

# Komunikacija među adolescentima u srednjim školama

---

Oreški, Aranka

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:203685>

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

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



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





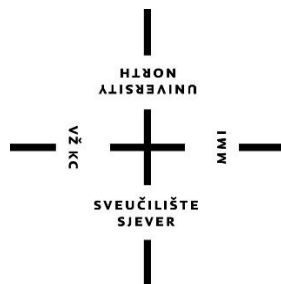
**Sveučilište  
Sjever**

DIPLOMSKI RAD br. 109/OJ/2018

**KOMUNIKACIJA MEĐU ADOLESCENTIMA  
U SREDNJIM ŠKOLAMA**

Aranka Oreški

Varaždin, veljača 2019.



**Sveučilište  
Sjever**

DIPLOMSKI RAD br. 109/OJ/2018

# **KOMUNIKACIJA MEĐU ADOLESCENTIMA U SREDNJIM ŠKOLAMA**

Studentica:  
Aranka Oreški

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

Varaždin, veljača 2019.

## Prijava diplomskog rada

studenta IV. semestra diplomskog  
studija Odnosi s javnostima

IME I PREZIME STUDENTA	Aranka Orešković	MATIČNI BROJ	0518/338D
NASLOV RADA	Komunikacija među adolescentima u srednjim školama		
NASLOV RADA HR ENGLEZKI	Communication between adolescents in highschools		
TEMATIKA	Persnazija i interpersonalna komunikacija		
MENTOR	prof.dr.sc. Ljubica Baklić-Tomić		
ČLANCI POVJERENSTVA	1. prof.dr.sc. Jadranka Lasić-Lazić-prodsjediica povjerenstva 2. prof.dr.sc. Majda Tafra Mahović, članica 3. prof.dr.sc. Ljubica Baklić-Tomić, mentorica 4. doc.dr.sc. Damira Đukec, rezervna članica		

### Zadatak diplomskog rada

BROJ	109/OJ/2018
DRUGO	

Komunikaciju se definiše i kao proces izravne ili posredne razmjene značenja, odnosno uzajamnog pranašanja i primanja poruka posredstvom različitih znakova. Namjena rada je istražiti komunikaciju među adolescentima u srednjim školama. Cilj rada je definirati i uvrediti isti kao "našine" značajke komunikacije suvremenih adolescenata u srednjoj školi.

U radu je potrebno:

- objasniti način, stil, valik i tip komunikacije adolescenata u srednjim školama,
- istražiti koliko suvremena tehnologija pozitivno i negativno utječe na komunikaciju adolescenata u srednjim školama
- objasniti koliko prihvaćaju članbeni/ ulježu na komunikaciju adolescenata u srednjim školama,
- objasniti razlikovanje socijalnih, komunikacijskih i interpersonalnih kompetencija u kontekstima komunikacije adolescenata u srednjoj školi
- provesti ispitivanje i odlike i nastavnika o načinu komunkacije adolescenata u srednjim školama

U VARAŽDINU, DAN 29.12. 2018



*Ljubica Baklić-Tomić*

DRUGO:

## SAŽETAK

Tema diplomskog rada je: Komunikacija među adolescentima u srednjim školama. Namjera rada je bila istražiti komunikaciju među adolescentima u srednjim školama. Adolescenti prilikom komunikacije komuniciraju s tri ključne grupe, jednu čine njihovi vršnjaci, drugu čine nastavnici a treću roditelji. Stoga se ovim radom upravo željelo vidjeti kakve oblike komunikacije adolescenti koriste prilikom komunikacije s navedenim grupama. Obzirom da su dosadašnja istraživanja komunikacije među adolescentima ustanovila vrlo kompleksnu dimenziju komunikacije u kojoj valja uvažavati psihološki razvoj, socijalni status, tehnološki napredak te uopće društvenu svijest adolescenata o značaju komunikacije u ovom radu se također želi vidjeti kako i na koji način adolescenti u srednjim školama komuniciraju te kako njihovu komunikaciju vide roditelji i nastavnici. Ovaj rad je nastojao predstaviti oblike, načine i stilove komuniciranja, tipove komuniciranja među učenicima srednjih škola i ostalim dionicima, rodne razlike koje se javljaju među učenicima te kako one utječu na način komuniciranja. Suvremeni adolescenti komuniciraju na dva temeljna načina izravno i neizravno adolescenti u današnjem vremenu sve više žive u virtualnom svijetu, gdje su Internet, tehnologija i mobilni telefoni postali mjestom njihova druženja, socijalizacije i komunikacije. S druge strane postala su važna sredstva mladih kojim osim zabave, imaju i pozitivnu obrazovnu i socijalizacijsku ulogu u razvoju adolescenata. Sudionici istraživanja su bili roditelji adolescenata i nastavnici. Na namjernom uzorku od 85 ispitanika pri čemu je 15 ispitanika činilo nastavnike adolescenata u srednjoj školi, 38 ispitanika su bili roditelji adolescenata, a 32 ispitanika su bili i roditelj i nastavnik adolescenata. U istraživanju su korišteni sljedeći alati istraživanja: anketa, analiza lateralnih izvora i elektroničko istraživanje. Anketa je sastavljena u elektroničkom obliku putem Google alata za provedbu anketa. Sadržava 10 pitanja, od čega su tri pitanja sociografska i demografska karakteristika (dob, spol, odnos s adolescentom – roditelj, nastavnik), ostalih 7 pitanja je vezano za predmet istraživanja. Pitanja su zatvorenog tipa, likertova skala i model odabira. Ovo istraživanje je pokazalo da se stil i način komunikacije adolescenata kreira upravo pod utjecajem referentnih grupa od čega veliku ulogu imaju obitelj i odgojno-obrazovne institucije, utjecaj medija je nedvojbeno važan u razvoju komunikacijskog stila adolescenata.

*Ključne riječi: komunikacija, adolescenti, utjecaj medija*

The topic of the graduate thesis is Communication among Adolescents in Secondary Schools. The purpose of the paper was to explore communication among adolescents in secondary schools. Adolescents communicate with the three key groups, one of them being their peers, the other being teachers and third parents. Therefore, with this work, I wanted to see some forms of communication that adolescents used when communicating with the mentioned groups.

Given that the current communication of communication between adolescents has established a very complex dimension of communication in which the psychological development, social status, technological progress and social awareness of the importance of communication among the adolescents should be seen in this paper, it is also intended to see how the adolescents communicate in high schools and how their parents and teachers see their communication. This paper attempted to present forms, ways and styles of communication, types of communication between high school students and other stakeholders, gender differences that occur among students and how they affect the way of communication.

Teenagers communicate in two basic ways directly and indirectly. Adolescents are increasingly living in the virtual world today, where the Internet, technology and mobile phones have become the place for their socializing, socialization and communication. On the other hand, they are important means of youth, also have a positive educational and socialization role in the development of adolescents.

Research participants were parents of adolescents and teachers. In a deliberate sample of 85 respondents, with 15 respondents representing high school adolescents, 38 respondents were adolescent parents, and 32 respondents were both parents and adolescent teachers. The following research tools were used: survey, lateral source analysis and electronic research. The survey was electronically formatted via Google's survey tool. It contains 10 questions, of which three are sociological and demographic characteristics (age, sex, relationship with adolescent - parent, teacher), the other 7 questions are related to the subject of research. The questions are closed type, Liker scaling and selection model. This research has shown that the style and the way of communication of adolescents is created under the influence of reference groups, of which family and educational institutions play a major role, the influence of the media is undoubtedly important in the development of communication style of adolescents.

*Key words: communication, adolescents, media influence*

## SADRŽAJ

1. UVOD .....	1
2. DEFINIRANJE KOMUNIKACIJE .....	4
2.1. Definiranje i obilježja komunikacije .....	4
2.2. Načini komuniciranja .....	5
2.3. Stilovi komunikacije .....	6
3. OBILJEŽJA KOMUNIKACIJE MEĐU ADOLESCENTIMA.....	7
3.1. Definiranje i obilježja adolescenata .....	7
3.2. Obilježja komunikacije adolescenata .....	9
3.3. Čimbenici kreiranja komunikacijskog stila adolescenata .....	12
3.4. Utjecaj novih medija na kreiranje oblika komunikacije kod adolescenata .....	25
4. ISTRAŽIVANJE O NAČINU I STILU KOMUNIKACIJE MEĐU ADOLESCENTIMA	27
Predmet i cilj rada .....	27
Istraživačka pitanja.....	27
Izvori istraživanja .....	28
Uzorak istraživanja.....	29
Metode istraživanja .....	30
Ograničenja istraživanja .....	30
4.1. Prikaz rezultata istraživanja .....	30
5. ZAKLJUČAK .....	39
LITERATURA.....	42
POPIS TABLICA I GRAFIKONA.....	44





**IZJAVA O AUTORSTVU  
I  
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je .sli izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjige, 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. Djelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnog rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

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

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Anjka Ozčić  
(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, ANJKA OZČIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom KOMUNIKACIJA IZMEDU ARHITECTURA I STRUČNIA (upisati naslov) koji sam autor/ica.

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Anjka Ozčić  
(vlastoručni potpis)

## 1. UVOD

U ovom radu će se prikazati komunikacija među adolescentima u srednjoj školi. Komunikacija među srednjoškolcima je bitna sastavnica učeničke populacije pri čemu se ovim radom želi ukazati na njezinu bit, čimbenike i važnost te način na koji adolescenti komuniciraju. Termin adolescencija dolazi iz latinske riječi *adolescente*, što znači rasti prema zrelosti. Period je to između djetinjstva i odrasle dobi. Pri datiranju adolescencije uglavnom se uvažavaju personalna značenja, socijalno - kulturni standardi i očekivanja (Lacković - Grgin, 2006). Adolescenciju se može nazvati ukupnim pokušajem psihičke prilagodbe na sva stanja koja pogađaju tinejdžera, na nove unutarnje i vanjske promjene s kojima se osoba suočava. Sve promjene se odražavaju na sva područja adolescentskog ponašanja, njihove interese, socijalno ponašanje i kvalitetu afektivnog života. Promjene zahvaćaju cijelu osobu - njegov tjelesni, psihički, emocionalni i društveni odnos. Adolescent počinje razvijati mišljenja slična odraslome, ali još uvijek ne razmišljaju potpuno o posljedicama nekih svojih ponašanja jer su poprilično egocentrični i ne razmišljaju što ta ponašanja mogu nekome učiniti. Važno je istaknuti da je bitan i način na koji adolescenti procesiraju informacije iz okoline, jer smo danas bombardirani informacijama sa svih strana, od medija, Interneta, roditelja i vršnjaka. Prema Graovac (2010) najznačajnije razvojne zadaće adolescencije su učvršćivanje strukture ličnosti identifikacijom i konsolidacijom selfa, stvaranje seksualnog identiteta, separacija od roditelja i smanjenje ovisnosti o vršnjacima. U procesu razvoja adolescenata komunikacije stoga ima važnu ulogu u stvaranju odnosa koji će odrediti njihovu socijalizaciju, ali i razvoj osobnosti.

Riječ komunikacija dolazi od latinskoga glagola *communicare*, što znači „učiniti poznatim”, odnosno podijeliti, proces u kojemu će ono što ja znam doznati i drugi (Markić, 2010). Komunikaciju se definira i kao proces izravne ili posredne razmjene značenja, odnosno uzajamnog prenošenja i primanja poruka posredstvom različitih znakova (Spajić Vrkaš, Kukoč, Bašić, 2001). Kako navodi Markić (2010), suvremeni adolescenti komuniciraju na dva temeljna načina izravno i neizravno.

Izravna komunikacija podrazumijeva komunikaciju licem u lice, između pojedinaca ili u grupi. Neizravna komunikacija odvija se posredovanjem suvremenih tehnologija, komunikacija putem društvenih mreža, mobilnih telefona i raznih računalnih aplikacija koje su dostupne suvremenim naraštajima. Adolescenti sve više žive u virtualnom svijetu, gdje su tehnologija, Internet i mobilni telefoni postali mjestom njihova druženja, socijalizacije i komunikacije. Elektronički mediji, Internet i mobitel postali su važna sredstva mladih, koji osim zabave, imaju i pozitivnu obrazovnu i socijalizacijsku ulogu u razvoju adolescenata. Sve više mladih svoje slobodno vrijeme provode na Internetu, a poglavito na društvenim mrežama poput Facebook (Marczi, 2014.).

Stoga se postavlja zahtjev temeljne analize i proučavanja svih čimbenika komunikacije adolescenata u srednjim školama kako bi se točnije definiralo te prikazale prednosti i mane suvremene komunikacije adolescenata. Komunikacija je prirodni oblik ljudskog življenja, to je socijalni odnos među ljudima, proces koji se događa svakodnevno, namjerno i nenamjerno, u različitim oblicima, na različite načine i različitim stilovima. Svrha komunikacije je primiti i prenijeti informacije, misli i ideje. Adolescenti prilikom komunikacije, komuniciraju s tri ključne grupe, jednu čine njihovi vršnjaci, drugi čine nastavnici, a treću roditelji. Stoga se ovim radom želi upravo vidjeti kakve oblike komunikacije adolescenti koriste prilikom komunikacije s navedenim grupama. Ovaj rad će nastojati predstaviti oblike, načine i stilove komuniciranja, tipove komuniciranja među učenicima srednje škole i ostalim dionicima, rodne razlike koje se javljaju među učenicima te kako one utječu na način komuniciranja.

Komunikaciju se definira i kao proces izravne ili posredne razmjene značenja, odnosno uzajamnog prenošenja i primanja poruka posredstvom različitih znakova. Namjera rada je istražiti komunikaciju među adolescentima u srednjim školama.

O sadržajima komunikacije se malo govori. Stoga je komunikaciju učenika potrebno proučiti temeljito i sa svih aspekata kako bi se moglo jasnije shvatiti koji načini komunikacije najviše utječu na ponašanje adolescenata za uspostavljanje kvalitetnih odnosa kao preduvjeta za razvoj njihovih intelektualnih, socijalnih i drugih potencijala te mogućnosti kreiranja medijskih sadržaja koji će biti prihvatljivi za adolescente. Ovim radom istražit će se stil, oblik, način i tip komunikacije među adolescentima. Stil je individualan i subjektivan način izražavanja karakterističan za određenu osobu (Markić, 2010). Pokazuje individualnost koja se očituje u ukusu i djelima neke osobe. Reardon (1998) navodi da stil označuje način komunikacije. Oblik se može definirati kao pojavnost nečega, različitost lika ili pak kao vrsta nečega. Kad se govori o obliku komunikacije najčešća je podjela na verbalnu i neverbalnu komunikaciju (Reardon, 1998). Prema načinu komunikaciju se razlikuje kao intrapersonalnu, interpersonalnu, grupnu i javnu komunikaciju. Na temelju istraživanja Marczi, (2014) kod adolescenata su prisutni svi navedeni načini komuniciranja. S obzirom na tip komunikacije kod adolescenata važno je istražiti dva ključna tipa komuniciranja: socijalnog identiteta i komunikacijske akomodacije (Fortman, 2003). Teorija socijalnog identiteta za temeljno polazište uzima tezu kako nedovoljno socijalno kompetentni mladi odvajaju svoj vlastiti identitet od identiteta koje zastupa određena skupina koje su članovi ili koju simpatiziraju. S druge strane komunikacija akomodacije pojašnjava se kao tip komuniciranja u kojem pojedinci mijenjaju ili prilagođuju oblike, načine i stilove komuniciranja, ovisno o načinu komuniciranja sugovornika, koristeći određene strategije, metode i postupke kako bi održali ili uspostavili određeni status unutar socijalnog okruženja (Fortman, 2003).

Obzirom da su dosadašnja istraživanja komunikacije među adolescentima ustanovila vrlo kompleksnu dimenziju komunikacije u kojoj valja uvažavati psihološki razvoj, socijalni status, tehnološki napredak te uopće društvenu svijest adolescenata o značaju komunikacije u ovom radu se također želi vidjeti kako i na koji način adolescenti u srednjoj školi komuniciraju te kako njihovu komunikaciju vide roditelji i nastavnici.

## **2. DEFINIRANJE KOMUNIKACIJE**

### **2.1. Definiranje i obilježja komunikacije**

Komunikacija je dvostrani proces koji se odvija i kada nisu prisutne riječi, stoga se komunikacija u svojoj temeljnoj podjeli dijeli na verbalnu i neverbalnu komunikaciju. Verbalna komunikacija koristi govor kao temeljni medij prijenosa informacija, dok neverbalna komunikacija koristi pokrete tijela, mimiku i paralingvistiku kako bi nadopunila verbalnu komunikaciju. Može se reći da se verbalna i neverbalna komunikacija međusobno uključuju jer se neverbalnim porukama pojačava efekt verbalne komunikacije.

Dok se verbalna komunikacije u većini slučajeva odvija smišljeno (ljudi razmišljaju što će reći), neverbalna komunikacija je u većini slučajeva nesvjesna (Lamza-Maronić, Glavaš, 2008., 22). No, kako bi komunikacija u potpunosti bila uspješna ona mora biti osviještena na svojoj verbalnoj i neverbalnoj razni. To znači da pokreti tijela, mimika i parafraze u verbalnom iznošenju informacija moraju pratiti poruke koje se izgovaraju. Komunikacija se odvija između raznih subjekata i skupina u društvu pa tako i u poslovnom okruženju (Lopez, Gotsi, Andriopululos, str. 1604).

Specifičnosti oblika komunikacije proizlaze iz ciljeva koji se istom žele postići. Primjerice, komunikacija roditelja i djeteta te poslodavca i zaposlenika znatno se razlikuje u načinu, mediju i cilju komuniciranja. Zato je važno kod definiranja komunikacije utvrditi u kojem području ljudskog djelovanja je ona prisutna. Riječ komunikacija dolazi od latinskoga glagola *communicare*, što znači „učiniti poznatim”, odnosno podijeliti, proces u kojemu će ono što ja znam doznati i drugi (Markić, 2010). Komunikaciju se definira i kao proces izravne ili posredne razmjene značenja, odnosno uzajamnog prenošenja i primanja poruka posredstvom različitih znakova (Spajić Vrkaš, Kukoč, Bašić, 2001). Kako navodi Markić (2010), suvremeni adolescenti komuniciraju na dva temeljna načina izravno i neizravno.

Izravna komunikacija podrazumijeva komunikaciju licem u lice, između pojedinaca ili u grupi. Neizravna komunikacija odvija se posredovanjem suvremenih tehnologija, komunikacija putem društvenih mreža, mobilnih telefona i raznih računalnih aplikacija koje su dostupne suvremenim naraštajima. Adolescenti sve više žive u virtualnom svijetu, gdje su tehnologija, Internet i mobilni telefoni postali mjestom njihova druženja, socijalizacije i komunikacije.

Elektronički mediji, Internet i mobitel postali su važna sredstva mladih, koji osim zabave, imaju i pozitivnu obrazovnu i socijalizacijsku ulogu u razvoju adolescenata.

Sve više mladih svoje slobodno vrijeme provode na Internetu, a poglavito na društvenim mrežama poput Facebook (Marczi, 2014.).

## **2.2. Načini komuniciranja**

Načini komunikacije su metoda po kojoj se neke komunikacijske radnje događaju ili su učinjene. Tako načini komunikacije s obzirom na broj uključenih sudionika mogu biti: intrapersonalni, interpersonalni, grupni i javni. Intrapersonalna komunikacija je komunikacija sa samim sobom, unutarnji dijalog te nije dio aktivne socijalne komunikacije. Ostala tri načina komuniciranja mogu se staviti pod zajednički nazivnik – socijalna komunikacija – jer se svi odvijaju unutar određenog odnosa ili konteksta te između dvoje ili više ljudi. Budući da se interpersonalna komunikacija najviše odnosi na temu ovog rada, u njegovu sljedećem dijelu ćemo se usredotočiti na tu komunikaciju. Interpersonalna komunikacija Reardon (1998) navodi da je interpersonalna komunikacija interakcija ili međusobno djelovanje dviju ili više osoba licem u lice, uz mogućnost trenutnog (za razliku od odgođenog) dobivanja povratnih informacija. Upravo to što se trenutno dobiva povratna informacija interpersonalnu komunikaciju odvaja od grupne i javne komunikacije u kojima to, u pravilu, nije slučaj. Ista autorica navodi i sedam obilježja interpersonalne komunikacije. Tako ističe da se ona uvijek sastoji od verbalne i neverbalne komunikacije, uključuje spontano, uvježbano i planirano ponašanje ili njihovu kombinaciju.

Također se navodi kako komunikacija nije statična nego dinamična, uključuje povratnu vezu, interakciju i suvislost, odvija se u skladu s određenim vanjskim ili unutarnjim pravilima, predstavlja aktivnost i može uključivati uvjeravanje ili persuaziju. Ovakvo određenje interpersonalne komunikacije odvaja je od komuniciranja putem medija, primjerice, televizije, radija, e-pošte, pisama, novina i sl. Karakteristike koje odvajaju ovakve oblike komunikacije od interpersonalne jesu, primjerice: nedostatak trenutne povratne informacije, interakcije, dinamičnosti i sl. Društvene mreže su specifičan oblik komunikacije koji uključuje više značajki pojedinih vrsta, oblika, načina komuniciranja. Myspace, Twitter i, naravno, Facebook, te ostale društvene mreže, sve su popularniji načini komunikacije putem interneta.

### 2.3. Stilovi komunikacije

Stil je individualan i subjektivan način izražavanja karakterističan za određenu osobu. Pokazuje individualnost koja se očituje u ukusu i djelima neke osobe. Reardon (1998) navodi da stil označuje način komunikacije. Kombiniranjem statusa i čuvstava dolazimo do četiri stila komuniciranja:

1. neprijateljsko-dominirajući stil – rigidan je, agresivan, arogantan, kritičan, izaziva respekt, prijateljske znakove pogrešno tumači, natjecateljske je prirode; osobe toga stila komuniciranja najbolje se slažu s osobama neprijateljsko-podložnog stila komuniciranja;
2. neprijateljsko-podložni ili submisivni stil – pasivno je agresivan, osobe prikazuju sebe kao žrtvu okruženja, u nemogućnosti su ostvariti socijalne kontakte, cinične su, depresivne, najbolje se slažu s osobama neprijateljsko-dominirajućeg stila komuniciranja;
3. prijateljsko-dominirajući stil – socijalno je prikladan, prilagodljiv, asertivan, simpatičan, odlučan, samopouzdan, osobe toga stila komuniciranja rješavaju sukobe kompromisom, a najbolje se slažu s osobama prijateljsko-podložnog stila;
4. prijateljsko-podložan stil – nesebičan je, socijalno anksiozan, osobe toga stila traže pomoć i savjet od okruženja, konflikte rješavaju izbjegavanjem ili popuštanjem, a najbolje se slažu s osobama prijateljsko-dominirajućeg stila.

Na temelju predstavljenih obilježja komunikacije u nastavku rada će se predstaviti obilježja komunikacije među adolescentima.

### 3. OBILJEŽJA KOMUNIKACIJE MEĐU ADOLESCENTIMA

#### 3.1. Definiranje i obilježja adolescenata

Suvremeni adolescenti pripadaju tzv. generaciji Y. Generacija Y, poznatija kao milenijska generacija (generacija rođena između 1984. i 1996. godine). Naime, mlađe generacije (između 18 i 32 godine) su odrasle koristeći tehnologije koje prije nekoliko godina uopće nisu postojale, a poslodavcima su potrebni pojedinci koji te nove tehnologije mogu i znaju primijeniti na radnom mjestu. Milenijska generacija čini, trenutačno, najveću aktivnu grupu na tržištu, no uzme li se u obzir brojna istraživanja o njihovim navikama trošenja, generaciju Y i nije osobito lako zadovoljiti. Preferiraju cjenovno prihvatljive brendove koji izgledaju skupo, a od brendova će dati prednost onome koji im je poznat, ali ne previše poznat (Jovanovski, 2012). Generacija Y dolazi nakon Generacije X, u anglosaksonskom području koriste se i nazivi Millennials, Next Generation i Google generation, dok se kod nas koriste nazivi Internet generacija, net generacija i Generacija Y. Rasli su u vremenu “aktivnih roditelja”, desetljeću djeteta čije stavove definira psihologija i roditeljski odgoj. Generacija Y je rođena između 1977. i 2000. godine, a naziva ih se još i Milenijancima, Nintendo generacijom i Internet generacijom (Zemke, Raines i Filipczak, 2000).

Prema Pattersonu (2007) okarakterizirani su kao digitalna generacija, jer nisu imali doticaj sa svijetom prije tehnoloških otkrića. Vidljiv je velik utjecaj tehnologije na generaciju Y upravo, budući da su pripadnici ove generacije već od školske dobi imali pristup računalima (Glass, 2007).

Pripadnici Generacije Y su, zbog djetinjstva koje je uglavnom bilo obilježeno mirom i prosperitetom, optimistični i drže do čvrstih obiteljskih veza te da su prema optimizmu, stavovima i vrijednostima slični ranim *Baby-boomerima*. Pripadnici ove generacije su urbani, fokusirani, nestrpljivi i idealistični, ali ih je iskustvo ipak naučilo da s oprezom gledaju na budućnost (Montana i Petit, 2008). Generacija Y je odrasla gledajući i terorističke napade i rat na Bliskom istoku što je svakako utjecalo na njihove stavove i mišljenja (Glass, 2007).

Lammiman i Syrett (2005) naglašavaju da je komuniciranje pomoću računala za Milenijance poput hrane i pića. Oni su stvorili široku mrežu društvenih kontakata i vrlo su druželjubivi, izrazito vjeruju vlastitom krugu prijatelja i poznanika, a međusobno povjerenje smatraju neophodnom sastavnicom u svojim privatnim životima (Lammiman i Syrett, 2005). Vrijednosti generacije Y se temelje na ravnoteži između posla i života.



Na listi njihovih prioriteta je napredak u karijeri i više putovanja, a na poslu žele priznanje za svoj rad (Stevens, 2010).

Generacija Y je pametna, kreativna, optimistična, orijentirana na postignuća i tehnološki osviještena. Ova mlada generacija traži kreativne izazove, osobni rast i značajne karijere. Traže supervizore i mentore koji su angažirani u njihovom profesionalnom razvoju. Izvršni su „multi-taskeri“ i preferiraju komunikaciju putem e-pošte i SMS poruka više nego „face-to-face“ interakciju. Naoružani pametnim telefonima, tabletima, prijenosnim računalima i drugim napravama, Generacija Y je uključena 24 sata dnevno, 7 dana u tjednu. (Jovanovski, 2012).

Za njih je natjecanje izgubilo mnogo od svoje privlačnosti i nisu spremni mijenjati manje radnih sati za visoku plaću, važan im je fleksibilniji rasporedi i ravnoteža između posla i slobodnog vremena. Imaju visoka očekivanja od svojih poslodavaca, traže nove izazove i ne boje se tražiti odgovore na postavljena pitanja. Generacija Y želi smislen posao, cjeloživotno učenje i usavršavanje. Kao djeca, sudjelovali su u timskim sportovima, igrama i drugim grupnim aktivnostima te cijene timski rad, traže sudjelovanje i afirmaciju svih sudionika u jednakoj mjeri (Jovanovski, 2012). Ova djeca nisu naučila samostalno donositi ključne odluke, već su roditelji uključeni u njihov svakodnevni život i odluke. Pomažu im planirati postignuća, sudjeluju u njihovim aktivnostima i pokazuju veliko povjerenje u vrijednosti svog djeteta. Stavovi Generacije Y izravan su proizvod njihovih roditelja i nastavnika.

Budući da su rođeni u doba „aktivnih roditelja“ ta su djeca rasla zaštićenija i pod nadzorom. Pripadnici generacije Y imaju već formirana očekivanja, jer su im sve informacije dostupne, od visine primanja važnija im je mogućnost napredovanja i dodatnog usavršavanja te stjecanja novih znanja, skloni su timskom radu, jer se tijekom cijelog obrazovanja na to navikavaju. Pripadnici generacije Y znaju upotrebljavati suvremene alate i pronalaze prečice za pristup informacijama i rješavanju zadataka, što ih čini efikasnijima, razmišljaju o utjecaju kompanije u kojoj rade na dobrobit društva više nego na profit te traže ravnotežu privatnog i poslovnog života (Vojvodić, 2015).

Pripadnici Generacije Y razmišljaju na drugačiji način, imaju više smisla za poduzetništvo i neusporedivo su nezavisniji od svojih prethodnika. Na promjene reagiraju na različite načine i mogu imati planove koji se ne uklapaju uvijek u planove njihovih poslodavaca. Vole intelektualne izazove, privlači ih rad koji im omogućuje razvoj novih vještina i stjecanja novih uvida i iskustva koje mogu iskoristiti unutar širih poslovnih planova (Noa, Hollenbeck, Gerhart, Wright, 2006)

Za razliku od svojih prethodnika koji su bili prisiljeni biti neovisni, ova djeca znaju da njihovi roditelji stoje iza njih i oslanjaju se na njih kroz osobnu i financijsku potporu. Iako je postalo uvriježeno mišljenje kako su mladi samo u potrazi za „brzom“ zaradom, istraživanje autorice ovoga rada o stavovima Generacije Y o budućem poslu i karijeri provedeno u siječnju 2012. godine nad 400 ispitanika od 19 do 24 godine s područja Republike Hrvatske, pokazuje drugačije. U ovom članku predstavljen je pregled najzanimljivijih rezultata istraživanja. Elementi radnog mjesta koji su ovoj generaciji važni Generacija Y pokazala se kao izuzetno promišljena, štoviše, mnogi iz ove generacije teže stalnom poslu (63%) te fleksibilnim radnim uvjetima i zdravoj ravnoteži između rada i slobodnog vremena (51%). Naravno, žele i pristojnu plaću (47%), ali ipak više žele mogućnost razvoja na poslu kroz dodatno obrazovanje i ostale oblike osobnog razvoja (48%). Poticajan i izazovan posao očekuje njih 36%, a priliku za stručnim usavršavanjem 34% (Vojvodić, 2015).

### **3.2. Obilježja komunikacije adolescenata**

Komunikacijom putem poruka gube se socijalne vještine te postaje upitno i jezično izražavanje djece. Jezična sposobnost djece se svodi na jednostavne naloge, upotrebu i što kraću konverzaciju, što se tiče ekspresivnog dijela komunikacije. Bitna je i komponenta neverbalne komunikacije koja izostaje u ovakvim situacijama. Komunikacija se svodi ne samo na verbalnu ekspresiju, nego i na mnoge neverbalne komponente koje nam pomažu da upoznamo nekoga koliko je moguće u cjelini. Zato, ako se komunikacija odvija samo putem SMS-a prilikom interakcije s prijateljima (vršnjacima), djeca gube nešto od socijalnih i komunikacijskih vještina. Socijalne vještine ili kompetencije opisane su kao sposobnost nužna za uspješno međuljudsko funkcioniranje, tj., snalaženje u društvu. Socijalne vještine uključuju verbalna i neverbalna ponašanja koja su društveno prihvaćena te izazivaju pozitivne reakcije drugih ljudi. Socijalne vještine su sve ono što bi se trebalo govoriti i raditi u interakciji s ljudima, stoga su zapravo sposobnosti koje omogućavaju osobi da na zadovoljavajući način ispunjava društvena očekivanja.

Nekim adolescentima SMS je doista samo produžetak zabave i interakcije s vršnjacima. Međutim, problemi nastaju kada dijete pokazuje introvertiranost i ne sudjeluje u drugim oblicima komunikacije s vršnjacima, ne obavlja svoje zadatke, nema interesa i odbija se družiti s drugom djecom kroz izvanškolske aktivnosti, pa je druženje i komunikacija isključivo putem mobitela često samo znak nekih drugih problema.

Istraživanja pokazuju da Facebook i druge društvene mreže prate i koriste različite tajne službe s ciljem nadzora ukupne populacije svijeta, ali i brojni seksualni predatori koji iskorištavaju nepažnju i lakovjernost, odnosno medijsko neiskustvo djece i mladih

Kao jedan od posebno zabrinjavajućih trendova javljaju se grupe mržnje, kojima se promiče društveno neprimjerene stilove ponašanja ili zlostavlja određene pojedince-žrtve, a oblikom su emocionalno depersonaliziranog stila promicanja društvene stigmatizacije. Istraživanja pokazuju i izraženu narcisoidnost, egocentričnost te izgradnju virtualnog osobnog hrama, na koje je čak i Chomsky duhovito reagirao izjavom „Nisam toliko tašt da bih imao Facebook profil“. Međutim, danas ga ipak ima. Lažna je to i uljepšana predodžba vlastite osobnosti i života, svojevrsna *virtualna bajka* kojom gradimo popularnost neprestano dodajući samo pozitivne i lijepe događaje, avanture i postignuća. Kod ovisnika o društvenim mrežama, učestalo korištenje izaziva zavist, ljubomoru i depresiju zbog stalne izloženosti pozitivnim i nereprezentativnim prizorima vršnjaka i poznanika iz socijalne okoline. Naime, fenomen Facebook zavisti (Addictioninfo.org.) pokazuje kako zavist izazvana uporabom društvenih mreža vodi teškim oblicima depresije, samoprijezira, bijesa, ljubomore i manjem osjećaju samopoštovanja te povećanoj nesigurnosti, sve do socijalne izolacije i suicidalnih težnji.

Društvene su mreže, dakle, postali novi forumi za stjecanje vršnjačke popularnosti, razmjenu informacija i sudjelovanje u kulturi mladih. Aktivnost mladih na društvenim mrežama, međutim, često smeta njihovim redovitim obiteljskim, školskim i vršnjačkim interakcijama i obvezama. 2012. godine Sveučilište u Chicagu je provelo istraživanje koje pokazuje da je kod ispitanika želja za uporabom društvenih mreža bila jača od potrebe za duhanom ili alkoholom, dok je 2013. godine časopis *Cyber Psychology, Behavior, and Social Networking* izvijestio da korisnici samostalno napuštaju uporabu društvenih mreža zbog osjećaja ovisnosti i gubitka kontrole, ali i činjenice da je sve više odraslih i roditelja postalo njihovim korisnicima. Postoje brojni izazovi i posljedice ovisnosti o društvenim mrežama, kao i kratkoročni te dugoročni učinci. Osim navedenih izazova, potrebno je naglasiti i da medijski posredovana komunikacija ugrožava stvarne prigode za razvoj socijalnih i emocionalnih kompetencija. Postoje 3 elementa socijalne interakcije u procjeni socijalnih vještina, prije svega društveni elementi koji se odnose na primjećivanje i razumijevanje tuđeg govora, govora tijela, kontakta očima i kulturom određenog načina ponašanja, odnosno čitanje socijalnih znakova.

Slijedi unutarnje obrađivanje podataka i razumijevanje onoga što na m drugi žele reći, kao i prepoznavanje i izlaženje na kraj s vlastitim emocijama i reakcijama.

Zaključno, važan je i društveni ishod ili reakcija, kako osoba komunicira s drugima i reagira na njih verbalno, izrazima lica i govorom tijela. Naime, kada djeca i mladi više komuniciraju SMS-om ili porukama na društvenim mrežama, nego verbalnom interakcijom s pripadajućom ekspresivnošću, izostaje cjelovita veza društvenog elementa, unutarnje obrade podataka i primjerene društvene reakcije, jer socijalne interakcije zahtijevaju da dijete učinkovito odgonetne ili „pročita“ što mu drugi žele priopćiti. Nakon što se „pročitaju“ socijalni znakovi druge osobe, dijete mora dalje obraditi informaciju, izvući značenje i odlučiti kako najbolje odgovoriti. Kada dijete komunicira na temelju bilo SMS-a ili e-pisma, tada ne može shvatiti ili može čak i pogrešno protumačiti riječi, raspoloženje ili namjere druge osobe, što može dovesti do komunikacijskih nesporazuma, stvaranja pogrešnih zaključaka i reagiranja na neprikladan način.

Kada se govori o kompetentnoj društvenoj reakciji u komunikaciji, tada se misli na radnje koje se zbivaju kada dijete uspješno odgonetne i usvoji socijalne znakove drugih ljudi, te tek tada učinkovito odgovara. Problemi nastaju kada dijete pokazuje introvertiranost i ne sudjeluje u drugim oblicima komunikacije s vršnjacima, prestane obavljati svoje zadatke, nema interesa i odbija se družiti s drugom djecom kroz izvanškolske aktivnosti, odnosno iskazuje asocijalno ponašanje ili indiferentnost. Djeca koja većinom komuniciraju putem poruka imaju nakon nekog vremena siromašniji vokabular, rečenice im postaju vrlo nerazumljive i ponekad dvosmislene (jer se ponašaju kao da komuniciraju porukama), dok su semantika i sintaksa rečenica vrlo loše, a rečenice većinom krnje, ili vrlo agramatične, stoga se u školi problematika manifestira ponajviše kroz odgojne i jezične predmete. Problem se ne manifestira samo kroz govor i jezik, nego i izostanak nekih neverbalnih elemenata, kao što su nepoznavanje primjerenih izraza lica, te kontrole i uporabe gestikulacija i mimika. Dijete se „ponese“ za takvom vrstom depersonalizirane komunikacije i „zaboravi“ koristiti i druge svoje modalitete ponašanja. Sve navedeno ne odnosi se samo na komuniciranje djece/mladih putem SMS-a, nego i drugih elektronskih medija zbog nedostatka vizualnog i osobnog kontakta, kao što je i prije naglašeno, govor je oblik ponašanja čovjeka, interakcije kojom svaki sudionik može opažati, tj., slušati glasove, riječi i rečenice govora, vidjeti mimiku (pokrete lica) i pantomimiku (pokrete čitavog tijela) pri govoru, te shvaćati kontekst socijalnih situacija u kojima se govor odvija. U SMS i kulturi društvenih mreža, odgovori postaju kratki iskazi, bez opisa i paralingvističkih elemenata, što postaje vrlo opasno tlo za mogućnost prešućivanja mogućih problema kroz koje adolescenti prolaze u svojoj, tada vrlo turbulentnoj dobi.

Iako je to vrlo kritična do kod mladih, roditelji nikako ne trebaju dopustiti da se komunikacija s djetetom svede na eventualno par izmijenjenih riječi.

### **3.3. Čimbenici kreiranja komunikacijskog stila adolescenata**

Istraživanja UNICEF-a provedeno u Hrvatskoj tijekom 2012. godine na uzorku od 1621 roditelja pokazalo je intrigantne rezultate. Kada je riječ o šestomjesečnoj djeci, većina roditelja igra se sa svojom šestomjesečnom bebom barem pola sata dnevno. Svaki drugi roditelj svakodnevno gleda slikovnice sa svojom bebom, a četiri od pet roditelja joj svakoga dana pjeva ili recitira. Kod jednogodišnje djece, tri od pet roditelja svakodnevno sa svojim jednogodišnjim djetetom čita slikovnice i igra se različitim predmetima, a još više roditelja (tri od četiri) jednogodišnjaku svakodnevno pjevaju, recitiraju ili s njim plešu.

Kod trogodišnje djece, svaki drugi roditelj jednom ili više puta dnevno se igra, čita ili pjeva svom trogodišnjaku. Međutim, u tjednu koji je prethodio istraživanju, oko 2800 trogodišnjaka i 5600 predškolaca nije doživjelo da im roditelj pročita priču. Posebno su istaknuti pokazatelji o tomu da oko 1600 jednogodišnjaka, oko 800 trogodišnjaka i oko 400 šestogodišnjaka nema niti jednu slikovnicu! Poznato je, naime, da priče imaju čudesnu moć, a zajedničko čitanje s djecom potiče bliskost, razumijevanje osjećaja, prihvaćanje različitosti, potiče pamćenje, razmišljanje i govor. Nepoželjni roditeljski postupci zabilježeni u istraživanju su vikanje, čupanje, udaranje. Tjelesno nasilje i kažnjavanje kao oblik odgojne represije dokazano štete razvoju djece, iako 12% roditelja u istraživanju misli da je tjelesno kažnjavanje potrebno za pravilan odgoj! Osim toga, 66% roditelja smatra da će se tjelesno kažnjavanje najbolje zaustaviti tako da se roditeljima pomogne oko njihovih problema, pa da se zbog svojeg nezadovoljstva ili iscrpljenosti ne iskaljuju na djeci, dok 50% roditelja smatra da je potrebno roditelje savjetovati kako odgajati djecu bez batina.

Kada je riječ o oblicima verbalne agresivnosti, kod šestomjesečne djece, 20% roditelja jednom ili više puta tjedno viče na šestomjesečno dijete, a 20% roditelja jednom ili više puta tjedno bebu udari ili počupa. Kod jednogodišnje djece oko 20% roditelja viče na svog jednogodišnjaka, a svaki osmi jednogodišnjak u tjedan dana doživi udarac ili čupanje jednom ili više puta. Kod trogodišnje djece, 80% roditelja viče na svoje trogodišnjake, a svaki treći trogodišnjak u tjedan dana doživi udarac ili čupanje jednom ili više puta. Kod šestogodišnje djece, 20% roditelja udarilo je svog šestogodišnjaka jednom ili više puta u tjedan dana.

Dakle, pitanje komunikacije kao osnovnog modela odgoja i usmjeravanja ponašanja djeteta, kojim se može izbjeći ili ublažiti posljedice nasilnih odgojnih metoda, nameće se kao prvorazredan izazov. Svakodnevni dijalog između djece i roditelja svodi se najčešće na teme o školi, novcu i slobodnom vremenu, a sve se manje govori o osjećajima, problemima i emocijama koje nas muče. Najveći krivci za takve površne razgovore su manjak slobodnog vremena, te televizija i računalo koje u sve većoj mjeri zauzimaju našu pažnju. Upravo je kvalitetna komunikacija u kojoj roditelji i djeca izmjenjuju misli i osjećaje jedan od temeljnih odgojnih metoda kojima djeci pokazujemo podršku, ljubav i razumijevanje. Nije istina da djeca ne vole razgovarati sa roditeljima. Ona to rade ako se osjećaju uistinu shvaćenima i poštovanima. S druge strane, ukoliko dijete kroz razgovor osjeti da ga je roditelj napao, zaprijetio, ponizio ili mu propovijeda, povući će se u sebe i postoji veliki rizik da više neće htjeti razgovarati.

Uz povlačenje u sebe, posljedice nekvalitetne, odnosno agresivne komunikacije mogu biti i manjak samopouzdanja, osjećaj da se razgovorima ne može išta potići, potiskivanje svojih potreba i osjećaja te laganje ili prešućivanje problema.

Kvalitetna komunikacija zahtijeva trud, vrijeme i ulaganje energije roditelja i odgajatelja. Prije svega, potrebno je odvojiti vrijeme za sebe i svoje dijete. Kada je taj preduvjet ispunjen, potrebno je pronaći vrijeme kada su roditelji i djeca opušteni i raspoloženi. U takvom trenutku izbjegavajte gledanje televizije ili računala te se usredotočite na razgovor. Budite spremni na razgovor i naučite aktivno slušati sugovornika. Pokušajte zaboraviti na sve druge brige, te slušati svoje dijete ne prekidajući ga. Ostvarite kontakt očima, gledajte dijete u oči te razmišljajte o čemu govori. Nastojte održavati dinamiku i tempo „komunikacijskog plesa“ usklađivanjem reakcija prema sugovorniku ili postavljanjem kratkog pitanja ako vam nešto nije jasno, nastojeći ne prekidati izlaganje djeteta. Poslušajte do kraja te svakako izbjegavajte optuživanje, napadanje, ponižavanje i sklonost dominaciji koji kod djeteta izaziva osjećaj povrijeđenosti, poniženosti, straha i potrebe za obranom čime takav razgovor najčešće završi svađom. Redovito započnite komunikaciju zapitujući dijete o osjećajima i mislima, te umjesto svakodnevnog pitanja: „Kako je bilo u školi? Zapitajte dijete o tomu kako se osjećalo u školi, te usmjerite svoja pitanja na djetetove reakcije i raspoloženje. Koristite se asertivnom komunikacijom – način komunikacije u kojem se poštuje sugovornik, a svoja prava se ostvaruju bez ugrožavanja drugih. Takav način komunikacije najbolje se postiže slanjem JA poruka (Kad ti..., ja se osjećam ..., zato jer...). Na taj način ne ponižavate i ne optužujete, već pokazujete osjećaje koje je u vama izazvalo takvo ponašanje, čime dijete bolje shvaća vas i težinu emocija

koje je izazvalo. Ukoliko se radi o nekom ponašanju koje dijete nije smjelo učiniti, smireno i jednostavno prvo istaknite pozitivne stvari, a zatim objasnite sve negativne posljedice koje su se mogle dogoditi te odrediti primjerenu kaznu za takvo ponašanje (Kada hvališ, hvali javno! Kada kudiš, kudi nasamo!). Tijekom takvog razgovora, kada vam dijete povjerava svoj problem za koji zna da će vas razljutiti, pokušajte ga ne napadati kako bi vam i sljedeći put iznio svoje probleme i kako bi vaš odnos bio iskren i korektan.

Kvalitetnom komunikacijom upoznajte svoje dijete, odgojno djelujete na njega te zajednički formirate stavove i vrijednosti. Nikako nemojte zaboraviti da ste VI najvažniji uzor i model svome djetetu te da ono uvijek uči od vas, a posebno kroz razgovor i neverbalnu komunikaciju. Naime, komunikacija u obitelji regulira odnose istog i drugačijeg, sličnog i različitog, individualnog i zajedničkog, svega što međusobno povezuje i razdvaja – u prisilnoj komunikaciji svi moraju misliti i osjećati isto, a u slobodnoj i različito.

U obitelji, školi i razredu prisilno zajedništvo odraz je nekvalitetne komunikacije. Unutar prisilnog zajedništva s ugroženom autonomijom imamo prividnu suradničku komunikaciju u kojoj se uredno „dogovaramo“, ali ništa ne ostvarujemo, na sve pristajemo, ali se toga ne držimo. Stoga se valja zapitati – zašto nas djeca izbjegavaju i lažu? Da bi se osjećali slobodno i neugroženo, moraju li od roditelja bježati ili im lagati? Radi se o djeci u adolescenciji, u doba borbe za autonomiju vlastite ličnosti, kada su posebno osjetljiva na ograničenja, ali i „dirigiranja“ odozgo. U našim se obiteljima djeca često osjećaju ugroženo i sputano, pa moraju bježati ili lagati, odnosno izbjegavati suočavanje i komunikaciju s osobama od autoriteta. Jačanjem privrženosti, slobode i neugroženosti smanjuje se izbjegavanje i neiskrenost, dok smanjivanjem slobode i neugroženosti jačaju izbjegavanje i neiskrenost! Atmosfera slobode i uvažavanja je jedina garancija slobodnog obiteljskog jedinstva uz također slobodnu i uvaženu autonomiju i individualnost djeteta. Neiskrena i iskrena, nerealna i realna komunikacija zapravo označavaju razlike između usuglašenosti ili neusuglašenosti njezinog verbalnog i neverbalnog, sadržajnog i odnosnog dijela.

U iskrenoj komunikaciji govorimo što mislimo, osjećamo i tako se ponašamo, a u neiskrenoj jedno govorimo, drugo mislimo, treće osjećamo, a na četvrti se način ponašamo. Slobodna komunikacija u obitelji podrazumijeva očuvanje individualne neugroženosti, otvorenu komunikaciju bez potrebe za neiskrenošću i izbjegavanjem. Možemo komunicirati na različite načine, govoriti što stvarno mislimo, osjećamo i želimo, uz osjećaj neugroženosti i prihvaćenosti, odnosno međusobno iskrenu razmjenu misli i potreba.

Prisilna komunikacija, međutim, znači visoki stupanj individualne ugroženosti bez međusobne iskrenosti i stvarnog prihvaćanja, jer nikoga unutar obitelji nismo slobodno izabrali, životno i emocionalno smo ovisni o članovima obitelji, te smo u obitelji manje jer to želimo, a više jer to moramo. Konačno, obiteljsku interakciju obilježava međusobno izbjegavanje i neiskrenost. Komunikacija neugroženosti u obitelji isključuje potrebu neiskrenosti i izbjegavanja, jer samo slobodni osjećamo se neugroženi, samo neugroženi smo iskreni, a samo iskreni i neugroženi se ne izbjegavamo.

Obitelj bi trebala biti oaza naše sigurnosti, slobode i neugroženosti te je samo kao takva osnova zdravog i uspješnog razvoja djeteta. Djeca, ovisna o obitelji, prisiljena su u njoj biti i komunicirati s jačima i moćnijima, osjećaju se ugrožena. Međutim, to ne smiju pokazati, stoga moraju glumiti slobodu, zadovoljstvo i sigurnost. Kada su izložena ugrožavajući porukama roditelja i drugih odraslih, djeca se povlače u sebe i glume suprotna raspoloženja s ciljem izbjegavanja novih nepoželjnih reakcija okoline. Izbjegavanje je nužna karakteristika prisilne komunikacije, jer neslobodna djeca osjećaju ugroženost, pa samim time ne mogu biti iskrena. Neiskrenost posljedično vodi obijanju poslanih komunikacijskih poruka, kao i njihovih pošiljatelja i prenositelja, stoga ih djeca nužno izbjegavaju. Izbjegavajućim ponašanjem, djeca razvijaju svojevrsnu „zonu sigurnosti“ oko sebe – kada se osjećaju ugroženo, ta se zona povećava i dodatno učvršćuje te je sve manje propusna za druge.

Razvijanje nekoliko takvih zona unutar obitelji, koje mogu utemeljiti i roditelji, a ne samo djeca, vodi kasnijem nastanku „mrtvih brakova i obitelji“ koje se održavaju samo i jedino preko svojih ekonomsko-socijalnih funkcija, bez stvarnog unutarnjeg funkcioniranja – u njima se spava i jede, pere i odmara, ali ne razgovara, surađuje niti susreće. Budući da je nemoguće ne komunicirati!), pogotovo u dugom prisilnom odnosu u kojemu smo ne zato jer želimo, nego jer moramo, preostaje nam ili popraviti međusobne odnose ili nekvalitetno komunicirati. Prihvaćanje i iskrenost u prisilnoj i ugrožavajućoj atmosferi poremećene i nekvalitetne obitelji je neostvarivo. Zaključno, valja iznova naglasiti kako je ključan preduvjet uspješne te kvalitetne komunikacije u odgoju strpljenje, trud i neprestana vježba s ciljem utemeljenja sustava predvidljivih i poznatih postupaka u rješavanju složenih odgojnih problema.

Uloga komunikacije temelji se na nekoliko sastavnih zadataka, od kojih su najvažniji primanje i davanje obavijesti, rješavanje međuljudskih sukoba, zajedničko rješavanje problema i donošenja odluka, te zadovoljenje određenih potreba (potreba za pripadanje, užitkom, odmorom, kontrolom i utjecajem na druge).



Dinamički je to i složen proces u kojem ljudi primaju i šalju verbalne i neverbalne poruke da bi razumjeli druge, te da bi drugi razumjeli njih. Komunikacija je proces razmjene misli, osjećaja i poruka, odnosno proces prenošenja poruke između ljudi, koji se nužno odvija kad god postoji interakcija. Međutim, komunikacija je mnogo više od samog razgovora. Komunikacija nema samo racionalne elemente, jer je čovjek i iracionalno, osobito emocionalno biće. Često se postavlja pitanje što je „pjesnik htio reći“ svojom porukom? Moguće je odrediti najmanje 3 cilja – informirati o nekome ili nečemu, zatim utjecati na ponašanje primatelja poruke, te uvjeriti u nešto (promijenili stavove, uvjerenja, shvaćanja). Informirati primatelja poruke znači dati nekome nešto „na znanje“, pri čemu je cilj postignut već samim prenošenjem poruke, posebno ako je shvaćena na način na koji je shvaća pošiljatelj. Utjecati na ponašanje primatelja označava ne samo primitak poruke, već i postupanje u skladu s naputkom (moguć je suprotan učinak!).

Uvjeriti primatelja poruke je najvažniji, ali najteže ostvariv cilj komunikacije koji znači utjecaj na stavove, što nije isto kao i utjecati na ponašanje, jer su stavovi i uvjerenja stabilniji i teže podložni promjenama. Čimbenici uspjeha ostvarivanja cilja komunikacije ovisit će o odlikama poruke, dostupnosti primatelju (je li primljena?), uočljivosti (primljena, ali oblikovana uočljivo?), razumljivosti (je li shvaćena kako smo htjeli?) zanimljivosti (izaziva li interes sadržajem?), te uvjerljivosti (najvažnija dimenzija koja obuhvaća ne samo vrsnoću racionalnih informacija, već i duh, emotivnost i druge elemente). Za roditelje i učitelje, važno je znati da čimbenici uspjeha ostvarivanja cilja komunikacije ovise o osobinama primatelja, koje su od presudne važnosti za komunikativnu vrijednost poruke i vrsnoću komunikacije, ali i o prilagođenosti poruke primatelju/ima, te poznavanju osobina, potreba, pogleda, obrazovanja, interesa, zrelosti ili profesionalnosti primatelja. Osim toga, važne su i odlike situacije u kojoj se odvija komunikacija – osobe različito reaguju u različitim okruženjima, stoga ista poruka ponekada može biti prihvaćena, a u drugačijoj situaciji odbačena ili ignorirana.

Dakle, karakter situacije može prouzročiti brojne nesporazume i nejasnoće u komunikaciji. Dakle, dobra komunikacija omogućava nam da saznamo nešto o drugima, ali i da drugima otkrijemo kakve smo mi osobe kroz reakcije sugovornika. Upravo ovo posljednje može biti naročito teško tinejdžerima, jer čak i najotvorenije dijete u pubertetu može odjednom postati stidljivo i povučeno.

Tinejdžeri se obično osjećaju kao da su na pozornici, pred nekom zamišljenom publikom, pod svjetlom reflektora koji otkrivaju ono što oni žele zadržati za sebe.

Da bi to izbjegli, nesigurni se adolescenti povlače u svoj svijet u koji njihovi roditelji, učitelji, vršnjaci i ostale značajne druge osobe ne mogu lako ući. Komunikaciju može otežati i želja za samostalnošću. Dok odrastaju, mnogi tinejdžeri ne vole otvoreno govoriti o svojim razmišljanjima, već ih radije zadrže za sebe. Istina, tinejdžeri nisu tako suzdržani sa svojim vršnjacima.

To primjećuju brojni roditelji adolescenata od kojih se često može čuti: „Kad je moja kći bila manja, uvijek je sa mnom razgovarala o svojim problemima, a sada o tome razgovara sa svojim prijateljima.“ Ako se i vaše dijete slično ponaša, nemojte misliti da vas time odbacuje i da mu više ne trebate. Naprotiv, istraživanja pokazuju da savjete roditelja tinejdžeri cijene više nego savjete prijatelja, premda to ne žele priznati.

No što možete učiniti kako biste poboljšali komunikaciju sa svojim djetetom? Zamislite da vozite automobil dugom, ravnom autocestom. Prošli ste dosta kilometara, a da upravljač praktički niste morali niti pomaknuti. Ali, odjednom pred sobom ugledate blagi, pa zatim i oštar zavoj. Da ne biste sletjeli s ceste, upravljač morate prilagoditi i okrenuti tako da uspješno savladate zavoj. Nešto slično događa se kad vaše dijete uđe u pubertet i adolescenciju. Prije toga možda godinama nije bilo potrebe ništa mijenjati u odgoju djeteta, jer je sustav pravila i očekivanog ponašanja roditelja i djeteta bio poznat, utvrđen i prihvatljiv za obje razine odnosa. Međutim, sada nastaje nagli zaokret u životu adolescenta uvjetovan biološkim, hormonskim, emocionalnim i socijalnim promjenama, odnosno osobnoj i društvenoj tranziciji djeteta.

Da bi se tome roditelji učinkovito prilagodili, moraju promijeniti svoj pristup djetetu, odnosno razmisliti o sljedećim pitanjima. Prije svega, jesu li spremni razgovarati sa svojim djetetom kad im se ono odluči otvoriti? Prikažimo to jednom usporedbom – poljoprivrednici ne mogu utjecati na to kakvo će vrijeme biti tijekom godine, već jedino mogu učiniti sve potrebno u pripremi i obradi tla s ciljem plodne žetve ili berbe. Slično tome, ni roditelji možda ne mogu utjecati na to kada će njihovo dijete htjeti razgovarati o svakodnevnim ili važnim životnim pitanjima i temama. Ali, kad dijete poželi razgovarati, valja iskoristiti taj trenutak – interesnim povezivanjem. Prijedlog je, stoga, ako se roditeljima čini da se djetetu ne da razgovarati, interesno povezivanje u obliku šetnje ili zajedničke vožnje, odigravanja neke društvene igre ili zajedničkih aktivnosti u kući, jer će se u takvoj opuštеноj atmosferi dijete vjerojatno lakše otvoriti. Sljedeće važno pitanje je shvaćaju li roditelji što se krije iza riječi njihove djece? I roditelji trebaju „Ispitati riječi“ svog djeteta, odnosno shvatiti pravi smisao onoga što se poručuje.

Naime, mladi često pretjeraju u svojim ispadima, pa primjerice možda kažu: „Stalno me nadzireš“ ili „Nikad me ne slušaš“ Umjesto da počnu dokazivati kako nije točno da se ono za što ih se optužuje događa „stalno“ ili „nikad“, roditelji trebaju imati na umu da dijete ne misli doslovno. Primjerice, izjava „Stalno me nadzireš“ može u prenesenom smislu zapravo značiti „Mislim da mi ne vjeruješ“, a „Nikad me ne slušaš“, Pokušavam ti reći kako se stvarno osjećam“, stoga roditelji trebaju promišljati o širem kontekstu komunikacije, odnosno nastojati shvatiti „skrivenu poruku“.

Prijedlog je da kada dijete u svojim izjavama ode u krajnost, roditelji mogu reći nešto poput: „Vidim da si ljut. Kaži mi što te muči. Zašto misliš da te stalno provjeravam?“, te zatim saslušati dijete bez prekidanja. Roditelji često nesvjesno otežavaju komunikaciju prisiljavajući mlade na razgovor. Kad razgovaraju, roditelji trebaju izbjegavati nastup tužitelja koji dovodi u sumnju sve što dijete kaže, i imati na umu da je roditeljska uloga pružiti podršku djetetu. Predlaže se promjena pristupa, ako adolescent ne reagira na postavljeni model komunikacije. Npr., dijete nemojte zapitkivati što je radilo tijekom dana, već ispričajte što se vama tijekom dana dogodilo, te provjerite reakciju. Ako roditelj želi saznati što dijete misli o nečemu, adolescente ne treba izravno pitati za mišljenje, već je oportuno upitati što neki njihov prijatelj ili prijateljica misle o temi razgovora, odnosno što bi savjetovali prijatelju da se nađu u sličnoj situaciji.

Komunikacija s mladima zahtijeva trud, te je vrlo naporna. Međutim, mit o nemogućnosti razgovora s adolescentima nije istinit – moguće je komunicirati s djecom tinejdžerske dobi ako su odrasli spremni prilagoditi se djetetu, savjetovati se s roditeljima koji dobro komuniciraju sa svojom djecom, biti ustrajni i neprestano se truditi odgajati dijete jasno komunicirajući svoje poruke. Postoji zanimljiva izreka, koja kaže da u razgovoru s djetetom, roditelji trebaju slijediti pravilo „budite brzi slušati, a spori govoriti i srditi se“. Roditeljima se savjetuje da osvijeste koje su promjene primijetili na djetetu otkad je ušlo u pubertet, te načine poboljšavanja međusobne komunikacije. Dakle, govoriti malo, jer kada uglavnom govori roditelj, komunikacija se ne usmjerava na slušanje i probleme djeteta. Pomaže i zauzimanje perspektive zamišljanjem sebe na djetetovom mjestu – kako bi se (ili možda jesu) osjećali roditelji kad bi im netko stalno govorio kako se moraju ponašati? Savjetuje se interes za dijete, pri čemu se traži puna posvećenost, a ne bavljenje drugim aktivnostima (pranjem posuđa, čitanjem novina, kompjuterskim igrama ili gledanjem svako malo na sat i sl..) dok dijete priča nešto važno.

Dijete ima potrebu za vašom pažnjom, stoga je bolje ne započinjati razgovor ako nemate vremena za pažljivo slušanje.

Preporuča se djetetu reći kada će roditelj imati vremena i dogovoriti se za razgovor o temi koja je djetetu važna, te se toga dogovora i dosljedno pridržavati.

Neverbalna komunikacija roditelja također treba slati pozitivne poruke, jer se neverbalnom komunikacijom (ton glasa, izraz lica, geste, šale i smijeh, pogled...) prenosi značajno više informacija. Dakle, ako npr., izraz lica odaje dosadu i odsutnost dijete će brzo to primijetiti i prestati govoriti. Kimanje glavom pokazuje djetetu da ga „pratite“, a položaj bi trebao biti istovrstan djetetovom (ne hodati ili stajati dok dijete sjedi...). Opet treba naglasiti, ne prekidajte i dozvolite djetetu da priča, ne otimajte mu riječi i ne čekajte ga „u zasjedi“.

To izaziva ljutnju i zatvaranje jer se djetetu čini da je roditelju važno da se čuje on, a ne dijete. Reflektirajte i ono što ste čuli, tako da nakon određenog dijela razgovora pitate („Jesam li te točno shvatio...“) ili naglasite određeni dio („Čini mi se da mi želiš reći...“) i zatim nastavite s onim što ste čuli. Takvo zrcaljenje omogućuje djetetu da čuje vlastitu poruku, odnosno doživljava i reakciju na poruku. Vrlo je važno da pri tome roditelj ne moralizira i ne kudi dijete, već samo bude djetetu „ogledalo“ i model. Kad dijete čuje kako zvuče njegove riječi, često se zamisli i promijeni neka razmišljanja, što može biti vrlo korisno. Roditelji se u konfliktima trebaju orijentirati na trenutačni problem, te izbjegavati nabranje popisa starih propusta, pri čemu kritiziranje treba zamijeniti prijedlogom zajedničkog rješenja. Roditelji mogu iznijeti zapažanja o ponašanjima koja im smetaju kod djeteta, te kako se osjećaju zbog toga. Dakle, fokusirajte se na ono što se može popraviti, ali dopustite da dijete kaže i vama što želi od vas.

Treba ustrajati u vježbanju primjene novih načina komuniciranja, jer promjene ne nastaju preko noći, već malim svakodnevnim koracima. Pažljiva konfrontacija u obitelji zapravo podrazumijeva shvaćanje vlastitih i djetetovih potreba i osjećaja, te prijedlog zajednički prihvatljivog rješenja. Često djeca mogu prouzročiti „dodatni“ posao, usporiti nas kad nam se žuri, uznemiravati nas kad smo umorni, govoriti kada želimo mir i tišinu, kasniti bez najave, grubo se međusobno svađati. Stoga, kada dječje ponašanje dolazi u sukob s roditeljskim potrebama, roditelji traže načine ophođenja i konfrontacije s djecom. Pri tom je moguća gruba konfrontacija, koja je zapravo neučinkovit način slanja poruka o rješenju problema, a najčešće se svodi na naređivanje, prijetnje i moraliziranje roditelja.

Zbog odašiljanja ponižavajućih poruka, poput kritike, ismijavanja ili sramoćenja mlade osobe, koje roditelji često i nesvjesno iskažu, ishod razgovora je najčešće svađa u kojoj komunikacija završava bez obostrano prihvatljivog rješenja. Posljedice kod djeteta su često razvoj neodgovornosti, otpora, krivnje, neposlušna ili nepoštivanja roditeljskih potreba i odluka.

Uspješna komunikacija pažljivom konfrontacijom govori djetetu kakve misli, osjećaje, namjere njegovo ponašanje izaziva kod roditelja. Počinje s preuzimanjem aktivne uloge roditelja kroz JA poruke („Ja sam uzrujana...“, „Brinem se...“, „Ljutim se...“, „Meni je nelagodno...“).

Kao rezultat javlja se mogućnost pomoći djetetu u preuzimanju odgovornosti za vlastite postupke, pri čemu dijete uči slati slične poruke i uči slušati. Pažljivom konfrontacijom učimo dijete poštovanju i pažnji, međutim, postoje određeni uvjeti za njezinog ostvarivanja – roditelj treba biti svjestan svojih osjećaja, misli, namjera. Treba biti hrabar da te misli, osjećaje i namjere kaže djetetu na miran i staložen način. Potrebno je znanje, strpljenje, vrijeme, ljubav i nadasve empatija roditelja za probleme i izazove s kojima se adolescent suočava svaki dan, rješavajući složene osobne, obiteljske, školske, vršnjačke i druge društvene zadatke.

Dakle, opis vlastitih osjećaja, opis onoga što se vidi kao problem i opis onoga što treba učiniti s ciljem rješenja problema su dio pažljive konfrontacije. Za pažljivu konfrontaciju roditelji trebaju biti hrabri govoriti o vlastitim emocijama, jer se tada otvaraju djetetu, koje ima prigodu doznati više o osjećajima roditelja. Takvo dijete bit će ohrabreno i samo pokazati osjećaje, čime odnos s roditeljem postaje istinski blizak, otvoren i pošten. Roditelj koji je spreman u odgoju i komunikaciji s djetetom postaviti primjeren i dosljedan odgojni ideal, uzor ili model, povećava mogućnost da i dijete jednoga dana u socijalnim interakcijama, ali i budućem odgoju vlastite djece primjenjuje metode i strategije uspješnog suradničkog rješavanja problema kroz primjenu učinkovitih komunikacijskih postupaka.

Dugo vremena znanstvenici pokušavaju odgonetnuti uzroke agresivnog ponašanja kod ljudi. Istraživanja evolucijskih biologa, antropologa i psihologa ukazuju da je agresivnost evolucijski zadano obilježje čovjekova djelovanja s ciljem osiguravanja samozaštite i temeljnih resursa potrebnih za preživljavanje! Zapravo, kultura nije ništa osim kontrole nagona. Inkulturacija, socijalizacija, odgoj i obrazovanje omogućavaju učinkovit društveni život i održavanje te razvoj zajednice, a temelje se na uspješnoj komunikaciji. Odnosno, možda je bolje utvrditi da se uspješna komunikacija temelji na produktivnom prepoznavanju i adekvatnom razumijevanju i reakciji na komunikacijske poruke iz okoline.

Nenasilna komunikacija poučava pozornom promatranju i prepoznavanju uvjeta obrane, povlačenja ili napada u situacijama u kojima se suočavamo s kritikom ili presudom. Naziva ju se procesom komunikacije ili jezikom suosjećanja, s 4 ključne komponente: 1.opažanje (konkretna situacija ili postupci koje opažamo i koji utječu na naše blagostanje); 2.osjećaji (kako se osjećam u svezi s opažanjima?); 3.potrebe (potrebe, vrijednosti, želje koje izazivaju osjećaje u nama?);

i 4.molba (što konkretno želimo kako bismo obogatili vlastiti život ili riješiti situaciju pozitivno?). Primjerice, dobar model praktičnog objašnjenja prve, druge i treće faze (opažanje, osjećaji, potrebe) bila bi majka koja govori rečenicu: „Sine, kada vidim dvije lopte prljavih čarapa ispod stola u dnevnoj sobi, i još tri pored televizora, osjećam nervozu jer mi je potrebno više reda u sobama koje koristimo“. Zaključna, četvrta faza nenasilne komunikacije bilo bi izricanje molbe, kojom majka pokušava iskazati prijedlog mogućeg rješenja problema: „Bi li htio odnijeti svoje čarape u svoju sobu ili perilicu rublja?“.

Dva temeljna dijela nenasilne komunikacije usmjerena su na, a) iskreno izražavanje sebe kroz četiri područja (opažanje, osjećaji, potrebe, molba), i b) empatijsko primanje kroz četiri navedena područja. Područja primjene mogu biti intimni odnosi, obitelj, školska iskustva, organizacije i institucije, terapija i savjetovanje, diplomatski i poslovni pregovori, ali i sporovi te sukobi bilo koje prirode. Naime, većina članova društvene zajednice odgojem i socijalizacijom naučeni su moralno prosuđivati osobe ili ponašanja koja nisu u skladu s osobnim ili dominantnim društvenim vrijednostima. Najčešće komuniciramo kroz moralističke prosudbe, pri čemu se komunikacija temelji na uspoređivanju, kritiziranju, dijagnosticiranju, okrivljavanju ili etiketiranju. Tradicionalna komunikacija klasificira i dijeli ljude s obzirom na naš osobni doživljaj njihovih postupaka, poput kategorija dobar, loš, pametan, zao, neodgovoran, glup ili normalan.

Neprestano uspoređujemo druge prema vlastitim ili nametnutim kriterijima, poput vrijednosnog sustava, odgoja, svjetonazora, očekivanja ili osobne jednadžbe. Posebno zanimljiva odrednica nenasilne komunikacije, koja je vrlo bliska obiteljskom razgovoru i ulazi roditelja kao osobe od autoriteta, jest i komponenta iskazivanja želja u obliku zahtjeva – naime, zahtjev izravno ili neizravno prijeti slušatelju krivnjom ili kaznom ako ne udovolje očekivanjima. Uobičajen je model komunikacije, posebno među osobama od autoriteta, a obilježava hijerarhijska društva i odnose s manjinom koja kontrolira većinu. Zahtjev je uvijek bolje zamijeniti molbom, stoga s predlaže zamijeniti jezik koji implicira nedostatak izbora, jezikom koji priznaje mogućnost izbora i zajedničkog konsenzusa pri oblikovanju obostrano prihvatljivog rješenja.

Prva sastavnica vježbanja nenasilne komunikacije je opažanje bez procjenjivanja. Kada pomiješamo opažanje s (pr)ocjenom, drugi su skloni čuti kritiku i opirati se onomu što govorimo. Riječi poput uvijek, nikada, ikada, često, kad god izražavaju opažanja uz subjektivne procjene („Kad god sam vidio Rosu kako razgovara telefonom, pričala je barem 10 minuta“.). Kad se koriste kao uveličavanja, opažanja i procjene, često izazivaju obrambene reakcije („Nikad je nema kad ju trebam“; „Ti si najarogantniji učenik kojega smo ikad imali!“).

Druga je sastavnica vježbanja nenasilne komunikacije prepoznavanje i izražavanje osjećaja. Svaki je dječak tijekom svojega odrastanja barem jednom čuo reakciju odrasle osobe u izjavama tipa „velike dečke nije strah“ ili „dečki ne plaču“.

Kodeks društvenog ponašanja utemeljen je na odgoju i spolnim stereotipima, kojima se dječaci i djevojčice različito inkulturiraju u zajednicu. Dječake se odgaja kao čvrste, neemocionalne, agresivne i dominantne pojedince, dok se djevojčice uči slobodnijem emocionalnom reagiranju, poniznosti, submisivnosti i ranjivosti. Obogaćivanjem rječnika osjećaja, koji omogućava jasno iskazivanje i prepoznavanje osjećaja, lakše nam je povezati se s drugima. Nenasilna komunikacija razlikuje iskazivanje stvarnih osjećaja od upotrebe riječi i izjava kojima opisujemo misli, procjene i tumačenja, a zapravo ne pokazuju stvarno emocionalno stanje pojedinca. Neke od smjernica i preporuka u iskazivanju stvarnih emocija temelje se na pokazivanju vlastite ranjivosti, koja može pomoći rješavanju sukoba. Roditelji bi trebali osvijestiti razliku između osjećaja i misli (Osjećam (ili?) mislim da ova ponuda nije bila poštena.) Također, treba razlikovati ono što osjećamo od onog kakvim mislimo da jesmo (Osjećam se nedoraslo kao roditelj/učitelj. → mislim da sam neuspješan/bespomoćan).

Razlikujte što osjećate od onoga što mislite kako drugi reagiraju ili se prema vama ponašaju. Razvijte rječnik osjećaja, odnosno osvijestite vlastiti osjećaj zadovoljstva i nezadovoljstva. Što znači da se netko osjeća dobro? Je li to bezbrižno, dirnuto, ganuto, ekstatično, ohrabreno, odnosno što znači da se netko osjeća loše? Osjeća li se krhko, napeto, apatično, bijesno, bezvoljno, gnjevno? Rječnik osjećaja među prvim je koracima u važnom procesu preuzimanja odgovornosti za vlastite osjećaje. Primanje negativne poruke može imati četiri temeljna oblika, pri čemu prvo možemo kriviti sebe, odnosno primiti poruku osobno kao kritiku ili okrivljavanje („Ti si najsebičnija učenica koju znam“), što vodi sramu, krivnji i potištenosti.

Drugi je oblik prebacivanje krivnje na druge, pri čemu se odgovara s osjećajem ljutnje („Nemaš pravo to reći. Uvijek pazim na tvoje potrebe. Ti si zapravo sebičan!“). Treći bi oblik bio osvještavanje vlastitih osjećaja i potreba, gdje osobni osjećaj povrijeđenosti proizlazi iz potrebe da nam se priznaju naponi koje ipak ulažemo („Kada čujem da kažeš da sam sebičan, to me boli, jer mislim da se treba uvažiti barem dio napora kojima nastojim voditi računa o tvojim željama“). Završni korak je osvješćivanje osjećaja i potreba drugih, pri čemu se primanjem negativne poruke usmjeravamo na osjećaje druge osobe („Razočario si me što nisi došao sinoć.“ „Bio sam razočaran što nisi došao, jer sam želio s tobom razgovarati o stvarima koje me muče.“ Ili „Stvarno su me iznervirali otkazujući utakmicu!“ „Kada su otkazali utakmicu, osjećao sam se zaista razočarano jer sam mislio da je to potpuno neodgovorno ponašanje:“).

Svi navedeni koraci trebali bi uroditi izbjegavanjem uporabe motivacije krivnjom, kojom se roditelji često služe u rješavanju problema s adolescentima.

Osnovni mehanizam motivacije krivnjom je pripisivanje odgovornosti za vlastite osjećaje drugima („Mamu i tatu boli kada dobiješ loše ocjene u školi.“), jer se djetetu poručuje da je uzrok roditeljske nesreće („Ti ćeš me takvim ponašanjem otjerati u ludnicu!“), pa se odgovornost za dramatične posljedice izravno prenosi na dijete.

Tijekom razvoja emocionalne odgovornosti, većina osoba prolazi kroz 3 faze, od emocionalnog ropstva zbog kojega vjerujemo da smo odgovorni za osjećaje drugih, pa pokušavamo ugađati drugima na vlastitu štetu, preko odbojne faze, kojom postajemo svjesni visoke cijene preuzimanja odgovornosti za tuđe osjećaje (faza tijekom koje odbijamo brinuti o tome što drugi osjećaju i trebaju, koja znači izlazak iz konformizma u asertivnost), sve do treće faze emocionalnog oslobađanja. Ta zaključna faza znači odgovaranje na potrebe drugih iz suosjećanja – to je etapa prihvatanja pune odgovornosti za vlastite osjećaje, ali ne i za osjećaje drugih ljudi, pri čemu smo svjesni da nikada ne možemo zadovoljiti svoje potrebe na štetu drugih ljudi, i obratno. Konačno, predlaže se uporaba pozitivnih formulacija pri iskazivanju molbi, kojima izbjegavamo nametanje krivnje ili osjećaj ugroženosti sugovornika. Naime, izricanje molbe jasnim, pozitivnim, konkretnim jezikom otkriva što zaista želimo.

Svjesno upućivanje molbe važno je jer omogućava primatelju poruke jasnoću onoga što želimo da napravi, ako samo iskažemo vlastite osjećaje (npr., dijete leži i gleda TV u dnevnom boravku, te pred majkom kaže: „Žedan sam“, što implicitno znači „Majko, donesi mi vode.“).

Često nismo niti svjesni što tražimo – znamo li zašto šaljemo poruku? Što smo jasniji u tome što želimo za uzvrat, vjerojatnije je da ćemo to i dobiti. Kako bismo se uvjerali da je poruka koju smo doista poslali i primljena, valja zamoliti sugovornika da ju ponovi ili na drugi način provjeriti je li poruka primljena i shvaćena onako kao što smo i mislili.

Iskažemo li zahvalnost kada sugovornik pokuša odgovoriti na našu molbu za ponavljanjem poruke, ali i empatiju prema sugovornicima koji to ne žele. Kada sugovornik čuje naš zahtjev, ima dvije mogućnosti reagiranja – podčinjavanje ili pobunu. Što smo u prošlosti sami više okrivljavali, kažnjavali ili nametali osjećaj krivnje, to su veće šanse da se naše molbe shvate kao zahtjevi. Stoga, kako razlučiti molbu od zahtjeva? Promatrajte što se osoba učiniti ako ne udovoljite upitu – ako vam uputi kritiku, osudi ili nametne osjećaj krivnje, radi se o doživljaju zahtjeva! Empatija je razumijevanje i poštovanje onoga što drugi proživljavaju.



Umjesto empatije, često imamo snažnu potrebu davati savjete ili uvjeravati, te pojašnjavati vlastite pozicije i osjećaje. Empatija zahtijeva da ispraznimo um i slušamo drugoga cijelim svojim bićem – empatija je poruka iskazana šutnjom.

Nenasilna komunikacija ukazuje da, bez obzira na riječi koje naši sugovornici koriste, mi jednostavno slušamo njihova opažanja, osjećaje i molbe. Postoje jednostavni postupci kojima se može empatično razgovarati. Ponoviti ono što smo čuli, parafrazirajući ono što smo razumjeli (naglašavanje važnosti teme i iskazivanje interesa!), kao i održavati razinu empatije sve dok razgovor ne preusmjerimo na rješenje ili molbu za pomoć (npr., dobar znak je da je osoba prestala govoriti). Postavlja se i opravdano pitanje o tomu što učiniti ako nismo u mogućnosti biti empatični? Kada osjetimo da imamo obrambeni stav, ili da nismo u mogućnosti biti empatični, trebamo stati, disati, usmjeriti empatiju samima sebi („prva pomoć“) kao što bismo prema drugima. Druga je mogućnost „vrištati nenasilno“, odnosno skrenuti pozornost (npr. „Hej, ne osjećam se dobro! Želim malo mira i tišine! Molim vas uvažite to!“), te treća u kojoj je preporučljivo udaljiti se iz situacije fizički (omogućava promjenu stanja uma). Važno je i suosjećajno povezivanje sa samim sobom, odnosno donošenje odluke o promjeni ponašanja „moram“ u „odabirem“. Prvi je korak napraviti listu stvari i aktivnosti koje ne volite, a morate raditi. Sljedeći je korak nakon izrade popisa, ispred svake navesti „Moj je izbor“, a zaključni korak proširiti odluku s namjerom „Moj je izbor ... zato što želim“.

Važno je definirati i mogućnosti kontrole nagona i ljutnje, koje često teško možemo svjesno usmjeravati. Koraci u iskazivanju ljutnje tiču se uzimanja vremena, kontrole disanja i mirnoće. Stanite, dišite, ostanite mirni, te pokušajte prepoznati što vas ljuti i lakše ćete se nositi s problemom. Prepoznajte osuđujuće misli, ali si dajte vremena za povezivanje sa svojim potrebama. Osim roditelja i vršnjaka važnu ulogu u formiranju stila i oblika komunikacije imaju i suvremeni mediji, posebno društvene mreže.

### **3.4. Utjecaj novih medija na kreiranje oblika komunikacije kod adolescenata**

Kod generacije y heuristika predstavlja postupke temeljene na iskustvu i mentalne prečace u procesu odlučivanja. Heuristika se koristi kada potrošači predviđaju buduće događaje i rezultate:

- Heuristika dostupnosti. Potrošači temelje svoje prognoze na brzini i jednostavnosti kojom im specifičan primjer rezultata „padne na pamet“. Ako se odmah i vrlo jednostavno dosjete određenog primjera, potrošači bi mogli precijeniti mogućnost da se određeni rezultat ili budući događaj stvarno dogodi. Na primjer, nedavni neuspjeh nekog proizvoda može navesti potrošača da preuveliča mogućnost novog neuspjeha istog proizvoda. Npr. proizvod viđen na internetu.
- Heuristika reprezentativnosti. Potrošač temelji svoje prognoze na tome koliko je događaj reprezentativan ili sličan u usporedbi s drugim primjerima. Jedan od razloga što su ambalaže različitih marki iz iste kategorije proizvoda slične jest zbog toga što proizvođači žele imati proizvod koji je reprezentativan i predstavlja cijelu kategoriju. Npr. proizvod koji vide da netko koristi na društvenoj mreži, prijatelj ili neka poznata osoba.
- Heuristika uporišta i prilagođavanja. Potrošači svoj prvotni uporišni stav prema proizvodu prilagođavaju na temelju dodatnih informacija o proizvodu. Za uslužne djelatnosti od kritične je važnosti ostaviti snažan prvi dojam kako bi se uspostavilo pozitivno uporište za buduća pozitivna iskustva. Npr. izravna prezentacija proizvoda koja je moguća putem filmova na you toubu. (Kesić, 2006.26).

Prema svemu sudeći može se zaključiti da su mladi su socijalna grupa koja najčešće koristi digitalne medije, a prisutnost raznih oblika digitalnih medija (društvene mreže, web-stranice, igrice i ostalo) poboljšava komunikacijske vještine i društvenu povezanost. Usvojene tehnologije i njihove aplikacije su nerazdvojni dio socijalne interakcije među mladima, koji nisu u mogućnosti kritički promišljati nove tehnologije i njihovo korištenje, jer su one neizostavni dio njihovog odrastanja i inkorporirane su u njihov način razumijevanja kao nešto logično i prirodno, te je kritičko sagledavanje često izostavljeno nedostatkom potrebe za njim, zatim nepostojanjem adekvatnog obrazovanja koje prati razvoj i korištenje novih tehnologija, kao i nepostojanjem vremena koje bi se posvetilo takvoj temi (Brčić - Stipčević, Renko, 2007).

Ogromna količina sadržaja koju pružaju digitalni mediji, lakoća dobivanja informacija iz raznoraznih repozitorija i pristup samim informacijama nikada nije bila dostupnija u ljudskoj povijesti. Internet je prihvaćen kao iskonska istina, mladi ne promišljaju sadržaj koji se nudi, niti su učeni u sferi klasičnog obrazovanja mehanizmima za kritičko promišljanje medijskog sadržaja, te nas to dovodi do kritične mase kojom je lako manipulirati posredstvom sadržaja na mreži.

Uvođenje interneta je naišlo na veliko oduševljenje svih pristalica slobodne riječi i uvažavalo je pristup da istina može biti izrečena, da svatko može biti autor medijskog sadržaja, i da je to mjesto na kojem cenzura ne postoji, ali s vremenom stižu demantiji ovih teza. Nakon decenijskog korištenja, uviđamo da je sfera digitalnog sadržaja kreirana za potrebe velikih korporacija, da je to mjesto kontrole i cenzure u većini slučajeva, da služi interesima kojima se rukovodi sistem kao što je kapitalizam.

Mladi se nalaze u teškoj poziciji jer njihov način života, opstanak u socijalnoj interakciji, zavisi u velikoj meri od dostupnosti društvenih mreža.

Ono što su osnovne karakteristike y generacije koja odrasta u svijetu digitalnih tehnologija, a koje se koriste prilikom izrade platformi za razmjenu informacija s ovom generacijom, kao i pri izradi elektronskih prezentacija, su: a) tehnološka umješnost, što je u osnovi njihova priroda, ali bez obzira na to što je koriste imaju problem s pronalaženjem, evaluacijom i prezentacijom informacija, te prihvaćanje kao takvih bez kritičkog promišljanja; b) oslanjanje na web-pretraživače prilikom potrage za informacijama; c) sklonost k multimedijima; d) kreiranje vlastitog digitalnog sadržaja, više od 75% ove generacije je bilo autor vlastitog digitalnog sadržaja; e) neophodnost brzine u svemu što rade, je li kvaliteta zadovoljena nije bitno ukoliko je to što rade odrađeno vrlo brzo, te stoga dolazi i do nemogućnosti koncentracije na određeni sadržaj; f) učenje kroz interaktivne aktivnosti; g) multitasking; h) vizualna komunikacija, vizualno komuniciraju putem fotografiranja uz pomoć kamera na telefonima, a zatim dijele sadržaj putem društvenih mreža; i) radije kucaju nego što pišu; j) očekuju brz odgovor. Ovu generaciju krasi i mnoge druge karakteristike, ali su trenutno nabrojane one koje će nam poslužiti kao osnova za školski primjer digitalnog domoroca i konzumenta sadržaja elektronske prezentacije (Krafft, Mantrala, 2010).

Današnji mladi tzv. Y generacija govore digitalnim jezikom i procesuiraju informacije veoma različito od prethodnih generacija. Generacije rođene prije generacije digitalnih domorodaca, Marc Prensky naziva *digitalnim imigrantima*, zato što se digitalni imigranti prilagođavaju novom okruženju, za razliku od digitalnih domorodaca koji su rođeni u takvom okruženju.

Ove generacije prihvatile su digitalne masovne medije kao izvor saznanja i informacija i bez mogućnosti kritičkog promišljanja tih izvora. Stoga upravo ti novi, digitalni izvori predstavljaju najbolji model za informiranje novih tzv. Y generacija.

#### **4. ISTRAŽIVANJE O NAČINU I STILU KOMUNIKACIJE MEĐU ADOLESCENTIMA**

##### **Predmet i cilj rada**

Predmet istraživanja je komunikacija među adolescentima u srednjim školama. Adolescenti komuniciraju interpersonalno, posredstvom medija, telekomunikacijskim uređajima, putem foruma itd.

Cilj rada je definirati i utvrditi oblike, načine i značajke komunikacije suvremenih adolescenata u srednjoj školi.

U radu je potrebno:

- objasniti način, stil, oblik i tip komunikacije adolescenata u srednjim školama,
- utvrditi koliko suvremene tehnologije pozitivno / negativno utječu na komunikaciju adolescenata u srednjim školama
- objasniti koliko psiho-socijalni čimbenici utječu na komunikaciju adolescenata u srednjim školama,
- objasniti razlikovanje socijalnih, komunikacijskih i interpersonalnih kompetencija u kontekstu komunikacije adolescenata u srednjoj školi
- provesti ispitivanje roditelja i nastavnika o načinu komunikacije adolescenata u srednjim školama

##### **Istraživačka pitanja**

Ovim radom se odgovara na sljedeća istraživačka pitanja:

1. Koji su načini, oblici i stilovi komunikacije adolescenata?
2. Koliko suvremene tehnologije utječu na komunikaciju adolescenata?
3. Koliko su suvremene tehnologije pozitivne / negativne za dobru komunikaciju adolescenata?

## Izvori istraživanja

Budući da se su adolescenti maloljetne osobe, istraživanje će se radi lakše provedbe i etičnosti istraživanja provesti među roditeljima adolescentima i nastavnicima. Uzorkom je obuhvaćeno 85 nastavnika srednjih škola u Zagrebu i Varaždinu i roditelja adolescenata na području Zagreba i Zagrebačke županije te Varaždinske županije. Uzorkom su obuhvaćene osobe muškog i ženskog spola.

U istraživanju će se koristiti sljedeće metode:

- Anketa,
- Analiza lateralnih izvora,
- Elektroničko istraživanje.

Anketa je sastavljena u elektroničkom obliku putem Google alata za provedbu anketa. Sadržava 10 pitanja, od čega su dva pitanja biti sociografske i demografske karakteristike (dob, spol, odnos s adolescentom – roditelj, nastavnik), ostalih 8 pitanja vezana su za predmet istraživanja. Pitanja su zatvorenog tipa, likertova skala i model odabira. Istraživanjem za stolom istraženi su dosadašnji radovi koji se bave komunikacijom adolescenata kao što su: Markić, I. (2010). Socijalna komunikacija među učenicima, Spajić Vrkaš, V., Kukoč, M., Bašić, S. (2001), Obrazovanje za ljudska prava i demokraciju, Novosel, P. (1991), Komuniciranje, Kujundžić, N. (1986), Komunikacija kao temeljna metapedagoška kategorija, Brajša, P. (1993), Pedagoška komunikologija, Steinberg, L. (2002). Adolescence, Bjelić, J. (2010). Klikni za Nenasilje, Bhat, C. (2008). Cyberbullying implications for school counselors, guidance officers, and all school personnel, Hinduja, S., Patchin, J. W. (2008). Personal information of adolescents on the Internet: A quantitative content analysis of Myspace.

Također su elektroničkim putem istražene baze podataka stručnih i znanstvenih radova kako što su: Hrčak, baza podataka Hrvatske nacionalne knjižnice. Osim navedenih elektroničkih izvora, korišteni su i drugi elektronički izvori kao što su internetske stranice: Poliklinike za djecu i mladež u Zagrebu, Unicefa.

Podaci su obrađeni sljedećim metodama:

- Analičkom,
- Sintetičkom,
- Komparativnom,
- Deskriptivnom,
- Empirijskom,
- Inofrmatičkom.

Analičkom metodom su istražni i prikupljeni podaci iz raznih izvora.

Sintetičkom metodom su ujedinjeni prikupljeni elementi istraživanja u jednu cjelinu.

Komparativnom metodom su se usporedili razni rezultati istraživanja te rezultati dobiveni empirijskim istraživanjem i dosadašnjim istraživanjima. Deskriptivnom metodom su se opisale pojave komunikacije, načini komunikacije, tehnike i oblici komunikacije kod adolescenata. Empirijskom metodom se došlo do spoznaje na temelju empirijski prikupljenih podataka tj. istraživanja. Informatičkom metodom su prikazani rezultati empirijskog istraživanja.

### **Uzorak istraživanja**

Na namjernom uzorku od 85 ispitanika pri čemu je 15 ispitanika činilo nastavnike adolescenata u srednjoj školi, 38 ispitanika su bili roditelji adolescenata, a 32 ispitanika su bili i roditelj i nastavnik adolescenata. Uzorak je obuhvatio 39 muškaraca i 46 žena (tablica 1).

*Tablica 1. Obilježja uzorka istraživanja*

Ispitanik	
Nastavnik	15
Roditelj	38
Oboje	32
Spol	
Muško	39
Žensko	46

Izvor: obrada autorice

## Metode istraživanja

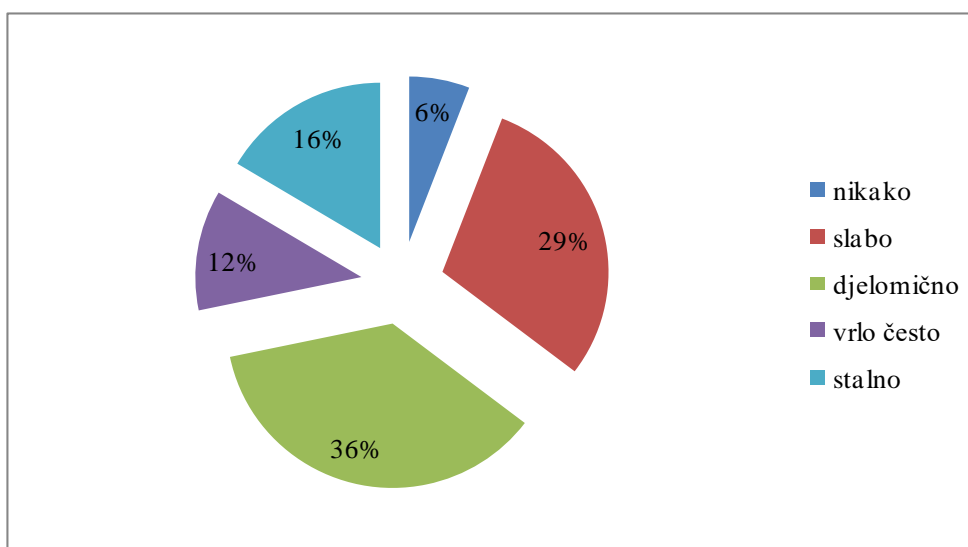
Istraživanje je provedeno putem anketnog upitnika koji je sadržavao 10 pitanja. Anketa je formirana u Google alatu za istraživanja te je putem e-maila, Facebooka, Whats app i Vibera poslana ispitanicima. Ispitanici su odabrani na temelju sljedećih karakteristika: nastavnik u srednjoj školi, stručni suradnik u srednjoj školi i savjetovalištu s adolescentima, roditelj adolescenta. Uzorak je stoga bio sačinjen od ispitanika koji su mogli kvalitetno i objektivno ispuniti anketu. Cilj istraživanja je bio utvrditi način, oblik i stil komunikacije kod adolescenata u srednjoj školi.

## Ograničenja istraživanja

Istraživanje bi dalo bolji rezultat da se je moglo provesti među adolescentima, no kako se radi o maloljetnicima, postoje stroga etička pravila o mogućnostima anketiranja maloljetnika u školi pri čemu je potrebno poštivanje Zakona o zaštiti podataka i europske direktive o zaštiti osobnih podatak te školske pravilnike o anketiranju učenika. Upravo iz tog razloga za istraživanje je odabran uzorak osoba koje su svakodnevno svjedoci komunikacije među adolescentima u srednjoj školi.

## 4.1. Prikaz rezultata istraživanja

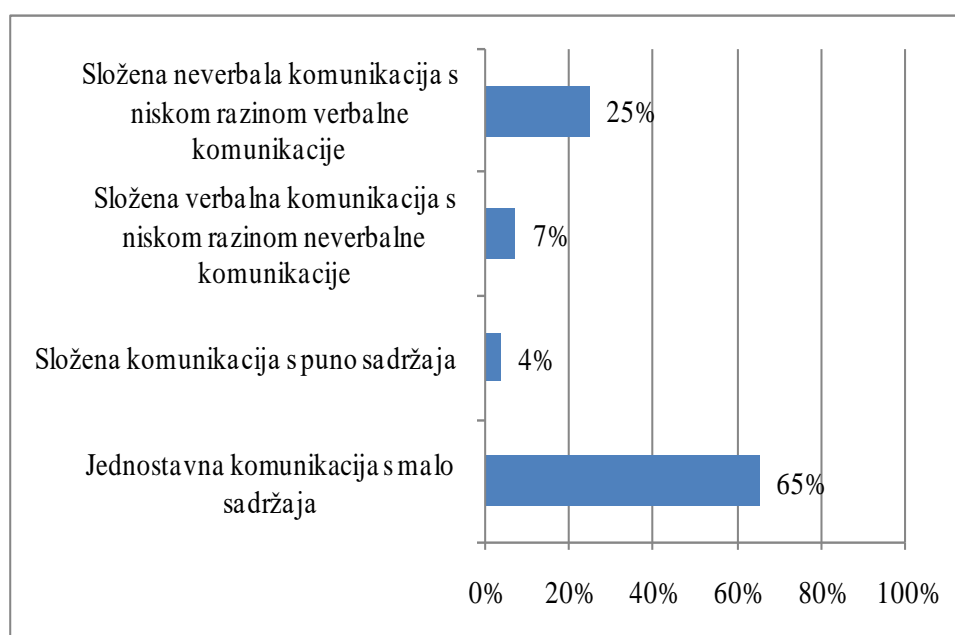
*Grafikon 1. Učestalost komunikacije adolescenata licem u lice*



Izvor: obrada autorice

Istraživanje je pokazalo da adolescenti vrlo slabo ili djelomično komuniciraju licem u lice. Suvremeni adolescenti često komuniciraju koristeći suvremene tehnologije pa čak i kada se nalaze u neposrednoj blizini. Petani, Tolić, (2008) ističu da adolescenti čak i u neposrednoj blizini koriste suvremene tehnologije kako bi podijelili misli i stavove. Veliki broj adolescenata sve više pokazuje razna obilježja društvenog isključivanja te na taj način sve teže i lošije razvijaju komunikacijske kompetencije. Markić, (2010) posebno zabrinjavajućim ističe nedostataka empatije te ne mogućnost razvoja kvalitetne neposredne komunikacije kod mladih. Korištenje društvenih mreža udaljava ih od stvarno svijeta i stvarnih prepreka u komunikaciji pri čemu se veliki broj adolescenata sve lošije verbalno izražava, a time često bivaju ne shvaćeni u društvu.

*Grafikon 2. Tip komunikacije koje adolescenti najviše koriste*



Izvor: obrada autorice

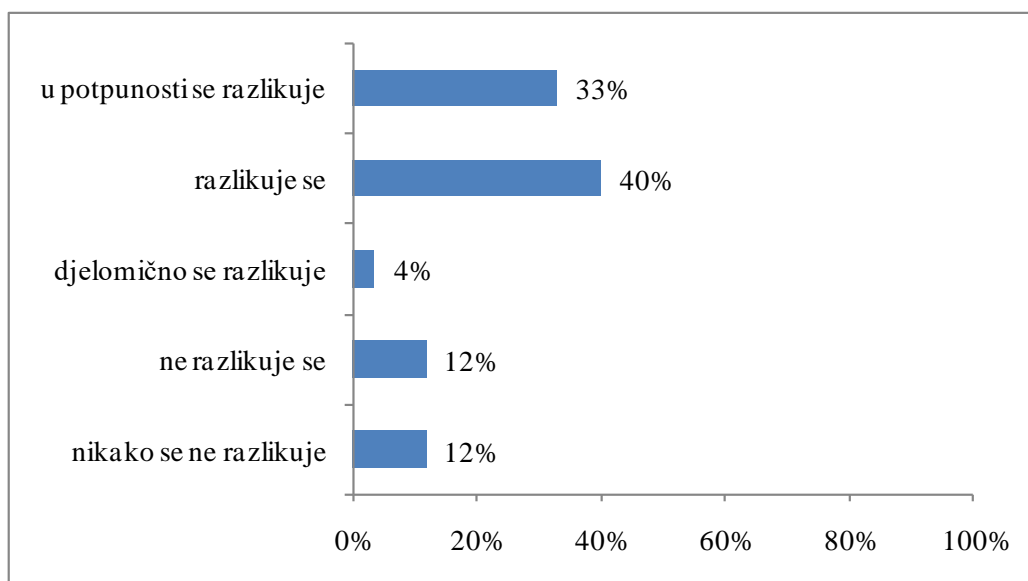
Upravo zbog korištenja suvremenih tehnologija koje ne trpe složene oblike komunikacije, duge razgovore ili pisma, sve veći broj adolescenata odabire jednostavne oblike komunikacije. Koristeći se vrlo suženim fontom riječi, pri čemu se i u pisanoj komunikaciji razmjena poruka više zasniva na slikovnim porukama npr. emoti (slikovne poruke), nego na dužim rečenicama. Car (2010) u svojem istraživanju ističe da suvremene on-line komunikacija kod adolescenata znatno utječe i na njihovu jezičnu razvijenost i pravopisnu kompetenciju.



Naime, on-line komunikacija još uvijek se smatra neformalnom komunikacijom, posebice ona putem mobilnih telefona na društvenim mrežama. Adolescenti u takvoj komunikaciji koriste jednostavne jezične izraze, zanemarujući jezična pravila i norme pravopisa. Samim time takav oblik komunikacije prenose i u formalne oblike komunikacije i izražavanje u školi što dodatno smanjuje njihovu komunikacijsku kompetentnost i mogućnost da na pravilan način izraze svoje misli. Ipak ovim istraživanjem je utvrđeno da se komunikacija adolescenata bito razlikuje među njihovim vršnjacima i kada komuniciraju s roditeljima i nastavnicima.

U grafikonu tri prikazani su stavovi ispitanika koji ukazuju da adolescenti drugačije komuniciraju ili se barem trude drugačije komunicirati kada su u društvu vršnjaka i kada su u društvu starijih osoba.

*Grafikon 3. Promjena stila i oblika komunikacije ovisno o sugovorniku*

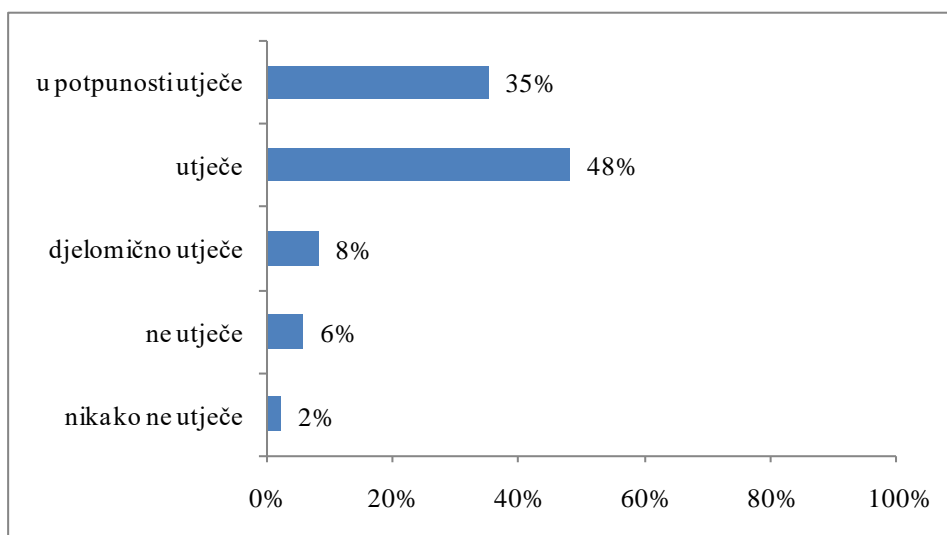


Izvor: obrada autorice

Iz grafikona tri se može zaključiti da adolescenti koriste drugačiji stil komunikacije kada komuniciraju sa osobama koje nisu njihova vršnjačka skupina. Markić, (2010) smatra da do takve promjene oblika i stila komunikacije dolazi zbog veće komunikacijske kompetentnosti druge grupe sugovornika. Nastavnici očekuju od adolescenata da komuniciraju s njima u skladu s jezičnim pravilima i normama. Dok roditelji primjenom autoritarnog stila komunikacije od adolescenata očekuju jasne poruke koje također slijede osnove kvalitetne komunikacije.

Nadalje istraživanje je pokazalo da komunikacijska kompetencija adolescenata utječe na njihovu sposobnost socijalizacije.

*Grafikon 4. Utjecaj komunikacijske kompetencije na socijalizaciju adolescenata*



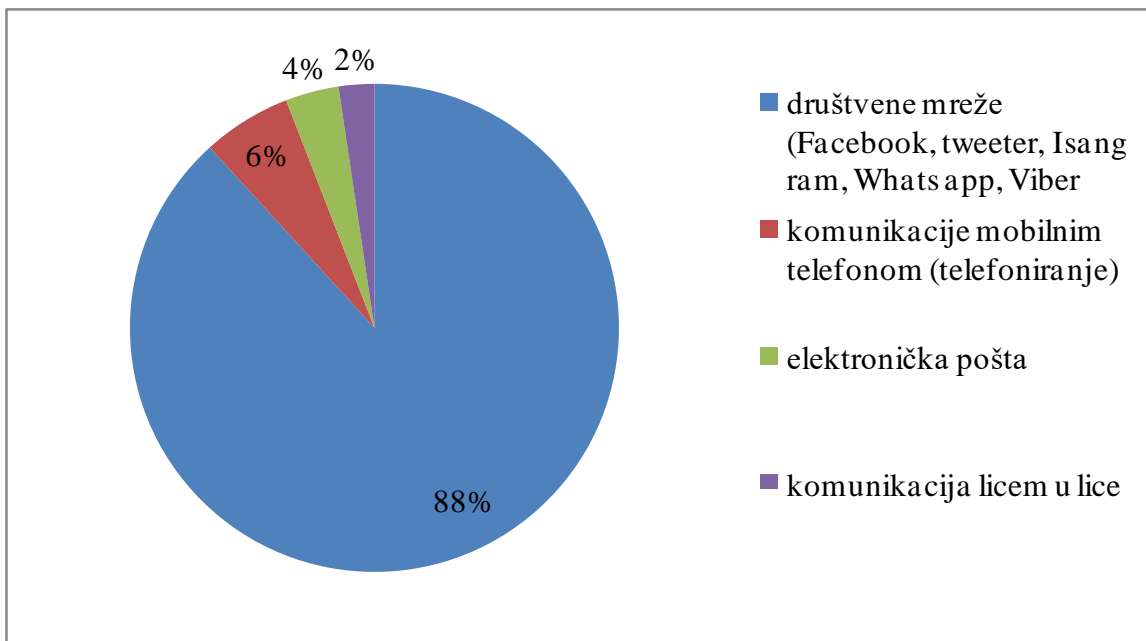
Izvor: obrada autorice

Istraživanje je pokazalo da komunikacijska kompetencija bitno utječe na socijalizaciju adolescenata. No, njihova komunikacijska kompetencija često se mjeri vrijednostima komunikacijske na društvenim mrežama. Kunić, Matić, Sindik, (2016) u svojem istraživanju ističu da korisnici društvenih mreža izgrađuju svoj virtualni identitet i započinju svojevrsnu Internet socijalizaciju. Mladima je rutinsko djelovanje svakodnevno provjeravanje informacije o aktivnostima koje su vezane uz njihove prijatelje i ostale poznanike s društvenih mreža i pri tome otvara im se mogućnost da eksperimentiraju s identitetom oblikujući neke njegove karakteristike prema trendovima iako to ne odgovara stvarnom stanju stvari. Nikodem, Kudek Mirošević, Bunjevac Nikodem (2015) ističu da je glavno obilježje svih društvenih mreža je zajednički interes koji drži grupe ljudi zajedno i samim time daje popularnost svim društvenim mrežama.

Korištenje Interneta kod djece i mladih djeluje na četiri područja utjecaja; fizičko zdravlje na kojem su ostavljene brojne posljedice uslijed prekomjernog korištenja internetskih usluga; pozitivan utjecaj u razvoju akademskih i kognitivnih vještina, ali i na negativan utjecaj u mogućnosti pojave depresije i nasilnog ponašanja; obrnutoj socijalizaciji gdje djeca roditelje uče medijskoj pismenosti što narušava roditeljski autoritet; percepcija stvarnosti koja se prvo javlja kao igra identiteta, a kasnije se više ne zna povući jasna crta razgraničenja između virtualnog i stvarnog svijeta.

Upravo ovo istraživanje je pokazalo da su društvene mreže „kanal“ koji adolescenti najviše koriste u interpersonalnoj komunikaciji (grafikon 5).

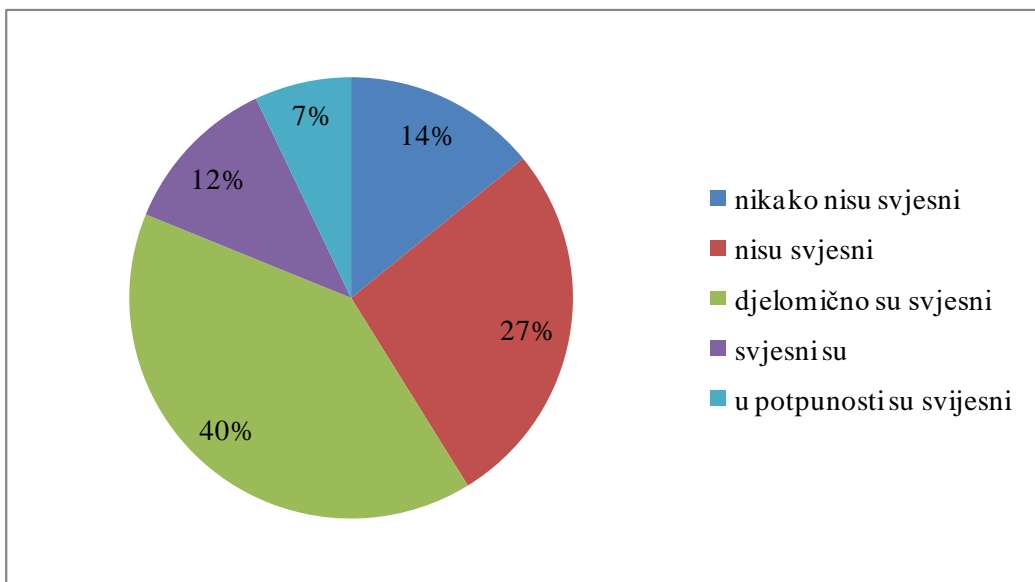
*Grafikon 5. Oblik interpersonalne komunikacije koji adolescenti najviše koriste*



Izvor: obrada autorice

Adolescenti kako bi međusobno komunicirali najviše koriste Facebook, Instagram, Whats app, Viber i slične društvene mreže te mobilne aplikacije. Već ranije u ovom radu prikazana su istraživanja Šmakić, (2016), Jovanovski (2012) koji ističu da su društvene mreže ključne za realizaciju svih oblika komunikacije adolescenata, a primarno kod interpersonalne komunikacije s vršnjacima te interesnim grupama. Iako su društvene mreže sveprisutne u komunikaciji adolescenata ovo istraživanje je pokazalo da su adolescenti djelomično svjesni zamki i opasnosti komunikacije na društvenim mrežama (grafikon 6).

*Grafikon 6. Razina svjesnosti adolescenata o negativnim posljedicama komunikacije na društvenim mrežama*



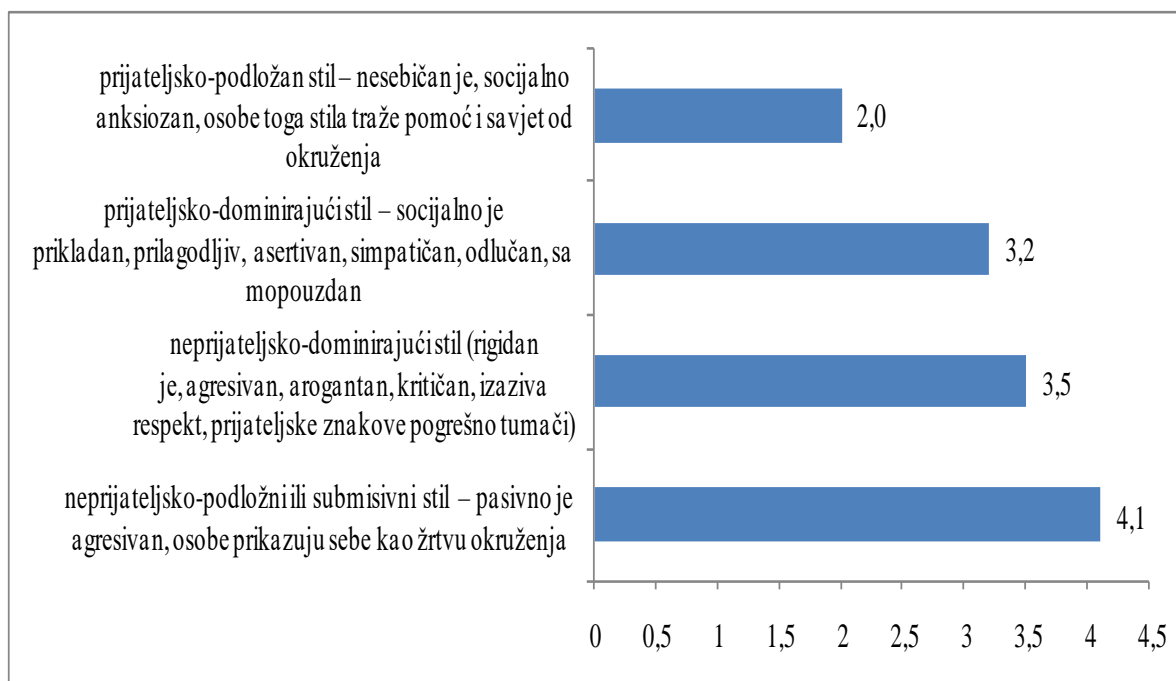
Izvor: obrada autorice

Kako prikazuju rezultati istraživanja, 40% ispitanika smatra da su adolescenti djelomično svjesni opasnosti komunikacije na društvenim mrežama, 27 % ispitanika smatra da nikako nisu svjesni. Takvu nisku razinu svjesnosti ograničenosti te opasnosti komunikacije na društvenim mrežama kod adolescenata dokazala brojna istraživanja. Najveća opasnost upravo dolazi o strane vršnjaka pri čemu se društvene mreže često koriste kao kanal komunikacije mržnje.

Istraživanja Matzeka (2010) pokazalo je da su djevojke (58%) češće žrtve elektroničkog zlostavljanja u odnosu na mladiće (42%), za razliku od drugih istraživanja poput istraživanja Kowalskog i Gibaka (2007) gdje su mladići (50%) identificirani kao zlostavljači u usporedbi s djevojkama (35%) što potvrđuje ovo istraživanje. Takvi rezultati definitivno ukazuju da se mlade mora odgajati kako bi kvalitetno i kompetentno komunicirali putem suvremenih medija, ali i da se znaju obraniti od neželjenih oblika komunikacije koji mogu bitno utjecati na psihofizičko zdravlje adolescenata.

U grafikonu 7 prikazan je stil komunikacije koji su ispitanici najviše zamijetili kod suvremenih adolescenata.

*Grafikon 7. Najviše korišten stil komunikacije u adolescenata*



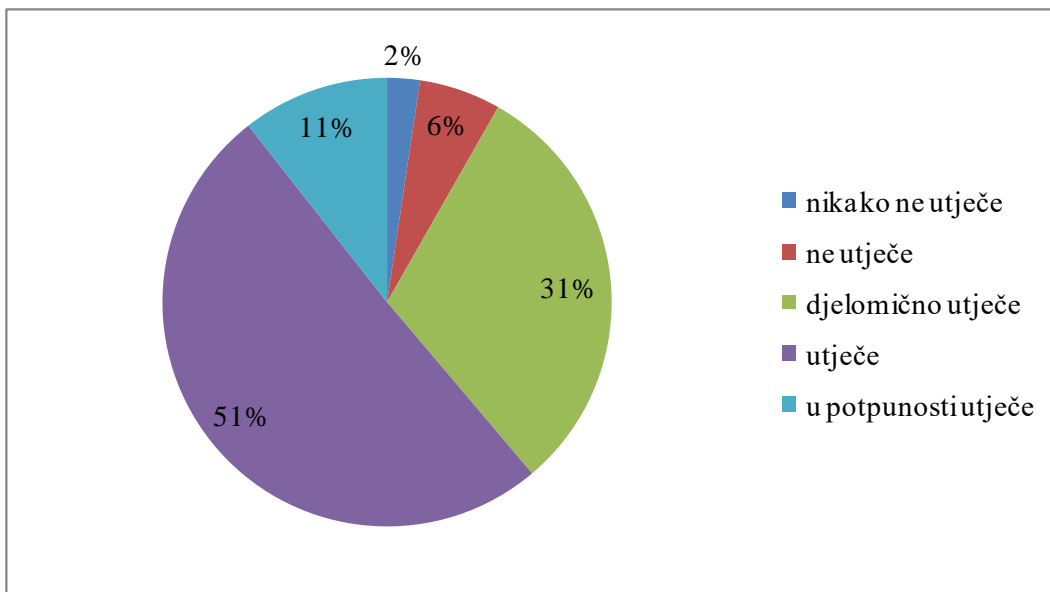
Izvor: obrada autorice

Kako se vidi iz grafikona 7 ispitanici su najvišu ocjenu 4,1 dali neprijateljsko-podložnom stilu komunikacije kod adolescenata, a potom neprijateljsko- dominantom stilu. Markić (2010)u svojem istraživanju ističe da se unutar socijalnog okruženja izvan škole, učenici, odnosno mladi, koriste određene stilove, načine i oblike komuniciranja, karakteristične za njih kao individue ili za određene skupine s kojima se identificiraju, kao način samoodređivanja.

Njihovo ponašanje, interakcija s drugima te komunikacija služe kao temelj za razvoj socijalne kompetentnosti, a s time i socijalne prihvaćenosti. Osim toga, u službi su razvoja samopoštovanja kao proizvoda toga procesa. Oblici, načini i stilovi komuniciranja, kao i interakcija s drugima, ogleda se u njihovu ponašanju, kao što se i njihov status ogleda unutar socijalnog okruženja u kojemu se nalaze. Stoga ako su adolescenti okruženi negativnim komunikacijskim okruženjem vrlo vjerojatno će odabirati takav stil komunikacije.

Na kraju istraživanja željelo se utvrditi koliko spol ima utjecaj na odabir načina i stila komunikacije kod adolescenata (grafikon 8).

*Grafikon 8. Utjecaj spola na odabir stila i načina komunikacije*



Izvor: obrada autorice

Kako se vidi iz prikaza grafikona 8, 51% ispitanika složilo se da spol utječe na odabir komunikacije, dok 31% smatra da spol ima djelomični utjecaj. No, spol svakako utječe na način i stil komunikacije adolescenata i to su pokazala istraživanja: Markić (2010), Smith (2006), Kowalski i Gibaka (2007).

Markić (2010) ističe da razlike u načinu, stilu i sadržaju komunikacije postoje i između učenika i učenica. No, njihovo je shvaćanje komunikacije vrlo slično.

Učenici i učenice komunikaciju vide kao proces u kojemu se odvija interakcija ili razmjena informacija između pošiljatelja poruke i njezina primatelja. Komunikacijski čin definiraju kao socijalni odnos. Donekle komunikaciju shvaćaju i kao proces upoznavanja i stvaranja prijateljstva, razgovaranja o problemima i davanja savjeta te zabavljanja kroz razgovor. Osim toga, pod pojmom komunikacije više misle na komuniciranje licem u lice negoli na komunikaciju posredstvom informacijsko-komunikacijske tehnologije. Smith (2006) ističe da djevojčice nerijetko upravo društvene mreže koriste kako bi izolirale druge djevojčice iz komunikacije dok dječaci koriste suvremene tehnologije za bržu integraciju.

Kowalski i Gibaka (2007) ističu da dječaci kod odabira stila komunikacije odabiru više društvene mreže i mobilne aplikacije putem koji razmjenjuju pisane poruke, dok su djevojčice više sklonije verbalnoj komunikaciji.

Na kraju se može zaključiti da suvremeni adolescenti svoju komunikaciju temelje na suvremenim medijima i tehnologijama. Jezično su poprilično ne kompetentni što je i razlog odabira jednostavnijih oblika komunikacije i izražavanja. Ipak nastoje prilagoditi svoju komunikaciju sugovorniku pa drugačije komuniciraju u društvu starijih osoba. Na kraju dokazano da postoji razlika o načinu komuniciranja dječaka i djevojčica.

## 5. ZAKLJUČAK

Suvremeni adolescenti u svojoj komunikaciji često koriste suvremene tehnologije pri čemu značajno gube temeljne karakteristike kvalitetne komunikacije. Komunikacijom putem poruka gube se socijalne vještine te postaje upitno i jezično izražavanje djece. Jezična sposobnost djece se svodi na jednostavne naloge, upotrebu i što kraću konverzaciju, što se tiče ekspresivnog dijela komunikacije. Bitna je i komponenta neverbalne komunikacije koja izostaje u ovakvim situacijama. Komunikacija se svodi ne samo na verbalnu ekspresiju, nego i na mnoge neverbalne komponente koje nam pomažu da upoznamo nekoga koliko je moguće u cjelini. Suvremeni adolescenti svoju komunikaciju temelje na suvremenim medijima i tehnologijama. Jezično su poprilično ne kompetentni što je i razlog odabira jednostavnijih oblika komunikacije i izražavanja. Ipak nastoje prilagoditi svoju komunikaciju sugovorniku pa drugačije komuniciraju u društvu starijih osoba. Na kraju dokazano da postoji razlika o načinu komuniciranja dječaka i djevojčica. No, kako bi se stvarno utvrdile komunikacijske sposobnosti adolescenata i stil komunikacije adolescenata na početku istraživačkog rada postavljena su **istraživačka pitanja na koja je odgovoreno ovim radom:**

### *1. Koji su načini, oblici i stilovi komunikacije adolescenata?*

Adolescenti kako bi međusobno komunicirali najviše koriste Facebook, Instagram, Whats app, Viber i slične društvene mreže te mobilne aplikacije. Nadalje adolescenti unutar socijalnog okruženja izvan škole, koriste određene stilove, načine i oblike komuniciranja, karakteristične za njih kao individue ili za određene skupine s kojima se identificiraju, kao način samoodređivanja. Njihovo ponašanje, interakcija s drugima te komunikacija služe kao temelj za razvoj socijalne kompetentnosti, a s time i socijalne prihvaćenosti. Osim toga, u službi su razvoja samopoštovanja kao proizvoda toga procesa. Oblici, načini i stilovi komuniciranja, kao i interakcija s drugima, ogleda se u njihovu ponašanju, kao što se i njihov status ogleda unutar socijalnog okruženja u kojemu se nalaze. Stoga ako su adolescenti okruženi negativnim komunikacijskim okruženjem vrlo vjerojatno će odabirati takav stil komunikacije.



## ***2. Koliko suvremene tehnologije utječu na komunikaciju adolescenata?***

Istraživanjem je utvrđeno da adolescenti kao korisnici društvenih mreža izgrađuju svoj virtualni identitet i započinju svojevrsnu Internet socijalizaciju. Mladima je rutinsko djelovanje svakodnevno provjeravanje informacije o aktivnostima koje su vezane uz njihove prijatelje i ostale poznanike s društvenih mreža i pri tome otvara im se mogućnost da eksperimentiraju s identitetom oblikujući neke njegove karakteristike prema trendovima iako to ne odgovara stvarnom stanju stvari. Glavno obilježje svih društvenih mreža je zajednički interes koji drži grupe ljudi zajedno i samim time daje popularnost svim društvenim mrežama. Korištenje Interneta kod djece i mladih djeluje na četiri područja utjecaja; fizičko zdravlje na kojem su ostavljene brojne posljedice uslijed prekomjernog korištenja internetskih usluga; pozitivan utjecaj u razvoju akademskih i kognitivnih vještina, ali i na negativan utjecaj u mogućnosti pojave depresije i nasilnog ponašanja; obrnutoj socijalizaciji gdje djeca roditelje uče medijskoj pismenosti što narušava roditeljski autoritet; percepcija stvarnosti koja se prvo javlja kao igra identiteta, a kasnije se više ne zna povući jasna crta razgraničenja između virtualnog i stvarnog svijeta.

## ***3. Koliko su suvremene tehnologije pozitivne / negativne za dobru komunikaciju adolescenata?***

Kako prikazuju rezultati ovog istraživanja, 40% ispitanika smatra da su adolescenti djelomično svjesni opasnosti komunikacije na društvenim mrežama, 27 % ispitanika smatra da nikako nisu svjesni. Takvu nisku razinu svjesnosti ograničenosti te opasnosti komunikacije na društvenim mrežama kod adolescenata dokazala brojna istraživanja. Najveća opasnost upravo dolazi o strane vršnjaka pri čemu se društvene mreže često koriste kao kanal komunikacije mržnje. Istraživanja Matzeka (2010) pokazalo je da su djevojke (58%) češće žrtve elektroničkog zlostavljanja u odnosu na mladiće (42%), za razliku od drugih istraživanja poput istraživanja Kowalskog i Gibaka (2007) gdje su mladići (50%) identificirani kao zlostavljači u usporedbi s djevojkama (35%) što potvrđuje ovo istraživanje. Takvi rezultati definitivno ukazuju da se mlade mora odgajati kako bi kvalitetno i kompetentno komunicirali putem suvremenih medija, ali i da se znaju obraniti od neželjenih oblika komunikacije koji mogu bitno utjecati na psihofizičko zdravlje adolescenata.

Razvoj komunikacijske kompetentnosti kod adolescenata u svakom slučaju je briga cijelog društva. Ovo istraživanje je pokazalo da se stil i način komunikacije adolescenata kreira upravo pod utjecajem referentnih grupa od čega veliku ulogu imaju obitelj i odgojno-obrazovne institucije, utjecaj medija je nedvojbeno važan u razvoju komunikacijskog stila adolescenata. Upravo spomenute referente skupine moraju biti prve i imati na umu da one svojim načinima komunikacije i komunikacijskom kompetencijom oblikuju stil komuniciranja adolescenata, a time i budućih članova referentnih skupina u društvu.

U Varaždinu, 11.03.2019.

## LITERATURA

1. Ajduković, M., Hudina, B. (1996), Značaj učinkovite komunikacije u radu pomagača. U: Pregrad, J. (ur.), Stres, trauma, oporavak. Zagreb: Društvo za psihološku pomoć, str. 7–26
2. Bjelić, J. (2010). Klikni za NE nasilje. Zagreb. Ambidekster klub
3. Brajša, P. (1991). Komunikacija u obitelji. Socijalna psihijatrija, 19: 161-168
4. Bulat, L. R. (2009). Relationship of female adolescents' sexual behaviour with their self-concept and communication with parents. In II. hrvatski kongres primjenjene psihologije- Zaštita zdravlja djece i mladih.
5. Car, S. (2010). On-line communication and pupils' social relationships. Pedagogijska istraživanja, 7(2), 289-289.
6. Fortman, J. (2003), Adolescent Language And Communication From An Intergroup Perspective. Journal of Language and Social Psychology.
7. Gregorović, Z. (2013). Communication testing in relations adolescent-parents-perception of adolescent (Doctoral dissertation, Filozofski fakultet, Sveučilište u Rijeci).
8. Hart, S.; Kindler Hodson, V., (2006). Respectful Parents, Respectful Kids: 7 Keys to Turn Family Conflict into Cooperation. Puddledancer Press. P. 208. ISBN 1-892005-22-0.
9. Hinduja, S., Patchin, J. W. (2008). Personal information of adolescents on the Internet: A quantitative content analysis of Myspace. Journal of Adolescence. 31 (1), 125-146.
10. Jovanovski, V. (2012). Razvoj poduzetničkih vještina i karijere Generacije y. *Učenje za poduzetništvo*, 2(1), 121-128.
11. Kowalski, M. R., Limber, P. S., Agatson, W. P. (2008). Cyberbullying: Bullying in the digital age. MA: Blackwell Publishing. Malden.
12. Kesić, T., Rajh, S. P., Vlašić, G. (2006). The Influence of Cognitive and Affective Factors on Consumers Willingness to Buy Foreign Products (The Case of Croatia). In *Cultural Perspectives in Marketing Conference*.
13. Kunić, I., Matić, M. V., Sindik, J. (2016). Društvene mreže i zdravlje. *Hrvatski časopis za javno zdravstvo*, 12(47), 110-114.
14. Kuzman, M. (2009). Adolescencija, adolescenti i zaštita zdravlja. *Medicus*, 18(2\_Adolescencija), 155-172.
15. Lacković - Grgin, K. (2006). Psihologija adolescencije. Jastrebarsko: Naklada Slap. Zadar.

16. Livazović, G. (2009). Teorijsko - metodološke značajke utjecaja medija na adolescente. *Život i škola*, 21 (57), 108-115.
17. Markić, I. (2010). Socijalna komunikacija među učenicima. *Pedagoški istraživanja*, 7 (2), 307-315.
18. Miles, J. (2014). *YouTube marketing power: how to use video to find more prospects, launch your products, and reach a massive audience*. McGraw-Hill.
19. Nikodem, K., Kudek Mirošević, J., Bunjevac Nikodem, S (2015). Internet i svakodnevne obaveze djeve, Analiza povezanosti korištenja interneta i svakodnevnih obaveza zagrebačkih osnovnoškolaca. *Socijalna ekologija*, 23 (3) 1-25
20. Novak, K. (2017). Adolescenti i mediji: povjerenje s rezervom?. *Bogoslovska smotra*, 87(1), 79-97.
21. Novosel, P. (1991), Komuniciranje. U: Kolesarić, V., Krizmanić, M., Petz, B. (ur.), *Uvod u psihologiju*. Zagreb: Grafički zavod, str. 305–333.
22. Petani, R., Tolić, M. (2008). Utjecaj medijskog nasilja na adolescente i obitelj. *Acta Iadertina*, 5(1).
23. Reardon, K. K. (1998), *Interpersonalna komunikacija – gdje se misli susreću*. Zagreb: Alinea.
24. Spajić Vrkaš, V., Kukoč, M., Bašić, S. (2001), *Obrazovanje za ljudska prava i demokraciju: Interdisciplinarni rječnik*. Zagreb: Hrvatsko povjerenstvo za UNESCO i Projekt „Obrazovanje za mir i ljudska prava za hrvatske osnovne škole”.
25. Šegregur, D., Kuhar, V., Paradžik, P. (2014). Utjecaj masmedija na život adolescenata. *Media, culture and public relations*, 5(1), 81-86.
26. Šmakić, K. (2016). Društvene mreže i mladi: utjecaj opcije „like “na kreativno ponašanje mladih. *In medias res: časopis filozofije medija*, 5(9), 1333-1338.
27. Stelzner, M. (2014). 2014 Social Media Marketing Industry Report. *Social media examiner*, 1-52.
28. UNESCO's (2013). *Programme of Action, Culture of Peace and Non-Violence: A vision in action*, 2013, UNESCO 2013, Paris, France
29. Vejmelka, L., Strabić, N., Jazvo, M. (2017). Online aktivnosti i rizična ponašanja adolescenata u virtualnom okruženju. *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*, 26(1), 59-78.

## POPIS TABLICA I GRAFIKONA

Tablica 1 Obilježja uzorka istraživanja .....	29
Grafikon 1. Učestalost komunikacije adolescenata licem u lice .....	30
Grafikon 2. Tip komunikacije koje adolescenti najviše koriste .....	31
Grafikon 3. Razlika komunikacije adolescenata s vršnjacima te roditeljima i nastavnicima .....	<b>Pogreška! Knjižna oznaka nije definirana.</b>
Grafikon 4. Utjecaj komunikacijske kompetencije na socijalizaciju adolescenata.....	33
Grafikon 5. Oblik interpersonalne komunikacije koji adolescenti najviše koriste.....	34
Grafikon 6. Razina svjesnosti adolescenata o negativnim posljedicama komunikacije na društvenim mrežama .....	35
Grafikon 7. Najviše korišten stil komunikacije u adolescenata .....	36
Grafikon 8. Utjecaj spola na odabir stila i načina komunikacije.....	37