

COMMUNICATION AS PART OF TEACHER'S AESTHETIC EDUCATION

Valentina Pajaziti

University in Tetovo-Tetovo, Republic of North Macedonia, valentinapajaziti@unite.edu.mk

Abstract: The forms of communication are very different depending on the nature of the emotional impulse, in favor of communication from compassion, anger, pain, joy, happiness. Regardless, communication is generally close to the educator being interpreted freely. In aesthetics, tastes are subjective and therefore we can benefit from these tastes, especially in theoretical and practical reports, but experiences, dilemmas and service issues are related to the art of learning, so the content of the aesthetic principles that we reveal in this scientific paper provide a freshness and simplicity in the inspiration of aesthetic education, as well as in the examination of concepts and multiple problems that are encountered in the teaching methodology. The interest in deepening the aesthetic appearance also precedes the physical appearance of the teacher, which in this case is the clothing, its inclusion in the teaching methodology fulfills the goals of instilling attention in the students, where it suggests authoritative status, strengthens communication between interlocutors, provides entertainment and freedom in artistic expression. The teacher is the one who communicates with his clothing, facial expressions and body movements, this unique non-verbal communication promotes satisfaction among students because it continues to have a psychological and emotional impact. Students are inclined to accurately distinguish emotions that express joy, anger, sadness. However, the teacher should check these non-verbal communications in an aesthetic way and show them to the students as a means of communication liked by the students themselves. The teacher must learn to control his emotions in non-verbal communication. Visual communication acts in a more shocking, impulsive, comprehensive way than any description even from the most detailed and precise description. Today, the teacher is the originator of communication in teaching, he uses different methods in communicating and spreading his ideas. Communication is a part of the aesthetic education of the teacher and should be used with sensitivity, it can be a communication with colors, communication with the types of visual arts, etc. While observing different objects we encounter communication information, we also have non-verbal communication such as hearing, smelling and visual communication. We tend to analyze people by looking at their clothing, facial expressions and body movements. The potential power that clothing has in its aesthetic character idealizes man and changes him in the framework of life's conditions, which surpasses even fear by withdrawing from subjective independence. But, regardless of our will that we have towards clothing, it also possesses the phenomenon of bad spirit for use in society. The roots of clothing are deep and, above all, they possess beauty that is accompanied by trust, wisdom, and artistic potential. These characteristics make the clothes on our body look beautiful and clean with another treatment of ethical taste

Keywords: Communication, aesthetics, art, principles, clothing.

KOMUNIKACIJA KAO DIO ESTETKOG VASPITANJA NASTAVNIKA

Valentina Pajaziti

University in Tetovo-Tetovo, Republic of North Macedonia, valentinapajaziti@unite.edu.mk

Apstrakt: Oblici komunikacije su vrlo raznoliki ovisno o prirodi emocionalnog impulsa u korist komunikacije kao što su samilost, ljutnja, bol, radost, sreća. Bez obzira na to, generalno komunikacija je blizu edukatora u slobodnoj interpretaciji. U estetski ukusi su subjektivni i zbog toga možemo imati koristi od tih okusa, posebno u teoretskim i praktičnim odnosima, ali iskustva, dileme i pitanja usluga su povezani sa umjetnošću učenja, tako da sadržaj estetskih načela objavljen u ovom istraživačkom radu daju svježinu i jednostavnost u inspiraciji estetskog obrazovanja, kao i razmatranju koncepta i višestrukih problema koji se susreću u metodologiji nastave. Interesu da se prodube estetski fenomeni, prethodi fizički izgled nastavnika sa njegovom odjećom, njeno uključivanje u metodologiji nastave ispunjava ciljeve usađivanja pažnje kod učenika, koji ukazuje na autoritativan status, jača komunikaciju između sagovornika, nudi zabavu i slobodu umjetničkog izražavanja. Nastavnik je onaj koji komunicira sa svojom odjećom, navikama lica i pokretima tijela, ovo je ljudska neverbalna komunikacija koji podstiče uživanje kod učenika i postiže emocionalno- psihološki efekat. Učenici su skloni razlikovati precizno izražavanje emocija radosti, ljutnje, tuge. Međutim, nastavnik mora kontrolirati tu neverbalnu komunikaciju na estetski način i da je prikaže učenicima kao sredstvo komunikacije koje će se dopasti učenicima. Nastavnik mora naučiti kontrolirati svoje emocije u neverbalnoj komunikaciji. Vizuelna komunikacija ima šokantniji, impulsivniji način djelovanja, svestrana u bilo kom opisu bilo da je jedan detaljan i precizan opis. Danas je nastavnik kreator komunikacije u nastavi, on koristi različite metode za

komunikaciju i širi svoje ideje. Komunikacija je dio estetskog vaspitanja nastavnika i treba se koristiti s osjetljivosti, to može biti komunikacija bojama, komunikacija vizuelnih umjetnosti itd. Tokom posmatranja raznih predmeta nailazimo na informacije i komunikaciju, mi imamo i neverbalnu komunikaciju kao što je sluh, miris i vizuelnu. Mi smo spremni da analiziramo ljude posmatrajući njihov način odjevanja, izraza lica i pokreta tijela. Potencijalna snaga koju ima odjeća u estetskom karakteru idealizira čovjeka i mijenja ga u okviru životnih uslova, koja nadilazi čak i strah povlačeći se iz subjektivne nezavisnosti. Ali, bez obzira na našu volju koju imamo prema odjeći, ona posjeduje i fenomen lošeg duha za korištenje u društvu. Korijeni odjeće su duboki i iznad svega posjeduju ljepotu koja je popraćena povjerenjem, mudrošću, umjetničkim potencijalom. Ove karakteristike čine da odjeća na našem tijelu izgleda lijepo i čisto s jednim drugim tretmanom estetske hrane

Ključne reči: Komunikacija, estetika, umjetnost, načelo, odijevanje

1. UVOD

Čovjek je jedino biće svjesno svog ponašanja i djelovanja, nastojanja da se ostvare vrijednosti označavaju dug put. Komunikacija stremi da postigne ove vrijednosti i da ih iskoristi u naše estetske atribute, koji prethodne, emociji i osjetljivosti moralnih principa.

Oblici komunikacije su vrlo raznoliki ovisno o prirodi emocionalnog impulsa u korist komunikacije kao što su samilost, ljutnja, bol, radost, sreća. Bez obzira na to, generalno komunikacija je blizu edukatora u slobodnoj interpretaciji.

Vizuelna komunikacija ima šokantniji, impulsivniji način djelovanja, svestrana u bilo kom opisu bilo da je jedan detaljan i precizan opis. Danas je nastavnik kreator komunikacije u nastavi, on koristi različite metode za komunikaciju i širi svoje ideje. Komunikacija je dio estetskog vaspitanja nastavnika i treba se koristiti s osjetljivosti, to može biti komunikacija bojama, komunikacija vizuelnih umjetnosti itd. Tokom posmatranja raznih predmeta nailazimo na informacije i komunikaciju, mi imamo i neverbalnu komunikaciju kao što je sluh, miris i vizuelnu. Mi smo spremni da analiziramo ljude posmatrajući njihov način odjevanja, izraza lica i pokreta tijela.

Nastavnik je onaj koji komunicira sa svojom odjećom, navikama lica i pokretima tijela, ovo je ljudska neverbalna komunikacija koji podstiče uživanje kod učenika i postiže emocionalno- psihološki efekat. Učenici su skloni razlikovati precizno izražavanje emocija radosti, ljutnje, tuge. Međutim, nastavnik mora kontrolirati tu neverbalnu komunikaciju na estetski način i da je prikaže učenicima kao sredstvo komunikacije koje će se dopasti učenicima. Nastavnik mora naučiti kontrolirati svoje emocije u neverbalnoj komunikaciji. Obrazovanje treba biti opšteg karaktera za sve subjekte, kao i različit za pojedine predmete. Često se susrećemo sa fiksiranim pogledom nastavnika prema učenicima tokom predavanja, ovo se može negativno protumačiti od strane nekih učenika, jer učenik može izgubiti fokus, u slučaju ispitivanja djelovati izgubljeno, ili dodirivanje koje uznemirava i stvara strah, odbojnost. Odjeća koja predstavlja čovjeka je nit sociološke istine, odjeća su način društva da pokažemo svoju ulogu i poziciju u socijološkoj veličini. U istraživanjima odjeće postoji jedna velika važnost " intelektualnog " volumena, koji se drže za dizajnirane proizvode na društvenom planu, posebno u fazi zrelosti i intelektualne nezavisnosti.⁴⁸

Sa kretanjem tijela mi šaljem informaciju, izražavamo emocije, nastavnik je tokom predavanja sklon da se slobodano kreće, sa njegovih pokretima on komunicira naglašujući ono što objašnjava, pokreti tijela moraju biti koordinirani sa onim što predaje da bi ga učenici bolje razumjeli, zato pokret mora biti slobodan, razumljiv, lijep, ugodan, skladan za oko učenika. (Mary Ellen Roach-Higgins i Joann B, su definirali odjeću kao promjenu tijela ili dodataka dnevno- društvenih aktivnosti). Dok Ajker tvrdi da se odjelo koristilo od strane pojedinaca da izraze " *identitet performansa* ", dok se odjeća koristila za stvaranje " *identiteta u svakodnevnom životu* ".⁴⁹

Nastavnik osim estetskog-verbalnog obrazovanja, mora poznavati i estetsko-neverbalno obrazovanje. Teškoće i nedostatak osjetljivosti estetskog obrazovanja stvorile su niz generacija koje teško prenose estetsku komunikaciju.

2. NAČELO KOMUNIKACIJE

Komunikacija kao dio estetske umjetnosti, predstavlja obrazovanje ljudi i vještinu za jednu razvijenu i kulturnu komunikaciju. Ljudsko tijelo je predstavljalo jedinstvenu komunikaciju onda kada nisu postojale riječi. Čovjek je oduvijek znao da za njegov napredak on mora biti u stanju da komunicira.

Ton, visina i jačina glasa ovisi od nekoliko faktora, prije svega poznat kao prostor niza, ali u ljudskoj ličnosti, ton, visina, jačina i boja zvuka/glasa su obložene kulturom i ponašanjem koje čine čovjeka etičnijim i estetičnijim. Kategorije koje čine najaktivniji dio jedne komunikacije su, bez sumnje, umjetnička djela, muzika, književnost, likovna umjetnost, gdje se združuje sa vizuelnim, audio komunikacijom kao i onom čula sluha i dodira. Visoki ton i

⁴⁸ William J.F. Keenan, "Dressed to Impress, Body, Culture", Berg, Oxford,2001, st,8.

⁴⁹ Shukla,P, "Costum, Performing Identities Through Dress",Indiana University press,Bloomington,IN,2015,str,3

jačina glasa u komunikaciji nesumnjivo izražava zabrinutost, ali mekši ton uz vizuelnu pratnju i izraza lica pruža atraktivnu i estetsku komunikaciju. Jedna vizualna interpretacija komunikacije je univerzalna za sve kulture. Stimulacija komunikacije između nastavnika i učenika je važna, ona bi trebala biti slobodna, iskrena i dostojanstvena, i da se bazira na atraktivnim i razumljivim elementima. Atraktivnim elementima u komunikaciji prethodi govor tijela, ovo načelo prenosi informacije, emocije. Govor tijela često pruža osjećaj straha, radosti, tuge, istine, laži itd. Sredstva komunikacije su: glas, riječi i pokreti, ova sredstva su postojano prisutna u nastavi iako se nešto mnogo ne primjećuje od društva, jer se ova vrsta komunikacija, posebno one neverbalne, postiže spontanošću. Kroz razvoj komunikacije i spoznaje čovjeka, čovjek je uspio uhvatiti govor tijela u više dimenzija zblizujući nas sa mnogo različitih kultura i dekodiranjem ovog govora poznatom kao govor tijela npr. Embrionalna pozicija podrazumijeva nesigurnost, rizik, onda pokreti ruku prema moći koje imaju shvatanje ljutnje, straha, iznenađenja, itd. Svi ovi pokreti ili pozicije, glasova ili riječi, služe u osnivanju i vrednovanju jedne verbalne i neverbalne komunikacije. Kroz muzičku, književnu i likovnu umjetnost prodiremo u srž znanja i zahtjeva čovjek komunicirajući pokretima i govorom, zvukom i ritmom, bojom i linijom, u nastojanju za jednom ljepšom i efektivnijom komunikacijom u osvjetljavanju kreativnih metoda i kreativnih misli. Ključ verbalne komunikacije je bez sumnje lični identitet kroz predmete, odjeću, razne forme i njihovo korištenje. Slanje poruka putem odjeće je jedan oblik vidljive i neposredne komunikacije.

3. PRISTUP KOMUNIKACIJI KROZ ODIJEVANJE

Odijevanje je sastavni dio društva i važan faktor verbalne komunikacije, utjecaj odjeće doprinosi socijalnom, ekonomskom i političkom životu, ali da li ona utječe u komunikaciji između nastavnika i učenika i na kom stepenu vidjet ćemo iz prikazanih grafikona u nastavku.



(Zajednički)



(Albanija)



(Kosovo)

Iz ovih dobijenih odgovora kao što je prikazano na grafikonima gore, vidimo slične procenete za opcije date pod A) Mnogo, i pod B) Malo, gdje odjeća kod jednog dijela učenika ima veliki utjecaj i prihvaćen je od 35% od njih, ostatak učenika koji je 38% vide odijevanje svojih nastavnika manje atraktivnim u komunikaciji. Razlika leži u jednoj grupi učenika, koji svoje nastavnike smatraju bližim kroz njihov način odijevanja što znači da je to dio umjetnosti i istu cijene, dio učenika koji odjeću svih nastavnika vidi kao subjektivnu, i to se ne osporava, ali u ovom slučaju, odjeća je prva vizuelna komunikacija i rasuđivanje i analiza se trebaju napraviti uzimajući u obzir da prvo estetsko obrazovanje primamo kroz odijevanje iz djetinjstva. Nastavnici koji se razlikuju po njihovim fizičkim performansu, su atraktivniji u komunikaciji ovo se primjećuje iz dobivenih rezultata gdje vidimo malu razliku od 3% gdje više njih misli da je ova vrsta razgovora i slušanja manje atraktivna, ovaj relativni osjećaj leži u odnosu učenika s nečim drugim.

4. ZAKLJUČAK I PREPORUKE

U estetici ukusi su subjektivni i zbog toga možemo imati koristi od tih okusa, posebno u teoretskim i praktičnim odnosima, ali iskustva, dileme i pitanja usluga su povezani sa umjetnošću učenja, tako da sadržaj estetskih načela objavljen u ovom istraživačkom radu daju svježinu i jednostavnost u inspiraciji estetskog obrazovanja, kao i razmatranju koncepta i višestrukih problema koji se susreću u metodologiji nastave. Interesu da se prodube estetski fenomeni, prethodi fizički izgled nastavnika sa njegovom odjećom, njeno uključivanje u metodologiji nastave ispunjava ciljeve usadivanja pažnje kod učenika, koji ukazuje na autoritativan status, jača komunikaciju između sagovornika, nudi zabavu i slobodu umjetničkog izražavanja. Estetika je već poznata u raznim oblastima pedagogije, dio njenog razvoja koji rezultira sa kreativnosti, izazov tradicionalnim konceptima, nudi blizak profesionalni odnosu umjetničkih usluga drugim obrazovnim grupama. Metodologija nastave beneficira od ovih estetskih načela, jača vezu između načina nastave i učenja. Jedna estetska privlačnost koja je očigledna je odjeća nastavnika i učenika, kao primarni element u njihovoj verbalnoj komunikaciji. Ovaj element je proučavan sa naše strane kao estetsko načelo u metodologiji nastave, sa obzirom da je ovaj element estetski atraktivan element i zbližava učenike njihovom odnosu komunikacije i obrazovanja. Moje preporuke u vezi odijevanja nastavnika, i da budem iskrena po mom mišljenju da se odijevaš potpuno drugačije u scenskom smislu, se baziraju na mišljenje da nastavnik treba biti umjetnik i da posjeduje čarobnu odjeću. Magična odjeća nastavnika treba se skrivati iza etike i čistoće, i spoznaje, ovaj način odijevanja nastavnika donosi nam vizuelno zadovoljstvo. Danas odijevati se lijepo znači poznavati svojstva tijela i duše, zadovoljstva i želje, gdje ove osobine ni na koji način ne trebaju miješati sa oblasti tekstila-odjeće, ako izmješamo ove elemente imati ćemo ne samo estetske, već i moralnih problema. Da bi odjeća nastavnika bila atraktivna i lijepa, treba da se kreće u okviru uočavanja i da razlikuje elemente da bi izdržali vizuelnu komunikaciju. Odjeća jedne atraktivne vizuelne kombinacije su boja, oblik, kroj, bez pretjeranog prikaza provokativnosti.

LITERATURA

- Annebella, P., & Nicklas, C. (2013). *Profiles of the Past: Silhouettes, Fashion and Image 1760-1960*, A University of Brighton and Regency Town House, Hove, joint project, sponsored by the Springboard Grants Programme of the University of Brighton
- Bank, B. (2007). *Gender and Education: An Encyclopedia, Volumes I & II*, Praeger, London

- Boucher, F. (2015). *1000 Years of Fashion: The History of Costume and Personal Adornment*, Abrams, Inc, New York, 2015
- Carr, D. (2000). *Professionalism and Ethics in Teaching*, Routledge, London
- Cashel, H., & Lille, J. (1882). *History of Fashion in France*, The University of Georgia, Scribner and Wilford, New York,
- Çapaliku, S. (2004). *‘Estetika Moderne’*, OMBRA GVG, Tiranë
- Çausi, T. (2005). *‘Fjalori i Estetikës’*, OMBRA GVG, Tiranë,
- De Rada, J. (1987). *‘Parimet e Estetikës’*, Vepra letrare 3, Naim Frashëri, Tiranë,
- Fach, I. (1980). *‘Uvod u Estetike’*, Svjetlost, Sarajevo
- Freud, S. (2000). *‘Psikanaliza e artit dhe e letërsisë’*, Dituria, Tiranë
- Lang, B. (1979). *‘The Concept of Style’*, University of Pennsylvania, Philadelphia
- Gërliq, D. (1984). *‘Estetika, Historia e Problemeve Filozofike’*, Rilindja, Prishtinë,
- Hanfling, O. (1999). *‘Estetika Filozofike’*, Camaj-Pipa, Shkodër,
- Hauzer, A. (1966). *‘Socjalna Istorija Umjetnost I Književnosti’*, Kultura, Beograd
- Hegel, G., & Friedrich, W. (1962). *‘Historiae filozofisë I’*, Kultura, Beograd
- Hegel, G., & Friedrich, W. (1961). *‘Estetika III’*, Kultura, Beograd
- Leventon, M. (2008). *‘What People Wore When’*, Griffin, New York
- Mitrović, D. (1968). *‘Savremeni problemi esteskog vaspitanja’*, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd
- Moravski, S. (1974). *‘Predmet i metode estetike’*, Nolit, Beograd, 1974
- Savremena ilustravana enciklopedija, (1968). *‘Kumunikacija i jezik’*, Vuk Karadzic, Beograd,
- Shukla, P. (2015). *‘Costum, Performing Identities Through Dress’*, Indiana University Press, Bloomington, IN, 2015
- William J.F. K. (2001). *‘Dressed to Impress, Body, Culture’*, Berg, Oxford