

VPLIV RAZLIČNIH NEVERBALNIH NAČINOV KOMUNICIRANJA IN KOMUNIKACIJSKIH CILJEV NA ZAZNAVO SOCIALNE DISTANCE IN EVALUACIJO V KOMUNIKACIJI

Velko S. Rus*, Marga Kocmur**

POVZETEK

Raziskovalni problem: skušali smo ugotoviti, kako percepcija nekaterih neverbalnih komunikacijskih znakov (spremenljivka A/faktor) in komunikacijskih ciljev (spremenljivka/faktor B) vpliva (na način njihove manipulacije s trditvami v vprašalniku) na percepcijo socialne distance (prva odvisna) in evaluacije (druga odvisna spremenljivka) v komunikaciji. Alokacija subjektov v eksperimentalne pogoje (študentje psihologije, $n=20$, vzorec prebivalcev Ljubljane, $n=100$) je bila tipa "ponovljene meritve". Rezultati so pokazali, da tako faktor A, kot faktor B oz. njuna interakcija vplivajo na zaznavo distance in evaluacije v določenih komunikacijskih situacijah.

SUMMARY

Problem of the research was the following one : how the perception of the different nonverbal ways of communication (variable/factor A) and of communicational targets (variable/factor B) influence (via their manipulation with the statements in the questionnaire) perception of the social distance (first dependent) and evaluation in communication (second dependent variable). Experimental design included 24 experimental conditions, each represented with one question. Allocation of subjects (students of psychology, $n=20$, sample of inhabitants of Ljubljana, $n=100$) to the experimental conditions was of type "repeated measures". Results showed, that variable A and variable B, so as their interaction, influenced perceived distance and evaluation in certain communicational situations.

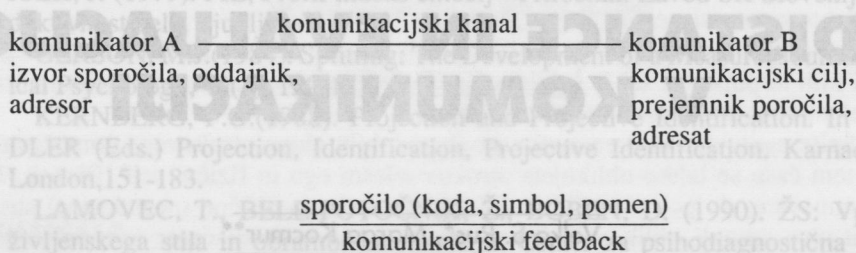
* Oddelek za psihologijo, Aškrčeva 12, 61000 Ljubljana

** Center za mentalno zdravje, Zaloška c., 61000 Ljubljana

RAZISKOVANJE KOMUNIKACIJE: PROCESNA USMERITEV

Procesna usmeritev obravnava komunikacijo kot transmisijo sporočil. Ukvarja se predvsem s problemom kodiranja in dekodiranja, uporabo kanalov in medijev komunikacije, z učinkovitostjo in točnostjo komunikacije. Komunikacija se obravnava kot proces vplivanja na druge osebe.

Komunikacijski proces:



KOMUNIKACIJA IN OSNOVNA KOMUNIKACIJSKA SHEMA

Socialno okolje in njegova kultura (eksplicitna/urbana, nivo tehnološkega razvoja/ in implicitna/vrednote, norme, stališča, prepričanja itd.); mikro in makro kultura.

Konkretna komunikacijske situacije so lahko formalne ali neformalne, vedno pa so predstavljene v določeni socialni situaciji.

Značilnosti socialnega in fizičnega okolja so komunikacijski faktorji, ki lahko facilitirajo (olajšujejo) oziroma inhibirajo (otežujejo) različne vrste komunikacije.

Osnovno komunikacijsko shemo lahko razčlenimo na naslednji način:

vsaka komunikacija je povezana s senzorno in socialno percepcijo. Poleg "zunanjega" komunikacijskega kanala se v vsaki komunikaciji aktivirajo tudi različni senzorni kanali. Najprej moramo nekaj slišati, videti, otipati, šele nato analiziramo, razumevamo;

- razvoj zunanjih komunikacijskih kanalov je tesno povezan s stopnjo tehnološkega razvoja, ki je del eksplicitne kulture določene družbe (masovna komunikacija, elektronski mediji itd.);

- odnos med komunikatorjema komunikacijo definira kot enosmerno ali dvosmerno, kot asimetrično ali približno simetrično, s feedbackom ali brez njega (povratne informacije);

- komunikacijske situacije so določene z vlogami in pripadajočimi statusi, ki jih imajo nosilci komunikacije, z njihovimi medsebojnimi odnosi, komunikacijskimi normami in cilji komunikacije.

Vloge so lahko različno obvezujoče v različnih situacijah, različno reprezentativne (predstavljamo lahko sami sebe ali pa koga drugega), formalne ali neformalne itd. Iste vloge so lahko v različnih situacijah različno pomembne, odvisno od komunikacijskega cilja. Komunikacijske norme so lahko natančno določene, nedefinirane, tolerantne itd.;

- komunikatorja ne moremo opisati samo kot zbirko različnih vlog. Vsak komunikator je tudi osebnost, ki komunikaciji daje "osebno noto". Osebnostne značilnosti in lastnosti komunikatorjev velikokrat bistveno determinirajo značaj komunikaci-

je (različne sposobnosti, temperament, karakter, stališča, motivi, interesi, izkušnje itd.);

– bistveni elementi za analizo sporočila so koda, simbol in pomen. Metoda za analizo sporočila je analiza vsebine.

Percepcija pomena je socialna percepcija in je tesno povezana s procesiranjem informacij. Informacija je v komunikaciji podana v različnih simbolnih oblikah. Prenesen pomen je lahko denotativen (racionalen, argumentiran) ali konotativen (evaluativen, emocionalen). Vsaka informacija v človeški komunikaciji je verjetno nasičena z obema pomenoma. Pomen je lahko tudi dobeseden ali prenesen, konkreten (intencionalen) ali abstrakten (ekstencionalen);

– ena najpogostejših delitev glede na kodo je delitev na neverbalno in verbalno kodo.

Verbalno kodo predstavljata tako jezik kot govor (v prenesenem pomenu lahko govorimo o glasbeni, likovni "govorici", kar pa ne spada k verbalni kodi). Jezikovna koda se lahko izraža v različnih znakovnih sistemih (v različnih pisavah). Jezik je kot komunikacijska koda del osnovne komunikacijske sheme, hkrati pa je eden najpomembnejših elementov kulture oz. kulturnega okolja.

Psihološka področja, s katerimi je komunikacija povezana, so percepcija (selektivnost percepcije), potrebe (hierarhija potreb) in njihov način zadovoljevanja, stališča (diferenciacija stališč, dejstev, pričakovanj v komunikaciji), komunikacija in obrambni mehanizmi (regresija, premik, projekcija, kompenzacija itd.), prostor in okolje (psihološka, socialna, fizična distanca), emocije (izmenjava emocij pomeni, da se jih najprej zavedamo), razmerja do drugih (simpatija in antipatija, privlačnost, ljubezen, intelektualna, fizična in emocionalna intimnost), razvoj komunikacije (komunikacija in sprostitev potlačenih emocij, komunikacija in komunikacijska klima), razreševanje konfliktov (pogajanja kot razreševanje interpersonalnih in intergrupnih konfliktov, ego konflikt kot intrapsihični konflikt) in jezik (molk, molčečnost, poslušanje/aktivno in tiho/, osebnost in lingvistično vedenje, navade izražanja kot funkcija lastne kulture, sodbe, ocene, generalizacije v govoru, sugestija, prekinjanje v dialogu itd.).

NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Razlikujemo štiri vrste neverbalne komunikacije:

- fizično, ki vključuje obrazno izražanje, ton glasu, dotik, vonj in telesne gibe;
- estetsko; ta način najdemo v kreativnem izražanju npr. v plesu, glasbi itd.;
- znakovno, ki vključuje izražanje sporočil s pomočjo signalnih zastavic, siren itd.;
- simbolično: ta vključuje metode izražanja sporočil, kot so religija, status itd.;

Neverbalno komunikacijo lahko opredelimo kot sporočila ali komunikacije, ki niso kodirana v besedah. (Morris (1979) navaja npr. kar 68 različnih vrst gest, ki tvorijo neverbalno vedenje).

Razlika med neverbalno in verbalno komunikacijo je v tem, da je verbalno izražanje organizirano s pomočjo jezikovnega sistema, neverbalno pa ne. Neverbalna komunikacija ima manj kognitivne vsebine: uporablja se takrat, ko posameznik želi izraziti močna čustva. Sprejemamo jo s pomočjo naših čutil in je kontinuirana funkcija komunikacije.

FUNKCIJE NEVERBALNE KOMUNIKACIJE

Razlikujemo tri osnovne funkcije neverbalne komunikacije (Rot, 1982) :

1/ izražanje emocij: vloga neverbalnih znakov je spontano, pa tudi namerno izražanje emocij.

2/ Vzajemno izražanje stališč med osebami v komunikacijski situaciji.

3/ Izražanje posameznikovih lastnosti.

Neverbalna komunikacija pa ima tudi naslednje funkcije:

A) Ponavljanje: s pomočjo neverbalne komunikacije lahko preprosto ponovimo to, kar je že bilo verbalizirano.

B) Nasprotovanje: verbalno obnašanje lahko neverbalnemu nasprotuje. Če ni prisotnih nobenih nasprotujočih znakov, ponavadi dajemo prednost verbalnemu sporočilu. Večji poudarek neverbalnemu sporočilu dajemo tedaj, ko sta verbalna in neverbalna raven komunikacije nasprotujoči si oz. inkompatibilni.

C) Substitucija (zamenjava): neverbalno obnašanje lahko zamenjuje verbalno sporočilo npr. takrat, ko nam obrazni izraz nezadovoljne osebe zamenja verbalno sporočilo: "Imel sem slab dan".

D) Dopolnilo: ko je neverbalno in verbalno sporočilo enako, neverbalni znaki služijo kot dopolnilo verbalnemu sporočilu.

E) Poudarjanje: neverbalno vedenje lahko poudari del verbalnega sporočila. Gibi rok ali glave so velikokrat uporabljeni kot poudarki verbalnega sporočila.

F) Reguliranje: neverbalno obnašanje velikokrat uporabljamo za reguliranje komunikacije med osebami v interakciji.

Omenjene funkcije omogočajo inhibicijo ali facilitacijo intrepersonalnega komunikacijskega pretoka. Pomembno je, da se zavedamo, da je vsako naše sporočilo poslano simultano na dveh ravneh.

RAZLIKE IN PODOBNOSTI MED VERBALNO IN NEVERBALNO KOMUNIKACIJO

Argyle (1967) navaja kot glavne naslednje štiri:

1/ Govor je primeren za sporočanje o značilnostih objektov in oseb, neverbalna komunikacija pa za izražanje emocij, interpersonalnih stališč in nekaterih drugih aspektov interpersonalnih odnosov, posebej takrat, ko menimo, da je direktno izražanje emocij in stališč neprimerno.

2/ Jezikovna komunikacija je zavestna, neverbalna pa je velikokrat nezavedna, spontanejša, nenamerna in manj kontrolirana.

3/ Za govor je potrebna aktivnost določenih delov centralnega živčnega sistema; osnova za velik del neverbalne komunikacije je aktivnost subkortikalnih centrov.

4/ Govor je sistem arbitrarnih kod na osnovi kombinacije glasov za označevanje objektov, odnosov in idej; neverbalni znaki so večji del "ikonočni znaki", torej "slike" realnih predmetov ali pa podedovane nekodirane reakcije.

Vsaka interakcija z drugimi osebami zajema kombinacijo verbalnih in neverbalnih elementov, ki so povezani v enkratni sistem komuniciranja.

PODROČJA NEVERBALNE KOMUNIKACIJE

Področja neverbalne komunikacije so lahko naslednja:

1. Kinezična komunikacija: kinezična komunikacija se nanaša na gibanje telesa in vključuje geste, obrazno ekspresijo, položaj telesa, usmerjanje pogleda in očesni kontakt.

Obrazna ekspresija kot komunikacijski znak je pomemben in pogost neverbalni znak in mu posvečamo največ pozornosti, ker so:

- udeleženci komunikacijskega procesa najbolj pozorni na izraz obraza; obraz je center pozornosti, ker je tudi v centru vidnega polja;
- obraz je najbolj izrazni del telesa.

Na podlagi izraza obraza oz. obraznega izražanja emocij pogosto izražamo in ocenjujemo interpersonalna stališča.

Omenjeni "neverbalni ključ" lahko vzpostavijo ali onemogočijo povratno informacijo, determinirajo intimnost odnosa in do neke mere kontrolirajo komunikacijski kanal.

Tudi gibanje dela telesa in položaji telesa so lahko komunikacijski znak.

Gibi posameznih delov in različni položaji telesa imajo različne komunikacijske funkcije. Z njimi izražamo predvsem emocionalna stanja, interpersonalna stališča in nekatere osebnostne značilnosti, vedno pa pomenijo dopolnilo verbalni komunikaciji.

Ekman in Friesen (1969) sta identificirala pet tipov telesnega izražanja:

A) Emblemi (oznake) so arbitrarne ali ikonične kretnje, enostavno prevedljive v nadomeščane besede. To je v bistvu jezik znakov (mahanje v pozdrav npr.).

B) Ilustratorji (orisovalci) so kretnje, ki spremljajo in slikovito predstavljajo besedno vsebino. Piktografi posnemajo obliko, velikost, zvoke, hitrost in gibanje predmetov. Označevalci prostora in časa kažejo, kdaj in kje se nahajajo predmeti ali pojavi. Jezikovni označevalci dodajajo interpunkcijo. Ideografi kažejo pomembnost in smer misli.

C) Regulatorji (upravljalci) so gibi in položaji, ki vodijo, vzpostavljajo, vzdržujejo in prekinjajo tok komunikacije.

D) "Prikazi čustev" odkrivajo komunikatorjevo emocionalno stanje (stisnjene ustnice, ko smo jezni npr.).

2. Proksemična komunikacija

Eden od načinov komunikacije je komunikacija s pomočjo uporabe prostora. Vsaka oseba z identifikacijo svojega osebnega prostora in uporabo okolja, v katerem živi, vpliva na svojo sposobnost sprejemanja in pošiljanja informacij.

Pomembno je vzdrževanje pravilne osebne in socialne distance, ki omogoča ustrezno interakcijsko in komunikacijsko klimo. Interaktivni stres npr. je velikokrat povezan z neprimerno osebno in socialno distanco.

Hall navaja štiri tipe distance:

- ≠ Intimna distanca je rezervirana za bližnje prijatelje in osebe s katerimi smo v intimnem kontaktu.
- Osebna distanca se uporablja pri medosebnih pogovorih. Za velikost toleriranega prostora je značilna kulturna variacija.
- Socialna distanca se uporablja npr. pri poslovni interakciji.
- Javna distanca: interakcija ima formalni značaj, pomembne so geste in glas.

Posamezniki v komunikaciji kažejo doslednost v stopnji fizične bližine. Nekateri vzdržujejo večjo, drugi pa konsistentno manjšo bližino. Nasploh so ljudje raje blizu

s tistimi, ki jih imajo radi (kar tudi vedno ne drži). Bližina je odvisna tudi od situacije, v kateri se nahajamo.

Razdalja med komunikatorji je znak njihove medsebojne bližine, emocij in stališč. Raziskave kažejo, da obstaja med osebami, ki so druga drugi naklonjene, manjša razdalja.

Tudi prostorski razpored je komunikacijski znak. Kaže na emocije in naklonjenost do osebe v komunikaciji oz. interakciji. Vendar je fizična bližina izrazitejši znak naklonjenosti. Prostorski razpored pa je pomembnejši pri kompleksnejših socialnih odnosih. Odvisen je od vzajemne naklonjenosti oseb, ki komunicirajo, od narave odnosa, skupne aktivnosti, teme pogovora in spola sodelujočih. Z razporedom lahko tudi jasno pokažemo na status in prestiž oseb v komunikaciji. Oseba z najvišjim statusom bo imela centralnejšo pozicijo v prostoru.

3. Paralingvistična komunikacija: paralingvistična komunikacija pomeni različne variacije pri izgovarjanju glasov pri govoru, nanaša pa se tudi na druge spremljevalne glasove.

Mehrabian in Wiener sta testirala, kako paralingvistični znaki vplivajo na poslano sporočilo. Z glasom namreč velikokrat manipuliramo tudi nezavedno, zlasti tedaj, če želimo sporočiti različne posebne pomeni. Preizkušanci so morali pripisati določeno stališče določenemu tonu glasu neznanega posameznika. Ko je prišlo do kontradikcije med tonom glasu in vsebino, je bilo celotno sporočilo ocenjeno kot negativno. Preizkušanci so dali prednost neverbalni komunikaciji.

Poslušalčeva zmožnost pravilne predikcije emocij s pomočjo paralingvističnih znakov je odvisna od:

- poslušalčeve občutljivosti na vokalno izražene emocije in sposobnosti identificiranja lastne vokalne ekspresije emocij;
- poslušalčeve sposobnosti slušne/akustične diskriminacije;
- količine emocionalnih izrazov s pomočjo glasu, ki jim je poslušalec izpostavljen;
- splošne intelektualne sposobnosti poslušalca.

Glas je pomemben ne samo kot prenašalec sporočila, ampak tudi kot dopolnilo sporočilu. Komunikator mora biti pozoren na glasovni vpliv na interpretacijo sporočila.

4. Druge komunikacije

Posebna vrsta komunikacijskih znakov, ki jih ne uvrščamo med doslej naštetе oblike neverbalne komunikacije, so:

- razne oblike telesnega dotika (rokovanje, trepljanje, božanje),
- vonj,
- zunanji videz,
- način opravljanja raznih opravil.

Zelo pomemben in stalno uporabljan neverbalni komunikacijski znak je zunanji videz posameznika. Telesna zunanost, še posebno pa poteze obraza predstavljajo komunikacijski znak za drugo osebo.

Zunanje značilnosti ustvarjajo vtis o lastnostih, trenutnem stanju in namerah osebe določene telesne zunanosti. Raziskave potrjujejo, da osebam določene zunanosti pripisujemo določene lastnosti.

Pomembni so, velikokrat tudi namerno poudarjeni, komunikacijski znaki oblačenja. Z načinom oblačenja, dolžino las, načinom česanja, videzom obraza, izražamo informacije o statusu, grupni pripadnosti, mišljenju o samem sebi, določenih stališčih in osebnostnih značilnostih.

IZVOR KOMUNIKACIJE KOT FAKTOR VPLIVANJA NA SPREMINJANJE STALIŠČ:

Reakcija na sporočilo je odvisna od več dejavnikov:

- objektivnih značilnosti izvora komunikacije,
- percepcije teh značilnosti pri sprejemnikih informacije,
- narave stališč,
- komunikacijskega kanala,
- značilnosti sprejemnika informacije.

Pri analizi značilnosti izvora komunikacije si bomo pomagali s petimi dimenzijami vedenja (Triandis, 1971):

- spoštovanje: spoštljivi smo na primer do ljudi, ki imajo znanja, sposobnosti, obvladajo veščine; imenujemo jih eksperte;
- sprejemljivost za poroko: družinsko življenje naj bi oblikovali s tistimi, ki so nam "blizu".
- splošna sprejemljivost: prijateljske vezi oblikujemo s tistimi, ki so nam blizu.

Tako kot pri skupnem življenju, je tudi tu pomembna medsebojna privlačnost. Privlačnejši so ponavadi tisti, od katerih smo deležni nagrad, ne pa kazni.

Socialna distanca: značilna za komunikacijo, kjer imamo do nekoga negativna, morda celo sovražna čustva.

Komunikacijski izvori se torej lahko razlikujejo v kompetentnosti, bližini ("familiarnosti"), privlačnosti, sovraštvu in moči. Več stališčnih sprememb lahko npr. pričakujemo, ko je izvor kompetenten, "blizu", privlačen in močan, manj pa, ko je sovražen. Za različne kombinacije omenjenih faktorjev so značilni tudi različni efekti stališčnih sprememb (npr. nadrejeni podrejenemu ukaže izvršiti določeno nalogo; neprivačen izvor komunikacije razpolaga z močjo).

V različnih študijah se najbolj pogosto pojavljata dve dimenziji, ki se nahajata tudi v petkategorialni tipologiji (kompetentnost, bližina, atrakcija, sovražnost in moč) različnih značilnosti izvora komunikacije. McGuire (1969) meni, da je kompetentnost najpomembnejša dimenzija, pomembnejša kot karakter, prijateljstvo in privlačnost. Vendar pa je učinek različnih komunikacijskih izvorov odvisen od funkcij, ki jih imajo stališča v različnih socialnih situacijah.

ODVISNOST KOMUNIKACIJSKIH UČINKOV OD CILJEV KOMUNIKACIJE

Komunikacijski učinki so odvisni tako od značilnosti izvora komunikacije kot od značilnosti tistih, ki jim je komunikacija namenjena.

V zvezi z izvorom komunikacije se omenjajo različne značilnosti:

- a) fizična privlačnost;
- b) obleke, akcent, hitrost govorjenja, višina glasu in drugi statusni indikatorji;
- c) demografske značilnosti kot so npr. rasa, religija, nacionalna pripadnost, spol, socialni status);
- d) stališča, ki jih ima;
- e) odnos izvora komunikacije do cilja komunikacije : indiferenten, nagrajevalen, kaznovan.

Triandis (1967) je preučeval, kako vplivajo različne vrste podobnosti med izvorom in ciljem komunikacije na njihova medsebojna (interpersonalna) stališča.

Študijo je izvedel znotraj štirih različnih kultur. Ugotovil je, da različne vrste podobnosti različno vplivajo na vedenjske komponente medsebojnih (interpersonalnih) stališč. Dimenzija "spoštovanja" je najbolj občutljiva na podobnosti v zvezi s prepričanju, stališči, religijo in raso. Višje spoštovanje izvora se veže tudi na njegov višji status. Ta se lepo izraža v eleganci oblačenja, verbalni izrazni fluentnosti in v poklicu, ki uživa ugled. Statusni odnosi so vedno relativni: višji ko je status cilja komunikacije, ki mu je sporočilo namenjeno, manj spoštovanja naj bi užival izvor komunikacije. Na dimenzijo prijateljstva pa najbolj vplivajo podobnosti v višini statusa, rasi, starosti in religiji.

Statusna podobnost je zelo pomembna determinanta socialnega vedenja oz. socialne inerakcije. Lenski (1954) omenja nevertikalno dimenzijo socialnega statusa, kategorijo statusne kongruence. Posamezniki kot nosilci različnih socialnih vlog pri vseh dimenzijah korespondentnih statusov nimajo enake pozicije. V takih primerih oseba favorizira dimenzijo, za katero je značilen višji status.

OPREDELITEV PROBLEMA

Zanima nas, ali percepcija različnih komunikacijskih ciljev in neverbalnih načinov komunikacije (na način njihove manipulacije s trditvami/vprašanji v vprašalniku) oz. njihova interakcija vplivajo na percepcijo socialne distance in evaluacijo odnosa med komunikatorjema v komunikacijskih situacijah, ki so podane v vprašalniku.

Nadalje nas zanima, ali se omenjene evaluacije in percepcije distance med komunikatorjema razlikujejo glede na različne demografske značilnosti (spol, starost, poklic, izobrazba) oz. v kakšni povezavi so omenjene evaluacije oz. percepcije distance med komunikatorjema z oceno samega sebe (samoevaluacijo).

HIPOTEZE

K posameznim segmentom našega problema lahko pristopimo z naslednjimi hipotezami:

Hipoteze, ki preverjajo statistično pomembnost razlik med sredinami iste odvisne spremenljivke (percepcija distance in evaluaci

ja odnosa med komunikatorji) glede na različne vrednosti neodvisne spremenljivke (spol, položaj na delovnem mestu (vodilni/nevodilni), članstvo v različnih društvih (da/ne)), izobrazba, poklic).

Izhajamo iz alternativnih hipotez, da med omenjenimi demografskimi in statusnimi značilnostmi obstaja pomembna razlika glede na samoevaluacijo ter na percepcije distance oz. evaluacijo odnosa med komunikatorji ($p < 0.05$). Omenjene hipoteze smo statistično verificirali s t - test preizkusom (pri dveh vrednostih neodvisne spremenljivke) oz. z enosmerno analizo variance (pri več kot dveh vrednostih neodvisne spremenljivke).

Hipoteze, ki preverjajo statistično pomembnost povezanosti med dvema spremenljivkama. Predpostavljamo, da so spremenljivke medsebojno statistično pomembno ($p < 0.05$) povezane. Število alternativnih hipotez je tako podano s korelacijsko matriko med spremenljivkami (percepcije distance, evaluacije odnosa med komunikatorji, samoevaluacija).

V zvezi z eksperimentalnim načrtom (6 4) smo prav tako formulirali alternativne hipoteze, tako v zvezi z glavnim kot interaktivnim učinkom obeh faktorjev: predvide-

vamo statistično pomemben ($p < 0.05$) vpliv neverbalnih značilnosti in komunikacijskih ciljev oz. njihove interakcije na a/percepcijo distance in b/evaluacijo odnosa med komunikatorji v določeni situaciji.

Izpeljali smo tudi faktorsko analizo glavnih komponent s Kaiserjevim kriterijem kot kriterijem selekcije faktorjev. Faktorje smo rotirali z varimax rotacijo.

METODA IN POSTOPEK

Uporabljeni instrumenti

Vprašalnik je bil v osnovni obliki sestavljen skupaj z mag. Majo Rus - Makovec in raziskovalno skupino, ki je uresničevala tudi druge projekte. Vprašalnik vsebuje vprašanja o demografskem statusu (spol, starost, izobrazba, vodilna/nevodilna funkcija v podjetju), semantični diferencial s 14 bipolarnimi pridevniki za oceno samega sebe in 24 trditvev (ki jih lahko interpretiramo tudi kot vprašanja), na vsak item pa so poskusne osebe odgovarjale tako, da so izpolnile dva diferenciala: diferencial (socialne) distance z devetimi in semantični diferencial z osmimi ocenjevalnimi lestvicami (z ocenami od 1 do 7).

Gre za naslednjih 24 itemov, ki opisujejo določene komunikacijske situacije. Trditve hkrati predstavljajo 24 eksperimentalnih pogojev, ki jih dobimo s križanjem dveh faktorjev (6 krat 4 faktoralen načrt): neverbalnih značilnosti vedenja (6: tiho in glasno govorjenje, ekspresiven in neekspresiven obraz, konfekcijski in športni, "sproščen" način oblačenja) in komunikacijskih ciljev (4: člani ožje družine, nadrejeni, podrejeni, prijatelji). Postavke so formulirane tako, da so v prvem delu stavka navedene neverbalne značilnosti, v drugem delu pa komunikacijski cilji, vrstni red postavk smo oblikovali naključno.

Gre za naslednje postavke:

Tiho govorjenje med člani družine ponavadi izraža nekaj, kar je:

Brezizrazen (nevtralen) obraz v odnosu do podrejenih izraža:

Sproščen način oblačenja med prijatelji izraža:

Glasno govorjenje z nadrejenimi ponavadi izraža:

Ekspresiven (izražajoč) obraz med prijatelji izraža:

Tiho govorjenje med prijatelji izraža:

Konfekcijski način oblačenja v odnosu do nadrejenih izraža:

Ekspresiven (izražajoč) obraz med člani ožje družine izraža:

Glasno govorjenje med prijatelji ponavadi izraža:

Brezizrazen (nevtralen) obraz v odnosu do podrejenih največkrat izraža:

Sproščen način oblačenja med člani ožje družine izraža:

Tih način govorjenja v odnosu do podrejenih praviloma izraža:

Konfekcijski način oblačenja med prijatelji izraža:

Ekspresiven (izražajoč) obraz v odnosu do nadrejenih pomeni:

Brezizrazen (nevtralen) obraz med člani ožje družine ponavadi izraža:

Glasno govorjenje v odnosu do podrejenih praviloma izraža:

Konfekcijski način oblačenja med člani ožje družine ponavadi izraža:

"Sproščen" način oblačenja v odnosu do podrejenih izraža:

Ekspresiven (izražajoč) obraz v odnosu do podrejenih izraža:

Tiho govorjenje v odnosu do nadrejenih izraža:

Glasno govorjenje med člani ožje družine izraža:

"Sproščeno" oblačenje v odnosu do nadrejenih ponavadi izraža:

Brezizrazen (nevtralen) obraz med prijatelji izraža:

Konfekcijski način oblačenja v odnosu do podrejenih izraža:

Navajamo primer, kako smo dobili odgovore v vsakem eksperimentalnem pogoju oz. pri vsaki posamični trditvi:

Navodilo pred odgovarjanjem je bilo naslednje:

"Pred seboj imate trditve, ki predstavljajo različne situacije v komunikaciji in medosebnih odnosih. Pozorno preberite vsako trditev. Na trditve odgovorite s pomočjo lestvic parov besed, ki jim sledijo. Odgovarjate tako, da obkrožite številko med besedama glede na to, h kateri besedi se bolj nagiba Vaš odgovor."

Tiho govorjenje med člani družine ponavadi izraža nekaj, kar je:

plitvo	1	2	3	4	5	6	7	globoko
združeno	1	2	3	4	5	6	7	razdruženo (ločeno)
oddaljeno	1	2	3	4	5	6	7	bližnje
brez dotika	1	2	3	4	5	6	7	z dotikom
skupaj	1	2	3	4	5	6	7	narazen
blizu	1	2	3	4	5	6	7	daleč
z razdaljo	1	2	3	4	5	6	7	brez razdalje
z obrazno	1	2	3	4	5	6	7	s hrbtno stranjo
vpleteno	1	2	3	4	5	6	7	nevpleteno
veselo	1	2	3	4	5	6	7	žalostno
prijateljsko	1	2	3	4	5	6	7	sovražno
nepotrebno	1	2	3	4	5	6	7	potrebno
spoštljivo	1	2	3	4	5	6	7	nespoštljivo
negativno	1	2	3	4	5	6	7	pozitivno
prijetno	1	2	3	4	5	6	7	neprijetno
dobro	1	2	3	4	5	6	7	slabo
nekoristno	1	2	3	4	5	6	7	koristno

Odgovore oz. ocene sta predstavljala dva sumarna skora. Sumarni skori so se v posameznih eksperimentalnih pogojih (pri posameznih trditvah) distribuirali aproksimativno normalno, kar je omogočilo korektno aplikacijo postopka analize variance. Tako v primeru diferenciala distance (9 lestvic) kot v primeru semantičnega diferenciala (8 lestvic) smo sumarne score dobili z "obračanjem" ocen pri posameznih lestvicah, in sicer tako, da višja ocena pri diferencialu distance pomeni vedno manjšo distanco, pri semantičnem diferencialu pa pozitivnejšo evaluacijo. Enaka razlaga velja tudi za višino sumarnega skora pri obeh instrumentih. Predhodno smo ugotovili, da posamezni itemi v posameznih diferencialih ustrezno diskriminirajo.

Na sedemstopenjski ocenjevalni lestvici, v istem zaporedju besed v paru in zaporedju parov je bil na koncu podan tudi semantični diferencial za samooceno. Tudi v tem primeru je bila lestvica odgovarjanja 7 - stopenjska, podana pa je bila grafično; primer:

optimist <<< << < 0 >> >>> pesimist

na enak način so bili podani tudi naslednji pari:

živčen - umirjen/optimist - pesimist/brez problemov - s problemi

osamljen - obkrožen s prijatelji/neodvisen - odvisen

nesproščen - sproščen /z vpogledom vase - brez vpogleda vase

pretežno spočit - pretežno utrujen /nezadovoljen s seboj - zadovoljen s seboj/z razvadami - brez razvad

uspešen pri učenju - neuspešen pri učenju/neustvarjalen - ustvarjalen/samoza-vesten - nesamozavesten/nekomunikativen - komunikativen.

Vzorec:

Prvi vzorec predstavlja 20 študentov psihologije 4. letnika, ki so bili preizkušani pomladi 1992. Preizkus je izpeljal Velko S. Rus.

V drugem vzorcu je bilo zajetih 100 oseb, 50 moških in 50 žensk, starih od 25 do 35 let, in sicer iz Ljubljane. Vsi so bili zaposleni. Končali so poklicno ali srednjo (50 oseb) višjo ali visoko šolo (50 oseb), tehnične, družboslovne ali naravoslovne smeri (ena skupina s 34, drugi dve s po 33 člani). Anketiranje je izpeljala takratna absolventka psihologije Svetlana Trpeski. Anketa je potekala poleti in jeseni 1992.

REZULTATI IN INTERPRETACIJA

V pričujoči interpretaciji vključujemo verifikacijo samo nekaterih hipotez, in sicer pri skupini preizkušancev iz Ljubljane ($n=100$). Verifikacija hipotez o učinku glavnih faktorjev in njihovih interaktivnih vplivov:

Faktor št.1 (F1) so zunanje značilnosti neverbalnega vedenja in ima 6 ravni:

- tihi in glasni govor (TG in GG);
- neizražajoč (brezizrazen) in izražajoč obraz (NO in IO);
- "strogo", konfeksijsko oblačenje in sproščeno oblačenje (SO in OS);

Faktor št. 2 (F2) so komunikacijski cilji in ima štiri ravni:

- ožja družina (OD);
- podrejeni (PO)/ v službi;
- nadrejeni (NA) v službi;
- prijatelji (PR).

Percepcija distance kot odvisna spremenljivka (odvisna spremenljivka so sumarni skori, dobljeni z diferencialom socialne distance) : tabela za dvosmerno analizo variance:

Tabela št.1

	SS	df	MS	F
F1	33156.00	5	6631.20	69.80
F2	2430.00	3	810.00	8.52
F1x F2	125371.00	15	8358.00	87.90
e	225365.00	2376	95.00	

Zavrnilo smo ničelno hipotezo o vplivu percepcije zunanjih/ neverbalnih značilnosti vedenja na percepcijo distance med komunikatorji ($p < 0.05$). Kot relativno najbližje se percipirajo zunanje značilnosti: izražajoč obraz, sproščeno oblačenje, nato tiho govorjenje (višji skor pomeni percepcijo manjše distance).

Percepcijo največje distance med komunikatorji povzroča percepcija neekspresivnega obraza in konfeksijskega načina oblačenja.

Percepcija komunikacijskega cilja pomembno vpliva na percepcijo distance oz. bližine (F razmerje pomembno na nivoju $p < 0.05$). To pomeni, da obstajajo pomembne razlike v percepciji distance glede na to, kdo je percipiran kot komu-

nikacijski cilj (prijatelji, podrejeni, nadrejeni, ožja družina). Preizkušanci kot relativno komunikacijsko najbližje percepirajo prijatelje, nato pa člane družine.

Percepcijo relativno največje distance smo odkrili pri percepciji podrejenih in nadrejenih.

Ničelno hipotezo smo zavrnili tudi v primeru verifikacije hipoteze o interaktivnem efektu F1 in F2 (percepcije neverbalnih značilnosti vedenja in komunikacijskih ciljev - F razmerje pomembno na nivoju $p < 0.05$).

Za percepcijo distance oz. bližine med komunikatorji je pomembno, katera zunanja značilnost je kombinirana s posameznim komunikacijskim ciljem.

Tabela št. 2:

Srednje vrednosti (X) pri odvisni spremenljivki percepcija socialne distance (OS 1) pri kombinaciji različnih eksperimentalnih pogojev:

	družina OD	podrejeni PO	nadrejeni NA	prijatelji PR	
TG	42.90	35.80	32.10	46.00	tiho
GG	35.80	28.50	31.10	39.40	glasno
NO	23.20	22.90	25.10	24.10	neizrazit obraz
IO	48.70	41.90	41.00	47.50	izrazit
SO	28.70	30.40	30.50	29.20	konfekcijsko oblačenje
OS	47.10	41.30	38.80	45.80	sproščeno športno

Evaluacija komunikacije med komunikatorji kot odvisna spremenljivka (odvisna spremenljivka so sumarni skori, dobljeni s semantičnim diferencialom) : tabela za dvosmerno analizo variance:

Tabela št. 3

	SS	df	MS	F
F1	17707.00	5	3541.40	52.10
F2	1213.00	3	404.33	5.94
F1xF2	63607.00	15	4240.00	62.00
e	162218.00	2376	68.00	

Zavrnili smo ničelno hipotezo glede vpliva zunanjih/neverbalnih značilnosti vedenja na evaluacijo odnosa med komunikatorji. Pojavile so se pomembne razlike glede na zunanje značilnosti vedenja. Najbolj pozitivno je vrednoteno (evaluivano) sproščeno oblačenje, izražujoč obraz in tihi govor.

Najbolj negativne evaluacije se pojavljajo pri percepciji brezizraznega obraza in konfekcijskega oblačenja, pa tudi pri glasnem govorjenju (višji skor pomeni pozitivnejšo evaluacijo).

Rezultati kažejo, da so preizkušanci bolj pozitivno vrednotili tiste zunanje značilnosti vedenja, ki so jih tudi percepirali kot bližje (manjša distanca).

Ničelno hipotezo smo zavrnili tudi glede vpliva percepcije komunikacijskih ciljev na evaluacijo odnosa med komunikatorji. Posamezni komunikacijski cilji so različno evaluirani (vrednoteni).

Najbolj pozitivne evaluacije kažejo poskusne osebe do članov družine in prijateljev (razlike so zelo majhne).

Do nadrejenih v različnih komunikacijskih situacijah kažejo pomembno pozitivnejše evaluacije kot pa do podrejenih.

Preizkušancem se zdi pomembna kombinacija zunanjih značilnosti glede na komunikacijski cilj (različne kombinacije zunanjih značilnosti vedenja tudi različno pozitivno vrednotijo).

Rezultati kažejo tako pomembnost zunanjih značilnosti kot komunikacijskih ciljev za percepcijo distance, evaluacijo in pomembnost interakcijskega vpliva obeh.

Tabela št. 4:

Srednje vrednosti (X) odvisne spremenljivke evaluacija komunikacije (OS 2) pri različnih eksperimentalnih pogojih:

	družina OD	podrejeni PO	nadrejeni NA	prijatelji PR	
TG	37.40	33.40	31.20	37.80	tiho govorjenje
GG	32.80	27.50	29.60	36.40	glasno
NO	23.70	25.30	27.50	24.70	izraziti obraz
IO	42.00	37.40	36.60	42.90	neizraziti
SO	28.10	31.30	33.10	30.00	konfekcijsko oblačenje
OS	43.20	37.70	36.50	43.40	sproščeno športno

NEKAJ SKLEPOV

Raziskovalna naloga predstavlja samo del oz. začetek analize vpliva različnih neverbalnih značilnosti vedenja v povezavi z različnimi komunikacijskimi cilji na percipiranje socialne distance in evaluacijo v komunikaciji.

Rezultati kažejo, da tako zunanje značilnosti neverbalnega vedenja kot obravnavani komunikacijski cilji in njihove interakcije pomembno vplivajo na percepcijo socialne distance in evaluacijo v komunikaciji.

Odkrili smo pomembne razlike ($p < 0.05$) v percepciji socialne distance in evaluaciji komunikacijskih situacij med spoloma, položajem na delovnem mestu in starostjo.

Ženske preizkušanke interpretirajo ekspresiven obraz pomembno pozitivneje in v smislu manjše distance kot moški, predvsem med komunikatorji, kot so prijatelji, družinski člani in nadrejeni.

Ženske preizkušanke so tudi pomembno bolj kot moški občutljive na zunanje značilnosti vedenja (percepcija obraza, način oblačenja).

Moški preizkušanci izražajo manj pozitivnih evaluacij odnosa do bližnjih (družina, prijatelji). Pozitivneje vrednotijo odnose podrejenosti in nadrejenosti v podjetju, ki izražajo status posameznika v organizaciji.

Preizkušanci, ki so nosilci vodstvenih vlog, kažejo več pozitivnih evaluacij do podrejenih, kot pa to velja za nosilce nevodstvenih vlog. Nosilci vodstvenih in nevodstvenih vlog se pomembno razlikujejo pri percepciji vpliva, ki ga ima na distanco med komunikatorji način oblačenja.

Starejši preizkušanci (31 do 35 let) težijo k vzpostavljanju relacij s pomembno manjšo distanco kot pa mlajši (25 do 30 let).

Na percepcijo relativno najmanjše distance vplivajo percepcije naslednjih zunanjih značilnosti: izražajoč obraz, sproščeno oblačenje in tiho govorjenje.

V komunikaciji se kot relativno najbližji percipirajo prijatelji, nato člani družine. Percepcijo največje distance smo odkrili pri percepciji nadrejenih in podrejenih.

Pozitivne evaluacije se pojavljajo pri tistih zunanjih značilnostih vedenja, ki so jih osebe percepirale kot bližje (sproščeno oblačenje, izražajoč obraz in tiho govorjenje).

Največ pozitivnih evaluacij izražajo preizkušanci do članov družine in prijateljev.

Analiza vpliva glavnih faktorjev (percepcija socialne distance in evaluacija komunikacije) in njunih interakcijskih vplivov se je v našem primeru pokazala kot pomembna. Lahko bi jo razširili in vključili tudi druge populacije preizkušancev.

LITERATURA

ARGYLE, M. (1967). The psychology of interpersonal relation. Harmondsworth, Penguin.

EISENSON, J. (1963). The Psychology of Communication. London, New York, Meredith.

EKMAN, P., FRIESEN, W.V. (1975). Unmasking the Face: A Guide to recognising emotions from facial clues. New Jersey, Prentice - Hall. Inc..

FISKE, J. (1983). Key Concepts in Communication. London, Methuen.

Mc GUIRE, W. J. (1969). The nature of attitudes and attitude change . In Lindzey, G. & Elliot, A. (Eds.), The handbook of social psychology. Cambridge, Addison - Wesley.

MORRIS, D. (1979). Otkrivanje čoveka (kroz gestove i ponašanje). Izdavački zavod Jugoslavija, Beograd.

ROT, N. (1982). Znakovi i značenja, Verbalna i neverbalna komunikacija. Beograd, Nolit.

TRIANDIS, H. (1967). Towards an analysis of the components of interpersonal attitudes. In Sherif, M. & Sherif C. (Eds), Attitudes, ego - involvement and change. New York, Wiley & Sons, 227 - 270.

TRIANDIS, H.C. (1971). Attitude and Attitude Change. New York, John Wiley & Sons, inc..

ZVONAREVIĆ, M. (1977). Socialna psihologija. Zagreb, Školska knjiga.