

FENOMENOLOGIJA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE
U FUNKCIJI KULTURNE PRODUKCIJE

GDJE JE GRANICA IZMEĐU PROFITA I SLOBODE PRODUKCIJE?

NIKOLINA MILETIĆ, znanstvena novakinja Odjela za turizam i komunikacijske znanosti Sveučilišta u Zadru

SUMMARY

Communication represents the basis of human interaction. Human relations are based on linguistic communication, which is always accompanied by nonverbal communication. It is an inevitable basic element that accompanies verbal communication, although it sometimes reveals more than spoken words. This paper examines nonverbal communication with special regard to its impact on cultural production, particularly in the field of puppetry. The cultural production reflects the achievements of various art works of all kinds. The communication between the author/performers and the audience plays an important role in the process of realization of a cultural product. Since the effect of the message is in most cases achieved by a nonverbal content, the channels of nonverbal communication have a special role in creating, transfer and perception of cultural products. In this way the phenomenology of nonverbal communication serves as a help to cultural production.

Ključne riječi: komuniciranje, neverbalna komunikacija, kultura, kulturna produkcija

Uvod

Komunikacija čini sastavni dio ljudske povijesti od najranijih dana. U početku se čovjek služio neverbalnom komunikacijom za prenošenje svojih stanja i misli. Međutim kasnije, stjecanjem iskustva, neverbalna komunikacija postaje pratnja verbalnoj koja je nositelj poruke. Pojava pisma pridonijela je širenju masovne komunikacije, jer se do tada stečena iskustva nisu pohranjivala nigdje osim u ljudskom pamćenju. Razvoj novina dao je doprinos slobodi izražavanja i općenito demokratizaciji društva. Pojava elektronskih medija i kasnije visokih tehnologija učinila je informaciju dostupnom svugdje i svima. Danas je komunikacija sveprisutna i ljudi komuniciraju iz različitih razloga, s različitim uspjesima i učincima. Kako bismo uistinu mogli spoznati ulogu komunikacije u međuljudskim odnosima, potrebno ju je razmotriti s različitih gledišta.

U ovom radu posebna se pozornost posvećuje ulozi komunikacije u kulturnom stvaralaštvu. Veliku ulogu u tome igra neverbalna komunikacija, pa se tako u trećem poglavlju obrađuje pojam i definicija neverbalne komunikacije i daje pregled njenih kanala kao uvod u problematiku kulturne produkcije, koja se iznosi u zadnjem poglavlju. Problem se obrađuje na primjeru kazališta lutaka, jer je vizualna komunikacija temeljni kanal za prenošenje poruka u tom vidu umjetnosti. Rad predstavlja doprinos boljem razumijevanju i poznavanju utjecaja neverbalne komunikacije na oblikovanje proizvoda kulture.

Povijesni pregled razvoja neverbalnog komuniciranja

Od najranijih dana ljudske povijesti nailazimo na tragove komunikacije u različitim oblicima. Čovjek se najprije služio neverbalnom komunikacijom da bi prenio svoja psihička stanja i misli. "U borbi za opstanak čovjek je razvio primitivna sredstva komuniciranja u plemenima, primitivnoj zajednici, u komunikaciji s bogovima. Stvorio je simbole dominiranja i osvajanja, a i agresivnosti i borbenosti u ratovima. Ovakve neverbalne poruke bili su simboli bogova, ritualni predmeti primitivnih naroda, šarena bojna oprema, koja je izražavala moć i prijetnje."¹

Međutim ubrzo takva primitivna sredstva za prenošenje stečenih iskustava postaju nedostatna, pa zvuk, koji je do tada bio samo podloga neverbalnoj komunikaciji, postaje osnovni nositelj poruke. To je bila prva informacijsko-komunikacijska revolucija. Sva su se iskustva prenosila govorom i nisu se pohranjivala nigdje, osim u ljudskom pamćenju. Ovladavanjem sustava piktograma i usvajanjem hijeroglifa omogućuje se kodiranje i dekodiranje poruka. "U doba neolita čovjek je počeo transformirati crtež (sliku) pod utjecajem verbalnog komuniciranja u sistem piktograma koji slikovito prikazuju uopćeno ljudsko iskustvo. Usvajanjem hijeroglifa sistem vizualne komunikacije omogućuje pojavu takozvane gramatike kao sistema kodira-

¹ Vreg, France, Humana komunikologija, Hrvatsko komunikološko društvo i Nonacom d.o.o., Zagreb, 1998., str. 95.

nja i dekodiranja poruka (...).² Paralelno s razvojem društva, razvijala se i znanost i nastajali su brojni izumi i otkrića. Na polju komunikacija najvažniji je bio izum pisma, odnosno tiskarskog stroja koji je pridonio nastanku i širenju masovne komunikacije. Mario Plenković u knjizi “Komunikologija masovnih medija” objašnjava promjenu koja se javlja kao posljedica izuma pisma na sljedeći način: “Osnovna razlika između neposrednog komuniciranja u ranijem periodu i sadašnjeg sustava posrednog komuniciranja je u tome što sada komunikator više nije u vidokrugu recipijenta. Njegove misli, želje i naredbe sada prenose razni pisari, telari, kuriri i saopćavaju ih publici na javnim mjestima.”³ To je obilježilo drugu informacijsko-komunikacijsku revoluciju. Razvoj novinstva i otvaranje agencija za odnose s javnošću utjecali su na stvaranje javnog mnijenja i oblikovanje kritičke misli, što su preduvjeti za nastanak demokracije. Takav sustav posrednog komuniciranja i prijenosa poruka učinio je informaciju dostupnom u bilo koje vrijeme, što je kao posljedicu imalo nagli razvoj ljudskog znanja i znanosti. Međutim pojava pisma nije umanjila značenje verbalne komunikacije. Naprotiv u to doba snažno se razvija govorništvo kao sredstvo izražavanja volje moćne i vladajuće manjine nad potlačenom većinom. Snaga i utjecaj retorike očitovali su se upravo u neverbalnoj komunikaciji. “Stari Rimljani smatrali su je važnim elementom retorike. Značaj neverbalne komunikacije je porastao u srednjem vijeku jer se vjerovalo da geste predstavljaju most između ljudskog uma i tijela.”⁴ Kapitalizam je donio snažne promjene, od kojih je najznačajnije posljedice ostavio Gutenbergov izum tiska 1440. godine, čime je vizualna komunikacija prevladala verbalnu. Tiskana informacija je proširila pismenost i utjecala na oblikovanje kritičke misli, a istodobno uspostavila javnu građansku dvosmjernu komunikaciju između vladajuće manjine i potlačene većine. Društvo dvadesetog stoljeća, obilježili su elektronski mediji koji su zašli u sva područja ljudskoga života i čine njegov neizostavan dio. Zahvaljujući visokim tehnologijama, društvo je već bilo toliko uznapredovalo i izvršilo treću informacijsko-komunikacijsku revoluciju. Digitalizirana informacija, zahvaljujući sustavu mrežnog komuniciranja putem interneta, dostupna je u bilo koje vrijeme, na bilo kojem mjestu i bilo kojem krajnjem korisniku. Informacija više nije samo pisani tekst, već ona dobiva zvučnu i slikovnu podlogu koje ju čine još upečatljivijom. Općenito, elektronski mediji pod utjecajem procesa digitalizacije i konvergencije (ukrižavanja medija) poprimaju nova obilježja poput interaktivnosti i podrazumijevaju različite oblike sadržaja i njihovog prijenosa, pa slobodno možemo reći da je multimedia dominantan oblik prenošenja informacija u suvremenom globalnom društvu.

Iz svega navedenog možemo zaključiti da je neverbalna komunikacija preteča svih oblika komuniciranja te da se tijekom povijesti razvijala

2 Plenković, Mario, Holistička analiza odnosa s javnostima (javnošću), *Informatologia*, 34, 1-2, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb 2001., str. 28.

3 Plenković, Mario, *Komunikologija masovnih medija*, Barbat, Zagreb, 1993., str. 7.

4 Pšunder, Majda, *Global communication*, *Informatologia*, 35, 1, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb 2002., str. 21.

usporedo s ostalim oblicima, nekad jačim, a nekad slabijim intenzitetom, i održala se, u suvremenijem obliku, sve do današnjih dana.

Teorijski okvir za razumijevanje fenomena neverbalne komunikacije

Čovjek je društveno biće, što između ostalog, podrazumijeva komunikaciju koju pojedinci ostvaruju u svakodnevним odnosima, s više ili manje uspjeha. Kako bismo uistinu mogli spoznati ulogu komunikacije u međuljudskim odnosima, potrebno ju je jednoznačno odrediti.

U dosadašnjoj literaturi pronalazimo različite definicije komunikacije, odnosno procesa komuniciranja. Na našim prostorima poznati i priznati komunikolog, France Vreg ističe "Proces komuniciranja (kao oblik međusobne interakcije) pretpostavlja komunikacijsko djelovanje (najmanje dvaju) komunikacijskih partnera koji se u komunikacijskoj interakciji pokušavaju (spo)razumjeti. Recipijent (primatelj) je onaj komunikacijski djelujući pojedinac koji u komunikaciji želi nešto razumjeti, odnosno s komunikacijskim partnerom podijeliti značenja (ostvariti opću intencionalnost). Tako se uspostavlja dvosmjernost – uzajamnost komunikacijskog događanja (...). *Komuniciranje nije jednosmjerni ili dvosmjerni čin, nego je to mnogoznačni proces koji može napredovati, zaustaviti se ili se potpuno prekinuti.*"⁵ Komuniciranje je dvosmjerni proces razmjene poruka različitog sadržaja. "Albert Mehrabian je otkrio da u cjelovitom utjecaju jedne poruke 7 posto pripada govornom (samo riječi), 38 posto glasovnom (uključujući ton glasa, moduliranje i druge zvukove), a 55 posto neizgovorenome."⁶ Prema tome, komunikacijski proces, uz verbalnu komponentu, čini i neverbalna koja zastupa značajan udio u oblikovanju, prijenosu i razumijevanju poruke. "Nadalje, komunikacija obuhvaća sadržajnu i relacijsku komponentu. Komponenta sadržaja sastoji se od onoga što je rečeno ili učinjeno. Relacijska komponenta ili komponenta odnosa obuhvaća način kako je to rečeno ili učinjeno."⁷ U komunikaciji licem u lice ljudi se usredotočuju na izgovorene riječi i pri tome su rijetko svjesni položaja tijela, pokreta i izraza lica koji "pričaju svoju priču" te čine neizostavnu podlogu verbalnoj komunikaciji. Osnovna uloga jezika, odnosno govora je prijenos apstraktnih ideja ili informacija, dok se neverbalnom komunikacijom, dakle gestama ili kretnjama, prenose raspoloženja, emocionalna stanja i stavovi. Ljudska interakcija se temelji na jeziku, međutim to ne umanjuje značaj neverbalne komunikacije kao stalno postojećeg i pratećeg elementa međuljudskih odnosa. "Neverbalna komunikacija uključuje glasovne i neglasovne aspekte ponašanja koje se odvija u socijalnoj interakciji."⁸ Neverbalnu komunikaciju čini sve što se zbiva u ljudskoj interakciji osim izgovorenih riječi.

5 Vreg, France, Humana komunikologija, Hrvatsko komunikološko društvo i Nonacom d.o.o., Zagreb 1998., str. 66.

6 Pease, Alan, Govor tijela, AGM, Zagreb 2002., str. 9.

7 Reardon, Kathleen K., Interpersonalna komunikacija, Alinea, Zagreb 1998., str. 21.

8 Smolčić, Tajana, Neverbalna komunikacija. http://www.infoz.ffzg.hr/afric/Metodell/Arhiva01_02/Tajana_Smolcic.html. (Posjećeno 25.05.2009.), str. 1.

U tom smjeru promišljanja dolazi se do cjelovite definicije neverbalne komunikacije prema određenju američkog znanstvenika A. Canfielda, koji ističe da je neverbalna komunikacija dinamički proces koji objedinjuje um, tijelo i društvo kao intersubjektivne entitete. Ljudi kreiraju simbolička značenja koja pridaju vlastitim ponašanjima i ponašanjima ostalih, a ovisе o kontekstu događanja i njihovom upravljanju u društvu. U međusobnoj komunikaciji ljudi zadaju i određuju pravce djelovanja kako bi ispunili uočene zahtjeve situacije ili očekivanja drugih. Nadalje, neverbalnoj komunikaciji pridaje dramaturško obilježje, s obzirom na čitav splet okolnosti u datim prilikama u kojima ljudi uče oblikovati svoja neverbalna ponašanja kako bi se suočili sa zahtjevima novonastalih situacija. Ističe pri tome i ljudski identitet, koji je u osobnom predstavljanju jako izražen, a oblikuje se upravo u interakciji.⁹

Budući da proučavanje komunikacijskih procesa zahtjeva interdisciplinarni znanstveni pristup, neverbalna komunikacija kao jedna od komponenata komuniciranja iziskuje sučeljavanje različitih gledišta kako bi se dobio cjeloviti prikaz. Proučavajući neverbalnu komunikaciju s jezičnog aspekta, semiotika, znanost o verbalnom i neverbalnom jeziku, pravi razliku između znakova, simbola, kodova i normi, kao uopćenih pravila ponašanja. Njihova interpretacija u zadanom kontekstu ovisit će o mnogo čimbenika, a ponajprije o kulturnoj pripadnosti sudionika komunikacije. Bez obzira je li riječ o neverbalnoj komunikaciji kao samostalnom ponašanju ili kao podlozi jezičnom izražaju u zadanom kontekstu, neverbalnu komunikaciju možemo klasificirati kako slijedi:

1. izrazi lica i očni kontakti,
2. kretnje tijela i geste,
3. dodiri,
4. karakteristike i kvaliteta glasa,
5. kultura i vrijeme,
6. okruženje,
7. tjelesni tipovi, oblici i veličine,
8. odijevanje i osobno prikazivanje.¹⁰

Ovakva klasifikacija ukazuje na pristup proučavanja neverbalne komunikacije uključujući fizička svojstva, ali i utjecaje iz okruženja. Sukladno tome, možemo govoriti o općepoznatim kanalima neverbalne komunikacije koji znatno utječu na upravljanje verbalnom komunikacijom u svakodnevnim interakcijama. Tako je jedan od najvažnijih kanala neverbalne komunikacije vizualna komunikacija koja podrazumijeva gledanje i kontakt očima, koji se razlikuju ovisno o temi razgovora, značajkama sudionika komunikacije i o njihovim ulogama u društvu. Izrazi lica ili mimika odraz su emocionalnog stanja komunikatora i često ih je vrlo teško sakriti i prevariti okolinu. U

9 cf. Canfield, Alan, Body, Identity and Interaction: Interpreting Nonverbal Communication, <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED473237.pdf> (Posjećeno 24.05.2012.), str. 27.

10 Vidmar Cvitanović, Melita, Presentation of The Nonverbal Dictionary of Gestures, Signs & Body Language Cues by David B. Givens, Media, culture and public relations, 1, 2, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb 2002., str. 182-183.

referentnoj literaturi pronalazimo i tjelesnu tipologiju kao jedan od kanala neverbalne komunikacije. Naime utvrđeno je da su oblik i veličina tijela povezani s određenim načinima ponašanja, iako postoje i brojni stereotipi koje je teško izbjeći. Nadalje govor tijela obuhvaća držanje i orijentaciju tijela, gestikulaciju i dodir ili općenito tjelesni kontakt, koji naravno ovisi o intimnosti odnosa sudionika komunikacije. Jasno je da tijelo govori i kada mi to ne želimo i stoga je govor tijela najbolji odraz unutarnjeg stanja pojedinca i teško ga je prikriti. U kanale neverbalne komunikacije ubraja se i osobni prostor, a podrazumijeva tjelesnu udaljenost osoba u interakciji, koja će ovisiti o intimnosti njihovog odnosa, ali i o društvenom kontekstu i kulturi. Prikazivanje sebe, kao kanal neverbalne komunikacije, podrazumijeva sve ono što pojedinci rabe kao sredstvo da bi se prikazali na određeni način i time odašiljali informacije o pripadnosti ili o društvenom statusu. Proučavajući neverbalnu komunikaciju, ne smijemo zaboraviti na važnost parajezika ili govornog ponašanja, koji se više usredotočuje na to kako ljudi rabe jezik, više nego na to što izgovaraju.

Neverbalnu komunikaciju, s obzirom na namjenu u interakciji, možemo promatrati preko nekoliko razina:

- *sadržajna razina* – neverbalne poruke utječu na izgovorene poruke oblikujući ih proširivanjem i dopunjavanjem;
- *osobna razina* – neverbalnim porukama izražavamo emocionalna stanja, namjere i očekivanja;
- *odnosna razina* – neverbalnim porukama izražavamo stavove prema izgovorenim sadržajima;
- *utjecajna razina* – neverbalne poruke su snažno sredstvo priopćavanja i utjecaja, koče ili potiču komunikacijski feedback i dijalog.¹¹

Neverbalna komunikacija ima mnogo snažniju komunikacijsku moć od verbalne komunikacije. Ona je stalno prisutna, neovisno o našoj volji, zbog jedinstvenosti i prirodne neprekinutosti. U međuljudskim odnosima neverbalna komunikacija ima brojne funkcije:

- emocionalni izražaj putem facijalne ekspresije;
- izražaj prednosti prikazivanja u međuljudskim odnosima;
- izražaj individualnih osobina prikazujući introvertnu, ekstrovertnu ili neurotičnu prirodu;
- pratnja i dopuna verbalnim porukama;
- izmjena verbalne komunikacije izrazima lica i simboličkim gestama;
- društveni izražaj u vidu međuljudskih aktivnosti kao dijela društvenog ponašanja.¹²

Iz navedenih funkcija možemo uočiti važnost neverbalne komunikacije i njen utjecaj na dijalog. Dakle da bi se uspostavila uspješna komunikacija, neizostavno je uskladiti verbalne i neverbalne poruke. Ovdje dolaze do

11 Brajša, Pavao, Umijeće razgovora, C.A.S.H., Pula 2000., str. 44.

12 Pšunder, Majda, Global communication, Informatologia, 35, 1, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb 2002., str. 21

izražaja komunikatorove socijalne vještine u smislu sposobnosti razumijevanja neverbalne komunikacije sugovornika i odgovarajuće reakcije, odnosno što jasnijeg određenja odaslatih neverbalnih znakova i njihovog usklađivanja sa verbalnim porukama i njihovim sadržajima. Tek onda kad je to postignuto, možemo govoriti o uspostavi uspješnih međuljudskih odnosa.

Neverbalna komunikacija i kulturna produkcija

U prethodna dva poglavlja obrađen je povijesni i teorijski aspekt neverbalne komunikacije. Za razumijevanje i analizu problematike neverbalne komunikacije u funkciji kulturne produkcije, potrebno je najprije odrediti osnovne pojmove. U tom pravcu, kao središnji pojam nameće se kultura.

U općim i specijaliziranim enciklopedijama i rječnicima dostupne su brojne i međusobno različite definicije kulture. "Kultura (lat. *cultura*: obrađivanje /zemlje/; njega /tijela i duha/; oplemenjivanje; poštovanje). Pojam koji obično označava složenu cjelinu institucija, vrijednosti, predodžaba i praksi koje čine život određene ljudske skupine, a prenose se i primaju učenjem. Po definiciji E. B. Tylora (*Primitivna kultura*, 1871), koja se smatra prvom i najširoom definicijom, kultura se tiče znanja, vjere, umjetnosti, morala, zakona i običaja."¹³ Nadalje, "kultura je sveukupnost materijalnih i duhovnih dobara, etičkih i socijalnih vrijednosti, što ih je stvorilo čovječanstvo. Kultura je ukupnost duhovne, moralne, društvene i proizvodne djelatnosti jednog društva ili epohe."¹⁴

Citirane definicije jasno ukazuju na to da kulturu dijelimo na materijalnu i nematerijalnu te da ona predstavlja sve ono nasljeđe koje je čovječanstvo proizvelo od najranijih dana pa sve do danas. U tom smislu možemo govoriti i o kulturnoj produkciji kao svojevrsnom činu ili procesu proizvodnje, izvođenju čega (predstava, koncert i sl.), nešto što je proizvedeno (film).¹⁵ Kulturna produkcija ili, u posljednje vrijeme za to učestaliji jezični izraz, kulturno stvaralaštvo, obuhvaća sve vidove umjetnosti¹⁶:

- likovna umjetnost – stvaranje, oblikovanje i reprodukcija djela pojedinih grana likovne umjetnosti: slikarstva, kiparstva, graditeljstva i spomeničke baštine;
- književnost – produkcija ili pisanje i tiskanje romana, novela, epova i drugih književnih vrsta osuvremenjene su računalnim mogućnostima, pa su književna djela sve češće poligoni hipertekstualnih projekata;
- ples – univerzalni jezik stariji od ljudske povijesti, govor tijela čiji je autor i sredstvo čovjek, a ostvaruje se raznim plesnim vrstama: balet, kazališni ples, razni klasični i suvremeni društveni plesovi;

13 xxx: Natuknica Kultura, Hrvatska enciklopedija, svezak 6., Leksikografski zavod "Miroslav Krleža", Zagreb 2004., str. 338.

14 Anić, Vladimir, Goldstein, Ivo, Natuknica Kultura, Rječnik stranih riječi, Novi Liber, Zagreb 2002., str. 759.

15 op.cit., str.1054.

16 cf. <http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=9> (Posjećeno 24.05.2012.)

- glazba – glazbeno stvaralaštvo obuhvaća djela svih područja i žanrova nastalih zahvaljujući institucionaliziranom naporu i radu brojnih stručnjaka, muzikologa, skladatelja, izvođača i dirigenta.
- kazalište – oblici kazališne umjetnosti (folklorno kazalište, svjetovno kazalište, dramsko kazalište, kazalište lutaka itd.) predstavljaju grupnu djelatnost koja se ostvaruje zajedničkim stvaralaštvom izvođača i publike, dramskog pisca, režisera, glumca, scenografa, kostimografa, autora scenske glazbe, majstora svjetla, kazališnih teoretičara i kritičara.
- film – od izvornog pojmovnog sadržaja *koža, kožica, opna*, riječ *film* je poprimila značenje *tanki sloj, premaz, tanka vrpca*, pa od sredine XIX. stoljeća nastaje značenje “savitljiva vrpca s prevlakom osjetljivom na svjetlost” i napokon film kao pojedino “djelo”, pa “umjetnost” i “proizvodnja” (filmova), odnosno naziv za cjelokupnu filmsku djelatnost.¹⁷ Filmska produkcija obuhvaća različite filmske žanrove: nijemi film¹⁸, obrazovni film, popularno-znanstveni, igrani, animirani ideološko-promidžbeni, autorski, dokumentarni, crtani, eksperimentalni film i dr.
- medijska umjetnost – umjetnost novih medija (multimedija, elektronska umjetnost) koja se pojavljuje u prijelaznom razdoblju iz industrijskog u informatičko društvo (od sredine 20. stoljeća), a vezuje se uz digitalno generiranu i posredovanu informaciju.

Navedeni vidovi umjetnosti se isprepliću, prožimaju i međusobno nadopunjavaju u kulturnom stvaralaštvu. Dobar primjer za to je filmska glazba (namijenjena filmu te prati njegovo projiciranje, bilo izravnom izvedbom, bilo snimkom), kao i dodiri kazališta i filma zbog srodnosti medija (oba su prikazivačke djelatnosti ovisne o odazivu gledatelja; u njihovu nastajanju značajna je uloga književnog predloška i izvođača).¹⁹

Kulturna produkcija odraz je ostvarenja različitih djela svih vidova umjetnosti. Prema tome, možemo ustvrditi da su svi vidovi umjetnosti stavljeni u funkciju kulturne produkcije. Veliku ulogu u ostvarenju kulturne produkcije čini komunikacija na relaciji autor/izvođači – publika. Budući da se utjecaj poruke u najvećem postotku ostvaruje neizgovorenim komunikacijskim sadržajem, posebna zasluga u stvaranju, oblikovanju, prijenosu i shvaćanju ili percepciji djela kulturne produkcije pripada kanalima neverbalne komunikacije. Na taj se način fenomenologija neverbalne komunikacije stavlja u funkciju kulturne produkcije.

Za bolje poimanje međuodnosa neverbalne komunikacije i kulturne produkcije u nastavku se posebno izdvaja lutkarstvo, jer je vidni kanal presudan za lutkarsku komunikaciju.

17 xxx: Natuknica Film, Filmska enciklopedija, svezak 1., Jugoslavenski leksikografski zavod “Miroslav Krleža”, Zagreb 1986., str. 395.

18 Charlie Chaplin i mnogi drugi glumci nijemog filma bili su pioniri vještina komunikacije bez riječi; takvo umijeće bilo je jedino sredstvo kojim su međusobno općili na filmskom platnu. Svakog se glumca cijenilo po tome koliko je bio kadar jasno komunicirati gestama i drugim signalima tijelom. cf. Pease, Allan, Govor tijela, AGM, Zagreb 2002., str. 9.

19 op.cit., str. 480, 672.

Lutkarstvo²⁰ je umjetnost stara koliko i samo čovječanstvo. Njeni se zakoni razlikuju od tzv. “živog teatra”. “Mogućnosti lutkarskog teatra počinju, ponavljam, ondje gdje “prestaju” mogućnosti “velikog teatra” a to je točno tamo gdje se otvara široko polje metafore, metaforike, što naravno ne znači da u “živom” teatru ne postoji polje metafore, samo ona s gledalištem komunicira na drugoj razini, na razini nešto drukčijih znakova, ili pak istih znakova, ali u drugoj funkciji. U dnu svake metafore jest zapravo nešto što je za lutkarsko kazalište presudno, a to je slika.”²¹ Upravno nizanjem slika, lutka, u ovom slučaju medij, poprima neke ljudske karakteristike i na taj način postaje sredstvo dvosmjernog komuniciranja između publike i izvođača. Time verbalna komunikacija dolazi u drugi plan, a u prvi plan iskače neverbalna komunikacija, odnosno znakovi. Znakovni sustav u kazalištu lutaka je vrlo složen, sastavljen od 13 znakova, a osnovni mu je zadatak općenje među ljudima. Prema tome navodimo znakove u kazalištu lutaka, koji uključuju znakove koji su potrebni za oživljavanje nežive materije i znakove koji se rabe u lutkarskim predstavama.²²

a) Znakovi koji su potrebni za oživljavanje nežive materije:

- *lutkovitost* – ishodišni znak kazališta lutaka po kojemu se ono razlikuje od sustava znakova kazališta za žive glumce, a podrazumijeva kretanje lutke kojim ona oduhovljava svijet u kojemu živi;
- *gesta* – pokret ili držanje ruku, šake, glave ili cijeloga tijela, tipične su geste kojima lutka jasno i nedvosmisleno odražava svoje psihičko stanje;
- *kretanje* – podrazumijeva kretanje lutke (kinetički znakovi) uzastopnom promjenom mjesta u odnosu na druge lutke, dekor ili gledatelje, pri čemu svaki pokret ima svoj znak;
- *glazba* – predstavlja znak za promjenu mjesta ili vremena događanja;
- *govor* – akustični znakovi potisnuti su vizualnim znakovima na drugo mjesto, jer se govor lutke izgovaraju nevidljivi glumci;
- *ton* – nije samo jezični znak, jer nam otkriva značenjski kontekst riječi – intonaciju, ritam, brzinu i jačinu izgovorenih riječi;
- *rekviziti* – označavaju predmete, mjesto, trenutak ili zanimanje.

b) Znakovi koji se rabe u lutkarskim predstavama:

- *kostim* – označava spol, dob, pripadnost staležu, odnosno ocrtava ljudske osobine;
- *dekor* – svodi se na samo jedan element, a to je najčešće paravan koji odvaja stvarni od nestvarnog svijeta;

20 lutkarstvo, odvijetak kaz. djelatnosti u kojem umjesto glumaca nastupaju lutke, često oponašajući ljudsko ponašanje, a u njihov animator, lutkar, nerijetko, premda ne obvezatno, ostaje skriven. Lutkarska umjetnost vjerojatno se razvila iz uporabe maski u religijskim ritualima te iz tvorbe minijature ljudskih figura u magijske svrhe. cf. xxx: Natuknica Lutkarstvo, Hrvatska enciklopedija, Leksikografski zavod “Miroslav Krleža”, Zagreb 2004., svezak 6., str. 694.

21 Paljetak, Luko, Lutkarsko kazalište, Jugoslavenski festival djeteta, Šibenik 1990., str. 37.

22 Vigato, Teodora, Medijska kultura i obrazovanje učitelja (Znakovi u kazalištu lutaka), Zbornik radova Drugog međunarodnog znanstvenog kolokvija “Nastavnik – čimbenik kvalitete u odgoju i obrazovanju”, Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci, Odsjek za pedagogiju, Rijeka 1999., str. 692-695.

- *rasvijeta* – određuje scenski prostor i znak je za izdvajanje nečega što je važno;
- *šumovi* – nehodična su posljedica komunikacije putem drugih znakova, dakle, znakovi su najrazličitijih okolnosti.²³

Navedeni su osnovni znakovi koje možemo pronaći u kazalištu lutaka. Ti znakovi moraju biti jasni i nedvosmisleni, jer će u protivnom zbuniti gledatelje.

Posebnu vrstu publike lutkarskih predstava čine djeca. Osnovna poruka izazvat će kod djece različite reakcije, a razvijat će njihovu maštu i stavove. Često smo svjedoci kako lutka kao komunikacijski medij kod djece izaziva želju za oponašanjem likova iz lutkarske predstave. Pri toj komunikaciji djeca su više usredotočena na način na koji je nešto rečeno, a manje na sadržaj izgovorenoga. Dakle njihova pažnja je usmjerena na prizore i glazbu, koji kod djece izazivaju različite emocije od straha do znatiželje, a očituju se u pokretima djece u publici. Općenito, poznate su tri vrste gesta, čija se uporaba mijenja ovisno o dobi djeteta. Prva su vrsta “deiktičke geste”. To su geste koje dijete upotrebljava radi pokazivanja predmeta ili mjesta, da bi tako označilo “ovo”, “ono”, ili “tamo preko”. Druga su vrsta “pantomimičke geste” kojima se dijete služi da bi nešto ili nekoga oponašalo. (...) Treća vrsta obuhvaća pokrete ruke i šake, koji daju “semantičke ili relacijske informacije”.²⁴ Ono što je bitno naglasiti, je to da djeca iskazuju svoje osjećaje brzo i spontano, pa nerijetko možemo kao gledatelji lutkarskih predstava začuti dječji plač, smijeh ili vrisku.

Iz navedenog se može zaključiti kako se dječja percepcija i doživljavanje iskreno, spontano i jasno očituju putem neverbalne komunikacije. Djeca tako u ulozi aktivnih gledatelja, s obzirom na doživljaje i stavove koje izražavaju tijekom predstave, sudjeluju u ostvarenju lutkarske predstave, koja je ponajprije vizualna umjetnost. Stoga možemo slobodno reći da je neverbalna komunikacija, kao dvosmjerna komunikacija na relaciji lutka – dijete, jedna od sastavnica lutkarske predstave, čime se ona izravno stavlja u funkciju kulturne produkcije.

Zaključak

Ljudska interakcija se temelji na verbalnoj komunikaciji, no to ne umanjuje značaj neverbalne komunikacije. Neverbalna komunikacija ima mnogo snažniju komunikacijsku moć od verbalne, jer je stalno prisutna, neovisno o našoj volji.

Neverbalna komunikacija stara je koliko i samo čovječanstvo. Preteča je svih oblika komuniciranja, a razvijala se usporedo s ostalim oblicima. Danas se ona širi neslućenim razmjerima, a njeni kanali poprimaju suvremeniji oblik zahvaljujući novoj tehnologiji. Za sveobuhvatan znanstveni prikaz neverbalne komunikacije potrebno je obuhvatiti različita gledišta.

U ovom radu poseban naglasak je stavljen na fenomenologiju neverbalne komunikacije u funkciji kulturne produkcije. To podrazumijeva

²³ Ibid.

²⁴ Reardon, K. K., op.cit., str. 67.

utjecaj neverbalne komunikacije na “proizvode” koji nastaju kao posljedica djelovanja kulture u svim vidovima ljudskoga rada i stvaralaštva. Dakle kulturna produkcija obuhvaća sva polja umjetnosti: likovnu umjetnost, književnost, ples, glazbu, kazalište, film i medijsku umjetnost. Zahvaljujući komunikaciji, na svim tim poljima zbivaju se promjene, nastaju novi proizvodi. Lutkarstvo kao vid umjetnosti, izvrstan je primjer za proučavanje utjecaja neverbalne komunikacije na kreiranje kulturnog proizvoda, jer je to dvosmjernan proces koji se odvija na relaciji izvođač-publika. Velika zasluga u kreiranju, odnosno u produkciji pripada neverbalnoj komunikaciji, vizualnom kanalu koji je neizostavan čimbenik za uspostavljanje uspješne komunikacije i razumijevanja između autora ili kreatora proizvoda kulture i onoga koji se nalazi na drugoj strani, odnosno recipijenta, gledatelja ili korisnika proizvoda kulturne produkcije.

Pri ostvarenju svih vidova kulturne produkcije, a naročito ove usko specijalizirane za najmlađe gledateljstvo, s obzirom da kazališna umjetnost ima važnu pedagošku ulogu, jer kod djece potiče komunikaciju, motivaciju, kreativnost i stvaralaštvo, neophodno je raditi na podizanju kvalitete tih “produkata”, a ne na njihovoj sve učestalijoj komercijalizaciji. U radu “Odnos masovnih medija i kulture”, S. Malović iznosi sljedeće mišljenje: “Pitanje je samo kako izvori financiranja kulture utječu na razinu kulturne produkcije. Je li novac koji stiže iz resornih ministarstva i mecena ujedno i novac koji omogućuje punu stvaralačku slobodu?”²⁵

Jasno je da bez novca nema kulturne produkcije. Dakle ključno je odmjeravanje granice između profita i slobode kulturnog stvaralaštva uz poštivanje tržišnih zakona, ali prije svega s naglaskom na kvalitetu proizvoda kulturne produkcije.

LITERATURA

Anić, Vladimir, Goldstein, Ivo, Natuknice Kultura, Produkcija, Rječnik stranih riječi, Novi Liber, Zagreb 2002.

Brajša, Pavao, Umijeće razgovora, C.A.S.H., Pula 2000.

Mrduljaš, Igor, Dijete – gledatelj, LUKA, revija za lutkarsko kazalište, 4, Zagreb 1998., p. 5.

Paljetak, Luko, Lutkarsko kazalište, Jugoslavenski festival djeteta, Šibenik 1990.

Pease, Allan, Govor tijela, AGM, Zagreb 2002.

Plenković, Mario, Holistička analiza odnosa s javnostima (javnošću), Informatologija, 34, 1-2, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb 2001.

Plenković, Mario, Komunikologija masovnih medija, Barbat, Zagreb 1993.

Pšunder, Majda, Global communication, Informatologia, 35, 1, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb 2002., p. 20-25.

Reardon, Kathleen K., Interpersonalna komunikacija, Alinea, Zagreb 1998.

²⁵ Malović, Stjepan, Odnos masovnih medija i kulture, Kolo, 2, Ljeto 2005., http://www.matica.hr/Kolo/kolo2005_2.nsf/AllWebDocs/smalovic (Posjećeno 24. 05. 2012.)

Vidmar Cvitanović, Melita, Presentation of The Nonverbal Dictionary of Gestures, Signs & Body Language Cues by David B. Givens, Media, culture and public relations, 1, 2, Hrvatsko komunikološko društvo, Zagreb 2002., p. 181-190.

Vigato, Teodora, Medijska kultura i obrazovanje učitelja (Znakovi u kazalištu lutaka), Zbornik radova Drugog međunarodnog znanstvenog kolokvija "Nastavnik – čimbenik kvalitete u odgoju i obrazovanju", Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci, Odsjek za pedagogiju, Rijeka 1999., p. 691-697.

Vreg, France, Humana komunikologija, Hrvatsko komunikološko društvo i Nonacom d.o.o., Zagreb 1998.

xxx: Natuknice Film, Glazba na filmu, Kazalište i film, Filmska enciklopedija, svezak 1, Jugoslavenski leksikografski zavod "Miroslav Krleža", Zagreb 1986.

xxx: Natuknice Kultura, Lutkarstvo, Hrvatska enciklopedija, svezak 6, Leksikografski zavod "Miroslav Krleža", Zagreb 2004.

INTERNET

Canfield, Alan, Body, Identity and Interaction: Interpreting Nonverbal Communication, <http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED473237.pdf> (Posjećeno 24. 05. 2012.)

Malović, Stjepan, Odnos masovnih medija i kulture, Kolo, 2, Ljeto 2005., http://www.matica.hr/Kolo/kolo2005_2.nsf/AllWebDocs/smalovic (Posjećeno 24. 05. 2012.)

Smolčić, Tajana, Neverbalna komunikacija, http://www.infoz.ffzg.hr/afric/MetodeII/Arhiva01_02/Tajana_Smolcic.html (Posjećeno 25. 05. 2009.)

<http://www.culturenet.hr/default.aspx?id=9> (Posjećeno 24. 05. 2012.)