

Marina Marković

## ZNAČAJ VERBALNE KOMUNIKACIJE U ODNOSIMA S JAVNOŠĆU

*Govor je dar bogova.*

Kvintilijan

U današnje vreme, veštinu verbalnog komuniciranja treba posmatrati sa stanovišta praktičnog dela govornog procesa, odnosno pokušaja da se govor uobliči i formira u moderan, savremen, adekvatan izraz. Javni govor i govor u javnosti pretpostavljaju izrazitu odgovornost spram kazane reči.

Stoga se, usled veoma složenih zahteva u odnosima s javnošću, veština govorenja izučava na tri osnovna načina:

- teorijski,
- praktično,
- empirijski.

a) Teorijski pristup podrazumeva: sticanje obrazovanja u datoj struci, ali i širenje fonda znanja u datoj i drugim oblastima, prikupljanje materijala, baze podataka i određene literature, obradu informacija na specifičan, kreativan način; takođe uključuje i sačinjavanje beležaka, kreiranje sopstvenog stila i koncepcije u izlaganju.

Teorijsko istraživanje jezika, pre svega, znači upoznavanje sa gramatikom, sintaksom i akcentologijom. Jezik je osnovno sredstvo sporazumevanja i podrazumeva jezičku kulturu i kulturu govora uopšte, poznavanje ortoepskih i ortografskih pravila kao što su: razlikovanje pojedinih glasova, akcenata, dužina, pravopisa. Govorna delatnost se izučava kroz afirmativno, efektno komuniciranje koje ističe jednostavnost i prirodnost govornog akta, ali i primenu specifične tehnike – slikanje rečima.

b) Praktičan pristup predstavlja praktično – stručno usavršavanje putem vežbanja: sticanje glasovne kondicije i vokalne ekspresije, oblikovanje govornog procesa, dinamika konverzacije, itd. Govorni čin u praktičnom smislu takođe uključuje: sposobnost logičkog izlaganja, sažimanje ili proširivanje govornog čina, ekonomičnost u izlaganju, kao i elokventnost, mogućnost gradiranja i sl. Ovaj pristup podrazumeva izučavanje i uvežbavanje konverzacijskih maksima i analizu konverzacije, proučavanje zapisâ, snimaka i govora, mnogobrojne vežbe. Praktični pristup obuhvata proučavanje opštih i posebnih osobina glasa i govora, govornih konstanti, kao i književnih i stilskih figura.

c) Empirijski proces predstavlja komunikaciju sa različitim strukturama i grupama, uočavanje potreba klijenata, prihvatanje pozitivnih iskustava uspešnih poslovnih partnera i saradnika, stvaranje otvorenog, kreativnog, radoznalog pristupa informacijama. U ovom složenom procesu, značajan je posebno kreativan momenat u prenošenju poruka i informacija. U tom smislu, treba obratiti pažnju na:

- saznajni (kognitivni) deo ovog procesa – fokusiranje teme, argumentovano i kompetentno izlaganje, dinamiku konverzacije, izbor određenih znakova i kodova;
- izgrađivanje ličnog stila, sticanje govorne i jezičke kulture uopšte;
- usklađivanje govornog čina sa znacima neverbalne komunikacije koji prate složene procese fonacije, govora i komunikacije.

U zavisnosti od profesije, kreira se specifična strategija u mnogim segmentima marketinga, pa i u oblasti odnosâ s javnošću, javnog govora i istupanja u javnosti. Izbor govornih znakova, razlikuje se u odnosu na oblast koja je u kontaktu s javnošću; u zavisnosti od društvenih odnosa i jezički sistem se menja. Politički govor razlikuje se u izboru sredstava po sadržaju i strukturi govora, variranju govornih konstanti, upotrebi stilskih figura, itd., od na primer, besede branioca na sudu, predavanja profesora u amfiteatru ili prezentacije menadžera prodaje. U tom smislu može se govoriti o jezičkim i govornim obrascima karakterističnim za svaku pojedinu oblast.

### ***Poslovni stil***

Sposobnost dobrog govorenja je prirodni dar. Međutim, pored prirodne obdarenosti, neophodno je unapređivanje kulture izražavanja i izgrađivanje ličnog stila. Tokom vremena formirali su se specifični stručni jezički oblici kao: pravnički, naučni, književni, administrativni, akademski, arhaični, publicistički, neutralni i poslovni stil. Različiti stilovi podležu posebnim pravilima i terminološkim sistemima, pa i poslovni stil.

Da bi se došlo do koncizne i tačne besede (govora), potrebno je prikupiti mnogo podataka, informacija, obraditi određenu literaturu, sačiniti niz beležaka, te pokazati spretnost u sažimanju i uobličavanju sadržaja. Sloboda izbora u prikupljanju materijala značajna je koliko i sloboda i samopouzdanje u saopštavanju i plasiranju poruka.

Jezik je osnovno sredstvo sporazumevanja, ali predstavlja kako bogatstvo i vrlinu, tako i manu modernog društva: sve je manje važno razumeti se, sve je izrazitija otuđenost u komunikaciji; ne poklanja se dužna pažnja izboru reči i kontekstu, smislu i značenju poruke; odgovornost prema izgovorenoj i datoj reči gotovo da ne postoji. U procesu monološkog ili dijaloškog kazivanja, svaka izgovorena reč ima značaj, važnost, specifičnu težinu; reč ne oslikava samo simbol, ne opisuje predmet ili osobu, već odražava i ličnost govornika – mišljenje, osećanje, stepen obrazovanja, stavove i sl. Iza određenog govornog procesa, slobodno se može reći, stoji kompletna ličnost.

Osnovne odlike stila uopšte, pa tako i poslovnog stila jesu: jasnost, konciznost, tačnost, živost u izlaganju, skladnost. Stil izražavanja i osobeni manir (u pozitivnom značenju), predstavlja način na koji se obraćamo sagovornicima ili slušaocima, klijentima, publici. Upotreba i izbor određenih reči i izraza sačinjavaju, između ostalog, lični stil govornika.

Jedna od čestih grešaka u obraćanju javnosti jeste prekomerna upotreba stručne terminologije, nedostupne za razumevanje širem auditorijumu. U težnji da se ostavi što bolji utisak, prenebregava se jednostavnost i jasnoća stila. Ta pojava ponekad vodi u suprotnost – frazeologiju i kitnjast stil. Sadržaj, ideja i poruka razumljivi su ukoliko se postigne jednostavnost, konciznost i tačnost u izražavanju. Jednostavnost stila u obraćanju javnosti, širem auditorijumu, slušaocima i sagovornicima daje znak da je ličnost – govornik spreman za komunikaciju, siguran, kompetentan, ali ne superioran i nadmoćan.

Prilikom javnog nastupanja, treba izbegavati tuđice, strane reči i izraze. Ukoliko ne postoji odgovarajuća reč na maternjem jeziku, ili se ne može adekvatno i doslovno prevesti, reč ili pojam treba navesti u originalu i objasniti iskaz.

Neosporno je da danas postoji potreba za jednostavnom i pozitivnom komunikacijom. Stil u ophođenju i kompletan imidž u javnosti, treba da s jedne strane bude brižljivo osmišljen, interesantan, individualan, a s druge strane sveden u svojoj jednostavnosti i prirodnosti. Takav vid komuniciranja zahteva visok stepen lične odgovornosti u toku permanentnog opštenja sa ljudima i javnošću.

### ***Osnovni vidovi saopštavanja***

U verbalnom komuniciranju mogu se uočiti dva osnovna vida saopštavanja. To su:

- a) monološka i
- b) dijaloška forma.

*Monolog* kao tip saopštavanja isključuje okrenutost govornika KA sebi. Naprotiv, govor je intenzivno upućen ka slušaocima, ličnim angažovanjem i zalaganjem govornika. Monološko kazivanje zahteva izrazitu kontrolu dinamike govornog čina, “unutrašnje” slušanje i praćenje reakcija sagovornika ili slušalaca. Stoga, govor izražen u monološkoj formi postavlja pred govornika nekoliko zahteva:

- a) jasan, koncizan i živopisan tok izlaganja,
- b) isticanje teme, fokusa govornog čina,
- c) odabir govornih konstanti (i vokalnu ekspresiju),
- d) podesan tempo izlaganja,
- e) momenat improvizacije,
- f) poentiranje,
- g) zaključak.

U monološkom kazivanju, postoji povratna reakcija koja se, tokom govornog čina, može uočiti kao: nerazumevanje, negiranje, razumevanje, slaganje, suprotstavljanje, otpor prema iznetim idejama i programima i sl. Da bi se uočile sve moguće reakcije, potrebna je izuzetna psihološka spremnost i sposobnost posmatranja i predviđanja. Momenat kreativnog, spontanog, elementi humora, u znatnoj meri pospešuju monološko kazivanje.

*Dijalog* je osnovni oblik komuniciranja u poslovnom okruženju. Dijalog u savremenom društvu, predstavlja formu kojoj se teži. U razgovoru učestvuju najmanje dve osobe, a složenost ovog procesa povećava se sa brojem učesnika i sagovornika.

Dijalog sadrži:

- a) osnovni koncept – izlaganje teme,
- b) momenat slušanja,
- c) razmenu mišljenja,
- d) pregovaranje (primena metoda i tehnika pregovaranja),
- e) kontrolu sagovornika,
- f) ubeđivanje (kontrola konverzacije),
- g) mogućnost zaključivanja.

U dijaloškom procesu komuniciranja, značajan faktor je proces slušanja. Ponekad se, u toku živog komuniciranja, zaboravlja sagovornik; govornik, zadržan sopstvenim idejama i izlaganjem, ostaje u svojoj auri i tok dijaloga se gotovo prekida. Sukob u pregovorima može nastati usled neslušanja ili činjenice da pogrešno čujemo sagovornika. Koncentracija energije i pažnje samo na tok sopstvene besede vodi ka osiromašenju komunikacijskog čina i “zatvaranju“ dijaloga. Spremnost da se prekine izlaganje, sasluša primedba, prigovor ili pitanje, ukazuju na sigurnog, koncentrisanog, pripremljenog, kompetentnog govornika. Aktivno slušanje sagovornika iskazuje pažnju i poštovanje, pokazuje respekt i želju da se sasluša druga strana u dijalogu.

*Razgovor*, konverzacija, dijalog je način razmene mišljenja, a ciljevi vođenja dijaloga su različiti: saznajni momenat, prenošenje informacija, razmena ideja, pregovaranje, ubeđivanje, dokazivanje, postizanje dogovora. Rezultat kreativnog pristupa govornom činu jeste sloboda govora, uvažavanje tuđeg mišljenja i poštovanje pravila govora u javnosti.

Razgovori se vode na različite načine, u odnosu na vrstu profesije i oblik razgovora – poslovni, privatni, formalni, neformalni, intervju, pregovori, itd. Izvesni razgovori se odvijaju i vode veoma jednostavno, dok drugi zahtevaju posebnu pripremu, kao što je slučaj sa poslovnim sastancima i pregovaranjem. Različite vrste i načini vođenja razgovora mogu se uvežbavati; pripremaju se po utvrđenoj shemi i primenom određenih metoda i tehnika. Najvažnije je definisati potrebe i odrediti šta je cilj dijaloga. Takođe, treba razdvojiti važne od nevažnih razgovora.

Razgovaranje je aktivan proces govorenja i slušanja. Slušanjem se uspostavlja kontakt, kao i pratećim neverbalnim signalima: kontakt pogledom, klimanjem glavom i drugim znacima odobravanja.

Razgovor prolazi kroz određene faze, čije su odlike:

1. Oblikovanje govornog procesa znači i uobličavanje, konkretizovanje mišljenja. Ciljevi dijaloške aktivnosti mogu biti: razmena informacija, postizanje zajedničkog stava dogovorom i sporazumom, verbalne pobjeda jednog od pregovarača (što nikako ne treba da bude cilj), kao i potpuno nerazumevanje i prekidanje poslovnog kontakta. Komunikacija između dva sagovornika podrazumeva neprekidnu, koncentrisanu upućenost jednog lica KA drugom. U dijalogu u kome učestvuje više sagovornika, pažnja je podeljena i nije fokusirana samo na jedno lice. Vreme (trajanje) je, takođe, značajan faktor u razgovaranju i zavisi od broja pregovarača. Strane u pregovorima treba da pokažu želju za donošenjem zaključka, sporazuma i zajedničkog stava, opšteg zajedničkog dogovora.

2. Tekst, podtekst, kontekst povezani su sa različitim nivoima značenja. Informacija se saopštava kao određen, uobličen tekst, ali ona takođe podrazumeva razlog i uzrok nastajanja.

Tekst i kontekst grade se na osnovu:

- postavljene teme,
- predmeta razgovora,
- vremena predviđenog za razgovor,
- trajnosti procesa ili trenutnog momenta kao odlučujućeg faktora,
- predviđenih pauza za proveru procesa razumevanja i za odmor.

3. Proces razgovaranja ima dinamičan tok, menja se i transformiše, biva manje ili više složen proces, u zavisnosti od:

- uzajamnog poznavanja sagovornika,
- statusa i moći,
- pozicije u firmi,
- efekta dopadanja i nedopadanja,
- teritorije.

### ***Oblikovanje govornog procesa***

Nastupi mogu biti raznovrsni: držanje predavanja i govora u javnosti (politički govor, na primer), prezentiranje različitih sadržaja, vođenje poslovnih razgovora, učešće u pregovorima, nastupanje u medijima, itd. Da bi se steklo samopouzdanje u nastupanju, savladavaju se određene govorničke veštine, kao što su: racionalno izlaganje, izgrađeni glasovni i vokalni kvaliteti govornika, dobra artikulacija i dikcija, razvijanje kreativnosti u korišćenju glasovnih kvaliteta i u ostvarivanju govornog dinamizma.

1. Racionalno izlaganje predstavlja način razmišljanja, odnosno logičko rasuđivanje. Jednostavan i jezgrovit način mišljenja treba razumljivo i razgovetno preneti slušaocima i sagovornicima, obrazlažući osnovni nacrt teme. Dinamično saopštavanje poruka postiže se ulaganjem određenog stepena intenziteta, kao i emocionalnim zalaganjem.

Konkretno, precizno, jasno izražavanje, upotpunjeno interesantnim primerima, široj javnosti postaje blisko, dostupno, razumljivo, jasno. Ovakav način izlaganja zahteva: selekciju obrađenog i pripremljenog materijala, odabir promotivnog miksa, statističku proveru raspoloživog vremena za efikasno i ekonomično izlaganje. Pripremanje jezgrovite koncepcije moguće je ostvariti: izborom adekvatne terminologije, organizacijom materijala, slikovitim, živopisnim, ali i konciznim objašnjenjem u pisanoj ili usmenoj formi, isticanjem zanimljivih primera.

2. Motivisanost za besedu ili razgovor, preduslov je efektnog komuniciranja. Ona se ispoljava kroz dinamičnost, informisanost, sigurnost u toku govornog čina u plasiranju informacija na nov, individualan način, kombinacijom maksimalne informisanosti, obaveštenosti i tehničke, praktične pripremljenosti za nastup. Izražajnost u govoru je komponenta koja podrazumeva upotrebu slikovitih, živopisnih izraza, zanimljivo melodijsko – tonsko kretanje u okviru reči i rečenice, fraze i misli. Izražajnost znači i pravilno, fokusirano artikulisanje teme.

3. Izgrađeni glasovni i vokalni kvaliteti govornika predstavljaju praktičan deo obrazovanja govornika. Akustička slika je dostupnija slušaocima ako je glas postavljen u okviru svog prirodnog volumena i opsega, ako pleni svojom bojom i emisijom u prostoru. Komunikacijskom procesu i njegovom uspehu u mnogome doprinose sledeće vokalne karakteristike govornika: zdrav, čist, sonorant, čvrst glas, pravilno disanje, izbor centralnog registra i adekvatne visine tona, kao i odabir određenog tempa i ritma kazivanja.

4. Artikulacija i dikcija su značajne komponente za jasno govorenje i izražavanje. Tema treba da bude izložena jasno, tačno, razumljivo, artikulirano. Artikulacioni procesi zavise od dejstva organa za oblikovanje glasa, ali i od složenih psihofizičkih procesa. Pronalaženje sopstvenog stila u izrazu delimično zavisi od mnoštva artikulacionih kombinacija: optimalno formirani vokali, pravilno izgovaranje suglasnika po mestu njihovog nastajanja u usnoj duplji, naglašeni i nenaglašeni akcenti, dužine, itd.

5. Maštovitost u kreiranju govorne strukture i “negovanje“ kulture izražavanja, danas treba svesno i energično suprotstaviti ruženju i siromašenju jezičke kulture, kao i krajnjem pojednostavljanju govorne delatnosti, naročito u svakodnevnom komuniciranju (ali i u elektronskim medijima). Raslojavanje i raspadanje jezika, kako upozoravaju savremena lingvistička istraživanja, dovode do siromašenja verbalne aktivnosti. To je poslednjih decenija uočeno kao specifična kulturološka regresija koje smo bolno svesni naročito u profesijama koje treba da neguju govornu delatnost i umetnost govorništva. Potreba da se bude vešt govornik svodi se na jezičko nadmetanje, buku i korišćenje konverzijskih

fraza i bombastih jezičkih znakova u okviru suženog terminološkog sistema struke. Kreativnost se ogleda u slobodi i maštovitosti prilikom kombinovanja, slaganja, raspoređivanja i oblikovanja reči u rečenicu.

6. U sadržaju svake konverzacije, jedna rečenica (deo rečenice) je semantički posebno naglašena – to je bitan argument, najznačajnija tačka u dijalogu, fokus govornog čina. Analiza konverzacije upravo se odnosi na prepoznavanje i izdvajanje fokusa. Veština se sastoji u tome kako delovati na slušaoce da se bitan argument posebno istakne i zapamti. Izvesne jezičke jedinice i znaci imaju značenje samo u konkretnom govornom procesu. Gradeći interpretativnu semantiku, lingvista Noam Čomski je istakao da fokus odgovara temi, nosi sobom informaciju. Komunikacijski čin je uspešniji ukoliko je naglašena i konkretizovana tema.

7. Upotreba pauza u toku konverzacije, prezentacije ili govora, može biti uslovljena načinom disanja i artikulisanja (u tehničkom, finkcionalnom smislu). No, pravljenje pauze, deo je retorske figure, predstavlja i momenat prevarenog očekivanja, privlačenja pažnje auditorijuma i sl. Pauze u govoru ili pauze za odmor, uslovljene su situacionom analizom, a delimično zavise i od publike. Broj učesnika u dijalogu ili pregovorima, jedan je od razloga za planirano pravljenje i trajanje pauza. Duge pauze u dijalogu sa jednim sagovornikom mogu da naruše konverzacijski tok, posebno u nastupima na radiju i televiziji. U kontaktima sa štampom, međutim, pauze – cezure, mogu biti višestruko korisne: pažljivo slušanje pitanja omogućava pripremu za odgovor, poentiranje i isticanje bitnog argumenta. U političkim i javnim istupanjima, pauza ima veliki značaj kao retorska finesa. Ona pruža mogućnost za akcentovanje i skretanje pažnje na posebno značajno mesto u besedi. Auditorijumu se sa namerom ostavlja mogućnost i prostor za reakciju, za odobravanje, izražavanje volje, slaganje, neslaganje, itd. Pauze su često deo osmišljene strategije, koja govorniku daje izvesnu psihološku prednost. U okviru planirane besede, pauze mogu izostati ili biti svesno upotrebljene. U prvom slučaju, ne prekida se tok monologa ili dijaloga; svesnom organizacijom i kontrolom, razgovor se vodi u kontinuitetu. Sagovorniku se namerno ne ostavlja mogućnost, vreme, ni prostor da postavi pitanje, da reaguje ili izrazi neslaganje. Na ovaj način se posebno izbegavaju upadice ili kratki komentari, replike, dobacivanja i sl. U drugom slučaju, namerna upotreba pauze skreće pažnju na fokus govornog čina, na poentu. U toku trajanja pauze, govornik može pripremiti još neki dokaz, izvesti argument. Dobro postavljeno pitanje usmerava tok razgovora ili pregovora u željenom smeru, povoljnom za dalji razvoj situacije. Pauza se može skratiti ili produžiti u zavisnosti od potrebe govornika i veštine da se pauza održi ili spontano izostavi.

8. Igra rečima se koristi radi jednostavnog, konciznog i jasnog izlaganja poruke, ali i da bi se na maštovit, kreativan način, iskazao zanimljiv sadržaj. Mogu se upotrebiti:



- a) reči u svakodnevnom, kolokvijalnom značenju,
- b) reči i iskazi u okviru izbora iz terminološkog sistema struke,
- c) reči u doslovnom značenju,
- d) reči u prenesenom smislu.

a) Prezentujući određene ideje, programe, predmete, javnosti se prikazuju svojstva, kvalitet, osobine, marka, zastupljenost predstavljenog sadržaja. Reči koje se upotrebljavaju u svakodnevnoj konverzaciji, a kojima se sadržaj približava slušaocu, treba da budu razumljive, jasne, poznate i dostupne svima. Primaoci poruke se osećaju bezbedno i sigurno ako je informacija plasirana jednostavno i zanimljivo.

b) U okviru određene struke ili profesije, koriste se standardizovani i usvojeni termini. U javnom istupanju, posebno u elektronskim medijima, valja biti veoma oprezan prilikom korišćenja previše stručne terminologije. Umesto da postigne cilj, stručno koncipiran sadržaj može da postane nerazumljiv, samim tim odbojan, a ličnost govornika nesimpatična, jer je nepristupačna u pokazanoj nadmoći.

c) Reči upotrebene u doslovnom značenju služe opisivanju i prikazivanju, na primer, predmeta, njegove svrhe, namene i kvaliteta. (U domenu trgovine, u prodajnom sektoru marketinga, ovaj metod se pokazuje kao svrsishodan.)

d) Reči upotrebene u prenesenom smislu, postižu cilj u pružanju interesantnih i neobičnih primera, u poređenju, itd. (U turističkoj ponudi koristi se slikovito i živopisno izlaganje.) Politički govori i sudsko besedništvo obiluju rečima u prenesenom smislu, podstičući tako slušaoca da nakon govornog čina razmišlja o dubljem značenju i slojevima poruke.

9. Govorni dinamizam i efektno koncipirana poruka doprinose snazi javnog govora i kreativnosti u izražavanju, mišljenju i interpretiranju. Nije važno samo preneti informaciju, već izvršiti uticaj i preneti određenu energiju u javnost.

Kvintilijan je rekao: "Govor u većini slučajeva otkriva karakter čovjeka, a najskrovitije tajne njegova srca izbijaju iz njegova govora".<sup>1</sup>

### **Sadržaj**

*Svaka beseda mora biti sastavljena kao živo biće,  
mora imati svoje vlastito telo, tako da nije ni bez  
glave, ni bez noge, nego da ima i trup i udove...*

Platon

U procesu sačinjavanja osnovne koncepcije besede i u toku izlaganja, treba razlikovati dva osnovna principa:

- šta reći – sadržaj i
- kako reći – način kazivanja – interpretaciju.

<sup>1</sup> Marko Fabije Kvintilijan, *Obrazovanje govornika*, Sarajevo, 1985, str. 435.



Prvi princip se odnosi na temu, sadržaj poruke, fokus govornog čina. Dugi princip odnosi se na: način saopštavanja poruke, predstavljanje ideje i prikazivanje programa u javnosti.

Delovi govora u pogledu sadržaja su:

- ekspozicija – uvod,
- obrazlaganje teme,
- isticanje fokusa – bitnog argumenta,
- umetnuti, povezujući skup elemenata,
- primeri,
- poenta,
- zaključak.

Sadržaj se kreira u odnosu na dužinu i vrstu govora, kao i na oblik saopštavanja (monolog ili dijalog), a podrazumeva:

- poznavanje ideje, koncepta, programa, proizvoda u potpunosti;
- otvaranje i dopunjavanje baze podataka;
- kreiranje osnovnog koncepta;
- isticanje fokusa u dinamičkom toku konverzacije;
- izbor jezičkih znakova, kodova i terminološkog sistema;
- efektno zaključivanje.

Varijante govora po dužini mogu biti:

- kraća varijanta koja sadrži: uvod, primer, zaključak;
- šira varijanta podrazumeva: uvod, umetnute delove, primere, zaključak;
- najširi oblik sadrži sve gore navedene delove govora.

Svaki od pojedinih delova govora treba da traje u zavisnosti od ideje ili programa koji se prezentuje. Ponekad je potrebno da uvod ili ekspozicija, kao i obrazlaganje teme, budu produženi u odnosu na druge delove govora. Povezujući, umetnuti skup, koji se uglavnom sastoji od stilskih i književnih figura, slikovito i živopisno upotpunjuje izlaganje. Primeri se izdvajaju kao karakteristični reprezentanti ideje ili programa. Zaključak može biti kraći, ukoliko su prethodni delovi besede jasno i koncizno objasnili svrhu i cilj ideje ili duži u zavisnosti od procene efekta prethodnih sastavnih delova govora, trajanja i stepena učinka svakog pojedinačnog dela. Poenta i zaključak su ponekad sadržani u samom govoru i njegovim sastavnim delovima, pa ih ne treba posebno ponavljati; u tu svrhu koristi se – rezime. Međutim, repeticija je važna retorska figura i služi ponavljanju i isticanju poente i nekoliko puta u toku govornog čina.

Govor ne treba da bude dug, ali ni prekratak. Situaciona analiza, odnosno date (zadate) okolnosti: prostor, vreme, broj učesnika, utiču na raspored i trajanje delova govora. Ukoliko govor iz bilo kog razloga mora da bude sveden i skraćen, valja izabrati najinteresantnije delove, koji u najkraćim crtama predstavljaju program. Karakteristike dobrog govornika su: stabilnost, kreativnost i

maštovitost. Govornik treba da deluje objektivno, ubedljivo, jednostavno, stručno, kompetentno.

Govori se pripremaju u zavisnosti od profesionalne delatnosti. U odnosu na specifične oblasti i grane, prilagođavaju se interpretativni elementi, kao što su: vokalna ekspresija, izbor sredstava verbalne i neverbalne komunikacije, itd. Politički govori, na primer, zahtevaju ulaganje određenog stepena intenziteta i glasnosti, izvestan "povišen" ton blizak rečitativu. Ova vrsta "povišenog" načina izlaganja (u pogledu visine glasa, melodije i ritma rečenice) ima za svrhu ubeđivanje auditorijuma. Uvodne parnice ili rasprave u sudovima, javne rasprave, zahtevaju tečan, jasan, precizan način izražavanja, uz "prigušen" intenzitet i pauze koje mogu da naznače postojanje i pripremanje "tajnog oružja" – argumenta koji može da preokrene tok parnice i kojim se poentira. Ton besede u sudu karakteriše umeren tempo izlaganja, izbor centralnog registra u pogledu obima glasa i glasnosti. Značajna figura koja se koristi u političkim govorima ili u sudskom besedništvu jeste *gradacija* – u glasnosti, intenzitetu, tempu.

Svaki govor (beseda, prezentacija) ima svoj operativni i strategijski karakter. Operativni se sastoji od: koncipiranja osnovnih ideja, odlika i karakteristika programa, isticanja trajnosti, kvaliteta i tačnosti programa. Operativno planiranje odvija se u nekoliko faza:

- priprema,
- odabir teme;
- isticanje fokusa govornog čina,
- odabir metoda,
- raspored materijala – delovi govora,
- proračun vremena,
- povezivanje odlomaka,
- momenat improvizacije,
- poentiranje – aktivno dejstvovanje radi postizanja određenog cilja,
- zaključak.

Strategijski karakter povezan je sa načinom prenošenja poruka, odnosno sa interpretacijom.

### ***Interpretacija***

Glumci, po prirodi svoje profesije, imaju zadatak da tuđe misli i ideje predoče publici, ne samo snagom pisane reči, već specifičnim čitanjem, dubinskom analizom i promišljanjem teksta, koji deluje na maštu i podstiče kreativnost gledalaca. Interpretator je, takođe, "onaj koji nešto interpretira, tumači, objašnjava".<sup>2</sup> Stoga, bez obzira na vrstu nastupa, govornik nikada ne treba da zaboravi da je tokom izlaganja, pored svega navedenog i – zabavljač.

<sup>2</sup> Ljubo Mićunović, *Savremeni Leksikon stranih reči i izraza*, Beograd, 1991, str. 297.

Interpretacija se odnosi na onaj deo komunikacijskog čina koji u fokusu ima način kazivanja poruke i daje odgovor na pitanje *kako* se informacija prenosi do primaoca. Postoje u osnovi dva moguća pristupa interpretaciji: unutrašnji i spoljašnji.

Unutrašnji pristup podrazumeva, pre svega, poznavanje i prihvatanje materije i teme koja je predmet interesovanja, konverzacije, pregovora, prezentacije, itd.

Spoljašnji pristup uključuje poznavanje tehnika i metoda u nastupanju, posebno u elektronskim medijima. Kompletan nastup zavisi od datih ili zadatih okolnosti; on se menja u zavisnosti od novonastalih ili nepredviđenih okolnosti. Od broja sagovornika, klijenata ili slušalaca, kao i od raspoloživog vremena i prostora (situaciona analiza), zavisi izbor i usklađivanje govornih konstanti i glasovnih transformacija. Prostor, mesto u kome se komunikacijski čin odvija, kao i vreme, trajanje (tajming), parametri su koji umnogome utiču na tok procesa, jer postavljaju određene zahteve pred govornika. Govor ili dijalog koji se odvija u manjem prostoru, veličine kancelarije, sasvim se različito razvija i interpretira od govora u eksterijeru, na otvorenom prostoru. U tom smislu, menjaju se glasnost, visina tona, tempo, ritam i intenzitet. Svi parametri su pojačani i naglašeni, posebno intenzitet i glasnost, ukoliko se nastupa u većem prostoru. Visina glasa se ne menja; centralni registar treba da se ozvuči i pojača u smislu gradacije u glasnost; glasnost koja se gradi u višem registru (tonalitetu) ne deluje ubedljivo. Nastupanje u većem prostoru, posebno u eksterijeru, takođe zahteva i bržu jedinicu tempa, sa cezurama za kraće i burne reakcije slušalaca.

Interpretacija takođe zavisi od broja sagovornika ili slušalaca. U dijalogu sa jednom osobom, pažnja i koncentracija su usmerene na sagovornika, te je izbor verbalnih i neverbalnih sredstava sveden, jednostavan; intenzitet je "prigušen", stil kazivanja jednostavan i koncizan, tempo – umeren, kao i glasnost. Interpretacija u dijalogu sa više lica je razudjenija i bogatija, melodijski usponi i padovi daju bogatu skalu zvučanja. U centralnom registru glasa (u obimu) nalazi se niz od tri do pet tonova, ali melodija može biti i raznovrsnija u pogledu intervalskih skokova. Izmene ritma i tempa razbijaju ritmičku monotoniju.

Jedan od značajnih parametara u opštenju jeste – trajanje (tajming), proračun vremena. Ovaj fenomen zahteva samokontrolu i kritičnost te odricanje od najmilijih ideja i poentiranje, ukoliko je vreme za nastup isteklo ili ako je atmosfera "zasićena". U govorništvu, kao u muzici, treba gotovo metronomski meriti vreme. Trajanje zavisi od datih okolnosti, situacije, prostorne i vremenske analize. Okolnosti su ponekad takve da beseda traje kraće no što je predviđeno, pa je utisak nedovoljan i nepotpun. U ovakvim situacijama treba imati dragocenu "rezervu", bazu podataka, fond koji služi za popunjavanje i proširivanje besede. U drugom slučaju, vreme brzo protiče, zahvaljujući zainteresovanoj publici, zbog pauza, reakcija, pitanja i sl. U ovom slučaju se treba odreći dragocenih delova govora, zarad uspostavljanja kvalitetnog i živog dijaloga.

Ponekad je bolje izostaviti izvesne argumente i činjenice i izložiti zanimljive primere da sagovornici ili slušaoci ne bi bili “zatrpani” samo informacijama.

U odnosu na tri osnovne jedinice tempa: lagani, umereni i brzi, u zavisnosti od broja sagovornika i okoline, tempo može da varira od umerenog u dijalogu sa jednim licem do bržeg u odnosu na veći broj sagovornika; od sporijeg u nastupima na televiziji, do živog i živahnog u odnosu na veći prostor i razudenu okolinu.

U većini slučajeva, govorniku je poznato mesto događanja i trajanje, kao i broj sagovornika, te se strategija može brižljivo planirati. U drugom slučaju, postoji momenat iznenađenja u pogledu vremena, mesta i broja sagovornika. Planirana strategija tada se spontano prilagođava, zahvaljujući kreativnosti, sigurnosti, spretnosti i sposobnosti govornika za improvizaciju.

Način saopštavanja poruka jednako je važan kao i smisao, sadržaj poruke. Kao što se teži jednostavnosti stila u sačinjavanju govora, treba ostvariti sličan efekat i u interpretaciji, bez preuveličavanja i preterivanja, razmetanja znanjem i govorničkom veštinom. Dobro obavešten govornik želi da svoje znanje i ideje podeli sa drugima.

### ***Kako da postanete dobar govornik?***

*Poeta se mora roditi, a orator se može postati.*

Atinska sofisticka škola

Glasovna obuka i govorna kultura najznačajnije su komponente u oblikovanju govora, a posebno u okviru marketinške koncepcije odnosa s javnošću. Istupanje u javnosti, kontakti različite vrste, nastupi, odnosi sa medijima, publicitet kao oblik javne promocije, zahtevaju specifičnu pripremu.

Govorna kultura ne predstavlja samo težnju ka odnegovanom jeziku, već potrebu i sposobnost govornika da se prilagodi svakoj situaciji i da uvek ostane na nivou i visini dobrog kazivanja (jezička snalažljivost, bogatstvo i gipkost jezika, itd.)<sup>3</sup>

Srpski jezik krasi melodičnost i bogatstvo tonskih kretanja intonacije u okviru rečenice – melodija ima tonski uspon i pad. Opšte osobine govora su i: akcentuacija (postojanje četiri vrste akcenata), dužine i logički akcenat rečenice, rečnički ritam, ritam disanja pri govoru.

<sup>3</sup> Briga o govoru podrazumeva poznavanje osnovnih postulata fonologije, fonetike, besedništva, retorike, recitovanja, pripovedanja i sl.

Neuro-lingvistički programi (NLP) pokazuju način na koji ljudi razmišljaju dok govore. Jedno od interesantnih istraživanja ukazuje na činjenicu da se zvuk i reč mogu vizuelizovati. Vizuelizacija (govora) i slušanje se fizički mogu osetiti kao neka vrsta odraza u ogledalu. Tako se stvara vizuelni govor (ovo nije sasvim adekvatan prevod termina “visual language”).

Praktično obrazovanje govornika odnosi se, u pogledu govorne aktivnosti, na:

- glasovnu pripremu i
- prilagođavanje govornih konstanti u odnosu na situacionu analizu.

*Glas* je osnovno sredstvo u komunikaciji, a istovremeno je odraz i obeležje ličnosti.<sup>4</sup> Primaran zadatak glasovnog obrazovanja govornika, jeste sticanje glasovne kondicije, uspostavljanje (učenje) pravilnog tipa disanja i pravilna postavka glasa za nastupanje u medijima.

*Govorne konstante* predstavljaju značajan element govorne delatnosti koji doprinosi (nesvesno ili svesno) govornom dinamizmu i interpretaciji. One se mogu posmatrati u književnom, ali i u kolokvijalnom, svakodnevnom, praktičnom, poslovnom stilu izražavanja. Govorne konstante su: intenzitet (jačina), glasnost (čujnost), visina glasa koja je u vezi sa intonacijom i melodijom rečenice, tempo, ritam. Od svesne upotrebe i promena govornih konstanti direktno zavisi: prenošenje značenja informacije, interpretacija smisla i poruke, približavanje teme sagovorniku, fokusiranje konverzacije, dinamizam govornog čina.

Interesantno je uočiti da intenzitetom, jačinom i bojom glasa može da se zadobije poverenje slušalaca. Prijatan ton, centralna glasnost i umeren intenzitet ne plaše ljude. Oni smiruju i “uvlače“ slušaoca u priču. O variranju tempa, kao i transformisanju govornih konstanti u odnosu na situacionu analizu (ko, kad, gde, koliko), govorili smo u delu o interpretaciji.

### ***Rezime – Šta podrazumeva dobar nastup u verbalnom smislu?***

- kvalitetnu i odgovarajuću pripremu,
- prikupljanje svih potrebnih činjenica i informacija,
- selekciju materijala,
- sačinjavanje strategije i operative govora,
- izdvajanje tri glavne poruke,
- postavljanje problema – analiza,
- određivanje dužine govora,
- pripremu podsetnika,
- pojavu i predstavljanje,
- dinamičko izlaganje,
- prirodnost i jednostavnost stila u izlaganju,
- vokalnu ekspresiju,
- pauze u govoru,
- variranje govornih konstanti.

<sup>4</sup> Fenomenu glasa – njegovom nastajanju, oblikovanju i produkciji, posvećena je posebna pažnja u knjizi Marine Marković, *Glas glumca*, Beograd, 2002.

## LITERATURA:

- Aristotel, *Retorika*, Svetovi, Novi Sad, 1997.
- Blek, Sem, *Odnosi s javnošću*, Clio, Beograd, 1997.
- Đorđević, Branivoj, *Elementi srpskohrvatske dikcije*, Univerzitet umetnosti, Beograd, 1975.
- Đorđević, Branivoj, *Osnove recitovanja*, Savez amaterskih društava Vojvodine, Novi Sad, 1989.
- Kvintilijan, Marko Fabije, *Obrazovanje govornika*, Veselin Masleša, Sarajevo, 1985.
- Marković, Marina, *Glas glumca*, Clio, Beograd, 2002.
- Marković, Marina, *Poslovna komunikacija – Oblikovanje govora u odnosima sa javnošću*, Clio, Beograd, 2000.
- Mićunović, Ljubo, *Savremeni Leksikon stranih reči i izraza*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, 1991.
- Petrović, Sreten, *Retorika*, Filološki fakultet u Beogradu – Narodna knjiga, Beograd, 2001.

Marina Marković

## PUBLIC RELATIONS DEVELOPMENT (RE: LINGUISTIC POINT OF VIEW)

## Summary

1. PUBLIC SPEECH AND SPEAKING IN PUBLIC; SPEAKER'S PERSONALITY – BUILDING PERSONAL STYLE.
2. BASIC FORMS OF MAKING STATEMENTS – MONOLOGUE AND DIALOGUE.
3. CREATING CONTENT – WHAT TO SAY?
4. INTERPRETATION – HOW TO SAY IT?
5. VERBAL ACTIVITY
  - a. breathing
  - b. relaxation
  - c. vocal preparation
  - d. articulation
  - e. diction
  - f. voice positioning, resonance
  - g. practising the speech invariables.