

Načini suzbijanja straha od javnog nastupa

Ganjto, Ana

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:251:667433>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-20**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ KULTURA, MEDIJI I
MENADŽMENT

ANA GANJTO

**NAČINI SUZBIJANJA STRAHA OD JAVNOG
NASTUPA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR: IZV. PROF. DR. SC. IVICA ŠOLA
SUMENTOR: DR. SC. TOMISLAV LEVAK, PREDAVAČ

OSIJEK, RUJAN 2024.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Ana Ganjto, studentica 3. godine preddiplomskog studija Kultura, mediji i menadžment Akademije za umjetnost i kulturu u Osijeku ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima, te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što pokazuje korištena bibliografija i linkovi. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Studentica

Ana Ganjto

U Osijeku 16. 9., 2024. godine

SAŽETAK

Javni nastup je svaki nastup koji se odvija pred publikom. Bez obzira na to je li u pitanju učenički govor, poslovna prezentacija ili pak zdravica, svrha javnog nastupa u pravilu je jasno i efektivno prenijeti željenu poruku. Za brojne skupine ljudi, javni nastup predstavlja važan dio posla te općenito svakodnevice. Međutim, unatoč njegovoj sve češćoj primjeni u javnom prostoru, sama pomisao na javni nastup mnogima izaziva strah i osjećaj tjeskobe. Štoviše, istraživanja su pokazala kako se više od 73% populacije tijekom života barem jednom suoči sa strahom uzrokovanim javnim nastupom. Neki od simptoma spomenutog straha su znojenje, suhoća u ustima, nelagoda, teškoće u pamćenju, mišićna napetost, negativna razmišljanja o sebi, nemogućnost kontroliranja vlastitih misli i slično. Cilj ovog rada je prikazati različite načine suzbijanja straha od javnoga nastupa. Tako su u radu opisane tehnike poput vizualizacije i afirmacije, vježbe disanja koje doprinose smanjenju stresa i tjeskobe te različite strategije koje pomažu u izgradnji samopouzdanja.

Ključne riječi: javni nastup, komunikacija, strah, suzbijanje straha, trema

ABSTRACT

The term public speaking describes every appearance in front of an audience whether it be a speech by a pupil, a job-related presentation or a toast. The main goal of the public appearance is to concisely and effectively convey the wanted message. For numerous people, public speaking is a vital part of their job and everyday life. However, despite of how common it is, the mere thought of public speaking induces the feelings of fear and anxiety. Moreover, research has shown that over 73% of the population deals with the fear of public speaking. Some of the symptoms of the above mentioned include sweating, dry mouth, uneasiness, lapses of memory, tight muscles, negative self-perception and being unable to control one's thoughts. The goal of this paper is to showcase various methods used to reduce the fear of public speaking. This paper describes methods such as visualisation and affirmation along with breathing exercises which reduce stress and anxiety and various strategies which help with building self-confidence.

Key words: public speaking, communication, fear, suppression of fear, stage fright

SADRŽAJ

1. UVOD	1
2. JAVNI NASTUP	3
2. 1. VRSTE JAVNIH GOVORA	4
3. POVIJEST JAVNIH NASTUPA	6
4. STRAH OD JAVNOG NASTUPA.....	11
4. 1. STRAH	11
4. 2. ULOGA TREME I STRAHA U JAVNOM NASTUPU	11
4. 3. SIMPTOMI STRAHA OD JAVNOG NASTUPA	13
5. SUZBIJANJE STRAHA OD JAVNOG NASTUPA.....	15
5. 1. JAČANJE SAMOPOUZDANJA	15
5. 2. USMJERENOST NA PUBLIKU	17
5. 3. VIZUALIZACIJA I AFIRMACIJA	18
5. 4. KVALITETNA PRIPREMA.....	19
5. 5. UPRAVLJANJE NEVERBALNOM KOMUNIKACIJOM	20
5. 6. VJEŽBE ZA SMANJENJE STRAHA OD JAVNOG NASTUPA.....	22
6. ZAKLJUČAK	24
7. LITERATURA.....	26

1. UVOD

Za suvremenog čovjeka dobre komunikacijske vještine smatraju se nužnošću. Naime, zahvaljujući njima može ideje kvalitetno prenijeti do ciljane skupine ljudi, izgraditi socijalne kontakte te postaviti temelje za daljnji razvoj karijere i drugih životnih područja. Veliku ulogu u tome također ima javni nastup. U pitanju je vještina koja predstavlja krucijalnu komponentu mnogih zanimanja te svakodnevnih aktivnosti. Cilj javnog nastupa u pravilu je prenijeti poruku te iznijeti stavove i razmišljanja manjem ili većem broju ljudi. Javni nastup razlikuje se od drugih oblika komunikacije jer govornika stavlja u središte pozornosti. Upravo iz tog razloga javni nastup za mnoge predstavlja izazov. Istraživanja su pokazala kako se 73% svjetske populacije barem jednom suočilo sa strahom od javnog nastupa. Navedeni strah manifestira se u obliku kognitivnih, fizičkih i bihevioralnih simptoma kao što su teškoće u pamćenju, nelagoda, negativna razmišljanja o sebi i trenutnoj situaciji, umor, vrtoglavica, znojenje, nesigurnost, sramežljivost i drugi. Razlozi za razvoj straha od javnog nastupa su brojni, a često se povezuju s negativnom predodžbom o sebi, manjkom samopouzdanja, traumatskim iskustvom ili strahom od odbijanja. Bez obzira na intenzitet strah, brojni stručnjaci ističu kako postoje učinkoviti načini suočavanja sa strahom od javnog nastupa. Štoviše, pojedini smatraju kako strah ne mora nužno biti prepreka, već izvor motivacije koji će potaknuti govornika na poboljšanje njegovih vještina. Kvalitetna priprema, usmjerenost na publiku te jačanje samopouzdanja samo su neki od čimbenika koji doprinose suzbijanju straha od javnog nastupa te postizanju željenog uspjeha.

Cilj ovoga rada je prikazati različite načine suzbijanja straha od javnog nastupa i koliko su oni efikasni. Sam rad polazi od triju postavki. Prva je da kvalitetna priprema te govornikova usmjerenost na publiku značajno smanjuju intenzitet straha, što u konačnici rezultira većim samopouzdanjem i boljom izvedbom. Druga se odnosi na to da tehnike vizualizacije i afirmacije te vježbe disanja pozitivno utječu na emocionalnu stabilnost i sposobnost govornika da se učinkovitije nosi sa stresom. Prema posljednjoj postavci, govornici koji se uspješno služe neverbalnom komunikacijom ostavljaju snažniji dojam na publiku, što u konačnici rezultira uspješnijim nastupom, boljom povratnom informacijom te smanjenjem simptoma straha.

Rad je podijeljen u šest poglavlja, ne uključujući popis literature. Nakon uvoda slijedi drugo poglavlje u kojem su objašnjava termin *javni nastup* te opisuju njegove vrste. Treće

poglavlje ukratko se bavi poviješću govorništva, od antike do suvremenog doba. Četvrto poglavlje tematizira strah od javnog nastupa i, između ostaloga, analizira uzroke straha od javnog nastupa te njegove simptome. Nakon toga, u petom poglavlju nabrojani su načini suzbijanja straha od javnog nastupa te je opisana njihova primjena. Na samom kraju rada iznesen je zaključak.

2. JAVNI NASTUP

Prema Ćorluki (2019: 2) javni nastup je svaki nastup koji se odvija pred publikom, bilo u obliku učenička govora ili pak onog predsjedničkog. Takav nastup može biti pripremljen, nepripremljen, formalan, neformalan, spontan ili pak strukturiran. Što se tiče svrhe održavanja javnog nastupa, treba istaknuti kako ona može biti različita. Tako je za pojedine svrha javnog nastupa informirati slušateljstvo, dok je za druge motiviranje, zabavljanje ili utjecanje na promjenu njihova razmišljanja. Svakako, primarni cilj svakog javnog nastupa jest prenijeti jasnu poruku te podijeliti stavove i razmišljanja s publikom. Prilikom oblikovanja javnog nastupa, treba voditi računa da svi njegovi dijelovi budu u skladu s odabranom temom. Uz to, kako bi se zadržala pažnja slušatelja tijekom trajanja javnog nastupa, on treba biti prilagođen zahtjevima ciljne publike. Također je bitno istaknuti kako se javni nastup sastoji od tri dijela. To su uvod, glavni i završni dio (Borovac Zekan, Gabrić, 2021: 143-144). Uz sve navedeno, kako ističe Ćorluka (2019: 5-6), poželjno je da se izlagač tijekom javnog nastupa koristi jednostavnim izrazima te, s ciljem otklanjanja napetosti i izgradnje pozitivne atmosfere, humorom. Nije naodmet sadržaj izlaganja potkrijepiti primjerima iz vlastitoga života. Tako će se izlagač dodatno približiti publici te će steći njezino povjerenje.

Jedni od glavnih aspekata javnog nastupa su verbalna i neverbalna komunikacija. Kako bi javni nastup polučio uspjeh navedene stavke trebaju biti usklađene. Kako ističe Danesi (2000: 58) verbalna komunikacija uključuje razmjenu poruka, bilo govorenjem, pisanjem ili znakovnim jezikom. Ona ima nekoliko uloga. Neke od njih su prenošenje informacija, održavanje društvenih odnosa, izražavanje osjećaja i stavova, utjecanje na pojedince ili masu i slično. S druge strane, neverbalna komunikacija predstavlja komunikaciju u kojoj dolazi do razmjene informacija, izostavljajući jezičnu komponentu. Štoviše Ražnjević Zdrilić i Ivanac (2016: 152) navode kako se neverbalna komunikacija „odnosi na sva namjerna i nenamjerna značenja koja nemaju oblik napisane ili izgovorne riječi“. Prema Borovac Zekan i Gabrić (2021: 143), neverbalna komunikacija se koristi kako bi se „prenijela poruka sugovorniku na što efektivniji način, izrazile emocije, dojmovi ili sugovornika uvjerali u vlastite stavove“. Iste zaključuju kako se njezinom pravilnom upotrebom itekako može utjecati na slušatelje, odnosno mogu im se „približiti stavovi i poruke koje im se nastoje prenijeti“. Dakako, opisani oblici komunikacije imaju svoje prednosti i mane. Jedna od glavnih prednosti verbalne komunikacije, u odnosu na neverbalnu, jest to što ju se može izravno kontrolirati. Naime, tijekom držanja

javnoga nastupa izlagač može utjecati na izgovoreni sadržaj, no nerijetko ne može utjecati na to kako će se neverbalno izraziti budući da se neverbalna komunikacija odvija na nesvjesnoj razini. Upravo zbog potonjeg, neverbalna komunikacija katkada biva krivo protumačena (Borovac Zekan, Gabrić, 2021: 145).

Javni nastup za mnoge skupine ljudi, kao što su učitelji, nastavnici, odvjetnici, političari, novinari, svećenici i drugi; predstavlja važan dio posla te općenito svakodnevice. Pored toga, njegova uloga u javnom prostoru konstantno biva sve veća. Zbog svega napisanog, ne čudi da se sve više pažnje posvećuje istraživanju različitih aspekata javnoga nastupa, kao što su vrste javnog govora.

2. 1. VRSTE JAVNIH GOVORA

Prema Ćorluki (2019: 4), ovisno o situaciji u kojoj se izlagač nalazi i poruci koju želi prenijeti, razabiru se različite vrste govora. Kao tri glavne vrste govora nametnuli su se govori s ciljem informiranja, govori uvjerenja te govori u posebnim prigodama. Govor se karakterizira kao informativan kada za cilj ima prenijeti informacije, znanje i razumijevanje. Opisana vrsta govora nerijetko se dijeli u četiri potkategorije. To su govori o predmetima, govori o procesima, govori o događajima te govori o konceptima. Kako bi informirajući govor bio što kvalitetniji ne treba unaprijed procjenjivati znanje publike niti koristiti apstraktne pojmove. Potrebno je povezati sadržaj govora sa zahtjevima publike te personalizirati ideje (Tomić, Radalj, Jugo, 2020: 12).

Za razliku od informirajućih govora, svrha govora uvjerenja jest djelovati na pojedinca te ga potaknuti na akciju ili promjenu. Razlikuju se ukupno tri govora uvjerenja. Prvi je govor o pitanjima činjenica, drugi je govor o pitanjima vrijednosti, a treći je govor o pitanju procedura. Kako ističu Tomić, Radalj i Jugo (2020: 13) „uspješnost uvjeravajućih govora ovisit će o govornikovoju vještini sastavljanja poruke koja će odgovarati vrijednostima, stavovima i uvjerenjima slušatelj“ te da publika „ocjenjuju njegovu vjerodostojnost, vještinu izvođenja, građu kojom potkrepljuje, jezik, razloge i emocionalnu privlačnost“.

Posljednju vrstu javnog govora čine govori u posebnim prilikama. U pitanju su različiti javni govori i nastupi koji su prisutni na proslavama, vjenčanjima, pogrebima, rođendanima i

drugim oblicima okupljanja (Tomić, Radalj, Jugo, 2020: 13). Neke od potkategorija govora u posebnim prilikama su svečani prigodni govori, zdravice, pozdravni govori te nekrolozi. U svečanim prigodnim govorima najčešće se dotiče povoda okupljanja, zahvaljuje se slavljeniku ili osobi zaduženoj za organizaciju događaja te se ukratko iznose razmišljanja o budućnosti. Zdravice pak imaju čuvstven ton, broje svega nekoliko rečenica te se izriču uz čašu koja se ispija za zdravlje, uspjeh ili komu u čast. Pozdravni govori rezervirani su za početak pojedinih događanja te obvezno sadržavaju zahvalu organizatorima istih. Za njih se vežu kratke i jednostavne rečenice. S druge strane, nekrolozi su govori posvećeni pokojnicima, a izriču ih njima bliske osobe (Ćorluka, 2019: 4).

3. POVIJEST JAVNIH NASTUPA

Tijekom povijesti mnogi su pojedinci zahvaljujući javnom nastupu širili svoje ideje te su u konačnici oblikovali javno mnijenje. Tako Borovac Zekan i Gabrić (2021: 147) ističu kako su se prvi oblici komunikacije pojavili paralelno s pojavom *homo sapiensa*, odnosno prije otprilike 100000 godina. Govorništvo je bilo cijenjena vještina u mnogim drevnim kulturama, poput kineske i indijske. Tako je najstariji poznati priručnik o učinkovitu govoru napisan na papirusu u Egiptu prije nešto više od četiri tisućljeća. Kako ističe Lucas (2015: 6), „u klasičnoj Grčkoj i Rimu govorništvo je igralo glavnu ulogu u edukaciji i građanskom životu te se podučavalo“.

Za stare je Grke govorništvo predstavljalo metodu uvjeravanja građana u različite ideje. Kako bi se to ostvarilo, od govornika se očekivalo da konstantno produbljuje znanje te uvježbava postojeće i stječe nove vještine uvjeravanja. Grci su umijeće izražavanja nazivali *retorika* (Lucas, 2015: 6). Prema Aristotelu (384. pr. Kr. – 322. pr. Kr.) najvažnije komponente retorike su *ethos*, *logos* i *patos*. Borovac Zekan i Gabrić (2021: 147-148) poseban naglasak stavljaju na *ethos*. Prema njima, *ethos* se odnosi na vjerodostojnost govornika. Tri su ključna čimbenika *ethosa*. To su kompetentnost, pouzdanost i dinamika. Prvi čimbenik označava stručnost govornika o temi o kojoj izlaže. Kako bi govornik bio učinkovit, on mora posjedovati duboko razumijevanje teme te biti sposoban jasno i precizno prenijeti sadržaj govora publici. Pouzdanost se odnosi na stupanj u kojemu publika prihvaća govornika kao vjerodostojnu osobu koja prenosi točne i relevantne informacije. Ona uvelike ovisi o sadržaju govora, osobnosti govornika te metodi prenošenja informacija. Posljednji čimbenik *ethosa*, dinamika, podrazumijeva stupanj animacije govornika. Sastoji se od karizme i energije. Karizma se odnosi na individualne kvalitete i karakteristike svakog govornika. Energija pak označava entuzijazam i vitalnost koju govornik pokazuje za vrijeme izlaganja te je važan čimbenik u stvaranju pozitivnog mišljenja kod ciljane publike.

Najpoznatiji grčki govornici bili su Antifont (oko 480. pr. Kr. – 411. pr. Kr.), Andokid (oko 440. pr. Kr. – oko 391. pr. Kr.), Lizija (oko 458. pr. Kr. – oko 378. pr. Kr.), Izokrat (436. pr. Kr. – 338. pr. Kr.), Eshin (oko 390. pr. Kr. – oko 320. pr. Kr.), Izej (390. pr. Kr. – 340. pr. Kr.), Demosten (384. pr. Kr. – 322. pr. Kr.), Hiperid (390. pr. Kr. – 322. pr. Kr.), Likurg (396. pr. Kr. – 324. pr. Kr.) i Dinarh (360. pr. Kr. – oko 292. pr. Kr.). Njihovi sačuvani govori predstavljaju važne povijesne izvori. Kao što je već spomenuto, govorništvo je imalo veliku

ulogu u životu grčkog građanina, stoga ni ne čudi kako su se tijekom stoljeća razvili različiti pristupi tom umijeću. Najpoznatije retoričke škole bile su one predvođene Izokratovim, Platonovim (427. pr. Kr. – 347. pr. Kr.) i Aristotelovim idejama. Iste su se nerijetko razlikovale te su i danas predmet izučavanja brojnih škola retorike (Hrvatska enciklopedija, 2013).

„Rim je osvojio Grčku vojno, ali Grčka je kulturom osvojila Rim“ krilatica je koja se često koristi u historiografiji te je u mnogo čemu točna. Vještina na kojoj je stoljećima počivalo grčko društvo, ubrzo je postala dijelom rimske kulture. Najpoznatiji rimski govornik bio je Marko Tulije Ciceron (106. pr. Kr. – 43. pr. Kr.). On je uspješno kombinirao osobine azijskog i antičkog govorništva te se približio svom velikom uzoru Demostenu. Smatra se kako je Ciceron do svoje smrti održao više od 100 govora, kako sudskih, tako i političkih. Njih 58 sačuvano je u cijelosti. Najpoznatiji govori su: *Za Seksta Roscija Amerina* (80. pr. Kr.), *Protiv Vera* (70. pr. Kr.), *Protiv Katiline* (63. pr. Kr.), *Za Milona* (52. pr. Kr.), *Govori protiv Marka Antonija* (43. pr. Kr.) i tako dalje. Ciceronovi govori odlikovali su se „uzvišenim i patetičnim stilom s ritmiziranim dijelovima te tonom u rasponu od izazivanja sućuti do gorke ironije“ (Hrvatska enciklopedija, 2013). S druge strane, pitanjima retorike bavio se u djelima *O govorniku* (55. pr. Kr.), dijalogu *Brut* (46. pr. Kr.) i *O najboljoj vrsti govornika* (46. pr. Kr.). U tim je radovima, na temelju grčkih retoričkih teorija i na osnovi vlastitog praktičnog iskustva, na latinskom izložio pravila govorničke vještine i povijest rimskog govorništva (Hrvatska enciklopedija, 2013).

Tijekom srednjeg i novog vijeka, brojni su, kako piše Lucas (2015: 6) nastavili istraživati različita pitanja retorike, govora te izražavanja. Neki od njih su bili teolog, filozof i crkveni otac sv. Augustin (354. – 430.), srednjovjekovna književnica i zalagačica za ženska prava Christine de Pisan (1363. – 1430.), engleski pravnik, filozof i državnik Francis Bacon (1561. – 1626.) te francuski pisac i filozof Voltaire (1694. – 1778.).

U 19. i 20. stoljeću postavljeni su temelji suvremene propagande. Međutim, povijesno gledano propaganda je oduvijek bila prisutna te se koristila kao instrument za kontrolu društva i postizanja dominacije. Sam termin *propaganda* prvi put pojavljuje se u 17. stoljeću u okviru crkvenih djelatnosti. Definiran je kao „organizacija ili pokret za širenje određene doktrine“ (Fitzmaurice, 2018: 62). Naime za papu Grgura XV. (1554. – 1623.) propaganda je predstavljala oblik vjerske indoktrinacije čiji je cilj bio širiti katolički nauk među nevjernicima. Nastupanjem suvremenog doba, termina *propaganda* mijenja značenje. On više ne predstavlja vjersku indoktrinaciju, nego onu političku. Propaganda otada postaje sastavan dio političkog i

stranačkog života, a njezin primarni cilj bio je uvjeriti javnost da djeluje i razmišlja u skladu s vladajućima, njihovim idejama, stajalištima i razmišljanjima, te da podržava i podupire iskonstruiranu sliku o sebi, ali i o naciji kojoj pripada (Fitzmaurice, 2018: 62-64). Isto piše i Porča (2022: 317) te dodaje, kako propaganda kao oblik komunikacije „ima planski, organiziran i smišljen karakter“. Državna propaganda dobila je puni zamah tijekom ratnih zbivanja u 20. stoljeću. Kako ističe Jasmina Skočilić (2007: 31), „pojam državne propagande obično ima negativan prizvuk i često se pripisuje totalitarnim režimima kao što je bio Treći Reich“. Međutim propagandi su, između ostaloga, pribjegavale Sjedinjene Američke Države te Ujedinjeno Kraljevstvo.

Da je propaganda snažno sredstvo te da je njezin manipulativan karakter uistinu dalekosežan, prepoznali su brojni državnici. Tako je Adolf Hitler (1889. – 1945.) jednom prilikom izjavio kako je propaganda dovela Nationalsocijalističku njemačku radničku stranku na vlast te da će ju ona i zadržati na vlasti (Porča, 2022: 317).

Kao jedno od propagandnih sredstava istaknuo se javni nastup. Njega su u obraćanju ljudima koristile brojne vodeće osobe, kao što su spomenuti Hitler i poznati britanski državnik Winston Churchill (1874. – 1965.). Upravo je Hitler davao veliku važnost javnom nastupu. Tako je, između ostaloga, u knjizi *Mein Kampf*, zapisao sljedeće:

„Znam da je na ljude lakše utjecati izgovorenom riječi, nego onom pisanom. Uostalom svi veliki pokreti duguju svoj rast velikim govornicima, a ne velikim piscima.“ (History Wench, 2016)

Zahvaljujući javnom nastupu, Hitler je tijekom godina pridobio simpatije masa. On je u svojim govorima njegovao karizmatičan i energičan stil. Slušateljima je poručivao ono što su oni u tom trenutku htjeli čuti, a to je da će on i njegova stranka riješiti sve njihove probleme. Nadalje, tijekom izricanja govora, kako bi što efektivnije prenio poruku, služio se jednostavnim izrazima te kratkim i upečatljivim frazama. Često bi tijekom svojih govora ponavljao riječ kao što su *mač*, *vatra*, *krv*, *volja* i *uskrsnuće*. Njima je izražavao moć i snagu države te poticao reakciju gomile. Uz to, služio se metaforama te je tako orao predstavljao njemačku snagu, a svastika oslonac. Nastojao je prenijeti dojam kako mu je uistinu stalo do budućnosti njemačkog naroda te da sve što radi, radi u njegovu korist. Hitler je izbjegavao snimati govore unaprijed. Za njega je ključ uspješnog govora bio kontakt s masom (History Wench, 2016). Govore je pisao sam te ih je prije izricanja učio napamet jer je, kako ističe Legati (2008: 210), „znao da se dobrom govornom izvedbom može zadirati duboko u područje ljudske volje i rasuđivanja te usmjeravati ponašanje naroda“. Veliku je pažnju posvećivao odabiru govorničkog stila te je,

prema istoj autorici (2008: 210), „uvijek ostavljao dojam kao da upravo sad stvara misao, kao da je trenutno nadahnut i da iz toga nadahnuća proizlazi sve što kazuje“. U njegovim govorima nema kolebanja, ironije ili dvosmislenosti. Na koncu, za Hitlera je karakteristično to što je uvodni dio govora „započinjao dubljim tonom, sporijim tempom i tišim glasom te tako ostavljao, barem prividno, dojam sabrane osobe“, dok je u „dijelovima kada apostrofira protivnike ili poziva Nijemce na jedinstvo bio vidno i čujno angažiraniji“ (Legati, 2008: 210). Opisanim je postupkom Hitler postigao to da njegov govor izražava odlučnost, neosjetljivost, strast i predanost.

Za razliku od Hitlera koji je težio održavanju govora na javnim mjestima, Churchill je svoje govore emitirao putem radija. U njima je bodrio naciju te smišljenim izrazima poput *Ljudski rat (People's war)* poticao Britance na sudjelovanje u Drugom svjetskom ratu. Štoviše, nerijetko su se izrazi upotrijebljeni u njegovim govorima, kao što su *Vrhunac našeg vremena (Our finest hour)* i *Nikad nije toliko veliki broj ljudi bio dužan toliko malom broju junaka (Never was so much owed by so many to so few)*, mogli pronaći na propagandnim plakatima. Koliki su utjecaj Churchillovi govori imali na Britance, svjedoči i to da su, prema Skočilić (2017: 35), njegovi „suvremenici njegove govore držali najsnažnijim britanskim oružjem“.

Osim u povijesnom pregledu spomenutih osoba, i brojni drugi su se istaknuli kao vrsni govornici koji su na određen način obilježili povijest. Neki od njih su John F. Kennedy (1917. – 1963.), Martin Luther King (1929. – 1968.) te Steve Jobs (1955. – 2011.) (Lucas, 2015: 4).

John F. Kennedy bio je najmlađi američki predsjednik, izabran 1960. godine, te prvi katolik na toj poziciji. Njegov predsjednički mandat obilježen je socijalnim reformama, građanskom ravnopravnošću, razvojem školstva i prosvjete, širenjem američkog utjecaja te, između ostalog, vojnim angažmanom u Indokini (Hrvatska enciklopedija, 2013). John F. Kennedy ne samo da se istaknuo svojim političkim djelovanjem, već i govorničkim vještinama. Štoviše, kako ističe Gubica (2014: 8), čak su „dva njegova govora uvrštena među dvadeset najboljih govora 20. stoljeća“. Svoje govore, po uzoru na Aristotela, temeljio je na etosu, patosu i logosu. Tijekom njihova izricanja nastojao je odati dojam staložene, odmjerene i duhovite osobe sa smirenim glasom. Njegovao je, kako piše Gubica (2014: 17), „jednostavan, optimističan, karizmatičan, ceremonijalan retorički stil koji mu je dopuštao da se poveže s američkim narodom na osobnoj razini i omogući im da se poistovjete s njim“. Sa svime napisanim isticao se od svojih protivnika, koji su se u govorima koristili grubljim glasom bez naznaka emocija, dok im je govor tijela bio ukočen.

Martin Luther King bio je američki političar, pastor i aktivist. Između ostaloga, strastveno se borio za ostvarivanje afroameričkih građanskih prava te je bio najpoznatiji predstavnik pokreta. Osim zbog aktivizma, u povijest je ušao svojim čuvenim govorom „Sanjam“. Isti je održao u kolovozu 1963. godine u Washingtonu u sklopu prosvjeda te pred više od 200000 ljudi. Njegov govor prožet je emocijama, personifikacijama, metaforama i simbolima. Po vrsti pripada govoru uvjeravanja te mnogima danas služi kao uzor (Hrvatska enciklopedija, 2013).

Steve Jobs bio je američki poduzetnik te osnivač Applea, jedne od najvećih svjetskih računalnih tvrtki. Osim što se istaknuo kao vodeći stručnjak računalne industrije, danas je prepoznatljiv i po svojim govorima (Hrvatska enciklopedija, 2013). Njegov najpoznatiji govor jest onaj iz 2005. godine održan na prestižnom Sveučilištu Stanford. U njemu je Jobs iznio životnu priču te slušatelje nastojao potaknuti na akciju. Tako je, između ostalog, poručio kako svatko treba pronaći ono što istinski voli te nastojati to ostvariti (Stanford Report, 2005).

4. STRAH OD JAVNOG NASTUPA

4. 1. STRAH

Hrvatska enciklopedija (2013) strah definira kao „čuvstvo manjega ili većega intenziteta, izazvano stvarnom ili pretpostavljenom opasnošću“. Nadalje, navedeno je kako „strah ima doživljajnu ili subjektivnu komponentu, koju čini povećano uzbuđenje, želja da se pobjegne, sakrije ili krene u napad na izvor straha, te fiziološku, koju čine promjene potaknute povećanim uzbuđenjem autonomnoga živčanog sustava (na primjer lupanje srca, znojenje, drhtanje, suhoća usta)“. Slično piše i Nikić (1994: 43) koji dodaje kako se strah, uz radost, gnjev i žalost, ubraja u „primarne emocije“ te da se vrlo rano javlja u razvoju osobe. Na koncu, prema Nikiću (1994: 46) očituje se na sve tri razine čovjekova psihičkog života, odnosno utječe na psiho-fiziološku razinu, psiho-socijalnu razinu te razumsko-duhovnu razinu.

Bošnjaković (2016: 125) razlikuje dvije vrste strahova. Prvi je ugrožavajući strah, a drugi je onaj funkcionalni „koji nam pomaže da u određenoj situaciji odgovorimo na najbolji mogući način“. Nikić također navodi kako strah može pozitivno djelovati na pojedinca. Ako osoba nije patološki zarobljena strahom, strah može biti dodatan izvor energije koji će ju motivirati za ostvarivanje velikih životnih ciljeva. Kako bi pojedinac uspješno pobijedio strahove, mora se suočiti s njima te na koncu prihvatiti sebe takvog kakav je. Također, na tom putu treba biti dosljedan, uporan te ustrajati u svojim uvjerenjima. Na koncu, osoba uvijek može zatražiti profesionalnu pomoć koja će joj pomoći da otkrije korijene vlastitih strahova te da ih uspješno prevlada (Nikić, 2016: 57-60).

4. 2. ULOGA TREME I STRAHA U JAVNOM NASTUPU

Prema provedenim istraživanjima, više od 73% ljudi tijekom života suočava se barem jednom sa strahom uzrokovanim javnim nastupom. Ispitanici nerijetko strah od javnog nastupa rangiraju iznad onog od smrti, paukova ili pak visine. Strah od javnog nastupa danas je sastavni dio svakodnevice. Može varirati od blage tjeskobe do napada panike, bespomoćnosti, obeshrabrenosti, razdražljivosti, depresivnosti i smanjene interpersonalne komunikacije (Labaš, 2021: 4).

Termin koji se koristi u stručnoj literaturi te koji objašnjava strah od javnog nastupa jest *glosofobija*. Prema Balakrishnan i Abdullah (2022: 2) podrijetlo termina dolazi iz grčkog jezika. Naime, riječ *glōssa* označava jezik, a riječ *phobos* se koristi za strah. Danas postoji nekoliko definicija tog termina. Za jedne on predstavlja „strah od javnog govora“, za druge „komunikacijski strah“ ili pak „govornu anksioznost“. Također, isti autori (2022: 2-3) ističu kako glosofobija proizlazi iz negativne slike o sebi, straha od poniženja te ostavljanja lošeg dojma na druge. S potonjim se slaže i Labaš (2021: 4) te dodaje kako „strah od tuđih pogleda, strah od odbijanja, strah od nepoznatog, traumatsko iskustvo iz prošlosti i socijalna anksioznost“ također mogu doprinijeti razvoju glosofobije. Na koncu, autorica ističe kako je strah od javnog nastupa nešto s čime se suočava veliki broj ljudi, od sportaša do glumaca, te da treba otvoreno razgovarati o njemu.

No strah od javnog nastupa ne mora predstavljati nešto negativno. Naime, Sedlan Kőnig, Peulić te Matijević (2018: 210) navode kako je „umjeren strah od javnog nastupa dobar i koristan jer izoštrava osjetila i potiče svjesnost (na primjer o potrebi dodatnog učenja i vježbe), pomaže glasnogovorniku ostvariti puni potencijal, mobilizirati sve raspoložive snage i sredstva te postići bolje rezultate“. Na koncu, autori zaključuju kako strah, uz to što ga motivira, pomaže pojedincu prilikom pripreme javnoga nastupa te oporavku nakon potencijalnih pogrešaka.

Na sam intenzitet straha od javnog nastupa utječu različiti čimbenici. Jedan od njih jest razina iskustva u javnim nastupima. Naime, kako tvrdi Vuksan (2022: 2), „ako osoba nije navikla na nastupe pred brojnom publikom, ako se osjeća izloženo i u središtu pozornosti, ako nema iskustva s uobičajenim pomagalicama u javnim nastupima (poput mikrofona, razglasa, monitora, kamera) te ako osjeća da je nastup od krucijalne važnosti pri čemu nema prostora za pogreške, izgledno je da će doživjeti intenzivniju stresnu reakciju, uslijed koje je moguć pad sposobnosti izvođenja te pojava paničnog napada“.

Kosovel (2024: 3) ističe kako glosofobiju ne treba poistovjećivati s tremom. Prema njoj, „trema je prirodno stanje uzbuđenja koje pokreće osobu te ju motivira da preispita vlastite kompetencije potrebne u situacijama javnih nastupa te joj u konačnici pomaže da se bolje pripremi“. Trema se najčešće javlja netom prije javnog nastupa, dok se u mjesecima i tjednima koji prethode očekivanom nastupu pojavljuju osjećaji tjeskobe, ali i povišene energije. Neki od simptoma treme su iznenadne promjene raspoloženja, ubrzan rad srca, probavne smetnje i slično. Za vrijeme samog nastupa, pojedinci koji se susreću s tremom najčešće osjećaju euforičnost te cijeli niz pozitivnih emocija. Također, dolazi do izostanka simptoma koji su

prethodili nastupu. Pozitivne emocije koje pojedinac iskusi tijekom javnog nastupa, nerijetko ga prate i nakon njegova završetka (Vuksan, 2022: 2).

4. 3. SIMPTOMI STRAHA OD JAVNOG NASTUPA

Kao i kod drugih vrsta strahova, razlikuju se različiti simptomi straha od javnog nastupa. Tako Furmark et al. (1999: 420-424) u radu navode kognitivne, fizičke i bihevioralne simptome straha od javnoga nastupa.

Kognitivni simptomi straha od javnoga nastupa su:

- poteškoće u koncentraciji;
- teškoće u pamćenju;
- nelagoda;
- negativna razmišljanja o sebi i trenutnoj situaciji;
- nemogućnost kontroliranja vlastitih misli.

Fizički simptomi straha od javnoga nastupa:

- umor;
- poteškoće sa spavanjem;
- vrtoglavica;
- glavobolja;
- suhoća u ustima;
- znojenje;
- mišićna napetost;
- gastrointestinalni simptomi (bol u truhu, mučnina, povraćanje);

- respiratorni simptomi (osjećaj gušenja, ubrzano disanje);
- kardiovaskularni simptomi (bol u prsima, ubrzan puls, povišen tlak).

Bihevioralni simptomi straha od javnog nastupa:

- izbjegavanje situacija i osoba koje izazivaju strah;
- slaba koordinacija pokreta;
- povučенost i nesigurnost u socijalnim kontaktima;
- izrazita aktivnost ili pasivnost.

Jeanne Segal et al. (2017) navode još neke od simptoma kao što su gubitak ili povećан apetit, sramežljivost, učestale promjene raspoloženja te grižnje noktiju.

Kako bi se pojedinac odupro strahu od javnog nastupa, odnosno uspješno se nosio s nabrojanim simptomima, potrebno ga je upozнati s različitim načinima suzbijanja straha od javnog nastupa.

5. SUZBIJANJE STRAHA OD JAVNOG NASTUPA

Kao što je u radu već spomenuto, više od polovice svjetske populacije u životu se barem jednom susrelo sa strahom od javnog nastupa. S obzirom na to, ne čudi da se brojni autori bave upravo time kako suzbiti navedeni strah.

5. 1. JAČANJE SAMOPOUZDANJA

Jedan od najčešćih uzroka straha od javnog nastupa jest manjak samopouzdanja. Termin *samopouzdanje* označava pouzdanje u sebe, svoje sposobnosti i mogućnosti (Hrvatski jezični portal). Samopouzdanje ne samo da je poželjna kvaliteta, nego je, prema američkom psihologu Abrahamu Maslowu (1908. – 1970.), osnovna ljudska potreba. Samopouzdanje utječe na različite aspekte čovjekova života te, ako je prisutno, doprinosi njihovu poboljšanju. Prema Soldo (2020: 4), samopouzdanje se sastoji od tri elementa. Navedeni elementi su znanje o sebi, očekivanja od sebe te vrednovanje sebe. Znanje o sebi definira se kao svijest o sebi kao osobi. Ta se svijest razvija od najranijeg djetinjstva te se tijekom života nadograđuje na temelju stečenih iskustava. Zahvaljujući njoj, pojedinac otkriva svoje vrline i mane. Vrline su te koje mu pomažu postići željeni uspjeh, a mane nastoji pretvoriti u prednosti. Kada su u pitanju očekivanja od sebe, iznimno je važno da osoba ima realna očekivanja. Naime, ako se očekivanja kose s realnom situacijom, pojedinac postaje tjeskoban te njegovo samopouzdanje biva narušeno. Posljednji element samopouzdanja je vrednovanje sebe. To vrednovanje odnosi se na pozitivne i negativne aspekte. Pojedinac treba biti svjestan što radi dobro te što može popraviti. Kada utvrdi potencijalne propuste, stječe mogućnost „da svojim pozitivnim stranama utječe na negativne i tako popravi cjelokupnu sliku svog bića“ (Soldo, 2020: 4).

Kao što je gore spomenuto, samopouzdanje pozitivno utječe na različite aspekte čovjekova života. Osobine osoba koje imaju visoko samopouzdanje su:

- samostalnost prilikom donošenja odluka;
- sigurnost u sebe;
- odgovornost;

- odlučnost;
- ustrajnost;
- visoko razvijena samokontrola;
- optimističnost.

No, kako ističu Sedlan Kónig, Peulić te Matijević (2018: 210), nije dobro imati ni previše samopouzdanja. Naime, osoba s previsokom razinom samopouzdanja sklona je razvoju ohola i hvalisava ponašanja.

Za razliku od osoba s izgrađenim samopouzdanjem, osobe s niskim samopouzdanjem imaju sljedeće karakteristike:

- strah od nepoznatoga;
- samozatajnost;
- neodlučnost;
- nepodnošenje neuspjeha i kritike;
- suzdržanost;
- teškoće prilikom stupanja u socijalne interakcije.
- Strategije koje mogu pomoći osobi u izgradnji samopouzdanja su:
 - bilježenje vlastitih postignuća;
 - vođenje brige o sebi;
 - razvijanje svijesti o vrlinama i manama;
 - prihvaćanje pogrešaka;
 - neuspoređivanje sebe s drugima;
 - postavljanje realnih očekivanja;
 - preuzimanje odgovornosti za svoje odluke i postupke.

Ključ samopouzdanja prilikom izvođenja javnog nastupa jest dobra priprema. Ako se izlagač kvalitetno pripremi, bolje će reagirati u neočekivanim situacijama. Djelovat će odlučnije, staloženije te će biti spreman učiti u bilo kakav oblik interakcije. Isto tako, potrebno je učiti iz većih stečenih iskustava te nastojati popraviti ona negativna (Sedlan Kőnig, Peulić i Matijević, 2018: 211).

5. 2. USMJERENOST NA PUBLIKU

Jedan od najbržih i najučinkovitijih načina prevladavanja straha od javnog nastupa jest preusmjerenje pažnje sa sebe na publiku. Umjesto da govornik sebe opterećuje pitanjima, kao što su ona hoće li ga publika kritizirati i osuđivati ili hoće li njegov nastup polučiti željeni uspjeh, treba se zapitati što on nudi publici, a da im drugi ne nude. Također, naglasak treba staviti na interakciju s publikom, na sadržaj nastupa te na to kako što snažnije prenijeti ciljanu poruku (Labaš, 2021: 14). Kako tvrde Sedlan Kőnig, Peulić i Matijević (2018: 212) „govornicima mora biti stalo do slušatelja i neće pogriješiti dokle god slušateljima iskreno daju ono što smatraju da slušatelje u tom trenutku zanima ili da im je važno, jer prava svrha javnog nastupa jest dati publici nešto vrijedno, a ne primati odobravanje, slavu, poštovanje i slično.“ Na koncu, ovakvim načinom razmišljanja, ne samo da će nastup biti uspješniji, nego govorniku neće ostati dovoljno kapaciteta da razmišlja o potencijalnim negativnim situacijama i ishodima.

S tim se slaže i Labaš (2021: 14) te navodi kako „govornik pomoću nekoliko metoda može odrediti na koji će način prilagoditi poruku određenoj vrsti publike“, a spomenute se metode temelje na demografskim, psihološkim i situacijskim čimbenicima. Nadalje, autorica navodi kako se demografska i psihološka obilježja sastoje se od rodnih, spolnih, rasnih i etičkih elemenata, dok se situacijsko obilježje sastoji od elemenata kao što su fizičko okruženje, veličina publike te odnos publike prema temi. Primjerice, ako osoba drži govor pred studentima, za očekivati je da će nastup prilagoditi njihovoj dobi, interesima i potrebama, to jest neće prirediti jednak nastup za osobe starije životne dobi i adolescente. Isto tako, ukoliko se javni nastup održava pred pojedinom religijskom skupinom, izričaj poruke treba biti primjeren situaciji u kojoj je govor izrečen (Labaš, 2021: 15).

Kako bi što uspješnije profilirao publiku, poželjno bi bilo da se govornik postavi u poziciju onih koji sjede u publici te da nastoji razumjeti njihove osjećaje, viđenja i potrebe. Isto

tako, opisano mu pomaže u rješavanju osjećaja nepoznatoga te iznenađenosti kada stane pred njih. Na koncu, poznavanje publike te mjesta održavanja govorniku ulijeva sigurnost te mu podiže samopouzdanje (Labaš, 2021: 16).

5. 3. VIZUALIZACIJA I AFIRMACIJA

Vizualizacija ili pozitivna imaginacija predstavlja kognitivnu tehniku koja podrazumijeva stvaranje živih i detaljnih slika u umu, s ciljem postizanja određenih ciljeva, smanjena stresa ili poboljšanja životne učinkovitosti. Zahvaljujući njoj, pojedinac se bolje pripremi za izazovne situacije te usmjeri svoje misli k pozitivnom ishodu (Bradley, 2023).

S druge strane, afirmacija predstavlja tehniku samopomoći koju čine pozitivni izrazi koje osobe ponavljaju naglas. Cilj afirmacija je da promiču pozitivne misli, osjećaje i stavove. Rečenice koje se izriču moraju odgovarati specifičnim potrebama pojedinca. Prema istraživanjima, pozitivne afirmacije pomažu u smanjenju stresa, izgradnji samopouzdanja, poboljšanju socijalnih odnosa te poslovnog uspjeha itd. (Bradley, 2023)

Vizualizacija i afirmacija tehnike su koje se često koriste kako bi se smanjio strah od javnog nastupa jer omogućavaju pojedincima da se pripreme za izazovne situacije. Tako Sedlan Kónig, Peulić i Matijević (2018: 212) spomenute tehnike opisuju kao „prirodne lijekove“ koji su svima na raspolaganju kada je u pitanju suočavanje sa strahom od javnog nastupa. Kako bi afirmacije bile učinkovite treba ih izreći u sadašnjem vremenu te ih je potrebno ponavljati sporijim tempom u trajanju od 5 minuta. Primjeri dobre afirmacije jesu: „Dobro sam pripremljen/a i spreman/a za dobru prezentaciju“. Ovakav pristup brojnima pomaže kontrolirati um i informacije koje on prima, pobijediti negativnost te napuniti se potrebnom pozitivnom energijom.

Što se tiče vizualizacije, Labaš (2021: 12-13) piše kako bi ona bila učinkovitija kada bi govornik prije održavanja nastupa imao priliku vidjeti prostor u kojem se odvija javni nastup jer ga tada može uključiti u vizualizaciju. Isto tako, ako je upoznat s tim tko mu sjedi u publici, može i nju implementirati u konačnu sliku. Bitno je naglasiti kako je ključno prilikom vizualizacije ostati realističan. Naime, ako govornik sebi postavi nerealna očekivanja to se u

konačnici može negativno odraziti na ishod govora, ali i na njegovo samopouzdanje. Labaš (2021: 12) ističe kako se vizualizacija provodi u dvije faze:

„U prvoj fazi pojedinac razvija pozitivan govor prema samom sebi, koriste se pozitivne riječi i izrazi koji zamjenjuju one negativne ili obvezujuće, primjerice 'moram' ili 'trebam'. U drugoj fazi osoba zamišlja sebe u budućoj situaciji u ulozi govornika u što više detalja, s karakteristikama koje želi posjedovati i dobrim reakcijama publike na njegov govor.“

5. 4. KVALITETNA PRIPREMA

Kvalitetna priprema za javni nastup ključan je preduvjet uspjeha te izgradnje samopouzdanja. Također, ona pomaže u umanjivanju intenziteta straha od javnog nastupa. Kao što je već spomenuto, prije nego što govornik dospije pred publiku, važno je saznati tko su njegovi slušatelji. Tako govornik uspijeva govor prilagoditi njihovoj dobi, predznanju, iskustvu, stavovima te razlogu okupljanja (Sedlan Kónig, Peulić i Matijević 2018: 213). Nadalje, važno je kvalitetno oblikovati sadržaj govora. Kako bi govornik u tome uspio nije naodmet izdvojiti ključne riječi na kojima će se govor temeljiti. One ne samo da će pomoći oko strukturne organizacije govora, nego će omogućiti govorniku da ostane usredotočen. Prilikom pisanja govora treba voditi računa o tome da su napisane rečenice jasne i kratke te da imaju logični slijed (Indeed, 2024).

Nakon što je govor napisan, odnosno javni nastup oblikovan, preporuka je da ga se da na pregled nadležnoj ili drugoj osobi. Naime, dobivena perspektiva govorniku može pomoći u identificiranju možebitnih manjkavosti te poboljšanju istih (Indeed, 2024). Ako se govornik prilikom izricanja govora služim pojedinim materijalima, tada oni trebaju biti sažeti i jasno organizirani te predstavljeni u obliku kratkih bilješki koje služe kao podsjetnik (Sedlan Kónig, Peulić i Matijević 2018: 213).

Uz to, govornik treba biti upoznat s tim koliko javni nastup vremenski traje te se treba prilagoditi tom zahtjevu. Tijekom vježbanja nastupa, odnosno učenja napisanog teksta, uvijek treba mjeriti vrijeme jer je i ono bitan aspekt javnog nastupa. Prilikom vježbanja nastupa dobro je koristiti se ogledalom. Vježbanje pred ogledalom govorniku omogućuje da vidi kako će izgledati pred publikom, uči se uspostavljati kontakt očima s publikom te lakše integrira geste

rukama i izraze lica kada vidi kako izgledaju. Dobar način uvježbavanja govora jest snimanje izricanja govora (Indeed, 2024). Nakon što je snimio govor, govornik treba pogledati snimku te ju analizirati, odnosno izdvojiti ono što je bilo dobro te ono što treba doraditi. Svakako, najbolji način da se govornik opusti pri držanju govora jest da ga održi manjoj publici koju mogu sačinjavati njemu bliski ljudi. Tako će se osoba naviknuti na to da ju netko sluša i gleda dok izriče govor te će se osjećati ugodnije, opuštenije i samopouzdanije. Na koncu, govornik će od improvizirane publike dobiti povratnu informaciju o kvaliteti izrečenoga govora. Nerijetko slušatelji na kraju govora postavljaju pojedina pitanja vezana uz njegov sadržaj. Kako se govornik ne bi našao zatečen te kako bi ponudio kvalitetne odgovore, može unaprijed razmisliti o potencijalnim pitanjima te sastaviti odgovore na ista (Indeed, 2024).

Tijekom javnog nastupa govornik se može služiti različitim vizualnim pomagalicama poput PowerPoint prezentacije, plakata, predmeta koji će se poslati publici i slično. Istraživanja su pokazala kako publika nastup smatra vjerodostojnijim, interaktivnijim te efektivnijim ako je popraćen različitim pomagalicama (Labaš, 2021: 17). Na govorniku je da kvalitetno izradi spomenute materijale te ih prilagodi dostupnoj tehnologiji (Indeed, 2024).

5. 5. UPRAVLJANJE NEVERBALNOM KOMUNIKACIJOM

Kako verbalna, tako i neverbalna komunikacija, utječu na to kako publika prima i tumači govornikovu poruku. Zbog toga je važno da govornik prilikom pripreme javnog nastupa pažnju posveti različitim aspektima neverbalne komunikacije koje mogu odavati njegov strah i tjeskobu.

Naime, naizgled jednostavan pokret, poput pojedine facijalne ekspresije, može poboljšati ili narušiti kvalitetu govora te primjerice ukazati na nedostatak samopouzdanja, pripreme ili autoriteta. Isto tako, neverbalni znakovi publike mogu pružiti vrijednu povratnu informaciju govorniku, omogućiti mu da prilagodi sadržaj govora te da izgradi međusobno povjerenje. Neverbalna komunikacija također govorniku pomaže uspostaviti dominaciju te privući pozornost publike. Ona je posebice važna onda kada se predavanje odvija u virtualnom okruženju. Zahvaljujući njoj govornik prevladava izazov udaljenosti te nedostatak fizičke prisutnosti (American Management Association, 2019).

Prema Borovac Zekan i Gabrić (2021: 143) neverbalna komunikacija podrazumijeva sljedeće:

- izraz lica i kontakt očima;
- stav i položaj tijela;
- gestikulaciju rukama;
- ton glasa;
- dodir.

Jedan od ključnih aspekata neverbalne komunikacije jest izraz lica. Prilikom držanja javnog nastupa nije se naodmet nasmiješiti. Osmijeh može pomoći u izgradnji odnosa s publikom te prenijeti osjećaj iskrenosti i privrženosti (Labaš, 2021: 18). Dakako, treba voditi računa o tome da je u pitanju primjereni osmijeh, a ne pretjerano osmjehivanje koje može ostaviti neprofesionalan dojam. Kako govornik ne bi djelovao tjeskobno, lice treba držati opuštenim. Također, treba imati u vidu to da pojedini pokreti lica mogu pomoći u naglašavanju ključnih riječi, prenošenju emocija i slično. Tako primjerice podignuta obrva može ukazivati na iznenađenje ili nevjericu. Klimanje glave pak može biti snažan način iskazivanja slaganja, razumijevanja te entuzijazma (American Management Association, 2019). Nužna komponenta svakog uspješnog nastupa je kontakt očima. On omogućava govorniku da uspostavi osjećaj povezanosti s publikom te ostavi dojam uvjerenosti. Treba ga održavati tijekom cijelog nastupa te ga nastojati uspostaviti s različitim pojedincima koji će tako steći dojam kako se govornik obraća upravo njima te da mu je stalo do njihova mišljenja. Sam kontakt u pravilu ne treba trajati duže od 3 do 5 sekundi (Labaš, 2021: 18).

Što se tiče stava i položaja tijela, on treba biti otvoren te djelovati opušteno. Od govornika se očekuje da uspravno stoji te da se, ako je to moguće, kreće po prostoru gdje održava javni nastup. Tijekom izricanja govora nije se naodmet služiti rukama. Naime, time se stječe dojam stabilnosti i uvjerenosti. Ako je to moguće, govornikove ruke trebale bi biti prazne. Izuzetak čine kartice s bilješkama (American Management Association, 2019). Ni u kojem slučaju govornik ne smije okrenuti leđa publici. Time ostavlja dojam kao da isključuje publiku (Labaš, 2021: 18).

Ton glasa može prenijeti niz emocija, od ushićenosti i staloženosti do nesigurnosti i frustracija. Upravo iz tog razloga, potrebno je voditi računa o tonu glasa te ga prilagoditi sadržaju i kontekstu govora. Mijenjane visine glasa također može doprinijeti isticanju pojedinih dijelova govora te tomu da publika ostane angažirana. Nužno je obratiti pozornost i na jačinu glasa koja otkriva govornikovu spremnost na komuniciranje s publikom te razinu samopouzdanja i autoriteta. Dakako, govornik treba govoriti razgovijetno i čujno, izbjegavajući vikanje ili šaptanje (American Management Association, 2019).

Kada je u pitanju dodir, treba istaknuti kako on predstavlja oblik neverbalne komunikacije koja ne pokazuje osjećaje, ali pokazuje osobnost. Svaki oblik dodira sa sobom nosi različito značenje poput nježnosti, motivacije, podrške, slaganja, čvrstoće i tako dalje (Pekas, 2019: 33). Prilikom javnog nastupa, nije naodmet koristiti dodir, no isto tako treba imati na umu kako neželjeni dodir može stvoriti negativnu reakciju kod druge osobe. S obzirom na to, prije upotrebe dodira govornik treba dobro promisliti (American Management Association, 2019).

5. 6. VJEŽBE ZA SMANJENJE STRAHA OD JAVNOG NASTUPA

Kako bi umanjili strahove i tjeskobu te se opustili, pojedini govornici pribjegavaju različitim vrstama vježbanja. Naime, tjelesna aktivnost omogućava osobi da negativne emocije koje se javljaju uz strah od javnog nastupa izbacij iz organizma te da adrenalin usmjeri na nešto drugo. Tjelesnom aktivnošću ne samo da se skreće misao s govora koji slijedi, nego se potiče tjelesna cirkulacija te, između ostaloga, olakšava dovod kisika u mozak (Labaš, 2021: 10).

Slično navode Sedlan Kőnig, Peulić i Matijević (2018: 213) te govornicima savjetuju da prije nastupa rade vježbe zagrijavanja jer one potiču „bolju cirkulaciju krvi, regulaciju rada srca i smirivanje disanja, a sve s ciljem kako bi energija tijela bila što ravnomjernije raspoređena“. Oni (2018: 213) također predlažu četiri vježbe opuštanja. To su:

- vježbe disanja;
- vježbe napetosti i opuštanja;
- vježbe pod nazivom Krpena lutka;

- vježbe aerobika (na primjer čučnjevi).

Autori (2018: 2013) naglašavaju važnost pravilnog disanja:

„Svaka želja za opuštanjem i smirivanjem za vrijeme neke stresne situacije, želja za dobrim glasom i smanjenjem napetosti, sve vježbe opuštanja tijela kao i vježbe za glas i izgovor počinju od pravilnog disanja jer ukoliko postoji napetost u vratu, govornici će forsirati glas iz grla i tako onemogućiti zanimljiva obojenja svoga glasa.“

Pojedinci koji se suočavaju s napetošću i tjeskobom dišu ubrzano podižući gornji dio prsnog koša, čime dodatno pojačavaju navedene osjećaje. Kako bi smanjio osjećao tjeskobe i napetosti, za pojedinca bi bilo preporučljivo da primjenjuje usporeno dijafragmalno, odnosno trbušno disanje. Naime, takav oblik disanja osigurava optimalan dotok kisika i uklanjanje ugljičnog dioksida čime doprinosi kvaliteti tjelesnog funkcioniranja. Ono što je također bitno istaknuti jest da se takav oblik disanja može naučiti. Vježbe disanja mogu se raditi u ležećem ili sjedećem položaju. Vježba u ležećem položaju funkcionira tako da osoba legne ne leđa te jednu ruku položi ispod rebrenog luka, a drugu na gornji dio prsnog koša. Prilikom udisaja dolazi do širenja donjeg dijela prsnog koša i spuštanja dijafragme, pri čemu se trbuh blago zaobli. Prva se ruka, ona koja počiva ispod rebrenog luka, pomiče prema gore, dok druga ostaje nepomična. Kod izdaha osoba trbuh uvlači prema kralježnici (Štrkalj Ivezić *et al.*, 2020).

Kod vježbe u sjedećem položaju, osoba sjedne za stolac te sklopi ruke iza vrata, a laktove usmjeri prema van. Zatim ruke podigne iznad glave. Potonje „pridonosi istezanju prsnih mišića i njihovoj djelomičnoj imobilizaciji, što pridonosi razvijanju svijesti o dijafragmalnom disanju“ (Štrkalj Ivezić *et al.*, 2020). Prilikom udisaja trbuh se polako podiže prema van, a prilikom izdisaja uvlači se prema kralježnici.

6. ZAKLJUČAK

Kao što je nekoliko puta spomenuto, javni nastup dio je svakodnevice, stoga ne čudi da se velika većina ljudi tijekom života susrela s barem jednim njegovim oblikom. Strah od javnoga nastupa, poznat kao *glosofobija*, problem je koji pogađa veliki dio populacije, uključujući stručnjake iz različitih polja djelovanja poput političara, novinara, nastavnika i slično. S obzirom na to, ne čudi da se brojni autori bave upravo time kako suzbiti strah od javnoga nastupa. Postoje brojni načini suzbijanja straha od javnoga nastupa, a u radu su navedeni neki od njih.

Kao ključni čimbenik suzbijanja straha od javnog nastupa istaknula se kvalitetna priprema. Zahvaljujući njoj, govornik se upoznaje sa sadržajem govora, uči ga te ga oblikuje u skladu sa zahtjevima publike, njezinoj dobi, interesima, prostornim uvjetima i sl. Navedeno smanjuje mogućnost grešaka te osjećaj nesigurnosti. Pored toga, vježbanje pred ogledalom, snimanje govora ili izlaganje pred bliskim osobama pomaže u pronalasku potencijalnih manjkavosti te poboljšanju istih. U trenutku kada govornik uvježba svoj govor, usvoji tehnike upravljanja s vremenom, priredi potencijalne materijale, usmjerenost sa sebe stavi na publiku i drugo, samopouzdanje se prirodno povećava, osoba stječe osjećaj važnosti, a strah se postepeno smanjuje.

Tehnike i vježbe koje također pomažu govorniku u suzbijanju njegova straha su afirmacija, vizualizacija te vježbe disanja. Afirmacija je tehnika samopomoći koja pomaže govornicima izgraditi pozitivnu sliku o sebi, sigurnost i pouzdanje. Naime, ponavljanjem izjava u sadašnjem vremenu, govornik postepeno preoblikuje negativne misli te ih zamjenjuje onim pozitivnima. S druge strane, vizualizacija omogućuje govornicima stvaranje mentalne slike s pomoću koje vizualiziraju uspješan javni nastup te pozitivnu reakciju publike. Time dolazi do smanjivanja tjeskobe povezane s nepoznatim ishodom nastupa te govornikove pripremljenosti za ono što mu predstoji. Ne treba zanemariti ni vježbe disanja koje doprinose opuštanju i smirivanju tijela te govorniku omogućuju racionalnije razmišljanje.

Na koncu, prilikom držanja javnog nastupa važno je uspješno se koristiti neverbalnom komunikacijom. Neverbalna komunikacija, koja uključuje izraz lica i kontakt očima, stav i položaj tijela, gestikulaciju rukama, ton glasa te dodir, ima važnu ulogu u izgradnji povjerenja te privrženosti između govornika i publike. Naime, istraživanja su pokazala kako govornici koji

se pravilno koriste neverbalnom komunikacijom ostavljaju bolji dojam na publiku te lakše dopiru do nje. Tako primjeren osmijeh doprinosi razvoju osjećaja iskrenosti, dok otvorena i opuštена gestikulacija odaje sigurnost te pristupačnost. Osim toga, govornici koji uspješno upravljaju neverbalnom komunikacijom imaju veću kontrolu nad svojim nastupom te bolje reagiraju na povratne informacije iz publike.

7. LITERATURA

1. Balakrishnan, S. i Abdullah, N. L. (2022) Glossophobia among engineering learners: A case study at a technical university. *Asian Journal of University Education*, 18 (1), str. 1-14.
2. Borovac Zekan, S. i Gabrić, K. (2021) Neverbalna komunikacija kao alat uvjeravanja u javnom nastupu. *Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku*, 15 (3-4), str. 143-158.
3. Bošnjaković, J. (2016) Strah i povjerenje u čovjeku. *Journal of Applied Health Sciences= Časopis za primijenjene zdravstvene znanosti*, 2 (2), str. 121-132.
4. Čorluka, A. M. (2019) *Javni nastup i govor pred publikom*. Završni rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
5. Danesi, M. (2000) *Encyclopedic Dictionary of Semiotics, Media, and Communication*. Toronto: University of Toronto Press.
6. Fitzmaurice, K. (2018) Propaganda. *Brock Education Journal*, 27 (2), str. 63-67.
7. Furmark, T., Tillfors, M., Everz, P., Marteinsdottir, I., Gefvert, O., & Fredrikson, M. (1999). Social phobia in the general population: Prevalence and sociodemographic profile. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 34, str. 416-424.
8. Gubica, A. *Govori predsjednika Johna F. Kennedyja*. Diplomski rad. Osijek: Sveučilište J. J. Strossmayera.
9. Kosovel, I. (2024) *Zastupljenost i neki prediktori straha od javnih nastupa kod studenata*. Diplomski rad: Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.
10. Labaš, L. (2021) *Upravljanje anksioznošću pri javnom nastupu*. Diplomski rad. Varaždin: Sveučilište Sjever.
11. Legati, I. (2008). Zloporaba govorničke tehnike u javnom govorenju, Analiza govora Adolfa Hitlera (Hitlerov govor industrijalcima u Klubu industrijalaca u Düsseldorfu 27. siječnja 1932., uoči predizborne kampanje). *Govor*, 25 (2), str. 203-213.
12. Lucas, S. E. (2015) *Umijeće javnog govora*. Zagreb: Mate.

13. Nikić, M. (1994) Psihologija straha. *Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti*, 49(1), str. 43-66.
14. Pekas, T. (2019) *Neverbalna komunikacija*. Završni rad. Split: Sveučilište u Splitu.
15. Porča, D. (2022) Propaganda u službi manipulativnog komuniciranja. *Radovi Filozofskog fakulteta u Sarajevu*, 25 (1), str. 315-326.
16. 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.
17. Sedlan Kónig, L., Peulić, V. i Matijević, G. (2019) Strah od javnog nastupa i kako ga pobijediti. *Policija i sigurnost*, 28 (2/2019), str. 206-216.
18. Skočilić, J. (2007) Usporedba državne propagande u Njemačkoj i Velikoj Britaniji tijekom Drugog svjetskog rata. *Pro tempore*, 4, str. 31-39.
19. Soldo, D. (2020) *Načini povećanja samopouzdanja*. Završni rad. Osijek: Sveučilište J. J. Strossmayera.
20. Tomić, Z., Radalj, M., i Jugo, D. (2020) Javna komunikacija. *Hum: časopis Filozofskog fakulteta Sveučilišta u Mostaru*, 15 (23), str. 7-38.
21. Vuksan, Š. (2022) *Stres i njegov utjecaj na javni nastup*. Diplomski rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu.

Internetski izvori

1. Bradley, J. (2023). Building Self-Confidence Through Visualization and Affirmations. URL: <https://johnbradley1.medium.com/building-self-confidence-through-visualization-and-affirmations-7d5971a7168f> [pristup: 11. 9. 2024.]
2. Ciceron, Marko Tulije (2013). Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/ciceron-marko-tulije> [pristup: 9. 9. 2024.]

3. Govornici, atički (2013). Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/govornici-aticki> [pristup: 9. 9. 2024.]
4. History Wench (2016). URL: <https://historywench.com/2019/10/21/how-did-hitler-rise-to-power-speech-techniques-and-rallies/> [pristup: 9. 9. 2024.]
5. How To Prepare for Public Speaking and Different Events. Indeed (2024). URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/how-to-prepare-for-public-speaking> [pristup: 11. 9. 2024.]
6. Jobs, Steven Paul (2013). Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/jobs-steven-paul> [pristup: 12. 9. 2024.]
7. King, Martin Luther (2013). Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://enciklopedija.hr/clanak/king-martin-luther> [pristup: 12. 9. 2024.]
8. Kennedy, John Fitzgerald (2013). Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://enciklopedija.hr/clanak/kennedy-john-fitzgerald> [pristup: 12. 9. 2024.]
9. Nonverbal Communication Skills That Affect Presentations. American Management Association (2019). URL: <https://www.amanet.org/articles/nonverbal-communication-skills-that-affect-presentations/> [pristup: 11. 9. 2024.]
10. Samopouzdanje. Hrvatski jezični portal. URL: https://hjp.znanje.hr/index.php?show=search_by_id&id=dldiWhM%3D [pristup: 11. 9. 2024.]
11. Segal et al. (2017) Stress Symptoms, Signs, and Causes. URL: <https://www.swslhd.health.nsw.gov.au/Carers/content/pdf/Carerwellbeing/stress-symptoms-signs-and-causes.pdf> [pristup: 17. 9. 2024.]
12. Stanford Report (2005). URL: <https://news.stanford.edu/stories/2005/06/youve-got-find-love-jobs-says> [pristup: 11. 9. 2024.]
13. Strah (2013). Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/strah> [pristup: 11. 9. 2024.]

14. Štrkalj Ivezić et al. (2020) Upute za vježbe disanja. URL: <https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/04/Upute-za-vjezbe-disanja.pdf> [pristup: 11. 9. 2024.]