

## UVOD

---

*Govoriti ne znači uvek logično misliti, ali logično misliti znači u isti mah logično govoriti.*

Benedeto Kroč

Promene, koje su se naročito u poslednje dve decenije, zbile u našem okruženju, na planu društvenog i političkog života, socijalnih i ekonomskih prilika, geografskih i teritorijalnih podela, kao i razvoj tehnike i tehnologije, izmenili su načine rada i poslovanja, kao i metode u poslovnom komuniciranju. Korišćenje računara na radnom mestu, mobilna telefonija i elektronska pošta, razgovori preko kompjutera (četovanje, web kamera), brzina, tempo i uslovi rada, zahtevaju izrazito jake i obrazovane ljude, vešte komunikatore, menadžere koji pretenduju da budu lideri u svom poslu. Od njih se, takođe, očekuje: samostalnost u donošenju odluka, osmišljavanje i sprovođenje novih programa, širenje smelih i neobičnih ideja i inovacija, kao i pripremljen, ubedljiv pristup u odnosima sa javnošću. Ovo podrazumeva permanentno obrazovanje, neprekidno napredovanje, sticanje novih znanja, kreiranje imidža i stila.

Menjaju se govor i jezik (iako predstavljaju osnovne i nezamenljive civilizacijske tekovine), način odevanja i kretanja, dizajn i scenografija, pa je značajno upoznati, oplemeniti i unaprediti veštine, sredstva i metode u poslovnoj komunikaciji.

Pitanje je kako zadržati i razviti individualnost i kreativnost, osobenost sopstvene ličnosti, a istovremeno se, na dobar i pozitivan način uklopiti u zadato okruženje, menjajući sebe, ali i okolnosti. Istraživanje i edukacija na planu komunikologije nikada nisu sasvim dovršeni procesi i ova činjenica predstavlja poseban izazov, kako za one koji tek savladavaju osnovne veštine komu-

niciranja, tako i za pedagoge, trenere, komunikologe. Uvek može da se sazna nešto novo, da se napreduje i usavršava u okviru visoko postavljenih ciljeva. Drugačiji politički sistemi, različite tradicije i kulture, kreiraju određene standarde, shodno socijalnim, psihološkim, komunikološkim, lingvističkim i drugim osobenostima. Za mnoge segmente se može reći da su zajednički gotovo svim ljudima na planeti; za neke druge, pak, da su osobeni i svojstveni samo određenim kulturama. Stoga se, u edukaciji i obrazovanju, ne može usmeravati samo prema ličnim navikama i potrebama jedne kulture. Moraju se pratiti događanja, pre svega, u najbližem okruženju – na Balkanu, potom, standardi u Evropi (sa uočavanjem osobenosti u poslovanju Nemaca, Engleza ili Holandana, na primer), razvoj teorije i prakse biznisa u Americi, specifičnost poslovnog komuniciranja u Kini i Japanu, itd.

Danas se podrazumeva da gotovo sve profesije koje su u kontaktu sa javnošću, moraju da prođu kroz posebne kurseve, seminare, treninge, predavanja, vežbe, kreativne radionice (role play, workshop) i sl. Pomenuti segmenti u obrazovanju menjaju se i variraju, transformišu u specifične programe za pojedina zanimanja i profesije. Stoga, angažovanje pedagoga ili trenera, konsultanta i savetnika, predstavlja danas neophodnost, prestiž i označava težnju preduzeća i lidera za neprekidnim napredovanjem i promenama. Sa druge strane, nalazi se i teorijsko usavršavanje kroz literaturu, časopise, brošure, publikacije, audio (CD) i video materijale (DVD, video kasete), itd. Treba se upoznati i sa najnovijim teorijama o učenju i pamćenju (mape uma).

Ova knjiga prevashodno govori o osnovnim tehnikama, metodama i veštinama, u komuniciranju, odnosima sa javnošću i bontonu, odnosno pravilima ponašanja u društvu. Posebno se ističu osnovni principi u poslovanju kao što su: fleksibilnost i pristupačnost u odnosima sa ljudima, ulaganje energije, potreba za razumevanjem i uspostavljanjem komunikacijskih mostova, razvijanje timskog rada i negovanje lojalnosti jednoj grupi, stvaranje dobre i pozitivne atmosfere, osmišljen i interesantan nastup u javnosti.

Novi načini poslovanja mogu se sprovesti uspešno samo ako su ljudi spremni da nauče, usvoje i prenesu drugima (utiču na druge) određena pravila i standarde u poslovnom ponašanju. Bez obzira na razvoj tehnike i vladavinu cara-računara, ipak se i

dalje insistira, možda čak i više nego pre, na ličnoj komunikaciji, odnosu licem u lice.

Nažalost, mnogi ljudi rano gube interes za dalje usavršavanje i napredovanje. Prestaju da vole svoj posao, u njemu ne uživaju i ne nalaze zadovoljstvo u radu. Mnogi čak zaboravljaju da su, pre svega, profesionalci koji imaju obavezu (i pravo) da odgovorno rade svoj posao, poštujući osnovna etička pravila profesije.

Osnovni preduslov za bavljenje bilo kojim poslom jesu: entuzijazam i energija, kreativnost i motivisanost koji mogu da odnesu pobjedu nad mrzovoljom, rutinom, dosadom i zamorom. Sigurnost u poslu stiže se i kroz mnogobrojne kontakte sa različitim ljudima i kulturama.