Emocionalna inteligencija i govorenje u javnosti

Mikić, Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:623468

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**

Repository / Repozitorij:

EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Diplomski studij (Poduzetnički menadžment i poduzetništvo)

Marija Mikić

Emocionalna inteligencija i govorenje u javnosti

Diplomski rad

Osijek, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Diplomski studij (Poduzetnički menadžment i poduzetništvo)

Marija Mikić

Emocionalna inteligencija i govorenje u javnosti

Diplomski rad

Kolegij: Govorenje u javnosti

JMBAG: 0010214733

e-mail: mikic.marija58@gmail.com

Mentor: izv.prof.dr.sc. Ljerka Sedlan Kőnig

Osijek, 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Graduate Study (Entrepreneurial Management and Entrepreneurship)

Marija Mikić

Emotional inteliigence and public speaking

Graduate paper

Osijek, 2021.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska.*
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Marija Mikić

JMBAG: *0010214733*

OIB: *13041493665*

e-mail za kontakt: mikic.marija58@gmail.com

Naziv studija: Poduzetnički menadžment i poduzetništvo

Naslov rada: Emocionalna inteligencija i govorenje u javnosti

Mentor/mentorica diplomskog rada: izv.prof.dr.sc Ljerka Sedlan Kőnig

U Osijeku, 23.08. 2021 godine

Potpis Marija Mikić

Emocionalna inteligencija i govorenje u javnosti

SAŽETAK

U današnjem društvu često se smatra da su jedini faktori koji dovode do uspjeha u životu obrazovanje, kognitivna inteligencija, iskustvo i znanje. Da to nije tako dokazao je Goleman (2020) koji je svojim istraživačkim radom pokazao da je emocionalna inteligencija ključni faktor uspjeha u životu i on definira emocionalnu inteligenciju kao sposobnost prepoznavanja, kontrole i razumijevanja vlastitih i tuđih emocija. Vještina javnog govorenja uz emocionalnu inteligenciju sve je traženija u poslovnom svijetu, a postavlja se pitanje zašto obrazovni sustav tome ne pridaje pažnju. U ovom radu fokus će biti na prikazu teorije emocionalne inteligencije i javnog govora , te načinu kako stvoriti uspješan javni govor u kojem ključnu ulogu ima i emocionalna inteligencija govornika. Goleman (2020) definira pet dimenzija emocionalne inteligencije, a to su: samosvijest, samovođenje, samomotivacija, empatija i društvene vještine, a prema Morganu (2017) ove dimenzije mora posjedovati i svaki uspješan govornik. Uspješni govornici moraju biti sposobni prepoznati svoje osjećaje prije i za vrijeme javnog govora, moraju znati kontrolirati svoje osjećaje, trebaju biti motivirani kako bi postigli zadani cilj, imati razvijenu empatiju kako bi mogli razumjeti potrebe publike te u konačnici moraju imati razvijene društvene vještine kako bi ostvarili odnos sa svojom publikom. Ovaj rad ima za cilj ispitati znanje studenata završnih godina studija o emocionalnoj inteligenciji te stav studenata o važnosti emocionalne inteligencije za javni govor. Istraživanje je provedeno anketiranjem 42 studenta, a dobiveni rezultati pokazuju kako studenti poznaju teoriju emocionalne inteligencije, ali nisu dovoljno osviješteni o važnosti emocionalne inteligencije za javno govorenje.

Ključne riječi:

Emocije, emocionalna inteligencija, javni govor, javni nastup.

Emotional intelligence and public speaking

ABSTRACT

In today's society, it is often thought that the only factors which lead to success in life are higher education, cognitive intelligence, experience and knowledge. Goleman (2020) proved this is not the case with his research. Goleman showed emotional intelligence is also a key factor in success in life. He defines emotional intelligence as the ability to recognize, control, and understand one's own and other people's emotions. The skill of public speaking with emotional intelligence is increasingly in demand in the business world, and the question of why the education system does not pay attention to it arises. In this paper, the focus will be on the presentation of the theory of emotional intelligence and public speech, and how to create a successful public speech in which the emotional intelligence of the speaker is a key role. Goleman (2020) defines five dimensions of emotional intelligence, namely: self-awareness, self-guidance, self-motivation, empathy, and social skills. According to Morgan (2017), these dimensions must be possessed by every successful speaker. Successful speakers must be able to recognize their feelings before and during public speaking, must be able to control their feelings, must be motivated to achieve a given goal, have developed empathy to understand the needs of the audience, and, ultimately, must have developed social skills to achieve a relationship with their audience. This paper aims to examine the knowledge of final-year students about emotional intelligence and the attitude of students about the importance of emotional intelligence for public speaking. The research was conducted by surveying 42 students, and the results show that students know about the theory of emotional intelligence, but are not sufficiently aware of the importance of emotional intelligence for public speaking.

Key words:

Emotions,emotional intelligence, publick speaking, public appearance.

Sadržaj

1.Uvod 1

2.Emocionalna inteligencija 2

2.1.Pojam emocionalne inteligencije 2

2.1.1.Inteligecncija 2

2.2.Teorija emocionalne inteligencije 4

2.3.Razvijanje emocionalne inteligencije 7

2.4.Procjena emocionalne inteligencije 8

3.Javni govor i javni nastup 10

3.1.Definicija javnog govora 11

3.2. Elementi javnog govora 11

3.2.1. Govornik 12

3.2.2. Poruka 13

3.2.3. Publika 13

3.3. Učinkovitost javnog govora 16

3.4.Koraci u stvaranju uspješnog govora 17

3.5. Što čini govornike uspješnima 21

4. Emocionalna inteligencija i javni govor 22

5.Metodologija 25

6.Istraživanje 26

6.1. Rezultati istraživanja 26

7.Rasprava 43

8.Zaključak 45

Popis slika: 48

Popis grafikona: 48

Prilozi 49

1.Uvod

Daniel Goleman (2020) svojim je istraživanjima dokazao da je uz kvocijent inteligencije priznato važan čimbenik današnje sreće i uspjeha emocionalna inteligencija. Goleman (2020) je popularizirao pojam emocionalne inteligencije podijelivši ju na pet dimenzija i tako otvorio put njezinom znanstvenom istraživanju. Osobe koje su uspješno razvile ovu sposobnost znaju postići zadani im cilj na jednostavan način, doprinoseći i sebi i drugima, bilo na privatnoj i/ili javnoj/poslovnoj razini. Emocionalno inteligentne osobe uvijek prvo dobro poznaju sebe, a samim time lakše i svoje sugovornike, imajući dobro razvijen osjećaj za određenu granicu do koje smiju ići s njima na emocionalnom polju.

Lucas (2015) ističe da poslodavci danas pri zapošljavanju prednost daju sposobnostima komunikacije pred tehničkim znanjima. Jedan od oblika komunikacije je javni govor i s njim se čovjek susreće kroz cijelo svoje školovanje. Studenti koji izlaze na tržište rada trebaju biti svjesni da je jedan od najvažnijih ciljeva u njihovom obrazovanju savladavanje umijeća javnog govora. Moći jasno prenijeti poruku na način da je drugi ljudi shvate jest sposobnost koju imaju samo emocionalno inteligentni govornici, a ona je danas neophodna da bi se preživjelo u poslovnom svijetu. Emocionalno inteligentni govornici sposobni su održati govor koji ne zvuči pretjerano uzbuđeno niti razočarano, te se putem naučene kontrole svojih emocija vladaju dobro u većini izazovnih situacija. Emocionalna inteligencija i govorenje u javnosti uči se i razvija kao i druge vještine: teorijom i praksom. Preko teorija o emocionalnoj inteligenciji otkrivamo prvo o čemu je tu riječ, a preko prakse istu primjenjujemo i govorimo javno. Dobar početak emocionalno-inteligentnog govorenja u javnosti znači posjedovanje vlastite svjesnosti da se u istom i griješi, dosta ispravlja i nadograđuje te konstantno uči na pogreškama. Jako je malo istraživanja koja se bave emocionalnom inteligencijom i javnim govorom.

Ovaj diplomski rad sastoji se od teorijskog i praktičnog dijela. Teorijski dio ovog rada pobliže opisuje pojmove poput emocija i inteligencije te daje detaljan prikaz modela emocionalne inteligencije Golemana (2020) te Mayera i dr. (1997). Nakon toga opisan je razvoj emocionalne inteligencije te su prikazani neki načini njezinog mjerenja. Treće poglavlje definira javni govor i njegove dijelove te opisuje korake koje uspješni govornici slijede u stvaranju javnog govora, i koje bi studenti trebali primjenjivati, a četvrto prikazuje utjecaj emocionalne inteligencije na javni govor. Empirijski dio rada bit će povezan s teorijskim dijelom i ispituje znanje studenata o emocionalnoj inteligenciji te istražuje stav studenata o značaju emocionalne inteligencije za govorenje u javnosti.

2.Emocionalna inteligencija

2.1.Pojam emocionalne inteligencije

Kako bi se točno razumio pojam emocionalne inteligencije potrebno je prvo jasno definirati i razumjeti pojam emocija i inteligencije. Goleman (2020) smatra da čovjek ima dva načina spoznavanja koja čine njegov mentalni život, a koji se sastoji od racionalnog i emocionalnog uma. Racionalni um je način shvaćanja kojeg smo svjesni i tu do izražaja dolazi: svijest, razmatranje i analiziranje, dok je emocionalni um potpuna suprotnost, on je snažan, impulzivan, a često i nelogičan. Emocije i inteligencija kao dva potpuno suprotna pojma se isprepliću i rade zajedno. Njihovo zajedničko djelovanje važno je za razvoj čovjeka i njegov uspjeh u poslovnom i privatnom životu. Emocionalni i racionalni um su najčešće usklađeni, međutim problemi se javljaju kada jedna strana nadvlada drugu i ravnoteža se poremeti. Emocionalni um je puno brži od racionalnog i brže kreće funkcionirati. Zbog toga se sve više počinje stavljati naglasak na emocije i emocionalnu inteligenciju.

2.1.1.Inteligecncija

Riggio i dr. (2002), kako je navedeno u radu Robbins i Judge (2009:47) objašnjavaju kako je značenje inteligencije u proteklih pedesetak godina prošireno izvan okvira misaonih sposobnosti te neki istraživači smatraju kako se inteligencija može bolje shvatiti ako se raščlani na četiri dijela i to: kognitivnu, društvenu, emocionalnu i kulturnu.

„Inteligencija je opća mentalna efikasnost ili sposobnost za obavljanje složenih- kognitivnih aktivnosti u kojima je ključna odlika novost problemske situacije za čije je rješavanje nužno uvođenje bitnih odnosa. Analiza postojećih definicija inteligencije ukazuje da one reprezentiraju, uglavnom, tri osnovna stajališta: biološko, pedagoško i psihološko (Pedagoška enciklopedija, 1989:278).

2.1.2.Emocije

Milivojević (2000) u svojoj knjizi ističe da ne postoji stručna suglasnost o tome što se točno naziva emocijom ili osjećajem. Jedni emocije opisuju kao posebnu vrstu svijesti o vlastitom stanju, odnosno poseban doživljaj, za druge su pak emocije samo ono što se može mjeriti i objektivno shvatiti, a to je posebna vrsta ponašanja. Treći traže emocije u laboratorijima u neurofiziološkim i biokemijskim procesima. Zbog tih brojnih teorija psiholozi i filozofi već više od dva stoljeća vode rasprave o točnom značenju pojma emocije.

Prema mišljenju autora „emocija je reakcija subjekta na stimulans koji je ocijenio kao važan, a koja visceralno, motorno, motivacijski i mentalno priprema subjekt za adaptivnu aktivnost“ (Milivojević, 2000:12).

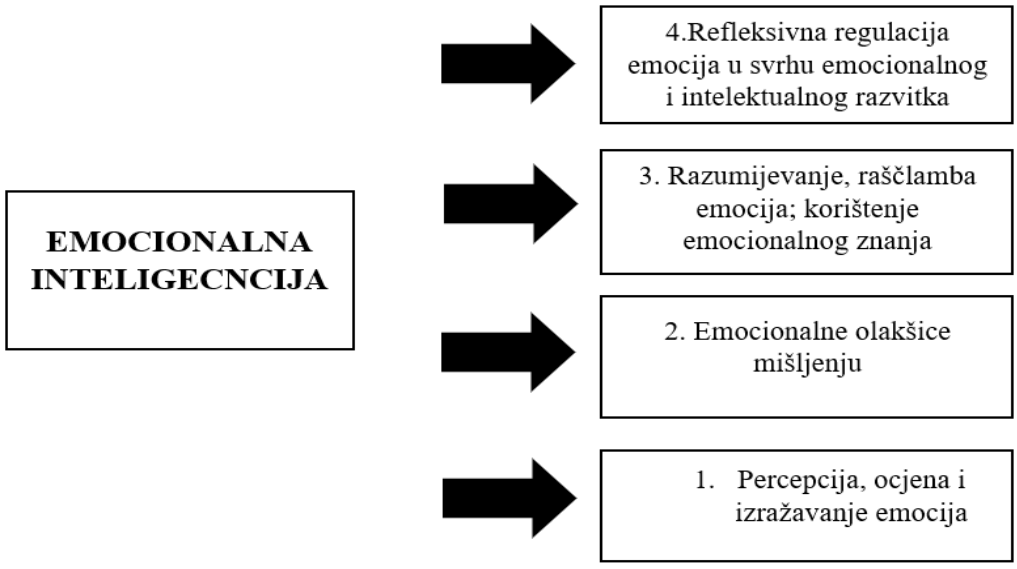
Đunđerović (2005:35-38) emocije određuje kao uzbuđeno stanje organizma koje se manifestira na tri načina: kao subjektivni doživljaj (kada osjećamo radost što smo sreli dragu osobu), kao fiziološke promjene (kada nam pri tom susretu srce ubrzano kuca) i kao karakteristično ponašanje (kad tu osobu zagrlimo i poljubimo). On ističe kako je u osnovi najvećeg broja emocionalnih reakcija doživljaj ugode ili neugode, te od tri načina manifestiranja osjećaja u centru proučavanja je najčešće onaj koji se tiče prirode organskih promjena pri različitim emocionalnim uzbuđenjima. Odnosno organske promjene koje najčešće prate osjećaje su: promjene u krvotoku, u radu organa za disanje, u radu određenih žlijezda za lučenje hormona, u kemijskom sastavu krvi, u napetosti mišića i u širenju zjenice. Primjerice osjećaj straha koji se javlja pri javnom govorenju dovodi do sljedećih tjelesnih promjena: ubrzanog disanja, suhoće usta, znojenja, drhtanja te napetosti mišića. Organske promjene koje se događaju prilikom emocionalnog uzbuđenja imaju najčešće obrambenu funkciju, a to je da doprinose angažiranju organizma u smjeru uklanjanja ili izbjegavanja opasnosti koje su dovele do tih uzbuđenja. Važan faktor za ostvarivanje kontrole emocija je sposobnost realne procjene neposredne situacije i promjena u toj situaciji. Među ljudima postoje očite razlike u pogledu njihove sposobnosti da usklade emocije s karakterom situacije, postoje emocionalno stabilni ljudi i oni reagiraju primjereno situaciji u kojoj se nalaze, drugi su emocionalno preosjetljivi i oni se lako uzbude, a treći su emocionalno neosjetljivi i njih karakterizira emocionalna tupost. Đunđerović zaključuje da je sa stajališta potreba društva, jako važno putem obrazovnog sustava osposobiti mlade da kontroliraju svoje emocionalne doživljaje, da vladaju situacijom u kojoj se nalaze te da se suzdrže od agresivnog ponašanja.

Milivojevć (2000) smatra da važnost emocija nije dovoljno shvaćena i nedostatak znanstvenih radova o emocijama u neskladu je s velikim značenjem koje emocije imaju u životu pojedinca, ali i u svim oblastima društvenog života. Čovjek mora razumjeti svoje osjećaje kako bi razumio samoga sebe, ali i druge ljude oko sebe. Zbog toga su tek krajem drugog tisućljeća emocije došle u centar stručne i socijalne percepcije što je rezultiralo pojmovima kao što su emocionalna inteligencija i emocionalna pismenost.

2.2.Teorija emocionalne inteligencije

Daniel Goleman je 1995. objavom knjige „Emocionalna inteligencija: zašto je važnija od kvocijenta inteligencije“ popularizirao pojam emocionalne inteligencije i svojim istraživačkim radom potaknuo je brojne druge znanstvenike na istraživanje emocionalne inteligencije, ali i njezinog utjecaja na uspjeh pojedinca u različitim životnim područjima. Uz Golemana veliki doprinos razvoju teorije emocionalne inteligencije dali su Mayer i Salovey čiji će model sposobnosti biti prikazan u nastavku.

U svojem istraživačkom radu Mayer i Salovey (1997) došli su do zaključka da u emocionalnu inteligenciju uz uočavanje i regulaciju emocija treba uključiti i razmišljanje o osjećajima, te oni definiraju emocionalnu inteligenciju kao: „Sposobnost preciznog uočavanja, procjene i izražavanja emocija; sposobnost pristupa i/ili priziva osjećaja kada oni olakšavaju razmišljanje; sposobnost razumijevanja emocija i emocionalnih spoznaja, te sposobnost regulacije emocija u svrhu pomaganja emocionalnom i intelektualnom razvitku“ (Mayer i Salovey, 1997., navedeno u Salovey, Sluyter, 1999:28). Navedene četiri sposobnosti grade ovaj model, a prikazane i objašnjene su u nastavku.



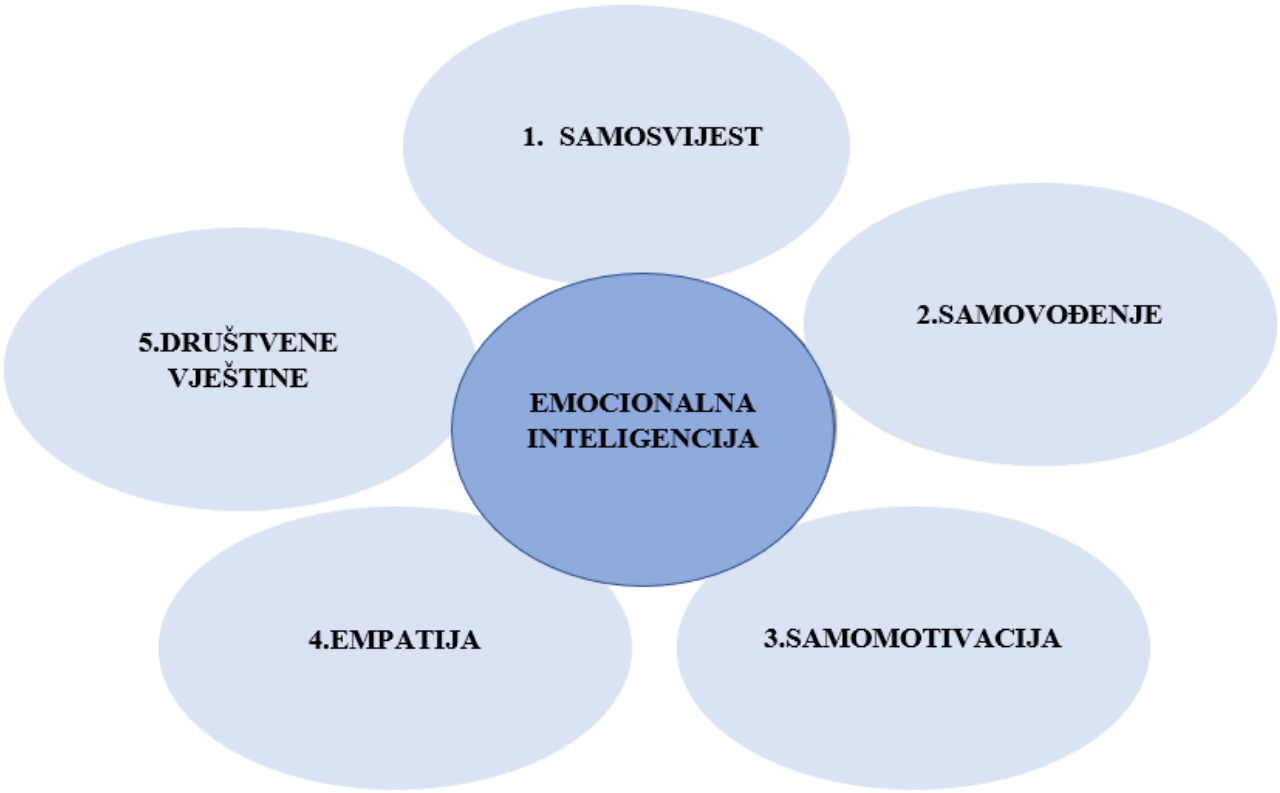
Slika 1. Model sposobnosti Mayera i Saloveya

Izvor: izrada autora prema Mayer i Salovey (1997)

Salovey i Sluyter (1999) prema Mayer i Salovey (1997) dijele navedene sposobnosti na četiri ogranka:

1. Percepcije, ocjene i izražavanja emocija. Ovaj ogranak čine sposobnosti koje se odnose na: identificiranje vlastitih emocija u osjećajima i mislima, identificiranje emocija kod drugih ljudi pomoću jezika, zvukova izgleda i ponašanja. Te na kraju ovog ogranka nalazi se sposobnost jasnog izražavanja emocija i potreba koje te emocije donose sa sobom, te razlikovanje iskrenog i neiskrenog izražavanja emocija. Ovo je prva razina sposobnosti i početna točka emocionalne inteligencije bez koje ostale sposobnosti koje su navedene u nastavku nisu moguće.
2. Emocionalne olakšice mišljenju. Ovaj ogranak prikazuje utjecaj emocija na inteligenciju. Emocije usmjeravaju pozornost na važne informacije prilikom razmišljanja, te su živopisne i dostupne i pojedinac ih može prizivati po potrebi. Ovaj ogranak grade sposobnosti koje omogućavaju pojedincu uporabu emocija za cilj koji on želi postići. Različita emocionalna stanja dovode i do različitog pristupa određenom problemu.
3. Razumijevanje i raščlamba emocija, korištenje emocionalnog znanja. Ovaj ogranak grade sposobnosti koje se odnose na razumijevanje emocija, odnosno prepoznavanje veza između riječi i emocija (npr. simpatija i ljubav) ,te sposobnost razumijevanja složenih osjećaja poput mržnje i ljubavi, te razumijevanje prijelaza između emocija (iz straha u bijes). Emocionalno inteligentna osoba može razumjeti sve navedeno te lako shvatiti vezu između različitih osjećaja.
4. Refleksivna regulacija emocija u svrhu emocionalnog i intelektualnog razvitka. Posljednje sposobnosti ovog modela koje su ujedno i najsloženiji psihološki procesi su otvorenost prema osjećajima, sposobnost uključivanja i isključivanja emocija te u konačnici upravljanje vlastitim emocijama i emocijama drugih ljudi. Razvijanje ove razine vrlo je važno za posao i upravljanje drugim ljudima, ali i u obrazovanju kada nastavnici mogu iskoristiti emocije učenika kako bi ih potaknuli na učenje i ostvarivanje ciljeva koji su im zadani.

Golemanov model emocionalne inteligencije poznat je i kao mješoviti model. Daniel Goleman (2020) je svojim istraživačkim radom donio revoluciju na području znanja o emocionalnoj inteligenciji. On ističe kako emocionalna inteligencija igra značajnu ulogu u uspjehu pojedinca i ona se može poučavati i razvijati, te uz pomoć nje osobe imaju mogućnost boljeg iskorištavanja kvocijenta inteligencije, koji je genetski urođen.



Slika 2. Pet dimenzija emocionalne inteligencije Davida Golemana

Izvor: izrada autora prema Goleman (2020).

Goleman (2020) dijeli emocionalnu inteligenciju na pet dimenzija koje su prikazane na slici 2., a detaljno objašnjenje slijedi u nastavku:

1. Samosvijest- odnosi se na upoznavanje vlastitih emocija i sposobnost prepoznavanja osjećaja u trenutku kada do njih dolazi.
2. Samovođenje- sposobnost upravljanja vlastitim osjećajima tako da odgovaraju situaciji, a izgrađena je na temelju svijesti o vlastitoj ličnosti. Upravljati emocijama

znači biti svjestan svakog osjećaja i njegove važnosti, znati uspostaviti ravnotežu između različitih osjećaja, a ne potiskivati one koji su loši.

3. Samomotivacija - motiviranje samoga sebe, sposobnost upravljanja emocijama kako bi se postigao određeni cilj temeljena je upravo na samomotivaciji. Pozitivna motivacija stvara veći osjećaj samopouzdanja u postizanju uspjeha. Uz motivaciju potrebno je imati i nadu, sa stajališta emocionalne inteligencije, imati nadu znači ne prepuštati se osjećaju tjeskobe ili depresije pri suočavanju s zaprekama i neuspjesima.
4. Empatija- odnosi se na prepoznavanje emocija u drugima, sposobnost naslućivanja što druge osobe osjećaju.
5. Društvene vještine- snalaženje u vezama i sposobnost nošenja s tuđim osjećajima.

Goleman (2020:45) ističe kako se ljudi razlikuju po sposobnostima na svakoj od navedenih pet dimenzija. Jedni mogu biti uspješni u obuzdavanju vlastite uzrujanosti, ali razmjerno nesposobni kada je riječ o smirivanju drugih. Temelj na kojem je izgrađena razina sposobnosti je živčane naravi, ali je mozak podatan i neprestano uči. On smatra kako se nedostaci u emocionalnim vještinama mogu popraviti u velikoj mjeri, ali je za to potreban ispravno usmjeren trud.

Veliki doprinos u istraživanju procjena i vrste emocionalne inteligencije dali su Simmons i Simmons Jr. (2000:14) koji su otkrili trinaest oblika karaktera (emocionalne inteligencije), a to su: emocionalna energija, stres, optimizam, samopoštovanje, predanost poslu, obraćanje pozornosti na pojedinosti, želja za promjenom, hrabrost, samostalnost, samosvijest, tolerantnost, obzir prema drugima i društvenost.

2.3.Razvijanje emocionalne inteligencije

Prema istraživanju Simmonsa i Simmonsa Jr. (2000:28-33) emocionalna inteligencija je funkcija mozga, a emocionalne reakcije nalaze se u mozgu i one mogu biti naučene te urođene. Na razvoj emocionalne inteligencije utječe učenje, nasljeđe te fizičke ili kemijske promjene koje se događaju u tijelu, a izazvane su vanjskim utjecajima. Emocionalna inteligencija se uči od rođenja, a djetetov okoliš utječe na razvoj njegove emocionalne inteligencije. Djeca mogu učiti iz događaja koji se događaju drugima i njima samima. Roditelji tu igraju veliku ulogu, kada roditelji postavljaju cilj djetetu i pozitivno nagrade postizanje tog cilja, djeca će biti marljivija i pravo usmjerena, međutim ako roditelji kažnjavaju djecu zbog pokazivanja emocija oni će te emocije potiskivati u budućnosti. Ljudi također emocionalne reakcije usvajaju tako što ih vide od drugih ljudi i upijaju iste obrasce ponašanja. Neke značajke emocionalne inteligencije djeca nasljeđuju od svojih bioloških

roditelja, i one nisu izazvane izravnim iskustvom. Fizičke i kemijske promjene u tijelu utječu na razvoj osobe i njezine emocionalne inteligencije, poput ozljede mozga.

Salovey i Sluyter (1999:39) dijele isto stajalište da emocionalna inteligencija počinje u roditeljskom domu. Roditelji su ti koji pomažu djeci da prepoznaju emocije i povežu ih s različitim društvenim situacijama. Međutim, nemaju svi jednake temelje za razvoj emocionalne inteligencije, odnosno nisu svi roditelji sposobni pokrenuti emocionalno-kognitivni proces učenja. Uz roditelje kao prve emocionalne učitelje, nastavnici i standardni nastavni program su još jedno mjesto gdje se stječe mogućnost razvoja emocionalne inteligencije.

2.4.Procjena emocionalne inteligencije

Procjenjivanje emocionalne inteligencije nije lak zadatak, za razliku od kvocijenta inteligencije za čije mjerenje postoje brojni standardizirani testovi, emocionalnu inteligenciju je puno teže objektivno ocijeniti. Robbins i Judge (2009) navode kako se prema Conte (2005) emocionalna inteligencija teško mjeri, odnosno testovi emocionalne inteligencije nemaju točne i pogrešne odgovore i zbog tog je upitna njihova točnost. Mjerila za emocionalnu inteligenciju su različita kod različitih istraživača, a zbog svoje kompleksnosti nije moguće standardizirati te testove, kao u slučaju mjerila za opću inteligenciju. Simmons i Simmons Jr. (2000:25-27) također tvrde kako je emocionalni kvocijent često nepoznanica i jako je teško saznati kolika je zapravo nečija emocionalna inteligencija. Psiholozi ne mogu dati točan odgovor na pitanje ima li neka osoba točno određenu značajku emocionalne inteligencije koja će odrediti ponašanje te osobe. Primjerice jedni tvrde da ako je osoba odlučna, ona će uvijek biti takva, dok protivnici ove teorije tvrde da ponašanje osobe ovisi o situaciji u kojoj se osoba nalazi. Jedno je sigurno, emocionalnu inteligenciju je potrebno istraživati i mjeriti jer ona može dati odgovore na neka pitanja koja kvocijent inteligencije ne obuhvaća.

Prema Hercigonja (2018:27-28) emocionalna inteligencija najčešće mjeri samoprocjenom ispitanika, procjenom drugih ljudi i neposrednim procjenjivanjem sposobnosti. Samoprocjene se odnose na percepciju pojedinca o kompetenciji u određenom području emocionalne inteligencije, međutim ovaj način mjerenja nije se pokazao dovoljno pouzdanim zato što je njegova osnova samo-razumijevanje osobe. Odnosno postavlja se pitanje kako da osobe koje imaju nisku razinu EQ-a procjene samu sebe s obzirom na svoju razinu EQ-a, također moguće je i davanje lažnih odgovora, odnosno osobe mogu davati društveno prihvatljive odgovore i na taj način varati. Procjena drugih ljudi je najmanje korištena metoda mjerenja emocionalne inteligencije zbog svog najvećeg nedostatka a to je percepcija, odnosno objektivnost

ispitivača i njegova razina emocionalne inteligencije. Primjerice ako je ispitivač osoba koja ima nisku razinu emocionalne inteligencije njezini odgovori neće biti valjani, odnosno takva osoba ne može prepoznati i ocijeniti emocionalnu inteligenciju osobe s višom razinom. Treći način mjerenja emocionalne inteligencije jesu psihologijski testovi koji mjere sposobnost osobe za rješavanje određenog problema, a odgovori se vrednuju u odnosu na postavljeni kriterij. Mayer i dr. (2002) razvali su najpoznatiji takav test skraćenog naziva MSCEIT, koji ocjenjuje emocionalnu inteligenciju kroz niz objektivnih i osobnih pitanja. Mayer- Salovey i Caruso test emocionalne inteligencije testira sposobnost ispitanika na način da se od njih traži opažanje, razumijevanje i regulacija osjećaja. Te sposobnosti se vrednuju na temelju scenarija koji su tipični za svakodnevni život i mjeri se sposobnost ljudi u izvršavanju određenih emocionalnih problema. MSCEIT test koristi razne tehnike i kreativne zadatke za mjerenje sposobnosti osobe za rasuđivanje emocionalnih informacija, ovaj test je prikladniji od testova samoprocjene zbog svoje veće objektivnosti.

3.Javni govor i javni nastup

Čerepinko (2011:123) definira javni nastup i javni govor kao kompleksnu komunikacijsku aktivnost u kojoj verbalni i neverbalni dio moraju biti usuglašeni, a dobar govornik je onaj koji svojim ponašanjem potvrđuje ono što priča.

Javni nastup podrazumijeva ne samo nastupanje na pozornici pred velikim brojem ljudi, to su gotovo svakodnevne situacije gdje se javno prenosi poruka publici kao što je prezentiranje radova na fakultetu, priredbe u školama, poslovna izlaganja i slično. S njima se čovjek susreće u gotovo svakodnevnim životnim prilikama, a vještina govorenja je ključna pretpostavka napredovanja u obrazovanju te kasnije i u poslovnom svijetu. Javni govori i nastupi mogu biti zahtjevni i stresni, a pogreške se često događaju i ostaju zapamćene pa je zbog toga strah od javnog nastupa jedan od najčešćih strahova koji prevladava među ljudima. Studenti iako svakodnevno suočeni s javnim govorom i nastupom često prema njemu osjećaju strah i averziju, a sve zbog nedovoljnog znanja koje posjeduju. Dobre komunikacijske vještine pomažu pri savladavanju tog straha, a njih je potrebno steći obrazovanjem i dalje ih usavršavati kroz rad i život. Nisu svi ljudi rođeni govornici, neki su prirodno talentirani i nadareni, a drugi tu vještinu mogu poboljšati proučavajući razne tehnike i alate za unaprjeđivanje vještine govorenja.

Micić je (1990:19-20) piše o važnost govorenja u javnosti u poslovnom svijetu, gdje su velike tvrtke još 90-ih godina slale svoje istaknute ljude, koje su pomno birali u javnost kako bi oni objašnjavali politiku poduzeća. Neka poduzeća su forsirala obrazovanje svojih rukovoditelja, a to obrazovanje podrazumijevalo je upoznavanje s osnovnim pojmovima o slobodnom govorništvu i logičkoj argumentaciji, vježbanje u držanju govora pred izabranim krugom slušatelja i na kraju kritika te ispravljanje grešaka u nastupima polaznika. Potreba za kvalitetnim govornicima u poslovnom svijetu postoji i danas, a postavlja se pitanje zašto obrazovni sustav u Hrvatskoj tu potrebu još nije prepoznao, taj problem navodi i Škarić (2000:7) koji ističe kako je potrebno suvremenom znanstvenom metodologijom proučiti sve oblike javnog govorenja, kojih ima mnogo te iz njih stvarati osnove za pedagoške programe koji će poticati govorne vrijednosti i razvijati ih, a ne zaustavljati njihov razvoj. On tvrdi da je dobrih govornika sve manje zato što ne postoji dobra sustavna naobrazba koja će poduprijeti razvoj govorenja u javnosti. Sunara- Jozek (2019) također navodi da su govorničke sposobnosti danas zanemarene u obrazovnom sustavu, pogotovo u osnovnim i srednjim školama. U svom istraživanju koje je provela među nastavnicima i učiteljima u osnovnim školama došla je do zaključka da usmeno izražavanje učenika nije visoko ocjenjeno, a

nastavnici i učitelji pokušavaju raditi na govorničkim vještinama učenika i to metodom prepričavanja, razgovora, čitanja, scenskim improvizacijama, pa tek onda govorom. Njezini rezultati istraživanja pokazuju da čak 405 od 438 učitelja smatra da govorništvo zbog svoje važnosti treba uvesti kao zaseban predmet u odgojno obrazovnom sustavu u Hrvatskoj.

Poznavanje procesa komunikacije važno je za stvaranje uspješnog javnog govora. U daljnjem radu bit će definiran javni govor, prikazan i objašnjen proces komunikacije te njegovi elementi, koraci u stvaranju javnog govora koje primjenjuju uspješni govornici, te na kraju način na koji emocionalna inteligencija utječe na javno govorenje.

3.1.Definicija javnog govora

„Govorništvo je način javnog izražavanja vlastitih misli s drugim ljudima te utjecanje na druge ljude“ (Lucas, 2015:4). Prema ovoj definiciji govorništvo ne predstavlja samo izražavanje vlastitih misli, nego ono mora ostaviti utjecaj i prenijeti jasnu poruku drugima.

Lucas (2015) smatra da je govorništvo vještina koja je bitna za veliki broj zanimanja te se bez obzira na razvoj interneta važnost govorništva nije smanjila. Sposobnost jasnog prenošenja poruke i uvjeravanje drugih te pozivanje na akciju neophodno je za različita područja u poslovnom svijetu. Lucas (2017:6-7) također navodi da u svakodnevnom razgovoru čovjek nesvjesno primjenjuje komunikacijske vještine koje su potrebne za govorništvo, a to su:

- Logično organiziranje misli
- Oblikovanje poruke za publiku
- Pričanje radi efektnog dojma
- Prilagođavanje povratnoj poruci slušatelja.

On ističe kako ljudi koji dobro komuniciraju u svakodnevnim situacijama i razgovorima mogu naučiti jednako dobro komunicirati i u javnosti.

3.2. Elementi javnog govora

Prema Webster (2012:18-19) koristeći najosnovnije elemente govornog procesa koji su zabilježeni još u grčkom i rimskom govorništvu, vidljivo je da govornik stvara poruku sastavljanjem riječi i ta poruka je osmišljena da zadovolji potrebe određene javne publike, odnosno skupine slušatelja.

Tri osnovna elementa koja čine svaki javni govor su:

Govornik ► Poruka ► Publika

Bez govornika nema usmene poruke, bez publike ta poruka nije javna, a bez organizirane poruke vjerojatno ni govor neće biti učinkovit. Prema ovakvom modelu, publika nije uključena u prilagođavanje poruke dok se ona isporučuje, odnosno govornik priprema poruku kao da publika neće ni biti u sobi. Naravno, bilo bi nemoguće za govornika da ignorira članove publike koji spavaju ili odmahuju glavom, napuštaju sobu i slično, ali se očekuje da će govornik nastaviti s govorom kao da svi članovi publike obraćaju pažnju na njegov govor. Zaključno, prema ovom modelu od članova publike se ne očekuje utjecanje na poruku, ali oni svoje reakcije mogu prenositi neverbalno, što u konačnici i utječe na samog govornika.

Javni govornik može pozvati člana publike da sudjeluje u stvaranju poruke i takav način dovodi do potpuno drugačijeg modela:

Govornik◄►Poruka◄►Publika

Ovaj model prikazuje razgovor između dvoje ljudi, koji nazivamo interpersonalna komunikacija, odnosno model koji ide u dva smjena. Iako govornik na umu ima određenu poruku, slušatelj može doprinijeti pa čak i promijeniti tu istu poruku. Tada slušatelj postaje i govornik. U stvarnom životu se ove dvije uloge neprestano mijenjaju kako se razgovor odvija.

U nastavku će detaljnije biti objašnjena tri osnovna elementa javnog govora.

3.2.1. Govornik

Webster (2012:25-31) navodi kako bez govornika nema ni govora. Učinkovit govornik ima visoku razinu pouzdanosti i vjerodostojnosti. Kako bi se stekla vjerodostojnost u učionici, ali i u većini situacija s javnim nastupom, govornik mora skrojiti govor koji će zadovoljiti potrebe publike, a onda taj govor održati s povjerenjem i izvrsnim prezentacijskim vještinama. Neki od elemenata vjerodostojnosti su: dobra volja, inteligencija, kompetentnost, iskrenost i dinamičnost i oni su podjednako važni. Svi ovi elementi su jednako opterećeni emocijama, što znači da emocionalna inteligencija govornika igra veliku ulogu u uspješnosti samog govora. Dobar govornik mora biti inteligentan, odnosno publika ga mora smatrati inteligentnim kako bi njegov govor shvatila ozbiljno. Govornik mora pažljivo birati odgovarajući jezik, koristiti pravilnu gramatiku te na kraju izvesti zaključke koji će biti potkrijepljeni obrazloženjima i dokazima. Dobar govornik treba imati široki rječnik iz kojeg može izabrati odgovarajuće riječi kako bi ga svi razumjeli. Dinamičnost kao element vjerodostojnosti je ključ zadržavanja

publike u sam govor. Dinamičnost podrazumijeva energiju kojom se govori. Govornik koji je dinamičan uključen je u temu o kojoj govori, koristi vokalne vještine i prikladne geste rukama, koristi kontakt očima te time povećava razinu uključenosti publike. Govornici moraju biti iskreni, publika mora vjerovati da ih govornik ne laže.

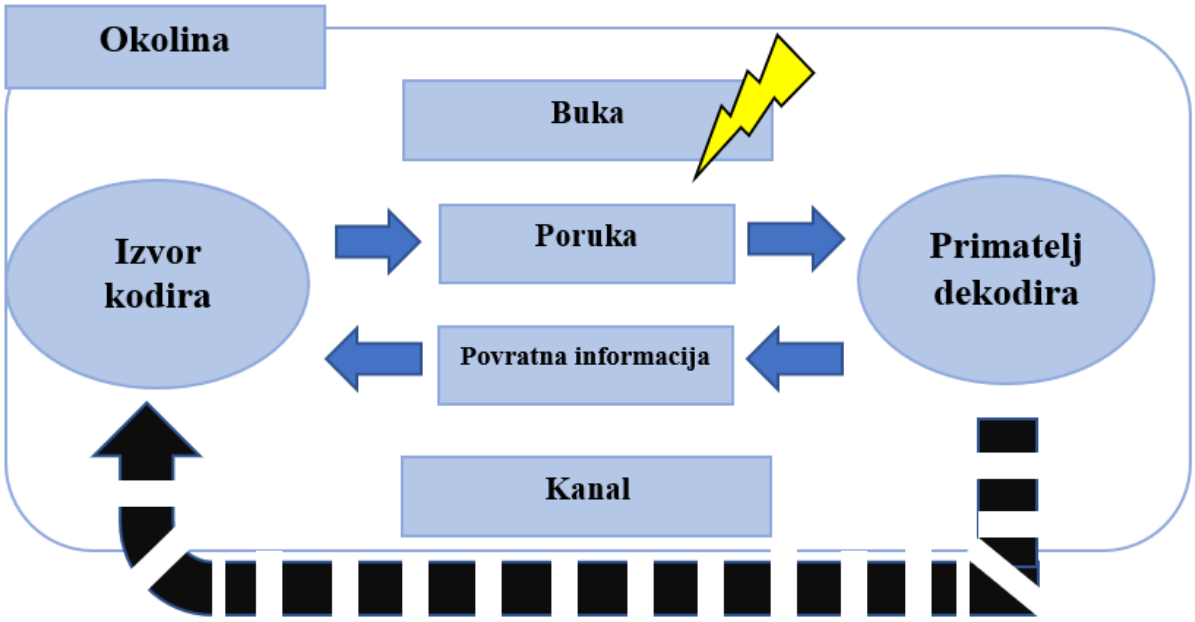
3.2.2. Poruka

Šipka (2005:94-112) navodi kako su osnove dobrog govora pravilnost, jasnoća, jezgrovitost i svrsishodnost. Pravilnost govora se uči u školi, kroz savladavanje normi standardnog jezika, a dalje se oblikuje i kroz kanale javnog informiranja, odnosno čitanjem novina, knjiga, slušanje televizije, radija i drugih kanala komunikacije. Jasnoća govora je usko povezana s pravilnošću, a ona se postiže izbjegavanjem dvosmislenosti. Poruke koje se prenose kanalom komunikacije moraju biti jasne kako bi ih publika mogla razumjeti. Jezgrovitost govora se odnosi na izbjegavanje suvišnog gomilanja riječi. „Osnovna svrha govora je iskazivanje i prenošenje misli i osjećaja, odnosno razmjena poruka u procesu verbalne komunikacije. Po tome, govoriti svrsishodno znači: a) govoriti s jasnim ciljem što želimo da kažemo, b) strogo se držati predmeta o kome se govori i c) podesiti govor datoj govornoj situaciji“ (Šipka:2005:125).

3.2.3. Publika

Treći element modela komunikacije je publika. Prema Webster (2012:39) bez publike govornik zasigurno ne može održati govor. Publika za govornika ima dvije dimenzije, prva dimenzija je način na koji govor treba biti složen i izveden kako bi zadovoljio potrebe publike. Druga dimenzija je kolektivna odgovornost publike prema govorniku. Ta odgovornost podrazumijeva brigu govornika o tome hoće li publika na odgovarajući način reagirati na govor. Prema Vlahović (2013) svaki član publike razumije poruku na vlastiti način tako što ju filtrira kroz referentni okvir koji je izgrađen od njegovih znanja, vrijednosti, stavova, mišljenja. S obzirom na to da svaki član publike ima vlastiti referentni oblik i neće jednako doživjeti poruku, govornik se mora potruditi da prilagodi svoju poruku referentnom okviru publike, a to je težak zadatak.

Uz prethodno nabrojane i objašnjene osnovne elemente javnog govora Webster (2012:20) zaključuje da publika zasigurno utiče na govor na više načina i tu je potrebno razmotriti kompleksniji Shannon- Weaver model koji uz osnovne elemente javnog govora poput: izvora (govornika), poruke i primatelja (publike) dodaje još okolinu, buku i povratnu informaciju.



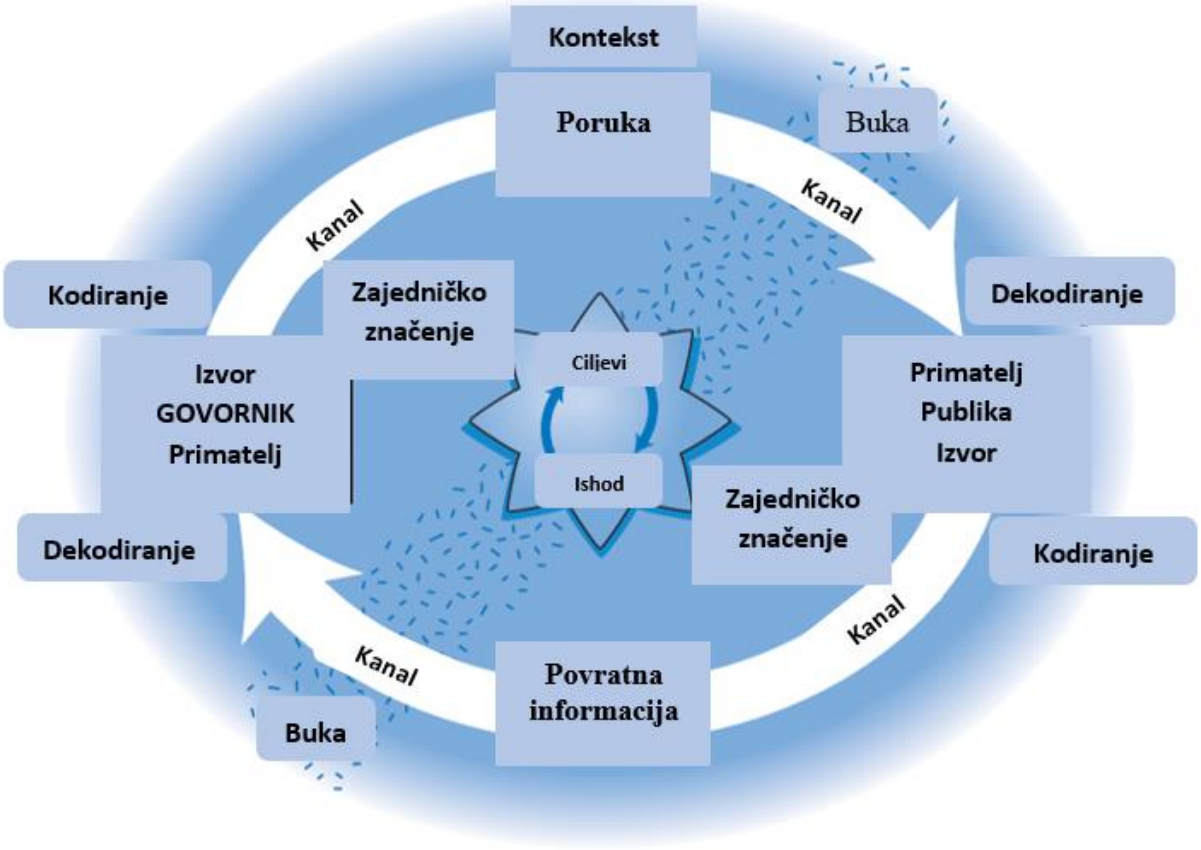
Slika 3. Shannon- Weaver model

Izvor: Izrada autora prema Webster, J., L. (2012).

Prema ovom modelu Webster (2012:20) ističe da neverbalna komunikacija, kao što je osmijeh, namrgođenost, spavanje šalju povratnu informaciju govorniku. Povratna informacija je bilo koji odgovor publike na poruku koji može biti namjerni ili nenamjerni. Primjerice ako student za vrijeme predavanja gleda na sat ili zijeva profesor (govornik) može zaključiti da je student više koncentriran na to koliko će sat trajati nego na sadržaj samog predavanja (govora). Ovaj model naglašava da su uloge govornika i publike međusobno ovisne, ali odvojene. Govornik se oslanja na publiku i od nje očekuje da bude uključena u prezentaciju, da s poštovanjem prati govor i da bude svjesna svojih neverbalnih signala koje šalje. S druge strane govornik je odgovoran analizirati publiku i prilagoditi svoju poruku susretu i potrebama publike. Kada obje strane shvate svoju ulogu ozbiljno poruka postaje učinkovitija i za govornika i za publiku.

U nastavku će biti prikazan model javnog govora prema O'Hair i dr. (2010). koji se sastoji od osnovnih elemenata javnog govora i poput Shannon- Waever modela uključuje buku, kodiranje, dekodiranje, kanal, povratnu informaciju a specifičan je po tome što dodaje kontekst, cilj, ishod i zajedničko značenje.

O'Hair i dr. (2010:5-7) tvrde da je u svakom komunikacijskom procesu, uključujući i javni govor, prisutno nekoliko najvažnijih elemenata, a tu spadaju: govornik, publika, poruka, kanal i zajedničko značenje.



Slika 4.Komunikacijski proces

Izvor: Izrada autora prema O'hair i dr. (2010)

Slika 4. prikazuje komunikacijski proces. Izvor ili govornik je osoba koja stvara poruku, a stvaranje i organiziranje poruke naziva se kodiranje, odnosno kodiranje je postupak pretvaranja misli u riječi. Poruku koju izvor šalje prima publika, a postupak tumačenja te poruke naziva se dekodiranje. Članovi publike dekodiraju značenje poruke selektivno, na temelju vlastitih iskustava i stavova, što znači da svaki član publike poruku shvaća na svoj način. Povratne informacije koje izvor (govornik) dobiva su odgovor publike na poruku i mogu se prenositi verbalno i neverbalno. Poruka je sadržaj komunikacijskog procesa gdje se misli i ideje stavljaju u suvisle izraze, a mogu biti izraženi verbalno i neverbalno. Medij putem kojeg govornik šalje svoju poruku je kanal. Ako govornik svoju poruku dostavlja uživo ispred publike, kanal je zrak kroz koji zvučni valovi putuju. Ostali kanali mogu biti: televizija, telefon, računala i slično. Buka je svako ometanje poruke. To mogu biti zvukovi poput

šuškanja, zvona telefona, ali i psihološka distrakcija kao što su usijane emocije, hladna soba i prisutnost neočekivanih ljudi. Zajedničko značenje je međusobno razumijevanje poruke između govornika i publike. Najniža razina zajedničkog značenja postoji kada je govornik samo privukao pažnju publike. Kako se poruka razvija, tako je moguće razvijanje i višeg stupnja zajedničkog značenja. Na ovaj način govornik i slušatelj čine govor govorom i zajedno stvaraju njegovo značenje. Postoje još dva druga čimbenika koja su presudna za razmatranje prilikom pripreme i držanja govora, a to su kontekst i ciljevi. Kontekst je sve ono što utječe na govornika, publiku i prigodu, a na kraju i na sam govor. Jasno definirana svrha ili cilj govora konačni su preduvjet za učinkovit govor.

3.3. Učinkovitost javnog govora

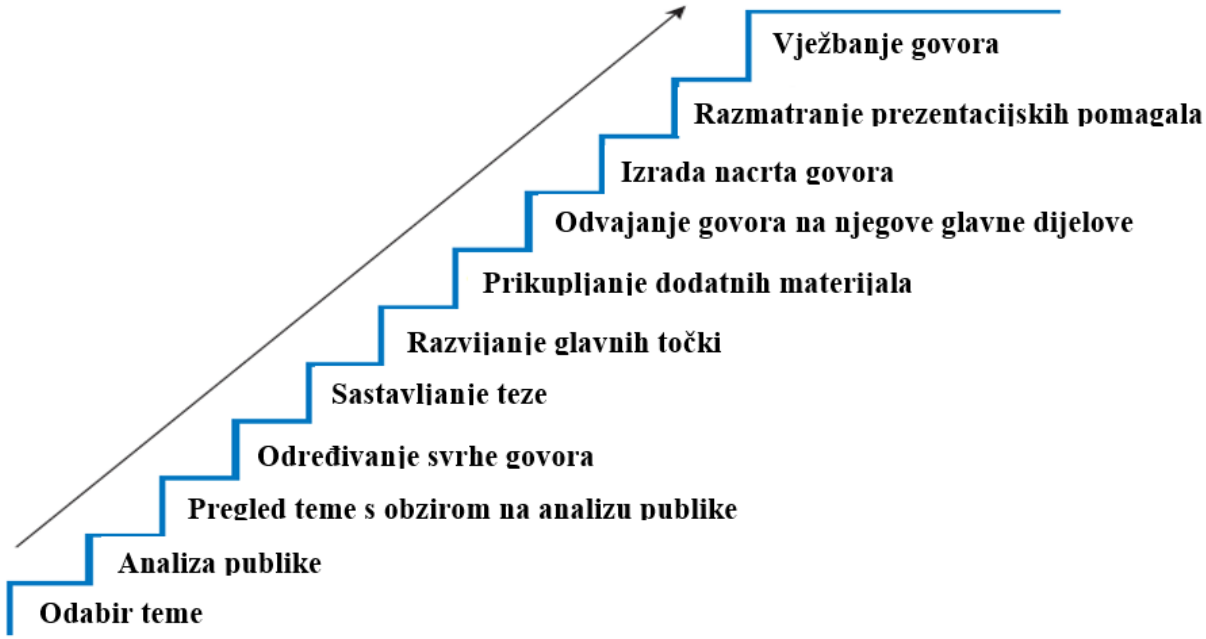
Webster (2012:16) je u svojim istraživanjima javnih govora i nastupa došla do zaključka da studenti učinkovitost svojih govora mogu mjeriti na dva načina: prvi je vrsta ocjene i povratna informacija nastavnika, a drugi je poticanje publike na neposrednu i mjerljivu akciju.

Za učinkoviti javni nastup prema Webster (2012:16-17) važni su:

- Kontekst - pri javnom nastupu u obzir se uzima odjeća koja se nosi, držanje tijela, izraz lica, izbor riječi, organiziranje govornog materijala, kontakt očima i još mnogo elemenata koji su važni za izgradnju vjerodostojnosti govornika.
- Namjera- većinu vremena govornici neće znati imaju li njihove riječi željeni ishod, odnosno oni ne znaju jesu li ispunili svoj cilj sve dok im netko na koga je njihov govor uticao ne kaže. S toga je teško odmah vidjeti rezultate javnog govora.
- Jezik i struktura- učinkovit javni nastup i govor veliku pozornost pridaje jeziku i strukturi. Učinkoviti govor koristi raznolikosti u jeziku, odgovarajuće geste i izraze lica, dobro je konstruiran i uvježban.

3.4.Koraci u stvaranju uspješnog govora

Javni govor ima značajnu ulogu u svakodnevnom procesu komunikacije. Prisutan je u obrazovnom sustavu, u poslovnom svijetu, te privatnoj komunikaciji između ljudi. Javno govorenje je vještina koja se može učiti i poboljšati, a pri stvaranju uspješnog govora prema O'Hair i dr. (2010) potrebno je slijediti jedanaest koraka koji su prikazani na slici 5. Uspješan govor započinje odabirom teme, a završava vježbanjem isporuke govora, detaljnije objašnjenje svih koraka slijedi u nastavku.



Slika 5. Koraci u stvaranju uspješnog govora

Izvor: izrada autora prema O'Hair i dr. (2010).

Slika 5. opisuje korake u stvaranju uspješnog govora. Slijedi detaljno objašnjenje u nastavku.

1. Odabir teme

Prema O'Hair i dr. (2010) prvi korak u kreiranju govora uključuje pronalaženje teme. Iako je tema često unaprijed dodijeljena, potrebno je temu prilagoditi slušateljima i situaciji u kojoj se govori. Dobra tema mora probuditi znatiželju u publici, a uspješni govornici pri istraživanju teme moraju uzeti u obzir potencijalnu privlačnost teme publici i njezinu primjerenost za tu priliku. Nakon što govornik odabere temu on mora razmotriti što će publika željeti naučiti iz njegovog govora, koji aspekti teme su najrelevantniji za određenu prigodu, te glavne točke

govora treba ograničiti na dvije do pet. Webster (2012) smatra da je prvi korak u odabiru teme pronalaženje teme koja zanima govornika, a drugi korak je pronalazak dodatnih informacija o temi koje će povećati znanje govornika. Carnegie (1988) naglašava važnost emocionalne vezanosti za temu, ako govornik nije emocionalno vezan za temu o kojoj će govoriti, teško je očekivati da će slušatelji povjerovati u poruku koja se prenosi. Da bi izabrana tema zanimala publiku potrebno je govoriti s puno oduševljenja za temu i jedino na taj način će se zadržati pažnja publike. Pri odabiru teme važno je ograničiti područje izlaganja i ostati u unaprijed određenim granicama te svoje izlaganje uklopiti u vrijeme koje je na raspolaganju.

2. Analiza publike

Prema O'Hair i dr. (2010) analiza publike postupak je prikupljanja i analiziranja informacija o publici, njihovim atributima i motivacijama s izričitim ciljem pripremanja govora na način koji će njima biti značajan. Webster (2012) tvrdi da dobar govornik mora saznati što više informacija o publici. U tom istraživanju publike velika korist se može dobiti iz demografskih podataka ljudi, to uključuje primjerice: dob, razinu prihoda, spol, rasu, religiju i sve ostalo što se može kategorizirati. O'Hair i dr. (2010:41) također pri analizi publike veliku važnost daju demografiji, oni definiraju demografiju kao statističku karakteristiku određene populacije. Najmanje šest takvih karakteristika obično se uzima u obzir u analizi govorne publike: dob, etničko ili kulturno porijeklo, socioekonomski status (uključujući prihod, zanimanje i obrazovanje), vjera, pripadnost politici i spol. Bilo koji broj drugih osobina kao što su: tjelesni invaliditet, seksualna orijentacija ili mjesto stanovanja, također mogu biti važni za istraživanje.

3. Pregledati temu s obzirom na analizu publike

Treći korak u kreiranju uspješnog govora odnosi se na pregled teme s obzirom na provedenu analizu publike. Nakon prikupljenih podataka o publici treba razmisliti o tome kako će oni prihvatiti odabranu temu i u skladu s tim prikupiti podatke o temi.

4. Određivanje svrhe govora

Prema O'Hair i dr. (2010:10) da bi govor bio uspješan govornici moraju odlučiti što žele priopćiti svojom temom i zašto. Postoje tri opće svrhe govora, a to su informiranje, uvjeravanje i govori za obilježavanje posebnih prilika. Informativni govor pruža publici nove informacije, nove uvide i nove načine razmišljanja o temi. Njegova je opća svrha povećati svijest publike o određenoj temi. Uvjerljivi govor želi utjecati na stavove, vjerovanja i vrijednosti. Govor za posebne prigode (svečani govor) koristi se za obilježavanje posebnih

događaja poput vjenčanja. Ovakva vrsta govora može biti informativna ili uvjerljiva, a često je kombinacija oboje. Ovisno o prigodi njegova osnovna svrha je obilježavati, zabavljati, slaviti te nadahnuti.

5. Sastavljanje teze

O'Hair i dr. (2010:11) na peti korak stavljaju sastavljanje teze. Nju je potrebno složiti tako da ona jasno izražava središnju ideju govora. Svrha govora usmjerava pažnju na ono što se želi postići govorom, izlaganje teze sažeto identificira za vašu publiku u jednoj rečenici, o čemu se govori u govoru.

6. Razvijanje glavnih točki

O'Hair i dr. (2010:11) savjetuju da govor mora biti organiziran oko dvije ili tri glavne točke. Te su točke primarno znanje u informativnom govoru i ključni argumenti u uvjerljivom govoru. Ako se teza jasno definira glavne točke će se lako prepoznati. Glavne točke izražavaju ključne ideje govora, a dobro organiziran govor karakterizira jedinstvo, koherentnost i ravnoteža.

7. Prikupljanje dodatnih materijala

Prema O'Hair i dr. (2010:12-57) dodatni materijali uključuju informacije koje su dostupne iz osobnih iskustava te iz svih vrsta tiskanih i elektroničkih izvora. Govor je dobar koliko i njegovi dodatni materijali koji pružaju dokaze za vaše tvrdnje i daju vjerodostojnost vašoj poruci. To mogu biti: primjeri, pripovijesti, svjedočenja, činjenice i statistički podaci.

8. Odvajanje govora na njegove glavne dijelove

Prema O'Hair i dr. (2010:12) svaki govor ima tri glavna dijela: uvod, tijelo i zaključak. Uvod služi za upoznavanje teme i govornika te da upozna slušatelje sa svrhom govora. Dobar uvod treba privući pažnju i interes publike. Tijelo govora sastoji se od glavnih točaka i pod točaka koji podupiru govornu tezu, a zaključak ponavlja svrhu govora i potvrđuje glavne točke.

9. Izrada nacrta govora

Deveti korak u stvaranju uspješnog govora prema O'Hair i dr. (2010:12-13) je izrada nacrta govora. To je okvir prema kojem se glavne točke raspoređuju prema svojoj tezi, a podređene točke daju potporu glavnim točkama.

10. Razmatranje prezentacijskih pomagala

Prema O'Hair i dr. (2010:13) prezentacijska pomagala pomažu sažimanju i isticanju informacija, poput grafikona, tablica koje često mogu pomoći publici da zadrže ideje i razumiju teške koncepte. Prezentacijska pomagala mogu pružiti dramatičan naglasak na bitne točke koji će slušateljima biti nezaboravne.

11. Vježbanje govora

O'Hair i dr. (2010:13-14) ističu kako uspjeh bilo kojeg govora ovisi o tome koliko je govornik bio pripremljen i uvježban. Sugerira se da se dobar govor vježba najmanje šest puta. Prilikom isporuke govora razlikujemo verbalnu i neverbalnu isporuku. Verbalna isporuka uključuje glasnoću, visinu, brzinu, raznolikost, izgovor i artikulaciju. Prilikom vježbanja potrebno je obratiti pažnju na to koliko se tiho ili glasno govori, obratiti pažnju na brzinu govora, nastojati govoriti ni prebrzo ni presporo, izbjegavati monoton govor, i izgovarati riječi pravilno i jasno. Osim što primjećuje riječi u govoru, publika je vrlo dobro prilagođena neverbalnom govornom ponašanju govornika: izrazu lica, gestama, općenitim pokretima tijela i cjelokupnom fizičkom izgledu, a veliki utjecaj na neverbalne poruke koje govornik šalje ima emocionalna inteligencija. Ražnjević- Zdrlić i Ivanac (2016) svojim istraživanjem zaključili su da studenti premalo vremena posvećuju upravo pripremi javnog izlaganja, odnosno više vremena utroše na izgled same prezentacije nego na način izvedbe govora, a kao posljedica toga pojavljuju se simptomi straha od javnog nastupa. One zaključuju da studenti koji se više pripremaju imaju manje simptome straha od javnog nastupa i time dokazuju da je vježbanje isporuke govora ključ uspješnog javnog nastupa.

3.5. Što čini govornike uspješnima

Prema Carnegie (1988:12-24) uspješni govornici slijede četiri sljedeća pravila:

1. Uče se hrabrosti na iskustvu drugih

   U prošlosti se na govorništvo gledalo kao na umjetnost, koja je tražila primjenu brojnih zakona retorike, čak je smatrano da se ljudi rađaju kao uspješni govornici. Danas je to mišljenje promijenjeno i na javno govorenje se gleda kao na vještinu koja se može naučiti poštujući jednostavna pravila. Carnegie je u svom dugogodišnjem radu došao do zaključka da je prije svega potrebno imati hrabrost za održavanje jasnog i smislenog govora.

2. Misle na cilj koji žele postići

Uspješni govornici znaju koji je njihov cilj i oni jasno mogu vizualizirati dobrobiti svog govora. Savladavanjem vještine komuniciranja s okolinom stiče se samopouzdanje i emocionalno se obogaćuje.

3. Pripremljeni su na uspjeh

Nakon postavljenog cilja, potrebno je misliti pozitivno, a ne negativno o izgledima uspjeha. Potrebno je imati osobine koje su potrebne za svaki značajan pothvat, a to su želja koja prerasta u zanos, volja i vjera u uspjeh.

4. Iskorištavaju svaku priliku za vježbanje

Prilike za govorenje se nalaze gotovo svuda, a u svakom obliku poslovne, društvene i političke djelatnosti nameće se potreba za javnim govorenjem.

4. Emocionalna inteligencija i javni govor

Uz sve prethodno nabrojane korake i elemente koje je potrebno imati kako bi javni govor bio uspješan i učinkovit, veliku ulogu ima i emocionalna inteligencija govornika. Da emocionalna inteligencija igra značajnu ulogu u životu pojedinca dokazao je Goleman (2020) koji tvrdi da je emocionalna inteligencija važnija od kvocijenta inteligenciju u postizanju uspjeha u životu i obrazovanju, te općenito doprinosi osjećaju zadovoljstva u različitim životnim područjima. Holt (2007) također ističe važnost razvijanja samosvijesti kao dimenzije emocionalne inteligencije kod studenata, radi postizanja boljeg akademskog uspjeha, ali i uspjeha u svim životnim područjima.

Pozitivne emocije olakšavaju proces učenja, potiču pažnju koja onda utječe na pamćenje studenata i njihovu koncentraciju. Vrlo inteligentan student koji ima strah od javnog nastupa može jako loše prezentirati svoj projekt jer nije naučio kako se nositi sa svojim emocijama i kako ih kontrolirati. Stoga je vrlo bitno osvijestiti studente o važnosti emocionalne inteligencije koja pozitivno utječe na socijalne vještine i pomaže efektivnijoj komunikaciji.

Prema istraživanju Bora (2012) studenti koji imaju nižu razinu emocionalne inteligencije imaju tendenciju da izbjegavaju kolegije javnog govora i aktivnosti javnog govorenja. Za razliku od njih studenti s višom razinom emocionalne inteligencije ne oklijevaju pri izboru takvih kolegija zato što su sposobni procijeniti svoje sposobnosti, znaju što osjećaju i žele.

Simamora (2018) je u svom je istraživanju također došla do zaključka da emocionalna inteligencija igra aktivnu ulogu u vještini javnog govora kod studenata. Anketa koju je provela pokazala je da studenti koji imaju nižu razinu emocionalne inteligencije manje se izlažu javnim govorima, a kada su na to primorani njihovi rezultati su lošiji nego kod studenata s razvijenijom emocionalnom inteligencijom.

Uspješni govornici prema Morgan (2017) moraju imati razvijene sve dimenzije emocionalne inteligencije koje je definirao Goleman (2020), a to su: samosvijest, samovođenje, samomotivacija, empatija i društvene vještine.

Samosvijest se odnosi na prepoznavanje vlastitih osjećaja, a za govornika ta dimenzija je ključna kako bi uopće počeo svoj govor. Govornik mora biti sposoban prepoznati i razumjeti vlastite osjećaje i mora znati kako oni utječu na druge ljude, odnosno pri javnom govorenju, kako oni utječu na publiku. Govornik koji ima razvijenu dimenziju samosvijesti sposoban je razumjeti svoje osjećaje prije i za vrijeme samog govora. Primjerice ako se govornik osjeća nervoznim prije samog govora i ako toga nije u potpunosti svjestan moguće je da će nesvjesno

ubrzati svoj govor kako bi što prije završio. Također, govornici koji imaju razvijenu ovu dimenziju prepoznaju svoje snage u javnom govorenju, ali i svoje slabosti, koje onda mogu razvijati i usavršavati kako bi ih na kraju pretvorili u snagu.

Druga dimenzija emocionalne inteligencije je samovođenje. Za uspješnog govornika nije dovoljno samo da bude svjestan svojih osjećaja, potrebno je biti sposoban kontrolirati te iste osjećaje i porive. Dobar govornik mora utjecati na svoje emocije i na kraju na svoje ponašanje kako bi postigao cilj koji je zacrtao. Studenti vrlo često osjećaju paniku i strah zbog javnog govora i u tom trenutku najvažnije je ne paničariti i ne dozvoliti negativnim emocijama da prevladaju. Govornici koji imaju razvijenu ovu dimenziju emocionalne inteligencije razmišljaju prije nego što djeluju, a to je jako važno pri sastavljanju dobrog govora. Da bi govor bio uspješan potrebno ga je detaljno pripremiti pa tek onda iznijeti pred publiku.

Samomotivacija kao treća dimenzija emocionalne inteligencije odnosi se na sposobnost upravljanja emocijama kako bi se postigao određeni cilj. Govornik mora biti motiviran unatoč zaprekama, mora osjećati strast prema temi i svom govoru i jedino na taj način može uspješno prenijeti poruku publici.

Empatija podrazumijeva razumijevanje drugih, a to je ključno za uspjeh govornika. Emocionalno inteligentni govornici mogu s lakoćom prepoznati osjećaje, potrebe i želje publike i trebaju se njima voditi pri stvaranju uspješnog govora. Ponekad ti osjećaji nisu jasno vidljivi, a upravo govornici s razvijenom empatijom sposobni su ih pročitati i kao neverbalne znakove, koje publika više daje nego verbalne.

Razvijene društvene vještine još su jedan znak emocionalno inteligentnog govornika. Uspješni javni govornici sposobni su izgraditi odnos sa svojom publikom, a ako imaju strast da svoju poruku jasno isporuče publici, imaju i osnovne za uspjeh.

Emocionalna inteligencija pomaže i pri savladavanju straha od javnog nastupa. Black (2019) piše kako je strah od javnog nastupa vrlo česta pojava za koju se vjeruje da pogađa do 75% populacije. Netko doživljava blagu nervozu pri samoj pomisli na javni nastup, dok se kod drugih može javiti potpuna panika i strah. Carnegie (1988:27-28) smatra kako uspješni govornici moraju imati razvijeno samopouzdanje, a prvi korak pri razvijanju samopouzdanja jest prevladavanje straha od javnog nastupa. On ističe kako je strah normalna pojava koja se javlja kod velikog broja govornika, pogotovo kod studenata koji su tijekom fakulteta izloženi velikom broju prezentacija i nastupa. Trema koja se javlja jest prirodni način da se tijelo pripremi za susret s izazovima okoline. Carnegie također navodi da se strah od javnog nastupa

i govora pojavljuje zbog toga što ljudi nisu navikli govoriti pred javnošću i za mnoge je to nepoznanica, odnosno ljudi javni govor doživljavaju kao strašnu i stresnu situaciju, međutim to se može učiniti jednostavnijim vježbom i pripremom. Razvijanje emocionalne inteligencije i kontroliranje vlastitih emocija olakšava borbu s tim strahom. Govornik mora kontrolirati svoje emocije kako bi njegove verbalne i neverbalne poruke bile u skladu. Škarić (2000:166-167) poput Crenegiea ističe da je strah od javnog govora veći kada govornik nije navikao na javne govore te kada govornik ne poznaje publiku. Strah i sram se povećava ako govornik previše samokritično razmišlja o sebi i svom govoru te ako publiku odmah doživi neprijateljski. Strah izaziva fizičke i psihičke reakcije, a one se itekako primjećuju te ta činjenica dodatno plaši govornika. Prema Webster (2012) fizički simptomi koje govornik osjeća zbog nervoze i straha jednaki su onima koje čovjek osjeća kada se uplaši, srce kuca brže, disanje je pliće, mišići se savijaju, a sluh i vid se izoštravaju, takva reakcija organizma je instinktivna.

5.Metodologija

U prvom, teorijskom dijelu ovog diplomskog rada korištene su metode proučavanja literature vezane uz emocionalnu inteligenciju i javni govor, te utjecaj emocionalne inteligencije na javno govorenje.

Drugi dio rada, odnosno empirijsko istraživanje provedeno je uz pomoć samostalno izrađene ankete koja je provedena online.

Pri pisanju ovog rada korištena je metoda analize koja prema Žugaj i dr. (2006:50-56) predstavlja postupak rastavljanja složenih pojmova na njegove elemente i tom se metodom traže veze, uzroci i posljedice i na temelju toga se izvode zaključci, zatim je korištena metoda sinteze, a to je obrnuti postupak od analize. Još su korištene metode indukcije i dedukcije, odnosno zaključivanje od pojedinačnih slučajeva prema općenitim i obrnuto.

U radu su korišteni sekundarni izvori informacija i to: znanstvene knjige, stručni časopisi, priručnici, enciklopedije, udžbenici i izvori s interneta, korištena je domaća i strana literatura.

6.Istraživanje

Istraživanje koje je provedeno ima za cilj utvrditi znanje studenata o emocionalnoj inteligenciji, te stav studenata o važnosti emocionalne inteligencije za govorenje u javnosti.

Postavljene su sljedeće hipoteze.

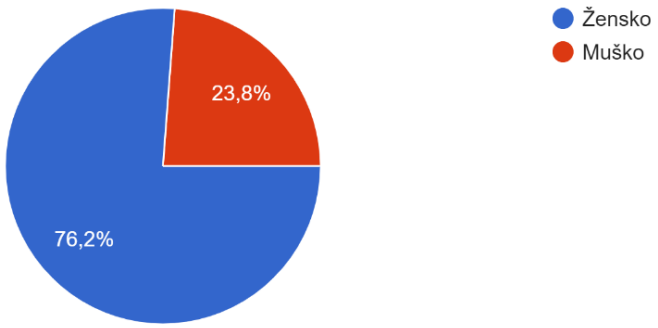
H1: Studenti završnih godina studija ne poznaju teoriju o emocionalnoj inteligenciji.

H2: Studenti završnih godina studija nisu dovoljno osviješteni o važnosti emocionalne inteligencije za govorenje u javnosti.

Uzorak istraživanja prikupljen je na temelju poznanstva. Istraživanje je provedeno tijekom lipnja 2021. godine, a anketi je pristupilo 42 studenata završnih godina studija Ekonomskog fakulteta u Osijeku. U anketi je najviše sudjelovalo ženskih osoba i to 32 . Provedena anketa sastojala se od 17 pitanja. Jedno pitanje bilo je kratki odgovor, dva pitanja s moguće više točnih odgovora, nekoliko pitanja s višestrukim izborom, te pitanja koja ispituju stav studenata uz pomoć Likertove ljestvice.

6.1. Rezultati istraživanja

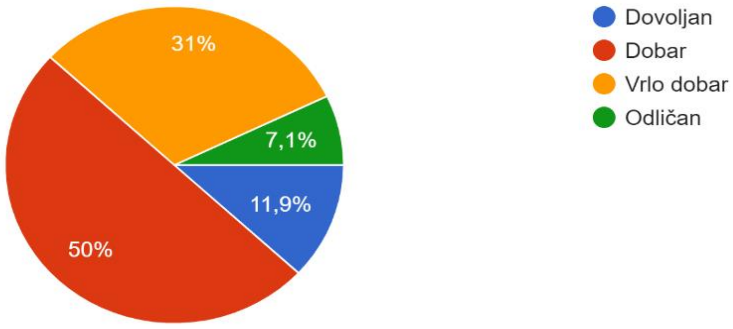
Prvo anketno pitanje glasilo je „Spol“. Broj žena koje su ispunile anketu je 32 (76,2%), a broj muškaraca je 10 (23,8%) od ukupno 42 ispitanika. (Grafikon 1)



Grafikon 1.Spol

Izvor: izrada autora

Drugo anketno pitanje glasilo je „ Koja je Vaša prosječna uspješnost u studiranju?“ 11,9% ispitanika označilo je da je njihova prosječna uspješnost u studiranju dovoljan, 50% ispitanika je označilo dobar, 31% ispitanika je označilo vrlo dobar, a 7,1% ispitanika je odlične prosječne uspješnosti u studiranju. (Grafikon 2)

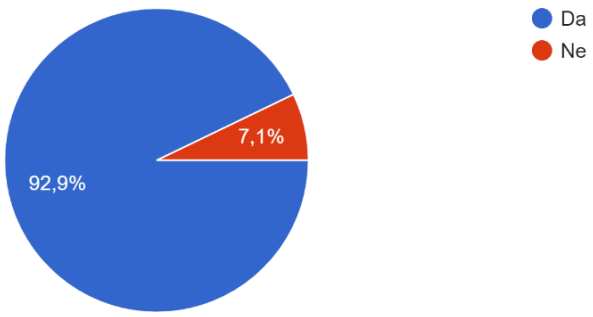


Grafikon 2. Koja je Vaša prosječna uspješnost u studiranju?

Izvor: izrada autora

Čak 50% ispitanika navelo je da je njihova prosječna uspješnost u studiranju dobar, a najmanje ispitanika, njih 7,1% je odlične prosječne uspješnosti u studiranju. Što znači da će se rezultati ankete najviše promatrati u kontekstu studenata s prosječnom ocjenom u studiranju dobar. Ovakav rezultat se može objasniti činjenicom da je broj studenata s odličnom prosječnom ocjenom u studiranju znatno manji od onih s prosječnom ocjenom u studiranju dobar.

Treće anketno pitanje glasilo je „Jeste li tijekom svog obrazovanja učili o emocionalnoj inteligenciji?“ 92,9% ispitanika odgovorilo je s da, a 7,1% ispitanika odgovorilo je s ne. (Grafikon 3)

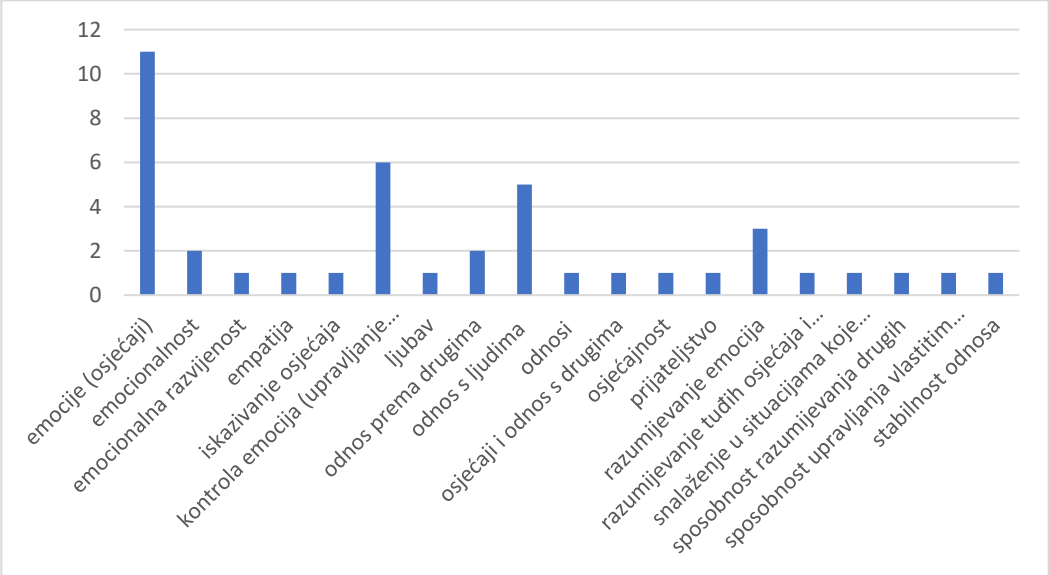


Grafikon 3. Jeste li tijekom svog obrazovanja učili o emocionalnoj inteligenciji?

Izvor: izrada autora

Grafikon 3. pokazuje da je čak 92,9% studenata tijekom svog obrazovanja učilo o emocionalnoj inteligenciji. Dobiveni rezultat je neočekivan s obzirom na postavljenu hipotezu (H1) i značajan za iduća pitanja u anketi u kojima se ispituje znanje studenata o emocionalnoj inteligenciji.

Četvrto anketno pitanje glasilo je „Na što Vas prvo asocira pojam emocionalne inteligencije?“ 11 ispitanika navelo je emocije (osjećaje) kao prvu asocijaciju na emocionalnu inteligenciju zatim su navodili sljedeće: emocionalnost (2), emocionalna razvijenost (1), empatija (1), iskazivanje osjećaja (1), kontrola emocija (6), ljubav (1), odnos prema drugima (2), odnos s ljudima (5), odnosi (1), osjećaji i odnos s drugima (1), osjećajnost (1), prijateljstvo (1), razumijevanje emocija (3), razumijevanje tuđih osjećaja i potreba (1), snalaženje u situacijama koje zahtijevaju brzu reakciju (1), sposobnost razumijevanja drugih (1), sposobnost upravljanja vlastitim emocijama u određenom trenutku (1), stabilnost odnosa (1). (Grafikon 4)



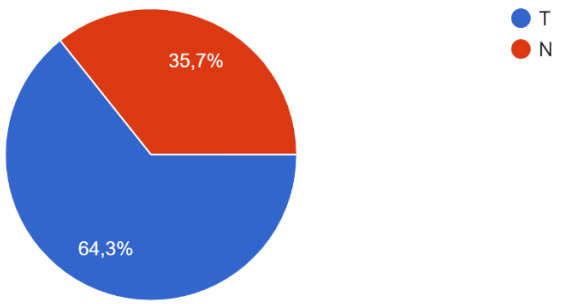
Grafikon 4. Na što Vas prvo asocira pojam emocionalne inteligencije?

Izvor: izrada autora

Četvrtim pitanjem se željelo doznati na što prvo emocionalna inteligencija asocira ispitanike. Pitanje je formirano kao kratak odgovor. Najveći broj ispitanika, njih 11 navelo je kako ih emocionalna inteligencija asocira na emocije (osjećaje), zatim na kontrolu emocija, njih 6 , te odnos s ljudima navelo je 5 ispitanika. Ispitanici su pokazali da površno poznaju teoriju emocionalne inteligencije s obzirom na navedene odgovore, a u odnosu na postavljenu hipotezu dobiveni rezultat je očekivan.

Pitanja od petog do devetog čine navedene tvrdnje o emocionalnoj inteligenciji, a ispitanici su birali T ako se s tvrdnjom slažu , te N ako se s tvrdnjom ne slažu.

Peto anketno pitanje glasilo je „Emocionalna inteligencija dio je kognitivne inteligencije?“ 64,3% ispitanika je označilo ovu tvrdnju kao točnu, a 35,7% ispitanika ju je označilo kao netočnu. (Grafikon 5)

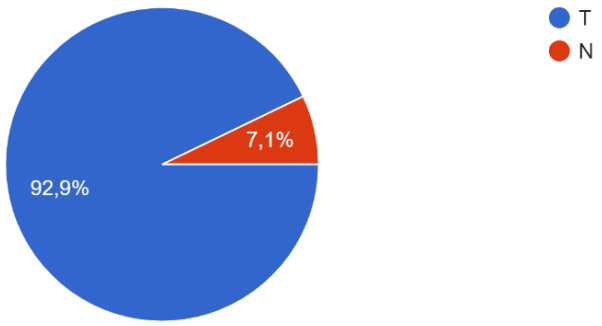


Grafikon 5. Emocionalna inteligencija dio je kognitivne inteligencije.

Izvor: izrada autora

Čak 64,3% ispitanika smatra da je emocionalna inteligencija dio kognitivne inteligencije, a to je pogrešan odgovor. Emocionalna inteligencija nije dio kognitivne inteligencije. Ovaj rezultat je očekivan, a ovako veliki postotak pogrešnih odgovora pokazuje da ispitanici pogrešno razumiju teoriju o emocionalnoj inteligenciji.

Šesto anketno pitanje glasilo je „Emocionalna inteligencija je sposobnost prepoznavanja, razumijevanja i kontrole vlastitih, ali i tuđih emocija.“ 92,9% ispitanika je ovu tvrdnju označilo kao točnu, a 7,1% ispitanika kao netočnu. (Grafikon 6)

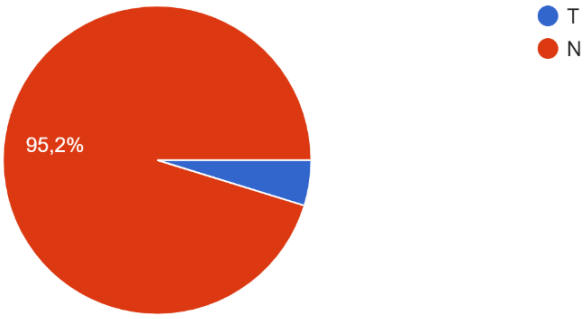


Grafikon 6. Emocionalna inteligencija je sposobnost prepoznavanja, razumijevanja i kontrole vlastitih, ali i tuđih emocija.

Izvor: izrada autora

Na šesto pitanje je čak 92,9% ispitanika dalo točan odgovor. Ovo je iznenađujući rezultat s obzirom na postavljenu hipotezu da studenti završnih godina studija ne poznaju teoriju o emocionalnoj inteligenciji.

Sedmo anketno pitanje glasilo je „Dovoljno je biti osjećajan da bi bio emocionalno inteligentan.“ 4,8% ispitanika smatra da je ova tvrdnja točna, a čak 95,2% ispitanika smatra da je ova tvrdnja netočna. (Grafikon 7)

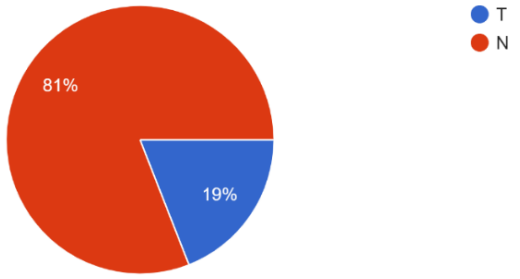


Grafikon 7. Dovoljno je biti osjećajan da bi bio emocionalno inteligentan.

Izvor: izrada autora

Na sedmo pitanje su gotovo svi ispitanici dali točan odgovor, njih čak 95,2%. Ovakav rezultat je neočekivan. Emocionalna inteligencija ne znači osjećajnost. Biti osjećajan znači biti pod kontrolom vlastitih emocija, a emocionalno inteligentni ljudi kontroliraju svoje osjećaje i znaju kako se nositi s njima.

Osmo anketno pitanje glasilo je „Emocionalno inteligentnim ljudima nije potrebna motivacija da postignu uspjeh u životu i obrazovanju.“ 19% ispitanika ovu tvrdnju označilo je kao točnu, a 81% ispitanika tvrdnju je označilo kao netočnu. (Grafikon 8)

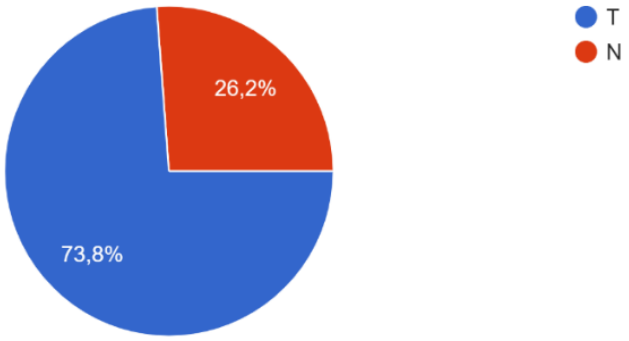


Grafikon 8. Emocionalno inteligentnim ljudima nije potrebna motivacija da postignu uspjeh u životu i obrazovanju.

Izvor: izrada autora

Na 8. pitanje je 81% ispitanika odgovorilo točno i to je neočekivan rezultat. Emocionalno inteligentnim ljudima je potrebna motivacija za uspjeh u životu i obrazovanju. Osoba s razvijenom emocionalnom inteligencijom mora imati i razvijenu dimenziju samomotivacije, odnosno mora biti sposobna motivirati se za postizanje ciljeva u različitim životnim područjima.

Deveto anketno pitanje glasilo je „Osobe s visokim kvocijentom inteligencije istovremeno mogu imati slabo razvijenu emocionalnu inteligenciju.“ 73,8% ispitanika ovu tvrdnju označilo je kao točnu, a 26,2% ispitanika ovu tvrdnju označilo je kao netočnu. (Grafikon 9)

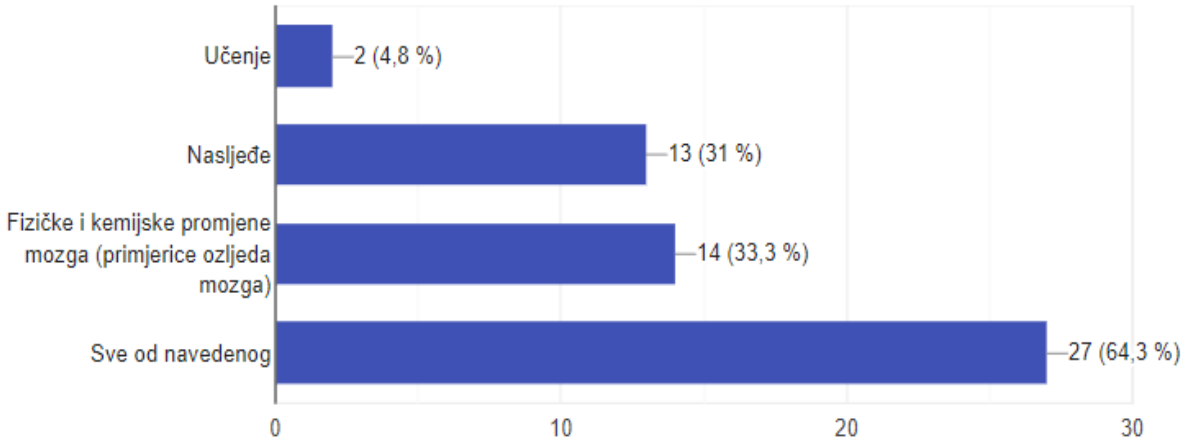


Grafikon 9. Osobe s visokim kvocijentom inteligencije istovremeno mogu imati slabo razvijenu emocionalnu inteligenciju.

Izvor: izrada autora

Grafikon 9. pokazuje kako je 73,8% ispitanika odgovorilo da osobe s visokim kvocijentom inteligencije istovremeno mogu imati slabije razvijenu emocionalnu inteligenciju i to je točan odgovor, a čak četvrtina ispitanika odgovorila je pogrešno. Ovakav rezultat je neočekivan.

Deseto anketno pitanje glasilo je „Prema Vama što od navedenog utječe na razvoj emocionalne inteligencije?“ 4,8% ispitanika smatra da na razvoj emocionalne inteligencije utječe učenje, 31% ispitanika smatra da na razvoj emocionalne inteligencije utječe nasljeđe, 33,3% ispitanika smatra da utjecaj imaju fizičke i kemijske promjene mozga, dok 64,3% ispitanika smatra da na razvoj emocionalne inteligencije utječu sve navede stavke. Ispitanici su mogli odabrati više točnih odgovora. (Grafikon 10)

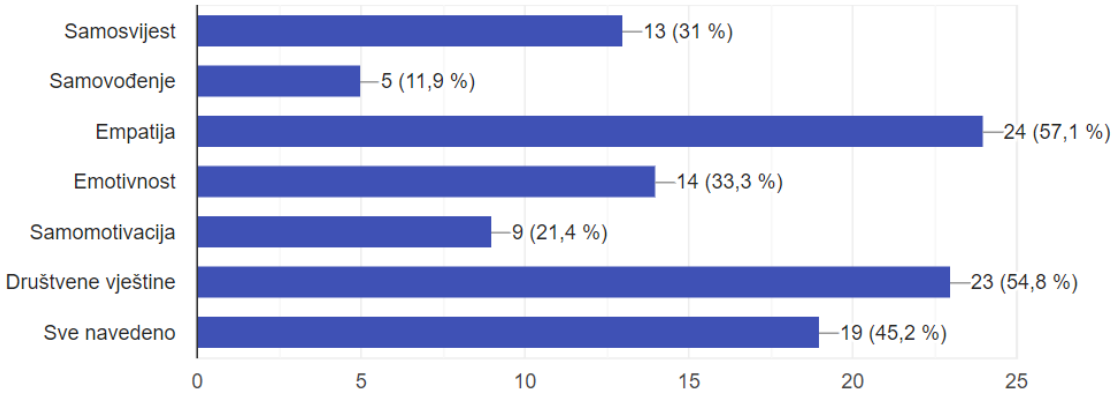


Grafikon 10. Prema Vama što od navedenog utječe na razvoj emocionalne inteligencije?

Izvor: izrada autora

Grafikon 10. pokazuje da je 64,3% ispitanika odgovorilo da na razvoj emocionalne inteligencije utječe učenje, nasljeđe te fizičke i kemijske promjene mozga. S obzirom na to da je više od polovice ispitanika dalo točan odgovor ovo je iznenađujući rezultat u odnosu na postavljenu hipotezu (H1). Ovim pitanjem se željelo ispitati koliko studenti znaju o razvoju emocionalne inteligencije. Samo 4,8% odabralo je učenje, što pokazuje da dio studenata nije upoznat s činjenicom da se emocionalna inteligencija može učiti i razvijati, njih 13 od ukupno 42 smatra da na razvoj emocionalne inteligencije utječe nasljeđe, a 14 ispitanika odabralo je fizičke i kemijske promjene mozga.

Jedanaesto pitanje glasilo je „Prema Vama koje od navedenih dimenzija čine emocionalnu inteligenciju?“ 31% ispitanika odabralo je samosvijest, 11,9% ispitanika odabralo je samovođenje, 57,1% ispitanika odabralo je empatiju, 33,3% ispitanika odabralo je emotivnost, 21,4% ispitanika odabralo je samomotivaciju, 54,8% ispitanika odabralo je društvene vještine, a 45,2% ispitanika odabralo je sve navedeno. (Grafikon 11)



Grafikon 11. Prema Vama koje od navedenih dimenzija čine emocionalnu inteligenciju.

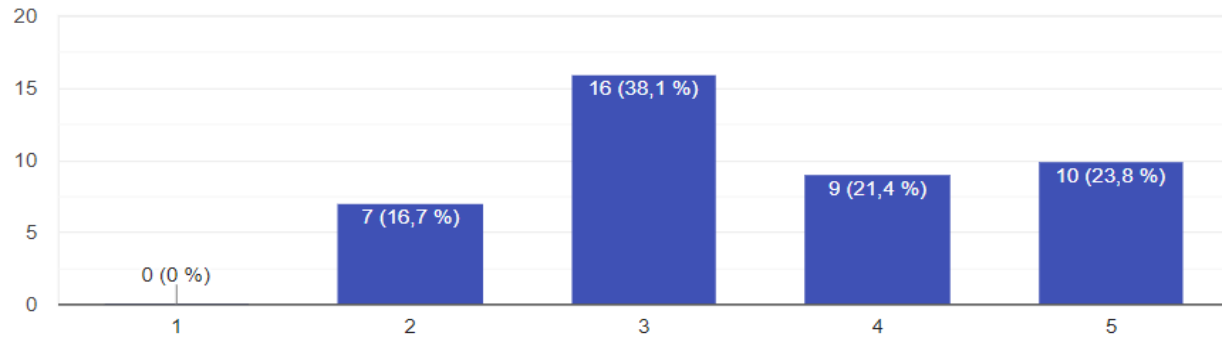
Izvor: izrada autora

U jedanaestom pitanju ispitanici su mogli odabrati više točnih odgovora, a postavljenim pitanjem ispitalo se koliko zapravo studenti poznaju dimenzije emocionalne inteligencije. Točni odgovori koje je trebalo odabrati su: samosvijest, samovođenje, empatija, samomotivacija i društvene vještine, a samo 3 ispitanika odgovorila su točno na ovo pitanje.

Zanimljivo je da je čak 14 ispitanika odabralo emotivnost kao razinu emocionalne inteligencije, a to je pogrešan odgovor. Najveći broj ispitanika, njih 24 odabrao je empatiju te društvene vještine, njih 23, a najmanje samovođenje.

Pitanja u Odjeljku 3. sastoje se od 4 tvrdnje gdje su ispitanici na Likertovoj ljestvici označavali stupanj slaganja s navedenim tvrdnjama, gdje je 1- u potpunosti se ne slažem, 2- djelomično se ne slažem, 3-niti se slažem, niti se ne slažem, 4- djelomično se slažem te 5- u potpunosti se slažem. Pitanjima u ovom odjeljku ispitao se stav studenata o emocionalnoj inteligenciji u govorenju u javnosti.

Dvanaesto pitanje glasilo je „Da bi javni govor bio uspješan govornik mora razumjeti svoje osjećaje.“ 16,7% ispitanika se djelomično ne slaže s ovom tvrdnjom, 38,1% ispitanika niti se slaže, niti se ne slaže, 21,4% ispitanika djelomično se slaže s navedenom tvrdnjom, te 23,8% ispitanika se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom. (Grafikon 12)

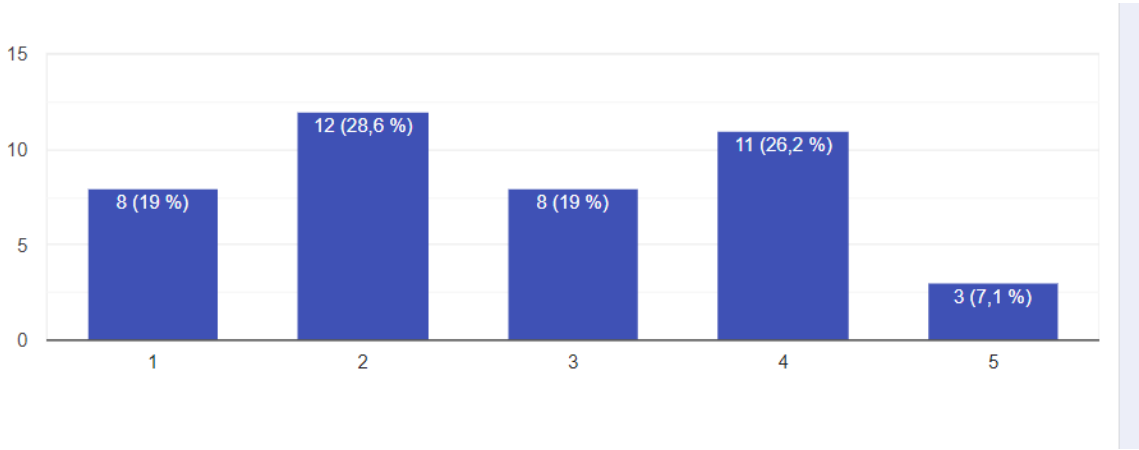


Grafikon 12. Da bi javni govor bio uspješan govornik mora razumjeti svoje osjećaje.

Izvor: izrada autora

Grafikon 12. pokazuje da gotovo polovina ispitanika smatra kako je za uspješan javni govor potrebno da govornik razumije svoje osjećaje, 38,1% ispitanika odabralo da se niti slaže, niti ne slaže s navedenom tvrdnjom, odnosno odabrali su sredinu, najmanji broj ispitanika, njih 16,7% djelomično se ne slaže s navedenom tvrdnjom. Ovaj rezultat je očekivan i pokazuje da se veliki broj ispitanika, njih čak 16 ne može odlučiti je li za uspješan javni govor potrebno da govornik razumije svoje osjećaje. Razumijevanje vlastitih osjećaja odnosi se na dimenziju samosvijesti koja je ključna za uspješan javni govor, a o njezinoj važnosti detaljno je pisano u poglavlju 4. ovog rada.

Trinaesto pitanje glasilo je „Negativni osjećaji (poput straha i panike) koji se javljaju tijekom javnog govora ne mogu se kontrolirati.“ 19% ispitanika u potpunosti se ne slaže s navedenom tvrdnjom, 28,6% ispitanika djelomično se ne slaže s navedenom tvrdnjom, 19% ispitanika niti se slaže, niti se ne slaže s navedenom tvrdnjom, 26,2% ispitanika djelomično se slaže s navedenom tvrdnjom, a 7,1% ispitanika u potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom. (Grafikon 13)



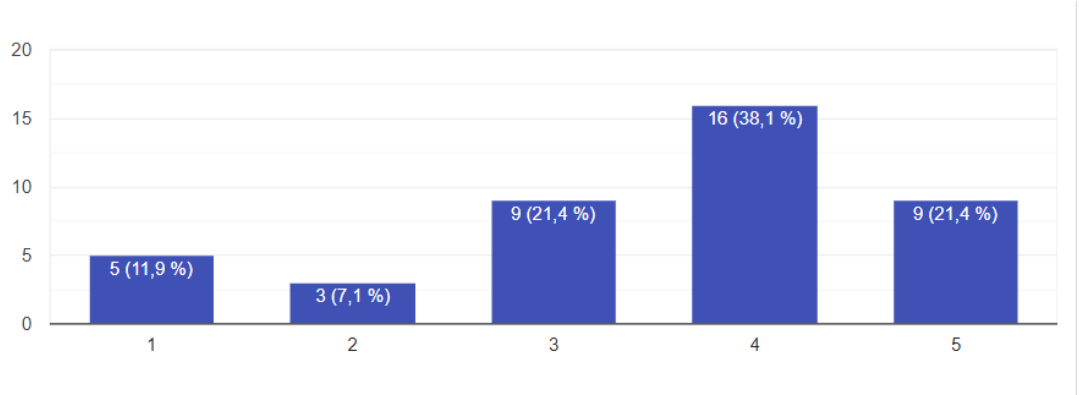
Grafikon 13. Negativni osjećaji (poput straha i panike) koji se javljaju tijekom javnog govora ne mogu se kontrolirati.

Izvor: izrada autora

Trinaestim pitanjem ispitao se stav studenata o kontroliranju negativnih osjećaja koji se javljaju prilikom javnog govorenja. Grafikon 13. pokazuje da su odgovori podjednako raspoređeni u svih pet navedenih kategorija. 47,6% ispitanika smatra da se negativni osjećaji koji se javljaju tijekom javnog govorenja mogu kontrolirati, a njih 33,3% smatra da se ne mogu kontrolirati, a 19% ispitanika je neodlučno. S obzirom na to da su anketu ispunjavali studenti završnih godina studija koji uskoro izlaze na tržište rada, 33,3% ispitanika koji smatraju da se negativni osjećaji ne mogu kontrolirati je velik. Ovakav rezultat može biti razlog i tog što studenti koji osjećaju strah od javnog govora trude se izbjeći ga, a na taj način nisu u mogućnosti naučiti se nositi s negativnim osjećajima koje može donijeti javni govor. Ovaj rezultat je očekivan, a njemu pridonosi i činjenica da je poučavanje o pravilnom govorenju u javnosti i načinima kako savladati strah od javnog nastupa i negativne osjećaje koji se javljaju za vrijeme javnog nastupa u hrvatskom obrazovanju zanemareno. Jer kako navodi Sunara- Jozek (2019) u osnovnoškolskom obrazovanju naglasak se stavlja na

proučavanje teorije književnosti i jezika, a jako malo prostora ostaje za praksu i usmeno izražavanje. Ovaj trend nastavlja se i u srednjim školama te u konačnici i samom fakultetu, s toga ne čudi da dio studenata nije naučio kako kontrolirati negativne osjećaje za vrijeme javnog govora.

Četrnaesto pitanje glasilo je „ Javni govor može biti uspješan iako govornik ne osjeća strast o temi o kojoj govori.“ 11,9% ispitanika se u potpunosti ne slaže s navedenom tvrdnjom, 7,1% ispitanika se djelomično ne slaže s navedenom tvrdnjom, 21,4% ispitanika niti se slaže, niti se ne slaže s navedenom tvrdnjom, 38,1% ispitanika djelomično se slaže, a 21,4% ispitanika u potpunosti se slaže s navedenom tvrdnjom. (Grafikon 14)

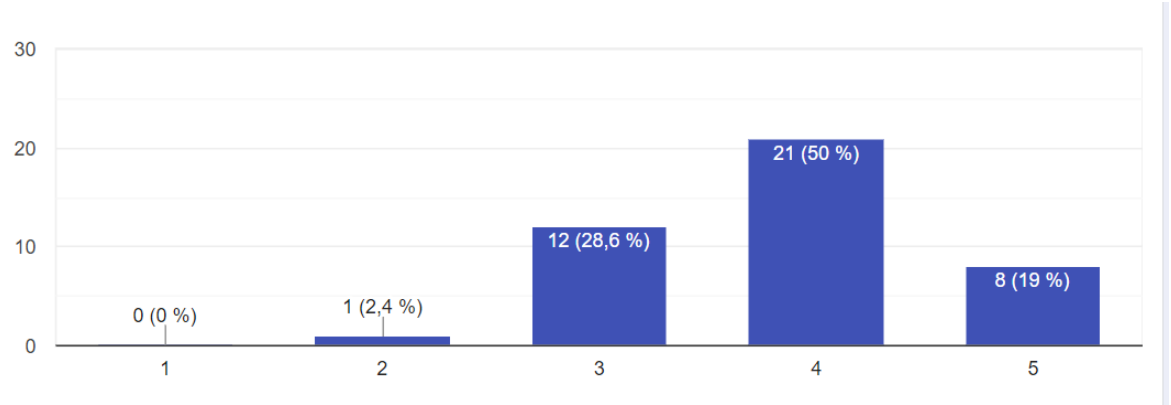


Grafikon 14. Javni govor može bit uspješan iako govornik ne osjeća strast o temi o kojoj govori.

Izvor: izrada autora

Grafikon 14. pokazuje da najveći broj ispitanika, njih 59,5% smatra da javni govor može biti uspješan iako govornik ne osjeća strast o temi o kojoj govori. Ovakav rezultat pokazuje da studenti smatraju da za uspješan javni govor nije potrebno osjećati strast prema temi, a to je pogrešno. Ovakav odgovor je očekivan, ali obeshrabruje. Studenti često za svoja izlaganja i seminare dobivaju unaprijed pripremljene teme, ali iako je tema unaprijed pripremljena njoj treba posvetiti pažnju i detaljno je istražiti, a studenti to često izbjegavaju. Da bi javni govor bio uspješan i da publika povjeruje u poruku koja se prenosi mora postojati emocionalna vezanost za temu.

Petnaesto pitanje glasilo je „Razvijanje emocionalne inteligencije može pomoći pri savladavanju straha od javnog nastupa.“ 2,4% ispitanika djelomično se ne slaže s navedenom tvrdnjom, 28,6% ispitanika niti se slaže niti se ne slaže, 50% ispitanika djelomično se slaže s navedenom tvrdnjom, a 19% se u potpunosti slaže s navedenom tvrdnjom. (Grafikon 15)



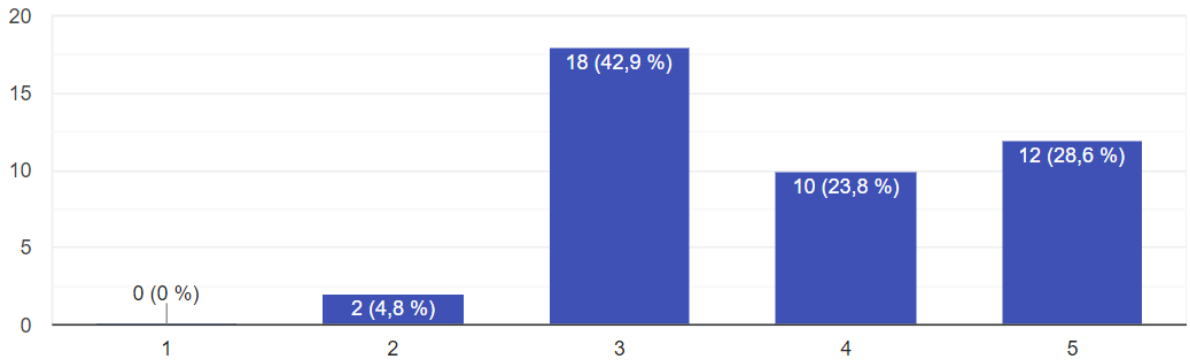
Grafikon 15. Razvijanje emocionalne inteligencije može pomoći pri savladavanju straha od javnog nastupa.

Izvor: izrada autora

Grafikon 15. pokazuje da više od polovice ispitanika, čak njih 29 smatra da razvijanje emocionalne inteligencije može pomoći pri savladavanju straha od javnog nastupa. Ovo je neočekivani rezultat i nije u skladu s drugom hipotezom. Pri savladavanju straha od javnog nastupa uz emocionalnu inteligenciju važna je i priprema govora i vježbanje isporuke govora.

Pitanja u Odjeljku 4 sastoje se od dva navedena pojma za koje su ispitanici na Likertovoj ljestvici označavali koliko su navedeni pojmovi važni za govorenje u javnosti, gdje je 1- u potpunosti nisu važni, 2-djelomično su važni, 3- niti su važni, niti nisu važni, 4- djelomično su važni i 5- u potpunosti su važni.

Šesnaesto pitanje glasilo je „Emocionalna inteligencija.“ 4,8% ispitanika smatra da emocionalna inteligencija djelomično nije važna za govorenje u javnosti, 42,9% ispitanika odabralo je da emocionalna inteligencija niti je važna, niti je nevažna, 23,8% ispitanika smatra da je djelomično važna, a 28,6% ispitanika smatra da je u potpunosti važna. (Grafikon 16)

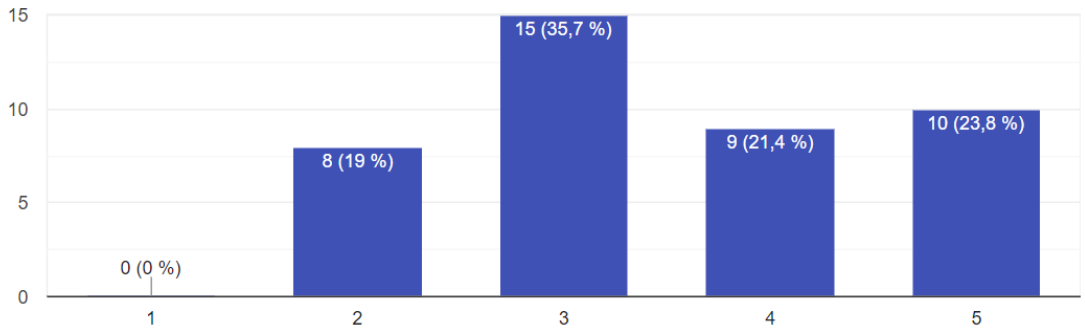


Grafikon 16. Emocionalna inteligencija govornika

Izvor: izrada autora

Grafikon 16. pokazuje da više od polovice ispitanika, njih 52,4% smatra kako je emocionalna inteligencija govornika važna za govorenje u javnosti, a njih čak 42,9% smatra da emocionalna inteligencija govornika niti je važna, niti je nevažna za javni govor. Ovakav rezultat pokazuje da studenti nisu dovoljno upoznati s prednostima koje im emocionalna inteligencija može dati prilikom stvaranja javnog govora i s toga se ne mogu odlučiti je li ona uopće važna za javni govor. Sposobnost razumijevanja svojih osjećaja i osjećaja drugih je kritični dio emocionalne inteligencije, ali i javnog govora. Uporaba emocionalne inteligencije za vrijeme javnog nastupa omogućava stvaranje veze s publikom i mogućnost da se kod publike otkriju njihovi osjećaji i na temelju toga prilagodi poruka koja se prenosi.

Sedamnaesto pitanje glasilo je „Empatija govornika.“ 19% ispitanika smatra da empatija govornika djelomično nije važna za govorenje u javnosti, 35,7% ispitanika odabralo je niti je važna, niti je nevažna, 21,4% ispitanika smatra da je djelomično važna, a 23,8% ispitanika smatra da je u potpunosti važna. (Grafikon 17)



Grafikon 17. Empatija govornika

Izvor: izrada autora

Grafikon 17. pokazuje da najveći broj ispitanika, njih 35,7% smatra da empatija govornika niti je važna, niti je nevažna za javni govor, a najmanji broj ispitanika, njih 19% smatra da djelomično nije važna. Ovakav rezultat pokazuje da je najveći broj studenata neodlučan i odabrao je sredinu za odgovor. Ovo je očekivani rezultat jer studenti iako su upoznati s pojmovima kao što je empatija i emocionalna inteligencija nisu dovoljno upoznati s važnošću empatije kao dimenzije emocionalne inteligencije za javni govor. Empatija je razumijevanje drugih, a u kontekstu javnog govora empatija znači da uspješni govornici lako prepoznaju osjećaje i potrebe publike i s toga svoj govor mogu usmjeriti prema tome.

7.Rasprava

Kvocijent inteligencije, iako popularniji od emocionalne inteligencije nije dovoljno mjerilo inteligentnog ponašanja u različitim životnim situacijama i tu do izražaja dolazi emocionalna inteligencija. Emocionalna inteligencija važna je u obrazovanju, a veliki utjecaj ima i u govorenju u javnosti. Stoga se provedenim istraživanjem istražilo koliko studenti poznaju teoriju emocionalne inteligencije i u konačnici kakav je njihov stav o važnosti emocionalne inteligencije u javnom govoru.

Na temelju rezultata koji su dobiveni anketnim upitnikom vidljivo je da je je većina ispitanika tijekom svog obrazovanja učila o emocionalnoj inteligenciji, a to se vidi i u broju točnih odgovora u odjeljku 2. Istraživanje je provedeno na studentima završnih godina studija, a dobiveni rezultati pokazuju da ispitanici poznaju teoriju o samoj emocionalnoj inteligenciji, gotovo svi ispitanici su prepoznali definiciju emocionalne inteligencije i označili ju kao točnu, također ispitanici su prepoznali načine razvoja emocionalne inteligencije. Emocionalna inteligencija se razvija učenjem, to može biti učenje emocionalno inteligentnog ponašanja od roditelja i bližnjih, ali se problem javlja kada oni nemaju čemu naučiti djecu, odnosno nisu svi emocionalno inteligentni. Tu do izražaja mogu doći obrazovne institucije koje bi kroz svoje nastavne programe trebale veći naglasak staviti na razvoj emocionalne inteligencije kod učenika. Veliki broj ispitanika smatra da je emocionalna inteligencija dio kognitivne inteligencije, a to je pogrešno, razlog ovakvim odgovorima može biti činjenica što se u obrazovnom sustavu veći naglasak stavlja na kognitivnu inteligenciju. Veliki broj pogrešnih odgovora ispitanici su imali i kod prepoznavanja dimenzija koje čine emocionalnu inteligenciju. Najviše ispitanika je odabralo empatiju i društvene vještine, što i ne čudi s obzirom da su te odgovore navodili i kao prvu asocijaciju na pojam emocionalne inteligencije. Odgovori u odjeljku 2. pokazuju da su ispitanici upoznati s emocionalnom inteligencijom, ali da im nedostaje znanja o dimenzijama emocionalne inteligencije. Te dimenzije su: samosvijest, samovođenje, samomotivacija, empatija i društvene vještine, a one imaju važnu ulogu u javnom govorenju. Velikim brojem točnih odgovora na pitanja o emocionalnoj inteligenciji odbacuje se prva hipoteza da studenti završnih godina studija ne poznaju teoriju o emocionalnoj inteligenciji.

Drugim dijelom anketnog upitnika istraživao se stav studenata o važnosti emocionalne inteligencije u javnom govorenju. Da bi javni govor bio uspješan govornik mora razumjeti svoje osjećaje, odnosno mora posjedovati razvijenu dimenziju samosvijesti kako bi se mogao nositi sa svojim osjećajima prije i za vrijeme govora. Dobiveni rezultati pokazuju da većina

ispitanika nije u to sigurna. Ispitanici su neodlučni i kada je riječ o mogućnošću kontroliranja negativnih osjećaja koji se javljaju tijekom javnog govora. Dio studenata smatra da se negativni osjećaji koji se javljaju za vrijeme javnog govora mogu kontrolirat pa možemo pretpostaviti da je taj dio studenata naučio kontrolirati svoje osjećaje za vrijeme javnog govora, dok dio studenata smatra da se negativni osjećaji ne mogu kontrolirati, a to je zabrinjavajući rezultat s obzirom na to da su ispitanici studenti završnih godina koji uskoro izlaze na tržište rada, a tamo im javni govor može postati dio svakodnevnice. Razvijanje emocionalne inteligencije može pomoći u savladavanju straha od javnog nastupa, a s tim se slažu i ispitanici. Iako je većina ispitanika upoznata s emocionalnom inteligencijom i može se zaključiti da poznaje teoriju o emocionalnoj inteligenciji ispitanici nisu sigurni u to da su emocionalna inteligencija i empatija važne za govorenje u javnosti. Dobivenim rezultatima se potvrđuje druga hipoteza, odnosno studenti nisu potpuno osviješteni o važnosti emocionalne inteligencije za govorenje u javnosti.

8.Zaključak

Emocionalna inteligencija je sposobnost prepoznavanja, razumijevanja i kontrole vlastitih, ali i tuđih emocija, ona je ključni faktor uspjeha u životu i obrazovanju pojedinaca. Za razliku od kognitivne inteligencije koja je urođena, emocionalna inteligencija se može učiti. Na njezin razvoj utječe učenje, nasljeđe te fizičke i kemijske promjene mozga. Pet je dimenzija emocionalne inteligencije prema Golemanu (2020) i to: samosvijest, samovođenje, samomotivacija, empatija i društvene vještine. U današnjem poslovnom okruženju sve se veći naglasak stavlja na emocionalnu inteligenciju, ali i na vještinu javnog govora koja je dio obrazovnog i poslovnog okruženja. Javni govor je sposobnost preciznog izražavanja misli s drugim ljudima, te prenošenje poruke na način da ona ostavi utjecaj na druge ljude. Javni govor prisutan je u svakodnevnim situacijama, a pogotovo u visokoškolskom obrazovanju gdje studenti moraju pripremati prezentacije i javne govore u sklopu svojih kolegija. Uspješan javni govor započinje s odabirom teme, a završava s vježbanjem govora. Emocionalna inteligencija govornika ima važnu ulogu u uspješnosti javnog govora. Uspješni govornici moraju imati razvijenih svih pet dimenzija emocionalne inteligencije. Provedeno istraživanje ostvarilo je zadani cilj i pokazalo je kako studenti završnih godina Ekonomskog fakulteta u Osijeku poznaju teoriju emocionalne inteligencije, ali nisu dovoljno osviješteni o važnosti emocionalne inteligencije za javni govor. Studenti su upoznati s pojmom emocionalne inteligencije, načinima njezinog razvijanja, smatraju da im emocionalna inteligencija može pomoći u svladavanju straha od javnog nastupa, ali u konačnici nisu sigurni u važnost emocionalne inteligencije i empatije za javni govor. Dobiveni rezultati ostavljaju mogućnost za veliki broj daljnjih istraživanja u kojima bi se moglo provesti slično istraživanje na studentima različitih studijskih smjerova u Hrvatskoj, ali i na profesorima kako bi se ispitao njihov stav o utjecaju emocionalne inteligencije na javni govor. Ovaj rad može biti koristan studentima, ali i prosvjetnim djelatnicima kako bi se kod jednih i drugih povećala svijest o važnosti emocionalne inteligencije za javno govorenje.

Literatura:

1. Black, R. (2019) *Glossophobia (Fear of Public Speaking): Are You Glossophobic?* Dostupno na: https://www.psycom.net/glossophobia-fear-of-public-speaking (Datum pristupa: 27.03.2021.)
2. Bora, F.. (2012). The Impact of Emotional Intelligence on Developing Speaking Skills: From Brain-based Perspecti. Procedia - Social and Behavioral Sciences. 46. 2094-2098. Dostupno na: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812015637 (Datum pristupa: 15.05.2021.)
3. Carnegie, D. (1988). *Psihologija uspjeha III: Kako steći samopouzdanje i savladati govorno umijeće*. Zagreb: Prosvjeta.
4. Čerepinko, D. (2011). Komunikologija: *Kratki pregled najvažnijih teorija, pojmova i principa*. Varaždin: Veleučilište u Varaždinu
5. Dunđerović, R. (2005). *Osnovi psihologije menadžmenta*. Novi Sad:LitoStudio
6. Goleman, D., (2020). Emocionalna inteligencija: *Zašto može biti važnija od kvocijenta inteligencije*. Zagreb: Tisak Denona d.o.o.
7. Hercigonja, Z. (2018). *Emocionalna inteligencija u odgoju i obrazovanju.* Varaždin: Fronta Impress.
8. Holt, S. (2007). Emotional intelligence and academic achievement in higher education. *Dissertation Abstracts International Section A: Humanities and Social Sciences, 68*(3-A), 875.
9. Lucas, E. S., (2015). *Umijeće javnog govora*. Zagreb: Mate d.o.o.
10. Mayer, J. D. i Salovey P. (1997). *Što je emocionalna inteligencija?* New York: Basic Books.
11. Mayer, J.D., Salovey, P., i Caruso, D. (2002). *Mayer-Salovey- Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT) Users Manual.* Toronto, Ontario: Multi-Health Systems. Dostupno na: https://scholars.unh.edu/personality_lab/27/ (Datum pristupa: 15.05.2021.)
12. Mićić, P. (1990). *Kako voditi poslovne razgovore*. Beograd: Predrag&Nenad.
13. Milivojević, Z. (2000). *Emocije- psihoterapija i razumijevanje emocija.* Novi Sad: Prometej

14. Morgan, N. (2017). *Public speaking and emotional intelligence.* Dostupno na: https://publicwords.com/2017/09/19/public-speaking-emotional-intelligence/ (Datum pristupa: 3. 05. 2021.)
15. O'Hair, D., Rubentein, H., Stewart, R. (2010). *A Pocket guide to Public Speaking*. Boston: Bedford/St. Martin's.
16. *Pedagoška enciklopedija* (1989). Beograd: Zavod za udžbenike i nastavna sredstva. U redakciji Nikole Potkonjaka i Petra Šimleše.
17. Ražnjević Zdrilić, M., i Ivanac, I. (2016). 'POVEZANOST STRAHA OD JAVNOG NASTUPA I STUDENTSKOG ANGAŽMANA U PRIPREMI USMENIH PREZENTACIJA', *Magistra Iadertina*, 11.(1.), str. 151-160. Dostupno na: https://hrcak.srce.hr/177654 (Datum pristupa: 24.05.2021.)
18. Robbins, S.P. i Judge, T. A. (2009). *Organizacijsko ponašanje*. Zagreb: MATE d.o.o.
19. Riggio, R. E., Murphy, S.E., i Pirozzolo F.J. (2002). *Multiple Intelligences and Leadership Mahwah* NJ: Lawrance Erlbaum.
20. Salovey, P., i Sluyter, D. J. (1999). *Emocionalni razvoj i emocionalna inteligencija-pedagoške implikacije*. Zagreb: Educa.
21. Simamora, I. (2018). *The Influence of Emotional Intelligence in improving student's speaking skill at SMP Kalm Kudus i Medan: A Psycholinguistic Analysis*. Dostupno na: http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/10404/130705139.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Datum pristupa: 15.05.2021.)
22. Simmons, S., Simmons Jr., J.C. (2000). *Emocionalna inteligencija: procjene i vrste*. Zagreb: Izvori.
23. Sunara-Jozek, D. (2019). Govorništvo– potreba u hrvatskomu odgojno-obrazovnomu sustavu, *Život i škola*, LXV (1-2), str. 171-180. Dostupno na: https://doi.org/10.32903/zs.65.1-2.13 (Datum pristupa: 19.05.2021.)
24. Šipka, M. (2005). *Kultura govora*. Sarajevo: Institut za jezik.
25. Škarić, I. (2000). *Temeljci suvremenog govorništva*. Zagreb: Školska knjiga.
26. Vlahović, M. T. (2013). *Javni govor-priprema, nastup utjecaj.* Zaprešić: Visoka škola za poslovanje i upravljanje Baltazar Adam Krčelić.
27. Žugaj, M., Dumičić, K., Dušak, V. (2006). *Temelji znanstvenoistraživačkog rada: metodologija i metodika. 2. dopunjeno i izmijenjeno izdanje.* Varaždin: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike.

28. Webster, J., Linda (2013). *Introduction To Publick Speaking*. Louisiana State Univesity Shrevepot: Fountainhead Press.

Popis slika:

Slika 1. Model sposobnosti Mayera i Saloveya 4
Slika 2. Pet dimenzija emocionalne inteligencije Davida Golemana 6
Slika 3. Shannon- Weaver model 14
Slika 4.Komunikacijski proces 15
Slika 5. Koraci u stvaranju uspješnog govora 17

Popis grafikona:

Grafikon 1.Spol 26
Grafikon 2. Koja je Vaša prosječna uspješnost u studiranju? 27
Grafikon 3. Jeste li tijekom svog obrazovanja učili o emocionalnoj inteligenciji? 28
Grafikon 4. Na što Vas prvo asocira pojam emocionalne inteligencije? 29
Grafikon 5. Emocionalna inteligencija dio je kognitivne inteligencije. 30
Grafikon 6. Emocionalna inteligencija je sposobnost prepoznavanja, razumijevanja i kontrole vlastitih, ali i tuđih emocija. 31
Grafikon 7. Dovoljno je biti osjećajan da bi bio emocionalno inteligentan. 32
Grafikon 8. Emocionalno inteligentnim ljudima nije potrebna motivacija da postignu uspjeh u životu i obrazovanju. 33
Grafikon 9. Osobe s visokim kvocijentom inteligencije istovremeno mogu imati slabo razvijenu emocionalnu inteligenciju. 34
Grafikon 10. Prema Vama što od navedenog utječe na razvoj emocionalne inteligencije? 35
Grafikon 11. Prema Vama koje od navedenih dimenzija čine emocionalnu inteligenciju. 36
Grafikon 12. Da bi javni govor bio uspješan govornik mora razumjeti svoje osjećaje. 37
Grafikon 13. Negativni osjećaji (poput straha i panike) koji se javljaju tijekom javnog govora ne mogu se kontrolirati. 38
Grafikon 14. Javni govor može bit uspješan iako govornik ne osjeća strast o temi o kojoj govori. 39
Grafikon 15. Razvijanje emocionalne inteligencije može pomoći pri savladavanju straha od javnog nastupa. 40

Grafikon 16. Emocionalna inteligencija govornika 41
Grafikon 17. Empatija govornika 42

Prilozi

Prilog 1. Anketni upitnik

1. N Spol:
   a) Žensko
   b) Muško
2. Koja je Vaša prosječna uspješnost u studiranju?
   - Dovoljan
   - Dobar
   - Vrlo dobar
   - Odličan
3. Jeste li tijekom svog obrazovanja učili o emocionalnoj inteligenciji?
   a) Da
   b) Ne
4. Na što Vas prvo asocira pojam emocionalne inteligencije?

   _____

   Navedene su tvrdnje o emocionalnoj inteligenciji. Ako se s tvrdnjom slažete zaokružite T (točno), u suprotnom zaokružite N (netočno).

5. Emocionalna inteligencija je dio kognitivne inteligencije.
   T

   N
6. Emocionalna inteligencija je sposobnost prepoznavanja, razumijevanja i kontrole vlastitih, ali i tuđih emocija.
   T

   N
7. Dovoljno je biti osjećajan da bi bio emocionalno inteligentan.
   T

   N
8. Emocionalno inteligentnim ljudima nije potrebna motivacija da postignu uspjeh u životu i obrazovanju.
   T

   N
9. Osobe s visokim kvocijentom inteligencije istovremeno mogu imati slabo razvijenu emocionalnu inteligenciju.
   T

   N

10. Prema Vama što od navedenog utječe na razvoj emocionalne inteligencije?
    - Učenje
    - Nasljeđe
    - Fizičke i kemijske promjene mozga (primjerice ozljeda mozga)
    - Sve od navedenog
11. Prema Vama koje od navedenih dimenzija čine emocionalnu inteligenciju:
    - Samosvijest
    - Samo-vođenje
    - Ljubav
    - Samo-motivacija
    - Empatija
    - Društvene vještine
    - Sve navedeno

Na skali od 1-5 označite stupanj slaganja s navedenom izjavom, gdje je 1- u potpunosti se ne slažem, 5- u potpunosti se slažem.

12. Da bi javni govor bio uspješan govornik mora razumjeti svoje osjećaje.
    1 2 3 4 5
13. Negativni osjećaji (poput straha i panike) koji se javljaju tijekom javnog govora ne mogu se kontrolirati.
    1 2 3 4 5
14. Javni govor može biti uspješan iako govornik ne osjeća strast o temi o kojoj govori.
    1 2 3 4 5
15. Razvijanje emocionalne inteligencije može pomoći pri savladavanju straha od javnog nastupa.
    1 2 3 4 5

Na skali od 1-5 označite koliko su navedeni pojmovi važni za govorenje u javnosti, gdje je 1- u potpunosti nisu važni, a 5- u potpunosti su važni.

16. Emocionalna inteligencija
    1 2 3 4 5
17. Empatija govornika
    1 2 3 4 5