

# Prepoznavanje neverbalnih elemenata u javnom nastupu

---

Osonjački, Ivica

Master's thesis / Diplomski rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:864671>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-03**

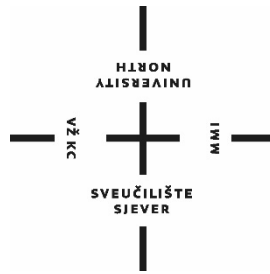


Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER**  
**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD

**PREPOZNAVANJE NEVERBALNIH ELEMENATA  
U JAVNOM NASTUPU**

Ivica Osonjački

Varaždin, srpanj 2022.

**SVEUČILIŠTE SJEVER**

**SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**

**Diplomski sveučilišni studij Odnosi s javnostima**



**DIPLOMSKI RAD**

# **PREPOZNAVANJE NEVERBALNIH ELEMENATA U JAVNOM NASTUPU**

**Student:**

Ivica Osonjački, m.b. 1563/336D

**Mentorica:**

doc. dr. sc. Ana Globočnik Žunac

Varaždin, srpanj 2022. godina

<b>1. UVOD</b>	<b>3</b>
<b>2. TEORIJSKA POLAZIŠTA U PROUČAVANJU NEVERBALNE KOMUNIKACIJE</b>	<b>3</b>
<b>2.1. KOMUNIKACIJSKA OKOLINA I NEVERBALNA KOMUNIKACIJA</b>	<b>7</b>
2.1.1. Uloga vremena u komunikaciji	8
2.1.2. Utjecaj boje, zvuka, osvjetljenost na ponašanja ljudi	8
2.1.3. Učinci osobnog prostora na komunikaciju	9
<b>2.2. ELEMENTI NEVERBALNE KOMUNIKACIJE</b>	<b>10</b>
2.2.1. Gestikulacija i držanje tijela	10
2.2.2. Vizualni kontakt	12
2.2.3. Ekspresija lica	13
2.2.4. Dodirivanje	15
2.2.5. Parajezik	17
2.2.6. Fizičke karakteristike kao neverbalni signali u komunikaciji	18
2.2.7. Odijevanje	20
<b>3. JAVNI NASTUP</b>	<b>21</b>
<b>3.1. IZVEDBA JAVNOG GOVORA</b>	<b>21</b>
<b>4. ISTRAŽIVANJE</b>	<b>23</b>
4.1. ISTRAŽIVAČKI CILJEVI	23
4.2. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA	23
4.3. OPIS METODE	23
<b>5. ANALIZA REZULTATA</b>	<b>25</b>
<b>5.1. DISKUSIJA</b>	<b>42</b>
<b>6. ZAKLJUČAK</b>	<b>46</b>
<b>7. LITERATURA</b>	<b>47</b>

## **Sažetak**

Rad polazi od problema važnosti neverbalne komunikacije u javnom nastupu. Neverbalna komunikacija često se spominje kao ključan faktor u percepciji kvalitete javnog nastupa te se za potrebe ovog diplomskog rada postavlja istraživačko pitanje u kojoj mjeri publika svjesno prima i percipira neverbalne signale, u kojoj mjeri oni utječu na njihovu percepciju kvalitete te zna li publika pravilno tumačiti neverbalnu komunikaciju. Za istraživanje je korišten posebno pripremljen anketni upitnik koji su ispitanici ispunjavali nakon gledanja dijela inauguracijskog govora Donalda Trumpa. Ovaj političar je izabran zbog specifičnog i naglašenog prikazivanja neverbalnih signala. Rezultati su pokazali da neverbalni signali koje pojedinac u javnom nastupu šalje publici značajno utječu na njihovu percepciju kvalitete no istovremeno kad su pitani o konkretnom elementu iz promatranog primjera, većina ne prepoznaje neverbalne elemente.

Ključne riječi: neverbalna komunikacija, javni nastup, govor, neverbalni znakovi

## **Summary**

The thesis deals with the problem of the importance of non-verbal communication in public speaking. Non-verbal communication is often mentioned as a key factor in the perception of the quality of a public performance and, for the purposes of this thesis, a research question is asked to determine to what extent the audience consciously receives and perceives non-verbal signals, to what extent they affect the audience's perception of quality, and whether the audience has the ability to correctly interpret non-verbal communication. A specially prepared questionnaire was used for the research, which the respondents filled out after watching a part of Donald Trump's inaugural speech. This politician was chosen because of his specific and emphasized presentation of non-verbal signals. The results showed that non-verbal signals that an individual sends to the audience in a public performance significantly affect the audience's perception of quality, but, at the same time, when asked about a specific element from the observed example, most do not recognize non-verbal elements.

Key words: non-verbal communication, public speaking, speech, non-verbal cues

# Prijava diplomskog rada

## Definiranje teme diplomskog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za odnose s javnostima		
STUDIJ	diplomski sveu ilišni studij Odnosi s javnostima		
PRISTUPNIK	Ivica Osonjački	MATIČNI BROJ	0135151272
DATUM	8. 6. 2022.	KOLEGIJ	Javni nastup
NASLOV RADA	Prepoznavanje neverbalnih elemenata u javnom nastupu		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Recognition of Non-Verbal Elements in Public Appearance		
MENTOR	dr. sc. Ana Globočnik Žunac	ZVANJE	docentica
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. izv. prof. dr. sc. Darijo Čerepinko - predsjednik		
	2. doc. dr. sc. Gordana Lesinger - članica		
	3. doc. dr. sc. Ana Globočnik Žunac - mentorica		
	4. doc. dr. sc. Dijana Vuković - zamjenska članica		
	5. doc.dr.sc. Ivana Stanić - komentor		

## Zadatak diplomskog rada

BROJ 231/OJ/2022

OPIS

U okviru diplomskog istraživanja student će:

- prikazati teorijski okvir neverbalne komunikacije koja je od važnosti za percepciju javnog nastupa;
- provesti istraživanje putem ankete s ciljem odgovaranja na pitanje o važnosti neverbalne komunikacije u javnom nastupu kao i utvrditi u kojoj mjeri publika točno prepoznaje elemente neverbalne komunikacije i tumači li značenje uočenih signala pravilno;
- diskutirati o rezultatima istraživanja.

ZADATAK URUČEN 27.06.2022.



POTPIS MENTORA

*[Handwritten signature]*

# 1. UVOD

Neverbalna komunikacija čini više od 90 posto naše svakodnevne komunikacije. I posve nesvjesno u mnogim slučajevima, na licima ljudi prepoznati se može šest osnovnih emocija; radost, srdžba, gađenje, tuga, iznenađenost i strah, a sve spomenute emocije izrazi su koje čovječanstvo nije učilo, već su im urođeni (Ekman, Freisen 1969).

Neverbalna se komunikacija, međutim, usvojiti može i treba, barem kada je u pitanju javni nastup, kojim smo se u ovom istraživanju i bavili. Komunikacijski model Alberta Mehrabiana kaže da se 7% značenja osjećaja i stavova odvija kroz riječi koje koristimo u govornoj komunikaciji, dok se 38% odvija kroz ton i glas, a preostalih 55% komunikacije odvija se kroz govor tijela koji koristimo, posebno naše izraze lica (Čerepinko, 2011).

Dakle neverbalni znakovi čine čak 55 posto uspješnosti poruke, a još je grčki povjesničar Herodot ustvrdio da ljudi više vjeruju svojim očima nego ušima (Tafra-Vlahović, 2013). Brojna su istraživanja potvrdila, također, da, u slučaju nesklada onog što govornik poručuje verbalnim i neverbalnim porukama, radije se vjeruje neverbalnim. Kod izvedbe javnog nastupa osim uvežbanim sadržajem govora potrebno je naučiti i neverbalno komunicirati. Govornik može ovladati samo nekim važnim elementima neverbalne komunikacije, ali nikako ne svima. U slučaju nesklada onog što govornik poručuje verbalnim i neverbalnim porukama, radije se vjeruje neverbalnim porukama (Tafra-Vlahović, 2013).

Dobra izvedba javnog nastupa znači prenijeti poruku publici na jasan i zanimljiv način bez smetnji i digresija. U svakodnevnom životu ljudi komuniciraju na različite načine i uz pomoć neverbalnih i verbalnih elemenata šalju poruke, izražavaju svoje misli, pa čak i uvjeravaju sugovornike (Tafra-Vlahović, 2013).

Percipiraju li ispitanici važnost neverbalne komunikacije u javnom nastupu? U kojoj mjeri publika prepoznaje elemente neverbalne komunikacije? Prepoznaju li ispitanici pravilno i točno značenje uočenih neverbalnih elemenata?

Ovo su pitanja na koja će se odgovoriti ovim diplomskim istraživanjem.

Rad se sastoji sedam poglavlja i podijeljen je u dva dijela. Prvi dio rada obuhvaća teoriju i sastoji se od tri poglavlja. Nakon uvoda u drugom poglavlju prikazano je teorijsko polazište u proučavanju neverbalne komunikacije, utjecaj komunikacijske okoline na interakciju između ljudi, uloga vremena u komunikaciji, utjecaj boja, zvuka i osvjetljenja te učinci osobnog prostora na komunikaciju.

Također u drugom poglavlju teorijski su objašnjeni neverbalni elementi među kojima su gestikulacija i držanje tijela, vizualni kontakti kod komunikacije, ekspresija lica, dodirivanje, parajezik i odijevanje.

Treće poglavlje usmjereno je na javni govor koji služi za uvjeravanje, informiranje i zabavljanje ljudi, a cilj javnog govora je dobivanje odgovora od publike u pogledu stava, ponašanja i mišljenja.

Osim javnog govora, u trećem poglavlju opisana su neka od pravila u izvedbi javnog govora.

Nakon teorijskog dijela potkrijepljenog sa stručnom literaturom, četvrto poglavlje obuhvaća istraživanje kojem je cilj dobiti odgovore ispitanika o utjecaju neverbalne komunikacije na percepciju kvalitete javnog nastupa. Drugi dio istraživanja odnosi se na prepoznavanje elemenata neverbalne komunikacije u javnom nastupu i na točno prepoznavanje značenje neverbalnih elemenata. Anketno istraživanje provedeno je nad 205 ispitanika. Za istraživanje koristio se posebno pripremljen anketni upitnik koji su ispitanici ispunjavali nakon gledanja dijela inauguracijskog govora Donalda Trampa. Ostala poglavlja odnose se na analizu rezultata, zaključni dio, popis korištene literature, popis tablica i grafikona.



## 2. TEORIJSKA POLAZIŠTA U PROUČAVANJU NEVERBALNE KOMUNIKACIJE

Drevni Grci i Rimljani prvi su se bavili razmatranjem međusobne povezanosti govora i gesta. Već Hipokrat i Aristotel tumačili su kako naše osobnosti stvaraju razlike među ljudima. Rimljani su shvatili da velikog govornika ne čine samo riječi, pa su uspostavili čitav niz gesta koje prate govorništvo. Prije dvije tisuće godina, rimski filozof Ciceron rekao je da tjelesni pokreti izražavaju “osjećaje strasti” duše. On je tijelo, riječi, izraze i geste shvaćao kao cjelinu koja čini instrument komunikacije (Boyes, 2009).

John Bulwer (1974) prvi govori o značenju i upotrebi više od stotinu gesta ruke. Osim upotrebe gesta ruke, Bulwer govori o povezanosti gesta i osjećaja. Neverbalni jezik se smatra najprirodnijim oblikom jezika, jer ne ovisi o zemlji iz koje govornik dolazi, kao niti o njegovom govornom jeziku. Slušanje i gledanje jednako su važni u razumijevanju konverzacije (Boyes, 2009).

Abbe L'Epee gluhe učiti znakovnome jeziku pokazivajući im kako da se služe gestama, umjesto prisile da se na bilo koji način izraze riječju ili zvukom (Boyes, 2009).

Austin (1806) objavljuje djelo o gestama koje će zajedno s riječima utjecati na uspješnost javnih govora, što je unaprijedilo proučavanje govorničke vještine u školama. I među glumcima i učiteljima pantomime tijekom 19. stoljeća raslo je zanimanje za mogućnosti pokazivanja osjećaja pokretom ruke i mimikom lica.

Charles Darwin (1872) otkriva veze između ljudi i majmuna te ističe da obje vrste emocije izražavaju izrazima lica. Darwinova je postavka da majmuni i ljudi koriste zvukove kao neverbalnu komunikaciju radi povezivanja u nastojanju da prizovu i privuku suprotni spol (Darwin, 1872).

Darwin se bavio istraživanjem životinjskog ponašanja (etologija) i istraživanjem o komunikaciji u više disciplina poput psihologije, zoologije i arheologije (Boyes, 2009).

Darwinovo istraživanje o emocijama kod čovjeka i životinja bilo je važno za proučavanje lica, a mnogo od njegovih zapažanja i razmišljanja potvrdio je istraživač Paul Ekman (Ekman, 1964).

Wundt (1921) zaključuje da su geste ogledalo emocija i unutarnjeg svijeta govornika.

Efron prikazuje inovativne i iscrpne metode proučavanje gesta i govora tijela te je u radu dokumentirao važnu ulogu kulture u oblikovanju gesta i tjelesnih pokreta (Knapp, Hall 2010).

Istraživačima neverbalnog ponašanja u ostvarivanju daljnjih istraživanja postalo je jasno da se neverbalno ponašanje ne može razumjeti ako se ne promatra verbalno ponašanje koje se pojavljuje u isto vrijeme. Zaključak istraživača govori da je potrebno sastaviti dijelove neverbalnog i verbalnog ponašanja, a ne posebno proučavati jedno ili drugo (Boyes, 2009).

Zoolog Desmond Morris (1967) jezik tijela dovodi u vezu s animalnim u ljudskoj prirodi.

Neverbalna komunikacija omogućava prijenos poruke bez uporabe riječi, izgovorenih ili napisanih. Tjelesni pokreti, facijalna ekspresija i geste zamjenjuju riječi koje dominiraju u verbalnoj komunikaciji. Neverbalna komunikacijska sredstva jesu sve ono što se pokušava obuhvatiti pojmom govora tijela kao najstarijeg oblika međusobnog komuniciranja (Boyes, 2009). Ponašanje kod neverbalne komunikacije prvenstveno se koristi za izražavanje emocija, otkrivanje stavova, održavanje osobina ličnosti, reguliranje verbalne komunikacije (Aronson, Wilson, Akert, 2005). U svakom susretu licem u lice s drugim ljudskim bićem, dolazi do govora tijela. Tijelo ima brojne načine komuniciranja, geste rukama poput mahanja, mijenjanja načina na koji se stoji ili sjedi, ili pak, položaj i smjer glave te očiju, kao i izraz lica, pa čak i najmanje gibanje mišića. Svaki oblik čovjekovog ponašanja za koji drugi čovjek može smatrati da ima neko značenje, oblik je govora. Prepoznavanje govora tijela može uvelike utjecati na svaki vid života. Jezik tijela je prozor u ono što se zbiva unutar uma. Svaki pokret otkriva istinske osjećaje o drugoj osobi ili situaciji jer kao što se osjećaji odašilju, zauzvrat se primaju i tumače poruke o stavovima druge osobe. Geste i pokreti pojavljuju se kod govora, no mogu biti korišteni i kao zamjena za riječi. Njihova poruka može poduprijeti verbalnu poruku ili je potkopati. Ono što namjerno nije rečeno verbalno, često je kazano neverbalno. Govor tijela većim je dijelom spontan i izvan svijesti. Međutim, neke geste su namjerne. Da se postane karizmatičan komunikator, potrebno je biti uspješan i u tjelesnoj komunikaciji kao što i u verbalnoj. Veliki komunikatori uvelike su svjesni cijele svoje komunikacije i uče kontrolirati poruke koje odašilju svojim tijelima (Boyes, 2009).

Komunikacija obuhvaća sadržajnu i relacijsku komponentu. Komponenta sadržaja sastoji se od onoga što je rečeno ili učinjeno. Relacijska komponenta obuhvaća način kako je to rečeno ili učinjeno. Interpersonalno komuniciranje obično sudionicima pruža mogućnosti za opažanje

neverbalnog sadržaja. Ono je važno jer može nadopuniti, suprotstaviti, potencirati, regulirati ili poništiti sadržaj verbalne poruke (Reardon, 1998).

Albert Mehrabian izravnu komunikaciju “licem u lice” podijelio je na govor, ton, visinu i jačinu glasa te na neverbalne znakove. Istraživnja psihologa Alberta Mehrabiana govore da neverbalni znakovi prenose do 55 posto poruke, glas sudjeluje s 38 posto, a tek je 7 posto poruke komunicirano kroz sam sadržaj. U neverbalne znakove treba, osim pokreta lica i tijela, uključujući i kontakt očima, ubrojiti i prostorne te teritorijalne odnose, kao i dodire (Čerepinko, 2011).

Premda je neverbalna komunikacija postojala puno prije nego što se u ljudskoj zajednici razvio verbalni jezik, njezino je sustavno proučavanje počelo tek prije dvadesetak godina. Naše neverbalno ponašanje je većinom naučeno, a značenje pokreta i gesta kulturološki određeno, što znači da svaka osoba vlastito ponašanje prilagođuje zahtjevima zajednice u očekivanju optimalne komunikacije s okolinom i, samim time, vlastitoga uspjeha (Kiš, 2006).

Za kontaktne kulture dodirivanje je tipično, dok se pripadnici nekontaktne kulture dodiruju manje i ne vole kad ih se dodiruje, budući da na to nisu naviknuti. Dodirivanje je ulazak u intimni prostor i podrazumijeva veliku bliskost među sugovornicima, no postoje dva područja tijela koja se mogu smatrati javnima; ruka i lakat. To su dijelovi tijela koje mogu dodirnuti i potpuni stranci, a da se ne izazove neugodan osjećaj. Štoviše, istraživanja su pokazala da ispitanici, koje je dodirнула nepoznata osoba, imaju pozitivan stav o toj osobi i bolje je pamte. Glasno govorenje karakteristično je za kontaktne kulture. Glasno govorenje za neke kulture djeluje agresivno, dok Arapi, primjerice, smatraju da je to znak iskrenosti (Salak, 2013).

Mijenjanje tona glasa ovisno o situaciji specifično je za sve kulture, no ipak je nešto izraženije u Japanu. Naime, u Japanu se ton glasa mijenja ovisno o spolu i statusu osobe koja je sugovornik, a uočeno je čak osam različitih tonova glasa koje Japanci koriste (Argyle, 1988).

Kontakt očima jedna od karakteristika kontaktnih kultura. Prema istraživanjima (Argyle, 1988), pripadnici kontaktne kulture više i dulje gledaju u sugovornikove oči prilikom razgovora. Istraživanja koja Argyle navodi pokazala su da pripadnici kontaktne kulture (Arapi, Latinoamerikanci i južni Europljani) više gledaju u sugovornika nego pripadnici nekontaktne kulture. Ponekad je za nekontaktne kulture dug kontakt očima neprihvatljiv i nepristojan te ga poistovjećuju s buljenjem. Kontaktne kulture kontakt očima doživljavaju kao znak uvažavanja,

slušanja i prihvaćanja. Poznato je da Grci i Arapi inzistiraju na kontaktu očima i vrlo su zbunjeni i nesigurni kada sugovornik taj kontakt počne izbjegavati. Japanci su, s druge strane, poznati po tome da izbjegavaju kontakt očima jer ga smatraju drskim i nasrtljivim. Zato Japanci često gledaju u vrat sugovornika, a ne u oči (Argyle, 1988).

Korištenje različitih gesti u različitim kulturama ima različita značenja, stoga je uputno, prilikom posjeta dugim državama, proučiti značenja gesti kako ne bi došlo do neugodnosti u komunikaciji.

Budući da neverbalna komunikacija nije univerzalna i razlikuje se u različitim kulturama, potrebno je upozoriti na aspekte neverbalne komunikacije koji mogu prouzročiti nesporazum.

## **2.1. KOMUNIKACIJSKA OKOLINA I NEVERBALNA KOMUNIKACIJA**

Na interakciju između ljudi mogu snažno utjecati i značajke okoline u kojoj se interakcija događa. Osvjetljenost, kombinacije boja, pokućstvo i arhitektonski stil, značajke su koje utječu na ono što govorimo, pa čak i na to koliko često govorimo.

Knapp i Hall (2010) smatraju da je sljedećih šest dimenzija najvažnije za ono što opažamo i, sukladno tomu, prilagođavamo način na koji šaljemo i primamo poruke:

1. Opažanje formalnosti je dimenzija kojom možemo klasificirati različite okoline i odrediti je li nešto formalno ili neformalno. Reakcije se mogu temeljiti na ljudima koji su prisutni, predmetima koji se nalaze u okruženju. Što je veća formalnost, veći su izgledi da će ponašanje biti nesigurnije i manje opušteno.
2. Opažanje topline je dimenzija u kojoj osjećamo emocionalnu toplinu te nas potiče da se zadržimo, opustimo i osjećamo ugodno. Toplina se može postići uređenjem interijera, ergonomskim uvjetima itd.
3. Opažanje privatnosti dimenzija je u kojoj zatvoreni prostori sugeriraju veću privatnost, ako se u njih može smjestiti manje ljudi. Kad je veća privatnost, vjerojatno ćemo naći manju udaljenost u razgovoru i poruke će biti osobnije.
4. Opažanje poznatosti dimenzija je u kojoj, kada upoznamo novu osobu ili se nađemo u nepoznatoj sredini, naše reakcije su obično oprezne i promišljene. U nepoznatoj sredini je mnogo stvari koje ne poznajemo pa oklijevamo kretati se brzo.

5. Opažanje ograničenja je dimenzija gdje se dio naše reakcije na okolinu temelji na tome doživljavamo li da je možemo i koliko lako napustiti.
6. Opažanje distance je dimenzija u kojoj blizina ili udaljenost s osobom kojom komuniciramo djeluje na naše reakcije.

Temperatura i način na koji ona utječe na ljudske reakcije klimatski su faktor koji je privukao najveću pažnju istraživača. McClelland je utvrdio da je motivacija za postignućem najveća u krajevima gdje je prosječna temperatura u rasponu između 4 i 15 stupnjeva Celzijusa (McClelland, 1961).

Duga razdoblja jakih vrućina često su povezana s neugodom, razdražljivošću, smanjenim radnim rezultatima i nepovoljnim dojmovima o nepoznatim osobama. Istraživači su primijetili da određena kombinacija atmosferskog tlaka i visoke temperature može uzrokovati nemir, provalu bijesa te dovesti do agresivnih postupaka. Istraživanja u domeni u kojoj se ispitivao utjecaj temperature na agresivnost dala su jasne dokaze da neugodno visoke temperature proizvode porast agresivnih motiva i ponašanja (Anderson, 1989).

### **2.1.1. Uloga vremena u komunikaciji**

Vrijeme je također dio komunikacijskog okruženja. Vrijeme se uključuje u isti skup okolinskih značajki kao i stolice, zidovi, buka ili čak vremenske uvjeti. Ljudi u SAD-u smatraju vrijeme opipljivim, nešto poput robe koju mogu podijeliti, uštedjeti i potrošiti. U socijalnoj interakciji vrijeme ima ključnu ulogu. Ono utječe na to kako opažamo druge ljude, npr. odgovorni ljudi dolaze na vrijeme, dosadni ljudi govore predugo itd. Četri su temeljna načina na koje promatramo vrijeme kad se ocjenjuju socijalni kontakti (Hall, Knapp, 2010):

1. kao mjesto događaja
2. kao trajanje događaja
3. kao interval među događajima
4. kao raspoređenost događaja

### **2.1.2. Utjecaj boje, zvuka, osvjetljenost na ponašanja ljudi**

Ljudi vjeruju da boje utječu na ponašanje ljudi, no ne možemo dati nikakvu konačnu prosudbu o utjecaju boje na ljudsku interakciju, sve dok studije ponašanja ne povežu okoline različitih boja s različitim tipovima verbalnog ponašanja ili obrascima komunikacije.

Vrste zvukova i njihov intezitet utječu na ponašanje između ljudi. Znanstvenici sa Sveučilišta Leicester u Engleskoj u jednoj samoposluzi uspjeli su dokazati kako vrsta glazbe utječe na izbor proizvoda kod kupca (Hall, Knapp, 2010).

Osvijetljenost također pridonosi oblikovanju našeg opažanja neke okoline, a to opažanje može utjecati na tip poruka koje šaljemo. Ako je osvjetljenje u prostoriji slabo, govorit ćemo tiše, sjesti bliže jedni drugima i očekivat ćemo intimniju komunikaciju (Meer, 1985). No, kad se osvjetljenje pojača, okolina traži manje intimnu interakciju. Nedostatak svijetla glavni je problem za ljude koji pate od sezonsko-efektivnog poremećaja, jednog oblika depresije koji je akutan u zimskim mjesecima (Hall, Knapp, 2010).

### **2.1.3. Učinci osobnog prostora na komunikaciju**

Čovjek ima svoj pokretni osobni zračni omotač koji se kreće s njim i čija veličina ovisi o gustoći stanovništva na prostoru gdje je čovjek odrastao. Čovjekove zonske udaljenosti kulturološki su određene. Neke kulture, poput japanske, naučene su na prenapučenost, dok druge kulture vole široke, prostrane prostore i radije održavaju veće zonske udaljenosti (Pease, 1991). Hall je definirao da se neformalni prostor kod svakog pojedinca širi i sažima pod različitim okolnostima, ovisno o tipu kontakta, odnosu među osobama koje komuniciraju, njihovim osobinama ličnosti i drugim čimbenicima (Hall, Knapp, 2010).

Neformalni prostor možemo podijeliti u četiri različite zonske udaljenosti:

1. Intimna zona (između 15 i 45 cm) od svih zonskih udaljenosti je najznačajnija jer se smatra kao zona osobnog vlasništva. U intimnu zonu pristup imaju samo osobe koje su emocionalno bliske. Tu su uključeni ljubavnici, roditelji, bračni partner, djeca i rođaci.
2. Osobna zona (između 45 cm i 120 cm) je udaljenost na kojoj se stoji za vrijeme službenih prijema, zabava, društvenih susreta.
3. Društvena zona (između 120 cm i 360 cm) je zona između nepoznatih osoba ili osoba koje nedovoljno poznajemo.
4. Javna ili opća zona (više od 360 cm) prikladna je za obraćanje velikoj skupini ljudi.

Svaka povreda osobnog prostora odstupanje je od očekivanog i utječe na komunikacijski proces, pa može izazvati nervozu, neugodu ili osjećaj ugroženosti ako je osoba preblizu, ili, pak, osjećaj

otuđenosti ili nezainteresiranosti ako je osoba predaleko (Čerepinko, 2011).

Ljudi su skloni svojatati teritorije te postoje sljedeći tipovi povrede teritorija povreda, upad i kontaminacija. Povredom teritorija smatra se neopravdana uporaba tuđega teritorija. Povreda se može učiniti pogledom, glasom ili drugim zvukovima ili tijelom. Povreda teritorija upadom pokušaj je zauzimanja tuđeg teritorija. Najbolji primjer oružani su napadi na drugu državu ili postupak muža koji je ženinu peglaonicu pretvorio u alatnicu (Hall, Knapp 2010).

Kontaminacija je povreda teritorija na način da ne zauzimamo tuđi teritorij vlastitom prisutnošću, već ostavljamo nered iza sebe nakon boravka na tuđem teritoriju. Dobar primjer kontaminacije je ostavljanje nereda nakon radnog vremena na radnom mjestu na kojem drugi radnik treba nastaviti posao (Hall, Knapp, 2010).

Osim što ljudi imaju tendenciju da zadrže svoj prostor, još je veća psihološka potreba zadržavanja svog osobnog prostora (Živković, 2015).

## **2.2. ELEMENTI NEVERBALNE KOMUNIKACIJE**

Teorije i istraživanja povezana s neverbalnom komunikacijom usredotočuju se na tri primarne jedinice: okolinske strukture i uvjete u kojima se komunikacija odigrava, fizičke karakteristike samih pojedinaca koji komuniciraju i različita ponašanja koja ti pojedinci manifestiraju (Hall, Knapp, 2010).

### **2.2.1. Gestikulacija i držanje tijela**

Geste neovisne o govoru nazivaju se amblemima (Ekman, 1976, 1977). One su neverbalne aktivnosti koje imaju izravni verbalni prijevod ili definiciju u rječniku. Kada su verbalni kanali blokirani ili zataje, u interakciji upotrebljavaju se amblemi. Može se reći da su amblemi neverbalni znakovi koji imaju jedinstveno, uglavnom svima u određenom kulturnom krugu razumljivo, značenje poput aplauza ili zvižduka koji mogu pokazati naklonost, odnosno nesklonost nekome ili nečemu ili pokazivanje spojenog palca i kažiprsta u obliku slova O što u SAD-u označuje "sve je u redu", a u pojedinom kulturnom kontekstu može imati značenje "nula", "bezvrijedno" ili uvreda (Hall, Knapp, 2010).

Na slici 1. prikazana je jedna od česti gesti neovisnih o govoru jesu upiranje prstom što je simbol palice kojom govornik, u prenesenom smislu, tjera svog slušatelja na pokornost. Ispruženi kažiprst

jedna je od gesti koja najviše razdražuje, pogotovo ako uz to netko još i "otkucava" ritam svojih riječi (Pease,1991).

Govornici koji su se služili uperenim prstom opisani su kao nasrtljivi, ratoborni i neuljudni, a među njihovom publikom zabilježeno je naslabije prihvaćanje informacija. Kad bi govornik uperio prst u publiku, ona je više bila zaokupljena donošenjem osobnih prosudbi o govorniku, nego slušanjem sadržaja izgovorenog (Pease, Peace, 2008.).

Na slici 1. prikazana je gesta raširenog palca i kažiprsta koji imitiraju slovo L i tumači se kao da govornik sam sebi kaže "ja sam potpuno u pravu" (Stevans, 2016.).



*Slika 1. Gesta upiranja prstom i gesta šake u slovo L*

Izvor: <https://bestdelegate.com/actions-speak-louder-than-words-body-language-in-mun-part-1-hands/>

Izvor: <https://slobodnadalmacija.hr/vijesti/svijet/trump-i-dalje-zivi-u-svom-svijetu-jos-uvijek-tvr-di-da-su-milijuni-njegovih-glasova-izbrisani-evo-kako-rade-glasacki-strojevi-u->

Geste povezane s govorom katkad se nazivaju ilustratorima i izravno su povezane s govorom. Značenje i funkcija takvih gesti otkriva se ispitivanjem načina njihova povezivanja. Ilustratori su pokreti koji dodatno ilustriraju verbalnu poruku, poput pokazivanja oblika ili veličine nečega o čemu se govori, pokazivanja smjera, odmahivanja glavom ili klimanja u odobravanju itd. (Čerepinko, 2011).

Kretnje mogu istaknuti ili naglasiti riječ ili rečenicu, skicirati tok misli, upozoriti na prisutne objekte, prikazati neki prostorni odnos, ritam ili tempo nekog događaja, prikazati neku tjelesnu radnju ili služiti kao komentar načina na koji je dani proces interakcije reguliran i organiziran. U pokušajima klasifikacije različitih tipova gesti povezanih s govorom upotrebljavana je različita



terminologija (Efron,1972; Ekman,1977; Kendon, 1989; McNeill, 1992, 2000; i Knapp, 1992), ali su proizašla četiri opća tipa:

1. Geste povezane s govornikovim referentom (konkretan predmet ili pojam koji je označen riječju ili simbolom),
2. Geste koje pokazuju govornikov odnos s referentom,
3. Geste koje služe kao vizualni znak interpunkcije u govornikovo raspravi,
4. Geste koje pomažu u regulaciji i organizaciji govornog dijaloga dviju osoba u interakciji.

### **2.2.2. Vizualni kontakt**

Prema Leonardu da Vinciji, oči su zrcalo duše. Gledanje se odnosi na usmjeravanje pogleda općenito u smjeru lica druge osobe, a uzajamno gledanje pojavljuje se kad osobe u interakciji gledaju jedan drugomu u oči (Hall, Knapp, 2010).

Pri komuniciranju, oko daje najiskrenije i najtočnije znakove od svih koje ljudi inače upotrebljavaju, jer su najprivlačniji dio tijela i jer se zjenice šire i sužavaju neovisno o našim svjesnim namjerama (Hess, 1975).

Uz određenu rasvjetu, zjenice se šire i sužavaju ovisno o tome kako se mijenja stav i raspoloženje osobe. Prilikom uzbuđenja, zjenice se mogu proširiti i do četiri puta u odnosu na normalnu veličinu. S druge strane, ljutnja i negativno raspoloženje uzrokuju sužavanje zjenica do onog stupnja za koji se obično koristi fraza "zmijski pogled". Oči su važne kod udvaranja, pa žene upotrebljavaju šminku upravo kako bi istaknule oči (Peace, 1991).

Dobra se osnova za komuniciranje s drugom osobom može ostvariti jedino kad je gledate u oči. Ako je osoba neiskrena ili nešto taji, kontakt očima uspostavljat će u manje od trećine vremena trajanja interakcije. Ako osoba osobu gleda u oči dulje od dvije trećine ukupnog vremena provedenog u komunikaciji, to znači da joj je zanimljiva i privlačna. U tom slučaju osobi će se proširiti zjenice prilikom gledanja, što može značiti i da osoba ima neprijateljski stav ili da želi neverbalni izazov. Vremensko razdoblje trajanja pogleda dviju osoba kulturološki je određeno. Povremeni kontakt očima signal je nesigurnosti, sramežljivosti, neugode, nepoštenja ili nezainteresiranosti (Hall, Knapp, 2010).

Na slici 2. prikazane su sljedeće vrste pogleda (Peace, 1991):

1. Pogled pri poslovnim odnosima. Kad se vodi poslovni razgovor, potrebno je zamisliti trokut na sugovornikovom čelu i ako se uspije zadržati pogled iznad sugovornikovih očiju, uspjeh će se održati i kontrola u međusobnom odnosu.
2. Pogled pri društvenim susretima. Gledanje u trokut kojeg čine sugovornikova oči i usta.
3. Intiman pogled. Pogled obuhvaća područje od očiju do ispod brade i ostalih sugovornikovih dijelova tijela. U bliskom susretu to područje obuhvaća trokut od očiju do prsnog koša, a pri stajanju na većoj udaljenosti, od očiju do prepona (Peace, 1991).



*Slika 2. Vrste pogleda*

Izvor: <https://www.youtube.com/watch?v=WkGi4P3qOQM>

Područje sugovornikova tijela prema kojem se usmjerava pogled može imati značajan utjecaj na ishod svakog izravnog susreta i važno je znati prilagođavati način pogleda u skladu sa situacijom u kojoj se nalazite.

### **2.2.3. Ekspresija lica**

Lice ima bogat komunikacijski potencijal. Ono je ponajprije mjesto izražavanja emocionalnih stanja, odražava interpersonalne stavove, daje neverbalnu povratnu informaciju na komentare drugih te je, prema nekim znanstvenicima, primarni izvor informacija nakon ljudskog govora.

Lice, osim za otkrivanje emocionalnog stanja, čini osnovu za prosuđivanje ličnosti druge osobe. Dijelovi lica koriste se za:

1. otvaranje i zatvaranje komunikacijskog kanala
2. dopunjavanje verbalnih ili neverbalnih odgovora
3. zamjenjivanje govora

Svaka osoba ima četrdeset i tri mišića na licu pomoću koji se stvaraju različiti izrazi, bilo da potječe iz zapadnih planina Kube ili iz dolina Kalifornije. Dokazano je da ljudi dijele sedam univerzalnih osjećaja koji pokreću iste mišiće na svakom licu. U početku istraživanja brojni istraživači vjerovali su da se izrazi lica uče, odnosno da nam ih prenose članovi naših obitelji i drugi utjecaji iz društva. No, teorija Charlesa Darwina uvjerala je istraživače da je izraz lica koji odražava emocije urođen (Driver, 2012).

Slika 3. prikazuje kako na temelju izraza lica možemo prepoznati šest osnovnih emocija (Ekman, Sorenson i Freisen, 1969):

1. radost
2. srdžba
3. gađenje
4. tuga
5. iznenađenost
6. strah



*Slika 3. Prikaz šest osnovnih emocija*

Izvor: <https://psihologija4gimnazija.wordpress.com/osnovne-primarne-emocije/>

#### **2.2.4. Dodirivanje**

Udaljenost između dvije osobe može se smanjiti na minimum, čime se dolazi do dodira. Dodirivanje je izrazito snažno sredstvo komuniciranja. Već nakon rođenja većina ljudi dodir počinje povezivati s ugodnim iskustvima. Stoga je u većini kultura dodir povezan s pozitivnim stavovima, a izostanak dodira s negativnim. Dodir može biti jedan od najjasnijih znakova da se cijeni, voli i prihvaća druga osoba, Kod dodira potrebno je biti oprezan. Naša kultura ne potiče previše dodirivanje između odraslih osoba i ono vrlo lako može poprimiti seksualne konotacije, čak i kad nismo imali takve namjere (Rijavec, Miljković, 2002.).

Dodir je presudan aspekt većine ljudskih odnosa. On ima ulogu ohrabivanja, iskazivanja nježnosti, pokazivanje emocionalne potpore, ali i u mnogim drugim situacijama. Uporaba dodira u komunikaciji starijim je osobama izuzetno važna, jer povjerenje u verbalne poruke slabi (Hall, Knapp, 2010).

Henley (1977) je prikupila mišljenja ljudi o obrascima dodira te je zaključila da će ljudi prije dodirivati u sljedećim situacijama:

- pri davanju savjeta ili informacija, nego pri njihovom traženju,
- pri izdavanju naredbe, nego pri njezinom izvršavanju,

- 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 njezinu primanju od drugih,
- prilikom primanja poruke brige od drugih, nego pri slanju takvih poruka.

Osnovne kategorije dodirivanja jesu (Morris, 1977):

1. Rukovanje. Jačina povezanosti ili željena povezanost između sudionika često se može uočiti gledanjem ruke kojom se ne rukujemo.
2. Upravljanje tijelom. Ovdje dodirivanje zamjenjuje pokazivanje. Osoba koja vodi tijelo druge osobe često je ona koja upravlja tim susretom.
3. Tapšanje. Kad odrasli potapšaju drugu odraslu osobu, često je riječ o obzirnoj ili seksualnoj gesti. Izuzetak je tapšanje u muškim grupnim sportovima kojima se čestita na postignuću.
4. Obavijanje ruke. Ovakvo se dodirivanje upotrebljava kao oslonac kada je jedna osoba bolesna, ali se često primjenjuje da bi se pokazala i bliskost veze.
5. Obavijanje ramena. Ovaj poluzagrljaj upotrebljava se u muško-ženskim romantičnim vezama, te kao način označavanja prijateljstva u muško-muškim vezama
6. Potpuno grljenje. Upotrebljava se kod trenutaka gdje su prisutne intenzivne emocije. Upotrebljava se još kod sportskih događaja, dobrodošlice i odlazaka. Zagrljajem se pokazuje veća bliskost nego što bi se to pokazalo samo rukovanjem.
7. Ruka u ruci. Kod djece je to znak potpore i zaštite. Kod odrasli držanje za ruke ističe jednakost u odnosu.
8. Obavijanje struka. Prikazuje se veća bliskost od potpunog grljenja.
9. Poljubac. Signalizira bliskost ili željenu bliskost.

10. Ruka na glavu. Dopuštanje da nam netko drži ruku na glavi pokazuje odnos pun povjerenja, koji je često intiman.
11. Glava na glavu. Dodir glavama dvoje ljudi onemogućuje obavljanje ostalih tekućih aktivnosti na uobičajen način, pa se, stoga, ovo vidi kao dogovor obiju strana da se isključe od ostatka svijeta.
12. Milovanje. Signal povezan s romantičnim osjećajima prema partneru.
13. Potpora tijelu.
14. Lažni napad. Pokazuju naizgled agresivno ponašanje, ali takvi lažni napadi zamjena su za neke dodire pune ljubavi koji bi mogli biti neugodni.

Drugi način kategoriziranja različitih dodira razvio je Heslin (Heslin i Alper, 1983.) Ova klasifikacija temelji se na funkciji komuniciranih poruka i ima raspon od manje intimnih prema intimnijim oblicima dodira.

### **2.2.5. Parajezik**

U jeziku tijela držanje je važno jer pokazuje kako se koristi i pokreće tijelo kako bi osjetili i prenijeli emocije. Držanje se kod ljudi mijenja u skladu s raspoloženjima i njihovim odnosima. Za određene osobnosti karakteristično je određeno držanje tijela. Ljudi koji se osjećaju samouvjereni ili odgovorno, drže se uspravno. Oni koji su nižeg statusa ili se često osjećaju depresivno ili sramežljivo, skloni su hodati pognute glave, pogrbljeni ili spuštenih ramena. Osobu koja ima uspravno držanje tijela, ljudi prihvaćaju njihova stajališta mnogo spremnije nego kad osoba izgleda podložno. Različita držanja odražavaju različite emocije. Samosvijest je poticaj za uspravno držanje i obrnuto. Osobe koje se drže uspravno, uvučena trbuha, podignutih ramena, s glavom gore, izgledat će samosvjesno, a tako će se i osjećati. Naginjanjem prema naprijed osoba daje do znanja da je zainteresirana, dok osoba nagnuta prema unatrag izgleda nezainteresirano ili negativno. Osobe koje zauzmu isti položaj prijatelji su, ljubavnici ili se dobro slažu te pronalaze dodirne točke (Boyes, 2009).

Glasovno se ponašanje odnosi na to kako je nešto rečeno, a ne što je rečeno. Pojedine su reakcije na vokalne znakove namjerno izazvane jer manipuliramo našim glasom radi priopćavanja različitih značenja.

Većina ljudi čini isto kad želi naglasiti određeni dio poruke. Prozodija je riječ kojom se opisuju sve varijacije u glasu koje prate govor, a pomažu u prijenosu značenja izgovorenog. Često manipuliramo visinom glasa da bismo pokazali kraj izjavne rečenice (snižavanjem glasa) ili pitanja (podizanjem glasa) (Hall, Knapp, 2010).

Ton glasa odnosi se na podizanje i opadanje modulacije glasa, a ukazuje na to je li govor govornika siguran ili nesiguran, je li iskaz iskren ili sarkastičan. Kad ton glasa i značenje riječi dođu u sukob, ljudi vjeruju tonu glasa. Visina mjeri niske i visoke tonove glasova. Niža visina glasa obično se zapaža kao više autoritativna, seksi i ugodnija za slušanje. Većina glasova postaje viša kad je govornik ljut i uzbuđen (Tomić, 2016).

Dob, spol i status poprilično se dosljedno i točno procjenjuju na temelju vokalnih znakova. Neuman i Strack (2000) pokazali su da slušanje glasova koji izražavaju različite emocije također izaziva odgovarajuće emocionalne osjećaje, što se odražava u glasu slušatelja i u njegovoj samoprocjeni raspoloženja. Brojni čimbenici ulaze u cjelokupnu sliku emocionalne ekspresije; kontekstualni znakovi, izgovorene riječi, druga neverbalna ponašanja, individualne razlike među ljudima te neporeciva činjenica da postoji više načina izražavanja određene emocije.

### **2.2.6. Fizičke karakteristike kao neverbalni signali u komunikaciji**

Visina utječe na interpersonalne reakcije. Čini se da ljudi znaju da visina može biti važna za njihov društveni i radni život. Važnost visine odlikuje se i u tome da veća odstupanja od prosječne visine (oko 160 cm kod žena i 175 cm kod muškaraca) mogu biti izvrgnuta negativnim ocjenama drugih. Najnegativnije prosudbe povezane su s niskim rastom. Stabler (Stabler, Whit, Moreault, D'Ercole, Underwood, 1980) i njegovi suradnici primjetili su da je “rašireno mišljenje u društvu takvo da se visina povezuje s pozitivnim značajkama, a niskom rastu pripisuju se negativne osobine”. Tri glavne značajke povezane s visinom su status, privlačnost i kompetentnost. Znanost još nije utvrdila jasan odnos između stvarne visine neke osobe i njezina društvena statusa, ali istraživanja napravljena u Americi pokazuju da je, u izboru za predsjednika SAD-a, obično pobjeđivao kandidat koji je bio viši. Žene često smatraju da su viši muškarci privlačniji od nižih muškaraca. Visina igra važnu ulogu u odabiru muškaraca, no ocjenu “privlačno” ne dajemo samo na osnovi visine (Hall, Knapp 2010).

Promjena boje kože može ukazivati na bolesti, zbunjenost, bijes. No trajna boja kože je najsnažniji podražaj koji određuje interpersonalne reakcije u našoj kulturi (Hall, Knapp, 2010).

U zapadnim društvima vid i sluh najvažniji su za primanje i odašiljanje socijalnih signala, ali osjetilo mirisa također može utjecati na reakcije. Ljudski se mirisi ispuštaju primarno putem žlijezda koje se nalaze u analnom i genitalnom području te sektornih žlijezda na licu, rukama, stopalima i ponegdje na prsima. Mirisi se skupljaju u ustima i na dijelovima tijela koji su pokriveni dlakama. Nekoliko eksperimenata potvrđuje da ljudi obično mogu identificirati miris specifičan za druge pojedince (Hall, Knapp, 2010).

Još jedan izvor mirisa jesu "vjetrovi" koji općenito pridonose negativnom ili uvredljivom ozračju susreta između ljudi u našoj kulturi (Lippman, 1980). Ispuštanje plinova u pravilu dovodi do prekida kontakta s osobom u interakciji. Uz ljudske mirise, postoje i mirisi iz okoliša koji mogu utjecati na čovjekovo raspoloženje ili ga podsjetiti na sjećanja koja su povezana s određenim mirisom (Hall, Knapp, 2010). U svojim romanima pisac, uz pomoć mirisa čaja, povezuje se s uspomena iz Combraya (Proust, 1952).

Dužina kose osobe može vrlo snažno utjecati na percepciju i interakciju među ljudima. Tijekom 1960-ih muškarci bijele rase koji su puštali kosu, doživljavali su neprimjerena postupanja slična onima uperenima protiv osoba crne boje kože. Osobe s dugom kosom bile su diskriminirane u pogledu zapošljavanja, upisa u školu itd. Muškarce zabrinjava ćelavost jer smatraju da umanjuje njihovu privlačnost. Dlakavost na ostalim djelovima tijela također su važna za ocjenjivanje privlačnosti. Časopis Playboy godinama je retuširao stidne dlačice na svojim modelima. Od kulture do kulture postoje razlike u percepciji dlakavih ljudi. U SAD-u ljudi smatraju da dlake ispod pazuha kod žena nisu privlačne, iako takvo mišljenje ne dijele i u drugim zemljama (Hall, Knapp, 2010)..

Istaživači koji su pratili 10.000 ljudi u dobi između 16 i 24 godine ustanovili su, primjerice, da pretilost kod osoba znači manju vjerojatnost za potencijalno sklapanje braka, a veću vjerojatnost za manje prihode i slabije obrazovanje (Gortmaker, Must, Perrin, Sobol, Dietz, 1993).



Osnovna podjela tjelesnih tipova (Hall, Knapp 2010):

1. Endomorfan. Okrugao, mekan obli (ugodan, simpatičan, brbljav)
2. Mezomorfan. Mišićav, atletski (avanturistički, samopouzdan, zreo)
3. Ektomorfan. Tanak, visok, mršav (pesimist, šutljiv, napet, nervozan)

### **2.2.7. Odijevanje**

Odjeća kao važna komponenta u definiranju imidža jedne osobe, pored toga što priopćava informacije o njezinoj osobnosti, socijalnom statusu, pripadnosti određenoj grupi, seksualnosti, agresivnosti i ostalim sklonostima, utječe i na ponašanje osobe koja je nosi (Tomić, 2016).

Odjeća jednog političkog kandidata čini vizualnu izjavu i zbog toga je važno odijevati se tako da odjeća održava sliku o sebi koju kandidati žele prenijeti biračima. Odjeća koju kandidat nosi na službenim plakatima koji ga približavaju biračima treba biti u skladu sa svim ostalim oblicima komunikacije, a također i s njegovom osobnošću. Izbor odjeće ovisi o tjelesnim predispozicijama, godinama života, prigodi, statusu, dobu dana, vrsti posla i sezoni (Tomić, 2016).

Poslovni su kostimi i odijela standardna odjeća javnih i poslovnih osoba jer je to najprihvaćeniji oblik javnih službenika i službenica. U Sjevernoj Americi određeni stilovi i boje odijevanja smatraju se više profesionalnim i više vjerodostojnim. U Japanu odijevanje ne označava samo status nego i skupinu zanimanja (Tomić, 2016). Holutovi eksperimenti potvrdili su da dojam o nekoj osobi možete promijeniti tako da promijenite način njezina odijevanja (Holut, 1954).

Komuniciranje odjećom je najučinkovitije kad je ona u skladu s ulogom onoga tko je nosi i popratnim okolnostima. Načinom na koji se ljudi odijevaju prenose važne poruke o sebi i profesionalnom i društvenom životu. Odjeća je jedna od prvih stvari koje ljudi zapažaju. Na osnovi odjeće može se točnije procijeniti dob, spol, socioekonomski status i uvjerenja pojedinca. Odjeća i drugi načini načini na koje ukrašavamo svoje tijelo utječe na to što mislimo o sebi, što onda utječe na to kako komuniciramo (Hall, Knapp 2010). Osobe koje javno nastupaju trebale bi se držati pravila odijevanja kako bi publici poslali što bolju poruku o sebi.

### **3. JAVNI NASTUP**

Javni govor je moćno oružje koje, onima koji savladaju tu vrijednu vještinu, jamči uspjeh na mnogim područjima. Brojni kvalitetni govornici ostvaruju velike uspjehe zahvaljujući javnome nastupu koji plijeni pažnju te se za njih kaže da imaju karizmu. Velika moć koju vještina javnog govora daje govornicima temelji se na činjenici da je javni govor neka vrsta osnaženja drugih ljudi, on daje govorniku jedinstvenu priliku da ostvari stanoviti utjecaj u stvarnosti (Tafrá–Vlahović, 2015). Javni govori služe za uvjeravanje, informiranje i zabavljanje ljudi, a cilj javnog govora je dobivanje odgovora od publike u pogledu stava, ponašanja i mišljenja. Potpuna priprema govora etička je obveza govornika, koji odgovornost pripreme ima, ne samo prema sebi, već i prema svojoj publici. Etički provjeren cilj govora pretpostavlja da se govornik, prilikom pripreme, suočio s mnogim dilemama u pogledu toga što govornik želi postići. Govornik u svom iskazu mora biti pošten, treba izbjegavati etiketiranje i diskriminirajući govor (Tafrá–Vlahović, 2015).

#### **3.1. IZVEDBA JAVNOG GOVORA**

Izvedba javnog govora nije važnija od sadržaja, ali je ključni element koji razlikuje dobar ili izvrstan od lošijeg ili srednjeg govora (Tafrá-Vlahović, 2013). Dobra izvedba znači prenijeti poruku publici jasno i zanimljivo bez smetnji i digresija. Neki govornici često ne žele upotrebljavati jednostavne riječi ili kraće rečenice jer žele na publiku ostaviti dojam učenosti. Učinak je u pravilu suprotan i jednostavno izaziva nerazumijevanje. Vješti govornici upotrebljavaju živ i dinamičan jezik, rečenice nisu toliko oslonjene na imenice koliko na glagole, što čini govor dinamičnim, češće upotrebljavaju aktiv od pasiva, koriste se riječima kao slikama. Prilikom upotrebe jezika, govornik mora pažljivo birati riječi, ne samo prema njihovom denotativnom značenju, nego i prema konotativnom. Govornik mora jezik upotrebljavati točno, jasno i služiti se rječnikom i sinonimima koje može naći u jezičnim priručnicima (Tafrá-Vlahović, 2013).

Jedan od glavnih alata govornika je glas, jedinstven i nikome drugome svojstven osobni znak. Vrlina je imati milozvučan glas visoke kvalitete, ali i manje kvalitetan glas moguće je naučiti kontrolirati. U govoru važno je prilagoditi volumen glasa akustici dvorane, eventualno ga mijenjati u skladu s dramaturgijom izvedbe. Vikanje i šaptanje nisu prikladni u javnom govoru. Visina glasa

podliježe stalnim promjenama tijekom govora, takozvanim fleksijama koje riječima također pridaju značenje pa iste riječi u različitim visinama mogu imati različito značenje. Monoton glas govornika može unazaditi i dobro sročeni i uvježban sadržaj (Tafra –Vlahović, 2015).

Brzina govora ovisi o prirodnoj brzini govora, atmosferi koju govornik želi kreirati. Sporo govorenje stvara dosadu kod publike, a prebrzo govorenje kod publike stvara nerazumijevanje. Stanke u govoru mogu biti obični prekidi u kojima vlada tišina, ali i vokalizirane pauze, poput onih "hm", "um", "eh", "er". Pravilnom upotrebom sva tri elementa glasa kod javnog govora dobivamo kvalitetan govor. U glasovnu izvedbu spada i izgovor. Kod govora potrebno je paziti na artikulaciju i ne gutati slogove, već jasno izgovarati riječi (Tafra –Vlahović, 2015).

Govornik može ovladati samo nekim važnim elementima neverbalne komunikacije, ali nikako ne svima. Grčki povjesničar Herodot ustvrdio je da ljudi više vjeruju svojim očima nego ušima. Brojna su istraživanja potvrdila da, u slučaju nesklada onog što govornik poručuje verbalnim i neverbalnim porukama, radije se vjeruje neverbalnim (Tafra-Vlahović, 2013.).

Jedan od važnih alata neverbalne komunikacije svakako je osobni izgled. Neka od pravila osobnog izgleda jesu; urednost, šminka, nakit, neupadljiva odijela, ne previše atraktivni kostimi, odjeća koja neće odvući pozornost publike od poruke. Kretanje tijela kod javnog govora osobito je važno jer projicira samopouzdanje (Tafra-Vlahović, 2013.).

Upotrebom gesti šaljemo poruku publici i važno je da upotreba gesti bude u skladu s porukom, ali i da geste budu prirodne. Neki govornici gestikuliraju puno, a neki ne gestikuliraju uopće jer im to prirodno tako odgovara i toga se treba držati. Jedan od najmoćnijih alata za uspostavu odnosa s publikom je kontakt pogledom. Kontakt pogledom uvjetovan je i kulturološkim kontekstom pa, tako, istočne kulture manje koriste izravan pogled, dok u zapadnim kulturama on ima značenje čvrstine i iskrenosti (Tafra-Vlahović, 2013.).

Javni govor potrebno je uvježbavati i pritom je važno koncentrirati se na prijenos ideja i misli, na ton glasa i neverbalnu komunikaciju

## **4. ISTRAŽIVANJE**

Prikazana teorija utvrdila je važnost neverbalne komunikacije i njenog utjecaja na percepciju javnog nastupa. U istraživanju koje je prikazano u nastavku pošlo se od pitanja:

1. Percipiraju li ispitanici kao publika važnost neverbalne komunikacije u javnom nastupu?
2. U kojoj mjeri publika točno prepoznaje elemente neverbalne komunikacije i pravilno tumači značenje uočenih signala?

### **4.1. ISTRAŽIVAČKI CILJEVI**

Cilj ovoga rada je utvrđivanje na koji način publika percipira kvalitetu nastupa i prepoznavanje elemenata neverbalne komunikacije osim opažanja kvalitete javnog nastupa u odnosu na neverbalnu izvedbu. Također cilj rada je istražiti u kojoj mjeri publika uočava neverbalna elemente te koliko točno prepoznaje značenja neverbalnih elemenata komunikacije.

### **4.2. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA**

U istraživanju su postavljene tri hipoteze:

H1 Neverbalna komunikacija ima značajan utjecaj na percepciju kvalitete javnog nastupa.

H2 Ispitanici smatraju da prepoznaju elemente neverbalne komunikacije u javnom nastupu.

H3 Ispitanici ne znaju točno značenje prepoznatih neverbalnih elemenata.

### **4.3. OPIS METODE**

Anketno istraživanje provedeno je na način da se prvo prikazivao kratak video sadržaj inauguracijskog predsjedničkog govora Donalda Trumpa održanog u Washingtonu 2017. godine (<https://www.youtube.com/watch?v=SZzHoXdD1yo>), a nakon toga od ispitanika su se prikupljali podaci uz primjenu posebno izrađenog anketnog upitnika. U istraživanju je korištena metoda ankete koja se sastojala od 8 zatvorenih pitanja i 14 izjava s kojima su ispitanici izražavali svoje stavove (Likertova ljestvica). Prikazivanje video sadržaja i ispunjavanje ankete radilo se u grupama između 12 i 30 ispitanika. Grupe ispitanika su studenti Sveučilišta Sjever i polaznici raznih tečaja koji se organiziraju u Centru za izobrazbu Zagreb u sklopu Ministarstva pravosuđa i uprave.

Uz pomoć programa za obradu statističkih podataka (SPSS-a) i alata Google Docs-a provedena je analiza podataka. Provjera pitanja ankete tj. pouzdanost ankete koja se sastoji od više pitanja koja u sebi sadrže Likertovu ljestvicu testirano je uz pomoć Chrombach alfa testa. Uz pomoć Crombach testa dobiva se vrijednost koja prikazuje pouzdanost izabranog uzorka. Testiranjem Chrombach alfa koeficijenta uz pomoć softvera za statističku obradu podataka (SPSS-u) dobivena je vrijednost 0,764, što govori da je uzorak pouzdan i da se podaci mogu dalje obrađivati.

#### **4.4. OPIS UZORKA**

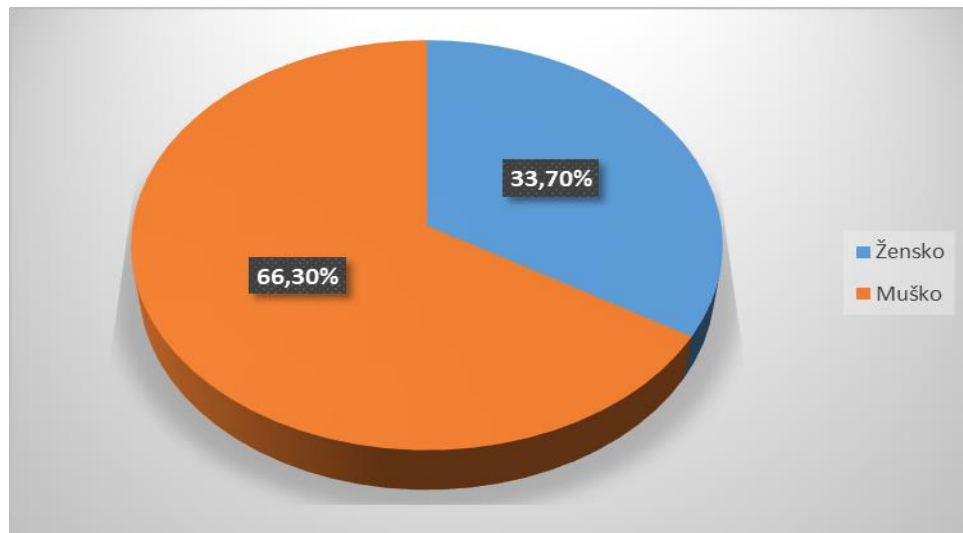
Istraživanju je pristupilo 205 ispitanika u vremenskom razdoblju od 11. do 29. siječnja 2022. godine.

U anketi u ovom istraživanju koristio se prigodni uzorak.

## 5. ANALIZA REZULTATA

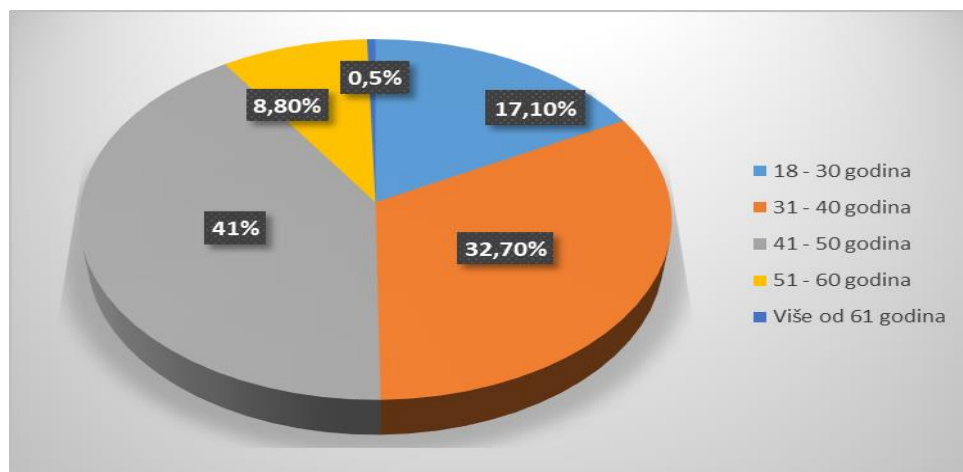
Iz Grafikona 1. vidljivo je da je u istraživanju sudjelovalo 66,3% muškaraca i 33,7% žena, odnosno 136 muškaraca i 69 žena.

**Grafikon 1.** Spol ispitanika



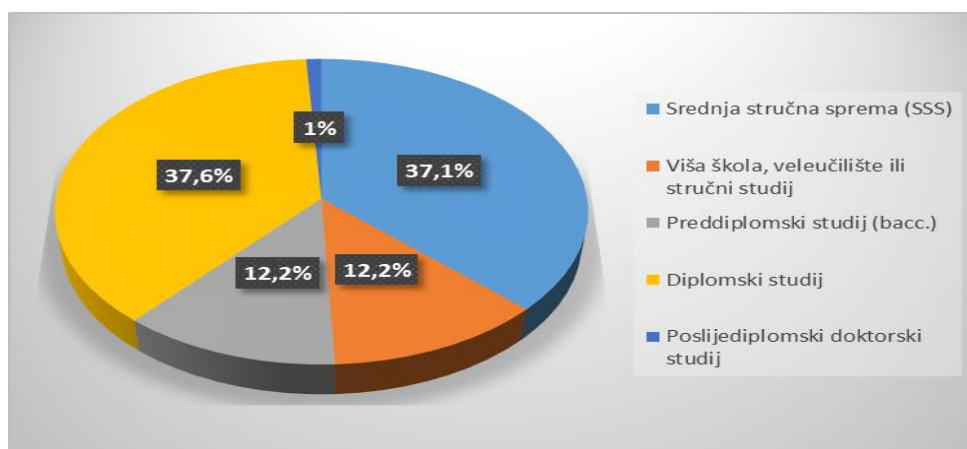
Grafikon 2. prikazuje koliki je postotak ispitanika prema dobi. Prema dobnoj skupini ispitanika 17,10 % (35 ispitanika) ima između 18 i 30 godina, 32,7 % (67 ispitanika) između 31 i 40 godina, 41 % (84 ispitanika) između 41 i 50 godina, 8,8 % (18 ispitanika) između 51 i 60 godina te 0,5 % (1 ispitanik) stariji je od 61 godine.

**Grafikon 2. Dob Ispitanika**



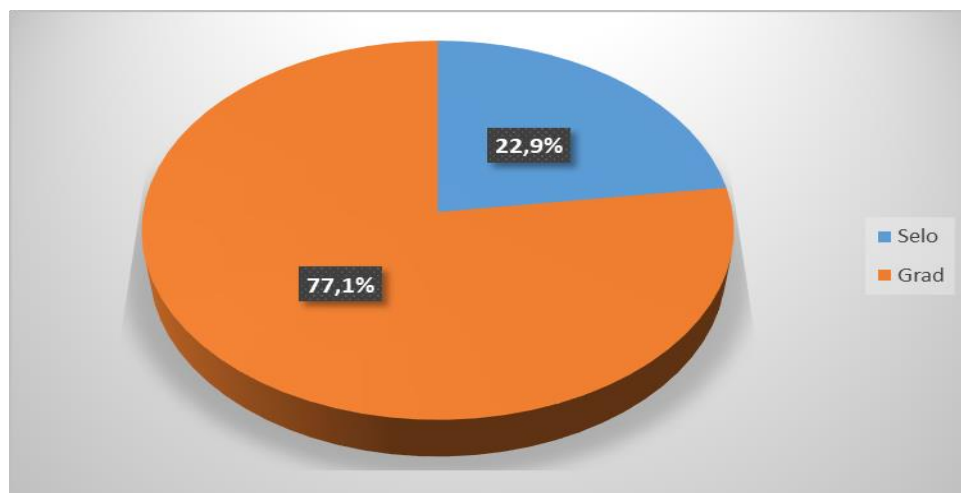
U Grafikonu 3. prikazan je postotak ispitanika prema završenoj razini obrazovanja. Prema završenoj razini obrazovanja, 37,1% (76 ispitanika) ima završenu srednju stručnu spremu, 12,2% (25 ispitanika) ima završenu višu školu ili stručni studij, 12,2% (25 ispitanika) ima završen preddiplomski studij (bacc.), 37,6% (77 ispitanika) ima završen diplomski studij i 1% (2 ispitanika) ima završen poslijediplomski doktorski studij.

**Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika**



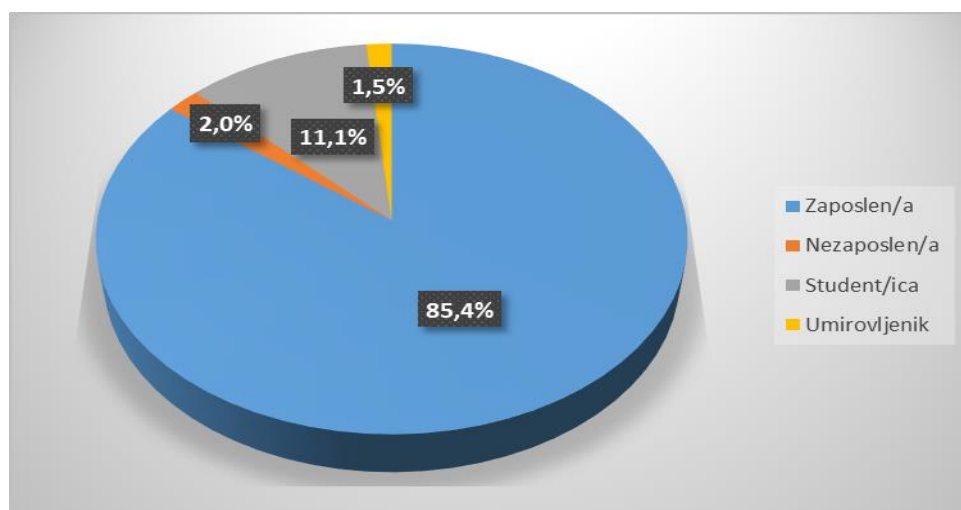
U Grafikonu 4. vidljivo je da 77,1% (158 ispitanika) živi u gradu, a 22,9% (47 ispitanika) živi na selu.

**Grafikon 4.** Mjesto stanovanja ispitanika



U Grafikonu 5. prikazan je postotak ispitanika prema radnom statusu. Zaposleno je 85,4% (175 ispitanika), 2% (4 ispitanika) je nezaposleno, 11,1% (23 ispitanika) su studenti i 1,5% (3 ispitanika) su umirovljenici.

**Grafikon 5.** Radni status ispitanika



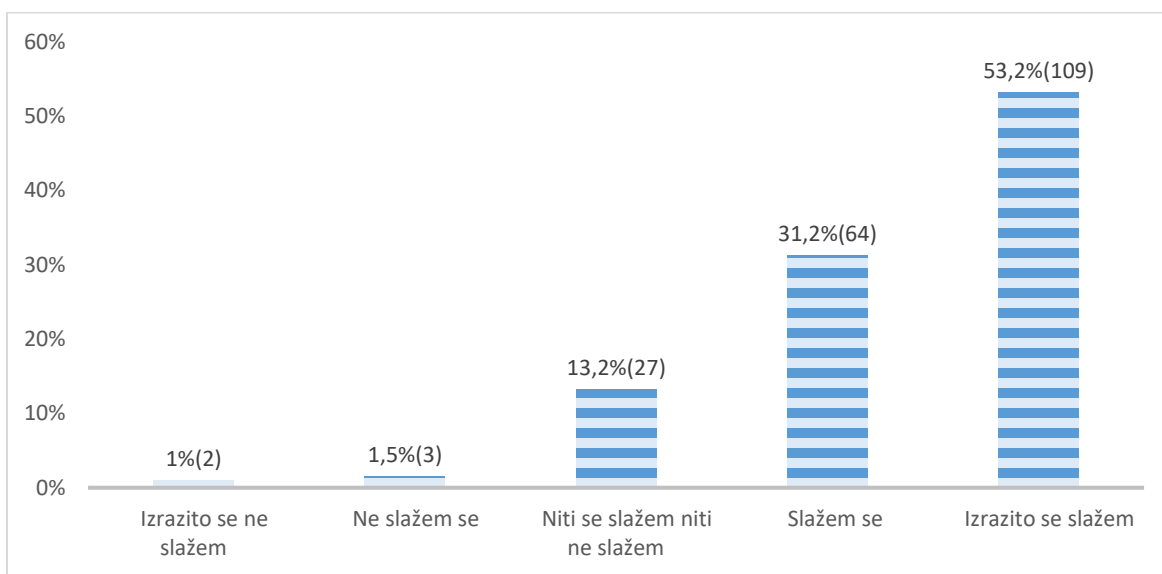
U drugom dijelu anketnog upitnika ispitanici su odgovarali na 7 tvrdnji uz pomoć Likertove ljestvice. Ispitanici su ocjenjivali tvrdnje ocjenama od 1 do 5, pri čemu je odgovor pod brojem 1



označavao odgovor “izrazito se ne slažem”, broj 2 “ne slažem se”, broj 3 “niti se slažem niti ne slažem”, broj 4 “slažem se”, a broj 5 označavao je odgovor “izrazito se slažem”. Uz pomoć navedenih tvrdnji, ispitanici su odgovorili kakav utjecaj ima neverbalna komunikacija na percepciju kvalitete javnog nastupa.

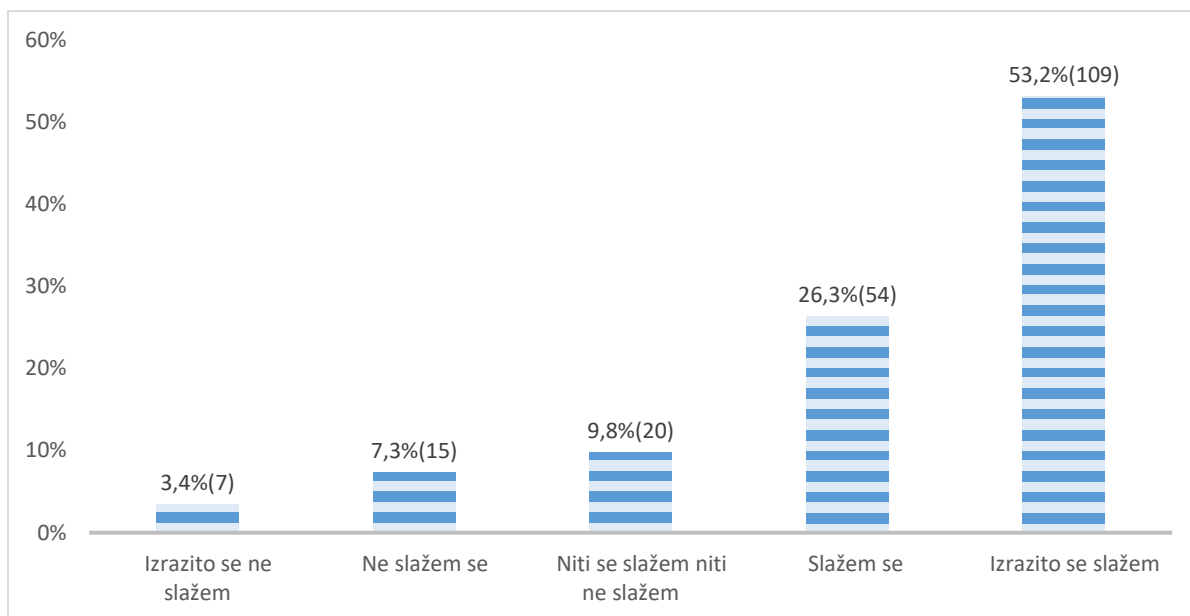
Grafikon 6. prikazuje odgovore ispitanika na tvrdnju “Smatram da, kada me govornik gleda u oči, lakše razumijem sadržaj koji mi prenosi”. Ispitanici su u najvećem postotku, njih 53,2% odgovorili da se izrazito slažu s tvrdnjom. S tvrdnjom se slaže 31,2% ispitanika, dok 13,2% ispitanika nema stav o tvrdnji. Mali postotak ispitanika, njih 1,5% ne slaže se s tvrdnjom, a 1% ispitanika izrazito se ne slaže s tvrdnjom.

**Grafikon 6.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Smatram da, kada me govornik gleda u oči, lakše razumije sadržaj koji mi prenosi”



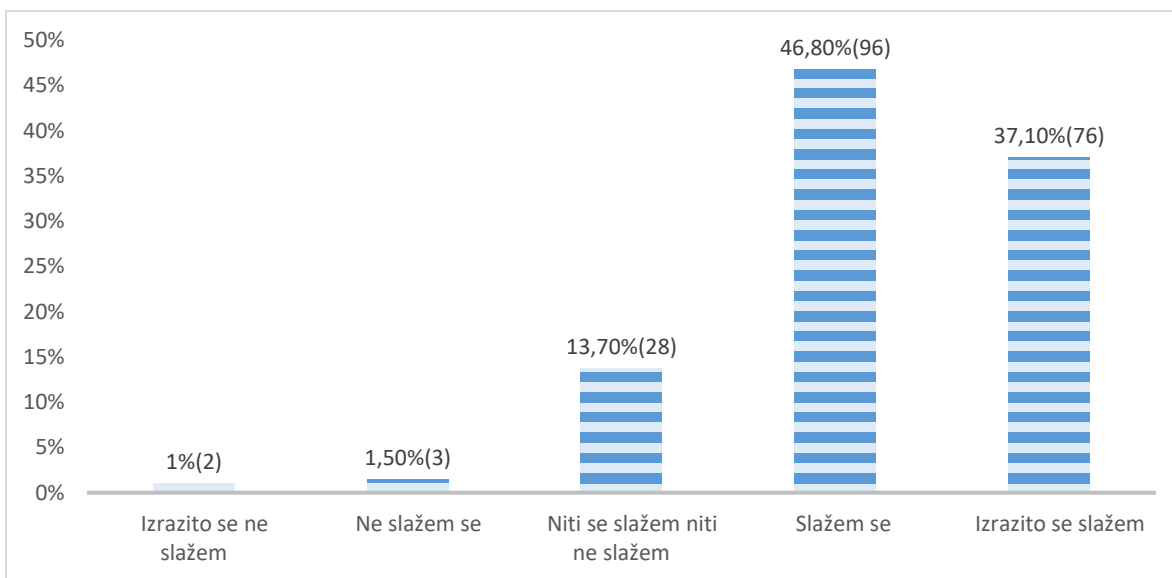
U grafikonu 7. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “Govornik koji iznosi sadržaj bez gestikulacije i gledajući u jednu točku, smanjuje kvalitetu prenošenja sadržaja”. Najveći postotak ispitanika, njih 53,2% izrazito se slaže s tvrdnjom, 26,3% ispitanika odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 9,8% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 7,3% ispitanika, a 3,4% ispitanika se izrazito ne slaže.

**Grafikon 7.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Govornik koji iznosi sadržaj bez gestikulacije i gledajući u jednu točku, smanjuje kvalitetu prenošenja sadržaja”



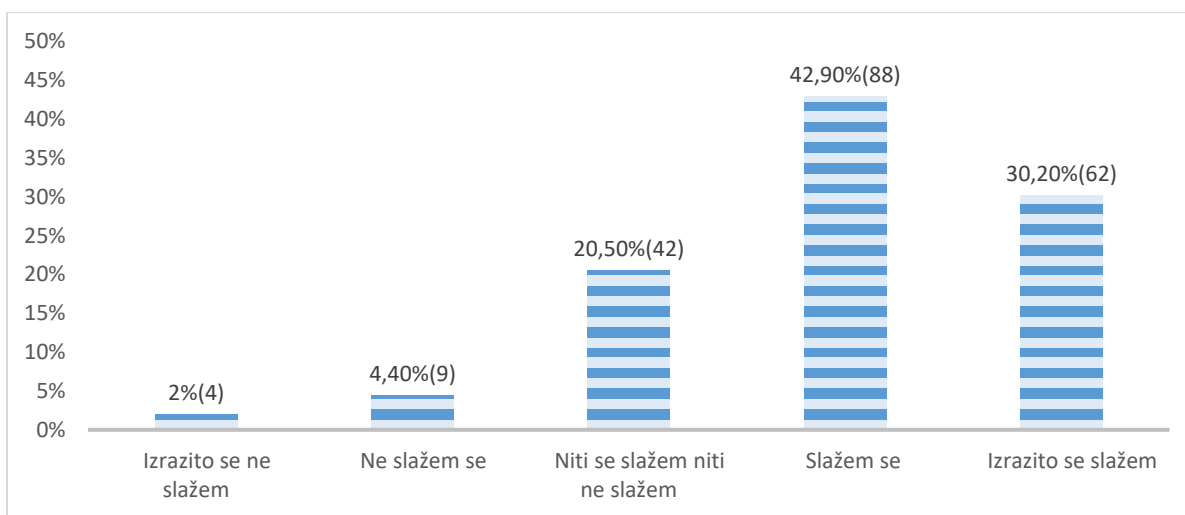
U grafikonu 8. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “Govornik koji koristi umjerenu gestikulaciju, njome doprinosi razumijevanju sadržaja poruke”. Ispitanici se izrazito slažu s tvrdnjom, njih 37,1%, najveći broj ispitanika, njih 46,8% odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 13,7% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 1,5%, a 1% ispitanika se izrazito ne slaže.

**Grafikon 8.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Govornik koji koristi umjerenu gestikulaciju, njome doprinosi razumijevanju sadržaja poruke”



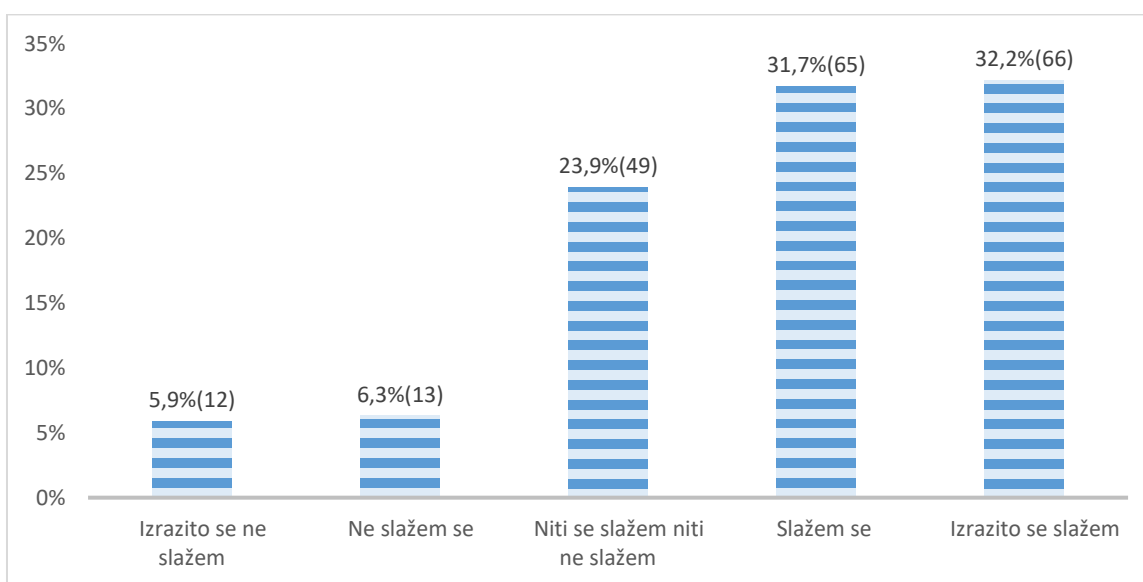
Grafikon 9. prikazuje odgovore ispitanika na tvrdnju “Govornika koji neverbalnim signalima šalje poruku nesigurnosti doživjet ću manje ozbiljno i teže prihvatiti sadržaj (argumente) koji prenosi”. Ispitanici se izrazito slažu s tvrdnjom, njih 30,2%, najveći broj ispitanika, njih 42,9% odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 20,5% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se 4,4% ispitanika ne slaže, a 2% ispitanika izrazito se ne slaže.

**Grafikon 9.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Govornika koji neverbalnim signalima šalje poruku nesigurnosti doživjet ću manje ozbiljno i teže prihvatiti sadržaj (argumente) koji prenosi”



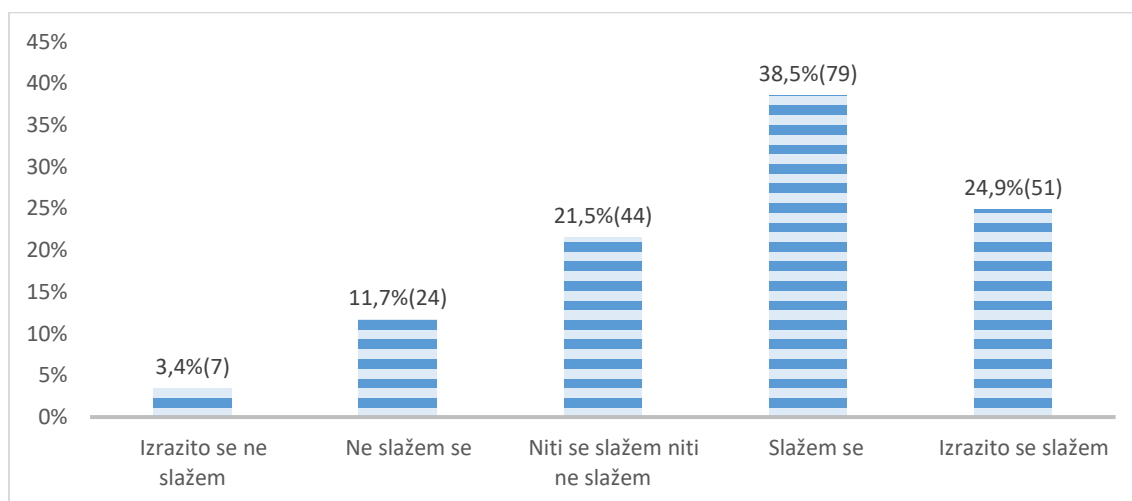
Grafikon 10. prikazuje odgovore ispitanika na tvrdnju “Iako odjeća ne čini čovjeka, govornik koji je nemarno odjeven i pomalo zapušten ostavlja dojam manje stručnosti od govornika koji je uredno i poslovno odjeven”. Najveći postotak ispitanika, njih 32,2% izrazito se slaže s tvrdnjom, 31,7% ispitanika odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 23,9% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom 6,3% ispitanika se ne slaže, a 5,9% ispitanika se izrazito ne slaže s tvrdnjom.

**Grafikon 10.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Iako odjeća ne čini čovjeka, govornik koji je nemarno odjeven i pomalo zapušten ostavlja dojam manje stručnosti od govornika koji je uredno i poslovno odjeven”



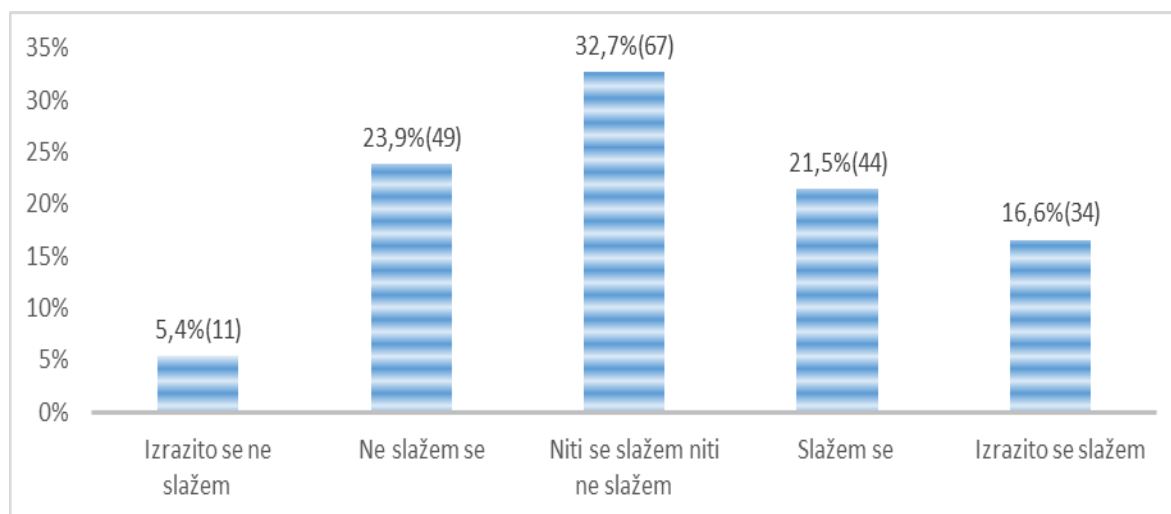
U grafikonu 11. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “Govornik koji zamuckuje ili gubi glas tijekom izvedbe javnog nastupa ostavlja dojam manje stručnosti i teže ću mu povjerovati”. Ispitanici se izrazito slažu s tvrdnjom, njih 24,9%, najveći broj ispitanika, njih 38,5% odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 21,5% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 11,7% ispitanika, a 3,4% ispitanika se izrazito ne slaže s tvrdnjom.

**Grafikon 11.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Govornik koji zamuckuje ili gubi glas tijekom izvedbe javnog nastupa ostavlja dojam manje stručnosti i teže ću mu povjerovati”



U grafikonu 12. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “Odjeća govornika ne utječe na moju percepciju javnog nastupa”. Ispitanici se izrazito slažu s tvrdnjom, njih 16,6%, 21,5% odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 32,7% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 23,9% ispitanika, a 5,4% ispitanika se izrazito ne slaže s tvrdnjom.

**Grafikon 12.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Odjeća govornika ne utječe na moju percepciju javnog nastupa”



U tablici 1. prikazani su odgovori ispitanika te izračun aritmetičke sredine za odgovore vezane uz istraživačko pitanje “Koliko neverbalna izvedba u javnom nastupu djeluje na percepciju kvalitete javnog nastupa”. Iz tablice je vidljivo da ispitanici na postavljene tvrdnje odgovaraju kako prepoznaju i razumiju koliko neverbalna izvedba djeluje na percepciju javnog nastupa. Ukupna vrijednost aritmetičke sredine iznosi 3,90, što znači da je ispitanici prepoznaju kako neverbalna izvedba govornika djeluje na percepciju kvalitete javnog nastupa.

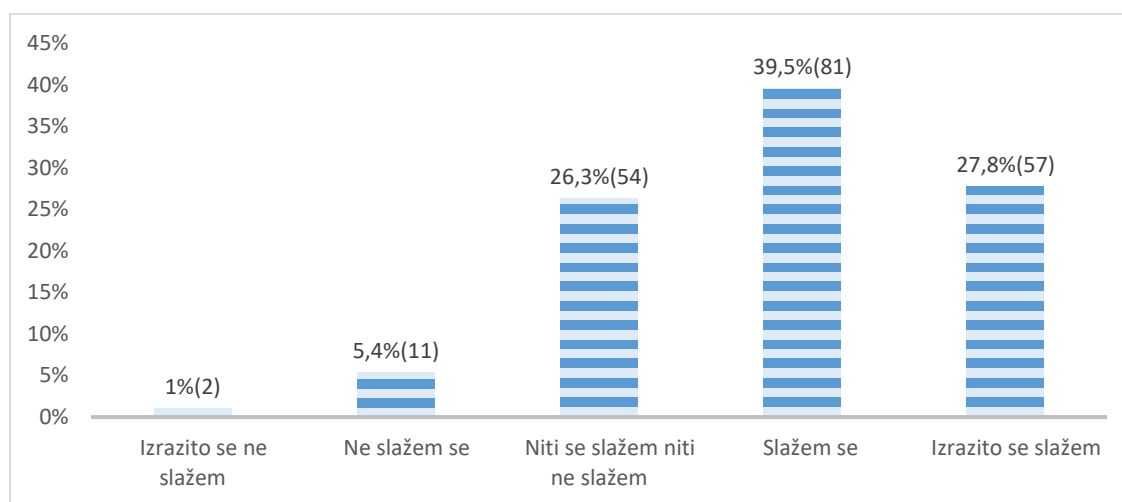
**Tablica 1.** Prikaz izračuna aritmetičke sredine za istraživačko pitanje “Koliko neverbalna izvedba u javnom nastupu djeluje na percepciju kvalitete javnog nastupa?”

Tvrđnje	Izrazito se ne slažem/prepoznajem	Ne prepoznajem/ne slažem se	Niti prepoznajem/slažem niti se ne slažem/prepoznajem	Prepoznajem/slažem se	Izrazito se slažem/prepoznajem	Srednja vrijednost	Broj ispitanika
Smatram da, kada me govornik gleda u oči, lakše razumijem sadržaj koji mi prenosi.	2	3	27	64	109	4,341	205
Govornik koji iznosi sadržaj bez gestikulacije i gledajući u jednu točku, smanjuje kvalitetu prenošenja sadržaja.	7	15	20	54	109	4,185	205
Govornik koji koristi umjerenu gestikulaciju, njome doprinosi razumijevanju sadržaja poruke.	2	3	28	96	76	4,176	205
Govornika koji neverbalnim signalima šalje poruku nesigurnosti doživjet ću manje ozbiljno i teže prihvatiti sadržaj (argumente) koji prenosi.	4	9	42	88	62	3,951	205
Iako odjeća ne čini čovjeka, govornik koji je nemarno odjeven i pomalo zapušten ostavlja dojam manje stručnosti od govornika koji je uredno i poslovno odjeven.	12	13	49	65	66	3,780	205
Govornik koji zamuckuje ili gubi glas tijekom izvedbe javnog nastupa ostavlja dojam manje stručnosti i teže ću mu povjerovati.	7	24	44	79	51	3,698	205
Odjeća govornika ne utječe na moju percepciju javnog nastupa.	11	49	67	44	34	3,200	205
<b>Ukupno:</b>						<b>3,90</b>	

U trećem dijelu anketnog upitnika ispitanici su odgovarali na 7 tvrdnji uz pomoć Likertove ljestvice. Uz pomoć tvrdnji ispitanici su odgovarali u kojoj mjeri publika prepoznaje elemente neverbalne komunikacije, i to na primjeru bivšeg američkog predsjednika Donalda Trumpa, čiji im je inauguracijski govor prikazan u kratkom video isječku.

U grafikonu 13. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “U javnom nastupu Donalda Trumpa primjećujem gotovo sve neverbalne elemente kojima prenosi poruku”. Ispitanici se izrazito slažu s tvrdnjom, njih 27,8%, najveći broj ispitanika, njih 39,5% odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 26,3% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 5,4% ispitanika, a 1% ispitanika se izrazito ne slaže s tvrdnjom.

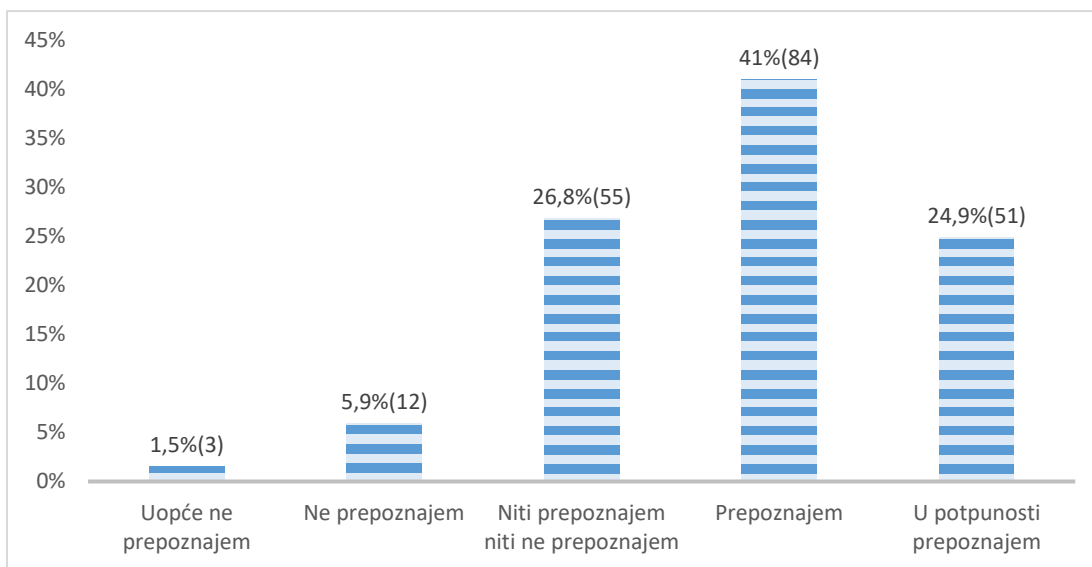
**Grafikon 13.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “U javnom nastupu Donalda Trumpa primjećujem gotovo sve neverbalne elemente kojima prenosi poruku”



Grafikon 14. prikazuje odgovore ispitanika na tvrdnju “Prepoznajem značenje gestikulacije u nastupu Donalda Trumpa”. U grafikonu je vidljivo da 24,9% ispitanika prepoznaje u potpunosti gestikulacije, 41,8% ispitanika prepoznaje gestikulacije, 26,8% ispitanika niti prepoznaje niti ne prepoznaje gestikulacije govornika, 5,9% ispitanika ne prepoznaje značenje gestikulacija, a 1,5% ispitanika uopće ne prepoznaje gestikulacije govornika

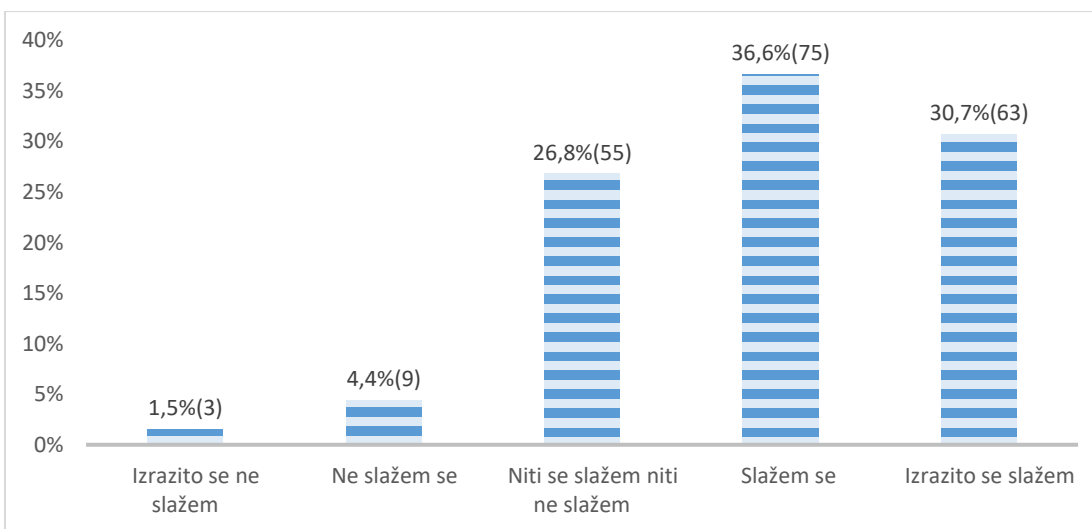


**Grafikon 14.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Prepoznajem značenje gestikulacije u nastupu Donalda Trampa”



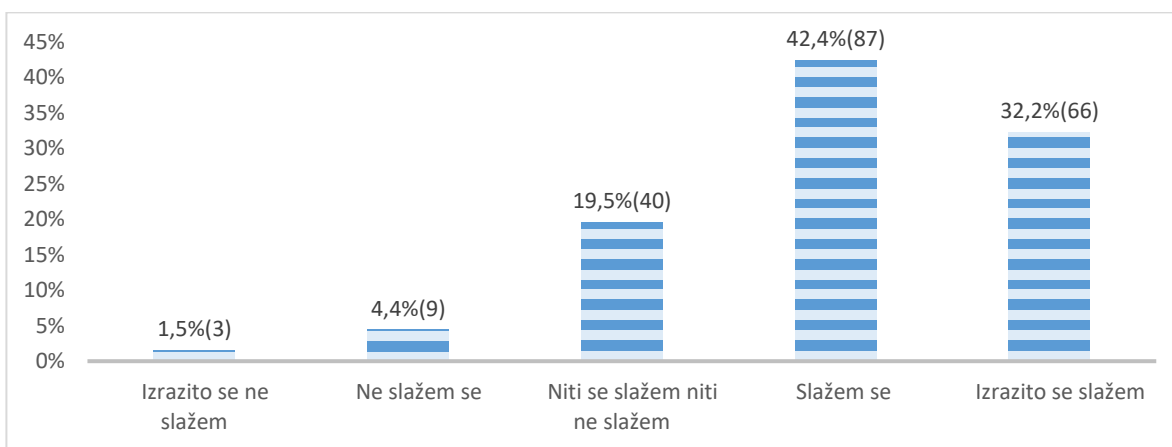
U grafikonu 15. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “Izrazi lica Donalda Trampa u njegovom javnom nastupu šalju jasnu poruku sami za sebe”. Ispitanici se izrazito slažu s tvrdnjom, njih 30,7%, najveći broj ispitanika, njih 36,6% odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 26,8% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 4,4% ispitanika, a 1,5% ispitanika se izrazito ne slaže s tvrdnjom.”

**Grafikon 15.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Izrazi lica Donalda Trampa u njegovom javnom nastupu šalju jasnu poruku sami za sebe”



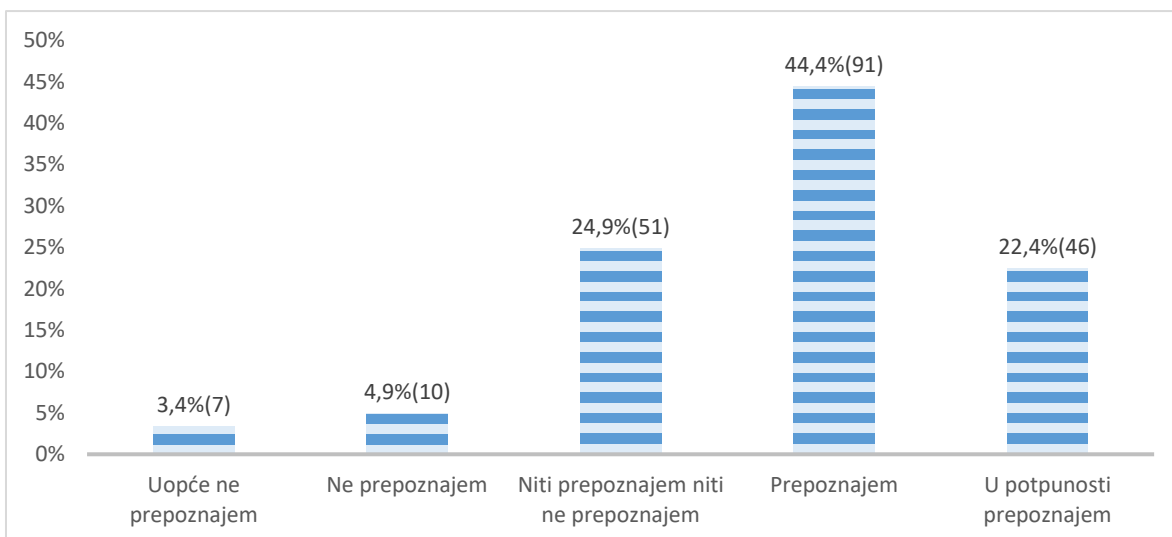
U grafikonu 16. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “Ton glasa, intonacija, brzina i visina govora Donalda Trumpa jasno i jednoznačno dopunjuju poruku koju prenosi”. Ispitanici se izrazito slažu s tvrdnjom, njih 32,2%, najveći broj ispitanika, njih 42,4% odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 19,5% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 4,4% ispitanika, a 1,5% ispitanika se izrazito ne slaže s tvrdnjom.

**Grafikon 16.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Ton glasa, intonacija, brzina i visina govora Donalda Trumpa jasno i jednoznačno dopunjuju poruku koju prenosi”



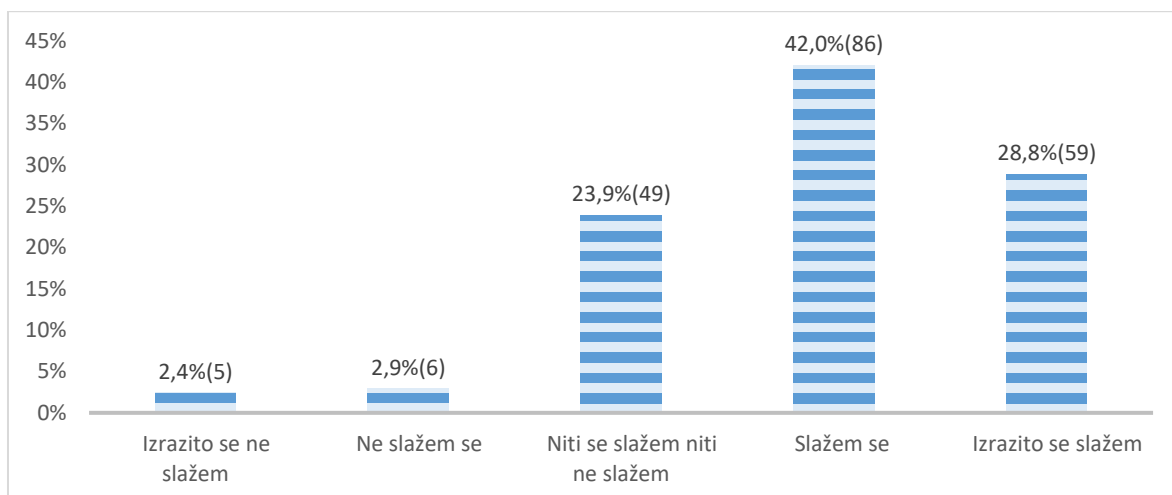
U grafikonu 17. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “Prepoznajem poruku koju Donald Trump šalje svojim držanjem tijela”. Ispitanici u potpunosti prepoznaju poruku govornika, njih 22,4%, najveći broj ispitanika, njih 44,4% odgovorilo je da prepoznaje poruku govornika, 24,9% ispitanika nema stav o tvrdnji, 4 % ispitanika ne prepoznaje poruku govornika, a 3,4% ispitanika uopće ne prepoznaje poruku govornika.

**Grafikon 17.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Prepoznajem poruku koju Donald Trump šalje svojim držanjem tijela”



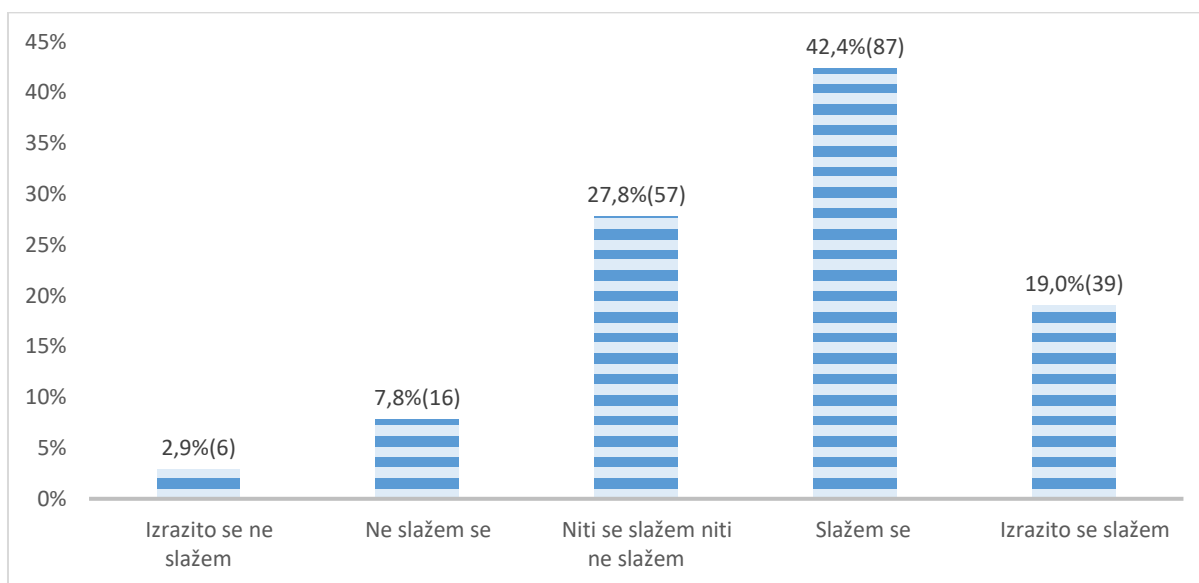
U grafikonu 18. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “Korištenje različitih neverbalnih elemenata Donalda Trumpa važno je za dojam javnog nastupa”. Ispitanici se izrazito slažu s tvrdnjom, njih 28,8%, najveći broj ispitanika, njih 42% odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 23,9% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 2,9% ispitanika, a 2,4% ispitanika se izrazito ne slaže s tvrdnjom.

**Grafikon 18.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Korištenje različitih neverbalnih elemenata Donalda Trumpa važno je za dojam javnog nastupa”



U grafikonu 19. prikazani su odgovori ispitanika na tvrdnju “Različiti neverbalni elementi koje Donald Trump koristi važni su za razumijevanje sadržaja koji on prenosi”. Ispitanici se izrazito slažu s tvrdnjom, njih 19%, najveći broj ispitanika, njih 42,4% odgovorilo je da se slaže s tvrdnjom, 27,8% ispitanika nema stav o tvrdnji. S tvrdnjom se ne slaže 7,8% ispitanika, a 2,9% ispitanika se izrazito ne slaže s tvrdnjom.

**Grafikon 19.** Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Različiti neverbalni elementi koje Donald Trump koristi važni su za razumijevanje sadržaja koji on prenosi”



U tablici 2. prikazani su odgovori ispitanika i izračun aritmetičke sredine za odgovore vezane uz istraživačko pitanje “U kojoj mjeri publika prepoznaje elemente neverbalne komunikacije?”.

Iz tablice je vidljivo da ispitanici na postavljene tvrdnje odgovaraju kako prepoznaju elemente neverbalne komunikacije. Ukupna vrijednost aritmetičke sredine iznosi 3,85, što znači da ispitanici tvrde da prepoznaju elemente neverbalne komunikacije.

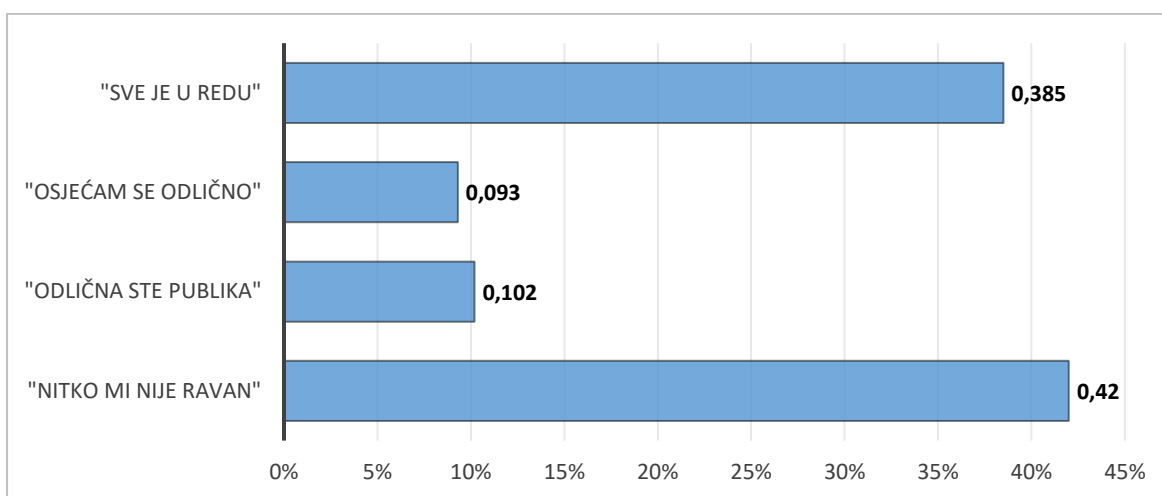
**Tablica 2.** Prikaz izračuna aritmetičke sredine za pitanja vezana uz istraživačko pitanje “U kojoj mjeri publika prepoznaje elemente neverbalne komunikacije?”

Tvrdnje	Izrazito se ne slažem/prepoznajem	Ne prepoznajem/ne slažem se	Niti prepoznajem/slažem niti se ne slažem/prepoznajem	Prepoznajem/slažem se	Izrazito se slažem/prepoznajem	Srednja vrijednost	Broj ispitanika
U javnom nastupu Donalda Trumpa primjećujem gotovo sve neverbalne elemente kojima prenosi poruku.	2	11	54	81	57	3,878	205
Prepoznajem značenje gestikulacije u nastupu Donalda Trumpa.	3	12	55	84	51	3,820	205
Izrazi lica Donalda Trumpa u njegovom javnom nastupu šalju jasnu poruku sami za sebe.	3	9	55	75	63	3,907	205
Ton glasa, intonacija, brzina i visina govora Donalda Trumpa jasno i jednoznačno dopunjuju poruku koju prenosi.	3	9	40	87	66	3,995	205
Prepoznajem poruku koju Donald Trump šalje svojim držanjem tijela.	7	10	51	91	46	3,776	205
Korištenje različitih neverbalnih elemenata Donalda Trumpa važno je za dojam javnog nastupa.	5	6	49	86	59	3,917	205
Različiti neverbalni elementi koje Donald Trump koristi važni su za razumijevanje sadržaja koji on prenosi.	6	16	57	87	39	3,668	205
<b>Ukupno:</b>						<b>3,85</b>	

U četvrtom dijelu anketnog upitnika ispitanici su odgovarali na 3 zatvorena pitanja u kojima su ponuđeni točni i netočni odgovori. Pitanja se odnose na prepoznavanje određenih znakova neverbalne komunikacije koji se koriste u javnom nastupu.

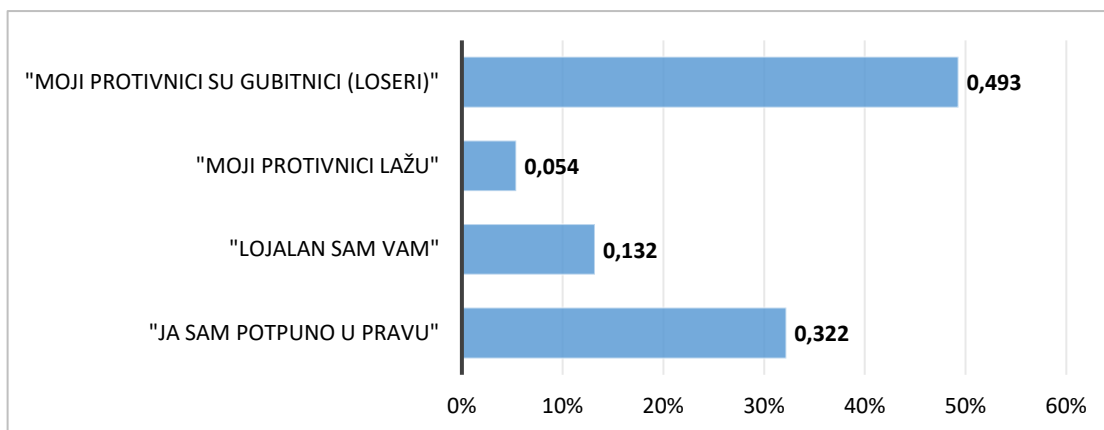
U grafikonu 20. prikazani su odgovori ispitanika na pitanje “Spojen palac i kažiprst koji stvaraju nulu u SAD-u znači?”. Na odgovor “sve je u redu” odlučilo se 38,5% ispitanika, 9,3% ispitanika odlučilo se na ponuđeni odgovor koji je sugerirao da se govornik osjeća odlično, 10,2% ispitanika smatra da govornik želi svojim znakom prenijeti poruku da govori pred odličnom publikom. Najveći broj ispitanika, njih 42% smatra da govornik želi, slanjem navedenog znaka, reći da mu nije nitko ravan.

**Grafikon 20.** Prikaz odgovora ispitanika na pitanje “Spojen palac i kažiprst koji stvaraju nulu (kao u primjeru Donalda Trumpa) u SAD-u znači?”



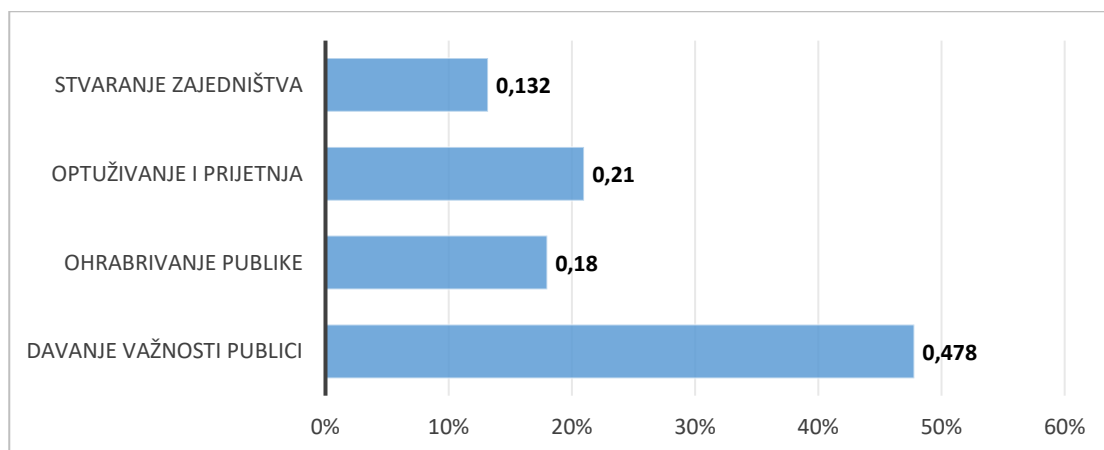
U grafikonu 21. prikazani su odgovori ispitanika na pitanje “Rašireni palac i kažiprst koji stvaraju slovo L znači?”. Na odgovor “moji protivnici su gubitnici” odlučilo se 49,3% ispitanika, 5,4% ispitanika odgovorilo je da govornik, upotrebom navedenog znaka, želi reći da njegovi protivnici lažu, 13,2% ispitanika smatra da govornik želi poslati poruku da je lojalan svojoj publici, a 32,2% ispitanika smatra da govornik, upotrebom znaka, želi reći da je potpuno u pravu.

**Grafikon 21.** Prikaz odgovora ispitanika na pitanje “Rašireni palac i kažiprst koji stvaraju slovo L (kao u primjeru Donalda Trumpa) znači?”



U grafikonu 22. prikazani su odgovori ispitanika na pitanje “Upiranje prstom u publiku kao što često čini Donald Trump ima kakvo značenje?” Da upiranjem prsta u publiku govornik stvara zajedništvo smatra 13,2% ispitanika, 21% ispitanika smatra da govornik time optužuje i prijeti publici, 18% ispitanika smatra da govornik upiranjem prsta u publiku želi ohrabriti publiku, a 47,8% ispitanika reklo je da govornik upotrebom znaka želi dati važnost publici.

**Grafikon 22.** Prikaz odgovora ispitanika na pitanje “Upiranje prstom u publiku kao što često čini Donald Trump ima kakvo značenje?”



## 5.1. DISKUSIJA

Svrha istraživanja bila je utvrditi u kojoj mjeri publika uočava i raspoznaje neverbalne elemente komunikacije.

Prije početka istraživanja postavljene su tri hipoteze.

**Hipoteza 1: Neverbalna komunikacija ima značajan utjecaj na percepciju kvalitete javnog nastupa.**

**Nakon analize i obrade prikupljenih podataka, može se utvrditi da ispitanici smatraju kako neverbalna komunikacija ima značajan utjecaj na percepciju kvalitete javnog nastupa.**

Navedene tvrdnje glasile su: “Smatram da, kada me govornik gleda u oči, lakše razumijem sadržaj koji mi prenosi”, “Govornik koji iznosi sadržaj bez gestikulacije i gledajući u jednu točku, smanjuje kvalitetu prenošenja sadržaja”, “Govornik koji koristi umjerenu gestikulaciju, njome doprinosi razumijevanju sadržaja poruke”, “Govornika koji neverbalnim signalima šalje poruku nesigurnosti doživjet ću manje ozbiljno i teže prihvatiti sadržaj (argumente) koje prenosi”, “Iako odjeća ne čini čovjeka, govornik koji je nemarno odijeven i pomalo zapušten ostavlja dojam manje stručnosti od govornika koji je uredno i poslovno odjeven”, “Govornik koji zamuckuje ili gubi glas tijekom izvedbe javnog nastupa ostavlja dojam manje stručnosti i teže ću mu povjerovati”, “Odjeća govornika ne utječe na moju percepciju javnog nastupa”. Prikazom podataka u tablici 1. možemo vidjeti da vrijednost aritmetičke sredine iznosi 3,90, što potvrđuje da ispitanici prepoznaju da neverbalna izvedba govornika djeluje na percepciju kvalitete javnog nastupa. Promatrajući grafikone 6, 7, 8, 9, 10, 11 i 12 jasno je kako se većina ispitanika slaže ili izrazito slaže s tvrdnjama, što nedvojbeno potvrđuje prvu hipotezu.

**Hipoteza 2: Ispitanici smatraju da prepoznaju elemente neverbalne komunikacije u javnom nastupu.**

**Nakon analize i obrade prikupljenih podataka, može se utvrditi da ispitanici smatraju da prepoznaju elemente neverbalne komunikacije u javnom nastupu.**

Navedene tvrdnje glasile su: “U javnom nastupu Donalda Trumpa primjećujem gotovo sve neverbalne elemente kojima prenosi poruku”, “Prepoznajem značenje gestikulacije u nastupu



Donalda Trumpa”, “Izrazi lica Donalda Trumpa u njegovom javnom nastupu šalju jasnu poruku sami za sebe”, “Ton glasa, intonacija, brzina i visina govora Donalda Trumpa jasno i jednoznačno dopunjuju poruku koju prenosi”, “Prepoznajem poruku koju Donald Trump šalje svojim držanjem tijela”, “Korištenje različitih neverbalnih elemenata Donalda Trumpa važno je za dojam javnog nastupa”, “Različiti neverbalni elementi koje Donald Trump koristi važni su za razumijevanje sadržaja koji on prenosi”. Analizom podataka u tablici 2. možemo vidjeti da vrijednost aritmetičke sredine iznosi 3,85, što potvrđuje da većina ispitanika prepoznaje elemente neverbalne komunikacije. Promatrajući grafikone 13, 14, 15, 16, 17, 18 i 19, većina ispitanika odgovorilo je da se slaže ili izrazito slaže s tvrdnjama, što potvrđuje drugu hipotezu.

**Hipoteza 3: Ispitanici ne znaju točno značenje prepoznatih neverbalnih elemenata.**

**Obradom i analizom prikupljenih podataka, može se utvrditi da ispitanici ne znaju točno značenje prepoznatih neverbalnih elemenata.**

Na pitanje “Spojen palac i kažiprst koji stvaraju nulu u SAD-u znači” najveći broj ispitanika, njih 42%, među ponuđenim je odgovorima odabralo “nitko mi nije ravan”, što nije točan odgovor. Točan je odgovor “sve je u redu”, a na njega se odlučilo 38,5% ispitanika. Na drugo pitanje “Rašireni palac i kažiprst koji stvaraju slovo L znači”, među ponuđenim je odgovorima najveći broj ispitanika, njih 49,3%, odabralo “moji protivnici su gubitnici”, što nije točan odgovor. Na točan odgovor “ja sam potpuno u pravu”, odlučilo se 32,2% ispitanika. Na pitanje o tome što znači upiranje prstom u publiku kao što često to čini Donald Trump, većina, 47,8 posto ispitanika, odlučilo se na odgovor koji je sugerirao da govornik time želi dati važnost publici, što nije točan odgovor. Na točan odgovor koji glasi “govornik time optužuje i prijeti publici”, odlučilo se 21 posto ispitanika. Na tri pitanja sa zatvorenim, odnosno ponuđenim odgovorima ostavili smo ispitanicima na odabir da sami prosude što točno znače tri konkretna neverbalna znaka kojima se Donald Trump koristi u inauguracijskom govoru kojeg smo ispitanicima pokazali. Radilo se o spojenom palcu i kažiprstu u obliku nule, o palcu i kažiprstu koji tvore slovo “L” i o pokazivanju prstom u publiku. Na točne odgovore na sva ta tri pitanja, odlučilo se, u prosjeku, 31 posto ispitanika, odnosno tek trećina njih je dobro prepoznala neverbalne znakove kojima se bivši američki predsjednik koristio, što je nedvojbeno potvrdilo i treću hipotezu ovog istraživanja.

Čak 173 od 205 anketiranih ispitanika smatra da lakše razumije sadržaj koji govornik prenosi, ukoliko ih se gleda u oči, tek deset njih manje misli da govornik koji iznosi sadržaj bez gestikulacije i gledajući u jednu točku ne smanjuje kvalitetu prenošenja sadržaja. Da govornik koji koristi umjerenu gestikulaciju, njome doprinosi razumijevanju sadržaja poruke misli čak 172 od 205 anketiranih pojedinaca u ovom istraživanju. I odjeća govornika bitna je ispitanicima, kao što većina njih smatra i da će govornika koji neverbalnim signalima šalje poruku nesigurnosti doživjeti manje ozbiljno i teže prihvatiti sadržaj (argumente) koji prenosi.

Ispitanici smatraju da primjećuju gotovo sve neverbalne elemente kojima Donald Trump prenosi poruku, a tvrde i da prepoznaju točno značenje gestikulacije u njegovu nastupu, inauguracijskom govoru koji im je prikazan u video-isječku. Od 205 ispitanika, 135 ih vjeruje kako smatraju da prepoznaju značenje gestikulacije u nastupu Donalda Trumpa, a 138 ih više vjeruje kako izrazi lica bivšeg predsjednika SAD-a sami za sebe šalju jasnu poruku.

Anketirani pojedinci u sklopu ovog istraživanja kažu većinski i kako ton glasa, intonacija, brzina i visina govora Donalda Trumpa jasno i jednoznačno dopunjuju poruku koju prenosi, ali su uvjereni i da prepoznaju poruku koju Donald Trump šalje svojim držanjem tijela. Čak 145 ispitanika smatra i da je korištenje različitih neverbalnih elemenata bivšeg američkog predsjednika važno za dojam javnog nastupa, a 126 njih misli i da su različiti neverbalni elementi koje on koristi važni za razumijevanje sadržaja koji on prenosi.

U dvije su stvari ispitanici vrlo složni; da neverbalna komunikacija ima značajan utjecaj na percepciju kvalitete javnog nastupa te da oni sami smatraju da prepoznaju elemente neverbalne komunikacije, što su ujedno i prve dvije hipoteze našeg istraživanja. Treća hipoteza je bila da publika ne zna točno značenje prepoznatih neverbalnih elemenata u javnom nastupu, što smo ispitivanjem i dokazali.

## 6. ZAKLJUČAK

Jezik tjelesnih znakova jedan od najačih jezika uz pomoć kojeg možemo signalizirati osjećaje i misli. Svi koristimo svjesno ili nesvjesno jezik tjelesnih znakova, ali ga teško primjećujemo. Prepoznavanjem neverbalnih elemenata dobivamo najpouzdanije informacije koje nam šalje govornik u svom javnom nastupu.

Percepcija kvalitete javnog nastupa uvelike ovisi o neverbalnoj izvedbi javnog nastupa. Pokazalo je to ovo istraživanje u kojem je većina ispitanika na pitanja određene geste govornika prepoznala kao vrlo bitne za percepciju čitavog nastupa, odnosno poruke koju govornik želi prenijeti. Istraživanje je pokazalo da ispitanici smatraju da primjećuju gotovo sve neverbalne elemente kojima Donald Trump prenosi poruku, ali velik broj ispitanika ne prepoznaje značenje gestikulacije u javnom nastupu. Smatram da će ovakvo istraživanje unaprijediti komunikaciju u ljudskoj interakciji te da može biti smjernica u budućim istraživanjima vezanim uz točno prepoznavanje i korištenje neverbalnih znakova. Šum u komunikaciji usporedio bi s nepoznavanje neverbalnih elemenata što bi značilo da umanju učinak u komunikaciji i iskrivljuju poruke.

Ovim radom želio sam ukazati čitateljima da postoji prostor za nadogradnju poznavanja neverbalne komunikacije i da usavršavanjem vještine dobrog čitanja i korištenja neverbalnih znakova dobivamo puno više informacija o stanju sugovornika ili javnog govornika, a time komunikaciju dovodimo na višu razinu.

## 7. LITERATURA

### AUTORSKE KNJIGE:

1. Anderson, C.A. (1989) Temperature and aggression: Ubiquitous effects of heat on occurrence of human violence. *Psychological Bulletin* 93.
2. Argyle, M. (1988) *Bodily Communication*. London i New York: Methuen & Co. Ltd.
3. Aronson, E.; Wilson, T.D.; Akert, R.M. (2005) *Socijalna psihologija*
4. Austin, G. (1806) *Chironomia; or a Treatise on Rhetorical Delivery: Comprehending Many Precepts Both Ancient and Modern, for the Proper Regulation of the Voice, the Countenance and Gestureance*, London.
5. Boyes, C. (2009) *Jezik tijela*, Kigen, Zagreb
6. Bulwer, J. (1974) *Chirologia or The Natural History of the Hand, Whereunto is added Chironomia or the Art of Manuall Rhetoricke*
7. Čerepinko, D. (2011) *Komunikologija: Kratak pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa*, Veleučilište u Varaždinu, Varaždin
8. Darwin, C. (1872) *The expression of the emotions in man and animals*. London: John Murray.
9. Driver J. (2012) *Odajete se više nego što mislite*, ITP Škorpion, Zagreb.
10. Ekman, P. (1964) Body position, facial expression, and verbal behavior during interviews. *Journal of Abnormal and Social Psychology*.
11. Ekman, P. (1976) Movements with precise meanings. *Journal of Communication*.
12. Ekman, P. (1977) Biological and cultural contribution to bodily and facial movement. In J. Blacking, *The anthropology of the body*. London: Academic Press.
13. Ekman P., Friesen W.V. (1969) The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage, and coding, *Semiotica*.

14. Gortmaker, S.L., Must, A. Perrin J.N. Sobol, A.M., Dietz, W.H. (1993) Social and economic consequences of overweight in adolescence and Young adulthood. *New England Journal of Medicine*
15. Heslin, R., Alper, T. (1983) Touch: A bonding gesture. In J. M. Wieman, R.P. Harison, *Nonverbal interaction*, Beverly Hills, CA: Sage.
16. Hess E. H. (1975) *The tell-tale eye.*, New York: Van Nostrand Reinhold.
17. Holut, R. (1954) Experimental measurement of clothing as factor in some social ratings of selected American men. *American Sociological Raview*.
18. Knapp, M.L., J.A. Hall (2010) *Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji*, Naklada Slap, Jastrebarsko.
19. McClelland, D. (1961) *The achieving society*, New York: Van Nostrand Reinhold.
20. Meer J. (1985) *The light touch*. *Psychology Today*.
21. Morris, D. (1967) *The naked ape*, London: Cape
22. Morris, D. (1977) *Manwatching*, New York: Abrams
23. Pease, A. (1991), *Govor tijela*, Založba Mladinska knjiga, Ljubčljana – Zagreb.
24. Proust M. (1952) *U traženju izgubljenog vremena*, Prvi dio Combray, Zora, Grafički zavod Hrvatske, Zagreb.
25. Reardon, K. (1998) *Interpersonalna komunikacija: Gdje se misli susreću*, Alinea, Zagreb
26. Rijavec, M., Miljković, D. (2002) *Neverbalna komunikacija: Jezik koji svi govorimo*, IEP: VERN, Zagreb.
27. Stabler, B., Whitt, K., Moreault, D., D'Ercole, A., Underwood, L. (1980) Social judgments by children of short stature. *Psychological Reports*.
28. Verčić, A., Sinčić, D., Pološki, Vokić N. (2014) *Priručnik za metodologiju istraživanja u društvenim djelatnostima*, M.E.P., Zagreb.
29. Wundt, W. (1973) *The language of gestures*. The Hauge: Mount, Paris.

30. Tafra-Vlahović, M. (2013) Javni govor: Priprema, nastup, utjecaj, Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti "Baltazar Adam Krčelić", Zaprešić, Zagreb.
31. Tomić, Z. (2016) Odnosi s javnošću: Teorija i praksa, Synopsis, Zagreb – Sarajevo.
32. Živković, I. (2015) Temeljni koncepti socijalne psihologije, Veleučilište Baltazar Zaprešić, Zaprešić.

#### STRUČNI ČLANCI:

33. Kiš M. (2005), Uljudnost u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji, Fluminensia. 17 ,1; str. 53-70.
34. Salak, T. (2013), Neverbalna pismenost kao sastavnica međukulturne kompetencije. Govor. 30, 1; str. 73-88.)

#### INTERNETSKI IZVORI:

1. <https://www.youtube.com/watch?v=SZzHoXdD1yo>
2. <https://education.microsoft.com/hr-hr/course/acf860e3/1>
3. <https://www.jutarnji.hr/globus/biznis/pet-zlatnih-pravila-rukovanja-od-mlohave-ribe-gori-su-samo-prsti-s-kojima-ne-znate-sto-biste.-pruzite-ruku-a-dobijete-samo-pola...-301858>
4. <http://portal53.hr/i-to-je-zivot-o-zagrljajima-i-osmijehu/>
5. <https://education.microsoft.com/hr-hr/course/acf860e3/1>
6. <http://www.euronews.com/2016/08/25/what-does-donald-trumps-body-language-say-about-him>
7. <https://bestdelegate.com/actions-speak-louder-than-words-body-language-in-mun-part-1-hands/>
8. <https://www.youtube.com/watch?v=SZzHoXdD1yo>
9. <https://www.youtube.com/watch?v=WkGi4P3qOQM>

10. <https://psihologija4gimnazija.wordpress.com/osnovne-primarne-emocije/>

11. <https://global.kryolan.com/blog/posts/color-theory-advanced>

## **GRAFIKONI, TABLICE I SLIKE**

### **GRAFIKONI**

Grafikon 1. Spol ispitanika	25
Grafikon 2. Dob Ispitanika	26
Grafikon 3. Stupanj obrazovanja ispitanika	26
Grafikon 4. Mjesto stanovanja ispitanika	27
Grafikon 5. Radni status ispitanika	27
Grafikon 6. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Smatram da, kada me govornik gleda u oči, lakše razumije sadržaj koji mi prenosi”	28
Grafikon 7. Prikazuje odgovore ispitanika na tvrdnju “Govornik koji iznosi sadržaj bez gestikulacije i gledajući u jednu točku, smanjuje kvalitetu prenošenja sadržaja”	29
Grafikon 8. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Govornik koji koristi umjerenu gestikulaciju, njome doprinosi razumijevanju sadržaja poruke”	30
Grafikon 9. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Govornika koji neverbalnim signalima šalje poruku nesigurnosti doživjet ću manje ozbiljno i teže prihvatiti sadržaj (argumente) koji prenosi”	30
Grafikon 10. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Iako odjeća ne čini čovjeka, govornik koji je nemarno odjeven i pomalo zapušten ostavlja dojam manje stručnosti od govornika koji je uredno i poslovno odjeven”	31
Grafikon 11. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Govornik koji zamuckuje ili gubi glas tijekom izvedbe javnog nastupa ostavlja dojam manje stručnosti i teže ću mu povjerovati”	32
Grafikon 12. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Odjeća govornika ne utječe na moju percepciju javnog nastupa”	33
Grafikon 13. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “U javnom nastupu Donalda Trumpa primjećujem gotovo sve neverbalne elemente kojima prenosi poruku”	35
Grafikon 14. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Prepoznajem značenje gestikulacije u nastupu Donalda Trumpa”	36
Grafikon 15. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Izrazi lica Donalda Trumpa u njegovom	

javnom nastupu šalju jasnu poruku sami za sebe”	36
Grafikon 16. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Ton glasa, intonacija, brzina i visina govora Donalda Trumpa jasno i jednoznačno dopunjuju poruku koju prenosi”	37
Grafikon 17. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Prepoznajem poruku koju Donald Trump šalje svojim držanjem tijela”	38
Grafikon 18. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Korištenje različitih neverbalnih elemenata Donalda Trumpa važno je za dojam javnog nastupa”	38
Grafikon 19. Prikaz odgovora ispitanika na tvrdnju “Različiti neverbalni elementi koje Donald Trump koristi važni su za razumijevanje sadržaja koji on prenosi”	39
Grafikon 20. Prikaz odgovora ispitanika na pitanje “Spojen palac i kažiprst koji stvaraju nulu (kao u primjeru Donalda Trumpa) u SAD-u znači?”	41
Grafikon 21. Prikaz odgovora ispitanika na pitanje “Rašireni palac i kažiprst koji stvaraju slovo L (kao u primjeru Donalda Trumpa) znači?”	42
Grafikon 22. Prikaz odgovora ispitanika na pitanje “Upiranje prstom u publiku kao što često čini Donald Trump ima kakvo značenje?”	42

## SLIKE

Slika 1. Gesta upiranja prstom i gesta šake u slovo L	11
Slika 2. Vrste pogleda	13
Slika 3. Prikaz šest osnovnih emocija	15

## TABLICE

Tablica 1. Prikaz izračuna aritmetičke sredine za istraživačko pitanje “Koliko neverbalna izvedba u javnom nastupu djeluje na percepciju kvalitete javnog nastupa?”	34
Tablica 2. Prikaz izračuna aritmetičke sredine za pitanja vezana uz istraživačko pitanje “U kojoj mjeri publika prepoznaje elemente neverbalne komunikacije?”	40



# Sveučilište Sjever



## 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 navođenja 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, IVICA OSONJACKI (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PREPOZNAVANJE NEVEDRALNIH ELEMENTATA U JAVNOM NASTUPU (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nezovoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

IVICA OSONJACKI

(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, IVICA OSONJACKI (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom PREPOZNAVANJE NEVEDRALNIH ELEMENTATA U JAVNOM NASTUPU (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

IVICA OSONJACKI

(vlastoručni potpis)