



Autorica: Jelena Makovičić

Komunikacijski umjetnik



VBZ, Zagreb, 132 str.
ISBN: 9789535204305

Knjiga „*Komunikacijski umjetnik*“ autorice Jelene Makovičić, ili kako ga ona voli nazvati, priručnik, štivo je kojim se čitatelj može na jedan vrlo jednostavan, praktičan i pristupačan način, uz brojne primjere, vježbe i savjete upoznati s temom javnog nastupa u svakodnevnim situacijama. Autorica je kroz sedam poglavlja dala odgovore na pitanja o tremi s kojom se svaki govornik može suočiti, neverbalnoj i verbalnoj komunikaciji tijekom javnog nastupa, pamćenju i pripremi tekstva prije nastupa te općenito tjelesnoj pripremi prije izlaska pred javnost.

Prvo poglavlje „*Trema – glavna prepreka kvalitetnim javnim nastupima*“ donosi definiciju treme koja dolazi od latinske riječi tremere, ili drhtati, što označava osjećaj straha, odnosno nelagode prije ili za vrijeme javnog nastupa (str. 11). Opisujući brojna iskustva, svoja, ali i polaznika njenih edukacija, došla je do spoznaja da je ustvari najveći problem u nama samima, odnosno našim proteklim iskustvima i doživljajima prilikom javnih nastupa. Autorica naglašava da je važno zadržati pozitivne misli prije, tijekom i poslije nastupa jer, kako psiholozi navode, mozak će od mnogobrojnih pozitivnih i malobrojnih negativnih informacija percipirati i upamtiti upravo one negativne što rezultira nepotrebnim promišljanjima i strahom koji djeluje poput kočnice te nas sputava. Važno je shvatiti da javni nastup ne činimo zbog nas samih, već dijelimo određene informacije, vrijednosti i spoznaje publici te je javni nastup fokusiran upravo na njih. Autorica stavlja važan naglasak na ciljeve javnih nastupa, koji mogu biti raznoliki, a to su da javni nastup treba informirati, educirati, inspirirati, motivirati te uvjeriti ili osvijestiti publiku. Ti ciljevi posebno se dobro uklapaju u poznatu Aristotelovu izreku da je govorništvo alat za ljude s dobrim i plemenitim namjerama, upravo zbog odgovornosti i ključnih poruka koje dijelimo s javnosti. Ovo poglavlje također obrađuje pojam autentičnosti prilikom javnih nastupa te važnosti zadržavanja dosljednosti i sljedbenosti vlastitih razmišljanja i stajališta, jer kada je komunikacija u skladu s vlastitom prirodom, ona je jednostavna, tečnija i vjerodostojnija. To se naziva i kongruencijom koja označava usklađenost naše neverbalne i verbalne komunikacije te sadržaja, gesta i mimike (str. 26). Poglavlje završava sa savjetima otklanjanja treme i stavova koje trebamo zauzeti prije javnih nastupa te situacijama kada je trema poželjna i dobra, jer pozitivna trema tjera naprijed i ne dopušta nam opuštanje, što rezultira dodatnom fokusiranošću, stalnim učenjem te napretkom u svemu što radimo.

U drugom poglavlju „*Javni nastup i posao – luksuz ili elementarna komunikacijska potreba?*“ čitatelji su upoznati s činjenicom da je javni nastup dio našeg svakodnevnog života.

Autorica na temelju te spoznaje navodi da je bitno educirati se i ulagati u komunikacijske vještine čime se može povećati razina osobnog samopouzdanja, proaktivnost, kreativnost, komunikativnost, organizacijske sposobnost te analitičnost i perceptivnost situacija. Na kraju poglavlja, autorica čitatelja dovodi do praktičnog dijela knjige u kojemu će kroz razne praktične i svakodnevne primjere upoznati i educirati čitatelja u svrhu kvalitetnije pripreme za javni nastup.

Praktični dio knjige započinje poglavljem „*Neverbalna komunikacija – ogledalo unutarnjih misli*“ koje u kontekstu neverbalnog komuniciranja tijekom javnih nastupa ističe bitnost držanja i posture tijela, izraza lica i mimika, zauzimanja osobnog prostora te vanjski izgled govornika, poput odjeće koje nosi, modnog izričaja, sminke i ostalog, a koje treba biti u skladu s događajem na kojemu se nastupa (str. 49). Kod zauzimanja osobnog prostora prilikom javnog nastupa, autorica ističe da je prvi korak uspraviti se u svoju punu visinu te se blago nagnuti naprijed čime osvještavamo svoje tijelo u prostoru te zauzimamo prostor koji nam prirodno pripada. Moć prvog dojma kombinacija je svega onoga što percipiramo na neverbalnoj i verbalnoj razini te na razini sadržaja (str. 57.). Pojam *halo efekt* naglašava da se prvi dojam ostavlja u prvih tri do sedam sekundi, unutar kojih drugu osobu prihvaćamo ili odbijamo. Kroz izvedbu javnog nastupa 93% našeg sadržaja percipirano je kroz prvi dojam koji smo ostavili. Nadalje, ističe se kako tijekom prvog dojma publika percipira 7% sadržaja, 38% glasa i govora te 55% držanje govornika (str. 58). Poglavlje također stavlja naglasak na stav i držanje, odnosno posturu tijela te informira čitatelja kako prilikom javnog nastupa treba zauzeti neutralan stav koji obuhvaća stopala u širini kukova, blago nagninjanje tijela unaprijed, izduljenu vratnu kralježnicu te ruke opuštene uz tijelo. Poglavlje završava opisivanjem Alexander tehnike, odnosno tehnike za postizanje neutralnog stava i držanja tijela te disanja tijekom javnog nastupa.

Sljedeće praktično poglavlje jest „*Verbalna komunikacija*“ unutar kojeg se opisuju važnost glasa i govora kojeg čine artikulacija, ritam, narječje, način izražavanja i slično. Glas govornika autorica naziva i njegovom osobnom iskaznicom te ističe kako je glas naš temeljni instrument i jedna od osnova našeg identiteta. Čitatelj je u ovom poglavlju upoznat s tehnikama i vježbama po metodi glasa Cicely Berry, koja se izučava na Royal Central School of Speech and Drama.

U petom poglavlju „*Priprema – osnova dobrog javnog nastupa*“ naglašava se važnost pripreme koja je jedan od ključnih čimbenika uspješnosti javnog nastupa. U pripremi govora, autorica ističe, da je potrebno prvobitno se zapitati zašto javno progovaramo,

kome se obraćamo, koja je prilika javnog govora, koliko vremena imamo na raspolaganju, u kojoj formi će se govor prezentirati, tj. putem kojeg medija i na kraju koja je tema govora.

„*Odnos s publikom*“ naziv je šestog poglavlja knjige u kojemu se obrađuje ideja dolaska ispred publike te pojašnjava kako publiku učiniti svojim partnerom u govoru, odnosno komunikaciji. Autorica upoznaje čitatelja s psihologijom publike za koju navodi da osjeća naše emocije prije javnog nastupa. Također, napominje da se publika želi osjećati sigurno te da od govornika očekuje da bude siguran, vjerodostojan te da vlada temom i situacijom (str. 105). U ovisnosti o dužini trajanja javnog nastupa čitatelj se upoznaje s pristupom i načinom zadržavanja fokusa i koncentriranosti te „ostajanja u trenutku“ prilikom određenog javnog nastupa. Dobro zadržavanje fokusa je sposobnost uočavanja detalja na ljudima i njihovih reakcija te detalja u prostoru. Autorica dijeli jednu od svojih omiljenih vježbi prije javnog nastupa koja proizlazi iz rada Jacquesa Lecoqa te navodi da se tom vježbom potiče i gradi bolja perceptivnost i fokusiranost.

Knjiga završava poglavljem „*Dodatak za obitelji – javni nastupi od vrtića do zapošljavanja*“ u kojemu se stavlja naglasak na bitnost i važnost javnih nastupa kao alata za podizanje samopouzdanja kod djece. Autorica smatra da javni nastup kod djece uključuje tri elementa, a to su pokret glas i gluma. Upravo su to elementi dramsko-scenskog odgoja koji su djeci prijeko potrebni kako bi rasli u zdravom samopouzdanju te razvoju vlastite osobnosti i autentičnosti, a sve kako bi se nosili s izazovima novog doba.

Ova knjiga svojim pristupom, primjerima, stilom pisanja te vizualnosti problema i rješenja, kroz navođenje osnovnih komunikacijskih procesa i osnovnih koncepata prije, tijekom i nakon javnog nastupa uči čitatelja te daje mu mogućnost boljeg razumijevanja javne komunikacije. Komunikacijski umjetnik, autorice Jelene Maković djelo je koje će čitateljima upotpuniti znanje o komunikaciji te im olakšati vještine pripreme i izvođenja svojih sadašnjih, ali i budućih javnih nastupa. Upravo to ideja je autorice koja zaključno navodi da se nada kako će čitatelji kroz savjete i vježbe opisane u knjizi svjedočiti vlastitom napretku i rastu vještina javnog nastupa.

Lovro Matković