
МИЛЕНА ЖИКИЋ

Универзитет у Нишу, Филозофски факултет, Ниш

УДК 316.77(049.32)
159.923.5(049.32)

У КОНТЕКСТУ КОМУНИКАЦИЈЕ

STUART TABS, *KOMUNIKACIJA:
PRINCIPI I KONTEKSTI*;
PREVELE S ENGLESKOG JELENA VIDIĆ I
TIJANA VESIĆ PAVLOVIĆ, BEOGRAD: CLIO,
2013.

*„Комуникација је најважнија вештина
коју можете да научите!”*

Постоје књиге које је тешко не коментарисати. Просто, појави се потреба за писањем квалитетне студије, као што се рађају и писци који умеју да одговоре свом задатку. Када се појави дванаесто издање књиге, значи да је треба прочитати или бар само прелистати. Да ли је могуће да књига доживи толико издања? Заправо, која књига је доживела толико издања? Најкраће, Стјуарт Табс изјављује: „...покушао сам да створим текст који је непосредан и релевантан за студенте и наставнике, текст који одражава мој дугорочни циљ разумљивости, а уводи сложене појмове и теорије без поједностављивања и у коме се користи јасан, жив и прецизан језик.” Дакле, Стјуарт Табс потписао је монографију која је доживела невиђени број издања и насловио *Комуникација: принципи и контексти*.

Шта садржи ново, по реду, дванаесто издање монографије? Одговор на постављено питање добијамо у *Предговору* монографије (21-25). Поред краћег сажетка о сваком поглављу, аутор наглашава да у новом издању можемо наићи на пар нових, јако конструктивних савета. Како да побољшамо невербалне вештине; Како да подстакнемо развој поверења; Како да се изборимо са тремом; Како да студент и родитељ успешније комуницирају? и најважнији тј. најкориснији су сигурно савети о методу преговарања, „Шта желимо, шта хоћемо, када одустајемо”?. Наиме, свако како, садржи своје

зашто и отвара, за неке будуће истраживаче, низ нових истраживачких поља, док у нашем случају представља увертиру за спознају принципа комуникације.

Ко је, заправо, Стјуарт Табс? Бивши декан Бизнис колеџа Универзитета у источном Мичигену и садашњи професор лидерских вештина на истоименом универзитету. Доктор наука у области комуникацијског и организацијског понашања. Аутор је јако познатих публикација: *Кључеви за лидерство*, *Системски приступ интеракцији у малој групи*, *101 степеник до успеха*. И поред свега тога био је консултант у пет стотина компанија и седам пута проглашаван наставником године. Дакле, податке *О аутору* (26) проналазимо на страници пре почетка спознаје самих принципа.

Аутор на 796. страница обрађује комуникацију кроз две тематске целине Принципи и Контексти, које можемо означити и као поднасловне публикације. *Human Communication: Principles and Context* постаје доступна читалачкој публици са наших простора, захваљујући преводиоцима Јелени Видић и Тијани Весић Павловић као и издавачкој кући Клио. Поред речника појмова и библиографије, публикација садржи индекс имена и индекс појмова, одлична ликовна решења као и описну статистику (дијаграме, картограме, пиктограме).

Да ли је заиста комуникација најважнија вештина која може да се научи, сазнајемо у првој тематској целини *Принципи* (29-362) подељеној у осам поглавља (*Процес комуникације; Опажање особа; Вербална порука; Невербална порука; Слушање; Конфликти и преговарање; Етика и комуникација; Односи у процесу*). На питање како дефинисати комуникацију Табс каже: „Комуникација је тема о којој се тако често расправља да је и сам термин добио превише значења - има сувише различитих значења за разне људе.” На основу ове тврдње можемо казати: комуникација је процес међуљудске сарадње и информисаности у коме комуникатори шаљу и опажају поруке вербалне, невербалне, намерне и случајне. Најчешћи облик комуникације остварује се системом *face to face* и представља потпуну комуникацију, остварену путем слуха, вида и додира, између конверзатора. Међутим, комуникација може бити остварена и путем порука – смс-а, мејлова, новина, филмова, интернета и телевизије. Примећујемо да постоји неколико начина да се о комуникацији говори, али и много више могућности да често останемо недоречени о појединим темама.

Питање које привлачи пажњу односи се на разлике у начину на који мушкарци и жене користе комуникацијске вештине? Аутор запажа да већина истраживања потврђује

стереотипно становиште да жене више подлежу социјалном притиску и да удовољавају потребама других, да се више труде да одрже конверзацију, док мушкарци често занемарују одговоре других. Такође, Табс каже да невербална комуникација, у домену физичког изгледа, много више о нама говори. Униформе нам говоре о рангу и статусу. Одећа коју носимо преноси наше прихватање или неприхватање традиционалних вредности. Запажање вредно помена односи се на јачину гласа која се повезује са цртама наше личности. Тако се гласније особе сматрају агресивнијим, за разлику од повучених особа које се сматрају стидљивим. Поред тога Табс говори да је лаж саставни део сваког од нас и да се користи са циљем заштите сопствене репутације.

У монографији аутор покушава да докаже немогућност опстанка констатације да се супротности привлаче. Спроведена истраживања показују да је у начину одабира партнера увек присутна сличност коју тражимо и (не)проналазимо код потенцијалног партнера. Стил комуникације између партнера се мења са протицањем времена. Када се двоје људи упознаје, систем експлицитности у разговору је најприсутнији. Са друге стране у последњој фази везе често се размењују поруке дистанце и дисоцијације – на пример „Не желим више никада да се видимо”. Можемо закључити да иако је близина обично предуслов привлачности, људе привлаче особе које су им сличне. Потребно је нагласити да фацијална привлачност има велику улогу у прихватању или неприхватању одређених особа. Табс иде толико далеко сматрајући да, чак и бебе од два до три месеца више воле привлачна лица. Такође, истраживања показују да физички привлачне људе волимо зато што нам прија да их гледамо, али и због мишљења да присуство у њиховом друштву може да побољша слику о нама. На пример, девојка која излази са zgodним мушкарцима повећава своје самопоуздање и виђење у очима других људи, као и момак који стално излази са лепим девојкама.

Интересовање које се јавља код свих нас и које у више случајева представља радозналост можемо формулисати у виду питања – да ли се лепота повезује са талентом? На основу резултата истраживања можемо закључити да лепим женама успех у каријери није олакшан уколико добро изгледају, због постојања предрасуда о ефикасности споја лепоте и успеха. У домену мушко-женских односа утицај лепоте најјачи је на почетку везе, јер ефекат физичког изгледа постепено нестаје када о одређеној особи добијемо добре или лоше информације. Дакле, сазнајна функција има приоритет у односу на физичку. На основу свега изреченог можемо

уочити да је перцепција, код свих нас, јако присутна у тренутку првог сусрета, упознавања, и да је често извор неуспеха у комуникацији.

Јако важну улогу у комуникацији пружа невербална порука. Наиме, невербални знаци, дају информације о нашим намерама и емоционалним одговорима. Смехом, тапшањем, мрштењем, подруљивим осмехом, погледом испод обрва изражавамо своје одобравање или неодобравање. Такође, кроз невербалне поруке, људи шаљу бројне знакове – визуелне и вокалне. Тако гестови рукама представљају замену за вербалну комуникацију. На пример, длан окренут нагоре – гест предаје; длан надолу – гест ауторитета; затворени длан с упртим прстом – гест увреде. Дакле, нису само речи могућност комуникације, само један покрет нашега тела много више може казати о нама и нашим намерама, него већина речи, и зато је потребно максимално активирати перцепцију у сваком животном тренутку.

Друга тематска целина *Контексти* (363-690) састоји се од седам поглавља (*Интерперсонална комуникација; Интеркултурна комуникација; Интервјуисање; Комуникација у малој групи; Јавна комуникација; Комуникација у организацији; Масовна комуникација и нове технологије*). Свакодневна комуникација носи назив интерперсонална и одвија се између двоје људи. Овај вид комуникације представља интензивну присутност саговорника у вербалном, фацијалном и физичком смислу (израз лица, телесни став, одећа, тон). Самооткривање представља интегрални део комуникације између две особе и одвија се у том контексту. Према студијама, и мушкарци и жене заступају мишљење да ће се допасти другима више, уколико говоре више о себи. Међутим, на супрот отвореног типа људи, постоје и они који би пре умрли него да допусте да их други упознају, то су људи затвореног типа.

Уверење које постоји је да људи који имају снажну потребу за доминацијом, заправо, имају снажну потребу за успехом. Такође се сматра да постоји и веза између доминације и слике о себи, јер особа која има лошу слику о себи биће субмисивна, а не доминантна. Обрађујући односе између мушкарца и жене на пољу брака, многи стручњаци сматрају да и савремени бракови доносе „неравноправно партнерство”, у смислу да и када жене зарађују у рангу мушкараца не могу да остваре равноправност у односу, због постојања разних родних улога. Колико је асертивно понашање присутно у браку и да ли је? Имајући у виду да асертивно понашање признаје права других и равноправност у интерперсоналним односима, док агресивно понашање и неасертивно

понашање то не дозвољава, можемо казати да је присутност неасертивног понашања доминантнија, јер често у браку не можемо да изразимо своје мисли и осећања, већ их морамо потиснути. Неасертивно понашање примаоцу доноси различите врсте одговора од симпатије до презира, док асертивно и примаоцу и пошиљаоцу доноси позитиван исход.

Комуникација која побуђује интересовање све више носи назив интеркултурна и односи се на комуникацију између припадника различитих култура. Култура којој припадамо у највећој мери одређује начин на који се облачимо, наш однос са родитељима и пријатељима, храну коју једемо. Дакле, свака културна група обележена је скупом заједничких карактеристика, као и многим варијацијама. Од тога којој култури припадамо зависи и сама комуникација. На пример, Белгијанци, Грци и Шпанци осећају се пријатније у ситуацијама у којима има мало недоумица, а много информација. На другој страни Канађани, Јамајканци или Американци отворенији су за промене и различитости и у том смислу имају низак степен избегавања несигурности.

Аутор износи изузетно мишљење у домену значаја веродостојности приликом беседништва. Према Табсу особа може да буде највећи говорник ког је свет видео, да има најбржи ум, да употребљава најпромућурнију психологију и да је овладала свим формалним средствима доказивања, али уколико није веродостојна, неће бити ни озбиљно схваћена, као ни прихваћена. На основу изнете констатације схватамо да је степен веродостојности јако битан у процесу комуникације. Дакле, јако је битно да не постоји раскорак између речи и дела, већ доследност и прецизност. Често се говори да се веродостојност налази у уму слушаоца и утиче на став који слушалац заузима према говорнику. Наиме, на основу реторичких вештина говорник се приказује као не/искусан, не/важан, не/искрен, племенит/суров, активан/пасиван, брз/спор, емотиван/смирен.

Комуникација је један од најзначајнијих фактора за успешан рад једне организације и увек представља предуслов њеног опстанка. Односи на послу утичу на радни учинак. Одлични интерпретаторски односи у институцији доприносе већој посвећености колективу, организацији и послу. Званични извори су најпоузданији вид комуникације и зато спадају у ред најчешће коришћених канала комуникације у организацији, у домену поузданости и пожељности. Добијање информације из незваничних извора сматра се важним, али не и најпожељнијим типом комуникације у оквиру организације. Данас је неформална комуникација, у великим компанијама, замењена брзим састанцима, на којима се

израђује нацрт за будући пословни договор, у смислу формирања прелиминарне групе која ће у блиској будућности добити шансу на одређеном пројекту.

Извори информација – масовна комуникација – штампани медији (новине, часописи, књиге) као и електронски медији (радио, телевизија, филм, компјутер) представљају популарне и прагматичне изворе информација и комуникације посебно у XXI веку. Нове комуникацијске технологије у великој мери су повећале интеркултуралну комуникацију. Електронски систем комуникације омогућава упознавање, пословну сарадњу, одржавање познанства, пријатељства и рађање нових пословних, приватних и животних прилика. Можемо запазити да смо данас у хиперактивном времену, окружени обавезно неком врстом комуникације у сваком тренутку, електронском, штампаном, вербалном или пак невербалном. У складу са наведеним подацима јасно је зашто студија Табса Стјуарта не губи вредност, већ са сваким новим издањем добија нову читалачку публику тј. свака нова генерација постаје његов верни пратилац. Да ли ћемо за коју годину добити још једно допуњено или измењено издање монографије *Комуникација* показаће не само време, већ и ми сами показивањем потребе и жеље да будемо што ефикаснији, прецизнији и убедљивији у процесу комуникације.

Не заборавимо: једино је наша изговорена реч, док је све остало туђе, као и да путем комуникације пуно тога кажемо о себи, чак и оно што не бисмо желели! Дакле, комуникологија постаје потреба, а не изазов нашег века. Следимо је. И будимо веродостојни у свету реторичности, али не заборавимо да живимо у веку трансформација у коме можемо доживети још један нови вид комуникација, односно очекујмо неочекивано.