

Комуникација и медији

Комуникација је успостављање односа са другима, споразумевање.

Сва жива бића комуницирају међу собом и размењују информације.

Човек је једино живо биће које у свом развоју стекло способност комуникације говором. Комуникација омогућава људима да живе заједно. Постоји директна комуникација када некоме кажемо „Здраво!“ или га поздравимо неким гестом. Она се остварује говором или покретима тел: осмехом, покретом главе, махањем, загрљајем... Кад желимо да разменимо идеје са неким ко је далеко, потребна су нам средства за преношење информација на даљину. То су медији.

Комуникација

Хаптична комуникација (додиром) представља основни слој комуникације међу људима. Сазревањем овај начин слаби, а трајно се задржавају поједини елементи: руковање, грљење, љубљење.

Информација и комуникација

Комуникација је процес преношења порука, процес размене мисли, осећања и информација.

Елементи процеса комуникације:

- Пошиљалац - кодира поруку или идеју у скуп симбола које ће прималац (слушалац) разумети,
- Порука – информација (вербална и невербална),
- Канал/медиј - средство путем ког порука путује од пошиљача до примаоца,
- Прималац - декодира поруку да би разумео значење,
- Ефекат поруке - пошиљалац остварује намеру и добија повратну информацију.

Значај и улога комуникације

Постоји снажна, универзална и трајна потреба и жеља људи да ступају у интеракцију једни с другима и комуницирају. Више је разлога.

Ми уживамо у интеракцији - укључивање у директну међусобну комуникацију доприноси позитивним променама у емотивном животу.

Не можемо да откријемо свој идентитет без других, његово обликовање и исказивање остварује се и кроз социјалну интеракцију. Идентитета нема без различитости, постајемо онакви какви јесмо тек у међусобном односу са другима.

Комуникација је предуслов за учење.

Како градим свој свет

Готово је немогуће (осим код бројева, дана у недељи и сл.) да прималац у поруци открије потпуно исто значење које је пошиљалац имао у мислима када је поруку послао. Лична искуства утичу на перцепцију значења симбола и порука и не размењују се готова значења, него се стварају управо кроз интеракцију.

Различито искуство, знање, образовање, васпитање, навике, перцепција, одлуке, сећања, таленти, жеље, циљеви, вредности и уверења, мотивација - све то утиче на наше различитости и (не)слагање у комуникацији.

Извори неспоразума у комуникацији могу бити: различита очекивања саговорника, претпоставке (стереотипи) о садржају и пошиљачу, подразумевање и брзање са закључцима, етикетирање, читање мисли, разлике у перцепцији неког појма или догађаја, мањак знања, мањак интересовања за садржај, различитости...

Да бисмо упознали и проучавали спољашњи свет, користимо **чула**. Међутим, ми можемо да спознамо само један део тог бескрајног мноштва чулних доживљаја. У зависности од целокупног нашег искуства, окружења у коме одрастамо, културе, укуса, вредности, страсти и жеља, свако од нас живи у својој стварности и понаша се у складу са својим схватањем света. То значи да сваки човек има своју јединствену „мапу света“, поглед на свет, који се разликује од мапа осталих људи.

Брисање је процес од велике важности за наш опстанак. Замислите да наш централни нервни систем сваке секунде прима више од два милиона информација, које наше несвесно обрађује. Међутим, наш свесни ум је веома фокусиран. Психолог Џорџ Милер је шездесетих година 20. века представио идеју „магични број седам“ - у сваком тренутку на свесном нивоу можемо да примимо 7 (+/- 2) информација.

Извртање је начин на који „уклапамо“ филтриране информације у оно што верујемо или оно што очекујемо. Овај облик је заслужан за све креативне процесе маштање, сањарење и визуелизација; још нам и омогућава да мењамо наше чулне доживљаје.

Генерализације су општи ставови које доносимо као закључке о свету у коме живимо, људима и догађајима. На основу искуства и уз генерализације, ми извлачимо поуке и закључујемо лакше, чак и брже учимо, јер нове информације повезујемо са старим.

Један од филтера је **језик**. Исказивањем мисли и доживљаја речима стварамо мапу која је тек један корак од реалног света. Размислите шта за вас значе речи „срећа“, „успех“, „одмор“ и сл. Ваше сећање, доживљаји, звукови, осећаји дају значење тим речима. Други људи ће о тим речима размишљати на сасвим други начин. И сви ћемо бити у праву у границама својих стварности. Многи проблеми у комуникацији настају баш зато што људи мисле да саговорник има исту перцепцију појмова које користе, а, у ствари, практично не постоји реч у језику коју сви људи доживљавају на исти начин.

Наша **уверења и вредности** су такође филтери, јер се у складу са њима понашамо и запажамо само одређене делове стварности, а неке друге не.

Иако нико од нас не може реално да сагледа сваки детаљ овог света и нема мапу која описује целокупну стварност, тј. територију, оно што је веома битно као полазна тачка у комуникацији је да ниједна мапа није погрешна.

Људи комуницирају од рођења. Бебе већ у узрасту од 6 месеци почињу да користе гугутање и изговарају прве речи од по два слога. И сложићете се, њихови најближи их савршено разумеју. Како је то могуће? Тако што се поруке преносе на различите начине.

Ми често заборављамо да није битно само оно што се каже, већ и како се каже (интонација) и сам говор тела. Комуникација се не одвија само на нивоу размене информација, већ и на нивоу односа међу саговорницима. За ток разговора пресудна је интеракција која се одвија на невербалном нивоу. Ако је однос позитиван, саговорник је отворен за разговор и концентрише се на садржај. Ако однос није хармоничан, долазак до заједничког решења је тежак, а понекад и немогућ.

Алберт Мехрабиан, социјални психолог, један од зачетника истраживања говора тела и невербалне комуникације, утврдио је, експерименталним путем, да је однос између количине информација добијених невербалним и вербалним путем 93:7, тј. да кад исказујемо своја осећања и ставове, поруку шаљемо 55% говором тела (физиологијом), 38% тоном гласа и 7% речима које изговарамо.

Жеља да речима искомуницирамо понекад не уроди плодом, па наш саговорник прими потпуно другу информацију. Учесници воде и спољашњи и унутрашњи дијалог.

Унутрашњи дијалог управља невербалним сигнаlima који стварају став, држање, тон, сигурност или несигурност у комуникацији. Тада наш партнер у комуникацији, или публика, ако говоримо пред више људи, примају импулс унутрашњег система. Он аутоматски комуницира с унутрашњим системом друге особе која на несвесном нивоу води свој унутрашњи дијалог. Тако се заправо комуникација одвија путем невербалних сигнала док саговорници изговарају речи које не морају бити у складу с тим информацијама.

То је један од кључних разлога неуспеле комуникације, а решење се крије у усклађености унутрашњег система с речима које изговарамо. Наиме, човек говорећи истовремено доноси закључке о ситуацији у којој се налази, конструише евентуална решења или мисли о могућим проблемима, размишља о другој особи и још пуно тога. Те мисли, које не износи него их одржава у свом унутрашњем дијалогу, уколико нису усклађене с оним што изговара, изазваће неповерење код саговорника. Он ће приметити недоследност и неусклађеност телесних сигнала с изговореним речима.

Вештине комуникације: вештина успостављања, одржавање и прекидања комуникације.

Вештине јасне комуникације

1. Наизменичност у комуникацији - кад један говори, остали ћуте,
2. Активно слушање – пажња, примање порука, разликовање мисаоног и емоционалног садржаја поруке, закључивање о осећањима говорника,
3. Парафразирање - својим речима сажети или објаснити шта је речено, а онда одговорити саговорнику,
4. Емпатичко слушање - комбинирање активног слушања и парафразирања уживљавање у саговорникове емоције и намере,
5. Одржавање отворене комуникације - избегавање преурањеног закључка, савета или критике омогућује плодотворнију расправу и боља решења.

Вербална комуникација

Вербална комуникација је преношење информација, ставова, упутстава, уверења, идеја и осећања говором и речима (језиком).

Она обухвата: говорење, слушање, писање и читање.

Усмена комуникација захтева говорне вештине и вештине слушања, одвија се лицем у лице, она је директна и вишеслојна.

Писана комуникација је појединачна, индиректна и подразумева интеракцију са текстом.

Данас се све више користи и електронска комуникација која може бити усмена, аудиовизуелна, текстуално-нумеричка, мултимедијална итд.

Невербална комуникација

Невербална комуникација је начин којим људи комуницирају без речи, било намерно, било ненамерно. Она обухвата:

- Начин на који се изговарају речи, интонацију, ритам, паузе...
- Кретање, положај тела, поглед, израз лица, гестове, изглед...
- Положај у простору, удаљеност саговорника, додир...

Невербална комуникација

Невербална комуникација побољшава социјалну интеракцију, замењује, појачава или мења вербалну комуникацију, показује ставове и одражава особина личности и преноси емоционалне компоненте поруке.

Иако гласом првенствено шаљемо вербалну поруку, он нам служи и као средство невербалне комуникације. Тон гласа, спуштање или подизање гласа, убрзани или успорени говор, наглашавање појединих речи, уметнуте паузе и сл. служе нам за остваривање свих наведених функција којима служи невербално понашање.

Додир показује наклоност, блискост, угодност и понекад доминирање.

Културе се разликују у прикладности коришћења додира у комуникацији.

Држање тела – начин на који стојимо или седимо може бити врло јасан показатељ оног што осећамо.

Отворени положај руку и ногу = наклоност.

Прекрштене руке и ноге = опрез, несигурност.

Шест главних емоционалних израза лица су бес, срећа, изненађење, страх, гађење, туга.

Иако су изрази основних емоција универзални, култура у којој живимо ипак утиче на изражавање емоција. У свакој култури постоје специфична правила за показивање емоција која одређују када је и коме прикладно показати различита невербална понашања.

Контакт очима и поглед су врло моћни невербални знакови. Широм отворене очи и проширене зенице показатељ су свиђања. Дужина погледа указује на интересовање и емоције и помаже нам у усклађивању комуникације с другом особом. Скривање погледа често је знак неискрености, али може бити и знак неугодности.

Изглед – одећа коју имамо на себи, фризура и стил служе нам за самопредстављање. Показују како себе доживљавамо и како бисмо волели да нас и други виде.

Наравно, процењивање особе према изгледу може често довести до погрешака.

Човек се користи и другим средствима комуникације: музика, дела ликовних уметности, саобраћајни симболи, научни симболи ...

Комуникација и писменост

Усменост - усмени, непосредан начин комуникације

Усмена књижевност је нефиксирана, подложна променама, интерактивна.

По неким карактеристикама она је хипертекст.

Писменост - писани, посредни начин комуникације

Писменост је везана за фиксирани форме људског стваралаштва.

И у неким писаним текстовима (отворена уметничка дела која омогућавају различита тумачења) постоје елементи хипертекста - Библија.

Електронска комуникација

Нова информатичка/дигитална писменост поново је увела богатије, нелинеарне облике комуникације.

Интернет омогућава интерактивност и непосредну комуникацију на даљину.

Електронска комуникација подразумева размену свих облика информација помоћу рачунара и путем интернета и преузима примат у међуљудској комуникацији на даљину. Размена идеја данас је већа него икада раније.

Интернет – глобална мрежа рачунара, повезује више мрежа у једну

Функције интернета:

- комуникација: електронска пошта, месинџери,
- сарадња и интеракција: социјалне мреже,
- креирање и дељење: блог, веб страна,
- учење на мрежи: учење на даљину,
- депоновање и дељење садржаја: Ју-тјуб.

Људи прилагођавају језик конкретној комуникацијској ситуацији, медију:

- језик имејла различит од језика писма,
- језик телефонског разговора различит од језика при разговору лицем у лице,
- језик штампаних медија различит је од језика електронских медија.

Нови медији мењају начин на који људи комуницирају, али и саму комуникацију.

Електронска пошта - Имејл омогућава електронско слање порука.

Видео конференције - Људи који су физички удаљени држе састанке на којима могу да виде све остале учеснике.

Вебинари - Учење на даљину, инерактивност, комуникација учитеља и ученика.

Медиј и порука

Медиј - (лат. *medium, media*) - средство, посредник

Медиј је средство комуникације и изражавања (слика, глас, писмо, штампа, телефон, телеграф, радио...). Овај појам означава и средства јавног информисања и масовне комуникације: новине, радио, телевизија, интернет, филм... Данас се користи да означи и друге начине преношења порука: телефон, оглашавање, мода, козметика, графити, паковања производа.

Медијски текст је порука исказана одређеним медијем. Тако је и слика медијски текст, као и натпис (порука) у графиту или на мајици, билборд на улици.

Писменост, медији и медијске поруке

Писмо је систем знакова који се користе за визуелно представљање појма или речи. Бележећи знакове људи су записивали, чували и преносили поруке. Прве књиге настале су у Кини у 2. миленијуму п.н.е. Кинези су измислили и папир у 1. веку п.н.е. Текстови су ссе писали и на пергаменту (животињска кожа) и папирусу (листови прављени од стабљике биљке зване папирус).

Вековима су књиге преписиване ручно, а захваљујући открићу штампе почело је умножавање у више примерака и једну књигу је могло да чита више хиљада људи. Штампа је омогућила појаву књига, новина и других писаних средстава комуникације. Штампани медији су омогућили човеку да информације, догађаје, искуства, знања, доживљаје, мисли и осећања пренесе различитим људима (блиским и удаљеним) и кроз простор и кроз време. Даљи развој медија побољшавао је и олакшавао комуникацију на даљину. Прва електронска комуникација је остварена телефоном 1876. године, а следе телеграф, филм, радио, телевизија, интернет, мобилни телефон...

Медиј и медијска порука

Појам медиј данас има више значења:

1. средство комуникације и изражавања: слика, глас, писмо, штампа, телефон, телеграф, радио,
2. средства јавног информисања и масовне комуникације: новине, радио, телевизија, интернет, филм,
3. други начини преношења поруке: телефон, оглашавање, мода, козметика, графити, паковања производа.

Медијски текст је порука исказана одређеним медијем. Тако је слика медијски текст, као и натпис (порука) у графиту или на мајици, билборд на улици. Текст се не односи само на традиционални облик у писаном или штампаном облику, него укључује и остале медије: говор, слику, електронске медије...

Врсте текстова: роман, кратка прича, драма, песма, писмо, изговорене речи, музички спот, графикон, мапа, оглас, промотивни флајер, извештај, приказ, СМС, страна социјалне мреже, блог, веб сајт, каталог, стрип, новине, часопис, имејл порука, филм, видео игрица, рецепт, саобраћајни знак, постер, упутство...

Врсте медија

По времену настанка медији се деле на:

- традиционалне, који се везују за проналазак штампе,
- модерне, који се везују за проналазак електронике.

Медији се стално развијају, али не смењују једни друге, него су сви у употреби, па данас постоје сви медији који су се развијали кроз историју. Најстарији медиј је говор којим је стварана и прва књижевност, усмена, и први облици драмског изражавања. Потом се развија рукописно писмо којим су писани први споменици писмености у камену, на кожи или папиру, па штампа од 15. века у оквиру које се развијају штампани медији. Штампа је збирни назив за појединачне штампане медије масовног комуницирања. У штампане медије спадају књига, новине, стрип, часопис, плакат, летак, фотографија. Крајем 19. века настају радио и филм, у 20. веку телевизија, интернет. Ови медији су везани уз изум електронике и зову се и електронски медији.

Сваки медиј има свој посебан језик. Језик штампаних медија је писана реч, језик радија је звук, језик филма су филмска изражајна средства (аудиовизуелни језик), а језик интернета је комуникација рачунара. Основна природа свих медија је комуникација међу људима помоћу различитих технологија. Данас је свеprisутан појам медиј покретних слика, што се односи на аудиовизуелна дела (филм, видео, телевизија, интернет), који постају доминантни.

Улога медија

Улога медија је вишеструка. Они образују, информишу и забављају. Оно што знамо потиче из личног искуства, школе и разговора са другима, али пре свега из медија. Данашњи масовни медији, посебно дигитални медији, омогућавају брзи долазак до информација о свему што нас занима. Нове медије можемо да користимо за учење и у школи и код куће за самостални рад.

Литература:

1. Goran Drinčić: „Elementi neverbalne komunikacije u jeziku interneta: diskurs četa, mi o jeziku, jezik o nama“, https://www.ucg.ac.me/skladiste/blog_18685/objava_18655/fajlovi/Mi%20o%20jeziku,%20jezik%20o%20nama.pdf
2. Десмонд Морис: „Откривање човека, водич кроз говор тела“, Београд, Зограф, 2005.
3. Center for Media Literacy, <http://www.medialit.org/cml-medialit-kit>
4. „Енциклопедија за младе Larousse: Комуникација од почетака до интернета“, ИТП Змај, Нови Сад, 1997.