

Najveća komunikacijska zabluda svih vremena



mr. sc. Petar Majstrovic

U zadnja dva tjedna dva sam puta s polaznicima *in-company* edukacija razgovarao o važnosti neverbalne komunikacije. U oba slučaja dio polaznika je tvrdio da neverbalna komunikacija ima veći značaj od verbalne, a da najmanji utjecaj na slušatelja imaju riječi. Po njihovoj tvrdnji riječi utječu sa 7%, a govor tijela sa nevjerovatnih 93%. Iako omjeri izgledaju čudno dio polaznika ih ipak zagovara pozivajući se na respektabilne izvore. Međutim, ovi brojevi su vjerojatno najveća zabluda u području komunikacije uopće.

Ovakve pogrešne, pojednostavnjene interpretacije izvan konteksta mogu se ponekad pročitati u tisku, naći na internetu ili čak čuti na poslovnim seminarima. Riječ je o pogrešnom tumačenju pravila „3V“ (7% verbalno, 38% vokalno, 55% vizualno) poznatog kao Mehrabianovo komunikacijsko pravilo. Pravilo kaže da se interpersonalna komunikacija sastoji od tri spomenuta komunikacijska elementa koji imaju navedenu razinu utjecaja na sugovornika. Međutim, pravo pitanje glasi: je li pravilo točno i u kojem je kontekstu primjenjivo?

Pozadina priče

Još 1967. poznati američki psiholog dr. Albert Mehrabian objavio je svoja istraživanja „*Decoding of Inconsistent Communications*“ i „*Inference of Attitudes from Nonverbal Communication in Two Channels*“. Na temelju njih izveo je „3V“ pravilo koje se u popularnoj literaturi i tisku počelo pogrešno interpretirati. Učestale pogrešne interpretacije koje su globalno uzele maha komentirao je i sam autor. On kaže: „Ako vam želim reći da je olovka koju tražite na katu u spavaćoj sobi u trećoj ladici radnog stola kako da to kažem neverbalno? Logičnije i lakše je objasniti riječima. U prijenosu



su ove informacije neće utjecati neverbalni već uglavnom verbalni elementi. Prema tome, nema govora da je „3V“ pravilo primjenjivo u svim situacijama.

Mehrabian kaže da jedan dio edukatora već 45 godina uporno ponavlja pogrešne interpretacije njegovih nalaza, a drugi dio uporno ukazuje na njih. Međutim, izgleda bez efekta i uzalud jer se pogrešna interpretacija ukorijenila duboko i uporno opstaje. Gdje je problem i zašto dolazi do pogrešne interpretacije?

Uzrok greške

Autor je proveo dva povezana istraživanja na sljedeći način: prvo je odabrao riječi koje su same po sebi jasno izazivale određene osjećaje i podijelio ih u tri kategorije.

1. kategorija: riječi koje iza-

zivaju pozitivne osjećaje poput: hvala, drag, ljubav.

2. kategorija: neutralne riječi poput: možda, tako, oh.

3. kategorija: riječi koje izazivaju negativne osjećaje poput: strašno, nemoj, grubo.

Nakon toga govornici su dobili instrukcije da vokalno (tonom glasa) komuniciraju pozitivne, neutralne i negativne osjećaje dok izgovaraju ove riječi. Svaka riječ je snimljena. Nakon snimanja ispitanici su dobili instrukcije da poslušaju audio snimak i po njemu odrede stvarne osjećaje govornika. Ovdje je važno ukazati na postojanje kontradiktornih komunikacijskih situacija. Kada slušatelj čuje riječ koja je sama po sebi pozitivna, a prati je negativan vokalni izričaj tj. negativna emocija govornika on ustvari prima dvije poruke koje su proturječne.

Verbalni sadržaj ima pozitivan, a vokalna interpretacija negativan utjecaj. Prema istraživanju slušatelj će tada veću važnost pridavati vokalnom, a manju verbalnom elementu komunikacije. Na temelju izračunate varijance pokazalo se da su vokalni elementi 5,5 puta snažniji od verbalnih. U praktičnom smislu to znači da ako slušatelj osjeti nevjericu u glasu govornika ona će na njega utjecati više nego riječi. Nakon što je izmjerio da vokalni element utječe 5,5 puta više od verbalnog Mehrabian je u sljedećem istraživanju želio utvrditi koliko na slušatelja utječe vizualni element komunikacije. Pratio je samo jedan vizualni element i to izraz lica. Ispitanicima su pokazivane fotografije lica govornika dok su izgovarali odabrane riječi, a oni su trebali odrediti njihove osjećaje. Kompariranjem vizualnog i vokalnog elementa Mehrabian je došao do podatka da slušatelji veću važnost pridaju vizualnom. Mjerenje je pokazalo da je vizualni element 1,5 puta snažniji od vokalnog.

Kombiniranjem rezultata prvog i drugog istraživanja Mehrabian je zaključio da vokalni elementi u opisanim uvjetima imaju 5,5 puta veći utjecaj od verbalnih, a vizualni 1,5 puta veći od vokalnih. Postavio je formulu „3V“ (7% verbalno, 38% vokalno, 55% vizualno) sugerirajući relativnu važnost ovih komunikacijskih elemenata u situacijama prijenosa osjećaja.

Ograničenja i glavna zabluda

Prije prihvaćanja „3V“ pravila „zdravo za gotovo“ treba uzeti u obzir da se ono temelji na istra-