



Univerzitet Crne Gore
Fakultet političkih nauka

Uvod u komunikologiju

Četvrto predavanje – *Interpersonalna komunikacija i uvod u teorije komunikacije*

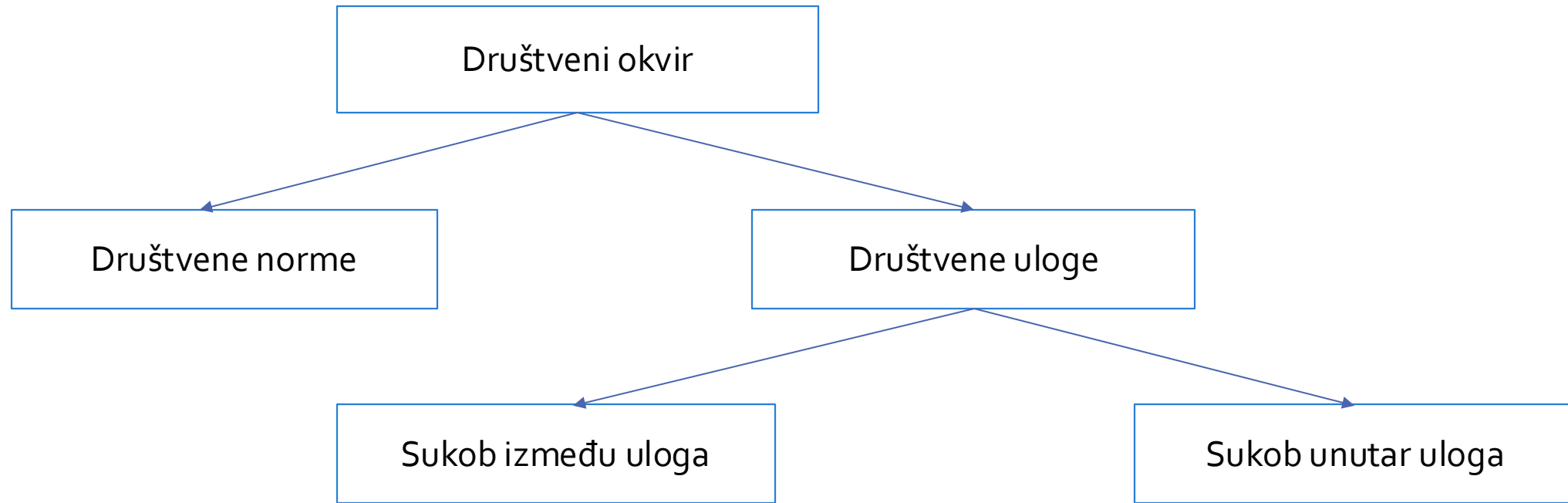
Da ponovimo

Tipovi komunikacije

- U odnosu na opseg komunikacijskog procesa, razlikujemo četiri tipa komunikacije:
 - 1) Intrapersonalna komunikacija (obavljamo je sami sa sobom);
 - 2) Interpersonalna komunikacija (ona koja se obavlja između najmanje dvije osobe);
 - 3) Grupna komunikacija (komunikacija koja se odvija u okviru jedne grupe ili između dvije ili više grupa);
 - 4) Masovna komunikacija (ogroman broj učesnika, posredstvom kanala masovnog komuniciranja – mediji).

Društveni okvir

- Svaka interpersonalna komunikacija dešava se u određenom društvenom okviru/kontekstu



Djelovi društvenog okvira u interpersonalnoj komunikaciji

Društvene norme

- Norme su implicitna ili eksplicitna pravila koja uređuju našu naše ponašanje
- Norme su neophodne da bi naša komunikacija i naše ponašanje bili predvidljivi

Društvene norme - primjer

- Grajs (Grice 2006) navodi da cjelokupna usmena komunikacija počiva na sljedećim maksimama, kojih se prećutno drže svi učesnici komunikacije:
 - A. Maksima kvaliteta: budi iskren (od učesnika se očekuje da će govoriti istinu);
 - B. Maksima kvantiteta: budi kratak / ne budi preopširan (od učesnika se očekuje iskaz odgovarajuće dužine, ni prekratak ni predug, zavisno od teme i situacije);
 - C. Maksima relevantnosti: budi relevantan (od učesnika se očekuje da će u svom iskazu pominjati ono što je relevantno za dati razgovor/učesnike);
 - D. Maksima načina saopštavanja: budi jasan (od učesnika se očekuje da na dovoljno jasan način iznesu ono što žele da kažu).

(nav. prema: Vuković-Stamatović 2020, 29-30).

Uloge su skup normi koje se primjenjuju na određenu potklasu nekog društva.

Svako od nas istovremeno ima nekoliko uloga (na poslu, u porodici, u obrazovanju...)

U interpersonalnoj komunikaciji uglavnom razlikujemo **očekivane uloge** i **uloge koje zaista "igramo"**, odnosno ponašanje koje drugi očekuju od nas i ponašanje koje zaista ispoljavamo, kao odraz nas samih

Kada smo u nekoj ulozi, uvijek zauzimamo određeni položaj i internalizujemo (prisivajamo) očekivanja koja se tiču naših reakcija i reakcija drugih ljudi na naše ponašanje

Društvene uloge

Društvene uloge

- Postoje dva vrsta sukoba u okviru društvenih uloga:
 - 1) Sukob između uloga
 - 2) Sukob unutar uloga

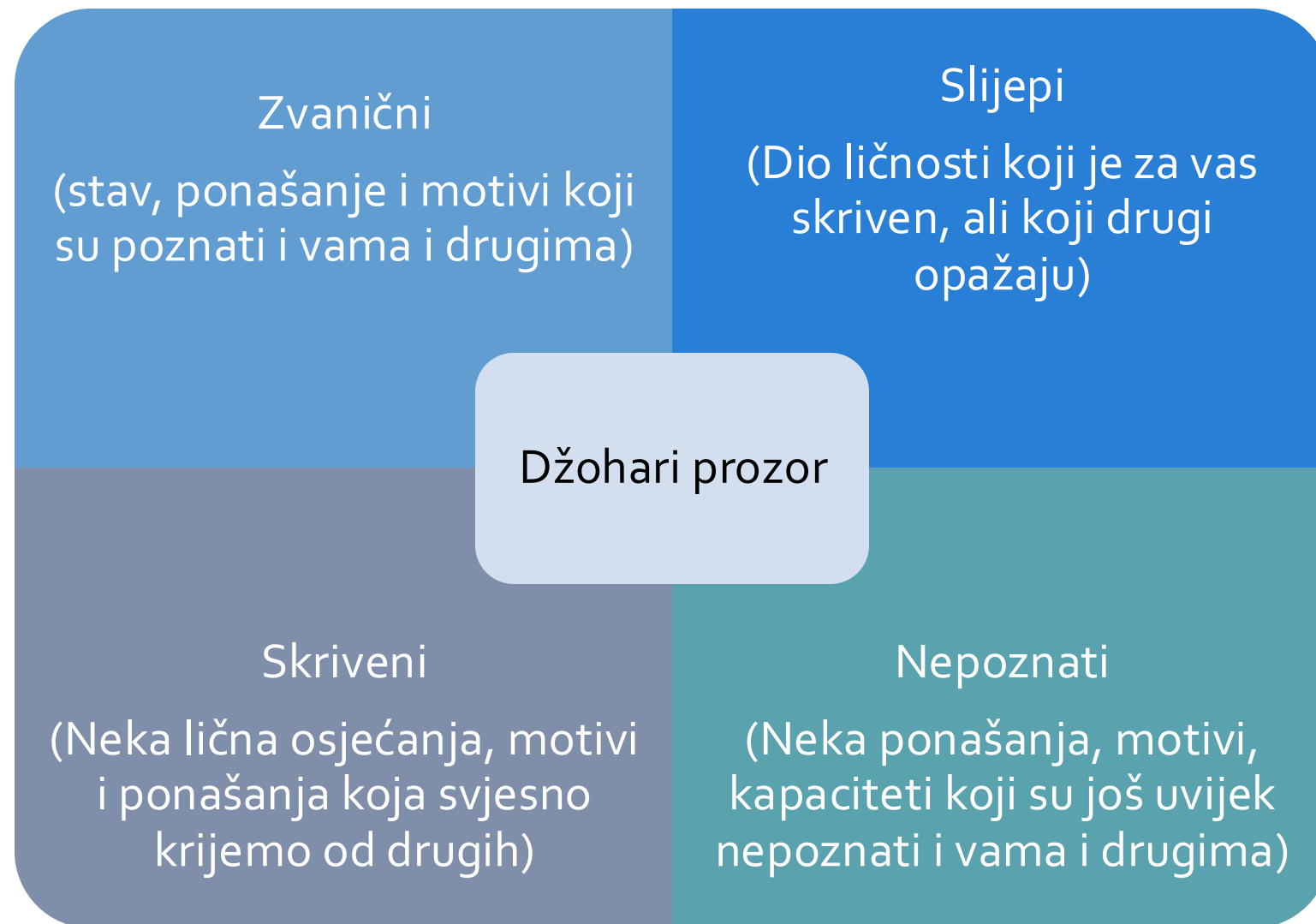
Kvalitet interpersonalne komunikacije

- Interpersonalna komunikacija umnogome zavisi od **naših** percepcija o nama i drugima, odnosno od **tuđe** percepcije o sebi i drugima
- Klasični pogledi na interpersonalnu komunikaciju (Barlund, 1970; Pearson i Spitzberg, 1987) govore da je u komuniciranje između dvije osobe uključeno čak šest perspektiva:
 1. Kako osoba vidi samu sebe;
 2. Kako osoba vidi drugu osobu;
 3. Kako osoba vjeruje da je vidi druga osoba;
 4. Kako druga osoba vidi samu sebe;
 5. Kako druga osoba vidi "prvu" osobu;
 6. Kako druga osoba vjeruje da je vidi "prva" osoba.

“Džohari prozor”

- **Džohari prozor** jedna je od metoda koje su se najviše koristile za procjenu nivoa svjesnosti aktera u interpersonalnoj komunikaciji.
- Tvorci modela su Džozef Luft i Hari Ingam (Joseph Luft i Harry Ingham 1969).

Džohari prozor opisuje naš odnos sa sobom i sa drugima, u interpersonalnoj komunikaciji, kroz četiri kvadrata:



Džohari prozor

Kako će Džohari prozor izgledati, zavisi od nečijeg stila interakcije

Džohari prozor

Dobru interpersonalnu komunikaciju karakteriše reciprocitet

Dominacija

Status

Moć

Koncepti koji su važni za razumijevanje
interpersonalne komunikacije

Dominacija

- Dominacija je definisana kao nivo kontrole koji želimo da ostvarimo nad ponašanjem druge osobe
- Na jednom kraju kontinuuma nalazi se osoba koja ima apsolutnu kontrolu nad drugom i ne dozvoljava joj da ispolji sebe
- Na drugom kraju kontinuuma je submisivnost, odnosno nekritičko prihvatanje dominacije drugih

Dominacija

Potpuna
dominacija

Submisivnost

Status

- Status je mjesto ili položaj koje određena osoba zauzima u društvu
- Percepcija nečijeg statusa utiče na način obraćanja toj osobi i na komunikaciju sa njom

Kako ćete pozdraviti ambasadora/ku?

Kako građanina/ku kojeg intervjuirate na ulici?

Moć

- Moć je naša sposobnost da utičemo na ponašanje drugih i da se **odupremo drugima kada utiču na naše ponašanje.**
- Moć i dominacija su usko povezani pojmovi. Moćne osobe u stanju su da ostvare više dominacije nad drugim ljudima, odnosno kontrole nad njihovim ponašanjem.
- **Moć je šira od dominacije** i uključuje ne samo našu sposobnost da utičemo na druge (dominacija), već i da se **odupremo tuđim uticajima.**

Zašto je ovo važno

- Interpersonalna komunikacija je često odraz različitih društvenih nejednakosti
- Interpersonalna komunikacija često otkriva ko ima moć, ko je dominantan, ko je submisivan

(na primjer, nije ista komunikacija između dva novinara/ke, novinara/ke i urednika/ce, novinara/ke i predsjednika/ce države i slično)

- Dobra interpersonalna komunikacija počiva na principima **asertivnosti**

Asertivnost

- Asertivnost je mehanizam koji koristimo da iskomuniciramo svoje potrebe drugoj osobi, ali da je pritom ne povrijedimo
- Asertivnost je “borba za lična prava, kao i za izražavanje misli, osjećaja i uvjerenja na direktan, iskren i prikladan način, koji ne povređuje prava drugih osoba” (Lange i Jakubowski 2000, nav. prema:Tubs 2015, 395).

Asertivnost i interpersonalna komunikacija

- Asertivnost **nije** agresivna

Asertivnost i agresivnost

(izvor: Tubs 2013, 396).



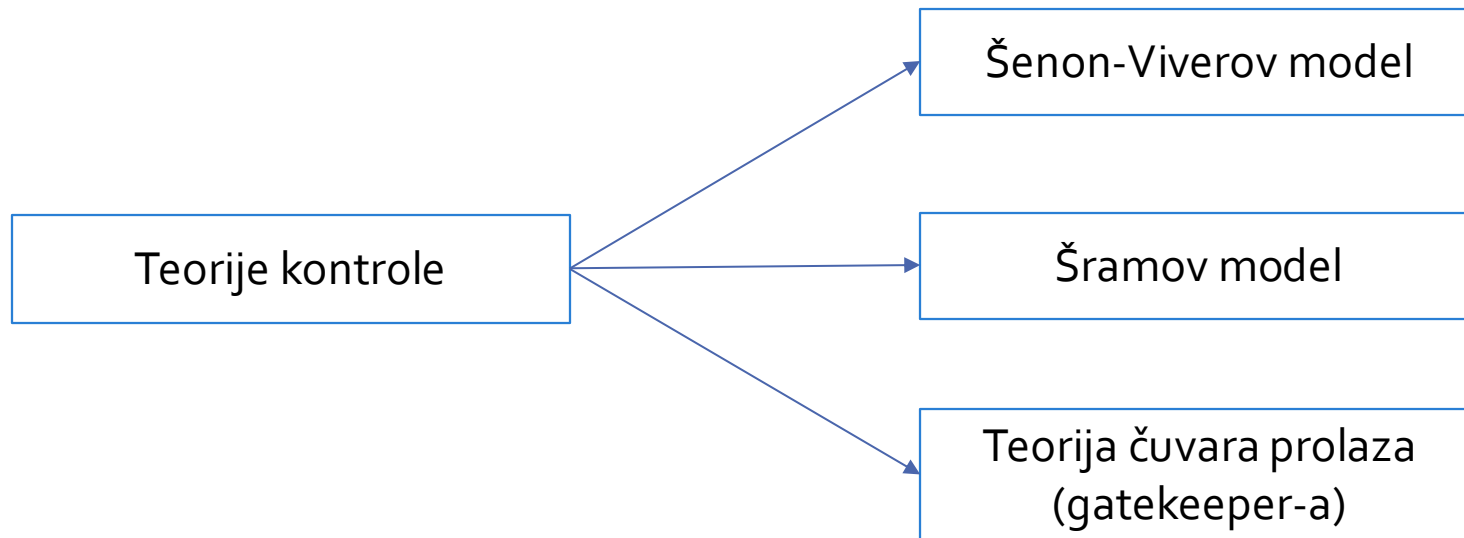
Neasertivno ponašanje	Agresivno ponašanje	Asertivno ponašanje
Pošiljalac	Pošiljalac	Pošiljalac
Inhibiran	Unapređuje sebe na račun druge osobe	Samounapređenje
Dopušta drugima da biraju umjesto njega	Bira za druge	Bira za sebe
Ne ostvaruje cilj	Ostvaruje cilj povređujući druge	Može da ostvari željeni cilj
Primalac	Primalac	Primalac
Krivica ili ljutnja	Samoodricanje	Samounapređenje
Omalovažava pošiljaoca	Povrijeđenost	Izražajan
Ostvaruje željeni cilj na njegov račun	Ne ostvaruje željeni cilj	Može da ostvari željeni cilj

Zadatak

- **Novinar/ka:** Već 20 godina radite u jednom mediju, istraživački ste novinar/ka i radili ste na pričama koje su vezane za korupciju u politici. Posebna specijalnost su vam državna preduzeća koja su zbog sumnjivog trošenja novca ugašena. Želite da radite priču o gašenju kompanije Montenegro Airlines, ali vam urednik ne dozvoljava.
- **Urednik/ca:** Jedan od vaših najboljih istraživačkih novinara želi da radi priču o gašenju Montenegro Airlines-a. Ne možete da mu prepustite priču jer smatrate da talentovani kolega koji u mediju radi godinu dana treba da prihvati izazov.

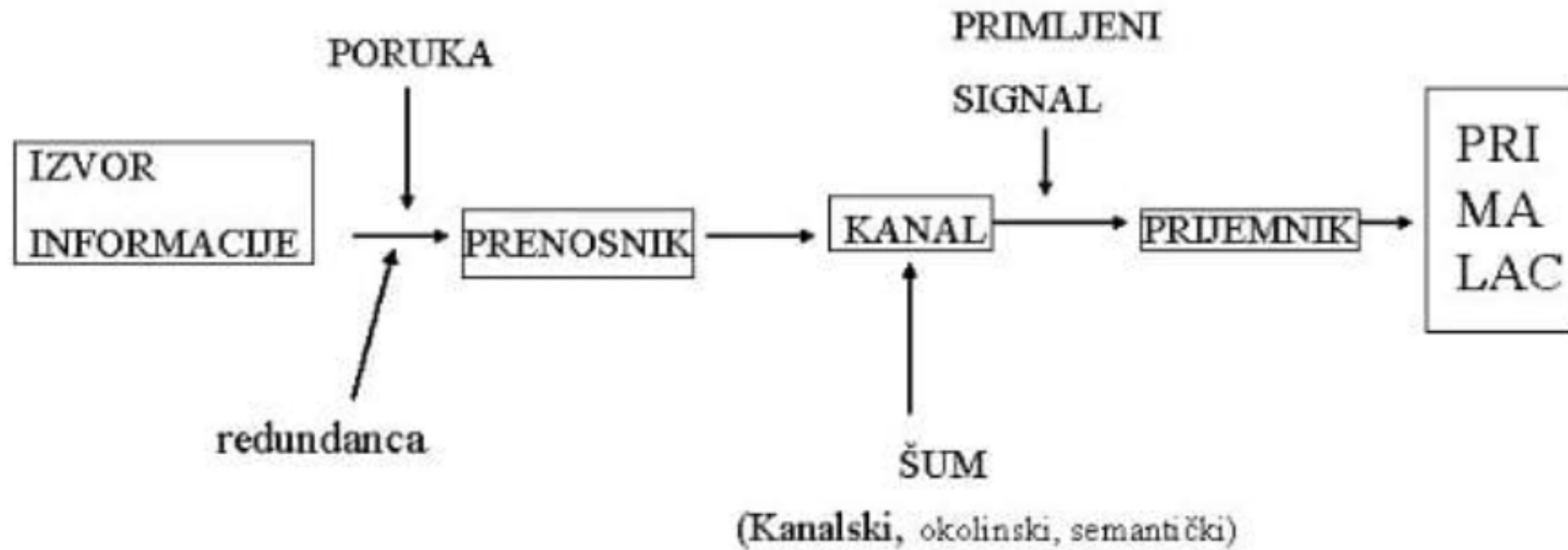
Odigrajte uloge i na **asertivan** način riješite konflikt.

Teorije i modeli komunikacije



Teorije kontrole

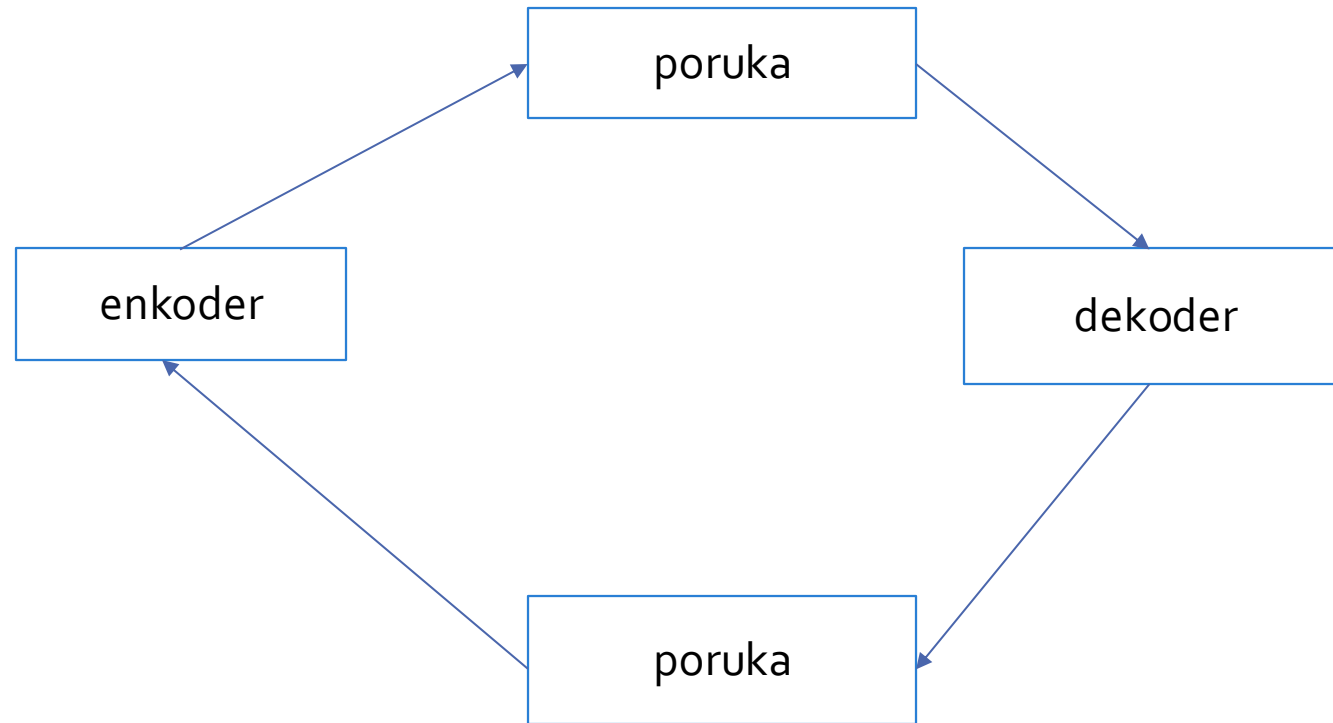
- Zajedinčko svim teorijama kontrole je što komunikaciju posmatraju kao planiran i kontrolisan proces, koji ima unaprijed definisan cilj.



Izvor:Vojvodić-Balaž 2013.

Šenon-Viverov model

Šramov model komunikacije



Šramov model komunikacije

- Glavna razlika između Šenon-Viverovog i Šramovog modela komunikacije je što u Šramovom imamo **povratnu informaciju** (feedback).

Teorija čuvara prolaza (gatekeeping)

- Prema ovoj teoriji informacije koje dolaze do nas, prolaze kroz određene filtere.
- U kontekstu medija, filteri kroz koje prolaze medijske informacije su:
 - 1) Ekonomski – vlasnička struktura i finansijski interesi utiču na sadržaj medija;
 - 2) Politički – dominantna ideologija, vladajuće/opozicione političke structure kroz medije ostvaruju svoje interese;
 - 3) Kulturološki – sistem simbola i vrijednosti oblikuje novinarske proizvode.