NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Pekas, Tomislav

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split / Sveučilište u Splitu**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:228:346818

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Repository of University Department of Professional Studies

zir.nsk.hr

UNIVERSITY OF SPLIT

dabar
DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU

SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Prediplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

TOMISLAV PEKAS

ZAVRŠNI RAD

NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Split, rujan 2019.

SVEUČILIŠTE U SPLITU

SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

Predmet: Pregovaračke vještine

ZAVRŠNI RAD

Kandidat: Tomislav Pekas

Naslov rada: Neverbalna komunikacija

Mentor: prof. Marko Radeljak, mag. oec.

Split, rujan 2019.

Sadržaj

1. SAŽETAK 1
2. SUMMARY 2
3. UVOD 3
4. KOMUNIKACIJA 5
4.1. Osnovna podjela komunikacije 7
4.1.1. Verbalna komunikacija 7
4.1.2. Neverbalna komunikacija 8
4.2. Poslovna komunikacija 8
4.3. Moć komunikacije u pregovaranju 9
4.4. Interpersonalna komunikacija 10
4.5. Tehnologija u komunikaciji 11
5. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA 13
5.1. Izrazi lica i gledanje 15
5.1.1. Izrazi lica 15
5.1.2. Gledanje 19
5.2. Položaji tijela i pokreti 23
5.2.1. Ruke 23
5.2.2. Noge 27
5.2.3 Ostali pokreti tijelom 30
5.3. Ton glasa 31
5.4. Dodir 33
6. OSOBNI PROSTOR I ZONE 35
6.1. Intimna zona 35
6.2. Osobna zona 36
6.3. Društvena zona 36
6.4. Javna zona 37
7. LAGANJE 38
8. LAŽNI GOVOR TIJELA 40
8.1. Povezanost uma i tijela u laganju 41
9. ZAKLJUČAK 42
10. LITERATURA 44
11. POPIS SLIKA 46

1. SAŽETAK

NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

U ovom radu „Neverbalna komunikacija“ opisuje se način komuniciranja ljudi neverbalnim putem, bez izgovorenih riječi. Neverbalna komunikacija naziva se i govorom tijela jer se komunicira putem raznih pokreta tijela. Objašnjava se razlika između verbalnog i neverbalnog komuniciranja, važnost poznavanja neverbalnih znakova, te njihovo pravilno korištenje. Istražuje se na koji način se određenim dijelom tijela šalje različit tip poruke, koje su zone udaljenosti u komunikaciji, kako govor tijela utječe na poslovne ljude, te može li se govor tijela naučiti, lažirati. U radu se detaljno odgovara na ta pitanja, objašnjava se problematika i pobliže opisuje zašto se neverbalna komunikacija neprestano do danas istražuje. Istraživanjem u radu utvrđeno je da je neverbalna komunikacija značajnija od verbalne komunikacije tijekom razgovora jer ju karakterizira iskrenost, odnosno tijelo pokazuje stvarno stanje osobe, te može otkriti da li je izgovoreno ujedno i istinito. Utvrđeno je i da je neverbalna komunikacija vrlo kompleksna i da ju je izrazito teško maskirati lažnim govorom tijela, jer uskladiti um i tijelo na duži period je gotovo nemoguće, s toga emocije ne treba prekrivati jer osoba bila fizičke ili pravne sposobnosti tako može prouzročiti više štete nego koristi za sebe ili svoje poduzeće.

Ključne riječi: komunikacija, neverbalna, verbalna, govor tijela

2. SUMMARY

NONVERBAL COMMUNICATION

This thesis “Non-verbal communication“ describes a way of communicating in a non-verbal way, without any spoken word. Non-verbal communication is also called “body language“ because it uses body movements as communication. It explains the difference between verbal and non-verbal communication, importance of knowing non-verbal signs and their right usage. It researches in what way a certain body part sends different type of message, what are the distance zones in communication, how body language affects businessmen and can body language be learned or faked. This thesis answers those questions precisely, it explains the problematic and closely describes why non-verbal communication is being increasingly researched until today. By the research in this thesis it has been established that non-verbal communication is more important than verbal during the conversation because it is characterized by honesty, in other words it explains the real condition of a person and it can reveal if what is said is actually true. It is confirmed that non-verbal communication is very complex and it is hard to mask it with fake body language because it is almost impossible to harmonize mind and body for a longer period. Emotions should not be covered because any physical or legal person can cause more damage than benefit for themselves or their company.

Key words: communication, verbal, nonverbal, body languange

3. UVOD

Komunikacija se dijeli na verbalnu i neverbalnu komunikaciju. Za verbalnu komunikaciju može se reći da je glavni tip komunikacije s obzirom na to da se preko nje šalje glavna poruka izgovorena glasom. U radu se istražuje i objašnjava u prvom poglavlju da se ona sastoji od: čitanja, pisanja, govorenja i slušanja. Svaki od tih segmenata ima svoju ulogu, a kao najbitniji i najučestaliji ističu se slušanje i govorenje. Verbalna komunikacija može funkcionirati na više načina, što ovisi o broju sugovornika u razgovoru.

U drugom poglavlju objašnjava se glavna tematika rada, neverbalna komunikacija. Općenito se može reći da je ona govor ljudskog tijela, stvarna pozadina verbalne komunikacije, koja također šalje poruke sugovorniku paralelno s verbalnom. Opisuju se pojedini dijelovi tijela, čijim pokretima se može neverbalno komunicirati, te se svaki od njih detaljno objašnjava. Opisani su redom: izrazi lica i gledanje, položaj tijela i pokreti, ton glasa i dodiri.

U trećem poglavlju definiran je osobni prostor i zone u komunikaciji između sugovornika. Pobliže je opisana svaka zona, te navedeno kakav utjecaj imaju u svakodnevnom i poslovnom životu. Svaka zona ima svoj razmak koji je točno propisana i pridržavanje iste od velike je važnosti za uspješan razgovor.

Četvrto poglavlje posvećeno je laganju. Laganje je jedna od kompleksnijih dijelova neverbalne komunikacije, koje se stoljećima istražuje. Opisani su znakovi na tijelu koji se mogu prepoznati kada osoba govori neistinu, te posljedice laganja u poslovnom svijetu.

Zadnje poglavlje pobliže objašnjava lažni govor tijela, odnosno pokušaje maskiranja stvarnih stanja osobe. Objašnjeno je kako je nemoguće u potpunosti kontrolirati tijelo tijekom lažnih gesti, jer to iziskuje veliki napor usklađivanja uma i tijela. Zaključeno je kako je maskirati stvarno stanje lažnim gestama moguće, ali samo na kratak period, dok se na duži pojavljuju mikrosignali kojim tijelo pokazuje pravo stanje osobe.

Sve cjeline povezane u jedan rad detaljno objašnjavaju kako je neverbalna komunikacija najbitniji dio komuniciranja, pokazuje stvarnu sliku osobe i prema istraživanjima čini čak 55% komunikacije, dok je ostalih 45% verbalna komunikacija.

4. KOMUNIKACIJA

Pojam komunikacija definira se kao proces razmjene raznih informacija preko dogovorenog sistema znakova. Komunikacija se promatra i kao aktivnost koja se odvija između dvoje ljudi: pošiljatelja i primatelja, gdje pošiljatelj ima neku misao ili značenje koje kodira u poruku i šalje primatelju.[1] Osim navedenog komuniciranja između dvije osobe, komunikacija se može odvijati i na više načina, a to su:

i. Jedan pošiljatelj, više primatelja

ii. Mnogo pošiljatelja, jedan primatelj

iii. Mnogo pošiljatelja, mnogo primatelja

Svaki komunikacijski čin obuhvaća sljedeće osnovne elemente: pošiljatelj (izvor komunikator), primatelj (recipijent, adresat), kod (verbalni i neverbalni znakovni sustav, sustav simbola), kanal (fizički prijenosnik ili spoj, npr. Govor, pismo, telefon, televizija), poruka (kombinacija znakova, sadržaj, informacija) i kontekst (predmet komuniciranja, situacijski čimbenici).[2]

U svakodnevnom životu komunikacija je glavni faktor koji povezuje živa bića. s njom se određuju odnosi među ljudima. Bez komunikacije ljudi ne bi mogli kao zajednica normalno funkcionirati, ni stvarati međusobne odnose. Komunicirati se može i sa životinjama, s kojima se isto tako putem komunikacije stvaraju međusobni pozitivni ili negativni odnosi. Osim sporazumijevanja komunikacija može imati razne druge učinke, kao što je utjecaj na osjećaje, koji može rezultirati stvaranjem tuge, straha, sreće, zabrinutosti itd.

[1]Lewicki, R. J., Saunders, D.M., Barry, B. (2009) Zagreb: MATE d.o.o.
[2]Leksikografski zavod Miroslav Krleža, *Komunikacija* ,http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=32686 [21.4.2019]

Osim direktne komunikacije (oči u oči) koja je najčešći oblik komuniciranja, odmah iza nje je i pisani oblik komuniciranja. U pisani oblik komuniciranja kao što su pisma, časopisi i knjige spada i tehnologija koja je taj oblik komuniciranja podigla na jedan sasvim novi, visoki oblik komunikacije. Tehnologija u komuniciranju pruža stalnu i brzu razmjenu pisanih elektroničkih poruka preko raznih društvenih mreža koji se koriste na mnogobrojnim uređajima kao što su: mobitel, računalo, tablet itd.

U poslovanju komunikacija je jedan od najvažnijih čimbenika za uspješan poslovni rezultat, ostvarenje ciljeva i stvaranje poslovnih veza s partnerima. Poslovna komunikacija obuhvaća elemente kao što su poslovno odijevanje, pravila ophođenja s drugim ljudima, poslovno dopisivanje, ton glasa i govor tijela, upotreba riječi i pravila vođenja uljuđenog razgovora u raznim poslovnim situacijama, kao i ponašanje za i pri poslovnim objedima.[3] Kroz komunikaciju se stvaraju poslovni planovi, određuju ciljevi, kao i strategije kojima će se ti ciljevi ostvariti. Posebno je važno istaknuti menadžment i marketing u kojima je komunikacija primarna disciplina.

U marketingu komunikacija obuhvaća gotovo cijeli posao, jer je cilj marketinga na što više načina i što uspješnije prenijeti kvalitetnu poruku javnosti o određenim proizvodima. Marketing danas ima sve šire mogućnosti oglašavanja, jer je komunikacija sve lakša kako tehnologija napreduje.

U menadžmentu komunikacija je također ključna. Komuniciranjem menadžeri na svim kategorijama vode svoj tim ljudi, zadaju im zadatke, određuju ciljeve, predstavljaju planove i strategije i pomažu u svim aktivnostima.

S tim možemo reći da komunikacija igra glavnu ulogu kako u poslovanju, tako i u svim životnim situacijama. Komunikacija s partnerima i kupcima je primarna aktivnost ukoliko se želi ostvariti bilo kakav poslovni uspjeh.

[3] Poslovni dnevnik, *Poslovna komunikacija i poslovni bonton* http://www.poslovni.hr/after5/5-pravila-poslovnog-bontona-337415 [5.9.2019]

4.1. Osnovna podjela komunikacije

Komunikacija se dijeli na dvije osnovne skupine, a to su: verbalna i neverbalna komunikacija. Obje vrste imaju i svoje podvrste komuniciranja.

4.1.1. Verbalna komunikacija

U verbalnoj komunikaciji komunicira se riječima. Verbalna se komunikacija temelji na jeziku. Uspješnu verbalnu prati njena dosljedna neverbalna komunikacija.[4] Vrlo je bitna jer se kroz nju mogu izraziti misli, osjećaji, ideje i stavovi koje druga strana može shvatiti jednako kao i pošiljatelj. Verbalna komunikacija dijeli se na: čitanje, slušanje, govorenje i pisanje.



Slika 1. Primjer verbalnog komuniciranja licem u lice

Izvor: EDUCBA (2019) https://www.educba.com/ [21.4.2019]

Čitanje je najslabije zastupljeno od svih oblika verbalne komunikacije. Čitajući ljudi prikupljaju nove informacije i znanjem posebno kroz knjige čija je korisnost u stalnom padu dolaskom tehnologije.

Slušanje bi trebalo biti glavno u verbalnoj komunikaciji jer slušanjem se prima poruka koja nam se šalje iz okoline. Postoji pasivno i aktivno slušanje. Pasivno je kada slušatelj ne

[4] Elementa komunikacije, *Neverbalna i verbalna komunikacija* http://www.elementa-komunikacije.hr/poslovna-komunikacija/neverbalna-verbalna-komunikacija [5.9.2019]

ulaže gotovo nikakav napor da bi razumio primljenu poruku, zanemaruje ju. Aktivno slušanje je kada slušatelj ulaže sav potreban napor kako bi primljenu poruku uspješno razumio i prihvatio.

Govorenje je najzastupljeniji oblik komunikacije. Govorenjem se iznose stavovi i informacije drugoj strani, odnosno šalje se poruka u okolinu. Smatra ga se glavnim oblikom komunikacije, ali je jednostrani proces s obzirom da druga strana poslanu poruku može ne prihvatiti.

Pisanje je jedan od najstarijih oblika komunikacije, ali i najmanje zastupljen, koji se koristio kroz cijelu povijest čovječanstva. Pisanjem se ljudi izražavaju kroz: knjige, časopise, znanstvene radove, eseje, pisma i tehnologiju. Tehnologija je upravo ta koja pisanju daje jednu novu dimenziju, uzlaznu putanju kada govorimo o oblicima komunikacije.

4.1.2. Neverbalna komunikacija

Neverbalna komunikacija je komuniciranje bez upotrebljavanja riječi, a može biti namjerno ili nenamjerno. Neverbalna komunikacija se koristi za: izražavanje emocija, pokazivanje stavova, održavanje osobina ličnosti i poticanje ili mijenjanje verbalne komunikacije. To je govor tijela i sadržaj iz okoline u pojedinoj komunikaciji.[5] Sve vezano za neverbalnu komunikaciju, njenu podjelu opisat će se u nastavku ovoga rada.

4.2. Poslovna komunikacija

Poslovna komunikacija se koristi za promicanje i unaprjeđenje prodaje proizvoda. Komunicira se između prodavatelja i kupca, a cilj je razmijeniti informacije, kupcu dati saznanja što prodavatelj nudi i sve informacije u vezi proizvoda, a prodavatelj saznaje potrebe i nezadovoljstva kupaca. Cilj komuniciranja u poslovanju je i istražiti komunikacijske kanale s kupcima kako bi se na njima radilo i usavršavalo iste.

[5] Unavita, *Neverbalna komunikacija u različitim kulturama*, https://www.unavita.hr/neverbalna-komunikacija-u-razlicitim-kulturama/ [5.9.2019]

Kod poslovne komunikacije ističe se da je neverbalna komunikacija važnija od verbalne, jer daje pravi odgovor kako je kupac reagirao na primljenu poruku koja se poslala verbalnom komunikacijom. Kupac svojim tonom glasa i držanjem tijela može otkriti reakciju na prihvaćenu poruku.

Prodaja predstavlja osobno komuniciranje informacija uz pomoć kojih se na uvjerljiv način pomaže potencijalnomu kupcu da kupi nešto – proizvod, usluge, ideje ili drugo što zadovoljava njegovu potrebu[6]. Svrha poslovnog komuniciranja je navesti kupca na kupnju proizvoda koji mu se nude kroz razgovor. Prodavač verbalnom komunikacijom može navesti sve prednosti proizvoda, na jedan način nahvaliti proizvod kako bi kupcu izgledao što primamljiviji i na samom kraju da bi proizvod bio kupljen.

Komunikacija se razlikuje u svakom poslu, jer svaki posao koji se želi sklopiti traži poseban način komuniciranja. Komunikacija je bitna i za obranu od konkurencije, kako bi poduzeće pokazalo zašto su njihovi proizvodi bolji od konkurentskih i koje su njihove prednosti. To je posao marketinga poduzeća, odnosno osoblja koji se njime bavi, marketinški stručnjaci. Kao što je već u radu navedeno marketing je poslovna grana u kojemu je komunikacija na prvom mjestu ka realizaciji ciljeva. Marketinški stručnjaci komunikacijskim procesom žele izazvati željeno ponašanje potrošača.[7]

Bez komuniciranja u poslovanju ostvarenje ciljeva, stvaranje planova i vođenje timova bilo bi nezamislivo. Cilj svakog poslovanja je ostvarenje profita, što većeg dohotka, a to se postiže uspješnom komunikacijom između svih sektora poduzeća. Zato je vrlo bitno da se politika vođenja poduzeća bazira s pravilnom komunikacijom na prvom mjestu.

4.3. Moć komunikacije u pregovaranju

U pregovorima komunikacija ima glavnu ulogu ka pronalaženju zajedničkog jezika među pregovaračima. Verbalna komunikacija, kao i neverbalna važna je od samog početka pregovora, jer način početnog komuniciranja, ton glasa i ostale komponente komunikacije usmjeravaju pregovore u daljnju fazu. Komunikacija je na prvom mjestu kroz cijeli proces

[6]Mostariensia (2015) *Časopis za društvene i humanističke znanosti*, https://hrcak.srce.hr/mostariensia [24.4.2019]
[7]Mostariensia (2015) *Časopis za društvene i humanističke znanosti*, https://hrcak.srce.hr/mostariensia [24.4.2019]

pregovaranja i koristi se na razne načine. Ona je oružje kojim se bori kako bi pregovarač dobio pregovore ili se uspješno nagodio s drugom stranom, odnosno došao do nekakvog cilja. Zato možemo reći da je cijeli proces pregovaranja od njegova početka do kraja obilježen samo komunikacijom, a komunicirati se može na više načina, kao što su: izravno (licem u lice), pisanom komunikacijom, tehnologijom itd.

Za komunikaciju u pregovorima se kaže da je moć s obzirom na to da pomoću komuniciranja ostvarujemo nešto ili dobivamo nešto novo. U širem smislu ljudi imaju moć kada mogu postići željene ishode ili kada mogu postići da se stvari riješe onako kako oni žele da se riješe.[8] Drugim riječima komunikacijom se može mijenjati tuđa stajališta i mišljenja, te navoditi jednu stranu, kontrolirati ju, kako bi druga strana dobila neku korist iz toga.

Moć u komunikaciji najbolje se može koristiti kada postoji dobra informiranost. Informiranost je ključna kada se komunikacijom želi postići uspjeh u pregovorima. Informiranost se postiže prikupljanjem podataka, činjenica, kao i najvažnijom vrstom komunikacije, slušanjem. Informirana osoba prikupljenim informacijama može argumentirati svoje riječi i time steći veliku nadmoć nad drugom stranom, čime se stavlja u dobar položaj u pregovorima.

4.4. Interpersonalna komunikacija

Interpersonalna komunikacija je najšira i najčešća vrsta komunikacije, jer obuhvaća verbalnu i neverbalnu komunikaciju. Definirati se može da je to razmjena poruka, informacija između dvije ili više osoba, koje mogu biti na maloj udaljenosti (lice u lice), srednjoj udaljenosti (dovikivanje) ili velika udaljenost (dopisivanje preko interneta, društvenih mreža):

[8]Lewicki, R. J., Saunders, D.M., Barry, B. (2009) Zagreb: MATE d.o.o.

Sedam ključnih značajki po kojima se može prepoznati interpersonalna komunikacija:[9]

i. Interpersonalna komunikacija uključuje verbalno, ali i neverbalno ponašanje.
ii. Interpersonalna komunikacija uključuje spontano, uvježbano i planirano ponašanje, ili neku njihovu kombinaciju.
iii. Interpersonalna komunikacija nije statična, nego razvojna.
iv. Uključuje izravnu povratnu vezu, interakciju i suvislosti ili koherentnost.
v. Odvija se u skladu s nekim unutarnjim i vanjskim pravilima.
vi. Interpersonalna komunikacija je aktivnost.
vii. Interpersonalna komunikacija može uključivati uvjeravanje ili persuaziju.

4.5. Tehnologija u komunikaciji

Komunikacija danas u tzv. digitalnom dobu dovedena je do nezamislive razine. Razlog tomu krije se upravo u tehnologiji koja omogućuje posve nove, moderne, superiorne načine verbalnog i neverbalnog komuniciranja bez obzira gdje se osobe koje vode konverzaciju nalazile.

Za tehnologiju koja se bavi uspostavom komunikacije kaže se da je to informacijska i komunikacijska tehnologija. Ta vrsta tehnologije definira se kao djelatnost i oprema koja čini tehničku osnovu za sustavno prikupljanje, pohranjivanje, obradbu, širenje i razmjenu informacija različita oblika, tj. znakova, teksta, zvuka i slike.[10]

Tehnologija povezuje ljude iz cijeloga svijeta da komunikacijom razmjenjuju informacije i poruke gotovo jednakom brzinom kao što je to licem u lice, u neposrednoj blizini. To

[9]Mihin, A. (2014) *Interpersonalnakomunikaciaj,* Čakovec: Menadžment turizma i sporta

[10]Leksikografski zavod Miroslav Krleža, *Informacijska i komunikacijska tehnologija,* http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27406

omogućuju razni tehnološki uređaji, a među njima najzastupljeniji su: mobilni telefon, tablet i računalo (stolno ili prijenosno).

Osim komuniciranja tehnologijom pisanjem, odnosno elektroničkim porukama, tehnologija prenosi i glasovne poruke, zvukove, slike i videozapise. Tehnologija se razvija iz godine u godinu. Razni izumi i inovacije poboljšavaju tehnologiju, pa time i komunikaciju u modernom vremenu. Neprestano razvijanje tehnologije u budućnosti garantira još bržu i precizniju komunikaciju.



Slika 2. Prikaz tehnoloških uređaja za komunikaciju

Izvor: ICT Bussines, https://www.ictbusiness.info/ [21.4.2019]

5. NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Mnoga istraživanja danas dokazuju da većinu naše komunikacije čini upravo neverbalna komunikacija, koja govori i daje više informacija od verbalne komunikacije. Gotovo 55% komunikacije čini upravo neverbalno komuniciranje, dok verbalno, u koje se ubrajaju izgovorene riječi i ton glasa čine 45% komunikacije.

Neverbalnu komunikaciju definira se kao način kojim ljudi komuniciraju bez riječi, bilo namjerno ili nenamjerno, dopuna je ili zamjena za verbalnu komunikaciju, a koristimo ju za izražavanje emocija, pokazivanje stavova, odražavanje osobina ličnosti i poticanje ili mijenjanje verbalne komunikacije.[11] Najjednostavnija definicija neverbalne komunikacije glasi da je to „komunikacija bez riječi".[12]

Neverbalna komunikacija odnosi se na sve što se radi tijekom razgovora, a da nije povezano s riječima i tonom kojeg se izgovara. Takvo komuniciranje naziva se još i govorom tijela, jer tijelo je upravo ono koje priča više od izgovorenih riječi, odnosno govor tijela nadopunjuje verbalnu komunikaciju.

Govor tijela može se očitovati na više načina, njih će se opširnije razraditi u nastavku rada. To su:

i. Izrazi lica i gledanje
ii. Položaj tijela i pokreti
iii. Ton glasa
iv. Dodiri

[11] Radenčić, Lj. (2013) *Neverbalna komunikacija – umijeće kvalitetnog nastavnika*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
[12] Lukić, A. (2016) *Verbalna i neverbalna komunikacija.* Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Osim navedenih načina neverbalnog komuniciranja tu su još i mnogi drugi koje će spomenuti u ovom radu. Za govor tijela može se reći da je najpouzdaniji pokazatelj osjećaja, percepcije i stavova.

Govor je taj koji prenosi informacije koje se šalju iz prethodnih saznanja, podataka s kojima se raspolaže, a tijelo ima zadatak prenošenja osjećaja, odnosno ispunjavanja tih informacija osjećajima. Tako tijelo pomaže u slanju jasne poruke slušatelju. Govor se uvijek prati pokretima tijela. Tijelo može razotkriti sve osjećaje, stavove i emocije koje se kriju iza izgovorenih riječi, kao što su: strah, trema, sreća, uzbuđenost, agresivnost itd.

To znači da prilikom izgovaranja treba govoriti i tijelom, a za to postoje razne razvijene tehnike koje tu pomažu.Pogotovo se odnosi kada se slušatelju želi prenijeti neka važna informacija. U poslovanju govor tijela je ključan faktor za uspješno pregovaranje, s toga se komunikaciju govorom treba u cijelosti popratiti ispravnim pokretima, govorom tijela. U poslovanju se najviše ističe prvi kontakt sa sugovornikom. Prvih 15 sekundi je presudno. Zašto? U tom trenutku donosi se ključna odluka o dojmu koji se ostavlja na sugovornika.[13]

[13] Poslovni dnevnik, Što nam otkriva govor tijela u poslovnoj komunikaciji http://www.poslovni.hr/poslovni-centar-znanja/sto-nam-otkriva-govor-tijela-u-poslovnoj-komunikaciji-319554 [5.9.2019]

5.1. Izrazi lica i gledanje

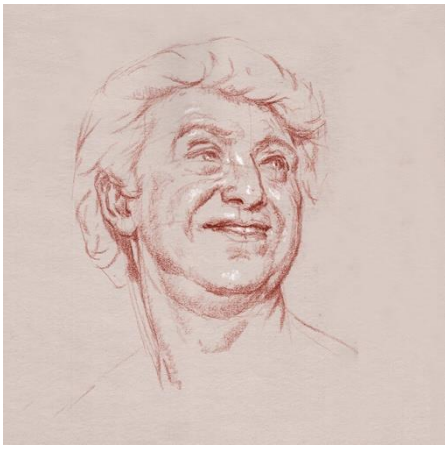
Neverbalna komunikacija najčešće se komunicira licem, odnosno očima. Pokreti očiju i znakovi licem mogu otkriti i više nego se govori verbalnom komunikacijom. Izražavanje osjećaja i emocija licem prvi je oblik neverbalne komunikacije koji se godinama istraživao, jer je lice najizraženija značajka svakog ljudskog bića i ima mnogo načina kojima se mogu izražavati osjećaji. Pomnim praćenjem izraza lica mogu se razotkriti maske govornika i otkriti stvarno stanje njegovih osjećaja i reakcija.

5.1.1. Izrazi lica

Socijalni psiholozi tvrde da postoji šest glavnih emocija koji se mogu prepoznati kod čovjeka, a to su: sreća, tuga, bijes, strah, iznenađenje i gađenje.

Sreća se izražava osmijehom, odnosno podizanjem kože oko očiju i usta prema gore. Najčešće ju prati verbalni izraz smijeha međutim, on nije nužan za sreću. Sreća se može i sakriti, osoba može iz nutrine imati taj osjećaj bez da ga pokazuje. Može ga sakriti raznim drugim osjećajima, maskama. Sreća je najčešće popraćena i drugim neverbalnim znakovima po cijelom tijelu. Također suze nužno ne moraju biti pokazatelj tuge, mogu se nerijetko pojaviti i kod osjećaja sreće i smijeha kada su ti osjećaji jako izraženi.

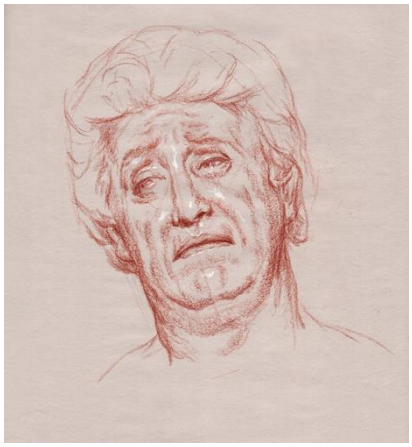
Sreća je osjećaj koji pozitivno utječe na cijelog čovjeka, pa tako i na njegov govor tijela. Govor tijela kod takvog osjećaja sugovornicima šalje poruku prijateljskog raspoloženja i stvaranje ugodne atmosfere. U poslovanju je jako dobro sa osjećajem sreće započeti razgovore, sastanke ili neke druge skupove koje su od veće važnosti jer se u samom početku stvara ugodno ozračje koje vrlo lako može preći i na ostale sugovornike u prostoriji. Takav način početka poslovanja može uvelike pomoći pri što boljem ostvarenju krajnjeg cilja.



Slika 3. Sreća

Izvor: Artist network, https://www.artistsnetwork.com/art-mediums/drawing/draw-facial-expressions-quick-guide/ [24.4.2019]

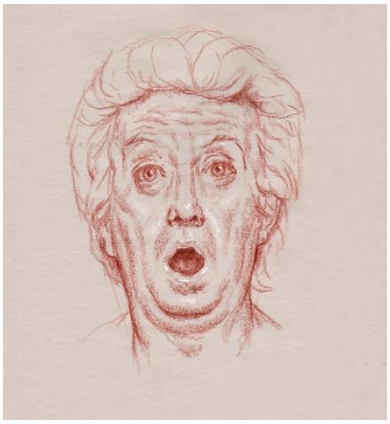
Tuga je osjećaj suprotan sreći izazvan mnoštvom loših emocija, a prepoznaje tako da su kutovi očiju i usta spušteni prema dolje, obrve su blago spuštene. Suzne oči i suze najveći su pokazatelj tuge. Tuga se također može sakriti drugim osjećajima. Nutarnji je i vanjski osjećaj.



Slika 4. Tuga

Izvor: Artist network, https://www.artistsnetwork.com/art-mediums/drawing/draw-facial-expressions-quick-guide/ [24.4.2019]

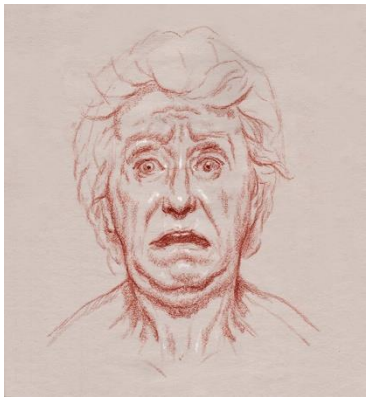
Iznenađenje je osjećaj koji se vrlo jednostavno prepoznaje. Oči su širom otvorene, obrve uzdignute, usta su otvorena, dok čeljust pada dolje. Iznenađenost je izrazito teško sakriti s obzirom na to da se događa u sekundi i osoba nema vremena za maskiranje tog osjećaja.



Slika 5. Iznenađenje

Izvor: Artist network, https://www.artistsnetwork.com/art-mediums/drawing/draw-facial-expressions-quick-guide/ [24.4.2019]

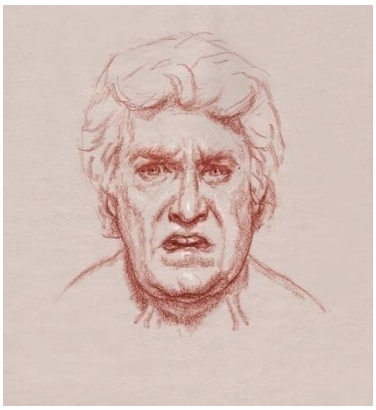
Strah je osjećaj kojeg karakterizira napetost, cijelo lice je napeto. Radi mnoštvo mišića i lice je u stalnom pokretu. Oči i usta su uglavnom otvoreni, obrve su skupljene, s usta su najčešće u vodoravnom položaju ili blago spuštena prema dolje. Strah se može sakriti međutim, nije jednostavno jer je to snažan osjećaj s mnogo pokreta i treba biti uvježban kako bi se to sakrilo.



Slika 6. Strah

Izvor: Artist network, https://www.artistsnetwork.com/art-mediums/drawing/draw-facial-expressions-quick-guide/ [24.4.2019]

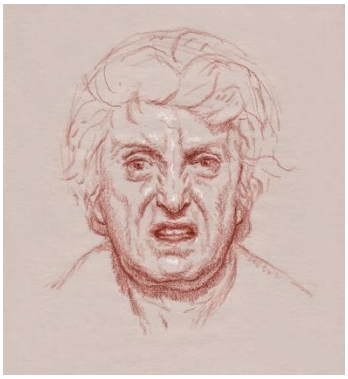
Bijes je agresivan izraz lica, osoba je ljutita, intenzivno i izravno gleda bez prestanka u oči druge osobe. Prepoznaje se tako da su gornji kapci spušteni, a donji napeti, pogled se sužava i izoštrava. Bijes se može uspješno sakriti, jer je velikim dijelom i unutarnji osjećaj. Najčešće se sakriva blagim osmijehom ili staloženim izrazom lica.



Slika 7. Bijes

Izvor: Artist network, https://www.artistsnetwork.com/art-mediums/drawing/draw-facial-expressions-quick-guide/ [24.4.2019]

Gađenje je snažan osjećaj kada lice ima gornje kapke podignute, čeljust je otvorena ili stisnuta, a karakterizira ga ponajviše boranje lica, osobito u predjelu nosa.



Slika 8. Gađenje

Izvor: Artist network, https://www.artistsnetwork.com/art-mediums/drawing/draw-facial-expressions-quick-guide/[24.4.2019]

Svi navedeni oblici osnovnih osjećaja vrlo jednostavno se mogu kontrolirati, odnosno zamaskirati kako oni ne bi izašli na površinu. Izraze lica lakše je kontrolirati nego na drugim dijelovima tijela jer su pod većom kontrolom.

5.1.2. Gledanje

Gledanje je jedan od najčešćih znakova neverbalne komunikacije. Pomoću njega može se vidjeti i komunicirati razne osjećaje. Za oči se često kaže da su ogledalo duše, što je rekao i sam Leonardo da Vinci. Njegovu najpoznatiju sliku Mona Lisu stručnjaci godinama pokušavaju proučiti i odgonetnuti što ona komunicira očima. Svaki slikar posebnu pozornost pridaje očima pri crtanju ljudskog bića na slikama, jer baš oči su te koje šalju poruku, njihov položaj, usmjeravanje pogleda i sjaj mogu otkriti razne skrivene osjećaje koje je slikar imao na umu tijekom stvaranja slike.

U razgovoru između dva čovjeka u cjelokupnoj komunikaciji uz govor najzastupljeniji oblik komunikacije su oči. Očima se stalno komunicira u razgovoru, čak i više od govora, jer pogledi su stalni i kada se ne šalje poruka, već slušatelj automatski svojim pogledom odgovara na primljenu poruku. Kontakt očima početak je razgovora, on usmjerava daljnju komunikaciju, stvara temelj tog odnosa prije samog govora, odnosno verbalne komunikacije. Gledanje nekoga u oči može biti snažni emocionalni način komunikacije gdje osoba zbog toga može izbjegavati naš pogled. [14]Nedostatkom pogleda komunikacija može biti ometana i pojavljuje se nesigurnost i nepovjerenje što znatno može pogoršati razgovor. Oči su temelj uspostavljanja povjerenja.



Slika 9. Mona Lisa

Izvor: Wikipedia, https://en.wikipedia.org/wiki/Mona_Lisa [1.5.2019]

[14] Podrži.me, *Neverbalna komunikacija* http://podrzi.me/neverbalna-komunikacija/ [5.9.2019]

Kontakt očima je jedan od neverbalnih načina za:

i. izražavanje sklonosti/intimnosti i razvijanja odnosa (više gledamo u ljude kojima smo skloni nego u one koje ne trpimo).

ii. vježbanje kontrole (primjerice, ljudi mogu pojačati kontakt očima kad žele nešto objasniti ili biti uvjerljivi)

iii. reguliranje interakcije (očima se usmjerava 'pokretačka sila' konverzacije, nakon njezina početnog zamaha)

iv. informaciju o raspoloženju i karakteru (naprimjer, pozornosti, osposobljenosti, vjerodostojnosti, sklonosti – kao i antipatije) [15]

Kontakt očima komunicira mnogo više nego se očekuje. Razni su načini koji dokazuju takvu komunikaciju. Sekunde dužeg pogleda u sugovornika može slati ozbiljne poruke, svaka sekunda je bitna i svako skretanje pogleda otkriva trenutno stanje osobe u razgovoru. Nedvojbeno je da kontakt očima igra važnu ulogu u mogućnosti čitanja drugih jer spada u značajke ponašanja koje odmah uočavamo.[16]

Gledanje je uvijek bilo više od samog gledanja, jer osim komuniciranja otkriva i razne druge stvari, kao što u skrivene namjere, laganje, pretvaranje i razno drugo varanje, kao i mnoge osjećaje. Zbog tolikog pridavanja važnosti gledanju u društvenom životu među ljudima razvile su se razne fraze koje se upotrebljavaju svakodnevno, kao što su: „Ima velike dječje oči“, „Ima lukave oči“, „U pogledu mu se vidi da nešto skriva“, „Znam taj pogled“, „Sjaj u njegovim očima“ i razne druge fraze koje pomažu pri lakšoj komunikaciji.

[15]Borg, J. (2009) Govor tijela, Zagreb: Veblecommercestr.36
[16]Borg, J. (2009) Govor tijela, Zagreb: Veblecommercestr.37

Ono što je posebno i iskreno u očima najviše pripada zjenicama. Zjenice su te koje se mogu širiti, sužavati i sjajiti, one su glavni znak kada se iščitava nešto iz pogleda, sva koncentracija je na njima. Zjenice se sužavaju kada osoba stupi na jaku rasvjetu ili prirodnu svjetlost, kod uzbuđenja zjenice se mogu proširiti i do četiri puta od njihove uobičajene veličine, što je i u slučaju kada osoba ima osjećaj straha. Također zjenice se šire i ovisno o raspoloženju, što je raspoloženje pozitivnije zjenice će biti raširenije. S druge strane zjenice se sužavaju što je raspoloženje negativnije, te kada se stupi u prostore s više svjetlosti, svjetlija područja.

Oči i pogled kao što je već prethodno spomenuto komuniciraju na razne načine, tako se može posebno istaknuti i zavođenje. Oči su jako važne pri udvaranju; žene upotrebljavaju čak i šminku kako bi istaknule oči.[17] To se posebno izražava kod romantičnih situacija. Kada čovjek voli ženu njegove zjenice će se proširiti, što će žena uočiti i imati takav zaključak iako nije svjesna kako je došla do njega. Znanstvena istraživanja potvrdila su da se kod osjećaja uzbuđenja ženama više šire zjenice nego muškarcima, iako ljudi misle da je obratno. Poznato je da dojenčad i djeca imaju „velike oči“ odnosno, raširenije zjenice od odraslog čovjeka, razlog tomu je i prisustvo starije osobe što djetetu potiče razne osjećaje, a sve to rezultira proširenjem zjenica. Ti osjećaji mogu biti strah, uzbuđenje, sreća i tuga.

Poznato je da je pogled bitan i kod igara na sreću, ponajviše kod kartaških igara, gdje mogu otkriti razne skrivene adute, kao npr. u pokeru. Iskusni profesionalni igrači uočit će kada se protivniku šire zjenice da je došlo do uzbuđenja i da igru ne treba nastaviti, jer su u pitanju dobre karte. Takve emocije mogu se skrivati, a to se radi korištenjem tamnih naočala za vid, što protivnicima skriva namjere igrača.

Mnogi su načini gledanja između osoba i svi ti načini gledanja imaju svoje značenje koje se može znati s prethodnom educiranosti. Kod gledanja nije samo važna duljina pogleda odnosno, trajanje pogleda, već i dio tijela kojeg se promatra. Znanstveno je dokazano da je potrebno oko 30 dana vježbanja prije nego što se načini promatranja mogu primijeniti za poboljšanje i čitanje komuniciranja.

[17]Pease, A. (1991) Govor tijela, Zagreb: Mladinska knjiga str.110

Vrlo je bitan pogled pri poslovnim odnosima. Dva su načina koja će pomoći u komuniciranju i posao usmjeriti i voditi u pravom smjeru. Jedan od njih je gledanje u sugovornikov trokut na licu. Trokut na licu su tri linije oko nosa sugovornika i gledanjem unutar njih na duži period stvorit će se atmosfera ozbiljnosti i stručnosti, te će sugovornik imati osjećaj da osoba s kojom vodi razgovor ima profesionalnost, odnosno poslovni duh. Drugi način je pogled iznad sugovornikovih očiju, on omogućuje kontrolu razgovora te stvara atmosferu nadmoćnosti u odnosu na sugovornika.

Pogled u društvu odnosno, pogled pri društvenim susretima je spuštanje pogleda iznad razine sugovornikovih očiju. Suprotno od poslovnog pogleda, ovaj se pogled koristi u svakodnevnom društvenom životu. Tim pogledom stvara se zbliženija, prisnija atmosfera razgovora.

Intiman pogled ili sramežljivi pogled je pogled koji nastaje kada osoba osjeća emociju srama ili straha pred sugovornikom. Pogled je usmjeren ispod cijele glave, odnosno brade sugovornika, a može ići i do samog tla. Intiman pogled također se koristi i kada je osoba zainteresirana za sugovornika, kada osjeća povezanost. Takvim pogledom komunicira takve osjećaje, ako sugovornik uzvrati takvim pogledom potvrđuje se da su iste emocije obostrane.

Kod pogleda u stranu može se primijeniti i dio objašnjenja kao kod intimnog pogleda, jer se također koristi kod zainteresiranosti za sugovornika. Međutim pogled u stranu može predstavljati i neprijateljstvo . Kada se takav pogled kombinira zajedno sa naboranim čelom, skupljenim obrvama i spuštenim uglovima usana to komunicira neprijateljski, agresivan stav. Kada sugovornik stvara takav pogled najbolje je napustiti razgovor jer takav pogled može uništiti komunikaciju, odnose pa i poslove.

Zatvorene oči znak su dosade, superiornosti, nezainteresiranosti i pospanosti. Gesta nastaje nesvjesno i ustvari predstavlja pokušaj da vas osoba ukloni iz svog vidnog polja, jer joj je ili postalo dosadno, ili je ne zanimate, ili pak osjeća da je superiorna.[18]

5.2. Položaji tijela i pokreti

Tijelo, njegov položaj i pokreti površinom je najmasovniji pokazatelj neverbalnih znakova i komunikacije kod osoba. Gotovo svaki dio tijela komunicira drugačije i na više načina. Tijelo može otkriti razne osjećaje, namjere i stanja osoba, te se u bitnim pregovorima mnogo važnosti treba dati položaju tijela kako bi komunikacija, bila društvena ili poslovna išla u pravom smjeru. Komunicirati se može: rukama, nogama i tijelom u cijelosti.

5.2.1. Ruke

Ruke su dio tijela koji se najviše koristi. Čovjek ih koristi od svog rođenja, međutim geste koje se rukama rade nisu ugrađene u genetski sustav. One su naučene, baš kao i njihova značenja, kroz socijalizaciju u određenom vremenu i prostoru, kroz tjelesno i duhovno, u kulturi, kroz sustav vjerovanja, te općenito radi opstanka i uravnoteženog ponašanja u određenom okružju.[19] Dlan, prst, lakat, cijela ruka dijelovi su kojima se mogu raditi razni pokreti i njima komunicirati trenutno stanje osobe. Vrlo je bitno pratiti položaj i kretnje ruku, na koji su dio tijela prislonjeni, da li su savijene, u džepovima ili na drugim mjestima, sve je to od velike važnosti u razgovorima.

Ruke su naročito zanimljive u terminologiji govora tijela jer u prekriženom položaju imaju moć stvaranja zaštitne 'barijere' između ljudi i bliskije komunikacije.[20] Za prekrižene ruke možemo reći da je to najčešće neki znak za uzbunu. To je obrambeni stav, ali i stav nesigurnosti i neprijateljstva. Prekriženim rukama se formira znak „X“ koji sugovorniku šalje poruku da njegov stavi ili prisutnost nisu dobrodošli. Takav stav prekriženih ruku označava nelagodu koja se prenosi promatračima. Postoji nekoliko oblika prekriženih ruku, a ovdje će se navesti oni koje se najčešće može vidjeti u komunikaciji među osobama.

[18] Pease, A. (1991) Govor tijela, Zagreb: Mladinska knjiga str 114.
[19] Socijalna ekologija (2007) Časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline, https://hrcak.srce.hr/file/19204 [5.9.2019]
[20] Pease, A. (1991) Govor tijela, Zagreb: Mladinska knjiga str. 129

Kod uobičajenog položaja prekriženih ruku ruke su prekrižene i u ravnini su s prsima. To je pokušaj skrivanja pred nekom neugodnom situacijom gdje do izražaja dolazi sramežljivost te osobe, te označava negativan, obrambeni stav. Najčešće gdje taj stav možemo vidjeti su javni nastupi, govor pred stranim ljudima ili mnoštvom poznanika, medijsko istupanje i slični oblici javnog komuniciranja. Osim u takvoj komunikaciji prekrižene ruke susrećemo i u običnim situacijama, kao što su u trgovini, dizalu, bolnici i sl.

Za primjer uzmimo jednog studenta koji mora prezentirati svoj seminarski rad. Zbog nedostatka vremena student svoju prezentaciju nije uspio uvježbati pa se stvara nesigurnost koja rezultira tremom. Da tremu ne bi vidjeli svi prisutni student prekriži svoje ruke, prilikom čega pod svaku ruku ugura šake kako se drhtavost ne bi vidjela. To je klasičan primjer situacije kada ljudi upotrebljavaju uobičajeni položaj prekriženih ruku. Neugodnost je najčešći uzrok prekriženih ruku. Kao primjer za negativan, obrambeni stav možemo uzeti konflikt između dvoje prijatelja koji su se iz nekog razloga posvađali i svako želi situaciju dovesti u svoju korist, tu dolazi do neprijateljskog stava s obje strane, što rezultira u nekim slučajevima prekrižene ruke u budućoj komunikaciji između njih dvoje.



Slika 10. Uobičajeni položaj prekriženih ruku

Izvor: India bix, https://www.indiabix.com/body-language/arm-barriers-gestures/ [10.5.2019]

Drugi način prekriženih ruku je držanje nadlaktice. Šakama zahvatimo obje nadlaktice u čvrst stisak, kao da želimo biti sigurni da se na taj način pritisnute ruke neće osloboditi.[21] Prekrižene ruke na takav način možemo vidjeti u raznim čekaonicama, kada su ljudi nestrpljivi, to su geste negativnog, suzdržanog stava.

[21]Pease, A. (1991) Govor tijela, Zagreb: Mladinska knjiga str.134

Međutim tako držanje ruku može značiti jednu vrstu visokog samopouzdanja, čvrstog stava, što sugovorniku može poslati ozbiljnu poruku dominantnosti u razgovoru. To je jedan od osnovnih stavova lidera u svijetu, koji svoje verbalno komuniciranje prate snažnim gestama neverbalnog komuniciranja. Prekriženim rukama šalju poruku ozbiljnosti i samouvjerenosti na javnost, te tako skreću pozornost na sebe.

Slično kao položaj prekriženih ruku uz držanje nadlaktice je i s palcima prema gore. Taj način neverbalne komunikacije upućuje na visoku samouvjerenost. Osoba tako pokazuje da sebe jako cijeni, da drži do svoga stava i da ima moć utjecati na stavove drugih sugovornika. U poslovnom svijetu možemo često naići kako poslovni ljudi prilikom držanja svojih ruku u džepovima sakoa palce drže van, što je također jedan pokazatelj samouvjerenosti, visokog stava. Takav stav sugovorniku šalje poruku profesionalnosti i ozbiljnosti u vezi pola koji se odrađuje ili oko kojeg se pregovara.



Slika 11. Prekrižene ruke s palcima prema gore

Izvor: India bix, https://www.indiabix.com/body-language/arm-barriers-gestures/ [10.5.2019]

Osim potpuno prekriženih ruku poslovni ljudi koriste i geste djelomično prekriženih ruku. Takva gesta koristi se jer je ponekad previše očigledno kada osoba koristi uobičajeni način prekriženih ruku da je sramežljiva i ranjiva. S toga djelomično prekrižene ruke ne šalju direktnu poruku nelagodnosti, već se ta nelagodnost jednim dijelom uspješno skriva. Kod geste djelomično prekrivenih ruku jedna ruka je savinuta preko tijela i drži drugu ruku kako bi stvorila ogradu. Takav položaj držanja ruku također daje poruku nelagodnosti, ali ju maskira kako sugovornik to ne bi odmah primijetio i iskoristio tu slabu točku.

Postoji i drugi način djelomično prekriženih ruku, a to je kada s jednom rukom pridržava drugu ruku u predjelu lakta. DesmondMorris kaže da ta gesta omogućava osobi ponovno proživljavanje emocionalne sigurnosti koju je osjetila još u djetinjstvu, kada su je u svakoj stresnoj situaciji roditelji držali za ruku.[22]



Slika 12. Djelomično prekrižene ruke

Izvor: India bix, https://www.indiabix.com/body-language/arm-barriers-gestures/ [10.5.2019]

U poslovnom svijetu također se mnogo koriste i prikrivene geste prekriženih ruku. To su fine geste koje također označavaju nelagodnost i sramežljivost međutim na profesionalan način, a najčešće se koriste kada je govornik izložen tuđim pogledima, pogledima ljudi koje prvi put susreće. Ovakve geste karakteriziraju lidere, najčešće su to političari, javni ljudi, predsjednici ili direktori poduzeća i ostali ljudi s visokih pozicija društva. Tim gestama lideri pokušavaju sakriti svoju nesigurnost, nervozu i manjak samopouzdanja. Ta gesta pokazuje se veoma uspješnom te bez poznavanja jezika neverbalnog komuniciranja teško ju je razotkriti.

Gesta se izvodi na način da je jedna ruka položena preko tijela kako bi zahvatila drugu, ali umjesto da se prekriže, jedna ruka dodiruje rukav od sakoa, sat, torbicu ili neku drugu stvar u blizini šake. S tim se stvara ograda između sugovornika i izloženosti tijelu te se stvara osjećaj sigurnosti.

[22]Borg, J. (2009) Govor tijela, Zagreb: Veblecommerce str.79



Slika 13. Gesta prikrivenih prekriženih ruku

Izvor: India bix, https://www.indiabix.com/body-language/arm-barriers-gestures/ [10.5.2019]

5.2.2. Noge

Noge su nakon ruku najveći pokazatelj neverbalne komunikacije. Noge mogu otkriti mnogo toga, pogotovo karakter osobe. Međutim prekrižene noge mogu, a i ne moraju davati kao kod ruku osjećaj nelagodnosti ili obrambeni stav, s obzirom da zbog neudobnog stolca pri sjedenju osoba može prekrižiti noge kako bi se smjestila u udobniji položaj. Postoje dvije vrste prekriženih nogu koje će se u nastavku detaljnije objasniti.

Noge koje su uobičajeno prekrižene, na način da jedna noga ide preko druge (najčešće desna noga de preko lijeve). Takva gesta koristi se kod izražavanja obrambenog stava i nervoze. Osoba može u kombinaciji s prekriženim rukama prekrižiti i noge čime šalje dvostruki „X“ da se želi povući iz razgovora ili ne želi da joj se osoba uopće obraća, pristupi. U razgovoru osoba koja tijekom razgovora sjedi prekriženih nogu može pokazivati zatvoreni stav prema onome što mu govorite.[23] Osim obrambenog stava i nervoze prekrižene noge ne moraju nužno značiti samo to. Prekrižene noge ljudi koriste kod sjedenja na neudobnim stolcima pri čemu križanje nogu čini udobniji položaj. Žene pogotovo koriste križanje nogu, jer je u današnjem društvu ta gesta prihvaćena kao „damska“ što izražava samouvjerenost i ozbiljnost, ali i u nekim slučajevima nezadovoljstvo. U poslovnom svijetu to znači da druga strana nije spremna na duži razgovor ni propitkivanje, pa s osobama prekriženih nogu treba iznimno polako i sigurno komunicirati kako se ne bi izgubilo mogućeg kupca ili partnera ili narušilo odnose s njim.

[23] Krenizdravo.hr, *Škola govora tijela* https://www.krenizdravo.rtl.hr/psihologija/skola-govora-tijela-1-dio-noge-rukovanje [5.9.2019]



Slika 14. Gesta uobičajeno prekriženih nogu

Izvor: India bix, https://www.indiabix.com/body-language/arm-barriers-gestures/ [10.5.2019]

Drugi način prekriženih nogu je kada se noge prekriže u obliku broja 4, što se može nazvati i Američkim oblikom. Ovakav položaj izražava borben, natjecateljski stav, pa čak agresivan. Osoba s tako prekriženim nogama je spremna sve napraviti kako bi dobila ono što hoće, spremna je na natjecanje i nepopustljivost. To je otvoreniji stav, kada se vidi gotovo cijelo tijelo i zato je to više napadački nego obrambeni položaj. Osim što komunicira razne stavove, ovaj položaj znači i profesionalnost u onome u čemu se radi, kao i krajnju ozbiljnost. Uz navedeni otvoreniji položaj u broju 4, noge se mogu prekrižiti i u zatvorenom broju 4. To se događa kada osoba ima iznimno čvrst stav ili se nalazi u sred svađe, tada uz obični broj 4 jednu ili obje ruke spušta na podignutu nogu koju čvrsto pridržava. Slomiti otpor takve osobe vrlo je teško i razgovor je tada najbolje prekinuti.



Slika 15. Prekrižene noge u obliku broja 4

Izvor: India bix, https://www.indiabix.com/body-language/arm-barriers-gestures/ [10.5.2019]

Uz navedena dva uobičajena položaja prekriženih nogu postoji i položaj kada su noge prekrižene prilikom stajanja osobe na nogama. Takav položaj najčešće prate i prekrižene ruke. Ovakav položaj može se vidjeti kod osoba koji se osjećaju neugodno, usamljeno ili pak kod osoba kojima je hladno. Obično kada je hladno osoba se po prirodi skuplja, sve udove, a kada je u pitanju hladnoća na javnom mjestu ili u radnom okruženju osoba križa svoje ruke i noge međutim, kada to nije slučaj onda je to znak da osoba ili se osjeća neugodno ili usamljeno. Najčešće pri nekim vrstama sastanaka, zabava, skupova gdje se osoba nalazi među strancima, ona se povlači i zauzima takav obrambeni stav, što pruža otpor ljudima oko sebe. Ovakav položaj ruku i nogu ipak može značiti i ugodno ozračje. Kada vidimo dvoje kolega koji međusobno razgovaraju i kada imaju prekrižene noge dok stoje uspravno može se vidjeti da im je ugodno razgovarati jedno s drugim.[24]



Slika 16. Prekrižene noge prilikom stajanja

Izvor: India bix, https://www.indiabix.com/body-language/arm-barriers-gestures/ [10.5.2019]

Može se reći da su prekrižene noge dvosmislen položaj jer je teško dokučiti da li se radi o fizičkoj ili psihičkoj potrebi zauzimanja takvog položaja. Samo prekrižene ruke znače obrambeni stav i nelagodnost, dok samo prekrižene noge uz obrambeni stav mogu značiti i napadački stav, pogotovo kada su u položaju Američkog broja 4.

[24] Navaro, J. (2008) Što svako tijelo govori, Tampa: Harper Collins str. 69

5.2.3 Ostali pokreti tijelom

Osim uobičajenog neverbalnog komuniciranja nogama i rukama, odnosno udovima postoji i niz ostalih gesti koji se rade cijelim tijelom osobe. Ruke i noge ne moraju biti prekrižene da bi se otkrila neka poruka sugovornika, sam položaj tijela može mnogo toga otkriti.

Jedan od dvosmislenih načina neverbalne komunikacije je opkoračivanje stolice. Stolica i mnogi drugi predmeti stvaraju prepreku odnosno ogradu između dvije ili više osoba koje vode razgovor. Na prvi pogled kada je u pitanju obična stolica izgleda kao da se osoba srami ili joj je nelagodno pa želi prekinuti razgovor međutim, opkoračivanje stolice najčešće karakterizira agresivnost. Ruke se stavu poviše stolice u razini prsiju i prekriže se, noge su raširene, a tijelo naslonjeno prema naprijed. Tim položajem osoba pokušava u neinteresantnom razgovoru stvoriti kontrolu, odnosno predstaviti se kao jači, lider. Da takvu osobu razoružate, najbolje je sjesti iza kako bi osjetila da je i ona ranjiva.[25] Sjedenjem iza te osobe njena leđa su izložena što toj osobi može stvoriti osjećaj nesigurnosti i ranjivosti. U takvom slučaju moć se prebacuje na sebe, a sugovornik mijenja svoj položaj kako bi se zaštitio.

Jedna od učestalijih gesta je i skidanje nepostojećih končića. Osoba skida nepostojeće končiće sa svoje odjeće i pogled je najčešće usmjeren prema tlu. Takva gesta simbolizira neslaganje i uvrijeđenost. Kada se osoba ne slaže s mišljenjem sugovornika najčešće ga neće gledati u oči, već će mlako spustiti glavu i raditi nesvjesne radnje poput čišćenja svoje odjeće. Također, ako ta osoba iznosi svoje mišljenje, a sugovornik ga ne sluša ili odbacuje, zbog uvrijeđenosti osoba će spustiti glavu i prestati komunicirati. Kada se neka osoba služi tom gestom najbolje je početi postavljati otvorena pitanja, kako bi ju primorali da iznosi svoje mišljenje, te tako otvorili i zainteresirali za razgovor.

Gesta kada se obje ruke nalaze na potiljku označava samouvjerenost. Takva gesta radi se da se obje ruke stave iza glave, noge su najčešće prekrižene u znaku broja 4, a tijelo je naslonjeno na stolicu. Takvim stavom služe se pravnici, direktori i ostale osobe na visokim

[25]Pease, A. (1991) Govor tijela, Zagreb: Mladinska knjiga str.95

pozicijama poslovnog svijeta. Takva osoba želi pokazati da ima moć kontroliranja razgovorom, stavlja se u višu poziciju u odnosu na sugovornike. Osim moći, ova gesta karakterizira i znanje odnosno, osoba koja ju koristi šalje poruku da može riješiti bilo kakva problematična pitanja i da je spremna na rješavanje svih problema.

Navedene geste jedne su od najčešćih koje se upotrebljavaju u komuniciranju današnjeg društva, pogotovo ih je bitno poznavati u poslovnom svijetu, kada se njima služe profesionalci. Poznavajući te geste osoba može bolje i lakše poslovati, te tako sebi i svom poduzeću stvoriti razne prednosti i olakšanja. Iznimno je bitno educirati se o neverbalnom komuniciranju kada se žele stvarati partnerstva i pregovarati s kupcima oko cijene proizvoda, jer to osobe može dovesti u bolji i profitabilniji položaj.

5.3. Ton glasa

Glas je najmanja govorna jedinica u jezikoslovlju koja se može raspoznati. Glas iako malen i kratak u verbalnoj komunikaciji je bit svega. Glas je početak dugih razgovora i međusobnog slanja poruka između dva ili više sugovornika.

Glasom prvenstveno šaljemo verbalnu poruku, ali nam služi i kao sredstvo neverbalne komunikacije.[26] Za glas se može reći da je glavni i neizostavni dio verbalne komunikaacije. Iako je sredstvo verbalne komunikacije glas velikim dijelom spada i u neverbalnu komunikaciju odnosno, dio u neverbalnom komuniciranju ima ton, jačina glasa. 60% ljudske komunikacije je neverbalno, taj dio odgovara govoru tijela, 30% ovisi o tonu glasa, što znači da 90% onoga što vi kažete ne dolazi iz vaših usta.[27] Ton glasa, spuštanje ili podizanje glasa, ubrzani ili usporeni govor, naglašavanje pojedinih riječi, umetnute pauze ili sl. služe nam za ostvarivanje svih navedenih funkcija kojima služi neverbalno ponašanje.

[26] Klikaj.hr, *Neverbalna komunikacija*, https://www.klikaj.hr/neverbalna-komunikacija-procitajte-ljude-pomocu-govora-tijela/ [5.9.2019]
[27] Psychology instructor, *Psihologija,* https://hr.psychologyinstructor.com/znate-li-sto-je-iza-ton-naseg-glasa/ [5.9.2019]

Verbalna komunikacija nije dovoljna kako bi se poruka u potpunosti razumjela, većim dijelom poruka ovisi o načinu na koji je izgovorena odnosno, neverbalnoj komunikaciji. Riječi mogu biti popraćene visokim tonalitetom glasa, niskim, osrednjim, mekanim, agresivnim i ostalim oblicima izgovaranja.

Kada osoba priča glasnije, agresivnije to znači da se želi nadmetnuti, odnosno pokazati kao moćnijim govornikom u razgovoru i tako biti siguran da će njegovu poruku svi čuti, ali i prihvatiti.

To je grub, ali jako dobar način kada se osobno mišljenje želi prenijeti na druge osobe. Sugovornicima to stvara osjećaj manje vrijednosti te su spremni na popuštanje međutim, takav tonalitet glasa može imati i drugačije djelovanje. Povišeni glas može stvoriti strah ili ljutnju drugih sugovornika, te može doći do svađa ili napuštanja razgovora, što može rezultirati u poslovnom svijetu raskidom partnerstva, nesklapanje dogovora i propadanje posla.

Kod niskog, mekanog tonaliteta osoba pokazuje ranjivost i nelagodnost pred drugim sugovornicima i trenutačno se stavlja u slabiju poziciju u razgovoru. Takav način razgovora često prati stav koji nije čvrst i manjak samopouzdanja, što je sugovornicima vrlo lako prepoznati.

Ubrzani govor smatra se lošim govorom tijela, jer kada je govorenje brže od normalnog dolazi do iznošenja raznih nepromišljenih informacija. Nikad se ne smije pričati brže od sugovornika. Studije su pokazale da ljudi sugovornici osjećaju pritisak kada netko priča brže nego oni. Osobna brzina govora pokazuje brzinu kojom čovjek može svjesno analizirati informacije.[28]

Ton izgovorenih riječi presudan je za uspješno poslovanje, vođenje sastanaka i raznih drugih skupova jer usmjerava razgovor i daje mu određenu atmosferu. Baratati s tonom glasa od velike je važnosti, tzv. profesionalno prilagođavanje tona glasa u raznim situacijama može bitno poboljšati komunikaciju i razgovor učini produktivnijim.

[28] Pease, A., Pease, B. (2004) Konačna knjiga govora tijela, Buderim: Peaseinternational str. 259

5.4. Dodir

Dodir je oblik neverbalne komunikacije koji ne pokazuje uvijek osjećaje, ali pokazuje osobnost. Snažno rukovanje ili topli zagrljaj pokazuje više nego tapšanje po leđima, snažno rukovanje ili jednostavno dodirivanje. Postoje različiti dodiri i svaki od njih ima različita značenja, kao što su nježnost, podrška, slaganje, motivacija (tapšanje) itd. Istraživanja su pokazala kako i jedan obični dodir kod osoba koje susrećemo prvi put, odnosno neznancima može imati pozitivan utjecaj na daljnji razgovor.

U nekim trenucima ipak treba biti oprezan, jer dodir može i drugačije utjecati na sugovornika, zato kada smatramo da dodir nije najpoželjniji kod druge osobe treba biti krajnje oprezan. Nakon dodira, druga osoba ga može i ne mora uzvratiti. Ako osoba uzvrati dodir znači da je osoba poželjna u njenom društvu i da je prijateljski raspoložen jj

U slučaju da osoba ne uzvrati dodir može značiti da ste nepoželjnost u njenom društvu, ali to može biti i zbog nesigurnosti te osobe, s toga bitno je čitati i govor tijela, potražiti ostale znakove neverbalne komunikacije.



Slika 17. Primjer dodira

Izvor: Sonamics, http://sonamics.com/en/the-armshake-3/ [22.5.2019]

Osim dodirivanja sugovornika, dodir osoba može primijeniti i na sebi. Dodirivanje određenih dijelova lica ili tijela može poslati razne poruke i otkriti skrivene namjere sugovornika. Dodirivanje vlastitog nosa znači da je osoba izrekla neku laž i nije sigurna hoće li ju sugovornik razotkriti pa blagim češkanjem po nosu prekriva izraze lica, dok u drugom slučaju to može značiti da osoba negativno razmišlja pa nesvjesno dodiruje nos.

Osim dodirivanja nosa tu je niz drugih oblika dodirivanja vlastitog lica, kao što su: grickanje noktiju (što karakterizira strah i nervozu), trljanje uha (kada osoba ne želi čuti kritiziranje), češkanje vrata (znak nesigurnosti) i mnoge druge.

6. OSOBNI PROSTOR I ZONE

Osobni prostor je prostor koji je potreban svakom čovjeku. Svakoj osobi potrebna je privatnost od drugih ljudi, mir kako bi se opustio i mirno razmišljao. Osobni prostor najvažniji je dio neverbalne komunikacije, bez određene udaljenosti između ljudi nijedan razgovor ne bi bio produktivan. Za svaki razgovor s različitim osobama postoji drugačija udaljenost, koja je točno propisana. Iako su udaljenosti određene to se može razlikovati od zemlje do zemlje. Na taj način udaljenosti u Japanu i Švedskoj nisu iste, jer Skandinavci nisu navikli biti veoma blizu, potreban im je širi prostor, dok u Japanu to nije slučaj, tamo tog problema nema, ljudi su naviknuti biti jedni pored drugih zbog guste naseljenosti i velike populacije.

Postoje 4 osnovne zone udaljenosti u razgovorima:

i. Intimna zona (između 15cm i 45cm)
ii. Osobna zona (između 46cm i 1,22m)
iii. Društvena zona (između 1,22m i 3,6m)
iv. Javna zona (3,6m i više)

6.1. Intimna zona

Od svih zonskih udaljenosti ova je najznačajnija, jer je to zona koju osoba čuva kao da je njeno osobno vlasništvo.[29] Osoba u tu zonu pušta samo najbliže osobe, s kojima je emocionalno povezana. To su npr. obitelj, djeca, rođaci, najbolji prijatelji i ostatak bliske rodbine. Osoba dozvoljava pristup u tu zonu kada se s takvim sugovornikom s kojim je bliska osjeća sigurno da joj neće nauditi i da nema nikakve loše namjere. Udaljenost te zone je između 15cm i 45cm. To je zona privatnosti, sklona dodirima. Iako je to službeno najuža zona, postoji i još jedna, podzona. Podzona je zatvorena, intimna zona koja je najstrože određena.

[29]Pease, A. (1991) Govor tijela, Zagreb: Mladinska knjiga str. 24

U nju osoba pušta samo osobu s kojom je najpovezanija,a to je partner, a najviše se očituje kod tjelesnih odnosa. Ulaskom stranaca u intimnu zonu tijekom razgovora dolazi do nelagodnosti, koja čak može rezultirati prekidom razgovora i svađom, jer svakom ljudskom biću, kao i životinji, pa možemo reći i svakom živom biću potreban je privatan prostor.

Intimna zona najviše govori o neverbalnoj komunikaciji jer se očituje kada osoba uđe u tu zonu. Tada dolazi do govora tijela, nesigurnost i nelagoda proizvode obrambeni mehanizam koji najčešće rezultira povlačenjem nekoliko koraka unazad ili križanjem ruku što odbija sugovornika. Rješenje za takve situacije je ukazati sugovorniku da je preblizu ili se odmaknuti u zonu u kojoj se osoba osjeća sigurno i opušteno.

6.2. Osobna zona

Za osobnu zonu možemo još reći i da je prijateljska, jer je karakteriziraju razgovori s prijateljima i bliskim znancima. To su osobe u koje imamo dosta veliko pouzdanje da imaju dobre namjere. Udaljenost u toj zoni je od 46cm do 1,22m. Takav razmak možemo vidjeti na domjencima, društvenim događanjima, rođendanima, uredskim proslavama, prijateljskim okupljanima itd. Osobna zona često karakterizira i poslovan svijet. To je udaljenost između dobro poznatih kolega, poslovnih partnera i stalnim klijentima, te držanjem unutar te zone može stvoriti pozitivnu atmosferu što je odličan temelj za ozbiljne razgovore koji na kraju mogu pozitivno rezultirati.

6.3. Društvena zona

Društvena zona je možda i najčešća zona u svakodnevnom životu izvan vlastitog doma. To je zona udaljenosti između 1,22m i 3,6m. Ta zona karakterizira udaljenost od poštara, vodoinstalatera, službenika u bankama, prodavača u trgovinama i ostalim neznancima ili znancima s kojima povezanost nije razvijena. U poslovnom svijetu tu spadaju novi klijenti, nove kolege na poslu, zaposlenici konkurentske tvrtke, odnosno svi ljudi koje se dovoljno ne poznaje ili je u pitanju nekakvo rivalstvo.

6.4. Javna zona

Javna zona je zona najveće udaljenosti od 3,6m i više. To je udaljenost kada se osoba obraća skupini ljudi. Osoba se izdvoji zbog mnoštva neznanaca kako bi se ugodnije i sigurnije osjećala, ali i kako bi se istakla od mnoštva, odnosno kako bi je ostatak ljudi primijetili, usmjerilo pažnju na nju. Javna zona u poslovnom svijetu najčešće se očituje kod izlaganja raznih seminara, prezentacija, držanja govora, obraćanje preko medija i sl. U takvim situacijama osoba pokušava da njen govor tijela ne izda nervozu jer su svi pogledi usmjereni na nju i jedan krivi korak može pokazati manjak samouvjerenosti i neozbiljnost što može negativno utjecati na poslovanje osobe i poduzeća kojeg zastupa. Za takva izlaganja poduzeća obično imaju profesionalnu osobu za to, stručnjak za odnosne s javnošću. Takvi stručnjaci posebno su educirani i pripremljeni za to, kako bi rad svog poduzeća predstavio u najboljem svijetlu.

Sve navede zone mogu imati poneke razlike, jer sve ovisi od osobe do osobe i njenog pogleda na širinu zona. Svaka zemlja, kultura, pa i regija može imati drugačije poglede na to, zato u društvenom, ali pogotovo u poslovnom svijetu je bitna prethodna educiranost u vezi osnovnih etičkih načela te vrste.

7. LAGANJE

Laganje možemo još nazvati i govorenje neistine. Govore se riječi, iznose stanja i prepričavaju događaji koji se nisu dogodili ili su prepričani na drugi, iskrivljen način. Laganje je neetička, loša osobina čovjeka koja najčešće završava s negativnim posljedicama. Ono pogotovo može imati negativne posljedice u poslovnom svijetu jer može doći do ozbiljnih posljedica kako za zaposlenika tako i za cijelo poduzeće.

Kada govorimo o ozbiljnom poslovnom svijetu laganje, muljanje, prijevare, korumpiranost, primanje mita i drugi slučajevi slični poslovnom laganju može dovesti do velikih šteta u cijelom poduzeću. Neke od posljedica koje se mogu navesti su: prekid partnerstva, gubljenje klijenata, raskidi ugovora, uništavanje poslovnih veza, otkazi, narušavanje međuljudskih odnosa, pa sve do velikih gubitaka i stečaja poduzeća.

Za rješavanje takvih problema u poduzeću menadžer bi trebao zajedno s ostalim direktorima i nadređenima na visokim funkcijama obavljati razgovore sa zaposlenicima, educirati ih, ponavljati koliko je iskrenost bitna kao i pravilnici kojih su se svi zaposlenici dužni pridržavati. Također, nadređeni trebaju upozoriti zaposlenike da ako dođe do takvih neetničkih radnji poput laganja, može doći do raznih sankcija i drugih mjera. Zaključno možemo reći da laganje u poslovnim odnosima šteti svima kako poduzeću tako i osobi koja to radi. Iskrenost je glavni faktor uspješnih komunikacijskih, međuljudskih odnosa i uspješnog poslovanja svakog tima i poduzeća.

Neiskrenost, odnosno laganje najčešće se prepoznaje na temelju promatranja, ljudi nesvjesno pokazuju da ne govore istinu stoga je neverbalna komunikacija najbolji pokazatelj pri otkrivanju lažljivca. Neverbalno ponašanje tijekom laganja stalno daje znakove da nešto s govornikovim riječima nije u redu, odnosno da ne govori potpuno iskreno.

Govor tijela tijekom laganja stručnjaci još od 19. stoljeća do danas istražuju. Razni su signali koji se mogu primijetiti na osobi dok laže međutim, svi ti negativni signali ne moraju nužno značiti da je u pitanju laganje, s toga treba potražiti više neverbalnih znakova da bi se sa sigurnošću utvrdilo da je došlo do laganja, odnosno govorenja neistine.

Kod laganja najveći pokazatelj leži u očima. Za oči se može reći kada su iskrene, a kada nisu. Prepoznavanje neistine u pogledu jako je bitno kako u običnim razgovorima, tako i u kartaškim igrama i raznim bitnim dogovorima. Postoje dvije osnovne vrste kada se laganje osobe može prepoznati u očima. Prva od njih je gledanje sa strane ili u pod. Prilikom laganja roditeljima djeca obično nikako ne postavljaju kontakt s očima već gledaju u pod ili sa strane kako bi izbjegli moguće ljutite poglede i sakrili svoj osjećaj krivnje nakon učinjene krive stvari. To se isto primjenjuje na odrasle ljude, koji isto tako prilikom izreče neistine ozbiljnim pogledom izbjegavaju sugovornikov ili kontakt očima uspostave tek na sekundu kako sugovornik ne bi razotkrio laži.

Druga vrsta je pretjerani kontakt očima. Ljudima je vrlo dobro poznato da je izbjegavanje pogleda glavni pokazatelj laganja, s toga uspostavljaju kontakt očima, ali nesvjesno taj pogled je duži od uobičajenog, gotovo stalan. Bez velikog znanja o govoru tijela u takvim situacijama može se zaključiti da osoba ne govori stalno istinu, da u njezinu govoru nešto nije u redu. Osobe koje poznaju govor tijela, kojima su tumačenje tih znakova bitan dio u poslu, hobijima i općenito u životu takav pogled mogu vrlo lako prepoznati kao lažan.

Međutim iako su pogledavanje sa strane ili pretjeran kontakt očima glavni znakovi kada osoba govori neistine, to i ne treba uvijek biti točno pravilo. S obzirom na to znakove treba potražiti na ostalim dijelovima tijela kako bi se laganje prepoznalo. Bolje poznavanje osobe, poznavanje njenih reakcija i provođenje vremena s njom pomoći će da se lakše prepoznaju lažni osjećaji i izgovorene riječi.

Osim očiju koji su glavni pokazatelji laganja tu je i sam govor. Osoba koja laže može imati niz komplikacija u izgovoru, kao što su: mucanje, zastajkivanje u govoru, detaljno opisivanje, drhtavost glasa, sporo govorenje i slično.

8. LAŽNI GOVOR TIJELA

Već ranije u ovom radu ustanovljeno je da je neverbalna komunikacija zastupljenija od verbalne u razgovoru. Govor tijela je ono što najviše govori sugovorniku, pokazuje stanje osobe u svakoj situaciji i otkriva više nego je izrečeno. Kako je govor tijela izrazito važan znanstvenici su se bavili pitanjem da li se govor tijela može naučiti, odnosno odglumiti da bude drugačiji nego bi trebao biti u određenoj situaciji, lažan.

Došli su do zaključka da se govor tijela može odglumiti međutim, na samo nekoliko sekundi. Duža gluma je gotovo nemoguća, s obzirom na to da će tijelo početi raditi mikrosignale koji se teško kontroliraju i koji će otkriti pravo stanje osobe. Kao primjer možemo uzeti političare u izbornoj kampanji, tada političari obećavaju i ono što realno ne mogu ispuniti te ljudima osim verbalnog koriste i lažne neverbalne znakove tijela kako bi ih uvjerili u svoju priču. To rade tako da osobu gledaju u oči i otvore dlanove kako bi pokazali svoju otvorenost, a sami dlanovi simboliziraju iskrenost. To rade dosta dobro međutim, nakon nekog vremena osim što je verbalno izgovoreno ljudima sumnjivo, tijelo proizvodi signale koji razotkrivaju glumu.

Da bi se prikrile laži najčešće se koriste grimase lica. Kada je osoba tužna da bi maskirala svoju tugu koristi osmijeh međutim, to je vrlo lako razotkriti jer će ostali dijelovi lica pokazati da to nije stvarno stanje osjećanja te osobe. Usta mogu biti u obliku smiješka, ali obrve su spuštene i cijelo lice je napeto što jasno ukazuje na lažni govor tijela. Isto tako kada je osoba nervozna i nestrpljiva, glumom pokazuje smirenost i hladnoću na licu, ali tada ostatak tijela otkriva pravu istinu, to je lupkanje nogama, igranje s prstima, šetanje gore dole i sl.

Kad se laže, podsvijest istodobno šalje živčani podražaj što se pretvara u gestu koja proturječi onome što osoba govori.[30]

[30]Pease, A. (1991) Govor tijela, Zagreb: Mladinska knjiga str. 21

8.1. Povezanost uma i tijela u laganju

Kao što je ranije utvrđeno um i tijelo moraju biti savršeno usklađeni da bi lažni govor tijela uspješno djelovao na sugovornika. Um i tijelo su neraskidivo povezani.[31] Tijelom se može uspješno glumiti samo onda kada se umiri um, a za um znanstvenici kažu da je najkompleksniji dio čovjeka, kojeg je vrlo teško kontrolirati.

Emocije i razmišljanje ne dopuštaju da tijelo u potpunosti djeluje drugačije od njih, to ide samo do neke granice. Kada osoba koristi lažne geste najčešće se s vremenom pojavljuje stres odnosno stalno razmišljanje da li se uspješno zavarava sugovornika. Samim tim razmišljanjem gubi se popuna kontrola na određene dijelove tijela, te se pojavljuju detalji u gestama koji su suprotni od onih znakova koje osoba želi odglumiti. To je trenutak kada sugovornik vrlo lako može prepoznati glumu i prekinuti razgovor, što izrazito loše može biti ako to koriste osobe u poslovnom svijetu.

Iako um i tijelo nije lako uskladiti ipak postoje neke geste koje mogu poslužiti za uspješno laganje. To je npr. kada osoba u razgovoru imitira pokrete sugovornika. Tim praćenjem njegovih pokreta i imitiranjem istih šalje se poruka da se osoba slaže s izgovorenim riječima sugovornika, iako slaganje ne mora biti stvarno, već lažno.

Zaključno se može reći da neverbalna komunikacija ne podnosi lažni za razliku od verbalne, gdje je laganje učestalo i prolazno. Neverbalni dio govora je iskreni dio koji otkriva stvarna stanja, razotkriva laži i zato se kaže da neverbalna komunikacija govori više nego verbalna komunikacija.

[31] Pease, A (1991) Govor tijela, Zagreb: Mladinska knjiga str. 205

9. ZAKLJUČAK

Neverbalna komunikacija najvažniji je dio komuniciranja. Tijekom razgovora verbalna komunikacija je zastupljenija međutim, neverbalna komunikacija ipak govori i više nego što to čine izgovorene riječi. Neverbalnu komunikaciju naziva se još i govorom tijela, upravo zato jer kretnje s tijelom šalju poruke sugovorniku više i bolje nego mu se te poruke mogu prenijeti verbalnim putem. Govor tijela komunicira se s određenim dijelovima tijela kao što su: ruke, noge, lice, pa i cijelo tijelo. Svaki čovjek može neverbalno komunicirati svjesno i nesvjesno tijekom razgovora na stotine načina, različitim dijelovima tijela. Samo lice ima brojne izraze i svaki od njih komunicira svoju poruku, a to mogu biti: strah, gađenje, sreća, tuga, bijes i razni drugi izrazi. Uz lice tu su i pokreti rukama, ton glasa, dodiri i mnoge druge geste koje su dio tijela koji govori.

Kada je riječ o poslovnom, profesionalnom svijetu neverbalna komunikacija najčešće je od velike važnosti. Poslovni sastanci, intervjui, razgovori za posao, komunikacija između zaposlenika i nadređenih, komunikacija tima i razni skupovi zbivanja su u kojima je govor tijela iznimno važan. Prethodnom educiranošću i davanjem pažnje govoru tijela svaki poslovni odnos može biti produktivniji i imati bolji ishod, jer baš u govoru tijela sugovornik vidi da li je osoba s kojom pregovara ozbiljna, smirena i sigurna u ono što govori.

U neverbalnoj komunikaciji postoje i zone udaljenosti između sugovornika kako u životu tako i u poslu. Osobe mogu i nesvjesno biti razmaknute po zonski propisanim udaljenostima, jer je to čovjeku u prirodi. Te zone su: intimna, osobna, društvena i javna zona, te podzona koja se ne ubraja u osnovne, ali karakterizira osobe koje su najviše povezane. Svaka zona ima propisan razmak, a taj razmak ovisi o povezanosti između osoba u razgovoru. Ulaskom osoba koje ne pripadaju određenoj zoni može doći do raznih konflikta, s toga je najbolje ići do one udaljenosti u razgovoru gdje se obje osobe osjećaju opušteno i sigurno.

Govor tijela može biti i lažan međutim, za tako nešto potrebna je prethodna uvježbanost jer glumiti se može tek na kratko vrijeme, a nakon nekog vremena to postaje naporno za

kontrolirati, te tijelo mikrosignalima polako odaje pravo stanje osobe. Emocije i kompletan um teško je maskirati s toga je najbolje biti iskren u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji.

Neverbalna komunikacija stoljećima se istražuje, stručnjaci i danas rade na otkrivanju značenja raznih gesti i pokušaju lažnog govora tijelom. Zasigurno je da će se i dalje istraživati jer prema zadnjim podacima ona čini 55% ljudske komunikacije što je glavni čimbenik za uspješan razgovor u društvu i poslovnom svijetu.

10. LITERATURA

KNJIGE

i. Borg, J. (2009) Govor tijela, Zagreb: Veblecommerce

ii. Pease, A (1991) Govor tijela, Zagreb: Mladinska knjiga

iii. Lewicki, R. J., Saunders, D.M., Barry, B. (2009) Pregovaranje, Zagreb: MATE d.o.o.

iv. Pease, A., Pease, B. (2004) Konačna knjiga govora tijela, Buderim: Peaseinternational

v. Navaro, J. (2008) Što svako tijelo govori, Tampa: Harper Collins

INTERNETSKI IZVORI

i. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, *Komunikacija* ,http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=32686 [21.4.2019]

ii. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, *Informacijska i komunikacijska tehnologija,* http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=27406 [28.4.2019]

iii. Psychology instructor, *Psihologija,* https://hr.psychologyinstructor.com/znate-li-sto-je-iza-ton-naseg-glasa/ [5.9.2019]

iv. Poslovni dnevnik, *Poslovna komunikacija i poslovni bonton,* http://www.poslovni.hr/after5/5-pravila-poslovnog-bontona-337415 [5.9.2019]

v. Podrži.me, *Neverbalna komunikacija,* http://podrzi.me/neverbalna-komunikacija/ [5.9.2019]

vi. Krenizdravo.hr, *Škola govora tijela,* https://www.krenizdravo.rtl.hr/psihologija/skola-govora-tijela-1-dio-noge-rukovanje [5.9.2019]

vii. Poslovni dnevnik, Što nam otkriva govor tijela u poslovnoj komunikaciji, http://www.poslovni.hr/poslovni-centar-znanja/sto-nam-otkriva-govor-tijela-u-poslovnoj-komunikaciji-319554 [5.9.2019]

viii. Elementa komunikacije, *Neverbalna i verbalna komunikacija* http://www.elementa-komunikacije.hr/poslovna-komunikacija/neverbalna-verbalna-komunikacija [5.9.2019]

ix. Klikaj.hr, *Neverbalna komunikacija*, https://www.klikaj.hr/neverbalna-komunikacija-procitajte-ljude-pomocu-govora-tijela/ [5.9.2019]

x. Unavita, *Neverbalna komunikacija u različitim kulturama*, https://www.unavita.hr/neverbalna-komunikacija-u-razlicitim-kulturama/ [5.9.2019]

ČASOPISI

i. Mostariensia (2015) *Časopis za društvene i humanističke znanosti*, https://hrcak.srce.hr/mostariensia [24.4.2017]

ii. Socijalna ekologija (2007) *Časopis za ekološku misao i sociologijska istraživanja okoline*, https://hrcak.srce.hr/file/19204 [5.9.2019]

RADOVI

i. Radenčić, Lj. (2013) *Neverbalna komunikacija – umijeće kvalitetnog nastavnika*. Zagreb: Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu

ii. Mihin, A. (2014) *Interpersonalna komunikacija*, Čakovec: Menadžment turizma i sporta

iii. Lukić, A. (2016) *Verbalna i neverbalna komunikacija.* Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

11. POPIS SLIKA

Slika 1. Primjer verbalnog komuniciranja licem u lice 7
Slika 2. Prikaz tehnoloških uređaja za komunikaciju 12
Slika 3. Sreća 16
Slika 4. Tuga 16
Slika 5. Iznenađenje 17
Slika 6. Strah 17
Slika 7. Bijes 18
Slika 8 Gađenje. 18
Slika 9. MonaLisa 19
Slika 10. Uobičajeni položaj prekriženih ruku 24
Slika 11. Prekrižene ruke s palcima prema gore 25
Slika 12. Djelomično prekrižene ruke 26
Slika 13. Gesta prikrivenih prekriženih ruku 27
Slika 14. Gesta uobičajeno prekriženih nogu 28
Slika 15. Prekrižene noge u obliku broja 4 28
Slika 16. Prekrižene noge prilikom stajanja 29
Slika 17. Primjer dodira 33