

Маја Ивановић  
Александар Живковић

## О КУЛТУРИ ПОСЛОВНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ<sup>1</sup>

Комуникација представља чин преношења информација од појаве до појаве, особе до особе и од места до места. Комуникација је важна активност коју чак и несвесно спроводимо у сваком тренутку нашег свакодневног живота. Често нисмо ни свесни да као индивидуе, комуницирамо са одређеном појавом или са више њих у исто време. Многи аспекти савремене комуникације се данас подраумевају, јер су постали природна активност у нашим дневним навикама.

Аутори књиге на самом почетку кажу да реч комуникација потиче од латинске речи, тј. глагола *communicare* што у преводу значи: разговарати, споразумевати се, договарати се, расправљати се, саветовати се итд. Човек увек има потребу да нешто из себе изрази или да себе изрази и то увек чини на свесни или несвесни начин, чак он себе много чешће изражава и емитује различите поруке на начине које не контролише његова свест. У сваком случају, јасно је да човек увек и у сваком тренутку говори о себи, и у сваком тренутку нешто поручује свету око себе. Што значи, да и онда када говори о другима, човек увек говори и о себи, и онда када потпуно заћути, када се затвори у себе он ипак нешто поручује и увек говори о себи. Ипак комуницирање није својствено само људима, већ сва жива бића комуницирају на неки себи својствен начин. Али комуникација у ширем значењу обухвата, не само симболичко комуницирање (писање, читање, говорење и слушање), већ и комуницирање читавим нашим телом (гестикација, покрети, изрази лица итд.). Јасна Јанићијевић каже да је комуникација „систематски трансфер симболичких информација“, које се могу преносити различитим моделима трансфера. Један од тих модела јесте пренос савременим техничким средствима, као што су рачунари и разне електронске мреже.

Комуникација има свој историјски развој. Са развојем људског друштва и свести развијала се и комуникација. Као што аутори ове књиге наводе суштинске промене у напретку људског комуницирања познате су као комуникационе револуције. Прва комуникациона револуција десила се са појавом људског говора, касније са појавом писма пре више од пет миленијума када су још древни Сумери користили најстарије писмо, следећа комуникациона револуција настала је откривањем штампе средином 18. века, већ почетком 20. века настаје модерније комуницирање открићем електронских медија и последњих деценија 20. века долази до последње комуникационе револуције открићем и развојем рачунарске мреже. Значи, закључили смо да је комуникација настала веома рано чак са појавом људског говора па до данас где се користе савремени приступи комуницирања.

Како би сваки читалац ове књиге боље разумео комуникацију, аутори књиге дају много дефиниција и подела. Очито је да се вишезначни карактер

<sup>1</sup> М. Вуковић, А. Вуковић: *Култура пословне комуникације*, Дон Бас, Београд, 2010.

комуникације може сагледати из различитих углова, и о комуникацији се може говорити на веома једноставан начин, а у исто време као и на комплексну људску потребу. Књига такође обилује и мноштвом дијаграма и табела, што уједно искључује сувопарност материје иако на први поглед делује тако.

С обзиром да је античка реторика основа развоја комуниколологије аутори су и концепт своје књиге започели, како бисмо ми рекли, од почетка, када је и почела да се развија сама комуникација. Теоријски извори савремене комуниколологије почели су се развијати пре отприлике два и по миленијума. Почевши од идеја античких и средњовековних реторичара, теоријска промишљања комуникације сусрећу се у оквиру енглеског емпиризма, позитивизма, функционализма и бихејвиоризма. Као што аутори веле, античка Грчка је родно место, најпре праксе, а потом и теорије говорништва. У античкој реторици наводе се три облика беседништва: похвално, политичко и судско.

Друго поглавље *Културе њословне комуникације*, говори о моделима комуникације. Овде се разматрају најутицајнији модели комуницирања који полазе од различитих теоријских поставки. Најпрепознатљивије су три доминантне теорије комуницирања: биологистичко-механицистичка (односно С-Р) теорија, математичка теорија и теорија симболичке интеракције. Ово поглавље је писано више у форми филозофског изражавања, што отежава разумевање, па слободно можемо рећи, и даље почетног дела саме књиге. Аутори су тежили да створе лако читљиву материју, али су објашњавањем самих модела комуникације мало променили правац погледа читалаца на ову књигу у односу на сам почетак књиге. Али ово је такође и незаобилазни део комуникације, па тако и неминован у разумевању суштине и типова саме комуникације.

Након другог поглавља долазимо до облика комуницирања и до нешто конкретнијег дела, који обухвата различите начине комуницирања у конкретним ситуацијама. Облици комуницирања обухватају: интраперсонално комуницирање (комуникациони систем чини само једна особа), интерперсонално комуницирање (или интерактивно ком. обухвата две особе, а примењују се правила логике, синтаксе, и граматике уколико се ради о вербалној комуникацији), затим ту је групна комуникација (размена порука између једног или више комуникатора са мноштвом реципијената), ту је масовно комуницирање (медијски посредовано јавно, орагинозовано и институционализовано комуницирање између комуникационих центара и дисперзне публике), и виртуелно комуницирање (обухвата размену порука посредством рачунарске мреже уједно и веома популаран начин комуницирања у 21. веку).

Четврто поглавље бави се психосоцијалним аспектима комуницирања. Као што је истакнуто у првом поглављу, комуникација међу људима се одвија у зависности од физичких, друштвених и психолошких фактора. Али поред тога аутори наводе да начин комуницирања такође зависи и од самих карактеристика особа као што су: пол, старост, однос према религији, национална припадност, професија којом се особа бави. Разне друштвене норме такође утичу на међуљудску комуникацију, помажући им да се боље разумеју, али такође могу представљати и непремостиву баријеру за комуникацију између различитих социјалних група. Ово нас наводи на то, слободно можемо рећи, да је дефиниција саме комуникације по свим аспектима њене поделе врло релативна ствар, наводећи нас на размишљање да ли се комуникација уопште може поставити

теоријски, или је то и даље неисцрпна и необрађена тема. Ово поглавље прати увид у комуницирање у зависности од самих карактера људи, типова људи и њихових личних особина. Такође аутори наводе поделу према психолошким профилима, како би смо могли да претпоставимо начин на који можемо комуницирати са појединим типовима људи, а уједно и начин на који може да се превазиђе психолошка баријера у комуникацији.

Комуницирање се такође може поставити и у зависности од културе народа. Па су тако научници на основу проучавања култура развили различите моделе у којима су представили системе вредности типичне за поједине културе. Холандски истраживач Girt Hofstede је први спровео истраживање у коме је желео да прикаже разлике међу културама. У том смислу, Hofstede је, најпре, препознао четири културолошке димензије: индивидуализам–колективизам, разлике у моћи, избегавање неизвесности и родне разлике, а касније је увео и пету димензију, краткорочна и дугорочна усмереност.

Вербална комуникација је облик комуникације на који прво помислимо када је реч о комуникацији. Срећемо је у нашем свакодневном раду, у слободном времену, на радију, телевизији, филму, кроз цитате из књига добијамо поруке, а понекад можемо чути нешто и од особе која спава. Но да одмах напоменемо, прави назив овог облика комуникације би био гласовна комуникација, само њен мањи део је везан уза саму реч (*verbum*), док је већи део порука које шаљемо и примамо уствари паравербални, односно паралингвистички (везан уз тон, темпо, боју и др.). Јасна Јанићијевић каже: „[...] људска комуникација се заснива на постојању појединаца који имају заједнички симболички систем, који су способни да кодирају и декодирају тај систем и чије је кодно понашање систематски под утицајем комуникационе ситуације.“ Аутори се у овом поглављу углавном везују за културу говора и основе саме реторике. Овај део књиге уводи нас у суштину самог наслова „Култура пословне комуникације“, и детаљно нам описује начине пословне комуникације. Сваки пут када разговарамо, када пишемо писмо, шаљемо *e-mail*, објашњавамо неки пословни пројекат, телефонирамо или читамо – ми комуницирамо. То чинимо и вербално и невербално, а сваки пут кад то чинимо на професионалном нивоу репрезентујемо не само себе саме већ и организацију којој припадамо.

У последњем делу књиге аутори говоре о невербалној комуникацији кроз поделу исте на две врсте симболичких система: паралингвистичког и екстралингвистичког. На једноставан начин објашњавају сврху невербалног комуницирања (оријентација, изглед, гестови, гримасе, положај–став, контакт очима итд.) које употпуњује комуникацију у општем смислу те речи. Невербална комуникација код људи је само еволуција говора тела наслеђеног још од првих животиња, преко примата и прачовека. Телесно изражавање неких основних емоција, као што су љубав и мржња, или намера, као што су напад и одбрана или застрашивање и завођење, за све животиње су, укључујући и човека, сличне.

На ову књигу можемо гледати као на једну лепо систематизовану и не превише тешку материју. Она је погодна за сваког ко жели да детаљније проучи историју, развој и начине комуникације. Књигу прати добра и детаљна анализа како опште комуникације, тако и пословне усмено-писане комуникације. Сам крај књиге прати низ вежби и примера, што додатно оплемењује штиво и кроз практичан начин и конкретне примере приказује и потврђује теоријска посматрања задате теме.