

Doc. dr Vidak Radović*
Milena D. Delošević**

UDK: 316.77:339.92
BIBLID: 0352-3713(2008)25,80-87

SPECIFIČNOSTI I ULOGA KOMUNIKOLOGIJE U MEĐUNARODNOM EKONOMSKOM PREGOVARANJU

REZIME: U diplomatiji i ukupnoj korespondenciji u oblasti međunarodnih odnosa sve se više koristi veština pregovaranja. Isto tako, sve je naglašeniji značaj ovog vida komuniciranja među ljudima u svakodnevnom privatnom i javnom životu. Važno je istaći da svojevrsni međunarodni standardi komuniciranja treba da budu primenjeni u jednom krajnje osetljivom sektoru kao što je bezbednost. Nakon „hladnog rata” bezbednost pojedinca, svake države i međunarodne zajednice nije više ugrožena prevashodno vojnim pretnjama, nego i drugim brojnim rizicima koje prepoznajemo kao prirodne katastrofe, ne namerno ili namerno izazvane nesreće, nemaran odnos prema životnoj sredini, bolesti, ekonomske krize, socijalne promene, prisilne migracije, organizovani kriminal, terorizam i sl. Po osnovu svih navedenih izazova bezbednosti veoma često dolazi do sukoba i kriza. Ovaj članak predstavlja napor da se uspostavi nova matrica odnosa u sferi bezbednosti (gde je dugo vladala netolerantnost i nepostojanje osećaja za kompromis), kako bi se i najsloženiji problemi mogli rešiti mirnim, a ne nasilnim sredstvima – pregovaranjem, a ne oružjem i prisilom.

Ključne reči: komunikologija, pregovaranje, diplomatija, međunarodni odnosi

Uvod

Komunikologija je društvena nauka čiji su predmet izučavanja, u najširem smislu, poruke koje ljudi upućuju jedni drugima. Komunikologija ima korene u antičkoj filozofiji i retorici, kao i u savremenim društvenim naukama poput psihologije, lingvistike i sociologije. Pored toga, komunikološke teme su bliske i prožimaju se i sa kulturološkim studijama. Komunikologija se izučava i pod nazivima komunikacijske studije i medijske studije.

* Docent Fakulteta za ekonomiju i inženjerski menadžment, Novi Sad.

** Saradnik u nastavi Pravnog fakulteta za privredu i pravosuđe, Novi Sad.

Teorijsko-istraživačko i stručno polje savremene komunikologije je raznoliko i izrazito interdisciplinarno. Koristeći različite principe, ono se može podeliti u nekoliko oblasti.

Na primer, po jednom pristupu, te oblasti su: 1. *Interpersonalno komuniciranje*. Ono uključuje izučavanje komunikativne interakcije i međuljudskih odnosa i veza. Istražuje se uloga neverbalnih i verbalnih poruka u razvijanju i održavanju ličnih veza. Teme interpersonalnog komuniciranja uključuju i veštine ubeđivanja, interpersonalni sukob, privlačnost sagovornika, strah od komuniciranja i dr. 2. *Komuniciranje u malim grupama* je oblast u kojoj se izučava komuniciranje tri i više osoba. Istražuje se kako male grupe nastaju, kako ostvaruju ciljeve i rešavaju probleme. Najčešće teme su kohezija grupe, uloge članova i vođstva grupe, konsenzus i sukob u maloj grupi, uspešnost male grupe, porodica kao mala grupa, itd. 3. *Jezik i kodovi značenja* je oblast koja tematizuje verbalne i neverbalne znakove i poruke. U ovoj oblasti se istražuju interkulturalno i neverbalno komuniciranje, oblikovanje, prenos i tumačenje poruka, te pojedine lingvističke i semiotičke teme iz strukture jezika i teksta, fonologije, semantike i pragmatike. 4. *Organizacijsko komuniciranje* je oblast u kojoj se izučavaju poruke koje se razmenjuju unutar i između različitih organizacija. Izučavaju se problemi i načini interpersonalnog i komuniciranja u maloj grupi u kontekstu organizacije. Teme uključuju komuniciranje između nadređenih i podređenih, pregovaranje, rešavanje sukoba, mreže i sisteme poslovnog komuniciranja i dr. 5. *Javno komuniciranje* pokriva oblast komuniciranja u javnim forumima. Teme su govorništvo, ubeđivanje, argumentacija, rasprava. Oblast podrazumeva i izučavanje tema iz obrazovnog i političkog komuniciranja. 6. *Masovno komuniciranje* podrazumeva izučavanje (jednosmernog) komuniciranja posredovanog uz pomoć masovnih medija, poput štampe, televizije, filma i interneta. Teme podrazumevaju oblikovanje i uticaj poruka u masovnom komuniciranju, javno mnijenje, medijsko zakonodavstvo, kritičku analizu poruka u medijima i dr. Podoblasti su reklama, novinarstvo, odnosi s javnošću, medijska kultura, itd.

Studijski programi koji se pohađaju i zvanja koja se stiču na komunikološkim studijama širom svijeta najčešće su komunikologija/komunikacijske studije, masovno komuniciranje, novinarstvo, odnosi s javnošću, reklama, radio i televizija, film, fotografija, vizuelno komuniciranje, zdravstveno komuniciranje.

2. Govor tela

Kada prvi put sretnemo neku osobu, mi odmah, nesvesno, donosimo sud da li nam se dopada ili ne. Shvatićemo da nas privlači lepo ošišana i uredna kosa, visoko čelo, jednaki zubi, jasne oči, lep ten i simetrične crte lica. Takođe, ukoliko je u pitanju osoba ispravnog držanja tela – primetno je da je takva osoba obično pozitivna i samouverena. Takva osoba uglavnom primećuje više detalja i u svojoj okolini. Pritom se kreće brže, ali ne odaje utisak užurbanosti ili brzople-

tosti. Drugi ljudi u kontaktu sa ovakvom osobom reaguju toplije i spremnije na saradnju i nova druženja.

2.1. Gestovi

Mnoga istraživanja upućuju da gestovi najjasnije prenose značenje govora tela. Po Nirenbergu, gestovi poručuju: otvorenost, odbranu, razumevanje, frustraciju, poverenje, nervozu, prihvatanje, očekivanje, sumnje i još mnogo toga. Posmatrajući ih dolazimo do saznanja da postoji velika grupa konvencionalnih ili univerzalnih gestova, kao npr. osmeh kao uglavnom pozitivan znak, mahanje pesnicom u znak ljutnje, tapšanje kao odobravanje, zevanje iz dosade...

Osmesi se koriste i da zamaskiraju prateće emocije. Npr. sportista ili poslovni čovek koji gubi, osmehivaće se da bi sakrio svoje razočarenje. Osmeh može biti i način za ublažavanje agresije drugih ljudi, npr. kod recepcionera, stjuardesa ili medicinskih sestara. Ovi ljudi su naučeni da osmehom smanjuju napetost, povećavaju distancu prema sagovorniku i na ovaj način kontrolišu situaciju.

Postoji razlika među gestovima koje koristimo u kući i van nje. U kućnom okruženju su prisutni suptilniji gestovi nego na otvorenom. Ukoliko razdaljina na otvorenom poraste, povećaće se i intenzitet izražavanja gestovima. Takođe, uočena je razlika u gestovima između polova, gestovima dece i odraslih, onih koje koristimo danju, noću, u slobodno vreme ili na poslu. Na poslu ljudi obično imaju svoje kodove. Posebno na mestima kao što su TV studio, radio-stanice, kontrole leta, pozorišta i sva ostala mesta gde saradnici nisu uvek u mogućnosti da komuniciraju verbalno. Prilikom intervjua za posao, primećeno je da muškarci u prvom krugu selekcije prave više pokreta nego u drugom krugu, kada su samouvereniji i opušteniji. Žene će nasuprot tome drugi krug intervjua doživeti kao još veći stres u odnosu na prvi intervju i shodno tome koristiće više gestova.

Gestovima se služimo i kad nas sagovornik ne vidi ili ne postoji, dakle kada slušamo radio ili telefoniramo. Osoba sa druge strane veze će sigurno po tonu glasa prepoznati i naš osmeh, te mnoge kompanije u svom pravilniku imaju upravo preporuku da se zaposleni smeše čak i kada razgovaraju telefonom.

2.2. Fenomeni

Primećeni su i određeni fenomeni vezani za gestove. Prvi je fenomen eha - kada u grupi ljudi koja razgovara jedna osoba napravi određeni gest, uskoro će i svi ostali učesnici u razgovoru ponoviti isti gest. Ista stvar se dešava prilikom korišćenja određenih reči ili držanja tela, tj. zauzimanja određenog stava.

Drugi zanimljiv fenomen je tzv. gestovna sinhronija. Ona ukazuje na telesne pokrete govornika, koji „plešu” u ritmu govora. Slušalac će, takođe, pokrete svog tela, svesno ili nesvesno, prilagoditi govorniku. Ovo je posebno interesantno, čak poželjno, ukoliko sagovornici teže povećanju stepena razumevanja. No, ukoliko je to forsiran pokret rezultat će biti kontraproduktivan. Čak može dove-

sti do toga da sagovornik namerno koristi potpuno drugačije gestove i pri tom zauzima suprotan stav tela.

Za povećanje stepena saradnje u poslu preporučuje se povećano korišćenje kontakta očima, klimanje glavom u znak razumevanja, naginjanje i okretanje ka sagovorniku, te pozitivni izrazi lica.

2.3. Govor

Na osnovu nečijeg glasa sudimo o starosnoj dobi, polu, privlačnosti, socijalnom statusu i obrazovanju. Glas nam pomaže da odredimo profesiju, da odlučimo da li ćemo nekome verovati ili ne. Tu posmatramo ton, jačinu zvuka, visinu tona, kvalitet glasa, brzinu govora, naglašavanje i akcenat.

Prilikom analize glasa potrebno je obratiti pažnju na nekoliko faktora:

1. Da bi zadobili nečije poverenje, jačina glasa ne treba da bude ni prejaka ni preniska. Kada je ton glasa jak stiče se utisak da je u pitanju težnja za dominacijom. Opet, bez obzira na preporuku da smekšamo glas u komunikaciji, posebno u komercijalnim poslovima, previše mek glas upućuje na rezervisanost ili poniznost.

2. Ton ne sme biti ni previše grub niti previše umilan (zavodnički). Kao što će grubost u tonu glasa odbiti sagovornika, tako će i umilnost sagovornika navesti na sumnjičavost i pomisao o prevari. Preporuka je da ton bude samouveren, jer kako ćete navesti ljude da vam veruju ako ni vi sami sebi ne verujete?

3. Više poverenja će ljudi imati u osobe koje govore ravnomernim tonom, u odnosu na brbljave (nepouzđane), kako se ocenjuju ljudi koji govore prebrzo i slabom dikcijom. Isto važi i za govor bez pauze.

4. Ton mora biti stabilan, nikako piskutav. Istraživanja pokazuju da se žene instinktivno priklanjaju muškarcima dubljeg glasa.

5. Tokom razgovora treba podvući reči pozitivnog značenja, opet u granicama dobrog ukusa, jer će preterivanje potencirati dominaciju, a ne saradnju.

2.4. Noge

Na pokrete donjih ekstremiteta treba posebno obratiti pažnju, jer se obično svi trudimo da kontrolišemo izraz lica i gornjeg dela tela, posebno ruku. Međutim, donji deo tela može da oda skrivene namere. Ovo je posebno zanimljivo ukoliko posmatramo kretanje stopala. Ukoliko se stopala grče ili se tapka prstima, osoba želi da sakrije određeni stav ili informaciju od drugih. Slično je i prilikom premeštanja sa noge na nogu, grčenja prstiju na nogama ili uzastopnog prekrštanja i odkrštanja nogu. A ukoliko osoba podiže i rotira šake uz pokazivanje dlanova – još jednom proverite da li vam govori istinu.

Naravno, u govoru su prisutne i greške, lapsusi, mucanja ili zastajkivanja, kašalj, omaške, nedovršene ili ispravljene rečenice. Sve ovo nas upućuje na sklonost ka prevari ili jednostavno na – nervozu.

Iz svega navedenog zaključujemo da je govor tela, sa svim svojim oblicima, samo jedna od veština komunikacije. Ključ leži u činjenici da neverbalni signali nisu kompletna i završena poruka. Potrebno je potražiti potvrdu i u drugim signalima. Da bi utisak bio potvrđen, potrebno je uskladiti značenja govora tela sa verbalnom i ostalom komunikacijom. Takođe, potrebno je da se slika uklapa u kompletnu trenutnu situaciju.

Govor tela, očigledno, ima svoje granice i specifičnosti u odnosu na količinu informacija koje može da prenese ili pruži. Ali kad ga savladamo shvatamo da smo naučili jednu veoma korisnu veštinu.

2.5. „Naša stvar”

Ljudi koji razgovaraju teže da budu okrenuti direktno telom prema telu. Ako pri tom govore poverljive stvari, nagnuće se jedan prema drugome. Pridje li im treća osoba, posebno ako je višeg ranga, obično će ustuknuti. Ova pojava se vezuje za tradiciju odmicanja unazad u prisustvu plemstva. A ako je u pitanju zaverenički odnos, ljudi će se prišunjati sa strane, prosto govoreći ovim gestom: „ovo je naša stvar”. Neverovatno je kako je visok stepen ovakvog ponašanja na političkim sastancima i konferencijama.

3. Tipovi sagovornika

Svađalica i negativac – nestrpljiv prgav i uzrujan.

Antimera: ostati hladan i stručan, neka ostali sagovornici odgovaraju na njegova pitanja kada je to izvodljivo, izolovati ga.

Pozitivac – Srdačan, radan i dobrodušan.

Antimera: dopustiti mu da zaokruži rezultate razgovor, zajednički ravnati i zaokruživati, koristiti ga u teškim trenucima.

Sveznalica – Misli da sve zna, o svemu ima mišljenje i uvek traži reč.

Antimera: uključiti ostale sagovornike, dati mu priliku da formuliše međuzajključke, smestiti ga bliže voditelju razgovora.

Brbljivac – Često netakčno i bez ikakvog razloga prekid tok rasprave, ne vodi računa o vremenu koje troši.

Antimera: Smestiti ga bliže voditelju razgovora, vraćati ga na temu.

Plaljivko – Nedostatak samopouzdanja u javnim nastupima. Radije ćuti.

Antimera: Postavljati mu laka, jednostavna, informativna pitanja; pojačati mu samopouzdanje.

Hladno-odbojni sagovornik – sve mu se čini nedostojnim njegove pažnje i vremena.

Antimera: priznati mu znanje i iskustvo, učiniti primamljivom izmenu iskustava.

Nezainteresovan – Ne interesuje ga tema, najradije bi prespavao ceo sastanak.

Antimera: postavljati mu pitanja informativnog karaktera; učiniti temu zanimljivom.

Velika zverka – Ne trpi kritiku, ponaša se kao da je iznad ostalih.

Antimera: ne treba mu da dati ulogu gosta u razgovoru, 'da, ali' metoda, činiti ga ravnopravnim sa ostalima.

Pitalica – samo postavlja pitanja.

Antimera: usmeriti pitanja na ostale, da se na pitanja informativnog karaktera odgovori odmah.

4. Faze pregovaranja

1. Zagrevanje

– Dobro se informisati o: firmi, temi razgovora i osobi s kojima ćemo voditi te razgovore.

– Poneti svoj profesionalni notes u koji ćemo zapistati strategiju i olovku koju nam je poklonila draga osoba.

2. Zaplet

– upoznavanje

– stvaranje odnosa sa 7 vrsta bondinga:

– siguran bonding

– nesigurna povezanost

– neprijateljska povezanost

– izražava se nezadovoljstvo saradnjom

– konfliktne osobe

– ambivalentno povezane osobe

– ljudi koji mogu sarađivati smo ako brinu o drugom

– usamljene osobe

– morbidna povezanost

– postavljanje pitanja

– vrste pitanja: direktna i indirektna; tendetivna i definitivna; sugestivna, konfrotivna, provokativna, pseudopitanja...

– spin model

– izražavanje (davanje informacija)

– poentiranje

– pravljenje mostova

– definisanje i sugerisanje rešenja

3. Klimaks

U ovoj fazi se ekipa B ne slaže sa našom definicijom problema i ne zadovoljava je naša ponuđena solucija. On je otvoren ili prikriven konflikt interesa, konflikt stilova rešavanja problema ili čak konflikt ličnosti

Najštetnije osobe:

- koje izbegavaju konflikte
- koje su po definiciji konfliktne

4. Katastrofa

- konfrontacija
- interpretacija
- objašnjenje
- ilustracija
- konfirmacija
- proces donošenja odluka

5. Rasplet

Može biti pozitivan i negativan.

Moguće su različite pozicije:

- pobjeda – pobjeda
- pobjeda – poraz
- poraz – pobjeda
- čorsokak ili dabl-bajnd pozicija

6. Epilog

U ovoj fazi dolazi do razlaza koji takođe treba da se odgra kulturno.

5. Zaključak

Na međunarodnoj sceni i u odnosima među državama tokom cele ljudske istorije najvažnije načelo bilo je interes. Međutim, što su ti odnosi postajali civilizovaniji, to je postajalo jasnije da se vlastiti interesi moraju usklađivati s interesima drugih zemalja. Treba znati kako sklapati kompromise prilikom rešavanja najkomplicovanijih pitanja. Danas je jedan od najvećih problema to što neki učesnici u procesu međunarodne komunikacije smatraju da su njihova mišljenja sušta, apsolutna istina. To, razume se, ne doprinosi stvaranju atmosfere poverenja, a ona je ključna ne samo za traganje za obostrano prihvatljivim, već i za optimalnim rešenjima. Naravno, ne treba dramatizovati stvari. Ako otvoreno iznosimo svoje mišljenje, to nikako ne znači da težimo konfrontaciji. Štaviše, za sve bi bilo korisno kada bismo uspeli da na međunarodnoj sceni ponovo uspostavimo praksu koja se ne svodi samo na pošteno razmatranje problema, već obuhvata i veštinu traganja za kompromisom. Tada ne bi ni bilo nekih kriza sa kojima se danas suočava međunarodna zajednica, ili one bar ne bi tako pogubno uticale i na unutrašnjepolitičku situaciju u pojedinim zemljama, niti bi bile uzrok takvih glavobolja kakav su, recimo, za SAD događaji u Iraku. To je najmarkantniji, ali ne i jedini primer. Na primer, Rusija se suprotstavljala vojnim akcijama u Iraku. Smatramo da je bilo moguće rešiti zadatke koji su u tom periodu bili pod znakom pitanja drugim sredstvima, a rezultat bi, ubeđen sam, bio

u svakom slučaju bolji od ovoga što danas imamo. Prema tome, ne treba biti raspoložen za konfrontaciju već za dijalog, ali taj dijalog mora biti ravnopravan i u njemu svaka strana mora voditi računa o interesima one druge.

Assist. Prof. Vidak Radović, Ph.D.

Teaching Assist. Milena D. Đelošević

Specifications and communication role in international economical negotiation

A b s t r a c t

In diplomacy and domain of international relations, we use negotiations knowledge more and more. Increasingly, there is an emphatic importance of this kind of communication between people in private and public life. Important is to highlight that, international standards of communication is supposed to be prepared in one sensitive sector its security. After the "cold war", personal security, state and international unity are not anymore jeopardized with military thunderbolt, rather with many risks like natural catastrophy; intentionally or unintentionally generated incidents, negligence towards the environment, diseases, economical crises, social changes, forced migrations, organized criminal, terrorism. The results are frequent crises and wars. This text represents an effort to make new metrics of relations in security (where inflexibility and no compromise is present), so we can solve the biggest problems in a peaceful way, not with force and weapon.

Key words: communications, negotiations, diplomacy, international relations.

Literatura

1. *Komunikološki koledž u Banjaluci Kapa Fi*, članak 166, Banja Luka, 2002.
2. Rubin, R. B., Rubin, A. M., & Piele, L. J. (1999). *Communication research: Strategies and Sources*. Belmont, CA: Wadsworth, str. 5-7
3. Rumenčić, N., „E-magazin”, članak 267, „Govor tela u poslovnoj komunikaciji“, "GSM PUBLIC", Beograd, 2008.
4. Djurić, M., „*Public Relations - ključ uspešnog nastupa na tržištu*”, Institut za tržišna istraživanja, Beograd, 1992.
5. Mandić T., „*Komunikologija - psihologija komunikacije*”, Clio, Beograd, 2003
6. Pržulj, Krasić, Đorđević: „*Kultura poslovnog ponašanja*”, Birografika, Subotica, 2000.