

ინტერპერსონალური კომუნიკაცია

1. კომუნიკაციის პროცესი და სახეები. შერჩევა კომუნიკაციის ეტაპები და ზემოქმედი ფაქტორები.

ინტერპერსონალური კომუნიკაცია გულისხმობს:

კომუნიკაციას ერთმანეთზე დამოკიდებულ ადამიანებს შორის, ანუ კომუნიკაციას იმ ადამიანებს შორის რომლებსაც ერთმანეთთან რაიმე აკავშირებთ.

არსებობს ვერბალური და არავერბალური კომუნიკაცია.

ვერბალური კომუნიკაცია არის სიტყვების და მეტყველების საშუალებით მიმდინარე კომუნიკაცია.

არავერბალური კომუნიკაცია არის სიტყვების გარეშე კომუნიკაცია, ე.ი. ხმის, მანერების, გამომეტყველების გარეგნობის, პოზის, ჩაცმის და ურთიერთობისას დაკავებული მანძილის მეშვეობით.

კომუნიკაციის უნარი ნიშნავს ინდივიდის მიერ კომუნიკაციის მიზნით მიღების შესაძლებლობას.

კომუნიკაციის არსის ცოდნა მნიშვნელოვნად ზრდის კომუნიკაციის უნარს.

კომუნიკაციის პროცესი

კომუნიკაციის პროცესი გულისხმობს მინიმუმ ორ ადამიანს შორის ინფორმაციის გაცვლას.

კომუნიკაციის მოდელი მოიცავს შემდეგ ელემენტებს;

ინფორმაციის გადამცემი, მიმღები, არხი, რომლის მეშვეობითაც ხდება ინფორმაციის გაცემა და მიღება, კომუნიკაციის კონტექსტი ანუ გარემო, რომელშიც მიმდინარეობს კომუნიკაცია და ურთიერთობის ხასიათი.

კომუნიკაციის მოდელში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ხმაურს. ხმაურში მოიაზრება ყველაფერი რაც ამახინჯებს ინფორმაციას ან ხელს უშლის მიმღებს მიიღოს ინფორმაცია.

კომუნიკაციის კონტექსტი გულისხმობს ფიზიკურ გარემოს და ურთიერთობის სახეს (ქცევა სხვადასხვა ადგილებში).

კომუნიკაციის კონტექსტში შედის კულტურა.

კულტურა - ადამიანთა ჯგუფის ცხოვრების სტილი, რომელიც ერთი თაობიდან მეორეში გადადის კომუნიკაციის მეშვეობით.

კომუნიკაციის სახეები

ზოგადად კომუნიკაციის ეფექტურობას ზრდის სხვადასხვა საკომუნიკაციო არხების ერთდროულად გამოყენება.

ინტერპერსონალური კომუნიკაცია ძირითადად პირისპირ ხდება. ამ დროს ინფორმაციის გაცვლა ხდება როგორც ვერბალურად ისე არავერბალურად. განსაკუთრებით ბიზნესის სფეროში დიდ ადგილს იკავებს კომპიუტერის მეშვეობით განხორციელებული კომუნიკაცია.

- პირისპირ კომუნიკაცია

ჩვენი ყოველდღიური კომუნიკაციის დიდი ნაწილი პირისპირ კომუნიკაციის სახით მიმდინარეობს (სახლი, ქუჩა, სამსახური და სხვა).

პირისპირ კომუნიკაციის უპირატესობა ის არის, რომ მყისიერია და კომუნიკაციის პროცესშივე შეიძლება შევიტყო რა შთაბეჭდილება დავტოვეთ მოსაუბრეზე.

- კომუნიკაცია სკაიპით

კომპიუტერული ტექნიკის განვითარებამ შესაძლებელი გახადა კომუნიკაციის ახალი სახეების გამოყენება.

ერთ-ერთ ასეთ შესაძლებლობას სკაიპი წარმოადგენს.

კომპიუტერზე ვიდეოკამერის, მიკროფონის და დინამიკის დაყენების შემთხვევაში, იგი სმენით არხთან ერთად, ვიზუალური არხის გამოყენების შესაძლებლობასაც იძლევა.

- სატელეფონო კომუნიკაცია

სატელეფონო კომუნიკაცია, პირისპირ კომუნიკაციის მსგავსად ძალზე ეფექტურია მაშინ, როცა პასუხი მყისიერად სჭირდებათ.

ტელეფონით კომუნიკაცია ხდება მხოლოდ ერთი არხის სმენის გამოყენება.

პირისპირ კომუნიკაციის მსგავსად ამ შემთხვევასაც არ რჩება მატერიალური საბუთი ან ჩანაწერი.

- კომუნიკაცია ელექტრონული ფოსტით

ელექტრონული ფოსტა კომპიუტერის მეშვეობით ინფორმაციის გადაცემის სწრაფი, სანდო და მოხერხებული საშუალებაა. მისი გამოყენებისას ხდება მხოლოდ ვერბალური ანუ სიტყვიერი ინფორმაციის გადაცემა. მისი მთავარი უპირატესობაა სისწრაფე, სიიარაღე და კომუნიკაციის რეგისტრაცია.

- კომუნიკაცია მოკლე ტექსტური შეტყობინებებით

მობილური ტელეფონებით საუბრებთან შედარებით გაცილებით იაფია. ინფორმაციის მოკლე ტექსტურ შეტყობინებების გაგზავნა მისი სპეციფიკა ის არის,

რომ იგი მართლაც მოკლე უნდა იყოს და მხოლოდ კომუნიკაციის ძირითად მიზანს უნდა ემსახურებოდეს.

- წერილი - წერილობითი კომუნიკაცია

წერილობით კომუნიკაციას მნიშვნელობა დღეისათვის არ დაუკარგავს, თუმცა უფრო აქტუალურად ამ ფორმას კომუნიკაციის წინა საუკუნეებში უფრო მეტად იყენებდნენ.

- ფეისბუკი და სოციალური ქსელები

ინფორმაციის გასავრცელებლად ფართოდ გამოიყენება ფეისბუკი, რომელიც სოციალურ ქსელს წარმოადგენს. სოციალური ქსელების გამოყენება ნაცნობთა თუ პროფესიულ ან მომხმარებელთა შორის ინფორმაციის გავრცელების ეფექტურ საშუალებას წარმოადგენს.

- ვიზუალური ინფორმაცია

ინფორმაციის მიწოდებას ვიზუალური არხის ანუ მხედველობის მეშვეობით ძალზე დიდი უპირატესობა აქვს, რადგან მას უფრო ხანმოკლე და ღრმა ზეგავლენა აქვს ადამიანზე, ვიდრე ნებისმიერ სხვა არხით -სმენით, ყნოსვით თუ შეხებით მიღებულ ინფორმაციას.

2. ზეპირი კომუნიკაციის პროცესი ინფორმაციის გადაცემა მიღება, ხელის შემშლელი პირობები.

კომუნიკაციის პროცესი მოიცავს ინფორმაციის გადაცემას, მისი მიღებისა და ინფორმაციაზე რეაგირების ეტაპებს. როგორც ვიცით ინფორმაციის გადაცემა ხდება, როგორც სიტყვებით ისე სიტყვების გარეშე. ინფორმაციის მიღება არის რთული პროცესი და მოითხოვს ყურადღების მიქცევას, მოსმენას და ინფორმაციის გაგებას.

ინფორმაციის გადაცემაში მრავალი ფუნქცია აქვს ენას.

ენის ფუნქციებია: ურთიერთობების წარმართვა, გრძნობების გამოხატვა, ინფორმაციის შინაარსის გადაცემა.

ურთიერთობების წარმართვა ძირითადად ადამიანებს შორის ურთიერთობის დამყარებას ემსახურება, ხსირად იგი შინაარსს მოკლებულია (გამარჯობა, როგორ ხარ? და ა.შ.)

გრძნობის გამოხატვის ფუნქცია პიროვნების გრძნობების საკითხისადმი მისი ემოციური დამოკიდებულებების გამოხატვას ემსახურება.

ინფორმაციის შინაარსის გადაცემის ფუნქცია არსებულ ფაქტებზე მითითებას, მათ შეფასებას, ან ფაქტებზე დაყრდნობით დასკვნის გამოტანას ემსახურება. ენის ეს ფუნქცია ყველაზე მეტად საქმიან ურთიერთობაში არის გამოყენებული. მაგალითად „ხვალ ყველანი 10 სთ-ზე ვიკრიბებით“.

კომუნიკაციის პროცესში გაუგებრობას ხშირად ის იწვევს, რომ ურთიერთობის მონაწილენი ერთსა და იმავე სიტყვას სხვადასხვა მნიშვნელობით აღიქვამენ. გაუგებრობა მრავალმა მიზეზმა შეიძლება გამოიწვიოს, კერძოდ:

- სიტყვების განსხვავებული ემოციური დატვირთვა
- სიტყვების კონკრეტულობის განსხვავებული ხარისხი
- ინფორმაციის არაპიდაპირი ხასიათი

მრავალ სიტყვას შინაარსის გარდა ემოციური დატვირთვაც ახლავს, მაგალითად როცა ლტოლვილებს ვამბობთ წყინთ და სურვილი აქვთ ეწოდოთ დევნილები.

სიტყვები ერთმანეთისაგან განზოგადების ხარისხის მიხედვით განსხვავდებიან, მაგალითად, სულიერი არსება: ცხოველი; ძუძუმწოვარი; ძალი; კავკასიური ნაგაზი;

რაც უფრო პირდაპირ გამოხატავს მოსაუბრე აზრს მით უფრო სწორად გაიგებს მსმენელი აზრს.

მოსმენის პროცესი, სტატიები, არხები, სტილები

კარგი მოსმენა უნარია, რომელიც გავარჯიშებას საჭიროებს. არის პროფესიები სადაც მოსმენას გადაწყვეტი მნიშვნელობა აქვს, მაგალითად ექიმი.

მოსმენა მრავალ მიზანს ემსახურება: ჩვენ ვუსმენთ სხვას რათა მივიღოთ ჩვენთვის საჭირო ინფორმაცია. ჩვენ ვუსმენთ სხვებს რათა მათ მოვეწონოთ, რადგან ყურადღებით მოსმენა სხვას მიანიშნებს ჩვენ ინტერესზე.

ჩვენ ვუსმენთ იმისათვის, რომ გავიგოთ მოსაუბრის პოზიცია და შემდგომ ზეგავლენა მოვახდინოთ მის შეხედულებებზე, ქცევაზე და ღირებულებაზე.

ჩვენ გართობის მიზნითაც ვუსმენთ. ვუსმენთ იმისთვის, რომ დავეხმაროთ სხვას პრობლემების გადაჭრასა და საკუთარ თავში გარკვევას.

კომუნიკაციის დიდი ნაწილი ეთმობა მოსმენას. მოსმენის ხელისშემშლელი პირობები შეიძლება იყოს ფიზიკური ან გონებრივი ხასიათის.

ფიზიკურ ხელისშემშლელ პირობას წარმოადგენს დაქვეითებული სმენა. ხმაურიანი გარემო, ხმამარალი მუსიკა და სხვა.

გონებრივი ხელისშემშლელ პირობას წარმოადგენს ყურადღების გაფანტვა, მიკერძოება და სხვა...

მოსმენას, ნათქვამის სწორად გაგებას ასევე ხელს უშლის აგრეთვე გარკვეული ადამიანის ან ჯგუფის მიმართ ჩვენი უარყოფითი დამოკიდებულება ან ცრუ რწმენა. (მაგალითად ქალები ცუდი მძღოლები არიან.) მოსმენილის სწორად გაგებას ასევე ხელს უშლის წინასწარი დასკვნის გაკეთება.

მოსმენის ეფექტურობის გაზრდის საშუალებები ინფორმაციის მიღების, გაგების დამახსოვრების და შეფასების დროს

როგორც ვიცით მოსმენა საკმაოდ რთული პროცესია. . იგი შედგება 5 სტატიისაგან. ინფორმაციის მიღება-ყურადღება და სიტყვების ფიზიკური გაგება.

ინფორმაციის გაგება-გადმოცემულის შინაარსის წვდომა.

დამახსოვრება-გაგონილის მეხსიერებაში შენახვა, შეფასება გაგონილის კრიტიკული შეფასება და პასუხი-მოსაუბრისათვის პასუხის გაცემა.

მოსმენა იწყება ინფორმაციის ფიზიკური გაგებით, ეს არის ფიზიოლოგიური პროცესი. გაგონება პასიური პროცესია, რომელშიც შეიძლება არ იყოს ყურადღება ჩართული.

გაგება ნიშნავს ნათქვამის შინაარსის გაგებას და იმის მიხედვით თუ რის გამოხატვას ცდილობს ადამიანი.

კარგი მოსმენა დამახსოვრებასაც გულისხმობს ნაწილობრივ. დამახსოვრების მიზნით საქმიანი შეხვედრების დროს მიღებულია მნიშვნელოვანი საკითხების ბლოკნოტში ჩანიშვნა.

მოსმენისას ხდება გაგებული ინფორმაციის შეფასება. შეფასება შეიძლება იყოს სხვადასხვა ხასიათის. ზოგჯერ ჩვენ ვაფასებთ რამდენად სწორია ინფორმაცია.

პსუხის გაცემა ხდება, როგორც ინფორმაციის მიღების პროცესში ისე ინფორმაციის მიღების შემდეგ. პასუხს ნათქვამზე უკუკავშირსაც უწოდებენ.

უკუკავშირის მხარდამჭერად მიჩნეულია თავის დაქნევა, სიტყვების წარმოთქმა „გასაგებია“, „დიახ“ და სხვა.

საუბრის დაგეგმვა და წარმართვა

როგორც ვიცით კომუნიკაციას ახასიათებს ორმხრივი ხასიათის პროცესი. ნებისმიერი საუბარი შედგება დასაწყისის, შესავლის ძირითადი შინაარსობრივი ნაწილის უკუკავშირის და დასრულებისაგან.

- დასაწყისი მისაღმებას და შინაარსობრივად ნაკლებ დატვირთულ სიტყვიერ გაცვლას მოიცავს.
- შესავალში ის თემა დასრულდება რაზედაც ვაპირებთ საუბარს ამ სახით ხდება მსმენელის მომზადება, რაც განაპირობებს მისი ყურადღების სწორად მიმართვას ან უსიამოვნო ინფორმაციისათვის მომზადებას.

- ძირითადი ნაწილი შედგება კომუნიკაციის შინაარსისაგან. საქმიანი საუბრის დიდი ნაწილი გარკვეული მიზნით ხორციელდება და ეს მიზანი შეიძლება იყოს სხვადასხვა ზეგავლენის მოხდენა.
- უკუკავშირის დროს ხდება საუბრის მონაწილის მიერ მიღებულ ინფორმაციაზე საკუთარი დამოკიდებულების გამოხატვა. უკუკავშირი შეიძლება იყოს დადებითი - შექება ან უარყოფითი - კრიტიკა.
- დასასრული გულისხმობს დამშვიდობებას და შეიძლება შეიცავდეს ინფორმაციას შემდგომი შეხვედრების ან მოქმედებების შესახებ.

სწორი ვერბალური კომუნიკაციის ტექნიკა

ვერბალური კომუნიკაცია ენის საშუალებით ხდება. სიტყვიერ კომუნიკაციაზე მნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს ის შინაარსი რომელსაც სიტყვებში ვდებთ. ვერბალური კომუნიკაცია მარტო დადებით სინაარსს არ გულისხმობს ხშირად იგი მოიცავს კრიტიკასაც.

კომუნიკაციის პროცესი მხოლოდ ინფორმაციის მიღებით არ მთავრდება. იგი ინფორმაციაზე მიღების რეაგირებასაც მოიცავს.

ენის ფუნქციები ენას მრავალი ფუნქცია აქვს ნებისმიერი ვერბალური კომუნიკაციის დროს.

ენის ფუნქციებია:

- ურთიერთობის წარმართვა;
- გრძნობების გამოხატვა;
- ინფორმაციის შინაარსის გადაცემა

ურთიერთობის წარმართვა ძირითადად ადამიანებს შორის ურთიერთობებს შორის დამყარებას ემსახურება.

გრძნობის გამოხატვის ფუნქცია პიროვნების გრძნობების, საკითხისადმი მისი ემოციური დამოკიდებულების გამოხატვას ემსახურება.

ინფორმაციის შინაარსის გადაცემის ფუნქცია არსებულ ფაქტებზე მითითებას, მათ შეფასებას ან ფაქტებზე დაყრდნობით დასკვნის გამოტანას ემსახურება.

ეფექტური ვერბალური კომუნიკაციის ხელის შეშლელი პირობებია:

- სიტყვის განსხვავებული ემოციური დატვირთვა;
- სიტყვების კონკრეტულობის განსხვავებული ხარისხი;
- ინფორმაციის არა პირდაპირი ხასიათი

ვერბალური ეფექტურობის გაზრდის საშუალებებია:

- პირდაპირ თქვით სათქმელი;
- თავი აარიდეთ მინიშნებების გამოყენებას;
- ნუ გადადებთ სათქმელის თქმას;
- ისაუბრეთ კონკრეტულად საკითხზე. თავი აარიდეთ ზოგად განცხადებებს;
- საუბრის დაწყებისას მალევე გადადით საუბრის ძირითად საკითხებზე;
- არ გადაუხვიოთ საუბრის ძირითად თემას;
- ცხადად გამოხატეთ აზრი;
- შეარჩიეთ სწორი შეკითხვები;
- დაიცავით ზრდილობის ნორმები;

გასაუბრების პროცესი და მისი თავისებურებანი

სამსახურში მიღების რეალურ საფუძველს წარმოადგენს გასაუბრებისათვის სათანადო მომზადება.

გასაუბრების წარმატებით მომზადებისათვის არსებობს ოთხი ძირითადი საიდუმლო.

1. სამუშაოს მოძებნა - წარმოდგენილი უნდა გქონდეს თუ რა სამუშაოს ვეძებთ და რა არის მასში ჩვენთვის მნიშვნელოვანი;
2. CV (სივი) მომზადება, მოკლე ჩამონათვალი ჩვენ შესახებ;
3. გასაუბრებისათვის მომზადება, რათა წარმატებულად წარვადგინოთ საკუთარი პიროვნება;
4. გასაუბრების დროს - უნდა ვისწავლოთ როგორ შევინარჩუნოთ თვითდაჯერებულობა და სიმშვიდე გასაუბრების დროს.

შესაფერისი სამუშაოს მოძებნა ორმხრივი პროცესია. კომპანიის (დამსაქმებელი) ცდილობს თავისი შესაფერისი კადრი მოძებნოს, ხოლო დასაქმების კანდიდატი ცდილობს მოძებნოს თავისი შესაფერისი სამუშაო ადგილი.

საკუთარი CV(სივი)-ს შედგენისას უნდა შევეცადოთ საკუთარი თავი კარგად წარმოვადგინოთ, გამართულად ვწეროთ, დავიცვათ მართლწერის წესები და არ დაუშვათ შეცდომები. სასურველია ანკეტას თან დაურთოთ საჭირო და სათანადო დოკუმენტები.

გასაუბრებაზე მოსვლის დროს სასურველია გარეგნულად გამოვიყურებოდეთ კარგად და ვიყოთ მოწესრიგებული. მკაფიოდ და კონკრეტულად ვპასუხობდეთ დასმულ შეკითხვებს, გამოვაყვლავნოთ კომუნიკაბელობა, შევეცადოთ მაქსიმალურად წარმოვაჩინოთ ჩვენი თავი ვაკანტური ადგილის დაკავების ღირსად.

ვიყოთ გურწფელი და გულახდილი.

შევეცადოთ დადებითი შთაბეჭდილება მოვახდინოთ ჩვენი მომზადებით ჩვენთან მოსაუბრე პირთან.

ამასთან თუ არ ვართ მზად იმ სამუშაოს შესრულებიათვის, რომელიც ჩვენ უნდა დაგვეკისროს ჯობია გულახდილად ვთქვათ ამის შესახებ.

ინტერპერსონალური კომუნიკაციის უნარები და მათი მნიშვნელობა

ინტერპერსონალური კომუნიკაციის არსიდან გამომდინარე დიდი მნიშვნელობა აქვს პიროვნებათა შორისი ურთიერთობის წარმართვას, მიზნის დასახვას, მხარდაჭერას, ლიდერობას, დარწმუნებას და მოლაპარაკების მოტივირებას.

ხშირად ვსაუბრობთ იმის შესახებ, რომ საჭიროა ვიცოდეთ სხვა ერებისა და ქვეყნების ქცევის წესები, კულტურა, ღირებულებები, რომ მათთან ჩვენ ადვილად შევძლოთ დავამყაროთ კომუნიკაცია. როგორც ვიცით კომუნიკაციის პროცესში დიდი მნიშვნელობა აქვს კულტურას. ეს საკითხი ყველაზე მეტად თავს იჩენს ხოლმე, როცა კომუნიკაცია ხდება სხვადასხვა კულტურის მქონე ქვეყნების წარმომადგენლებს შორის.

ჩვენ ვსაუბრობთ ხოლმე რომ არსებობს განსხვავება დასავლურ (ამერკა, ევროპა, კანადა) და აღმოსავლურ (თურქეთი, იაპონია, არაბული ქვეყნები) კულტურებს შორის. მაგალითად დასავლელებისათვის დამახასიათებელია მეტყველების

პირდაპირი სტილი. ე.ი. საკუთარი მოთხოვნების, აზრების და გრძნობების გამოხატვა პირდაპირ, ხოლო დასავლელებისათვის უფრო დამახასიათებელია სურვილის და შეხედულებების არა პირდაპირი ანუ მინიშნებით გამოხატვა. დასავლურ და აღმოსავლურ კულტურებს შორის განსხვავება ძირირადად დროსთან მიმართებასში იჩენს თავს. დასავლელი დროს განიხილავს, როგორც ძვირფას რესურსს, რომელსაც გაფრთხილება სჭირდება. აღმოსავლეთში დრო თითქოს უფრო დიდ მონაკვეთებად არის დაყოფილი.

დასავლური და აღმოსავლური კულტურის წარმომადგენლები ურთიერთობისას განსხვავებულ მანძილებს ირჩევენ. მაგალითად ამერიკელი და ინგლისელი შორ მანძილზე უფრო კარგად გრძნობენ თავს, ხოლო მაგალითად არაბები ახლოზე.

განსხვავებაა შეხებაშიდაც, მაგალითად აღმოსავლელებთან შეხება მიუღებელია, ნაკლებად ითვლება ახლობლებშიც კი, ხოლო დასავლელებში ეს სრულად მიღებულია.

კომუნიკაციის დროს ჩვენ უნდა დავისახოთ მიზანი და უნდა შევეცადოთ ჩვენი მიზნის განხორციელებას, შევეცადოთ მხარი დავუჭიროთ საღ აზრს და ვიყოთ ლიდერები.

ინტერპერსონალური ურთიერთობების პროცესი: სტრუქტურა, ზემოქმედი ფაქტორები

ინტერპერსონალური ურთიერთობების პროცესი მიმდინარეობს იმ ადამიანთა შორის, რომლებსაც ერთმანეთთან რაიმე აკავშირებთ. ადამიანები ერთმანეთთან სხვადასხვა სახის ურთიერთობებს ამყარებენ (დედა-შვილი, თანამშრომელი და სხვა).

ინტერპერსონალური კომუნიკაციის პროცესზე ზემოქმედი ფაქტორებია: კულტურა; სოციალური ნორმები, გუნდური, ასაკი, ფიზიკური თუ გონებრივი შესაძლებლობები.

როგორც ვიცით კულტურა ეს არის ადამიანთა ჯგუფის ცხოვრების სტილი, რომელიც ერთი თაობიდან მეორეში კომუნიკაციის მეშვეობით გადადის (მოვიყვანოთ მაგალითებს)

სოციალური ნორმა არის მოლოდინები, რომელიც ჯგუფს საკუთარი ჯგუფის წევრების ქცევებსა და განწყობის მიმართ გააჩნია.

ქნისი

გუნდური ეს არის სქესთან დაკავშირებული წარმოდგენების, მოლოდინების და განწყობების ერთობლიობა.

პირველად რასაც ახალ დაბადებულ ბავშვზე ამბობენ ეს არის კითხვა გოგოა თუ ბიჭი. ორი წლის ბავშვები უკვე ერთმანეთისაგან ანსხვავებენ ერთმანეთს - გოგოს და ბიჭს.

გუნდური ბევრ შემთხვევაში კულტურის მიდებვითაც განსხვავებულია. (ქალის ქცევებში მუსლიმანურ და ქრისტიანულ სამყაროში).

ქალები და კაცები ბევრ რამეს სხვადასხვანაირად აღიქვავენ მრავალ საკითხთან მიმართებაში.

ჩვენ სხვადასხვანაირად ვაყალიბებთ ერთი და იმავე ინფორმაციას იმის მიხედვით, თუ რა ასაკის ადამიანებთან გვაქვს საქმე, არის 25 წლის თუ 85 წლის. უნდა გვახსოვდეს, რომ 65 წლის შემდეგ ზოგ შემთხვევასი ადგილი აქვს სმენის და მხედველობის დაქვეითებას.

ასევე უნდა გავითვალისწინოთ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებთან ურთიერთობები. უნდა გავითვალისწინოთ რომ მხედველობა შეზღუდულები ვერ აღიქვავენ ჩვენს ჟესტებს, ხოლო სმენა დაქვეითებულები ვერ ისმენენ ჩვენ საუბარს.

შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირია (შშმპ) - რომელსაც აღენიშნება განვითარების დარღვევის ერთი ან რამდენიმე სახე.

შეზღუდული შესაძლებლობის ინტერპერსონალური კომუნიკაცია

შშმპ ურთიერთობისას მთავარია ისეთი არაფერი ვთქვათ ან გავაკეთოთ , რაც შეიძლება შეურაწყოფად ან შეცოდებად აღიქვან.

გავითვალისწინოთ, მხედველობა დაქვეითებული ადამიანი ვერ აღიქვანმს ჩვენს ჟესტებს, პოზას, მზერას, გამომეტყველებას ე.ი. ყოველივე არავერბალურ კომუნიკაციას.

სმენა დაქვეითებული ადამიანი ვერ ისმენს ჩვენ სიტყვიერად გადაცემულ ინფორმაციას ე.ი. ვერბალური კომუნიკაციის დამყარება სმენა დაქვეითებულ ადამიანებთან არ შეიძლება.

შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებთან მოქცევის რამდენიმე მნიშვნელოვანი წესი არსებობს:

- მოვექცეთ შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ადამიანებს პატივისცემითა და ყურადღებით, ისე როგორც ნებისმიერ ჩვეულებრივ ადამიანს;
- თუ შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებისათვის რაიმეს თქმა გვსურს ვუთხრათ პირადად მათ და არა მათ მომვლელებს.

შშმ პირები უნდა გვახსოვდეს არიან ჩვენი საზოგადოების წევრები და მათი ყოფნა ჩვენს გვერდში უნდა გვსიამოვნებდეს და თვითონ ისინი უხერხულად არ უნდა გრძნობდნენ თავს ჩვენთან ურთიერთობაში.

სასურველია თუ დამსაქმებელი შეეცდება რომელიმე სამუშაო ადგილზე შშმ პირების მუშაობას, უნდა შევეცადოთ მათ დასაქმებას. ამით ხელს შევუწყობთ მათ ადაპტაციას საზოგადოებასა და სამსახურში.

არავერბალური კომუნიკაცია: მიზნები, სტრუქტურა და ფუნქციები

არავერბალური კომუნიკაცია ნიშნავს კომუნიკაციას სიტყვების გარეშე, იგი გულისხმობს კომუნიკაციას ხმის ტონის, ქესტების, სხეულის, გამომეტყველების, თვალით კონტაქტით, შეხების, გარეგნობის და ურთიერთობისას დაკავებული მანძილის მეშვეობით.

არავერბალური კომუნიკაცია დროში ბევრად წინ უსწრებს ვერბალურ კომუნიკაციას.

დადგენილია, რომ კომუნიკაციის 60% არავერბალურ კომუნიკაციაზე მოდის.

არავერბალური კომუნიკაციის ძირითად ფუნქციას ინფორმაციის, უფრო ხშირად გრძნობების და დამოკიდებულებების შესახებ ინფორმაციის გადაცემა წარმოადგენს. ეს შეიძლება იყოს როგორც საკუთარის ისე სხვისი.

არავერბალური კომუნიკაცია არის უნარი, რომელიც სწავლას და გავარჯიშებას ექვემდებარება.

მნიშვნელოვანია სხვადასხვა არავერბალური არხებით - ხმით, გამომეტყველებით, სხეულის პოზა, მანძილით და სხვა ინფორმაციის გადაცემისა და ამოცნობის კანონზომიერებანი.

აღსანიშნავია, რომ არავერბალური კომუნიკაციის სწორად გაგებას და მის ეფექტურად გამოყენებას აუცილებლად სჭირდება არსებული სიტუაციის თუ ურთიერთობის გათვალისწინება. ასევე მნიშვნელოვანია არავერბალური მაჩვენებლების არა ცალცაკე არამედ ერთ მთლიანობაში განხილვა. სხეულის კანკალი, მაგალითად შეიძლება მიუთითებდეს, როგორც შიშზე ისე ნერვიულობაზე ან სიცივეზე. მაგრამ ტირილი შეიძლება გამოხატავდეს წუხილს, ტკივილს ან დიდ სიხარულის აღნიშნულის შესახებ. მრავალი მაგალითის მოყვანა შეიძლება.

არავერბალური კომუნიკაციის ფორმები

(გარეგნობა, ხმის ტონი და ტემბრი)

არავერბალური კომუნიკაციის დროს დიდი მნიშვნელობა აქვს გარეგნობას, ხმის ტონს და ტემბრს, სხეულის ენას, გამომეტყველებას, თვალით კონტაქტს, ყესტს, პირველ სივრცეს.

კვლევები მიუთითებენ, რომ ურთიერთობისას შთაბეჭდილების ჩამოყალიბება პირველივე წამებში ხდება.

პირველი შთაბეჭდილება მხოლოდ ერთხელ ყალიბდება და ის ძირითადად გარეგნობას ეყრდნობა. ამიტომ ყოველთვის ყურადღება უნდა მივაქციოთ ჩვენს გარეგნობას და უნდა მოვახერხოთ, რომ გარეგნულად ყოველთვის კარგად გამოვიყურებოდეთ. გარეგნობასთან ერთად ჩაცმაც ძალიან მნიშვნელოვანია. შთაბეჭდილების ჩამოყალიბებაზე გავლენას ახდენს სუნიც. კარგი სუნი სხვებზედაც დადებითად მოქმედებს.

ინტონაცია და ხმის ტონი მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ნათქვამის მნიშვნელობას, მაგალითად სულ სახვადასხვაგვარად შეიძლება გავიგოთ ნათქვამი: „ეს არის შენი გაკეთებული საქმე“.

ინტონაციის გარდა მნიშვნელობა აქვს საუბრის სისწრაფესაც.

მუნჯი კინოს დროს მსახიობები მხოლოდ სხეულის ენის ფობით ფასობდა.

სხეულის ენამ ხუთი ტიპის ფუნქცია შეიძლება შეასრულოს ეს ტიპებია: ემბლემები, ილუსტრაციები, გრძნობების მაჩვენებლები, რეგულატორები და ადაპტორები.

ემოციის გამოხატვა ძირითადად გამომეტყველების მეშვეობით ხდება. კულტურებს შორის განსხვავება დიდია თუმცა სხვადასხვა ქვეყანაში მცხოვრები ერები ემოციას-ბედნიერებას, შიშს, სიბრაზეს, სევდას, ზიზღს ერთნაირად გამოხატავენ.

საქმიანი კომუნიკაციის ეტიკეტი

ძირითადი ნორმები, მოთხოვნები, რეკომონდაციები

საქმიანი ეტიკეტის ქვეშ იგულისხმება ადამიანის, ბიზნესმენის, ანუ პროფესიის წარმომადგენლის ყოფაქცევის ნორმები, რომელიც მას უნდა ახასიათებდეს და იყენებდეს, მეწარმესთან, ბიზნესმენტან, ადამიანთან და საერთოდ საზოგადოებასთან საქმიანი შეხვედრების მომენტში.

იმის გამო, რომ ბიზნეს დიდი ხნის ისტორია აქვს, საქმიანი ეტიკეტის ნორმები გარკვეულწილადაც დახვეწილია, მაგრამ ერთ ადგილზე მყარად მაინც არ დგას. ეტიკეტი დინამიკური პროცესების რიგს მიეკუთვნება.

საქმიანი ეტიკეტის ნორმები ანტიკური ხანიდან იღებს სათავეს და კაცობრიობის განვითარებასთან ერთად ვითარდება. საქმიანი სიტყვიერების ხელოვნება - კულტურა ყოველთვის წარმოადგენდა ანტიკური ფილოსოფოსების ინტერესს, რომელსაც ისინი ხედავენ ფილოსოფიური აქტიორული ტექნიკისა და ხერხების გამოვლენაში.

საქმიანი ურთიერთობა, როგორც ხელოვნება შეზღუდულ მკაცრი წესებით ღია ნორმებით, მაგრამ როგორც ყველა ხელოვნება ადამიანს აძლევს შესაძლებლობას გამოავლინოს საკუთარი ინდივიდუალობა, ტალანტი ინტელექტი, პროფესიონალიზმი. (მაგალითი ირაკლი აბაშიძის მე ქართველი ბუხაიძე).

ჩვენთვის ცნობილია, როგორ ცვლის სასვენი ნიშნების დასმა წინადადების აზრს. მაგალითად შექსპირი „არარაობავ დედაკაცი უნდა გერქვას შენ“. ადამიანი

ყოველთვის უნდა ცდილობდეს გამოსავალის ძიებას. (დოგენეს მაგალითი) - როცა ხელიდან გაუსხლტა მცველებს და იყვირა იყიდება მონის პატრონი.

წარმოვიდგინოთ ადამიანი, ბიზნესმენი ან მესაკუთრე, რომელიც გამოდის საჯაროდ, ურევს აზრებს ერთმანეთში, ყლაპავს სიტყვებს, უკანკალებს ხმა და ა.შ. ასეთი პორტრეტის მქონე პიროვნება წარმატებას ვერ მიაღწევს.

ბიზნეს ეთიკეტის ფორმებიდან ძირითადად იხილავენ ბიზნეს ეთიკეტების სამ ამოცანას

- ბიზნესმენის ე.ი. საქმიანი ადამიანის გარეგნობა;
- საქმიანი ადამიანის საუბრები, საქმიანი მიმოწერები;
- საქმიანი ადამიანის ქცევის ნორმები;

ბიზნესმენის გარეგნობას განსაზღვრავს ორი ფაქტორი ჩაცმულობა, ჟესტი და მოძრაობა. კოსტუმი საქმიანი ადამიანის სავიზიტო ბარათია.

კოსტუმის ტარების ყველაზე მიღებული რამდენიმე წესი არსებობს.

ჟესტი და მოძრაობა წარმოადგენს პიროვნების იმიჯის შენადგენელ ნაწილს.

ტელეფონის კომუნიკაცია, მიზნები, შესაძლებლობები, შეზღუდვები

სატელეფონო საუბრები კომუნიკაციის ყველაზე ხშირად გამოყენებადი საშუალებაა. სატელეფონო საუბრებს პირადი საუბრებისაგან ის უარყოფითი მხარე აქვს, რომ კომუნიკაციაში მონაწილენი ერთმანეთს ვერ ხედავენ და შესაბამისად ვერც აკვირდებიან მოსაუბრის რეაქციას და ჟესტებს.

ტელეფონზე საუბრისას ყოველი ჩვენთაგანი ინტერესდება თუ როგორ უსმენს მას მეორე მხარე.

ტელეფონში ჩვენი საუბრის მანერა მოსაუბრეს წარმოადგენას უქმნის ჩვენ ორგანიზაციაზე, სტრუქტურაზე და ა.შ..

ჩვენ ყოველთვის ყურადღებით უნდა უსმენდეთ მოსაუბრეს. დამაჯერებელი ინტონაციით და სიტყვებით უნდა დავარწმუნოთ მოსაუბრე, რომ ჩვენ გვესმის ამ საუბრის შინაარსი.

წარმატებული სატელეფონო საუბარი გაამაგრებს როგორც ჩვენ რეპუტაციას ასევე ორგანიზაციას ჩააყენებს ყველაზე მომგებიან ვითარებაში და აწევს იმიჯს საქმიანი ადამიანების წრეში.

ტელეფონზე საუბრის დროს დაცული უნდა იყოს შემდეგი წესები, წარდგენა: მისაღებია ვის ვესაუბრებით. ტელეფონზე საუბარი უნდა დაამთავროს მან ვინც პირველმა დარეკა.

თუ ჩვენ ვისაუბრებთ არა მობილური ტელეფონით, არამედ ჩვეულებრივი ტელეფონით აქ დამატებითი წესები კიდევ არსებობს საქმიანი ურთიერთობის განხორციელებისათვის.