

Oblici komunikacione prakse II

Neverbalno komuniciranje

- **konstanta** od praistorije (antropolozi) do danas.
- Uslovljeno bogatstvom ljudske prirode (biološko fiziološki, čulni, emocionalni, kognitivni i socijalni totalitet) koje sam jezik ne može da izrazi
- **superiornije** u iskazivanju **emocija** pošto ga ne kontroliše CNS. Dolazi iz podsvesti
- **psihofizička predispozicija** čoveka za NK.
- Broj izvedbi gestova je znatno **manji** nego i jeziku, pa su oni **univerzalniji** (razumljivi pripadnicima drugih kultura). Ipak može doći do nesporazuma.



Sredstva komuniciranja su

- **lice i telo** (body language),
- **prostorne relacije** u interakciji, **ambijent** u kome se odnosi ostvruju itd.



NK se realizuje kroz dve vrste simbolskih sistema

paralingvistički

prozodija - neverbalne vokalizacije koje nastaju zajedno sa verbalnim iskazom (pauze u govoru, boja glasa, brzina izgovaranja reči, glasnost/šapat, naglašavanje pojedinih glasova ili reči, za neke čak i šumovi koji su posledica govornih mana

ekstralingvistički

• *kinezički simboli*

• *proksemički simboli*

• *jezičke zamene*



Simboli u neverbalnom komuniciranju po načinu nastanka

- *biološki neverbalni simboli* - iz biološke jedinstvenosti pojedinca (boja kože, pol, starost, težina, visina. Nekad se samo konstatuju a nekad aktiviraju predrasude. Fiziognomika.
- *telesni neverbalni simboli (gestovi)* - istovremenim pokretom delova ili celog tela. U širem smislu obuhvataju i mimiku. Gestovi glavom - 20 (D. Moris), izražajni repertoar ruku i šaka
- *facijalni neverbalni simboli (mimika)* - lice kao "ogledalo duše". Gestovi imaju akcioni sadržaj, a facijalni izražavaju stanja (feedback). Neki komunik. partneri im pridaju > znač. od verb-por
- *fiziološki neverbalni simboli* - posledice fizioloških procesa (smeh, suze, znojenje, crvenilo ili bledilo, drhtanje, promena zenica i prirodnog mirisa. Značaj za glumce, policajce



• *relacioni neverbalni simboli* - osim proksemije čine još dve podgrupe:

nemuši kontakti (dodiri) rukovanje, grljenje, ljubljenje, udaranje, pljuvanje

darovi (cveće, poslovni pokloni...)



• *ukrasni i modni neverbalni simboli* - odelo, uniforma, ukras, maska, tetovirana šara, pirsing, rituačna sakaćenja i deformisanja



• *ambijentalni neverbalni simboli* - mesto u kome čovek živi i radi govori o njemu. Automobil..

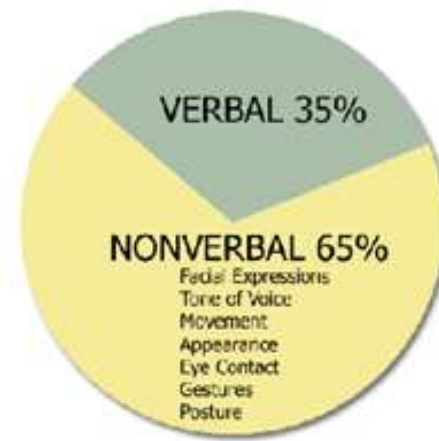
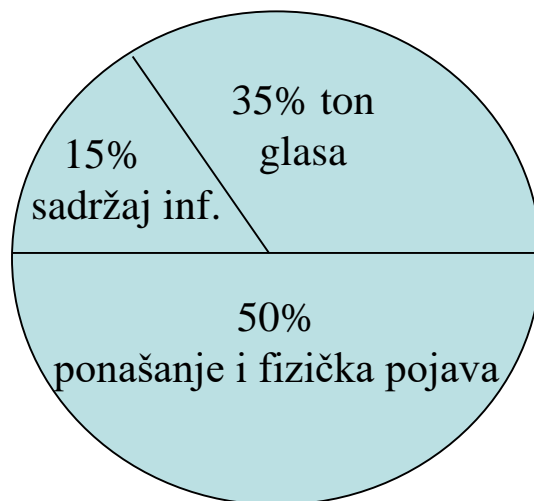


Primarna f. neverbalnog govora je ista kao i verbalnog jezika. Oba omogućuju oblikovanje smisaonih simboličkih celina, enkodiranje i dekodiranje poruka, tj. komuniciranje.

Ređe NK u potpunosti **zamenjuje** govor, a, po pravilu, neverbalni govor se **prepliće** sa verbalnim jezikom tako što ga:

- ✓ priprema
- ✓ reguliše
- ✓ nadopunjava
- ✓ potencira
- ✓ protivreči
- ✓ menja smisao reči

NK služi boljem razumevanju. Korišćenje neverbalnih simbola zavisi od komunikacione prakse. Sve f. i sve grupe simbola dolaze do izražaja u neposrednom interpersonalnom komuniciranju, veliki deo u neposrednoj grupnoj razmeni poruka, a samo ograničen broj u masovnom komunic.



Intrapersonalno komuniciranje

Ako se komuniciranje određuje kao razmena poruka među ljudima kako čovek može da komunicira sam sa sobom?

- dijaloški oganizovano mišljenje je zamišljanje komunciranja, odn. komunikacionog partnera. unutrašnji govor kao skraćen i transformisan javni govor. To je u osnovi pseudokomuniciranje u kome se ostvaruju fiktivni komunikacioni činovi, ali može determinisati stvarnu komunikaciju
- glasno razmišljanje kao empirijska manifestacija intrapersonalnog komuniciranja
- molitva kao obraćanje odsutnom biću. Poruka je jezički enkodirana, može se videti i čuti i izaziva posledice (olakšanje, predanost, smirenje). Povratna poruka samo za jednog čoveka. Za dvosmernost komuniciranja nije potrebno da postoji stvarni sudionik. On može biti zamišljen ili ranije postojeći
- upućivanje poruka sebi samom posredstvom nekog medija

Dijaloško mišljenje se ne može smatrati intrapersonalnim komuniciranjem, mada ono obavlja pripremu za neko komuniciranje. Ali faktičk uobličavanje poruka i njihovo upućivanje sebi samom putem nekog medija ili zamišljenom biću, koje izaziva određene posledice u individualnom ili socijalnom životu pojedinca jeste intrapersonalno komuniciranje.

Interpersonalno komuniciranje

Čovek je "osuđen" na interpersonalno komuniciranje usled tri pretpostavke

- ontološke
- gnoseološke i
- aksiološke

IK predstavlja verbalnu ili neverbalnu razmenu poruka između dva ili više pojedinaca, neposredno ili osredstvom medija, uz mogućnost recipročne izmenljivosti uloga pošiljaoca i primaoca.

- ni u jednom drugom obliku komuniciranja recipročnost se ne može ostvariti u tolikoj meri
- subjekti su personalno prepoznatljivi ljudi
- broj učesnika zavisi od njihovih mentalno-psihičkih potencijala i komunikacione situacije
- izmena uloga i razmena poruka se potkrepljuju kao interakcijska sprega

Kada se komunikacioni činovi odigravaju u fizičkom prisustvu subjekata, na malom prostoru i uz uključenost svih čula - u pitanju je najčistiji vid IK licem u lice (face to face). Sve je ređe....

Determinisanost komunikacionog čina u IK

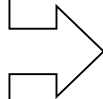
subjekti komuniciranja

ličnosti sa fizičkim osobinama
i čulnim, kognitivnim i
emocionalnim potencijama
one unose motivaciju, teleološku
usmerenost i konativnu energiju



ne postoje dva identična interspers.
komunikaciona čina, ali

postoje
sličnosti
uslovljene
soc.kontekst



primarne grupe

porodica

katarktične
savlad. zajedničkog
problema

prigodne g.
očuvanje jednom
uspost.odnosa

g. za igru
g. za odlučivanje
kolegijum, UO, GO

akcijske g.
istr. na projektu

- struktura
- hijerarhija statusa
- uloge pripadnika

IK kao "filter" u procesu distribucije i recepcije poruka MK. Masmedijske poruke se "prerađuju" interpersonalnim komuniciranjem u skladu sa gupnim normama, vrednostima i obrascima ponašanja. Tome služi organizacija primarne grupe na čelu sa liderom - vođom mnjenja *Teorija o dvostepenom toku komuniciranja* (Kac-Lazarsfeld) - interpersonalno komuniciranje članova grupe sa vođom mnjenja je diskusiona procena poruka iz masovong komuniciranja i uslovljava njegove efekte.

Pored odnosa iz primarnih grupa na IK deluju iz drugog plana ostali **socijalni determinizmi** koji oblikuju komunikacionu situaciju

- oblici kolektivne svesti - običaji, moral, religija, tradicija, ideologija, pravo, politika, filozofija
- norme vrednosti i obrasci ponašanja
- pripadnost sekundarnim grupama - sloj, klasa, konfesija, nacija, rasa
- pripadnost socijalnim kategorijama - pol, starost, obrazovanje, profesija

bogatstvo simbolskog spektra/sistema je najveće u IK

iako se najčešće ostvaruje kao neposredno, može se realizovati i pomoću medija (pismo, telefon, pejdžer, kompjuterska mreža..)

Kada je posredovano sužava se simbolski spektar, ali je recipročnost sačuvana bez obzira što medij slabi povratnu vezu.

teleološki aspekti IK

spontano IK

bez uključivanja razuma

uvežbano IK

razmena poruka koje su rezultat procesa socijalizacije i naučenih modela ponašanja služe da se uspostavi, produži ili prekine opštenje

planirano IK

eksplicitno svrshodno-izraz čovekovog racionalnog bića prethodni cilj persuazija

Komunikaciona kompetentnost = poznavanje jezičkog koda+ šta reći, kome reći, kako to kazati u svakoj određenoj situaciji

Sposobnost da se ponašanje prilagodi komunikacionoj situaciji i da se kroz primerenost i persua- zivnost ostvare stateški ciljevi komuniciranja

Reč je o dve grupe potencija:

- kognitivnim - sposobnost empatije, prethodna znanja, rezumevanje prirode odnosa, poznavanje situacije, sposobnost samoposmatranja, vladanje simbolskim sistemima
- interakcijskim - uključenost u interakciju, upravljanje interakcijom, fleksibilnost ponašanja, umeće slušanja, društveni stil, nepostojanje straha od komuniciranja

Nije urođena, već se uči. Komunikološke discipline (pedagoško k, poslovno k, političko k.

| |
|----------|
| Ishod IK |
|----------|

smanjenje napetosti
među subjektima k.

razrešenje konflikta

postizanje konsenzusa

zavaravanje komunikacionog
partnera

ulaženje u trenutni ili
tajni konflikt

prekid komuniciranja

Rumorno komuniciranje



interpersonalno..... masovno

razmena uloga emitera i recipijenta proteže se horizontalno i uvlači u interakciju neprestano rastući broj učesnika tako da poruka prelazi veliko prostranstvo i obuhvata veliki broj učesnika tako da rezultat liči na masovno k. Ipak nije masovno jer se za distribuciju ne koristi masmedij.

- rumour - glasina
- česo u pežoraivnom smislu
- neretko su poruke RK verodostojne i značajne za šivot i aktivnost društvenih grupa
- podozrenje prema ovim porukama jer kolaju van inst. kanala
- prvi oblik masovnog komuniciranja (Fama - boginja vesti)- Fama volat (Vergijilije)-radio Mileva
- koristi IK kao mehanizam prenosa informacija (od uha do uha)
- diseminacija poruka u privatnom socijalnom prostoru (pokušaj sprečvanja=povreda lj.prava)
- po nameri komunikatora poruke nisu namenjene opštoj javnosti. Izbor sledećeg primaoca određuje sam komunikator
- u normalnim okolnostima prenos poruka je sporiji u odnosu na oficijelne kanale. U vanr. prilikama se fantastično ubrzav jer nema ustezanja u izboru komunikacionog partnera
- RK je zamena za verifikovanu vest
- glasine su sastojak psihološkog rata
- nauka im posvećuje zbog poplave inf. sve manju pažnju, a kompanije ih pomno prate

karakteristike glasine

- može biti tačna i netačna
- nepotvrđena informacija
- nepoznat izvor
- komunikaator ne obezbeđuje verifikaciju sadržaja
- ne važi "saslušati i drugu stranu" jer je izvor nepoznat, pa se ne zna ko je oponent
- izraz potrebe da se uspostavi nadzor nad socijalnim okruženjem (kogn. i emoc.praznina)
- češće prisutna u nedemokratskim, zatvorenim društvima i u vreme socijalnih previranja
- mogućnost namernog lansiranja
- "spin doctors"
- "informativna mećava" na Internetu i glasine (anonimnost i poverenje u komuikatora)
- odgovaraju ljudskoj prirodi (natprosečno inf, prestiž emitera, voajerizam, predrasude i stereotipi protiv pravno zaštićenih grupa - ispoljavanje agresije kroz glasine)
- ludički element
- menjanje glasine tokom prenošenja - prenosnici menjaju verbalne simbole i semantička polja ili postoji šum u kanalu veze
 - simplifikacija (*nivelisanje*) -prilagođavanje poruke ličnim afinitetima, stereotipima
 - *distorzija* - potpuno (ugl. svesno) iskrivljavanje zbog potisnutih želja, straha, mržnje
 - *dramatizacija* - podizanje značaja ili dodavanje izmišljenig vodi u paniku

Komuniciranje u većim društvenim grupama

interpersonalno

masovno

Komuniciranje u grupama koje su veće od primarnih, a manje od masovne publike

1. ex cathedra (obrazovanje, politika, religija, kulturno-umetnički događaji)
2. teatarsko k.
3. k. na trgu (zborovi, mitinzi)
4. k. u areni (sport i cirkus)

Predstavlja neposrednu ili posrednu razmenu poruka između jednog ili više pošiljalaca i brojčano i personalno prepoznatljive gruperecipijentata (publike) na osnovu postojanja trenutnog ili relativno trajnog zajedničkog interesa za predmet komuniciranja na određenom prostoru i u određenom vremenu

- motivacija - zajednički interes (ukus, stil, navike) ljudi za određeni sadržaj. Ulazi se s namerom
- pošiljalac jedan ili više ljudi obično organizovanih u primarnu grupu, recipijent publika kao trajna ili ad hoc organizovana gr. sa izmerljivim brojem pripadnika i prepoznatljivom strukturom, mada se u određenim uslovima može preobraziti u gomilu
- uloga pošiljaoca je daleko istaknutija. Iako pasivna publika svojim reakcijama može uticati na sadržaj i tok komuniciranja (zviždanje sudiji, podrška ili kritika, ali ipak pretežno jednosmerno)
- razvija se mnoštvo podkodova za upotrebu znakova (sport, pantomima..)
- arsenal siromašniji u odnosu na IK

Masovno komuniciranje

razvija se od sredine XV veka.a primat je preuzelo u drugoj polovini XIX veka (štampa), što je uslovljeno:

- demokratizacijom (širenje izbornog prava)
- komercijalizacijom (jeftina, senzacionalistička i dostupna štampa)
- tehničko-tehnološkim ostugnućima (linotip)
- atraktivnošću adržaja (fotografija)
- brzinom posredovanja događaja (telegraf,telefon,železnica, novinske agencije)
- širenje obaveznog obrazvanja
- profesionalzacija novinarskog rada

- ❖knjiga XV
- ❖štampa sredina XIX
- ❖film kraj XIX
- ❖radio 1920.te
- ❖TV 1930-te
- ❖kompjuterske mreže druga polovina XX veka

Teorijski modeli MK

| | | |
|--|--|---|
| <p><i>Transmisioni model</i> (dominantna paradigma) S-R teorija (bihejviorizam) proces transmisije fiksne količine inf. određene pošiljaocem ili izvorom koja u delu masovne publike okupljene medijem izaziva odgovarajuće reagovanje</p> <p>pošiljalac usmeren na transfer značenja, a primalac na kognitivno procesuiranje por. komunikator ima veću moć i mogućnost da primaoca stavi pod soc. kontrolu</p> | <p><i>Derivat transmisionog modela</i> Brus Vestli i Malkolm Meklin</p> <ul style="list-style-type: none">•advokatska uloga (čuvari kapija) izvan i u komunikac. centrima•uloga kanala - profesionalci•uloga u sistemu ponašanja - masovna publika | |
| | <p><i>T. institucionalne predstave</i> Džordž Gerbner masmediji kao nove vlade koje strukturiraju svet događaja i tako formiraju institucionalne predst. o stvarnosti koje postaju opredelj. većine recipijenata Herbert Šiler - ovaj proces ide i na planetarnom nivou</p> | <p><i>M. raspodele publiciteta</i> cilj je povoljan imidž, tj. fokusiranje pažnje publike na određenu ličnost, pojavu ili događaj primarni-bez volje subj sekund-manipulativni</p> |

Ritualni (ekspresivni) model MK

MK nije isključivo teleološki determinisano i svrhovito.
komunikator je usmeren na performans koji izražava kogn. i emoc. saržaje svesti
primalac konzumira i deli iskustvo pošiljaoca čime sudeluje u ritualu stvaranju kulturnog dobra
umeesto soc.kontr - deljenje zajedničke kulture
ne samo širenje por. u prostoru već i u vremenu

Recepcijski model

orijentacija pošiljaoca ka poželjnom enkod.
orij. primaoca ka razčistom dekodiranju
Značenje poruke određuje primalac

- uvek indirektno, posredovano masovnim medijima koji distribuiraju poruke kroz prostor i vreme
 - do neograničenog broja recipijenata
 - uvek je urganizovano i institucionalizovano (komunikacioni centar, kult. ustanova, soc. institucija)
 - distribucija poruka je uvek kontrolisana
 - masovno k. je uvek javno k.
-
- neodređenost broja učesnika na recepcijskoj strani (masovna publika)
 - rigidna podeljenost uloga pošiljaoca (komunikacioni centar) i primaoca (masovna publika) poruka. Izmenljivost uloga je nemoguća. To je isključivo jednosmeran proces, pa neki teoret. smatraju da i nije komuniciranje. Sprečavaju komunikaciju (Encesberger)
- ✓ prostorno dislocirana
 - ✓ vremenski raspršena
 - ✓ brojčano neutvrdiva
 - ✓ depersonalizovana
 - ✓ anonimna
 - ✓ neorganizovana
 - ✓ socijalno heterogena

Organizovano, institucionalizovano i javno distribuiranje poruka iz jednog ili više komunikacionih centara, posredstvom nekog od medija masovnog komuniciranja prema masovnoj publici.