



ევროკავშირი
საქართველოსთვის
The European Union for Georgia



CSO Forum

Empowering Civil Society in Guria, Imereti and Racha-Lechkhumi

ეფექტური კომუნიკაცია

სასწავლო მოდული



№ 12

2021

პროექტი
„გურიის, იმერეთისა და რაჭა-ლეჩხუმის სამოქალაქო საზოგადოების
ორგანიზაციების საერთო ფორუმი საჯარო მმართველობის რეფორმის
საგზაო რუკის მონიტორინგის მიზნით“

სასწავლო მოდული

მომზადებულია ელისაბედ სოფრომაძის მიერ

დასაბეჭდად მოამზადა: იმერეთის მხარის მეცნიერთა კავშირმა „სპექტრი“

ეს პუბლიკაცია შექმნილია ევროკავშირის მხარდაჭერით.
მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელია იმერეთის მხარის მეცნიერთა
კავშირი „სპექტრი“ და შესაძლოა, რომ იგი არ გამოხატავდეს
ევროკავშირის შეხედულებებს.

შინაარსი

შესავალი.....	4
ეფექტური კომუნიკაციის უნარები.....	4
დამარწმუნებელი და ეფექტური კომუნიკაცია.....	7
ეფექტური მოსმენა	8
გამოყენებული ლიტერატურა:.....	9

შესავალი

ადვოკატებისა და შესაბამისად, ლობირების პროცესში ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი კომპონენტია მოლაპარაკებების წარმოება სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან. შესაბამისად, ადვოკატების წარმატება დიდადაა დამოკიდებული ეფექტურ კომუნიკაციაზე. ცუდად წარმართულმა მოლაპარაკებამ შეიძლება ძალიან სწრაფად დაასუსტოს ლობირების კამპანია და დაგვაკარგინოს წარმატების მიღწევის შესაძლებლობა.

კამპანიების ეფექტურად დაგეგმვას სჭირდება კომუნიკაციის ძირითადი ელემენტების ცოდნა და სწორად გამოყენება.

ეფექტური კომუნიკაციის უნარები

ადამიანები მიისწრაფვიან ერთმანეთისკენ, სურთ თანაცხოვრება და ამა თუ იმ ჯგუფში გაერთიანება, ამ სურვილების შედეგად კი მყარდება კომუნიკაცია.

კომუნიკაცია - ადამიანებს შორის ურთიერთობის პროცესი, რომლის დროსაც ხდება ინფორმაციის გაცვლა.

კომუნიკაცია ოთხი ძირითადი სტრუქტურული ერთეულისგან შედგება, ეს ელემენტებია:

1. წყარო - ვისგან? რისგან?
2. ინფორმაცია - რა?
3. არხი - რისი საშუალებით?
4. მიმღები - ვისთვის?

წყარო - ის, ვისგანაც მოდის ინფორმაცია.

ინფორმაცია ანუ გზავნილი - იგულისხმება შეტყობინების შინაარსი. ცხადია, ინფორმაცია უნდა იყოს ნათლად ჩამოყალიბებული და არგუმენტირებული. ინფორმაციის ცვლილება ასევე იმოქმედებს კომუნიკაციის პროცესზე.

არხი - რისი საშუალებით ხდება ინფორმაციის გადაცემა (ვერბალური გზით, წერილობით, ტელევიზიით თუ ტელეფონით) არხი იგივე მედიუმიან ინფორმტორსა და ინფორმაციის მიმღებს შორის. ეფექტის მისაღწევად აუცილებელია არხის სწორად შერჩევა:

ლუდის რეკლამა ჩართულია საბავშვო გადაცემაში და იგივე რეკლამა ჩართულია ფეხბურთის მატჩის მიმდინარეობისას. რომელი არხის გამოყენებაა უფრო გამართლებული?

მიმღები - ეს არის შეტყობინების ადრესატი. მნიშვნელოვანია მიმღების პიროვნული მახასიათებლებისა და უნარების ცოდნა, რათა განსაზღვროს რა ფორმით მიაწოდოს მას ყველა სხვა ელემენტი (წყარო, ინფორმაცია, არხი) და მიხედვით, რა დოზით შემოვა ის კომუნიკაციაში.

აუცილებელია, გამომსვლელმა ისე ისაუბროს, რომ მისი ნათქვამი მასას მოეწონოს და უმრავლესობამ გაიგოს, ამიტომ საჯარო გამოსვლისას გამომსვლელები ხშირად, (პოლიტიკოსები თითქმის ყოველთვის) ხალხის ინტერესების გათვალისწინებით მოქმედებენ.

თუ რომელიმე პოლიტიკოსი აკეთებს განცხადებას, რომ მას სურს საქართველოს მხოლოდ მართლმადიდებლური ტრადიციები შეუნარჩუნოს და ამის მისაღწევად ყველაფერს გააკეთებს, პოლიტიკოსმა წინასწარ იცის, რომ ამით ის ასიამოვნებს მართლმადიდებელ ქართველებს, მაგრამ წააგებს სხვა აღმსარებლობის წარმომადგენლებთან.

დასკვნა - კომუნიკაციის პროცესის ოთხივე სტრუქტურული ელემენტი ერთნაირად მნიშვნელოვანია და ნებისმიერი მათგანის ცვლილება შეცვლის საბოლოო შედეგს.

იმისათვის რომ კომუნიკაცია იყოს ეფექტური, კომუნიკაციის პროცესში მოსაუბრემ უნდა გაიაროს შემდეგი ოთხი ფაზა:

1. შინაგანი სამყაროდან გარეგანზე გადართვა;
2. კონტაქტში შესვლა;
3. არგუმენტის მოძიება;
4. კონტაქტიდან გამოსვლა.

შინაგანი სამყაროდან გარეგანზე გადმორთვა გულისხმობს არა საკუთარი, არამედ ინფორმაციის მიმღების ინტერესების გათვალისწინებას.

თუკი მე მსურს, ყავა მოვატანინო ელენეს, მე ორიენტრებული ვარ არა ყავაზე, არამედ ელენეს ინდივიდუალურ უნარებსა და ინტერესებზე. თუ მე გავითვალისწინებ მის სურვილებს, აუცილებლად დადგება სასურველი შედეგი.

კონტაქტში შესვლა კომუნიკაციის ეფექტურად წარმართვის აუცილებელი პირობაა. საჭიროა მოსაუბრესთან ემოციური კავშირის დამყარება და მხოლოდ შემდეგ ძირითადი საკითხის დაყენება. თუ მსურს მივიღო სასურველი შედეგი, კომუნიკაცია არ უნდა დავიწყო ჩემი თხოვნით ან სურვილით, არამედ კონტაქტში შესვლის მეშვეობით, შევქმნა ჩემთვის სასურველი ემოციური ფონი.

- შეიძლება, წავიდე?
- არა!

(უარი მიიღეთ და კომუნიკაციას ვეღარ გააგრძელებთ, ან ძალიან გაგიჭირდებათ.)

- იცით, დღეს ძალიან ბევრი საქმე გავაკეთე, თითქმის დავასრულე პროექტი. დიახ, ძალიან საინტერესო იყო. ამჯერად საქმე აღარ მაქვს, აქ, თორემ დღეს ბანკში ვარ მისასვლელი. თუ წინაღმდეგი არ იქნებით, შეიძლება წავიდე?
- დიახ!

არგუმენტის არსებობა ასევე მნიშვნელოვანი ფაქტორია. მოსაუბრემ აუცილებლად უნდა მოახერხოს დამაჯერებელი არგუმენტის მოძიება და აქვე გაითვალისწინოს ინფორმაციის მიმღების ინტერესებიც. არგუმენტი საჭიროა მეორე მხარისთვის და არა საკუთარი თავისთვის.

სასტუმროში ერთი თავისუფალი ნომერია და ბევრი მსურველი. ერთ-ერთ მამაკაცს, იმისთვის, რომ ნომერი დაიკავოს, მოჰყავს არგუმენტი: - გარეთ

რატომ მოგვწონს მსგავსი სხვა? - იმიტომ, რომ ეს ზრდის თვითშეფასებას. თუ სხვაც ისევე ფიქრობს, როგორც მე, ვრწმუნდები, რომ მე სწორი ვარ.

დამაჯილდოვებლობა მნიშვნელოვნად განაპირობებს მოწონებას. თუკი მე აღფრთოვანებას გამოვხატავ ადამიანის მიმართ, ვეტყვი კომპლიმენტს ან ხაზს გავუსვამ მის რომელიმე დადებით თვისებას, ამით მაქსიმალურად დადებით ემოციას გამოვიწვევ. აღსანიშნავია ის ფაქტორიც, რომ თითქმის ყოველთვის მოგვწონს ის ინდივიდი, რომელსაც მოვწონვართ.

ფიზიკური სიახლოვე ანუ საერთო სივრცე და ხშირად შეხვედრა, თავისთავად ზრდის მოწონების ალბათობას.

როდესაც არსებობს **ხანგრძლივი ურთიერთობის პერსპექტივები**, მოწონება მეტად არის მოსალოდნელი. ასეთ შემთხვევაში ინდივიდი არწმუნებს თავს, რომ მისთვის ეს ურთიერთობა სასიამოვნო იქნება.

დამარწმუნებელი და ეფექტური კომუნიკაცია

- პირველი პირით/მესამე პირით საუბარი

კამათის, თუ დებატებისას ადამიანები სხვადასხვა სახით ახდენენ საკუთარი აზრების გამოხატვას. ის თუ რომელ პირში საუბრობს ადამიანი სხვადასხვა დადებითი ეფექტების შემცველია და აძლევს მას ლავირების და მობილურობის საშუალებას.

„მე-უწყებები“ - გულისმობს, რომ ავტორი პირველ პირში საუბრობს, საკუთარ თავზე იღებს პასუხისმგებლობას, რაც ხშირად კონსტრუქციულად წარმართავს დიალოგს და მოლაპარაკების პროცესს მხარეებს შორის. მე უწყებები თქვენს გარშემო მყოფთ აძლევს საშუალებას იყვნენ თქვენს მიმართ ემპათიურები, შეძლონ თქვენი გრძნობების წვდომა, რაც უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს წარმოადგენს კონფლიქტში და გაძლევთ საშუალებას გქონდეთ ადამიანური სახე, თქვენ იყოთ აღქმული არა როგორც დეჰუმანიზებული უსულო არსება, არამედ როგორც გარკვეული ღირებულებების, მიზნების და იდეების მატარებელი რეალური პიროვნება.

„ის უწყებები“ - თუ გერთულებათ პირველი პირით საუბარი, ეცადეთ მოახდინოთ თქვენი სიტყვის ფორმულირება მესამე პირის გამოყენებით. ეს მოგცემთ საშუალებას მოიხსნათ პასუხისმგებლობა საკუთარ სიტყვებზე, დაიტოვოთ უკან დასახევი გზა, და შეინარჩუნოთ სახე მაშინაც კი, თუკი ამ სიტყვებზე უარის თქმა მოგიწევთ. თქვენი უწყებები იქნება ანონიმიზირებული, და იქნებით ნეიტრალური მთხრობელი.

„ჩვენ უწყებები“ - პასუხისმგებლობის მოხსნის, უფრო სწორად კი, გადანაწილების საუკეთესო საშუალებაა საუბარი არა პირველი პირით, არამედ ადამიანთა ჯგუფის სახელით, ანუ მრავლობით რიცხვში. ეს შეჰმატებს თქვენს პოზიციას დამაჯერებლობას, რადგან მას მხოლოდ თქვენ კი არ იზიარებთ, არამედ ადამიანთა გარკვეული ჯგუფი.

და ბოლოს, „შენ უწყებები“ - წარმოადგენს მიმართვას, აპელაციას, შესაძლოა მოწოდებასაც კი, რაღაცას მოითხოვთ ოპონენტისაგან, მისგან გარკვეულ ქმედებას, შესაძლოა თავის მართლებას, საკუთარ სიტყვებზე პასუხისმგებლობის აღებას და ა.შ. ამ სახის უწყებები ხშირად გამოიყენება დებატებისას. ხშირად არაკონსტრუქციული მიზნით, როდესაც ადამიანებს სურთ ოპონენტის დისკრედიტირება, მთელი პასუხისმგებლობის მასზე აკიდება.

უწყებები	მახასიათებლები
მე უწყებები (პირველი პირით საუბარი)	<ul style="list-style-type: none">▪ აცხადებენ თქვენს ემოციებს

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ აძლევენ მსმენელს უკუკავშირის საშუალებას
შენ უწყებები	<ul style="list-style-type: none"> ▪ მომთხოვნი და აპელაციური გულისხმობენ გადაწყვეტილების მიღების აუცილებლობას ▪ მოითხოვენ მოსაუბრისაგან პოზიციის დაფიქსირებას ▪ ახდენენ მოსაუბრის პროვოცირებას, რომ მან თავი იმართლოს
მესამე პირის უწყებები	<ul style="list-style-type: none"> ▪ დეპერსონალიზებული უწყებები ▪ არადამავალდებულებელი ურთიერთობები
ჩვენ უწყებები	<ul style="list-style-type: none"> ▪ აქცენტს აკეთებს საერთო ინტერესებზე ▪ მოითხოვენ კონსენსუსის მიღწევას ▪ ახდენენ "მე-ს" შენიღბვას ▪ ხაზს უსვამენ კოლექტიური შედეგის მნიშვნელოვნებას

ეფექტური მოსმენა

გარდა საუბრისა კომუნიკაციის პროცესში უმნიშვნელოვანესი ნაწილი, ბუნებრივია აქვს მოსმენას! ის, ვინც კარგად ისმენს ის უფრო კარგად წარმართავს კომუნიკაციას. კარგად მოსმენის შემდეგ გაცილებით უფრო მარტივია კითხვების დასმა და მაქსიმალური ინფორმაციის მოპოვება.

მოსმენა რამდენიმე სახის არსებობს:

1. მდუმარე მოსმენა

როდესაც მომსმენი დუმს, არაფერს ამბობს, უბრალოდ სხეულის მდგომარეობით, თვალებით კონტაქტით და არავერბალური მანიშნებლებით მოწმობს, რომ უსმენს მოსაუბრეს.

2. მოსმენა ყურადღების ნიშნების გამოყენებით

მოსმენის პროცესში გარკვეული ყურადღების ნიშნების გამოყენება: თავის დაკვრა, გარკვეული რეპლიკების გამოყენება.

3. აქტიური მოსმენა

გულისხმობს არა მხოლოდ პასიურ მოსმენას, არამედ კითხვების დასმას კონკრეტიზაციის მიზნით, ნათქვამის პერეფრაზირებას, რათა მოსაუბრემ თავადაც კარგად გაიგოს, თუ რა თქვა

და როგორ არის გაგებული მისი ნათქვამი. გულისხმობს ყურადღების გამახვილებას მოსაუბრის ემოციებზე, თანაგრძნობას, საკუთარი თავის მოსაუბრის მდგომარეობაში ჩაყენებას მისი მდგომარეობის უკეთ გასაგებად.

ნებისმიერ კომუნიკაციას აქვს 4 მხარე, ანუ ნებისმიერი ცნობის გაგება შესაძლებელია შემდეგი ოთხი პარამეტრით:

საქმიანი შინაარსი _ პასუხობს კითხვაზე, რის შესახებ გაწვდი ინფორმაციას?

თვითგაცხადების ყური _ პასუხობს კითხვაზე, რას გეუბნები ჩემი თავის შესახებ? თვითგაცხადებაში შედის ასევე ის, რაც შეიძლება არ მინდა, რომ განვაცხადო, მაგრამ თავისით მჟღავნდება.

მიმართების ყური _ პასუხობს კითხვაზე, რა მიმართებაში, ურთიერთობაში ვართ ერთმანეთთან? რას ვფიქრობ შენზე?

აპელაციის ყური _ პასუხობს კითხვაზე, რა მინდა გაგაკეთებინო?

იმის მიხედვით, თუ რა ყურით ვუსმენთ მოსაუბრეს, სხვადასხვა ინფორმაციის მიღება შეგვიძლია. ემპათიური, ანუ აქტიური მოსმენის შემთხვევაში ყურადღება გამახვილებულია თვითგაცხადების ყურზე, ანუ რას გვეუბნება მოსაუბრე თავის შესახებ, რა განცდები აქვს, რა გრძნობები, რა ემოციები მოქმედებენ მასზე კომუნიკაციის პროცესში.

გამოყენებული ლიტერატურა:

ზურა მხეიძის სატრენინგო მასალა;