
UDK 81'221.2:654.17

81'342.8

159.946.3:81

Stručni članak

Željana Nenadić El Mourtada
Hrvatska radiotelevizija, Zagreb
Hrvatska

VIZUALNI ZNACI U NEVERBALNOJ KOMUNIKACIJI TELEVIZIJSKIH GOVORNIKA

SAŽETAK

U ovom se radu iznose elementi i parametri za procjenu vizualnih znakova neverbalne komunikacije televizijskih profesionalnih govornika. Oni su pokazatelji govornikovih tjelesnih i komunikacijskih sposobnosti te njegova sanalaženja unutar prostorno-vremenskih osobitosti televizijskog medija. Sastavni su dio jezične poruke i u konačnici upućuju na govornikovu svijest o sadržaju poruke, o situaciji u kojoj se nalazi te na njegovo stajalište o svemu tome. Što je čvršća veza govornikovih vizualnih znakova sa sadržajem jezične poruke, komunikacijski je učinak veći, odnosno govornik je u zadanome televizijskom kontekstu komunikativniji.

Ključne riječi: *komunikacijske vještine, vizualni znakovi, neverbalna komunikacija, profesionalni govornici, televizijski govornici*

UVOD

Prije nešto više od deset godina na Hrvatskoj radioteleviziji osnovana je Služba za jezik i govor. Od tada moji kolege i ja, kao fonetičari, na audicijama sudjelujemo u odabiru govornika te pratimo govor profesionalnih govornika. Osim što im pomažemo u pripremama pred nastup, radi provjere njihova napretka, obvezni smo i povremeno analizirati njihov cjelokupan govorni(č) status, pa tako i neverbalnu komunikaciju. Nerijetko smo u takvim situacijama nailazili na sitne nedostatke. Naime, u općem dojmu brzo bismo se složili kako je netko pr. *medijski prihvatljiv, razvijene geste, te vrlo komunikativan*, a drugi govornik pr. *statičan, hladan i prenaglašene mimike usana*. Procjenjivali smo ih, naravno, prema najuočljivijim sredstvima njihove neverbalne komunikacije. Ali, radi sveobuhvatnije analize (isti govornici pojavljivali su se u različitim žanrovima i strategijama televizijskog obraćanja) te zbog ravnopravnog pristupa svim govornicima, valjalo je načiniti predložak sa svim *elementima* neverbalne komunikacije i njihovim *parametrima*. Ovom ću prigodom navesti sve elemente, kao pokrete tijela (i njegovo "zauzimanje televizijskog vremena i prostora")

koji ulaze u procjenu vidljivoga dijela neverbalne komunikacije televizijskih govornika, te iznijeti dodatne vrijednosti (veli čine) prema kojima se ti pokreti ocjenjuju.

VIZUALNI ZNAKOVI

Nije potrebno isticati kako nam TV medij, zbog svoje audiovizualne prirode omogućuje da istodobno vidimo i čujemo govor, te kako je on primarno vizualni medij. Neka su istraživanja pokazala da se u govornoj interakciji najveći utjecaj poruke ostvaruje upravo neverbalnim komunikacijskim sredstvima (55 %). Stoga ne čudi što mnogi svjetski televizijski mediji ponajprije i ponajviše ulažu upravo u svoj "vizualni identitet", te posebnu pozornost posvećuju i odabiru profesionalnih govornika.

Vizualni znakovi su skupina neverbalnih komunikacijskih sredstava koji prate govor, a ne sastoje se od zvučnih elemenata. U nekim su izvorima navedeni kao ekstralingvistički znakovi. Nasljeđuju se i stječu socijalnim učenjem. Posebno je važno što se u televizijskoj interakciji pojavljuju s određenim smislom i značenjem, primjerenim zadanom komunikacijskom kontekstu.

U televizijskoj neverbalnoj komunikaciji prisutni su sljedeći vizualni znakovi: kinezički, proksemički te još neki komunikacijski znakovi (dodiri, pomoćni mediji, odjeća, šminka, frizura, nakit, scenografija i rekviziti, vremenski znakovi).

Kinezički znakovi

Kinezički se znakovi oblikuju držanjem i pokretom tijela u cjelini, pojedinih njegovih dijelova (glava, lice -oči, ruke - šake, noge) ili kombinacijom pokreta pojedinih dijelova tijela.

U televizijskom su obraćanju, baš kao i u svakodnevnoj, spontanoj komunikaciji, mimički i gestovni pokreti, najuočljiviji, ujedno i najvažniji *elementi* ove skupine znakova. Snaga njihove izražajnosti donekle je ograničena posebnostima televizijskog medija - brzo se i lako uoči svaki otklon od izražajnosti primjerene zadanome komunikacijskom kontekstu. Stoga ću se, u procjeni *parametara*, najviše osvrnuti upravo na te oblike neverbalne komunikacije.

Mimika

Oči, kapci, nos, usta, čelo, obrve, brada i lice imaju sposobnost oblikovati mnoge znakove emocija, psihološka stanja i intelektualno angažiranje. U komunikaciji se najveća pozornost svraća upravo na lice, najekspresivniji dio ljudskoga tijela. Mnoštvo njegovih mišića i međusobni odnos pojedinih njegovih dijelova omogućavaju bogatu mimičku izražajnost.

Kada izražavaju osjećaje, mimički su znakovi simptomi, ali mogu biti i hotimično maskirani ili simulirani. Katkada označavaju i tjelesnu reakciju na priopćeno (žmirkanje, čišćenje grla, gutanje sline).

Posebnu ulogu imaju u praćenju i održavanju komunikacijske interakcije (povratna sprega pogledom, pokreti lica). Izražavaju interpersonalne odnose (npr. uzdignuta glava - izraz superiornosti, podignute obrve - izraz čuđenja) i naklonost (osmijeh, lagano podignute obrve), signaliziraju tijekom komunikacije (izrazima zadovoljstva).

Gesta, držanje tijela, položaj i pokreti glave

Geste obuhvaćaju šaroliku skupinu znakova koji se izvode **rukom** ili **prstima** (u užem smislu) ili **pokretom tijela - glava, noge i ruke** (šire značenje). Sredstva su za izražavanje emocionalnog stanja i interpersonalnih odnosa. Obavještavaju i o neposrednoj komunikacijskoj interakciji.

Neka istraživanja otkrivaju i to da su kombinacije držanja tijela i pokreta pojedinih njegovih dijelova, također znak i mogu, poput mimike, upućivati i na neke osobine ličnosti.

U primjerenoj televizijskoj komunikaciji gesta najčešće prati verbalni sadržaj, tako što ga podupire ili dopunjuje (u ulozi: ilustratora: predmeta, osoba, logike u govoru, isticanja govora, veličina i rasporeda u prostoru, tjelesne akcije; regulatora: komunikacije; amblema) ili komentira (u ulozi adaptera - priprema tijela za govor npr. pročišćavanje grla ili izraza osjećaja - kao simptom o govornikova emocionalnog stanja).

Primjerena je gesta i svaka koja svojom ulogom i funkcijom u televizijskoj komunikaciji odgovara žanru i strategiji televizijskog obraćanja.

Proksemički znaci

Proksemički su znaci prostorne karakteristike komunikacijske interakcije. Izražavaju se udaljenošću između sugovornika i njihovim rasporedom u prostoru.

Udaljenost upućuje na stupanj bliskosti. U televizijskoj interakciji govornički se odnosi temelje na četiri stupnja bliskosti:

- intimni prostor: do 45 cm (djeca: voditeljski par - djeca)
- osobni prostor: 45-120 cm (prijatelji: voditeljski par - odrasli)
- socijalni prostor: 1,2 -3,5 m (suradnici, nepoznati ljudi: voditelj i gost u studiju)
- javni prostor: više od 3,5 m (govor većoj skupini: voditelj, gost i publika u studiju).

Rasporedom (su)govornika u prostoru izražava se njihov međusobni društveni odnos. Paralelni kut označava suradnički odnos (pr. voditeljski par), pravi kut - prijateljski (pr. voditelj i gost u emisijama ležernijeg sadržaja) a položaj sučelice označava natjecateljski odnos (pr. intervju). Sugovornici koji su bliže voditelju i s njegove desne strane važniji su od lijevih i udaljenijih.

Komunikacija u svakom od navedenih prostora i u određenom položaju prema ostalim sugovornicima, podrazumijeva i prihvaćanje te udaljenosti i tog kuta odgovarajućih interpersonalnih odnosa. I dobra je, dakle, samo ona u kojoj udaljenost među sugovornicima i njihov raspored u prostoru prate televizijski žanr i verbalni sadržaj dijaloga.

Ostali vizualni znaci

Ovu skupinu vizualnih znakova čine dodiri, pomoćni mediji, izgled (dotjerivanje, odjeća, šminka, frizura, nakit), scenografija i rekviziti te vremenski znakovi.

Dodirima se izražavaju razni stupnjevi naklonosti (rukovanje, tapšanje po ramenu, hvatanje za nadlakticu ili uzimanje pod ruku). Oni u televizijskoj interakciji, zbog objektivnog pristupa sugovorniku i temi, najčešće izostaju. Ako se i pojave, društveni su i uljudbeni znak (pr. rukovanje kao izraz "dobrodošlice u emisiju"). No, kojiput dobivaju dodatno značenje pr. kada se rukovanje, u emisiji s naizmjeničnim voditeljima, nije redovito. U takvoj situaciji njegovo izostajanje (zato što neki ljudi ne vole tuđe dodire) može biti negativno protumačeno (kao znak neprijateljstva, odbijanja). Stoga je najbolje za svaku emisiju utvrditi i provesti kodeks takvog tipa društvenog ponašanja.

Pomoćni mediji ponajviše govore o tehnološko-komunikacijskim mogućnostima televizijskog medija i najčešće nisu znak o govorniku. Pa ipak, kada su govornikov izbor u retoričke svrhe (pr. telefon, kompjutor ili laptop) za dopunu, naglašavanje ili komentar nekih dijelova informacije, procjenjuje se njihova primjerenost sadržaju.

Izgled lica i dotjerivanje, bez obzira na to što govornik pripućuje, predstavljaju komunikacijski znak za gledatelja. O medijskoj pojavi govornika, o njegovim emocionalnim i psihološkim osobinama, pa i o samome mediju. Nije primjereno kada govornik bilo čime pretjerano svraća pozornost na sebe (pr. vidljivim ortodontskim nedostacima, čestim promjenama u dotjerivanju, tamnim naočalama). Posredno, to je i znak o televizijskom mediju o njegovoj spremnosti da se skrbi o medijskom izgledu profesionalnih govornika.

Televizijskome mediju, također, ne priliči puno "novih" lica.

Naime, česta promjena govornika u istim emisijama znak je i o medijskoj vrijednosti svakoga govornika.

Scenografija i rekviziti (oblik prostorije, dekoracija, namještaj i njegov raspored) najčešće su zadani. Pa ipak, govorniku je katkada dopušteno da, u dogovoru s članovima televizijske ekipe, prigodnim detaljem (pr. košarica s pecivom za tjedan kruha, zec za uskrсне blagdane) naglasi sadržaj poruke.

Papir i olovka su pomoćni rekviziti. Ako se ne koriste u svojoj primarnoj televizijskoj ulozi (kao podsjetnik na sadržaj i sredstvo za pisanje) ponekad signaliziraju govornikovo stanje u komunikacijskoj interakciji (tremu i nesigurnost):

- pr. kada govornik izgovara tekst, čitajući ga s elektroničkog čitača, i zbog straha-nesposobnosti da vizualnim kontaktom održi komunikaciju, ne spušta pogled na papire (koje nerijetko drži u ruci), kada bi se to, inače, moglo očekivati od njega,

- ili kada, u govornom činu, grčevito drži olovku.

Vremenski su znaci u televizijskom mediju najčešće pokazatelj govornikove sposobnosti procjene trajanja govora, svojega ili sugovornikova. Televizijsko se vrijeme, u govornoj interakciji, mjeri psihološkom sekundom (0,6 - 0,8 sek., trajanje jedne govorne riječi), najčešće psihološkom sadašnošću (5 sek., trajanje prosječne rečenice - 8 riječi) te procjenom količine informacija u jednom iskazu. Kada govornik u svijesti nema "ugrađenu" procjenu vremena (što se postiže vježbom) u komunikacijskoj interakciji se događa:

- neravnopravna podjela vremena u emisiji, prema tematskim cjelinama ili prema sugovornicima
- emisija traje dulje od predviđenog.

Trajanje govora može biti znak i o govornikovim psihološkim i intelektualnim osobinama:

- o misaonoj (ne)sređenosti
- o superiornosti/inferiornosti prema sugovorniku (pr. kada u voditeljskom paru jedan govornik dulje i češće govori od drugoga).

Također nije primjereno tijekom odjave emisije gledati na sat (koji pritom nije u sadržaju komunikacijske situacije).

PARAMETRI ZA PROCJENU VIZUALNIH ZNAKOVA

Osim po svojoj ulozi i funkciji u neverbalnoj komunikaciji, vizualni se znaci mogu procjenjivati i prema nekim vrijednostima (veličinama) pokreta kojima se znak odlikuje. Promatranjem neverbalne komunikacije televizijskih govornika (spikera, novinara, voditelja, meteorologa) može se uočiti nekoliko parametara za procjenu pokreta. No, u ovom ću se radu osvrnuti samo na najspecifičnije za mimčke i gestovne pokrete: trajanje, učestalost, raznolikost (promjenljivost), estetičnost, simetričnost (pravilnost), profiliranost te

simptomatičnost/naravnost. Premda naizgled, izdvojeni iz komunikacijskog konteksta, bitno su određeni njime (tumačeni su isključivo unutar komunikacijske situacije, uključujući i verbalno-sintaktički i paralingvistički sadržaj).

Navedene ću parametre pojasniti na primjerima pokreta glave (lica, očiju) te ruke (šake). No, prije toga važno je napomenuti da je gesta (u užem i širem smislu) u televizijskoj komunikacijskoj interakciji najčešće dijagramski neverbalni znak. S porastom informativnosti dijela verbalno-sintaktičkog sadržaja i govornik bi se istodobno trebao dodatno neverbalno angažirati. Omjer informativnosti pojedinih dijelova verbalno-sintaktičkog sadržaja upućuje na odgovarajuće omjere neverbalnih načina kojima se podupire (ili dopunjuje) verbalni izričaj.

Također, televizijski žanr i strategija televizijskog obraćanja dodatno određuju kojim će se sredstvima neverbalne komunikacije govornik služiti i u kojem omjeru.

Trajanje. Ovim se parametrom procjenjuje sveukupno trajanje pokreta (pr. vizualnog kontakta, geste).

Vizualni kontakt je znak: želim nekoga imati u svojem vidnom polju. Njegovo trajanje ovisi o sadržaju verbalne poruke, najviše do 3/4 sveukupnog trajanja, odnosno do 4/5 trajanja u vrlo angažiranom govorenju. Vizualni kontakt koji traje dulje od toga vremena percipira se kao "buljenje" (pr. kada govornik netremice gleda u kameru i tekst čita s elektroničkog čitača - pokazuje nesposobnost da održi kontakt, ali i strah).

Važna je i prirodna tzv. "otvorenost pogleda". Primjerice, vizualni kontakt s poluzatvorenim kopcima (popraćen neizražajnom mimikom) najčešće je prisutni izraz lica uvjetovan emocionalnim i psihičkim osobinama govornika, koje trag ostavljaju i na izrazu lica.

Takav izraz lica prevlada u govornikovoju televizijskoju interakciji, i koliko se god on trudio izraziti emocije suprotne zadanome raspoloženju, on postaje sve usiljeniji (kao simptom njegova stanja).

Trajanje (amplituda) *geste* znak je govornikove angažiranosti u neverbalnoj komunikaciji, ali, osim pokazatelja njegova temperamenta, znak je i o pripadnosti određenoj kulturološkoj skupini (simptom o govorniku i o njegovoj pripadnosti).

Učestalost. Ovim se parametrom provjerava koliko se često pojavljuje pokret, pr. broj treptaja oka i broj pokreta rukom. I ovaj je parametar izraz govornikova emocionalnog i intelektualnog angažiranja.

Nije primjereno *treptati* i istodobno izgovarati ključne riječi ili informativnije govorne cjeline (simptomatizira govornikovu nesposobnosti neverbalnog izražavanja i na taj način oslabljuje učinak jezične poruke).

Primjeren je lagan treptaj na kraju izgovornih blokova (kao znak da je kraj izgovorne cjeline i napokon, i kao fiziološka potreba -vlaženje očiju).

Učestalost ključnih riječi i informativnijih govornih blokova iziskuje približnu učestalost *gestovnih* pokreta (s iznimkom ruke, koja zbog svoje

uočljivosti, ne prati nužno i svaki logički naglasak, ali se zato dodatno angažiraju ostali dijelovi tijela). Nije primjereno učestalo samododirivanje (češkanje po glavi, dodirivanje nosa, glaćenje brade) po čemu neki govornici postaju prepoznatljivi - simptom o govornikovu emocionalnom stanju ili izražavanju njegova trenutačnog stajališta.

Raznolikost (promjenljivost). Upućuje na sveukupni potencijal govornikova tjelesnog izražavanja, uključujući i ono osobno, prepoznatljivo samo za toga govornika. Ako govornik poruku izgovara s pojačanom sviješću o njezinu sadržaju, o (zamišljenom) sugovorniku i ako je dostatno osvijestio i svoje neverbalne načine izražavanja, i njegov cjelokupan jezični izraz će postati bogatiji.

To bogatstvo se postiže raznolikošću *facijalne ekspresije* (postizanjem raznih izraza lica, naravno, primjerenih verbalnom sadržaju) i *gestovnih kretnji* (kada pr. meteorolog u sličnim situacijama slične pojave pokazuje ili tumači različitim pokretima - jedanput s ispruženim dlanom, drugi put s blago savijenom šakom i ispružena tri prsta i sl.).

Estetičnost. Očituje se u skladu svih sastavnica jednog pokreta i u skladu svih pokreta u cjelini. Također, u postupnom prijelazu iz jednog pokreta u drugi.

Nagli prijelaz iz ozbiljnog *izraza lica* u presrdačan osmijeh u odjavi Vijesti nije primjeren i može pokazivati neupućenost u primjerenost određenih znakova neverbalne komunikacije, ali i govornikove psihološke osobine.

Pokret pokazivanja *rukom* (meteorolog, stojeći položaj, bez znatnijeg popratnog okretanja tijela, ponekad i glave, usmjerene na elektronički čitač), doima se izdvojenim od govornika, te odvlačeći pozornost s verbalnog sadržaja, simptomatizira govornikovo emocionalno stanje (strah, nesigurnost).

Simetričnost (pravilnost). Simetričnost pokreta nije nužna i bitna je samo kada izraziti asimetričan odnos govornikovih dijelova tijela, u odgovarajućem komunikacijskom kontekstu, često odvlači pozornost s verbalnog sadržaja.

Poneki bi je govornici, ipak, trebali osvijestiti pr. u *facijalnoj* ekspresiji (asimetrično podignuti kutovi usana pri osmijehu) zbog pretežite uloge lica u neverbalnoj komunikaciji.

Kada govornik u stojećem položaju pozdravlja gledatelja i pritom mu je jedna *ruka* svijena u laktu, a druga pružena s otvorenim dlanom (i pritom vidimo da nema opravdanog razloga za takvo držanje tijela), sasvim sigurno će takav pokret oslabiti verbalni izraz naklonosti.

Profiliranost (prema žanru). Govornija organizacija teksta podrazumijeva i angažiraniju govornu izvedbu, pa tako i izraženiji neverbalni govor. Primjereno je kada su te angažiranosti i vremenski usklađene (pokret prethodi verbalnom izričaju, ili se pojavljuje istodobno s njime).

Tjelesni se pokret može profilirati i prema strategiji obraćanja televizijskom gledatelju. Televizijski govornik određuje stupanj "naklonosti" prema (zamišljenom) sugovorniku - gledatelju i neverbalnu komunikaciju

prilagođava toj interakciji. Poželjno je da televizijski govornik gledatelja doživljava kao partnera u komunikaciji, tzv. simetrijski odnos.

Izražava se lagano nagnutim tijelom naprijed, usmjerenim, otvorenim pogledom - kao znak naklonosti, *vedrim izrazom lica* - kao izraz "radosti" komuniciranja, *otvorenom gestom*.

Kada je televizijski govornik "obavješteniji" od gledatelja (obično u ulozi komentatora, stručnjaka - meteorologa) primjereniji je nešto suzdržaniji odnos spram gledatelja (hijerarhijski odnos).

Simptomatičnost / naravnost. Simptom je, kao što sam navela u prethodnim primjerima, vidljiva posljedica govornikova emocionalnog ili psihičkog stanja. Tada je tjelesna govornikova poruka u konfliktu s verbalnim sadržajem, pa takvi znaci, kada se ponavljaju, nisu primjereni televizijskome mediju (češkanje glave, dodirivanje brade ili neki drugi tjelesni pokreti i izrazi lica koji upućuju na strah, nesposobnost snalaženja u zadanoj situaciji).

Naravnost upućuje na vrstu veze između označenoga (tj. sadržaja jezične poruke) i označitelja (govornikovih vizualnih znakova). Kada govornikovi vizualni znaci potpuno izražavaju ("prate") sve sadržaje jezične poruke i zadovoljavaju zadani komunikacijski kontekst, može se reći da je govornikov vizualni znak potpuno prirodan. To se, u televizijskoj interakciji, postiže kada je govornik ujedno i autor verbalnog sadržaja poruke. Kada nije tako, televizijski se govornik treba "tijelom izražavati" kao da izriče vlastitu misao, s iznimkom situacija u kojima to ne priliči zbog strategije obraćanja i televizijskog žanra (pr. spikeri u Vijestima).

Dakle, vizualni bi znaci, u neverbalnoj komunikaciji televizijskog govornika, trebali što više označavati sadržaj jezične poruke i komunikacijski kontekst, a što manje samoga govornika (simptom). Ali, zato ništa manje nije važna govornikova uloga u oblikovanju osobnog neverbalnog izraza iste jezične poruke. Upravo te govornikove sposobnosti presuđuju u procjeni njegove uvjerljivosti u odgovarajućem kontekstu, odnosno u procjeni njegove komunikativnosti.

ZAKLJUČAK

Vizualni je znak o televizijskome govorniku prvi percipirani znak o njegovu govoru, često i najvažniji, najdulje se pamti.

TV medij, pak, zbog svoje višestruke uloge, među ostalim, i uloge posredovanja (informacija, djela) i poistovjećivanja (standardnim jezikom, društvenim ponašanjem), prema gledateljima ima, i tim ulogama pripadajuće, odgovornosti.

Kako su televizijski govornici posrednici navedenih uloga, TV medij snagu svoje uvjerljivosti gradi upravo na njima. Uvjerljivost televizijskih govornika tako postaje i znak o uvjerljivosti TV medija.

LITERATURA

- Dalcroze, E. J.** (1988). *Rhythm Music and Education*. London: The Dalcroze Society,
- Furlan, I.** (1980). *Čovjekov psihički razvoj*. Zagreb: Školska knjiga.
- Jakobson, R.** (1966). *Traženje suštine jezika, Lingvistika i poetika*. Beograd: Nolit.
- Morris, D.** Govor tijela. August Cesarec, Zagreb
- Pavelin, B.** (1994). *La posturomimogestuelle dans l' echange langagier en face-a-face*. doktorska disertacija, Sveučilište u Toulouse-Le-Mirail.
- Pease, A.** (1991). *Govor tijela*. Ljubljana-Zagreb: Založba Mladinska knjiga.
- Rot, N.** (1982). *Znakovi i značenja*. Beograd: Nolit.
- Škarić, I.** (2000). *Temeljni suvremenoga govorništva*. Zagreb: Školska knjiga.
- Vuletić, B.** (1980). *Gramatika govora*. Zagreb: GZH.
- Zvonarević, M.** (1981). *Socijalna psihologija*. Zagreb: Školska knjiga.
-

Željana Nenadić El Mourtada
Croatian Radio and Television, Zagreb
Croatia

VISUAL SIGNS IN NON-VERBAL COMMUNICATION OF TELEVISION SPEAKERS

SUMMARY

In this work elements and parameters are presentend for the evaluation of visual signs of non-verbal communication of professional television speakers. They are indicators of the speaker' s bodily and communication abilities and his/her skill of using spatial-time characteristics of the television medium. They are an integral part of the linguistic message and in the last instance they point to the speaker' s consciousness concerning the contents of the message, the current situation and the attitudes towards it all. The stronger the connection of the speaker' s visual signs with the contents of the linguistic message, the greater the communication effect, i. e. the more communicative the speaker in the given television context.

Key words: *communication skills, visual signs, non-verbal communication, professional speakers, speakers on television*
