

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

T5: EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

„Duhovna inteligencija je naša moralna inteligencija, ona nam daje urođenu sposobnost da razlikujemo ispravno od pogrešnog. To je inteligencija pomoću koje izražavamo dobrotu, istinu, lepotu i saosećanje u životu. To je, ako hoćete, inteligencija duše, ako dušu shvatamo kao sposobnost ljudskih bića za svojevrsno kanalisiranje, odnosno iznošenje stvari iz dubljih i bogatijih dimenzija mašte i duha u svakodnevicu naših, i života naših porodica, organizacija i institucija...

Emocionalna inteligencija (EQ) je naša sposobnost da razumemo i osećamo druge ljude; Socijalna inteligencija (SQ) je inteligencija pomoću koje mi jesmo“

Donah Zohar & Ian Marshall

POJAM, VRSTE i MODELI EMOCIONALNE INTELIGENCIJE

Objavlivanjem knjige „Emocionalna Inteligencija“, autora Danijela Golemana (1995), sama tema emocionalne inteligencije postala je veoma popularna i dostupna opštoj javnosti širom svijeta. No, sam pojam, definicija i uopšte prva istraživanja na ovu temu, vezuju se za dvojicu autora, psihologa sa Univerziteta Jejl, Džona Mejera i Pitera Saloveja (John Mayer i Peter Salovey), s obzirom da su oni autori prvog članka o emocionalnoj inteligenciji.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Mejer i Salovej definišu emocionalnu inteligenciju kao:

“...podvrstu socijalne inteligencije koja uključuje sposobnost praćenja svojih i tuđih osećanja i emocija, kako bi ih razlikovali, i upotreba tih informacija u razmišljanju i ponašanju.”

Iz ove definicije proizilazi da je suština spoznavanje svojih, ali i tuđih emocija, i da emocije mogu biti vodič logičnom mišljenju i da zapravo pospješuju racionalno razmišljanje.

Isti autori su 1997. godine, revidirali svoju prvobitnu definiciju emocionalne inteligencije, i po revidiranoj definiciji, emocionalna inteligencija predstavlja: *“...sposobnost brzog zapažanja, procjene i izražavanja emocija; sposobnost uviđanja i generisanje osećanja koja olakšavaju mišljenje; sličnosti razumjevanja emocija i znanje o emocijama; i sposobnost regulisanja emocija u svrhu promocije emocionalnog i intelektualnog razvoja”*.

Još jedan istaknuti istraživač koncepta emocionalne inteligencije jeste **Reuven Bar-On**, koji je zapravo skovao termin „**emocionalni koeficijent**“. On definiše emocionalnu inteligenciju kao: *“...niz nekognitivnih (nesaznajnih) sposobnosti, kompetencija i vještina koje utiču na nečiju sposobnost da uspije da se uhvati u koštac sa zahtjevima i pritiscima okoline;“* odnosno, po još jednoj njegovoj definiciji, **„Emocionalna inteligencija može takođe biti definisana kao svjesnost ili razumijevanje sebe i drugih u odnosu na druge ljude i adaptacija na različite dnevne situacije.“**

No, bez obzira na razlike u pogledu definisanja emocionalne inteligencije, jasno je da je ono što ona podrazumijeva, različito od *standardne* inteligencije, odnosno **IQ**-a.

Bine-Simonova skala je prvi i najpoznatiji individualni test inteligencije koji su 1905. konstruisali francuski psiholog Alfred Bine i ljekar Teodor Simon. Sa Bine-Simonovom skalom započinje period sistematskog mjerenja inteligencije, kao i čitav pokret testiranja sposobnosti u psihologiji.

Skala je sastavljena od nekoliko raznovrsnih testova i mjeri opštu intelektualnu sposobnost (**G-faktor**) zasnovanu

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

na Bineovoj definiciji inteligencije: „**biti inteligentan znači dobro rasuđivati, dobro razumjeti i dobro i pravilno misliti**”. Na osnovu odnosa izmjerene mentalne i aktuelnog kalendarskog uzrasta, određuje se **IQ** (koeficijent inteligencije) djeteta, gdje **IQ=100** označava da su ispitanikove intelektualne sposobnosti razvijene u skladu sa njegovim kalendarskim uzrastom, **IQ<100** da mu je inteligencija niža od prosječne za njegov uzrast, a **IQ>100** iznadprosječnu intelektualnu razvijenost s obzirom na uzrast. Urađene su mnoge revizije Bine-Simonove skale, od kojih je najpoznatija revizija američkog psihologa Luisa Termana pod nazivom **Stanford-Bineova skala**.

Što se tiče same osnove i pojave koncepta emocionalne inteligencije, u literaturi se najčešće pominje da je zato zapravo zaslužan psiholog **Hauard Gardner** (Howard Gardner), koji je prvi uočio nedostatke starog poimanja inteligencije.

Dani najveće slave testova za određivanje količnika inteligencije započeli za vrijeme Prvog svjetskog rata, kada je dva miliona Amerikanaca bilo podvrgnuto prvom masovnom obliku pisanog testa inteligencije, koji je upravo u to vrijeme bio osmislio Luis Terman, psiholog na Univerzitetu Stanford. To je za posljedicu imalo decenije onoga što Gardner naziva »razmišljanjem utemeljenim na IQ-u«, a koje nam govori »...da su ljudi pametni ili to nijesu, da su takvi rođeni, da čovjek u vezi s tim ne može puno toga učiniti i da vam testovi mogu pokazati pripadate li redu pametnih ili ne. Ovakav način razmišljanja prožima čitavo društvo«.

U svojoj knjizi *Frames of Mind* (1983), Gardner navodi teoriju prema kojoj ne postoji samo jedna, monolitna vrsta inteligencije koja je ključna za životni uspjeh, nego je riječ o **širokom spektru inteligencija**, sa sedam osnovnih vrsta.

Na njegovom spisku su dvije standardne akademske vrste, verbalna i matematičko-logička sposobnost, ali i prostorne sposobnosti, kakve ćemo prepoznati kod, recimo, izuzetnog umjetnika ili arhitekete; kinestetička genijalnost koja se iskazuje kod Medžik Džonsona; te muzički dar jednog Mocarta. Spisak zaokružuju dvije vrste inteligencija koje Gardner naziva »personalnim inteligencijama«: vještine koje se iskazuju u odnosima s ljudima - interpersonalne sposobnosti, a primjer je vođa svjetske klase, Martin Luter King; potom »intrapsihička« sposobnost koja se, s jedne

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

strane, može pojaviti u genijalnim saznanjima Sigmunda Frojda ili, s manje pompe, u unutrašnjem zadovoljstvu koje se postiže kada se život pojedinca prilagodi njegovim istinskim osjećajima.

Gardner potvrđuje da nema tog čarobnog broja kojim bi se moglo označiti raznovrsnost ljudske nadarenosti, tj. da broj sedam proizvoljno označava broj vrsta inteligencije. Njegova **lista od sedam proširena je na deset vrsta inteligencije.**

- 1) **Logičko-matematička** je **senzitivnost (osjetljivost)** i sposobnost shvatanja logičko matematičkih koncepata, kao i lakoća i brzina rješavanja takvih problema;
- 2) **Lingvistička** je senzitivnost i sposobnost baratanja riječima i jezikom. Lakoća u izražavanju i u razumijevanju verbalnih reakcija;
- 3) **Muzička** je senzitivnost i sposobnost (senzitivnost, brzina i lakoća u rješavanju muzičkih problema, shvatanje različitih odnosa između muzičkih cjelina, koncepata i sl.);
- 4) **Spacijalna** senzitivnost je za prostorne odnose (shvatanje, lakoća i brzina u rješavanju prostornih problema);
- 5) **Kinestetička** senzitivnost je za sopstveno tijelo (vještina tjelesne artikulacije);
- 6) **Interpersonalna** senzitivnost je za dješavanja među drugim ljudima (shvatanje i lakoća razumijevanja međuljudskih odnosa i eventualnih problema koji tu nastaju);
- 7) **Intrapersonalna** je senzitivnost i sposobnost samospoznaje i samoartikulacije na kreativan način (spoznaja sopstvenih snaga i mogućnosti i rješavanja unutrašnjih problema. Ova vrsta inteligencije ima četiri prepoznatljive podvrste: vođstvo, sposobnost njegovanja veza i zadržavanja prijatelja, sposobnost rješavanja sukoba i sposobnost društvenog analiziranja);
- 8) **Naturalistička** ili **enviroentalistička** je inteligencija (senzitivnost za razumijevanje i shvatanje prirodnih procesa i odnosa na planeti);

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

- 9) **Seksualna** inteligencija (senzitivnost za razumijevanje i rješavanje odnosa vezanih za seksualnost), i
- 10) **Spiritualna** inteligencija (senzitivnost i mogućnost shavatanja spiritualnih fenomena).

Interpersonalnu inteligenciju Gardner detaljnije definiše kao “...sposobnost da se razumiju drugi ljudi: što ih motiviše, kako rade, na koji način saradivati sa njima. Intrapersonalna inteligencija... jeste sposobnost usaglašavanja unutrašnjeg života. To je sposobnost stvaranja vjerodostojnog i nepatvorenog (stvarnog) modela bića i mogućnost da se taj model upotrijebi da bi se plodotvorno živjelo”, i primjećuje da “...suština interpersonalne inteligencije uključuje vještinu da se na pravi način prepoznaju raspoloženja, temperamenti*, motivacije i želje drugih ljudi i da se na njih odgovori.”

Temperament: termin koji označava tipični oblik emocionalnih reakcija jednog čovjeka.

Uobičajeno emocionalno reagovanje može se posmatrati sa stanovišta:

Inteziteta emocija (jake i slabe emocije);

Brzine izmjene emocije – promjene raspoloženja (mijenjaju li se brzo ili sporo);

Načina izražavanja emocija (ispoljavaju li se ili su suzdržane), i

Opšteg tona raspoloženja (optimizam – pesimizam).

Prema navedenim karakteristikama emocionalnog reagovanja razlikuju se različiti temperamenti. Najstarija dioba temperamenata potiče od Hipokrata koji je prepoznao četiri vrste temperamenta. To su:

1. **SANGVINIK** (osoba koju karakterišu: živahnost, osjetljivost na spoljnje utiske - promjenljive i površne čulne reakcije, žestina i optimizam);
2. **KOLERIK** (osoba koju karakterišu: nagle reakcije i koja lako zapada u srdžbu);
3. **MELANHOLIK** (osoba koju karakterišu: čulna potištenost, sjeta, tuga, tjeskoba, bezvoljnost i neraspoloženje), i
4. **FLEGMATIK** (osoba koju karakterišu: mirnoća, hladnokrvnost, ravnodušnost, sporo i mlako reagovanje).

Svaka individua ima poseban profil koji je zapravo individualna kombinacija snaga i slabosti u različitim oblastima.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Dakle, iz njegove definicije interpersonalne inteligencije vidimo *naznake* nečega što je kasnije konceptualizovano u pojmu emocionalne inteligencije.

Dakle, kada govorimo o „uspješnosti“ pojedinca, odmah pomislimo na uspjeh koji se „mjeri“ njegovim koeficijentom inteligencije ili čak stepenom akademskih sposobnosti, međutim životne okolnosti pokazuju suprotno.

Svakako je nesporno da postoji veza između IQ-a i životnih okolnosti gledano u cjelini: veliki broj ljudi s niskim koeficijentom inteligencije obavlja niskokvalifikovane poslove, a osobe s visokim IQ-om najčešće rade na dobro plaćenim poslovima - ali nikako uvijek.

Ipak, IQ nije nikakva garancija uspjeha, prosperiteta ili životne sreće; naše su škole opsjednute akademskim sposobnostima, zanemarujući emocionalnu inteligenciju, sklop osobina - neko bi ih možda nazvao karakterom - koje su takođe izuzetno važne za individualnu sudbinu.

Toga radi, tvrdnje:

„...U najboljem slučaju, IQ čini tek oko 20 posto faktora koji određuju životni uspjeh, čime je 80 posto ostavljeno ostalim uticajima.” (Goleman); odnosno, da „Konačan položaj neke osobe u društvu pretežno određuju faktori koji nemaju veze s IQ-om, a nalaze se u rasponu od društvene klase do čiste sreće.” (Gardner), valja ozbiljno tumačiti.

Koji su činioci na djelu kada ljudi sa visokim IQ-om podbace, a oni sa osrednjim uznapreduju – pitanje je čiji odgovor treba potražiti u "emocionalnoj inteligenciji", koja ima značajnu ulogu u životu svakog pojedinca.

Brojni dokazi potvrđuju da osobe koje imaju visok stepen *emocionalnih sposobnosti* - koji dobro poznaju i upravljaju vlastitim osjećanjima, i koji "čitaju" i valjano reaguju na osjećanja drugih - imaju prednost u svim područjima, bilo da je riječ o intimnim vezama ili o usvajanju nepisanih pravila koja rukovode uspjehom u organizacionoj politici.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Iz same sintagme emocionalne inteligencije proizlazi da je ona **spoj inteligencije i emocija**. Stoga je potrebno prvo pokušati obrazložiti ova dva pojma.

U literaturi možda najčešće citirana je **Vekslerova definicija** inteligencije (Wechsler) koji inteligenciju definiše kao: „...**skupinu ili sveukupni potencijal pojedinca da se ponaša svrsishodno, da racionalno razmišlja, i da se efikasno „nosi“ sa zahtjevima sredine.**“

Salovej i **Mejer** definišu i pojašnjavaju emocije kao: „...organizovane odgovore, koji prelaze granice mnogih psiholoških podсистema, uključujući fiziološke, kognitivne (saznajne), motivacione i iskustvene sisteme.

Emocije se tipično javljaju kao odgovor na događaj, bilo spoljni ili unutrašnji, koji ima pozitivno ili negativno (privlačenje ili odbijanje (eng. *valenced*)) značenje za pojedinca.

Emocije se mogu razlikovati od usko prihvaćenog koncepta raspoloženja, u smislu da su emocije kraće i da su, generalno, jačeg intenziteta.”

Osnovno pitanje koje se postavlja jeste kako emocije utiču na inteligenciju. U samom korjenu riječi emocija, imamo riječ *motere*, glagol koji na latinskom znači »kretati se«, dok prefiks »e-« ukazuje na kretanje unaprijed, što znači da **svaka emocija podrazumijeva sklonost ka djelovanju**.

Prema tradicionalnom shvatanju, emocije ometaju uspješnu i racionalnu mentalnu aktivnost. Međutim, ono što se želi dokazati emocionalnim sposobnostima jeste upravo da emocije, ukoliko se njima ispravno upravlja, mogu poboljšati racionalno ponašanje pojedinca tako što će uticati na povećanje motivacije za rješavanje problema za koji je neophodno racionalno rezonovanje.

Pojam emocionalne inteligencije konceptualizovan je pomoću određenih modela za razumijevanje. Trenutno postoje tri odvojena, mada očigledno komplementarna modela emocionalne inteligencije.

To su model sposobnosti (*ability model*) Saloveja i Majera; i kombinovani modeli (*mixed model*) emocionalne inteligencije

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Golemana, i Bar-Ona, koji konceptu emocionalne inteligencije pristupaju iz različitih perspektiva.

Modeli emocionalne inteligencije:

AUTORI MODELA /god./	MODELI EMOCIONALNE INTELIGENCIJE	SADRŽAJ MODELA
SALOVEY & MAYER, 1990. (ability model)	MODEL SPOSOBNOSTI	Model čine sposobnosti u međusobnim odnosima koje posjeduju pojedinci kako bi upravljali svojim emocijama.
GOLEMAN, 1995, 1998; BAR-ON, 1997. (mixed model)	KOMBINOVANI MODELI EMOCIONALNE INTELIGENCIJE	Uz model sposobnosti uključeni su i drugi psihološki atributi i varijable individualnih razlika.

Premisa Salovejevog i Mejerovog modela jeste da je emocionalna inteligencija novi i jedinstveni oblik inteligencije koji omogućava sposobnost apstraktnog rezonovanja. Prema autorima ovog modela, emocije su indikatori koji prenose informacije o interpersonalnim odnosima koji se ponavljaju i koje se interpretiraju, a **osobe koje pokazuju visok stepen emocionalne inteligencije imaju veće urođene sposobnosti da prepoznaju i regulišu emocije**. Pojedinci imaju raznovrsne sposobnosti da prepoznaju, procesuiraju i koriste emocionalne informacije, time vodeći do varijacija u kojima različiti pojedinci reaguju na isti tip emocionalnog stimulusa.

Prema modelu sposobnosti, emocionalna inteligencija se odnosi na niz sposobnosti prisutnih u međusobnim odnosima koje posjeduju pojedinci kako bi upravljali sa emocijama (Mayer & Salovey).

Kombinovani modeli emocionalne inteligencije zasnivaju se na modelu sposobnosti, ali uključuju i druge psihološke attribute i varijable individualnih razlika. (Goleman; Bar-On). Trenutno,

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

jedini model sposobnosti emocionalne inteligencije je model koji su predložili Džon Mejer i Piter Salovej.

Kao što smo već rekli, oni su prvi skovali termin „emocionalna inteligencija“ 1990. godine (Salovey&Mayer, 1990). Njihov koncept emocionalne inteligencije zasnovan je na modelu inteligencije, to jest, teži da definiše emocionalnu inteligenciju unutar „granica“ standardnog kriterijuma za novu inteligenciju.

Po navedenim autorima emocionalnu inteligenciju čine dvije oblasti:

- a) iskustvena (*experiental*) - sposobnosti da primimo, odgovorimo i manipuliramo emocionalnim informacijama, a da pritom nijesmo svjesni tog procesa; i
- b) strateška (*strategic*) - sposobnost razumijevanja i upravljanja emocijama bez obavezne valjane percepcije osjećanja ili njihovog potpunog razumijevanja. Svaka se oblast dalje dijeli na još dvije grane koje počinju od osnovnih psiholoških procesa ka kompleksnijim, integrišući emociju i kogniciju (saznanje).

Dakle, model emocionalne inteligencije Majera i Saloveja ima četiri nivoa:

Prvi nivo, **emocionalna percepcija**, (emotional perception) je sposobnost procjene i izražavanja emocija kod sebe i kod drugih; **sposobnost razlikovanja između iskrenih i neiskrenih ispoljavanja emocija**;

Drugi nivo je **emocionalna facilitacija mišljenja** (emotional integration), koji predstavlja sposobnost distinkcije (razlikovanja) među različitim emocijama koje neko osjeća i prepoznavanja onih koje utiču na njihov misaoni proces;

Treći nivo, **emocionalno razumijevanje** (emotional understanding), je sposobnost da se razumiju kompleksne emocije (npr. percepcija dvije emocije istovremeno), i sposobnost da se prepozna prelaz sa jedne na drugu, i

Posljednji, četvrti nivo, **emocionalni menadžment** (emotional management), je sposobnost da budete otvoreni za

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

osjećanja, kako za pozitivna, tako i negativna; povežete ili „otkačite“ od emocija u zavisnosti od njihovih koristi u određenoj situaciji.

Goleman, međutim, sagledava emocionalnu inteligenciju na potpuno drugačiji način od Mejera i Saloveja. Njegov kombinovani model emocionalne inteligencije je zapravo „nadgradnja“ Salovejevog i Mejerovog, odnosno Bar-Onovog modela, na način što dodaje jaču povezanost sa stvarnom primjenom vještina emocionalne inteligencije.

Golemanov model čine četiri konstrukta emocionalne inteligencije:

Prvi konstrukt je *samosvijest (self-awareness)*, odnosno sposobnost čitanja emocija i prepoznavanja njihovog uticaja u cilju donošenja pravih odluka i reakcija. Za emocionalnu inteligenciju, naša svijest o sopstvenim osjećanjima i o razumijevanju zbog čega su se javila i šta je uzrok, veoma je važno. Goleman smatra da je to ključna vještina jer od nje zavisi stepen naše samokontrole;

Najpregnantniji iskaz razumijevanja sopstvene uloge lidera iskazaće upravo jedan od onih kojima to niko, nikada nije ni pokušao osporiti - **Napoleon Bonaparta**:

"Moj posao je da uspijemem, i dobar sam u tome. Svoju Ilijadu stvaram svojim djelima, i stvaram je svaki dan."

Drugi konstrukt, **samo-upravljanje (self-management)**, predstavlja *samokontrolu ili upravljanje sopstvenim emocijama*. Uključuje kontrolisanje emocija i impulsa i adaptaciju na promjenljive okolnosti. Na neki način, ta nas samokontrola oslobađa opasnosti da budemo taoci sopstvenih emocija, jer omogućava da se te, „jake“ emocije kanališu. Upravljanje emocijama značilo bi prihvatanje emocija umjesto njihovog potiskivanja, i njihovo korišćenje u svrhu donošenja bolje odluke;

Treći konstrukt, **socijalna svjesnost (social awareness)**, uključuje sposobnost prepoznavanja, razumijevanja i reagovanja na emocije drugih u društvenom ili organizacijskom okruženju. Prvenstveno se misli na sposobnost da se stavimo u poziciju

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

sagovornikâ, da shvatimo i njihove emocionalne potrebe i da u skladu sa tim reagujemo,

Konačno, četvrti konstrukt, **upravljanje u odnosima** (relationship management), čini sposobnost da inspirišemo, utičemo i razvijamo odnos dok riješavamo neki konflikt.

Golemanov model emocionalne inteligencije (1995):

SAMOSVIJEST (<i>self-awareness</i>)	1	Biti svjestan svojih osjećanja.
UPRAVLJANJE SOBOM (<i>self-management</i>)	2	Sposobnost upravljanja sopstvenim osjećanjima.
SOCIJALNA SVJESNOST (<i>social awareness</i>)	3	Sposobnost da se osjeti kako se drugi osjećaju.
SOCIJALNE VJEŠTINE (<i>relationship management</i>)	4	Sposobnost usmjeravanja osjećanja kod drugih osoba.

Očigledno, **Daniel Goleman je** izdvojio neke djelove teorije Mejera i Saloveja i proširio značenje termina izvan njegovog originalnog značenja, i **definisao emocionalnu inteligenciju kao:**

1. Poznavanje vlastitih emocija;
2. Upravljanje emocijama;
3. Samomotivaciju;
4. Prepoznavanje emocija u drugima;
5. Snalaženje u vezama.

Tako su u Golemanovom modelu emocionalne inteligencije uključeni konstrukti poput optimizma, motivacije, svjesnosti, socijalne kompetencije, te specifične socijalne i komunikacijske vještine.

Drugi, kombinovani model emocionalne inteligencije, **Bar-Onov model**, ispituje područije nekognitivnih kapaciteta, kompetencija i vještina koje utiču na nečiji uspjeh u suočavanju sa zahtjevima i pritiscima okoline.

Ovaj model čine pet aspekata emocionalne inteligencije, odnosno emocionalnih i socijalnih sposobnosti:

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

- (1) **Intrapersonalna sposobnost:** sposobnost svjesnosti i razumijevanja i izražavanja vlastitih osjećaja i ideja;
- (2) **Interpersonalna sposobnost:** sposobnost svjesnosti, razumijevanja i shvatanja tuđih osjećaja;
- (3) **Adaptabilnost/prilagodljivost:** sposobnost provjeravanja vlastitih osjećaja na osnovu objektivnih, spoljašnjih znakova i precizne procjene neposredne situacije; fleksibilnost prilagođavanja osjećaja i mišljenja prema promjeni situacije; i rješavanje ličnih i međusobnih problema;
- (4) **Upravljanje stresom:** sposobnost svladavanja stresa i kontrola jakih emocija, i
- (5) **Opšte raspoloženje i motivacija:** sposobnost da se bude optimističan, uživa u sebi i drugima i da se osjećaju i izražavaju pozitivne emocije).

Bar-Onov model emocionalne inteligencije (2000)

INTRAPERSONALNA SPOSOBNOST	1	Sposobnost svjesnosti i razumijevanja samoga sebe, vlastitih emocija i izražavanje vlastitih osjećaja i ideja.
INTERPERSONALNE SPOSOBNOST	2	Sposobnost svjesnosti, razumijevanja i shvatanja tuđih osjećaja, kao i uspostavljanja i održavanja uzajamno zadovoljavajućih i odgovornih odnosa s drugima.
PRILAGODLJIVOST	3	Sposobnost provjeravanja vlastitih osjećaja na osnovu objektivnih, spoljašnjih znakova i precizne procjene neposredne situacije, fleksibilnost prema prilagođavanju osjećaja i mišljenja prema promjeni situacije i rješavanje ličnih i međusobnih problema.
UPRAVLJANJE STRESOM	4	Sposobnost savladavanja stresa i kontrola jakih emocija.
OPŠTE RASPOLOŽENJE I MOTIVACIJA	5	Sposobnost da se bude optimističan, uživa u sebi i drugima i da se osjećaju i izražavaju pozitivne emocije.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Ukoliko uporedimo ovaj model emocionalne inteligencije sa modelom Mejera i Saloveja, primjećujemo da i jedan i drugi model u sebi sadrže svjesnost i razumijevanje emocija kod sebe i drugih, kao i regulaciju emocija. Zapravo, Bar-On je postavio širi model u smislu ubacivanja nekih osobina ličnosti kao šta je optimizam, pri čemu je dodao vještine rješavanja problema i otpornost na stres i slično.

Dakle, za razliku od modela Mejera i Saloveja, koji tretira emocionalnu inteligenciju kao skup mentalnih sličnosti, modeli Golemana i Bar-Ona osim sličnosti, uključuju i različite aspekte ličnosti, motivacione faktore, vještine snalaženja u interpersonalnim odnosima, različite socijalne veštine i sl.

No, sva se tri modela slažu u jednom, a to je postojanje određenih ključnih komponenti emocionalne inteligencije, uz saglasnost u tome koje su to komponente. Na primjer, sva tri modela uključuju **svjesnost ili percepciju emocija i upravljanje emocijama kao ključne elemente kod emocionalno inteligentnog pojedinca.**

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Tokom duge istorije istraživanja pojma inteligencije postalo je jasno da čovjekov uspjeh u karijeri, i uopšte u životu, ne zavisi samo od koeficijenta inteligencije, već i od drugih, ličnih faktora. Smatralo se da koncept inteligencije u sebi, pored kognitivnih faktora, sadrži i socijalne i/ili emocionalne faktore.

Dakle, pojam socijalne inteligencije prvi put se javlja u stručnoj javnosti u tekstu psihologa **E.L.Torndajka**, koji je skovao taj termin, a originalna definicija je glasila da je to „...**sposobnost pojedinca da razumije i upravlja drugim ljudima, da postupa mudro u ljudskim odnosima i da se uključi u adaptivne, socijalne interakcije.**“

Iz Torndajkovog, predloženog modela inteligencije, proističe da je, pored tradicionalnih intelektualnih faktora, u koncept uključeno nešto što je on nazvao socijalnom inteligencijom, koju je, kao što smo već napomenuli, definisao kao sposobnost mudrog postupanja u ljudskim odnosima. Torndajkova definicija socijalne inteligencije ima kognitivnu (saznajnu) i **bihevioralnu komponentu** i podrazumijeva sljedeće dvije pretpostavke:

Prvo, sposobnost razumijevanja i upravljanja ljudima, što je intelektualna sposobnost, i

Drugo, ova sposobnost je drugačija od apstraktnih i mehaničkih aspekata inteligencije.

Biheviorističko mišljenje: ponašanje pojedinca u skladu sa svojom voljom je iluzorno, odnosno ponašanje čovjeka je determinirano (određeno) okolinom.

Psiholozi, zagovornici biheviorizma, analiziraju kako ljudi uče neka ponašanja i kako se to ponašanje može mijenjati. Oni se, zapravo, ne zanimaju toliko za psihičke procese (npr. mišljenje, pamćenje, emocije), već u prvom redu pokušavaju da povežu podražaje iz okoline ili iskustvo ljudi s njihovim ponašanjem.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Torndajk je primjetio da je takva interpersonalna djelotvornost životno važna za uspjeh na mnogim poljima u karijeri pojedinca.

Interpersonalnu inteligenciju Gardner definiše kao *“...sposobnost da se razumiju drugi ljudi: što ih motiviše, kako rade, na koji način saradivati sa njima; i primjećuje da “...suština interpersonalne inteligencije uključuje vještinu da se na pravi način prepoznaju raspoloženja, temperamenti, motivacije i želje drugih ljudi i da se na njih odgovori.”*

Dakle, kada se kaže da je neko *socijalno inteligentan*, to znači da je inteligentan ne samo povodom interpersonalnih odnosa, nego i u njima. Ovim se fokus socijalne inteligencije proširuje sa stanovišta jedne osobe na perspektivu dvije osobe, odnosno na ono što se dešava kad se neko upusti u neki odnos. Torndajkovo načelo "mudro postupanje u ljudskim odnosima" je ono stanovište koje nas navodi da u okviru socijalne inteligencije razmotrimo sposobnosti koje obogaćuju međuljudske odnose.

Kada je u pitanju mjerenje socijalne inteligencije, Torndajk je primijetio da: *“...valjane testove socijalne inteligencije nije lako napraviti...Socijalna inteligencija se u velikoj mjeri otkriva u vrtiću, na igralištu, u kasarnama i fabrikama i prodavnicama, ali izmiče formalnim standardizovanim uslovima ispitivačke laboratorije.”*

U skladu sa ciljevima psihometrijske tradicije, apstraktne definicije socijalne inteligencije su ubrzo pretvorene u standardizovane laboratorijske instrumente za mjerenje individualnih razlika u pogledu stepena socijalne inteligencije.

Prvi takav test bio je **GWSIT** (George Washington Social Intelligence Test). Poput Stanford-Bineovog testa inteligencije, GWSIT je bio sastavljen od niza podtestova. On je mjerio sposobnost za:

- Prosuđivanje u socijalnim situacijama;
- Pamćenje lica i imena;
- Opservaciju ljudskog ponašanja;
- Prepoznavanje mentalnih stanja iza riječi („čitanje misli iza riječi”);

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

- Prepoznavanje mentalnih stanja na osnovu facijalne ekspersije;
- Razumijevanje javnih informacija (umijeće čitanje „između redova”);
- Smisao za humor.

Proći će decenije od kada bavljenje testovima socijalne inteligencije ponovo „zaživljava”, a to je zapravo bilo 60-tih godina XX vijeka, u kontekstu tzv. Gilfordovog modela strukture intelektualnog modela.

Nasuprot psihometrijskim pristupima socijalnoj inteligenciji, ugao gledanja na socijalnu inteligenciju pojedinca, ne konceptualizuje socijalnu inteligenciju kao crtu ili skup crta ličnosti, na osnovu kojih pojedinci mogu biti upoređivani i rangirani na skali. Zapravo, ugao gledanja na socijalnu inteligenciju pojedinca počinje pretpostavkom da socijalno ponašanje jeste inteligentno – i da je podstaknuto kognitivnim procesima percepcije, pamćenja, rezonovanja i rješavanja problema, prije nego da je podstaknuto urođenim refleksima, uslovnim refleksima, genetskim programima izmijenjenim tokom vremena i slično.

Shodno takvom stanovištu, ugao gledanja na socijalnu inteligenciju pojedinca čine individualne razlike u obrascima društvenog ponašanja – javne manifestacije ličnosti – koje su proizvod pojedinačnih razlika u znanju koje pojedinci pokazuju u socijalnim interakcijama. Razlike u stepenu razumijevanja društvenog ponašanja dovode do razlika u samom društvenom ponašanju, ali po tome, ne bi imalo smisla napraviti mjere koeficijenta socijalne inteligencije, jer važna varijabla nije *koliki* stepen socijalne inteligencije pojedinac ima, već *kakvu* socijalnu inteligenciju on ili ona posjeduje.

Deset godina nakon što je popularizovao i afirmisao pojam emocionalne inteligencije, kao polje naučno-istraživačkog rada, Goleman je napravio i drugi korak. Naime, sada je to učinio sa jednom drugom vrstom inteligencije – socijalnom. Učinio je to, po sopstvenom priznanju, zahvaljujući prije svega razvoju neuronauke. Iskoristio je multidisciplinarni naučni pristup, dovodeći u korelaciju medicinska otkrića i sociološka saznanja.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Početak ovog vijeka, istraživanja u oblasti socijalne neuronauke – nauke o tome šta se dešava u ljudskom mozgu kada su ljudi u međusobnoj interakciji. Nove studije mozga pokazuju da npr. Vođe (lideri, rukovodioci, upravljači) mogu poboljšati performanse grupe, razumijevajući **biologiju empatije**.

Fundamentalno otkriće jedne nove naučne discipline (neuronauke), koja daje zapanjujuće uvide u naš interpersonalni svijet, jeste da smo ožičeni da se povezujemo („we are wired to connect“).

Neuronauka je otkrila da naš mozak druželjubivim čini već sama njegova oblikovanost, da je on, kad god se upustimo u interakciju sa drugom osobom neumitno uvučen u blisko povezivanje "mozak na mozak". Taj neuronski most omogućuje nam da utičemo na mozak - a time i na tijelo - svakoga sa kim smo u interakciji, kao što i ta osoba može da utiče na naš mozak i naše tijelo. Do iznenađujuće velike mjere, dakle, naši odnosi oblikuju ne samo naš doživljaj, nego i našu biologiju.

Socijalna neuronauka je ispitivanjem došla do saznanja da jedna, dakle, novootkrivena klasa neurona, **vretenasta ćelija**, djeluje brže od svih drugih, i donosi nagle socijalne odluke umjesto nas - a pokazalo se da je u ljudskom mozgu ima znatno više nego u mozgu bilo koje druge vrste.

Moždane ćelije jedne drugačije vrste, **neuroni ogledala** (*mirror neurons*), osjećaju kako pokret koji će napraviti druga osoba, tako i njena osjećanja, i istog nas časa pripremaju da podražavamo taj pokret i da saosjećamo istovremeno s tom osobom.

Tragajući za porijeklom izraza "**socijalna neuronauka**", Goleman prvi pomen nalazi ranih devedesetih godina XX vijeka, kod psihologa Džona Kasiopa (Cacioppo) i Garija Berntsona, koji su u ono vrijeme bili usamljeni proroci te vrle nove nauke.

Tipično istraživačko partnerstvo na ovom novom polju jeste partnerstvo psihologa i neuronaučnika, koji se zajedno koriste funkcionalnom magnetnom rezonancom (**fMRI** - *functional magnetic resonance imaging* - oblik slikanja mozga magnetnom rezonancom, mašinom za snimanje mozga koja je odskora uglavnom bila namenjena postavljanju kliničke dijagnoze u bolnicama.

Uz fMRI ide i ogromna kompjuterska moć koja daje sliku ekvivalentnu video, i pokazuje koji dijelovi mozga zasijaju u nekom trenutku kao što je trenutak kad čujemo glas starog prijatelja. Iz takvih istraživanja proističu odgovori na pitanja kao što su: što se događa u mozgu osobe koja netremice gleda u onog koga voli ili u

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

mozgu nekog zatucanog bogomoljca?

Dakle, **Socijalni mozak** je zbir neuronskih mehanizama koji usklađuju kako naše interakcije, tako i naše misli i osjećanja o ljudima i odnosima koje uspostavljamo. Socijalni mozak predstavlja jedini biološki sistem u našem tijelu koji se neprestano podešava prema nama, a na njega zauzvrat utiču unutrašnja stanja ljudi sa kojima smo. Putanje socijalnog mozga jedinstvene su po svojoj osjetljivosti na svijet uopšte. Kad god se povežemo neposredno, licem u lice (ili glasom na glas, ili kožom uz kožu) s nekim, naši socijalni mozgovi „ukopčavaju“ se jedan u drugi.

Naše socijalne interakcije, po riječima Golemana, igraju ulogu čak i u "neuroplastičnom" preoblikovanju našeg mozga kroz "neuroplastičnost", što znači da događaji koji se ponavljaju vajaju oblik, veličinu i broj neurona njihove sinaptičke veze. Ponavljanim uvođenjem našeg mozga u dati registar, naši ključni odnosi postepeno uobličavaju neki sistem neuronskih kola. U stvari, ako nas hronično povrjeđuje i ljuti, ili ako nas emotivno podstiče neko s kim godinama svakodnevno provodimo vrijeme, to preoblikuje naš mozak.

Skup ljudskih sposobnosti u nama kao pojedincima, naša sposobnost da upravljamo sopstvenim emocijama i naš unutrašnji potencijal za pozitivne odnose čini fokus emocionalne inteligencije, dok se kod koncepta socijalne inteligencije pojam širi na sliku o tome šta se događa kada se dvije osobe povežu.

Dakle, **socijalna inteligencija**, možemo slobodno reći, **jeste pandan emocionalnoj inteligenciji, budući da se bavi istraživanjem iste oblasti ljudskog života samo sa šireg stanovišta koje omogućuje razumijevanje šireg presjeka našeg personalnog svijeta.**

Goleman navodi komponente socijalne inteligencije koje se mogu organozovati u dvije velike kategorije:

- (1) u **kategoriju socijalne svjesnosti**, kad imamo osjećaj o drugima, i
- (2) u **kategoriju socijalne spretnosti**, kad potom postupamo shodno toj svjesnosti.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Golemanova podjela socijalne inteligencije

SOCIJALNA INTELIGENCIJA	
SOCIJALNA SVIJEST	Socijalna svijest se odnosi na spektar koji se kreće od instantnih osjećaja za tuđe unutrašnje stanje, do razumijevanja osjećanja i misli te osobe, i do „hvatanja„ složenih socijalnih situacija. Ona obuhvata:
	Primalnu empatiju: Osjećanje s drugima; osjećaj za neverbalne emocionalne signale;
	Podešavanje: slušanje s punom prijemčivošću; podešavanje, „štimovanje" na neku osobu;
	Empatičku tačnost: razumijevanje tuđih misli, osjećanja i namjera;
	Socijalnu kogniciju: znanje kako funkcionira društvo.
SOCIJALNA SPRETNOST	Puki osjećaj o tome kako se drugi osjeća, ili znanje šta drugi misli ili namjerava, ne jamči uspješne interakcije. Socijalna spretnost nadovezuje se na socijalnu svjesnost da bi omogućila glatku, djelotvornu interakciju. Spektar socijalne spretnosti obuhvata:
	Sinhroničnost: glatku interakciju na neverbalnom nivou;
	Samopredstavljanje: uspješno predstavljanje sebe;
	Uticaj: oblikovanje ishoda socijalnih interakcija;
	Brigu: staranje o potrebama drugih i odgovarajuće akcije.

Socijalna svjesnost

Socijalna svjesnost/svijest čini prvu od dvije kategorije socijalne inteligencije unutar koje imamo nekoliko komponenti, a u komponente socijalne svjesnosti/svijesti spadaju:

- a) **Primalna empatija;**
- b) **Podešavanje;**
- c) **Empatička tačnost i**
- d) **Socijalna kognicija.**

Tvrditi da je neko „socijalno svjestan“, u interpersonalnim odnosima, podrazumijeva da je taj „neko“ svjestan kako svojih,

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

tako i tuđih osjećanja. No, pored te svijesti nužna je i sposobnost prepoznavanja tih osjećanja; i to na način da razvije osjećaj za uočavanje, prepoznavanje i tumačenje emotivnih signala drugih; te da se, potom, na iste, na valjan način odreaguje.

Primalna empatija i podešavanje prema drugom/drugima

„Ponos je društvena emocija utoliko što nas ohrabruje da radimo ono što će drugi hvaliti, a stid i osećaj krivice drže nas u redu time što služe kao unutrašnje kazne za društvene prekršaje.“

D. Goleman

Primalna empatija, kao jedna od komponenti socijalne svjesnosti, **predstavlja sposobnost da se osjete neverbalni emotivni signali koji dolaze od drugih i da se osjeti i razumije ono što oni osjećaju.**

EMPATIJA (grč. en = **u** i patos = **osjećanje, trpljenje**). U psihoanalizi, empatija znači podsvjesni proces identifikacije vlastitih osjećanja, želja i čežnji sa osjećanjima, željama i težnjama neke druge osobe ili neke grupe ljudi.

Zapažanje kratkotrajnog izraza lica neke osobe primjer je dara za primalnu empatiju. Zapravo, radi se o sposobnosti brze percepcije tuđih emocija. Neuronaučnici smatraju da se ova podvrsta empatije dešava ili ne dešava, brzo i automatski. Ukoliko se dešava brzo i automatski to je, po njima, sposobnost *niskog puta*, i da ovu intuitivnu empatiju, uglavnom aktiviraju **neuroni ogledala**.

Neuroni ogledala čine emocije zaraznima, omogućavaju osjećanjima čiji smo očevici da teku kroz nas, i pomažu nam da stupimo u sinhroničnost i pratimo što se događa.

Mi „osjećamo“ drugog u najširem smislu riječi: osjećamo njegova osjećanja, pokrete, čulne senzacije, emocije, kako djeluju u nama.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

U situaciji kada se dvije osobe nađu licem u lice, emocionalna *zaraza* se širi preko nekoliko neuronskih kola koja operišu paralelno u mozgu obje te osobe. Ovi sistemi „emocionalne zaraze“, zapravo prenose čitav opseg osjećanja; od tuge i strijepnje do radosti.

Situacije u kojima jedna osoba prema drugoj iskazuje izrazito negativna osjećanja (preziranje, prijetnja...) vodi do aktiviranja sistema kolâ za iste te mučne emocije. „Postupak te osobe ima snažne neurološke posledice: **emocije su zarazne**. Mi jake emocije „zakačinjemo“ baš kao i neki virus.“ (Goleman)



Socijalna vještina oslanja se na neurone ogledala. Recimo, ponavljanje onoga što primećujemo kod druge osobe priprema nas na brzu i prikladnu reakciju. Ili, neuroni reaguju i na puki nagovještaj *namjere* pokretanja, i pomažu nam da otkrijemo koja je to pobuda u „igri“. Osjećaj o namjerama drugih – i zašto, – pruža dragocjenu socijalnu informaciju i omogućuju nam da budemo korak ispred onoga što će se dogoditi u narednom trenutku.

Možemo da ne govorimo o našim osjećanjima, ali ono što ne možemo da ne radimo, jeste da šaljemo neverbalne signale o tome (npr. mikroizrazi lica ili ton i boja glasa). To činimo i pored toga što

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

se trudimo svim snagama, da prikrijemo sopstvene emocije u određenim situacijama, jer emocije ipak nađu način da nekako „procure“ - a to znači da, htjeli mi to ili ne, kad dođe do emocija, ne možemo, a da ne komuniciramo.

Bez obzira na to kakva je u ovom trenutku naša sposobnost primalne empatije, životne okolnosti potpomažu da se ova sposobnost vremenom poboljša.

Takođe, Goleman navodi da potiskivanje prirodne sklonosti za osjećanjem sa drugima oslobađa okrutnost.

Kad je nepodešenost za brigu osobina koja određuje neku osobu, onda ta osoba po pravilu pripada jednom od tipova koje psiholozi nazivaju „**mračnom trijadom**“. Riječ je o:

1. **Narcisima;**
2. **Makijavelistima,** i
3. **Psihopatama.**

Svim tim tipovima zajedničke su, u različitoj mjeri, sljedeće karakteristike:

**socijalna zlonamjernost i dvoličnost,
samoživost i agresija, i
emocionalna hladnoća.**

Ključnu razliku između mračne trijade i drugih koji su uradili nešto osude vrijedno čini kajanje. Kajanje i stid - i njihovi bliski „rođaci“: neprilika, osjećaj krivice i ponos - jesu „**socijalne**“ ili „**moralne**“ emocije. Pripadnici mračne trijade te podstrekače na etičku akciju doživljavaju samo u sputanom vidu, ako ih uopšte i dožive.

Raspolaganje socijalnim/moralnim emocijama nužno je kako bismo mogli osjetiti kako će drugi doživjeti naše ponašanje, a socijalne emocije neizostavno pretpostavljaju prisustvo empatije.

Podešavanje ili naštimavanje (*attunement*), sljedeća je komponenta socijalne svijesnosti i predstavlja korak dalje u jačanju interpersonalnih odnosa, a to je pažnja koja ide dalje od trenutne empatije, i stiže do punog, dugotrajnog prisustva saosjećanja, koje potpomaže skladan odnos. Tad drugoj osobi

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

poklanjamo punu pažnju i slušamo samo nju, težimo da je razumijemo, a ne samo da kažemo ono što sami hoćemo. Dakle, „podešavamo” se na njena osjećanja. Takvo udubljeno slušanje je, čini se, prirodna sposobnost. Ipak, kao i ostale dimenzije socijalne inteligencije, i sposobnost podešavanja se može poboljšati tako što ćemo naprosto drugome posvećivati više pažnje.

Stvarno slušanje zahtijeva da se, ne samo koncentrišemo, nego i „naštelujemo” receptore na tuđa osjećanja. Na taj način, puštajući druge da kažu šta imaju, dozvoljavamo da razgovor teče tokom koji određujemo *zajedno*, što opet znači da je stvorena osnova za stvarni i plodotvorni dijalog. Tako je poodavno utvrđeno da je jedna od odlika najboljih menadžera, nastavnika i lidera ta da su dobri „slušaoci”.

Odvajanjem vremena za slušanje, a time i podešavanjem na osjećanja druge osobe; postavljanjem pitanja kako bi bolje razumjeli cjelokupnu situaciju - a ne samo neposredni problem ili dijagnozu svog sagovornika, dolazi do skladnog odnosa. Iz ovoga proizilazi da namjerno posvećivanje više pažnje nekome, jeste najbolji način da se podstakne nastanak skladnog odnosa. Toga radi, Goleman naglašava da nas pažljivo slušanje dovodi u istu talasnu dužinu, a što povećava vjerovatnoću da će i sinhroničnost, kao i druge komponente socijalne inteligencije, napredovati.

Empatična tačnost i socijalna kognicija

Sljedeća komponenta socijalne svjesnosti, *empatička tačnost*, u svojoj osnovi ima primalnu empatiju, ali u empatičkoj tačnosti postoji i izričito razumijevanje onoga što drugi osjeća i misli. Postoje tvrdnje da empatička tačnost predstavlja *glavno* umijeće socijalne inteligencije. Suprotno tome, izostanak empatičke tačnosti ukazuje da osoba osjeća da nešto nije u redu, ali nema izlaska iz te nepoznanice, niti se naslućuje smjer kuda treba tragati za prevazilaženjem problema.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Provjera nečije sposobnosti da izvodi zaključke o neizgovorenim mislima i osjećanjima druge osobe, dakle o stepenu empatičke tačnosti, može se mjeriti putem psihološkog ekvivalenta televizijske skrivene kamere.

Tačniju empatiju omogućava svjesnost o nečijim namjerama, tako da bolje predviđamo što će ta osoba da uradi. Kao što je već rečeno, ovladavanje empatičkom tačnošću može se posmatrati i kao svojevrsna vještina, a kako vještine pretpostavljaju znanje, to je i razlog zbog kojeg smo objedinili rasčlanjivanje empatičke tačnosti i socijalne kognicije – trećeg i četvrtog aspekta socijalne svjesnosti.

Socijalna kognicija je zapravo znanje o tome kako stvarno funkcionise društveni svijet. Ljudi upućeni u tu vrstu kognicije, u gotovo svakoj socijalnoj situaciji, znaju šta se očekuje, a vješti su i u semiotici (nauka o znacima), i vješto dekodiraju socijalne signale koje otkrivaju (npr. koja bi osoba u grupi mogla imati najveću moć).

Četiri navedene komponente socijalne svjesnosti, od kojih prve tri pojačavaju četvrtu komponentu, socijalnu kogniciju, u međusobnoj interakciji dovode do nezanemarljivog pokazatelja stepena socijalne inteligencije. Ali to je samo jedan dio, jer interpersonalna svjesnost u svim svojim vidovima obezbjeđuje osnovu za socijalnu spretnost, a to je drugi dio socijalne inteligencije.

Socijalna spretnost

Socijalna spretnost predstavlja još jednu dimenziju socijalne inteligencije unutar koje takođe postoji nekoliko komponenata/aspekata, a može biti ostvarena kada imamo svjesnost o drugima, tj. kada postupamo shodno toj svjesnosti.

Osjećaj o tome kako se drugi osjeća, ili znanje što drugi misli ili namjerava, nije garant uspješnih interakcija. Socijalna spretnost nadovezuje se na socijalnu svjesnost ne bi li omogućila djelotvornu interakciju. Spektar socijalne spretnosti obuhvata:

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

- a) **Sinhroničnost:** glatku interakciju na neverbalnom nivou;
- b) **Samopredstavljanje:** uspješno predstavljanje sebe;
- c) **Uticaj:** oblikovanje ishoda socijalnih interakcija;
- d) **Brigu:** staranje o potrebama drugih i odgovarajuće akcije.

Sinhroničnost

Sinhroničnost je temelj socijalne spretnosti na kojoj se izgrađuju ostali aspekti. Neuspjeh u sinhroničnosti sabotira socijalnu spretnost time što interakcije izbacuje iz ravnoteže.

Ulazak u sinhroničnost zahtijeva od nas da trenutno čitamo neverbalne znake i da odgovarano na njih, bez potrebe i da mislimo o njima. U neverbalne znake sinhroničnosti spada niz harmonično orkestriranih interakcija, od osmjeha ili klimanja glavom, do onog pravog trenutka kad treba da okrenemo tijelo prema drugoj osobi. Oni koji ne uspjevaju da uđu u sinhroničnost često se, umjesto toga, nervozno vrpolje, koče ili naprosto ne primećuju da ne uspjevaju da drže korak u neverbalnom duetu.

Stupanje u sinhroničnost prirodno pobuđuje više emocionalne rezonance nego kad samo jedna osoba nastoji to da postigne. Pošto moždani sistemi na *niskom putu* koji stvaraju sinhroničnost, djeluju spontano i van naše svijesti, svjesni naponi da se ovlada sinhroničnošću ometaju njeno glatko funkcionisanje.

Mozak ulazi u petlju bez naše svjesnosti, bez našeg posebnog staranja ili namjere (recimo: kad namjerno nastojimo da oponašamo nekoga ne bismo li podstakli bliskost sa njim, pokušaj se može pokazati nespretnim).

Dakle, sinhroničnost najbolje djeluje kad je spontana, a ne kad se konstruiše zbog svjesnih namjera. Niskom putu omogućava da bude brz to što je automatski. Na primjer, amigdala izvanredno brzo primećuje znake straha na nečijem licu, hvata ih u letu za 33

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

miliskeunde, a kod nekih čak za 17 milisekundi (što je manje od dve stotinke sekunde).

Kod ljudi je **amigdala** (od grčke reči „badem“) žlijezda bademastog oblika, međusobno povezanih struktura, koja naliježe na moždano stablo i nalazi se u blizini limbičkog prstena. Postoje dvije amigdale, po jedna sa svake strane mozga, priljubljene uz moždanu koru. Ona je zadužena za emocionalna djelanja.

Džozef Ledu (Joseph LeDoux), neurolog u Centru za neurologiju pri Njujorškom univerzitetu, bio je prvi koji je otkrio ključnu ulogu amigdale u emocionalnom mozgu. Njegova otkrića o vezama emocionalnog mozga opovrgavaju dugo vremena uvreženo mišljenje o limbičkom sistemu, postavljajući amigdalu kao centar emocija. Leduovo istraživanje objašnjava na koji način amigdala može da preuzme kontrolu nad onim što činimo i čak da kao misleći mozak, **neokorteks**, donosi odluke. Djelovanje amigdale i međusobno dejstvo amigdale i neokorteksa jeste suština emocionalne inteligencije.

U trenucima kada impulsivno osjećanje nadjača racionalno – novootkrivena uloga amigdale dolazi do izražaja. Signali koji dopiru od čula, dopuštaju da amigdala osmotri svaku mogućnost opasnosti. Tako amigdala ima važnu ulogu u mentalnom životu, nalik je psihološkom stražaru koji provjera svaki događaj, svako zapažanje. Rasprostranjena mreža amigdale, sa nervnim vezama, dopušta joj da za vrijeme **emocionalne uzbune** sagleda i upravlja većim dijelom mozga, uključujući i racionalni mozak.

U jednom od najdetaljnijih otkrića o emociji u posljednjih 20 godina, Leduov rad otkriva način na koji arhitektura mozga omogućava amigdali nadmoćan položaj kao emotivnog stražara koji je u stanju da napadne mozak. Njegovo istraživanje pokazuje da čulni signali iz oka, ili uha, prvo putuju mozgom do **talamusa**, a potom jednom sinapsom do amigdale; drugi signal iz talamusa usmjeren je ka neokorteksu – mislećem mozgu. Ovakvo razgranavanje omogućava amigdali da daje odgovor prije neokorteksa, te provlači informacije duž nekoliko nivoa moždanih veza, prije no što ih ovaj konačno u potpunosti uvidi i pokrene krajnju, usmjerenu reakciju.

Osjećanja koja direktnim putem prolaze kroz amigdalu spadaju u naša najprimitivnija i najmoćnija; ova veza umnogome tumači moć emocija da prevaziđu racionalnost.

U neurologiji je bilo ustaljeno gledište da oko, uho i drugi senzori, prenose signale do talamusa, a odatle se senzornim putevima kreću ka oblastima neokorteksa gdje se signali uobličavaju u predmete kakvim ih vidimo. Signali su podijeljeni po značenjima, tako da mozak može da prepozna što određeni objekat predstavlja i što njegovo prisustvo znači. Ledu je otkrio da manje gomile neurona koje direktno vode od talamusa do amigdale, idu zajedno sa onima koji se šire dužim putevima

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

neurona do korteksa. No, ova manja i kraća staza, dopušta da amigdala prima neke od direktnih ulaza od čula i počinje da reaguje prije nego što ih neokorteks u potpunosti registruje.

Prokina napomena: Pročitaj. Valjaće ti. Ne plaši se. Iz ovog boxa neće biti pitanja na završnom ispitu :)

Samopredstavljanje

Samopredstavljanje označava sposobnost da se osoba predstavi tako da ostavi željeni utisak. Sposobnost za „kontrolu i maskiranje” izražavanja emocija ponekad se smatra ključnim za samopredstavljanje. Ljudi koji su umješni u takvoj kontroli, samopouzđani su manje-više u svakoj društvenoj situaciji, oni uvijek umiju da urade i kažu šta treba. Oni kojima prikladni postupci lako dolaze, prirodni su u svakoj prilici u kojoj je bitna izniansirana reakcija, od prodaje do diplomatske službe i politike.

Harizma je jedan aspekt samopredstavljanja. Harizma, kako kaže Goleman, nekog moćnog javnog govornika, ili velikog učitelja, ili vođe, obuhvata njihovu sposobnost da u nama zapale iskru emocija kojom sami zrače, da nas uvuku u sopstveni emocionalni spektar. Svjedoci smo takve jasno vidljive emocionalne zaraze kad posmatramo ulazak neke harizmatičke figure pred mnogobrojnu publiku. Sa druge strane, vješta scenska postavka može da poveća auru moći. Kao što znaju politički krotitelji, moćni simboli i podupirači kao što su more zastava, impresivna bina i klicanje prijateljski nastrojene gomile, mogu da stvore auru harizme čak i kod onih kojima nedostaju neophodna izražajnost ili snaga karaktera. Harizmatični ljudi imaju prirodnu izražajnost koja povlači ostale u sinhroničnost s njihovim ritmom i zahtijeva njihova osjećanja.

Takođe, po riječima Golemana, harizma se pojavljuje u vrhunskom obliku kod govornika koji umiju da se “poigravaju” publikom, i da poentu spoje s emocionalnom mješavinom koja će proizvesti najjači utisak. Da bi povukli za sobom publiku, zabavljači se koriste tajmingom i ritmičkom kadencom - povisuju ili snižavaju amplitudu svog glasa u pravom taktu. Oni postaju

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

odlični odašiljači emocija, dok je publika primalac te zaraze. Ali, za to je potrebna vještina i može se naučiti. Neki ljudi su sušto samopredstavljanje, bez unutrašnje sadržine koja bi to podržala.

Varijeteći socijalne inteligencije nijesu zamjena za druge vrste stručnosti i umještosti koje data uloga možda iziskuje, što će reći da pojedinac može imati sposobnost da navede ljude da ga vole, ali za postavljenje na neke zahtjevne pozicije, mora imati i prateće tehničke kvalifikacije.

Najčešće primjenjivane tehnike i mehanizmi usmjereni na emocionalnu komponentu stava su:

Emocionalni sendvič: Počinje izazivanjem snažnih emocija, čime se stvaraju pretpostavke za prijem poruke, zatim slijedi poruka koja je usmjerena više-manje racionalno, da bi se na kraju ponovo snažnim emocijama zatvorio „sendvič”. Ova tehnika prisutna je i u ekonomskoj ali i u političkoj propagandi. (Primjer: na predizbornom mitingu veliki broj zastava i ostalih jasno (nacionalno, državno i partijski) prepoznatljivih obilježja; miting počinje pjesmama koje izazivaju i stvaraju snažan emocionalni osjećaj zajedništva i pripadnosti. Prve rečenice govornika uvijek su „nabijene” emocijama i legitimišu govornika kao „iskrenog i pravovjernog” zastupnika upravo onih vrijednosti koje se simbolizuju u zastavama, grbu, himni i sl. Kraj mitinga slični njegovom početku - govornik i njegove poruke su u „sendviču”;

Prenos emocija: Učestalo pojavljivanje nekog sadržaja koji je u početku za primaoca neutralan, zajedno sa sadržajem prema kojemu postoji pozitivan emocionalni odnos – nakon određenog vremena dovede do pozitivnog odnosa i prema neutralnom sadržaju. (npr. mlade i lijepe djevojke igraju odbojku na plaži dok ih mladići posmatraju uz hladnu koku-kolu);

Povezani stavovi: Slično prenosu emocija - ideja da se novi sadržaji dovedu u vezu sa već postojećim vrijednosnim reakcijama, odnosno stavovima. Svaki ambiciozniji političar nastoji dovesti u vezu – povezati sebe i svoj program s tim preovlađujućim stavovima (sloboda, poštenje, demokratija i sl.) i tako zadobiti povjerenje;

Emocionalno otežane riječi: jedna od najznačajnijih i najčešće upotrebljivanih tehnika propagande. Ona uključuje poznatu distinkciju između denotativnog i konotativnog značenja riječi. Denotativno označava govor „stvari” – time se neposredno određuje neki pojam u neutralnom značenju. Konotativno označava govor „emocija”. Umješnim izborom riječi, koje su nabijene emocijama, usmejava se pažnja i

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

unaprijed daje pozitivno ili negativno značenje nekoj ličnosti, grupi, događaju, programu. Neki autori upotrebu takvih formulacija, kada se navode neke fraze koje izazivaju pozitivne sentimente, kao npr. „socijalna pravda”, „pravo na rad” i sl. zovu blistava uopštavanja. – Jasne asocijacije – proljeće (buđenje nade); svitanje – rađanje...;

Zamjena imena: Kada već postoje ili se pokušavaju iskonstruisati negativna imena za oznaku nekog sadržaja; npr. „vladajuća vrhuška”, „prodane duše”, „izdajice” – veza sa emocionalno otežanim riječima;

Upotreba stereotipa: težnja ljudi da stvari i pojave oko sebe doživljavaju na jasan, konzistentan i predvidljiv način vodi upotrebi stereotipa. Stereotipi najčešće služe za najjednostavniji način provođenja unutrašnje homogenizacije – insistiranjem na generalizaciji i uopštavanju...Mi plemenci – pripadnici bratstva oduvijek smo bili za...

Uticaj i briga

Jedna od važnih odlika socijalne spretnosti, pored sinhroničnosti i samopredstavljanja, jeste uticaj, odnosno umješnost u njegovom sprovođenju, u smislu konstruktivnog uobličavanja ishoda neke interakcije uz primjenu takta. Ljudi spretni u primjeni uticaja, uzdaju se u socijalnu svjesnost koja rukovodi njihovim radnjama; na primjer, prepoznaju situacije u kojima, u koliko „zažmure na jedno oko”, može biti blagotvorno po odnos sa drugim.

Empatija je jedan, a briga drugi znak socijalne inteligencije. Međutim, sama empatija malo znači ako izostane radnja. Osećaj za tuđe potrebe može, zahvaljujući ožičenosti mozga, biti podsticaj na akciju. Što jače osjećamo empatiju sa osobom u nevolji, i što jače osjećamo brigu, to će veća biti naša potreba da joj pomognemo. (Primjer: veza koja se vidi kad god se ljudi pokrenu da ublaže tuđu patnju).

Briga takođe odražava sposobnost neke osobe za saosjećanje. Manipulatori mogu biti vični drugim sposobnostima

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

socijalne inteligencije, ali ovdje nemaju uspjeha. Antisocijalnim tipovima, onima koji ne mare za tuđe potrebe i patnje, nedostaje ovaj aspekt socijalne spretnosti.

*

Da zaključimo tvrdnjom Zoharove i Maršala:

Duhovni kapital se inicijalno ne vrednuje dolarima i centima, već kroz osjećaj postignuća, zahvalnosti, visokog morala, i kroz opšti porast zadovoljstva koje prati bolji kvalitet života.

Perspektiva društva i budućnost naše kulture u cjelini zavisi od kritične mase pojedinaca koji će djelovati sa pozicija viših motiva i služiti temeljnim ljudskim vrijednostima. **Samo oni mogu da donesu promjene...**

KORIŠĆENA LITERATURA

Goleman D; "Socijalna inteligencija", Geopoetika, Beograd, 2007.

Goleman D; "Emcionalna inteligencija", Geopoetika, Beograd, 2008.

Goleman D; Bojacis R, Maki E; "Emocionalna inteligencija u liderstvu", Asee books, Beograd, 2008.

Kreč D, Kračfild R. S, Balaki I. S; "Pojedinač u društvu" Zavod za udžbenike i nastavna

sredstva, Beograd, 1972.

Mandić T; „Komunikologija – psihologija - komunikacija“, CLIO, Beograd, 2003.

Šiber I; „Osnovi političke psihologije“, Politička kultura, NIZ Zagreb, 1998.

Ziropađa Lj; "Uvod u psihologiju", drugo dopunjeno izdanje, Čigoja, Beograd, 2009.

Zohar D, Marshall I; "Duhovni kapital – Bogatsvo za održivu budućnost", HESPERIA-edu, Beograd, 2008.

D O D A T A K

Socijalni tipovi HEROJA, NITKOVA i LUDE u teoriji Orina KLAPA

Orin Edgar Klap (Orrin Edgar Klapp) bio je uvaženi američki sociolog i, između ostalog, autor veoma zanimljive teorije o socijalnim tipovima. Klapova teorija razvijena je pod značajnim uticajem prestižne Čikaške sociološke škole. Autorica monografske studije pod naslovom **Formiranje socijalnih tipova u teoriji Orina Klapa** je **Vesna Trifunović**. Izvodi iz Studije koji slijede (Studija je rezultat rada na projektu: Antropološka ispitivanja komunikacije u savremenoj Srbiji) preuzeti su iz: Glasnik Etnografskog instituta SANU, LV, 2007.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

KLAPOVA KLASIFIKACIJA SOCIJALNIH TIPOVA HEROJA, NITKOVA I LUDE:

HEROJ KAO SOCIJALNI TIP - Klap je heroja definisao kao osobu, stvarnu ili izmišljenu, koja pobuđuje odgovarajuće ponašanje i stavove okoline, najčešće divljenje, s obzirom na to da se izdvaja od drugih svojim neuobičajenim dostignućima i zaslugama.

Kao takav, heroj zauzima počasni status kome pristaju poštovanje, slavljenje i odavanje priznanja. Usled svojih superiornih kvaliteta, heroji simbolizuju uspeh, savršenstvo i pobedu nad zlom i predstavljaju model za identifikaciju. Klap navodi uloge Heroja koje naglašavaju individualni uspeh, kao i uloge Heroja koje su usmerene ka dobrobiti zajednice.

U prvu grupu spadaju:

1. **Heroj osvajač** – ovaj tip odlikuje se nadljudskom snagom, izdržljivošću, veštinom i hrabrošću, a karakteriše ga nepobedivost i nenadmašnost. Iz folklora se, kao primer, mogu navesti Beovulf, Zigfrid, Marko Kraljević. Stvarna osoba koja je uživala ovaj status u okviru američke kulture je Džek Dempsi, kako navodi Klap.
2. „**Pepeljuga**“ – ukoliko je osoba mlada i neobećavajućih izgleda, obrazac Pepeljuge može je učiniti Herojem. Ovaj obrazac podrazumeva uzdizanje iz nepovoljnog položaja do uspeha i to pored protivnika koji su imali daleko povoljnije izgleda. Dobar primer ovog obrazca je „self-made man“, osoba koja je najčešće počinjala kao siromašna ili siročica, a koja je uspela da se svojim radom, trudom i talentom obogati i stekne visok društveni status.
3. **Mudar Heroj** – ovo je uloga koja više naglašava visprenost od fizičke snage. Ona zahteva superiornijeg protivnika, u pogledu moći i veličine, koga pobeđuje svojom dosetljivošću i iznenadnim trikovima. Ovaj Heroj se graniči sa nevaljalcem s obzirom da može bezobrazno ismejavati svoje protivnike. Upravo činjenica da su ti protivnici u nakoj vrsti nadređenog položaja, utiče na to da u javnom životu ovaj tip bude proglašen za Heroja. Naš primer su priče o Eri i njegovim dogodovštinama sa Turcima, kao i anegdote o knezu Milošu na osnovu kojih ga, takođe, možemo svrstati u ovaj tip.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Druga grupa uključuje sledeće uloge Heroja:

1. **Heroj oslobodilac** – pojavljuje se u trenutku opasnosti, kada je potrebna pomoć ili spas. Popularnost slavni vojskovođa je često bazirana na ovoj ulozi. Ovde se, takođe, može navesti Marko Kraljević kao domaći primer, a od istorijskih likova kod nas, Karađorđe i knez Miloš.
2. **Dobročinitelj** – kao što samo ime kaže, heroizam ovakve osobe počiva na dobrim delima koje je učinila, najčešće pomaganjem nezaštićenih, bolesnih i siromašnih. Kulturni heroj, kao darivalac i osoba koja doprinosi dobrobiti zajednice, spada u ovu kategoriju, pa se kao naš primer može navesti sveti Sava.
3. **Mučenik** – ova uloga podrazumeva samožrtvovanje za određeni cilj. Može se reći da svaka krizna situacija ili konflikt u koji je uključen neki važan cilj daje priliku za to da osoba dobije status mučenika. Dobar domaći primer ovog tipa je knez Lazar.

NITKOV KAO SOCIJALNI TIP - „Većina društava, ako ne i sva, imaju sliku o idealnom tipu zle osobe za koju se veruje da je odgovorna za ozbiljne neprilike“, kaže Klap.

Nitkov u kolektivnoj svesti, dakle, figurira kao otelotvorenje zla. Uprkos svom ljudskom obliku, on se opaža kao monstrum koji je omražen i odbačen kao neprijatelj društvenog poretka, ispravnih i nezaštićenih. Ovaj tip je, međutim, važan socijalni simbol koji grupa sâma stvara kao deo sopstvene organizacije.

Postoji nekoliko vrsta Nitkova koje je Klap identifikovao u američkom društvu i oni se mogu klasifikovati u dve osnovne grupe.

Prvoj pripadaju oni Nitkovi čije su uloge vidljive, očite i javne, dok druga grupa obuhvata uloge Nitkova koje su prikrivene i za koje je obično potrebno izvesno vreme da bi se otkrile. Ovde treba skrenuti pažnju na to da su kategorije Nitkova koje slede identifikovane najpre u okviru američke kulture i na osnovu slenga, odnosno, termina kojima su u američkom govoru najčešće označene ove uloge.

Prvu grupu čine:

1. **Razbojnik ili Odmetnik** (*Desperado, Outlaw*) – odlikuje ga nasilno ponašanje protiv koga se grupa obično ujedinjuje da bi mu se suprotstavila. Kao primer ove vrste Nitkova, Klap navodi sledeće termine kojima je on obeležen u američkom svakodnevnom govoru: *gangster, revolveraš, bandit, javni neprijatelj, Bili Kid* (inače prototip predstavlja Robin Hud) itd;

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

2. **Ugnjetavač ili siledžija** (*Oppresor, Bully*) – ovo je jaka i okrutna figura koja zloupotrebljava svoju moć nad slabom žrtvom. Njegovo prisustvo, prema Klapu, pobuđuje kolektivna iščekivanja da će se pojaviti heroj koji će ga ukloniti. Često se obeležava imenima kao što su: *inkvizitor, progonitelj ili nasrtljivac, tiranin, Neron, silovatelj* itd. Kod nas je ovu ulogu u narodnom folkloru često igrao Turčin (Dahije);
3. **Autoritarista** (*Authoritarian*) – ovaj tip je veoma blizak prethodnom. Odlikuje se nametanjem sopstvene volje drugima i ograničavanjem individualne slobode. Poznat je kao: *diktator, fašista, licemer, cenzor, kritizer*, i dr;
4. **Buntovnik** (*Rebel*) – ovo je vrsta otpadnika od zakona koji naročito pretili zbacivanjem uspostavljenog autoriteta. *Revolucionar, boljševik, radikal, uzurpator* su nazivi koja ga obeležavaju;
5. **Izrugivač, skandalozna ličnost** (*Flouter*) – karakteriše ga skandalozno ponašanje kojim podriva društveni red. Od naziva koja ga označavaju mogu se navesti *rasipnik, raspusnik, obestan tip, „pala“ žena (nevaljalica), bludnica*;
6. **Izazivač nevolja** (*Trouble-maker*) – osuđuje se zato što proizvodi sukobe. Može se reći da su stvari bile na svom mestu pre nego što se on pojavio. Naziva se *osobenjak, čudak. „tip“, sveznalica, mudrijaš, pametnjaković, ohola osoba, pokvarenjak, poročna osoba*;
7. **Polagač prava na nezasluzenu privilegiju** (*Claimant of Undue Privilege*) – ova kategorija uključuje sebične grabljivce koji, kao što samo ime kaže, zahtevaju ono što im ne pripada ili postavljaju drsko sebe iznad drugih. *Snob, uzurpator, siledžija za volanom, bezobziran tip, otimač*;
8. **Uljez ili nametljivac** (*Intruder*) – nedobrodošli nametljivac koji na silu ulazi u određenu grupu ili statusni sistem: *skorojević, arivista, njuškalo, grebator, folirant, gedžovan*;
9. **Sumnjivi marginalac** (*Suspicious Isolate*) – osoba čije čudno ponašanje, pojava i marginalna pozicija deluju opasno: *čudak, čaknuta osoba, osobenjak, šunjalo, smutljivac*;
10. **Monstrum** (*Monster*) – ovaj bizarni Nitkov je, svojim delovanjem, van okvira uobičajenog poimanja i približan je

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

demonu. *Davo, demon, veštica, perverzljak, psihopata, sadista, krvopija, mučitelj, Džek Trbosek*, samo su neki od termina koji ga obeležavaju;

11. **Bitanga** (*Rogue*) – ovaj tip nalazi se na granici između Lude i Nitkova, pa postoji ambivalentan odnos prema njemu (*nitkov, bitanga, baraba*), i
12. **Otpadnik** (*Renegade*) – bezočni tip koji se javno priklanja drugoj strani, izdajica. Među ostalim pojmovima popularnog govora koji obeležavaju ovu ulogu, Klap navodi pojmove *nigger-lover*, što bi se u našem kolokvijalnom izrazu moglo prevesti kao *poturica*, potom *štrajkbreher, cinkaroš, „tužibaba“*, *izdajica*.

Druga grupa obuhvata prikrivene uloge Nitkova i među njima se mogu navesti:

1. **Prikriveni izdajnik** (*Underhanded Traitor*) – ovaj tip je blizak Odmetniku sa tom razlikom što se potajno okreće protiv svoje grupe i „radi iza leđa“. *Juda, komunjara, crveni, onaj koji „otkucava“* nazivi su za ovu vrstu Nitkova;
2. **Obmanjivač** (*Deceiver*) – predstavlja se lažno, obično je to osoba izvana koja zadobija poverenje laskanjem i umiljavanjem. *Laskavac, lažljivac, ulizica, prevarant, „lija“*;
3. **Podli napadač** (*Sneak-Attacker*) – maliciozni autsajder koji kukavički napada. *Back-biter, gossip, weasel, Ku-Kluxer*, itd;
4. **Prevarant ili parazit** (*Chiseler, Parasite*) – on ima parazitski odnos prema grupi i potajno iskorišćava svoju nepoštenu prednost. *Black-marketeer, pimp, extortionist*;
5. **Vrdalo** (*Shirker*) – izbegava važne dužnosti i obaveze. *Deserter, coward, chicken*, i
6. **Kvarilac, zavodnik** (*Corrupter*) – vrši loš uticaj naročito putem bliske veze. Često ga je teško otkriti i njegovo prisustvo se smatra opasnim za društvenu organizaciju. *Bad apple, seducer, degenerate*.

Klap, takođe, pominje i različite nazive kojima se pripisuje karakter Nitkova ali koji ne specifikuju i određenu ulogu kao prethodne kategorije. Ti nazivi se mogu klasifikovati u dve grupe: društveno nepoželjno (*No-good, black sheep, tramp, floater, loafer, convict*) i

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

ambivalentni epiteti koji osobu svrstavaju uopšte u kategoriju Nitkova (*bastard, bitch, rat, louse*).

LUDA KAO SOCIJALNI TIP - Luda je socijalni tip na koji često nailazimo u folkloru, literaturi i drami. Klap definiše Ludu kao osobu, stvarnu ili imaginarnu, koja je generalno ismejavana i koja, kao takva, uživa specifičan status. Luda predstavlja kolektivni pojam o vrsti osobe ili ponašanju koje je smešno i inferiorno kao i vrednosti koje određena grupa ne prihvata. Ona se obično definiše kao osoba kojoj nedostaje zdravorazumsko rasuđivanje ili koja se ponaša apsurdno i glupo.

Luda je prava antiteza lepoti, pristojnosti, ljupkosti, inteligenciji, snazi i drugim osobinama koje otelotvoruje Heroj pa je, u skladu sa tim, ovaj tip izrazito antiherojski.

Usled toga treba istaći da postoji značajna razlika između Lude i Nitkova. Ona se ogleda u činjenici da postupci Lude ne sadrže zlu nameru i, kako Klap kaže, u tome što su ti postupci isuviše budalasti da bi se shvatali ozbiljno. Luda se, stoga, pre toleriše i smatra zabavnom nego što se kažnjava. Klap klasifikuje Lude po osobenom načinu na koji one odudaraju od grupnih normi i to preterivanjem ili prekoračenjem u ponašanju, kao i nedostatkom u ličnosti ili ponašanju.

U prvu grupu spadaju:

1. **Groteskna luda** – odudara od društvenih normi impulsivnim i razigranim ponašanjem, na primer, pravljenjem grimasi ili šegačenjem. Tipični predstavnici ove vrste Lude su klovnovi;
2. **Komični nevaljalac ili varalica** – njegovo ponašanje, koje uključuje bezobrazne gestove, skarednost i izopačenost, graniči se sa zabranjenim. Razlikuje se od groteskne lude po tome što njegovi postupci odstupaju od konvencije, pre svega, u pravcu neprihvatljivog ponašanja. Nedostatak njegove ozbiljne namere ili bilo koja druga slabost koja mu je prirođena, sprečava da bude svrstan u društveni tip Nitkova; i
3. **Brzopleta luda** – karakteriše je sklonost ekstremima u životu i nedostatak rasuđivanja koji je odobren od starne grupe. Ovaj tip Lude naročito srećemo u ekstremnim sportovima (tzv. Daredevil) i često imamo ambivalentna osećanja prema njemu u smislu da se divimo njegovoj hrabrosti ali da njegove postupke smatramo ludošću.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Drugu grupu čine:

1. **Nespretna luda** – nedostatak veštosti u situacijama koje zahtevaju vičnost i odgovarajuće ponašanje. Kao primer može se navesti pojedinac koji se oklizne i padne u čudan položaj na nekom javnom dešavanju;
2. **Deformisana luda** – odstupa u svom izgledu od društvenih normi o lepoti, držanju, stilu itd. Može se odlikovati ružnoćom, gigantskim rastom ili animalnošću, uopšte odbojnom spoljašnošću;
3. **Budalasta luda** – za ovaj tip karakteristični su nedostatak inteligencije i razuma. Ona je naivna, prosta, bezosećajna i karakterišu je smešni promašaji, komične frustracije, neshvatljivo ponašanje i činjenica da je ostali mogu lako iskorišćavati;
4. **Slaba luda** – odlikuje se nedostatkom snage, agresivnosti i hrabrosti. Kada njeno ponašanje ostavlja ozbiljne posledice po grupu naziva se kukavicom i time se približava izdajici, odnosno tipu Nitkova;
5. **Comic butt** – ovaj tip je kombinacija deformisane, slabe i budalaste lude. Njegov izgled podstiče ismejavanje i prezir, a kinji se zato što je isuviše glup, potčinjen i plašljiv da bi uzvratilo. Zanimljivo je pomenuti da je ovaj tip praktično neuništiv, tj. često preživljava nezgodne padove i velike eksplozije dok mu se posmatrači rađe smeju nego što ga sažaljevaju;
6. **Pompezna luda** – karakteriše je pretendovanje na mnogo viši status od onog koji joj u stvarnosti pripada. Zato se često dešava da je pobjedi niži, slabiji rival ili ona sama pogreši pa ispadne Luda, i
7. **Ismevani heroj** – ova kategorija podrazumeva ismejavanje pojedinca na taj način što mu se ironično pripisuju nazivi koji se koriste pri karakterizaciji heroja (Supermen, šampion, legenda, car, kralj, itd).

Proces identifikacije Heroja, Nitkova i Lude:

Obratimo sada pažnju na način na koji ova tri socijalna tipa bivaju identifikovani od strane kolektiva.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Kao prvi faktor Klap navodi njihovu „opažljivost“ ili „boju“. Pod ovim autor podrazumeva neku individualnu osobenost (ekscentričnost, određenu veštinu ili sklonost skandalima) koja pojedinca čini upadljivim.

Drugi zahtev je da osoba svojim ponašanjem ili izgledom odgovara tipu koji je uspostavljen u kolektivnoj misli. Tako, obrazac ponašanja koji je karakterističan za policajca u domaćim vicevima sugerise da ga treba svrstati u kategoriju Lude.

Takođe, svetle oči, pogrbljena leđa i neprijatna spoljašnjost uticali su na to da, u prošlosti, osoba bude proglašena vešticom. Treći način za identifikaciju jednog od ova tri tipa jeste društvena prilika za igranje određene uloge koju prepoznaje grupa u skladu sa svojim opažanjem situacije. Sportska dešavanja su posebno povoljna za stvaranje šampiona putem takmičenja (Heroja), 1. april za „proizvođenje“ Lude, a suđenje za karakterizaciju kriminalaca (Nitkova). Kod četvrtog načina pripisivanja uloge Heroja, Nitkova ili Lude moramo imati u vidu, već pominjani, Klapov argument da je to, najpre, kolektivni proces. To znači da osoba ne mora nužno posedovati odlike ova tri tipa da bi bila okarakterisana kao jedna od njih.

Takva karakterizacija u kolektivnoj svesti može biti postignuta putem glasine, anegdote, vica, ogovaranja ili bilo koje priče na račun izvesne osobe. Racionalnost, dakle, nije značajan faktor u prepoznavanju Heroja, Nitkova ili Lude. Prema Klapu, čak i rituali koji imaju funkciju pripisivanja jedne od ovih uloga, poput kanonizacije, dolaze nakon spontanog kolektivnog određenja.

Određena „problematična“ osoba može biti definisana i na više kontradiktornih načina u isto vreme. Reformatori se, tako, mogu percipirati kao Heroji, ali i kao Nitkovi koji podrivaju *status quo*.

Moguće je i da pojedinac promeni vremenom svoj status i da se iz jednog tipa razvije u drugi. Na primer, osoba može da izmakne iz kategorije Lude i to zahvaljujući određenim postupcima ili pričama koje joj pomažu da se redefiniše i postavi u kategoriju poželjnijeg tipa. Među najznačajnijim putevima za izbegavanje ove nepoželjne društvene uloge može biti prihvatanje šale i smejanje na sopstveni račun, što implicira da šala nije prčinila nikakvu štetu i da je, samim tim, bezuspešna. Slična strategija je privremeno prihvatanje uloge Lude i njeno korišćenje u cilju mudre pobede nad pretencioznim protivnikom. Aktivnost i spremnost na borbu, takođe, mogu uticati na to da osoba izađe iz kategorije Lude, naročito onda kada ona izazove jačeg protivnika. Pobeda će toj osobi svakako ići u prilog i učiniti je „ubicom džinova“ ali se ni neuspeh ne mora loše odraziti na nju budući da bi je mogao načiniti žrtvom i mučenikom.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Obrazac „Pepeljuge“ je već pominjan kao bitan u kreiranju Heroja, međutim, Klap govori o ovom zanimljivom društvenom obrascu i kada su u pitanju Lude.

Pored preobražaja same osobe iz „ružnog pačeta u prelepog labuda“, ovaj obrazac podrazumeva i očekivanje koje postoji u kolektivu da se određena osoba izdigne iz svog nepovoljnog položaja i dostigne neočekivani uspeh. Inače, obrazac Pepeljuge je, prema rečima Klapa, čest u kolektivnoj misli američkog društva. U skladu sa time, prezrena osoba, koja je „u statusu“ Pepeljuge, može otkriti neki skriveni potencijal i na taj način pokrenuti ovaj obrazac očekivanja koji postoji unutar kolektiva.

Najzad, Luda može svojom patnjom i pokazivanjem „ljudskih“ osobina izazvati saosećanje kod drugih što može doprineti da osoba pređe u kategoriju mučenika.

Heroj, takođe, može promeniti svoj status i preći u kategoriju Nitkova ili Lude. Ovo se potiče neočekivanim iskazivanjem slabosti ili kukavičluka od strane osobe koja uživa status Heroja ali i otkrivanjem prevare kojom se ta osoba možda poslužila u ostvarivanju nekog cilja. Lišavanje statusa Heroja može slediti i nakon što je osoba pobeđena od strane slabijeg rivala ili, pak, ukoliko osoba odnese okrutnu pobedu nad slabijim rivalom.

Klap, međutim, ne razmatra detaljno mogućnost prelaska Nitkova u kategoriju Heroja ili Lude. Ovde se može izneti pretpostavka da to, u neku ruku, i nije moguće.

Prelazak Heroja u kategoriju Lude ili Nitkova, ili, pak, Lude u kategoriju Heroja ili Nitkova, čini se prilično jednostavnim – dovoljan je, gotovo, samo jedan „pravi“ potez, bio on pogrešan odnosno loš ili ispravan odnosno dobar.

Kada je reč o Nitkovu, sâm Klap navodi da je stigmu nitkovizacije veoma teško otkloniti. Ako tome dodamo ono što ovaj autor naziva, već pomenutim, „primitivnim“ odgovorom društva na socijalne tipove, može se pretpostaviti da osoba, jednom označena kao Nitkov, gotovo i ne može pobeći od takvog svog određenja. Ovde prvenstveno mislim na situacije kada je osoba zvanično svrstana u ovu kategoriju od strane svoje okoline. S obzirom na to da stoji kao opozicija Heroju u svakom pogledu, teško je zamisliti pretvaranje Nitkova u Heroja. „Pravom Nitkovu nedostaju iskupljujuće karakteristike koje čine da bude pomešan sa Herojem.“ On se odlikuje suprotnim osobinama koje krase Heroja i preti grupi kojoj Heroj služi. Čak i kada je u pitanju njegova transformacija u Ludu ne treba misliti da je situacija povoljnija.

Naime, Nitkov se već pokazao kao opasan po zajednicu i njegova (ne)dela su uzeta kao ozbiljna pretnja. S druge strane, postoji mogućnost da unutar zajednice još uvek ne postoji jedinstveno uverenje da određenu problematičnu osobu treba svrstati u kategoriju Nitkova, a

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

da se ta osoba, u ključnom trenutku, pokaže u potpuno drugačijem svjetlu. Možda je samo tada moguće govoriti o prelasku Nitkova u neku drugu kategoriju, ako se to uopšte i može nazvati prelaskom budući da prethodno nije došlo do jasne identifikacije osobe sa ovim tipom.

Društveni odgovor na tipove Heroja, Nitkova i Lude

Heroizacija, nitkovizacija i stvaranje Lude mogu se definisati kao kolektivni procesi kojima se pojmovi Heroja, Nitkova ili Lude pripisuju pojedincima i u skladu sa kojima se društvo odnosi prema tim pojedincima. To znači da, kada je osoba uvršćena u jednu od ovih kategorija, postoji tendencija kolektiva da tretira tu osobu na odgovarajući način. Tako je, budući da zauzima visok status, Heroj nagrađen privilegijama, uvažen, duboko poštovan i podražavan. Oko Heroja često postoji krug posvećenika koji ga slave i šire priče i sećanja na njegova dela, čak i posle njegove smrti, što, takođe, spada u proces heroizacije.

Nitkov, s druge strane, ima položaj koji stoji na suprotnom polu od položaja Heroja. Kolektiv nastoji na njegovom suzbijanju i uništenju kao što je ilustrovano u bajci sudbinom veštice koja završava ispečena u sopstvenoj peći. Za tip Nitkova karakterističan je tretman koji uključuje: ostracizam, javnu korpo-ralnu kaznu, žigosanje, oduzimanje čina, sramoćenje itd. Proces nitkovizacije institucijalizovan je u vidu ekskomunikacijskih rituala, ratne propagande ili linča i podrazumeva konsenzus po pitanju određivanja prirode Nitkova, ali i po pitanju toga šta raditi sa njim i kako se organizovati i postaviti prema njemu.

Društveno prikladan odnos prema Ludi je spuštanje njenog statusa ismejavanjem i rujanjem. „Iako može biti zabavna, mi ne simpatišemo sa Ludom već je držimo na odstojanju i smejemo joj se u lice.“¹⁶ Osoba koja je u stvarnom životu označena kao Luda može trpeti ozbiljne posledice kao što je gubitak privilegija ili uklanjanje sa određene društvene pozicije jer niko ne želi da „ima posla s njom“.

Među društvene procese stvaranja Lude, Klap ubraja viceve i popularni humor, davanje nadimaka, književnu i umetničku satiru i propagandu. „Niko nije toliko poštovan da o njemu ne kruže glasine i šale. Anegdote mogu postati neprolazne priče koje su deo nečije reputacije. Nadimci se često daju javnim ličnostima pomažući u njihovoj karakterizaciji i njihovom približavanju javnosti“.

Epiteti koji se, pri tom, pripisuju određenoj osobi zasnivaju se na njenim istaknutim karakteristikama koje je čine naročito pogodnom za određenu vrstu viceva.

Satira dočarava nečiji karakter putem parodije, karikature ili ironije, dok propaganda može iskorišćavati ove spontane procese. Na

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

osnovu ovoga čini se da se svakome u životu može desiti da postane žrtva procesa stvaranja Lude. Međutim, svako ne ostaje trajno u toj kategoriji, što će reći, Lude se „biraju“.

Zato Klap postavlja pitanje šta je to što čini da se uloga Lude održava? Šta je odgovorno za permanentnu karakterizaciju osobe kao Lude? Kao odgovore na ova pitanja, autor navodi sledeće faktore: lične osobine i iznova ponavljano ponašanje koji sugerišu ulogu Lude; jedan ali udarni postupak koji nesumnjivo ubeđuje kolektiv u to da je osoba „neizlečiva“ Luda; priča ili epitet koji su tako dobri da se iznova ponavljaju i pamte, čineći trajnu legendu; neuspeh da se kontrira ulogi Lude postupcima ili pričama koji bi osobi omogućili izlazak iz te kategorije.

Odnos društva prema Ludi nije toliko oštar kao odnos prema Nitkovi i ovo se jedino može pripisati, već pomenutoj, činjenici da je ona tretirana kao isuviše budalasta da bi se uzimala za ozbiljno. Ipak, Luda predstavlja povredu društvenih normi pristojnosti, pa su omalovažavanje, degradiranje i sramoćenje kazne koje ona, kao takva, trpi.

Funkcije socijalnih tipova Heroja, Nitkova i Lude

Kao što je već pomenuto, funkcije socijalnih tipova mogu se identifikovati na individualnom i kolektivnom nivou. Tipovi Heroja, Nitkova i Lude nisu izuzetak po tom pitanju. Na prvom mestu, ovi tipovi operišu unutar ličnosti kao norme u skladu sa kojima se vrši samorasuđivanje. Kao što se može pretpostaviti, osoba će najpre uzimati tip Heroja kao svoj model ponašanja i mada neće u potpunosti voditi život mučenika ili oslobodioca, potvrđivaće sebe kroz one modele koje izabere za svoje heroje i koje prihvata kao vođe.

Tipovi Nitkova i Lude, takođe, imaju značajnu funkciju na nivou ličnosti, podržavajući ulogu Heroja. Naime, da bi se adekvatno igrala uloga Heroja treba imati jasnu predstavu o tome protiv koga se „poteže mač“. Praktično je nemoguće igrati ulogu, na primer, mučenika ukoliko ne postoji i uloga tiranina.

Na nivou grupe uočavaju se druge funkcije. Na prvom mestu, u procesima heroizacije, nitkovizacije i stvaranja Lude, prema Klapu, mogu se uočiti rituali solidarnosti i potvrđivanja norme. „Ljudi se okupljaju da bi hvalili Heroja, borili se protiv Nitkova i smejali se Ludi.“¹⁹ Područja ovakvih kolektivnih rituala su pozorišta, javni forumi ili, pak, ogovaranja čija je značajna funkcija potvrđivanje kolektivnih vrednosti. Ovi tipovi, dakle, pomažu u perpetuiranju tih kolektivnih vrednosti ali i služe očuvanju određenih društveno neophodnih

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

sentimenata kao što su ponos na velike ljude, divljenje hrabrosti i samožrtvovanju, mržnja poroka i prezir slaboumnosti.

Tipovi Heroja, Nitkova i Lude, prema Klapu, bitni su i kao elementi društvene kontrole i organizacije. Grupa, zapravo, podržava određene modele usmeravajući i kontrolišući svoje pripadnike u skladu sa njima. Što je jači ovaj sistem kontrole to će prosečna osoba unutar jedne zajednice biti bliža normi Heroja, kao, na primer, u monaškim redovima gde se gotovo svaki pojedinac može uzeti kao model tipa koji je postavljen za uzor. Čak se i u grupama, gde kohezija nije na tako visokom nivou, mogu uočiti pojedinci koji se izgledom, odnosno identifikacijom sa odgovarajućim tipom, izdvajaju iz okoline. Tako, neki ljudi često kažu da „na prvi pogled“ mogu prepoznati kriminalca, što, opet, kriminalci mogu da tvrde kada su u pitanju policajci.

Kako Klap navodi, tamo gde nema socijalnih tipova Heroja, Nitkova i Lude iprocesa heroizacije, nitkovizacije i stvaranja Lude, može se očekivati da su kontrola i moral, uprkos dobroj racionalnoj strukturi, slabi. Jake institucije, poput nekih vojnih organizacija, itekako koriste ove tipove u cilju podržavanja svoje racionalne, formalne strukture.

Klap smatra da je nemoguće govoriti o etici jednog društva ili grupe bez zalaženja u oblast ovih društveno proizvedenih predstava o Heroju, Nitkovu i Ludi.

Možemo se, ukratko, osvrnuti na svaki od ova tri tipa posebno i razmotriti njihove specifične funkcije koje Klap identifikuje. Takođe, treba istaći i duboki ambivalentni odnos koji zajednica gaji prema tipovima Lude i Nitkova, a koji bitno utiče na njihove društvene funkcije.

Društvena funkcija socijalnog tipa Heroja veoma je bitna s obzirom na visoki status koji ovaj tip uživa. Može se pretpostaviti da Heroj predstavlja društvene uloge i karakteristike koji su od izuzetne važnosti za opstanak grupe, njeno blagostanje i napredak. Klap navodi da Heroji pružaju i inspiraciju pripadnicima društva za unapređenje sopstvenog statusa. Tada ovaj tip funkcioniše kao značajan simbol u pogledu razvoja ličnosti, edukacije i društvene kontrole.

Heroj je, takođe, tip kome lako može biti dodeljena uloga vođe. Zajednica oseća jedinstvo sa njim, ponosna je na njega, pa ovaj tip pomaže i u organizaciji grupe budući da predstavlja simbol u skladu sa kojim se grupa identifikuje i kroz čije obožavanje izražava svoje specifične, društvene vrednosti.

Kada je uspostavljen kao deo društvene strukture, status Lude ima četiri osnovne karakteristike. On je nizak, ismejavan ali i tolerisan i dozvoljen. Nameće se, dakle, zaključak da u društvenom statusu Lude nailazimo na izvestan paradoks. Naime, Luda je u isto vreme prezrena ali i tolerisana, ismejavana ali i pričinjava zadovoljstvo, degradirana ali i privilegovana. Zato Luda uživa izvesnu popularnost i može dostići slavu.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Njena uloga je, stoga, institucijalizovana i perpetuirana u folkloru što ukazuje na to da ona ima važnu društvenu funkciju.

Klap identifikuje nekoliko takvih funkcija. Na prvom mestu je specifičan doprinos Lude grupnoj organizaciji i disciplini. Ona svojim „štosevima“ remeti strogo ponašanje i komikom olakšava rutinu. Luda, takođe, doprinosi regulisanju agresije u tom pogledu što na sebe prima različita nedostojanstva koja bi se u stvarnom životu mogla tretirati kao uvrede i biti povod za konflikt.

Ipak, socijalni tip Lude najznačajniji je kada je u pitanju socijalna kontrola i redukcija statusa. Klap ovde misli na to da društvo koristi ovaj tip, odnosno pripisuje ga, kako bi onemogućilo nekompetentnim osobama pristup značajnim društvenim ulogama. Kada je u pitanju društvena kontrola, može se reći da će svako izbegavati da bude svrstan u ovu kategoriju. „Strah od ismejavanja može biti jak koliko i strah od kažnjavanja ili smrti“, kaže Klap.

Zato grupa kroz tip Lude disciplinuje svoje pripadnike i utiče na njihovo ponašanje oblikujući ga prema prihvaćenim standardima. Najzad, ovaj tip je naročito značajan u edukaciji budući da daje negativan primer koji često srećemo u literaturi i folkloru, a često služi i kao lekcija deci u pričama koje su im namenjene.

Ukoliko Nitkova posmatramo kao fundamentalni društveni simbol, onda se može očekivati da će svako društvo imati potrebu da stvara, održava i pripisuje ovaj tip u skladu sa svojim potrebama. Kao najznačajniju funkciju procesa nitkovizacije, Klap navodi stvaranje i održavanje adekvatnih predstava o Nitkovu i pripisivanje tih predstava pojedincima u odgovarajućim prilikama.

Stvaranje Nitkova je deo društvene reakcije na određene oblike ponašanja kao što su: ponašanje koje pretil društvenim normama, organizaciji i zakonu, ozbiljna zloupotreba statusa, sumnjiva marginalna pozicija pojedinca unutar grupe, potajno držanje, groteskna odstupanja i namerno izneveravanje lojalnosti.

Kreiranje socijalnog tipa Nitkova je, u skladu sa tim, odbrambeni mehanizam, koji kolektiv razvija kako bi se obnovila i odbranila društvena struktura i da bi se izgradio konsenzus po pitanju određenih vrsta postupaka. Klap zaključuje da imenovanje Nitkova služi njegovom odvajanju od običnih ljudi, podizanju uzbune usled njegovog prisustva i žustrom reagovanju kako bi se izašlo na kraj sa takvim opasnim prestupnikom.

Autor, međutim, upozorava da u svakodnevnom životu nikada ne srećemo osobu koja je ovakvo potpuno otelotvorenje zla. Zato se često dešava da osoba, u kojoj se delom prepoznaju neke od navedenih osobina Nitkova, bude u ulozi žrtvenog jarca budući da postoji mogućnost da se u potpunosti na nju primeni određeni pojam Nitkova.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Društvo, takođe, ima paradoksalni odnos prema ovom socijalnom tipu. S jedne strane, u praksi, želi da ga se otarasi, ali ritualno želi da ga zadrži kao predstavu o tome šta se dešava ljudima koji ispolje karakteristike Nitkova i kao osiguranje da je zlo iskontrolisano.

Zbog ovih funkcija, društvo ne može da se otarasi Nitkova tiho i neprimetno već se suočava sa potrebom da ga tretira na oštar način koji bi služio kao primer.

Klap razlikuje sledeće potkategorije Heroja koji je društveno uvažen:

- *pin-ups*,
- *social lions*,
- *good fellows* i
- *conformers*.

Pin-up je tip koji nalazimo na naslovnim stranama popularnih časopisa i obeležava se terminima kao što su *doll*, *cover girl*, *beauty queen*, *Miss America*. Jedini zahtev koji osoba mora da ispuni da bi bila svrstana u ovu kategoriju jeste telesno savršenstvo i fotogeničnost;

Social lion je šarmer, odnosno, osoba koja očarava ljude svojim manirima, elokvencijom ili dosetljivošću. U domaćem slengu ovaj tip bio bi obeležen terminom šmeker;

Good fellow je poznat kao običan pojedinac koji je zahvaljujući svojoj „dobroj duši“, ličnosti i dobrim delima pridobio svoje okruženje. U američkom slengu se često naziva *the good Joe*, i

Conformer je kod Klapa tip koji doslovno poštuje sva društvena pravila i zakone i u slengu je poznat kao *the stickler*, *Puritan*, *saint*, *paragon*. „Heroj konformista se izdvaja zato što su ostali pripadnici društva uglavnom slabi konformisti.“

Klap ih deli na dve grupe: moraliste, koji zadovoljavaju sve etičke standarde (*saint*, *angel*, *patriot*, *100% American*) i *smoothies* koji zadovoljavaju postojeće zahteve grupe. *Smoothie* se odlikuje neprikosnovenim i savršenim spoljašnjim izgledom pa mu je gotovo nemoguće naći manu. Poznat je kao *fashion leader*, *best dressed woman*, *slick chick*, *glamour girl* itd.

Nezavisni duhovi (*Independent spirits*) su modeli koji delaju i „stoje“ sami (*individualist*, *lone eagle*, *lone wolf*, *pioneer*, *self-made man*). Ovaj tip, kad se primeni na osobu ženskog pola, konotira često samostalni uspeh u „muškom“ svetu. „Amerikanci nisu toliko impresionirani veličinom dostignuća koliko sposobnošću ili voljom ovih heroja da budu različiti i da slede usamljenu stazu.“

Upravo je ovo samotnjaštvo uglavnom uzrok draži mnogih heroja u literaturi i svakodnevnom životu. Marko Kraljević, na primer, umire sam ispod drveta na Urvini planini u narodnoj epskoj pesmi. U domaćoj sredini je, takođe, uočljivo iskorišćavanje ovog tipa kao modela u

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

skinhead pokretu kroz natpise „Sam protiv svih“ na majicama koje su pripadnici ovog pokreta nosili.

Group servant je tip najbliži tradicionalnoj slici Heroja, kao jake i ispravne osobe koja je neumorno grupi na usluzi. U ovu kategoriju spadaju: branioци koji jačaju zakon, štite i spasavaju ljude u nevolji (*gang-buster, Lone Ranger, protector, dragon-slayer*), zatim krstaši koji pokušavaju da uspostave novi red (*reformer, trust-buster*) kao i mučenici koji se žrtvuju za svoju grupu i dobročinitelji koji revnosno rade u korist svoje zajednice. Ovo bi bili najosnovniji tipovi Heroja koje je Klap identifikovao u okviru američkog društva.

Osnovni tipovi Nitkova koje Amerikanci poznaju već su navedeni u delu ovog rada koji se bavi njihovom klasifikacijom. Na ovom mestu mogu se još jednom navesti kriterijumi u skladu sa kojima Klap sortira ove tipove.

Ti kriterijumi su sledeći: vidljivost (da li je tip primetan ili prikriven u svom delo-vanju), vrsta pretnje (da li je u pitanju kršilac zakona, parazit, obmanjivač), društvena pozicija tipa (tzv. insajder ili autsajder, stranac, marginalac) i, najzad, ozbiljnost stava prema određenom tipu Nitkova koja može biti u rasponu od tolerancije do mržnje i prezira.

Možemo se, takođe, podsetiti glavnih kategorija Nitkova koji se prepoznaju na osnovu navedenih kriterijuma. To su tipovi koji narušavaju red i status (*desperado, rebel, flouter, rogue* i *troublemaker*), tipovi koji uzurpiraju moć, autoritet ili status (*oppressor, authoritarian, selfish grabber*), sumnjivi stranci (*intruder, suspicious isolates, monster*), podlaci i izdajnici koji predstavljaju očevidnu ili prikrivenu neloyalnost (*hidden traitors, renegade, sneak attacker, corrupters, chiselers, parasites*) i raznovrsne društvene nepoželjne tipove koji se najčešće obeležavaju nazivima: *scum, outcast, skid row, no-good, blacksheep, bad penny, bum, tramp* itd.

Kada su u pitanju američke Lude, moguće ih je sortirati u pet velikih kategorija: nekompetentne (brzoplete, nespretne, slabe, jednostavne) Lude koje ilustruju i „kažnjavaju“ smešne promašaje; tipovi Lude pripisani pojedincima koji polažu pravo na više od onoga što zaslužuju, pa time pomažu u korekciji zloupotrebe statusa; *Nonconforming fools* kojima se ismejavaju devijantne osobe i tzv. autsajderi; *Overconforming fools* koje podležu komičnom ukoru zato što se preterano podvrgavaju standardima grupe i, na kraju, tipovi Lude kao što su *comic butt* i mudra Luda koji imaju istaknute funkcije kao ventili za agresivne tenzije.

O prvoj kategoriji je već bilo reči prilikom klasifikacije osnovnih tipova Lude. Ovde se mogu navesti još termini iz slenga kojima se ove posebne vrste Luda obeležavaju. Nespretna Luda se naziva sledećim imenima: *boor, dub, sloppy Jane, lout*, itd. Brzopleta Luda je *daredevil*,

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

stunt artist, speed demon, joy rider, plunger. Jednostavna Luda je poznata kao *goof, dumb, Jackass, moron, bonehead, pinhead*. Slaboj Ludi se podsmeva nazivima kao što su: *sissy, mama's boy, yes-man, crybaby, pussy footer*.

Veoma su zanimljive tzv. opovrgavajuće Lude (*discounting types*) i funkcija koju im Klap pridaje u okviru američkog društva. Ovi tipovi su naročito bitni u mobilnim društvima i odnose se na pretenciozne pojedince koji polažu pravo na viši status od realnog, pomažući na taj način da se takve osobe, ipak, stave na svoje mesto. Klap ih je podelio na tipove koji potajno obeležavaju pojedince i na one kojima se to čini drastičnije (*deflating types*).

Osnovna funkcija prvih je umanjivanje uticaja koji bi, inače, bio obezbeđen formalnim statusom. U njih spadaju *old fool* – primer može biti senilni šef, *secondrater* – beznačajna osoba među bitnim osobama, *no account* – nikogović na koga se ne obazire (*nobody, jerk, punk*), *small-minded fool* – ovaj tip svojim radom ne daje nikakav značajan doprinos (*cheapskate, tightwad, small potato*), beznačajni najezdnic koji su iritantni ali i komični (*pest, bore*).

Druga grupa uključuje pompeznu Ludu: *stuffed shirt* – koji se postavlja iznad drugih i shvata samog sebe isuviše ozbiljno; *The dude* – njegovi isuviše uglađeni maniri se preziru jer se doživljava kao pojedinac koji pokušava da bude bolji od drugih; *boaster* – napadan pojedinac koji po svaku cenu pokušava da izađe u prvi plan; *the great lover* – gaji iluziju o svom beskrajnom šarmu i pripisuje sebi avanture koje nije imao.

Nonconforming fools predstavljaju tipove koji su ispod društvenih standarda: *deformed fool* (deformisana Luda), *the character, strange fool* (čudna Luda), *antic fool* (groteskna Luda), *comic rogue* (komični nevaljalac).

Budući da je većina navedenih tipova već pomenuta, možemo se osvrnuti na dva tipa iz ove grupe o kojima do sada nije bilo reči. To su *the character* i *strange fool*. *The character* se može prevesti kao „lik“ u srpskom slengu i koristi se za obeležavanje osoba koje su čudne, živopisne i interesantne.

Ovakav tip ne implicira obavezno ismejavanje i odbijanje i njegov tretman od strane društva je pre prihvatanje i blagonaklonost, nekada čak i poštovanje. Kao mogući domaći primer ovog tipa, može se navesti Piksi (poznati svirač frule iz Knez Mihajlove ulice). *Strange fool* se često graniči sa tipom Nitkova i obeležava se terminima *creep, square, eccentric, misfit, oddball*. *Overconforming fools* idu previše daleko u poštovanju društvenih pravila i standarda grupe. Postoje, naime, situacije u kojima se saobražavanje društvenim pravilima opaža kao pogrešno i nepotrebno.

TEMATSKA CJELINA V - EMOCIONALNA I SOCIJALNA INTELIGENCIJA

Po Klapu postoje četiri osnovne podkategorije ovog tipa: *yes-man* – onaj ko se suviše podčinjava (*pussyfooter, clothes horse*). Ovaj tip, na primer, po svaku cenu izbegava neslaganje sa svojom okolinom i slepo prati modu. Nedostaje mu integritet i njime se lako manipuliše. Sledeći tip je *rigid fool* koji se kruto drži ustaljenih ali prevaziđenih konvencija od strane okoline (*fanatic, prig, prude, fundamentalist*).

The faddist takođe spada u ovu grupu i u srpskom slengu bi označavao vetropira koji lako menja mišljenje (*fan, autograph fiend, dance fiend*). *High minded fool* ponaša se glupo i slepo usled svojih uzvišenih ideala (*egghead, eager beaver, idealist*). Ovaj tip je osnova za, već pomenutog, ismevanog heroja – osoba kojoj se ironično pripisuju imena koja obeležavaju heroja.

Poslednji među najznačajnijim američkim tipovima Lude su *comic butts jesters* (lakrdijaši). *Comic butt* se obeležava imenima: *Sad Sack, stooge, fall guy, buffoon*. Ova Luda zauzima veoma nizak status i koliko god da je ismejavana i loše tretirana, zajednica uvek misli da ona to i zaslužuje. *Jester* ili lakrdijaš, s druge strane, ima dužnost da ismejava i „pravi budalu“ od nekoga. Može se reći da je *comic butt* najpre njegova žrtva. Ovaj tip nije klasična Luda, što uočava i sâm Klap koji ga opisuje kao „proizvođača Lude“.

To pogoršanje tipa Heroja vidljivo je, po ovom autoru, u kultu poznatih i mešanju dobrih i loših tipova u literaturi i filmu, a odražava se i kroz čest tip tzv. iskvarenog heroja. Sve ovo Klap tumači kao simptome bolesnog društva. Socijalni tipovi su, dakle, u ovoj analizi poslužili kao sredstvo dijagnostifikovanja bolesti od koje američko društvo boluje. Nimalo prijatna realnost, odražena u egoizmu, eksploataciji, oligarhiji, alienaciji i pseudointegraciji, stoji iza tipova koji su pozitivno vrednovani u američkom društvu, zaključak je koji Klap izvodi nakon analize socijalnih tipova koji postoje u okviru američkog društva.