

Neverbalna komunikacija u javnom nastupu

Pizek Meštrić, Nataša

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:147598>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN**



DIPLOMSKI RAD br. 24/OJ/2016

**NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U
JAVNOM NASTUPU**

Nataša Pizek Meštrić

Varaždin, 2016.

SVEUČILIŠTE SJEVER
SVEUČILIŠNI CENTAR VARAŽDIN
Studij: ODNOSI S JAVNOSTIMA



DIPLOMSKI RAD br. 24/OJ/2016

**NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U
JAVNOM NASTUPU**

Student:
Nataša Pizek Meštrić, 0187/336 D.

Mentor:
doc.dr.sc. Anita Jeličić

Varaždin, 2016.

Zahvala

Zahvaljujem mentorici doc.dr.sc. Aniti Jeličić na predloženoj temi, stručnoj pomoći i savjetima tijekom izrade diplomskog rada.

Veliko hvala mom suprugu Miroslavu i sinu Arthuru koji su mi dali hrabrosti, snage i vjerovali da ja to mogu.

Najveća zahvala ide mojim roditeljima, Gordani i Damiru, koji su velikim odricanjima omogućili moje školovanje, podupirali me i poticali moju želju da završim studij. Hvala baki Mandici i djedu Zvonimiru na podršci tijekom cijelog mog školovanja.

Također, hvala svim kolegama, a posebno kolegi Aljoši Koščaku koji me usmjerio na ovaj put, te kolegici Dori Lapaine koja je pružila nesebičnu pomoć tijekom cijelog studija.

Hvala svima ostalima na pomoći tijekom završetka studija i izrade ovog rada.

Nataša

Prijava teme diplomskoga rada

studenta iv. semestra diplomskog studija
Odnosa s javnostima

BROJ: 24/OJ/2016

BROJ:

(upisuje studentska referada)

...

IME I PREZIME STUDENTA NATAŠA PIZEK MEŠTRIĆ
MATIČNI BROJ 0187/336D
NASLOV IZABRANE TEME DIPLOMSKOGA RADA NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U JAVNOM NASTUPU

KOLEGIJ IZ KOJEG JE IZABRANA TEMA DIPLOMSKOGA RADA TEHNIKE ODNOSA S JAVNOSTIMA

MENTOR doc.dr.sc. Anita Jeličić SUMENTOR

U VARAŽDINU, DANA 15.01.2016.

POTPIS MENTORA POTPIS STUDENTA POTPIS SUMENTORA





IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

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

Ja, NATASA PIZEK MESTIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U JAVNOM NASTUPU (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

Natasa Pizek Mestić

(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, NATASA PIZEK MESTIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U JAVNOM NASTUPU (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:

(upisati ime i prezime)

Natasa Pizek Mestić

(vlastoručni potpis)

SAŽETAK

Svrha i cilj ovog rada bilo je upoznati budućeg govornika kako uspješno i kvalitetno prezentirati sebe ili organizaciju koju predstavlja.

Za kvalitetan javni nastup, govornik bi trebao znati kako se dobro prezentirati, kako što jednostavnije prenositi informacije, kako motivirati slušatelje ili pak probuditi emocije. Najvažnije je da poruka koju prenosi bude jasna i učinkovita, te da prevlada strah kako bi ta poruka djelovala uvjerljivo i utjecajno.

Svaki govornik treba različita znanja, vještine i sposobnosti, a za dojmljiv nastup potrebno je sve to pretvoriti u jednu jasnu i zanimljivu priču. Sposobnost razumijevanja publike, prilagođavanje izlaganja interesima slušatelja, dobra organizacija sadržaja i komunikacijske kompetencije dat će javnom nastupu profesionalni izgled i ostaviti dugotrajan pozitivan učinak na slušatelje.

Važno je da se poštuju tri glave faze javnog nastupa. U prvoj fazi, fazi pripreme govora, ključno je izaberati glavnu poruku koju želite prenesti svojim govorom, upoznati publiku, izbacite iz glave negativne misli, istražiti temu govora, koristiti priče, metafore i šale, te zapisati govor na papir. Druga faza je faza vježbanja govora. Iako se mnogima čini nepotrebna, ovo je faza gdje govornik može ispraviti sve mane govora; može poraditi na glasu (tonu, tempu, glasnoći), izgovoru, govoru tijela, stavu, držanju tijela, izrazu lica, gestama i ostalim neverbalnim i verbalnim znakovima. Treća faza jest držanje govora. Ovdje bi govornik trebao misliti o držanju i govoru tijela, trebao bi koristiti rekvizite (brošure, fotografije ili grafikone koje može dati publici...), voditi računa o pogledu, mijenjati tonalitet glasa, ne zaboraviti pauze, te završiti govor kratkim i upečatljivim izlaganjem glavne ideje, osmijehom i jednostavnim „hvala“.

Ključne riječi: Neverbalna komunikacija, neverbalni znakovi, javni nastup, neverbalna komunikacija u javnom nastupu

SUMMARY

The purpose and objective of this study was to meet future public speakers how to successfully and quality present himself or the organization he represents in public appearance.

For quality public appearance, the speaker would need to know how well presented himself, tell easily understandable information, how to motivate public, or wake up the emotions. The most important thing in is that the message conveyed is clear, effective, convincing and influential.

Each speaker should have different knowledge, skills, abilities, and for the impressive performance it is necessary all that convert in a clear and interesting story. Ability to understand the audience, adjusting exposure to interest the listener, good organization of content and communicative competence will give a public performance a professional look and leave a long-lasting positive effect on the listeners.

It is important to respect the three main phase of public appearances. The first phase, the phase of preparation of speech, it is important to select the key of the main message you want tell the audience, get out of your head a negative thoughts, to explore the topic of speech, use stories, metaphors and jokes, and write a speech on paper. The second phase is the phase of the exercise of speech. Although it seems unnecessary, this is the stage where the speaker can correct all defects of speech; can work on voice (tone, tempo, and volume), pronunciation, body language, stance, posture, facial expressions, gestures and other nonverbal and verbal signs. The third phase is making speeches. Here the speaker should think about posture and body language, should use props (brochures, pictures or graphs which can give the audience...), take control of view, change the tonality of voice, do not forget the break, and finish the speech short and striking presentation main ideas, a smile and a simple "thank you".

Key words: Non-verbal communication, non-verbal signs, public speaking, nonverbal communication in public speaking

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA.....	2
2.1. KANALI NEVERBALNE KOMUNIKACIJE.....	3
2.1.1. Geste i držanje tijela	3
2.1.2. Gledanje	4
2.1.3. Glasovno ponašanje	4
2.1.4. Izraz lica.....	5
2.1.5. Parajezik.....	5
3. JAVNI NASTUP	7
3.1 VRSTE GOVORA	8
3.1.1 Govori s ciljem informiranja.....	8
3.1.2 Govori uvjeravanja i govori u posebnim prilikama	9
4. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U JAVNOM NASTUPU.....	10
4.1 PARALINGVISTIČKI NEVERBALNI ZNAKOVI.....	11
4.1.1 Glas	11
4.1.2 Glasnoća.....	12
4.1.3 Ton glasa.....	12
4.1.4 Tempo	13
4.1.5 Stanke.....	13
4.1.6 Izgovor	14
4.1.7 Artikulacija	14
4.1.8 Dijalekt.....	14
4.2 EKSTRALINGVISTIČKI NEVERBALNI ZNAKOVI.....	15
4.2.1 Govor tijela	16
4.2.2 Osobni izgled	16
4.2.3 Pokreti tijela.....	16
4.2.4 Geste	17
4.2.5 Kontakt očima.....	18
4.2.6 Izraz lica.....	19
5. ISTRAŽIVANJE NEVERBALNE KOMUNIKACIJE U JAVNOM NASTUPU NA PRIMJERU MERYL STREEP I ROBINA WILLIAMSA	20

5.1	PREDMET I CILJ ISTRAŽIVANJA	20
5.2	ISTRAŽIVAČKA PITANJA:	21
5.3	METODE I INSTRUMENTI PRIKUPLJANJA PODATAKA:	21
5.4	VARIJABLE ISTRAŽIVANJA.....	21
5.5	UZORAK, VELIČINA UZORKA, MJESTO I VRIJEME PROVOĐENJA ISPITIVANJA	22
5.6	HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA	22
6.	PREGLED REZULTATA ISTRAŽIVANJA	23
7.	PREGLED I ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE U JAVNOM NASTUPU NA PRIMJERU MERYL STREEP I ROBINA WILLIAMSA	25
7.1	Usporedba video isječaka.....	26
8.	HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA - rezultati	30
9.	ZAKLJUČAK.....	31
10.	LITERATURA	32
	POPIS GRAFOVA	33

1. UVOD

Početak ovog rada temelji se upravo na početku svega – komunikaciji. Bez komunikacije svijetom bi vladao kaos. Komunikacija postoji između svih živih bića na svijetu, i svaka vrsta ima svoju komunikaciju, svoj način na koji kontaktira sa svijetom. Ljudi najveći dio svog vremena provode u komunikaciji s drugim.

Neverbalna komunikacija je jedan segment komunikacije koji koriste apsolutno svi. I životinje i ljudi. To je također i skrivena komunikacija koja nam ponekad govori više nego sama verbalna komunikacija i koja otkriva skrivene agende svakog od nas, čak i kad nam jezik i glas saopćavaju nešto sasvim drugo.

Gotovo svima se u životu javi potreba za javnim nastupom. Javni nastup je vještina koja se stječe kroz djelovanje te postaje moćno oružje onima koji je savladaju, a zasigurno jamči uspjeh na mnogim područjima. Razvijena vještina javnog govora stvara konkurentsku prednost u nebrojeno situacija; dobivanje posla, pridobivanje klijenata, poslovnih partnera, u politici birača, itd. Javni nastup i ostale komunikacijske vještine najtraženija su odlika menadžera i to ne samo u području marketinga ili odnosa s javnostima, već i u drugim područjima, od financija do pogonskih inženjera i liječnika. Svi se oni kad tad nađu u situaciji kada se na temelju njihovog javnog govora donose poslovne odluke, koje mogu biti izuzetno važne, ili pak presudne u karijeri.

Ne postoji rođeni govornik, dobar govornik postaje se ulaganjem enormne količine vremena i truda.

“Najvažniji dio komunikacije je ono što nije izrečeno.” – Peter F. Drucker

2. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Neverbalna komunikacija je interpersonalan proces slanja i primanja informacija, namjerno ili nenamjerno, bez korištenja pisma ili govora. Neverbalni signali imaju važnu ulogu u komunikaciji jer mogu učvrstiti verbalnu poruku (kada su signali neverbalne komunikacije u skladu s izrečenim), oslabiti je (kada neverbalni signali nisu u skladu s izrečenim) ili u potpunosti zamijeniti riječi.

Neverbalnom komunikacijom nadopunjava se govor te otkriva slušateljima više od izgovorenih riječi, posebno u situacijama u kojima oni žele prepoznati pravo stajalište o situaciji. U svakodnevnoj komunikaciji 10% poruka šaljemo usmeno, govorom, a ostalih 90% šaljemo govorom tijela, tonom glasa, promjenama na boji kože i sl. Osobe koje su uspješne u komunikaciji obično uspjeh zahvaljuju tome što znaju pročitati druge. Svaki čovjek podsvjesno čita govor tijela osobe s kojom komunicira.

Način kojim ljudi komuniciraju bez riječi, bilo namjerno ili nenamjerno. Neverbalno ponašanje se koristi za: izražavanje emocija, pokazivanje stavova, odražavanje osobina ličnosti i poticanje ili mijenjanje verbalne komunikacije. Obuhvaća elemente kao što su izraz lica, pogled, geste, odjeća i vanjski izgled, razdaljina između sugovornicima i ton glasa.¹

Što je više osjetila uključeno u komunikaciju, to će ona imati veći utjecaj.

¹ Bovee, Courtland L. i Thill, John V.: Suvremena poslovna komunikacija, Zagreb, Mate d.o.o., 2012., str.53.

2.1. KANALI NEVERBALNE KOMUNIKACIJE

Neverbalna komunikacija odvija se neverbalnim kanalima ili znakovima koji služe za prenošenje poruke iz izvora neverbalne komunikacije. Neverbalna komunikacija izuzetno je snažna. Neverbalni dijelovi poruke mogu biti važniji od značenja izgovorenih riječi. Neverbalna znakovi mogu se podijeliti na tri komponente:

- Verbalnu – odnosi se na same riječi
- Zvučnu – odnosi se na ton u kojem su riječi izgovorene
- Izražajnu – odnosi se na izraz lica ili govor tijela koji prati riječi

Utjecaj neverbalnih elemenata može biti toliko jak da primatelj može vjerovati u poruku koju odašilju neverbalni znakovi, a ne doista izgovorene riječi.²

2.1.1. Geste i držanje tijela

Gesta označava u smislu komunikacije pokrete rukama i glavom ili drugih dijelova tijela kojim se popraća govor, izražava neki misao, ili osjećaj. Pokreti geste uključuju neverbalnu komunikaciju, od kojih se brojne rabe svakodnevno.

Geste rukama usklađene su s govorom i predstavljaju važnu dopunu emocionalnim izrazima lica. One su toliko integralan dio našeg verbalnog iznošenja da ponekad gestikuliramo čak i kad razgovaramo s nekim, telefonom. Neovisno o razlikama između grupa i razlikama između pojedinaca, postoje varijacije u učestalosti gestikuliranja, od prilike do prilike, kod istog pojedinca.

Mnoge geste imaju specifično i namjerno značenje kao primjerice mahanje rukom, dok drugi tipovi tjelesnih kretnji su nenamjerni i odašilju općenitije poruke. Pogrbljenost, naginjanje naprijed, vrpoljenje i živahno hodanje neki su od nesvjesnih signala koji otkrivaju hoćete li se osjećate li se samouvjereni ili nervozni, prijateljski ili neprijateljski, agresivno ili pasivno, moćno ili bespomoćno.

² Rouse, Michael J. i Rouse Sandra: Poslovne komunikacije, Zagreb, Masmedia, 2005. str.47.

Neki pojedinci ostavljaju jak dojam. Djelomično se to može pripisati fizičkom izgledu i odjeći, no dijelom je to svakako zasluga držanja tijela i pokreta.

Držanje tijela dobar je pokazatelj da li je osoba napeta ili opuštena.

2.1.2. Gledanje

Kontakt očima smatra se najvažnije sredstvo komunikacije u mnogim životnim situacijama. Važan je u bilo kakvoj komunikaciji, a se događa kad ljudi gledaju jedno drugo u područje očiju. Oči mogu odašiljati poruke, ali mogu ih i primati. Oči bi svim slušateljima trebale signalizirati da ih vidimo, tako se uspostavlja veza između govornika i slušatelja.

Razdoblja kontakta očima obično su vrlo kratka. Kad su produžena, ili kad jedna od osoba počne buljiti u drugu, može doći do pojave tjeskobe i to se može protumačiti kao prijetnja. Izbjegavanje pogleda i gledanja u oči povezuje se s nepostojanim ponašanjem, što navodi na prepredenost, pa čak i na nepoštenje. Ta se gesta može smatrati neprijateljskom željom jedne osobe da se socijalna interakcija prekine.

2.1.3. Glasovno ponašanje

Glas prenosi namjeravane i nenamjeravane poruke. Visinu, brzinu, i naglašavanje riječi govornik može svjesno kontrolirati kako bi prenio određenu poruku.

Odnosi se na to kako je što rečeno, a ne što je rečeno. Opisuje niz neverbalnih glasovnih znakova, koji prate sam govor. Općenito se pravi razlika između dvaju tipova znakova:

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

Glasovno ponašanje i njegovi učinci na ljudsku interakciju fokusira

2.1.4. Izraz lica

Lice je najekspresivniji dio tijela. Licem izražavamo emocionalna stanja, odražava interpersonalne stavove, daje neverbalnu povratnu informaciju, te se smatra primarnim izvorom informacija nakon ljudskog govora. Predstavlja oblik neverbalne komunikacije gdje pomoću jednog ili više pokreta ili položaja mišića lica osoba izražava svoje unutrašnje stanje (osjećaje, motive, potrebe, stavove). Facijalna ekspresija povezana je sa emocijama, te ju govornik teško može kontrolirati.

Izrazom lica promatraju se oči i dio oko očiju, usta, obrve, očni kapci, nos, zategnutost i boja kože lica, te lice u cjelini. Uključuje različite pokrete lica kao što su podizanje obrva, zatvorene ili poluzatvorene oči, širenje nosnica, položaj usta ili određene načine kojima se nesvjesno pomiču mišići lica. Licem izražavamo sedam temeljnih osjećaja: sreću, iznenađenje, strah, tugu, srdžbu, gađenje, prezir i zanimanje.³

2.1.5 Parajezik

Parajezik predstavlja skup neverbalnih znakova ili gesta koje prate verbalno izražavanje a služi interpretaciji riječi u toku govora. U parajezične forme spadaju: visina, volumen (glasno, tiho), otvorenije ili zatvorenije izgovaranje nekih vokala, intenzitet, tvrdoća, uzvici, jezične poštapalice, naglašavanje određenih riječi i ritam glasa. Paralingvistički znakovi ukazuju na trenutno raspoloženje govornika, njegove emocije ili namjere.

Te paralingvističke aspekte govora, primjerice intonaciju, koriste se da bi se naglasilo dio rečenice, riječi. Podižući glas tvrdnju možemo pretvoriti u pitanje. Brzina kojom osoba govori može biti indikator emocionalnog stresa. Tjeskobni ljudi često govore vrlo brzo. Ponavljanja i zamuckivanja su također pokazatelji anksioznosti, dok "hm" i "ovaj" služe za dobivanje vremena, a istovremeno signaliziraju da se govor i dalje nastavlja.

³ Knapp, Mark L. i Hall, Judith A.: Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji, Jastrebarsko, Naklada Slap, 2010. str.9.

Dio parajezika su i upadice kao što su 'hmmmm' te tihe pauze, zapinjanje u govoru i mucanje. Svaki vokalni glas koji nema formalno značenje spada u ovu kategoriju neverbalne komunikacije. Parajezik može odavati osjećaje, sumnju, nevoljkost, neodlučnost i nesigurnost.⁴

⁴ Rouse, Michael J. i Rouse Sandra: Poslovne komunikacije, Zagreb, Masmedia, 2005. str.48.

3. JAVNI NASTUP

Tijekom povijesti kao ključno sredstvo komunikacije ljudi su koristili govorništvo. Govorništvo je način javnog izražavanja vlastitih misli s drugim ljudima te upjecanje na druge ljude. Svaka situacija u kojoj se govornik obraća svojoj publici bez obzira da li je povod za to obraćanje informiranje, motiviranje, uvjeravanje, utjecanje, objašnjavanje ili zabavljanje. Izlaganje je umjetnost, a ne znanost.

Značaj javnog govora (javni nastup i govor pred publikom), može se odnositi na jednostavno prenošenje informacije, na motivaciju ljudi da rade ili jednostavno pričanje priče. Dobar govornik trebao bi probuditi emocije kod slušatelja. Glavni cilj javnog govora je da govornik pošalje jasnu i učinkovitu poruku te da prevlada strah od javnog nastupa kako bi djelovao uvjerljivo i utjecajno. Nastup je ogledalo govornika, te njegova glavna ulaznica u svijet uspješnih. Da bi to uspio, govornik treba različita znanja, vještine i sposobnosti, a za dojmljiv nastup potrebno je sve to pretvoriti u jednu jasnu i zanimljivu priču. Sposobnost razumijevanja publike, prilagođavanje izlaganja interesima slušatelja, dobra organizacija sadržaja i komunikacijske kompetencije dat će javnom nastupu profesionalni izgled i ostaviti dugotrajan pozitivan učinak na slušatelje.

Govorništvo je ključno sredstvo za građanski, odnosno osobni angažman. To je način kako izraziti vlastite misli i utjecati na glavna društvena pitanja. Govorništvo nudi mogućnost da utječe na nešto do čega vam je stalo.⁵

⁵ Lucas, Stephen E.: Umijeće javnog govora, Zagreb, Mate d.o.o., 2015. str.4

3.1 VRSTE GOVORA

Javni govor je svaka situacija u kojoj se govornik obraća slušateljima bez obzira je li povod za to obraćanje informiranje, motiviranje, uvjeravanje, utjecanje, objašnjavanje ili zabavljanje. Pa tako, svaki javni govor može se kategorizirati po pripadnosti jednom od općih tipova govora, a to ne ovisi samo o namjeri govornika i svrsi govora već i o sastavu i veličini publike, kao i o okolnostima. Govore možemo svrstati u nekoliko kategorija: govore koji informiraju, govore koji uvjeravaju i govore u posebnim prilikama.

3.1.1 Govori s ciljem informiranja

Prenijeti znanje i razumijevanje glavna je značajka informativnog govora. Postoji nekoliko pravila za informativni govor. Važno je da se govornik drži pravila i da ih upotrebljava jer će tako govor biti kvalitetniji. Pravila su široko primjenjiva i mogu se upotrijebiti u brojnim situacijama svakodnevne komunikacije. Faze pripreme te sama izvedba govora važni su za kvalitetan informativni govor.

- Prvo pravilo je ne precijeniti ono što publika zna o predmetu. Važno je da se istraži publika, te da se pokuša saznati koliko publika zna o temi govora. Ukoliko to nije moguće, bolje prezentirati što jednostavnije, kao da publika ne zna o čemu je riječ, nego složenije.
- Drugo pravilo je da temu govora treba izravno vezati uz publiku, uključivati publiku na početku, a kasnije tijekom govora postavljanjem pitanja, retoričkih pitanja i sl.

Informativni govori trebao bi sadržavati ostale elemente atraktivnosti govora kao što su priča, humor te opisi u skladu s uputama, kako bi svrha informiranja i razumijevanja bila ispunjena.

Govori s ciljem informiranja dijeli se u četiri potkategorije: Govori o objektima, govori o procesima, govori o događajima, govori o konceptima.

3.1.2 Govori uvjeravanja i govori u posebnim prilikama

Uvjeravanje je oblik komunikacije u kojem se racionalnim sredstvima (argumentima, informacijama i sl.) nastoji djelovati na prosudbe, stavove, vjerovanja ili djelovanje pojedinca.

Govori uvjeravanja ima tri glavne vrste govora: govori o pitanju činjenica, govori o pitanjima vrijednosti, govori o pitanjima politika.

Govori u posebnim prilikama uključuju broje javne govore i nastupe koji su dio svakodnevice. Cilj im je zadovoljiti neku specifičnu potrebu za komunikacijom u nekim specifičnim okolnostima.

Najčešći govori u posebnim prilika su najave (predstavlja glavnog govornika ili sljedećeg govornika), govori prilikom dodjela (predstavlja se nekog kome se dodjeljuje poklon, nagrada, priznanje), govor prihvaćanja (govor drži osoba koja je dobila priznanje ili nagradu), komemorativni govor (govori priznanja ili slave) te govori nakon večere.⁶

⁶ Tafra – Vlahović, Majda: Javni govor, Zaprešić, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“, 2013. str.55

4. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA U JAVNOM NASTUPU

Osrednji govor bit će uspješan ako je dobro prezentiran, dok dobar govor može upropastiti loša prezentacija. Dobar govor ne privlači pozornost na sebe, već prenosi govornikove ideje jasno, zanimljivo i bez odvlačenja pozornosti slušatelja.

Neverbalna komunikacija u javnom nastupu je izlaganje. Temelji se na načinu na koji se koristi glas i tijelo kako bi se prenijele određene poruke. Izlaganje je umjetnost. Što vrijedi za jednog govornika, možda neće za drugog. Što se dopada jednoj publici, možda neće drugoj.⁷

Da bi nastup bio uvjerljiv govornik se ne smije fokusirati na sebe i nastup, već na slušatelje. Uvjerljivost se kod slušatelja zaslužuje poznavanjem psihologije slušatelja, psihologije govornika i pravila prezentacije (optimalno trajanje svakog javnog nastupa trebao bi trajati do 20minuta, slušatelji kasnije gube koncentraciju). Dobar govornik zna se prilagoditi ciljnoj skupini i „odraditi“ govor na način da zvuči prirodno i jednostavno.

Govornici često u javnom nastupu griješe zbog zanemarivanja neverbalne komunikacije pa i dojma kojeg zbog toga ostavljaju.⁸

Neverbalne znakove klasificiramo u dvije skupine:

- Paralingvističke neverbalne znakove – glas, jačina glasa, ton i boja glasa, intonacija, pauze tijekom govora, šutnja, artikulacija
- Ekstralingvističke neverbalne znakove – udaljenost tijela, međusobni položaj, stav tijela, tjelesni kontakt, vanjski izgled, izgled lica, kontakt očima, gestika

⁷ Lucas, Stephen E.: Umijeće javnog govora, Zagreb, Mate d.o.o., 2015. str.244

⁸ <http://www.poslovni.hr/after5/javni-nastup-mora-biti-uvjerljiv-171387>, 15.02.2016., 10:30h

4.1 PARALINGVISTIČKI NEVERBALNI ZNAKOVI

Paralingvistički znakovi su svi elementi vokalizacije koji nisu uključeni u fonološki opis govora. Uključuju fenomene na koje lingvistika ne obraća pozornost, primjerice glasnoću govora, boj i tonu glasa, ritam, intonaciju, pauze tijekom govora i tečnost govora. Važno je da paralingvistički znakovi odgovaraju značenju riječi, jer bi se poruka mogla teže razumjeti i ne uzeti za ozbiljno.⁹

Paralingvistički znakovi se na osnovu uloge koju igraju u komunikaciji dijele u dvije grupe: paralingvistički znakovi u užem smislu i prozodijski paralingvistički znakovi. Paralingvistički znakovi u užem smislu ne utječu na smisao i nisu vezani za gramatičku strukturu verbalnog iskaza. To mogu biti razni šumovi i tonovi, jecanje, zijevanje, smijeh, plač, uzvici („uh“, „hmm“), brzina, glasnoća i visina izgovora te artikulacija glasova. Prozodijski paralingvistički znakovi važni su za shvaćanje osnovnog smisla verbalnog iskaza. Uvijek su prisutni u govoru, ritam, intonacija, pauze i naglašavanje riječi.^{10 11}

4.1.1 Glas

Dubok, rezonantan, nazalan, hrapav, iritantan ili privlačan, kakav god bio, glas svakog pojedinca je jedinstven. Nitko ne može imati identičan glas. Ljudski glas proizvod je kompleksnog niza koraka koji započinje udisanjem zraka u pluća. Kako zrak izlazi iz pluća, prolazi kroz grkljan, počinje vibrirati te na taj način proizvodi zvuk. Zvuk se pojačava i mijenja kako odzvanja kroz grlo, usta i nosnu šupljinu. Na kraju, zvuk se oblikuje u individualne samoglasnike i suglasnike kretanjem jezika, usana, zubiju i usne šupljine.

Glas je instrument koji je oblikovan nasljedstvom, no na njega se može utjecati vježbom i neprestanim ponavljanjem koje će omogućiti pravilnu jezičnu prezentaciju. Važan je čimbenik koji može utjecati na uspjeh javnog nastupa. Aspekti koji mogu utjecati su glasnoća, tempo, ton, pauze, govorna izražajnost, izgovor, artikulacija i dijalekt.

⁹ <http://www.ocvz.hr/index.php/edukacijaa/470-komunikacija-bez-rijeci>, 15.02.2016., 12:30h

¹⁰ Borg, J.: Moć uvjeravanja, Zagreb, Veble commerce, 2010., str.70.

¹¹ http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=207868, 16.02.2016., 07:50h

4.1.2 Glasnoća

Glasnoća je jedan „obavezno ispravnih“ faktora u govoru. Sposobnost govornika da se glas čuje na većoj udaljenosti. Slušatelji nikada neće shvatiti poruku ako ju ne čuju. U prošlosti, snažan glas bio je glavna karakteristika govornika, no danas tehnologija omogućuje da cijela dvorana čuje i najtišu osobu.

Pravila kada govoriti glasno ili prigušeno nema, glas ne oblikujemo već prilagođavamo isprobanim normama koje utječu na pozitivan ili negativan ishod, te na temelju toga govornik sam određuje kakav glas koristiti u određenim situacijama.

Ukoliko nema tehnoloških pomagala, glasnoću treba prilagoditi veličini predavaone, veličini publike i količini pozadinske buke. Govornik bi trebao govoriti jasno i glasno, ali ne vikati. Važno je da se jačina glasa tijekom govora neprestano prilagođava namjeri i situaciji, jer jednoličnost glasa djeluje uspavljujuće. Varijacije jačine glasa trebaju biti povezane s predmetom, no govornik bi jačinu glasa trebao prilagoditi publici (nemir, zamor).

4.1.3 Ton glasa

Visina ili dubina nečijeg glasa. Što brže struje zvučni valovi to je glas viši, odnosno, što sporije vibriraju to je glas dublji. Ton može utjecati na značenje riječi i zvukova.

Promjene u tonu glasa, dinamika i toplina, nazivaju se modulacije. Pokazuju da li je govor sarkastičan ili iskren. Promjenom tona govor može zvučati sretno, tužno, ljuto, zadovoljno, flegmatično, dinamično, napeto, opušteno, zainteresirano ili nezainteresirano. Visoki glas može djelovati prodornije i poticajnije, dok dublji glas zvuči smireno i uvjerljivo. Kod osoba dubokog glasa poželjniji je brži tempo, a kod osoba visokog glasa sporiji tempo.

Čovjek prirodno posjeduje određenu boju glasa. Treningom može donekle utjecati na visinu glasa, ali je ne može posve promijeniti.

4.1.4 Tempo

Tempo je brzina kojom ljudi govore. Brzina govora jedan je od činitelja glasovne izvedbe. Učinkovita brzina ovisi o govornikovoj prirodnoj brzini govora atmosferi koju govornik želi postići, publici i kontekstu govora. Brzina kojom govornik govori trebala bi ovisiti o atmosferi koju želi postići.

Brzim tempom izražava se sreća, strah, ljutnja, iznenađenje ili kada je publika upoznata s temom, dok se sporijim tempom izražava tuga, gađenje ili kod objašnjavanja kompleksnih situacija. Računa se da je prosječna brzina govora od 12 do 150 riječi u minuti, no nema neke propisane brzine.

Tempo bi trebao biti kontroliran, a greške poput presporog govora gdje bi slušateljima postalo dosadno ili prebrzog da slušatelji ne mogu pratiti trebale bi se izbjegavati. Govornik bi se prije nastupa trebao snimiti te ispraviti pogreške.

4.1.5 Stanke

Stanke ili pauza su prekidi u govorenju. Najčešće se upotrebljavaju planski da se poveća napetost ili privuče pozornost na dio teksta koji želimo istaknuti. Pauze bi trebale biti primjerene i vremenski odmjerene. Kratke pauze nemaju željeni učinak, a preduge mogu stvoriti prekid pažnje slušatelja te stvoriti dojam nepripremljenosti govornika.

Jedan od najvećih problema za većinu govornika je naučiti kada napraviti stanku i koliko bi ona trebala trajati. Kod govora i trenutak tišine čini se kao vječnost. Stankom se naznačava kraj misli, daje se slušateljima vremena da upiju ideje i saberu misli, te se može povećati dramatičan efekt izjave. Važno je da stanka bude na kraju misli, a ne u sredini jer bi slušatelji krivo mogli shvatiti poruku.

Vokalizirane pauze, poput „hmm“, „em“ i „mmm“ stvaraju negativne percepcije o inteligenciji govornika te daje osjećaj neiskrenosti. Pravilno upotrjebljene paze pridonose razbijanju monotonije i skretanju pažnje na važne dijelove.

4.1.6 Izgovor

Izgovor je prihvaćeni standard zvuka i ritma riječi određenog jezika. Pravilan izgovor doprinosi dostojanstvu poruke koju govornik prenosi. Omogućava slušatelju da pažnju obrati poruci koju govornik prenosi, a ne eventualnim greškama u izgovoru. Riječi je potrebno izgovarati pravilno, dakle koristiti prave glasove za izgovaranje riječi, naglasiti pravi slog (ili slogove) i obratiti primjerenu pažnju dijakritičkim znakovima. Krivo izgovorena riječ pred slušateljima može izazvati smijeh, podizanje obrva ili uzdahe.

Govornik ne treba govoriti na jeziku kojeg ne poznaje, jer takav govor ne zvuči uvjerljivo niti ozbiljno. Ukoliko je nastup na stranom jeziku, izgovor se mora usavršiti te isti mora zvučati prirodno.

4.1.7 Artikulacija

Sposobnost jasnog i razgovijetnog izgovaranja riječi i njihovih smislenih kombinacija. Fizička produkcija određenih glasova.

Lošu artikulaciju karakterizira nejasan izgovor riječi, prebrzo ili presporo izgovaranje rečenica. Artikulacija je jedan od uzroka krivo izgovorenih riječi, no moguće je dobro artikulirati, ali svejedno krivo izgovoriti. Pokretanjem usana, jezika i čeljusti možemo dobro artikulirati riječi.

4.1.8 Dijalekt

Sociokulturno definiran skup prepoznatljivih zemljopisno ili društveno omeđenih jezičnih obilježja. Svaki jezik ima dijalekte sa svojim specifičnim rječnikom, gramatikom i naglasnim sustavom. Dijalekt se oblikuje prema kontekstu te je uvijek točak za skupinu ljudi koja ga koristi, dakle, ne postoji bolji ili lošiji, točan ili netočan.

U javnom nastupu, pretjerano korištenje bilo kojeg dijalekta može predstavljati probleme slušateljima koji ne dijele isti dijalekt. Najvažnije je koristiti književni, službeni, standardni jezik koji se koristi u mjestu gdje se održava javni nastup.¹²

¹² Lucas, Stephen E.: Umijeće javnog govora, Zagreb, Mate d.o.o., 2015. str.248

4.2 EKSTRALINGVISTIČKI NEVERBALNI ZNAKOVI

Ekstralingvistički neverbalni znakovi razlikuju se od riječi po tome što se nekoliko signala može odašiljati usporedno, a svaki ima različita značenja ovisno o pratećim signalima – ljudi nisu svjesni koje znakove odašilju i ne znaju ih točno opisati ni imenovati. Kretnje zajedno s govorom daju potpunu informaciju onoga što govornik želi reći.¹³

Ekstra lingvističke znakove možemo podijeliti na statične i dinamične znakove. Kod statičnih znakova misli se na udaljenost od tijela (intimni prostor, osobni prostor, socijalni i javni prostor), međusobni položaj (naginjanje prema osobi pokazuje zainteresiranost ili zabrinutost, a odmicanje distanciranost i sigurnost u sebe), položaj tijela (zatvoreni stav izražava neslaganje, otvoreni stav slaganje), tjelesni kontakt (služi za pojačavanje verbalne poruke ili umjesto nje, najčešće je rukovanje s time da mekano rukovanje ostavlja negativan dojam, za razliku od toplog stiska ruke) te vanjski izgled (odjeća koju nosimo, način na koji se češljamo i ukrašavamo tijelo umjetnim proizvodima način je predstavljanja samoga sebe).

U skupinu dinamičnih znakova spada izraz lica (emocionalni izrazi su urođeni i univerzalni za sve ljude), vizualna komunikacija (kontakt očima, način gledanja, viđenje dostupnih i korisnih socijalnih znakova) te kretnje odnosno geste (manje su pod kontrolom svijesti u usporedbi s izrazima lica, a prenose poruku o govorniku).¹⁴

¹³ http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=174490, 16.02.2016., 08:30h

¹⁴ <http://www.ocvz.hr/index.php/edukacijaa/470-komunikacija-bez-rijeci>, 15.02.2016., 12:30h

4.2.1 Govor tijela

Govor tijela je svaka komunikacija koja nije govorena ili pisana. Definira se kao komunikacija koja nastaje kao rezultat pojave, položaja tijela, gesta, kontakta očima, izraza lica i ostalih nelingvističkih činitelja. Otkriva osjećaje i misli govornika, a uključuje pokrete tijela (udova, ruku, glave, stopala i nogu), izraze lica (osmjehe), pokrete i kontakt očiju (treptanje, usmjeravanje i trajanje pogleda, širenje zjenica), osobnom izgledu i držanju te gestama.

Govor tijela stalno se razmjenjuje i tumači među ljudima, iako se to većinu vremena događa na nesvjesnoj razini. Osobe koje imaju mogućnosti čitati i kontrolirati govor tijela često su u prednosti u odnosu na one koje mu ne pridodaju važnost.¹⁵

4.2.2 Osobni izgled

Osobni izgled ima važnu ulogu u javnim nastupima. Slušatelji uvijek vide prije nego što čuju. Važno je prilagoditi izgled situaciji i slušateljima. Način na koji projektiramo sebe pruža ljudima oko nas informaciju govorniku i njegov društveni status, razina obrazovanja, moralne standarde, etničkoj identifikaciji, bračnom status te informacije o karakteru. Uključuje znakove koji se odnose na tijelo, način odijevanja, miris, frizuru, kakva je šminka te kako je ukrašeno tijelo umjetnim proizvodima koji izražavaju govornikovu ličnost. Većina govornika zna koja su pravila: neupadljiva odjeća, urednost, za žene kostimi, za muškarce odijela, ništa što bi odvušlo pozornost slušatelja od poruke.

Odjeća je sredstvo neverbalne komunikacije koja pruža direktnu metodu kontrole cjelokupnog dojma.

4.2.3 Pokreti tijela

Šetati naprijed unatrag po podiju ili pozornici, premještati težinu s noge na nogu, gužvati bilješke, zveckati novčićem, kruto stajati i bezizražajno govoriti od početka do kraja samo su neki od zna kovova nevještog govornika.

¹⁵ Bakić, N. I Čubranić, V.: Karijere 2007, Zagreb, Tau on-line, 2007.str.113

Držanje tijela govornik daje do znanja stavove prema slušateljima. Kod javnog govora uspravan stav tijela, visoko podignuta glava, poza s rukama na bokovima, gestikulacija dlanovima okrenutim prema dolje, hodanje nalik „šepurenju“ te niži ton glasa daju osjećaj dominantnosti. Govornik bi trebao najviše pažnje posvetiti kontroli tijela na početku i na kraju govora te projicirati samopouzdanje dok se približava pozornici ili podiju.

Naslanjanje na pozornicu, zavrtati noge jednu oko druge, okretati lice od publike, okretati leđa publici, pogrbljeno držanje, stavljanje ruke na usta kod govora samo su neki od pokreta koji odaju govornikovu nesigurnost, tremu i nervozu pa ih je poželjno izbjegavati.

4.2.4 Geste

Geste u užem smislu obuhvaća izražajni potencijal ljudskog tijela pomoću gornjeg i donjeg dijela ruku i glave ili drugih dijelova tijela kojim se popraća govor, izražava neka misao ili osjećaj. Mogu podržati ili zamijeniti usmenu komunikaciju.

Od svih neverbalnih znakova, kretnje su najmanje pod našom svjesnom kontrolom. One nisu urođene, već naučene, kopirane i stečene uslijed društvenih, socijalnih i obrazovnih uvjeta. Geste mogu identificirati govornika, zato određene pokrete treba izbjegavati, neke izbaciti ako su neprimjereni ili dvosmisleni, a uvijek pribjegavati onima koju su sigurni.

Većina govornika ne zna što raditi s rukama tijekom izlaganja, čak i ljudi koji ekspresivno koriste ruke u svakodnevnom razgovoru kod izlaganja ih počnu doživljavati kao strana tijela s koje ne znaju kako upotrijebiti. Mogu doprinijeti uspjehu izlaganja, no nije nužno da dobar govornik ovisi o njima. Geste ne bi smjele odvrćati pozornost od same poruke koju govornik želi prenijeti. Gestikulacija se treba doimati prirodnom i spontanom. Treba pojasniti i poduprijeti poruku, te treba biti i primjerena publici i situaciji. Što govornik ima više nastupa postaje samouvjereniji, a gestikulacija se razvija sama od sebe.

Važno je ne pretjerivati pokretima ruku, ne lamatati, ne prekrižiti, igrati se prstenjem, kemijskom ili ostalim stvarima. Na ruke jednostavno treba zaboraviti, te eliminirati sve što odvraća pažnju.¹⁶

4.2.5 Kontakt očima

Najmoćniji alat uspostave odnosa s publikom u javnom govoru. Učinkovit način uspostavljanja dobre međuljudske komunikacije. Oči mogu odašiljati poruke, ali i primati.

Micanjem očne jabučice, kopcima i obrvama prenosi se niz neverbalnih poruka. Pogled govori koliko je govornik iskren, inteligentan te koje stavove ima i što osjeća. Izravan kontakt očima kulturno je uvjetovan, tako azijske kulture rjeđe uspostavljaju direktni kontakt, dok je u zapadnim zemljama izravan pogled znak samopouzdanja, čvrstine i iskrenosti. U javnom govoru, direktan kontakt očima podrazumijeva se u svim kulturama.

Slušatelji su svjesni da im govornik poklanja pozornost kada gleda u njih. Kratak pogled prema slušateljima prenosi dobre namjere govornika, a i najbrži je način uspostavljanja komunikacije. Zanimanje slušatelja brzo će se izgubiti ukoliko se izbjegava njihov pogled. Pogledom se može otkriti da li slušatelji čuju govornika, da li ga razumiju i da li im je zanimljivo. Prazan, agresivan ili prestrašen pogled odbijaju pozornost slušatelja, isprano je lutati pogledom te u slobodnom lutanju ponekad zadržati pogled na slušateljstvu. Razdoblja kontakta očima su vrlo kratka, a ukoliko su produžena ili se gleda samo u jednu osobu može se protumačiti kao prijetnja.

Vješti govornici pogledom pročešljavaju slušatelje, gdje mogu vidjeti da li ih publika razumije, shvaća i da li im je zanimljiv. Dakle, pogled mora biti usmjeren prema publici, ne smije biti usmjeren na pojedinca, niti ukočen jer kao takav odražava prijetnju. Mora biti ljubazan i fleksibilan, letimičan ali detaljan, kratak ali dovoljno dug da se uspostavi komunikacija, primjeren situaciji, kontroliran te kulturno osjetljiv.¹⁷

¹⁶ Lucas, Stephen E.: Umijeće javnog govora, Zagreb, Mate d.o.o., 2015., str.254 – 256.

¹⁷ Borg, J.: Moć uvjeravanja, Zagreb, Veble commerce, 2010., str.77.

4.2.6 Izraz lica

Konobarica koja je nasmiješena može zaraditi veće napojnice nego ona koja nije nasmiješena.

Lice predstavlja važan kanal neverbalne komunikacije u javnom nastupu. Iako izraze lica koristimo u širokom spektru socijalnih situacija, određeni pokreti mogu se tumačiti sa velikom točnošću. Emocionalni izrazi lica su urođeni i univerzalni za većinu ljudi u različitim kulturama, te se jednako tumače.

Facijalne izražaje govornik koristi kako bi prenio svoje osjećaje publici. Izgovori li nešto s čime se ne slaže, laž ili je rekao nešto neugodno za okolinu može bez ijedne izgovorene riječi uputiti pogled koji kazuje više od riječi. Govornik licem može osnažiti verbalnu poruku, ili ju uništiti.

Govornika ekstralingvističko ponašanje u promjenama izraza lica odaje u svakoj situaciji. Trebao bi uskladiti lice i govor, kao i govorne sposobnosti. Izrazi lica moraju se učiti i vježbati.¹⁸

¹⁸ <https://psihoblogovanje.wordpress.com/2012/12/16/facijalna-ekspresija/>, 16.02.2016., 13:00h

5. ISTRAŽIVANJE NEVERBALNE KOMUNIKACIJE U JAVNOM NASTUPU NA PRIMJERU MERYL STREEP I ROBINA WILLIAMSA

Strah od javnog nastupa javlja se kod većine ljudi. Veliki broj ljudi plaši se nastupa pred publikom, pa što je publika veća i strah se povećava. Ono što je međutim, bitno razlikovati jest objektivni i doživljeni izvor prijetnje, odnosno straha. Najveći izvor straha od javnog nastupa jest nemogućnost predviđanja što će se dogoditi prilikom izlaganja pred skupinom ljudi te kako će oni reagirati.

Da bi dobili mišljenja i stavove o tome koliko je važna neverbalna komunikacija u javnom nastupu posegnuli smo za analizom sadržaja i metodom ankete. Ovim metodama istražili smo mišljenja, opažanja i shvaćanja neverbalne poruke na dva primjera. Prvi primjer bit će video isječak sa govorom Meryl Streep koja je 2012. godine dobila prestižnu nagradu Oscar za najbolju glumicu, a drugi primjer bit će video isječak sa govorom glumca Robina Williamsa koji je 1998. godine dobio Oscar za najboljeg sporednog glumca.

5.1 PREDMET I CILJ ISTRAŽIVANJA

Predmet istraživanja je važnost neverbalne komunikacije u svakodnevnom životu i njen utjecaj na javni nastup, interakciju ljudi i stvaranju konačnog dojma o govorniku. Kao predmet istraživanja uzeli smo stavove i mišljenja osoba koji su bar jednom u životu prisustvovali na nekom javnom nastupu.

Cilj istraživanja je saznati koliko je određena javnost, u ovom slučaju, osobe koje su prisustvovala javnom nastupu, informirana o:

- utjecaju neverbalne komunikacije tijekom javnog nastupanja,
- utjecaju neverbalnih znakova na ishod nastupa
- neverbalnom ponašanju govornika

5.2 ISTRAŽIVAČKA PITANJA:

1. Koliko ispitanici zapažaju neverbalne znakove prilikom nastupa?
2. Kolika je upoznatost ispitanika o znakovima neverbalne komunikacije?
3. Koliko je važan glas, ton, glasnoća i tempo govora govornika?
4. Koliko je važan kontakt očima i izraz lica govornika?

5.3 METODE I INSTRUMENTI PRIKUPLJANJA PODATAKA:

Za izradu ovo rada korištena je stručna, strana i domaća literatura, znanstveni i stručni članci te web izvori iz područja komunikologije.

Primarni podaci prikupljeni su pomoću metode ankete – najčešće korištenom tehnikom prikupljanja podataka u društvenim istraživanjima. Anketiranje je provedeno pomoću internetskog servisa Google Docsa zbog jednostavnog prikupljanje podataka, a anketni upitnik bio je dostupan na društvenim mrežama i putem elektronske pošte, *e-mail*. Anketni upitnik sastoji se od 18 pitanja zatvorenog tipa (ispitanik bira odgovor među ponuđenima).

Primarno istraživanje obuhvatilo je proučavanje neverbalne komunikacije u javnom nastupu na dva primjera. Korištena su dva video isječka sa Internet stranica www.youtube.com. U svakom video isječku pojavili su se glumci koji su dobili prestižnu nagradu Oscar, te održali govor pred publikom. Analizirao se njihov način na koji su održali govor, te ostavljeni dojam nastupa.

5.4 VARIJABLE ISTRAŽIVANJA

1. Nezavisne:
 - Dob
 - Spol

2. Zavisne:

- Obrazovni profil ispitanika
- Mišljenja
- Stavovi
- Opažanja
- Informiranost
- Znanje

5.5 UZORAK, VELIČINA UZORKA, MJESTO I VRIJEME PROVOĐENJA ISPITIVANJA

Ciljnu skupinu činilo je 130 ispitanika koji su bar jednom prisustvovali na bilo kakvom javnom nastupu, koji žive na području Republike Hrvatske te imaju pristup Internetu. Dobiveni rezultati su se razvrstali u dvije grupe: prva grupa ispitanika bile su osobe sa srednjom stručnom spremom i niže, a druga grupa ispitanika bili su ispitanici sa višom i visokom stručnom spremom. Uzorak se podijelio na 65 ispitanika sa srednjom i nižom stručnom spremom, te na 65 ispitanika sa višom i visokom stručnom spremom.

Istraživanje se provodilo jednokratno u vremenskom periodu od 01. travnja. do 04. travnja 2016.godine.

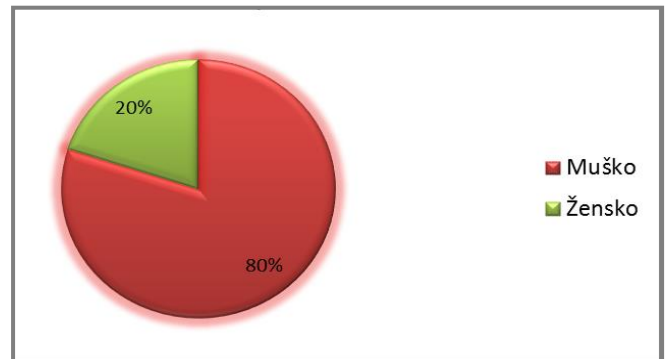
5.6 HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA

Na temelju predmeta i ciljeva istraživanja postavljaju se hipoteze istraživanja:

- H 1. Ispitanici primjećuju neverbalnu komunikaciju govornika
- H 2. Neverbalni znakovi utječu na razumijevanje javnog nastupa
- H 3. Osobine govornikovog glasa utječu na razumijevanje poruke
- H 4. Kontakt očima utječe na razumijevanje poruke

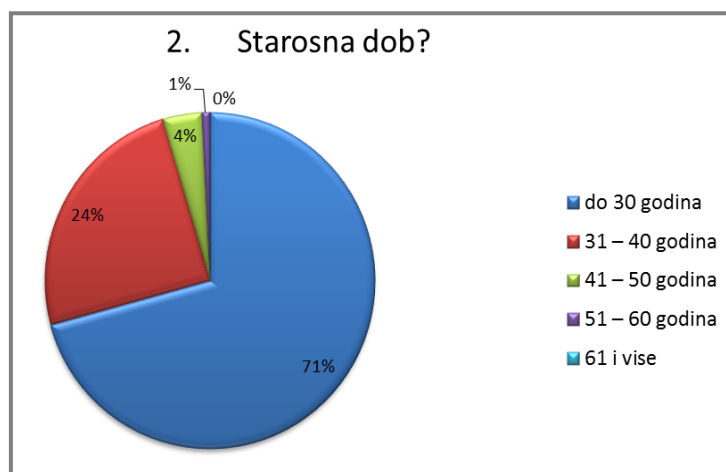
6. PREGLED REZULTATA ISTRAŽIVANJA

Prva tri pitanja bila su općenite naravi. Prvim pitanjem u anketi utvrdio se rod ispitanika. Od 130 ispitanika koji su se odazvali rješavanju ankete, 104 ispitanika je bilo ženskog roda (80%) i 26 ispitanika muškog roda (20%), podaci su vidljivi u grafičkom prikazu 1.



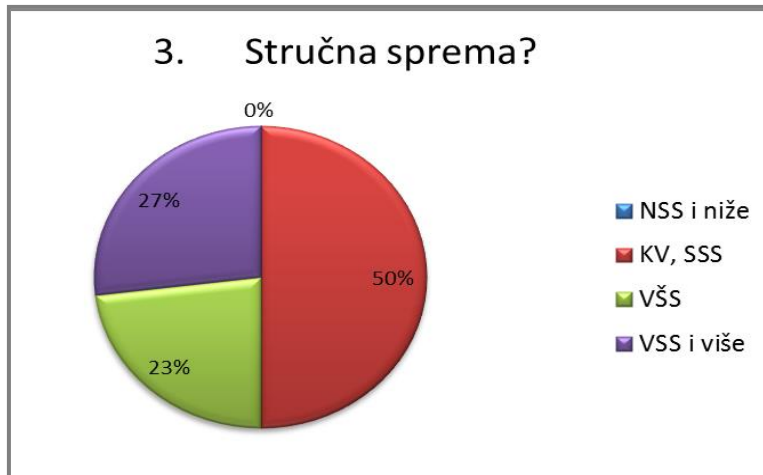
Graf 1 Rod ispitanika

U Grafičkom prikazu 2 možemo vidjeti da prevladavaju ispitanici mlađe dobi, čak 92 ispitanika ima do 30 godina, 32 ispitanika ima 31 – 40 godina, 5 ispitanika ima 41-50 godina, te samo jedan ispitanik između 51 i 60 godina. Rezultati su bili u skladu s očekvanjima budući da je anketni upitnik proveden putem interneta, odnosno elektroničke pošte, a opće je poznato da se internetom i elektroničkom poštom više služi mlađa populacija.



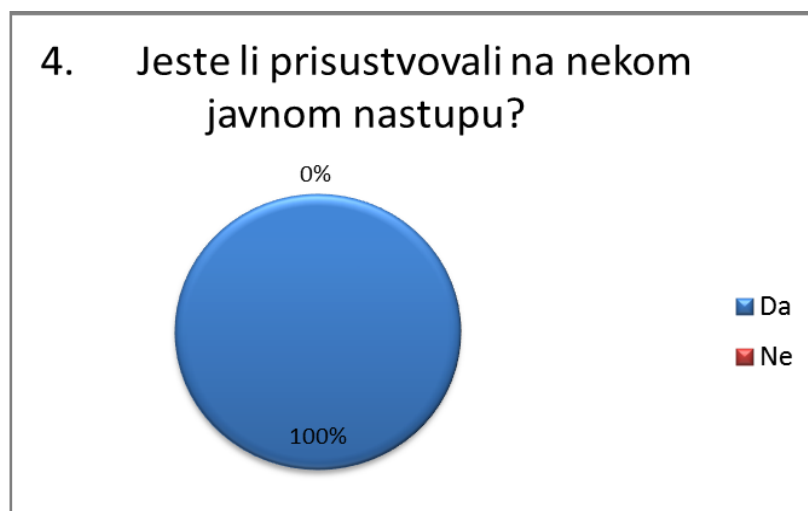
Graf 2 Starosna dob ispitanika

Kao što je navedeno u uzorku istraživanja, ispitanike smo podijelili na 65 ispitanika srednje stručne spreme i niže, te na 65 ispitanika više i visoke stručne spreme. Prikazana struktura anketiranih osoba prema stručnoj spremi značajna je za daljnju analizu dobivenih podataka koje se odnose istraživanje (Graf 3).



Graf 3 Stručna sprema ispitanika

Preduvjet da bi ispitanik sudjelovao u istraživanju je prisustvo na nekom javnom nastupu. Dakle, svih 130 ispitanika prisustvovalo je na nekom javnom nastupu (Graf 4).



Graf 4 Prisustvo ispitanika na nekom javnom nastupu

7. PREGLED I ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE U JAVNOM NASTUPU NA PRIMJERU MERYL STREEP I ROBINA WILLIAMSA

Promatranjem prvog video isječka u kojem se Meryl Streep obraća publici nakon primitka prestižne nagrade Oscar, može se vidjeti da su neverbalni znakovi govornika suzdržani, geste su minimalne, pogled je smiren, usmjeren na publiku, očigledno je da je ton kontroliran, no međutim osjeti se malo nervoze.

Ovime se može zaključiti da je M. Streep poprilično sretna zbog osvajanja nagrade, govor je kvalitetno interpretirala, smirenim tonom dala je do znanja da je sretna i uzbuđena.¹⁹

Za razliku od prvog video isječka, u drugom videu možemo vidjeti da su neverbalni znakovi Robina Williamsa puno više izraženiji. Govornik je nasmijan, geste rukama su izraženije, pogled je usmjeren na publiku te djeluje kao da ima suze u očima, u glasu se osjeti dinamika i toplina, ali i nervoza.

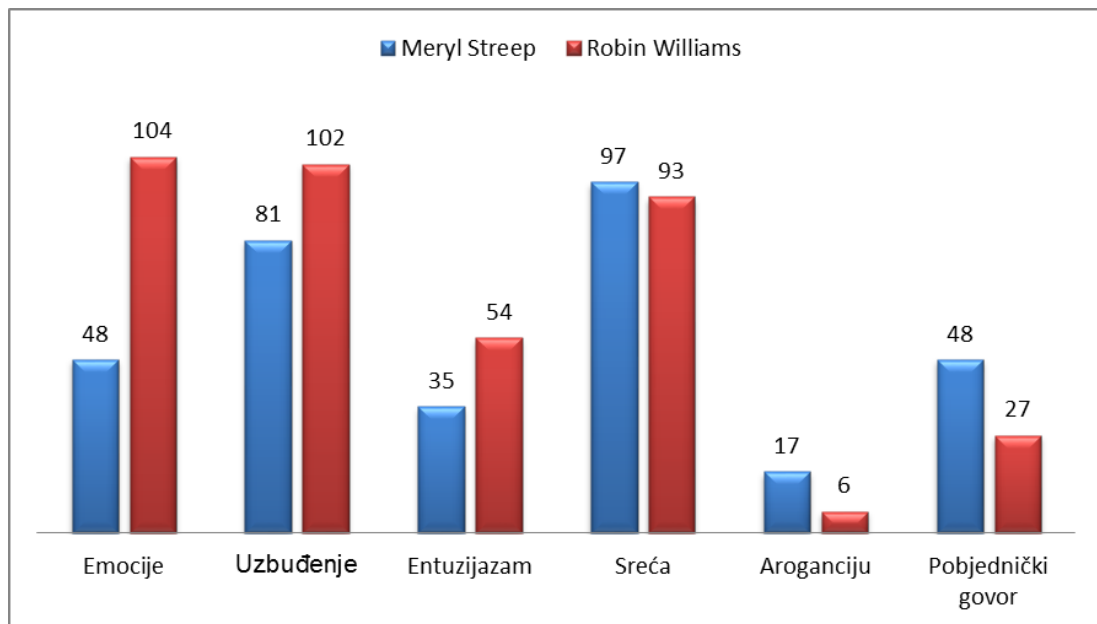
Govornik rukama dodiruje svoje tijelo, oči djeluju kao da su pune suza, a glas treperi kod izgovora, to su neki od znakova kojima pokazuje da je zaista dirnut dobivanjem nagrade. Govor je ispunjen emocijama, iskrenošću te je začinjen određenom dozom humora gdje niti jedan slušatelj ne može ostati ravnodušan.²⁰

¹⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=rTpaaiPKFw4>

²⁰ https://youtu.be/q6Egi5V_jNU?t=1m19s

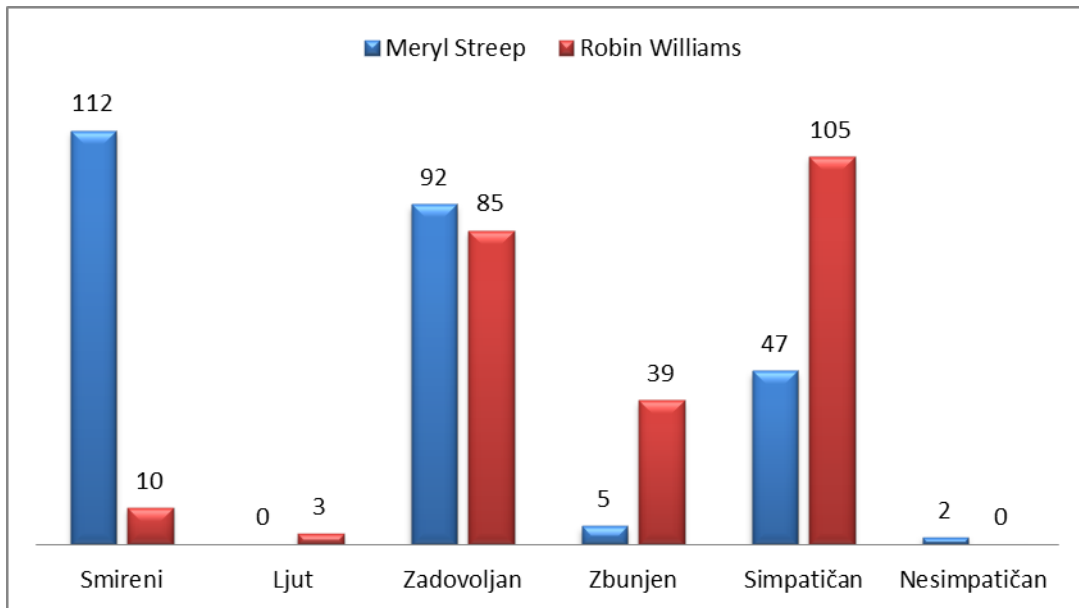
7.1 Usporedba video isječaka

Anketirani, njih 48 u govoru M. Streep osjetilo je emocije, 81 uzbuđenje, 97 sreću, dok je u govoru R. Williamsa 104 ispitanika osjetilo emocije, 102 uzbuđenje, a njih 97 sreću (Graf 5). Iz grafa se može vidjeti kako većina ispitanika smatra da je govor R. Williamsa puno emotivniji, te da se u njegovom govoru osjetilo više sreće i uzbuđenja nego u govoru M.Streep. Govor M.Streep ispitanici su ocijenili kao pobjednički sa dozom arogancije.



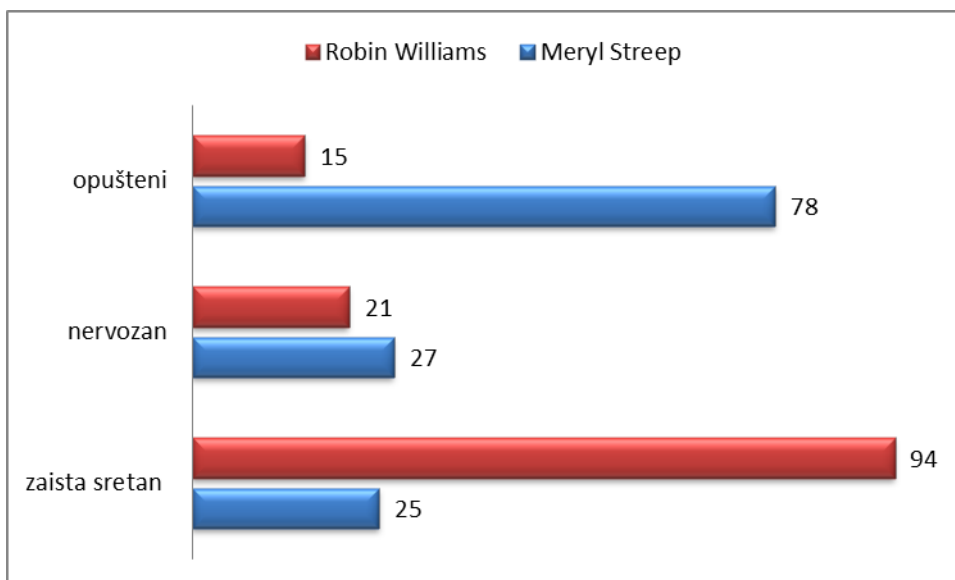
Graf 5 Analiza interpretacije slušateljevih osjećaja u govoru M. Streep i R. Williamsa

Izraz lica otkriva trenutno raspoloženje i emocije govornika. Izrazom lica M. Streep većini ispitanika ostavila je dojam da je smirena (112 ispitanika) i zadovoljna (92 ispitanika), dok njih 39 smatra da je izraz lica bio simpatičan. R. Williams izrazom lica ostavio je dojam simpatičnosti (105 ispitanika) i zadovoljstva (85 ispitanika). Više ispitanika, njih 112, smatra da je govor M.Streep bio smiren, dok za R. Williamsa to misli samo 10 ispitanika (Graf 6).



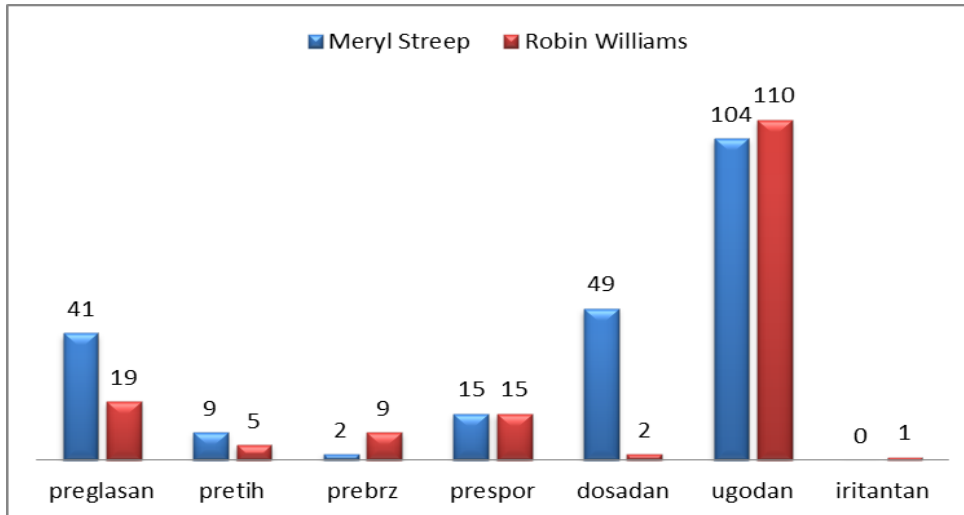
Graf 6 Analiza interpretacije izraza lica govornika

Anketirani ispitanici smatraju da je gestikuliranje rukama M. Streep pokazalo veliku opuštenost prilikom nastupa (njih 60%), dok se 72% ispitanika izjasnilo da je R. Williams bio zaista sretan prilikom nastup (Graf 7).



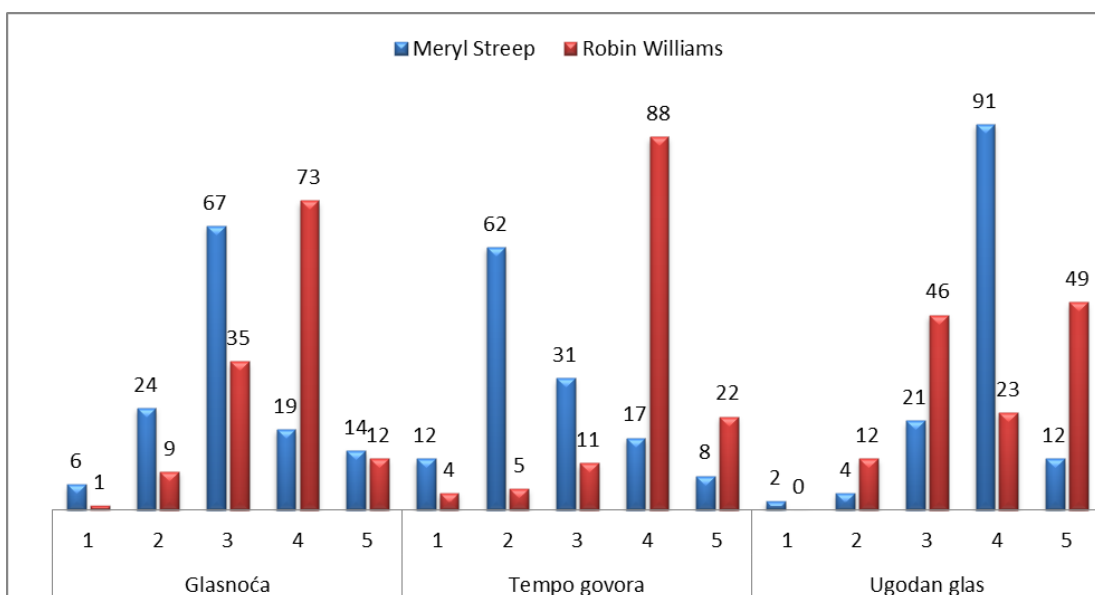
Graf 7 Analiza interpretacije govornikovog gestikuliranja rukama

Podjednak broj ispitanika smatra da su govornici imali ugodan glas. No, glas M.Streep ispitanici su ocjenili kao dosadan (49 ispitanika) i preglasan (41 ispitanik). (Graf 8)



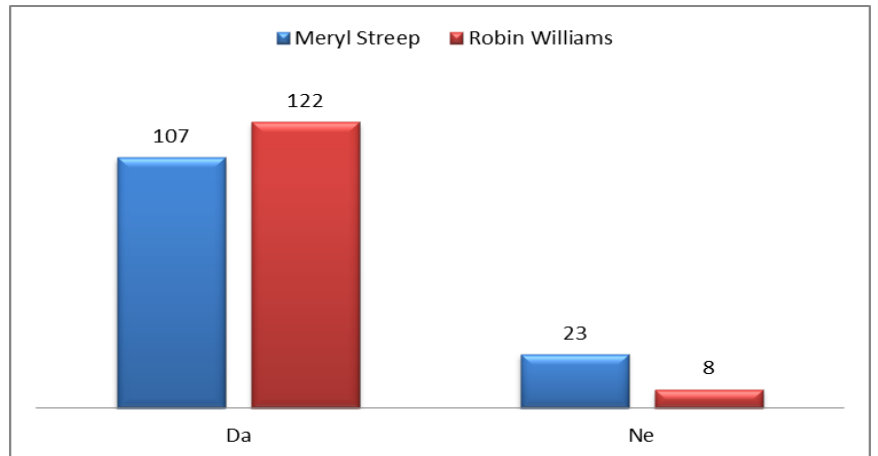
Graf 8 Analiza interpretacije govornikovog glasa

U grafičkom prikazu broj 9 ispitanici su ocjenjivali elemente govornikovog glasa. Ocjenama na skali od 1 do 5 (1 označuje potpuno neprimjereno, 5 potpuno primjereno) ispitanici su M.Streep za glasnoću dali ocjenu 3, za tempo govora 2, te za ugodu glasa 4. R. Williams je za glasnoću glasa, tempo i ugodu glasa dobio ocjenu 4. Možemo zaključiti da je glasnoća i ugodu glasa oba govornika bila umjerena, dok je za tempo glasa R.Williams dobio daleko bolju ocjenu.



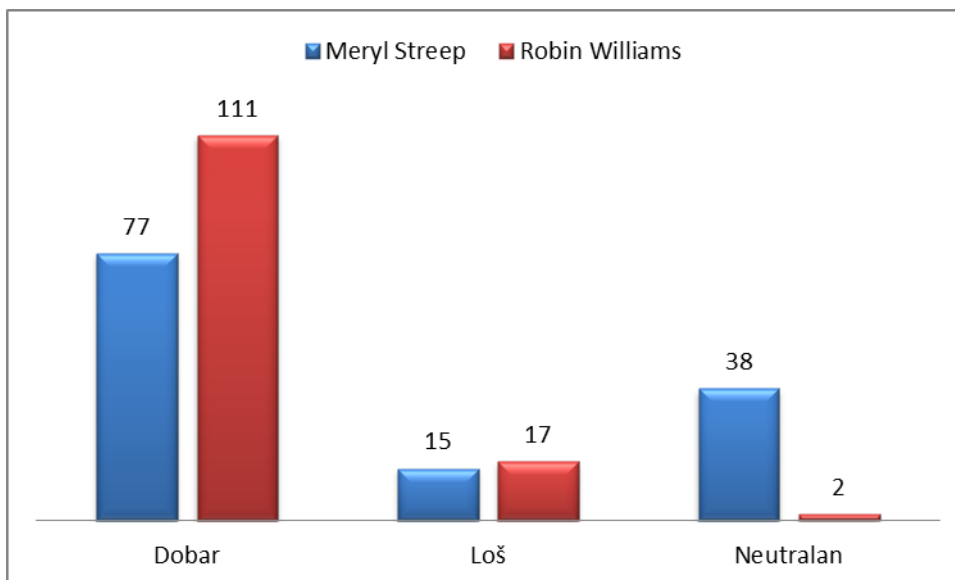
Graf 9 Analiza interpretacije elemenata govornikovog glasa

U grafičkom prikazu 10, većina ispitanika se složila kako su oba govornika imala iskren pogled tijekom nastupa. Za M.Streep 82% ispitanika smatra da je održala iskren govor, dok za R. Williams 94% ispitanika.



Graf 10 Analiza interpretacije pogleda govornika

Rezultatima u grafičkom prikazu 11 saznali smo što ispitanici misle o cjelokupnom govoru, te kakav je dojam ostavio. Govor R. Williamsa ispitanici su ocjenili kao dobar sa 85% glasova, dok je govor M.Streep bio na granici dobrog (59%) i neutralnog (29%).



Graf 11 Analiza interpretacije govora M.Streep i R. Williamsa

8. HIPOTEZE ISTRAŽIVANJA - rezultati

Na temelju predmeta i ciljeva istraživanja postavljaju se hipoteze istraživanja:

Hipoteza 1. Ispitanici primjećuju neverbalnu komunikaciju govornika

Rezultati istraživanja pokazuju da je hipoteza istraživanja potvrđena. Analiza rezultata istraživanja pokazala je da većina ispitanika primjećuje neverbalnu komunikaciju govornika. Vidljivo u grafičkom prikazu 6, 7, 8 i 9 gdje ispitanici primjećuju izraz lica, gestikulacije rukama, elemente glasa i ostale neverbalne znakove.

Hipoteza 2. Neverbalni znakovi utječu na razumijevanje javnog nastupa

Rezultati istraživanja pokazuju da je hipoteza istraživanja potvrđena. Ispitanici smatraju da neverbalni znakovi utječu na razumijevanje poruke. Vidljivo u grafičkom prikazu 11.

Hipoteza 3. Osobine govornikovog glasa utječu na razumijevanje poruke

Rezultati istraživanja pokazuju da je hipoteza istraživanja potvrđena. Istraživanje provedeno anketnim upinikom, pokazuje da većina ispitanika smatra da govornikov glas utječe na razumijevanje poruke. Vidljivo u grafičkom prikazu 8 i 9.

Hipoteza 4. Kontakt očima utječe na razumijevanje poruke

Rezultati istraživanja pokazuju da je hipoteza istraživanja potvrđena. Prema dobivenim rezultatima anketiranja, većina ispitanika smatra da je kontakt očima i pogled važan za razumijevanje poruke (Graf 10).

9. ZAKLJUČAK

„Govorništvo je vještina koja je svakome potrebna”, stoji u jednom oglasu za tečaj govorništva. Da, prije ili kasnije, svatko će se naći u prilici da govori pred drugima, izrazi vlastite misli, dijeli misli s drugima ili da utječe na druge. U suvremeno doba mnogi govornici diljem svijeta šire su svoje ideje i utječu na ljude služeći se javnim govorima.

Malo je osoba kod kojih i sama pomisao na obraćanje skupu ljudi ne izaziva nemir. Većina se osjeća manje ili više nelagodno dok neki izbjegavaju javne nastupe. Kako će govornik doživjeti javni nastup, ovisi o brojnim čimbenicima, kao što su vlastite osobine govornika, elokvencija, snalažljivost, iskustvo, ali i o samoj situaciji (brojnosti publike, okolnosti). Priprema za javni nastup važan je segment samog nastupa. Zahtjeva ozbiljno planiranje i vježbu od pripreme govora (prikupljanja informacija), sastavljanja govora, govorne izvedbe do vrste govora.

Mnogo je sličnosti ali i različitosti između govorništva i svakodnevnog razgovora. Javni govor ima vremenska ograničenja, zahtijeva detaljniju pripremu i formalniji jezik. Ključan sastojak kvalitetnog govora je kritičko mišljenje fokusirano na stvari, koncepte i ideje poruke koja se želi prenijeti. Elementi procesa javnog govora su govornik, poruka, kanal, slušatelj, povratna informacija, buka i situacija. Međudjelovanje ovih sedam elemenata određuje ishod javnog nastupa.

Iz rada možemo zaključiti da se neverbalna komunikacija u javnom nastupu temelji na načinu na koji govornik koristi glas i tijelo kako bi prenio poruku. Uspješna uporaba glasa ovisi o kontroli glasnoće, tona, brzine, pauze, govorne izražajnosti, artikulacije, izgovora i dijalekta. Stav, izgled, kretnje, geste i kontakt očima utječu na doživljaj slušatelja. Poruka će biti učinkovita ako se koristi uvježbane neupadljive geste i pokreti tijela primjerena odjeća, te kontakt očima sa publikom. Istraživanje je pokazalo da nema velike razlike u shvaćanju neverbalne poruke kod osoba sa srednjom i nižom stručnom spremom, te višom i visokom stručnom spremom.

10. LITERATURA

1. Bakić, N. I Čubranić, V.: Karijere 2007, Zagreb, Tau on-line, 2007.
2. Borg, J.: Moć uvjeravanja, Zagreb, Veble commerce, 2010.
3. Bovee, Courtland L. i Thill, John V.: Suvremena poslovna komunikacija, Zagreb, Mate d.o.o., 2012.
4. Knapp, Mark L. i Hall, Judith A.: Neverbalna komunikacija u ljudskoj interakciji, Jastrebarsko, Naklada Slap, 2010.
5. Lucas, Stephen E.: Umijeće javnog govora, Zagreb, Mate d.o.o., 2015.
6. Pease, Allan i Barbara: Velika škola govora tijela, Zagreb, Mozaik knjiga, 2008.
7. Rouse, Michael J. i Rouse Sandra: Poslovne komunikacije, Zagreb, Masmedia, 2005.
8. Tafra – Vlahović, Majda: Javni govor, Zaprešić, Visoka škola za poslovanje i upravljanje s pravom javnosti „Baltazar Adam Krčelić“, 2013.

Internet stranice:

<http://2012books.lardbucket.org/pdfs/public-speaking-practice-and-ethics.pdf>,

28.01.2016., 14:00h

<http://www.poslovnih.hr/after5/javni-nastup-mora-biti-uvjerljiv-171387>, 15.02.2016., 10:30h

<http://www.ocvz.hr/index.php/edukacijaa/470-komunikacija-bez-rijeci>, 15.02.2016., 12:30h

http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=207868, 16.02.2016., 07:50h

http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=174490, 16.02.2016., 08:30h

<https://psihoblogovanje.wordpress.com/2012/12/16/facijalna-ekspresija/>, 16.02.2016., 13:00h

<https://www.youtube.com/watch?v=rTpaaiPKFw4>, 20.03.2016., 11:00h

https://youtu.be/q6Egi5V_jNU?t=1m19s, 20.03.2016., 10:30h

POPIS GRAFOVA

Graf 1 Rod ispitanika.....	23
Graf 2 Starosna dob ispitanika.....	23
Graf 3 Stručna sprema ispitanika.....	24
Graf 4 Prisustvo ispitanika na nekom javnom nastupu.....	24
Graf 5 Analiza interpretacije slušateljevih osjećaja u govoru M. Streep i R. Williamsa.....	26
Graf 6 Analiza interpretacije izraza lica govornika	27
Graf 7 Analiza interpretacije govornikovog gestikuliranja rukama	27
Graf 8 Analiza interpretacije govornikovog glasa	28
Graf 9 Analiza interpretacije elemenata govornikovog glasa.....	28
Graf 10 Analiza interpretacije pogleda govornika.....	29
Graf 11 Analiza interpretacije govora M.Streep i R. Williamsa	29

ANKETNI UPITNIK

Ja sam Nataša Pizek Meštrić, studentica druge godine diplomskog studija Odnosi s javnošću na Sveučilištu Sjever. U okviru diplomskog rada provodim anketu o upoznatosti, stavovima i mišljenjima neverbalne komunikacije prilikom javnog nastupa. Anketa je u potpunosti anonimna, a Vaši će se odgovori koristiti isključivo za obradu podataka u svrhu diplomskog rada.

Hvala Vam što ćete izdvojiti idućih nekoliko minuta i odgovoriti na pitanja.

1. Rod?
 - a. Muško
 - b. Žensko

2. Starosna dob?
 - a. do 30 godina
 - b. 31 – 40 godina
 - c. 41 – 50 godina
 - d. 51 – 60 godina
 - e. 61 i više

3. Stručna sprema?
 - a. NSS i niže
 - b. KV, SSS
 - c. VŠS
 - d. VSS i više

4. Jeste li prisustvovali na javnom nastupu?
 - a. Da
 - b. Ne

Video 1:

<https://www.youtube.com/watch?v=rTpaaiPKFw4>

5. U govoru M. Streep osjetio/la sam (moguće više odgovora):
 - a. Emocije
 - b. Uzbuđenje
 - c. Entuzijazam
 - d. Sreća
 - e. Aroganciju
 - f. Pobjednički govor

6. Izraz lica govornika bio je (moguće više odgovora):
 - a. Smireni
 - b. Ljut
 - c. Zadovoljan
 - d. Zbunjen
 - e. Simpatičan
 - f. Nesimpatičan

7. Govornikovo gestikuliranje rukama moglo se protumačiti kao da je:
 - a. zaista sretan
 - b. nervozan
 - c. opušteni

8. Glas govornika bio je (moguće više odgovora)?

- a. preglasan
- b. pretih
- c. prebrz
- d. prespor
- e. dosadan
- f. ugodan
- g. iritantan

9. Na ljestvici od 1-5 ocijenite slijedeće elemente glasa* (1 označuje potpuno neprimjereno, 5 potpuno primjereno)

a. Glasnoća	1	2	3	4	5
b. Tempo govora	1	2	3	4	5
c. Ugodan glas	1	2	3	4	5

10. Pogled govornika govori da je govornik bio iskren:

- a. Da
- b. Ne

11. Za mene, govor M. Streep bio je:

- a. Dobar
- b. Loš
- c. Neutralan

Video 2:

https://youtu.be/q6Egi5V_jNU?t=1m19s

12. U govoru Robina Williamsa osjetio/la sam (moguće više odgovora):

- a. Emocije
- b. Uzbuđenje
- c. Entuzijazam
- d. Sreća
- e. Aroganciju
- f. Pobjednički govor

13. Izraz lica govornika bio je (moguće više odgovora):

- a. Smireni
- b. Ljut
- c. Zadovoljan
- d. Zbunjen
- e. Simpatičan
- f. Nesimpatičan

14. Govornikovo gestikuliranje rukama moglo se protumačiti kao da je:

- a. zaista sretan
- b. nervozan
- c. opušteni

15. Glas govornika bio je (moguće više odgovora)?

- a. preglasan
- b. pretih
- c. prebrz
- d. prespor
- e. dosadan
- f. ugodan
- g. iritantan

16. Na ljestvici od 1-5 ocijenite slijedeće elemente glasa* (1 označuje potpuno neprimjereno, 5 potpuno primjereno)

a. Glasnoća	1	2	3	4	5
b. Tempo govora	1	2	3	4	5
c. Ugodan glas	1	2	3	4	5

17. Pogled govornika govori da je govornik bio iskren:

- a. Da
- b. Ne

18. Za mene, govor R. Williams bio je:

- a. Dobar
- b. Loš
- c. Neutralan