

„Formularea unei probleme este adesea mai importantă decât soluționarea ei.”

Albert Einstein

INTRODUCERE

Comunicarea și negocierea în afaceri reprezintă două concepte, teorii, științe, arte care, sub imboldul culturii și al expansiunii cunoașterii, generează, cel puțin, dimensiuni nebănuite ale entităților sub aspectul comportamentului, cogniției și afectivității. Într-o economie a cunoașterii, entitățile nu sunt doar obligate, ci și tentate/incitate de schimbările mediului de acțiune să acceadă resurse dintre cele mai diverse în vederea asigurării succesului, comunicarea eficientă devenind premisă și scop în demersul strategic al acestora.

Multitudinea aparițiilor teoretice și practice ce dezbat conținutul, dimensiunile, relaționările cu alte concepte, teoriile, rolul și importanța comunicării în dezvoltarea indivizilor și a societății, în general, reprezintă tot atâtea motive pentru care încă o lucrare poate să formuleze un alt punct de vedere, în contextul în care individul își caută sensul unei existenței de succes.

Edificatoare nu sunt atât definițiile, teoriile, tipologiile, procesele, structurile comunicării reliefate în lucrare, cât relaționările și conexiunile rezultate din considerarea comunicării drept responsabilă pentru situațiile în care sunt entitățile la un moment dat. O comunicare eficientă asigură succesul personal și profesional. În acest sens, în literatura de specialitate se relevă mai multe tehnici de dezvoltare personală pentru a avea succes: tehnici de organizare a timpului, tehnici de gândire pozitivă, tehnici de folosire a puterii subconștientului, tehnici de dezvoltare a încrederii în sine etc.. Se cunoaște faptul că succesul autentic este legat de țelurile fiecărei entități.

Lucrarea se dorește a fi o prezentare a modului de gestionare din perspectivă strategică a structurilor, determinantilor celor două științei (factorii contextuali care pot influența pozitiv procesele de comunicare și negociere), a performanțelor comunicării și a impactului generat de procesele de comunicare și negociere pe termen scurt, mediu și lung asupra entităților.

În același timp, abordată la nivel organizațional, comunicarea își relevă un rol important atât în generarea contextului apariției și dezvoltării inteligenței organizaționale (contextul organizațional, tehnologic și lingvistic), cât și în cel al factorilor determinanți, precum și al co-factorilor inteligenței organizaționale (învățarea organizațională, leadershipul, cultura organizațională, managementul), într-un cadru cultural-organizațional specific.

De-a lungul timpului, dar cu precădere în economia bazată pe cunoaștere, organizațiile și-au dezvoltat sisteme proactive specifice în vederea creșterii competitivității lor. Specialiștii în sociologia organizațiilor definind *comunicarea*

drept formă de manifestare a interacțiunii dintre organizație și mediu, ceea ce înseamnă că în procesul de comunicare se dezvoltă relații între partenerii de comunicare. De asemenea, cunoscut este faptul că, procesul de reflectare a lumii obiective și subiective a participanților este caracterizat și prin anumite dificultăți și constrângeri. Astfel că, eficacitatea comunicării este posibilă, cel puțin, prin cunoașterea și reducerea barierelor, dificultăților și constrângerilor în procesul de comunicare. De fapt, nevoia unei comunicări eficiente reprezintă o nevoie psihologică, deoarece comunicarea reprezintă premisa reușitei în relațiile manageriale, personale, profesionale și de orice altă natură. În esență, succesul comunicării reprezintă valorificarea abilităților și competențelor de comunicare, dezvoltarea acestora și a stocului relațional.

În acest sens, strategia comunicării devine centrul și esența abordării strategice a organizației de afaceri, în vederea obținerii succesului.

Cercetările din domeniile de studiu ale comunicării și negocierii (economic, sociologic, psihologic, lingvistic, tehnic, filosofic etc.) au relevat faptul că negocierea este un proces, un fenomen dinamic, o știință ce are la bază modele de manifestare și de dezvoltare evidente ce poate fi abordat din perspectivă sistemică, procesuală și, de ce nu, conform principiilor fundamentale ale vieții. În acest context, se impune cercetarea rolului caracteristicii umane esențiale care este comunicarea în asigurarea succesului autentic.

CAP. 1. Comunicarea umană: trecut, prezent și viitor

Fundamentul manifestării entităților (fizice sau juridice) este dat de comunicare. Nu este posibilă existența unor entități izolate, relaționarea fiind esențială atât pentru supraviețuirea cât și pentru dezvoltarea acestora, deoarece comunicarea reprezintă fundamentul interacțiunii psihosociale a entităților, generând modificări cognitive, afective și comportamentale.

Act social în continuă devenire, comunicare, ca noțiune, are multe înțelesuri, iar dezvoltarea tehnologiilor și practicilor în diferite domenii a contribuit din plin la proliferarea de noi sensuri și direcții. Mai mult decât atât, varietatea ipostazelor comunicării derutează și tinde să amplifice greutatea realizării unei definiții unanim acceptate. De altfel, înțelegerea comunicării ca fenomen, proces și artă impune abordarea din perspectiva umană, depășind comunicarea dintre artefacte și cea din lumea animală.

1.1. Scurt istoric al comunicării umane

Dacă se face o incursiune în evoluția umană se poate constata că, în mod evident, omul a comunicat încă din primele etape ale evoluției sale. Astfel încât istoria comunicării se confundă cu istoria și evoluția omului, fapt demonstrat de diversitatea documentelor scrise și vestigiilor istorice existente.

În *epoca de piatră* omul comunica mai ales nonverbal și paraverbal. Astfel, scrâșnetul dinților, folosit și astăzi de omul modern pentru a-și arăta ostilitatea față de alți indivizi, era forma sub care își anunța atacul omul preistoric.



Sursa: www.istoriiregasite.wordpress.com

Desigur, în timp, diferitele limbaje: verbal, nonverbal, paraverbal s-au dezvoltat pe măsura dezvoltării societății omenеști. Limbajul verbal s-a îmbogățit cu noi cuvinte și noi sensuri, limbajul nonverbal a devenit mai complex, iar cel paraverbal și-a atenuat din duritate. Astfel că, deși ostili, oamenii nu mai scrâșnesc

unii la alții, ci doar rânjesc (zâmbet ostil). De asemenea, omul a comunicat nonverbală prin gesturi ale palmelor și mâinilor încă din primele momente ale apariției sale. Spre exemplu, în decursul istoriei, palma deschisă a fost asociată cu adevărul, onestitatea, supunerea și umilința. Strângerea mâinii este o relicvă din epoca în care oamenii trăiau în peșteri. Atunci când se întâlneau oamenii peșterilor își înălțau brațele în aer cu palmele deschise pentru a arăta că nu au arme și sunt pașnici. Mai târziu au apărut gesturi cu palma pusă pe inimă, dusă la caschetă și, în prezent, întinderea mâinii și strângerea palmelor sub formă de salut.

În civilizațiile antice mesajele erau transmise de curieri alergători sau călare. În sec. V î.Hr. Calea Regală traversa Imperiul Persan cale de 2300 km cu stații la intervale regulate (5 zile), iar în Imperiul Incaș (America de Sud) – coastele Anzilor -, chiar 225 de km pe zi, în cazuri urgente. De asemenea, mesajele erau transmise și prin porumbei mesageri (Colecția Cheia Cunoașterii, 2007). În 1815, bancherul londonez Nathan Mayer Rothschild și-a dublat averea datorită porumbeilor mesageri (Colecția Cheia Cunoașterii, 2007). Spre exemplu, vestea înfrângerii lui Napoleon la Waterloo a fost transmisă cu ajutorul porumbeilor mesageri.

Referitor la comunicarea scrisă, se presupune că cea mai veche reclamă scrisă datează de acum 3000 ani, inscripționată pe papyrus și descoperită printre ruinele orașului Theba din Egipt:

“Sclavul Shem, fugind de la stăpânul său Hapu - țesătorul, toți bunii cetățeni sunt chemați să ajute la aducerea înapoi. El este înalt, înfățișare sănătoasă și ochi negri. În schimbul unor știri despre locul în care se află el, este oferită o jumătate de monedă de aur, iar pentru aducerea lui la parohia lui Hapu - țesătorul, unde este țesută cea mai bună stofă conform dorințelor dumneavoastră, este oferită o monedă întreagă de aur.”

De asemenea, emblemele au început să fie folosite în aceeași perioadă: firma unui butar era reprezentată de un câțar punând în mișcare o moară, lăptarii foloseau ca emblemă o capră, farmaciștii efigia șarpelui etc..

În ceea ce privește comunicarea verbală, literatura de specialitate (Prutianu Șt., 2000) consemnează o etapizare istorică a acesteia începând cu primele forme de comunicare verbală: discursul, din Grecia antică și apariția noțiunii de retorică ca știință a discursului și artă de a convinge. Astfel, încă de acum 2500 de ani (sec. V î.Hr.) oamenii care stăpâneau arta conversației și aveau deprinderi și capacități reale de comunicare se afirmău mai ușor în societate. În acea perioadă comunicarea, sub forma retoricii, a cunoscut cea mai mare dezvoltare. De fapt, primele elemente de teorie a comunicării au fost elaborate de Corax din Siracusa (Arta retoricii) în care sunt prezente câteva tehnici de comunicare și reguli de elaborare a unui discurs. Mai târziu apar specialiștii în retorică denumiți sofisti.

Dezvoltarea retoricii în domeniul politic determină apariția specialiștilor (*logografi*) în evaluarea cuvântărilor (cuvântarea fiind construită pe 6 niveluri:

introducere, expunere de motive, prezentarea faptelor, argumentația, probele și concluziile).

Între 427-347 î.Hr., Platon introduce *retorica în viața academică greacă*. Pentru Platon retorica reprezenta un început de știință a comunicării. Astfel, că în procesul comunicării Platon a delimitat 5 etape: conceptualizarea, simbolizarea, clasificarea, organizarea și realizarea. Continuând munca lui Platon și deschizând noi direcții de dezvoltare a teoriei comunicării, Aristotel (384-322 î.Hr.) a scris *Rethorike* și primul tratat de logică *Organon* în care, pentru prima dată, este construit tipul de argumentație logică bazat pe silogism. Organizarea discursului propusă de retoricii antici se păstrează și astăzi în aceeași formă:

- *exordiul* (replica de deschidere cu rol de a atrage atenția, de a provoca auditoriul), *propunerea* (tema și subiectul discuției);
- *diviziunea* (părțile, secțiunile, capitolele, paragrafele sau cauzele care vor fi abordate în discurs și ordinea lor);
- *narațiunea* (expunerea faptelor);
- *confirmarea* (argumentarea punctului de vedere al vorbitorului);
- *respingerea opiniei adverse* (demonstrarea eventualelor obiecții și observații ale auditoriului);
- *digresiunea* (în scopul de a înveseli atmosfera, de a o destinde);
- *încheierea* (rezumatul discursului, prezentarea ideilor principale).

Progresele realizate de greci în domeniul comunicării verbale au fost continuate de filosofi și oratorii romani. Aceștia realizează delimitarea comunicării verbale teoretice de cea practică, considerând că retorica este teoria, iar practica vizează oratoria.

În cadrul Imperiului Roman s-au afirmat cei mai mari oratori din toate timpurile. Printre aceștia, Cicero (3 ianuarie 106 - 43 î.Hr.) a lăsat istoriei celebrele sale opere: *De Inventione*, *De Oratore* și *Topica*.

Cicero, filozof, politician, jurist, orator, teoretician politic, consul și constituționalist roman a alcătuit o operă imensă. Astfel, remarcabile sunt cele 58 de discursuri ciceroniene, care reprezintă o armonizare fericită între talentul nativ, (*ingenium*), cultura vastă (*doctrina*) și practica forului (*usus forensis*).

Discursurile acoperă o perioadă de 38 de ani (81-43 î. Hr.) de activitate retorică pusă în slujba cetățeanului și a cetății, "de la interesul sau nevoia cărora niciodată nu m-au sustras odihna, plăcerea sau somnul" (*Pro Archia poeta*, VI, 12).

https://ro.wikipedia.org/wiki/Marcus_Tullius_Cicero

Cicero, meditănd profund, original asupra umanității, creează limbajul filosofiei romane, aparatul ei conceptual și sistemul ei propriu de gândire.

Dezvoltarea artei oratorice de către romani a condus la completarea discursului cu partea denumită **Actio, care privește acțiunea oratorului, respectiv îmbrăcămintea și înfățișarea oratorului, postura trupului, gestică de sprijin, privirile și contactul vizual, tonul și inflexiunile vocii**. Astfel, se poate spune că, în acea perioadă, comunicarea umană se realiza sub toate formele: verbală, nonverbală și paraverbală.

Istoria comunicării consemnează faptul că, după perioada greco-romană, teoria și practica comunicării umane au cunoscut o oarecare stagnare. Astfel că, abia pe la sfârșitul secolului al XIII-lea, apar dezbaterile publice în Parlamentul britanic (www.parliament.uk).

- În 1215 este semnată Magna Carta prin care se stabileau principiile parlamentare sub domnia regelui John;
- În 1295, sub domnia lui Edward I este înființat Parlamentul britanic;
- În 1341 are loc separarea Parlamentului în cele două camere: Camera Comunelor și Camera Lorzilor).

Discursurile și dezbaterile parlamentare erau adevărate lupte oratorice.

La sfârșitul secolului al XIX-lea, în universitățile americane, au fost introduse competițiile de dezbateri publice (formale), pentru ca, mai apoi, mijloacele moderne de comunicație să facă posibile dezbaterile publice televizate și din presa scrisă.

În ceea ce privește dezvoltarea comunicării umane, teoriile, tehnicile, tehnologiile și practicile acestea revin în centrul atenției începând cu secolul al XV-lea. Astfel,

- între 1436 și 1444 se dezvoltă imprimăria mecanică. Apariția tiparului și a cărților tipărite reprezentând un pas important în evoluția tehnologiei comunicării umane moderne;
- în 1605 în Olanda apare o primă presă scrisă, în secolul al XVII-lea (Știri recente, 1605);
- în 1631 apare primul săptămânal francez, dezvoltându-se comunicarea prin presa scrisă;
- în 1827 în Franța se fac primele fotografii, iar în 1888, cu un aparat Kodak este realizată fotografia modernă ceea ce contribuie decisiv la dezvoltarea comunicării umane prin imagini;
- în Anglia, în 1702, în secolul al XVIII-lea, vede lumina zilei primul cotidian (Daily Current, 1702) (comunicare mediatică);

- apariția telegrafului (în 1837 – SUA), a telefonului (în 1876 – SUA) și a telegrafului fără fir (în 1896 - Anglia) determină noi direcții și tendințe în dezvoltarea comunicării umane;
- radioul (1920), cinematograful (1895) și televiziunea (1926) contribuie la dezvoltarea comunicării publice;
- sistemele multimedia permit prelucrarea simultană a textelor, a sunetelor și a imaginilor digitalizate și oferă noi orizonturi dezvoltării comunicării umane;
- revoluția Internet a determinat dezvoltarea comunicării la distanță.

Secolul XX aduce o explozie a dezvoltării teoretice și practice a comunicării umane. Astfel, dacă în 1960 era vizat **termenul de semiotics** când se vorbea de spre studierea tuturor modalităților de comunicare structurată, iar Levi-Strauss sugera (Antropologie structurală) că antropologia socială, economia, lingvistica, teoria informației (Shannon și Weaver) și teoria jocurilor (Von Neumann și Morgenstern) vor forma o știință nouă, cea a comunicării, în 1963 Jakobson recomandă *crearea unei științe integrate a comunicării* (formată din antropologia socială, sociologia și economia) (Lohisse J., 2002 p. 13, p. 19).

Evident, dezvoltarea diferitelor științe contribuie permanent la îmbogățirea termenului de comunicare. Mai târziu comunicarea devine o disciplină autonomă, începând să fie studiată în diverse universități de prestigiu. Spre exemplu, din 1995 comunicarea este predată ca disciplină la Institute for Scientific Information din Philadelphia). În România, comunicarea este o disciplină predată atât în cadrul facultăților economice, cât și a celor sociale și tehnice.

Concluzionând, se poate spune că, deși noțiunea de comunicare are multe sensuri, dezvoltarea tehnologiilor și profesionalizarea practicilor, care au contribuit la dezvoltarea diferitelor teorii ale comunicării din diferite perspective, nu au făcut decât să adâncească contradicțiile și tensiunile dintre acestea.

1.2. Definirea conceptului

Comunicarea, domeniu al științelor sociale, prezintă o multitudine de ipostaze, generate fiind de bogata literatură de specialitate care tratează de pe poziții diferite această noțiune. Interesant este că, acum 20 de ani, doi cercetători americani au înregistrat în jur de 126 de definiții reprezentative (Dinu M., 2000) ale comunicării.

Noțiunea de comunicare are mai multe înțelesuri, deoarece ea a fost dezvoltată de o serie de științe destul de diferite, cum ar fi: filosofia, istoria, geografia, psihologia, sociologia, etnologia, economia, științele politice, biologia, lingvistica, cibernetica, științele cognitive, etologia etc.. Comunicarea este diferită pentru un biolog, de cea manifestată de către un informatician sau un economist. Astfel că, fiecare **domeniu al cunoașterii are definiții care accentuează o latură sau alta a termenului de comunicare: caz, schimb, transfer, transport, energie, informație** etc.. Aparenta contradicție între diferitele definiții ale conceptului, care există în