Mateusz Szast
ORCID 0000–000 1–5677–6471
DOI 10.24917/20838972.13.5

(Nie)etyczne aspekty komunikacji niewerbalnej w negocjacjach

Wprowadzenie

Niniejszy artykuł stawia sobie za cel zwrócenie uwagi na etyczne i nieetyczne aspekty komunikacji, zwłaszcza jej wymiar niewerbalny, ze szczególnym uwzględnieniem negocjacji. Obydwa procesy łączy jeden wspólny mianownik: wykorzystujemy je, praktycznie codziennie, częstokroć poza naszą świadomością, co odbywa się w drodze dialogu, wymiany komunikatów – także niewerbalnych.

Poprzez społeczne oddziaływanie i współtworzenie rzeczywistości społecznej człowiek określany jest jako istota komunikująca się (nie tylko poprzez aparat mowy), zatem nie może się nie komunikować[1]. Jest to szczególnie prawdziwe, biorąc pod uwagę ilość czasu, jaki poświęcamy na mówienie, słuchanie, pisanie, informowanie czy wymianę myśli. Komunikacja ma olbrzymi wpływ na życie człowieka, ponieważ to dzięki niej może on tworzyć związki z innymi osobami, relacje w różnorakich kontekstach oraz kształtować świat społeczny. Jest ona czymś więcej niż zwykłym przekazem informacji, gdyż ustala wspólne znaczenia przekazu oraz umożliwia sprawowanie kontroli nad ludźmi. Słowa oraz język to zasadnicze, ale nie jedyne przejawy komunikacji międzyludzkiej, ponieważ jednostka ludzka wyposażona jest dodatkowo w zmysły, które odgrywają bardzo ważną rolę w procesie porozumiewania się. Człowiek mówi i słyszy, ale także porusza się, dotyka, czuje, czyli używa drugiej formy komunikacji niewerbalnej[2].

1 S.P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge, *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, przeł. P. Izdebski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 52.

2 A. Jaskółka, *Mowa ciała. Jak ją odczytywać i właściwie z niej korzystać*, Wydawnictwo Jedność, Kielce 2007, s. 14.

Główne założenia komunikacji interpersonalnej

Człowiek bywa określany metaforycznie mianem „cywilizowanego drapieżnika", gdyż jako istota rozumna nauczył się wykorzystywać (poskramiać) otoczenie w celu realizacji własnych dążeń. W procesie rozwoju (postępu cywilizacyjnego) współcześni ludzie starają się „czynić sobie ziemię poddaną" poprzez realizację własnych wizji, usuwając z drogi wszelkie niedogodności czy przeszkody[3]. Komunikowanie jawi się jako czynność nadawania i otrzymywania przez jednostkę lub grupę komunikatów przy wykorzystaniu odpowiednich kompetencji (umiejętności) do prowadzenia interakcji. Podział komunikacji na werbalną i niewerbalną jest nieprzypadkowy, gdyż człowiek od zarania dziejów, zanim wykształcił umiejętności językowe, wykorzystywał do komunikacji zmysły oraz instynkt (jak czynią to zwierzęta) poprzez wykorzystywanie mimiki, ruch oczu, zaznaczanie terytorialności, wykorzystywane ozdób, dotyk, węch, słuch, czucie – poprzez wszystkie zmysły[4]. Komunikacja niewerbalna pełni szereg ważnych funkcji, dlatego że akcentuje, zastępuje lub wypełnia komunikację językową, manifestuje uczucia lub tworzy adaptery (umożliwiają one realizację jakiejś potrzeby człowieka, np. drapanie podczas swędzenia). Dobrzy negocjatorzy muszą charakteryzować się zdolnościami komunikacyjnymi[5].

Termin „komunikacja niewerbalna" często używany jest zamiennie z terminem „mowa ciała", co w swojej pracy rozważał Milles L. Patterson (*Więcej niż słowa. Potęga komunikacji niewerbalnej*). Jednakże stwierdzić należy, co słusznie zauważył wspomniany autor, że mowa ciała to termin określający i interpretujący nastrój, emocje i motywację. Idealnym przykładem mogą być sportowcy czy politycy, których ciała w sytuacji sukcesu zupełnie inaczej reagują aniżeli w sytuacji porażki czy kompromitacji. Komunikaty niewerbalne oznaczają stan ducha i emocje danej osoby w kontekście zaistniałej sytuacji[6]. Mowę ciała można ująć jako szeroki wachlarz fizycznych ruchów ciała, które w trakcie procesu komunikacji człowiek wykonuje zarówno świadomie, jak również nieświadomie. Ruchy te obejmują między innymi: zmiany postawy ciała, gesty, kontakt wzrokowy, ekspresję i mimikę twarzy[7].

3 A.J. Bierach, *Komunikacja niewerbalna. Za maską człowieka. Czy można kłamać mową ciała w drodze do: władzy, miłości, sukcesu,* przeł. Biuro tłumaczeń VERBA, Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 1996, s. 19.

4 *A Primer on Communication Studies,* s. 182, (http://2012books.lardbucket.org/ (10.01.2018).

5 H. Zhou, T. Zhang, *Body Language in Business Negotiation*, „International Journal of Business and Management", 3/2008, No. 2, s. 91.

6 M.L. Patterson, *Więcej niż słowa. Potęga komunikacji niewerbalnej,* przeł. M. Przylipiak, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2011, s. 15.

7 A. Jaskółka, *Mowa ciała…*, s. 14.

Komunikacja niewerbalna obejmuje swoim zasięgiem nie tylko ciało człowieka, ale całą przestrzeń dookoła niego, pomieszczenia, w których ludzie przebywają. Oznaczać może pobieranie lub przekazywanie komunikatów perswazyjnych z wykorzystaniem otoczenia fizycznego, a także samego wyglądu człowieka oraz całego wachlarza mowy jego ciała. Wówczas procesy nadawcze i odbiorcze zachodzą równolegle i automatycznie bez użycia świadomości[8]. Co istotne, jednostka ludzka komunikuje się z wykorzystaniem ciała (nawet nic nie mówiąc). Kolejną cechą komunikacji niewerbalnej jest fakt, że jest ona poznawczo skuteczna, co jest jej niewątpliwą zaletą, ponieważ człowiek pochłonięty swoimi obowiązkami częstokroć nie przywiązuje wagi do sygnałów niewerbalnych, które mimo woli są wysyłane do innych (np. podczas pracy przy komputerze mąż może nie rozmawiać ze swoją małżonką, może jednak uśmiechać się do niej, reagować na jej ruchy czy zadane pytanie). Kolejna cecha dotyczy czasu, w którym odbywa się komunikacja. Komunikacja wykorzystująca kanał werbalny może dotyczyć sytuacji przeszłych, teraźniejszych i przyszłych. Z kolei komunikacja niewerbalna zawsze dotyczy sytuacji obecnej, zatem „tu i teraz”[9].

W analizie komunikacji niewerbalnej przydatny jest także kontekst kulturowy. W niektórych kulturach większość informacji ludzie przekazują wprost za pomocą języka (znaczenie słów), w innych zaś bardziej akcentowana jest mowa ciała[10]. Istotna jest także problematyka relacji międzykulturowych (interakcje pomiędzy przedstawicielami różnych społeczeństw, grup etnicznych), które mogą wiązać się z odmiennym systemem wartości, działań i intencji drugiej strony[11]. Kultura wpływa na „zaprogramowanie umysłu”[12] – internalizację wzorców myślenia, odczuwania, zachowania czy reakcji na rozmaite bodźce, które człowiek przyswaja w drodze socjalizacji pierwotnej, a następnie wtórnej w ramach swojej wspólnoty. Z antropologicznego punktu widzenia obejmuje ona także nieco szerszy zasięg oddziaływania, ponieważ dotyczy sytuacji codziennych i obejmujących zachowania ludzi czy ich komunikacji z wykorzystaniem takich elementów jak: symbole (słowa, gesty, obrazy, przedmioty), wszelkiego rodzaju rytuały (działania uznawane w danej wspólnocie jako niezbędne, np. sposoby powitań, odchody uroczystości itp.), wartości

8 M.L. Patterson, *Więcej niż słowa…,* s. 17.

9 Tamże, s.23.

10 M. Blahova, *Specific Role of Nonverbal Communication in Business*, „European Scientific Journal”, 10/2015, Vol. 11, s. 15.

11 S. Deditius, *O wpływie różnic kulturowych na komunikację*, [w]: *Komunikacja niełatwa, czyli o tym, co przeszkadza w skutecznym porozumiewaniu się*, red. A. Rosińska-Mamej, J. Senderska, Wydawnictwo Libron- Filip Lohner, Kraków 2014, s. 61.

12 G. Hofstede, *Culture´s Consequences. International Differences in Work-Related Values*, Beverly Hills, CA: Sage 2000, s. 32

(widoczne chociażby w przypadku narodu polskiego, który ceni wartości rodzinne), jak również kwestie religijne. Kultura i komunikacja to terminy ze sobą ściśle powiązane, ponieważ to przez kulturę człowiek internalizuje sposób komunikowania oraz wzory interpretacji kanałów komunikacyjnych[13]. Gesty są zatem różnie interpretowane. W jednej kulturze postrzegane pozytywnie (gest kciuków w Stanach Zjednoczonych), w innej kulturze mogą zostać uznane za nieprzyzwoite. Inaczej gestykuluje i reaguje na pewne aspekty życia, np. na przywitanie, Polak (podanie ręki lub ukłon) inaczej Meksykanin, a zupełnie inaczej mieszkaniec Skandynawii[14].

Wykorzystywanie komunikacji niewerbalnej w negocjacjach

Negocjacje rozpatrywane są z czterech perspektyw: jako proces komunikacji ukierunkowany na poszukiwanie kompromisu, jako zbiór reguł i taktyk działania w drodze prowadzenia rozmów i ustalenia stanowiska (co należy robić, a czego unikać w określonym celu), jako proces o określonej strukturze i trwaniu oraz jako sposób osiągania porozumienia. Generalnie rzecz ujmując, negocjacjami określa się proces porozumiewania, w którym co najmniej dwie osoby (strony) podejmują dialog w celu rozwiązania zaistniałych sprzeczności pomiędzy nimi (proces wzajemnego przekonywania się), by za pomocą argumentów i perswazji uzgodnić wspólne stanowisko[15]. Co zrobić, aby dobrze zrozumieć partnera (uczestnika, drugą stronę) negocjacji? Zasadniczo, aby lepiej zrozumieć innych, człowiek ma do dyspozycji trzy sposoby. Pierwszy to słuchanie i obserwowanie innych. W tym wypadku osoba biorąca czynny udział w interakcji, np. w negocjacjach, musi wykazywać się aktywnością i zaangażowaniem. Po drugie, należy skierować na rozmówcę pełnię swojej uwagi, w myśl zasady, że „otrzymaliśmy dwoje uszu i jedne usta, by więcej słuchać, a mniej mówić". Po trzecie należy okazać zainteresowanie nie tyle drugą osobą, co kwestiami, które owa osoba podejmuje[16]. Przytoczone cechy komunikacji ułatwią nawiązanie dialogu, a co za tym idzie spowodują zrozumienie drugiej strony.

13 Z. Semnani-Azad, W.L. Adair, *The Display of "Dominant" Nonverbal Cues in Negotiation: The Role of Culture and Gender*, „International Negotiation", 16/2011, Issue 3, s. 453.

14 A. Hans, E. Hans, *Kinesics, Haptics and Proxemics: Aspects of Non -Verbal Communication,* „IOSR Journal Of Humanities And Social Science", 20/2015, Issue 2, Ver. IV, s. 51.

15 A. Augustynek*, Psychologia. Jak ślimak piął się pod górę*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2008, s. 131.

16 M. Silberman, F. Hansburg, *Inteligencja interpersonalna. Jak utrzymać mądre relacje z innymi,* przeł. D. Piotrowska, Wydawnictwo Studio EMKA, Łódź 2012, s. 39.

Nie bez znaczenia pozostaje także niewerbalny aspekt negocjacji. Negocjatorzy decydują się na wykorzystywanie mowy ciała dla realizacji własnych potrzeb, osiągnięcia zamierzonego celu bez zwracania uwagi na partnera interakcji (oponenta). Może to wynikać z kilku przesłanek: z faktu pragmatycznej realizacji własnych dążeń, działań zwiększających własne profity, podniesienia poczucia własnej wartości lub po prostu braku świadomości zachowania nieetycznego. Toz kolei wynikać może z kilku czynników. Jednym z czynników warunkujących nieetyczne wykorzystywanie komunikacji niewerbalnej może być wzrost ilości publikacji podejmujących opis tego kanału komunikacji, związany ze swoistym renesansem,k który przeżywa ta tematyka. Posiłkowanie się publikacjami popularnonaukowymi (bez podania naukowych metod badawczych wykorzystanych przy generowaniu wniosków) może powodować wypracowanie wadliwego ujęcia i wykorzystywania przestrzeni komunikacji międzyludzkiej, ponieważ w zdecydowanej większości są to publikacje autorstwa zachodnich pisarzy, którzy swoje wnioski konstruowali w oparciu o doświadczenia (badania) realizowane w kulturze odmiennej aniżeli kultura polska (co pozostaje nie bez znaczenia dla analizy i interpretacji rozmaitych sygnałów przesyłanych przez ciało człowieka).

Inną kwestią pozostaje fakt, że osoby pobierające lekcje komunikacji niewerbalnej powołują się na różnego rodzaju autorytety (w dziedzinie psychologii, badań społecznych, trenerów biznesu, coachingu). To także może okazać się zwodnicze, zwłaszcza, jeśli będziemy sugestie przeczytane w poradnikach interpretowali w sposób bardzo bezpośredni. Warto przypomnieć w tym miejscu eksperyment, dotyczący indukowania posłuszeństwa wobec autorytetu. Badanie, tzw. eksperyment Milgrama, dotyczyło trzech ważnych cech sytuacji, w jakiej przyszło działać człowiekowi: niejasność, niezwykłość i nowość. Badania Milgrama dotyczyły dawkowania prądu osobie siedzącej na krześle eklektycznym i odpowiadającej na zadane pytania, a każda błędna odpowiedź oznaczała zwiększenie dawki ładunku elektrycznego. W badaniach chodziło o zwrócenie uwagi na zachowania nauczyciela, zachowania uczestnika badania i samego badanego – całokształt zachowań i stanów skupienia w obrębie pełnienia różnych ról społecznych. Dynamika eksperymentu implikowała konieczność skupienia uwagi nauczyciela na świecie zewnętrznym, gdzie śledzi on odpowiedzi ucznia, porównuje ze wzorem, reaguje na wypowiedzi eksperymentatora i nie ma czasu na przemyślenie swojego postępowania oraz refleksję.

Dostrzeżono wówczas małą rolę, jaką odgrywają normy moralne i zinternalizowane przekonania, determinując zachowania automatyczne i bezrefleksyjne. Człowiek ulega naciskowi i nie odmawia wykonania polecenia polegającego na zwiększaniu dawek prądu elektrycznego

osobie siedzącej na krześle pomimo swoich wartości, norm czy postawy życiowej. Osoba wykonująca polecenia nauczyciela lub przełożonego staje się posłuszna – co zostało niejako wpojone już w procesie socjalizacji. Jednostki ludzkie na skutek szacunku oraz podległości ulegają podporządkowaniu wobec przełożonego, osoby cieszącej się autorytetem. Drugim aspektem uległości czy podporządkowania może być także wygodnictwo jako wypełnianie powierzonych zadań według określonego schematu postepowania bez refleksyjnego zaangażowania, np. w służbach mundurowych lub innej zhierarchizowanej instytucji[17]. Zauważa się to zjawisko także w coraz bardziej dostrzeganym w polskim systemie gospodarki rynkowej wzroście ilości podmiotów gospodarczych (korporacji), w których liczą się głównie wymierne efekty końcowe pracy.

Komunikacja niewerbalna może mieć istotny wpływ na całość przekazu komunikacyjnego – także w negocjacjach[18]. Teza ta została potwierdzona przez Michael Argyle w dziele zatytułowanym *The Psychology of Interpersonal Behaviour*, w którym dowodzi, że słuchając jakiegoś człowieka, patrzymy na niego przez 30–60% czasu trwania kontaktu[19], natomiast wydłużenie tego kontaktu oznacza zainteresowanie rozmówcy nie jego słowami, lecz nim samym. U policjantów i prawników zauważa się zmniejszenie intensywności kontaktu wzrokowego, ponieważ może on wskazywać na poczucie dyskomfortu lub poczucie winy. Postawa, ton głosu, gestykulacja i cała mowa ciała mogą także być wykorzystywane w procesie negocjacji, gdzie przeciwnicy obserwują swoje twarze, dłonie, głowę, pozycję, jaką przyjmuje osoba siedząca lub stojąca czy chociażby sposób chodzenia[20].

W negocjacjach komunikacja niewerbalna może określać postawy pozytywne lub negatywne. Do tych pierwszych zalicza się między innymi pewność siebie (wyprostowana pozycja siedząca lub stojąca, intensywny kontakt wzrokowy, daszek – dłonie złożone jak do modlitwy), gotowość do współpracy (głowa przechylona w stronę rozmówcy, ciało nachylone do przodu, rozpięta marynarka lub płaszcz, otwarte dłonie zwrócone do przeciwnika i ogólne zwrócenie ciała w kierunku oponenta). Poza tym za pomocą mowy ciała możemy okazać otwarcie (siedzenie na przedniej części krzesła, uniesiona głowa, nogi nieskrzyżowane, ręce nieskrzyżowane, rozchylone kolana – w przypadku mężczyzn). Akceptację można

17 D. Doliński, *Techniki wpływu społecznego*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005, s. 23.

18 K. Čulo, V. Skendrović, *Communication in the process of negotiation,* „Informatologia", 45/2012, No. 4, s. 325.

19 M. Agryle, *The Psychology of Interpersonal Behawiour*, Pengiun, Harmondsworth 1983.

20 K. Peleckis, V. Peleckienė, K. Peleckis, *Nonverbal Communication in Business Negotiations and Business Meetings*, „International Letters of Social and Humanistic Sciences", 62/2015, s. 63.

określić poprzez np. dłoń złożoną na piersi, co oznacza lojalność i uczciwość oraz oddanie.

Niemniej jednak za pomocą mowy ciała można także okazać dominację, wyższość i agresję. Taką postawę sygnalizują: dłonie splecione za głową, głowa odchylona do tyłu, skrzyżowane stopy, ręce skrzyżowane czy siedzenie okrakiem na krześle lub nogi wyciągnięte przed siebie. Mowa ciała może ilustrować postawy negatywne, np. frustrację (pocieranie karku, poluzowanie krawata, przeczesywanie włosów, bawienie się przyborami do pisania, krótkie oddechy czy mocno splecione dłonie). Poza tym można także okazać nerwowość (odchrząkiwanie, wiercenie się na krześle, skubanie ucha, zasłanianie ręką ust podczas mówienia czy chociażby bawienie się krawatem, teczką lub torbą). Znudzenie także może być zdradzane przez ciało człowieka (wodzenie oczami po pomieszczeniu, stukanie palcami w biurko, pstrykanie długopisem, mętne spojrzenie czy głowa oparta na dłoniach, a w skrajnych przypadkach pozycja spania na stole). Zachowania obronne, brak akceptacji można rozpoznać między innymi poprzez stopy częściowo skrzyżowane, ramiona ciasno splecione na piersi, wszystkie guziki zapięte czy szczypanie się w ucho lub nos, zaciśnięte pięści lub ręce[21]. W celu właściwego zrozumienia mowy ciała należy interpretować „zbitki gestów" – jedynie wówczas będzie można wysuwać wnioski lub przynajmniej podejmować próbę oceny, ponieważ nie należy tego czynić poprzez analizę pojedynczego sygnału[22].

Istotnym elementem procesu interakcji, co udowodnili psychologowie społeczni na podstawie licznych badań, jest pierwsze wrażenie. Zarówno wygląd partnera, jak i sposób jego zachowania ma duży wpływ na jego odbiór i przypisywanie mu wad bądź zalet. Nawet wygląd człowieka lub jego ubiór może rekompensować popełniane przez niego błędy. Zwracamy zazwyczaj uwagę, czy dany człowiek jest do nas podobny, czy nie, ponieważ może to świadczyć o jego przynależności do tej samej klasy społecznej, pochodzeniu etnicznym i innych przymiotach, które może dzielić razem z partnerem interakcji[23].

Czy zatem przy pomocy mowy ciała można dokonać deformacji czyjegoś wizerunku? Czy takie postępowanie w ogóle jest skuteczne w celu przedstawienia wizerunku oponenta *in plus* lub *in minus*, aby wrażenie wzmocnić lub osłabić? W literaturze na temat komunikacji opisywane są dwa typy sytuacji: po pierwsze mamy do czynienia z imputacją, czyli

21 P. Steele, J. Murphy, R. Russill, *Jak odnieść sukces w negocjacjach*, przeł. G. Łuczkiewicz, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2013, s. 110.

22 K. Peleckis, V. Peleckienė, K. Peleckis, *Nonverbal Communication in Business…*, s. 69.

23 E. Aronson, *Człowiek istota społeczna*, przeł. J. Radzicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004, s. 347–354.

przypisywaniem, wzmacnianiem pewnych właściwości i dokonań przeciwnika, lub bezpodstawnym, karykaturalnym przedstawianiem jego osoby. Drugi wariant to odmawianie oponentowi pewnych właściwości, np. pełnienia roli, w jakiej się znalazł, uznania, szanowania wyników jego pracy, kwestionowanie wypowiadanych i deklarowanych przez niego danych. Można to czynić poprzez przemilczenia, ignorowanie tego, co staje się niewygodne[24].

Interesującą figurą komunikacyjną, rozwijaną zwłaszcza w kontekście technik negocjacyjnych, jest negacja przez pominięcie lub zaprzeczenie, która mówiąc wprost, jest twierdzeniem i wpajaniem, że „czarne jest białe, a białe czarne". Może to się odbywać poprzez zupełne ignorowanie przeciwnika, nieprzyjmowanie do wiadomości jego przekazu i zaprzeczanie wszystkim tezom, jakie wypowiada. Interesującą figurą manipulacyjną jest także tzw. opis wyrównawczy, który polega, mówiąc kolokwialnie, na szukaniu dziury w całym, w myśl przesłania, że należy szukać dotąd, aż coś zostanie wychwycone (defekty, wady, wątpliwości, uczucia, podważenie zaufania w myśl zasady *non habet*). Wówczas ważniejsze staje się to, czego oponent nie posiada, natomiast jego zaleta, cecha lub zasadniczy temat podjętej rozmowy jest konfrontowany z umiejętnie dobraną wadą na zasadzie kontrastu[25]. Reguła ta jest także trenowana w przypadku znajomości mowy ciała, zwłaszcza w biznesie.

Osoba dobrze wytrenowana w komunikacji niewerbalnej może zdobyć pożądane informacje szybciej, a co za tym idzie, może zaplanować kolejny krok interakcji. Jednak, co istotne, „sukces można osiągnąć tylko wtedy, gdy nie polega się wyłącznie na swojej nieświadomej, intuicyjnej interpretacji sygnałów mowy ciała"[26]. Sygnały odbierane są dwutorowo – na płaszczyźnie rzeczowej i emocjonalnej. Chcąc dokładnie je odczytać, muszą one być spójne[27]. Kłamać poprzez mowę ciała można na trzy sposoby: symulację emocji, okazywanie emocji mimo jej braku, neutralizowanie – nieokazywanie żadnej emocji (pokerowa twarz) lub maskowanie emocji (najczęściej spotykany jest tzw. kaznodziejski uśmiech). Im poważniejsze i ważniejsze dla nadawcy jest kłamstwo, tym szybciej może zostać zinterpretowane przez odbiorcę. Jeżeli nadawca potrafi wcześniej starannie przygotować się do oszustwa, może nie zostać zdemaskowany. Okoliczności utrudniające zdemaskowanie kłamstwa to: kłamca miał możliwość przygotowania się lub ma wprawę w oszukiwaniu; nie obawia się kary za oszustwa; kłamca, jak i okłamywany nie znają

24 M. Karwat, *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 144.

25 Tamże, s. 147.

26 V.F. Birkrnbihl, *Sygnały ciała. Podstawy komunikacji niewerbalnej dla trenerów i ludzi sukcesu*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 1998, s. 31.

27 H. Zhou, T. Zhang, *Body Language…*, s. 95.

się dobrze i mają odmienne systemy wartości; kłamca ma dobrą pamięć, zdolności aktorskie oraz nie przeżywa strachu przed wykryciem poczucia winy czy radości oszukiwania[28]. Podczas konfabulacji kłamiący musi dodatkowo kontrolować swoje wypowiedzi i emocje związane z kłamaniem, takie jak poczucie winy, czynniki kognitywne, gdyż kłamstwo jest trudniejsze pod względem intelektualnym aniżeli mówienie prawdy.

Etyka komunikacji niewerbalnej w negocjacjach

Jacek Kamiński jest zdania, że podstawowym zadaniem nauki negocjacji powinno być nauczanie umiejętności rozpoznawania sytuacji konfliktowych, a także wyrobienie nawyków planowania i odpowiedniej analizy podczas prowadzenia udanych rozmów[29]. Autor ten wskazuje, że sytuacje konfliktowe, codzienne spory, jak również działania, które podejmujemy, wymagają ciągłych negocjacji, zarówno w domu, jak i w szkole, pracy, urzędach itp. – co oczywiście jest prawdą. Autor ten wskazuje także, że niektórzy w tej dziedzinie osiągają lepsze rezultaty, a inni nieco gorsze. Negocjacje są bowiem sztuką wymagającą odpowiedniego przygotowania, wyrobienia odpowiednich technik, nawyków i sposobów prowadzenia rozmów, gdzie pomimo posiadanych naturalnych uzdolnień komunikacyjnych należy je uzupełniać fachową wiedzą, aby stać się bardziej skutecznym[30]. Negocjacje rozumiane w powyższy sposób mają na celu osiągnięcie jak najlepszego wyniku końcowego przy zachowaniu szacunku dla wszystkich stron biorących udział w tej interakcji. Zauważa się jednak coraz częściej traktowanie negocjacji jako agresywnego narzędzia do osiągnięcia partykularnych celów lub zdobycia władzy bez zachowania formy szacunku dla innych.

Etyka negocjacji – jako subdyscyplina traktująca o ogólnych zasadach prowadzenia rozmów – definiuje główne kwestie etyczne negocjacji, określa możliwe w ich ramach wybory, definiuje główne czynniki warunkujące owe wybory, jak również wypracowuje ramy oceny sytuacji negocjacyjnej i podejmowania bardziej przemyślanych decyzji. Etyka negocjacji wskazuje także na etyczne aspekty prowadzenia negocjacji jako procesu zgodnego z normami współżycia społecznego[31]. Takie sformułowania stanową pewne „instrumentarium ogólnych reguł (procedur) pomocnych w dokonywaniu trafniejszych i bardziej przemyślanych

28 M. Tokarz, *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikowania,* Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006, s. 353.

29 J. Kamiński, *Negocjowanie, techniki rozwiązywania konfliktów,* Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2003, s. 12.

30 Tamże, s. 11.

31 Tamże, s. 190.

wyborów”[32]. W ramach etyki negocjacji wyróżnia się kilka obszarów szczegółowych, takich jak: etyka procesu z uwzględnieniem etyki nieprawdziwych oświadczeń, etyka taktyk, etyka podziału, etyka reprezentacji i etyka interwencji. Zatem zadaniem etyki negocjacji jest zwrócenie uwagi na zachowania nietyczne w obrębie prowadzenia negocjacji i wskazanie czynników, które owe zachowania regulują[33]. W tym miejscu należałoby postawić pytanie: W obrębie której etyki szczegółowej podejmować należy kwestie nieetycznego zachowania w obrębie komunikacji podczas negocjacji – zwłaszcza komunikacji niewerbalnej? Czy powinniśmy analizować obszar etyki procesu, etyki nieprawdziwych oświadczeń (kłamstwo za pomocą mowy ciała negocjatora), a może etyki taktyk jako części opisującej używanie kłamstwa w negocjacjach? Stosowanie etyki negocjacji jest nieodzowne, ponieważ to właśnie w ramach negocjacji każda ze stron dąży do wypracowania jak najlepszych wyników, zatem brane jest pod uwagę kryterium efektywności. Można też całkowicie zakwestionować zasadność stosowania etyki normatywnej, co nieraz stosowała etyka dziennikarska, uznając fakt emotywizmu, czyli emocjonalnego nastawienia do wszelkich sądów moralnych[34]. Etyka jako teoria moralności (spójny system przekonań) jest tylko jedna, moralność to zjawisko społeczne, bezrefleksyjne, jak powiada Jan Pleszczyński „bezrefleksyjna bezwiedza”[35].

Negocjacje prowadzone w oparciu o prawdę i szczerość implikują otwartość i dążenie do wypracowania porozumienia satysfakcjonującego obydwie strony. Postawa upartego dążenia do realizacji własnego celu oznacza częstokroć wykorzystywanie manipulacji lub kłamstwa. Kwestie prawdy i kłamstwa to istotne i kluczowe zagadnienia negocjacji. Za przykład może posłużyć sytuacja, w której jedna ze stron chce uzyskać jak najwięcej informacji od oponenta (interlokutora), ale nie okazuje przy tym żadnego zainteresowania drugą stroną. Stosuje wówczas celowe techniki niewerbalne wprowadzające drugą stronę w błąd. Może to podważyć dwa aspekty negocjacji: aspekt zaufania i aspekt otwartości. Wówczas zaufanie zostaje ograniczone, natomiast otwartość staje się pozorowana[36]. Odbywa się to poprzez sztucznie okazywane szczerości, np. reżyserowane gesty czy postawę sprawiającą wrażenie zaufania – pochylona pozycja ciała, skierowanie wzroku i stóp w kierunku rozmówcy, otwarte dłonie czy ton głosu sprawiający wrażenie serdecznej, przyjacielskiej rozmowy dobrze znających się osób. Czasem stosowane

32 Tamże, s. 190.
33 Tamże, s. 192.
34 J. Pleszczyński, *Etyka dziennikarska,* Wydawnictwo Difin, Warszawa 2007, s. 37.
35 Tamże, s. 38.
36 J. Kamiński, *Negocjowanie, techniki…,* s. 199.

są typowe nieetyczne zachowania w biznesie i negocjacjach, uznawane za niewłaściwe i nieuczciwe, takie jak: jak przyjmowanie lub wręczanie podarunków (protekcji), używanie szpiegów do uzyskania informacji na temat oponenta czy sytuacji problemowej, podkopywanie zaufania oponenta w negocjacjach, stosowanie rozmaitych metod, taktyk manipulacyjnych, perswazyjnych, kradzież dokumentów lub poniżanie i dyskredytację[37]. Jednak wskazać także należy na nieetyczne wykorzystywanie komunikacji niewerbalnej i całego wachlarza coraz to nowszych technik gry ciałem w celu wzbudzenia zaufania.

Biorąc pod uwagę spore zainteresowanie tematyką mowy ciała zarówno w sytuacjach biznesowych, jak i prywatnych, może się zdarzyć, że dwóch adwersarzy będzie stosować podobne metody i wiedzę z tego zakresu, przez co bardziej skupią się oni w swoich negocjacjach na stosowanych technikach i metodach drugiej strony aniżeli na merytorycznym aspekcie sprawy, jaka ich łączy. Ten sposób prowadzi do taktyki wojny perswazyjno-komunikacyjnej. Pewne normy współżycia społecznego zostają w obliczu takich sytuacji naruszone i następuje ciche przyzwolenie na niektóre aspekty niewerbalnego wykorzystywania ciała. Mowa ciała dotyczy emocji człowieka, gdzie emocjonalne nastawienie przekazu wzbudza jego wiarygodność, zwłaszcza, gdy jest zaangażowana osoba ciesząca się autorytetem lub wykazująca oznaki autorytetu, np. poprzez odpowiedni ubiór czy sposób zachowania. Odpowiednia gestykulacja w połączeniu z tonem głosu eksperta w danej dziedzinie tworzy większe prawdopodobieństwo przekonania rozmówcy aniżeli wypowiedzi przypadkowego człowieka, czego dowodem są liczne eksperymenty przeprowadzone przez badaczy społecznych w Stanach Zjednoczonych[38].

Reżyserowana i wyuczona mowa ciała ma za zadanie wywarcie wpływu (zmian w sferze poznawczej i emocjonalnej) na odbiorcę przekazu. Wpływ może być pozytywny lub negatywny. W przypadku, gdy negocjator chce odnieść korzyść kosztem osoby zmanipulowanej, zachowanie klasyfikowane winno być jako nieetyczne. Przejawia się to między innymi wykorzystywaniem sposobu zachowania wzbudzającego zaufanie, sympatię, otwartość czy szczerość. Wzbudzanie szczerości i sympatii przejawiać się może chociażby uśmiechem negocjatora lub interlokutora, co podyktowane jest regułą wzajemności – pozytywnie chce nastroić swojego oponenta. Jednak uśmiech ten nie zawsze może okazać się wyrazem sympatii do drugiego człowieka. Czasem może być przejawem woli wykorzystania wzbudzonego zaufania do realizacji własnej strategii. Sytuacje tego typu podyktowane mogą być między innymi zatraceniem granicy pomiędzy tym, co aksjologicznie istotne dla współczesnego

37 Tamże, s. 202.
38 E. Aronson, *Człowiek istota społeczna...,* s. 86.

człowieka, a tym, co przyzwolone. Jak powiada Ryszard Wiśniewski wypieranie aksjologii z filozofii lub jej marginalizowanie to zasadniczy błąd, podobnie jak redukcja wartości do socjologii kultury, traktując wartości jako fakty kulturowe, a to właśnie aksjologia inicjuje komunikację. Widać to chociażby w dziełach wielkich myślicieli, twórcóew założeń teorii komunikowania społecznego i etyki komunikacji (Jürgen Habermas, Karl Otto Apel, którzy uznali ją za wartość posiadającą sens, wyrażającą szczerość i moralną słuszność)[39].

Człowiek to istota komunikacyjna, jako byt realizuje swoje człowieczeństwo w wymiarze także komunikacyjnym oraz etycznym, gdyż „w wymiarze etycznym przekłada się to ostatecznie na nobilitację zasady współodpowiedzialności (a więc na nową koncepcję moralności). Mówiąc bardzo skrótowo: o specyficznym statusie zasady współodpowiedzialności decyduje zarówno to, że kompetencja komunikacyjna stanowi istotową, czyli bezwarunkowo uniwersalną zdolność istot ludzkich, jak i to, że w strukturze aktu komunikacyjnego tkwi immanentnie i niezbywalnie założenie współodpowiedzialności. Zatem swój uniwersalny charakter zasada współodpowiedzialności «dziedziczy» po prostu po uniwersalnej strukturze procesu komunikacyjnego. A to z kolei uprawomocnia uniwersalistyczne roszczenia etyki współodpowiedzialności"[40].

Nadrzędnym celem interlokutorów jest osiągnięcie porozumienia, podkreśla się jednak, że proces porozumiewania wymaga zaangażowania, współdziałania, połączonego wysiłku, rzetelności, uczciwości oraz partnerskich relacji[41]. Fundament komunikacji stanowi szacunek dla kooperanta, mówienie prawdy (zgodnie z rzeczywistością i wiarę w to, że słowa ową rzeczywistość potwierdzają), szczerość intencji (traktowania człowieka oraz języka w kategorii wartości samej w sobie)[42].

Jadwiga Puzynina zwraca uwagę, że język, mowa ludzka, jego stosunek do rzeczywistości fascynował człowieka od zarania dziejów. Poczynając od filozofów greckich (Heraklit, Demokryt) po współczesnych, zwracano baczną uwagę na naukę ludzkiej komunikacji. Austin i Grice (anglosaska filozofia czynności ludzkich, która rozwijała się od drugiej połowy XX wieku) podjęli poszukiwania intencji aktów mowy, komunikacji, także w kontekście prawdy i fałszu, a zatem w oparciu o Augustyńskie ujęcie

39 R. Wiśniewski, *Bełkot aksjologiczny w komunikacji międzyludzkiej*, [w:] *Co się dzieje z wartościami?: próba diagnozy,* red. E. Okońska, K. Stachewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2009, s. 162.

40 B. Borowicz-Sierocka, *Etyka współodpowiedzialności, czyli moralność wywiedziona z międzyludzkiej komunikacji,* „Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego", 1/2016, Vol. 10, s. 189.

41 M. Święcicka, M. Peplińska-Narloch*, Etyka języka w świadomości studentów*, DOI: 10.14746/psj.2014.28.11, s. 139.

42 Tamże, s. 141.

należytego i nienależytego użycia języka[43]. Nie bez znaczenia pozostaje także przywołanie idei człowieka jako istoty komunikującej się w duchu filozofii Karla Jaspersa, o czym pisała Czesława Piecuch: „Jeżeli żyje się tylko dla siebie, nie osiągnie się pełni człowieczeństwa, lecz dzieje się to dopiero wtedy, gdy się współistnieje z innymi ludźmi”[44]. Komunikacja jawi się jako spoiwo łączące pierwotne aspekty więzi poprzez wyznaczanie celów indywidualnych, odmiennych, a nawet egoistycznych[45].

Komunikacja dotyczy ludzkiej świadomości, a także wolności i prawdy. Zatem podejmując interakcję, człowiek musi zmierzyć się z klasyczną koncepcją prawdy, która zakłada, że przekaz komunikacyjny jest prawdziwy wtedy i tylko wtedy, gdy treść odpowiada istniejącej rzeczywistości. Niewątpliwie intencje, okoliczności zewnętrzne (np. klimat kulturowy, bogactwa naturalne, system prawny, stan rozwoju technicznego, warunki życia) determinują ludzkie działania[46], jednak nie zwalniają interlokutorów ze stosowania przekazu zgodnego z obiektywną prawdą.

Podsumowanie

Mistrzowie perswazji cechują się używaniem i stosowaniem rozmaitych technik wpływu na ludzi, w tym także na komunikację[47]. W biznesie oraz innych dziedzinach życia ludzie starają się uzyskać najlepsze wyniki. Jest to w pewien sposób uzasadnione, ponieważ każdy dąży do maksymalizacji własnych zysków[48]. Jednakże, takie traktowanie komunikacji może stać się niebezpieczne, gdyż potrafi przeobrazić się w teatr, grę, gdzie obowiązują dwie zasady: mieć świadomość manipulacji i samemu manipulować. W negocjacjach, podobnie jak podczas gry w pokera częstokroć wygrywa nie ta osoba, która ma lepsze karty, lecz która lepiej gra[49]. Takie zastosowanie komunikacji niewerbalnej w negocjacjach nie dziwi, zwłaszcza w obecnych czasach, gdzie powodzenie i osiąganie sukcesów uzależnione jest od kontaktów międzyludzkich, a realizację celów osiąga się w oparciu o kontakty interpersonalne (krótko bądź długotrwałe) z klientami, na których trzeba zrobić dobre wrażenie, wzbudzić zaufanie

43 J. Puzynina, *U podstaw etyki mowy,* „Ethos”, 1988, nr 2/3, s. 130.

44 Cz. Piecuch, *Metafizyka egzystencjalna Karla Jaspersa*, Universitas, Kraków 2011, s. 137.

45 D. Trela*, Relacje jednostki z drugim człowiekiem w świetle etyki egzystencjalnej Karla Jaspersa*, „Filo-Sofija*”,* nr 22 (2013/3), s. 258.

46 M. Drożdż, *Dialog jako doświadczenie etyczne*, „Studia Socialia Cracoviensia”, 7/2015, s. 12.

47 R. Mayer, *Sztuka argumentacji. Jak wygrać każdy spór*, przeł. G. Litwińczuk, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006, s. 11.

48 A. Jarmuła, *Manipulacja i wywieranie wpływu na ludzi. Podstawy-metody-techniki-przykłady*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2006, s. 126.

49 Tamże, s. 131.

czy sympatię[50]. W takich sytuacjach człowiek traktowany bywa jako jedynie podmiot gospodarki rynkowej, tj. klient, beneficjent, kontrahent. Pierwiastek ludzki zostaje mechanicznie wyparty i wprzęgnięty w machinę realizacji celów. Istotny pozostaje także pierwszy kontakt, ponieważ wypracowuje pewien obraz drugiej strony, jako przeciwnika, oponenta, a nie człowieka, istotę rozumną i nastawioną dialogowo. W tym miejscu sprawdzają się słowa Arystotelesa: „Jesteśmy na ogół skłonni łatwiej i szybciej uwierzyć we wszystko ludziom uczciwym, a zwłaszcza w sprawach niejasnych i spornych [...] Nieprawdą jest przy tym – co twierdzą autorzy podręczników wymowy – że szlachetność mówiącego nie ma żadnego wpływu na siłę przekonywania. Wprost przeciwnie – można powiedzieć – charakter mówcy daje największą wiarygodność (jego argumentom)"[51].

Zachowanie jednej osoby wpływa i odzwierciedla to, co robią inni (w kontekście negocjacji), o czym pisali chociażby Michael A. Wheeler i Dana Nelson w drugiej części *Nonverbal Communication in Negotiation*[52]. Człowiek jako największe osiągniecie swojego rozwoju może uznać umiejętność komunikowania się. Tym właśnie odróżnia się od zwierząt, gdyż stosuje bardziej rozbudowane kanały komunikowania: sygnały analogowe (bezpośrednie, obrazowe lub przedstawiające jakąś analogię) oraz sygnały digitalne (abstrakcyjne, symboliczne, często „skomplikowane" specyficznie ludzkie)[53]. Niemniej jednak komunikacja interpersonalna, zarówno na poziomie werbalnym, jak również niewerbalnym potrzebuje etyki – etyki prawidłowych interpretacji, perswazji, ale przede wszystkich nadinterpretacji sygnałów niewerbalnych wysyłanych przez interlokutora w celu kształtowania prawidłowych relacji pomiędzy ludźmi.

Literatura

A Primer on Communication Studies, s. 182, http://2012books.lardbucket.org/ (10.01.2018)

Argyle M., *The Psychology of Interpersonal Behawiour*, Harmondsworth Pengiun 1983

Aronson E., *Człowiek istota społeczna,* przeł. J. Radzicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004

Arystoteles, *Retoryka,* [w:] tenże, *Retoryka, Poetyka*, przeł. H. Podbielski, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1988

50 M. Tokarz, *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja...*, s. 330.

51 Arystoteles, *Retoryka...*, s. 68.

52 M.A. Wheeler, D. Nelson, *Nonverbal Communication in Negotiation*, Harvard Business School, Note, Product Number 9–903–081, s. 22.

53 V. F. Birkrnbihl, *Sygnały ciała...,* s. 23.

Augustynek A., *Psychologia. Jak ślimak piął się pod górę,* Wydawnictwo Difin, Warszawa 2008

Bierach A.J., *Komunikacja niewerbalna. Za maską człowieka. Czy można kłamać mową ciała w drodze do: władzy, miłości, sukcesu,* przeł. Biuro tłumaczeń VERBA, Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 1996

Birkrnbihl V.F., *Sygnały ciała. Podstawy komunikacji niewerbalnej dla trenerów i ludzi sukcesu,* Wydawnictwo Astrum, Wrocław 1998

Blahova M., *Specific Role of Nonverbal Communication in Business*, „European Scientific Journal", 10/2015, vol. 11, s. 9–19

Borowicz-Sierocka B., *Etyka współodpowiedzialności, czyli moralność wywiedziona z międzyludzkiej komunik*acji, „Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego" 10/2016, nr 1, s. 186–196

Čulo K., Skendrović V., *Communication in the process of negotiation,* „Informatologia", 45/2012, No. 4, s. 323–327

Deditius S., *O wpływie różnic kulturowych na komunikację,* [w:] K*omunikacja niełatwa, czyli o tym, co przeszkadza w skutecznym porozumiewaniu się,* red. A. Rosińska-Mamej, J. Senderska, Wydawnictwo Libron- Filip Lohner, Kraków 2014, s. 61–70

Doliński D., *Techniki wpływu społecznego,* Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2005

Drożdż M., *Dialog jako doświadczenie etyczne,* „Studia Socialia Cracoviensia", 1/2015, s. 9–21

Hans A., Hans E., *Kinesics, Haptics and Proxemics: Aspects of Non-Verbal Communication,* „IOSR Journal of Humanities And Social Science" 20/2015, Issue 2, Ver. IV, s. 47–52

Hofstede G., C*ulture´s Consequences. International Differences in Work-Related Values,* Beverly Hills, CA: Sage 2000

Jarmuła A., *Manipulacja i wywieranie wpływu na ludzi. Podstawy-metody-techniki-przykłady,* Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2006

Jaskółka A., *Mowa ciała. Jak ją odczytywać i właściwie z niej korzystać,* Wydawnictwo Jedność, Kielce 2007

Kamiński J., *Negocjowanie, techniki rozwiązywania konfliktów,* Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2003

Karwat M., *O złośliwej dyskredytacji. Manipulowanie wizerunkiem przeciwnika,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006

Mayer R., *Sztuka argumentacji. Jak wygrać każdy spór,* przeł. G. Litwińczuk, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006

Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K., *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, przeł. P. Izdebski, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007

Patterson M.L., *Więcej niż słowa. Potęga komunikacji niewerbalnej,* przeł. M. Przylipiak, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2011

Peleckis K., Peleckienė V., Peleckis K., *Nonverbal Communication in Business Negotiations and Business Meetings,* „International Letters of Social and Humanistic Sciences" 62/2015, s. 62–72

Piecuch C., *Metafizyka egzystencjalna Karla Jaspersa*, Universitas, Kraków 2011

Pleszczyński J., *Etyka dziennikarska,* Wydawnictwo Difin, Warszawa 2007

Puzynina J., *U podstaw etyki mowy,* „Ethos" 1988, nr 2/3, s. 129–133

Semnani-Azad Z., Adair W.L., *The Display of "Dominant" Nonverbal Cues in Negotiation: The Role of Culture and Gender*, „International Negotiation", 16/2011, Issue 3, s. 451–479

Silberman M., Hansburg F., *Inteligencja interpersonalna. Jak utrzymać mądre relacje z innymi,* przeł. D. Piotrowska, Wydawnictwo Studio EMKA, Łódź 2012

Steele P., Murphy J., Russill R., *Jak odnieść sukces w negocjacjach*, przeł. G. Łuczkiewicz, Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa 2013

Święcicka M., Peplińska-Narloch M., *Etyka języka w świadomości studentów,* http://dx.doi.org/10.14746/psj.2014.28.11 DOI, (10.01.2018), s. 139–150

Tokarz M., *Argumentacja. Perswazja. Manipulacja. Wykłady z teorii komunikowania,* Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006

Trela D., *Relacje jednostki z drugim człowiekiem w świetle etyki egzystencjalnej Karla Jaspersa*, „Filo-Sofija", 3/2013, nr 22, s. 253–271

Wheeler M.A., Nelson D., *Nonverbal Communication in Negotiation*, Harvard Business School, Note, Product Number 9–903–081, s. 22

Wiśniewski R., *Bełkot aksjologiczny w komunikacji międzyludzkiej*, [w:] *Co się dzieje z wartościami?: próba diagnozy,* red. E. Okońska, K. Stachewicz, Wydawnictwo Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2009, s. 157–173

Zhou H., Zhang T., *Body Language in Business Negotiation,* „International Journal of Business and Management", 3/2008, No. 2, s. 90–96

(Un)ethical aspects of nonverbal communication in negotiations

Summary

The article presents an ethical issue of nonverbal communication with a special emphasis on negotiations. This is an interesting research problem for two reasons. First of all, nonverbal communication experiences a revival due to various scientific articles and popular science literature (guides) where ways of interpretation of signals of human body are discussed so that they are consciously monitored. On the other hand, these signals are mainly used to fulfill particular interests. It is important to note that humans use nonverbal channels in communication subconsciously, especially while negotiating. Both processes have one common aspect that is we use nonverbal channels almost every day not being aware of them (e.g. while bargaining for goods at the market, when having a chat with a neighbor, or when negotiating with family members or coworkers). Discussing ethical issues in communication, especially in negotiations, is an interesting alternative form in contrast to articles which present only the use of nonverbal channels in interpersonal communication where contrastive interests meet. Those interests involve people who are consciously trained in nonverbal communication and use deceitful tactics to decipher needs and motives of the speaker as well as people who consciously mislead the speaker to fulfill their own aims.

Abstrakt

Artykuł traktuje o etycznym aspekcie komunikowania niewerbalnego ze szczególnym uwzględnieniem negocjacji. Temat ten jest interesujący na tle poznawczym z dwóch powodów: po pierwsze, komunikacja niewerbalna przeżywa swój renesans za sprawą rozmaitych publikacji, zarówno naukowych, jak również popularnonaukowych (poradnikowych), gdzie traktuje się o sposobach interpretacji sygnałów ciała człowieka w celu świadomego monitorowania, by z drugiej strony sygnały te wykorzystywać głównie do realizacji patrykularnych interesów. Co istotne i zasługujące na podkreślenie, każdy człowiek wykorzystuje kanały pozawerbalne w komunikacji, nie zdając sobie z tego sprawy, zwłaszcza podczas negocjacji. Obydwa procesy łączy jeden wspólny mianownik: wykorzystujemy je jako istoty żyjące na ziemi praktycznie codziennie, niejednokrotnie nie będąc tego świadomi (negocjujemy bowiem zakupy na targowisku czy możemy spierać się o racje w konfliktach – rodzinnych i służbowych). Podjęcie tematyki etycznych zagadnień w komunikacji, zwłaszcza negocjacjach, jest ciekawą i alternatywną formą przekazu dla publikacji traktujących jedynie o wykorzystaniu kanałów pozawerbalnych w komunikacji interpersonalnej, gdzie krzyżują się sprzeczne interesy: osób często świadomie wyszkolonych w komunikacji niewerbalnej, stosujących tzw. taktyki odgadywania intencji interlokutora, jak również osób świadomie wprowadzających interlokutora w błąd w celu realizacji własnych celów.

Keywords: negotiations, communication in negotiations, nonverbal communication, ethcis of negotiations

Słowa kluczowe: negocjacje, komunikacja w negocjacjach, komunikacja niewerbalna, etyka negocjacji

Mateusz Szast, PhD, works at the Institute of Philosophy and Sociology at the Pedagogical University of Cracow. Scholarly interests include: migrations, social and cultural capital, relational capital, communication, mediation and negotiations. Contact: szastmateusz@gmail.com.

Mateusz Szast, doktor nauk społecznych, pracuje w Instytucie Filozofii i Socjologii Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie. Zainteresowanie naukowe obejmują następujące obszary wiedzy: migracje, kapitał społeczno-kulturowy, kapitał relacyjny, komunikacja oraz negocjacje i mediacje, kontakt: szastmateusz@gmail.com.