



Kamilo Antolović, Nikša Sviličić

Komunikacijske vještine: Verbalne i neverbalne persuazivne tehnike

K & K Promocija, Zagreb 2020, 232 str.
ISBN 978-953-56121-5-5

.....

Doc. dr. sc. Tanja Grmuša

Komunikacija je kontinuirani proces koji utječe na kvalitetu postojećih međuljudskih odnosa, ali i uspostavu novih. Iako razvoj novih tehnologija donosi brojne izazove, kao što je primjerice strah od gubitka kvalitete digitalno posredovanih informacija, interpersonalnu komunikaciju ništa ne može zamijeniti, upozoravaju autori u Predgovoru knjige (usp. 2020, 13). Pojašnjavajući strukturu knjige kroz poglavlja, autori naglašavaju dominantno stručni pristup ovoj tematici te iznošenje brojnih osobnih iskustava (usp. 2020, 14). Knjiga je sadržajno podijeljena u pet poglavlja, a svako poglavlje završava dodatkom. U prvom poglavlju Komuniciranje – interpersonalna komunikacija autori nas podsjećaju na postojeći teorijski okvir i definicije komunikacije, kao i na komunikacijske modele donoseći njihov komparativni prikaz. Također, analiziraju se osobine dobrih komunikatora te obilježja pojedinog komunikacijskog stila. Koji elementi doprinose uvjerljivosti u interpersonalnoj komunikaciji i poboljšanju imidža kod drugih, samo su neka pitanja na koja odgovore nudi Dodatak 1. u sklopu prvog poglavlja.

Biti dobar govornik važna je vještina u interpersonalnoj komunikaciji. No, znati ispričati priču i privući, ali i zadržati publiku, ključni su zadaci svakog govornika. Stoga autori u drugom poglavlju Verbalno u interpersonalnoj komunikaciji nude čitateljima nekoliko ključnih pravila: fokus na ritam i dinamiku, naglašavanje i isticanje ključnih riječi, pobuđivanje emocija (usp. 2020, str. 65-66).

Osim važnosti poznavanja elemenata pravogovora, autori donose pojašnjenje principa i metoda prezentiranja. Dobre komunikacijsko-prezentacijske vještine pomoći će i u situaciji od koje mnogi kontinuirano strahuju u javnom nastupu, a to je što učiniti kada zaboravimo što smo planirali reći? (usp. 2020, str. 79). Dodatnu neugodu mogu stvoriti i neslušanje govornika, ali i pitanja publike na temelju kojih se procjenjuje njegova/njezina kompetencija i vjerodostojnost. Iako je svaki nastup često temeljito planiran, autori nas podsjećaju da u interakciji s publikom ne zaboravimo na komunikacijsku spontanost kao ključni element humanističkog pristupa komunikaciji. Dodatak 2. na kraju poglavlja autori su posvetili procesu slušanja i savjetima kako biti konstruktivni slušatelj u komunikacijskom procesu.

Treće poglavlje Neverbalno u interpersonalnoj komunikaciji podsjeća nas na važnost govora tijela koji je važno znati čitati unutar konteksta, ali i kulturoloških razlika. Kako ostaviti pozitivan dojam kod drugih? Kako prepoznati neiskrenost kod komunikatora?

Kako odjeća i fizički izgled utječu na komunikacijski proces? samo su neka od pitanja na koja ovo poglavlje donosi odgovore. Autori promatraju neverbalnu komunikaciju i u kontekstu poslovne komunikacije s fokusom na organizacijsku kulturu i pravila bontona, čemu je posvećen Dodatak 3.

Najveći neprijatelj učinkovitom javnom nastupu su strah i trema koji se mogu uspješno svladati primjenom odgovarajućih tehnika, o čemu govori četvrto poglavlje Javni govor i nastup, trema i strah. Autori uz brojne sugestije o verbalnim i neverbalnim elementima javnog govora pojašnjavaju utjecaj izgleda prezentatora na javni nastup, kao i utjecaj prostora te upotrebe raznih pomagala u javnom nastupu. Dodatak 4. donosi brojne podatke o strahovima, prezentaciji, percepciji i javnom govoru (usp. 2020, str. 156-158).

Posljednje, peto poglavlje Istraživanja interpersonalne komunikacije donosi prikaz rezultata regionalnog istraživanja (Bosna i Hercegovina, Crna Gora, Srbija, Makedonija, Hrvatska) agencije Heraklea, specijalizirane za mystery shopping, s posebnim fokusom na interpersonalnu komunikaciju u kontekstu poslovne komunikacije (usp. 2020, str. 160-162). Rezultati su pokazali kako je Hrvatska na trećem mjestu iza Slovenije i Makedonije po kvaliteti interpersonalne komunikacije na prodajnim mjestima. Nadalje, rezultati za Hrvatsku pokazali su najbolji rezultat u kategoriji poznavanja proizvoda, dok se prilika za poboljšanje vidi u području nuđenja dodatnih proizvoda. Rezultati su pokazali i pad za utvrđivanjem želja/potreba kupaca, dok rast bilježi kategorija pozdrava kupcima (usp. 2020, str. 167-168). Također, poglavlje donosi i rezultate istraživanja o značaju komunikacijskih vještina u poslovnom svijetu za JUNP Krka iz 2016. godine korištenjem metode skrivenog kupca. Istraživanje je bilo usmjereno na ispitivanje komunikacije s osobljem nacionalnog parka (način uspostave komunikacije, ljubaznost osoblja itd.) (usp. 2020, str. 173-175). Dodatak 5. objašnjava percepcijske elemente interpersonalne komunikacije s posebnim naglaskom na oči.

Knjiga sadrži i dodatnu cjelinu Separat. Govor tijela temeljen na preradi ranijeg istoimenog djela autora Kamila Antolovića iz 2013. godine. Riječ je o slikovnom prikazu neverbalnih gesti uz autorova pojašnjenja (usp. 2020, str. 190-223). Koja je razlika između otvorenog i zatvorenog stava tijela? Kako prepoznati nelagodu, a kako frustraciju? Zašto je važan položaj ruku te kako preuzeti kontrolu tijekom rukovanja, pitanja su na koja nastoji odgovoriti ovaj dodatak.

Iako je na temu interpersonalne komunikacije napisano mnogo radova i knjiga, vrlo je malo njih na hrvatskom jeziku, stoga svako novo izdanje posvećeno komunikacijskom području raduje. Knjiga Nikše Sviličića i Kamila Antolovića uspješno sintetizira teorijska znanja iz postojeće literature nadopunjenih bogatim iskustvima i praktičnim savjetima autora sažetim u vrlo korisne i pregledne dodatke na kraju svakog poglavlja. Vizualno dojmljivo uređena i pisana jednostavnim, a opet znanstveno-stručnim jezikom knjiga će biti korisna nastavnicima i studentima, komunikolozima, praktičarima odnosa s javnošću, komunikacijskim i marketinškim stručnjacima te svekolikoj javnosti zainteresiranoj za preispitivanje i poboljšanje vlastitih komunikacijskih vještina.