



B&B
VIŠJA STROKOVNA ŠOLA

Diplomsko delo višješolskega strokovnega študija
Program: Poslovni sekretar
Modul: Spletno poslovanje

**NEVERBALNO KOMUNICIRANJE
POSLOVNIH SEKRETARK
V VZGOJNO-IZOBRAŽEVALNIH
USTANOVAH**

Mentorica: Ana Peklenik, prof.
Lektorica: Ana Peklenik, prof.

Kandidatka: Branka Horvat

Kranj, september 2011

ZAHVALA

Zahvaljujem se mentorici in lektorici Ani Peklenik za nasvete in pomoč pri pripravi diplomske naloge.

Zahvaljujem se svoji družini za podporo v času mojega študija.

IZJAVA

»Študentka Branka Horvat izjavljam, da sem avtorica tega diplomskega dela, ki sem ga napisala pod mentorstvom Ane Peklenik, prof.«

»Skladno s 1. odstavkom 21. člena Zakona o avtorski in sorodnih pravicah dovoljujem objavo tega diplomskega dela na spletni strani šole.«

Dne _____

Podpis: _____

POVZETEK

V diplomskem delu smo obravnavali poslovno komuniciranje in se osredotočili na neverbalno komuniciranje poslovnih sekretark v vzgojno-izobraževalnih ustanovah. Neverbalna in verbalna komunikacija sta nujni sestavini poslovnega uspeha. Uspešne osebe na poslovnem področju obvladajo tako verbalno kot neverbalno komunikacijo in se zavedajo, da je skupek obojega v poslovnem svetu pravilo in ne izjema.

Diplomsko delo je sestavljeno iz teoretičnega in raziskovalnega dela.

V prvem, teoretičnem delu smo na podlagi literature različnih avtorjev predstavili temeljne pojme s področja komuniciranja v poslovnem okolju in neverbalnega komuniciranja.

V drugem, raziskovalnem delu smo na podlagi podatkov, dobljenih iz anketnega vprašalnika, raziskali, kakšen pomen pripisujejo poslovne sekretarke poslovnemu komuniciranju ter posameznim oblikam neverbalnega komuniciranja in kakšno je njihovo obvladovanje neverbalnega komuniciranja. Zanimalo nas je tudi, kakšen pomen ustanove pripisujejo izobraževanju poslovnih sekretark na temo poslovnega komuniciranja.

Ugotovili smo, da poslovne sekretarke neverbalnemu komuniciranju pripisujejo velik pomen in si želijo več znanja s tega področja. Vzgojno-izobraževalne ustanove bi morale posvečati več pozornosti izobraževanju poslovnih sekretark na temo poslovnega komuniciranja in imeti za svoje zaposlene pravila poslovnega komuniciranja s pravili oblačenja.

KLJUČNE BESEDE

- Neverbalna komunikacija
- Poslovna sekretarka
- Govorica telesa
- Poslovno okolje

ABSTRACT

In the thesis we have discussed business communication and we have focused on non-verbal communication of business secretaries in educational institutions. Non-verbal and verbal communications are essential ingredient for business success. In business area the successful people have verbal and non-verbal communication skills, and are aware that the combination of both is a rule in the business world and not an exception.

The thesis consist of theoretical work and research.

In the first theoretical part we have on the basis of literature by various authors presented fundamental concepts of communication in business environment and non-verbal communication.

In the second research part we have studied based on the data obtained with the questionnaire, what kind of importance do the business secretaries give to business communication and to individual forms of the non-verbal communication, and what is their knowledge of non-verbal communication. We were also interested in the level of importance that institutions give to education of business secretaries in business communication.

We found that business secretaries give great importance to non-verbal communication and want more knowledge in this field. In addition educational institutions should give more attention to education of business secretaries in business communication and should have business communication rules and dress code for their employees.

KEYWORDS

- Non-verbal communication
- Business secretary
- Body language
- Business environment

KAZALO

| | | |
|-----|------------------------------------|----|
| 1 | UVOD | 1 |
| 1.1 | PREDSTAVITEV PROBLEMA | 1 |
| 2 | TEORETIČNE OSNOVE | 2 |
| 2.1 | KOMUNICIRANJE | 2 |
| 2.2 | VERBALNA KOMUNIKACIJA | 3 |
| 3 | POSLOVNA KOMUNIKACIJA | 4 |
| 4 | NEVERBALNA KOMUNIKACIJA | 5 |
| 4.1 | MIMIKA | 7 |
| 4.2 | GESTIKA | 8 |
| 4.3 | PROKSEMIKA | 8 |
| 4.4 | TELESNA DRŽA | 9 |
| 4.5 | SEDENJE | 9 |
| 4.6 | BESEDNA INTONACIJA | 9 |
| 4.7 | ZUNANJA PODOBA | 10 |
| 4.8 | MEDSEBOJNA RAZDALJA | 10 |
| 4.9 | ROKE | 11 |
| 5 | METODOLOGIJA | 12 |
| 5.1 | VZOREC | 12 |
| 5.2 | INSTRUMENT | 16 |
| 6 | REZULTATI ANALIZE | 17 |
| 7 | ZAKLJUČEK | 28 |
| | LITERATURA IN VIRI | 32 |
| | KAZALO GRAFOV | 33 |
| | KAZALO TABEL | 33 |
| | PRILOGA – ANKETNI VPRAŠALNIK | 34 |

1 UVOD

1.1 PREDSTAVITEV PROBLEMA

Namen diplomskega dela je predstaviti, opredeliti in raziskati poslovno komuniciranje ter se osredotočiti na neverbalno komuniciranje poslovnih sekretark v vzgojno-izobraževalnih ustanovah. Z raziskavo smo želeli ugotoviti, kakšen pomen pripisujejo poslovne sekretarke poslovnemu komuniciranju ter posameznim oblikam neverbalnega komuniciranja in kakšno je njihovo obvladovanje neverbalnega komuniciranja. Zanimalo nas je tudi, kakšen pomen ustanove pripisujejo izobraževanju poslovnih sekretark na temo poslovnega komuniciranja.

Ko poslovne sekretarke nastopajo v poslovnem okolju, morajo svojo podobo spremeniti v poslovno podobo. Kako se predstavljajo okolici, pove veliko o tem, koliko cenijo sebe in spoštujejo druge, pokažejo smisel za kakovost, ustvarjalnost in profesionalnost v poslovnem okolju. Pri uspešni podobi je izredno pomembno, da naredimo dober vtis. Vtisa na okolico ne naredimo samo na podlagi osebnega videza in urejenosti, ampak tudi z načinom, kako sedimo, stojimo, hodimo in kakšne so naše kretnje, s kakšnim tonom nagovarjamo, kako gledamo itd. Poslovnega sveta si brez kakovostne in uspešne tako neverbalne kot verbalne komunikacije ne moremo več predstavljati.

Neverbalno komuniciranje je težje obvladljivo, kar pomeni, da manj večč sogovornik izda marsikaj, česar ne bi hotel, dovolj poučen sogovornik pa izve tako mnogo več kot iz izrečenih besed. Zato je zelo pomembno, da čim bolje obvladamo neverbalno komunikacijo.

Za doseg cilja diplomskega dela smo postavili hipoteze, ki jih želimo z raziskavo potrditi ali ovreči:

- Vzgojno-izobraževalne ustanove organizirajo za poslovne sekretarke izobraževanja na temo poslovnega komuniciranja.
- Poslovne sekretarke imajo željo po znanju o učinkoviti uporabi oblik neverbalnega komuniciranja na delovnem mestu.
- Poslovne sekretarke mislijo, da jih drugi ocenjujejo po njihovem neverbalnem izražanju.
- Poslovnim sekretarkam predstavlja neverbalno komuniciranje pomembno vlogo pri uspešnosti v stikih z ljudmi.
- Poslovne sekretarke med govorom pazijo na primerno uporabo glasu.
- Poslovne sekretarke pazijo na govorico telesa.
- Poslovne sekretarke skrbijo za osebni videz in urejenost.
- Poslovne sekretarke zavestno pazijo na primerno rokovanje.

2 TEORETIČNE OSNOVE

2.1 KOMUNICIRANJE

KOMUNIKACIJA

Ne učimo se je.

Naš obstoj je odvisen od nje.

Težja je, kot si mislimo.

Ne moremo je spremeniti, dokler ne spremenimo sebe.

(Green H. Richard)

Ljudje med seboj neprestano komuniciramo na takšen ali drugačen način, tako v zasebnem kot v poslovnem življenju. Definicij komuniciranja je več. Redki se v času svojega izobraževanja učijo spretnega ravnanja z drugimi. Najpogosteje se medosebne komunikacije naučimo s posnemanjem staršev, bratov, sester, učiteljev. Pri tem lahko hitreje prevzamemo napačno vedenje. Imamo pa možnost, da se iz tega nekaj naučimo in postanemo boljši. Izboljševanje komunikacije temelji na spoznavanju svojih potencialov, vrlin in veščin. Uspešna komunikacija je zelo zahtevna, ker je ne moremo spremeniti, dokler ne spremenimo sebe.

Beseda komuniciranje izhaja iz latinske besede *communicare*, kar pomeni posvetovati se, razpravljati o nečem, vprašati za nasvet. Komuniciranje je prenos sprejetih simbolov med ljudmi. Ko komunicirajo, ljudje med seboj prenašajo sporočila s pomočjo različnih simbolov (besed, kretenj, govornice telesa, slik).

Sestavni del našega vsakodnevnega življenja je komuniciranje. Človek s komuniciranjem spoznava okolje, v katerem živi, druge ljudi in samega sebe (wikipedia).

Komuniciranje je zelo širok pojav, ki vsebuje procese med ljudmi in procese v nas samih. Komuniciranje je zelo zahtevna človekova dejavnost, ker je vanjo vključeno celotno človekovo telo, celoten fizični, umski in čustveni del. Osnovne sposobnosti komuniciranja, ki so nujne za preživetje, so prirojene, to so npr. jok ob lakoti. Sposobnosti zrele komunikacije se je potrebno naučiti.

Spretnost uspešnega komuniciranja je zelo pomembna. Njen osnovni namen je, da nas razumejo tako v vsakdanjem življenju pri sporazumevanju v družini, med prijatelji, sodelavci, kot tudi v poslovnih situacijah, ko smo v vlogi poslovneža, pogajalca, učitelja, poslovnega sekretarja.

Uspešnost komunikacije merimo z dosego cilja. Ko dosežemo namen, s katerim smo začeli komunikacijo, smo bili uspešni. Ko dosežemo cilj z najmanj vloženimi sredstvi, pa govorimo o učinkoviti komunikaciji. Zgodí se tudi, da na račun učinkovitosti žrtvujemo uspešnost komunikacije, ker nam zmanjka časa, denarja, volje.

Človek preživi večino časa v družbi z ljudmi, se z njimi pogovarja, se smeji z njimi in jih uči. Vse to lahko povzamemo s pojmom komuniciranje. Uspešna komunikacija je izredno pomembna še posebej na delovnem mestu. Tudi medosebni odnosi v organizaciji so zelo odvisni od komunikacije. Brez uspešnega komuniciranja lahko ljudje le malo dosežejo (Možina, Damjan, 1994, str. 559).

2.2 VERBALNA KOMUNIKACIJA

Pri verbalni komunikaciji uporabljamo govor, pisano besedo in besedne zveze. Deluje preko štirih komunikacijskih dejavnosti: poslušanja, govorjenja, branja in pisanja.

Besede so zelo pomemben del v komuniciranju. Pregovor pravi, da jezik nima kosti, ampak lomi kosti. Ko govorimo, moramo paziti na melodiko oz. višino glasu, ta naj bo naravna, da nas sogovornik razume. Jakost glasu moramo prilagoditi prostoru, ritem govora pa naj bo sproščen. Med govorom damo tudi priložnost sogovorniku, da si vzame čas za razmislek, preden nam odgovori.

Ustna komunikacija je govorjenje, diskusija in neformalne govornice. Prednost ustne komunikacije je hitrost, sporočilo je lahko oddano v minimalnem času. Možnost povratne informacije lahko koristi, če sprejemnik ni prepričan o pravilnosti sporočila. Dobra stran ustne komunikacije je tudi možnost sočasnega komuniciranja z več ljudmi. Slabost je komuniciranje prek več oseb, saj se lahko v takem primeru sporočilo spremeni. Čim več je ljudi, ki sodelujejo pri prenosu sporočila, več je možnosti, da se bo v procesu komuniciranja pojavila entropija (Možina, Damjan, 1996, str. 10)

Pisna komunikacija poteka s pismi, dopisi, v časopisih. Prednosti pisne komunikacije so trajnost in natančnost ter jasnost in preverljivost. Prejemnik in oddajnik imata dokumentiran zapis sporočila. Ob neustreznem komuniciranju je lažje najti odgovornost zanj. Zahteva večjo pozornost in natančnost. Te oblike so bolj dodelane, logične in jasne, saj ima oddajnik čas, da premisli, kaj bo napisal. Pisno sporočilo ima tudi določene slabosti. Za nastanek sporočila je potreben določen čas. Količina informacij, ki jo lahko oddamo v istem času, je precej večja pri ustni

komunikaciji. Pri pisnem komuniciranju prav tako ni povratne informacije oz. je pomanjkljiva (Možina, Damjan, 1996, str. 10–11).

3 POSLOVNA KOMUNIKACIJA

Najpogostejša vrsta poslovne komunikacije je poslovni razgovor, ki lahko poteka osebno ali s pomočjo komunikacijske tehnologije (telefona, mobilnega telefona), sledijo poslovni sestanki, predstavitve in pogajanja.

V poslovnem razgovoru morata sodelovati vsaj dva udeleženca. Razgovor je izmenjavanje sporočil. Vsak poslovni razgovor mora imeti cilj – kaj se želimo dogovoriti. Načrtujemo tudi strategijo za doseganje cilja. Učinkovit poslovni razgovor ima uvod, jedro in sklep. V uvodu se poskušamo s sogovornikom dogovoriti o ciljnih in o času, ki ga imamo na voljo. V jedru moramo informacije z obeh strani sprejemati, zavračati ali prilagajati. Sklep je povzetek vsega dogovorjenega. Dober poslovni razgovor je tisti, v katerem sta obe strani zadovoljni in nekaj pridobita.

Poslovna komunikacija je sredstvo za doseganje poslovnih ciljev posameznika in organizacije. Kljub velikemu napredku elektronskega poslovanja je medosebno poslovno komuniciranje izjemno pomembno. Že od nekdaj velja, da mora imeti tisti, ki komunicira s poslovnimi partnerji, posebne lastnosti. Biti mora dostojanstven, resen, komunikativen, prijazen in korekten. Izpolniti mora dane obljube in vlivati zaupanje, delo mora opravljati kakovostno, zanesljivo in v zadovoljstvo poslovnih partnerjev. Nikoli ne sme izgubiti živcev in mora umirjeno reševati spore. Prijazen mora biti, tudi če ima osebne težave ali če mu poslovni partner ni simpatičen (Benedetti, 2009, str. 172).

Poslovno komuniciranje zajema (Možina et. al., 2004):

- Informiranje – posredovanje informacij vseh vrst; s pomočjo govorjene oz. napisane besede, z risbami in kretnjami sporočamo, kaj smo izvedeli, kaj predlagamo, kaj mislimo. Svojim nadrejenim sporočamo, kaj smo naredili; sodelavcem naročamo, kaj naj delajo; kupcem ponujamo svoje izdelke; pogajamo se s poslovnimi partnerji ali konkurenti; obveščamo javnost o svojih dosežkih ali načrtih.
- Posvetovanje – skupaj z drugimi poskušamo najti nove poti in rešitve.
- Usklajevanje – urejanje zadev, usklajevanje stališč, pogajanja.
- Vplivanje – delovanje na druge, kar se kaže v njihovem delovanju, ravnanju in mišljenju.

Pet priporočil za poslovne ženske (Tavčar, 1997, str. 91)

- naj se v vseh okoliščinah obnaša kot ženska;

- naj bo tudi videti kot ženska;
- naj se tudi v poklicu obnaša kot ženska;
- naj bo urejena kot ženska;
- izogiba naj se pretiravanju v modi, zapeljivosti, blišču in barvah.

Komuniciranje ne poteka le takrat, ko govorimo, temveč tudi sicer. Najpogostejša načina komuniciranja sta besedno in nebesedno.

4 NEVERBALNA KOMUNIKACIJA

Pri verbalnih sporočilih vedno najprej premislimo, kaj bomo rekli. Tudi večina neverbalnih sporočil je preišljenih, npr. nasmeh ob srečanju z znancem služi namernemu pozdravu, stisk roke je zavesten uvod v komuniciranje. Obstaja pa seveda ogromno neverbalnih sporočil, ki jih je nemogoče nadzirati. Nezavedna neverbalna sporočila vsebujejo veliko uporabnih ključev za prepoznavanje človekovih občutkov, čustev, odnosov. Proces izražanja misli aktivira govorno izražanje kot tudi izražanje z gibi rok in drugimi gestami. Skupaj je namenjeno temu, da sestavimo smiselno verbalno sporočilo.

Bodimo to, kar smo. Ljudje nas berejo. Ne pozabimo, da telo govori resnico in nikoli ne laže. Oči govorijo, kako delajo možgani. Govorica rok spremlja naše misli. Vedeti moramo, da dajemo z gibi, mimiko, s pogledom, z držo telesa ter višino in barvo glasu pomen tistemu, kar smo izrekli. To je oblika komuniciranja brez besed.

Nebesedno komuniciranje je tisto, ki ne poteka niti v pisni niti v ustni obliki. Najbolj poznani vrsti nebesedne komunikacije sta govornica telesa in besedna intonacija. Govornica telesa se nanaša na geste, kretnje, mimiko obraza in gibe telesa. Nebesedna komunikacija izraža čustva. Besedna intonacija se kaže v dviganju in padanju glasu v govoru (Možina, Damjan, 1996, str. 12).

Vse naše vedenje izvira iz naših petih čutil: vida, sluha, vonja, okusa in dotika. Ko o nečem preišljujemo, dogodke podoživljamo in to se kaže v naši mimiki, pogledih, kretnjah, glasu in odzivanju. Naša notranjost se kaže v naši zunanosti.

Neverbalna komunikacija je čustveno močnejša od besed. Ima širši pomen. Pokažemo, kaj mislimo ali čutimo, poudarimo izgovorjene besede in svoje obnašanje. Ko ljudi prvič srečamo, nam njihova govornica telesa, obleka, obrazna mimika, gibi rok veliko povedo o osebi. O njej si ustvarimo sliko, ki ni nujno prava.

Pozitivna sporočila povečajo moč besed, sporočajo odprtost, sodelovanje, sprejetje in zaupanje. Odprtost se kaže s pogledom v oči, z odprtimi dlanmi in prijaznim izrazom na obrazu ter pozitivnim glasom.

Neverbalna komunikacija je močnejše sredstvo sporočanja. Jasno in ostro izpostavi določene pojave in značilnosti, deluje bolj neposredno in izzove neposredno reagiranje. Neverbalni znaki so manj kontrolirani in zelo pogosto govorijo bolj odprto kot oseba, ki jih želi izraziti.

Ko komuniciramo z drugimi osebami, zaznavamo njihov odziv in nanj odgovarjamo s čustvi in mislimi. Odgovarjamo lahko z besedami, nezavedno pa besede spremlja neverbalna komunikacija. To so sporočila, ki jih sporočamo s telesom, gibanjem, razdaljo do sogovornika in zunanjim videzom. Besede so le delček tega, kar izražamo. Raziskave so pokazale, da 55 odstotkov vtisa naredimo z govornico telesa (drža, kretnje, zunanji videz, očesni kontakt), 38 odstotkov z barvo glasu in samo 7 odstotkov z vsebino povedanega (Možina et al., 2004).

Ljudje oddajamo veliko nebesednih znamenj, ne da bi se tega zavedali. Takšna komunikacija učinkuje takoj, hitreje kot besedna, in je veliko močnejša, njena sporočila pa so prepričljivejša. Dokler se nebesedna znamenja ujemajo z govornimi, se jih komaj zavedamo ali pa jih občutimo, kot da poudarjajo in podpirajo besede. Če naredi govornik na nas dober vtis, to nikoli ne temelji samo na znamenjih vsebinske ravni, ampak na tem, da je njegova nebesedna komunikacija skladna z besedami. Drugače ne bi mogel biti tako prepričljiv (Benedetti, 2009, str. 173–174).

Nebesedno komunikacijo se glede na besedo deli na:

- paralingvistično, to pomeni skupaj z besedami;
- ekstralingvistično, to pomeni zunaj besed;
- metalingvistično, to pomeni nad besedami.

Bistvena značilnost pogovora med dvema ali več osebami je povezanost verbalne in neverbalne komunikacije, to je uporaba verbalnih in neverbalnih znakov. Obe komunikaciji sta za to, da udeleženci v pogovoru dobijo informacije drug o drugem in o določenih pojavih. Pri verbalni komunikaciji se sogovornik seznanja s pojavi, o katerih govorijo besede. Neverbalni znaki mu omogočajo, da spozna dejansko stanje govornika, njegova stališča do posredovane informacije.

Verbalna komunikacija se je pri človeku razvila zato, ker mu neverbalna ni več zadoščala. Človek je postopoma sam ustvaril vse bolj zahtevne razmere za komuniciranje.

Razlike med verbalnimi in neverbalnimi znaki so:

- Pri strukturi neverbalnih komunikacijskih znakov lahko istočasno nastopa več znakov, ki okrepijo učinek posameznih znakov.
- Pravila povezovanja neverbalnih znakov niso enaka slovničnim pravilom.
- Vrste besed, predmetov, ki jih označujemo z določeno besedo, ne moremo nadomestiti z neverbalnimi znaki. Bogate vsebine, ki jo lahko izrazimo z besedami, ne moremo prikazati z neverbalnimi znaki.
- Z neverbalno komunikacijo izražamo emocije, medosebne odnose in osebne značilnosti udeležencev pogovora. Pri tem je lahko njena funkcija samostojna. Verbalno komunikacijo uporabljamo za sporočanje vseh vrst vsebin, informacij, sporočamo najrazličnejše ideje in zamisli. Z neverbalno komunikacijo tega enostavno ne moremo sporočiti.
- Splošne značilnost človeka in značilnosti okolja, v katerih človek živi, tudi vplivajo na uporabo neverbalnih znakov. Veliki delež teh znakov je podedovanih, predvsem pa so sestavni del naravne aktivnosti organizma. Pri verbalni komunikaciji uporabljamo naučene znake.
- Uporaba neverbalnih znakov pri komuniciranju poteka bolj spontano, neposredno in intenzivneje.

Z neverbalnimi znaki ljudje pokažemo pripravljenost ali nepripravljenost komunicirati. To naredimo s pogledom ali umikom pogleda, s togo držo ali z nasmehom. Če gledamo naravnost predse, mimo drugih, je to lahko znak, da z njimi nočemo komunicirati. Nasprotno pa so nasmehi, stiki s pogledi prvi neverbalni znaki, da želimo stopiti v stik.

Vse vrste sporočil, ki jih posredujemo preko različnih gibov telesa, vključujejo mimiko obraza, gestiko (kretnje rok, nog, glave), proksemiko (položaj in gibanje v prostoru), držo telesa in še mnogo drugih gibov.

4.1 MIMIKA

Mimika so izrazi, ki jih lahko opazujemo na človekovem obrazu: poteze obraza, stik s pogledom in njegovo smer, psihosomatske procese, recimo rdečico zaradi sramu, gibanje glave, prikimavanje in držo glave. Dokler je mimika skladna z besedami, nanjo nismo pozorni, če je neskladje močno, pa ga opazi še tako neizkušena oseba. Seveda se lahko vsak nauči nekoliko vplivati na svojo telesno govorico, vendar je obrazne mišice težko nadzirati (Benedetti, 2009, str. 182).

Mimika so izrazi obraza, preko katerih izražamo največ čustev. Z očesnim kontaktom ustvarimo posebno zaupanje in odkrite namene, z nasmehom pa

izražamo sprejetost, dober namen in pripravljenost na sodelovanje. S pogledom v oči izražamo samozavest, odkritost, neposrednost, namero po sodelovanju. Nasmeh naj bo prisrčen, glas umirjen in hitrost govora enakomerna. Negativen učinek pa je lahko, če nam pogled uhaja stran, oči krožijo, gledajo v tla ali strop. To daje vtis neiskrenosti in nesamozavesti.

4.2 GESTIKA

Gestika so kretnje rok, nog, dlani, prstov, ramen in glave. S položajem rok in nog bomo dostikrat izrazili svoj odnos do sogovornika. Razširjeni roki recimo pomenita povabilo, pričakovanje objema in odprtost. Mahanje z rokami in stisnjeno pestjo izraža grožnjo. Desna roka, položena na predel srca, pomeni poštenost, iskrenost in občudovanje. Ko si manemo dlani, pričakujemo nekaj dobrega in smo dobro razpoloženi. Živčno stiskanje pesti, žuganje s prstom in tolčenje po mizi je odbijajoče. Z rokami se ne opiramo na mizo, ne držimo jih prekrižanih, ne držimo prstov v zvonu, s tem želimo pokazati avtoriteto in vsiliti poslušalcem svoje mnenje. Bolje je, da raztegnemo prste in razpremo dlani, lahko jih postavimo v most, kot bi hoteli zgraditi most do poslušalcev. Človek oddaja s svojimi dlanmi eno najbolj opaženih in najmočnejših sporočil.

Praskanje po bradi, licih ali čelu pogosto sporoča, da je sogovornik zainteresiran za tisto, kar pripovedujemo, vendar dvomi ali pa ima dodatna vprašanja. Če to opazimo, je najbolje, da mu čim prej postrežemo z dodatnimi informacijami in argumenti. Poseben pomen imajo tako imenovane negovalne ali popravljalne kretnje, denimo popravljanje pričeske ali obleke med pogovorom. S temi sogovornik najverjetneje išče (samo) potrditev. Potrditev išče tudi tisti, ki med pogovorom veliko maha z rokami. Pogosto zadostuje, da mu samo prikimamo ali drugače izrazimo strinjanje in kretnje z rokami se umirijo (Benedetti, 2009, str. 179).

4.3 PROKSEMIKA

Proksemika vključuje položaj in gibanje ljudi v prostoru. Ljudje se razlikujemo tudi po načinu hoje. Osebo, tudi če je ne vidimo, jo prepoznamo po načinu hoje. Osebnostni način hoje se zelo spremeni ob različnih situacijah, ki jih oseba doživlja.

O človeku veliko pove smer njegovega pogleda med hojo. Navzven usmerjena oseba gleda naprej, na pot, ki jo ima pred sabo, zaznava pa tudi vse, kar je zanimivega ob njej, navznoter usmerjena pa skloni glavo in pogosto ne zaznava niti poti, ovir niti ljudi. Sklonjena glava in roke na hrbtu med hojo pomenijo tudi zamišljenost ali željo po miru in nemotenosti (Benedetti, 2009, str. 178).

Ko pri komunikaciji občutimo negotovost ali neodločnost, vstanimo in se sprehodimo po prostoru. Več prostora bomo z gibanjem zavzeli, šibkejši se bodo počutili naši sogovorniki (Benedetti, 2009, str. 178).

4.4 TELESNA DRŽA

Človek s pokončno telesno držo kaže notranjo naravnost, ki dobro vpliva na njegovo razpoloženje in je pomembno sporočilo sogovornikom. Če nekdo sprejema navodila nadrejenega v sključeni drži, z rokami prekrižanimi visoko na prsih, verjetno ni pretirano motiviran za novo nalogo. Pravo nasprotje pa je tisti, ki stoji vzravnano, z rahlo navzgor obrnjeno glavo in sproščeno spuščeni rokami, ta je kos vsakemu izzivu, čeprav mu mogoče sprva povzroča stres (Benedetti, 2009, str. 186).

Čim bolj pokončno kdo stoji, pokončnejša je njegova notranja drža. Taka oseba ni niti negotova (kar bi izražala nagnjenost naprej) niti ošabna (kar bi izražala nagnjenost nazaj). Veliko ljudi, posebno visoki, se navadi naprej nagnjene drže, ker nočejo vedno gledati navzdol, veliko zelo nizkih ljudi pa se navadi nekoliko nazaj nagnjene drže, da jim ni treba vedno obračati glave gor (Benedetti, 2009, str. 186).

4.5 SEDENJE

Tudi pri sedenju moramo paziti na marsikaj. Če sogovornika pogovor zanima, sedi do sredine sedala in ima pogled uprt naprej, dlani pa vidne in odprte, kaže prožnost in odprtost. Če sogovornik sedi na robu sedala, kaže odklanjanje, željo po odhodu ali akcijo. Pozorno spremlja pogovor tudi tisti, ki ima malo razprta kolena in stopala na tleh, kdor pa noge ovije okrog nog stola, kaže negotovost.

4.6 BESEDNA INTONACIJA

Pri komunikaciji so pomembni tudi jakost, zvočnost glasu, višina, ritem in hitrost govora. Govorjenje z različno melodijo glasu, z različnimi poudarki, premori, glasnostjo in različnim načinom govora poudari pomembnejše informacije in naredi govor bolj zanimiv. Z zvočno podobo govora naredimo določen vtis na ljudi, ki nas poslušajo. Glas daje dodaten pomen vsebini, ki jo verbalno izražamo. Še posebej se moramo potruditi pri telefoniranju, da ne govorimo enolično, ampak živahno in ne preglasno.

V besedno intonacijo in ton spadajo tudi pojavi, ki spremljajo govorjenje: melodija, premori, glasnost in ritem pri govorjenju. K tonu štejemo tudi glasove brez besedne vsebine, recimo mlaskanje z jezikom, vzdihovanje in stokanje. Smisel govorenega lahko razumemo, čeprav ne razumemo četrtnine besed, saj zvočna podoba povedanega nadomesti vrzeli v razumevanju: posluh za ton in intonacijo je zlasti pomemben zlasti v komuniciranju s tujci (Benedetti, 2009, str. 187–188).

4.7 ZUNANJA PODOBA

Za uspešno komunikacijo je zelo pomemben splošni videz, osebna higiena in urejenost ter skrb za zdravje. Urejenost ni pomembna samo za obleko, temveč tudi za negovano pričesko, urejeno brado, urejene nohte in zobe, čistočo in duh po svežem. Zunanji videz in način oblačenja poudarjata odnos posameznika do samega sebe in do ljudi, s katerimi komuniciramo. S svojim videzom oddajamo sporočila o sebi drugim ljudem in je pomemben predvsem pri prvem vtisu.

Ko opazujemo osebo, se najbolj posvetimo obrazu, očem in morda še rokam, torej najbolj »zgovornim delom telesa«. To je le deset odstotkov vidne površine sogovornikovega telesa, vse drugo prekrivajo oblačila, lasje in brada. Teh devetdeset odstotkov vidne površine lahko zelo pripomore k učinkovitosti komuniciranja, zato naj bodo prilagojeni vsebini komunikacije in okolju, kjer ta poteka (Benedetti, 2009, str. 188–189).

4.8 MEDSEBOJNA RAZDALJA

Primerne razdalje za zaupen poslovni razgovor, službeno sporazumevanje ali javni nagovor so med kulturami različne. V Evropi so razdalje sledeče (Benedetti, 2009, str. 194):

- intimna razdalja – do približno 50 centimetrov,
- osebna razdalja – od približno 50 centimetrov do 1,3 metra,
- poslovna, družbena razdalja – od 1,3 metra do 3 metre,
- javna razdalja – več kot 3 metre.

Dotik je v naši kulturi eno od sredstev izražanja. Vsak dotik ima svoj pomen in sporočilno vrednost. Dotik je lahko zaželen in prijeten, drugi pa ga lahko zaznava kot poseganje v svojo zasebnost.

4.9 ROKE

Stisk roke je znamenje dobrih namer in je stara navada pri večini narodov ter izrek dobrodošlice in veselja ob snidenju. Rokujemo se ob predstavljanju, spoznavanju, srečanjih, slovesu in čestitanju. Pravilno rokovanje je neposredno, čvrsto in prijazno. Prijazen stisk rok spremljata tudi nasmeh in vljuden pozdrav.

Šest skrivnosti privlačne govorice telesa (Pease, 2008, str. 374):

- **Obraz naj bo živahen in redno se smehljajte.** Pazite, da se bodo vedno zablistali zobje.
- **Kretnje – bodite izraziti, a ne pretiravajte.** Pri kretnjah z roko ohranite prste skupaj, roka naj bo pod višino brade.
- **Gibi z glavo – med pogovorom prikimavajte,** kadar poslušate, nagnite glavo postrani. Brado držite naravnost.
- **Pogled – v oči glejte toliko časa,** da je vsem udobno. Odvrčanje pogleda v naši kulturi ne velja za vljudno. Ljudje, ki gledajo v oči, vzbujajo večje zaupanje.
- **Telesna drža – kadar govorite,** bodite vzravnan, kadar poslušate, se nagnite naprej.
- **Medsebojna razdalja – stojte v primerni razdalji.** Če se vaš sogovornik umakne naprej, ne stopite za njim.
- **Zrcaljenje – komaj opazno zrcalite telesno govorico drugih.**

Za pravilno razumevanje znakov govorice telesa moramo upoštevati tri osnovna pravila (Pease, 2008, str. 32).

1. Pravilo: Razlagajte kretnje v nizu

Eno najresnejših napak pri branju govorice telesa naredimo, če razlagamo posamezne kretnje ločeno med seboj ali od okoliščin. Šele ko jo uporabimo v stavku skupaj z drugimi besedami, postane njen pomen popolnoma določen. Kretnje se pojavljajo v »stavkih«, ki jim rečemo nizi, in odkrivajo resnico o posameznikovih čustvih ali stališčih. Podobno kot pri besednih stavkih so za niz v govorici telesa potrebne najmanj tri besede, preden lahko pravilno določimo pomen vsake od njih. Za ljudi, ki znajo razbirati stavke v govorici telesa, in jih pravilno primerjajo z besednim sporočilom, pravimo, da so »dojemljivi«.

2. Pravilo: Iščite skladnost

Raziskave odkrivajo, da je učinek nebesednih znakov približno petkrat večji od učinka besed. Kadar besedno in nebesedno sporočilo med seboj nista skladni, se ljudje (posebno ženske) bolj zanesejo na nebesedno sporočilo in besed ne upoštevajo.

Opazovanje kretenj v nizih in ugotavljanje skladnosti med besedami in telesnimi znaki sta ključa do pravilne razlage odnosov, ki jih sporoča govorica telesa.

3. Pravilo: Razbiranje kretenj v povezavi z okoliščinami

Kretnje moramo proučevati v tisti zvezi, v kateri se pojavijo. Moškega, ki sedi mrzlega zimskega dne na avtobusni postaji s tesno prekrižanimi rokami in nogami ter sklonjeno brado, najverjetneje zebe. Če pa bi uporabila enake kretnje oseba, sedeča z vami za mizo, ko bi ji poskušali prodati zamisel, izdelek ali storitev, bi njene kretnje verjetno pomenile, da ima negativno stališče in zavrača vašo ponudbo.

5 METODOLOGIJA

V tej diplomski nalogi smo uporabili kvantitativno metodo raziskovanja. Rezultate smo dobili s pomočjo anketnega vprašalnika, ki smo ga razdelili med poslovne sekretarke, zaposlene v vzgojno-izobraževalnih ustanovah na področju Gorenjske.

Za kvantitativno analizo stališč neverbalnega komuniciranja poslovnih sekretark v vzgojno-izobraževalnih ustanovah smo uporabili kvantitativne metode opisne statistike:

- aritmetično sredino in
- standardni odklon.

5.1 VZOREC

Vzorec je bil načrtno izbran. V raziskavo smo vključili šestdeset oseb. Izpolnjeni vprašalnik je vrnilo enainštirideset anketirancev, večina žensk. Skupno vsem sodelujočim je bilo to, da opravljajo delo poslovne sekretarke v vzgojno-izobraževalnih ustanovah.

V naši raziskavi je sodelovalo enainštirideset anketirancev, en moški (2,44 %) in štirideset žensk (97,56 %). Njihova starost je naslednja: trije anketiranci (7,31 %) so stari do 30 let, deset anketirancev (24,39 %) od 31 do 40 let, največ, triindvajset (56,10 %) od 41 do 50 let in nad 50 let pet anketirancev (12,20 %). Stopnja dosežene izobrazbe: devetnajst jih ima srednjo izobrazbo (46,34 %), sedemnajst višjo izobrazbo (41,46 %) in 5 visoko ali več (12,20 %). Na delovnem mestu poslovne sekretarke ima do 5 let delovnih izkušenj sedem anketirancev (17,07 %), največji delež je ima med 5 in 15 leti, petnajst (35,59 %), od 15–25 let je zaposlenih

enajst (26,83 %) in nad 25 let osem (19,51 %) anketirancev. Poslovni sekretarji so se udeležili izobraževanja na temo poslovnega komuniciranja, in sicer v sklopu šolanja dvanajst (29,27 %), v eni izmed prejšnjih organizacij trije (7,31 %), v lastni režiji eden (2,44 %), v sedanji ustanovi štirinajst (34,15 %) in enajst anketirancev (26,83 %) se sploh ni udeležilo takega izobraževanja.

Anketiranje smo izvedli na območju Gorenjske. Anketiranci so si med seboj različni v razmišljanju, izobrazbi in številu let delovnih izkušenj na delovnem mestu poslovne sekretarke. Strukturo vzorca prikazujemo v tabeli 1.

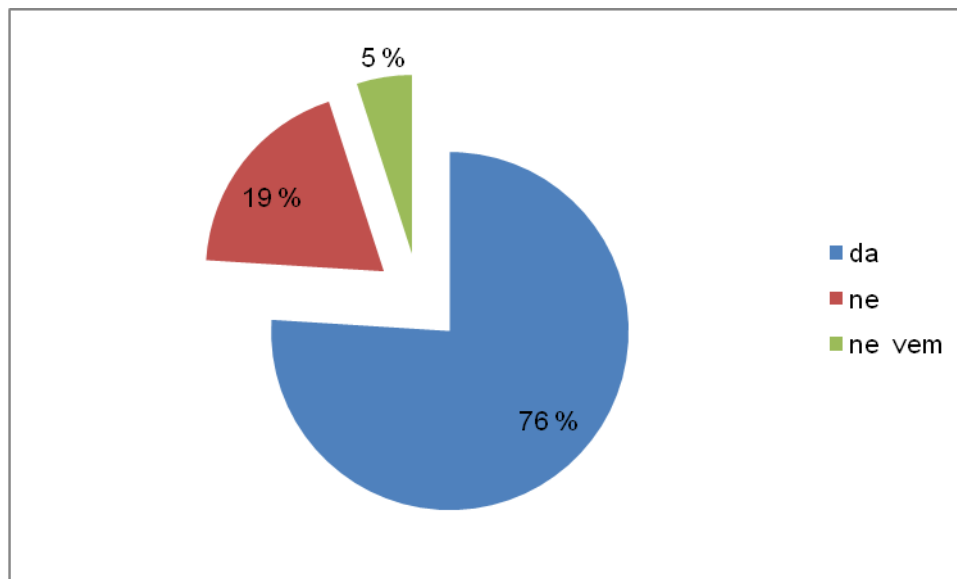
| N = 41 | | | | |
|--------|---|---------------------------------------|----|-------|
| 1. | Spol | Ženska | 40 | 97,56 |
| | | moški | 1 | 2,44 |
| 2. | Starost | Do 30 let | 3 | 7,31 |
| | | Od 31 do 40 let | 10 | 24,39 |
| | | Od 41 do 50 let | 23 | 56,10 |
| | | Nad 50 let | 5 | 12,20 |
| 3. | Stopnja dosežene izobrazbe | Srednja | 19 | 46,34 |
| | | Višja | 17 | 41,46 |
| | | Visoka ali več | 5 | 12,20 |
| 4. | Število let delovnih izkušenj na delovnem mestu poslovne sekretarke | Do 5 let | 7 | 17,07 |
| | | Nad 5–15 let | 15 | 36,59 |
| | | Nad 15–25 let | 11 | 26,83 |
| | | Nad 25 let | 8 | 19,51 |
| 5. | Udeležba na izobraževanju na temo poslovnega komuniciranja | Da, v sklopu šolanja | 12 | 29,27 |
| | | Da, v eni izmed prejšnjih organizacij | 3 | 7,31 |
| | | Da, v lastni režiji | 1 | 2,44 |
| | | Da, v sedanji inštituciji | 14 | 34,15 |
| | | Ne | 11 | 26,83 |

Tabela 1: Struktura vzorca anketirancev

Ali bi želeli vedeti več o učinkoviti uporabi oblik neverbalnega komuniciranja (govorica telesa, osebni videz) kot poslovna sekretarka?

| | da | ne | ne vem |
|-----------------------|------|------|--------|
| število anketirancev | 31 | 8 | 2 |
| odstotek anketirancev | 76 % | 19 % | 5 % |

Tabela 2: Želja po znanju učinkovite uporabe oblik neverbalnega komuniciranja



Graf 1: Želja po znanju učinkovite uporabe oblik neverbalnega komuniciranja

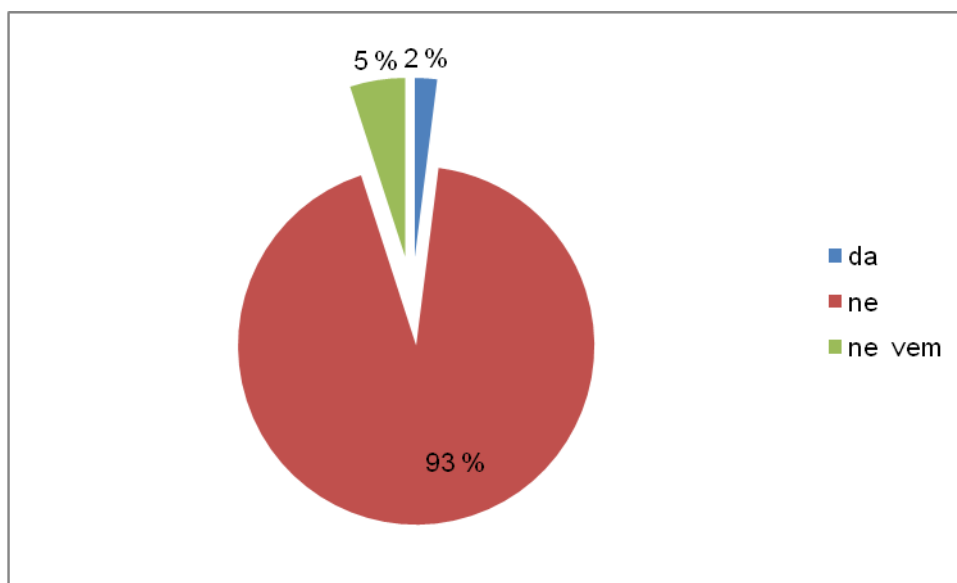
Obrazložitev:

Velik delež anketiranih, to je 76 odstotkov, ima željo po znanju učinkovite uporabe posameznih oblik neverbalnega komuniciranja kot poslovna sekretarka v vzgojno-izobraževalnih ustanovah. Delež anketiranih, ki si ne želi vedeti več o uporabi neverbalne komunikacije, je devetnajstodstoten, pet odstotkov anketiranih pa ne ve, če si želi o tem vedeti kaj več.

Ali imate v vaši vzgojno izobraževalni ustanovi napisana oziroma nenapisana pravila poslovnega komuniciranja s pravili oblačenja?

| | da | ne | ne vem |
|-----------------------|-----|------|--------|
| število anketirancev | 1 | 38 | 2 |
| odstotek anketirancev | 2 % | 93 % | 5 % |

Tabela 3: Pravila poslovnega komuniciranja s pravili oblačenja



Graf 2: Pravila poslovnega komuniciranja s pravili oblačenja

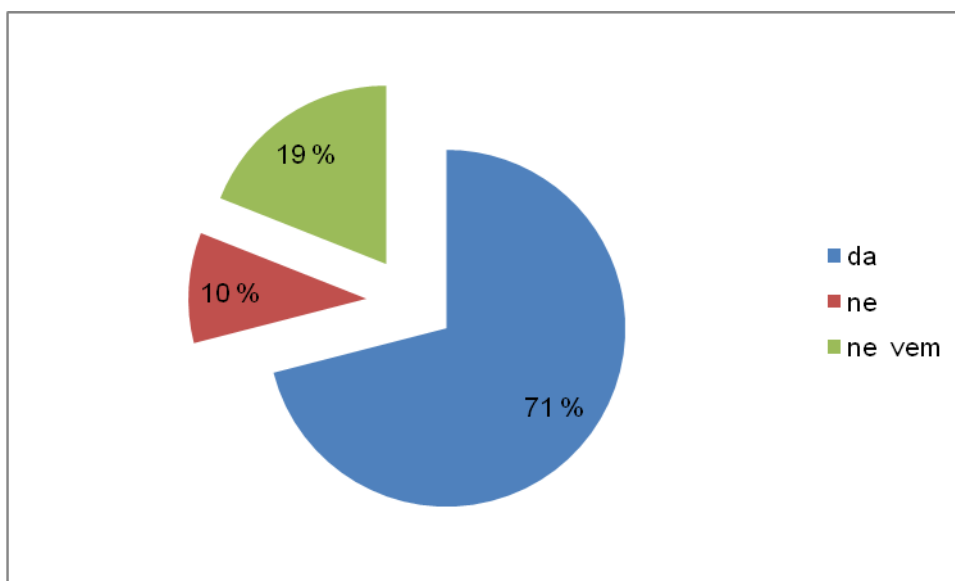
Obrazložitev:

V vzgojno-izobraževalnih ustanovah, kjer so poslovne sekretarke zaposlene, je 93 odstotkov anketiranih, ki nima napisanih oziroma nenapisanih pravil poslovnega komuniciranja s pravili o oblačenju. Delež anketiranih, kjer imajo ta pravila, je petodstoten in delež tistih, ki ne vedo, ali imajo ta pravila, je dwoodstoten.

Ali menite, da vas ljudje ocenjujejo po osebnem videzu in urejenosti, po vašem glasu?

| | da | ne | ne vem |
|-----------------------|------|------|--------|
| število anketirancev | 29 | 4 | 8 |
| odstotek anketirancev | 71 % | 10 % | 19 % |

Tabela 4: Ocenjevanje ljudi po osebnem videzu in urejenosti, po glasu



Graf 3: Ocenjevanje ljudi po osebnem videzu in urejenosti, po glasu

Obrazložitev:

Delež poslovnih sekretark, ki menijo, da jih ljudje ocenjujejo po osebnem videzu in urejenosti, je 71 odstotkov, 19-odstotni je delež tistih, ki menijo, da jih drugi delno ocenjujejo po osebnem videzu in urejenosti, deset odstotkov pa meni, da jih ljudje ne ocenjujejo po osebnem videzu in urejenosti.

5.2 INSTRUMENT

Instrument smo oblikovali na podlagi teoretičnih izhodišč o neverbalnem komuniciranju in se osredotočili na neverbalno komuniciranje poslovnih sekretark v vzgojno-izobraževalnih ustanovah. Uporabili smo anketni vprašalnik in izvedli kvantitativno raziskavo. Vprašanja v našem anketnem vprašalniku so zaprtega tipa. Takšna vprašanja so razumljiva in nedvoumna.

Anketni vprašalnik je vseboval vprašanja oz. trditve:

- Kakšen pomen ljudje pripisujejo neverbalnemu komuniciranju poslovnih sekretark?
- Vzgojno-izobraževalne ustanove za poslovne sekretarke organizirajo izobraževanje na temo poslovnega komuniciranja.
- Zavestno ravnanje poslovnih sekretark v posameznih oblikah neverbalnega komuniciranja v poslovnem okolju.

V prvem delu smo uporabili nominalne spremenljivke, ki omogočajo samo kvalitativno razvrščanje. Z njimi smo merili pripadnost različnim kategorijam, ki jih lahko razvrstimo v skupine, ne moremo pa jih količinsko vrednotiti. To so spol, izobrazba, starost, delovne izkušnje, udeležba na seminarju.

Človeške potenciale v vzgojno-izobraževalnih ustanovah smo merili z razvrstilno lestvico, ki je od anketirancev zahtevala, da pri vsaki trditvi izrazijo svojo stopnjo soglasja. Razvrstilna lestvica vsebuje pet stopenj (1 = nikoli, 2 = občasno, 3 = ne vem, 4 = pogosto, 5 = vedno).

6 REZULTATI ANALIZE

V nadaljevanju predstavljamo analizo stališč iz drugega dela vprašalnika, ki so ga izpolnili anketiranci. Za vsako trditev v vprašalniku smo izračunali aritmetično sredino in standardni odklon. Iz aritmetične sredine smo dobili informacijo o smeri stališč anketirancev, standardni odklon nam je dal informacijo o razpršenosti stališč.

V tabeli 5 predstavljamo rezultate raziskave o ravnanju poslovnih sekretark v posameznih oblikah neverbalnega komuniciranja v številkah in odstotkih. Za vsako trditev pa je prikazana aritmetična sredina in standardni odklon.

| Stališča | Nikoli | | Občasno | | Ne vem | | Pogosto | | Vedno | | Aritmetična sredina | Standardni odklon |
|--|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------------------|-------------------|
| | število | odstotek | število | odstotek | število | odstotek | število | odstotek | število | odstotek | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| Svoje besede podkrepim z gestiko (kretanje rok, obrazna mimika). | 0 | 0% | 14 | 34% | 0 | 0% | 22 | 54% | 5 | 19% | 3,44 | 1,10 |
| Med govorom uporabljam primerno višino glasu, glasnost, hitrost govora. | 0 | 0% | 8 | 20% | 1 | 2% | 24 | 58% | 8 | 20% | 3,78 | 0,99 |
| Sogovornika med poslušanjem tudi opazujem (drža, izraz obraza in oči, kretanje). | 1 | 3% | 3 | 7% | 2 | 5% | 21 | 51% | 14 | 34% | 4,07 | 1,13 |
| Analiziram neverbalno izražanje sebe. | 7 | 17% | 14 | 34% | 8 | 20% | 11 | 27% | 1 | 2% | 2,63 | 0,80 |
| Med pogovorom gledam poslušalca – vzpostavljam primeren očesni stik. | 0 | 0% | 2 | 5% | 2 | 5% | 15 | 36% | 22 | 54% | 4,39 | 0,66 |
| Pri rokovanju pazim, da moj stisk roke ni ne premočan in ne preohlapen. | 0 | 0% | 1 | 3% | 1 | 3% | 10 | 24% | 29 | 70% | 4,63 | 1,00 |
| Moj stil oblačenja je prilagojen glede na delovno mesto. | 0 | 0% | 9 | 22% | 5 | 12% | 21 | 51% | 6 | 15% | 3,59 | 0,92 |
| Pri komuniciranju upoštevam medosebno razdaljo in spoštujem intimni pas posameznika (15 do 45 cm). | 0 | 0% | 3 | 7% | 3 | 7% | 11 | 27% | 24 | 59% | 4,37 | 0,92 |

Tabela 5: Ravnanje poslovnih sekretark v posameznih oblikah neverbalnega komuniciranja

Rezultati raziskave so pokazali prepričanje o tem, da svoje besede podkrepimo z gestiko (kretnje rok, obrazna mimika) (ar. sr. = 3,44; std = 1,10). Razpršenost stališč je visoka, zato sklepamo, da pri komuniciranju vsi ne uporabljajo gestike, kar kaže na to, da smo si ljudje zelo različni.

Prepričani so tudi o tem, da med govorom uporabljajo primerno višino glasu, glasnost in hitrost govora (ar. sr. = 3,78; std = 0,99). Tudi tukaj se kaže razpršenost stališč.

Močno so prepričani, da sogovornika med poslušanjem tudi opazujejo (ar. sr. = 4,07; std = 1,13). Tukaj so mnenja zelo razpršena.

Anketiranci niso preveč prepričani, da analizirajo neverbalno izražanje sebe (ar. sr. = 2,63; std = 0,80). Stališča anketirancev so različna.

Močno so prepričani, da med pogovorom vzpostavijo primeren očesni stik (ar. sr. = 4,39; std = 0,66). Stališča anketirancev so enako usmerjena in posledično tudi zelo skladna.

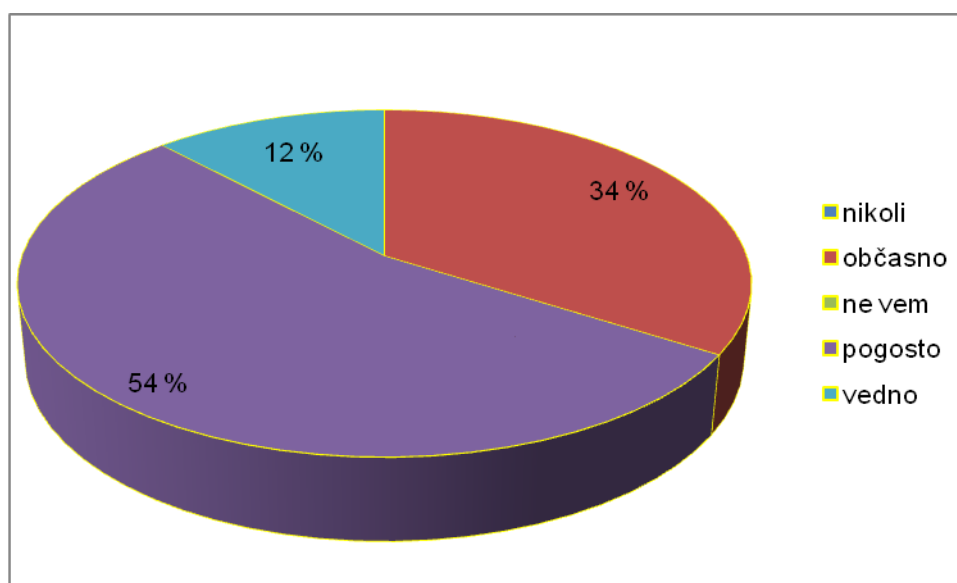
Najbolj so prepričani o tem, da pri rokovanju zelo pazijo, da njihov stisk roke ni ne premočan in ne preohlapen (ar. sr. = 4,63; std = 1,00). Stališča anketirancev so zelo usmerjena, kar kaže na to, da so njihova stališča zelo skladna.

Prepričani so tudi o tem, da je njihov stil oblačenja prilagojen delovnemu mestu (ar. sr. = 3,59; std = 0,92).

Močno so tudi prepričani o tem, da pri komuniciranju upoštevajo medsebojno razdaljo in spoštujejo intimni pas posameznika (15 do 45 cm) (ar. sr. = 4,37; std = 0,92). Mnenja anketirancev o zadnjih dveh stališčih so zmerno razpršena, kar pomeni, da del anketirancev meni drugače.

Svoje besede podkrepim z gestiko (kretnje rok, obrazna mimika)

| | nikoli | občasno | ne vem | pogosto | vedno |
|-----------------------|--------|---------|--------|---------|-------|
| število anketirancev | | 14 | | 22 | 5 |
| odstotek anketirancev | | 34 % | | 54 % | 12 % |

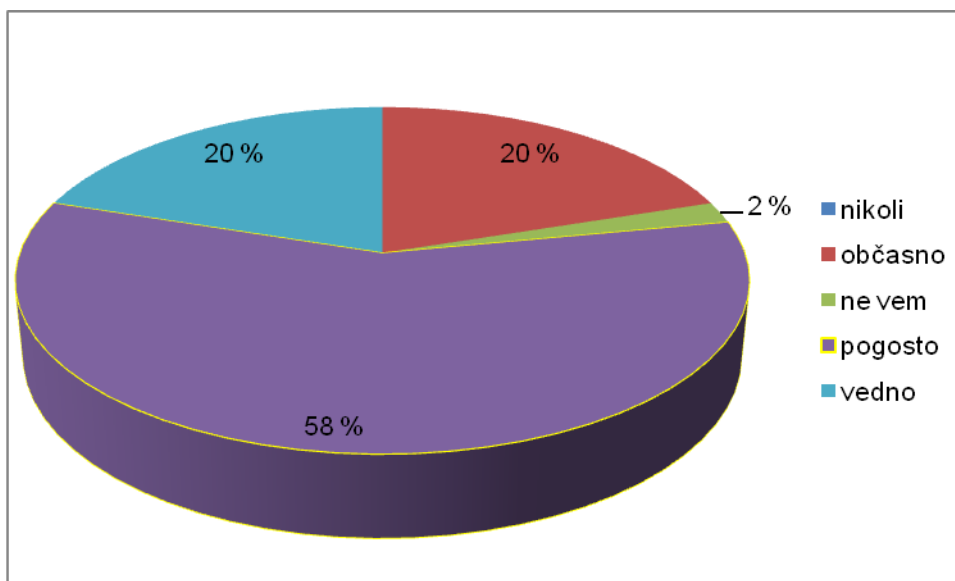
Tabela 6: Uporaba govornice telesa**Graf 4: Uporaba govornice telesa**

Obrazložitev:

Največji delež anketiranih, in sicer 54 odstotkov, pogosto podkrepim svoje besede z gestiko, 34 odstotkov občasno svoje besede podkrepim z gestiko in 12 odstotkov svoje besede vedno podkrepim z gestiko.

Med govorom uporabljam primerno višino glasu, glasnost, hitrost govora

| | nikoli | občasno | ne vem | pogosto | vedno |
|-----------------------|--------|---------|--------|---------|-------|
| število anketirancev | | 8 | 1 | 24 | 8 |
| odstotek anketirancev | | 20 % | 2 % | 58 % | 20 % |

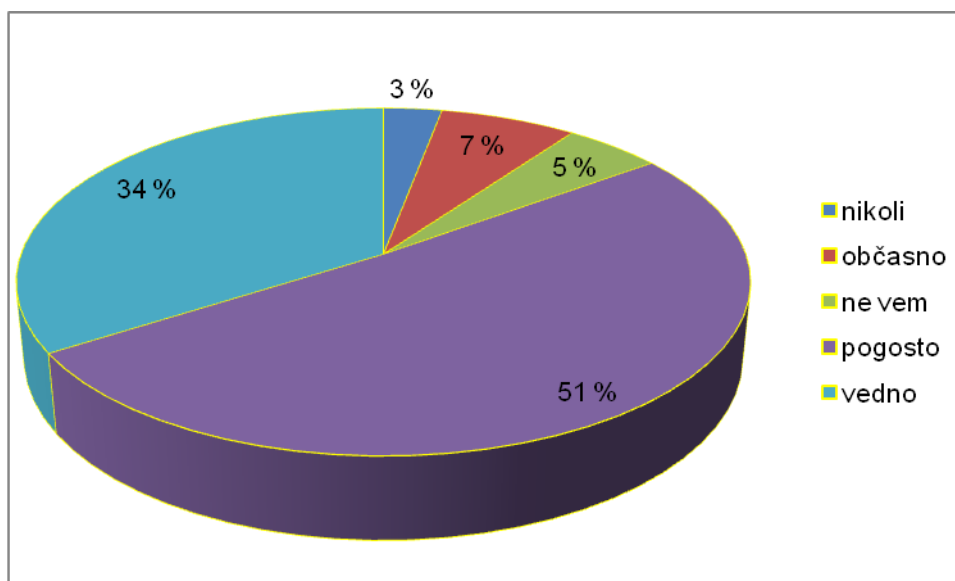
Tabela 7: Uporaba primerne višine glasu, glasnosti in hitrosti govora**Graf 5: Uporaba primerne višine glasu, glasnosti in hitrosti govora****Obrazložitev:**

Največji delež anketiranih, teh je 58 odstotkov, ocenjuje, da med govorom pogosto uporabljajo primerno višino glasu, glasnost in hitrost govora, sledita enaka deleža z 20 odstotki anketiranih, ki menijo, da občasno in vedno uporabljajo primerno višino, glasnost in hitrost govora, 2 odstotka pa je mnenja, da ne vedo, če uporabljajo primerno višino, glasnost in hitrost govora.

Sogovornika med poslušanjem tudi opazujem (drža, izraz obraza in oči, kretnje)

| | nikoli | občasno | ne vem | pogosto | vedno |
|-----------------------|--------|---------|--------|---------|-------|
| število anketirancev | 1 | 3 | 2 | 21 | 14 |
| odstotek anketirancev | 3 % | 7 % | 5 % | 51 % | 34 % |

Tabela 8: Opazovanje sogovornikove govornice telesa



Graf 6: Opazovanje sogovornikove govornice telesa

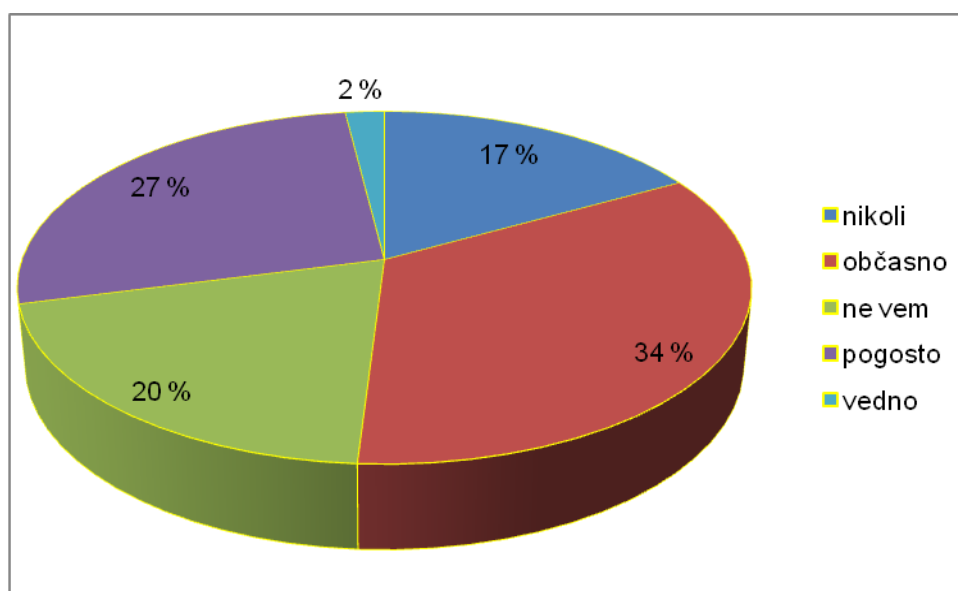
Obrazložitev:

Največji delež anketiranih, to je 51 odstotkov, med pogovorom pogosto opazuje sogovornikovo govornico telesa, 34 odstotkov jih vedno opazuje, 7 odstotkov občasno opazuje, 5 odstotkov ne ve, ali opazujejo in 3 odstotke anketiranih nikoli ne opazuje sogovornikove govornice telesa.

Analiziram neverbalno izražanje sebe

| | nikoli | občasno | ne vem | pogosto | vedno |
|-----------------------|---------------|----------------|---------------|----------------|--------------|
| število anketirancev | 7 | 14 | 8 | 11 | 1 |
| odstotek anketirancev | 17 % | 34 % | 20 % | 27 % | 2 % |

Tabela 9: Analiziranje svojega neverbalnega izražanja



Graf 7: Analiziranje svojega neverbalnega izražanja

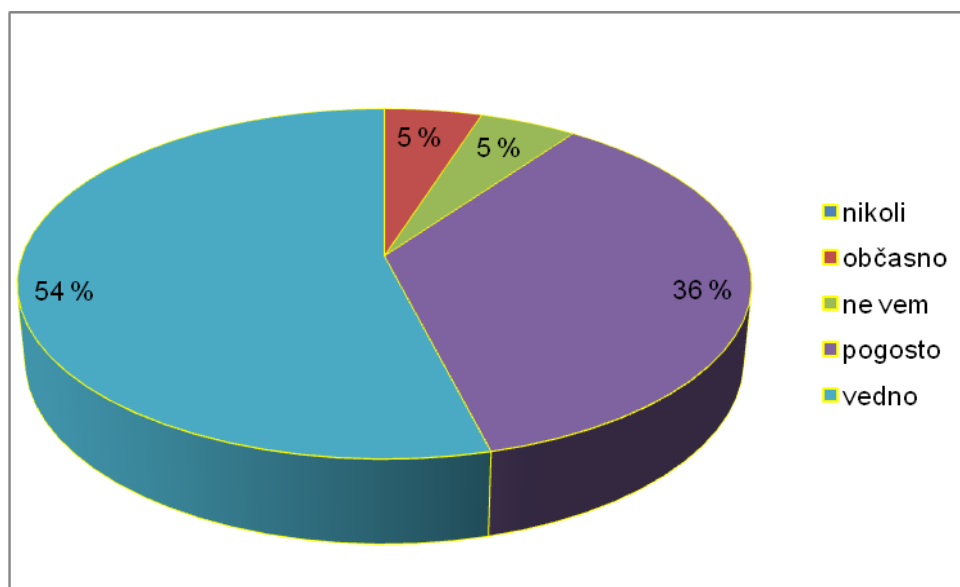
Obrazložitev:

Največji odstotek anketiranih, in sicer 34 odstotkov, občasno analizira svoje neverbalno izražanje, sledi 27 odstotkov anketiranih, ki pogosto analizirajo svoje neverbalno izražanje, nato 20 odstotkov vprašanih, ki ne vedo, če analizirajo svoje neverbalno izražanje, 17 odstotkov anketiranih nikoli ne analizira svojega neverbalnega izražanja in samo 2 odstotka je tistih, ki vedno analizirajo svoje neverbalno izražanje.

Med pogovorom gledam poslušalca – vzpostavim primeren očesni stik

| | nikoli | občasno | ne vem | pogosto | vedno |
|-----------------------|--------|---------|--------|---------|-------|
| število anketirancev | | 2 | 2 | 15 | 22 |
| odstotek anketirancev | | 5 % | 5 % | 36 % | 54 % |

Tabela 10: Očesni stik



Graf 8: Očesni stik

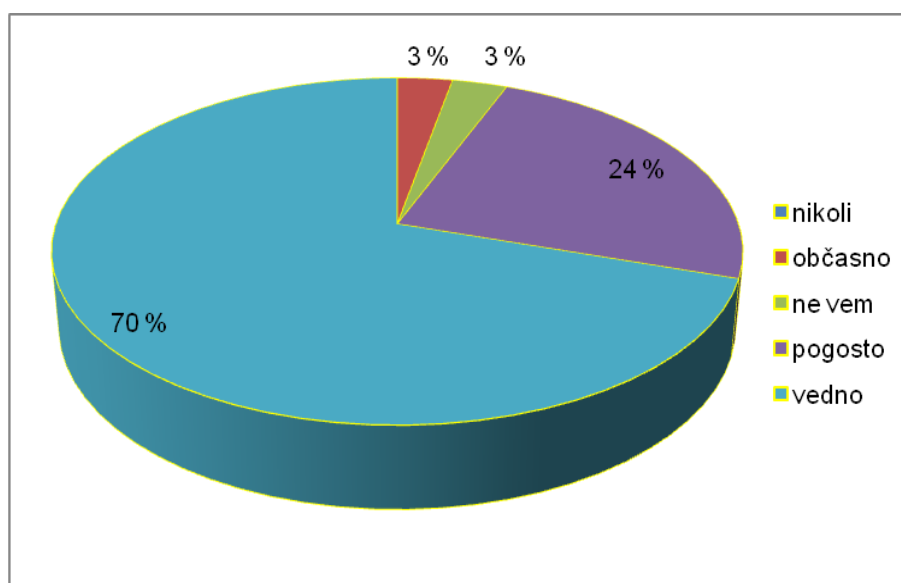
Obrazložitev:

Več kot polovica anketiranih, in sicer 54 odstotkov, vedno med pogovorom vzpostavi primeren očesni stik, 36 odstotkov anketiranih ga pogosto vzpostavi in 5 odstotkov je takih, ki ga vzpostavi občasno in tistih, ki ne vedo, če ga vzpostavijo.

Pri rokovanju pazim, da moj stisk roke ni ne premočan in ne preohlapen

| | nikoli | občasno | ne vem | pogosto | vedno |
|-----------------------|--------|---------|--------|---------|-------|
| število anketirancev | | 1 | 1 | 10 | 29 |
| odstotek anketirancev | | 3 % | 3 % | 24 % | 70 % |

Tabela 11: Rokovanje



Graf 9: Rokovanje

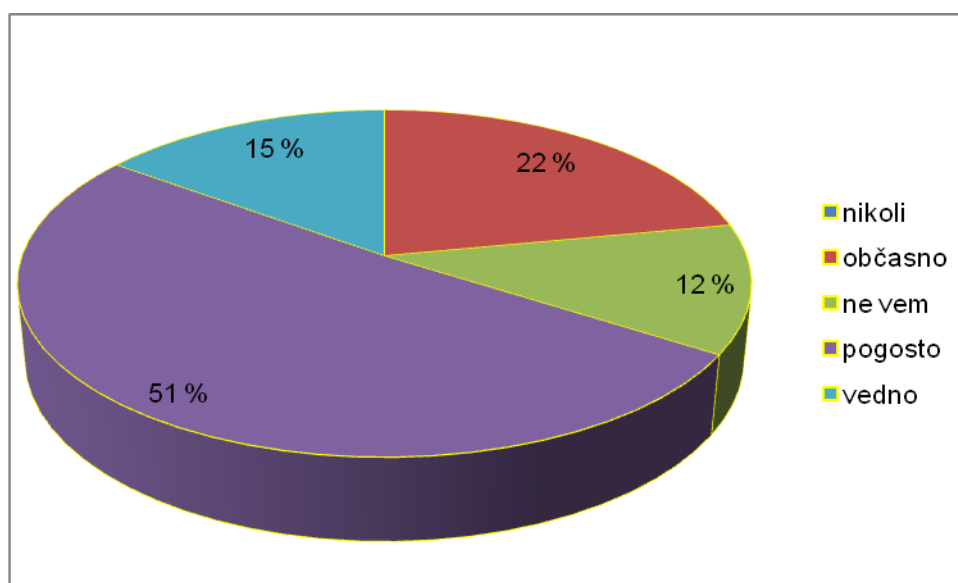
Obrazložitev:

Delež anketiranih, ki vedno pazijo, da pri rokovanju njihov stisk roke ni ne premočan in ne preohlapen, je 70-odstoten, 24 odstotkov jih pazi pogosto, 3 odstotki anketiranih pa tega ne vedo ali pa občasno pazijo, da njihov stisk roke ni ne premočan in ne preohlapen.

Moj stil oblačenja je prilagojen glede na delovno mesto

| | nikoli | občasno | ne vem | pogosto | vedno |
|-----------------------|--------|---------|--------|---------|-------|
| število anketirancev | | 9 | 5 | 21 | 6 |
| odstotek anketirancev | | 22 % | 12 % | 51 % | 15 % |

Tabela 12: Stil oblačenja



Graf 10: Stil oblačenja

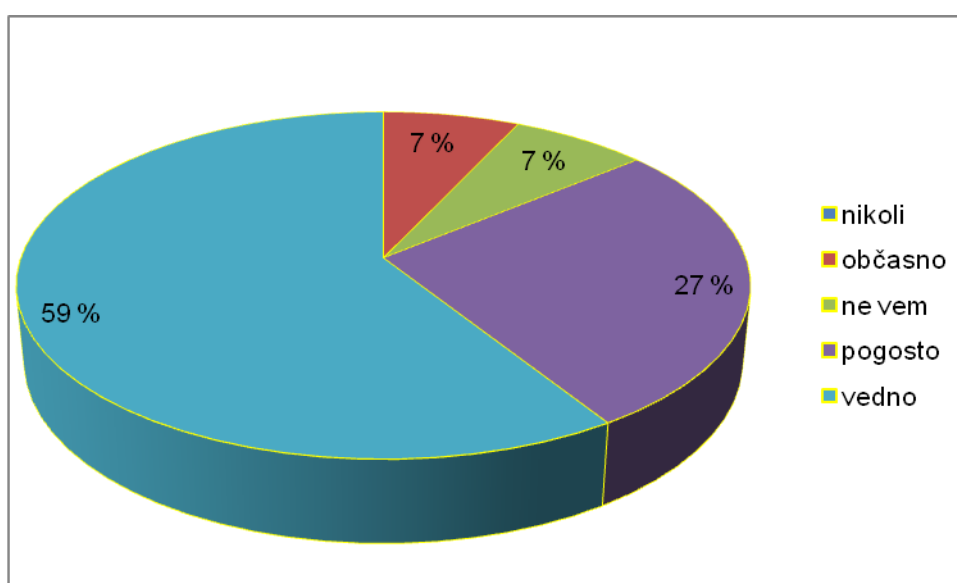
Obrazložitev:

Več kot polovica anketiranih, in sicer 51 odstotkov, pogosto pazi, da je njihov stil oblačenja prilagojen delovnemu mestu, 22 odstotkov je takih, ki na to pazijo občasno, 15 odstotkov anketirancev vedno pazi, da je stil oblačenja prilagojen delovnemu mestu in 12 odstotkov je takih, ki ne vedo, ali pazijo na svoj stil oblačenja ali ne.

Pri komuniciranju upoštevam medsebojno razdaljo in spoštujem intimni pas posameznika (15 do 45 cm)

| | nikoli | občasno | ne vem | pogosto | vedno |
|-----------------------|--------|---------|--------|---------|-------|
| število anketirancev | | 3 | 3 | 11 | 24 |
| odstotek anketirancev | | 7 % | 7 % | 27 % | 59 % |

Tabela 13: Medosebna razdalja



Graf 11: Medosebna razdalja

Obrazložitev:

Več kot polovica anketiranih, to je 59 odstotkov, je tistih, ki vedno upoštevajo medosebno razdaljo in intimni pas posameznika, 27 odstotkov je takih, ki to upoštevajo pogosto in 7 odstotkov je takih, ki to upoštevajo občasno in takih, ki ne vedo, ali upoštevajo medosebno razdaljo in intimni pas posameznika ali ne.

7 ZAKLJUČEK

Neverbalno komuniciranje predstavlja pomemben pogoj za uspešno poslovno komuniciranje. Znanje o poslovnem komuniciranju in oblikah neverbalnega komuniciranja je zelo pomembno tudi za poslovne sekretarke in se kaže v našem osebnem in poslovnem uspehu. Ljudje si o nas ustvarijo prvi vtis, še preden spregovorimo, na podlagi zunanjega videza, hoje, načina gledanja in podobno.

Z raziskavo smo ugotovili, da poslovne sekretarke v vzgojno-izobraževalnih ustanovah neverbalni komunikaciji dajejo velik pomen in zadovoljivo obvladajo posamezne oblike neverbalnega komuniciranja.

Hipoteza 1: Vzgojno-izobraževalne ustanove organizirajo za poslovne sekretarke izobraževanje na temo poslovnega komuniciranja.

HIPOTEZA 1 NE DRŽI.

Ugotovili smo, da vzgojno-izobraževalne ustanove za poslovne sekretarke ne organizirajo dovolj izobraževanj na temo poslovnega komuniciranja. Izobraževalo se je samo 34 odstotkov anketiranih. Res je, da se je tudi v sklopu šolanja izobraževalo 29 odstotkov anketiranih in da je to skupno 63 odstotkov, pa bi vseeno morale ustanove poskrbeti za njihovo izobraževanje na to temo. To je zelo pomembno za poslovne sekretarke, za kvalitetno komuniciranje s poslovnimi partnerji, starši, otroki, sodelavci, ravnatelji in drugimi. Poslovne sekretarke si želijo znanja s področja učinkovite uporabe oblik neverbalnega komuniciranja in vzgojno-izobraževalne ustanove bi jim lahko omogočile izobraževanje na to temo.

Hipoteza 2: Poslovne sekretarke imajo željo po znanju o učinkoviti uporabi oblik neverbalnega komuniciranja na delovnem mestu.

HIPOTEZA 2 DRŽI.

Delež anketiranih, ki ima željo po znanju o učinkoviti uporabi oblik neverbalnega komuniciranja na delovnem mestu poslovne sekretarke, je 76-odstoten. Poslovne sekretarke si torej želijo več znanja na tem področju in vzgojno-izobraževalne ustanove bi jim morale prisluhniti.

Hipoteza 3: Poslovne sekretarke mislijo, da jih drugi ocenjujejo po njihovem neverbalnem izražanju.

HIPOTEZA 3 DRŽI.

Delež poslovnih sekretark, ki menijo, da jih ljudje ocenjujejo po njihovem neverbalnem izražanju je 71-odstoten.

Večina ljudi se zaveda, da jih drugi ocenjujejo po njihovem neverbalnem izražanju in da predstavlja neverbalno komuniciranje pomembno vlogo pri njihovi uspešnosti v stikih z ljudmi. Zanimiv pa je podatek, da manj kot trideset odstotkov anketirancev analizira neverbalno izražanje sebe, čeprav neverbalnemu komuniciranju v poslovnem svetu pripisujejo velik pomen. Premalo se zavedajo, da se z analiziranjem neverbalnega izražanja sebe največ naučimo.

Hipoteza 4: Poslovnim sekretarkam predstavlja neverbalno komuniciranje pomembno vlogo pri uspešnosti v stikih z ljudmi.

HIPOTEZA 4 DRŽI.

Poslovna sekretarka v vzgojno-izobraževalnih ustanovah pogosto komunicira s poslovnimi partnerji, starši, otroki in sodelavci, zato pomembno vlogo pri uspešnem komuniciranju predstavlja ravno neverbalno komuniciranje. To se kaže v trditvah, ki smo jih prikazali v drugem delu vprašalnika.

Hipoteza 5: Poslovne sekretarke med govorom pazijo na primerno uporabo glasu.

HIPOTEZA 5 DRŽI.

Delež anketiranih, ki vedno pazijo na primerno uporabo glasu, je 20-odstoten, delež tistih, ki pogosto pazijo na primerno uporabo glasu, pa 59-odstoten. Velik delež poslovnih sekretark torej zavestno pazi na primerno uporabo glasu.

Hipoteza 6: Poslovne sekretarke pazijo na govorico telesa sogovornika.

HIPOTEZA 6 DRŽI.

Delež poslovnih sekretark, ki vedno pazijo na sogovornikovo govorico telesa, je 34-odstoten, delež tistih, ki pogosto pazijo, pa je 51-odstotni.

Večina poslovnih sekretark opazuje sogovornikovo govorico telesa, kar je pomembno, saj si na podlagi tega ob spremljavi sogovornikovega govora ustvarimo določen vtis o vsebini.

Hipoteza 7: Poslovne sekretarke skrbijo za osebni videz in urejenost.

HIPOTEZA 7 DRŽI.

Poslovne sekretarke, ki vedno oziroma pogosto skrbijo za primernost obleke, osebnega videza in urejenosti, je 65-odstoten. Zelo pomembno je, da vedno skrbimo za primernost obleke in zunanjo urejenost.

Vzgojno-izobraževalne ustanove v veliki večini nimajo pravil poslovnega komuniciranja s pravili oblačenja za svoje poslovne sekretarke in nasploh za vse zaposlene. Poslovno vedenje zaposlenih je namreč vizitka vzgojno-izobraževalne ustanove, s katero se predstavlja javnosti.

Hipoteza 8: Poslovne sekretarke zavestno pazijo na primerno rokovanje.

HIPOTEZA 8 DRŽI.

Delež tistih, ki vedno pazijo na primerno rokovanje, je 71 odstotkov in tistih, ki pogosto pazijo, je 24 odstotkov. Ugotovili smo, da poslovne sekretarke zelo pazijo na primeren stisk roke pri rokovanju.

Za uspešno komuniciranje moramo paziti na neskladnost med posameznimi oblikami komuniciranja. Pozorni moramo biti na vse hitre spremembe v načinu neverbalnega komuniciranja, ki so običajno odraz prikritih dogajanj.

Za vzpostavitev dobrega stika s sogovornikom imamo po statistiki samo nekaj sekund časa. Če nam to ni takoj uspelo, moramo potem vložiti veliko več truda in energije, da ga dosežemo. In kako ugotovimo, da imamo dober stik s svojim sogovornikom? Tako, da opazujemo njegovo nebesedno govorico telesa. Če sogovornik na primer gleda mimo nas, nas ne posluša ali pa se celo obrne stran od nas, to pomeni, da nismo vzpostavili dobrega stika. Vzrok nesodelovanja

poskušamo ugotoviti s postavljanjem dobrih vprašanj. Ko postavimo vprašanje, opazujemo nebesedno govorico telesa. Če ugotovimo negativen odziv, poskušamo z drugim vprašanjem. Ko sogovornik sprejme naše vprašanje z govorico telesa, vemo, da smo na pravi poti. Moramo biti zelo potrpežljivi, saj nekateri sogovorniki rabijo veliko časa, da lahko zaupajo nasprotni strani. Vzpostavitev dobrega stika s sogovornikom pa je odvisna tudi od samega prostora. Prostor naj bo prijeten, saj mora sogovornik dobiti občutek varnosti. Tako bo lahko pogovor potekal v sproščenem vzdušju.

Če želimo imeti dober stik s poslovnimi partnerji, moramo dobro obvladati vse bistvene sestavine komuniciranja, besedno in nebesedno, ter skrbno pripraviti vsebino pogovora. S poslovnimi partnerji bomo zelo dobro vzpostavili stik, če bomo ugotovili, na katerem zaznavnem kanalu sprejema informacije. Zelo pomembno pa je, da se vživimo v vlogo svojega poslovnega partnerja, da ugotovimo, kaj želi od nas.

Dobra poslovna sekretarka (Tavčar, 1997, str. 48):

- ima imeniten spomin – za osebe, imena, dogodke, papirje, povezave;
- je odličen diplomat – z žensko rahločutnostjo, spretnostjo in očarljivostjo usklajuje interese, blaži nasprotja, ustvarja dobro vzdušje;
- dodaja racionalnim dogajanjem v menedžmentu pravo mero ženske intuicije, občutka za prav in narobe, lepo in grdo;
- skrbi za red v poslovodstvu – za termine in dogovore, sestanke in pisma, naročila in odgovore, zmenke in čestitke, pravočasnost in primernost;
- je učinkovita pomočnica menedžerja, dobesedno desna roka;
- je zaupnica menedžerja v najboljšem možnem pomenu besede – sliši in vidi marsikaj, pa vse obdrži zase in za svojega šefa, o katerem običajno ve več kakor kdorkoli.

LITERATURA IN VIRI

Knjige

- Benedetti, K. (2009). *Protokol simfonija forme*. Ljubljana: Planet GV.
- Gasar, S. (2008). *Poslovno komuniciranje*. Kranj: B&B, d. o. o.
- Marinko, I. (2009). *Sodobno vodenje pisarne*. Ljubljana: Zavod IRC.
- Možina S., D. J. (1994). *Komuniciranje v organizaciji*. Radovljica: Didakta.
- Možina S., D. J. (1996). *Poslovno komuniciranje*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Možina, S. e. (1998). *Poslovno komuniciranje*. Maribor: Založba Obzorja.
- Možina, S. e. (2004). *Poslovno komuniciranje: evropske razsežnosti*. Maribor: Obzorja.
- Pease, A., Pease, B. (2008). *Velika šola govornice telesa*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
- Tavčar, M. I. (1997). *Preprosti poslovni bonton*. Ljubljana: Novi Forum.
- Ule, M. (2009). *Psihologija komuniciranja in medsebojnih odnosov*. Ljubljana: FDV.

URL-naslov spletnih strani

- <http://sl.wikipedia.org/wiki/Komuniciranje>, dostopno 27. 7. 2011

KAZALO GRAFOV

| | |
|---|----|
| Graf 1: Želja po znanju učinkovite uporabe oblik neverbalnega komuniciranja | 14 |
| Graf 2: Pravila poslovnega komuniciranja s pravili oblačenja | 15 |
| Graf 3: Ocenjevanje ljudi po osebnem videzu in urejenosti, po glasu | 16 |
| Graf 4: Uporaba govornice telesa..... | 20 |
| Graf 5: Uporaba primerne višine glasu, glasnosti in hitrosti govora | 21 |
| Graf 6: Opazovanje sogovornikove govornice telesa..... | 22 |
| Graf 7: Analiziranje svojega neverbalnega izražanja | 23 |
| Graf 8: Očesni stik..... | 24 |
| Graf 9: Rokovanje | 25 |
| Graf 10: Stil oblačenja | 26 |
| Graf 11: Medosebna razdalja | 27 |

KAZALO TABEL

| | |
|---|----|
| Tabela 1: Struktura vzorca anketirancev | 13 |
| Tabela 2: Želja po znanju učinkovite uporabe oblik neverbalnega komuniciranja ... | 14 |
| Tabela 3: Pravila poslovnega komuniciranja s pravili oblačenja..... | 14 |
| Tabela 4: Ocenjevanje ljudi po osebnem videzu in urejenosti, po glasu | 15 |
| Tabela 5: Ravnanje poslovnih sekretark v posameznih oblikah neverbalnega komuniciranja..... | 18 |
| Tabela 6: Uporaba govornice telesa..... | 20 |
| Tabela 7: Uporaba primerne višine glasu, glasnosti in hitrosti govora | 21 |
| Tabela 8: Opazovanje sogovornikove govornice telesa..... | 22 |
| Tabela 9: Analiziranje svojega neverbalnega izražanja | 23 |
| Tabela 10: Očesni stik..... | 24 |
| Tabela 11: Rokovanje | 25 |
| Tabela 12: Stil oblačenja | 26 |
| Tabela 13: Medosebna razdalja | 27 |

Ali menite, da pomembno vlogo pri vaši uspešnosti v stikih z ljudmi predstavlja neverbalno komuniciranje (govorica telesa, osebni videz in urejenost ...)?

| Z x označite trditev, ki v največji meri odraža vaše zavestno ravnanje | 1 nikoli | 2 občasno | 3 ne vem | 4 pogosto | 5 vedno |
|--|----------|-----------|----------|-----------|---------|
| Svoje besede podkrepim z gestiko (kretnje rok, obrazna mimika). | | | | | |
| Med govorom uporabljam primerno višino glasu, glasnost, hitrost govora. | | | | | |
| Sogovornika med poslušanjem tudi opazujem (drža, izraz obraza in oči, kretnje). | | | | | |
| Analiziram neverbalno izražanje sebe. | | | | | |
| Med pogovorom gledam poslušalca – vzpostavim primeren očesni stik. | | | | | |
| Pri rokovanju pazim, da moj stisk roke ni ne premočan in ne preohlapien. | | | | | |
| Moj stil oblačenja je prilagojen glede na delovno mesto. | | | | | |
| Pri komuniciranju upoštevam medosebno razdaljo in spoštujem intimni pas posameznika (15 do 45 cm). | | | | | |

HVALA ZA SODELOVANJE.