of self-control of the presidential candidates during direct confrontation and to measure the elements and dynamics of non-verbal communication.

Keywords: non-verbal communication, communicator, elections, media, perception

1. UVOD

Općenito govoreći, komunikacija je proces slanja i primanja informacije koja omogućava ljudima razmjenu znanja, stavova i vještina. Iako često komunikaciju poistovjećujemo s govorom, ona ima dvije dimenzije, verbalnu i neverbalnu. Verbalna komunikacija je ona koja se ostvaruje govorom i iako ona jest primaran način prenošenja informacija to ne znači da treba zanemariti neverbalni dio komunikacije. Neverbalna komunikacija igra veliku ulogu u interpersonalnoj komunikaciji jer prati ono što pojedinac govori i služi kako bi se naglasile određene misli ili se ponovile, nadalje ona nekada može u potpunosti i zamijeniti verbalan dio komunikacije.

Neverbalna komunikacija često se percipira kao komunikacija bez riječi. Uključuje vidljive znakove kao što su geste povezane s govorom, držanje tijela, učinke dodira, ekspresiju emocija na licu, kontakt očima te ostale vokalne znakove. Možemo reći kako sve komunicira, materijalne stvari koje su oko nas u odnosu na našu poziciju, fizički prostor koji razdvaja sugovornike te ne manje značajno vrijeme i trajanje komunikacije. Iako verbalno može biti utišano, neverbalno ne možemo utišati jer i tišina govori za sebe. Tijekom čovjekove interakcije događaju se mnoge aktivnosti, kinetičke, vokalne, proksemične i haptične. Rezultanta svih navedenih aktivnosti čini ukupnu komunikaciju sa svim namjernim i prikrivenim elementima. Uže područje analize neverbalne komunikacije u ovome radu orijentira se na specifične elemente neverbalne komunikacije podijeljene u grupe: odijevanje, geste, dodir, učinak lica, učinak kontakta očima te učinak vokalnih znakova koji prate izgovorene riječi.

Profesija najizloženija javnosti jest iz sfere politike, političari su putem medija kontinuirano prisutni u javnom informacijskom prostoru. Ljestvica se podiže prema gore ako govorimo o predsjedničkim kandidatima, a posebno ako govorimo o Sjedinjenim Američkim Državama kao zemlji posebnog globalnog

utjecaja. Takvi političari cijelome svijetu, svjesno ili nesvjesno, kontinuirano šalju verbalne i neverbalne poruke čija distribucija ima snažan utjecaj na slušatelje i gledatelje. Predmetni diplomski rad upravo se bavi neverbalnom komunikacijom najutjecajnijih javnih osoba svijeta – kandidatima za mjesto Predsjednika Sjedinjenih Američkih Država, Hillary Clinton i Donald Trump.

Nakon uvoda i opisa ciljeva rada i metodologije, u trećem poglavlju dana je pobliža definicija komunikacije. Nadalje, u četvrtom poglavlju stavlja se naglasak na neverbalnu komunikaciju počevši od same povijesti proučavanja neverbalnog ponašanja nakon čega se definira sam pojam neverbalne komunikacije u komunikacijskom procesu. Također u ovome poglavlju dotiče se i neverbalna komunikacija u različitim životnim situacijama s naglaskom na nastup političara na televiziji.

U petom se poglavlju objašnjava komunikacijska okolina kao i njen utjecaj na govornika. Također objašnjavaju se vrijeme, priroda i drugi ljudi kao elementi neverbalne komunikacije. U ovome se poglavlju dotiče i tema teritorija i osobnog prostora kao čimbenika od važnosti za neverbalnu komunikaciju. U šestom se poglavlju naglasak stavlja na samog komunikatora i njegova obilježja. Tako se objašnjava kako specifična obilježja poput oblika tijela, lice, visine i sl. mogu imati utjecaj na govornika tijekom interpersonalne komunikacije.

Nakon što su se definirali i teorijski obradili svi potrebni pojmovi vezani uz neverbalnu komunikaciju, u sedmom poglavlju daje se definicija i pojam političke komunikacije s obzirom da se upravo u takvom kontekstu provodi primarno istraživanje. Odnosno istraživanje se provodi promatranjem neverbalne komunikacije dvaju predsjedničkih kandidata. Nakon istraživanja izveden je zaključak cijeloga rada.

2. CILJEVI RADA I METODOLOGIJA

Predmetni rad bavi se analizom elemenata neverbalne komunikacije predsjedničkih kandidata na izborima za predsjednika Sjedinjenih Američkih Država tijekom 2016. godine. Opseg istraživanja obuhvaća tri završne debate predsjedničkih kandidata Hillary Clinton i Donalda Trumpa koje su održane u rujnu i listopadu 2016. godine. Istraživanjem želimo ostvariti slijedeće ciljeve:

1. Istražiti vrste i količinu neverbalnih elemenata komunikacije kod oba kandidata.
2. Izmjeriti dinamiku pojavnosti neverbalnih znakova.
3. Analizirati neverbalnu komunikaciju u odnosu na ukupnu komunikaciju.
4. Definirati skrivene poruke koje neverbalni znakovi indirektno komuniciraju.

Istraživačko pitanje stavlja fokus na signale koje neverbalna komunikacija šalje i njihovu interpretaciju u kontekstualnom smislu. Hipotezom smo definirali da predsjednički kandidati koriste naučene pokrete te u svjesno kontroliranim kretnjama ciljano produciraju samo pozitivne signale neverbalne komunikacije zbog pridobivanja biračkog tijela. Primijenjena metodologija jest vizualna analiza sadržaja uz manualno bilježenje očekivanih elemenata neverbalne komunikacije. Navedenim govorimo o kombiniranoj metodologiji istraživanja.¹ Uzevši u obzir vrstu podataka koji se prikupljaju govorimo o primarnom istraživanju. Budući da istraživanje obuhvaća pojave i činjenice temeljene na vlastitom iskustvu možemo zaključiti da je istraživanje empirijsko.² Predmetno istraživanje provodi se diskontinuirano, ad hoc te se smatra jednokratnim. Prilikom istraživanja detaljno su opisane pojave na temelju kojih se provjeravaju postavljene hipoteze čime možemo predmetno istraživanje

¹ Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010). Priručnik za metodologiju istraživačkog rada, Zagreb: M.E.P., str. 22.

² Ibid., str. 87.

okarakterizirati kao opisno i uzročno budući da se istražuje uzrok pojave i odnos između varijabli. S obzirom na razinu obuhvata istraživanje je mikroistraživanje. Rezultati dobiveni mjerenjem interpretirati će se u zaključku rada.

3. KOMUNIKACIJA

Komunikacija dolazi od latinske riječi „communicare“ što u prijevodu znači „učiniti zajedničkim“ ili „učiniti općim“. Polazeći od latinskog korijena riječi, komunikaciju bi mogli definirati kao aktivnost stvaranja zajedničkog, odnosno aktivnost u kojoj se nešto stvara općim. Komunikacija dakle predstavlja proces u kojem se prenosi poruka od pošiljatelja prema primatelju uz uvjet da primatelj razumije informaciju.

Postoje brojne definicije komunikacije pa tako jedna glasi da je:

- „komunikacija proces razmjene misli, osjećaja i poruka koji se nužno odvija kad god postoji interakcija (međudnos, međudjelovanje, međubivanje).“³
- "komunikacija proces razmjene informacija preko dogovorenog sustava znakova, odnosno komunicirati znači dijeliti informaciju s drugima čime se sugovornici međusobno obogaćuju."⁴
- „komunikacija je dinamički i složen proces u kojem ljudi šalju i primaju verbalne i neverbalne poruke da bi razumjeli i da bi njih razumjeli“⁵

³ Lučanin, D., Lučanin. D. J. (2010). Komunikacijske vještine u zdravstvu, Zagreb: Naklada Slap, str. 17.

⁴ Bagarić, Ž., Banović, D., Đurković, M., Gelo, N., Nedić, S. (2011). Komunikacija, nastavni materijali, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 2.

⁵ Lučanin, D., Lučanin. D. J., op.cit., str. 17.

Bez obzira na brojnost definicija koje opisuju komunikaciju, ona se može svesti na jedno, da je komunikacija temelj socijalne interakcije, odnosno temelj međuljudskih odnosa. Riječ komunikacija se vrlo često koristi kao sinonim za razgovor, no ona je puno više od toga.

Komunikacija predstavlja razmjenu poruka, odnosno informacija između dvije ili više osoba pri čemu je važno da primatelj ili primatelji poruka razumiju tu informaciju. Taj prijenos poruka se dakle ne mora nužno odvijati razgovorom, već se on postiže i tonom i bojom glasa, mimikom, gestom, načinom odijevanja pa čak i šutnjom. Da bi se mogla opisati komunikacija potrebno je spomenuti i pojam interakcije.

Čim se dvije osobe nađu u neposrednoj blizini počinje interakcija među njima, bez obzira na to imaju li te osobe namjeru uspostaviti komunikaciju ili ne. U toj interakciji ljudi mogu započeti razgovor ali i ne moraju nužno. Već samim pokretima, izrazom lica, gestama, mimikom one odašilju određenu poruku. Šutnjom osobe odašilju poruku tipa „ne želim s tobom razgovarati“, „ne zanimaš me“, „ne želim s tobom imati posla“ i sl. Dakle, komunikacija postoji i u slučajevima kada se čini da je nema. Kada se kaže da između određenih osoba „nema komunikacije“ to znači da komunikacija među njima nije dobra, odgovarajuća ili uspješna, a ne da je uopće nema.⁶

U svakoj interakciji između dvije ili više osoba svaka od njih je istovremeno i pošiljalac i primatelj poruke. To znači da osoba koja primjerice govori i na taj način odašilje informaciju istovremeno je i primatelj neke druge poruke. To znači da je komunikacijski proces recipročan.

⁶ Ibid.



Pošiljalatelj → poruka → kanal → primatelj → povratna veza
(izvor) (kodiranje) (dekodiranje) (feed back)

Slika 1. Komunikacijski proces

Izvor: Bagarić, Ž., Banović, D., Đurković, M., Gelo, N., Nedić, S. (2011).

Komunikacija, nastavni materijali, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 5.

Na slici je prikazan komunikacijski proces kojim se prenosi poruka. Započinje od pošiljalatelja koji šalje poruku komunikacijskim kanalom prema primatelju s ciljem dobivanja odgovora. Poruka se smatra uspješno prenesenom, ako je povratna informacija pozitivna (feedback).⁷

Komunikacijski proces možemo podijeliti na sljedeće elemente⁸:

- *Pošiljalatelj*: osoba koja inicira komunikaciju, može biti formalan (npr. profitna organizacija) ili neformalan izvor (npr. roditelj, prijatelj).
- *Primatelj*: osoba koja prima određenu poruku u komunikaciji s pošiljalateljem;
- *Poruka*: niz simbola koje šalje pošiljalatelj, može biti verbalna (usmena ili pismena), neverbalna (fotografija, ilustracija ili simbol) i kombinacija tih dvaju tipova poruka;
- *Kodiranje*: postupak prenošenja zamisli u simbole;

⁷ Bagarić, Ž., Banović, D., Đurković, M., Gelo, N., Nedić, S. (2011). Komunikacija, nastavni materijali, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku, str. 5.

⁸ Schiffman, L., G., Lazar Kanuk, L. (2000). Ponašanje potrošača, Zagreb: Mate, str. 229-237.

- *Medij*: komunikacijski kanal kojim prolazi poruka od pošiljatelja do primatelja. Može biti neosobni (npr. masovni mediji) ili međuljudski (npr. razgovor između prodavača i kupca). Neverbalne informacije nalaze se i međuljudskim i neosobnim kanalima, a često poprimaju oblik simbolične komunikacije;
- *Dekodiranje*: postupak kojim si primatelj objašnjava poruku tj. značenje simbola koje je pošiljalac odaslao;
- *Odgovor*: niz reakcija primatelja nakon primanja određene poruke;
- *Feedback ili povratna informacija*: način na koji primatelj poruke odgovara pošiljatelju poruke na poslanu informaciju. Trenutna povratna informacija omogućava pošiljatelju da pojača, promijeni ili modificira poruku kako bi bio siguran da je primatelj razumije na željen način;
- *Smetnja*: „neplanirani zastoj ili iskrivljenost poruke tijekom procesa komuniciranja, a može biti posljedica zvučnih, mehaničkih, psiholoških i socioloških uzroka“⁹

Komunikacija je svuda oko nas, ona se podrazumijeva sama po sebi, no ipak su uz nju vezane brojne predrasude. Često se misli da je komuniciranje razumljivo samo po sebi, no to nije sasvim točno. Iako svakodnevno komuniciramo, to je vještina koja se može i treba sustavno učiti. Vrlo je važno naučiti dobro komunicirati, jer je ta vještina presudna u poslovnom i osobnom uspjehu.¹⁰ Dobrom i uspješnom komunikacijom predstavljamo sebe, proizvod, uslugu, znanstvene rezultate i sl. pa uspješno komuniciranje zapravo predstavlja uspješan početak svakog čovjekovog djelovanja.

Postoje dvije osnovne vrste podjele komunikacije. Jedna je s obzirom na način komunikacije, a druga se temelji na svrsi komunikacije. Sukladno navedenom, komunikacije prema načinu komuniciranja dijelimo na verbalnu komunikaciju

⁹ Miroslavljević, M. (2010). Političko komuniciranje. Sarajevo: Friedrich-Ebert Stiftung, str. 99.

¹⁰ Petrak, J. (1999). Komunikacija, nastavni materijali, Zagreb: Fakultet elektrotehnike i računarstva, str. 2.

i neverbalnu komunikaciju.¹¹

*„Između verbalne i neverbalne komunikacije postoje neke sličnosti i razlike, a one su u stupnju strukturiranosti i u stupnju kontrole osobe nad vlastitom komunikacijom.“*¹² Pod strukturom se podrazumijeva jezik koji ima svoju strukturu u vidu gramatike, rječnika i sl. Nasuprot jezika, neverbalni znakovi nemaju tako jaku strukturu te samim time ne moraju imati jednako značenje kod svih ljudi. Primjerice kada se osoba mršti to može biti znak ljutnje ali i znak jake koncentracije.

¹¹ Lučanin, D., Lučanin. D. J., op.cit., str. 17-18.

¹² Ibid, str. 19.

4. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Riječi se smatraju verbalnim elementom komunikacije. Često možemo čuti uzrečice „djela govore više od tisuću riječi“, „nije važno što je rekao, već kako je rekao“ i „ono što vidiš, to i dobivaš“. Navedene fraze podsjećaju nas na važnost neverbalne komunikacije. Neka istraživanja pokazuju kako prilikom izvedbe nastave 75% aktivnosti predstavljaju elementi neverbalne komunikacije predavača na temelju čega studenti pretežito i ocjenjuju predavača. U općenitom smislu komunikacija je proces slanja i zaprimanja poruka koje omogućavaju ljudima razmjenu znanja, stavova i vještina.

Premda, komunikaciju često identificiramo sa govorom ona se sastoji od dvije dimenzije, verbalne i neverbalne. Neverbalna komunikacija definira se kao komunikacija bez riječi te uključuje vidljive karakteristike kao što su izraz lica, oči, dodir i ton glasa te manje vidljivo, oblačenje, držanje i prostornu distancu između osoba koje komuniciraju. Možemo reći kako sve komunicira, objekti, prostor i vrijeme. Zanimljivo je kako verbalni element možemo isključiti dok neverbalni ne možemo jer i tišina govori sama za sebe. Neverbalna komunikacija razvija se od rođenja budući da dojenčad ne komunicira riječima već isključivo neverbalnim elementima. Kako se razvijaju verbalne vještine tako su neverbalni elementi potisnuti, no nikada ne nestaju već su samo prikriveni.

Tijekom života ljudi nastavljaju koristiti neverbalnu komunikaciju zbog više razloga:

1. Riječi imaju limit i elementi neverbalne komunikacije na mnogim primjerima postaju značajno efektivniji od verbalnih (npr. opisivanje oblika ili pokazivanje smjera).
2. Neverbalne poruke su izvornije jer neverbalno ponašanje ne može biti toliko kontrolirano kao izgovorena riječ.

3. Neverbalni signali izražavaju osjećaje i prelaze društveno prihvatljivu granicu dozvoljenog verbalnog izričaja jer se pokazuje što se misli, a ne izgovara.
4. Jednostavnim neverbalnim elementima mogu se poslati kompleksne poruke.

Prema Mehrabianu (1967.) čak 93% stava sugovornika može se spoznati iz elemenata neverbalne komunikacije. Mehrabianovi rezultati su bili toliko dramatični da su potaknuli mnoge znanstvenike na daljnja istraživanja neverbalne komunikacije.

4.1. Povijest proučavanja neverbalnog ponašanja

U prvom stoljeću prije Krista, Kvintilijan je napisao djelo „Govornikovo obrazovanje“¹³ koje predstavlja važan izvor podataka o gestama. Delsarte¹⁴ je tijekom 19. stoljeća nastojao sustavno definirati pravila kulture govora i fizičkih aktivnosti ili gesta. Delsarte je poznat po izjavi kako je govor inferiorniji od geste, te da je gesta duhovni sadržaj a riječ opisna. Djelo koje smatramo modernim začetnikom proučavanja izraza lica napisao je Darwin¹⁵ pod nazivom „Izražavanje emocija kod čovjeka i životinja“ iz 1872. godine.

Godine 1940. Sheldon¹⁶ objavljuje djelo „Varijacije u ljudskoj tjelesnoj građi“ u kojem nastoji dokazati povezanost između fizičkih karakteristika osobe i karakternih osobina, pokušava se uspostaviti korelacija fizičkog i duhovnog. Efron 1941. godine objavljuje knjigu „Geste i okolina“ koja je dala izuzetan doprinos proučavanju govora tijela i gesta. Ozbiljno povećanje istraživačkih radova na temu neverbalnog ponašanja bilježimo 50-tih godina prošlog

¹³ Institutio Oratoria, izdanje iz 95. godine prije Krista

¹⁴ Francois Delsarte (1811-1871), glazbenik

¹⁵ Charles Robert Darwin (1809-1882), znanstvenik i prirodoslovac

¹⁶ William Herbert Sheldon (1898-1977), psiholog

stoljeća kada se pojavljuju Birdwhistell¹⁷, Hall¹⁸, Trager, Jurgen Ruesch i Weldon Kees¹⁹, Maslow i Mintz te Frank²⁰.

Deset godina kasnije, dakle 60-tih godina prošlog stoljeća pokrenuta su istraživanja vokalnih izraza, studije gledanja, istraživanje širenja zjenica te istraživanje osobnog prostora i rasporeda u prostoru. Najpoznatiji autori toga doba koji su se bavili istraživanjima širokog spektra tjelesnih aktivnosti su bili Dittmann, Argyle, Kendon, Scheflen i Mehrabian. Sedamdesete su bile godine istraživanja ljudskog lica²¹, neverbalnih znakova o kojima je pisao Mehrabian²², kinezičkih istraživanja koja je provodio Scheflen²³, proučavanja veličine zjenice o čemu je pisao Hess²⁴. Montague i Birdwhistell pokušavaju pojedinačne aktivnosti sintetizirati u jednoj knjizi. 80-tih godina najpoznatiji autori su Archer, Akert i Costanzo, Knapp i Patterson.

Upravo se u osamdesetim godinama prošloga stoljeća počelo koncentrirati na to kako neverbalni signali funkcioniraju zajedno u ostvarivanju određenih komunikacijskih ciljeva, primjerice pospješivanje laganja kroz neverbalnu komunikaciju. Upravo su Streeck i Knapp došli do zaključka kako se uloga ostvarivanja neverbalnih kretnji ne može gledati odvojeno od verbalnih tj. *„ostvarivanje komunikacijskih ciljeva ne možemo potpuno razumjeti ako ne pogledamo i ulogu verbalnog ponašanja koje se pojavljuje u isto vrijeme, te pokušamo razviti tumačenja o tome u kakvoj su interakciji u tom procesu različiti verbalni i neverbalni znakovi“*.²⁵

¹⁷ „Uvod u kineziku“, objavljen 1952. godine

¹⁸ „Nijemi govor“, objavljen 1959. godine

¹⁹ „Neverbalna komunikacija: zapažanja o vizualnoj percepciji ljudskih odnosa“, objavljen 1956. godine

²⁰ „Taktilna komunikacija“ iz 1957. godine

²¹ Ekman „Emocije na ljudskom licu“ iz 1972. godine

²² Mehrabian „Neverbalna komunikacija“ iz 1972. godine

²³ Scheflen „Govor tijela i društvena pravila“ iz 1972. godine

²⁴ Hess „Izdajničko oko“ iz 1975. godine

²⁵ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010). Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji, Jastrebarsko: Naklada Slap, str. 21

4.2. Definiranje i klasificiranje neverbalne komunikacije

Prema Knapp i Hall neverbalna komunikacija odnosi se na „komunikaciju koja se ostvaruje nekim drugim sredstvima mimo riječi“²⁶. Ona dakle uključuje sve ono što činimo tijekom komuniciranja, a da nije povezano s riječima, to može biti izraz lica, položaj ruku, nogu, tonalitet izgovorene riječi i sl.

Neverbalno ponašanje uključuje otprilike 60-65 % cjelokupne interpersonalne komunikacije. Neverbalna komunikacija može nam puno toga otkriti o osobi, o čemu osoba uistinu razmišlja u tome trenutku i kako se zapravo osjeća. Zato se često različiti oblici neverbalnog ponašanja nazivaju i signalima. S obzirom na to da osobe često nisu svjesne da komuniciraju i neverbalno, govor tijela i ostali neverbalni signali puno su iskreniji od same verbalne komunikacije tj. onoga što čovjek govori.²⁷

Postoje mnoge polemike o tome jesu li neverbalni signali urođeni, genetički ili se stječu na neki drugi način. Zaključci različitih istraživanja su da neverbalnih signala ima različitih vrsta. Primjerice, Eibl-Eibesfeldt otkrio je kako osmijeh kod gluhe i slijepe dojenčadi nije naučen oponašanjem, što znači da je ova gesta urođena.²⁸ Stoga postoje geste koje su urođene i koje su naučene ovisno o okolini u kojoj je osoba odrasla. Kulturoloških razlika je puno ali osnovni neverbalni znakovi posvuda su isti. Primjerice, ljudi se smiju kada su sretni i mršte kada su ljuti ili tužni, većina osnovnih komunikacijskih signala ista je u cijelom svijetu.

Baš kao što se govor i jezik razlikuju od države do države, od kulture do kulture, tako se mogu razlikovati i neverbalni znakovi. U jednoj kulturi jedna kretnja može biti uobičajena i imati jasno značenje, dok u drugoj može biti u

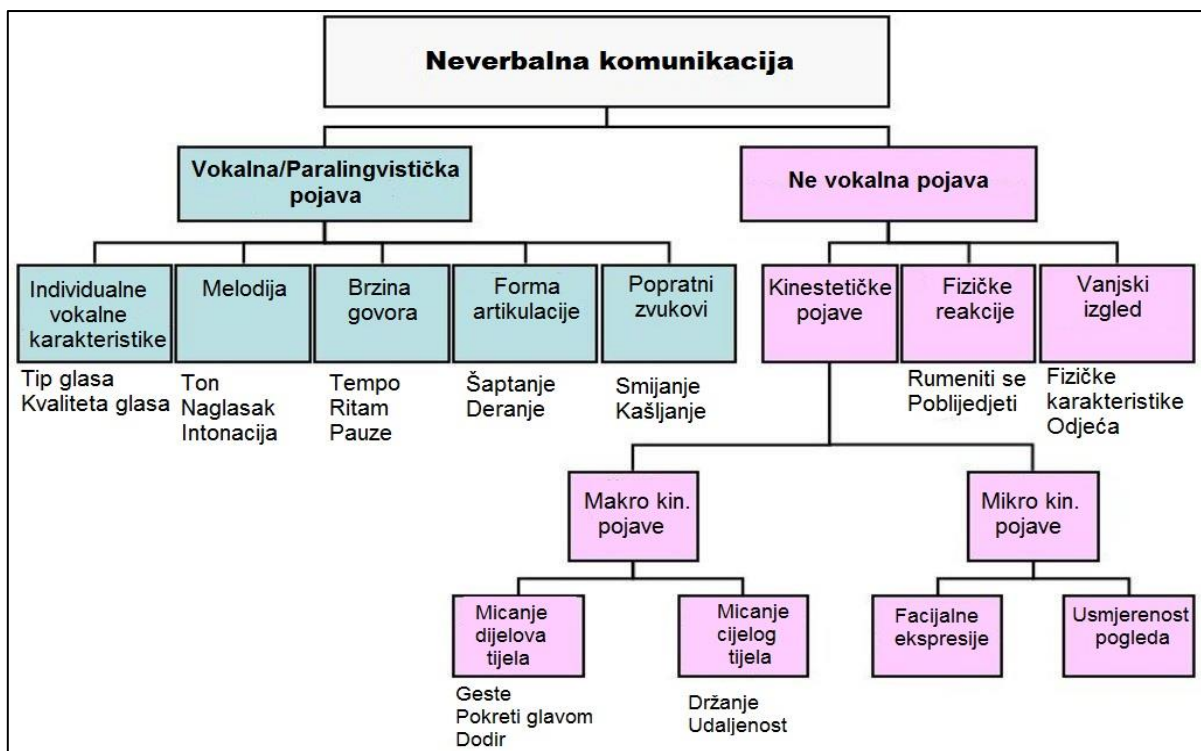
²⁶ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010). op cit., str. 5.

²⁷ Navarro, J. (2010). Što nam tijelo govori?, Zagreb: Mozaik knjiga, str. 17.

²⁸ Pease, A., Pease, B. (2014). Velika škola govora tijela, Zagreb: Mozaik knjiga, str. 29.

potpunosti besmislena. Isto tako jedna kretnja u više kultura može imati i više različitih značenja. Primjerice, palac prema gore koji pokazuje jedan zapadnjacima znači „dobro“, Talijanima „jedan“, Japancima „pet“, dok Grcima znači pogrdan, nekulturan izraz.

Neke geste ilustriraju odnos između verbalnog i neverbalnog ponašanja. Geste sklopljenih ruku, stisak ruke i osmijeh prevodive su u riječi. Neverbalni znakovi ponekad su dio govora i imaju funkciju naglaska. Primjerice, pokreti glave i ruku često prate izgovorene riječi. Neki neverbalni pokreti koriste se za prikaz osjećaja. Neki pomažu započeti i završiti govor sa dionicima u određenoj situaciji ili pak sugerirati osobi koja govori da pojasni, požuri ili završi svoj govor.



Slika 2. Sistematski pregled forma neverbalne komunikacije

Izvor: <http://research.ucc.ie/scenario/2014/02/Surkamp/03/en>

(pristupano 22.02.2017.)

Prethodna slika prikazuje sistematski pregled forma neverbalne komunikacije od onih povezanih s glasom poput tona, intonacije, ritma i tempa do onih koji nisu povezani s glasom poput gesti, držanja, facijalnih ekspresija i sl. a isti će biti detaljnije objašnjeni u sljedećim poglavljima. Neverbalna komunikacija igra važnu ulogu u socijalnoj interakcije. Mi govorimo našim vokalnim organima ali komuniciramo cijelim tijelom. Svaki izraz lica i svaki čin pridonosi sveukupnom smislu onoga što govorimo. Naš govor tijela tako prati svaki govorni čin koji ćemo napraviti, pa čak i ako ne govorimo. Naše neverbalno ponašanje konstantno odašilje informacije koje mogu biti smislene onome tko nas sluša. Na temelju tih informacija donijeti će zaključke o nama i onome što govorimo.

Kako bismo bolje razumjeli i neverbalno i verbalno ponašanje potrebno je razumjeti način na koji se verbalni i neverbalni signali kodiraju i dekodiraju. U prethodnom poglavlju spomenuli smo proces komunikacije te objasnili navedeni pojam kodiranja kao način na koji pošiljatelj pretvara simbole u poruku, a pojam dekodiranja kao obrnuti proces pretvaranja te poruke u sebi razumljive simbole. Ekman i Friesen predlažu da razmotrimo intrizično kodiranje, ikoničko kodiranje i arbitrarno kodiranje kao elemente enkodiranja prilikom definiranja neverbalne komunikacije. Intrizično pretpostavlja najmanju udaljenost između koda i referenata. Referenta možemo definirati kao stvari na koju se odnosi taj kod. Pokazivanje prstom, približavanje drugome ili udaranje osobe primjeri su intrizičnog kodiranja.²⁹ Možemo zaključiti kako su navedena ponašanja upravo ono što reprezentiraju, dakle pokazivanje prstom ne imitira neku radnju, već ima jasno određeno značenje, pokazati na određenu stvar.

²⁹ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 6.



Slika 3. Primjer intrizičnog kodiranja Jean-Claude Juncker
Izvor: HINA od 9.9.2015. godine (pristupano 10.012.2016.)

Ikoničko kodiranje razumijeva postojanje sličnosti između koda i referenta. Primjer za navedeno je položaj ruke kojim simboliziramo revolver, prikazivanje obrisa pješčanog sata kada vidimo lijepo građene ljude, kada želimo reći da smo gotovi rukom „režemo“ vrat.³⁰ Dakle, koristimo određenu „ikonu“, utvrđenu radnju koja opisuje ono što govorimo ili čak što ne moramo izgovoriti već samo pokazati a ljudi iz iste kulture će nas razumjeti. U isto vrijeme radnja je približno slična samom značenju riječi ili izraza na koji se odnosi.

³⁰ Ibid., str. 6.



Slika 4. Primjer ikoničkog kodiranja na plakatu za film Trainspotting
Izvor: <http://sijobling.com/aside/trainspotting-iconic-movie-poster/>
(pristupano 10.12.2016.)

Treći oblik kodiranja signala naziva se arbitrarnim i za njega je karakteristična najveća udaljenost između koda i referenta. Odličan primjer za arbitrarno kodiranje predstavlja aktivnost mahanja na rastanku koja ustvari ne oslikava na uvjerljiv način aktivnost rastajanja. Zanimljivost je da su najbolji primjer arbitrarnog kodiranja same riječi, budući da one same po sebi ne predstavljaju nikakvu sličnost sa stvarima na koje se odnose. Recimo, pojedinačna slova koja čine riječ kuća, nemaju nikakvu vezu sa izgledom same kuće. Na taj način udaljenost između koda i referenta izuzetno je daleka i smatra se arbitrarnim kodiranjem.³¹

³¹ Ibid., str. 6.



Slika 5. Primjer arbitrarnog kodiranja, mahanje rukom na rastanku obitelji Clinton

Izvor: Gettyimages / (pristupano 10.12.2016.)

Gornja slika pokazuje primjer mahanja rukom na rastanku što ne predstavlja na potpuno uvjerljiv način sam čin rastanka i time je izvrstan primjer arbitrarnog kodiranja.

Neverbalna komunikacija odaje prirodu odnosa između sudionika. Ovo se može vidjeti primjerice u vojsci gdje će vojnik salutirati pukovniku jer ima viši rang tj. to će učiniti iz poštovanja. Primjerice u tvornici gdje će radnik koji radi na pokretnoj traci u uredu svoga rukovoditelja sjesti tek kada ga to rukovoditelj izričito zatraži. U oba slučaja, slika samog sebe u odnosu na druge simbolizira se neverbalno kroz geste i pokrete.³² Možemo zaključiti kako neverbalna komunikacija ima veću ulogu od same komunikacije, ona može predstavljati i prirodu odnosa između sudionika komunikacije.

³² Remland, M. (1981), Developing Leadership Skills in Nonverbal Communication: A Situational Perspective, International Journal of Business Communication, Volume 18, Issue 3, str. 17-29, str. 22.

Osim što s neverbalnom komunikacijom izražavaju emocije, njome se također i naglašavaju verbalne poruke koje pojedinci žele prenijeti, izražavaju stavove, koriste se prilikom ponavljanja neke poruke i sl. Neverbalno ponašanje može pojasniti verbalnu poruku, a nekada i potpuno zamijeniti verbalnu komunikaciju.

4.3. Neverbalna komunikacija u komunikacijskom procesu

Komunikacijsku okolinu čine fizička okolina i spacijalna okolina. Fizičku okolinu čine elementi koji utječu na odnos među ljudima ali nisu dio njega. Okolina utječe na raspoloženje osoba u komunikaciji, odabir riječi i postupaka. Odličan primjer predstavljaju restorani u koje pozovemo ljude sa kojima želimo pozitivne i prisne odnose.³³

Fizički prostor restorana sigurno doprinosi stvaranju pozitivnih misli kod sugovornika iz čega nastaju ukupni pozitivni procesi i komunikacija koja rezultira rješavanjem problema ili poticanjem kreativnog procesa stvaranja. Fizičku okolinu čini arhitektura, interijer prostora, rasvjeta, temperatura, korištene boje, glazba i ostali popratni zvukovi koji obilježavaju određeni prostor. Dodatno je potrebno spomenuti i tragove aktivnosti u određenom prostoru koji ostavljaju osobe u komunikaciji. Pod tragovima komunikacije pretpostavljamo sve što je ostalo u prostoru, a bilo je upotrebljeno od strane osoba koje komuniciraju. Vrijeme, kroz percepciju i odabir prikladnog trenutka za aktivnost čini važan dio komunikacijske okoline.³⁴

Komunikacijsku okolinu osim fizičke okoline čini i socijalni te osobni prostor osoba koje komuniciraju. Proučavanje percepcije i načina korištenja socijalnog i osobnog prostora nazivamo proksemikom. Osobni prostor u kontekstu komunikacije analizira se u smislu udaljenosti sugovornika te dinamike

³³ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 7.

³⁴ Ibid., str. 7.

promjene koja se odvija tijekom razgovora. U istraživanjima na predmetnu temu često se spominje primjer teritorijalnosti i povlače se paralele između ponašanja ljudi i životinja u smislu obilježavanja prostora, kako bi se stvorila određena prednost, kroz fizičko pozicioniranje u prostoru u odnosu na druge dionike komunikacije te sam prostor.³⁵

Osim komunikacijske okoline kojom na jedan način klasificiramo neverbalno ponašanje potrebno je uzeti u obzir i aspekt fizičkih značajki osoba koje komuniciraju. Fizičke osobine osoba u interakciji obično tijekom komunikacije ostaju nepromijenjene, tu ubrajamo visinu, težinu, oblik tijela, opću pojavnost, boju kože te ostale fizičke karakteristike. Zanimljivo je spomenuti i artefakte koji nadopunjuju pojavnost osobe, a ako nabrojimo samo neke, govorimo o raznim umjetnim dodacima u koje spadaju kozmetika, nakit, torbe i sl. Fizičke značajke na koje ćemo se dalje fokusirati su sljedeće:³⁶

1. Držanje tijela;
2. Geste;
3. Dodirivanje;
4. Gledanje;
5. Izrazi lica;
6. Glasovno ponašanje.

³⁵ Ibid., str. 8.

³⁶ Ibid., str. 8.

4.3.1. Držanje tijela

Držanje tijela ukazuje na stupanj angažiranosti osobe u komunikaciji, na međusobni status sugovornika, pokazatelj je emocionalnog stanja osobe i smjera razvoja komunikacije u smislu izgrađivanja međusobnog odnosa. Držanje tijela se obično proučava zajedno s drugim neverbalnim signalima.

Držanje tijela ključni je pokazatelj emocionalnih stanja. Primjerice, položaj nogu može pomoći pri određivanju koliko se ugodno osoba osjeća u nečijoj blizini. Ukoliko osoba dok stoji prekriži noge, znači da se osjeća nelagodno. Prekrižene noge mogu značiti i samouvjerenost.³⁷

4.3.2. Geste

Geste su „*pokreti koji imaju preneseno, naučeno i u kulturi stečeno značenje*“.³⁸ Međutim, postoji i niz pokreta koji su prirodni pa tako primjerice, kimanje glavom desno-lijevo ima značenje odbijanja, nijekanja, te je prirodna kretnja za odbijanje hrane.

Kada govorimo o gestama bitno je razlikovati geste ovisne o govoru i geste neovisne o govoru. Geste neovisne o govoru uvriježeno su prihvatljive pripadnicima određene kulture i predstavljaju često viđen element kako u audiovizualnim djelima, na televiziji ili u javnosti. Globalno najpoznatije geste su prstima ruke prikazan znak „V“ za pobjedu i podignuti palac ruke u obliku jedinice kao pokazatelj da je sve u redu. Geste povezane s govorom puno su dinamičnije i izražajnije te služe privlačenju i zadržavanju pažnje, naglašavanju i pojačavanju dojma onoga što je izgovoreno. Predmetne geste neka su vrsta komentara i proširenja onoga što je izgovoreno.³⁹ Dakle, geste mogu biti

³⁷ Navarro, J. (2010)., op.cit., str. 70.

³⁸ Pintarić, N., (1997). Razvitak neverbalnoga koda, SL 43/44, str. 251-265, str 255.

³⁹ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 8-9.

prirođene ali se i kulturološki razlikuju ovisno o sredini u kojoj je pojedinac odrastao. Također, one nadopunjuju verbalan dio interpersonalne komunikacije.



Slika 6. Geste povezane s govorom

Izvor: <https://lauraakers.com/2015/05/19/adding-drama-to-public-speaking/> /
(pristupano 12.12.2016.)

Gornja slika na vjeran način prikazuje dramatiku govora i pojačavanje dojma gestama. Mogli bismo zaključiti kako neverbalna komunikacija ima značajan utjecaj na kreiranje percepcije publike ili međusobne percepcije sugovornika.

4.3.3. Dodirivanje

Dodirivanje kao fizičku značajku razlikujemo na način da je dodir usmjeren na sebe ili na drugu osobu. Tako možemo spomenuti iskonske nervozne manirizme koji predstavljaju urođenu naviku koja nema previše veze sa onim što se govori, već sa općim stanjem govornika. Dodiri koji su fokusirani na

vlastito tijelo nazivaju se adapterima i među njih ubrajamo recimo češkanje i pridržavanje. Ukoliko se dodir događa između dvoje ljudi, on predstavlja najsnažniji oblik neverbalne komunikacije. Kao prilično neodređen oblik ponašanja dodir može biti shvaćen pozitivno ili negativno. Negativna percepcija i s njome povezani negativni osjećaji mogu iritirati sugovornika i samim time usmjeriti komunikaciju u neželjenom smjeru. Suprotno navedenom dodir kojim se sugovornik umiruje može polučiti pozitivne efekte i promijeniti tijek komunikacije ukoliko je ona bila negativna. Istraživanja provedena na temu dodira analizirala su dodire između odraslih i dodire kao važan faktor djetetovog razvoja. Promatrane supkategorije govore o udaranju, pozdravljanju, glađenju, opraštanju, zadržavanju i usmjeravanju kretnji drugih osoba.⁴⁰



Slika 7. Vizualni primjeri neverbalne komunikacije dodirom

Izvor: <http://www.nonverbal-world.com/2011/10/importance-of-touch.html> /

(pristupano 10.12.2016.)

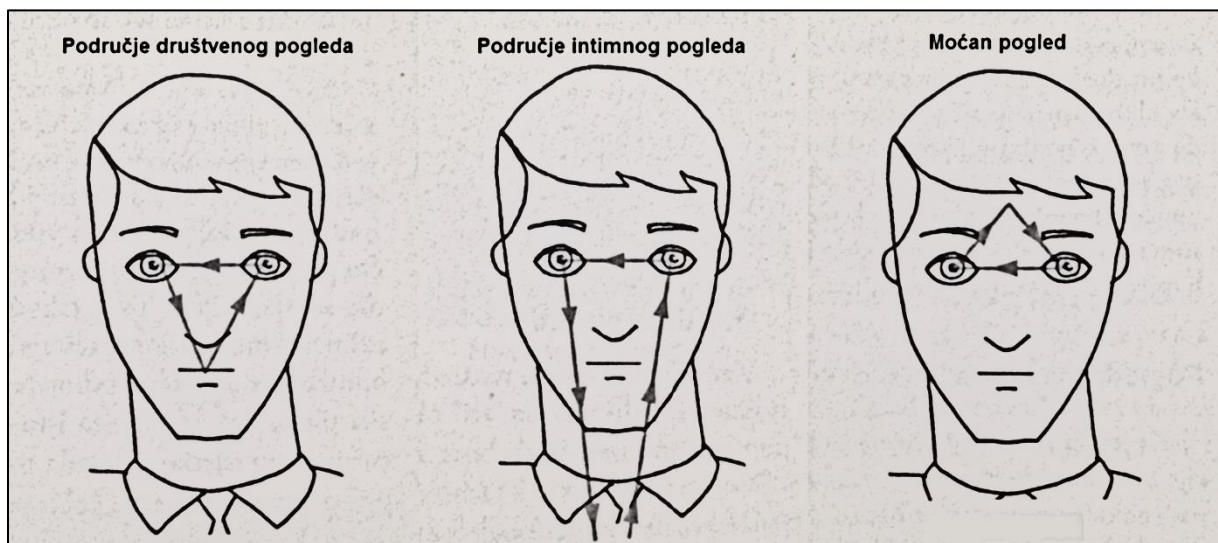
Na slici su prikazani različiti oblici dodira koji mogu interpretirati bliskost između osoba. Negdje dodir prikazuje utjehu, negdje zaštitu, odobravanja i sl. Dodir je definitivno snažno sredstvo neverbalne komunikacije i koristi se često u trenucima kada se jedna osoba osjeća ugodno u prisutnosti druge osobe.

⁴⁰ Ibid, str. 9.

4.3.4. Gledanje

Gledanje je često element koji se međusobno prati od strane osoba koje komuniciraju. Sugovornici se podsvjesno pitaju gdje gledamo, kako i koliko dugo. Istraživanjima su obuhvaćene čak i zjenice na temelju čijih promjena istraživači procjenjuju postojanje interesa kao i stupanj uključenosti u predmet komunikacije.

Primjerice, pogled postrance može imati nekoliko značenja. Može priopćavati zanimanje, dvojbu ili neprijateljstvo. U kombinaciji s podignutim obrvama on priopćava zanimanje, a često se rabi kao poziv na udvaranje. U kombinaciji sa spuštenim ili namrštenim obrvama znači pak sumnju i neprijateljstvo.⁴¹ Vidimo kako pogled u kombinaciji s drugim neverbalnim kretnjama može komunicirati u potpunosti drugačije stvari.



Slika 8. Različita područja pogleda

Izvor: Pease, A., Pease, B. (2014). *Velika škola govora tijela*,
Zagreb: Mozaik knjiga, str. 177.

Kao što se može vidjeti na prethodnoj slici, postoje različita područja lica u kojima se pogled smatra prihvatljivim s obzirom na situaciju. Tako postoji

⁴¹ Pease, A., Pease, B. (2014). op.cit, str. 175.

područje društvenog pogleda u kojemu se gleda područje lica u prijateljskom okruženju. Nadalje, postoji intimni pogled koji ima šire područje lica nego društveni, pogled ide preko očiju i spušta se prema donjim dijelovima tijela. Također postoji i moćan pogled, a on se sastoji od gledanja na područje iznad očiju u sredini čela.⁴² Gdje i kako ćemo promatrati određenu osobu u komunikaciji ovisni naravno o našem razmišljanju o toj osobi kao i o situaciji. Ukoliko razgovaramo sa šefom koristit ćemo se društvenim pogledom, ukoliko pričamo sa svojim partnerom, mužem, ženom u nekoj intimnoj komunikaciji koristit ćemo intiman pogled. Te na poslijetku ukoliko želimo ostvariti dominantnost nad drugom osobom koristiti ćemo moćan pogled.

4.3.5. Izrazi lica

Izrazi lica i sa njime povezani osjećaji koji se najčešće pojavljuju su srdžba, tuga, sreća, strah, gađenje i iznenađenje. Tijekom istraživanja izraza lica kao neverbalne komunikacije često se smatra kako je funkcija lica upravo komuniciranje, a ne da je ono u funkciji emotivne ekspresije.⁴³

Facijalne ekspresije najkompleksniji su dio neverbalne komunikacije. Licu u odnosu na cijelo tijelo pripada najmanja tjelesna površina za komuniciranje ali na njemu raspolažemo najvećim brojem komunikacijskih resursa. Poruke se šalju koristeći nos, oči, čeljust, bradu, obrve, boju tena i sl. Tu još treba i nadodati ostale elemente poput dodirivanja različitih dijelova lica, pridržavanje lica rukom, držanje cigarete, lule, šešir na glavi, naočale itd.⁴⁴ Lice je kao otvorena knjiga, šalje signale o tome kako se osoba uistinu osjeća i što misli. Ranije naveden emocije općenito je lako pročitati, no kada je riječ o prepoznavanju ostalih emocija situacija nije tako jednostavna i poruke nisu

⁴² Ibid. str. 177-179.

⁴³ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 10.

⁴⁴ Burić Moskaljov, M. (2014). Poruke bez riječi – umijeće neverbalnog komuniciranja. Zagreb: Poslovna znanja., str. 89.

tako jasne. Lice reagira na sve podražaje i zrcali stanje u kojemu se osoba nalazi.

Uzmimo kao primjer osmijeh i sreću. Kada je osoba iskreno sretna osmijehom pokriva cijelo lice, obrve su lagano podignute i odolijevaju sili teže što je siguran znak pozitivnih osjećaja. Lažni osmijeh povlači samo usta u natrag, dok stvarni povlači i usta i oči. Odglumljeni osmjesi mogu uzrokovati bore oko očiju i podizanje obraza, oči se pritom zatežu pa se stječe dojam iskrenog osmijeha. No, ipak postoje znakovi kako lažne osmijehe razlikovati od iskrenih. Kod iskrenog osmijeha mesnati se dio oka između obrve i vjeđe spušta, a kraj obrve malo pada.⁴⁵ Na ovome primjeru možemo vidjeti koliko je puno facijalnih pokreta bilo uključeno kako bi se komunicirao osjećaj sreće i koliku iznimnu ulogu ove neverbalne kretnje imaju u komunikaciji.



Slika 9. Izrazi lica i gledanje kao elementi neverbalne komunikacije

Izvor: <http://non-verbalcommunicationskills.blogspot.hr/> / (pristupano 12.12.2016.)

⁴⁵ Pease, A., Pease, B. (2014). op.cit, str. 71.

Izrazi lica i pogled kao elementi neverbalne komunikacije u obliku fizičkih značajki prisutni su od rođenja i praktički ih komunicira svako dijete. Razvojem fizičkih obilježja lica i pogled postaju izražajni te neverbalna komunikacija postaje izraženija.

4.3.6. Glasovno ponašanje

Glasovno ponašanje odnosi se na to „*kako je nešto rečeno, a ne što je rečeno*“.⁴⁶ Postoje razlike između dvaju tipova zvukova⁴⁷:

1. Glasovne varijacije koje proizvode glasnice tijekom govora, a ovise o promjenama u visini, trajanju, glasnoći i šutnji.
2. Glasovi koji su primarno rezultat drugih fizioloških mehanizama, osim samih glasnica, npr. ždrijelne, usne ili nosne šupljine.

Dakle glasovno ponašanje proučavamo kroz dva elementa, tonski produkt glasnica, što ovisi o promjenama u visini, trajanju, glasnoći i šutnji te glasovima kao produktu drugih fizioloških elemenata usne šupljine.

Kada govorimo o neverbalnoj komunikaciji u smislu vokalne pojave, možemo govoriti o individualnim vokalnim karakteristikama glasa pojedinca. O tonu i kvaliteti glasa. Tako se često muškarce s dubljim glasom smatra privlačnijima i muževnijima pa će ova činjenica utjecati na očekivanja tijekom komunikacije. Nadalje, ona će isto ovisiti i o naglasku i intonaciji koju osoba koristi kao i brzinu govora. Ukoliko osoba brzo priča može se učiniti nervoznom, stoga osobe paze na tempo, ritam i pauze u govoru. Također trebamo spomenuti i formu artikulacije u vidu šaptanja i deranja kao i popratne zvukove poput smijanja i kašljanja.

⁴⁶ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 10.

⁴⁷ Ibid., str. 10.

4.4. Neverbalna komunikacija u životnim situacijama

Do sada smo ustvrdili kako je neverbalna komunikacija prirodan dio interpersonalne komunikacije stoga je koristimo u različitim životnim situacijama, na poslu, kod kuće, u školi, prilikom udvaranja, u restoranu itd. U ovom potpoglavlju naglasak će se staviti na nastup političara na televiziji, a spomenuti ponašanje u učionici i kriminalna djela.

Neverbalna komunikacija jako je bitna kod određivanja kazne kriminalnih djela, budući da nitko sam neće priznati da je kriminalac, prepoznavanje određenih kretnji koje indiciraju da osoba laže od velike je važnosti za osobe koje se bave policijskim i detektivskim poslom. Istraživanje (Givens, 1978) kojim su majke zlostavljačice svoje djece čak i u igri sa svojom djecom, svojim neverbalnim ponašanjem izražavale odbojnost (okretanje na stranu, ne osmjehivanje i sl.).⁴⁸

Nadalje, neverbalna komunikacija od velike je važnosti u učionici gdje svakodnevno profesori s učenicima i učenici međusobno ostvaruju interpersonalnu komunikaciju ili komunikaciju sa skupinom tj. s razredom. Prema Neillu „*neverbalna komunikacija u razredu je vrlo važna jer nastavnik i učenici često imaju više povjerenja u neverbalnu nego u verbalnu poruku.*“⁴⁹ Za posao nastavnika važno je imati opću sposobnost čitanja neverbalnih znakova u pratnji specifičnih vizualnih dekodirajućih vještina (posebno izraza lica), glasovnih i kombiniranih znakova. Neverbalno ponašanje u učionici može imati dvosmjernan utjecaj. Nastavnici nastoje uspostaviti fizičku i psihološku blizinu preko neverbalnih znakova koje učenici percipiraju i takvi nastavnici kod učenika imaju više uspjeha. Nadalje, nastavnici koji pozitivno percipiraju

⁴⁸ Ibid., str. 23.

⁴⁹ Bakić-Tomić, Lj., Globočnik Žunac, A., Kožić, D. (2013), Neverbalni komunikacijski kanali u nastavi, Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje broj 15, stranice 141-153., str. 142.

učenikovo neverbalno ponašanje, češće takvi učenici kod nastavnika izazivaju pozitivne ekspresije.⁵⁰

Nadalje, osobe iz javnog života, a pogotovo političari, već su odavno otkrili kako neverbalna komunikacija ima veliki utjecaj na dojam koji ostavljaju na gledatelje. Stoga mnogi uče tehnike pozitivnog neverbalnog ponašanja kako bi iste okrenuli u svoju korist i pridobili gledatelje. Istraživanja su pokazala da neverbalna ponašanja političkih kandidata mogu značajno utjecati na evaluaciju gledatelja tijekom rasprave. Prilikom prve debate koja se odvila preko televizijskih ekrana, one između predsjedničkih kandidata R. Nixona i J. Kennedyja, analitičari su o Nixonovu neuspjehu govorili zbog njegova izgleda (izrasla brada, umorno lice i sl.). Analiza pokreta provedena nad R. Nixonom pokazala je, kako je njegov izgled bio samo jedan faktor njegovih neverbalnih slabosti.⁵¹

Također možemo spomenuti i debatu između predsjedničkih kandidata Obame i Romneya. Postoje neverbalno neprimjerena politička ponašanja koja nisu u skladu s namjeravanom porukom i / ili tonu okruženja u kojem se odvijaju. Upravo tijekom prve debate između Obame i Romneya, gledatelji su naširoko kritizirali Obamino ponašanje, koje su smatra distanciranim i isključenim. Kritičari su rekli kako je proveo previše vremena gledajući u svoje bilješke i izbjegavao kontakt očima i iako bi se lecnuo kada bi ga Romney napao, on mu ipak nije uzvratio.⁵²

Putem navedenih primjera političkih nastupa na televiziji možemo zaključiti kako neverbalna komunikacija igra vitalnu ulogu i ostavlja utisak na gledatelje. Osobe svjesno i nesvjesno upijaju svaki pokret tijela i izraz lica političara,

⁵⁰ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 28.

⁵¹ Ibid., str 25.

⁵² National Communication Asssocation. When Nonverbal Behaviors Overshadow Substance in Presidential Debates Pristupljeno: <https://www.natcom.org/CommCurrentsArticle.aspx?id=6864> (13.12.2016.)

najviše pritom pamteći ona koja se smatraju neumjesnima. Iz navedenog razloga javne osobe osim što moraju paziti o onome što govore, trebaju paziti i kako to govore.

5. KOMUNIKACIJSKA OKOLINA

Prilikom svake interpersonalne komunikacije treba uzeti u obzir i okolinu u kojoj se trenutačni sugovornici nalaze. Osoba će se drugačije ponašati u svome domu nego na poslu. Političar će se drugačije ponašati prilikom debate nego intervjua i sl.

Isto tako okolina utječe na raspoloženje, izbor riječi i postupaka stoga se sve više pažnje posvećuje i okolini i kako ona utječe na pojedince. Komunikacijska okolina se odnosi na one čimbenike koji nisu dio komunikacije ali neposredno utječu na nju. To su stvari poput unutarnjeg okruženja, rasvjeta, temperatura, boje, zvukovi, glazba i sl. elementi koji utječu na pojedinca u tijeku komunikacije.

5.1. Utjecaj okruženja govornika

Osobe komuniciraju na različitim mjestima, kod kuće, u parku, dućanu, na poslu, hotelu, knjižnici, učionici i sl. Upravo različiti elementi različito utječu na osobu s obzirom na okolinu u kojoj se nalazi. Glavni elementi koji utječu na govornika koje ćemo spomenuti su: formalnost, toplina, privatnost, prepoznatljivost, ograničenje i distanca.⁵³

Prvi čimbenik po kojemu govornici klasificiraju okolinu jest formalnost ili neformalnost. Reakcije komunikatora temelje se na osobama koje su prisutne u prostoru i njihovim aktivnostima, te na raznim predmetima koji se nalaze u

⁵³ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 111.

okolini. Tako da, što je formalnost veća, osobe će se ponašati manje opušteno, komunicirati će profesionalnim jezikom, biti će površnije i nesigurnije.

Sljedeći čimbenik koji utječe na osobe u okruženju jest toplina i njeno opažanje. Okruženja u kojima osobe osjećaju emocionalnu toplinu potiču ih da se opuste, da se zadrže u tom okruženju i naposljetku osjećaju ugodno. Faktori zbog kojih osoba osjeća ovu toplinu mogu biti različiti, primjerice kombinacija boja zidova, tekstura namještaja, zvučna izolacija i sl. Fascinantna je činjenica da okruženja u kojima osobe osjećaju psihološku toplinu daju dojam same fizičke topline tj. osobe se osjećaju fizički toplije.

Privatnost je čimbenik koji također utječe na neverbalnu komunikaciju i ponašanje sugovornika. Tako zatvoreni prostori daju dojam veće privatnosti, dok veći prostori manje. Ponekad i predmeti u okolini pridaju osjećaju privatnosti, poput toaletnog pribora i sličnih predmeta. U prostoriji koja zrači privatnošću osoba će se zasigurno osjećati opuštenije i biti sklonija intimnijim temama.⁵⁴

Nadalje, kako će se osoba ponašati ovisi i o opažanju upoznatosti. Navedeno znači da će se osoba drugačije ponašati u okolini koja joj je poznata, nego u onoj koja nije. Osoba će ići polako u nepoznatoj sredini sve dok je ne uspije, na neki način, povezati s okolinom koju poznaje. Osim upoznatosti ili prepoznatljivosti i ograničenja utječu na ponašanje pojedinca. Knapp i Hall tako uzimaju za primjer ponašanje studenta tijekom božićnih blagdana. On će se tijekom toga vremena osjećati zarobljeno ako stalno mora biti kod kuće. Postavlja se pitanje koja je razlika između toga boravka i općenitog boravka kod kuće, a odgovor je sljedeći: intenzitet percipiranog sputavanja, usko je povezan sa prostorom koji je na raspolaganju osobi dok boravi u toj sredini.

⁵⁴ Ibid., str. 112.

Ponekad na ponašanje osoba utječe blizina ili udaljenost s koje treba komunicirati s drugom osobom. Ovdje govorimo o opažanju distance. Distanca može biti fizička ili psihološka udaljenost. Pri psihološkoj se misli na barijere koje razdvajaju ljude, iako su fizički blizu. Tako je prisnija komunikacija povezana sa situacijama koje su nesputavajuće, poznate, intimne i bliske.⁵⁵

Možemo zaključiti kako će različiti čimbenici i njihova kombinacija imati određen utjecaj na osobu koja je dio komunikacije. Mehrabian je tvrdio kako osobe emocionalno reagiraju na ono što ih okružuje. Ove emocionalne reakcije se mogu opisati na temelju⁵⁶:

1. Koliko se osoba u okolini osjeća *uzbuđeno* – uzbuđenje se odnosi na to koliko je osoba aktivna, uzbuđena, uznemirena ili budna.
2. Koliko se osoba u okolini osjeća *ugodno* – ugoda se odnosi na osjećaj radosti, zadovoljstva ili sreće.
3. Koliko se osoba u okolini osjeća *dominantno* – dominacija sugerira da osoba misli da ima kontrolu, da je važna i slobodna postupati na različite načine.

5.2. Vrijeme kao faktor neverbalne komunikacije

Na prvu, čini se čudnim razmatrati vrijeme, neopipljivu stvar, kao faktor koji može utjecati na neverbalnu komunikaciju. No kada poblizje razmotrimo ovu stavku vidimo koliko je zapravo dio naše svakodnevnice. Sa sobom uvijek imamo neki sat, gledamo na kalendar i određujemo dogovore i obveze po datumima, dogovaramo sastanke u određeno vrijeme, osuđujemo ljude ukoliko kasne ili ih smatramo odgovornima ukoliko uvijek dolaze „na vrijeme“.

Stoga vrijeme ima ključnu ulogu u socijalnoj interakciji. Vrijeme se drugačije percipira u različitim kulturama. Ljudi se u kulturi značajno razlikuju po

⁵⁵ Ibid., str. 113

⁵⁶ Ibid., str. 114.

fiziološkom, emocionalnom i psihološkom ponašanju. Tako primjerice, osoba meksičkog podrijetla pozvati će prijatelje na roštilj u 20:00 sati ali podrazumijeva se da okupljanje zapravo počinje tek u 21:00 sat. Slično tome, u Francuskoj, ako je dogovor u 20:00 sati to podrazumijeva da bi se trebalo doći oko 20:30 sati. U Švedskoj 20:00 sati znači 20:00 sati a oni koji kasne možda neće biti dobrodošli.⁵⁷

Kada osobe ocjenjuju socijalne kontakte, postoje četiri temeljna načina na koja se promatra vrijeme⁵⁸:

1. Vrijeme kao mjesto događaja – mogu se pripisati različita značenja a neki doživljaji vremena odnose se na to kad se nešto događa, odnosno, tempiranjem događaja.
2. Vrijeme kao trajanje događaja – opažanje vremena ovisi i o tome koliko neki događaj traje.
3. Vrijeme kao interval između događaja – tempo kojim se nešto događa, zapravo je doživljaj vremena koje je proteklo otkad se događaj posljednji put dogodio.
4. Vrijeme kao raspoređenost događaja – dok osoba promatra periodične nizove intervala, počinje osjećati socijalni ritam; regularnost /neregularnost, red /nered što tvori slijed postupaka i navika osobe.

5.3. Priroda i drugi ljudi kao elementi neverbalne komunikacije

Priroda ili okruženje uključuje fizičke i psihološke aspekte komunikacijskog konteksta. Okoliš je važan dio dinamičkog procesa komunikacije. Percepcija nečijeg okoliša utječe na samu reakciju na njega. Primjerice, Google je poznat po svojoj radnoj okolini, ima prostore namijenjene fizičkim aktivnostima, kuhinju s uslugom posluživanja hrane tijekom cijelog dana. Trošak ovakve

⁵⁷ Schmitz A., (2012). Communication for business success. Dostupno na: <http://2012books.lardbucket.org/pdfs/communication-for-business-success.pdf> str. 402.

⁵⁸ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 115-116.

okoline je bez sumnje velik ali rezultati su odlični. Rezultati dobiveni u okruženju, dizajniranom da olakša svakodnevne poslovne aktivnosti, poboljšavaju kreativnost, interakciju i suradnju i zbog toga su vrijedni truda i troška.⁵⁹ Možemo zaključiti kako okolina utječe na ljudsko ponašanje, proizvodnost pa tako i na neverbalnu komunikaciju između ljudi. U okolini u kojoj se osobe osjećaju opušteno i prihvaćeno sklonije su otvorenoj i iskrenoj komunikaciji.

Mjesta u kojima osobe žive, rade, rekreiraju se i sl. imaju utjecaj na ponašanje tih osoba. Ono što utječe na njih je sve u jednoj okolini, od boje, zvuka, osvjetljenosti, temperature, promjena godišnjeg doba i sl. Primjerice, temperatura i način na koji utječe na ljudsku reakciju jedan je od čestih tema istraživanja. Tako je McClelland u svojoj analizi utvrdio da je motivacija za postignućem najveća, gdje je prosječna godišnja temperatura između 4 i 15 Celzijevih stupnjeva.⁶⁰ Prema navedenog primjeru možemo zaključiti kako različiti elementi pa tako i temperatura utječu na naše ponašanje pa stoga i na naše neverbalno ponašanje. Primjerice, kada bi osobe komunicirale u prostoriji u kojoj im nije ugodno, recimo da im je prevruće, njihove neverbalne kretnje odražavale bi osjećaj nelagode.

Osim okoline i ljudi u toj okolini su element neverbalne komunikacije. Drugi ljudi mogu se percipirati kao dio same okoline i utjecati na ponašanje drugih. Tako oni mogu biti pasivni ili aktivni sudionici, a to ovisi o tome koliko ih osoba percipira kao dio konverzacije. U mnogim situacijama smatra se da je osoba aktivan sudionik, ako može čuti ono o čemu se govori. Kada se osobe smatraju kao aktivni, sastavni dio situacije, mora se često promijeniti način komunikacije, tako da se poruke prilagode brojnijoj publici.⁶¹ Isto tako, komunikacija se može promijeniti u smislu da osoba zbog većeg broja

⁵⁹ Schmitz A., (2012). op.cit., str. 415.

⁶⁰ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 117-118.

⁶¹ Ibid., str. 120.

slušatelja želi ostaviti bolji dojam i sl. Možemo zaključiti da su osobe element okoline i baš kao neki fizički aspekti mogu utjecati na neverbalnu komunikaciju i komunikaciju uopće.

5.4. Teritorij i osobni prostor

Protok i promjena udaljenosti između osoba koje komuniciraju jednako je dio komunikacijskog iskustva kao i riječi koje osobe razmjenjuju. „*Teritorij općenito označuje ponašanje koje karakterizira identificiranjem s nekim fizičkim područjem na način koji upućuje na posjedovanje i obranu tog teritorija od percipiranih „osvajača“*“⁶².

Mnoge vrste teritorijalnog ponašanja mogu imati korisnu funkciju kao reguliranje populacijske gustoće, pomoć u koordiniranju aktivnosti i sl. Teritorijalno ponašanje svakodnevni je dio ljudske interakcije. Tako osobe prilagođavaju svoje neverbalno ponašanje, u odnosu na koji doživljavaju nešto kao svoj teritorij. Primjerice, nečiji dom može se okarakterizirati kao teritorij te osobe, koji je spremna braniti. Iz navedenog razloga, osoba se u određenim situacijama u njemu ponaša drugačije, nego što bi se ponašala negdje drugdje.⁶³

Svatko brani svoj teritorij jer postoje različiti načini na koje on može biti ugrožen. Lyman i Scott identificirali su tri tipa prisvajanja teritorija:⁶⁴

1. Povreda – je neopravdana uporaba tuđeg teritorija. Primjerice, zurenjem u nekoga dok jede u restoranu, stvaranje buke u blizini učionice, zauzimanjem dvaju sjedala u tramvaju. Prema navedenim primjerima možemo zaključiti da se prisvajanje teritorija može učiniti pogledom, glasom ili tijelom.

⁶² Ibid., str. 143.

⁶³ Ibid., str. 143-144.

⁶⁴ Ibid., str. 145.

2. Upad – ovo je permanentnija vrsta prisvajanja teritorija. Pokušaj zauzimanja tuđeg teritorija. Primjerice, postupak žene koja je muževu radnu sobu pretvorila u svoju sobu s računalom.
3. Kontaminacija – nije osvajanje teritorija svojom prisutnošću već onim što se ostavi iza sebe. Primjerice, kada se nađemo u novoj hotelskoj sobi, ne želimo vidjeti nikakve tragove osobe koja je prije nas privremeno u njoj boravila.

Intenzitet kojim će osoba odgovoriti na ugroženost svog teritorija ovisi o tome tko je povrijedio teritorij, zašto je to učinio, o kojem tipu teritorija je riječ, kako je povreda napravljena, koliko je dugo trajalo prisvajanje, gdje se povreda dogodila, hoće li se ponoviti ili ne i sl. Svaka osoba ima svoj teritorij i svaka će osoba drugačije reagirati na njegovu povredu. Isto tako svaka osoba ima svoj tzv. osobni prostor, svojevrsnu nevidljivu granicu u kojoj se osjećaju ugodno. Prelaskom te granice, neke druge osobe s kojom osoba nije dovoljno bliska, u prvoj osobi može se i često se budi osjećaj nelagode. Ovisno o bliskosti osoba će pustiti druge u svoju blizinu.⁶⁵

Kada je taj nevidljivi prostor ugrožen, osoba se može drugačije ponašati. Ona se može povući ili ostati na mjestu zbog čega joj se dlanovi počnu znojiti zbog napetih živaca, a katkada osoba može reagirati i nasilno. Način na koji osoba koristi svoj osobni prostor, baš kao i veliki dio komunikacijskog ponašanja, naučen je na svjesnoj i na nesvjesnoj razini.⁶⁶

⁶⁵ Ibid., str. 145.

⁶⁶ Samovar, L., A., Porter, R.E., McDaniel, E., R. (2013). Komunikacija između kultura, Naklada Slap, Zagreb, str. 220.

6. KOMUNIKATORI I NJIHOVO PONAŠANJE

Način na koji osoba izgleda, kako je obučena, počešljana, što nosi na sebi, način na koji stoji, je li pogrbljena, ima li uspravno držanje i sl. sve su elementi koju utječu na osobu tijekom komunikacije. Ove fizičke karakteristika oblikuju ponašanje osoba koje komuniciraju. Upravo ćemo se u ovom poglavlju ukratko dotaknuti tih fizičkih obilježja komunikatora kao i ponašanje komunikatora i elemente neverbalne komunikacije.

6.1. Specifična obilježja komunikatora

Osobe često donose sud o čovjekovoj osobnosti na temelju njegovih fizičkih karakteristika, a ti sudovi često su vrlo pogrešni. Isto tako osobe većinom preferiraju ljude simetričnoga lica (čije su obje strane jednake) nego asimetrična lica (s nejednakim stranama lica, poput iskrivljenog nosa ili jednog uha malo većeg od drugog).⁶⁷ Prosudbe vezane uz privlačnost i izgled počinju se donositi rano u životu. Iako se fizičke privlačnosti često vežu uz pozitivne karakteristike, one se mogu povezati i uz negativne, poput nepoželjnih osobina (taštine, snobizma, egoizma).

6.1.1. Visina

Može se zaključiti kako fizičke karakteristike komunikatora utječu na prosudbu osoba u komunikaciji o njemu. Isto tako izgled utječe na interpersonalne reakcije. Recimo, uzmimo visinu kao obilježje. Čini se kako osobe znaju da visina može biti važna za njihov društveni i radni život. Važnost visine proizlazi iz raširenog vjerovanja da će veća odstupanja od prosječne visine biti izvrgnuta negativnim ocjenama drugih. Predrasude su više vezane uz niski rast. Visina tako može utjecati na privlačnost. Možemo reći da ukoliko je osobi

⁶⁷ Schmitz A., (2012). op.cit., str. 411.

druga osoba s kojom komunicira privlačna, ponašati će se drugačije i pridavati će joj više pažnje, nego prema osobi koja joj nije privlačna.⁶⁸

6.1.2. Lice

Kao što smo ranije spomenuli većina osoba će smatrati privlačnijim lice koje je simetričnije i više će se potruditi u komunikaciji s osobom koju smatra privlačnom. Primjer simetričnog i asimetričnog lica možemo vidjeti na sljedećoj slici.



Slika 10. Prikaz simetričnog (a) i asimetričnog (b) lica

Izvor: <http://rstb.royalsocietypublishing.org/content/366/1571/1638>

(pristupano 21.02.2017.)

Najviše istraživanja vezano uz privlačnost ljudi provedeno je upravo na temelju izgleda lica. Ono što su Langlois i Roggman dokazali tijekom svog istraživanja jest, da u nekim slučajevima pojedince privlačnim percipira veliki broj ljudi iako njegova obilježja nisu populacijski prosjek. Zapravo će najprivlačnija lica biti

⁶⁸ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 197-198.

ona koja nisu privlačna. Primjerice, žena bi trebala imati čelo koje je više od prosječnog, pune usnice i kraći nos od prosječnog i sl.⁶⁹

Može se zaključiti kako građa i oblik nečijeg lica ostavljaju snažan dojam na druge. Obilježja lica mogu pomoći ili odmoći u tijeku komunikacije, ovisno o određenim stereotipima povezanim uz obilježja koja osoba posjeduje. Lice je važno u komunikaciji jer upravo u njega gledamo prilikom interpersonalne komunikacije. No, ipak je ponekad teško interpretirati sve izraze lica koje osoba čini. Lice prenosi mnoštvo informacija od emocionalnog stanja u kojemu se osoba nalazi do interesa o onome o čemu se govori.

Što se tiče samih osjećaja može se reći kako je lice ogledalo duše. Ljudska lica sposobna su za izvođenje velikog spektra izraza, i to uz pomoć različitih mišića koji precizno kontroliraju usnu šupljinu, usne, oči, nos, čelo i vilicu. Prema procjeni Ekmana ljudi su sposobni za više od deset tisuća različitih izraza lica.⁷⁰ Izrazima lica najviše se iskazuju emocije. Postoji šest temeljnih emocija koja se mogu prepoznati na licima sugovornika, a to su iznenađenje, strah, ljutnja, gađenje, sreća, srdžba i tuga.

Negativne emocije poput nezadovoljstva, gađenja, straha i ljutnje čine osobe napetima. Skup signala koji otkrivaju napetost čine zatezanje mišića vilice, škiljenje očima, širenje nosnica, podrhtavanje usana i stiskanje usana.⁷¹ Srdžba se na licu osobe može lako uočiti zato što što osoba ima spuštene i primaknute obrve te se javljaju okomite linije između njih, pogled je čvrst i može djelovati izgubljeno, usnice stisnute. Strah se može prepoznati tako što su obrve podignute i primaknute, bore su na čelu u sredini, usta su otvorena ali usne su napete i zubi skoro spojeni. Kod iznenađenosti obrve su podignute, zaobljene i visoko na čelu, koža ispod obrva je napeta, očne vjeđe su širom

⁶⁹ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 189.

⁷⁰ Navarro, J. (2010)., op.cit., str. 153.

⁷¹ Ibid., str. 154.

otvorene, te usta širom otvorena. Kada se osobi nešto gadi, izraz lica uglavnom obuhvaća podignutu gornju usnicu, naboran nos, podignute obraze, spuštene obrve i spojene. Kada je osoba radosna tada se smije, kutovi usana su podignuti a usta mogu biti otvorena ili zatvorena. Kad osobe izražavaju tugu njihovi unutrašnji kutovi vjeđa su podignuti, koža ispod obrva trokutastog je oblika, a kutovi usana su spuštene.⁷²

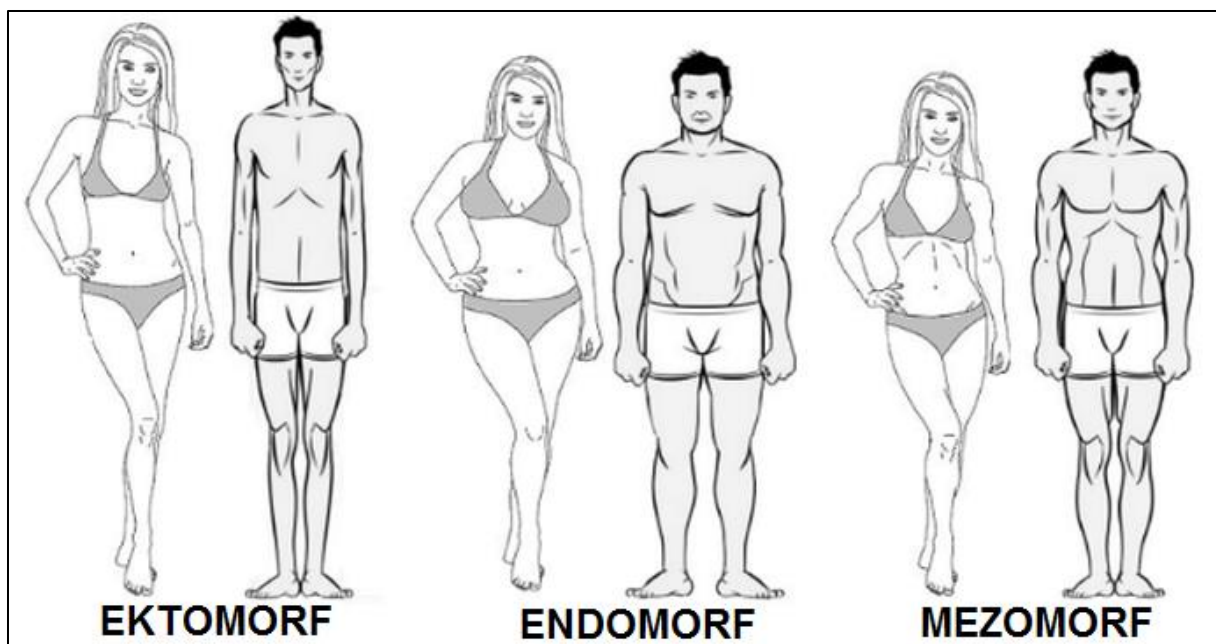
6.1.3. Oblik tijela

Provedeno je istraživanje na velikom broju ispitanika u kojemu se gledala povezanost određenih značajki ličnosti i temperamenata s određenim tjelesnim tipovima ili građom. Na temelju ovih istraživanja, ne bi se trebalo zaključiti kako tijelo uzrokuje osobine temperamenta već kako osobe dodjeljuju određene osobine ljudima s obzirom na njihov izgleda tijela. Postoje tri kategorije tjelesne građe⁷³:

1. Ektomorf: visok, mršav, krhak
2. Endomorf: mekan, okrugao, debeo
3. Mezomorf: koščat, mišićav, sportske građe.

⁷² Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 326.-331.

⁷³ Ibid., str. 194.



Slika 11. Oblici tijela: ektomorf, endomorf, mezomorf

Izvor: <http://www.gucluyasa.com/hangi-vucut-tipine-sahipsiniz.html>

(pristupano 21.02.2017.)

Visoka podudarnost između nekih osobina temperamenata i tjelesne građe može biti uzrokovana životnim iskustvom, okolinskim čimbenicima, predodžbom o sebi i drugih varijabli uključujući i očekivanja drugih ljudi. „Ako postoje jasno definirani i općenito prihvaćeni stereotipi o tjelesnoj građi i temperamentu, možemo logično zaključiti da će imati veze s načinom na koji drugi percipiraju ljude i reagiraju na njih, te s crtama ličnosti koje drugi očekuju kod pojedinca.“⁷⁴ Upravo su određeni stereotipi koje su osobe u istraživanju povezale sa izgledom tijela navedeni u sljedećoj tablici.

⁷⁴ Ibid., str. 195.

Tablica 1. Stereotipne značajke temperamenata tri kategorije tjelesne građe

Ektomorf	Endomorf	Mezomorf
Suzdržan	Ovisan	Dominantan
Napet	Miran	Veseo
Tjeskoban	Opušten	Siguran u sebe
Šutljiv	Spokojan	Pun energije
Smeten	Zadovoljan	Brzoplet
Pedantan	Trom	Učinkovit
Zamišljen	Smiren	Entuzijastičan
Precizan	Ležeran	Kompetitivan
Pažljiv	Susretljiv	Odlučan
Obziran	Prijazan	Otvoren
Sramežljiv	Tolerantan	Sklon prepiranju
Nespretan	Usiljen	Govorljiv
Hladnokrvan	Topao	Aktivan
Sumnjičav	Sklon opraštanju	Sklon gospodariti
Introspektivan	Suosjećajan	Hrabar
Ozbiljan	Meka srca	Poduzetan
Oprezan	Velikodušan	Pustolovan
Taktičan	Srdačan	Odvažan
Osjetljiv	Ljubazan	Asertivan
Povučen	Društven	Optimističan
Pitom	Blag	Naprasit

Izvor: Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010). Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji, Jastrebarsko: Naklada Slap, str. 425.

Na uzorku od 120 ljudi, tražilo se da ocjene siluete (ektomorfa, endomorfa i mezomorfa) u 24 ljestvice koje su bile označene bipolarnim pridjevima. Kao što možemo vidjeti u tablici rezultati su bili sljedeći:⁷⁵

⁷⁵ Ibid., str. 196.

1. Ektomorf je procijenjen kao mršaviji, mlađi, ambiciozniji, viši (siluete su bile iste visine), sumnjičav prema drugima, napetiji, nervozniji, manje muževan, tvrdoglaviji i naporniji, pesimističniji i tiši.
2. Endomorf je procijenjen kao deblji, stariji, niži, staromodniji, manje fizički snažan, manje zgodan, govorljiviji, srdačniji i osjećajniji, dobroćudniji i ugodniji, ovisniji i povjerljiviji prema drugima.
3. Mezomorf je procijenjen kao snažniji, muževniji, zgodniji, pustolovniji, mlađi, viši, zrelijeg ponašanja i samopouzdaniji.

Možemo zaključiti kako izgled, pa tako i oblik tijela, u mnogočemu pridonosi načinu na koji će osobe pristupiti komunikaciji kao i iniciranim dojmovima koje će osoba imati o svom sugovorniku.

6.1.4. Boja kože i miris tijela

Osobe će svoju prosudbu o drugim ljudima donijeti i na temelju boje njihove kože. Primjerice, „*na ljudima svijetle kože bljedilo može značiti da je osoba bolesna, rumenilo može odavati zbunjenost, dok se crvenilo na vratu može pojaviti u momentu srdžbe*“.⁷⁶ No, trajna boja kože ima najsnažniji tjelesni podražaj koji određuje interpersonalne reakcije.

⁷⁶ Ibid., str. 200.



Slika 12. Različite boje kože kod ljudi

Izvor: <http://jezebel.com/5925196/the-pantone-chart-of-every-human-skin-color>
(pristupano 21.02.2017.)

Na prethodnoj slici mogli smo vidjeti boje kože ljudi prikazane kao jednu paletu boja. Standarde ljepote obično postavljaju ekonomski dominantne skupine u društvu. „*Tako je kroz povijest bila dominantna bijela boja kože koja je diktirala standarde ljepote. No zapravo što je koža blijeđe veća je vjerojatnost da će imati pjege, biti sklonija raku kože i ranijem boranju nego koža mnogih Azijaca i Afrikanaca*“.⁷⁷ S vremenom se mijenja skupina koja dominira, stoga se i očekuje promjena i u standardima fizičke privlačnosti.

Miris ima jak utjecaj tijekom komunikacije, a često djeluje na osobu nesvjesno. Reakcije se mogu procesirati svjesno ili nesvjesno ali poruka koja se prenosi može biti snažna. „*Ljudski se mirisi ispuštaju primarno putem žlijezda koje se nalaze u analnom i genitalnom području te sekretornih žlijezda na licu,*

⁷⁷ Ibid., str. 200.

*rukama, stopalima i ponegdje na prsima*⁷⁸. Uloga mirisa u interakciji razlikuje se od kulture do kulture. Primjerice, kod Azijaca se rijetko dopušta da im se osjeti miris ispod pazuha, dok Amerikanci godišnje troše značajna novčana sredstva kako bi dobro mirisali i impresionirali druge.⁷⁹

6.1.5. Odjeća

Osim fizičkih karakteristika i način na koji se osobe oblače i brinu o svome izgledu ima utjecaj na percepciju njihovih sugovornika. Osoba koja više pažnje pridaje svome izgledu, počestlji se, ima uredno ispeglanu odjeću, našminka se dobiti će drugačiju reakciju od osobe koja ne brine o svome izgledu.

Ispravno ili ne, mnogi ljudi vjeruju da odjeća prenosi važne poruke. Također, komuniciranje odjećom je najučinkovitije kada je u skladu s ulogom onoga tko je nosi i popratnim okolnostima. Tako primjerice, osoba koja ide na intervju za posao trebala bi se obući u skladu s ovim uvjetima. Kako bi osoba ostavila dobar prvi dojam, ona bi se morala obući formalno, ispeglano i uredno. Odjeća može komunicirati puno toga, osobne značajke koje komunicira su spol, dob, nacionalnost, socioekonomski status, identifikaciju s određenom grupom, raspoloženje, osobine ličnosti, stajališta, interese i vrijednosti.⁸⁰

Odjeća može ispunjavati različite funkcije, a mogu biti⁸¹:

- Ukrašavanje;
- Zaštita (i fizička i psihološka);
- Seksualno privlačenje;
- Samopotvrđivanje;
- Samozatajnost;
- Pokrivanje;

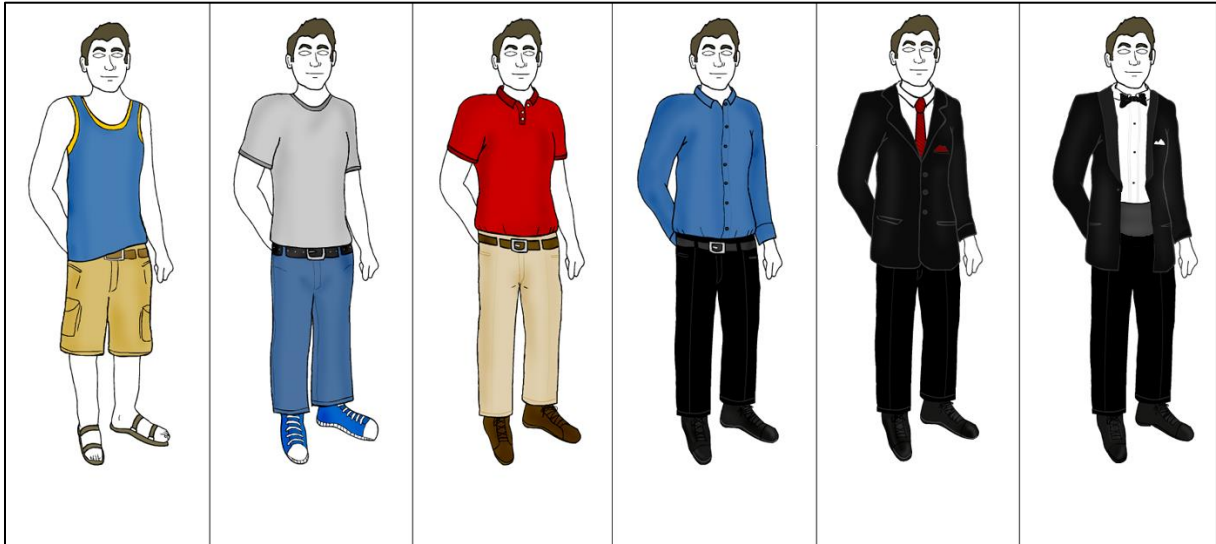
⁷⁸ Ibid., str. 200.

⁷⁹ Ibid., str. 201-203.

⁸⁰ Ibid., str.210.

⁸¹ Ibid., str. 208.

- Identifikacija s grupom;
- Utjecaj na mišljenje drugih;
- Pokazivanje statusa ili uloge.



Slika 13. Različiti stilovi oblačenja

Izvor: <https://www.emaze.com/@AZCLQCZL/Nonverbal-Communication>
(pristupano 21.02.2017.)

Na prethodnoj slici možemo vidjeti različite stilove oblačenja počevši od neformalnog do formalnog (s lijeva na desno). Svaki od tih stilova biti će prihvatljivi ovisno u kojoj se situaciji osoba nalazi. Kada bi osoba došla obučena na razgovor za posao kao na prvoj slici ostavila bi loš dojam u odnosu na to da je došla obučena kao na četvrtoj ili petoj.

Jednako kao što percepcija drugih utječe na komunikaciju, tako i percepcija samih sebe utječe na komunikaciju i naše neverbalno ponašanje. Slika o sebi glavni je sustav iz kojeg se razvija ponašanje pojedinca. Ukratko, ono što osoba misli o sebi, o svome tijelu i fizičkom izgledu oblikuje njene riječi i postupke. Osoba koja prihvaća i voli svoje tijelo i izgled biti će i samouvjerenija u ono što govori i ono što čini.

6.2. Ponašanje komunikatora i elementi neverbalne komunikacije

Pokreti tijela i geste ne izvode se slučajno tijekom govora. Oni su nerazmrsivo povezani dijelovi istog sustava. Veći broj gesta koristi se kada je osoba upućenija u temu o kojoj se raspravlja, kada je visokomotivirana da slušatelj razumije njenu poruku, kada pokušava dominirati u razgovoru, kada je zanimljivija tema o kojoj se govori i kada govori o manualnim aktivnostima.⁸² Na slušateljevo razumijevanje i samu komunikaciju govornika veliku ulogu imaju upravo geste.

Tablica 2. Ponašanja ocijenjena kao topla ili hladna

Topla ponašanja	Hladna ponašanja
<ul style="list-style-type: none"> • Gledanje u oči • Dodirivanje ruke • Kretanje prema osobi • Odmjeravanje od glave do pete • Sretno lice • Smijanje otvorenih usta • Cerenje • Sjedenje izravno nasuprot osobe • Potvrдно kimanje glavom • Pućenje usana • Oblizivanje usana • Podizanje usana • Podizanje obrva • Oči širom otvorene • Korištenje ekspresivnih gesta rukom tijekom govora • Letimični pogledi • Rastezanje 	<ul style="list-style-type: none"> • Hladno pogledavanje • Podsmjehivanje • Lažno zijevanje • Mrštenje • Odmicanje od osobe • Gledanje u strop • Čačkanje zubi • Negativno tresti glavom • Čistiti nokte • Skretanje pogleda • Durenje • Pali se cigareta za cigaretom • Pucketanje prstima • Pogledavanje po sobi • Štipanje ruke • Igranje s oštećenim vrhovima kose • Mirisanje vlastite kose

Izvor: Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010). Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji, Jastrebarsko: Naklada Slap, str. 425.

⁸² Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 260.

U prethodnoj tablici mogli smo vidjeti ponašanja koja se smatraju toplima, a koja hladnima. Do ovih zaključaka došlo se putem eksperimenta u kojemu je glumica izvodila tablično navedena ponašanja u interakciji s muškarcem, a ispitanici su ponašanja trebali ocijeniti kao topla ili kao hladna. Ova tablica biti će nam od važnosti za kasnije istraživanje u kojemu će se gledati ponašanje dvaju predsjedničkih kandidata kao pozitivno ili kao negativno.

6.2.1. Samosinkronizacija

Osobe su većinom usklađene kod govora i tijela tj. postoji koordinacija i vremenska usklađenost govora i pokreta tijela. Ova usklađenost zove se samousklađenost. Komunicirani sadržaj se priopćava istovremeno kroz dva aspekta, neverbalne kretnje i govor. Neverbalne kretnje kao i geste smatramo vanjskim manifestacijama komunikacijskog procesa kontroliranog iz istog dijela mozga. Interakcijska usklađenost očituje se u trenutačnoj koordinaciji smjera i pravodobnost govora i pokreta, premda je još uvijek teško predvidjeti način i vrstu ponašanja tijekom komuniciranja.⁸³ Dakle, samosinkronizacija označava određenu usklađenost između onoga što osoba govori i onoga što radi. Tako osoba može primjerice govoriti o nečemu što je bilo jako veliko ili bilo jako malo i govoreći to prikazati i rukama izraženu veličinu i sl.

6.2.2. Sinkronizacija interakcije

Sinkronizacija interakcije ili zrcaljenje sugovornikovog govora tijela način je povezivanja i stvaranja prijateljskih odnosa, a u načelu osobe nisu ni svjesne da sinkroniziraju svoj govor tijela sa sugovornikovim. Definitivno najpoznatiji i svima dobro poznat primjer, jest zijevanje. Kada jedna osoba zijevne skoro svi u njenoj neposrednoj blizini dobivaju poriv učiniti isto. Zrcaljenjem nečijeg govora tijela doprinosi da se osoba osjeća ugodno i prihvaćeno te se stvara veza s tom osobom. „*Profesor Joseph Heinrich sa Sveučilišta Michigan otkrio*

⁸³ Ibid., str. 250-253.

*je da su nagoni za zrcaljenjem duboko utkani u naš mozak jer suradnja s drugima znači više hrane, bolje zdravlje i gospodarski razvoj zajednice.*⁸⁴ Zrcaljenjem opuštamo druge ljude oko sebe i ono je bitan čimbenik za izgradnju i očuvanje prijateljskih odnosa. Tijekom zrcaljenja se sam glas, njegova intonacija, moduliranje glasa, brzina govora pa čak i naglasci usklađuju. Zrcaljenje se odvija između osoba koje se sviđaju jedna drugoj. Osobe koje se ne sviđaju ili se ne poznaju ne zrcale svoj govor tijela.⁸⁵



Slika 14. Zrcaljene sugovornikovog govora tijela

http://westsidetoastmasters.com/resources/book_of_body_language/chap12.html

Izvor: (pristupano 21.02.2017.)

Sinkronizacija ponašanja sudionika može teći na nekoliko načina, primjerice nekad se ponašanje slušatelja usklađuje s ponašanjem govornika tek nakon što slušatelj preuzme ulogu govornika. Ovdje se sinkronizacija ili podudaranje ne događa istodobno već u slijedu.

⁸⁴ Pease, A., Pease, B. (2014). op.cit., str. 242.

⁸⁵ Ibid., str. 242-252.

6.2.3. Učinak dodira na komunikaciju

Dodirivanje odnosno taktilna komunikacija najprimitivniji je i osnovni oblik komunikacije. Dodirivanje može biti usmjereno na sebe ili na drugu osobu. Nisu sve vrste dodira dobre i poželjne, sve ovisi o situaciji i bliskosti osoba koje komuniciraju. Količina dodira varira s obzirom na situaciju, dob, spol i razinu odnosa uključenih strana. Dodirivanje može izazvati pozitivne kao i negativne reakcije. Dodir može goditi, smirivati ali i iritirati. Dodir ima ulogu u ohrabrivanju i iskazivanju nježnosti ali može izazvati i negativne reakcije i biti neprikladan. Dodir stoga može donositi pozitivan ili negativan efekt, može upravljati interakcijom i služiti kao fiziološki podražaj.⁸⁶ Može se zaključiti kako dodir igra važnu ulogu u interpersonalnoj komunikaciji te da postoje različiti oblici dodira. Isti su navedeni u sljedećoj tablici.

Tablica 3. Različiti oblici dodirivanja

Vrsta dodira	Uobičajeno uključeni dijelovi tijela
Tapšanje	Glava, leđa
Šamaranje	Lice, ruka, stražnjica
Udaranje	Lice, prsa
Štipanje	Obraz
Milovanje	Kosa, lice, gornji dijelovi tijela, koljeno, genitalije
Treskanje	Ruke, ramena
Ljubljenje	Usta, obraz, grudi, ruka, noga, genitalije
Lizanje	Lice, genitalije
Držanje	Šaka, ruka, koljeno, genitalije
Vođenje	Ruka
Grljenje	Ramena, tijelo
Povezivanje	Ruke

⁸⁶ Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010)., op.cit., str. 272-292.

Naslanjanje	Ruke
Šutiranje	Noge, stražnjica
Uređivanje	Kosa, lice
Škakljanje	Gotovo bilo gdje

Izvor: Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010). Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji, Jastrebarsko: Naklada Slap, str. 279.

Henley (1997.) je prikupila mišljenja ljudi o obrascima dodira te zaključila da će se ljudi prije dodirivati u sljedećim slučajevima⁸⁷:

- Pri davanju savjeta ili informacija nego pri njihovom traženju;
- Pri davanju naredbe nego pri njenom izvršenju;
- Pri traženju usluge nego pri prihvaćanju da se ona napravi;
- Pri pokušaju uvjeravanja nego pri pokušaju da nas se uvjeri;
- Pri sudjelovanju u dubokomnom razgovoru nego pri sudjelovanju u usputnom razgovoru;
- Pri interakciji na zabavi nego na poslu;
- Pri komunikaciji uzbuđenosti nego pri njezinom primanju od drugih;
- Prigodom primanja poruke brige od drugih nego pri slanju takvih poruka.

Kada govorimo o dodiru potrebno je spomenuti i samododirivanje s obzirom da ono ima različite uloge i oblike⁸⁸:

1. Akt zaštićivanja – obuhvaćaju redukciju ulaznih ili izlaznih informacija, primjerice pokrivanje ušiju ili usta.
2. Akt čišćenja – namještanje kose, poravnavanje odjeće i drugi oblici uređivanja.

⁸⁷ Ibid., str. 276.

⁸⁸ Ibid., str. 292-294.

3. Specijalizirani signali – ovakvim gestama osobe se služe pri slanju specifičnih poruka, primjerice prikrivanjem uha kojim osoba signalizira da ne čuje.
4. Osobna intimnost – oponašanjem dodirivanja druge osobe služi se kako bi se osoba samostalno smirila. Primjerice držanje vlastite ruke, križanje nogu, savijanje ruku itd.

7. POLITIČKA KOMUNIKACIJA

S obzirom na to da su promatrane osobe u istraživanju rada, osobe iz političkog života, predsjednički kandidati, potrebno je razumjeti i okolinu kao i političku komunikaciju koje su kandidati dio. Stoga će se u ovome poglavlju pobliže dati definicija političke komunikacije i staviti je u dio političkog marketinga.

7.1. Pojam i definicija političke komunikacije

Općenito, komunikaciju možemo definirati kao verbalni i neverbalni ili jezični i nejezični sistem interakcije između dvaju ili više subjekata. Upravo je glavna funkcija komunikacije sporazumijevanje između dvaju ili više subjekata. Za političku komunikaciju možemo reći „*kako je tip interakcije koja se odvija posredstvom raspoloživog jezičnog znanja unutar političkog djelovanja i između dvaju ili više političkih djelatnika*“.⁸⁹ Politička komunikacija je dakle sporazumijevanje o političkom djelovanju članova komunikacijske zajednice.

Komuniciranje ima najmanje tri funkcije⁹⁰:

1. „*Prva funkcija* političkog informiranja odnosi se na razmjenu informacija između različitih političkih subjekata, odnosno predstavlja izvještaje o aktualnim političkim događajima, aktivnostima i osobama, izražavanje političkih interesa, stavova i uvjerenja različitih aktera političkog života.
2. *Druga funkcija* je politička edukacija i socijalizacija – podučavanje ljudi raznim političkim znanjima, neophodnim radi njihovog uključivanja u politički život, te znanjima o strukturi političkog sistema, odnosno o ulogama političkih institucija i načinu njihovog funkcioniranja, o legitimnim političkim akterima, o pravilima „političke igre“, o mogućnostima političkog djelovanja građana itd.

⁸⁹ Pupovac, M. (1990). Politička komunikacija. Zagreb: August Cesarec, str. 27.

⁹⁰ Miroslavljević, M. (2010). op. cit., str. 59.

3. *Treća funkcija* političkog komuniciranja je političko uvjeravanje odnosno politička persuazivna djelatnost – formiranje, učvršćivanje i promjena stavova ljudi o političkim događajima i akterima. Poticanje ljudi da sudjeluju u političkom životu. U okviru ove funkcije realiziraju se politička propaganda, politički marketing, političko oglašavanje, odnosi s javnostima i srodne aktivnosti.“

Dakle, možemo zaključiti kako se političko komuniciranje koristi u svrhu prenošenja političkih tema. Način na koji se prenose informacije je putem medija, stoga javne ličnosti tj. političari moraju imati određeni odnos s medijima. Također imaju svoj tim odnosa s javnostima koji su posrednici između političara i medija. Političari prenose svoje političke stavove i informacije krajnjim akterima, svojim sugrađanima, javnosti te moraju znati kako dobro komunicirati svoje poruke i stavove.

Političari trebaju imati određenu kontrolu nad onime što govore ali i načinu na koji to govore. Dakle, kontrolu nad neverbalnom komunikacijom jer ona uz verbalnu komunikaciju gradi konačan dojam o određenoj ličnosti iz sfere politike. Tako postoji deset pravila dobre (političke) komunikacije kojih se treba pridržavati kako bi se ostvario krajnji cilj, a to je osvajanje ciljane publike. Ta pravila su sljedeća⁹¹:

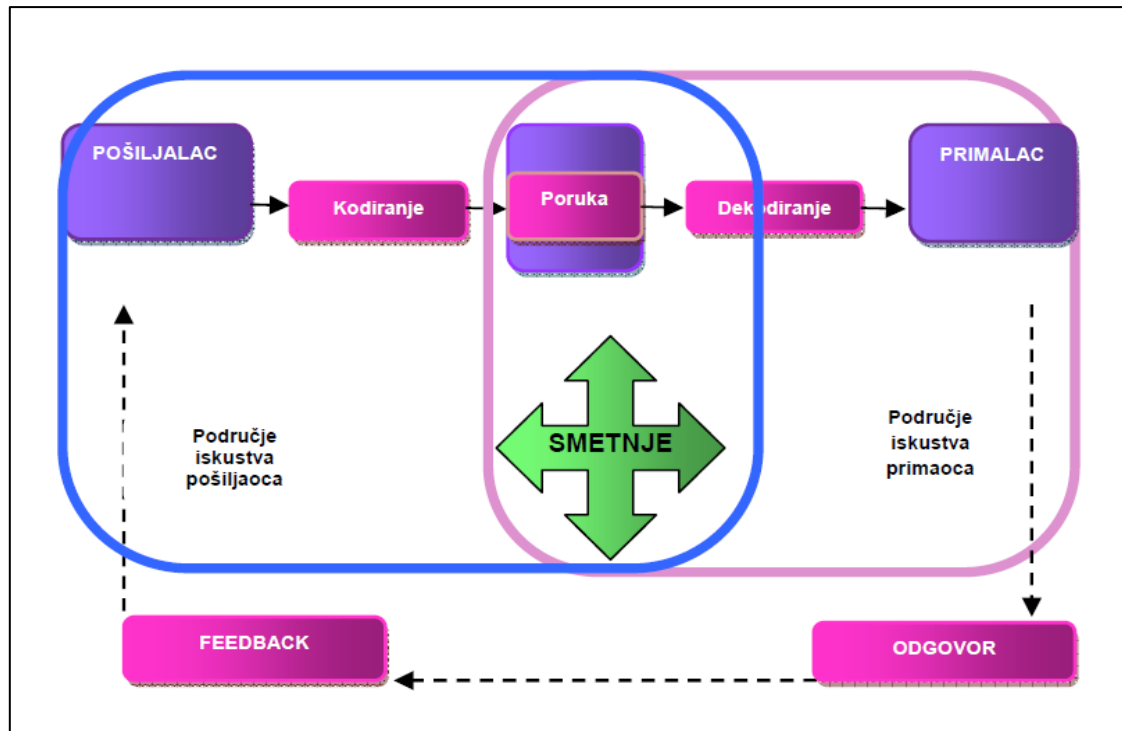
1. Osigurati slaganje - Ljude je jako teško uvjeriti u nešto, oni će se većinom samo složiti sa nečim u što već vjeruju. Stoga je potrebno naći način na koji će se komunicirati upravo ono što je blisko stavovima ciljane skupine.
2. Preuzimanje inicijative – Osobe poštuju druge osobe koje znaju preuzeti inicijativu. No, postoji potreba da se daju objašnjenja koja su rezultat odsustva kontrole nad porukom, stoga je potrebno stalno preuzimati inicijativu tj. držati kontrolu nad porukom.

⁹¹ Ibid. str. 59-60.

3. Komunikacija prije svega – komunikacija uvijek mora biti dio bilo kakvog vladinog, političkog plana od početka njegovog stvaranja pa do njegove realizacije, potrebno je sve o njemu komunicirati u javnosti.
4. Izgled je važan – nije važno samo ono što se govori, već kako se to govori. Potrebno je imati kontrolu nad neverbalnim kretnjama. Izbjegavati one negativne i što češće koristiti pozitivne jer ljudi trebaju vidjeti iskrenost u izrazu lica i u očima kao i entuzijazam.
5. Djela su uvjerljivija od riječi - ljudima je potrebno nešto više od samih riječi, potrebno je izgovorene riječi i ostvariti. Isto tako umjesto da se da obične izjave u medijima, bolje napraviti neku inicijativu, akciju te pozvati medije da poprate tu akciju.
6. Pažljivo odabrati one koji prenose poruku - glasnik poruke je isto toliko važan koliko i sama poruka. Odabran glasnik može u velikoj mjeri utjecati na to kako će ljudi primiti poruku.
7. Formuliranje objedinjujuće teme - različite državne službe imaju svoje poruke koje emitiraju javnosti, no ipak je potrebno da djeluju i sinergijski. Također, ljudi će razumjeti da je postignut uspjeh jedino ako im se jedna te ista tema stalno ponavlja, stoga se stavlja i velika važnost na repeticiju.
8. Postati izvor i sredstvo – potrebno je navikavati druge da koriste političku ličnost kao izvor informacija i sredstvo da do njih dođe.
9. Osmisliti nove načine korištenja medija.
10. Postupci se moraju poklapati sa slikom koju javnost ima o političkoj ličnosti - stvari koje politička ličnost radi, njeno ponašanje mora se poklapati sa slikom koju javnost o njoj ima.

Kada bi se političke ličnosti, pa samim time i kandidati koji se promatraju u istraživanju ovoga rada, pridržavali navedenih pravila zasigurno bi ostvarili pozitivne rezultate tijekom svojih političkih kampanja. U radu se stavlja naglasak na neverbalnu komunikaciju kao nužnost za ukupan dobar dojam i političku komunikaciju. Nema sumnje da se američki predsjednički izbori tiču

cijeloga svijeta. Prilikom političkih kampanja naglasak se stavlja na poruku koju se želi odaslati tj. kako se želi utjecati na javno mnijenje, na kontakt, kako doći do birača, kako okupiti organizacije koje će podržavati kandidate i kako voditi dijalog kroz medije.



Slika 15. Elementi u komunikacijskom procesu

Izvor: Miroslavljević, M. (2010). Političko komuniciranje.

Sarajevo: Friedrich-Ebert Stiftung, str. 98.

U prvom poglavlju objasnili smo proces komunikacije, a sada ćemo taj isti provesti kroz primjer koji se analizira u radu, debate američkih predsjedničkih kandidata. Na slici je prikazan proces komunikacije kao i njegovi dijelovi koje ćemo staviti kroz prizmu analiziranih političkih debata ovoga rada tj. debata između predsjedničkih kandidata Hillary Clinton i Donalda Trumpa.

- *Pošiljatelj* je strana koja šalje poruku drugoj strani. U ovom slučaju to bi bili predsjednički kandidati H. Clinton i D. Trump.

- *Primatelj* je strana koja prima poruku od neke druge strane. U ovom slučaju to su građani SAD-a koji mogu glasati ali i sve ostale osobe diljem svijeta koje su pratile debate.
- *Kodiranje* je postupak prenošenja zamisli u simbole tj. razmišljanja i stavovi koje kandidati žele izraziti.
- *Poruka* je niz simbola koje emitira pošiljalac tj. stavovi i razmišljanja formirani u obliku poruke koju kandidati prenose tijekom debate.
- *Medij* su komunikacijski kanal kojima teče poruka od pošiljatelja do primatelja, u ovom slučaju to bi bila javna televizija ali i različiti medijski kanali (*Youtube*) koju su prenosili debate.
- *Dekodiranje* je postupak kojim primatelj objašnjava značenje simbola koje je emitirao pošiljatelj. U ovom slučaju to je način na koji gledatelji objašnjavaju na sebi logičan način ono što su kandidati izrekli.
- *Odgovor* je niz reakcija primatelja nakon primanja određene poruke. U ovom slučaju nije postojao direktan odgovor s obzirom na to da se komunikacija odvijala putem ekrana.
- *Feedback (povratna sprega)*. U ovom slučaju to bi bila odluka za koga glasati za mjesto predsjednika SAD-a tj. čin glasanja za kandidata koji je „osvojio“ osobu koja je slušala debatu.
- *Smetnja* je neplanirani zastoj ili iskrivljenost poruke tijekom procesa komuniciranja. U ovom slučaju kandidati su često bili jedan drugom smetnja jer su jedan drugom „uskakali“ u rečenice, prekidali se i sl.

Naglasiti treba da su kandidati međusobno komunicirali, te da su u debatama komunicirali sa voditeljem ili voditeljima debate, stoga se pojedini navedeni čimbenici trebaju sagledati i iz perspektive ovih komunikacija. Primjerice, i H. Clinton i D. Trump su u međusobnoj interakciji bili i pošiljatelji i primatelji poruke.

7.2. Politički marketing

Marketing se može definirati kao „*socijalni i upravljački proces kojim pojedinci dobivaju što trebaju i žele putem stvaranja razmjene proizvoda i vrijednosti s drugima.*“⁹² Ako se navedeno stavi u okvir političkog djelovanja možemo zaključiti da se pojedinačan cilj političke ličnosti ostvaruje na temelju razmijene vrijednosti s njegovim krajnjim ciljnim skupinama tj. građanima jedne ili više država. Primjerice u okviru predsjedničke kampanje pa tako i debate kandidata krajnji cilj je biti izabran za predsjednika a način na koji će to kandidati postići je ponuditi glasačima ono što im treba kao i predstaviti se na adekvatan i privlačan način.

Političko oglašavanje služi „*da se pruži potpora političkim kandidatima u vrijeme izbora, a može se provoditi samo u zakonski određeno vrijeme izborne kampanje.*“⁹³ Zadatak političkog marketinga je da istakne a ne da izmisli sposobnosti i stručnost političke ličnosti i da ih prezentira građanima. Dobro planiranje političke aktivnosti izborne kampanje, uspješna organizacija događaja i adekvatna upotreba sredstava komunikacije mogu olakšati izbornu pobjedu čak i onima koji ne raspolažu velikim financijskim sredstvima.⁹⁴

Politički marketing je skup tehnika koje za cilj imaju doprinijeti adekvatnosti političara ili kandidata za njegovo potencijalno biračko tijelo, da upoznaju javnost s dotičnom osobom, da privuku što veći broj birača, da istaknu pozitivne i umanje negativne osobine političara, privuku organizacije koje će pomoći u oblikovanju političkih kampanja, pronađu i istaknu njegovu konkurentnu prednost nad ostalim političarima i sl.

⁹² Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (2006). Osnove marketinga. Zagreb: Mate, str. 6.

⁹³ Tomić, Z. (2008). Odnosi s javnošću, Synopsis, Zagreb-Sarajevo, str. 65,

⁹⁴ Miroslavljević, M. (2010). op.cit., str. 99.

Razni autori dijele politički marketing na više podvrsta.⁹⁵

- Izborni marketing (vezan uz izborne utakmice);
- Trajni marketing (marketing prisutnosti ili opći marketing);
- Nepolitički izborni marketing (izbori u sindikatima i profesionalnim organizacijama);
- Institucionalni marketing ili marketing u javnim stvarima (kojim se vrši pritisak na vlast u korist određenog javnog interesa);
- Ekološki marketing;
- Marketing imidža.

Politički marketing kojeg provode kandidati analizirani u radu jest izborni marketing. Kod razvijanja svakog plana bilo marketinškog ili predizbornog, bitno je razviti adekvatnu strategiju. Politička strategija ima svoj jasno definiran cilj da se zadaju smjernice koje će do maksimuma iskoristiti podršku koju politička stranka ili kandidat mogu dobiti. „Osnovna pitanja na koja strategija treba da odgovori su:

- Kome se obraćamo?
- Što im govorimo?
- Kako to govorimo?“⁹⁶

Prilikom formiranja strategije, u ovom slučaju predizborne kampanje postoje određeni elementi o kojima je potrebno razmisliti. Potrebno je utjecaj kampanja na mišljenje o kandidatu kako bi on utjecao na mišljenje o sebi, on mora razmišljati o ⁹⁷:

1. Poruci: način na koji će kroz kampanju utjecati na javno mnijenje;
2. Kontaktu: načinu na koji će se približiti svojim biračima;

⁹⁵ Ibid., str. 101.

⁹⁶ Ibid. str. 101-102.

⁹⁷ Ibid., str. 64.

3. Različitim organizacijama: kao će okupiti što više organizacija koje će ga podržavati u kampanji i kasnije kroz mandat;
4. Medijima: način tj. sredstva kroz koja će voditi dijalog s biračima;
5. Retorici: pronaći najbolji način kako reagirati i kako tretirati političke napade.

Nakon što se razvije strategija, potrebno je odrediti i tip kampanje. Iz prethodnog možemo zaključiti kako će se razmišljati o medijima kojima će se komunicirati kampanja, hoće li kampanju voditi i putem društvenih mreža primjerice Facebooka i sl. Nadalje, koje će se metode komunikacije koristiti, koji su to ciljani birači, koje su njihove težnje, potrebe i želje, kako će se oblikovati imidž kandidata i sl.

U političkom marketingu i komunikaciji važnu ulogu imaju i odnosi s javnostima. Javnost mora biti informirana o događajima unutar vladajućih struktura što i jest temelj demokracije, te isto tako političari trebaju imati uvid u javno mišljenje. Samo pitanje što se točno plasira građanima i koliko ima istine u tome, pitanje je koje bi trebalo dublje proučiti.

8. ISTRAŽIVANJE

U ovom poglavlju provodi se primarno istraživanje diplomskog rada. Ponajprije se opisuju sami ciljevi istraživanja, nacrt, metode, varijable, hipoteze, uzorak i struktura istraživanja. Izlažu se rezultati dobiveni istraživanjem te se na samom kraju analiziraju postavljene hipoteze.

8.1. Nacrt i ciljevi istraživanja

Predmet ovoga rada je istraživanje elemenata neverbalne komunikacije predsjedničkih kandidata na izborima u Sjedinjenim Američkim Državama 2016. godine. Kandidati su Hillary Clinton i Donald Trump koji su se javno sučeljavali sveukupno tri puta tijekom rujna i listopada 2016. godine. Provedeno istraživanje ima elemente opisnog istraživanja budući da odgovaramo na pitanje što se događa u smislu neverbalne komunikacije predsjedničkih kandidata.

U drugom dijelu istraživanje postaje uzročno jer odgovara na pitanje postojanja odnosa između elemenata neverbalne komunikacije i popularnosti pojedinog kandidata. U ovom istraživanju odgovaramo na pitanje postojanja elemenata neverbalne komunikacije kod predsjedničkih kandidata i na pitanje predmetnog utjecaja na popularnost pojedinog kandidata u smislu korelacije dvije varijable.

Metode istraživanja su sljedeće:

- Akcijsko istraživanje sučeljavanja predsjedničkih kandidata.
- Kombinirana metodologija, kvantitativno i kvalitativno.
- Primarno prikupljanje podataka.
- Empirijsko istraživanje.
- Jednokratno istraživanje.

- Opisno i uzročno istraživanje.
- Mikroistraživanje prošlosti.

Problem istraživanja je utvrditi kako elementi neverbalne komunikacije utječu na popularnost predsjedničkih kandidata u Sjedinjenim Američkim Državama dok su ciljevi istraživanja sljedeći:

1. Istražiti vrste i količinu neverbalnih elemenata komunikacije kod oba kandidata.
2. Izmjeriti dinamiku pojavnosti neverbalnih znakova.
3. Analizirati neverbalnu komunikaciju u odnosu na ukupnu komunikaciju.
4. Definirati skrivene poruke koje neverbalni znakovi indirektno komuniciraju.

8.2. Metoda istraživanja

Glavna metoda koja se koristi u istraživanju je metoda opažanja ili promatranja. Promatranje kao „*proces prikupljanja primarnih podataka, proces uočavanja i bilježenja činjenica ili događaja bez postavljanja pitanja osobama čije se ponašanje prati*“.⁹⁸ U ovom istraživanju prati se ponašanje predsjedničkih kandidata H. Clinton i D. Trumpa tijekom tri održane debate. U opažanju se koriste sva osjetila i promatranje se odvija objektivno. Autor kao promatrač isključen je iz situacije koju promatra s obzirom na to da promatra prošle, snimljene događaje.

Prilikom promatranja neverbalnog ponašanja ispitanika, zapisuje se učestalost određenih pokreta jednog i drugog kandidata te se vrši usporedba učestalosti korištenja istih.

⁹⁸ Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010). Priručnik za metodologiju istraživačkog rada, Zagreb: M.E.P., str. 98

8.3. Hipoteze istraživanja

Općom hipotezom (H0) definirali smo da predsjednički kandidati uglavnom svjesno koriste neverbalnu komunikaciju za pridobivanje biračkog tijela. Slijede pomoćne hipoteze koje trebaju odgovoriti na istraživačka pitanja:

- H1 - Hillary Clinton koristi značajno više pozitivnih znakova i signala neverbalne komunikacije nego Donald Trump.
- H2 - Kod Donalda Trumpa verbalna i neverbalna komunikaciju su u neravnoteži.
- H3 - Kod Hillary Clinton neverbalna i verbalna komunikaciju su u ravnoteži.
- H4 - Donald Trump se koristi većom količinom neverbalnih znakova i signala što mu onemogućava kontrolu istih.
- H5 - Hillary Clinton i Donald Trump koriste skrivene poruke.

8.4. Varijable istraživanja

Zavisne varijable su posljedice djelovanja nezavisnih varijabli, predstavljaju mjeru ishoda koju u istraživanju mjerimo. Zavisne varijable ovoga istraživanja su neverbalne kretnje, od facijalnih poput osmijeha i oblizivanja usana do različitih pokreta ruku D. Trumpa i H. Clinton. Nadalje, nezavisne varijable su ono što predsjednički kandidati koje se u ovom istraživanju promatra govore.

Dakle, ispitanici prate (ili ne prate) ono što govore, što verbalno komuniciraju i što neverbalno komuniciraju. Tako možemo zaključiti da su neverbalne kretnje u ovisnosti s onim što se govori i zbog toga su njihove riječi nezavisne varijable.

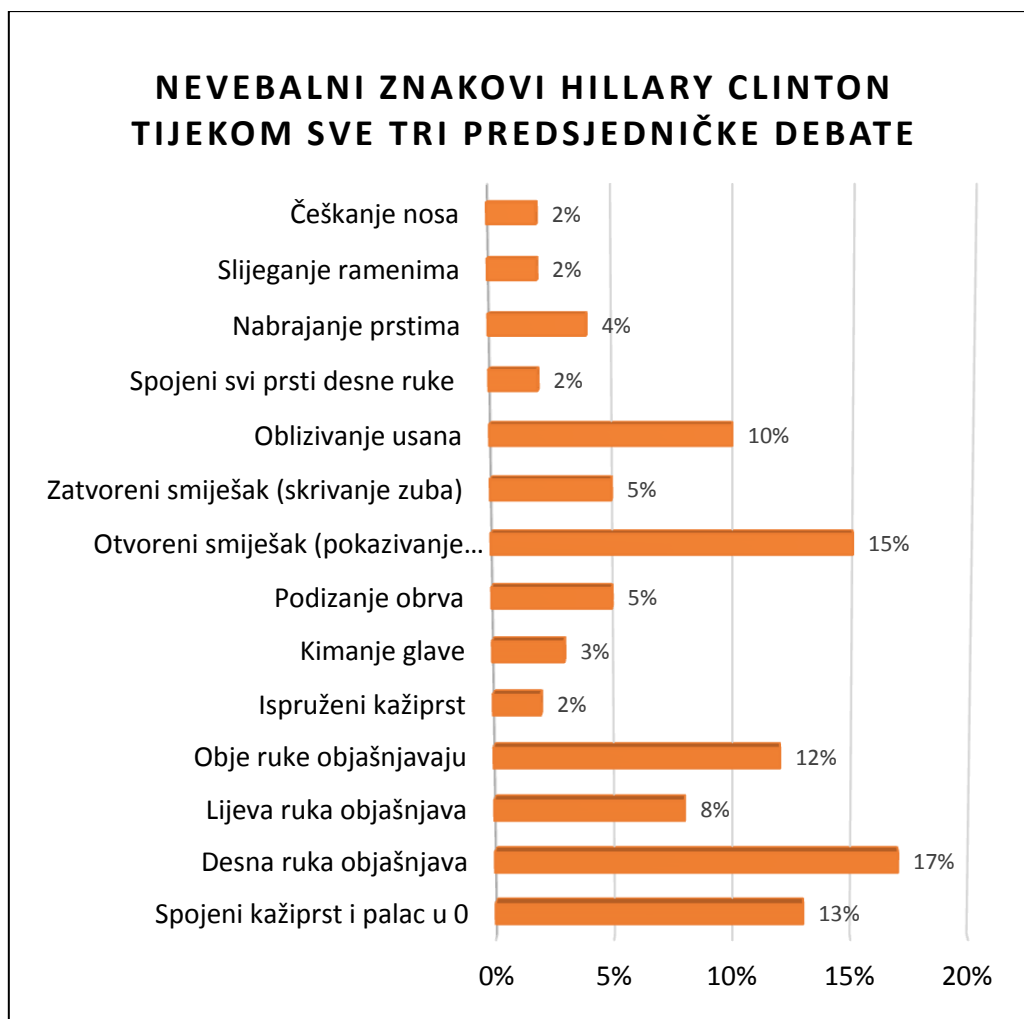
8.5. Uzorak i struktura istraživanja

U ovom potpoglavlju dati će se uzorak istraživanja te struktura kao i rezultati provedenog istraživanja. Uzorak istraživanja sastoji se od tri audiovizualna zapisa sučeljavanja predsjedničkih kandidata SAD-a Hillary Clinton i Donalda Trumpa iz rujna i listopada 2016. godine.

- Prva predsjednička debata 26. rujna 2016., Hofstra University, Hempstead, NY.
The First Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump – NBC News; <https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s> (pristupano 05.02.2017.)
- Druga predsjednička debata 09. listopada 2016., Washington University, St. Louis.
The Second Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump – NBC News; <https://www.youtube.com/watch?v=FR1I2SQ0Ueg> (pristupano 05.02.2017.)
- Treća predsjednička debata 19. listopada 2016., University of Nevada, Las Vegas.
The Third Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump – NBC News; <https://www.youtube.com/watch?v=smkyorC5qwc> (pristupano 05.02.2017.)

U daljnjem dijelu rada izneseni su rezultati istraživanja, promatranja i analiziranja ranije navedenih debata. Rezultati su prikazani u grafikonima i opisani riječima te su priložene slike iz debata kako bi se lakše prikazali određeni neverbalni znakovi.

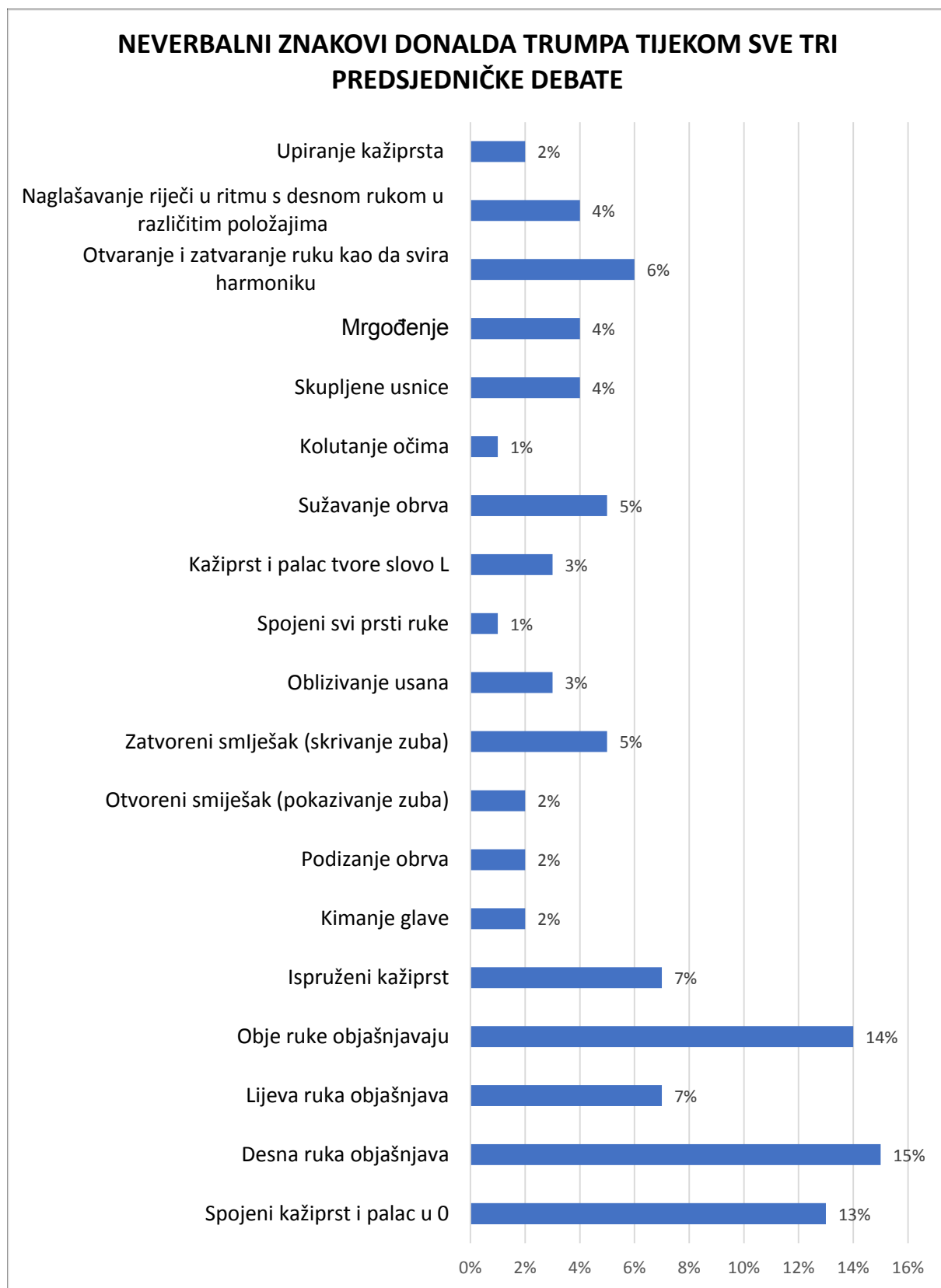
Grafikon 1. Neverbalni znakovi Hillary Clinton u sve tri predsjedničke debate
(od 26. rujna do 19. listopada 2016.)



Izvor: Vlastiti rad autorice

Iz prethodnog grafikona možemo zaključiti kako su najučestaliji neverbalni znakovi kojima se H. Clinton služila kroz sve tri debate oni povezani s pokretima desne ruke koja objašnjava, lijeve ruke koja objašnjava, spojeni kažiprst i palac u 0, obje ruke koje objašnjavaju, otvoreni smiješak te oblizivanje usana.

Grafikon 2. Neverbalni znakovi Donalda Trumpa u sve tri predsjedničke debate
(od 26. rujna do 19. listopada 2016.)

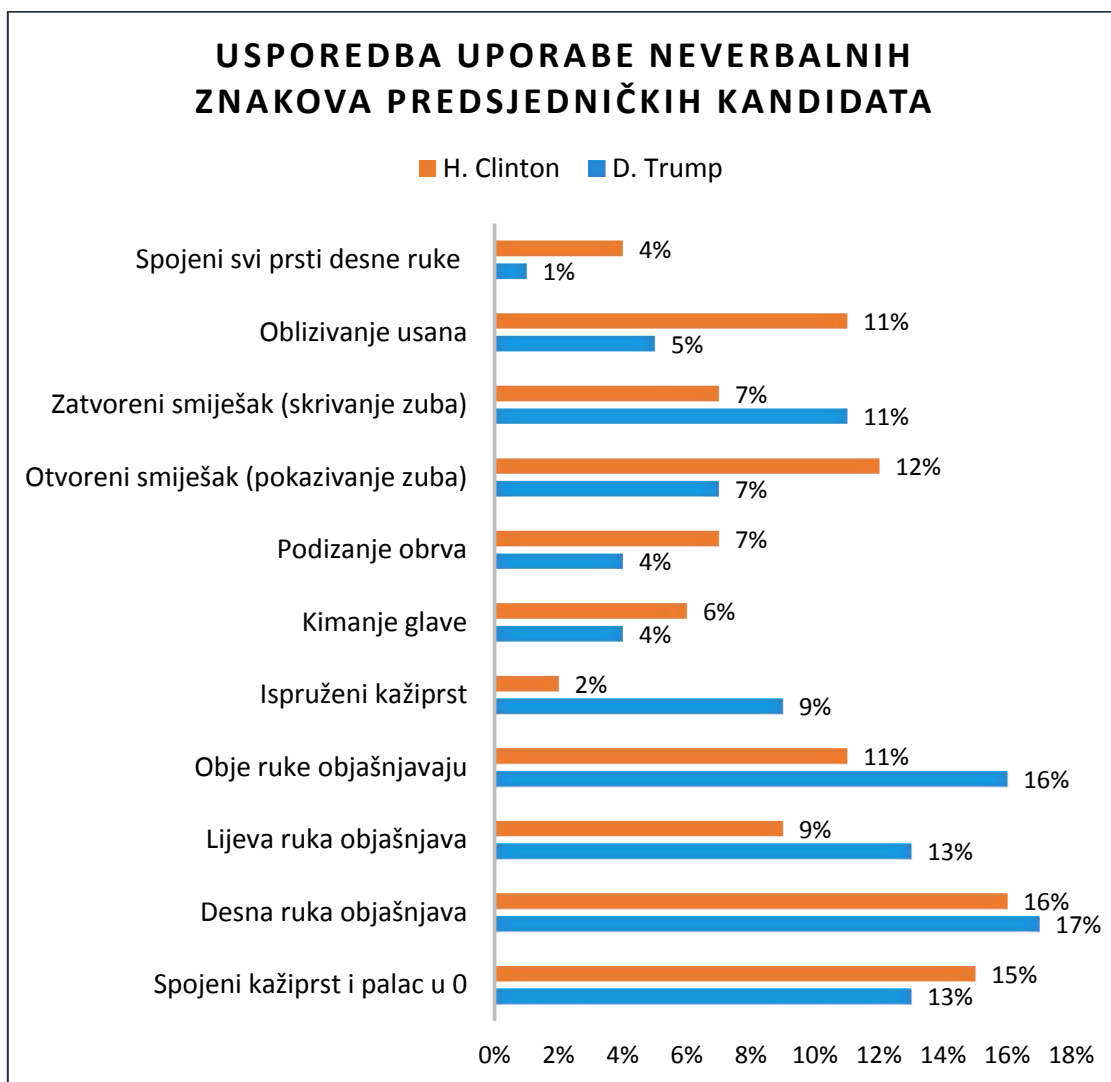


Izvor: Vlastiti rad autorice

Nadalje, najučestaliji neverbalni znakovi kojima se D. Trump koristio tijekom sve tri debate su također povezani s pokretima desne ruke, lijeve ruke, spojeni kažiprst i palac u 0, obje ruke koje objašnjavaju te ispruženi kažiprst, zatvoreni smiješak, otvaranje i zatvaranje ruku kao da svira harmoniku.

Prema prethodnom grafikonu možemo zaključiti kako se D. Trump koristi s više neverbalnih znakova nego H. Clinton, te kako su njegove kretnje učestalije. Nadalje, na sljedećem grafikonu proveda se usporedba neverbalnih zakova koje oba kandidata koriste.

Grafikon 3. Usporedba uporabe neverbalnih znakova predsjedničkih kandidata H. Clinton i D. Trumpa tijekom sve tri predsjedničke debate (od 26.9. do 19.10.2016.)



Izvor: Vlastiti rad autorice

U prethodnom grafikonu usporedili smo iste neverbalne znakove koje kandidati koriste. Može se zaključiti kako H. Clinton češće oblizuje usne ima otvoreni smiješak, podiže obrve te drži spojene prste ruke. Nadalje, ostale neverbalne znakove učestalije koristi D. Trump s naglaskom na većem korištenju obje ruke prilikom objašnjavanja, ispruženog kažiprsta i zatvorenog smješka. Oboje podjednako koriste desnu i lijevu ruku koja objašnjava kao i spojeni kažiprst i palac u 0.

Upravo je spojeni kažiprst i palac u 0 jedan od najčešćih neverbalnih znakova kojima se koriste govornici jer se njime izbjegava zastrašivanje publike. Govornici na ovaj način izgledaju autoritativno ali ne i nasrtljivo⁹⁹.

Na sljedećoj slici sa zadnje, treće debate možemo vidjeti kako su oba kandidata istovremeno koristila navedeni neverbalni znak. Ovim pozitivnim znakom više se koristi H. Clinton, nadalje ona se češće služi osmijehom kao pozitivnom obrambenom reakcijom na napade, češće kima glavom kao znak slaganja i slušanja onoga što se govori.

⁹⁹ Pease, A., Pease, B. (2014). op.cit., str. 47.



Slika 16. Neverbalni znak spojenog kažiprsta i palca

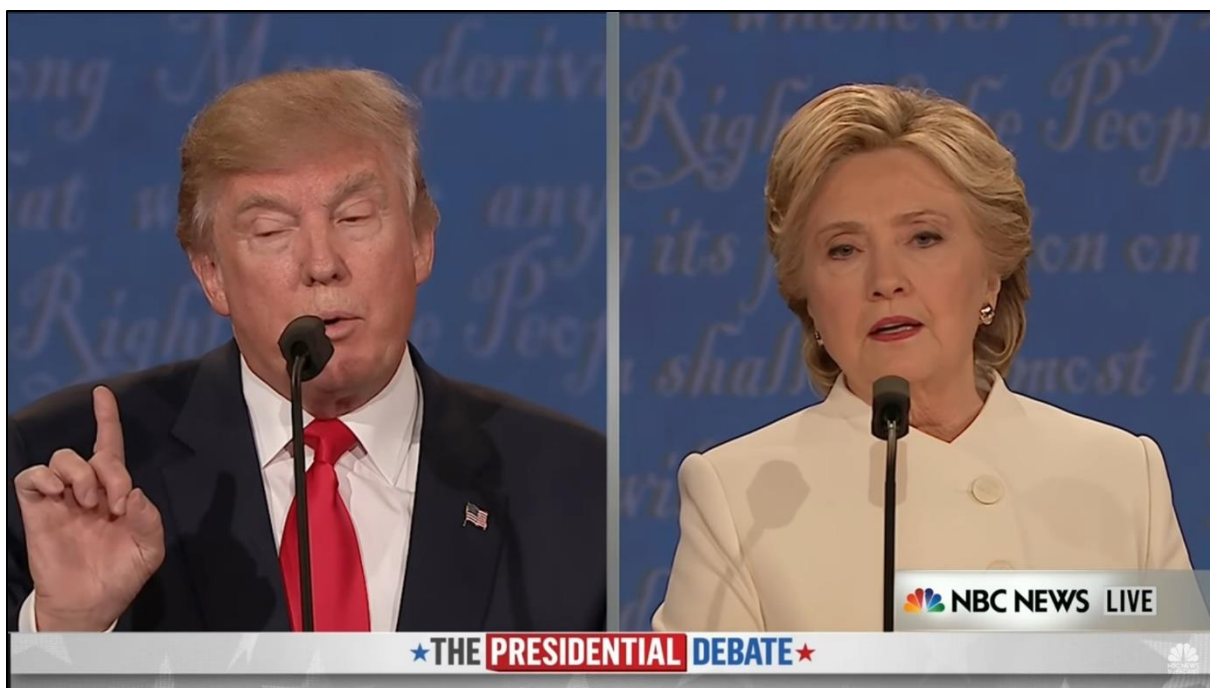
Izvor: NBC news Youtube kanal. 3. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=smkyorC5qwc> (pristupano 10.02.2017.)

Prethodnim neverbalnim znakom, spojenim kažiprstom i palcem u 0, učestalo su se koristila oba kandidata. Zsigurno su im voditelji kampanje i učitelji javnog govorenja otkrili „tajnu“ ovog znaka i kako on pozitivno utječe na gledatelje. Iz istog razloga su ga kandidati tako često koristili kako bi upotpunili svoj verbalni dio govora i stavili naglasak na određene izrečene misli.

Kako je prethodni znak pozitivan, tako je sljedeći negativan. Ispruženi kažiprst kod većine gledatelja potiče negativne emocije i manju koncentraciju na ono što se govori.¹⁰⁰ Oba kandidata su se u pojedinim trenucima koristila ovim neverbalnim znakom, no D. Trump ga je definitivno koristio češće od svoje protukandidatkinje.

¹⁰⁰ Ibid., str. 47.



Slika 17. Neverbalni znak – ispružen kažiprst

Izvor: NBC news Youtube kanal. 3. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=smkyorC5qwc> (pristupano 10.02.2017.)

Na prethodnoj slici možemo vidjeti kako D. Trump koristi ispruženi kažiprst koji se smatra negativnim neverbalni znakom. Nadalje, na sljedećoj slici možemo vidjeti neverbalni znak koji se smatra još negativnijim od prethodnog.

Upiranje kažiprsta u mnogim kulturama smatra se nepristojnim i uvredljivim. Govornici koji koriste upereni prst smatraju se nasrtljivim, ratobornim i neuljudnim te publika najslabije prihvaća informacije uz koje dolazi ovaj neverbalni znak. Razlog upiranja manje informacija jer su osobe koncentrirane na neuljudno ponašanje govornika te donose vlastito mišljenje o njemu umjesto da slušaju što osoba govori.¹⁰¹

Ovim neverbalnim znakom koristio se samo Donald Trump. Hillary Clinton niti u jednom trenutku nije usmjerila prst prema njemu ili bilo kome drugome, dok je on često upirao prst u nju pa i u voditelje tijekom druge debate. Upravo je u drugoj debati najviše upirao prstom kao i pričao „preko nje“ u smislu da nije

¹⁰¹ Navarro, J. (2010), op.cit., str. 131.

dopustio da H. Clinton do kraja dovrši svoju misao unutar vremena koje je njoj dodijeljeno. Također, često je prekidao, napadao sa raznim temama i u svakoj debati bio asertivniji u komunikaciji od nje.



Slika 18. Neverbalni znak – upereni kažiprst

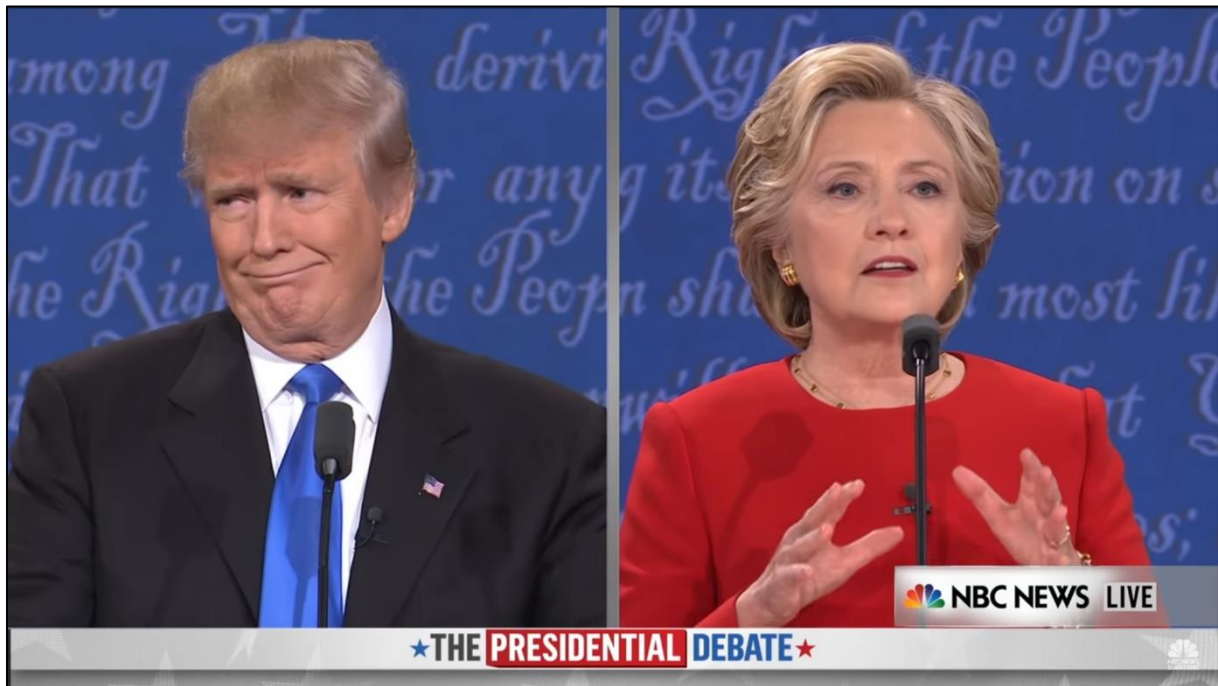
Izvor: NBC news Youtube kanal. 2. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=FRlI2SQ0Ueg> (pristupano 10.02.2017.)

Oba kandidata ponavljala su svoja mišljenja i stavove kroz sve tri debate, no D. Trump se ipak više ponavljao, često izbjegavao direktan odgovor, nazivao H. Clinton lažljivicom. Nadalje, H. Clinton je pak govorila kako Trump živi u svom svijetu, povlačila teme poput njegovog odnosa prema ženama i sl. Jedan i drugi kandidat podjednako su se „podbadali“, no s obzirom na neverbalnu komunikaciju poput upiranja prsta, okretanja očiju, grimasama i sl. D. Trumpa, njegovi napadi bili su jači i više dolazili do izražaja.

Na sljedećoj slici možemo vidjeti jednu od čestih grimasa D. Trumpa prilikom njegova neslaganja s onime što je H. Clinton izrekla. Na istoj slici možemo vidjeti kako H. Clinton koristi obje ruke koje objašnjavaju kako bi naglasila svoju misao.

Dlanovi H. Clinton na sljedećoj slici okrenuti su prema dolje. Ovako okrenuti dlanovi odaju dojam autoritativnosti, ovisno o kontekstu može se doživjeti kao negativan neverbalni znak¹⁰². S obzirom na to da su dlanovi blago otvoreni ne djeluju prijeteće već služe kao sredstvo naglašavanja izrečenog.



Slika 19. Neverbalni znakovi – grimasa „neslaganja“ D. Trumpa te obje ruke koje objašnjavaju H. Clinton

Izvor: NBC news Youtube kanal. 1. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s> (pristupano 10.02.2017.)

Na slici 19. možemo vidjeti grimasu, podsmjeh i neslaganje D. Trumpa s onim što je H. Clinton u tom trenutku govorila. Osim ove grimase, D. Trump često je skupljao usne kao znak neslaganja s izrečenim. Isti neverbalni znak možemo vidjeti na slici 20. Usne koje su napućene, osim što su znak neslaganja, također su i znak razmišljanja o mogućoj alternativ¹⁰³. Ovo je vrlo prepoznatljiv znak kod većine ljudi te je pouzdan pokazatelj da osoba razmišlja drugačije ili potpuno odbacuje što je čula.

¹⁰² Pease, A., Pease, B. (2014).op.cit., str. 46.

¹⁰³ Navarro, J. (2010).,op.cit., str. 175.



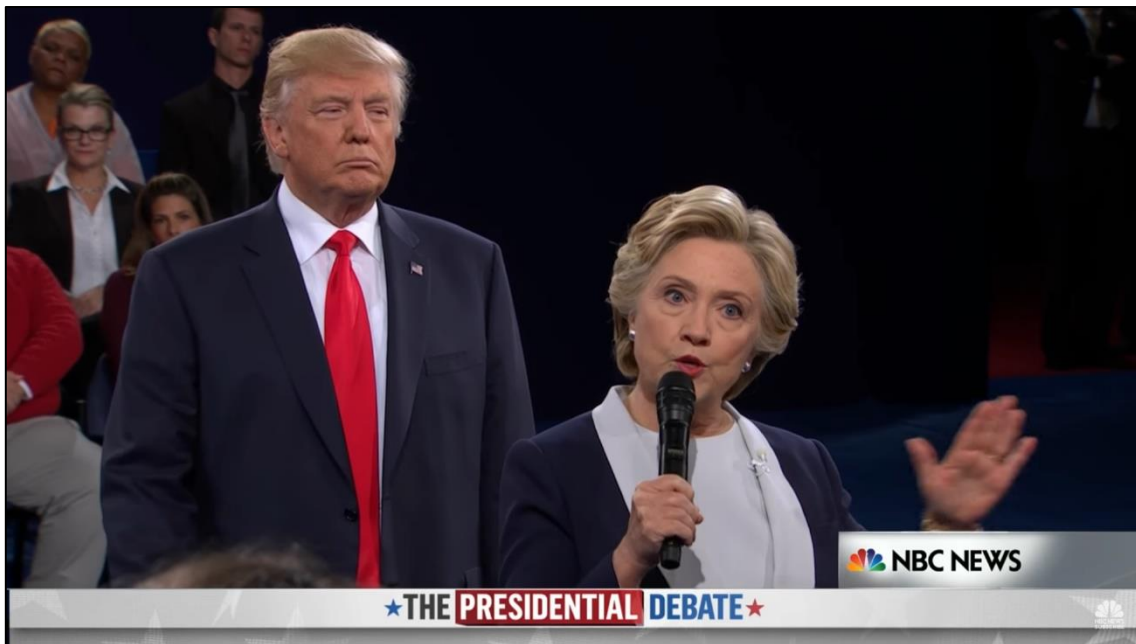
Slika 20. Neverbalni znak – skupljene usne D. Trampa

Izvor: NBC news Youtube kanal. 1. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s> (pristupano 10.02.2017.)

Na sljedeće dvije slike prikazane su situacije u kojoj su dlanovi otvoreni. Otvoren dlan kao i dlan okrenut prema gore, kojim su se koristila oba kandidata, pokorna je, ne prijeteća kretnja. Ovim su se kretnjama kandidati koristili kako bi pridobili povjerenje publike. Navedena kretnja također prikazuje kako ništa ne skrivaju i kako su iskreni u svojim namjerama¹⁰⁴. Koliko je to istinita, prirodna a koliko uvježbana kretnja teško je za saznati. Kandidati su upoznati s pozitivnim neverbalnim kretnjama (kao i sa kretnjom spojenog kažiprsta i palca u 0), te ih zasigurno u nekoj mjeri koriste uvježbano i s namjerom.

¹⁰⁴ Pease, A., Pease, B. (2014).op.cit., str. 45.



Slika 21. Neverbalni znak – desna ruka objašnjava, otvoren dlan

Izvor: NBC news Youtube kanal. 2. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=FRlI2SQ0Ueg> (pristupano 10.02.2017.)



Slika 22. Neverbalan znak – otvoreni dlanovi

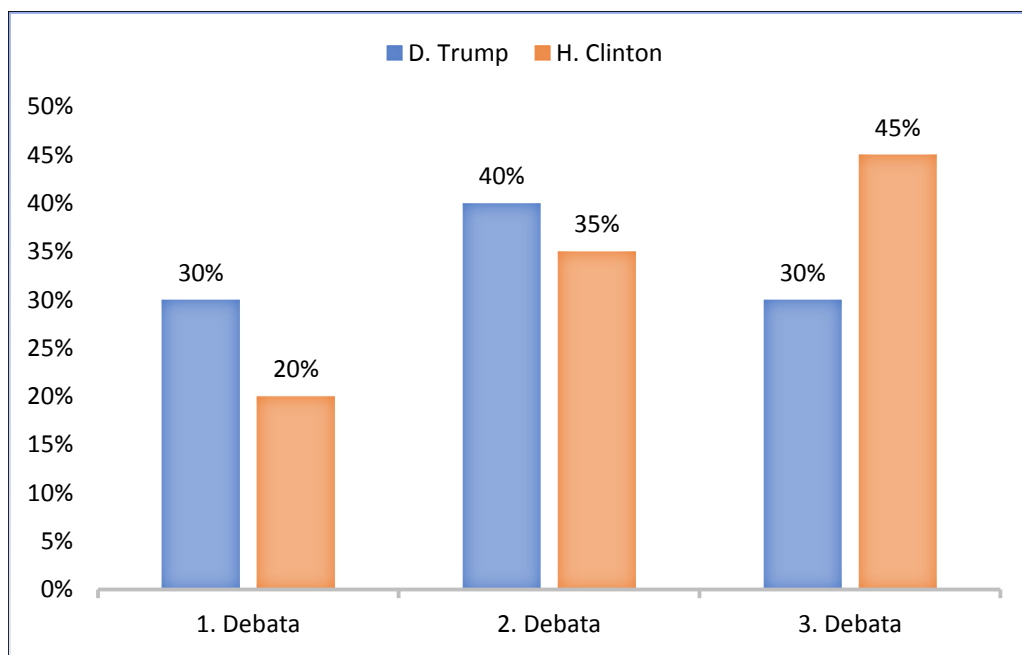
Izvor: NBC news Youtube 1. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s> (pristupano 10.02.2017.)

Donald Trump učestalo se koristi objema rukama prilikom svog govora, često gotovo maše rukama kao da svira harmoniku čime stvara nesklad između količine izgovorenih riječi i svojih pokreta. Odnosno, često se ponavlja, koristi opisne pridjeve poput, čudesno, prekrasno, ponavlja misli i sve to prati s prevelikim, nepotrebnim neverbalnim kretnjama. Može se zaključiti kako postoji određeni nesklad između izgovorenog i popraćenih neverbalnih kretnji tj. kao da pokušava nametnuti što više neverbalni kretnji kako bi upotpunio nedostatak pravih riječi.

Na sljedećem grafikonu prikazano je korištenje neverbalnog znaka, otvorenog dlana oba kandidata kroz sve tri debate. H. Clinton najviše je ovaj neverbalan znak koristila u zadnjoj, trećoj debati dok je to D. Trump najviše činio u drugoj.

Grafikon 4. Neverbalan znak otvoren dlan kroz sve tri debate



Izvor: Vlastiti rad autorice

Nadalje, u prvoj i trećoj debati kandidati su stajali iza postolja, mikrofon je bio postavljen ispred njih, te su im obje ruke bile slobodne za izražavanje neverbalnih znakova. Dok su u drugoj debati hodali među publikom koja se nalazila neposredno na pozornici, te su držali mikrofon u ruci zbog čega su im neverbalne kretnje rukama bile ograničene na jednu ruku.

Smanjenje neverbalnih kretnji rukom nadomjestio je hod i kontakt s publikom, pogled u oči, okrenuto tijelo prema osobi koja postavlja pitanje (osobe iz publike su mogle postaviti pitanje). Clinton je imala bolji odnos sa publikom, ona bi sa osobom koja je postavila pitanje uspostavila komunikacijski odnos i njoj se obraćala pri odgovoru. D. Trump je radio isto ali u manjoj mjeri, bio je na udaljenijoj poziciji od osobe koja je postavila pitanje nego što je bila Clinton.



Slika 23. Druga predsjednička debata u kojoj H. Clinton uspostavlja odnos s članom publike

Izvor: NBC news Youtube kanal. 2. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=FRII2SQ0Ueg> (pristupano 10.02.2017.)

Donald Trump u drugoj je debati ograničio svoje kretnje u odnosu na prvu debatu. Dok je D. Trump pričao H. Clinton je sjedila isprepletenih prstiju oslonjenima na nogama. Isprepleteni prsti u tzv. molitvenom položaju univerzalan su način pokazivanja da je osoba zabrinuta ili pod stresom¹⁰⁵. Dok je Clinton govorila, Trump je stajao isprepletenih prstiju ispred tijela i ljuljao se lijevo desno, šetao je po pozornici ili stajao iza stolice naslonjen s rukama na zaslonu. Ukratko, D. Trump više se kretao po pozornici.

Na sljedećoj slici 24. može se vidjeti sjedeći položaj Hillary Clinton kao i neverbalnu kretnju, lijeva ruka objašnjava D. Trumpa.



Slika 24. Druga predsjednička debata u kojoj H. Clinton sjedi s isprepletenim prstima

Izvor: NBC news Youtube kanal. 2. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=FRlI2SQ0Ueg> (pristupano 10.02.2017.)

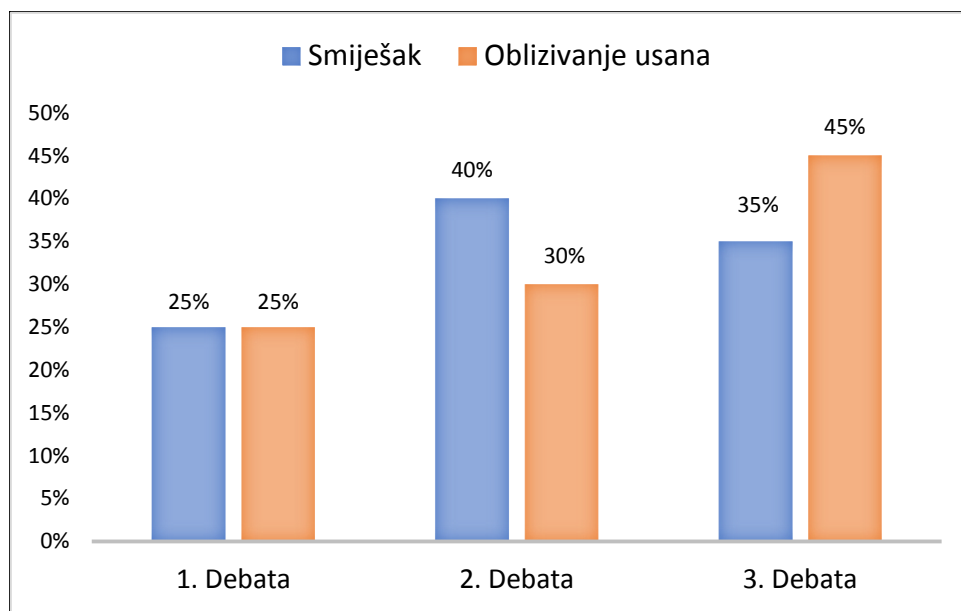
Osim pokreta ruku tj. objašnjavanja desnom/lijevom rukom ili objema Hillary Clinton najčešće se osmjehivala velikim smiješkom, pokazujući zube te je često oblizivala usne. Oblizivanje usana je način na koji se osoba smiruje u

¹⁰⁵ Navarro, J. (2010)., op.cit. str. 139.

stresnoj situaciji.¹⁰⁶ Prema sljedećem grafikonu možemo zaključiti kako se najstresnije osjećala u zadnjoj debati.

Nadalje, njen smiješak je poput njenog zaštitnog znaka, njeni pobornici smatraju ga profesionalnim načinom reagiranja na napade D. Trampa, dok pobornici D. Trampa smatraju kako je lažan i uobražen osmijeh. Prema sljedećem grafikonu možemo vidjeti kako se H. Clinton najviše smijala u 2. debati te zaključiti kako je upravo u njoj Trump najviše „napadao“.

Grafikon 5. Intenzitet korištenja neverbalnih znakova (smiješak s otkrivenim zubima i oblizivanje usana) H. Clinton kroz sve tri predsjedničke debate



Izvor: Vlastiti rad autorice

¹⁰⁶ Ibid., str. 177.



Slika 25. Osmijeh Hillary Clinton – jedan od njenih učestalijih neverbalnih znakova

Izvor: NBC news Youtube kanal. 1. debata

<https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s> (pristupano 10.02.2017.)

Na slici 25. možemo vidjeti osmijeh Hillary Clinton u trenutku kada se ne slaže s onime što Trump govori ili kada je njen protukandidat napada.

Što se tiče same učestalosti korištenja pojedinih neverbalnih znakova D. Trumpa tijekom tri debate, možemo istaknuti upiranje prstom koje je najviše koristio u drugoj, potom u trećoj te najmanje u prvoj debati. Također njegov poznati pokret, položaj kažiprsta i palca u slovu L uopće nije koristio u prvoj debati, dok je u trećoj koristio najviše a u prvoj nešto manje.

8.6. Analiza hipoteza

Hipoteze koje trebaju odgovoriti na istraživačka pitanja i koje se analiziraju u ovome potpoglavlju su sljedeća:

1.) Opća hipoteza H_0 – predsjednički kandidati uglavnom svjesno koriste neverbalnu komunikaciju za pridobivanje biračkog tijela

Ono što govori u prilog navedenoj hipotezi je činjenica kako je dobro poznato da su političari upućeni u važnost neverbalne komunikacije i na utjecaj koji ona ima na biračko tijelo. Mnogi političari se stoga koriste raznim neverbalnim kretnjama kako bi se prikazali u pozitivnom svjetlu svojim biračima. Isto vrijedi i za promatrane predsjedničke kandidate H. Clinton i D. Trump.

Ono što potvrđuje nultu hipotezu (H_0) odnosno da predsjednički kandidati uglavnom svjesno koriste neverbalnu komunikaciju za pridobivanje biračkog tijela jest njihova česta, ranije navedena, uporaba spojenog kažiprsta i palca u otvorenog dlana. U svakidašnjoj interakciji rijetko kada možemo vidjeti uporabu spojenog kažiprsta i palca u neverbalnim kretnjama, te je sigurno za zaključiti kako se ista koristi s namjerom pridobivanja slušatelja. Oba kandidata su se učestalo koristila ovom neverbalnom kretnjom tijekom svog govora. H. Clinton više se koristila ovom neverbalnom kretnjom spojenog kažiprsta i palca od D. Trumpa. Ova kretnja je u odnosu na druge zauzela treće mjesto po učestalosti korištenja i kod jednog i kod drugog kandidata. Navedeno potvrđuje namjerno korištenje navedene kretnje i samim time može se pretpostaviti kako je i nekolicina drugih neverbalnih kretnji namjerno korištena, sa svrhom dobivanja simpatija glasačkog tijela Sjedinjenih Američkih Država.

2.) H_1 - Hillary Clinton koristi značajno više pozitivnih znakova i signala neverbalne komunikacije nego Donald Trump.

Upravo je spojeni kažiprst i palac u 0 koji je jedan od najčešćih neverbalnih znakova kojima se koriste govornici, pozitivan znak. Ovo je općenito jedan od najčešćih neverbalnih znakova kojima se koriste govornici jer se njime izbjegava zastrašivanje publike. Govornici na ovaj način izgledaju autoritativno ali ne i nasrtljivo.

Upravo se ovim pozitivnim znakom više koristila H. Clinton. Nadalje, ona se češće služi osmijehom kao pozitivnom obrambenom reakcijom na napade, češće kima glavom kao znak slaganja i slušanja onoga što se govori. H. Clinton je suzdržanija pri svome nastupu, više kontrolira svoje pokrete, prilikom razgovora s publikom bila je u toplijem i prisnijem odnosu jer je stajala bliže osobi koja je postavljala pitanje, nego što je to činio D. Trump. Ona je također dulje držala pogled s osobom iz publike, manje se šetala po pozornici itd. Svime navedenim možemo zaključiti kako se H. Clinton koristi sa značajno više pozitivnih znakova i signala neverbalne komunikacije nego što je to činio D. Trump.

3.) H2 - Kod Donalda Trumpa verbalna i neverbalna komunikaciju su u neravnoteži

D. Trumpa koristi znatno više neverbalnih kretnji i signala od svoje protukandidatkinje. Upravo zbog učestalog korištenja tih kretnji dolazi do nesklada između izgovorenog tj. verbalne komunikacije i kretnji odnosno neverbalne komunikacije. Nadalje, učestalo je ponavljao izrečenu misao, često koristio opisne pridjeve kojima opisuje svoje planove, ciljeve i želje poput odlično, prekrasno, nevjerojatno. Pretjerivao je i uveličavao ono što govori pritom prateći sve izrečeno s velikom količinom nepotrebnih neverbalnih znakova, zbog čega na kraju, više neverbalno govori od verbalnog.

Ovakva komunikacija je u neravnoteži jer je nepotrebna, te možemo zaključiti kako navedeno ide u prilog potvrđivanju navedene H2 hipoteze kako su kod D. Trumpa verbalna i neverbalna komunikacija u neravnoteži.

4.) H3 - Kod Hillary Clinton neverbalna i verbalna komunikaciju su u ravnoteži

Kao što smo ranije naveli H. Clinton ima kontrolu nad svojim pokretima, suzdržanija je kod neverbalne komunikacije. Ona ne upada D. Trumpu u riječ (barem ne toliko puno, koliko on njoj), mirno čeka na svoj odgovor a na napade reagira sa smiješkom (otvoreni smiješak bio je drugi po učestalosti korištenja), što mnogi smatraju profesionalnim za razliku od facijalnih ekspresija poput kolutanja očima i podsmijeha D. Trumpa.

Ona kontrolom svojih neverbalnih pokreta i reakcija ostvaruje sklad između verbalne i neverbalne komunikacije i time možemo zaključiti da su njena neverbalna i verbalna komunikacija u ravnoteži te potvrditi hipotezu H3.

5.) H4 - Donald Trump se koristi većom količinom neverbalnih znakova i signala što mu onemogućava kontrolu istih.

Provedenim istraživanjem došlo se do zaključka kako Donald Trump koristi veću količinu neverbalnih znakova i signala, te kako se koristi sa više negativnih znakova poput ispruženog kažiprsta, upiranja prsta, pravljenja grimasa, podsmijeha, kolutanja očima. Upravo je ispruženi kažiprst među top pet neverbalnih kretnji po učestalosti kojima se koristio D. Trump prilikom sve tri debate. Ispruženi kažiprst kod većine gledatelja potiče negativne emocije i manju koncentraciju na ono što se govori.

D. Trump često je koristio obje ruke prilikom objašnjavanja, odlazeći u ekstreme u kojima otvara i zatvara ruke kao da svira harmoniku. Ovakvi neverbalni znakovi dekoncentriraju slušatelje jer privlače pogled

nekontroliranim kretnjama ruku i ne slušaju ili vrlo brzo zaboravljaju što je osoba govorila.

Upravo zbog prevelike količine korištenja uvježbanih neverbalnih signala poput otvorenog dlana, obje ruke objašnjavaju i sl. dolazi do propuštanja negativnih neverbalnih signala tj. on gubi kontrolu nad svojim neverbalnim kretnjama. Ovime možemo potvrditi H4 hipotezu.

6.) H5 - Hillary Clinton i Donald Trump koriste skrivene poruke.

Zadnju hipotezu malo je teže za analizirati s obzirom da ona uključuje mnoštvo čimbenika poput iskrenih namjera kandidata koje mi ne možemo znati osim ako nismo oni ili njihovi bliski suradnici. U današnje vrijeme postoji mnoštvo teorija zavjera u kojima se pokušavaju dokazati određeni scenariji kao nametnuti ili kontrolirani od drugih (pr. dobro poznata Illuminati organizacija, skupina bogatih i moćnih ljudi koji kontroliraju medije i svijet). No ovo su i dalje samo teorije. Istu logiku možemo i ovdje primijeniti, imamo mnoštvo pretpostavki ali doći do značajnijeg zaključka ipak je teško. Hillary Clinton i Donald Trump koriste se pojedinim neverbalnim trikovima poput već često spomenutog spojenog kažiprsta i palca u 0, kao i pokazivanjem otvorenog dlana. No, ovime se često koriste političari i ostale osobe iz javnoga života tako da ne sadrže nikakve skrivene poruke, stoga zadnju H5 hipotezu da Hillary Clinton i Donald Trump koriste skrivene poruke ne možemo potvrditi.

9. ZAKLJUČAK

Neverbalna komunikacija bitna je odrednica interpersonalne komunikacije. Na temelju neverbalnog ponašanja osobe donose važne prosudbe i odluke o drugim ljudima. Neverbalna komunikacija ima funkciju nadopunjavanja verbalnog dijela, zamjenjivanja verbalne radnje i ponavljanja izgovorenog. Možemo zaključiti kako na neverbalnu komunikaciju utječu različiti čimbenici, od okoline do izgleda govornika, oblika tijela, visine, boje kože, mirisa, odjeće, samopouzdanja, mišljenja o samome sebi i sl.

Svaki izraz lica i svaki čin pridonosi sveukupnom smislu onoga što govorimo. Naš govor tijela tako prati svaki govorni čin koji ćemo napraviti, pa čak i ako ne govorimo, naše neverbalno ponašanje konstantno odašilje informacije koje mogu biti smislene onome tko nas sluša. Mi govorimo s našim vokalnim organima ali komuniciramo cijelim tijelom.

Tijelo je veliki pošiljatelj neverbalnih poruka koje se prenose putem općeg izgleda i odjeće, izraza lica, dodira, pogleda u oči i sl. Način na koji osoba upotrebljava prostor u velikoj mjeri pridonosi ishodu kojemu se teži u komunikaciji. Tako smo prateći i analizirajući neverbalne kretnje predsjedničkih kandidata Hillary Clinton i Donalda Trumpa tijekom sve tri predsjedničke debate došli do zaključka kako je H. Clinton u komunikaciji bila mirnija i staloženija.

U drugoj debati gdje su kandidati hodali po pozornici, ona je bila puno staloženija od svoga protukandidata D. Trumpa. D. Trump bio je nemirniji, često je šetao po pozornici, ljuljao se dok je stajao što je odašiljalo gledateljima nestrpljivu i negativnu energiju. H. Clinton bila je suzdržanija u svome govoru i neverbalnim kretnjama, dok je D. Trump pretjerivao u kretnjama, glasno govorio, upadao u riječ i sveukupno koristio više negativnih signala od svoje protukandidatkinje.

Nadalje, neverbalne kretnje mogu biti namjerne i nenamjerne. Upravo smo temeljem provedenog istraživanja zaključili kako su pojedine neverbalne kretnje (otvoreni dlanovi, spojeni kažiprst i palac u 0) uvježbane i da su ih predsjednički kandidati H. Clinton i D. Trump namjerno koristili kako bi izazvali pozitivne reakcije kod slušatelja. D. Trump više se koristio negativnim neverbalnim znakovima poput upiranja prsta, kolutanja očima i sl. te su njegove kretnje bile neujednačene s onime što je govorio. H. Clinton je pak bila usklađenija u svojim pokretima te više koristila pozitivne neverbalne kretnje, poput kimanja glavom, osmijeha, češćim korištenjem spojenog kažiprsta i palca u 0 od svog protukandidata.

Što se tiče samog utjecaja neverbalnih kretnji na slušatelje, on ipak u jednoj mjeri ovisi o tome je li slušatelj pobornik H. Clinton ili D. Trumpa. Osobe ne mogu pobjeći od svojih sklonosti i privrženosti, tako da ukoliko im se ne sviđa kandidat oni su mogli i normalnu, iskrenu kretnju tumačiti kao proračunatu i isplaniranu. Pobornici H. Clinton smatraju kako je njen osmijeh dobar i profesionalan odgovor na napade D. Trumpa, dok bi pobornik D. Trumpa ovaj osmijeh tumačio kao usiljen i arogantan.

Poznavanje elemenata neverbalne komunikacije može pomoći svakoj osobi kako u privatnom životu, tako i u poslovnom okruženju. Također, neverbalna komunikacija može biti jedna od bitnih karika kod određivanja kazne za počinjena kriminalnih djela. Razlog tome je što optuženici rijetko priznaju da su „kriminalaci“ te prepoznavanje određenih kretnji (neverbalne komunikacije) mogu indicirati kako ta osoba laže. To može biti od velike važnosti za osobe koje se bave policijskim i detektivskim poslom.

Od velike važnosti neverbalna komunikacija može biti i u učionici gdje svakodnevno profesori s učenicima i učenici međusobno ostvaruju interpersonalnu komunikaciju ili komunikaciju sa skupinom tj. s razredom. Prema određenim autorima, nastavnik ali i učenici često imaju više povjerenja

u neverbalnu nego u verbalnu poruku. Prema vlastitom mišljenju neverbalnu komunikaciju je potrebno učiti svakodnevno te se ona može iskoristiti u svim svakodnevnim situacijama. Odličan put za daljnja istraživanja vezana za neverbalnu komunikaciju bio bi putem analiziranja političkih debata, reality emisija (poput Big Brothera, Farme i sl.) ali i analize svakodnevnih uobičajenih radnji i situacija. Također, mnoga nova saznanja možemo dobiti ako se prilikom predmetnih analiza posebno usredotočimo na određene grupe neverbalnih znakova ili unakrsnom analizom znakova iz fizičke okoline (arhitekture, interijera prostora, rasvjete, temperature, boje, glazbe i sl.) te fizičkih značajki (držanje tijela, geste, dodirivanje, gledanje, izrazi lica i sl.). Neverbalna komunikacija će se zasigurno još puno istraživati i svako istraživanje može se smatrati korisnim u bilo kojem segmentu privatnog ili profesionalnog života ljudi.

U Varaždinu, 23. ožujka 2017.

LITERATURA

KNJIGE

1. Burić Moskaljov, M. (2014). Poruke bez riječi – umijeće neverbalnog komuniciranja. Zagreb: Poslovna znanja
2. Knapp, M.L., Hall, J.A. (2010). Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji, Jastrebarsko: Naklada Slap
3. Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (2006). Osnove marketinga. Zagreb: Mate
4. Lučanin, D., Lučanin, D. J. (2010). Komunikacijske vještine u zdravstvu, Zagreb: Naklada Slap
5. Miroslavljević, M. (2010). Političko komuniciranje. Sarajevo: Friedrich-Ebert Stiftung
6. Navarro, J. (2010). Što nam tijelo govori?, Zagreb: Mozaik knjiga
7. Pease, A., Pease, B. (2014). Velika škola govora tijela, Zagreb: Mozaik knjiga
8. Pupovac, M. (1990). Politička komunikacija. Zagreb: August Cesarec
9. Samovar, L., A., Porter, R.E., McDaniel, E., R. (2013). Komunikacija između kultura, Zagreb: Naklada Slap
10. Schiffman, L., G., Lazar Kanuk, L. (2000). Ponašanje potrošača, Zagreb: Mate
11. Schmitz A., (2012) Communication for business success. Dostupno na: <http://2012books.lardbucket.org/pdfs/communication-for-business-success.pdf>
12. Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D., Pološki Vokić, N. (2010). Priručnik za metodologiju istraživačkog rada, Zagreb: M.E.P.

ZNANSTVENI I STRUČNI ČLANCI

1. Bakić-Tomić, Lj., Globočnik Žunac, A., Kožić, D. (2013), Neverbalni komunikacijski kanali u nastavi, Hrvatski časopis za odgoj i obrazovanje broj 15, stranice 141-153.
2. Bagarić, Ž., Banović, D., Đurković, M., Gelo, N., Nedić, S. (2011). Komunikacija, nastavni materijali, Osijek: Ekonomski fakultet u Osijeku
3. Petrak, J. (1999). Komunikacija, nastavni materijali, Zagreb: Fakultet elektrotehnike i računarstva, str. 2.
4. Pintarić, N., (1997). Razvitak neverbalnoga koda, SL 43/44, str. 251-265
5. Remland, M. (1981), Developing Leadership Skills in Nonverbal Communication: A Situational Perspective, International Journal of Business Communication, Volume 18, Issue 3, stranice 17-29.

INTERNETSKI IZVORI

1. The NonVerbal Dictionary, Center for Nonverbal Studies by David B. Givens, (Edition 1998-2013).
Preuzeto s <http://www.nonverbal-dictionary.org/> (10.12.2016.)
2. USA Presidential Election 2016. (Edition 2016).
Preuzeto s <http://www.uspresidentialelectionnews.com/2016-debate-schedule/2016-presidential-debate-schedule/> (10.12.2016.)
3. Poster za film Transpotting
Preuzeto s <http://sijobling.com/aside/trainspotting-iconic-movie-poster/> (10.12.2016.)
4. Geste povezane s govorom
Preuzeto s <https://lauraakers.com/2015/05/19/adding-drama-to-public-speaking/> (15.12.2016.)
5. Vizualni primjeri neverbalne komunikacije dodirrom

- Preuzeto s <http://www.nonverbal-world.com/2011/10/importance-of-touch.html> (10.12.2016.)
6. Izraz lica i gledanje kao elementi neverbalne komunikacije
Preuzeto s <http://non-verbalcommunicationskills.blogspot.hr/> (12.12.2016.)
 7. National Communication Association. When Nonverbal Behaviors Overshadow Substance in Presidential Debates Preuzeto s <https://www.natcom.org/CommCurrentsArticle.aspx?id=6864> (13.12.2016.)
 8. NBC news Youtube kanal. Preuzeto s <https://www.youtube.com/channel/UCeY0bbntWzzVlaj2z3QigXg> (10.02.2017.)
 9. Sistematski pregled forma neverbalne komunikacije
Preuzeto s <http://research.ucc.ie/scenario/2014/02/Surkamp/03/en> (22.02.2017.)
 10. Prikaz simetričnog (a) i asimetričnog (b) lica
Preuzeto s <http://rstb.royalsocietypublishing.org/content/366/1571/1638> (21.02.2017.)
 11. Oblici tijela: ektomorf, endomorf, mezomorf
Preuzeto s <http://www.gucluyasa.com/hangi-vucut-tipine-sahipsiniz.html> (21.02.2017.)
 12. Različite boje kože kod ljudi
Preuzeto s <http://jezebel.com/5925196/the-pantone-chart-of-every-human-skin-color> (21.02.2017.)
 13. Različiti stilovi oblačenja
Preuzeto s <https://www.emaze.com/@AZCLQCZL/Nonverbal-Communication> (21.02.2017.)
 14. Zrcaljene sugovornikovog govora tijela
Preuzeto s http://westsidetoastmasters.com/resources/book_of_body_language/chap12.html (21.02.2017.)

15. The First Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump – NBC News
Preuzeto s
<https://www.youtube.com/watch?v=855Am6ovK7s> (05.02.2017.)
16. The Second Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump – NBC News
Preuzeto s
<https://www.youtube.com/watch?v=FRlI2SQ0Ueg> (05.02.2017.)
17. The Third Presidential Debate: Hillary Clinton And Donald Trump – NBC News
Preuzeto s
<https://www.youtube.com/watch?v=smkyorC5qwc> (05.02.2017.)

GRAFIKONI, TABLICE I SLIKE

GRAFIKONI

- Grafikon 1. Neverbalni znakovi Hillary Clinton u sve tri predsjedničke debate (od 26. rujna do 19. listopada 2016.)..... 64
- Grafikon 2. Neverbalni znakovi Donalda Trampa u sve tri predsjedničke debate (od 26. rujna do 19. listopada 2016.)..... 65
- Grafikon 3. Usporedba uporabe neverbalnih znakova predsjedničkih kandidata H. Clinton i D. Trampa tokom sve tri predsjedničke debate (od 26.9. do 19.10.2016.)..... 66
- Grafikon 4. Neverbalan znak otvoren dlan kroz sve tri debate..... 74
- Grafikon 5. Intenzitet korištenja neverbalnih znakova (smiješak s otkrivenim zubima i oblizivanje usana) H. Clinton kroz sve tri predsjedničke debate..... 77

SLIKE

- Slika 1. Komunikacijski proces 6
- Slika 2. Sistematski pregled forma neverbalne komunikacije..... 13
- Slika 3. Primjer intrizičnog kodiranja Jean-Claude Juncker..... 15
- Slika 4. Primjer ikoničkog kodiranja na plakatu za film Trainspotting 16

Slika 5. Primjer arbitrarnog kodiranja, mahanje rukom na rastanku obitelji Clinton.....	17
Slika 6. Geste povezane s govorom.....	21
Slika 7. Vizualni primjeri neverbalne komunikacije dodirom.....	22
Slika 8. Različita područja pogleda.....	23
Slika 9. Izrazi lica i gledanje kao elementi neverbalne komunikacije	25
Slika 10. Prikaz simetričnog (a) i asimetričnog (b) lica	37
Slika 11. Oblici tijela: ektomorf, endomorf, mezomorf	40
Slika 12. Različite boje kože kod ljudi.....	43
Slika 13. Različiti stilovi oblačenja	45
Slika 14. Zrcaljene sugovornikovog govora tijela	48
Slika 15. Elementi u komunikacijskom procesu.....	55
Slika 16. Neverbalni znak spojenog kažiprsta i palca.....	68
Slika 17. Neverbalni znak – ispružen kažiprst.....	69
Slika 18. Neverbalni znak – upereni kažiprst.....	70
Slika 19. Neverbalni znakovi – grimasa „neslaganja“ D. Trumpa te obje ruke koje objašnjavaju H. Clinton	71
Slika 20. Neverbalni znak – skupljene usne D. Trumpa	72
Slika 21. Neverbalni znak – desna ruka objašnjava, otvoren dlan	73
Slika 22. Neverbalan znak – otvoreni dlanovi.....	73
Slika 23. Druga predsjednička debata u kojoj H. Clinton uspostavlja odnos s članom publike.....	75
Slika 24. Druga predsjednička debata u kojoj H. Clinton sjedi s isprepletenim prstima	76
Slika 25. Osmijeh Hillary Clinton – jedan od njenih učestalijih neverbalnih znakova	78

TABLICE

Tablica 1. Stereotipne značajke temperamenata tri kategorije tjelesne građe	41
Tablica 2. Ponašanja ocijenjena kao topla ili hladna	46
Tablica 3. Različiti oblici dodirivanja	49




IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navodenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, KRISTINA MARKOTA (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Neverbalna komunikacija (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.


Student/ica:
(upisati ime i prezime)


(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, KRISTINA MARKOTA (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom Neverbalna komunikacija (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)


(vlastoručni potpis)