

I. DEL PSIHOLOŠKI PROCESI KOMUNICIRANJA

- skozi komuniciranje se vrojevamo kot kulturna bitja
- je neizogiben in univerzalen del našega bivanja in bistva
- vzdrževanje odnosov vsebuje vsakdanje pogovorne rituale in pripovedi, pa tudi odkritost, zaupanje, odpuščane (lahko vsebuje tudi nestrinjanje, zaskrbljenost, kritiko)
- od komuniciranja je odvisno tudi naše dobro počutje
- učinkovito komuniciranje ni prirojena sposobnost (tudi pravega načina komuniciranja ni)
- komuniciranje (lat. *communicare* – (po)deliti, sporočiti; *mun* – skupnost, *commune* – splošna korist)
- komuniciramo tudi preko institucij, preko medijev
- komuniciranje je univerzalna družbena dejavnost ljudi

Psihološki procesi komuniciranja

- komuniciranje je pomemben družbeni proces
 - *zunanji smotri*
(prenos sporočil med ljudmi, vzpostavljanje in ohranjanje socialnih razmerij in odnosov)
 - *notranji smotri*
(so ustrezno izražanje komunikacijskih namer, uspešno sporazumevanje, konstrukcija in reprodukcija simbolnih gest in simbolov)
- vtis o komuniciranju kot o nečem spontanem je napačen
- šele s preišljenim in namernim jezikovnim komuniciranjem v kontekstu socialno pomenljivem odnosu med ljudmi ta celota sploh dobi komunikacijski značaj
- pomembna sta tako delovansjki, kot tudi odnosni vidik komuniciranja
- delovanje je vpleteno v mrežo osmišljanja in je interpretirano vedenje osebe
- komuniciranje ni vedno usmerjeno k harmoniziranju odnosov med ljudmi (lahko pa sicer vzpodbuja tudi konflikte in sovraštvo)
- komuniciranje je dinamičen vidik medsebojne povezanosti ljudi
- sega daleč nad proces prenosa informacij in jezikovne artikulacije

Psihološke opredelitve komuniciranja

- komuniciranje je dinamičen interakcijski proces, ki je sestavljen iz organiziranih, namernih dejanj in doživljajev udeležencev komunikacijske situacije
- aktivni udeleženci komuniciranja v svoji interakciji proizvajajo dejanja in doživljaje, jih medsebojno prepoznava in se tako povezujejo med seboj

- komuniciranje je dinamičen dvosmerni proces, ki sloni na skupnem socialnem znanju vseh vpletenih v komunikacijski proces
- vsako komuniciranje spreminja vedenje ljudi
- komuniciranje je težnja po smislu, kreativno dejanje, v katerem iščemo ključne za orientacijo v okolju in za zadovoljitev potreb
- komuniciranje je prenos idej, informacij, čustev, spretnosti z uporabo simbolov
- komuniciranje je proces, s pomočjo katerega ljudje skupno ustvarjamo in upravljamo socialno stvarnost
- komuniciranje je edinstveno človeško
- komuniciranje je ustvarjalno; neposreden rezultat človeškega komuniciranja je ustvarjalnost (nekateri stvari obstajajo v fizičnem nekateri pa samo v simbolnem, človeškem svetu – lepota, sočutje, resnica, estetika)
- komuniciranje je urejevalno in ima tudi nadzorovalno vlogo
- ni stvarnosti same po sebi, šele v procesu komuniciranja konstruiramo svojo stvarnost
- komuniciranje zahteva sodelovanje
- temeljno pravilo medosebnega komuniciranja je, da moramo upoštevati drugega, moramo se mu prilagajati
- komuniciranje je končno odvisno tudi od:
 - da govorimo skupni jezik
 - da se odpovemo šovinizmu oz. verjetju, da drugi razmišlja enako (egocentričnost)

Komuniciranje kot socialni in simbolni proces

- brez komuniciranja ne bi bilo odnosov, intimnosti, sodelovanja, (so)čustvovanja, socialnega in javnega življenja, da ne govorimo o medijski dejavnosti
- komuniciranje je osrednja socialna dejavnost ljudi (posvetimo ji večino življenja, univerzalna – prežema tudi vse druge dejavnosti, pomembno nam je kako uspešni smo v njej, komuniciranje je tudi edini način, da spoznamo kdo smo)
- človek je simbolno bitje; nenehno nekaj ocenjuje, presoja in označuje
- komuniciranje v pravem pomenu besede nastopi šele tedaj, ko pride do namerne izmenjave simbolov med ljudmi, do socialne dejavnosti
- udeleženci komunikacijske situacije z vso svojo dejavnostjo vplivajo na duševna stanja in dejanja drugih ljudi
- vsi pojmi in besede, ki jih uporabljamo so že zaznamovani s komuniciranjem, z jezikom, s simboli vseh vrst
- relacijskost komuniciranja: proces komuniciranja se konstituira kot poseben odnos med prejemniki sporočil in izjavami ter drugimi vplivi
- neizogibnost: komuniciranje namreč ne pozna nobene negacije, ko se enkrat začne

- komuniciranje sloni na človeški semiotski dejavnosti (to zajema vse vidike izražanja pomenov in izražanja občutkov, čustev, psiholoških stanj)
- v splošnem semiotika razlikuje:
 - *simptomi ali indeksi* (znaki, ki že s svojo prisotnostjo spontano in neposredno naznačujejo nekaj drugega)
 - *simboli* (znaki, ki so zavestno izbrani za to, da predstavljajo nekaj drugega)
- za človeško komuniciranje je bistvena uporaba simbolov; na indicijah pa temelji del neverbalnega komuniciranja (zlasti na obrazu, nekatere kretnje in glasovi, ki izražajo strah, presenečenje, veselje,...)

Ravni komuniciranja

- komuniciranje poteka na različnih ravneh: od dialoga med dvema osebama do globalnih socialnih interakcij med skupinami in institucijami
- standardna je delitev na štiri ravni komunikacijskega delovanja: medosebno komuniciranje, skupinsko komuniciranje, organizacijsko komuniciranje, množično komuniciranje

Medosebno komuniciranje

- največ psiholoških procesov komuniciranja se odvija na medosebni ravni komuniciranja; udeleženci namreč neposredno vplivajo drug na drugega
- medosebno komuniciranje tudi ne poteka vedno linearno in enoznačno pač pa je kontinuiran proces; zahteva in predpostavlja odgovor partnerja
- čeprav je izraz medosebno komuniciranje ponavadi prihranjen za komuniciranje iz oči v oči pa je vsako komuniciranje, pri katerem gre za časovno usklajeno izmenjavo pomenov, simbolov, znakov, medosebno komuniciranje, saj poteka med osebami in zavzema prostor socialne vmesnosti
- ključne značilnosti po katerih se MOKom razlikuje od ostalih oblik:
 - število udeležencev (je majhno, najmanjše število sta dve osebi)
 - fizična navzočnost udeležencev (večinoma je »face to face«)
 - stopnja formalizacije (MOKom ne prenese formalizacije razen rituala na začetku in koncu – stisk rok npr.)
- osnovna enota MOKom sta dve osebi v neposrednem stiku
- v paru se dogajajo osnovni procesi izmenjave simbolov, znakov, gest
- vsak udeleženec MOKom je nekaj časa govorec in nekaj časa poslušalec
- MOKom je lahko samo sebi namen, preprosto veselje nad druženjem z drugim, in kar tako
- druga oseba s svojimi odgovori na dejanja prve osebe potrди ali zavrne njena izkustva, občutke, njeno samopodobo
- poleg drugega ima MOKom tudi pomembno svetovalno in terapevtsko vlogo v vsakdanjem

Skupinsko komuniciranje

- namenjeno je usklajevanju dejavnosti in izmenjavi mnenj, npr. v delovnih skupinah, lahko pa gre tudi za skupinska srečanja in pogovore med znanci ter prijatelji
- največkrat je ciljno – namensko usmerjeno

Organizacijsko komuniciranje

- se dogaja v obsežnejših mrežah skupinskega delovanja in vključuje tako medsebojno komuniciranje, kot tudi komuniciranje v manjših skupinah
- njegova vloga je ohranjanje institucionalne moči

Množično komuniciranje

- zajema z množičnimi mediji posredovano komuniciranje, sporočila so namenjena široki javnosti
- MK skoraj vedno nadzorujejo »vratarji« (uredniki, novinarji, sponzorji), ki odločajo o tem katera sporočila bodo poslana

Kontekstualizacija komuniciranja in komunikacijsko delovanje

- s pomočjo svojega glasu, dotikov in gibov lahko z drugimi delimo svoje želje ali čustva, ...
- zato, da bi se povezali med seboj v času in prostoru uporabljamo tudi slikovne prikaze, kodificirane grafične prikaze
- jezik ni neodvisen sistem znakov za prenašanje dekontekstualiziranih kosov informacije, temveč je način socialnega delovanja, ki ga ustvarjajo ljudje v specifičnih situacijah
- družba ni vnaprej dana bitnost, temveč vznikla v dejanjih, skozi dejanja in doživljanje različnih ljudi

Bateson – sistemska teorija komuniciranja

- enota raziskovanja je sistemska povezanost med posameznikom in družbo
- up. besedo »ekosistem« tj. Sistem, ki vključuje tako osebe kot tudi njihovo družbeno in naravno okolje
- vsaka živa vrsta si ustvarja svoje »ekosisteme« - tudi ljudje
- posameznika razume kot družbeno konstruiranega skozi celoto njegovih družbenih odnosov

Wetherell in Potter – diskurzivna psihologija

- temeljni fokus niso notranji psihološki dejavniki pač pa je enota raziskovanja »diskurz«

- osnovne oblike diskurza so artikulirani pogovori (razprave) med partnerji o določeni temi, toda diskurzi so lahko tudi pisni teksti
- v osnovi se človek definira kot produkt diskurza in tistega, ki v specifičnih kontekstih in interakcijah diskurz producira

Družbeni konstrukcionisti – proces družbene konstrukcije stvarnosti

- družbena konstrukcija stvarnosti je proces, ki je tako subjektiven kot objektiven, individualen in socialen; je skupni kontekst in izvor človekove dejavnosti
- bistven element družbene konstrukcije je za njih jezik (jezik je univerzum)

Teorije komunikacijskega delovanja

Teorija socialnega delovanja - Max Weber

- za delovanje ni treba, da je povsem zavestno oziroma, da se posameznik zaveda smisla in smotrov svojega početja
- delujoči posameznik nejasno čuti to smiselnost svojega delovanja, tudi kadar komuniciranje na videz poteka tako, kot da bi ga gnali zgolj instinkti ali navade
- razlikuje socialno delovanje tudi od sočasnega individualnega delovanja številnih drugih ljudi
- razlikuje med: smotno – racionalnim delovanjem (prizadeva si za nek cilj in se ater tega zaveda), vradnotno – racionalnim delovanjem (kadar se akter ravna po etičnih, estetskih, religioznih ali drugih vrednotah), afektivnim delovanjem (sledi svojim trenutnim čustvom) in rutinskim delovanjem

Habermas

Razlikuje pet vrst delovanja:

- teleološko delovanje (delovanje akterja, ki namerava doseči kak cilj)
- strateško delovanje (razširitev teleološkega kadar mora upoštevati še delovanje drugih akterjev)
- normativno – regulativno delovanje (nanaša se na delovanje akterja v okvirih socialnih skupin, institucij, sistemov, ki od akterja terjajo, da spoštuje skupne norme, vrednote, pravila delovanja)
- dramaturško delovanje (delovanje interakcijskih partnerjev, ki drug drugemu predstavljajo občinstvo)
- komunikacijsko delovanje (vse tiste socialne interakcije, v katerih udeleženci brez zadržka usklajujejo svoje početje na podlagi soglasja, ki so ga dosegli s pomočjo jezikovnega komuniciranja)
- predpostavlja tri temeljne oblike svetov

- objektivni svet (stvari, o katerih so mogoče resnične izjave)
- socialni svet (celota vseh legitimno upravljanih medosebnih odnosov)
- subjektivni svet (predstavlja celoto privilegiranih doživljanj subjekta)
- do soglasja lahko pride, če si partnerji v komunikacijskem delovanju prizadevajo za:
- zahteve po komunikacijski racionalnosti:
 - resnične izjave
 - legitimno upravičene normativne zahteve
 - iskrene govorne ekspresije svojih namer, občutkov, želja
- če pride do sporov in nesporazumov, lahko izbiramo med tem, da:
 - prekinemo komunikacijsko delovanje
 - manipulacija argumentov
 - skušamo priti do sporazuma in ohraniti komunikacijsko delovanje
- kom. del je moteno takrat, kadar se posamezni akterji ne izražajo dovolj jasno ali govorijo neresnico
- kadar so nekatere ali vse od teh predpostavk za nemoteno komuniciranje izločene H. Govori o »sistematično popačenem komuniciranju«
- posebej izpostavljena in ključna oblika komuniciranja je za H. diskurz
- diskurz je pogovor, ki nastane tedaj, ko postanejo vsakdanje norme, vrednote, konteksti ali vsakdanja pravila govora za nas problematični, negotovi, dvoumni ali moteni
- diskurz spreminja vsakdanje pojasnitve v interpretacije, vsakdanje trditve v utemeljene izjave
- pozneje je H. opredelil diskurz kot idealno govorno situacijo, idealno obliko komunikacijskega delovanja; to pomeni, da imajo vsi udeleženci govornega dejanja enake možnosti za:
 - govor in ugovore, za spraševanje in odgovor
 - oblikovanje trditev, tolmačenj, razlag, priporočil, upravičenj
 - izražanje stališč, čustev in želja
 - ukazovanje in upiranje ukazom, dopustitve in prepovedi, dajanje in sprejemanj obljub
- po H. mnenju je idealna govorna situacija nujna predpostavka v normalnem komuniciranju

Komuniciranje kot sinteza treh sistemskih procesov - Luhman

- to so: sporočilo, sporočanje, razumevanje
- selekcijskih zato, ker gradijo na določenih izbirah med več možnostmi
- pri tem obstaja neukinljiva razlika med sporočilom in njegovim razumevanjem
- za komuniciranje je torej nujno, da sporočevalci v sporočilu razberejo neko komunikacijsko namero in vsebino

Razvoj psihologije komuniciranja

Georg Herbert Mead

- osrednji pojem njegove teorije je pojem družbenega vedenja
- družbeno vedenje zahteva upoštevanje drugega, prilagajanje drugemu, postavljanje v vlogo drugega
- v tem smislu je družbeno vedenje pravzaprav komunikacijsko vedenje
- podlaga za družbeno vedenje je sposobnost, da vedenja organizira glede na lastna pretekla in morebitna prihodnje vedenja, kot tudi glede na pretekla in prihodnja vedenja drugih ljudi
- preplet medsebojnih vživljanj omogoča ljudem, da zaznavajo sebe in druge v razmeroma enotnih družbenih situacijah
- ko se človek zave določene družbene situacije, organizira in vodi svoje delovanje tako, da streže lastnim pričakovanjem in hotenjem in hkrati pričakovanjem drugih ljudi
- šele jezikovni simboli omogočajo sistematično vživljanje v druge ljudi ter trajnost in kontinuiranost zavestne anticipacije reakcij drugih ljudi
- teorija družbene konstrukcije sebstva → struktura in sestavine sebstva niso naravne duševne strukture posameznika, temveč so rezultat notranjega prisvajanja in razgrajevanja družbenega vedenja človeka, ki postaja toliko bolj kompleksno in stabilno, kolikor bolj napreduje proces socialnega oblikovanja človeka
- bistvo sebstva pa je, da je človek lahko sam sebi objekt oz. se je zmožen vživeti tudi v drugega, voditi notranji dialog s samim seboj
- sebstvo nastane skozi ponotranjene simbolne interakcije v posamezniku (simbolni interakcionizem)

Lev Vigotski

- trdi, da pride do razvoja zavesti in mišljenja v procesu ponotranjenega komuniciranja in interakcije med ljudmi v notranji dialog s samim seboj
- zanj je najpomembnejše posredovalno sredstvo jezik oz. jezikovni znak
- dejavnost za smotrno ustvarjanje in uporabo jezikovnih znakov Vigotski imenuje »signifikacija« - označevanje, in prav to najbolj loči človeka od živali
- označevanje ne izvira neposredno iz možganov, temveč iz zunanje družbene stvarnosti človeka
- s tem, ko osvojimo uporabo znakov, osvojimo tudi diskurzivni odnos do sebe, tako da vplivamo na sebe podobno kot vplivamo na druge ljudi
- šele, ko človek obvladuje lastne duševne funkcije s pomočjo znakovne samostimulacije, je prešel k družbenemu in kulturnemu bivanju
- šele socialna interakcija otroka z drugimi ljudmi vzbudi v njem sposobnost za uporabo znakov

- misel je v osnovi vedno ponotranjeni dialog
- komuniciranje je za V. Prednostna oblika dejavnosti, iz katere se s ponotranjenjem razvijejo višje duševne funkcije človeka
- govor s samim seboj je še nerazvita oblika dialoga s samim seboj, ker se otrok še ne more diferencirati od svojega okolja (ni individualiziran)
- ko se posameznik dovolj individualizira pa izgine potreba po »egocentričnem« govoru
- glavni razvojni moment pri otroku je tedaj, ko poskuša otrok nekaj storiti, vendar pa lahko to stori le ob pomoči odraslih
- osnovna teza simbolnih interakcionistov je, da način, na katerega ljudje odgovarjamo na jezikovne simbole, odločilno vpliva tako na razvoj sebe kot na družbo, v kateri živimo (medosebno komuniciranje je osnovna človeška dejavnost)

Kurt Lewin in teorija skupinske dinamike

- teme kot so sodelovanje, tekmovanje, povratne informacije, konflikti in reševanje le teh,...so področja, ki izvirajo iz te tematike
- »psihološko polje« ali življenjski prostor – v njem so združeni mentalni, emocionalni in motivacijski osebni dejavniki in v katerem se oblikujejo odnosi posameznika z okoljem
- posameznikov jaz in njegovo socialno okolje sta bistvena sestavna dela tega polja
- težnja psihološkega polja je, da ostaja v ravnotežju in se ohranja
- čeprav ima vsak posameznik svojo različico tega polja, privedejo zlasti skupinske interakcije do medsebojne uskladitve individualnih psiholoških polj v življenjski prostor skupine

Carl Hovland – prepričevalno komuniciranje

- zanimale so ga predvsem zakonitosti oblikovanja in spreminjanja mnenj v prepričevalnem procesu
- ugotovil je, da prepričevalno komuniciranje sicer mora upoštevati osnovne zahteve in lastnosti sporočevalcev, sporočil, medija, prejemnika in zaželenih stališč, vendar pa na odziv javnosti bistveno vplivajo predvsem posebne značilnosti sporočevalca (njegova verodostojnost, privlačnost in socialna moč)

Gregory Bateson, Paul Watzlawick in sistemska teorija komuniciranja

- sistemska teorija komuniciranja temelji na treh hipotezah:
 - da vsako komuniciranje izhaja iz odnosnih in interakcijskih procesov
 - da ima vsako človeško vedenje komunikacijsko vrednost
 - da so duševni problemi posledica motenj v komuniciranju
- osrednji pojmi sistemske teorije komuniciranja so:
 - pojmem interakcije (in z njo povezana recipročnost, povratna zveza)

- pojem konteksta (je celota pravil, ki določajo komunikacijsko situacijo)
- pojem metasistema (družina kot sistem, partnerski odnos kot sistem,...torej imamo opravka s hierarhijo sistemov, kjer višja raven npr. družina vpliva na nižjo raven npr. družinskega člana)

- osrednja načela systemske komunikacijske teorije so:

- načelo totalitete (interakcija kot obojestranski proces – soočenje želja, potreb vseh vpletenih v komunikacijo)
- načelo povratnih informacij (pozitivni vodijo k utrjevanju komunikacijskih dejanj in negativni s prizadevajo k slabitvi)
- načelo ravnotežja (komuniciranje si prizadeva za pravila in stabilnost v odnosih)

Razvoj psihologije komuniciranja

Edward Hall – neverbalno komuniciranje (50. leta)

- postane eminentno območje komuniciranja

Erwing Goffman – igralna teorija socialne interakcije (60. leta)

- socialno interakcijo razume kot svojsko uprizorjanje igre, performans, ki ga na enostrani določata okolje in publika, na drugi pa namere akterja, da na druge naredi ustrezen vtis, ki je v skladu z njegovimi namerami in željami
- skupinsko vedenje velikokrat potrebuje tudi »vzpodbujevalce«

Vodilni pristopi (80.leta)

- pojavila se je močna potreba po preseganju razlik med različnimi pristopi v teorijah komuniciranja
- pojavijo se: teorija zmanjševanja negotovosti, narativne oblike komuniciranja, dialoške....

Vodilni pristopi (90. leta)

- nova področja so se pojavila npr. v zdravstvu, v vsakdanjem življenju, uporaba interneta, ...

Kognitivna predelava sporočil

- proces kognitivne predelave sporočil je od vseh procesov najbolj podvržen psihološkim dejavnikom (nanj odločilno vplivajo dejavniki zaznavanja, kategoriziranja, mišljenja, doživljanja – seveda v skladu s socialnim in komunikacijskim kontekstom)
- rezultat predelave sporočil je:
 - subjektiven (zaznave, predstave, prepričanja)
 - objektiven (živimo v svetu, ki ga sami konstruiramo – kognitivni rezultat)
- predelava sporočil je osrednja adaptivna in regulativna človekova sposobnost
- zajema vse dejavnosti uskladiščenja informacij v človekovem duševnem aparatu: pridobivanje, selekcijo, organiziranje, interpretiranje sporočila

- predelava sporočil nam omogoča, da interpretiramo sporočila in naredimo socialne interakcije in komunikacije smiselne

Kategorizacija sporočil

- zaznavanje je ključ do človekovih izkušenj
- zaznavanje ni samo posledica vtisov, ampak je pravzaprav njihova interpretacija
- zaznavanje zajema naslednje kognitivne procese:
 - sprejemanje in selekcija sporočil
 - kategoriziranje in organizacija sporočil
 - primarna interpretacija sporočil
- tradicionalno govorimo o petih kanalih, po katerih sprejemamo sporočila (vid, sluh, okus, vonj in taktilni občutki)
- pri selekciji sporočil uporabljamo naslednje strategije:
 - delitev sporočil na pomembna in nepomembna
 - neobčutljivost do določenih sporočil
 - prilagajanje novih sporočil že obstoječemu kognitivnemu aparatu
 - tipizacija in stereotipizacija sporočil
- sprejemanje sporočil usmerjata dva procesa, ki odločilno vplivata na njihovo zaznavanje:
 - pozornost na nova sporočila
 - izrinjanje neprijetnih in ogrožujočih sporočil (vidik samoobrambe)
- represija ali izrinjanje novih sporočil pa je strategija, ki novim sporočilom preprečuje pot do zavesti (pomeni ignoriranje novih dražljajev)
- kategorizacija je najpomembnejši kognitivni proces
- kategorizacija pomeni razvrščanje sporočil v našem mentalnem sistemu v različne skupine ali kategorije
- s tem pospešimo proces organizacije in predelave novih sporočil in si poenostavljamo interpretacijo
- čim bolj specifična in homogena je kategorija, bolj je informativna

Tipične kategorije, prototipi in stereotipi

- zaznavanje je selektivni proces
- prototip je generalna kategorija, ki vsebuje različne podkategorije
- stereotipi so preveč tipizirane sodbe (proces poenostavljanja sporočil, so tudi vrednotenja in lahko postanejo orodje političnega in ideološkega presojanja)

Modeli kategorizacije

Model vzorčnih primerov

- dopušča večjo variabilnost v isti kategoriji; lahko namreč razvijemo različne vzorčne modele, lažje povežemo različne značilnosti (karierni in ambiciozni, ambiciozni in pošteni)

Prototipski model

Ljudje npr. vedo, da sodijo osebnostne značilnosti ambiciozni in karierni bolj skupaj kot pa ambiciozni in pošteni, vendar nam te informacije prototipi ne dajejo.

Razlagalni model

- ljudje razvrščamo informacije v določene kategorije tudi ob pomoči primerjav dane kategorije z drugimi sorodnimi kategorijami in ob pomoči razmerij med sporočili iste kategorije

Narativni model

- pomemben je tedaj, ko gre za narativne zgodbe, pripovedi, razlage
- novinarji na podlagi sporočil delajo novinarske zgodbe

Kognitivne sheme, scenariji, epizode

Kognitivne sheme (in kategorije)

- kognitivne sheme so kognitivne organizacije znanja o določeni osebi, objektu, socialni situaciji
- vsebujejo temeljna in tipična znanja, izkušnje o objektih oz. situacijah pojem kognitivne sheme in kategorije sta si podobna (pojem sheme je nekoliko širši)
- kategorije so bolj posamični pojmi, predstave
- kognitivna shema osebe npr. vključuje značilne lastnosti osebe, odnose med temi lastnostmi, razmerja z osebo, ki jo kategorizira
- npr. ker ga imamo za zaupanja vredno osebo, ga sprašujemo za nasvete
- razlikujemo sheme oseb, sheme sebstva, sheme vlog, sheme dogodkov, sheme brez vsebine
- pogosteje uporabimo sheme, ki slonijo na fizičnih ali čustvenih ključih (starost, privlačnost)

Skripti

- so kognitivne sheme situacij, dogodkov, dogajanj, ne samo posamičnih informacij ali dejanj
- to so zaporedja vedenjskih oblik, zapisanih v kognitivnih shemah

Epizode

- so enote ali sekvence v skriptih

- poznamo zaprte (izdelan je skoraj celoten scenarij situacije), odprte (popolnoma odprta situacija) ali definirane epizode (so odprte in udeleženci se pogajajo o pravilih, s katerimi bi jih zaprli)

Oblikovanje pomenov in interpretacija sporočil

- v fazi interpretiranja sporočil gre za proces podeljevanja pomena oz. smisla prejetemu sporočilu
- Charles Osgood: ljudje razumemo sporočila tako, da se spomočjo notranjih reprezentacij pomenov sporočil odzivamo nanje
- Tristopenjski model kognitivne reprezentacije in oblikovanje pomena sporočila po Osgoodu:
 - projekcijska raven (ljudje sporočilo zgolj zaznamo in spontano reagiramo nanj)
 - integracijska raven (s pomočjo različnih asociacijskih povezav)
 - reprezentacijska raven (še le na njej se oblikujejo pomeni)
- pomembna stopnja v procesu kognitivne predelave in interpretiranja sporočil je razumevanje relevantnosti sporočil (model kodiranja in model izpeljevanja)
- vsako komuniciranje ima dve ravni namer (informacijsko in komunikacijsko)

Kognitivni konstrukti in pristranskosti v interpretacijah sporočil

- kognitivni konstrukti so mentalni sistemi, ki nam pomagajo interpretirati sporočila, dogodke, situacije in oblikovati odgovor nanje
- s pomočjo kognitivnih konstruktov osmišljamo dogodke, ki jih doživljamo, podeljujemo jim pomen v širšem kontekstu pomenov in smislov
- kognitivni konstrukti imajo socialni izvor, naučimo se jih v interakcijah z drugimi ljudmi
- kolikor več kognitivnih konstruktov nekdo poseduje, toliko višja je njegova kognitivna diferenciacija, toliko več razlik v dani situaciji zazna (boljši v empatiji so)
- kategorije, prototipi, kognitivne sheme, scenariji pomagajo svet prepoznati kot bolj obvladljiv in manj nevaren ter ogrožujoč
- na splošno velja, da je točnost v presoji drugih oseb določena sposobnost, ki je močno odvisna tudi od stabilne in realne podobe o sebi
- do izkrivljanja pride tudi zaradi prevelike posplošitve ali stereotipizacije
- predvsem je točnost zaznavanja odvisna od zmožnosti vživljanja v druge

Komunikacijski slogi

- komunikacijski slog je način, kako govorimo in delujemo, ko hočemo posredovati kakšno svoje sporočilo drugim ljudem

- sporočevalec poleg svojih primarnih sporočil pošilja še določena »stiliska« sporočila (tudi neverbalno komuniciranje, ton glasu)
- komunikacijski slog sestavljajo določene spremenljivke: dominantnost, prepričljivost, sproščenost, pozornost, odprtost ali prijaznost
- retorična občutljivost je sposobnost, da se oseba prilagodi pričakovanjem komunikacijskih partnerjev ali javnosti (retorični individualisti, konformisti ali retorično občutljivi)
- proces komuniciranja zahteva poleg znanja jezika še socialna oz. situacijska znanja
- socialno znanje delimo na vsebinsko in proceduralno znanje (kako ravnati v situaciji)
- kako se proceduralno znanje povezuje z reprezentiranjem vedenja (proces aktiviranja in proces združevanja)
- aktiviranje je proces izbire določenega postopka iz množice možnih
- združevanje postopkov pa poteka skozi oblikovanje začasnih koalicij vedenjskih potez

Socialna konstrukcija pomenov

- po Vigotskem se vsaka stopnja v razvoju otroka pojavi najprej med ljudmi, torej na družbeni ravni in kasneje na individualni ravni, torej znotraj osebe
- v umu posameznika ni ničesar, kar ne bi že prej obstajalo v umu ljudi
- kognitivni procesi so ponotranjeni družbeni procesi, ne pa naravni procesi človeške zavesti in mišljenja

I. TEORIJE, MODELI, PARADIGME KOMUNICIRANJA

Značilnosti teorijskega kroga in vrste teorij

- teorijo lahko z najsplošnejšega vidika opredelimo kot poskus sistematičnega odgovora na vprašanja, ki nas vznemirjajo
- sistematični odgovori so lahko na osnovi vsakdanjih izkušenj in zato govorimo o *laičnih teorijah*

- lahko pa raziskujemo teorije po ustaljenih znanstvenih postopkih in merilih
- ločimo abstraktne, empirične, komunikacijske teorije,...
- faze:
 - spraševanje ali eksploracija
 - faze opazovanja
 - faze opisovanja
 - osrednja faza teorijskega kroga je faza empiričnega preverjanja ali verifikacije
 - ko pride do potrditve empiričnih hipotez pa pridemo v fazo teoriziranja

Teorije komuniciranja

- so osrednje oblike celostne organizacije in celostnega prikaza znanja o komuniciranju in relevantnih podatkov o komuniciranju, zbranih z različnimi raziskavami

Metateorije komuniciranja

- temeljni okviri filozofske, epistemološke, sociološke, psihološke refleksije, kritike in vrednotenja komunikacijskih teorij

Paradigme komuniciranja

- so temeljni vzorci oblikovanja komunikacijskih teorij, ki izpostavljajo skupne ontološke, epistemološke in rednotne usmeritve

Modeli komuniciranja

- so poenostavljeni prikazi komuniciranja ali določenih vidikov, faz komuniciranja
- v raziskovanju komuniciranja poznamo več modelov: linearni model komuniciranja, interakcijski model komuniciranja, transakcijski model komuniciranja in spiralni model komuniciranja

Linerni model komuniciranja

- v osnovi je sestavljen iz treh sestavin: sporočevalec, prejemnik in sporočilo
- podrobneje opiše še kanal komuniciranja
- prejemnik mora dekodirati informacijo in šele takrat je komunikacija uspešna

Interakcijski model

- dopolnjuje linearnega s krožnostjo in samonanašanjem
- vsakdo je lahko sporočevalec in prejemnik sporočil, vendar ne sočasno oboje
- bistven člen tega modela je povratna zveza med sporočevalcem in prejemnikom, ki jo povzroča ustrezen odgovor prejemnika na sporočilo sporočevalca

- ta model se nanaša tako na verbalne kot neverbalne signale in številne različne kanale komuniciranja, po katerih lahko sočasno komuniciramo

Transakcijski model

- komunikacijski proces je oblika socialne kooperacije
- sporočevalec in prejemnik sta medsebojno odgovorna za učinek in supešnost komuniciranja

Spiralni model komuniciranja

- gibanje po vijačnici, kjer je vsak zavoj vijačnice večji od predhodnih
- v tem gibanju se sicer nenehno pojavljajo krožna gibanja, vendar na vedno višji ravni
- gibanje vijačne oblike je določeno s predhodnimi krogi, vendar se postopno osvobaja krogov predhodnega reda
- vijačno gibanje ponazarja proces učenja

Narativna paradigma komuniciranja

- izhaja iz teze, da smo ljudje v bistvu pripovedovalci zodb in da se bolj pustimo prepričati dobrim zgodbam kot pa dobrim argumentom
- ključna pojma narativne paradigme sta *naracija in narativna racionalnost*
- pojem narativne racionalnosti se nanaša na sredstva, s katerimi presojujemo zgodbe
- osnovni merili narativne racionalnosti pa sta *notranja koherentnost zgodbe in točnost zgodbe oz. zgodbena zvestoba*

III. DEL: JEZIK, GOVOR IN KOMUNICIRANJE

O znakih in pomenih znakov

- komuniciranje med ljudmi predpostavlja skupen simbolni sistem sporočil, ki jih pošiljamo drug drugemu
- simbolni sistemi so skupni vsem ljudem določene kulture
- temeljna sredstva simbolno posredovane interakcije so *znaki* (najpogostejši znaki v človeškem komuniciranju so besede)
- znake lahko delimo na različne načine (Pierce):
 - signali (znak, ki izzove našo pozornost in določeno dejavnost)
 - simboli (znaki, ki predstavljajo določene stvari in pojave)
 - ekspresije (znaki, ki izražajo naša notranja stanja)

- še bolj uveljavljeno je razlikovanje med naravnimi in umetnimi znaki (umetni znaki ali simboli in naravni znaki – indeksi in ikone)
- ikona je znak, ki poseduje značilnost, ki jo postavlja za pomenljivo, čeprav njen objekt nima nujno dejanske eksistence (slučajna črta s svinčnikom – predstavlja npr. premico)
- simbol pa je znak, ki sloni na naši pripravljenosti, da jih uporabljamo za znake nečesa
- pri vseh znakih pa je nujno potrebna možnost in sposobnost interpretacije
- najstarejši simbolni sistemi so rituali in obredi
- rituali so zgrajeni na pravilih in konvencijah, delno pa tudi na posebnih indeksih (čiščenje sonca, moč ognja,...)
- pri simbolih predpostavljamo določeno stopnjo ujemanja njihovega pomena pri različnih uporabnikih istih simbolov
- pomen znakov ustvarjamo ljudje v svojih kulturah in kontekstualnih okoljih
- verbalni jezik nam s produkcijo besed za stvari omogoča, da se pogovarjamo o neobstoječih stvareh, ki so zgolj v naših predstavah, domišljiji, ali o pojmih
- komuniciranje sloni na družbeni delitvi pomenov; obenem pa se pomeni ustvarijo in izražajo v komuniciranju
- do socialne delitve simbolov pride v skupnem socialnem izkustvu in skupni rabi simbolov v socialnih skupinah, ki uporabljajo te simbole v komunikaciji med svojimi člani (pri tem predpostavljamo, da vsi akterji komuniciranja na določen način interpretirajo, razlagajo simbole)
- interpretiranje pomenov je konstrukcijski proces
- simboli tudi nimajo trajnega pomena; pomen je odvisen od številnih družbenih dejavnikov, od odnosov moči, od vladajočih ideologij, od situacij

Družbena vloga jezika in govora

- verbalni jezik je človekov najpomembnejši simbolni sistem (ni pa le simbolni sistem, je tudi družbeni sistem, je socialna institucija)
- Ferdinand de Saussure
Uvede pomembno razliko med jezikom kot simbolnim sistemom (*la langue*) in jezikom kot živim govorom (*la parole*)
 - pod *la parole* sodi vse ustvarjalno v govoru (npr. svobodna kombinacija besed)
 - *la langue* pa je kodificiran in družbeno utrjen način govora
- govor je najpomembnejše sredstvo socialnega vplivanja in delovanja
- verbalni jezik je simbolni sistem, je sistem znakov, ki nosijo kulturno določene in utrjene pomene
- jezik izraža posebnosti okolja in družb, v katerih se je razvil (in obratno)

- struktura verbalnega jezika je edinstvena; sestavljena je iz enot – glasov (te se kombinirajo in povezujejo v besede, te pa v stavke, ki izražajo sklenjene misli in ideje)
- jezik nam omogoča, da ustvarjamo nove stvarnosti
- jezik nam omogoča misliti na nov in bolj kompleksen način
- verbalne kode so samonanašalne; jezik lahko pojasnjuje samega sebe, lahko komuniciramo o načinu, kako komuniciramo
- jezik pogosto uporabljamo za to, da premagamo tišino in se obvarujemo pred neznanim
- jezik nam omogoča, da izražamo čustva in upravljamo z njimi
- z jezikom lahko razkrijemo ali prikrijemo misli, motive, namene
- jezik nam omogoča, da vzpostavimo stike, odnose ali pa se jim izognemo
- jezik nas usposablja za to, da razvijamo in ohranjamo identiteto
- jezik lahko uporabimo, da posredujemo ali prikrijemo informacije
- jezik je moč in instanca oblasti (prepričevanje, nadzorovanje, dominiranje, vplivanje)
- jezik omogoča tudi metakomuniciranje (komuniciranje o komuniciranju); z jezikom raziskujemo komunikacijski proces

Intersubjektivnost jezika in pomenjanja

- namere, cilji, razlogi, premisleki, smisli in pomeni, s katerimi identificiramo situacije, ne obstajajo »objektivno«, tako kot stvari zunaj nas, torej nimajo fizične stvarnosti in tudi ne fizikalne vzročne sile
- jezik ni zaseben, vseskozi je intersubjektivni, družben
- vsako jezikovno pravilo, lahko uporabljamo le kot člani iste jezikovne skupnosti, ki ji je pravilo znano

Mutualizem oz. socialna teorija pomenjanj

- po tej teoriji obstajajo pomeni in smisli v družbeni skupnosti, ne pa v glavah posameznikov
- človekova dejanja, vključno z jezikovnim izražanjem, imajo svoj pomen le v določeni kulturni življenjski obliki
- mutualizma ne zanima, kako so pomeni dani, temveč kako naj nanje gledamo
- besede, ki jih govorimo, imajo svoj pomen zato, ker igrajo smiselno vlogo v človeški skupnosti
- človeški govor ni mehaničen, jezik pa ni mehanizem
- intersubjektivnost je torej tisti svet, v katerem ljudje dejansko živimo

Struktura jezika, govora in pomena

- verbalni jezik lahko raziskujemo na različnih ravneh njegove ureditve: na ravni fonemov, morfemov, besed, izjav ali tekstov
- ločimo dve vrsti semantičnega pomena:

- denotativni pomen (javni, konvencionalni pomen)
- konotativni pomen (oseben, individualen, pogosto čustveno nabit pomen)
- obvladovanje semantike jezika je pomembno (ne da se kompetentno komunicirati brez obvladovanja besedišča jezika)
- besede seveda redko uporabljamo izolirano, ponavadi se pojavljajo v urejenih frazah in stavkih (sintaksa jezika)
- potrebujemo še znanje o tem, kako smiselno in smotno uporabljati jezik v različnih komunikacijskih situacijah (pragmatska raven komuniciranja)
- pri uporabi jezika nas ponavadi vodijo določeni nameni in cilji (kar skušamo doseči z govorom imenujemo govorna dejanja«)
- primeri govornih dejanj so: prošnje, vprašanja, grožnje, zagotovila, ukazi, napovedi, obljube,..
- če nam stavki pomagajo določiti pomen besed, potem nam govorna dejanja pomagajo oblikovati pomene stavkov (poznati pomene stavkov pa pomeni ustrezno reagirati nanje)
- v govoru se moramo podrežati množici formalnih in neformalnih pravil, ki nam šele omogočajo, da izrečemo tisto, kar nameravamo
- J. Bavelas: »diskvalificirana sporočila« - izrečemo jih tedaj, kadar se hočemo izogniti temu, da bi npr. prijatelju iskreno povedali, da je nekaj naredil slabo (ne želimo povedati ničesar jasnega)

Raba govora, govorna kompetenca in stili poslušanja

- zato da bi govorili drug z drugim, moramo znati navezati medsebojni stik; tu sta nujno potrebni spretnosti: da znamo nagovoriti drugega, da ga znamo poslušati
- ljudje pri nagovoru sledimo dvema jezikovnim normama
 - statusna norma (npr. formalna oblika govora, če gre za osebo, ki ima višji status kot mi)
 - solidarnostna norma (ravna se po razliki v zaupnosti pogovora)
- do konflikta lahko pride, kadar se prepleteta (prijateljstvo z osebo višjega statusa)
- za kompetentno jezikovno komuniciranje potrebujemo poleg spretnosti pri uporabi jezika tudi spretnost za sprejemanje jezika, torej poslušanje
- poznamo tri sloge poslušanja:
 - k vsebini orientirani poslušalci (zanima jih predvsem vsebina sporočil)
 - k ljudem orientirani poslušalci (naravnani so na razpoloženja drugih in odgovarjajo tako na razpoloženja kot na sporočila drugih)
 - k aktivnostim orientirani poslušalci (orientirajo se k ciljem in dejavnostim; predvsem jih zanima, kakšen odgovor zahteva določeno sporočilo, usmerjeni so k delu)
 - na čas orientirani poslušalci (postanejo nestrpni, če nekdo »izgublja čas« - govori počasi ali na dolgo; dragoceni so, ker znajo hitro odreagirati)
- poslušanje lahko delimo tudi na:

- informacijsko poslušanje (trudimo se sprejeti inf. na enak način, kot so bile podane)
- kritično poslušanje (presoja kakovosti sporočil)
- empatično poslušanje (cilj poslušanja je svetovati, pomagati drugemu rešiti neko osebno težavo)
- značilnost dejavnih poslušalcev je, da uporabljajo več metod, s katerimi dosežejo in vzdržujejo pozorno poslušanje (parafriziranje, komentiranje, spraševanje, neverbalno komuniciranje)
- obvladovanje in poznavanje jezika (jezikovna kompetenca) se ne izčrpa s poznavanjem besed in slovničnih pravil, temveč vključuje tudi sposobnost uporabe ustreznih izrazov in pravega načina govora v vsaki situaciji, sposobnost za predvidene reakcije drugih ljudi

Witgenstein o jeziku in govoru

- zanj je jasnost prikaza vrednota sama po sebi
- ukvarja se z našo sposobnostjo, zmožnostjo, da nadaljujemo jezikovne dejavnosti z drugimi ljudmi, da lahko sledimo pravilom ali da lahko odgovarjamo na vprašanja drugih, z zmožnostjo reagiranja ali dajanja odgovorov na vedenje drugih ljudi tako, da to omogoča nadaljevanje naših medosebnih odnosov
- zanimal ga je jezik kot vsakdanja dejavnost ljudi (jezikovne igre)
- primeri jezikovnih iger: spraševanje, odgovarjanje, opisovanje dogodkov, reševanje problemov

Austinova in Searlova teorija govornih dejanj

Austin:

- po Austinovem mnenju je vsak človeški govor neko delovanje, vsebuje določen motiv, cilj in dosežek (z besedami torej nekaj storim!)
- Austinova teorijska inovacija:
 - konstativi (obsegajo širok razred deskriptivnih in kognitivnih izjav – »Danes bo lepo vreme.«)
 - performativi (trdilne izjave, ki so podane v prvi osebi ed. Ali množ., ničesar ne povedo pač pa nekaj dosežejo – »Obsojeni ste na eno leto zapora.«)
- kasneje je Austin ugotovil, da so vse izjave, ne samo performativi, govorna dejanja; zato kasneje deli govorna dejanja na: lokucijska – izražajo stanje stvari, perlokucijska – z njimi vplivamo na poslušalca, da nekaj naredi in ilokucijska – govorno dejanje tu učinkuje s svojo konvencionalno močjo)

Searle:

- razlikuje štiri vrste govornih dejanj:
 - propozicijska dejanja (izjave, ki opisujejo stvari)
 - ilokucijska dejanja (govorec želi izpolniti kakšno svojo namero do druge osebe)

- perlokucijska dejanja (tista, ki jih spremljajo določena druga dejanja govorca ali/in poslušalca)

Intencionalnost govora in komuniciranja

- teorija govornih dejanj predpostavlja, da komuniciranje vedno spremlja neka komunikacijska namera, in sicer da nekomu nekaj sporočimo
- v zvezi z namernostjo moramo razlikovati med:
 - perspektivo sporočevalca
 - perspektivo prejemnika sporočila
- poslušalec, ki razume komunikacijsko namero poslušalca, mora najprej razumeti, da mu sporočevalec s svojim komunikacijskim dejanjem namerava nekaj sporočiti (šele nato se mu lahko pridruži razumevanje pomena tega, kar sporočevalec pove)
- bistveno pa je, da se v uspelem komuniciranju oba ujameta, da poslušalec dojame prav to, kar sporočevalec namerava (sporočevalec pa namerava prav to, kar poslušalec dojame)

Koordiniranje govornih dejanj

- za medsebojno koordinacijo je seveda potrebna določena medsebojna usklajenost interpretacij govornih dejanj
- za Searla je govor delovanje v skladu z določenimi pravili vedenja
- Searl razlikuje dve vrsti govornih pravil:
 - konstitutivna pravila (kako prepoznati univerzalna govorna dejanja)
 - regulativna pravila (kako prepoznati govorna dejanja, ki nastanejo v določenem družbenem kontekstu)
- govor, ki se popolnoma ravna po pravilih je »idealizirani govor«

Teorija koordiniranega upravljanja s pomeni

- ljudje komuniciramo na podlagi bolj ali manj izrecno oblikovanih pravil, ki nam pomagajo razumeti, kaj se dogaja v komuniciranju in kaj hočejo doseči naši sogovorniki s svojim govorom
- konstitutivnih pravil govora se naučimo skozi vsakdanjo interakcijo z drugimi osebami
- sčasoma posamezniki ponotranjijo nekatera od teh pravil in ta postanejo trdna vodila v njihovem delovanju
- koordiniranje pomeni povezovanje dejanj ene osebe z dejanji drugih oseb, tako da vsi vpleteni čutijo, da ima zaporedje dejanj nek smisel, notranjo logiko in da ustreza situaciji
- manko skupnih pravil, tako konstitutivnih kot regulativnih, je eden od glavnih razlogov za krizo medosebnih odnosov; na primer, kako se soočiti z nesporazumi in konflikti

- kadar so konstitutivna in regulativna pravila interakcije med seboj usklajena poteka komuniciranje gladko in prijetno za vse udeležence

Kontekstualna pravila govora in komuniciranja

- teorija kontekstualnih pravil ali »teorija pravil« izhaja iz teze, da si moramo ljudje med seboj deliti skupna pravila za uporabo simbolov, če naj uspešno komuniciramo
- eno poglavitnih načel te teorije je načelo dejavnosti, po katerem moramo človeško komuniciranje opazovati kot ustvarjalno dejavnost
- domneva teorije pravil je tudi, da so pravila vezana na določene tipične situacije, v katerih se moramo ali se je primerno ravnati po njih
- razlikujemo tri pojmovanja pravil: pravilom preprosto sledimo, pravila sprejemamo, pravila smotrno uporabljamo
- pravila so predpisi in zato narekujejo smer delovanja in neupoštevanje teh smeri lahko vodijo do motenj komuniciranja
- pravila so kontekstualna; ne nanašajo se samo na posamezen dogodek, obenem pa ne smejo biti tako široka, da bi se nanašala na karkoli

Konverzacijska analiza in analiza diskurza

- poleg vprašanja, kaj se dogaja v procesu komuniciranja, se nujno postavlja še vprašanje, kako udeleženci pogovorov izvajajo svoja govorna dejanja
- za konverzacijsko analizo predstavlja diskurz obsežnejšo enoto pogovora o določeni temi
- konverzacijsko analizo zanima človeški pogovor, in sicer: kdo, kako, zakaj in kdaj govori (raziskuje npr. pogovor, ki se je odvijal na srečanju s prijatelji, telefonske pogovore, pogovore o zaposlitvi, pogovore z zdravnikom – zajema govorne in pisne oblike)
- konverzacijska analiza (analiza pogovora) izhaja iz tradicij fenomenološke sociologije in etnometodologije, ki so razvile metode za beleženje tega, kako ljudje organizirajo in vodijo svoje vsakdanje življenje
- za etnometodologe je zato zelo pomembno raziskovanje, kako ljudje uporabljajo svoj jezik v vsakdanjih pogovorih
- ponavadi skušajo govorci s svojim pogovorom doseči kak skupen cilj in morajo sodelovati in usklajevati pogovor, da ta teče dalje
- analiza pogovorov skuša dognati, kdaj in kako govorcem ta koordinacija uspe in kdaj in zakaj ne
- ena od temeljnih predpostavk konverzacijske analize je, da so konverzacije stabilne in urejene
- v vsakem pogovoru se od udeležencev pričakuje, da vedo za namen pogovora in za osnovna pravila pogovora

- pri tem so za raziskovalce najbolj pomembne naslednje poteze pogovorov: začenjanje in končavanje govornih sekvenc, prekinitve v govoru, sekvence molka, prekrivanje v govorih, kršitev pravil, poskusi vnovične vzpostavitve pravil pogovora
- najpomembnejši vidik pogovorov pa je pogovorna skladnost
- pogovorna skladnost pomeni povezanost in smiselnost pogovorov
- kontekstualna pravila določajo tipe jezikovnih dejanj v odvisnosti od vsebine stavkov in od sintaktične strukture izjav
- upoštevati moramo torej kontekste izjavljanja (v tem primeru pa moramo poznati značilnosti kontekstov, npr. pogoje o tem, katere izjave so v določenih okoliščinah primerne
- Grice: najpomembnejši pogoj za uspešen pogovor je, da dosežemo sodelovanje (zahteva kvantitete – ne preveč informacij, zahteva kakovosti – ne zavajanje, zahteva relevance – komentarji sodijo h kontekstu, zahteva sloga – govorec naj bo jasen in nedvoumen)
- Ena najbolj pogostih koristnih kršitev govornih implikatur je posredni govor (številni obrazci vljudnega govora terjajo posredni govor, ki pa krši določene govorne zahteve – »malce že«)

Izpeljave pomenov sporočil iz kontekstov govora

- jezik se sistematično gradi iz besed in stavkov, vendar sega daleč nad njimi
- problem pomena se nanaša na to, kakšne informacije lahko izrazimo z govornimi strukturami in kakšne operacije omogočajo ljudem izražanje in interpretiranje teh informacij
- problem dejanja se nanaša na to, kako v komuniciranju združujemo sporočila
- pri izdelovanju sporočil se ljudje odločamo o tem, kaj ima smisel in kaj ne, kaj bo delovalo in kaj ne
- problem koherence predstavlja povezavo problema dejanja in problema pomena; gre za vprašanja, kot so: kaj so prepoznavno smiselni in urejeni vzorci in odnosi med jezikovnimi elementi ter kakšna načela vladajo nad oblikovanjem teh vzorcev
- ko ljudje uporabljamo jezik, ponavadi subtilno in natančno razumemo drug drugega
- pojavi nejasnosti, dvoumnosti, prevar, zmede izhajajo iz javnih in ne zasebnih kvalitiet diskurza

Organizacija pogovora in komuniciranja

- v pogovorih nekako pričakujemo, da bo dejanju določene vrste kot prvemu členu para, sledilo določeno dejanje kot drugi člen para, sledilo določeno dejanje kot drugi člen para
- pomembno je, da so v pogovorih tudi občasne majhne prekinitve, obdobja molka, predstavljajo pomenljive znake, ki izražajo neko komunikacijsko namero
- sogovorniki se morajo dogovoriti o pravilih, ki so za vse čimbolj sprejemljiva
- ljudje gojimo določena pričakovanja o tem, kdaj in v kakšnih okoliščinah lahko določena oseba vstopi v pogovor, kdaj naj konča svoj obrat in podobno

- v primerih nepopolne usklajenosti med govorniki glede začenjanja novih govornih obratov lahko pride do *začasnega prekrivanja govora*, ko govorita dve ali več oseb naenkrat
- najbolj kompleksni pogovori s prekrivanjem so spori
- spore spremlja sočasni govor več oseb, strastna poseganja v govor drugih, neverbalne geste, čustveni izbruhi, krajši ali daljši molk...
- analiza pogovorov kaže, da ti niso le intelektualna dejavnost, ki bi se odvijala po jasnih in logično preglednih pravil govora
- ljudje vključujemo v pogovore svoja čustva, strasti, ki poganjajo komunikacijo z drugimi osebami
- na splošno velja, da imamo osebe, ki govorijo večkrat in dlje časa kot drugi, za bolj avtoritativne, za večje izvedence, za bolj vplivne kot tiste, ki govorijo manj in krajši čas

Jezikovni determinizem in jezikovni relativizem

- jezik, kultura in način mišljenja ljudi so tesno povezani med seboj

Edvard Sapir in Benjamin Lee Worf

- hipoteza o jezikovnem determinizmu
 - jezikovne navade določajo izbiro interpretacije
- hipoteza o jezikovnem relativizmu
 - ljudje iz različnih jezikovnih okolij doživljajo svet različno, različno vrednotijo stvari in dogodke okrog sebe, drugače sodijo o njih, na kratko rečeno, imajo »različen pogled na svet«
- Sapir in Worf sta svojo teorijo gradila na proučevanju jezikov in kultur ameriških Indijancev in na podlagi svojih analiz prišla do ugotovitve, da je mišljenje glede na jezik relativno
- razlike v jeziku nam ne govorijo samo, kako naj govorimo, ampak tudi, kaj naj govorimo
- tezo o jezikovno – kulturnem relativizmu lahko razumemo kot »*jezik deteminira misel*«
- podobna tezi o kulturni relativnosti jezika je teza o socialni relativnosti jezika

Teorije jezikovnega prilagajanja

- jezik ne izraža le razlik v družbenih statusih oseb, o katerih govorimo in ki govorijo, temveč tudi solidarnost, občutljivost do drugih
- to jezikovno prilagoditev imenujemo »*jezikovna konvergenca*« (s tem pojavom se ukvarja teorija komunikacijskega prilagajanja) → starši prilagajajo svoj govor otrokom

- princip jezikovnega prilagajanja pa deluje tudi v nasprotni smeri – če se želi nekdo distancirati od drugih, privzame strategijo »*jezikovne divergence*« (govori tako, da poudari razlikovanje od drugih, npr. pubertetniki, ki razvijejo svoje žargone)
- divergenca je toliko bolj poudarjena težnja, kolikor bolj žive in opazne so razlike med skupinami (divergenca pogosto pomeni preprosto zavračanje partnerja in ne toliko zvestobe)

Moč imena in poimenovanja

- moč jezika je pravzaprav že v tem, da poimenujemo stvari (s tem ustvarimo nadzor nad njimi)
- osebna imena so več kot le način identificiranja osebe
- ljudje bolje sprejemajo osebe, katerih imena je lahko izgovarjati, ki so blagozvočna in ritmična, kot osebe, ki imajo težko izgovorljiva imena

Žargon kot specializirana jezikovna koda

- različne generacijske, subkulturne socialne skupine uporabljajo različne jezikovne kode, fraze, načine izražanja in se že po tem razlikujejo med seboj
- zlasti nekatere skupine izoblikovano subkulturo ali podobnimi interesi gojijo posebne oblike vsakdanje govorice (tem oblikam pravimo »*sleng*«)
- slengu je podoben »*žargon*« , to je specializiran slovar in specializirana koda, ki deluje kot neke vrste jezikovna okrajšava, ki jo uporabljajo ljudje s podobnimi skupnimi izkušnjami (jezikovno – interakcijska ekonomija)
- žargon je sestavljen iz dveh temeljnih izrazov: strokovnih in čustvenih
- strokovni žargon: z njim povečaš svoj ugled, moč, status
- čustveni žargon: poln čustvenih izrazov (npr. bejba, fensi,..)
- žargon je zelo pogosto sredstvo ideološkega izražanja, zlasti tam, kjer se veže na vzorce oblastnega govora, stereotipnega identificiranja z referenčno skupino
- žargoni se na sploh radi povezujejo s skrivnostnimi izrazi, katerih pomen ni jasen ali sploh ni znan
- na splošno se žargon kot »*skrivnostni govor*« pojavlja tam, kjer hočemo z njim izraziti ali poudariti svojo moč, izzvati strah ali občudovanje
- ideološka vloga žargonskega govora je jasno razpoznavna tedaj, ko izraža občutek superiornosti govorca oziroma skupine, ki ji govorec pripada ali ji želi pripadati
- seveda obstajajo tudi bolj samosvoje in ustvarjalne oblike žargonov (npr. ustvarjalni žargoni ustvarjalnih manjšin, ki opozarjajo na svoje posebnosti)
- k iluziji o bogastvu in inovativnosti žargonov prispevajo tudi tehnike pačenja besed
- žargon odlikuje dokajšen avtomatizem govora, kar ustreza podobno utečenim in nereflektiranim socialnim odnosom med ljudmi

- na splošno velja, da je, kolikor tesnejši so odnosi med sporočevalcem in prejemnikom sporočila, toliko bolj specifična njuna raba jezika (ljubimci razvijejo svoj žargon)
- skupinski žargon omogoča osebam, da se čutijo povezane s skupino in se jasno razlikujejo od drugih skupin, torej lažje branijo svojo skupinsko identiteto
- toda tudi sprememba posameznih socialnih situacij včasih terja spremembo jezikovne kode
- že po poudarku sogovornika lahko razumemo, kakšen odnos želi imeti do nas

Kritična in retorična analiza diskurzov

- v diskurzu ni glavni cilj resnica in cilj analize diskurzov ni analiza resničnosti izjaljenega

Michael Foucault

- jezik od vsega začetka razvoja subjekta oblikuje njegovosebstvo, predvsem s tem, da subjektu nalaga različne zavestne in nezavedne podobe sebstva
- podobno tudi vsako zgodovinsko obdobje skozi svoje oblike diskurza oblikuje subjekte, ki ji pripadajo
- diskurz ne zajema le človeškega govora, temveč tudi pisne, neverbalne oblike, kot so arhitektura, grafikoni, zemljevidi,..
- ljudje niso subjekti diskurza
- človek je pravzaprav šele nedavna iznajdba
- ne zavrača dejstva, da ljudje ustvarjamo diskurze, zavrača samo predstavo, da smo vsemogočni subjekti diskurzov
- trdi celo nasprotno, da jezik oziroma oblike diskurza oblikujejo načine, kako biti oseba, sebstvo
- oblast ni funkcija institucij temveč diskurza
- kritična analiza diskurza je vedno kritika dominantnih oblik znanja ali tudi »dekonstrukcija«
diskurzov, analiza skritih protislovij v diskurzih,...

Michael Billig

- retorična analiza diskurzov → ukvarja se s procesi argumentiranja, z retoričnimi praksami v vsakdanjem ali znanstvenem govoru in preko tega razkriva ideološke značilnosti diskurza
- pravzaprav je že vsak argument v prid kaki stvari implicitno tudi argument proti nasprotnim pogledom
- Billig rad razkriva tihi avtoritarizem, ki se skriva v na videz objektivnem in vrednotno nevtralnem prikazu »dejstev«
v znanstvenih diskurzih, npr. v socialnopsiholoških tekstih
- Raziskoval je npr. nacionalistične in rasistične diskurze, ki s evežejo na angleško rojalistično tradicijo
- Izkaže se, da ideologija in politika nista ločeni domeni, temveč sta neločljivo vpisani v vsakdanji govor in subjektivnost

Oblastni govor, ideološki govor

- Sapir – Whorfova hipoteza dokazuje, da »*jezik oblikuje naše razumevanje sveta*«
- jezik nam omogoča, da naredimo kak del stvarnosti pomemben s tem, ko ga poimenujemo; omogoča nam tudi, da naredimo kak del stvarnosti nepomemben, ker ga ne poimenujemo
- jezik nam omogoča, da si zamišljamo nove dimenzije sveta in da si prizadevamo za vstop vanje
- že Mead je ugotovil, da besede niso namenjene samo poimenovanju, ampak da vsebujejo delovnanjske načrte
- besede nam ne povedo samo, da stvari obstajajo, ampak usmerjajo tudi naše misli, občutke in delovanje
- znani so poskusi totalitarnih sistemov, ki so poskušali z »novim jezikom«, z izumom birokratsko – ideološke latovščine spremeniti način mišljenja ljudi
- ker je jezik tako tesno povezan z mišljenjem in vedenjem, seveda pomeni, da tisti, ki nadzoruje jezik, nadzoruje tudi mišljenje in vedenje

Pierre Bourdieu

- v svojih analizah družbenih razlik med razredi je opazil vrsto strategij, s katerimi se ohranjajo razredne razlike v družbi
- ena od močnih strategij je prav strategija jezika, ki ga uporabljamo
- pripadniki srednjih in višjih slojev si prizadevajo za bolj formalno govorico, ki ohranja distanco do lastnih in tujih čustev in občutij (gojijo spodoben jezik)
- pri nižjih slojih pa je navzoče zavračanje 2finih manir«
- te razlike se kažejo tudi v telesnih držah, gestah, mimiki govorcev
- s stališča podrejenih razredov je prisvajanje dominantnega govornega sloga odrekanje svoji družbeni in tudi spolni identiteti; ker po njegovem mnenju »moške« vrednote pretežno konstruirajo pripadnost delavskemu razredu, se ženske iz nižjih slojev lažje identificirajo z dominantno kulturo
- oblastni in ideološki govor temelji na togosti miselnih in govornih procesov
- temeljno orodje ideološkega govora je mistifikacija (primer so tendenčne, pristranske in zavajajoče razlage zgodovine)
- ideološko delovanje govora sloni na stalnih zmožnostih jezika, da z njim lahko mistificiramo razmere, o katerih govorimo
- značilnost ideološkega govora je tudi ponavljanje istih oblik govora: stereotipi, žargon, ...

Jezik in govor utišanih skupin

- posledica tega, da e ena družbena skupina nadzoruje jezik drugih skupin je, da se izkušnje drugih skupin ignorira ali razvrednoti

- ženski govor je v številnih kulturah utišán zaradi dominance moških (obratno pa v zasebnosti prevladujejo ženski glasovi)
- družbeno je seveda bolj usodna nemost v javnosti kot pa v zasebnosti
- umanjajo celo besede za izražanje čustev in občutkov žensk, ker moški, ki so dominirali v tem javnem prostoru, pač niso imeli potrebe, da bi se besedišče jezika razvilo v tej smeri (bil za ž. Spol - in ne bila)
- raziskave kažejo, da so za ženske obrazni izrazi, govorne pavze in telesne geste pomembnejša sredstva komuniciranja kot za moške
- jezik uporabljamo, da obvladamo in nadzorujemo življenski svet, vendar če nismo pozorni nanj, jezik nadzoruje nas – jezik lahko torej emancipira ali zatira

IV. DEL: NEVERBALNO KOMUNICIRANJE

Značilnosti neverbalnega komuniciranja

- le del našega komuniciranja z drugimi ljudmi se dogaja na eksplicitni jezikovni ravni
- komuniciramo pravzaprav s celotnim telesom, npr. z gestami, mimiko, z izrazom na obrazu
- vendar celo znotraj jezikovnega komuniciranja poznamo komuniciranje »ob jeziku«; namreč s pomočjo čustvenih poudarkov, krikov, s sekvencami molka med besdami
- neverbalna sporočila niso preprosta zamenjava za jezik, saj sorazlike med obema oblikama sporočanja prevelike, da bi ena oblika lahko povsem zamenjala drugo
- razumevanje neverbalnih sporočil in reagiranje nanje poteka ponavadi mnogo bolj avtomatsko in neposredno kot pri verbalnem sporočanju
- neverbalna sporočila dojemamo kot bolj verodostojna od verbalnih in jim bolj zaupamo
- neverbalna sporočila so filogenetsko in ontogenetsko starejša
- neverbalna sporočila so čustveno močnejša
- izrazi na obrazu so najbolj univerzalni signali prav zaradi svoje pomembnosti v komuniciranju »iz oči v oči«
- simbolna neverbalna sporočila so naučena in ponavadi izražajo lokalne pomene, vezane na posebne subkulture, skupine, pare
- neverbalna sporočila so kontinuirana in ciklična: geste in telesni gibi prehajajo drug v drugega brez začetka in konca; zato se zdi, da so bolj naravni del našega bivanja v svetu
- neverbalno komuniciranje lahko hkrati uporablja več kanalov, verbalno pa je omejeno na en kanal v času in prostoru; če je sporočilo poslano po več kanalih hkrati, je vpliv intenzivnejši
- neverbalno komuniciranje je prevečkrat definirano kot dodatek verbalnemu, spregledamo pa samostojno vlogo neverbalnega komuniciranja
- resnično intimnost dosežemo z neverbalnim komuniciranjem; z govornico oči, telesno bližino, dotikom
- neverbalna sporočila imajo torej tudi samostojno komunikacijsko vlogo

- tudi kultura postavlja meje jezikovnemu izražanju; kadar nas kulturna pravila omejujejo v verbalnem govoru, si očitno pomagamo z neverbalnim komuniciranjem

Opredelitve neverbalnega komuniciranja

- neverbalno komuniciranje kot ustna in telesna sporočila, ki imajo za druge sporočilno vrednost

Procesi in dinamika neverbalnega komuniciranja

- neverbalni signali so integralni del kreiranja pomena v komuniciranju
- stisk roke je npr. zavesten uvod v nadaljnje komuniciranje; ostaja pa tudi obilica neverbalnih kanalov in sporočil, ki jih je nemogoče nadzirati ali misliti o njih
- neverbalna sporočila so ponavadi večpomenska in jih je težko interpretirati enoznačno
- raziskave kažejo, da imajo več enoznačnih sporočil pozitivna čustva, kot so ljubezen, sreča, zadovoljstvo, kakor negativna, kot so strah, žalost, jeza
- nekatere oblike neverbalnega komuniciranja, kot so gibi rok in obrazna mimika, so navzoče ne glede na navzočnost prejemnika informacij
- zaupanje verbalnemu ali neverbalnemu komuniciranju je odvisno tudi od tega, katera komunikacijska funkcija je v dani situaciji pomembnejša
- verbalni znaki so bolj pomembni za sporočanje o dejstvih, za izobraževalno in bolj abstraktno komuniciranje, neverbalno komuniciranje pa je bolj pomembno za odnosno in ekspresivno komuniciranje
- neverbalni signali upravljajo z nepogrešljivimi kontekstualnimi pogoji za sprejemanje sporočil, in sicer:
 - neverbalni znaki usmerijo pozornost k viru sporočila (pogled pritegne poslušalca)
 - spremljanje mimike obraza in gibanja ust govorca lahko poveča razumevanje
 - neverbalni znaki podpirajo semantično in sintaktično raven komuniciranja
- že vsakdanji pogovor »videti je verjeti« govori o pomenu neverbalnih sporočil v medsebojni interakciji in opozarja tudi na to, kako jezikovni slog vpliva na prepričljivost sporočil

Govorica telesa, telesni jezik

- pravila neverbalnega jezika niso tako stroga kot pravila verbalnega jezika
- znaki neverbalnega jezika ponavadi nimajo trdno določenega pomena; njihov pomen je močno odvisen od konteksta in od drugih verbalnih in neverbalnih znakov, ki so povezani v pomenljiv sestav
- kazanje z roko na predmete ali kretnje, ki prikazujejo določen predmet, ustrezajo npr. imenom v besednem jeziku, gibi, mimika pa ustrezajo glagolom)

Tipologija neverbalnih sporočil

- s pogledi, kretnjami, glasovi lahko komuniciramo istočasno
- vsi neverbalni znaki se razvrščajo v tri skupine:
 - znaki neposrednosti in zaupanja (kontakt pogledov, dotik)
 - znaki nadzorovanja (prekrižane roke)
 - znaki aktivnosti (kimanje z glavo)

Glas, objektivni ali paralingvistični znaki

- gre za tisti del neverbalnega komuniciranja, ki se izraža z glasovnimi modulacijami
- to, kar sporočamo z jezikom, je verbalno sporočilo, kako to sporočamo pa objektivno ali paralingvistično sporočilo
- nekateri izrazi glasu; npr. naglas, individualna kvaliteta glasu, melodija, jakost glasu, sicer spremljajo govor, vendar niso pomensko povezani z njim
- nekateri objektivni znaki imajo v komuniciranju samostojno vlogo, ki ni nujno vezana na verbalno sporočilo (npr. jok, stokanje, smeh, žvižganje, vzdihovanje)
- nekateri objektivni znaki so tesno povezani z verbalnim govorom (poudarki v govoru, ritem govora, višina glasu in hitrost govora)
- prozodične znake uporabljamo ponavadi sočasno (v višjih tonih govorimo glasneje)

Pogled in menjava pogleda

- oči niso samo instrument za sprejemanje sporočil, ampak imajo tudi samostojno komunikacijsko vlogo (pogled je eden najpogostejših in najbolj učinkovitih neverbalnih signalov)
- pogled ima predvsem tri vloge: čustveno oz. ekspresivno, regulativno oz. urejevalno, nadzorovalno

Govorica obraza in izrazi obraza

- obraz je zelo pomemben medij za izražanje in sporočanje osnovnih človeških čustev, veselja, žalosti, presenečenja, strahu, jeze, gnusa
- za te izraze je značilno, da trajajo kratek čas in se konstantno spreminjajo ter prehajajo drug v drugega

Geste

- med najbolj znanimi oblikami telesnega jezika so geste
- geste imajo tudi najbolj jasen in najbolj določljiv slovar
- poznamo pet vrst različnih gest:

- emblemi - imajo jasen in samostojen pomen (prst kot znak za zmago)
- ilustratorji – nimajo samostojnega pomena, njihov pomen je vezan na govor (primer kimanja)
- čustveni prikazi – izražajo naša čustva in občutke (meče se na tla od jeze)
- regulatorji – pomagajo nadzirati komunikacijsko situacijo (nakazujemo željo po prekinitvi pogovora in se pomaknemo malo naprej)
- adaptorji ali prilagojevalne geste – zajemajo tiste telesne gibe, ki nam pomagajo obvladati zaskrbljenost, napetost v odnosih ali se navajati na nove situacije (stresemo se, če nas zebe)

Telesni videz ali komuniciranje z videzom

- tudi naša fizična pojavnost je izjemno močno sporočilo drugim ljudem
- delo na videzu lahko poudarja pozitivne značilnosti telesa, povečevanje fizične privlačnosti, izkazovanje pripadnosti socialnemu sloju,...

Telesni stik, dotik

- medsebojno dotikanje ljudi sodi v prvih letih otrokovega življenja med najpomembnejše neverbalne signale in zajema velik del odnosov med starši in otroci v zgodnjem otroštvu
- dotiki sodijo med najbolj dvoumne oblike neverbalnih sporočil (njihov pomen je močno odvisen od narave odnosov)
- v zahodni kulturi dotik največkrat povežemo z intimnostjo, vendar lahko signalizira tudi dominantnost nad partnerjem, ritualno vlogo pri prizorih srečanja, pogosto pa signalizirajo tudi statusne razlike med ljudmi

Telesna razdalja, upravljanje s časom v komuniciranju

- razdalja med govorcema mora ustrezati ravnotežju odnosov oziroma intimnosti med njima

Komunikacijski prostor

- če se v prostoru počutimo prijetno, komuniciramo bolj sproščeno in bolj učinkovito
- pomembnost prostorskega komuniciranja se kaže tudi v tem, da so številni izrazi za označevanje socialnega položaja vzeti iz prostorskih pojmov, npr. visok položaj, vladajoča pozicija, osrednja figura,...
- prostor je tudi instrument za doseganje nadzora nad določenimi skupinami (ječe za kriminalce)
- prostor: osebni prostor, zasebni prostor, situacijski in javni prostor

- osebni prostor ima vsaj dve vlogi: varovanje intimnosti, komunikacijska vloga
- občutek za osebni prostor se še posebej aktivira v gneči (če s ev gneči ne moremo izogniti telesnim stikom, se izogibami vsaj očesnim stikom)
- za človeka je izjemno pomemben tudi zasebni prostor (prostor doma)
- najširši in najmanj oseben je javni prostor

Upravljanje z zasebnostjo v komuniciranju

- osebna ureditev prostorov ima v komunikaciji pomembno vlogo
- že kraj, kjer stoji pisalna miza, signalizira tistemu, ki vstopa v pisarno, določeno naravnost posestnika tega prostora
- še predno se začne komuniciranje, lahko značilnosti prostora, kjer se odvija pogovor, in ureditev prostora partnerjem v pogovoru signalizirajo, za kakšno komunikacijo bo šlo
- štiri glavne dimenzije zasebnosti:
 - fizična zasebnost
 - socialna zasebnost
 - psihološka zasebnost
 - informacijska zasebnost

Neverbalni jezik kot podpora verbalnemu

- čeprav sta oba res tesno povezana, ima neverbalno komuniciranje tudi povsem samostojno vlogo (pomembno je v številnih vsakdanjih ritualih, kot je npr. pozdravljanje, izražanje čustev)
- nobena od teh vlog ni povsem rezervirana za neverbalno komuniciranje, vendar je neverbalno sporočanje tu v prednosti, ker te vloge opravlja mnogo hitreje in bolj neposredno kot govor
- nekatera neverbalna sporočila služijo skupnostnim namenom; prometni znaki npr. urejajo promet
- pomembna oblika javneganeverbalnega komuniciranja so določene oblike umetniške zvrsti, kot je likovna, plesna umetnost, arhitektura...vendar je neverbalno komuniciranje kot oblika komuniciranja vendarle najpomembnejše v medosebnem komuniciranju
- dopolnjevalne oblike govora z govorico telesa: ponavljanje, zamenjava, dopolnjevanje, nadomeščanje,,,,
- ponavljanje pomeni, da sporočilo, ki je bilo poslano po verbalnem kanalu pogosto ponovimo še neverbalno (»peljite kar naravnost« in to pokažemo še z roko)
- zamenjava: kadar neverbalna sporočila zamenjajo verbalna (nestrinjanje lahko izrazimo z odkimavanjem ali pa z »ne«)
- poudarjanje: neverbalna sporočila uporabljamo tudi usmerjajo, nadzorujejo potek verbalnega komuniciranja

- nadzorovanje: ker neverbalnih sporočil nimamo v celoti pod nadzorom, so tudi svojevrsten nadzorni mehanizem za verbalna sporočila, so opozorilo za njihovo verodostojnost
- vzporednost in sočasnost verbalnega sporočanja in telesnega izražanja omogočata, da se človeško komuniciranje in oblikovanje odnosov polarizira na iskreno in neiskreno izražanje, na govor resnice in laži, na vzbujanje zaupanja in dvoma, na izražanje zvestobe in varanja
- najbolj uspešno prikrivajo resnico »profesionalci«: igralci, odvetniki, diplomati, trgovci,...
- varanje je mogoče najbolj kompleksen proces neverbalnega sporočanja; sporočila, ki si jih izmenjujemo tako verbalno kot tudi neverbalno, so redkokdaj resnična

V. DEL: ČUSTVENO KOMUNICIRANJE

Čustva

- niso samo notranja stanja osebe
- niso samo fiziološki odzivi organizma na dražljaje iz okolja, ampak so svojska oblika komuniciranja med partnerji
- so svojski odzivi na dejanja partnerjev, ki jih sporočamo drug drugemu z neverbalnimi gestami
- čustva niso le nekaj, kar se ljudem preprosto zgodi, temveč so dejanja, ki jih izvajamo
- čustva postanejo stvar neposredne verbalne razprave med partnerjema, kadar se partner ne odziva ustrezno na naša neverbalna sporočila, ko ne sprejme svojega dela odgovornosti za nastalo čustveno situacijo, kadar želimo vplivati na partnerjeva čustva
- čustva delujejo v socialnem svetu tako, da spreminjajo dogodke, ne samo, da se nanašajo nanje
- čustva tako močno delujejo na ljudi, ker so navzoča v vsakem pogovoru, v vsaki interakciji, v vsakem odnosu

Izražanje čustvenih sporočil

- izražanje čustvenih sporočil ima pragmatično dimenzijo
- spodbuja bodisi kognitivne, čustvene ali vedenjske odgovore drugih
- upravljanje s čustvi je del samopredstavljanja oseb in upravljanja s sebstvom

Čustvene sheme, prototipi in scenariji

- določajo se v strukturi vednosti
- reprezentirajo se v prevladujočih kulturnih in družbenih vzorcih o vedenju in komuniciranju ljudi

- obstajajo velike medkulturne, socialne in medosebne razlike v izražanju čustev in strasti ter upravljanju z njimi

Čustveno komuniciranje

- čustveno komuniciranje je lahko spontano, pragmatično in strateško, kot je vse komuniciranje
- kadar so čustvene informacije kompleksne, posebej pri tako imenovanih socialnih čustvih, kot je ljubosumje, krivda, sram, ponos, ljubezen, se čustveno komuniciranje še bolj podreja socialnim in odnosnim normam in interakcijskim zapovedim
- čeprav se zdi, da je neposredno izražanje čustev za razvoj medosebnih odnosov najboljše, pa smo včasih v situaciji, ko je t.i. dvoumno komuniciranje čustev, najboljša strategija
- dvoumno komuniciranje → gre za nejasno izražanje čustev, ki ga uporabimo takrat, kadar bi vse druge možnosti pripeljale do negativnih posledic, kot bi morda razbile odnos, ranile partnerje

VI. ODNOSNO KOMUNICIRANJE

Značilnosti odnosnega komuniciranja

- vsak komunikacijski proces poteka na ozadju socialnih odnosov; to pomeni socialnih interakcij in njihovega simbolnega oz. pomenskega presežka (vendar velja tudi obratno, da socialni odnosi »potekajo« in ne le »obstajajo«)
- to dogajanje zajema verbalno in neverbalno komuniciranje, poteka tako na zavedni kot nezavedni ravni, je namerno ali spontano
- komuniciranje je socialni proces, v katerem se dogaja nenehen medsebojni vpliv komunikacijskih partnerjev
- transakcijska narava komuniciranja pomeni, da je vsako komuniciranje do neke mere edinstveno
- komunikacijska situacija nastopi z določenimi ljudmi, v določenih fizičnih in socialnih razmerah in v določenem času
- dogodki in procesi se začanjajo in končujejo v času oz. še točneje, konec enega dogodka ali proces je začetek drugega

Sporočevalna in odnosna funkcija komuniciranja

- celo v najbolj neosebnem komuniciranju smo v realnem ali vsaj v virtualnem odnosu do sporočevalcev, s katerimi vodimo vsaj virtualni dialog
- govorimo o »personaliziranju komuniciranja« → celo najbolj formalen govor vsake toliko časa prekinjajo osebne intervencije sporočevalcev v obliki obverbalnih ali neverbalnih sporočil, s katerimi sporočevalec nehote kaže in vzpostavlja odnos do prejemnikov sporočil

- odnosna raven komuniciranja najbolj neposredno izraža in tudi uteleša naše medosebne odnose, posredno pa vse druge oblike odnosov med ljudmi
- zlasti neverbalno izražanje spontano inducira določene odnosne naravnosti med osebami, ki komunicirajo
- *sporočevalna funkcija komuniciranja* označuje semantično vsebino sporočila, nanaša se na to, *kaj sporočamo*, *odnosna funkcija komuniciranja* pa določa pragmatično vrednost sporočila
- odnosni vidik določa, kako razumeti sporočilo, in sicer glede na odnos med udeleženci komunikacijske situacije (»Ali to misliš resno?«)
- reprezentacija je sporočanje informacij o dogodkih, stvareh v svetu okrog nas drugim ljudem
- prezentacija je predstavljanje samega sebe v odnosu
- reprezentacije uporabljajo poljubne znake z različnimi pomeni, prezentacije pa t.i. ikone, ki niso povsem poljubni simboli, temveč so vezane na situacije
- prezentacijski oziroma odnosni in reprezentacijski oziroma vsebinski vidik komuniciranja se razlikujeta tudi v logičnem statusu
- reprezentacije so lahko resnične ali neresnične, prezentacije pa so lahko samo skladne ali neskladne s skupno sprejetimi normami in vlogami
- v medosebnem komuniciranju se vsebinska in odnosna raven komuniciranja najbolj neposredno povezujeta med seboj (pogovor med ljudmi je pogovor med »jaz-i« in »ti-ji«, nikakor ne zgolj govor v tretji osebi)
- osebna vpletenost kot posebna kvaliteta odnosnega komuniciranja vodi do domneve, da je bolj kot kvantiteta, to je število udeležencev, pomembna kakovost odnosov med njimi in da je ravno medosebna vpletenost tisto, kar loči medosebno komuniciranje od vseh drugih oblik komuniciranja
- ni pravega načina odnosnega komuniciranja
- odnosno komuniciranje omogoča tako konstruiranje kot refleksijo odnosov
- s tem, ko govorimo drug z drugim, definiramo svoje identitete in si izpogajamo medosebne odnose ter odnose do sveta
- tudi odnosno komuniciranje je proces, v katerem ljudje izdelujemo pomene in jih delimo z drugimi, razvijamo odnosno kulturo
- odnosi se spreminjajo v času
- odnosni komunikacijski slog osebe je odvisen od kontekstualnih dejavnikov, kot so socialne, kulturne značilnosti, spol, življenjske izkušnje, dejavnosti, vrednostne orientacije, življenjski slog

Vzorci odnosnega komuniciranja

- včasih se vzorci odnosnih komunikacij tako utrdijo, da postanejo vloge partnerjev v odnosu vedno bolj ekstremne in v tej ekstremnosti otrdijo (govorimo o odnosni spirali)
- spirale so pogoste v primeru »kompetitivne simetrije«, kjer oba partnerja »tekmujeta« med seboj za določen cilj
- odnosna spirala je torej lahko progresivna ali regresivna
- progresivna je npr. v primeru, kadar večje zaupanje in pozornost ene osebe do druge vodi k večjemu zaupanju in pozornosti druge osebe do prve, torej do recipročnosti zaupanja
- žal so tovrstne spirale občutljiva zadeva in se lahko hitro sprevržejo v negativno spiralo, ko npr. ena oseba s svojim vedenjem nenadoma povzroči, da druga oseba izgubi zaupanje vanjo (tedaj tudi prva oseba izgubi zaupanje v drugo osebo, in tako se začne regresivna spirala rastočega nezaupanja)
- za vzdrževanje odnosov je torej nujno, da smo v komuniciranju pozorni na to, kaj nam sporočila povedo o odnosu, oziroma na to, kaj je njihova tema
- glavne odnosne teme so:
 - dominantnost in podredljivost (sporočila prednosti – govorijo, kdo je osrednja oseba v odnosu, kdo ima kakšne pravice v odnosu, sporočila dopustitve – dajejo ali odrekajo svobodo ali pravico nadzora in do opustitve želje po nadzoru)
 - čustvena odzivnost (kažejo našo odzivnost na vedenje drugih oseb)
 - čustvena stabilnost (sposobnost čustvenega nadzorovanja v komuniciranju in odnosu)
 - izražanje formalnosti (formalne epizode poudarjajo splošna, kulturno pogojena pravila vedenja, neformalne epizode kažejo na odstopanje od teh pravil)
 - delovno usmerjena sporočila (poudarjajo skupne cilje in naloge, ki jih želimo uresničiti v odnosih)
 - izražanje intimnosti (imajo največji potencial za definiranje odnosa)

Definicije odnosov in metakomuniciranje

- odnosne definicije so mentalni modeli odnosa, ki poimenujejo, interpretirajo in reflektirajo odnose
- druga definicija pa je, da gre pri definiciji odnosa za rezultat medsebojnih pogajanj o odnosu med partnerjema
- odnosna definicija je celota pravil o stopnji osebne vpletenosti partnerjev v odnos in o mejah zasebnosti vsakega izmed njiju, torej tega, kje so meje samorazkrivanja in zadržanosti
- na definicijo odnosa pogosto močno vplivajo splošne kulturne norme
- raziskovalci odnosne dinamike v komuniciranju govorijo o treh ključnih pravilih odnosnih definicij, ki se najbolj kažejo v odnosu med dvema osebama
 - odnosne definicije ustvarjata obe osebi v odnosu, ne posamezniki

- za odnosne definicije so ključni ponavljajoči se vzorci odnosov
- ni produktivno obtoževati posameznikov za to, kar se dogaja v odnosu
- kadar razpravljamo o odnosih, ponavadi uporabimo metakomuniciranje, to je metodo refleksije odnosov
- metakomuniciranje je pomembna metoda za konstruktivno reševanje konfliktov v odnosnem komuniciranju
- metakomuniciranje je tudi pot za okrepitev dobrih vidikov odnosnega komuniciranja; taka je npr. izjava »Zelo sem vesela, da si pohvalil moje delo pred šefom...«
- metakomuniciranje je komuniciranje o komuniciranju
- metakomuniciranje sodobni avtorji razumejo kot »namerno refleksijo komunikacijskih dejanj«
- metakomuniciranje je smiselna izmenjava, kako partnerji v komuniciranju doživljajo komunikacijsko dogajanje in predvsem drug drugega v tem dogajanju
- metakomuniciranje včasih poteka na neposredni, to je verbalni ravni, na primer, ko nas nekdo vpraša: »Na kaj ste hoteli s tem opozoriti?«
- vendar je metakomuniciranje najpogosteje implicitno in neverbalno
- v pogovoru torej ni pomembno le to, kaj povemo, temveč tudi, kako povemo
- če se metakomuniciranje odvija kot dialog med dvema osebama, mu rečemo »metadialog«
- odnosna dimenzija sporočil v ožjem smislu nas zadeva precej bolj osebno kot vsebinska dimenzija sporočil
- osebe, ki so nenehno deležne podcenjevanja, zavračanja ali so prezrte pogosto razvijejo negativno samopodobo in s tem drugim nehote omogočijo, da jih še naprej podcenjujejo
- metakomuniciranje je torej pomembnejše tedaj, kadar gre za ekspliciranje odnosne dimenzije oziroma odnosnih sporočil
- okvir odnosnega zaznavanja je namreč sestavljen predvsem iz:
 - mehanizmov projekcije
(pomeni, da svoje težave, zlasti svoje nezavedne konflikte in travme, ugledamo v drugih ljudeh; pogosto nas pri drugih moti to, kar je motečega v nas samih)
 - mehanizmov prenosa
(zajema neupravičeno, nerealistično zaznavanje in vrednotenje druge osebe, ki nastane pod nezavednim vplivom tretje osebe → recimo, da me nekdo s svojo zunanostjo zelo spominja na kakšno pomembno osebo iz moje preteklosti; te podobnosti se ne zavedamo, vendar se nanjo nehote odzovemo tako, kot bi se na osebo iz preteklosti)

Ritualno komuniciranje

- ritualne interakcije so posebej izrazite in pomenljive oblike socialnih interakcij
- vloga ritualov je v tem, da pomagajo ustvarjati in ohranjati zavezujoče simbole in vrednote
- ritualne interakcije so temelj družbenega življenja in komuniciranja

- v ritualnih interakcijah se izvaja, krepi in ruši človeška kultura
- potrebno je razlikovati med ideologiziranimi oblikami ritualov, ki so v funkciji obrambe družbenega reda, in vsakdanjimi ritualnimi interakcijami, ki so primarne, bolj dinamične in so namnjene vzdrževanju vsakdanjih odnosnih razmerij in odnosnega komuniciranja
- vsakdanji pogovor ni opis tega, kdo smo in kaj mislimo o partnerju, temveč ustvarja simbolno podlago za to, kar smo
- Collins loči: naravne interakcijske rituale (nastanejo spontano) in formalne (ceremonije)
- naravni interakcijski rituali so namenjeni vzbujanju sorodnih čustev med udeleženci, formalni interakcijski rituali pa so namenjeni širjenju in potrjevanju občutka pripadnosti skupinam in razmejevanju do drugih skupin
- naravni rituali so podlaga za nastanek medosebnih odnosov
- za vsakega človeka so najpomembnejše tiste ritualne interakcije, ki odločilno zaznamujejo njegovo življenje (to so dogodki, ki jih pomnimo vse življenje, ki dajejo smisel našim biografijam)

Samopredstavljanje in upravljanje z vtisi v komuniciranju

- vsaka naša izjava, komunikacijska gesta ali izraz nosi s seboj dve sestavini: informacijo o vsebini in odnos do sogovornika (lahko pa še tretjo dimenzijo : samopredstavitev)
- samopredstavljanje je podrejeno temu, kako razumemo svoje odnose z drugimi osebami, točneje temu, kako bi radi videli same sebe v odnosih z drugimi ljudmi, lahko samopredstavljanje razumemo kot del odnosne dimenzije v širšem smislu
- ko stopimo v stik z drugim, si skušamo čimprej ustvariti podobo o tem, s kom imamo opravka, kakšne osebne, socialne, čustvene značilnosti ima drugi (pri tem si pomagamo z izkušnjami, predstavami o vlogah, vtisi)
- stereotipne predstave se vedno bolj umikajo in do izraza prihajajo individualne značilnosti konkretnih oseb, s katerimi komuniciramo
- javne podobe o nas samih pomagajo drugim, da oblikujejo svoj odnos do sebe
- samopredstavljanje ali tudi upravljanje z vtisi o sebi je proces vplivanja na vtise, ki jih imajo drugi ljudje o nas (ponavadi si želimo ustvariti čimboljši vtis o sebi)
- niso pa izključene tudi negativne samopredstavitve, npr. tedaj, ko nekdo hoče, da bi drugim vlival strah, ko hoče na vsak način uveljaviti svojo premoč ali vzbuditi usmiljenje
- večinoma je samopredstavljanje podrejeno vsebinskemu in odnosnemu vidiku komuniciranja
- razlikujemo dve obliki samopredstavljanja:

predstavljanje

(udeleženci delujejo neodvisno drug od drugega, vendar tako, da se predstavljajo v svojih socialnih vlogah)

predstavljanje s sodelovanjem

(tu se partnerji razkrivajo drug drugemu in dejavno sooblikujejo samopodobo drug drugega)

Ohranjanje obraza

- eden glavnih rezultatov samopredstavljanja za posameznika je ohranjanje dobrega vtisa o sebi
- »obraz« je pozitivna socialna vrednota, ki jo posameznik učinkovito zahteva zase, z držo, ki jo je zavzel v določeni interakciji
- če naša običajna pričakovanja niso izpolnjena, se počutimo slabo, osramočeni, ranjeni
- koncept »obraza« ter z njim povezani pojavi »ohranjanja obraza«, »izguba obraza«, ...je eden tistih konceptov, ki so v zahodno raziskovanje prodrli z vzhoda, točneje s Kitajske
- vsakdo v socialni interakciji lahko ima: ima obraz, ima napačen obraz, nima obraza, izgubi obraz, ohrani obraz, podeli obraz
- najpogostejši način za zaščito pred napadom na obraz je izogibanje stikom in interakcijskim ter komunikacijskim situacijam, kjer bi se to ogrožanje pojavilo
- intenzivnost korekcije je ponavadi prilagojena intenzivnosti in vztrajnosti grožnje, tako, da se vzdržuje ravnotežje
- značilne sekvence izmenjave, s katerimi želimo popraviti vtise:
 - poziv in opozorilo osebe, da je prizadeta
 - ponudba osebe, da popravi škodo
 - oseba, ki ji je bila ponudba namenjena lahko ponudbo sprejme kot zadovoljivo in zopet vzpostavi odnos

Sooblikovanje podobe drugega

- samopredstavljanje je namenjeno temu, da drugi potrdijo samopodobo, kakšno si želimo prikazati
- drugi torej s svojimi odzivi vpliva na oblikovanje posameznikove samopodobe (zaželeno samopodobo lahko podpre ali zavrne)
- modeliranje drugega ne pomaga le izboljšati podobe posameznika o samem sebi ter pri drugih ljudeh, temveč lahko pripelje do nastanka in ohranjanja negativne samopodobe
- oseba, ki nenehno toži, modelira druge v vlogo svetovalcev, iskalcev rešitve proti njihovi volji
- osebe, ki bi rade tekmovali z drugimi, s svojim vedenjem pripravijo ljudi okrog sebe res do tega, da se začno vesti tekmovalno, čeprav so bili spočetka kooperativni (»Tudi jaz te vidim tako, kot se vidiš sam« → takšna potrditev je pomembna za pozitiven razvoj sebe)
- nekatere oblike zavračanja partnerjeve samopodobe so lahko celo zdravilne, na primer, kadar ima oseba A negativno podobo o sebi
- bolj kot negacija pa je za samopodobo pogubno prezrtje

- prezrtje je razvrednotenje drugega (nisi pomemben, zato te ne opazim)
- ljudje pogosto razvrednotijo tiste, ki jih imajo za odvisne od sebe (npr. otroke)
- običajna reakcija drugih ljudi na samoizničenje je zasebno odklanjanje (oseba s samoizničanjem v resnici doseže razvoj negativne podobe o sebi pri drugih ljudeh, čeprav je hotela doseči ravno nasprotno, t.j. negacijo svoje negativne podobe)

Odprtost in samorazkrivanje v odnosih

- samorazkrivanje pomeni preiščeno razkrivanje tistih informacij o sebi, ki so posamezniku pomembne in ki so drugim nedostopne, če jih posameznik ali posameznica ne razkrije
- samorazkrivanje je torej preiščeno; informacije, ki jih posredujemo, so pomembne (drugi ne morejo drugače priti do njih)
- razkrivamo se dobremu prijatelju, partnerju, zdravniku, pravniku,...
- v nekaterih kulturah zelo cenijo samorazkrivanje in v drugih ne
- samorazkrivanje je tesno povezano z izražanjem čustev, afektov in odnosih naravnosti (pomeni prostovoljno sporočanje informacij o zasebnem življenju)
- samorazkrivanje v komunikacijski situaciji ponavadi okrepi odnos
- posebej težavno je samorazkrivanje temnih skrivnosti o sebi, svojih napak, zmot, slabost (vemo, da je tu prisotno tveganje, da bo drugi to izkoristil)
- samorazkrivanje potrebuje pravo mero (nekateri osebe se dolgo upirajo samorazkrivanju, ko pa se enkrat nekemu le odprejo in zaupajo, ne poznajo mere in samorazkrivanje predozirajo)
- model samorazkrivanja je sestavljen iz širine (obseg socialnega prostora in ljudi, ki so zajeti v samorazkrivanju), globina (gre za zaupnost informacij, ki jih posredujemo o sebi, in se lahko gibljejo od razmeroma površnih do zelo osebnih)
- do samorazkrivanja ponavadi prihaja v medosebnem komuniciranju, v dialogu
- stopnja samorazkrivanja je odvisna od:
 - stopnje povezanosti in intimnosti z drugo osebo
 - primernosti situacije, prostora, časa za samorazkrivanje
 - tega, ali je razkrivanje obojestransko
 - tega, kolikšno je tveganje, povezano s samorazkrivanjem

Dvoumno izražanje in laž v komuniciranju

- samorazkrivanje temelji na iskrenosti in odkritosti
- z »belo lažjo« označujemo izjave, ki so popolnoma neškodljive ali imajo celo pozitiven učinek na odnose
- z belo lažjo npr. prikrijemo kako informacijo, ki bi lahko ogrozila samopodobo druge osebe v komunikacijski situaciji
- posledice razkritja laži so vedno travmatične in vedno ogrozijo odnos, ker ogrozijo temeljno kakovost odnosa – zaupanje

- dvoumno izražanje, izmikanje, je blažja oblika prikrivanja resnice (pogosto ga uporabljamo, kadar moramo sporočiti neprijetno novico ali kadar se izmikamo izjavi, ki bi prizadela odnos)
- izmikanje in dvoumno izražanje sta torej mnogo bolj prijazna kot pa hladna, trda resnica
- razlika med belo lažjo in dvoumnim izražanjem je v tem, da gre pri beli laži za potvarjanje dejstev in za laž, ki je delno upravičena; dvoumno izražanje pa pomeni, da ne izrečemo laži, čeprav tudi ne izrečemo resnice (izmikanje ni niti lažno sporočilo niti čista resnica)
- namigi so bolj neposredni kot dvoumno izražanje (»kaj ni to prekalorično?«)

Razvoj odnosov

- komuniciranje seveda še ne zagotavlja trdnejšega odnosa med udeleženci (lahko je samo bežno srečanje, trenutna izmenjava informacij, dejanj)
- vsaka interakcija tudi ne pripelje do razvoja odnosa med udeleženci
- medsebojni odnos zahteva namreč to, da osebe, ki sodelujejo v interakcijah, gojijo občutek in zavest o tem, da so v odnosu
- do medosebnega odnosa pride tedaj, ko obe osebi ustvarita duševno podobo svojega odnosa in se vedeta v skladu z njo
- v odnosu gre torej za »povezana« življenja
- socialni odnosi torej vsebujejo različne dimenzije interakcij, in sicer tako neposredne izmenjave kot tudi utrjene pomene teh izmenjav, predstave o drugem, čustven odnos do drugega (to pomeni, da socialnih odnosov ne moremo zožiti na obseg socialnih interakcij med osebami)
- s pomočjo interakcij ljudje proizvedemo podobe odnosov, ki imajo pomen tako za neposredno vpletene, kot tudi za druge ljudi
- prehod od socialne interakcije k socialnemu odnosu ni takojšen; je proces, ki poteka ponavadi v več fazah: izbira, pogajanje, sporazum, zavezanost, institucionalizacija
- izbira je proces, v katerem izberemo tiste ljudi, s katerimi si želimo stopiti v interakcijo
- pogajanje → tu partnerji že nastopajo z definiranimi pričakovanji, kaj naj vsak od njih daje in dobi v interakciji (to je tudi proces vedno globljega spoznavanja, oblikujejo pa se tudi pravila odnosa in vloge partnerjev v njem)
- sporazum → predpostavljamo, da vsak udeleženec sporazuma naredi pregled predvidenih koristi in izgub, ki bi jih imel, če se drži dogovora ali se ga ne drži
- zavezanost → ta vpletenost pomeni, da se ljudje čutijo odgovorne za odnos in za drugega, da so si bolj ali manj naklonjeni in da prevzemajo zadolžitve v odnosu
- institucionalizacija → pomeni simbolizacijo odnosa in omogoča kontrolo vedenja (v tesni zvezi z normami so tudi vloge partnerjev)

Psihološka dinamika odnosov

- med dejavniki, ki vzbujajo potrebo po druženju, psihologi naštevajo:

- potrebo po pozitivnem ovrednotenju sebe v očeh drugih ljudi
- potrebo po sodelovanju
- lažje preživljanje stresnih situacij v družbi, skupno prenašanje bolečine in nesreč
- delitev zaupanja, solidarnosti, varnosti, sreče z drugimi
- privlačnost je funkcija kvalitete odnosa med osebama, ki pomembno vpliva na začetek, na nadaljevanje in ohranjanje odnosa
- ljudje se nam zdijo privlačni zaradi svojih fizičnih in socialnih značilnosti (videz, sposobnosti)
- fizične in socialne značilnosti pomenijo podlago za naklonjenost, sposobnosti in dosežki pa so pomembni za spoštovanje druge osebe
- dve temeljni komponenti privlačnosti sta: naklonjenost in spoštovanje
- pomembna psihološka dejavnika, ki krepi občutek privlačnosti osebe v očeh drugih ljudi, sta samozavest in samospoštovanje, ki ju izžareva privlačna oseba
- za odnose je značilno, da se nenehno spreminjajo, spremembe in gibanje pa gredo vedno v novi smeri
- v realnem življenju se nenehno gibljemo od ene dimenzije odnosov k drugi ali od ene ravni odnosov k drugi (odnos kot krožna pot- spirala, kjer se partnerji vedno znova vračajo na začetek odnosa, vendar na novi ravni)
- ne moremo namreč izbrisati dobrih in slabih izkušenj, ki smo jih v vmesnem času doživeli
- v odnosu smo tedaj, ko se zavedamo skupne preteklosti odnosa in ko verjamemo, da ima ta odnos prihodnost
- zelo pomembno je tudi poimenovanje odnosa«, npr. poslovni, ljubezenski, prijateljski odnos
- interpretiranje dogodkov, ki jih sami doživljamo, vpliva na to, kako se odzivamo na dogodke in ljudi in kako se drugi odzivajo na nas
- v življenju odnosa si ustvarjamo skupinske predstave o odnosu (sčasoma in počasi se spremenijo)
- svoje spominske predstave nenehno primerjamo s splošnimi prototipskimi predstavami o tem, kako naj bi bil videti in kako naj bi potekal odnos določene vrste, z odnosnimi prototipi
- odnosni prototipi so sestavljeni iz jezikovnih oznak odnosa, značilnih lastnosti in posebnih komunikacijskih kazalcev odnosa
- značilne lastnosti so tiste, ki jih mora imeti nek odnos, če naj ga uvrstimo v določeno kategorijo odnosov (prijateljstvo npr. označuje medsebojno zaupanje)
- kolikor bolj napreduje medsebojna usklajenost med osebami v odnosu, toliko bolj soodvisne postajajo osebe v odnosu (osebe v odnosu izvajajo skupna dejanja)
- prepričanje že od vsega začetka pripada obema
- posesivnost, lastniški odnos do druge osebe ni nikoli primeren za razvoj odnosa
- tri vrste socialnih dejavnikov, ki vplivajo na odnose in jih sooblikujejo: kulturne norme in vrednote, obstoječe socialne mreže npr. sorodniške, družbenoekonomski pogoji

Soodvisnost, vzajemnost in odvisnost v odnosu

- o odnosnem komuniciranju govorimo šele tedaj, ko dve ali več oseb prostovoljno in trajneje sodelujejo v medsebojnih interakcijah, ki vključujejo smiselno interpretiranje njihovega verbalnega in neverbalnega vedenja
- temeljna značilnost odnosov je bližina, še več, soodvisnost partnerjev
- vzajemnost pomeni visoko stopnjo odvisnosti, pri čemer partnerji enako sodelujejo v oblikovanju odnosa, dajanju čustvenih in mentalnih podpor, samoodprtosti in zaupanja
- vzajemnost temelji na visoki stopnji medosebnega spoštovanja in lojalnosti
- vzajemnost partnerjev torej terjaja brezpogojni odnos, zaupanje med partnerji in čustveno angažiranje
- ni nujno, da soodvisnost prerase v vzajemnost (tak je primer med starši in otroki, ki je lahko odnos soodvisnosti, ne more pa biti odnos vzajemnosti)
- v odnosu je vedno navzočih več perspektiv: kaj jaz mislim o sebi, kaj drugi misli o meni, kaj jaz mislim o drugem, kaj drugi misli o sebi
- te perspektive se lahko cepijo še naprej: kaj jaz mislim, da drugi misli o meni, kaj mislim, da misli drugi, da jaz mislim o njem.....
- če nekdo nis sposoben za to, da se uzre skozi očidrugih oseb, potem preprosto ni sposoben za intimnejši odnos, ker mu manjka sposobnost vživljanja v druge ljudi
- različne interpretacije istega vedenja izhajajo delno iz različnih socialnih izkušenj, vtisnjenih v kognitivne sheme udeleženi, delno pa iz različnih socialnih kontekstov udeležencev
- kazalci vzajemnosti in intimnosti: ljubezen in sovraštvo, zaupanje, globina, vključevanje, intenzivnost in vpletenost, intimnost,...
- odnosno komuniciranje je lahko bolj instrumentalno ali bolj osebno in intimno
- »negovalno komuniciranje« lahko zajema komaj opazne geste, kot je npr. spontan dotik,...
- negovalno komuniciranje potrebujemo za razvoj pozitivne samopodobe in odnosov, za svetovanje in laično terapijo, za učinkovitejše sporazumevanje ali pa zaradi užitka
- negovalno komuniciranje zahteva pozornost in prilagoditev na konkretno situacijo pri vseh udeleženi osebah
- naše psihološko dobro počutje in zdravje sta vsekakor močno odvisna od naše sposobnosti za konstruktivno in učinkovito odnosno komuniciranje

Odnosna subkultura

- o subkulturi odnosa govorimo tedaj, ko udeležene osebe začnejo zaznavati in dojemati odnos kot pomembno in pomenljivo stvarnost, in to izražajo tudi skozi komuniciranje
- subkultura odnosa osmišlja odnos in povzroči, da je odnos več kot le vsota svojih delov

- subkultura odnosa vsebuje norme in pravila, predstave o odnosu, predstave o tem, kaj kdo počne in kaj kdo komu pomeni
- izpostavlja značilnosti, ki se skozi komuniciranje razvijejo in izrazijo v definiranih odnosih: poimenovanje odnosa, zgodba o odnosu, govorni slogi odnosov, identiteta odnosa
- poimenovanje odnosa se izraža v pomenih, ki za partnerja v odnosu postanejo skupni
- pomemben del subkulture odnosov so imena in metafore (zaljubljenca recimo govorita o viharnem odnosu ali o romantični zvezi)
- začetek subkulture odnosa je poimenovanje odnosa; vendar: eden trdi, da gre samo za prijateljstvo, drugi pa ima odnos za romantično ljubezen
- metafore in imena, ki pomagajo definirati odnose: zavezanost, vpletenost, delo, edinstvenost,
- partnerji v medsebojnih odnosih ponavadi med seboj delijo različne »zgodbe« o svojem odnosu
- zgodbe o odnosih omogočajo, da uredimo svoje spomine na preteklost odnosa in ker se odnosi nenehno spreminjajo, nam omogočajo tudi, da te spremembe spravimo v urejeno predstavo o poteku odnosa
- zgodbe o odnosu služijo več namenom: najprej so pomembne za osebo, ki jih pripoveduje, pomagajo razumeti zmedene občutke v odnosu, utrjujejo identiteto odnosa,...
- zgodbe o odnosu skušajo očarati poslušalce, jih poučiti ali se jih dotakniti
- zgodbe služijo tako za refleksijo preteklosti in sedanjosti odnosa, sugerirajo pa tudi prihodnost odnosa
- govorni slog v odnosig (on njej: »ti si moj sladkorček«)
- značilno govorni slogi: ljubkovalni vzdevki, izrazi čustev in afektov, oznaki, ki jih uporabljamo za druge zunaj odnosa (»ta stara«), soočenja (izražajo našo kritiko partnerja), zahteve ali rutine, seksualna povabila, draženje in ironija
- simboli za identiteto odnosa; osebe v odnosih uporabljajo posebne simbole za to, da označujejo značilnost odnosa, kakovost odnosa in čustveno angažiranost
- pet vrst odnosnih simbolov za prijateljske ali intimne odnose:
 - odnosna dejanja (značilni za par: npr. šale, vzdevki, kodne besede)
 - dogodki ali časi (npr. praznovanje prvega srečanja, poroke)
 - fizični predmeti (talismani, predmeti, ki spominjajo na skupne dogodke)
 - simbolična mesta (npr. restavracija, kjer se je par srečeval)
 - simbolični proizvodi kulture (glasba, plesi, filmi, knjige)
- ljudje intuitivno prepoznavamo pomen odnosnih simbolov (zaljubljena oseba lahko drugi osebi reče le eno besedo, in že se obe spomnita pomembnih dogodkov)
- partnerski odnos z visoko odnosno subkulturo temelji na nenehnem dialogu, zato da bi partnerja prišla do »skupne« stvari; točneje, da bi medsebojno uskladila svoje prostore svobode in zasebnosti z definicijami svojega odnosa

Konfliktno komuniciranje

- uspešen potek komuniciranja terja vodenje in medsebojno usklajenost vsebinskega in odnosnega vidika komuniciranja
- med tema dvema skrajnostima pa je več vmesnih, v vsakdanjem življenju mnogo bolj pogostih oblik razmerja med vsebinskim in odnosnim vidikom komuniciranja:
 - nesoglasja na vsebinski ravni, ki ne vplivajo na odnos
 - nesoglasja na odnosni ravni, ki ne vplivajo na vsebinsko raven
- najbolj ogrožujoče so zmede med vsebinskim in odnosnim vidikom komuniciranja (»če me imaš rad, mi ne boš nasprotoval«)
- posebno drastična oblika konfliktov med vsebinskim in odnosnim vidikom komuniciranja so »paradoksi komuniciranja« npr. *dvojne vezi* - gre za okoliščine, kjer to, kar govorimo, torej vsebinska raven komuniciranja, neposredno in logično nasprotuje odnosu, ki je pogoj za to komuniciranje (»Bodi sproščen!«)
- o konfliktih v odnosih govorimo torej tedaj, kadar eden ali več partnerjev čuti, da se v odnosu ne more uresničiti ali zadovoljiti, ko ni več spoštovanja, zaupanja, razumevanja, ljubezni
- nekaj značilnih dimenzij konfliktov:
 - načelni – skupnostni konflikt
(zajemajo nesoglasja okrog temeljnih idej, vrednot in ciljev in nastanejo zaradi neusklajenosti pravil in principov)
 - realistični – nerealistični konflikti
(nastanejo iz situacije, v kateri se osebe ne morejo soočiti z izvori napetosti, in potem svojo napetost pogosto izrazijo na drugih)
 - medosebni – nadosebni konflikti
(vedenje ene osebe ima neprijeten ali sovražen vpliv na drugo osebo ali osebe v odnosu)
 - neizraženi – izraženi konflikti
(potisnjena napetost se kopiči in se lahko stopnjuje v nerazrešljive konflikte in sovražnosti)
 - vedenjski – atribucijski konflikti
(konflikti zaradi različnih razlag in pripisovanj vzrokov dogodka)
 - antagonistični – dialektični konflikt
(partnerja imata nasprotni potrebe: eden hoče več avtonomije, drugi pa hoče več povezanosti)
- najpomembnejša oblika napetosti in konfliktov, ki obremenjujejo komuniciranje v odnosu, so motnje in prelomi v komuniciranju
 - jezikovni nesporazumi so najblažja oblika komunikacijskih moten
 - neupoštevanje neverbalnega komuniciranja → posebej problematično je neprepoznavanje čustev
 - protislovja med verbalnim in neverbalnim komuniciranjem

- poskus ne komunicirati (se izogiba komuniciranju, daje protislovne izjave)
- diskontinuiteta teme (govoriti mimo drug drugega)
- protislovja v interpunkciji (en partner vztraja pri tem, kako naj poteka komuniciranje)
- čim bolj intimen je odnos tem večja možnost za konflikt obstaja
- odvisnost je v negativnem razmerju s konfliktnostjo odnosa; čim bolj smo torej odvisni od odnosa, tem manj odkrite konfliktnosti tvegamo v odnosu

Dialektika napetosti v odnosnem komuniciranju

- najpomembnejše dialektične napetosti v odnosnem komuniciranju so: soodvisnost nasproti avtonomiji, predvidljivost nasproti novostim, odprtost nasproti zaprtosti
- soodvisnost nasproti avtonomiji (rabim več svobode, različna sva si,..)
- razmerje med soodvisnostjo in avtonomijo se spreminja v času (otrok – drži me, odrasel – spusti me)
- stabilnost je v odnosu pomembna, vendar preveč stabilnosti vodi do rutinskosti
- odprtost nasproti zaprtosti → razkrivanje je ena od pomembnejših značilnosti in funkcij odnosnega komuniciranja (toda poleg želje po intimnosti in samorazkrivanju si ravno tako močno želimo ohraniti določeno stopnjo zasebnosti in distanec do drugih)
- šele na podlagi medsebojnega sprejemanja se lahko razvije tudi medsebojna konstruktivna kritika, ki je lahko pozitivna vzpodbuda za spremembe v vedenju partnerjev
- za razvoj odnosa niso pomembne le notranja oz. medosebne napetosti in protislovja, temveč tudi zunanje napetosti, torej napetosti med udeleženci odnosa in zunanjo družbeno stvarnostjo

Upravljanje z napetostmi in konflikti v odnosnem komuniciranju

- konflikt, ki ga znamo dobro razrešiti, lahko pomembno prispeva k izboljšanju kakovosti odnosa
- konflikt je socialno dejanje, vedno je vezan na usklajevanje življenj
- konflikt je priložnost za redefiniranje in razvoj odnosa
- odkrit konflikt nam ponuja informacije o medosebnih potrebah in pričakovanjih partnerjev
- soočenju s konflikti se pogosto izogibamo tudi zato, ker se bojimo negativnih čustev, nakopičenega nezadovoljstva, napetosti, agresivnosti, ki velikokrat spremljajo razreševanje konfliktnih situacij
- intenzivni konflikti in napetosti v odnosu večkrat privedejo do nasilnega vedenja
- obstaja več vrst strategij za upravljanje z napetostmi (zanikanje, dezorientacija, selekcija, menjava, segmentacija, popuščanje, redefiniranje, potrditev)
- za uspešno soočanje in razreševanje konfliktov je potrebno, da znamo izraziti občutke in čustva, se ne opravičujemo za svoje negativne občutke in čustva, govorimo natančno in o tem,

kar nas v odnosu in komuniciranju dejansko moti, usklajujemo svoje verbalno in neverbalno komuniciranje

- se izogibamo posplošenemu ocenjevanju in interpretiranju sporočil in vedenja partnerjev
- poemben dejavnik v izvajanju komunikacijskega nadzora so prekinitve v komuniciranju
- pet glavnih osebnih slogov v soočenju z medosebnimi konflikti: agresivni, izogibalni, prilagoditveni, kompromisni, problemski
- problemski slog: ponavadi se zavedajo konfliktov, vendar verjamejo v njihovo rešitev
- sposobnost za upravljanje s konflikti torej najprej temelji na odpovedi romantičnim in utopičnim predstavam o harmoničnih razmerjih in odnosih
- sposobnost za upravljanje s konflikti je vezana na sposobnost empatije, refleksije odnosov; metakomuniciranja

VII. DEL: PODPORNO KOMUNICIRANJE

Značilnosti podpornega komuniciranja

- je oblika besednega in nebesednega komuniciranja, ki ima namen pomagati tistim, za katere zaznamo, da potrebujejo podporo in pomoč, in jih podpirati
- kooperativno vedenje vsebuje prizadevanje vseh udeležencev k povečevanju skupnih dobičkov
- podporno komuniciranje se razvija le v kooperativnih komunikacijskih situacijah
- učinkovitost sporočil je odvisna od specifične vrste težav in od konteksta komuniciranja (nasmeh in objem nista učinkovito podporno sporočilo za tistega, ki mu na cesti zmanjka bencina)
- vrste podpor: čustvena podpora, okrepitev zaupanja do drugih ljudi, mrežna oz. odnosna podpora, informacijska podpora, materialna podpora
- izguba službe ne povzroči samo materialnega oziroma finančnega pomanjkanja, ampak prizadene tudi človekovo samopodobo in samospoštovanje
- podporno komuniciranje je lahko zavestno in namerno, lahko pa je podporno komuniciranje tudi povsem naključno, spontano in nezavedno
- sporočila, ki imajo jasen podporni namen, so bolj učinkovita
- čustvena podpora, ki izražajo skrb, sočutje, simpatijo so učinkovita v vseh kontekstih
- vsebinska sporočila, ki nam ponujajo nasvete, informacije pa so učinkovita samo v določenih specifičnih kontekstih

- neverbalna sporočila, predvsem govorica obraza, izrazi na obrazu, lahko pripomorejo k učinkovitosti obeh, tako čustvene kot instrumentalne podpore
- na komuniciranje vplivajo predvsem:
 - komunikacijska namera oz. pripravljenost, da ponudimo podporo
 - uporaba naklonjenih neverbalnih sporočil
 - informativnost sporočil
 - odnosna sporočila
- podporna sporočila nastajajo v procesu interakcije in komuniciranja in so pod vplivom značilnosti procesa interakcije
- raziskovalci so odkrili, da ima podporna interakcija značilno strukturo, ki je sestavljena iz iskanja pomoči, dajanja pomoči, zahvale za pomoč, odgovora na zahvalo
- iskanje pomoči se lahko izrazi z jezikovnimi ali neverbalnimi dejanji
- pomoč pa lahko nudimo v obliki problemskih rešitev, pozitivne čustvene podpore,...

Empatija in empatično komuniciranje

- na podporno komuniciranje vplivajo splošno družbeno kulturno vzdušje ter civilizacijske norme
- empatija je racionalno in čustveno dogajanje, ki temelji na sposobnosti postavljanja v položaj drugega in vživljanja vanj
- empatija ima tri dimenzije:
 - kognitivna dimenzija in sposobnost menjave perspektiv
 - čustvena dimenzija in sočutje
 - etična dimenzija in skrb za dobrobit drugega
- empatijo pogosto zamenjujemo s sočutjem
- sočutje pomeni, da čutimo usmiljenje do težav drugega
- empatija pomeni več kot sočutje; razumemo težave drugega in se znamo vživeti vanje
- kadar smo sočutni, smo zaskrbljeni zaradi nesreče, bolečine, trpljenja drugega
- kadar smo empatični, pa trpljenje, bolečina postaneta naša lastna, vsaj začasno, za ta trenutek
- sočutni smo, kadar sprejmemo razlog za bolečino drugega, empatični pa smo lahko brez sočutja in tudi brez tega, da bi se strinjali z razlogom za bolečino

Dejavniki empatije

- zdi se, da sposobnost za sočutje in tudi za empatijo v zelo preprosti obliki obstaja že v najzgodnejšem otroštvu (že pri dojenčkih namreč opazimo, da začnejo jokati, če slišijo jok drugih dojenčkov)
- empatija je povezana z etiko skrbi in odgovornosti za ljudi v nesrečnih okoliščinah
- vodilno načelo etike skrbi je, da ljudje za preživetje, za kakovost življenja potrebujemo drug drugega, odnose, komuniciranje, opore in razmerja skrbi
- skrb je trajen družbeni proces
- bistven pogoj za razvoj empatije in potrebe po podpornem komuniciranju je spoznanje o medsebojni povezanosti in odvisnosti med ljudmi
- empatija je torej osebna značilnost in sposobnost, je pa tudi etična norma in stališče
- norma socialne odgovornosti je globoko osebno stališče in osebna pripravljenost posameznika, da pomaga
- včasih je motiv za podporno komuniciranje tudi recipročnost (pomagaj tistim, ki so sami nekomu pomagali), povečanje lastne vrednosti in priznanje drugih
- ljudje, ki so sicer empatični in motivirani za podporno komuniciranje, ne bodo pomagali, če se jim zelo mudi, če so potrti ali slabe volje, če so sami v stresni situaciji
- podporno komuniciranje je odvisno tudi od virov sredstev: čas, denar, informacije, znanje
- v nekaterih okoliščinah vera v pravični svet pripomore k spontani podpori
- norma pravičnosti → po tej normi naj bi bili ljudje pripravljeni pomagati drug drugemu le tedaj, če vloženi napor približno ustrezajo pričakovanim pozitivnim učinkom dejanja
- normi pravičnosti je nasprotna norma enakosti – enakopravna porazdelitev dobrin
- norma socialne odgovornosti in empatija pa lahko vodita tudi v pokroviteljstvo oz. v vlogo žrtve in rešitelja
- ta negativni vidik lahko razrešimo, če vstopamo v komuniciranje s predpostavko, da je naš položaj drugačen, vendar kljub temu lahko pride do medsebojnega razumevanja in vživljanja v položaj drugega
- smo skupaj, odzivamo se drug na drugega, vendar drug drugemu ne odvzemamo prostora

Vloga podpornega komuniciranja v zdravstvu

- empatija je povezana z etiko skrbi in odgovornosti za ljudi v nesrečnih okoliščinah
- bolnikova največja skrb je tudi prva zdravnikova misel, ko pregleduje bolnika, in sicer, kako resna je bolezen
- najbolj pogosta ovira v tem odnosu je pomanjkanje časa (pri bolniku lahko to izzove strah pred avtoriteto, oslabi njegovo samopodobo)
- strah vzbuja tudi zdravniški žargon (poveča distanco)

Vloga zaupanja v empatičnem komuniciranju

- empatično komuniciranje konstruira enega od ključnih elementov terapije – zaupanje
- negotovost je osrednja značilnost medicinske oskrbe, če vzamemo, da je objekt skrbi občutljivo človeško telo
- empatično komuniciranje v odnosu med zdravnikom in bolnikom pomeni zato tudi upravljanje z negotovostmi
- metafora »vzeti življenje v svoje roke« dviguje status zdravnikom
- zdravnikovi presoji so izpostavljene tudi bolnikove skrivnosti; obe strani pričakujeta zaupanje, sodelovanje in odgovornost
- v vseh intimnejših odnosih se moramo ljudje odločiti med pozicijo avtonomnega človeka in pozicijo odvisne osebe, povezane z drugimi (bolnik in zdravnik)
- strah je temeljno čustvo, ki povzroča veliko občutljivost
- strah je vedno strah pred izgubo nadzora nad življenjem
- sočutno razumevanje prinaša s seboj morebitno »okuženje« z bolečinami drugega, morebitno vpletanje v zgodovino bolezni drugega, predvsem pa zahteva del samointerpretacije, da, celo samozdravljenja pri zdravniku

VII. DEL: MEDKULTURNO KOMUNICIRANJE

Medkulturno komuniciranje

- pomeni interakcije, odnose, stike samopredstavljanje, oblikovanje samopodobe drugih med člani različnih socialnih, kulturnih skupin
- medkulturno komuniciranje ne poteka samo med pripadniki različnih jezikovnih skupin, ampak tudi znotraj iste jezikovne skupine med različnimi družbeno subkulturnimi skupinami
- medkulturne razlike niso posledica naključnih dogodkov, ampak se razvijejo iz kulturnih razlik, na katere vplivajo družbenoekonomske, zgodovinske, socialne, psihološke razlike med različnimi socialnimi okolji
-

Edward Hall:

- kulture stika ali tople kulture (čustveno odprte - npr. Latinska Amerika)
- kulture odsotnosti stika ali hladne kulture (manj neverbalnih znakov, čustveno zadržane)

Neulip:

- kulture nizke kontekstualnosti (sodobne zahodne kulture)
- kulture visoke kontekstualnosti (Japonska, Koreja, Indija – pomemben del sporočil je zakodiran v neverbalnih ključih in močno odvisen od kontekstov komuniciranja)
- poznamo še individualistične, kolektivistične kulture ali pa egalitistične in hierarhične kulture

Neverbalno medkulturno komuniciranje

- neverbalno komuniciranje ni omejeno z jezikovno kulturo, presega meje verbalnega jezika
- ravno zaradi nepoznavanja verbalnega jezika drugih kultur pogosto prihaja do zavračanja drugih kultur in manjšin kot vulgarnih ali nekulturnih
- razdalja, ki je za Latinoameričane povsem dopustna, je za Severnoameričane že neznosna
- podobno kot prostorska razdalja oz. bližina se medkulturno razlikujejo tudi pravila pri očesnih stikih (neposredni očesni stiki in strmenje v oči so sprejemljivi za kulture Latinske amerike, arabski in mediteranski svet)
- v ZDA široko odprte oči signalizirajo presenečenje ali spraševanje, na Kitajskem pa izražajo strah ali zamero
- zelo pomembna je tudi intenziteta izražanja (japonska kultura zapoveduje kontrolo čustev)
- kulture se razlikujejo tudi v načinih samopredstavljanja in odnosnega komuniciranja
- tudi kritiko v različnih kulturah izražamo in sprejemamo različno (zahodnjaki npr. poznamo bolj aktivne oblike kritike kot Japonci. Mi jo lahko izrečemo tudi kot žalitev)
- pomembna in uspešna metoda za popraviljanje komunikacijskih zadreg je humor (humor ima veliko moč povezovanja med ljudmi in določene kulture ga zelo cenijo)
- v nekaterih kulturah ljudje močno cenijo racionalnost in s tem tudi ironijo in absurdne šale kot nasprotje racionalnosti
- kulture se razlikujejo tudi po uporabi neverbalnih kod
- druge razlike pa nastanejo iz kulturno predpisanih spolnih vlog in razlik med temi vlogami po spolu

Oblikovanje kulturne identitete v medkulturnem komuniciranju

Komunikacijska prilagoditvena teorija

- raziskuje kako ljudje svoje komunikacijske vzorce približajo lastni skupini in jih diferencirajo od tujih skupin
- razlike nastanejo zaradi identifikacije s (sub) kulturnimi normami, pričakovanji
- rezultat tega je oblikovanje posebnega kulturnega sebstva, kulturne identitete

- kulturna identiteta je neločljivo povezana s socialnimi interakcijami med ljudmi, z medsebojnimi pripisovanji, pričakovanji in vsakdanjimi dejavnostmi, v katerih posameznik oblikuje in doživlja svojo življenjsko zgodbo kot povezano in smiselno celoto
- kulturna identiteta je tako predvsem sorazmerno trajen »socialni sistem« posameznika, ki je pomenljiv tako zanj kot za druge ljudi, s katerimi prihaja v stik
- Hall: identiteta je strukturirana reprezentacija, ki lahko doseže svoj izraz skozi ozko oko negativnega
- kulturna identiteta se razvije prav ob srečanju z drugo kulturo
- identifikacija se nikoli ne konča – je vedno »v procesu«
- identifikacija sloni na fantazmi, projekciji in idealizaciji (objekt identifikacije je lahko nekaj, kar ljubimo, ali kar sovražimo)
- kulturna identiteta nas nagovarja, da tu ni tako pomembno vprašanje, kdo smo ali od kod izhajamo, kot vprašanje, kaj lahko postanemo, kako smo bili predstavljeni ali kako bi predstavili sami sebe
- identiteta torej ni predvsem dosežek posameznika, ampak je mesto v strukturi družbenih konstrukcij

Medkulture primerjave in pristranskosti

Medkulturna pristranskost

- do pozitivne identitete po tej teoriji namreč pridemo z vzpostavljanjem pozitivnih razlik v korist naše kulture, da svojo kulturo ali mikrokulturo vrednotimo bolj pozitivno kot druge kulture
- v procesu medkulturne ali medskupinske primerjave si prizadevamo k temu, da je primerjava za nas ugodna, da okrepi našo socialno identiteto
- socialni svet se razdeli na »nas« in »one druge«
- šele navzočnost »drugih« torej poudari lastno kulturno in skupinsko identiteto
- Tajfel pravi temu »proces vzpostavljanja pozitivne razlike med skupinami ali kulturami v prid lastni kulturi (z vzpostavljanjem pozitivne razlike umetno povečamo vrednost lastne kulture in posredno izboljšamo tudi lastno samopodobo (ta proces je temelj za pogost pojav 2medskupinske ali medkulturne diskriminacije«)

Komuniciranje manjšinskih (sub)kultur in obrobni skupin

Skupinsko ali kulturno prikrajšanje

- to je občutek nezadovoljstva zaradi neustreznih posledic socialne primerjave
- ta občutek je posebno močan, ko kot člani take skupnosti doživljamo diskriminacijo v stikih s člani dominantne skupine

- kolektivni občutek prikrajšanja je povezan z ideali ali normami pravičnosti, ki potrjujejo občutek zapostavljenosti
- raziskave kažejo, da manjšinska kultura toliko bolj vpliva na večino, kolikor manj prepričana je večina v svoja stališča in mnenja
- medtem ko večinske in dominantne kulture komunikacijsko delujejo neposredno in eksplicitno, s svojo ekonomsko ali politično močjo, deluje manjšina posredno in implicitno, s svojo ustvarjalnostjo in inovativnostjo
- Moscovici poudarja tri načine, na katere lahko kulturne manjšine dosega ta vpliv:
 - konsistentnost v delovanju in komuniciranju
 - vztrajanje pri svojih stališčih
 - opaznost pri večinski kulturi
- kulturne manjšine lahko postanejo usmerjevalec družbenega razvoja, pa čeprav bodo morda ta proces uresničili drugi družbeni dejavniki in zgodovinski pogoji

Vloga tujca in tujstva v komuniciranju

- ljudje ponavadi za komunikacijske partnerje izbiramo tiste osebe, ki so nam blizu, ki so nam v pomembnih vidikih podobne ali se ujemajo z nami
- tujec je oseba, ki je sočasno zunaj in znotraj
- lahko je fizično navzoča in deli z nami isto okolje, vendar kljub temu ne deli z nami vseh socialnih značilnosti okolja, ne pozna diskurza, žargona, ne pozna sredstev, s katerimi bi lahko dosegala svoje cilje
- fizični videz, obleka, obnašanje ali jezik tujca kažejo, da sodi k drugi skupini ali kulturi kot mi
- pogosto je rezultat takšnih srečanj s tujcem izogibanje in vloga tujca v komuniciranju pomeni negotovost
- izraz »tujec« predstavlja osebo, ki vstopa v novo kulturno okolje ali se znajde v njem ter nima veliko predznanja in izkušenj z drugo kulturo
- izraz »gostiteljsko okolje« se nanaša na »novo kulturno izkušnjo tujca«
- gostitelji so ljudje v dani kulturi, njihove življenjske prakse, odnosi, razmerja, institucije, mediji
- izraz »etničen« se nanaša na izvorno kulturo, iz katere prihaja tujec
- tujec mora v novi kulturi razviti sposobnost, da misli in predeluje informacije bolj kompleksno, kot je bil navajen v domačem okolju (zato je kulturna adaptacija zahteven proces, ki terja novo, zahtevno socialno učenje)
- migranti morajo v novem okolju zgraditi nove odnose, ki so kritičnega pomena za zadovoljevanje njihovih osebnih in socialnih potreb
- proces »presajanja« v novo kulturo je pogosto travmatičen in postavlja imigrante pred številne izzive, ki si jih vnaperj ne morejo niti zamisliti

- proces stresa, adaptacije in rasti:
 - stres izhaja iz soočenja tujca z novo, njemu nedomačo kulturo
 - adaptacija pomeni pridobivanje novih kulturnih navad
 - rast pa pomeni pridobivanje novih izkušenj in novih idej skozi medkulturno učenje
- tujec se lahko tudi vrača k svoji etnični kulturi, da bi v njej našel podporo in olajšanje
- na splošno velja, da je kulturna prilagoditev tujca toliko težja, kolikor bolj se *izvorna kultura* razlikuje od gostiteljske in kolikor manj je gostiteljska *kultura odprta* in *sprejemljiva za multikulturalnost*
- rezultat prilagajanja je nova medkulturna identiteta, ki zajema obe vpleteni identiteti in ju obenem presega

Stereotipiziranje v medkulturnemkomuniciranju

- temeljni problem medkulturnega komuniciranja je pomanjkanje vedenja o tem, kdo je Drugi
- pogosta značilnost medkulturnega komuniciranja je »stereotipno pripisovanje lastnosti ljudem na podlagi njihove skupinske ali kulturne pripadnosti«
- s stereotipiziranjem zmanjšamo negotovost pri srečanjih s tujimi in drugačnimi
- značilnost medkulturnega komuniciranja je tudi »povečana pozornost« do »identitetnih ključev«, kot so spol, starost, rasa, fizične značilnosti, poteze obraza, telesna podoba, višina glasu, način govora
- na splošno si bolj zapomnimo »redke« osebne znake kot »tipične«, zato nam tujci bolj stopijo v oči
- prva ovira pri srečanju s tujci so prav stereotipi in predsodki o članih drugih kulturnih skupnosti
- do pomembnih sprememb stereotipov prihaja, če pride do realnih sprememb v medskupinskih in medkulturnih odnosih
- do sprememb stereotipov lahko pride tudi zaradi pozitivnih medosebnih odnosov med člani različnih skupin ali kultur (zmanjšali so se stereotipi do konkretnih članov, ki so prišli v medsebojni stik)
- stereotipi do skupine ali kulture kot celote pa pogosto ostanejo nedotaknjeni (se ne spreminjajo)
- do večjih sprememb stereotipov pride šele, če so člani drugih skupin reprezentativni člani oziroma, če se informacije dramatično razlikujejo od stereotipnih predstav, kadar pride do stika

Predsodki in izključevanja v medkulturnih odnosih in komuniciranju

- ena najtežjih ovir za razumno medkulturno komuniciranje so kulturni, etnični, medskupinski predsodki

- predsodki se kažejo predvsem v nespoštljivem, netolerantnem ali prezirljivem odnosu do drugih oziroma drugačnih
- predsodki so izrazite, pa vendar preproste komunikacijske forme
- predsodki potencirajo določene značilnosti ljudi, skupin, kultur (ne zanimajo jih odtenki, temveč ekstremni prikazi)
- nevarnost predsodkov je predvsem v vrednotnih ocenah, ki jih ponujajo posameznikom in skupinam (vrednotenje nujno spremlja predsodke, saj so predsodki pomembni za delovanje le skozi vrednotenje socialnih objektov)
- največkrat predsodki povzročajo negativno popačenje podobe objekta, povzročajo pa tudi močno selektivno pozornost opazovalca
- predsodki se oblikujejo s pomočjo socialnih reprezentacij
- težava je v tem, da so predsodki neobčutljivi za strategije prepričevanja, argumentiranja in boljšega komuniciranja
- predsodki kot element družbene moči in oblasti sodijo seveda v ideološki in politični okvir družbe
- predsodkovno komuniciranje presega okvire medkulturnega komuniciranja, čeprav je tam zelo zakoreninjeno
- predsodkovno komuniciranje omogoča, da v skrčeni obliki izrazimo svoja prepričanja in negativna čustva ter izzovemo podobne misli in čustva pri drugih poslušalcih
- s tem, ko opozorimo na domnevno podrejenost drugih ali drugačnih, pomagamo ohranjati pozitivno samopodobo svoje lastne skupine
- predsodki so ena največjih ovir za razumno medkulturno komuniciranje
- predsodki ponavadi nastopajo v bolj prikritih oblikah komuniciranja, zlasti v neverbalnem komuniciranju z drugimi; to je na primer neverbalno izražanje distance in nezanimanja za druge, izražanje lastne vzvišenosti nad drugimi
- stereotipi in predsodki so izraz in sredstvo pozicioniranja
- pomemben izvor stereotipov in predsodkov so razlike v družbeni moči, bogastvu, privilegijih
- dominantni socialni stereotipi in predsodki imajo svojo dokaj jasno vlogo opravičevanja sveta, to je konkretnih razmerij moči, privilegijev in diskriminacij (opravičujejo izkoriščanje obrobnih skupin)
- stereotipov in predsodkov posameznik ne »izumlja« na novo, vedno ko ih uporabi, pač pa je to kolektiven ideološki proces, ki je povezan z delitvijo moči, oblasti in odnosi v družbi
- predsodki so predvsem komunikacijska in jezikovna dejanja, ne pa kognitivni ali percepcijski pojavi
- diskurzi so dominantne označevalne in vedenjske prakse, ki podpirajo, legitimirajo oblastne odnose

- predsodkovno komuniciranje nastopa kot sestavina nenehnih dialogov in razprav znotraj družbenih skupnosti
- predsodki ne obstajajo zgolj v glavah in srcih ljudi, temveč med njimi in nad njimi
- predsodki potrebujejo za svoj obstoj določene materialne nosilce, ki so organizirani in artikulirani v diskurzivne mreže znakov, simbolnih sistemov, sistemov kodiranja sporočil in načinov sporočanja

IX. DEL: POSREDOVANO KOMUNICIRANJE

Posredovano komuniciranje

- na videz presega kulturne meje in predstavlja možnosti za medkulturno komuniciranje
- vendar mu zaradi odsotnosti komunikacijskih ključev (neverbalnih, čustvenih, odnosnih) manjka mnogo potrebnih značilnosti, da bi res doseglo pravo multikulturalnost
- odsotnost neverbalnih znakov potisne v ozadje sporočevalca in omeji čustveno toplino in prijaznost interakcije, v ospredje pa stopi na vsebino in aktivnost usmerjeno komuniciranje
- posredovano medosebno komuniciranje je bolj storilnostno usmerjeno kot neposredno komuniciranje, težje je priti do konsenza
- spreminja podobo in pomen vsakdanjega družinskega življenja (to ni več privilegirano mesto zasebnosti, temveč kraj, kamor ima vpogled računalniško posredovana javnost)

Internet

- ponuja obenem odnosno puščavo in preobilje odnosov
- ne ponuja več samo priložnosti za komuniciranje z istimi partnerji, ampak razširja možnosti odnosnih in partnerskih izbir
- e-mail nam ponuja, da se izognemo preveliki čustveni in odnosni obremenjenosti komuniciranja
- predstavlja nekakšno igrišče – identitete so konstrukcije, ki jim niso dane po naravi
- tradicionalni mediji nas navajajo k temu, da se najprej srečamo, Internet pa nam daje možnost, da se najprej spoznamo in šele nato srečamo
- razprave o internetu in digitalnih medijih opozarjajo predvsem na morebitne negativne socialno psihološke učinke (povečanje socialne izolacije posameznika, nevarnost socialne pasivizacije, povečana ekonomska odvisnost, socialnopolitična odvisnost)
- po optimistično – utopičnih scenarijih pa vodi prevlada informacijsko – komunikacijske tehnologije k bolj odprtim in egalitarnim sistemom in h kulturo, kot so svoboda posameznika, reflektivnost in ekspresija
- po pesimističnih scenarijih pa naj bi taka komunikacija privedla do izpraznjene in površinske kulture