

Muškarci koriste razgovor za pružanje informacija i za međusobno nadmetanje, a žene da dobiju informacije i da se povežu, da stvore odnose.

Žene i muškarci NA POSLU

Piše: Mila Vlajo



KAKO PREMOSTITI KOMUNIKACIJSKI JAZ

Vćina ljudi smatra da žene i muškarci različito komuniciraju, ali ne shvaća koje i kolike su te razlike. To nerazumijevanje (ili krivo tumačenje) može biti frustrirajuće i štetno, posebice u poslovnim situacijama.

Kada govorimo o razlikama u komuniciranju treba voditi računa da je svaka osoba jedinstvena i ne možemo je samo tako smjestiti u određene okvire. To znači da se ovo ne odnosi na *svaku* ženu i *svakog* muškarca, već da su **određene karakteristike više vezane uz jedan ili drugi spol.**

U svojoj knjizi, *You Just Don't Understand* (*Ti jednostavno ne razumiješ*), Deborah Tannen, profesorica lingvistike na *Georgetown University* (SAD),

tvrdi da muškarci i žene govore različitim jezicima, zato što žive u različitim svjetovima. Muškarci koriste razgovor za pružanje informacija i za međusobno nadmetanje, a žene da dobiju informacije i da se povežu, da stvore odnos. Uspoređujući ova dva različita svijeta, ona predlaže način na koji se može izgraditi most između njih.

RODNI (SPOLNI) STEREOTIPI

Kratko objašnjenje pojmova spol, rod i stereotip: **Spol** (eng. *sex*) se odnosi na biološke karakteristike osobe (muško/žensko), a **rod** (eng. *gender*) je društveno naučen pojam o ženskom i muškom spolu i ulogama koje imaju u određenom društvu (muškost i ženstvenost).

Stereotipi su mišljenja i vjerovanja o čitavoj grupi ljudi (žene, muškarci, nacije, skupine) pri čemu se SVIM članovima grupe pripisuju ISTE OSOBINE bez obzira na STVARNE razlike među njima.

Čemu služe stereotipi? Pomoću stereotipa pojednostavljujemo složeni (kompleksni) svijet oko sebe. Tako nam je lakše jer nemamo ni vremena niti energije da svaki puta donosimo sudove. Međutim stereotipi su slijepi na razlike među jedinkama određene grupe.

Stereotipi o muškarcima i ženama (i njihovim ulogama):

ŽENE	MUŠKARCI
Pasivne	Aktivni
Odgovaraju (reagiraju) na ono što drugi čine	Imaju inicijativu, pokreću
Nemaju inicijativu, ne pokreću	Dominantni
Osjećajne – izražavaju svoje osjećaje i osjetljive su na tuđe osjećaje	Neosjetljivi – ne izražavaju javno svoje osjećaje
Spreme su dati podršku	Neovisni
Prilagodljive	Samopouzdati
Orijentirane prema odnosima	Orijentirani prema ciljevima
Neasertivne i popustljive	Asertivni i prodorni
Prioritet – odnosi	Prioritet – obavljanje zadataka

Stereotipi nas priječe da stvari vidimo onakvima kakve jesu: umjesto konkretnog muškarca i konkretne žene vidimo stereotipe muškarca i žene. Različito komunikacijsko ponašanje je rezultat kulturnih/društvenih normi koje propisuju odgovarajuće ponašanje.

Rodno ponašanje (muškarci/žene) je naučeno: od dječaka i djevojčica se očekuje da se ponašaju u skladu sa spolom (tako ih se odgaja). Mediji pojačavaju stereotipe muškog i ženskog ponašanja i uloga. Pa tako žene reklamiraju kozmetiku, kućanske aparate, toplinu doma, hranu, dječju kozmetiku i dr. Muškarci: sport, alati, Novine s kravatom – slogan za novine za poslovne ljude (samo muškarci?).

RODNE RAZLIKE U KOMUNICIRANJU: MUŠKARCI I ŽENE

Svatko od nas ima različit komunikacijski stil, komunicira na različite načine. Naš stil ovisi o mnogim stvarima: odakle smo, kako smo odgajani, razini obrazovanja, godinama i spolu.

Muškarci i žene imaju različite komunikacijske stilove što je najviše uvjetovano njihovim društvenim/kulturnim ulogama (muško/žensko).

Lillian Glass, *He Says, She Says: Closing The Communication Gap Between the Sexes*, 1992, navodi sljedeće razlike u tablici na str. 14.

U razgovoru, na poslovnom sastanku:

- muškarci više govore i češće prekidaju, govore

glasnije i ne daju se tako lako prekinuti

- žene su naučene (i odgojene) da budu pristojne, čekaju da dođe njihov red.

Odmah na bitno

Muški stil: najvažnija stvar prva, dodatni detalji, informacije kasnije (ako uopće).

Ženski stil: najprije informacije koje podupiru glavnu točku, uvod, a zatim glavna misao.

Na taj način žele slušatelju pružiti cijelu sliku da bi se glavna točka dobro razumjela.

Međutim muška pažnja brzo odluta ako svrha razgovora nije odmah jasna. Da bi zadržala njegovu pažnju, žena mora promijeniti način izlaganja – glavna točka prva!

Davanje naloga (uputa)

Muškarci i žene se razlikuju u načinu upravljanja i davanja naloga (uputa).

Istraživanja su pokazala da su žene sklone ublažavanju zahtjeva dok su muškarci izravni, ne okolišaju.

Ponašanje muškaraca i žena uvjetovano je društvenim normama, kulturom: žene održavaju skladnost odnosa (ublažavanje), muškarci zbog izravne komunikacije djeluju arogantno, superiorno – što je ustvari naučen način komuniciranja.

Postavljanje pitanja

Žene općenito postavljaju više pitanja od muškaraca. Postavljanje pitanja (kao oblik komuniciranja) za muškarce i žene ima različito značenje (ciljeve). Muškarci pitaju da bi dobili informacije. Žene pitaju da bi dobile informacije i pokazale zanimanje za ono što drugi govori, radi održavanja konverzacije, odnosa.

KAKO ŽENE SABOTIRAJU SVOJU KOMUNIKACIJU NA POSLU

Najčešće ubojice vjerodostojnosti poslovnih žena:

- 1. Previše kimanja kod slušanja** – kada žene kimaju, to znači: *slušam te, razumijem*. Muški kolege to često tumače kao slaganje s njihovim idejama. Previše kimanja, vide kao slabost pa može doći do nerazumijevanja, krive interpretacije.
- 2. Podizanje glasa na kraju rečenice** (upitni ton) – kao da traže potvrdu da imaju pravo (*zar ne?*).
- 3. Slab jezik** – neke riječi mogu umanjiti snagu vaše tvrdnje, izjave (*samo, čini mi se, nadam se...*).
- 4. Dopuštanje da ih se prekida** – muškarci često uskaču u riječ, prekidaju govornike više od žena. Žene često to dopuštaju umjesto da jednostavno kažu: *nisam dovršila, pričekajte s komentarem/pitanjem dok ne završim, ja sam Vas saslušala do kraja i sl.*
- 5. Rijetko se javljati za riječ** (čekaju da dođu na red ili da ih se pozove da nešto kažu) – u

Muškarci

Žene

GOVOR TIJELA	
Zauzimaju više prostora kada sjede ili stoje, ispruženim nogama i rukama odmaknutim od tijela	Zauzimaju manje prostora, sjede tako da su im noge i ruke uz tijelo
Gestikuliraju od tijela	Gestikuliraju prema tijelu
Više se naslanjaju dok sjede i naginju prema natrag dok slušaju	Sjede nagnute više prema naprijed i tako slušaju
Nisu osjetljivi na neverbalne znakove u komunikaciji s drugima	Osjetljive su na neverbalne znakove i dobro ih čitaju
Češće upadaju u osobni prostor kada razgovaraju sa ženama (približavaju se)	Ne približavaju se i ne upadaju u osobni prostor muškim sugovornicima
IZRAZI LICA	
Dok slušaju češće nakrive glavu na jednu stranu i gledaju u osobu pod kutom	Direktno gledaju osobu u lice i oči dok slušaju
Pokazuju malo izraza lica kao <i>feedback</i> i malo reakcija dok slušaju	Pokazuju više izraza lica i više reakcija dok slušaju
Često se mršte i stišću oči dok slušaju	Više se smiješe i kimaju glavom dok slušaju
Više zure u negativnim interakcijama	Spuštaju pogled da bi izbjegle tuđi pogled u negativnim interakcijama
Razlike u neverbalnim vještinama:	
<ul style="list-style-type: none"> • žene komuniciraju izrazima lica osnovne emocije bolje od muškaraca • bolje su u čitanju neverbalnih poruka/znakova (superiorne su u dekodiranju). 	
GOVORNI OBRASCI	
Govore glasnije, agresivnije	Govore tiše, mekše
Naglašavaju važne točke glasnijim tonom	Naglašavaju višim tonom glasa
Govore jednoličnim glasom: koriste prosječno 3 tona u govoru	Zvuče emocionalnije: koriste prosječno 5 tonova u govoru
Češće prekidaju druge i rjeđe dozvoljavaju da ih se prekida dok govore	Rjeđe prekidaju druge i više dozvoljavaju prekidanje
Rjeđe se otkrivaju u razgovoru (osobne informacije)	Više se otkrivaju informacijama o sebi u razgovoru
Direktno optužuju (<i>Nisi zvala...</i>)	Više indirektno optužuju: koriste upitne oblike (<i>Zašto nikad ne nazoveš...</i>)
Koriste se direktnim tvrdnjama, ne okolišaju	Koriste indirektno tvrdnje: više okolišaju
Koriste izjavne rečenice (<i>Danas je lijep dan</i>)	Koriste rečenice s upitnim prizvukom
Koriste uzvike kada žele promijeniti temu razgovora (<i>hej, o, slušaj</i>)	Koriste veznike kada mijenjaju temu (<i>i, ali, međutim</i>)
Malo upotrebljavaju pitanja za stimulaciju razgovora	Koriste pitanja za stimulaciju razgovora
Vrlo rijetko govore o svom privatnom životu u poslovnim kontaktima	Sklone su stvaranju poslovnih odnosa kroz razgovor o svom osobnom životu

našoj poslovnoj kulturi, ljudi koji se ne javljaju za riječ opažaju se kao nesigurni u svoje znanje. Na sastancima se uvijek javite kada imate nešto reći, predložiti, ili se suprotstaviti.

- 6. Previše se seksi obući u poslovnoj situaciji** – odjeća i osobni izgled spadaju u komunikaciju. Žene koje nose jako visoke pete, dekolirane bluze, suviše usku odjeću, jaku šminku, mikro-mini suknje, više komuniciraju svoju žensku privlačnost nego poslovnost i tako ih doživljavaju. Ne treba žrtvovati ženstvenost, treba naći mjeru.
- 7. Tiho govoriti** (slabašan, meki glas) – tihi glas ukazuje na nesigurnost ili nisko samopoštovanje. Uz to, na svakom će vas sastanku prekidati oni glasniji. Ne djelujete uvjerljivo kada svoje ideje prezentirate tihim glasom.
- 8. Dozvoliti drugima da se kite vašim perjem** (pripisati si zasluge) – žene se često

žale da im kolege krađu ideje koje zatim na sastanku iznose kao svoje. Kada se to dogodi treba reći otvoreno, *Oprosti, ja sam to upravo (malo prije, jučer...) rekla, predložila*. Nemojte šutjeti i biti frustrirani.

- 9. Nesiguran govor tijela** – opuštena ramena, negledanje u oči, stajati s prekrštenom nogom, mlohavo rukovanje ili ne pružanje ruke za rukovanje – ukazuju na nesigurnost, izgledate neuvjerljivo.
- 10. Izbjegavanje javnog govorenje** – javno govorenje je prilika da budete vidljivi.

Između ženskog i muškog komunikacijskog stila postoje razlike ali na njih ne treba gledati kao na nešto dobro ili loše. Poznavanje oba stila može samo proširiti naše sposobnosti za uspješnijom komunikacijom u različitim situacijama. Treba naučiti komunicirati na ženski i muški način jer su nam oba načina potrebna da bismo izašli nakraj sa složnim svijetom koji nas okružuje. □