

KOMUNIKAČNÉ ZRUČNOSTI V KONTEXTE AKTIVÍT NA PODPORU REGRUTÁCIE A PRÍPRAVY OBYVATEĽSTVA NA OBRANU ŠTÁTU

Mgr. Michaela ŠTAMMOVÁ

ÚVOD

Je viac než zrejmé, že dôležitou súčasťou existencie a interakcie človeka s človekom je kvalita dorozumievania – komunikácia. Táto predstavuje nesmierne zložitý a mnohorozmerný proces. Prax ukazuje, že naša schopnosť pohotovo, presne, vecne a správne sa vyjadrovať je vysoko pravdepodobne v dôsledku digitalizácie čoraz slabšia. Nasledujúce riadky naznačujú oblasti, v ktorých je žiaduce komunikačné zručnosti profesionálnych vojakov v súvislosti s realizáciou aktivít na podporu regrutácie a prípravy obyvateľstva na obranu štátu kultivovať a rozvíjať. Pri ich príprave sme sa inšpirovali skúsenosťami z výcvikov komunikačných zručností určených pre príslušníkov regrutačných pracovísk, ktoré sa v minulosti realizovali.

„Aj slová sú činy“
Ludwig Wittgenstein

1 KOMUNIKAČNÉ ZRUČNOSTI

1.1 Komunikácia v skratke

Slovo komunikácia pochádza z latinského *comunicare*, čo znamená spoločne niečo zdieľať. Vo všeobecnosti, tradičné prístupy chápali komunikáciu predovšetkým ako výmenu informácií, významov, dorozumievanie medzi ľuďmi so zvýraznením informačnej roviny, napr. „*Ľudská komunikácia je proces vytvárania významov medzi dvomi alebo viacerými ľuďmi.*“¹⁾). Modernejšie chápanie komunikácie viac zvýrazňuje vzťahovú rovinu, čo znamená uvedomenie si, že pri komunikácii sa navzájom oznamujú nielen správy a informácie, ale aj:

- ako chápať to, čo hovoríme;
- ako nám je a ako sa cítime;
- postoj k veci, o ktorej hovoríme a postoj k tomu, s kým hovoríme;
- potvrdenie toho, za koho považujeme druhého;
- svoje sebapochopenie (za koho sa považujeme);
- žiaduce pravidlá komunikácie a pod.²⁾

Teda popri prenose informácií je v komunikácii (a v rozvoji komunikačných zručností) kladený dôraz aj na vzťahy, emócie a postoje, ktoré v procese komunikácie vznikajú.

Z praktického hľadiska sa komunikácia člení na verbálnu komunikáciu, neverbálnu komunikáciu, paralingvistické aspekty reči a niektorí autori považujú za osobitný spôsob komunikácie aj výzor, vzhľad a prostredie komunikácie.

1) VYBÍRAL, Z.: Psychologie komunikace, 2009, s. 27.

2) GURGOVÁ, B. - KMOŠENA, M. - TOMÍČEK, F.: Osobnost manažéra a komunikácia v manažmente, 2005, s. 7; VYBÍRAL, Z.: Psychologie komunikace, 2009, s. 28.

Základom verbálnej komunikácie je reč, ktorá umožňuje pomenovať veci a javy, dať ich do vzájomného vzťahu, súvislostí a vyjadriť skúsenosť a zážitok. Základným elementom reči je slovo, ktoré má svoj denotatívny, ale aj konotatívny význam. Kým denotatívny význam vyjadruje to, čo dané slovo označuje (má vecný charakter, napr. chlieb ako vec, potravina), denotatívny význam charakterizuje hodnoty, ktoré mu prisudzujeme, resp. vyjadruje postojevoú stránku (napr. chlieb má inú hodnotu pre hladného a inú pre sýteho človeka).

V praxi prevláda tendencia brať do úvahy predovšetkým denotatívne významy slov a vyjadrovať sa jazykom logiky. Základom je neosobný, vecný, objektívny a nezaujatý verbálny prejav založený na prísnej racionalite. Jeho výhodou je presnosť a zvyčajne aj zrozumiteľnosť. Nevýhodou však je, že abstrahuje od toho, ako pôsobí na ľudí, čo sa s nimi pri takejto komunikácii deje. Vo vzťahu k aktivitám na podporu regrutácie a prípravy obyvateľstva na obranu štátu je absolútne nežiaduci, nakoľko z hľadiska motivácie a pozitívneho ovplyvňovania medziludských vzťahov hrá významnú úlohu aj subjektívny slovný prejav vyjadrujúci osobné dojmy, skúsenosti, zážitky a postoje.

Paralingvistické výrazové prostriedky predstavujú akustické prejavy pri reči, ako napr. sila hlasu, intonácia, rýchlosť reči, farba hlasu, intonácia, prízvuk, prestávky v reči a pod. Sila hlasu a výška tónu reči účinne vyjadrujú niektoré osobnostné charakteristiky jedinca a najmä momentálny psychický stav hovoriaceho. Hlboký hlas pôsobí na poslucháčov upokojujúco, vysoké tóny ich skôr iritujú. Z hľadiska rozvoja komunikačných zručností sú za najvýznamnejšie považované také paralingvistické aspekty reči ako je sila hlasu, rýchlosť reči a intonácia, nakoľko sú vôľou ovládateľné. Tichá reč je znakom úzkosti, neistoty, nedostatku sebadôvery alebo trémy. Hlasnú reč vnímame ako prejav vitality, energie, sebadôvery, priateľskosti, otvorenosti. Vo všeobecnosti sa hlavne pri dlhších prejavoch odporúča hlasitosť reči striedať pre zamedzenie monotónnosti, resp. zlepšenie dynamiky prejavu.

Rýchlosť reči významne ovplyvňuje jej zrozumiteľnosť. Príliš rýchla reč vedie k rýchlej únave poslucháča a strate jeho pozornosti, príliš pomalá reč môže poslucháčov iritovať a nudiť, príp. hovoriaci je vnímaný ako neistý, váhavý. Najpodstatnejšie informácie je vhodné povedať pomalšie a dôraznejšie. Podobne ako pri hlasitosti reči sa pre zlepšenie dynamiky a energie prejavu odporúča striedať rýchlejšie a pomalšie tempo reči.

Pre emocionálnu atmosféru rozhovoru má veľký význam intonácia – melódia reči. Poslucháčom umožňuje rozlíšiť otázku, rozkaz, prianie, varovanie a pod. Ďalej je vhodné snažiť sa v prejave eliminovať nefunkčné zvuky (napr. ehm, ééé...) a nadužívanie tzv. parazitických slov, resp. slovnej vaty (vlastne, proste, jednoducho, že áno, aby som pravdu povedal a pod.)

Neverbálna komunikácia zahŕňa širokú oblasť toho, čo signalizujeme bez slov či spolu so slovami ako súčasť slovnej komunikácie. Ak sa stretne s neverbálnou informáciou, ktorá nie je v súlade s verbálnou informáciou, je pravdepodobnosť, že uveríme neverbálnemu signálu, až päť krát väčšia.³⁾ Neverbálne komunikujeme:

- gestami, pohybmi hlavou a ďalšími pohybmi tela;
- postojom tela;
- výrazom tváre (mimikou);

3) VYBÍRAL, Z.: Psychologie komunikace, 2009, s. 81.

- pohľadmi očí;
- zmenami vzdialenosti a zaujímaním pozície v priestore (priblíženie, vzdialenie sa, postavenie sa pri rozhovore);
- dotykmi;
- vzhľadom (úprava zovňajšku, oblečenie, šperky).

Verbálna zložka komunikácie predstavuje takmer 35 % a viac než 65 % komunikácie sa odohráva v neverbálnej rovine, vrátane paralingvistických aspektov reči. ⁴⁾ Otázke, či neverbálne signály sú vrodené alebo naučené, prípadne geneticky podmienené, bolo venovaných mnoho výskumov. Ich závery naznačujú, že gestá spadajú do rôznych kategórií. Väčšina základných neverbálnych signálov má na celom svete rovnakú podobu. Keď sú ľudia šťastní, usmievajú sa; keď sú smutní alebo rozhnevaní, mračia sa. Pokývanie hlavou takmer univerzálne znamená pritakanie a potvrdenie. Toto gesto používajú aj nevidiaci a nepočujúci, je teda pravdepodobne vrodené. Pri dešifrovaní neverbálnej komunikácie je potrebné si uvedomiť, že neverbalita je vždy komplexná a interpretácia jednotlivých neverbálnych signálov bez ohľadu na ostatné gestá a bez ohľadu na situačný kontext je zásadnou chybou.

Ľudia sa líšia v tom, koľko toho o sebe povedia (o sebe, o vzťahu k ostatným) bez slov. Tónom hlasu, tým ako sa zatvária, pohľadmi. Chýbajúca mimika a utlmenosť pohybov, monotónny hlas a celkové zníženie neverbálneho vyjadrovania môže súvisieť so skrývaním a sebaovládaním, s predstavou o primeranom vystupovaní, ale tiež so sústredeným pozorovaním ostatných ľudí. Ľudia, ktorí sú naproti tomu mimicky a postojovo uvoľnení a vo svojich výrazoch čitateľní a zrozumiteľní, bývajú pre svoje okolie príťažlivejší a populárnejší. ⁵⁾

Výraz tváre – mimika významne dopĺňa reč tým, že vyjadruje základné emócie (šťastie, prekvapenie, strach, smútok, hnev, znechutenie a zvedavosť). Tendenciu k nemennej mimike má človek v napätí. Úsmev mení správanie ostatných ľudí už tým, že v nich spúšťa spätnú väzbu. Absencia úsmevu tlmí, potláča komunikáciu a naopak samotné usmievanie zvyšuje atraktivitu človeka. ⁶⁾

Reč očí má v skupine neverbálnych prejavov dominantné postavenie. Pokiaľ ide o dĺžku pohľadu, je spravidla dlhšia u tých, ktorých si vážime, obdivujeme. Človek sa vo všeobecnosti menej pozerá na ľudí, ktorých nemá rád alebo ak je téma rozhovoru chúlостivá, prípadne sa v komunikácii cíti nepríjemne. Dôležitá je nielen početnosť, ale aj dĺžka pohľadu. Častejšie sa pozeráme na toho, kto hovorí a ešte viac na tých, ktorí s nami súhlasia. Primeraný zrakový kontakt je považovaný za slušnosť, vyjadrenie záujmu a vážnosti.

Komunikácia dotykmi – haptika veľa napovedá o vnútornom stave človeka a významne vyjadruje priateľský a nepriateľský postoj. Čím je osobnejší a priateľskejší vzťah, tým sú dotyky častejšie a dôvernejšie. Podanie ruky je symbolom privítania a prijatia, iniciuje ho vždy žena alebo staršia osoba (v služobnom styku nadriadený bez ohľadu na pohlavie). Pri podaní ruky sa danej osobe pozeráme do očí, usmejeme sa. Ruku podávame celú, nielen prsty a po primeranom stisku ju pustíme. Príliš silný alebo naopak príliš slabý stisk ruky je veľmi nepríjemný. Iné dotyky ako podanie ruky sú pri regrutačných aktivitách neprípustné. Súčasťou neverbálnej komunikácie dotyk-

4) PEASE, A.: Reč těla, 2001, s. 9.

5) VYBÍRAL, Z.: Psychologie komunikace, 2009, s. 86.

6) VYBÍRAL, Z.: Psychologie komunikace, 2009, s. 95.

mi je aj tzv. sebahaptika – dotýkanie sa vlastného tela (trenie oka, dotýkanie sa nosa, škriabanie na krku a pod.). Takéto neverbálne signály spravidla produkuje človek, ktorý sa v komunikácii necíti dobre, je nervózny, nepokojný, nie je si istý sám sebou alebo jednoducho klame.

Komunikácia priblížením a oddialením – proxemika sa týka osobnej zóny. Každý človek akoby mal okolo seba určité zóny, teritória, „bubliny“, do ktorých si druhých nerád púšťa. Napriek tomu, že u ľudí sa v tejto oblasti prejavujú pomerne výrazné individuálne rozdiely, je možné konštatovať, že pri rozhovore s neznámymi ľuďmi, diskusií v skupine a v služobnom styku by vzdialenosť medzi komunikujúcimi nemala byť menej ako 120 cm.

Gestami sa rozumejú pohyby hociktorej časti tela. Prevažujú pohyby rukami. Významne sa podieľajú na názornosti povedaného, dokresľujú a dopĺňajú verbálny prejav. Známe je spojenie otvorených dlaní s úprimnosťou, pravdivosťou a otvorenosťou.

Posturoológia je rečou držania tela a polohových konfigurácií. Rozličné konfigurácie vyjadrujú nielen momentálny psychický stav, ale aj zhodu alebo nezohodu, mieru akceptácie druhého alebo obsahu hovoreného a naznačujú priebeh ďalšieho sociálneho styku. Typický je príklon k človeku, s ktorým súhlasíme, s ktorým je nám komunikácia príjemná a naopak odklon v opačných situáciách.

Neverbálna komunikácia je v bežnom živote väčšinu času nevedomovaná. To však neznamená, že by bola úplne nevedomá, len jej uvedomovanie je potlačované. Väčšina ľudí dokáže zrekonštruovať to, ako sa posledných päť minút tvárili, dokáže si spätne uvedomiť postoj tela, tón hlasu, a to ako u seba, tak aj u komunikačného partnera. ⁷⁾ Z uvedeného vyplýva, že cielene vôľou je možné ovplyvniť vlastnú neverbálnu komunikáciu, a tak isto aj schopnosť jej vnímania. Pre zlepšenie schopnosti vnímania neverbálnej komunikácie sa odporúča venovať aspoň 15 minút denne sledovaniu neverbálnych prejavov ostatných ľudí a uvedomovať si vlastnú gestikuláciu. Vhodné je tiež sledovanie televízie so stlmeným zvukom, snaha len z obrazu pochopiť čo sa na obrazovke deje. Opakovane po približne piatich minútach je vhodné pridať zvuk na overenie presnosti svojho pozorovania. ⁸⁾

1.2 Komunikačné zručnosti

Medzi základné zručnosti človeka patria jeho komunikačné zručnosti, ktoré sú dôležitým predpokladom efektívneho zapojenia sa jednotlivca do spoločenského systému. Čím vyššiu pozíciu v sociálnej hierarchii človek zaujíma, tým väčšie sú požiadavky na jeho komunikačné spôsobilosti. Komunikačnou kompetenciou sa chápe schopnosť účastníka komunikácie v dostatočnej miere zvládnuť príslušnú sústavu pravidiel a túto sústavu využiť v komunikácii. Nie je to len „technická“ záležitosť opierajúca sa o vybavenosť, či rýchlosť a schopnosť vyberať správne slová. Komunikačná **zručnosť je významne ovplyvnená sebapoňatím** a sebavedomím, ktoré ju zvyšuje alebo znižuje.

K základným komunikačným zručnostiam patrí zrozumiteľnosť prejavu, orientácia na partnera (empatia), pozitívny prístup, aktívne počúvanie, schopnosť argumentácie, overovanie efektu vysielaným správ. Podstatou je dosiahnuť komunikáciu, v ktorej sa dôraz kladie aj na obsah, aj

7) VYBÍRAL, Z.: Psychologie komunikace, 2009, s. 88.

8) PEASE, A.: Řeč těla, 2001, s. 18.

na proces. Príkladom takejto komunikácie môže byť komunikácia s počítačom. Programátori veľmi dobre vedia, že nie je dôležité len to, aké dáta dajú do počítača, ale aj v akom poradí, v akých zoskupeniach, v akých dávkach a v takom jazyku, ktorému stroj rozumie. Tým sa nemyslí, že by ľudia mali komunikovať ako stroje. Ale ak chceme hovoriť ako človek s človekom, je dobré uvedomiť si, čomu ľudia „rozumejú“ – čiže ako s nimi hovoriť tak, aby nás „počuli“. Pretože **ak hovoríme s druhým človekom, je podstatné nielen to, čo mu chceme povedať, ale treba si uvedomiť aj to, s kým hovoríme, ako s ním hovoríme, snaha hovoriť jeho jazykom, overovanie si, či dobre rozumieme.**⁹⁾

V súvislosti s rozvojom kompetenčných zručností je potrebné si uvedomiť aké majú ľudia tendencie reagovať na ostatných ľudí. V zásade sa reakcie, ktorými odpovedajú na podnety, rozdeľujú na tri typy: agresívne správanie, pasívne správanie a asertívne (efektívne, zrelé) správanie.

Ľudia s agresívnym správaním neberú veľmi ohľad na druhých. Často sa presadzujú na ich úkor a nevšímajú si, čo svojím správaním spôsobia. Nehľadajú cestu spolupráce a dohody, zaujímajú ich predovšetkým vlastný pohľad a riešenie. Čo si myslia alebo cítia ostatní, nepovažujú za veľmi podstatné. Problémy zvyčajne riešia presadením vlastnej verzie. Ich agresivita sa často prejavuje aj neverbálne hlasnou rečou, tvrdým a prísny tónom a ráznou gestikuláciou. Používajú spojenia ako „mal by si“, „bude to takto“, „radím ti, aby si“, „ako si to predstavuješ“ a pod. Takéto správanie u ľudí vyvoláva pocit ohrozenia a hnevu, a tak majú tendenciu takýmto ľuďom sa vyhýbať, nie sú k nim priami ani úprimní, sú voči nim rezervovaní. Ich podriadení nebudú iniciatívni, budú sa báť dávať im návrhy.

Pasívni ľudia ostatným ustupujú aj napriek tomu, že ich to trápi. Sú neistí, ospravedlňujú každé svoje správanie, ktorým by mohli potenciálne ohroziť záujmy druhých. Trápi ich, že potláčajú vlastné záujmy, ale hovoria si, že oni to predsa zvládnu. Pasívni ľudia sú závislí na druhých, závislí na tom čo si druhí myslia (hlavne o nich). Preto sa snažia vyjsť každému v ústrety a byť s každým zadobre. Neradi sa púšťajú do konfliktov, snažia sa im vyhnúť alebo ich bagatelizovať, prípadne ich riešia tak, že „všetko zoberú na seba“, a tým sa snažia problém „pohltiť“. Ich pasivita sa neverbálne prejavuje v pomalom a tichom hovorení, zhrbenosti, nepozieraním sa do očí. Často používajú slová „čo ja viem“, „nevadí, ja to zvládnem“, „som ti k dispozícii“, „možno“, „asi“ a pod. Pasívne správanie znižuje záujem ostatných ľudí o takéto osoby, znižuje motiváciu k spolupráci, ako aj profesionálnu aj ľudskú dôveryhodnosť. Naopak zvyšuje pasivitu a nepokoj v spolupracovníkoch. U pasívnych ľudí vo vedúcom postavení pôsobia vyššie uvedené charakteristiky na ostatných ešte silnejšie.

Asertívni ľudia preberajú zodpovednosť za svoje správanie a rozhodnutia. Hovoria priamo to, čo cítia. Ak urobia nejakú chybu, vedú si ju priznať. Asertívni ľudia pôsobia pokojne a vyrovnané. Nevidia len svoje záujmy a potreby, ale aj záujmy a potreby druhých. Sú naladení na spoluprácu a na spoločné riešenie problémov. Asertívni ľudia sú priami a otvorení, do napätých a konfliktných situácií idú s odvahou a s úctou k druhým. Je to model správania charakteristický jasným formulovaním a zdôvodňovaním vlastných potrieb a prianí, schopnosťou počúvať, pokojnou reakciou v prípade odmietnutia. Neverbálne sa asertivita prejavuje pokojným príjemným hlasom, dobrým očným kontaktom a uvoľneným telom. Takéto správanie vzbudzuje u ostatných dôveru a otvorenosť, pocit bezpečia, pocit, že sme ich vypočuli a pochopili.¹⁰⁾

9) ONDRUŠEK a kol.: Čítanka pre neziskové organizácie, 1998, s. 112.

10) ONDRUŠEK a kol.: Čítanka pre neziskové organizácie, 1998, s. 114.

V súvislosti s rozvojom komunikačných zručností je vhodné uvedomiť si vlastné prevládajúce reakcie v komunikácii a snažiť sa o asertívne správanie, resp. o elimináciu prejavov agresívneho a pasívneho správania. Užitočné je naučiť sa:

- formulovať problém druhej strany – zistiť, čo od nás očakáva;
- presne informovať – naučiť sa podávať presné informácie v primeranom rozsahu;
- riadiť rozhovor – tak, aby bol zmysluplný, neodbiehal od témy, nestrhával k agresivite, umožnil ľuďom zostať nad vecou;
- zvládnuť konflikt – jednať s partnerom tak, aby obe strany dosiahli uspokojivú dohodu bez emocionálneho napätia a negatívnych dôsledkov;
- argumentovať;
- zvládať reč svojho tela – ovládať vlastné rušivé neverbálne signály, ktoré majú prevažne emocionálny podtext a v komunikácii sú rušivé (viď kapitolu 1.1).

V komunikačnom procese sa často vyskytujú rozličné zábrany a prekážky, ktoré znižujú efektivitu komunikácie. Sú to **intrapersonálne bariéry na strane oznamovateľa**, ako napr. nezrozumiteľné vyjadrovanie myšlienok (používanie slov, ktorým publikum nerozumie, používanie nejednoznačných slov a výrazov), chaos v informáciách (neschopnosť nájsť a zdôrazniť podstatné), neprimeranosť informácií (príliš veľa alebo príliš málo), zámerné alebo neuvedomované skresľovanie informácií, podliehanie stereotypom a predsudkom, porušenie zásady spätnej väzby (skákanie do reči, malá alebo žiadna možnosť vyjadrenia sa druhej strany). **Komunikačné bariéry** je možné identifikovať aj **na strane príjemcu informácií**, napr. nesústredenosť, predsudky a domýšľanie (vnímanie iba toho, čo vnímať chce, čo zodpovedá jeho názorom), netrpezlivosť (skákanie do reči, vyvodzovanie neprimeraných záverov už v priebehu rozhovoru), podľahnutie stereotypom (skreslené predstavy o partnerovi, podceňovanie alebo preceňovanie) a interpersonálne bariéry ako napr. skreslený prenos informácií (najmä pri prenose informácií cez niekoľko riadiacich úrovní alebo v dôsledku lipnutia na oficiálnych, formálnych postupoch), atmosféra nedôvery, nevraživosti a konfliktov a pod. ¹¹⁾

2 PREZENTÁCIA VOJAKA NA VEREJNOSTI

Táto kapitola by mohla byť nazvaná aj „Ako komunikovať na verejnosti“. Komunikáciu významne ovplyvňuje **rola komunikujúceho**. Väčšina z nás komunikuje odlišne v práci, doma alebo napr. v obchode, inak je komunikácia vedená ak sú prítomní len dospelí alebo ak sú prítomné aj deti. Podstatu role vystihuje charakteristika, že ide o napĺňanie očakávaní, ktoré má väčšina ľudí spojené so správaním v určitej pozícii, profesii alebo situácii. ¹²⁾ S ohľadom na tému príspevku budú nasledujúce riadky zamerané predovšetkým na špecifiká komunikácie s jednotlivcom pri regrutačných aktivitách a prezentáciách a na vystupovanie a komunikáciu pri aktivitách podporujúcich brannú prípravu mládeže. Vo všeobecnosti je potrebné vopred zvažovať nasledujúce skutočnosti:

- kto je publikum (veková skupina, do akej miery je publikum v problematike zorientované, predpokladaný záujem alebo nezáujem o tému a pod.),
- aký je cieľ komunikácie (informovať, motivovať, presvedčiť?),
- aké sú časové a priestorové rámce plánovanej komunikačnej aktivity, materiálno-technické prostriedky.

11) GURGOVÁ, B. - KMOŠENA, M. - TOMÍČEK, F.: Osobnosť manažéra a komunikácia v manažmente, 2005, s. 22.

12) VYBÍRAL, Z.: Psychologie komunikace, 2009, s. 93.

2.1 Komunikácia s jednotlivcom pri regrutácii a aktivitách podporujúcich brannú prípravu mládeže

Pre **navodenie priateľskej, príjemnej atmosféry** je žiaduce správať sa tak, aby naše správanie druhí pociťovali ako príjemné, a to oslovenie menom, očný kontakt, pozorné počúvanie, zdvorilosť, prejav záujmu, súhlas (pochvala), vďaka a celkové rešpektovanie druhého. ¹³⁾

Zásady pre zrozumiteľnú komunikáciu sú nasledujúce:

- Hovoriť prirodzeným jazykom, dbať na to, aby nám druhý rozumel;
- Používať skôr kratšie vety, pretože dlhé vety odvádzajú pozornosť poslucháča od obsahu k forme;
- Vyhýbať sa cudzím slovám a odborným výrazom;
- Hovoriť konkrétne a jednoznačne;
- Nechať dostatok priestor druhému;
- Byť prirodzený, neschovávať sa za fasádu, neštylizovať sa do role, ktorá nám nie je vlastná. ¹⁴⁾

Dobrý priebeh rozhovoru a príjemné pocity z neho podporuje **aktívne (pozorné) počúvanie**. Je ním signalizovaný záujem nielen o informácie, ktoré nám komunikačný partner poskytuje, ale aj o vzťah s ním. Zároveň prispieva k správne porozumeniu vymieňaných informácií. Pri aktívnom počúvaní je potrebné vždy nechať hovoriaceho dokončiť myšlienku, neprerušovať ho, vyhýbať sa rušivým aktivitám (listovanie v papieroch, nakúkanie do mobilu) a udržiavať očný kontakt. Taktiež je potrebné klásť otázky, ktoré pomôžu nám i hovoriacemu lepšie pochopiť to, o čom sa hovorí, nahlas sumarizovať hlavné body argumentácie hovoriaceho, čím sa koncentrujeme na to, čo je podstatné a zároveň tým overujeme, či naše pochopenie zodpovedá tomu, čo chcel partner v komunikácii povedať. Pokývaním hlavy, úsmevom a pritakaním sa dáva najavo, že počúvame. Je potrebné všímať si a dávať do kontextu neverbálne správanie hovoriaceho.

Formálny neosobný spôsob vyjadrovania typický pre inštitúcie (vrátane OS SR), je charakteristický vecnosťou, neutrálnosťou a náročnou štylizáciou textu (napr. „bol som vyslaný informovať vás“, „o poskytnutie informácií alebo podanie žiadosti môžete osloviť aj tieto útvary“, „návštevnik bude realizovaný vykonaním“ a pod.). Zhoršuje zrozumiteľnosť hovoreného, na mladých ľudí môže pôsobiť až komicky a celkom iste neprispieva k dobrej atmosfére pri rozhovore. Pri komunikácii sa treba vyhýbať tiež profesijnému žargónu. Niektorí ľudia majú tendenciu nadužívať cudzie slová a odborné termíny, prípadne anglicizmy. Spravidla ide o snahu zvýšiť svoj sociálny status, pôsobiť ako vzdelaný a kompetentný. Hoci je často takéto „komunikačné predvádzanie“ krátkodobou účinné, zvyčajne je aj priehľadné a znižuje hodnotu hovoriaceho a výrazne zhoršuje zrozumiteľnosť obsahu komunikácie. Používanie spisovného, gramaticky správneho jazyka by malo byť samozrejmosťou.

Pri komunikácii s deťmi pri aktivitách podporujúcich brannú prípravu mládeže je nevyhnutné prispôbiť svoju reč veku účastníkov aktivít ako z hľadiska rozsahu, tak aj voľby výrazových prostriedkov.

13) GURGOVÁ, B. - KMOŠENA, M. - TOMÍČEK, F.: Osobnosť manažéra a komunikácia v manažmente, 2005, s. 24.

14) VYBÍRAL, Z.: Psychologie komunikace, 2009, s. 213.

2.2 Práca s námietkami

Pri komunikácii často nastáva situácia, keď je priamo očakávaná námietka. V takýchto situáciách je vhodné námietku vysloviť skôr, ako to urobí komunikačný partner. Dosiahne sa tak psychologický efekt, keď partner bude ochotný viac načúvať našim argumentom. Napr. „Niektorí ľudia sa boja toho, že keď sa stanú vojakom, budú musieť počúvať rozkazy. To je síce pravda, ale rovnako tak budú musieť počúvať príkazy svojich nadriadených v každom zamestnaní.“ Najbežnejšie používaná technika spracovania námietok je, že námietku pripustíme a vzápätí predložíme výpočet všetkých výhod, ktoré nevýhodu mnohonásobne prevýšia (áno, máte pravdu, ale ...). Iným spôsobom, reakciou na námietku je použitie príkladov a referencií. Vo väčšine prípadov je možné tzv. „prehodenie“ námietky na partnera slovami „Prečo si to myslíte?“ alebo „Prepáčte prosím, rád by som sa opýtal, prečo práve túto vec považujete za dôležitú?“. Takto sa získa možnosť pochopiť, čo partnerovi prekáža a primerane potom reagovať.

Nech je námietka akákoľvek, vždy je potrebné sa presvedčiť, či sme ju správne pochopili. Kladením kontrolných otázok (napr. „Ide vám teda o ...?“) dávame najavo ochotu a trpezlivosť zaoberať sa problémom. Odpovede musia byť sformulované tak, aby sa partner necítil zahanbene, že niečo nevie. Po vysvetlení problému sa treba uistiť, či partner porozumel našej odpovedi a či nepotrebuje podrobnejšie vysvetlenie.

Na základe poznatkov získaných v rámci výcvikov komunikačných zručností príslušníkov regrutačných pracovísk (v rokoch 2005 – 2012) bolo identifikovaných viacero typov správania, ktoré regrutátori považovali za pomerne náročnú výzvu. Napríklad:

Pre ľudí nepriateľsky agresívnych, charakteristických komunikáciou so zosmiešňovaním, s ponižujúcimi poznámkami, nepriateľskými vtipmi, ironizovaním, osobnou kritikou namiesto vecnej a pod. je v takejto situácii odporúčaný nasledovný postup:

1. Prerušit takúto komunikáciu (nechať spadnúť knihu, ceruzku, vstať alebo si sadnúť) a pokúsiť sa posadiť partnera;
2. Vyjadriť vlastný názor, ale neopakovať agresivitu (napr. „teraz si vypočujte, ako to vidím ja ...“);
3. Vyhnúť sa kolízii – ak napätie stále pretrváva, navrhnúť prestávku; ak partner návrh ignoruje, odísť s poznámkou, že sa vrátite...;
4. Prijat' prípadné priateľské gesto – ak sa agresívnemu človeku nedarí vyhrotiť konflikt, môže zmeniť správanie;
5. Ak sú prítomní ďalší ľudia, otvoriť diskusiu s nimi. Ak sa nepripoja k útokom agresívneho človeka, nebude mať pocit, že s ním súhlasia a pravdepodobne sa prestane správať nepriateľsky.

Pesimisti a negatívne nastavení ľudia, ktorí odpovedajú na konštruktívne návrhy druhých ľudí s nedôverou (nič sa nepodarí, nič dobre nedopadne) sú spravidla presvedčení a môžu odradiť celú skupinu. Odporúčaný postup je:

1. Nenechať sa rozladiť – uvedomiť si, že každý z nás má určitý sklon k malomyselnosti a sklznúť do nej je niekedy ľahké;
2. Nehľadať argumenty pre pesimistu, je to strata času;

3. Podporiť skupinu pozitívnymi výrokmi (napr. „som si istý, že na niečo prídeme“, „určite sa nájde nejaké riešenie“ a pod.);
4. Proaktívne sa nastaviť a požiadať skupinu, aby rozobrali problém z rôznych hľadísk a spoločne hľadali, čo možno urobiť (pesimista sa pravdepodobne zapojí).

2.3 Prezentácie

Prezentácie bývajú spravidla zamerané na poskytovanie informácií o štátnej službe profesionálneho vojaka, podmienkach vstupu do OS SR, prijímacom procese a pod., ale predovšetkým na motivovanie pre vstup do OS SR. S ohľadom na skutočnosť, že ľudia najlepšie vnímajú, rozumejú a pamätajú si informácie, ktoré nielen počujú, ale aj vidia (a ešte lepšie, ak ich môžu aj aktívne zažiť), využívajú sa pri poskytovaní informácií rôzne vizuálne technické podporné prostriedky, aktuálne najčastejšie powerpointové prezentácie. Táto technická podpora má teda slúžiť primárne ako nástroj pre poslucháčov. Preto už pri tvorbe prezentácie treba brať do úvahy potreby publika a konštruovať ju tak, aby poskytovala jasné, stručné a presné informácie. Štruktúra každej prezentácie má úvod, jadro a záver. Často sa stáva, že úvod a jadro sú považované za menej dôležité časti prezentácie a kľúčové sú informácie prezentované v jadre prezentácie. V úvode však poslucháči zaujímajú postoj k prezentácii aj k prezentujúcemu, nevedome sa rozhodujú, či obsahu budú alebo nakoľko mu budú venovať svoju pozornosť. Úvod by mal vždy koncipovaný tak, aby poslucháčov zaujal. Snímka s obsahom a štruktúrou prezentácie takýto úvod nenahrádza a mala by (ak máme potrebu ju uvádzať) nasledovať až po úvode. Záver dáva priestor zhrnúť a zopakovať tie najdôležitejšie informácie, ktoré majú najviac utkvieť v pamäti poslucháčov. Takýto záver je žiaduce urobiť za každých okolností, aj v prípade časového tlaku.

Samotná prezentácia pozostáva zo sledu snímok. Každá snímka má nadpis (titulok, tvrdenie) a v tele snímky nasleduje vysvetlenie, podrobnejšie informovanie, obhajoba tvrdenia a podobne. Tieto snímky by mali byť formulované stručne, zreteľne a pochopiteľne v rozsahu približne piatich až siedmich odrážok na jednu snímku, s použitím šiestich až siedmich slov na jednu odrážku. Absolútne nežiaduce je vypisovanie súvislých textov, ktoré prezentujúci svojmu publiku číta (poslucháči si ich prečítajú omnoho rýchlejšie ako prezentujúci, ktorý ich potom svojím hlasným prednesom ruší). Snímka by mala obsahovať približne 50 % toho, čo prezentujúci hovorí.

Aj radenie snímok v prezentácii má vplyv na schopnosť poslucháčov porozumieť a zapamätať si obsah prezentácie. Za najvhodnejšie sa považuje radiť snímky s najdôležitejším obsahom nielen hneď po úvodných snímkach prezentácie, ale tiež pred záverečnými snímkami. Medzi jednotlivé najvýznamnejšie snímky (ktoré sú pravdepodobne aj najobsažnejšie) je užitočné zaradiť snímky s menej dôležitým obsahom (napr. ilustračné fotografie), tak aby poslucháči mali dostatok času na mentálne spracovanie poskytnutých informácií.

Čo sa týka grafickej úpravy snímky, pozadie by malo byť čo najmenej štruktúrované, aby nebránilo vnímaniu obsahu (fotografie nie sú vhodné pozadie snímky), na písmo nie je vhodné používať agresívne farby (červená, oranžová, fialová) a celkovo by na snímke mali byť maximálne tri farby. Typ písma má byť na všetkých snímkach jednotný, s primeranou veľkosťou. Farba písma je kontrastná k pozadiu. Pri prezentácii, keď je vzdialenosť publika od premietaného textu do 10 metrov, treba zvoliť veľkosť písma v tele snímky minimálne 24 bodov, do 15 metrov minimálne 36 bodov a do vzdialenosti 20 metrov minimálne 54 bodov. S rezmí písma (kurzíva, tučné, podčiarknuté a veľké písmená) pre zvýraznenie textu treba šetriť, pretože poslucháč sa potom

ťažšie orientuje v texte. Rôzne grafické a zvukové efekty zvyčajne zbytočne odvádzajú pozornosť publika od témy. Ak sa snímka zaraďuje do tabuľky, je žiaduce aby táto bola jednoduchá a prehľadná (maximálne štyri stĺpce a šesť riadkov), aby sa v nej poslucháči dokázali ľahko orientovať. Rovnaké pravidlo platí pre prípadné použitie grafov (maximálne šesť stĺpcov na jednu snímku). V prípade, že je potrebné prezentovať rozsiahlejšie tabuľky, je vhodnejšie ich dať k dispozícii poslucháčom v tlačenej podobe.

Každá prezentácia má vymedzený čas, ktorý je potrebné dodržať. Orientačne sa môže počítať približne s jednou minútou na jednu snímku prezentácie, vhodnejšie je prezentáciu nahlas pomaly prečítať a zmerať čas. Nezabudnúť prirátavať čas vymedzený na diskusiu a otázky v závere prezentácie.

Pri samotnom vystúpení je žiaduce neformálne nadviazať kontakt s publikom (tzv. „lámanie ľadov“). Vytvára to príjemnú uvoľnenú atmosféru spolupráce. Najčastejšie sa na navodenie takejto atmosféry používajú jednoduché neohrozujúce otázky, pri ktorých publikum nevyjadruje svoje názory (napr. pri prezentácii v škole: akú hodinu ste teraz mali mať?, už ste niekedy videli nejakú prezentáciu od vojakov? a pod.). Takéto lámanie ľadov je vhodné zaradiť pred samotnou prezentáciou – predstavením sa alebo, ak to nie je možné, bezprostredne po predstavení prezentujúceho organizátorom podujatia.

Aj predstavenie prezentujúceho ovplyvňuje záujem alebo nezáujem publika. Prezentujúci by sa mal predstaviť aj v prípade, že organizátor podujatia ho už predstavil. Okrem formálneho – profesionálneho predstavenia sa, je vhodné predstaviť sa aj v osobnej rovine (ukázať svoju ľudskú stránku), napr. „Som des. XY, profesionálnym vojakom som už sedem rokov, pracoval som na útvaroch v Martine a Bardejove.“ Ďalej je možné spomenúť svoju odbornosť, skúsenosti z vyslania do operácií mimo územia SR a pod. Ak sú publikom deti, môže sa doplniť informácia o tom, že prezentujúci sám otec (mama) detí vo veku XX rokov (napr. „doma mám dvoch chlapcov trochu mladších ako ste vy“).

Počas prezentovania sa priebežne sleduje záujem a pozornosť publika. Ľudia, ktorí udržiavajú očný kontakt s prezentujúcim, ho sledujú. Náklon hlavy na stranu je tiež signálom, že publikum sleduje a chápe hovoriaceho.¹⁵⁾ Prekrížené ruky a nohy, pohodlné sa rozvalenie na stoličke je signálom, že hovoriacemu sa záujem publika nedarí udržať. Na nezáujem publika je vhodné zareagovať buď otvorene a priamo, (napr. „zdá sa, že táto téma vás veľmi nezaujíma“ a pokúsiť sa zistiť príčinu), alebo nepriamo, a to zmenou svojho komunikačného štýlu (napr. stíšiť hlas, pohybovať sa v priestore medzi publikom a pod.).

Na tomto mieste je potrebné upozorniť na skutočnosť, že ak prezentujúci pri svojom vystúpení jednotlivé snímky prezentácie len číta, nielen že pôsobí veľmi neprofesionálne, ale často tým aj irituje poslucháčov a stráca ich záujem. Rovnako v takomto prípade stráca možnosť sledovať reakcie svojho publika.

V prípade, že počas prezentovania dôjde k nejakej nežiaducej nečakanej situácii (hlasová indispozícia, prezentujúci sa potkne, stratí orientáciu v prezentácii a pod), prezentujúci má spravidla tendenciu takúto nepríjemnosť ignorovať alebo zakryť. Vhodnejšou stratégiou je vtipne ju okomentovať (napr. pri potknutí „a takto sa potknem vždy, keď hovorím o ...“). Udalosť je týmto uzavretá pre prezentujúceho aj pre publikum.

15) BIERACH, A, J.: Čo prezrádzajú tváre, 1992, s. 51.

V závere prezentácie je žiaduce vymedziť priestor na diskusiu a otázky. Pre prípad, že publikum nemá žiadne otázky k téme, treba poďakovať za pozornosť, prípadne záujemcom dať možnosť opýtať sa po skončení individuálne alebo pre posmelenie publika mať pripravenú otázku z predchádzajúcich prezentácií (napr. „ľudí sa často pýtajú na“).

2.4 Vzor a správanie sa profesionálneho vojaka a ich vplyv na verejnú mienku

Primeraná úprava zovňajšku a úroveň oblečenia vzbudzujú dôveru a sympatiu. V niektorých prípadoch sú nároky v tejto oblasti presne definované, a to predpismi (napr. ozbrojené zložky) alebo ústne vyjadrenými požiadavkami (tzv. dress code vo firmách a organizáciách). V rámci OS SR sú požiadavky na vzhľad a úpravu profesionálnych vojakov stanovené v služobnom predpise hlavného služobného úradu č. 93/2015 v znení služobného predpisu hlavného služobného úradu č. 40/2023. Obmedzenia ustanovené v služobnom predpise (úprava vlasov, fúzov, makeup, šperky a pod.) majú zamedziť extravagantnej úprave vzhľadu profesionálnych vojakov a vojačiek. Tetovanie je možné chápať ako estetizáciu tela, ale aj ako komunikovanie symbolickej správy. Profesionálny vojak môže mať tetovanie mimo tvárovej a vlasovej časti hlavy, pričom jeho znázornenie nesmie obsahovať hanlivé vyobrazenie, obrazové, znakové, runové alebo číselné zobrazenie propagujúce politické strany, hnutia, združenia, organizácie a skupiny, ktorých činnosť je v rozpore s Ústavou SR a so všeobecne záväznými právnymi predpismi SR.

Upravenosť oblečenia a vonkajší vzhľad majú podstatný vplyv na tzv. „haló efekt“, ktorým osoba pôsobí na ostatných. Tento prvý dojem má tendenciu pretrvávať dlho a dominovať v úsudku o danej osobe. Vo všeobecnosti ľudia majú prirodzený sklon prisudzovať ľuďom zanedbane alebo horšie oblečeným nižší spoločenský status. Oblečením, doplnkami a úpravou zovňajšku človek dáva správu nielen o svojom postavení, ale aj o sebavedomí, svojich možnostiach a pocite moci.¹⁶⁾

Profesionálni vojaci a vojačky svojím správaním a úpravou vzhľadu reprezentujú organizáciu, ktorú zastupujú – Ozbrojené sily Slovenskej republiky. Všeobecné požiadavky na správanie a úpravu vzhľadu ustanovuje súbor pravidiel spoločenského správania – etiketa. Základom etikety je úcta, zdvorilosť a citlivý prístup k ostatným ľuďom. Súčasťou tejto zdvorilosti je dodržiavanie hygieny a starostlivosť o svoj vzhľad, zovňajšok a prostredie, v ktorom žijeme, pracujeme. Stupeň tejto starostlivosti je dôkazom našej kultúrnej vyspelosti, zmyslu pre krásu, prejavom zdvorilosti a úcty k ľuďom v našom blízkom okolí i k nám samotným. Podaná spotená ruka, neupravené vlasy, neoholená mužská tvár, špina za nechtami, nezdravý chrup, pach z úst, špinavé a obnosené topánky, oblečenie napáchnuté potom či cigaretovým dymom, obnosené a ošúchané oblečenie, príp. oblečenie nezodpovedajúceho svojou veľkosťou postave, sú indikátory ignorovania etikety. Zdvorilé správanie na verejnosti sa vyžaduje nielen k neznámym ľuďom, ale aj medzi profesionálnymi vojakmi navzájom.

3 ZÁVER

O význame komunikačných zručností v pracovnom i osobnom živote svedčí okrem iného množstvo odbornej i popularizačnej literatúry zameranej na túto tému a široká ponuka rozvojových kurzov zameraných na zvyšovanie komunikačných kompetencií na trhu. Realizácia takýchto rozvojových aktivít je v našich podmienkach realizovaná vo väčšej či menšej miere v rezortných výcvikových a vzdelávacích zariadeniach. V súlade s čl. 7 ods. 9 smernice Ministerstva obrany

16) VYBÍRAL, Z.: Psychologie komunikace, 2009, s. 82.

SR č. 13/2016 o výkone psychologických činností je úlohou príslušníkov psychologической služby realizovať ako špecifickú formu psychologической prípravy sociálno-psychologický výcvik, zameraný na rozvoj sociálnych zručností, medzi ktoré komunikačné zručnosti rozhodne patria.

ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH ODKAZOV

VYBÍRAL, Z.: *Psychologie komunikace*. 2. vyd. Praha : Portál, 2009. 320 s. ISBN 978-80-7367-387-1.

GURGOVÁ, B. - KMOŠENA, M. - TOMÍČEK, F.: *Osobnosť manažéra a komunikácia v manažmente*. 1. vyd. Bratislava : MO SR, 2005. 149 s. ISBN 80-8040-264-7.

PEASE, A.: *Řeč těla : Jak porozumět druhým z jejich gest, mimiky a postojů těla*. 1. vyd. Praha : Portál, 2001. 137 s. ISBN 80-7178-582-2.

BIERACH, A. J.: *Čo prezrádzajú tváre : Ako spoznať človeka na prvý pohľad*. Šamorín : Fontana Kiadó, 1992. 183 s. ISBN 80-900492-4-9.

ONDRUŠEK, D. a kol.: *Čítanka pre neziskové organizácie*. Bratislava : Centrum prevencie a riešenia konfliktov, 1998. 198 s. ISBN 80-967890-5-8.

NOVÁK, T. - CAPPONI, V.: *Sám sobě psychologem*. 3. dopl. vyd. Praha : Grada, 2003. 218 s. ISBN 80-247-0606-7.

MEŠKO, D. - KATUŠČÁK, D. - FINDRA, J.: *Akademická príručka : Chcete byť úspešní na vysokej škole?* 3. vyd. Bratislava : Osveta, 2013. 495 s. ISBN 97-880-806-339-29.

Služobný predpis hlavného služobného úradu č. 93/2015 o podrobnostiach o úprave zovňajšku profesionálneho vojaka v znení služobného predpisu hlavného služobného úradu č. 40/2023.

Smernica Ministerstva obrany Slovenskej republiky č. 13/2016 o výkone psychologických činností.

TÉMY NA VEDENIE ZÁVEREČNEJ DISKUSIE

1. Charakterizujte základné rozdiely medzi ustálenou formalizovanou komunikáciou (napr. hlásenia) a komunikáciou v rámci aktivít na podporu regrutácie a prípravy obyvateľstva na obranu štátu.
2. Zovšeobecnite základné zásady pre zrozumiteľnú komunikáciu.
3. Popíšte intrapersonálne komunikačné bariéry na strane oznamovateľa.
4. Prediskutujte možnosti zvládania námietok.
5. Vyplňte orientačný test „Ako komunikujete“ uvedený v prílohe, zamyslite sa nad výsledkami a analyzujte znenie jednotlivých otázok.

ORIENTAČNÝ TEST**Ako komunikujete?**

V nasledujúcich otázkach si vyberte a označte, či reagujete častejšie spôsobom „a“ alebo „b“.

1. Priateľ sa vám pochváli svojím úspechom:
 - a) pochválite ho a radujete sa s ním, prípadne spolu úspech oslávite;
 - b) zamyslíte sa nad tým, aké to môže mať úskalia a upozorníte ho na ne.
2. Hovorí sa „oko je okno do duše“, a preto viete, že keď sa vám niekto pri rozhovore nepozera do očí, má nejaké zlé úmysly:
 - a) súhlasím;
 - b) nesúhlasím, môže to byť úplne inak.
3. Stretnete sa so susedom a:
 - a) hovoríte o tom, čo kde v dome nefunguje (oprava fasády, kúrenie, kvalita upratovania a pod.);
 - b) pozdravíte sa a prípadne vymeníte niekoľko slov o tom, aké je dobré počasie alebo povieť nejaký vtip.
4. Keď niekde niečo nefunguje (v rodine, v práci) a vy to chcete napraviť:
 - a) opatrne naznačíte, čo sa vám nepáči s vierou, že múdremu stačí naznačiť, nie ste predsa žiadny hulvát;
 - b) riskujete, že vás budú mať za rýpala a jasne, ale slušne definujete, čo vám prekáža.
5. Ak chcete zistiť, čo si myslí človek, s ktorým sa rozprávate:
 - a) pozorne počúvate, čo hovorí;
 - b) všímate si toho, ako to hovorí – akým tónom, ako rýchlo, ako sa pri tom tvári a pod.
6. Človek nie je rád nositeľom zlých správ a kritikom. Keď už to ale inak nejde a musíte povedať niečo negatívne, tak radšej:
 - a) to povieť zaobalene, napr. tak, že poukážete na názor nejakej authority, o ktorej viete, že si ju váš protivok váži (napr. citujete z biblie);
 - b) hovoríte za seba, že sa vám to či ono nepáči.
7. Ak ste presvedčení, že v niečom máte pravdu:
 - a) snažíte sa partnera presvedčiť všetkými dostupnými logickými argumentmi;
 - b) počúvate, čo vám hovorí partner a zvažujete, či „jeho pravda“ tiež nie je možná alebo dokonca pravdepodobnejšia než tá vaša.
8. Pokiaľ spolu hovoria inteligentní ľudia, tak:
 - a) si musia rozumieť, veď predsa obaja vedia, čo ktoré slovo znamená, aký má význam;
 - b) môžu byť úplne „mimo“ a hovoriť „jeden o voze a druhý o koze“, pretože pre každého z nich majú jednotlivé slová odlišný význam.

9. Keď niekomu niečo vysvetľujete, tak počuje:
- to, čo hovoríte (pokiaľ nie je nepočujúci) a rozumie tomu (ak nie je obmedzený);
 - môže „počuť“ niečo úplne iné, než čo máte na mysli, pretože môže mať zlú náladu alebo má iné skúsenosti z minulosti.
10. Ak chcete partnerovi povedať niečo pre vás dôležité a bojíte sa jeho reakcie, tak je najlepšie:
- povedať to len tak do vzduchu alebo akoby niekomu inému (napr. vášmu psovi nahlas povieť, ako ten jeden pán tomu druhému krivdí);
 - vzmužite sa a povieť to priamo aj s vedomím rizika.

Vyhodnotenie testu	
Za každú voľbu „a“ získavate jeden bod. Spočítajte body. Výsledky berte s rezervou, test je len orientačný, nenahrádza žiadnu diagnostiku.	
0 – 3 body	S vami je radosť spolupracovať. Nemáte predsudky a v komunikácii sa vyhýbate komunikačným faulom.
4 – 6 bodov	Je vidno, že sa civilizácia na vás podpísala. Aj keď to nie je s vami najhoršie, používajte viac vlastnú hlavu. Hoci aj s rizikom, že bezprostredne možno niekde narazíte, ale vaša celková komunikačná bilancia bude lepšia.
7 – 10 bodov	Mali by ste si prečítať ešte raz celý článok. Neprepadajte pesimizmu, dajú sa naučiť aj ťažšie veci.

(Zdroj: NOVÁK, T - CAPPONI, V.: *Sám sobě psychologem*, 2003 s. 137.)