



საბუშაო უნარები დაბნელებთათვის

პუბლიკაცია მომზადდა USAID პროგრამის „ერთიანობა მრავალფეროვნებაში“ ფარგლებში. USAID პროგრამას „ერთიანობა მრავალფეროვნებაში“ საქართველოს გაეროს ასოციაცია აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს - USAID ფინანსური მხარდაჭერით ახორციელებს.

Publication was developed within the frameworks of USAID's Unity Through Diversity Program implemented by United Nations Association of Georgia / UNAG with financial support of the US Agency for International Development.



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



unag
UN Association of Georgia



Publication was developed by PARTNERS-GEORGIA trainer-consultants.
Cover and illustrations: Lazare Gvimradze
Tbilisi, 2023

პუბლიკაცია მოამზადეს პარტნიორები - საქართველოს ტრენერ-კონსულტანტებმა.
გარეკანი და ილუსტრაციები: ლაზარე გვიმრაძე
თბილისი, 2023

Opinions and ideas provided in this publication do not represent the official position of the United States Agency for International Development (USAID) or the United Nations Association of Georgia (UNAG).

პუბლიკაციაში მოცემული შეხედულებები და მოსაზრებები არ უნდა აღიქმებოდეს ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოსა ან საქართველოს გაეროს ასოციაციის ოფიციალურ პოზიციად.

სარჩევი

წინასიტყვაობა	5
ნაწილი 1: პიროვნული თვისებები და უნარ-ჩვევები.....	6
თავი 1: კრეატიულობა და ინოვაციურობა	7
კრეატიულობა სამუშაო სივრცეში	7
როგორ შევუწყოთ ხელი კრეატიულობას?	9
თავი 2: კრიტიკული აზროვნება და პრობლემების მოგვარება.....	11
რა არის და რაში გვყირდება კრიტიკული აზროვნება?	11
პრობლემების მოგვარების უნარი	15
თავი 3: ნიჭიათივა და დამოუკიდებლობა	19
ნიჭიათივიანობა	19
თვითდისციპლინა	21
თავი 4: სამუშაო ეთიკა და კეთილსინდისიერება.....	25
რა არის სამუშაო ეთიკა?	25
კეთილსინდისიერება საქმიან ურთიერთობებში	30
ემოციური ინტელექტი.....	35
ნაწილი 2: სხვაებთან ურთიერთობის უნარ-ჩვევები.....	40
თავი 1: ლაპარაკი და მოსმენა.....	41
კომუნიკაციის პროცესის ანატომია.....	41
რეალობა სუბიექტურია.....	46
მოსმენის ხელოვნება	47
დასვით შეკითხვები.....	54
ასერტიული ქცევა და “მე”- შედგომიანების ძალა.....	57
კონსტრუქციული უკუკავშირი.....	63
თავი 2: სხეულის ენა	66
როდესაც სიტყვები გადმეძვია	66
არავერბალური კომუნიკაციის კატეგორიები	67
არეკვლა: ქამელეონი სარკეში	72
სხეულის ენის მოკლე ლექსიკონი.....	73
თავი 3: გუნდური მუშაობა	76
კომუნიკაცია გუნდში.....	76
გუნდის წევრთა როლები.....	78
გუნდური მოთამაშე	80
გონებრივი იერიში	83

უოლტ დისნეის სტრატეგია	85
აზროვნების ექვსი ქუდი.....	87
თავი 4: ორიენტაცია მომხმარებელზე	93
ორგანიზაცია და მისი მომხმარებლები	93
შენთან ვარ, რადგან გენდობი	96
კარგი მომსახურების სუპერძალა	99
ნაწილი 3: საქმიანი უნარ-ჩვევები.....	102
თავი 1: ეფექტიანობა და პროდუქტიულობა.....	103
პირველი სამუშაო დღე	103
ყველაზე ძვირფასი რესურსი	105
სტრესი სამუშაო გარემოში	111
სტრესის შემცირების პრაქტიკული ტექნიკა	121
თავი 2: პროფესიონალიზმი და საქმიანი ეტიკა.....	126
საქმიანი ეტიკატის საფუძვლები	126
ციფრული საქმიანი ეტიკა	132
თავი 3: წარითი საქმიანი კომუნიკაცია	144
წარის პროცესი - ზოგადი რჩევები	144
ჩანიშვნა (მოკლე ჩანაწერები)	148
გონებრივი რუკის აგება (MIND MAPPING)	150
შეხვედრის ოქმი.....	152
ანგარიში.....	155
საქმიანი წერილი.....	158
თავი 4: ინფორმაციული ტექნოლოგიები და ონლაინ თანამშრომლობა	163
ვირტუალური სამუშაო სივრცე	163
ელექტრონული ფოსტა.....	164
Google Mail (Gmail).....	167
დრუბლოვანი ტექნოლოგია - GOOGLE DRIVE	168
Google კალენდარი	170
ვიდეო კონფერენციის სერვისები	171



წინასიღჟვაობა

თანამედროვე საქმიან სამყაროში ყველა თანხმდება, რომ სტაჟირების ან მუშაობის პროცესში წარმატება არა რომელიმე კონკრეტულ ტექნიკურ ცოდნაზე, არამედ იმ სხვადასხვა პიროვნული და სოციალური უნარ-ჩვევების ერთობლიობაზეა დამოკიდებული, რომლებიც პრაქტიკულად ნებისმიერი სამუშაო ადგილისთვის თანაბრად მნიშვნელოვანია. ეს უნარ-ჩვევები, სამწუხაროდ, არ ისწავლება სკოლებში ან უმაღლეს სასწავლებლებში და უფრო მეტად არაფორმალური გზით, სამუშაო გამოცდილებით ან სპეციალური ტრენინგების მეშვეობით ვარჯიშდება.

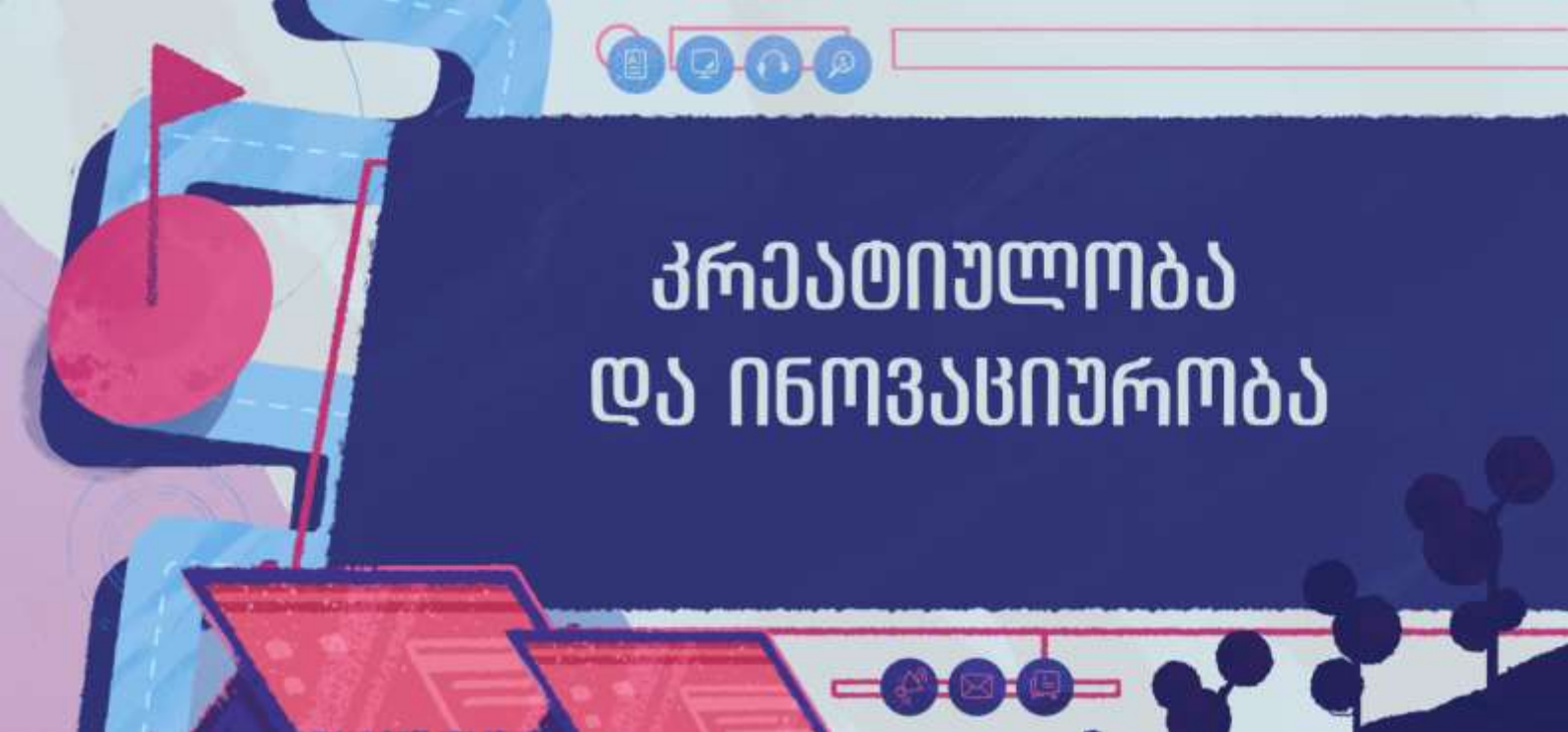
სწორედ ამ დანაკლისის შევსების მიზნით, სპეციალურად ახლად დასაქმებული, დამწყები თანამშრომლებისთვის მოვამზადეთ სამუშაო უნარების ეს სახელმძღვანელო. მასში თავმოყრილია საბაზისო ინფორმაცია იმ ძირითად თვისებებსა და უნარ-ჩვევებზე, რომლებიც არსებითია ახალ სამუშაო ადგილზე იოლი ადაპტაციის, სამუშაო პროცესში უმტკივნეულოდ ჩართვის, დადებითი პირველი შთაბეჭდილების მოხდენის, თანაგუნდელებთან და კოლეგებთან კეთილგანწყობილი, თანამშრომლობითი ურთიერთობების დამყარების და ზოგადად, პროფესიული კარიერის დაწყების თვალსაზრისით.

სამუშაო უნარები პირობითად შეგვიძლია დავყოთ სამ ძირითად კატეგორიად; წინამდებარე სახელმძღვანელოც სამ შესაბამის ნაწილად დავყავით. პირველ ნაწილში ვისაუბრებთ იმაზე, თუ რა პიროვნული უნარები და თვისებები ეხმარება ადამიანს საქმიანი მიზნების მიღწევაში, მეორე ნაწილში განვიხილავთ სამუშაო სივრცისთვის დამახასიათებელი პიროვნებათმორისი კომუნიკაციის საგულისხმო ასპექტებს, ხოლო მესამე ნაწილში მკითხველის ყურადღებას რამდენიმე საბაზისო პროფესიულ კომპეტენციაზე შევაჩერებთ.

ვიმედოვნებთ, რომ ჩვენი სახალისო და პრაქტიკული რჩევებით დავეხმარებით ახალგაზრდებს მშვიდად და კომფორტულად იგრძნონ თავი მათთვის ახალ საქმიან გარემოში, და წარმატებით შეძლონ საკუთარი პროფესიული პოტენციალის რეალიზება და შემდგომი განვითარება.

პიროვნული თვისებები
და უნარ-ჩვევები





კრეატიულობა და ინოვაციურობა

კრეატიულობა სამუშაო სივრცეში

დღევანდელ კონკურენტულ სამუშაო გარემოში კრეატიულობა ერთ-ერთ აუცილებელ უნარ-ჩვევად იქცა. კრეატიულობა ამოძრავებს ბიზნესს; წარმოშობს ახალ იდეებსა და ინოვაციებს, ქმნის ახალ პროდუქტებს და მომსახურებას; მის გარეშე წარმოუდგენელია ეფექტიანობა და პროდუქტიულობა. შესაბამისად, კრეატიულობა სამუშაო გარემოში ნებისმიერ ადამიანს სჭირდება - რიგითი თანამშრომლიდან ხელმძღვანელამდე.

კრეატიულობა ხელს უწყობს გუნდურ მუშაობას - ადამიანებს აძლევს სტიმულს, რომ ითანამშრომლონ, ერთად იფიქრონ ახალ პროექტსა თუ დავალებაზე. კრეატიულობა თავისთავად გულისხმობს თანამშრომლობას. ზოგჯერ იდეა მოდის ერთი რომელიმე ადამიანისგან, ხოლო გუნდი შემდგომში მუშაობს ამ იდეაზე, ხვეწავს მას და საბოლოო სახეს აძლევს. კრეატიულობა გულისხმობს აგრეთვე მუდმივ სწავლას, ახალი ცოდნის, ინფორმაციის მოძიებას, საქმიანობაში ახალი მიდგომების დანერგვას.

კრეატიულობა ამაღლებს მოტივაციას - როდესაც სამუშაო პროცესში გარკვეული დოზით კრეატიულობა არსებობს, ადამიანებს უფრო მოსწონთ ის, რასაც აკეთებენ და ინარჩუნებენ მაღალ ემოციურ ჩართულობასა და ინტერესს.

კრეატიულობა აუმჯობესებს პრობლემების მოგვარების პოტენციალს - კრეატიულად მოაზროვნე თანამშრომელი უფრო დიდი ალბათობით ახერხებს წინააღმდეგობის გადალახვას და პრობლემების გადაწყვეტის უნიკალური და ინოვაციური გზების პოვნას.

კრეატიულობა ასაზრდოებს ინოვაციებს. ინოვაცია ორ კომპონენტს - სიახლეს და პრაქტიკულობას საჭიროებს. კრეატიულობის ნაყოფი ყოველთვის ახალი, უნიკალური და ორიგინალურია, თუმცა, სამწუხაროდ, არა ყოველთვის პრაქტიკული; ამის მიუხედავად, კრეატიულობა არსებითია ინოვაციური გადაწყვეტილების მისაღებად.

კრეატიულობის ცნება არ უკავშირდება რაციონალურს, ცნობიერს ან ცხადს. კრეატიულობა შეიძლება განვმარტოთ, როგორც ცუდად სტრუქტურირებული, ან ცუდად განმარტებული პრობლემების გადაჭრაზე მიმართული აზროვნების განსაკუთრებული უნარი. კრეატიული აზროვნება შეიძლება მიმართული იყოს ისეთი პრობლემების გადასაჭრელად როგორც არის არჩევანის გაკეთება, ანალიზი, ან ძიება. შესაბამისად, კრეატიულობა არის ახალი გადაწყვეტების, ახალი იდეების მოპოვების უნარი. ამასთან, კრეატიულობა არ არის ისეთი მახასიათებელი, რომელიც ან გვაქვს, ან – არა. პირიქით, ის შეიძლება ავითვისოთ და განვავითაროთ. თუმცა, მისი განვითარება დამოკიდებულია მაღალ მოტივაციაზე, მიზანსწრაფულობაზე, მოთმინებაზე და ბევრ სხვადასხვა სფეროში დაგროვილ ცოდნასა და გამოცდილებაზე. კრეატიულობის წყაროს წარმოადგენს ერთი შეხედვით ისეთი განსხვავებული ცნებები, როგორიც არის ინტუიცია და რაციონალურობა. თუმცა, მნიშვნელოვანია, რომ ეს ორი ცნება ერთმანეთს ავსებდეს და აძლიერებდეს და არა გამორიცხავდეს.

მეცნიერები მრავალი წელი ცდილობდნენ დაედგინათ ის პიროვნული კრიტერიუმები, რომლებიც განასხვავებენ კრეატიულ ადამიანს. საბოლოოდ შეთანხმდნენ, რომ არსებობს გარკვეული კავშირი ადამიანის პიროვნულ მახასიათებლებსა და მის კრეატიულ აქტივობას შორის. რაც მეტია ადამიანში პოზიტიური მახასიათებლები (ფსიქიკური ჯანმრთელობა და თვითცნობიერება, ენერგიულობა, ცნობისმოყვარეობა, კონფლიქტისა და იმედგაცრუების მიმართ მედეგობა, კომპლექსურად აზროვნების უნარი, მიზანსწრაფულობა, დამოუკიდებელი აზროვნება), მით უფრო კრეატიულად მოქმედებს ის. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ამ მახასიათებლებზე გავლენას ახდენს როგორც მიდრეკილება, ისე აღზრდაც – განათლება და გარემო პირობები. შესაბამისად, კრეატიულობის მახასიათებლები ყველა ადამიანში ერთნაირად წარმოდგენილი არ არის. აქვე კარგი ამბავიც: გარკვეულწილად შესაძლებელია, რომ კრეატიულობა მისი მასტიმულირებელი ღონისძიებებით გააქტიურდეს და გავარჯიშდეს. კრეატიული მეთოდოლოგიების და სავარჯიშოების გამოყენებაც ხელს უწყობს კრეატიულობის უნარების განვითარებას.

კვლევების შედეგად დადგენილი, კრეატიული ადამიანების მახასიათებლების, უნარებისა და ქცევების ჩამონათვალი საკმაოდ გრძელია:

- გამოკვეთილი მისწრაფება თვით-აქტუალიზაციისკენ;
- მიდრეკილება სპონტანურობისკენ, იმპულსურობისკენ;

- მგრძნობიარობა, რომლის მართვაც შეუძლიათ;
- გარემოს და ახალი გამოცდილების მიმართ ღიაობა;
- ცნობისმოყვარეობა უჩვეულოს მიმართ;
- ადაპტაციის უნარი;
- ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებებისგან გათავისუფლება;
- კომპლექსურობისა და მრავალმნიშვნელოვნებისათვის უპირატესობის მინიჭება;
- კონფლიქტის გადაჭრის ძლიერი უნარი;
- სტრესისა და იმედგაცრუების მიმართ მედეგობა;
- აღფრთოვანების უნარი;
- წარმატებით სიამოვნების მიღება;
- ინიციატივიანობა;
- პრობლემის მიმართ მგრძნობელობა;
- ცრურწმენებისა და წინასწარი განწყობებისგან თავისუფლება;
- აზროვნების სპონტანური მოქნილობა, რომელიც შესაძლებელს ხდის თავისუფალი ასოციაციებით აზროვნებას;
- ორიგინალურობა (უჩვეულო გადაწყვეტების შემუშავების და მათი შემდგომი განვითარების უნარი);
- მოკლე დროში გადაწყვეტების და ასოციაციების დიდი რაოდენობის განვითარების უნარი;
- ინფორმაციის გადამუშავების მაღალი პოტენციალი;
- კომუნიკაციური უნარები;
- მიღწევისა და სწავლის მაღალი მოტივაცია;
- წარმატების მოტივაცია;
- განხორციელების ძალა.

უკიდურესად იშვიათია, რომ ადამიანში კრეატიულობის ყველა ეს მახასიათებელი ერთდროულად და ძლიერად იყოს გამოხატული; ასეთი რამ მხოლოდ გენიოსების შემთხვევაში შეიძლება მოხდეს. კრეატიული ადამიანის მახასიათებლები, უნარები და ქცევები მიდრეკილებების, გარემოს და აღზრდა-განათლების გავლენით, მეტად ან ნაკლებად არის სხვადასხვა ადამიანებში გამოხატული. თუმცა, როგორც უკვე იყო აღნიშნული, შესაძლებელია მათი გარკვეულ დონეზე განვითარება და სტიმულირება.

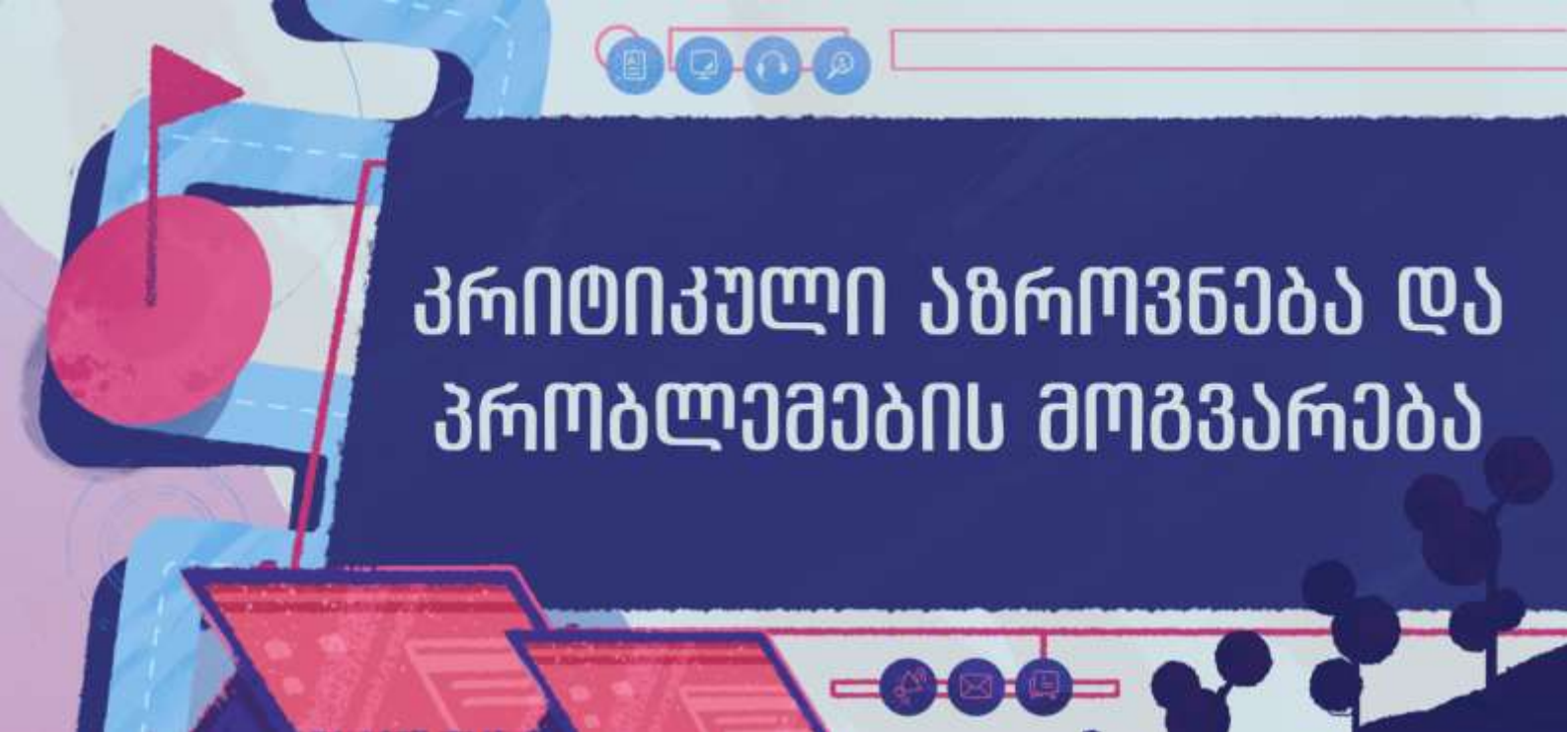
როგორ შევუწყოთ ხელი კრეატიულობას?

შემოქმედებითი აქტივობები, როგორიცაა რომელიმე მუსიკალურ ინსტრუმენტზე დაკვრა, ხატვა, წერა - ავარჯიშებენ და ასაზრდოებენ კრეატიულობას; ეცადეთ დღეში ერთხელ მაინც დაკავდეთ აქტივობით, რომელიც გიზიდავთ და გიტაცებთ.

Google-ის ოფისში თანამშრომლებს აქვთ შესაძლებლობა ითამაშონ *კომპიუტერული (ვიდეო) თამაშები* - Google-ში სჯერათ, რომ თამაში, გართობა სტიმულირებას უკეთებს კრეატიულობას. თუ Google-ში არ მუშაობთ, შეგიძლიათ ცოტა ხნით დაასვენოთ გონება და გაერთოთ სმარტფონში ჩაწერილი ქენდი-ქრამით, ან დაგეგმოთ შაბათ-კვირის დასვენება. გადაღლილობა, საქმის უწყვეტ რეჟიმში კეთება კლავს კრეატიულობას.

- ✓ *დაუწიეთ განათებას, ჩააბნელეთ ოთახი* - კვლევით დადასტურდა, რომ სიბნელე „ათავისუფლებს“, ანიჭებს მეტ გამბედაობას, აძლიერებს ახლის ძიების და მოსინჯვის სურვილს. ალბათ, ესეც ჩვენი წინაპრებისგან შეგვრჩა - როდესაც სხვები ვერ მხედავენ, უფრო თამამად მივდივარ რისკზე.
- ✓ *სამუშაო შეხვედრებზე ყოფნისას, მოსმენის პროცესში დაკავდით ხატვით* - ხატვა ააქტიურებს ნეირონულ კავშირებს ტვინში, რითაც აუმჯობესებს დახსოვნების პროცესსა და კრეატიულობას.
- ✓ *მწვანე და ლურჯი ფერები ხელს უწყობენ შემოქმედებით აზროვნებას* - ოფისში რემონტს თუ ვერ აკეთებთ, საკუთარ სამუშაო ადგილს დაუმატეთ ეს ფერები, ან სულაც გადით გარეთ, გაისეირნეთ პარკში - ბალახი და ცა საკმარისი რაოდენობით მწვანეს და ლურჯს უზრუნველყოფს.
- ✓ *ხმაური ხელისშემშლელია, თუმცა სრული სიჩუმეც არ ვარგა*. კრეატიულობის სტიმულირებისთვის მცირე *ფონური ხმაური* გჭირდებათ. იუტუბის ან სპოტიფაის მეშვეობით მონახავთ ყურსასმენით მოსასმენ ბევრ „სამუშაო“ ხმაურს. უფრო უკეთესი: მიაკითხეთ რომელიმე ყავის / ჩაის სახლს - იქ არსებული მშვიდი ხმაური იდეალურია სამუშაოდ.

რა თქმა უნდა, არსებობს ბევრი კომპლექსური, სტრუქტურირებული მიდგომა / მეთოდოლოგია, რომელიც სპეციალურად შემოქმედებითი აზროვნებისა და გუნდში გადაწყვეტილების მიღების პროცესის ხელშეწყობისთვის იქნა შემუშავებული. რამდენიმე ასეთ საინტერესო ტექნიკაზე ოდნავ მოგვიანებით, გუნდური მუშაობის ქვეთავში ვისაუბრებთ.



პრიტიკული აზროვნება და პრობლემების მოგვარება

რა არის და რაში გვეხმარება პრიტიკული აზროვნება?

მოდით, გავარკვიოთ, სასარგებლოა თუ არა წითელი ღვინო.

ჩავატაროთ პატარა ექსპერიმენტი და დავუსვათ Google-ს შეკითხვა: „რატომ უნდა დავლიოთ წითელი ღვინო“ ან „წითელი ღვინის სასარგებლო თვისებები“ (უკეთესია ინგლისურად დავგუგლოთ, მეტ ინფორმაციას მივიღებთ, თუმცა ქართულადაც შეიძლება). გუგლი მაშინვე გვეტყვის, თუ რატომაა წითელი ღვინო კარგი, კერძოდ კი, სხვადასხვა წყაროებში ვნახავთ, რომ წითელი ღვინო:

- აჯანსაღებს გულს;
- ამცირებს ცუდი ქოლესტერინის დონეს სისხლში;
- არეგულირებს სისხლში შაქრის დონეს;
- ამცირებს კიბოს რისკს;
- აჯანსაღებს ღვიძლს;
- ამძაფრებს მეხსიერებას;
- აქვს ტკივილგამაყუჩებელი თვისებები და შეუძლია ჩააცხროს შაკიკი;
- ხელს უწყობს წონაში კლებას,

და ასე შემდეგ.

ახლა მოდი დავუსვათ Google-ს შეკითხვა შემდეგნაირად: „რატომ არ უნდა დავლიოთ წითელი ღვინო“ ან „რა უარყოფითი თვისებები აქვს წითელ ღვინოს“. ძიების შედეგად, სხვადასხვა წყაროებიდან მივიღებთ დაახლოებით ასეთ ჩამონათვალს:

- იწვევს გულის პრობლემებს;
- აზიანებს ღვიძლს;
- ზრდის ძუძუს კიბოს რისკს;
- ზრდის საყლაპავი მილის კიბოს რისკს;
- შეიძლება გამოიწვიოს ალერგიული რეაქციები;
- ხელს უწყობს შაკიკის ტიპის თავის ტკივილის აღმოცენებას;

- აუარესებს მეხსიერებას;
- ხელს უწყობს წონის მომატებას,

და ასე შემდეგ.

თუ დავინტერესდებით და ჩავეძიებით, აღმოვაჩენთ, რომ ორივე შემთხვევაში, მიღებული ინფორმაცია არაა ჰაერიდან აღებული და გამყარებულია სავსებით სანდო, ლეგიტიმური კვლევებით, რომლებიც ადასტურებენ ჩამოთვლილიდან თითოეულ დასკვნას. მაშ რა გამოდის? საერთოდ აღარ უნდა დაუჯეროთ ინტერნეტს? როგორ შევათავსოთ, როგორ დავალაგოთ თავში ეს ურთიერთგამომრიცხავი ინფორმაცია?

ამის გაკეთება შესაძლებელია კრიტიკული აზროვნების მეშვეობით.

რას ნიშნავს კრიტიკული აზროვნება?

კრიტიკული აზროვნება არის უნარი იფიქრო ორგანიზებულად და რაციონალურად, იმისთვის, რომ კარგად გაერკვე, თუ რანაირადაა დაკავშირებული ერთმანეთთან ესა თუ ის იდეები თუ ფაქტები. კრიტიკული აზროვნება გვეხმარება გადავწყვიტოთ, თუ რას დაუჯეროთ. არსებითად, კრიტიკული აზროვნება ნიშნავს თავად *აზროვნების პროცესის* მართვას, მასში ხარვეზების პოვნას, გაანალიზებას და შემდგომ - გამოსწორებას.

როგორ უნდა ვიზრუნოთ კრიტიკულად? რა თქმა უნდა, ისევე როგორც ნებისმიერი სხვა უნარ-ჩვევის დაუფლებისას, კრიტიკული აზროვნების ათვისებასაც დრო, ვარჯიში და მოთმინება სჭირდება, თუმცა არსებობს გარკვეული ინსტრუმენტები, კერძოდ კი *კრიტიკული აზროვნების ნაბიჯები*, რომელთა გამოყენება დღესვე შეგიძლიათ დაიწყოთ.

კრიტიკული აზროვნების ნაბიჯები

- 1. განსაზღვრეთ პრობლემა ან საკითხი.** რაც უფრო ვიწროდაა ფორმულირებული საკითხი, მით უფრო მარტივია გადაწყვეტის ან პასუხის პოვნა.
- 2. შეაგროვეთ მონაცემები, მოსაზრებები, არგუმენტები.** ეცადეთ მონახოთ რამდენიმე ისეთი წყარო, რომელიც განსხვავებულ იდეებსა და ხედვას გთავაზობენ.
- 3. გაანალიზეთ და შეაფასეთ შეგროვილი ინფორმაცია.** სანდოა თუ არა წყაროები? გამყარებულია თუ არა მათი დასკვნები მონაცემებით? არსებობს საკმარისი ინფორმაცია / მონაცემები რომელიმე მოცემული მოსაზრების თუ ხედვის მხარდასაჭერად?
- 4. გამოავლინეთ ვარაუდებზე დამყარებული, ტენდენციური ინფორმაცია.** დარწმუნებული ხართ, რომ თქვენს მიერ ნაპოვნი წყაროები ობიექტურია?

დარწმუნებული ხართ, რომ თავად მიკერძოების გარეშე ექვდით ინფორმაციას?

5. **დაადგინეთ, თუ რა არის მნიშვნელოვანი.** ინფორმაციის რა ნაწილია ყველაზე მნიშვნელოვანი? არის თუ არა ყველა თქვენს მიერ მოძიებული მოსაზრება თუ არგუმენტი თქვენი პრობლემის (საკითხის) შესატყვისი?
6. **მიიღეთ გადაწყვეტილება / გამოიტანეთ დასკვნა.** გამოიტანეთ რამდენიმე შესაძლო დასკვნა და შეეცადეთ გადაწყვიტოთ, რომელი მათგანია საკმარისად დასაბუთებული (თუ ასეთი საერთოდ არსებობს).
7. **გაუზიარეთ ინფორმაცია სხვებს.** როდესაც დასკვნა გამოტანილია, შეგიძლიათ წარუდგინოთ ის სხვა დაინტერესებულ მხარეებს.

ახლა მოდი დავუბრუნდეთ წითელი ღვინის პრობლემას და ვცადოთ მისი კრიტიკული განხილვა.

იყო თუ არა პრობლემა სათანადოდ ფორმულირებული? ჩვენს მიერ დასმული საკითხი / პრობლემა ჟღერდა შემდეგნაირად: *სასარგებლოა თუ არა წითელი ღვინო.*

საკითხი ძალიან ფართოდაა დასმული. რას ნიშნავს „სასარგებლო“? სასარგებლო რისთვის? ჯანმრთელობის რა ასპექტებს ვგულისხმობთ? წითელი ღვინის დაღვევის მოკლევადიან თუ გრძელვადიან შედეგებზეა საუბარი?

ხომ არ აჯობებდა, დაგვეკონკრეტებინა საკითხი და დაგვესვა კითხვა შემდეგნაირად: *სასარგებლოა თუ არა წითელი ღვინო გულისთვის?*

ან: *რა გავლენას ახდენს წითელი ღვინის ყოველდღიური მოხმარება გულისხლოძარღვთა სისტემის ფუნქციონირებაზე?* და ასე შემდეგ.

საკითხის ვიწროდ და კონკრეტულად დაყენების შემდეგ მივმართოთ ისევ Google-ს და უკვე განახლებული ფორმულირებით **მოვიძიოთ ინფორმაცია**, რომელიც ეხება წითელი ღვინის გავლენას გულის მუშაობაზე. მოძიების დროს გავითვალისწინოთ, რომ სწორი დასკვნის გამოტანისთვის გვესაჭიროება წყაროების საკმარისი რაოდენობა (და არა მხოლოდ ერთი ან ორი). გარდა ამისა, გასათვალისწინებელია, რომ გული საკმაოდ რთული ორგანოა და ღვინომ შეიძლება არგოს მისი ფუნქციონირების ერთ რომელიმე ასპექტს, თუმცა იმავდროულად დააზიანოს რომელიმე სხვა.

როდესაც ჩავთვლით, რომ საკმარისი რაოდენობის მონაცემები / წყაროები მოვიძიეთ -დავიწყეთ შეგროვილი ინფორმაციის **ანალიზი და შეფასება**. ამ ეტაპზე სასარგებლოა რაც შეიძლება მეტი კითხვის დასმა, რათა დავრწმუნდეთ მოძიებული ინფორმაციის სანდოობაში. სად წავიკითხეთ ინფორმაცია? არის თუ არა ეს ვებგვერდი / ჟურნალი / საინფორმაციო საშუალება სანდო ან პრესტიჟული? თუ ეს ინფორმაცია ახალი ამბების რომელიმე სააგენტოს მიერაა გავრცელებული, იყო თუ არა იქვე მითითებული პირველწყარო / კვლევა, რომელიც ადასტურებს ინფორმაციას? იმ შემთხვევაში, თუ სტატია, რომელიც ვიპოვეთ, აღწერს ჩატარებულ

კვლევას, არის ეს კვლევა გამყარებული კლინიკური ცდებით, თუ მხოლოდ ლიტერატურის მიმოხილვას (ანუ სხვადასხვა მონაცემების შედარებით ანალიზს) ეყრდნობა? ხომ არ გვაკლია რაიმე მონაცემები? მაგალითად, თუ კლინიკური ცდები ჩატარებულია გარკვეული რეგიონის მოსახლეობაში (მაგალითად, იაპონიაში), უნდა გავითვალისწინოთ, რომ სავსებით შესაძლოა, ცდისპირების გულის მუშაობაზე გავლენას არა მხოლოდ წითელი ღვინო, არამედ სხვა ფაქტორებიც ახდენდეს - როგორიცაა, მაგალითად, კვების რაციონი, იმ კონკრეტული რეგიონისთვის დამახასიათებელი კლიმატური პირობები და სხვა.

როგორც ხედავთ, ეს ეტაპი საკმაოდ მნიშვნელოვანია, იმისთვის, რომ შეგროვებული ინფორმაცია დავახარისხოთ, გავფილტროთ და საბოლოო დასკვნისთვის დავიტოვოთ მხოლოდ ის, რომელიც ნამდვილად სარწმუნოა და მიუკერძოებელი.

თუმცა, ტენდენციურობა უნდა გამოირიცხოს არა მხოლოდ ჩვენს მიერ მოძიებულ ინფორმაციაში, არამედ ჩვენშიც.

მაგალითისთვის დავუბრუნდეთ ისევ ჩვენს საწყის მაგალითს და შევხედოთ, როგორ მოვიძიეთ ინფორმაცია წითელი ღვინის შესახებ. თუ გავანალიზებთ ჩვენს მიდგომას, აღმოვაჩენთ, რომ მიუხედავად იმისა, იყო თუ არა ჩვენს მიერ ნაპოვნი ყველა წყარო ობიექტური და სანდო, თავად ჩვენ მოვიქცით მიკერძოებით.

რატომ? იმიტომ, რომ გუგლში ინფორმაციის მოძიება დავამყარეთ ჩვენს ვარაუდებზე.

კერძოდ კი, როდესაც დავგუგლეთ „რატომ უნდა დავლიოთ წითელი ღვინო“ ან „წითელი ღვინის სასარგებლო თვისებები“, ამით, ფაქტობრივად, იმთავითვე ვივარაუდეთ, რომ წითელი ღვინო სასარგებლოა.

როდესაც დავგუგლეთ „რატომ არ უნდა დავლიოთ წითელი ღვინო“ ან „რა უარყოფითი თვისებები აქვს წითელ ღვინოს“ - იმთავითვე ვივარაუდეთ, რომ წითელი ღვინო არაა სასარგებლო.

გუგლის საძიებო ალგორითმი კი ორივე შემთხვევაში უზრუნველყოფს, რომ ჩვენ ვიპოვოთ სწორედ ამ ვარაუდებთან მაქსიმალურ შესატყვისობაში მყოფი ინფორმაცია - სტატიები, ამონარიდები და ა.შ.

აქედან გამომდინარე, თუ გვსურს მივიღოთ ობიექტური და მიუკერძოებელი ინფორმაცია რაიმე საკითხთან თუ პრობლემასთან მიმართებაში, უნდა დავაკვირდეთ, თუ როგორ ვახდენთ საკითხის ფორმულირებას და დავრწმუნდეთ, რომ ჩვენს მიერ დასმული კითხვები, ან საძიებო ფრაზები არ ქმნიან ცალსახა, მიკერძოებული პასუხების მიღების საფრთხეს.

გამომდინარე იქიდან, რომ შევცვალეთ საკითხის ფორმულირება წინა ნაბიჯების განხილვისას, შესაბამისად, თავდაპირველი არაკორექტული (ზოგადი) ფორმულირებისას **შეგროვილი ინფორმაცია ვერ იქნებოდა მნიშვნელოვანი / ღირებული** ჩვენს კითხვაზე პასუხის გაცემის თვალსაზრისით.

მაშასადამე, **ერთადერთი ლეგიტიმური დასკვნა**, რომელიც შეგვიძლია დანამდვილებით გამოვიტანოთ, არის შემდეგი:

შეგროვილი ინფორმაციის თანახმად, წითელი ღვინო ან სასარგებლოა, ან პირიქით, საზიანო გულის მუშაობისთვის, და ეს დამოკიდებულია მრავალ ფაქტორსა და ცვლადზე, რომელიც ჩვენ ვერ გავითვალისწინეთ.

იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც დასკვნა ამბობს, რომ „ამ ეტაპზე კითხვაზე ცალსახა პასუხის გაცემა შეუძლებელია“, მაინც ღირს ამ დასკვნის გაზიარება სხვებისთვის. ყოველთვის კარგია, ვიცოდეთ, რა ვიცით, და რა არ ვიცით.

საბოლოო ჯამში კი ეს მაგალითი მოვიყვანეთ იმისთვის, რომ გვეჩვენებინა: რეალობაში ძალიან ძნელია იყო რამეში ცალსახად, ერთმნიშვნელოვნად დარწმუნებული. კრიტიკული აზროვნება გვეხმარება მივიღოთ ეს ფაქტი; მივიღოთ და ვადიაროთ, რომ ჩვენს მსჯელობაში ხშირად არსებობს ხარვეზები, რადგან ჩვენი ცოდნა ამა თუ იმ საკითხთან მიმართებაში პრაქტიკულად არასდროსაა სრულყოფილი.

რატომაა კრიტიკული აზროვნების უნარ-ჩვევები მნიშვნელოვანი? მუშაობის პროცესში, კრიტიკულად მოაზროვნე ადამიანები გამოავლენენ, აანალიზებენ და წყვეტენ პრობლემებს სისტემურად და არა ინტუიციურად ან ინსტინქტურად. კრიტიკულად აზროვნებისას თქვენ მუდმივად ეჭვს ქვეშ აყენებთ თითქოსდა თავისთავად ცხად მოცემულობას. სამუშაო გარემოში კრიტიკული აზროვნება დაგეხმარებათ ახალი, უკეთესი გადაწყვეტების გამოვლენაში. კრიტიკული აზროვნების უნარ-ჩვევები თვით-განვითარებისა და თვით-სრულყოფის ქვაკუთხედი, და სწორედ ამიტომ, დღევანდელი შრომის ბაზარი ძალიან დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს მათ ფლობას.

პრობლემების მოგვარების უნარი

ყოველდღიურ ცხოვრებაში, ისევე როგორც სამუშაო სივრცეში, მუდმივად ვაწყდებით სხვადასხვა პრობლემებს - მეტად და ნაკლებად სერიოზულს, მეტად და ნაკლებად მასშტაბურს. ნებისმიერ ორგანიზაციაში, ნებისმიერ თანამდებობაზე კრიტიკული აზროვნების და პრობლემების მოგვარების უნარი - არსებითია, სამსახურებრივი მოვალეობების წარმატებით შესრულების პროცესში. როდესაც ადამიანი კრიტიკულად აზროვნებს, როდესაც ის ორიენტირებულია პრობლემების გადაწყვეტაზე - ის იწყებს მოქმედებას, რომ მოაგვაროს პრობლემა. ის ცდილობს შეაფასოს სხვადასხვა პოტენციური გადაწყვეტილებები და შეარჩიოს ისეთი, რომელიც ყველაზე უფრო სწრაფად და ეფექტიანად იმუშავებს.

დავუშვათ, ცხოვრებაში პირველად გადაწყვიტეთ დამოუკიდებლად გარეცხოთ თეთრეული სარეცხ მანქანაში. როგორ მოიქცევით, თუკი არ ხართ დარწმუნებული, რა

რეჟიმში სჯობს გარეცხვა, ან რა სარეცხი საშუალების გამოყენებაა უკეთესი, ან სად უნდა ჩაასხათ სარეცხი სითხე? დაანებებთ თავს და იფიქრებთ, რომ დედამ (მეუღლემ, ა.შ.) გარეცხოს? თუ, მაგალითად, ჩართავთ კომპიუტერს და მოძებნით ინტერნეტში თქვენთვის საჭირო პასუხებს? ან იქნებ სარეცხს სამრეცხაოში ჩააბარებთ? ან იქნებ დაურეკავთ მეგობარს, რომელსაც ასეთ საქმეებში დიდი გამოცდილება აქვს?

სამუშაო პროცესში, პრობლემის თავიდან არიდება კარგი გამოსავალია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუკი პრობლემური სიტუაცია ჯერ არ დამდგარა და ჩვენ მოვახერხებთ მისი პრევენციას. ხოლო, თუ პრობლემა უკვე სახეზეა - საჭიროა არა თავის არიდება, არა სხვისთვის მისი გადაბარება, არამედ აქტიური პოზიციის დაკავება, დაპირისპირება პრობლემასთან მისი მოგვარების მიზნით. ნებისმიერ ხელმძღვანელს სურს ჰყავდეს ისეთი თანამშრომლები, რომლებიც არ ჩაიქნევენ ხელს და არ დაიხვევენ უკან, როდესაც რაიმე დაბრკოლებას გადააწყდებიან, არამედ დამოუკიდებლად შეეცდებიან მის გადალახვას.

პრობლემის ანალიზის მეთოდები

პრობლემების მოგვარება საკმაოდ კომპლექსური პროცესია, რომელიც მრავალი უნარ-ჩვევის გამოყენებას გულისხმობს, თუმცა პირველი და უმნიშვნელოვანესი ნაბიჯია პრობლემის იდენტიფიცირება და ანალიზი. მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუკი მივაგნებთ პრობლემის ძირს, მის საწყის მიზეზს - შევძლებთ მის მოგვარებას. საკმაოდ ხშირად პრობლემა ჰგავს აისბერგს - მისი რეალური მიზეზები დაფარულია, ხოლო ზედაპირზე მხოლოდ მისი სიმპტომები ჩანს. თუ ვერ დავინახავთ წყალქვეშა ნაწილს, და მხოლოდ ზედაპირული შეფასებით ვიხელმძღვანელებთ, პრობლემას ვერ მოვაგვარებთ, ან მოვაგვარებთ მხოლოდ დროებით.

როგორ აღმოვაჩინოთ პრობლემის რეალური მიზეზი?

პირველ რიგში, სცადეთ მოკლედ ჩამოაყალიბოთ, რაში მდგომარეობს, თქვენი აზრით, პრობლემა, როგორია მისი არასასურველი გავლენა, და რა შედეგს მოგიტანთ მისი ხანგრძლივად არსებობა. ეს არის პრობლემის ფორმულირების საწყისი ეტაპი. ამის შემდეგ უპასუხეთ კითხვებს:

ვისთვისაა ეს პრობლემა? ვინ და როგორ დაზარალებულია ყველაზე მეტად, თუ პრობლემა არ მოგვარდა?

როდის და სად იჩენს თავს პრობლემა, რა პირობებში, ან რა ადგილებში?

რატომ არსებობს ეს პრობლემა? რა არის მისი გამომწვევი რეალური მიზეზი?

ამ ბოლო კითხვის დასმა ერთხელ კი არა, რამდენჯერმე მოგიწევთ. სწორედ ასე გვირჩევს „5 რატომ“-ს მეთოდი. საკიჩი ტოიოდამ, იაპონელმა მეწარმემ, ტოიოტას დამფუძნებელმა, ეს მეთოდი 1930 წელს შეიმუშავა, თუმცა პოპულარობა მეთოდმა გაცილებით გვიან, 1970 წლებში მოიპოვა; ტოიოტა დღემდე იყენებს მას პრობლემების მოგვარების მიზნით. ტოიოტას ფილოსოფიაა - „ნახე შენი თვალთ“, რაც ნიშნავს, რომ გადაწყვეტილების მიღება უნდა ემყარებოდეს რეალური სიტუაციის სიღრმისეულ ცოდნას, რომელიც გააჩნია მხოლოდ ამ სიტუაციაში უშუალოდ მყოფ ადამიანებს. „5 რატომ“ მეთოდიც ამ ტრადიციის მატარებელია და ყველაზე უფრო ეფექტურად მუშაობს, როდესაც მასზე პასუხს იძლევიან ის ადამიანები, ვინც პრობლემასთან, პრობლემურ სიტუაციასთან უშუალო შეხებაშია.

ალბათ ყველამ იცის, როგორ უყვართ ბავშვებს „რატომ?“ კითხვის დასმა, და როგორ იოლად ჰბეზრდება მშობელს ამ გაუთავებელ „რატომ“-ზე პასუხის გაცემა. არადა, კითხვა „რატომ“ ერთ-ერთი ყველაზე სასარგებლო კითხვაა, რომელიც შეიძლება დაისვას პრობლემის ანალიზის პროცესში, თანაც მისი დასმა ზუსტად ისეა საჭირო, როგორც ამას ბავშვები აკეთებენ -- ბევრჯერ, ტოიოდას მიხედვით - საშუალოდ 5-ჯერ. ამ კითხვის განმეორებითი დასმით თქვენ შეძლებთ, რომ ფენა-ფენა, ხახვის ფურცლებივით ააცალოთ ნამდვილ პრობლემას სიმპტომები, რომლებსაც ხშირად შეცდომით თვლით პრობლემად, და აღმოაჩინოთ ამ სიმპტომების რეალური მიზეზი. პრობლემის ანალიზი ამ მეთოდით განსაკუთრებით გამოსადეგია, როდესაც პრობლემა მოიცავს ადამიანურ ფაქტორს ან ურთიერთობებს.

ამ მეთოდით უკეთესია მარტივი, ან საშუალოდ რთული პრობლემების ანალიზი. კომპლექსური, კრიტიკული პრობლემების მოსაგვარებლად მას ვერ გამოიყენებთ.

როგორ გამოვიყენოთ ეს ტექნიკა? პირველ რიგში, გირჩევთ შეკრიბოთ გუნდი, რომელიც იმუშავებს პრობლემაზე. როგორც ვახსენეთ, უმჯობესია, თუკი ამ პრობლემასთან უშუალო შეხება აქვთ.

1. განიხილეთ პრობლემა გუნდის წევრებთან ერთად, და შემდეგ სიტყვიერად (თეთრ დაფაზე ან დიდ ფურცელზე), მოკლედ და ნათლად ჩამოაყალიბეთ ესა თუ ის პრობლემური საკითხი.
2. დაუსვით კითხვა გუნდის წევრებს: რატომ იჩენს თავს ეს პრობლემა? კითხვა თითქოს მარტივია, თუმცა მასზე პასუხი სერიოზულ დაფიქრებას მოითხოვს. პასუხები უნდა ემყარებოდეს ფაქტებს, და არა ვარაუდებს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, გუნდის წევრებმა უნდა ილაპარაკონ მხოლოდ ისეთ რაღაცაზე, რასაც რეალურად ჰქონდა ადგილი. ვარაუდები და ჰიპოთეზური მსჯელობა უამრავი შესაძლო მიზეზის წყარო გახდება და ამით უარესი დაბნეულობა შეიქმნება. გუნდის წევრებს ექნებათ ერთი ან რამდენიმე მეტ-ნაკლებად გონივრული პასუხი, რომელიც უნდა გასაგებად ჩამოწეროთ პრობლემის ფორმულირების ქვეშ.

3. თითოეულ პასუხზე, რომელიც პრობლემის ქვეშ დაწერეთ, ისევ დასვით კითხვა - რატომ? და ისევ ჩაიწერეთ პასუხი.
4. გააგრძელეთ ასე, ყოველ ჯერზე კითხვა „რატომ“ უნდა დაუსვათ წინა ეტაპზე მიღებულ პასუხს.
5. შეწყვიტეთ კითხვის დასმა, როდესაც ხედავთ, რომ „გამოსადეგი“ და აზრიანი პასუხები ამოიწურა, და რომ წინ ვეღარ მიიწევთ. ამ ეტაპზე, წესით, გუნდა უკვე უნდა დაინახოს, რა ზომების მიღება შეუძლია პრობლემის აღმოსაფხვრელად.

განვიხილოთ სახალისო მაგალითი და გავაანალიზოთ შემდეგი პრობლემა: **სამსახურიდან სახლში მიმავალს, მანქანა სავალი გზის შუა ნაწილში გამიჩერდა.** გამოვიყენოთ „რატომ“-ს მეთოდი და შევეცადოთ დავადგინოთ, რამ გამოიწვია მანქანის გაჩერება.

1. რატომ გაჩერდა მანქანა?
 - იმიტომ, რომ მანქანაში საწვავი გათავდა.
2. რატომ გათავდა საწვავი?
 - იმიტომ, რომ დილით ვერ ჩავასხი საწვავი.
3. რატომ?
 - იმიტომ, რომ დრო არ მქონდა, სამსახურში მაგვიანდებოდა.
4. რატომ?
 - იმიტომ რომ გვიან ავდექი.
5. რატომ ავდექი გვიან?
 - იმიტომ რომ მადვიძარამ არ დარეკა.
6. რატომ?
 - იმიტომ რომ ტელეფონი გამომერთო.
7. რატომ გამომერთო ტელეფონი?
 - იმიტომ რომ დამავიწყდა მისი დამუხტვა.
8. რატომ დავავიწყდა დამუხტვა?
 - იმიტომ რომ გვიანობამდე ვუყურებდი სერიალს და ტელევიზორის წინ ისე ჩამეძინა, რომ ტელეფონის შეერთებაც ვერ მოვახერხე.

როგორ ფიქრობთ, შევძელით პრობლემის ძირის დადგენა თუ კიდევ უნდა გავაგრძელოთ კითხვების დასმა? რომელი პასუხი გვაძლევს ყველაზე ქმედითი ზომების მიღების შესაძლებლობას?



ინიციატივა და დამოუკიდებლობა

ინიციატივიანობა

ფრანგი მწერლის, ვიქტორ ჰიუგოს თქმით, „ინიციატივა ნიშნავს საქმის სწორად კეთებას სხვისი მითითების გარეშე“. თანამედროვე საქმიან პრაქტიკაში ინიციატივას განმარტავენ, როგორც სამუშაო ქცევას, რომელიც ხასიათდება დამოუკიდებელი, აქტიური მიდგომით და მიზნისაკენ მისწრაფების პროცესში წარმოქმნილ სირთულეთა თანმიმდევრული დაძლევით.

ინიციატივის გამოჩენა ნიშნავს რაღაცის გაკეთებას ხელმძღვანელის მითითების გარეშე, გარკვევას იმისა, თუ რა სჭირდება საქმეს, მონდომებით და გულმოდგინედ მუშაობას მაშინაც კი, როცა საქმე არცთუ ისე კარგად მიდის; ეს ნიშნავს იმ შესაძლებლობების შემჩნევასა და გამოყენებას, სხვამ რომ ვერ შეამჩნია.

თანამედროვე სამუშაო გარემოში ინიციატივა სულ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება: ორგანიზაციას სჭირდება თანამშრომელი, რომელსაც შეუძლია დამოუკიდებლად მოქმედება, „ზემოდან“ მიღებული მითითების გარეშე, რადგან საბოლოო ჯამში სწორედ ინიციატივიანობა და გამბედაობა განაპირობებს ინოვაციების დანერგვას, წინსვლას, ორგანიზაციის წარმატებას კონკურენტულ ბრძოლაში.

ბიზნეს-სფეროს წარმომადგენლები ხშირად ამბობენ, რომ რაც უფრო მეტია ინსტრუქცია, მით ნაკლებია ხელფასი. ცხადია, რომ არავინ გადაუხდის მაღალ ხელფასს თანამშრომელს, რომელსაც სხვამ უნდა უთხრას, რა და როგორც არის გასაკეთებელი და რომლის ყოველი ნაბიჯი კონტროლს მოითხოვს. თვითმართვისა და თვითორგანიზების უნარის გარეშე წარმატების შანსები ძალზე მცირეა.

ინიციატივიანობა და დამოუკიდებლობა გულისხმობს სამუშაო ამოცანების აქტიურ გააზრებას და გასაკეთებელი საქმის გაკეთებას მანამდე, სანამ ვინმე ამაზე მიგითითებთ ან ვინმე ამას გთხოვთ. ინიციატივიანი თანამშრომელი მზადაა

შესასრულებელ სამუშაოზე პასუხისმგებლობა აიღოს, და მისი შესრულების პროცესში მიიღოს ახალი გამოცდილება, ისწავლოს და განვითარდეს.

ინიციატივის წარმოჩენა მნიშვნელოვანია გუნდური მუშაობისას; ინიციატივიანი, აქტიური ადამიანი გუნდის ღირებული წევრია, რადგან მას ახასიათებს მაღალი მოტივაცია გუნდის მიზნების მისაღწევად, ორიენტაცია ქმედებაზე, თანამშრომლობა თანაგუნდელებთან, მზაობა წავიდეს გათვლილ რისკზე, სწრაფი და ქმედითი გადაწყვეტილებების მიღების უნარი, სამუშაოს და თანაგუნდელების მიმართ პოზიტიური დამოკიდებულება, პასუხისმგებლობა და კონსტრუქციული კრიტიკის მიღების უნარი. ინიციატივიანი, აქტიური ადამიანი ყოველთვის მომგებიანად გამორჩეულია უინიციატივო და პასიური თანამშრომლების ფონზე, რადგან ინიციატივიანობა ეხმარება მას გაიუმჯობესოს კრიტიკული აზროვნების უნარი, განიმტკიცოს პროფესიული და პიროვნული თავდაჯერებულობა, უფრო ქმედითად გადაჭრას პრობლემები და მიიღოს კმაყოფილება სამუშაო პროცესისგან.

მაქსიმალური ეფექტურობის მისაღწევად და სასარგებლო გამოცდილების შესაძენად, **ინიციატივის გამოჩენა სათანადო ხელშემწყობი გარემოების არსებობას, და აგრეთვე სათანადო დროის შერჩევას მოითხოვს.** ინიციატივის გამოჩენამდე პირველ რიგში დარწმუნდით, რომ სრულად და კარგად გაქვთ ათვისებული თქვენი ძირითადი სამუშაო ამოცანები. არ აიღოთ საკუთარ თავზე ისეთი რამ, რაც თქვენს ძალებს აღემატება. დამატებითი პასუხისმგებლობის აღებამდე, დარწმუნდით, რომ ამით არ დააზარალებთ იმ საქმეს, რომელსაც თქვენი ძირითადი სამუშაო ვალდებულებების ფარგლებში ყოველდღიურად ასრულებთ.

გარდა ამისა, სანამ რაღაც საქმის გაკეთების ინიციატივას გამოიჩენთ, დაფიქრდით, რამდენად გაქვთ მისი გაკეთების უფლებამოსილება (და ხომ არ აჭარბებთ საკუთარ უფლებამოსილებას). ამასთან, ზოგიერთი გადაწყვეტილების მიღება შეუძლებელია ზემდგომი პირის თანხმობის გარეშე - დარწმუნდით, რომ ეს თანხმობა არსებობს. და ბოლოს, გარკვეული ამოცანების შესრულება სპეციალური უნარ-ჩვევების არსებობას მოითხოვს; რეალისტურად შეაფასეთ თქვენი შესაძლებლობები და დარწმუნდით, რომ ფლობთ ამ უნარებს, ან შეძლებთ კონსულტაციის/დახმარების მიღებას სათანადო კომპეტენციის და გამოცდილების მქონე თანაგუნდელებისგან. ნუ მოგერიდებთ დახმარებისთვის მიმართვა, ან კითხვების დასმა - გახსოვდეთ, რომ დახმარების თხოვნაც და კითხვების დასმაც ინიციატივის გამოჩენის განუყოფელი ნაწილია; პასიური და უინიციატივო ადამიანი არავის არაფერს ეკითხება.

როგორ გამოვიჩინოთ ინიციატივა? ზოგჯერ ინიციატივის გამოჩენის საბაბი თავისთავად ჩანს - მაგალითად, კოლეგა ითხოვს დახმარებას რაიმე სასწრაფო საქმის შესრულების პროცესში, ან უფროსი შემოდის ოთახში და კითხულობს, ვის აქვს პარტნიორ ორგანიზაციაში დაგეგმილ სემინარზე დასწრების სურვილი. თუმცა, ყოველთვის ასე არ ხდება. ხშირად ინიციატივიანობა ადამიანისგან მეტ ძალისხმევას მოითხოვს. რა შეგიძლიათ რომ გააკეთოთ?

- გამოიჩინეთ ცნობისმოყვარეობა, შეეცადეთ გაიგოთ რაც შეიძლება მეტი ორგანიზაციის, მისი მიზნების და ამოცანების შესახებ;
- მოიძიეთ ინიციატივის გამოჩენის შესაძლებლობები თქვენ საკუთარ სამუშაო ადგილზე - მაგალითად, მოიფიქრეთ საკუთარ მოვალეობათა შესრულების ახალი, უფრო ეფექტური ხერხები;
- თამამად გამოთქვით თქვენი იდეები, როდესაც თანაგუნდელებთან ერთად მსჯელობთ რაიმე საკითხის ან პრობლემის ირგვლივ;
- შეეცადეთ მოაგვაროთ თუნდაც წვრილმანი პრობლემა, რომელსაც ორგანიზაციაში შეამჩნევთ;
- შესთავაზეთ დახმარება ახალი თანამშრომლის ორიენტირებასა და სწავლებაში;
- გაიცანით ორგანიზაციაში მომუშავე ყველა ადამიანი; კოლეგების მოსმენა და მათთან ურთიერთობა დაგეხმარებათ მათი პრობლემების გარკვევასა და დახმარების აღმოჩენის პოტენციური შესაძლებლობების მოძიებაში;
- თავადაც არ მოგერიდოთ დახმარებისათვის მიმართვა, თუ რაიმე სირთულის წინაშე აღმოჩნდით.

ბევრ ადამიანს არ სურს ინიციატივის გამოჩენა, რადგან ეშინია აზრის გამოთქმის, ფიქრობს, რომ რაღაცას არასწორად იტყვის, ან რომ სხვები მის მოსაზრებას არ მიიღებენ და გააკრიტიკებენ ან დასცინებენ. ასეთი შიში გამოცდილ თანამშრომელსაც კი შეიძლება ახასიათებდეს. ასეთ დროს უნდა გვახსოვდეს, რომ ინიციატივიანობა - უნარია, ხოლო უნარის დაუფლება, და მისი გაუმჯობესება და განვითარება ყოველთვის შესაძლებელია (თუმცაღა გარკვეულ დროსა და ძალისხმევას მოითხოვს).

სამუშაო ადგილზე ინიციატივის გამოჩენისთვის საკვანძო თვისებაა თავდაჯერებულობა, ხოლო თავდაჯერებულობის საფუძველი - საკუთარი ძლიერი მხარეების კარგად გაცნობიერება და სამსახურებრივი მოვალეობების შესასრულებლად საჭირო ცოდნის, კომპეტენციისა და უნარების მუდმივი სრულყოფისკენ სწრაფვაა.

თვითღისციპლინა

თვითღისციპლინა გვხმარება ვიმოძრაოთ წინ, შევინარჩუნოთ მოტივაცია და ვიმოქმედოთ იმის მიუხედავად, თუ როგორ ვგრძნობთ თავს ფიზიკურად, ან თუნდაც ემოციურად. თვითღისციპლინა ნიშნავს დაისახო მიზანი და გააკეთო ყველაფერი, რაც საჭიროა მის მისაღწევად, ხელისშემშლელი ფაქტორების, მძიმე შრომის, თუ არახელსაყრელი პირობების მიუხედავად. თვითღისციპლინის შემადგენელი კომპონენტებია მოტივაცია, ნებისყოფა, მიზანდასახულობა, გამძლეობა, თანამიმდევრულობა, შრომისმოყვარეობა.

თვითდისციპლინა გვაიძულებს შევასრულოთ სამუშაო მაღალ დონეზე, ვაკეთოთ საქმე ხარისხიანად, მაშინაც კი, როდესაც გვეზარება, გვშია, დავიღალეთ, არ გვაქვს საამისო განწყობა, ან როდესაც არსებობს სხვა სუბიექტური თუ ობიექტური ხელისშემშლელი პირობები, როგორიცაა სოციალური ქსელების შეტყობინებების წკარუნი, ქუჩიდან შემოსული ხმაური, სიცხე, სერიალის ახალი ეპიზოდის ნახვის სურვილი და სხვა. თვითდისციპლინა გვაძლევს შინაგან ძალას შევინარჩუნოთ მშვიდი და პროფესიული განწყობა კლიენტებთან ურთიერთობისას, გვეხმარება დასახული მიზნების მიღწევაში და ისეთი დაბრკოლებების გადალახვაში, რომელთა გადალახვაც, სხვების აზრით, შეუძლებელია.

თვითდისციპლინა გვეხმარება სწავლაშიც. კვლევები ადასტურებს, რომ მაღალი თვით-დისციპლინის მქონე სტუდენტები უფრო მეტ მასალას ითვისებენ და მეტი ყურადღებით ეპყრობიან დავალებების შესრულებას, რაც საბოლოო ჯამში მათ შედეგებს საგრძნობლად აუმჯობესებს. აქვე უნდა ვახსენოთ, რომ პიროვნების თვით-დისციპლინის დონის გაზომვა მისი შემდგომი წარმატების უფრო ზუსტ პროგნოზირებას ახდენს, ვიდრე, მაგალითად, IQ (ინტელექტის დონის) გაზომვა.

როგორ განვაკითვროთ თვითდისციპლინა?

პირველ რიგში, უნდა ვირწმუნოთ, რომ თვითდისციპლინა გავარჯიშებადია. კუნთის ანალოგიურად, რაც უფრო მეტად ვმუშაობთ ამ უნარზე, რაც უფრო მეტად ვიყენებთ მას, მით უფრო ძლიერდება. თუმცა, ასევე მნიშვნელოვანია ვივარჯიშოთ ეტაპობრივად, დავიწყოთ მცირედით, და ნუ დავისახავთ თავიდანვე ზედმეტად ამბიციურ მიზნებს.

თვითდისციპლინის გავარჯიშებაში შემდეგი ნაბიჯები დაგვეხმარება:

1. შეარჩიეთ თქვენთვის რაიმე მიზანი ან ამოცანა

თვითდისციპლინის განვითარება უნდა დავიწყოთ მხოლოდ ერთ რომელიმე მიზანზე ან ამოცანაზე ფოკუსირებით. მაგალითად, ეს შეიძლება იყოს სპორტულ დარბაზში ვარჯიში საღამოობით, ან, თქვენი პროფესიული ან ლიდერული უნარების გაძლიერების მიზნით, კვირაში ერთი სასარგებლო წიგნის წაკითხვა. მიზანი კიდეც უფრო მარტივი შეიძლება იყოს - მაგალითად, ერთი საათის განმავლობაში სრული კონცენტრირება სწავლაზე ან სამუშაოზე, ტელეფონში ჩახედვის და მესიჯების შემოწმების გარეშე; ან კვირაში ერთი დღე მხოლოდ ჯანსაღი საკვების მიღება; ან ყოველდღიურად თქვენი ოთახის ერთი რომელიმე ნაწილის (თარო, უჯრა, სამუშაო მაგიდა, საწოლი) დალაგება და ასე შემდეგ.

მცირე მიზნების დასახვა - თვითდისციპლინის განვითარების დასაწყისისთვის საუკეთესო გზაა. შემდგომში, როდესაც თვითდისციპლინას გარკვეულწილად მიეჩვევით, სხვა, უფრო მნიშვნელოვან მიზნებზე შეძლებთ გადართვას.

2. აღმოაჩინეთ თქვენში მოტივაცია

როდესაც მიზანს შეარჩევთ, ჩამოწერეთ მიზეზები, რის გამოც გსურთ ამ მიზნის მიღწევა. ეცადეთ, მიზეზებს დადებითი ფორმულირება მოუძებნოთ. მაგალითად, იმის ნაცვლად, რომ დაწეროთ:

„მინდა დავიწყო სადამოოებით ვარჯიში, იმისთვის, რომ წონაში დავიკლო“

დაწერეთ:

„მინდა დავიწყო სადამოოებით ვარჯიში, რომ მეტი ენერგია მქონდეს მუშაობისთვის და მეგობრებთან ერთად დროის გატარებისთვის“

„მინდა დავიწყო ვარჯიში, რომ ფიზიკურად გავძლიერდე, შევძლო რთულ ლაშქრობებში მონაწილეობა და ულამაზესი ადგილების მონახულება“

ან სულაც: „მინდა დავიწყო ვარჯიში, რომ ვიგრძნო თავი კარგად“

ყველა მიზეზის ჩამოწერის შემდეგ მოტივაციაც გაჩნდება და დასახული ამოცანის შესრულებაც უფრო გაგიადვილდებათ.

3. განსაზღვრეთ დაბრკოლებები

დაადგინეთ, რა სახის შესაძლო დაბრკოლებებს გადააწყდებით თქვენი მიზნის მიღწევის პროცესში და შემდეგ დასახეთ სტრატეგია თითოეული დაბრკოლების გადასალახად.

მაგალითად, თუ გეგმავთ ყოველდღიურად, ერთი საათის განმავლობაში ტელეფონში ჩახედვის გარეშე მეცადინეობას, შესაძლო დაბრკოლებად შეგვიძლია დავასახელოთ სხვადასხვა სოციალური ქსელიდან შემოსული შეტყობინებების ხმოვანი სიგნალები. იმისთვის, რომ ყურადღება არ გაგეფანტოთ და არ გაგიჩნდეთ ტელეფონში ჩახედვის ცდუნება, შეგიძლიათ გაუთიშოთ ტელეფონს ხმა, ან სულაც გაიტანოთ და დატოვოთ სხვა ოთახში.

4. მოიშორეთ ძველი ჩვევები

ხშირად, თვითდისციპლინის განვითარება ჩვენთვის ცუდი ჩვევების დავიწყებას ნიშნავს. თუმცა, თუ ეს ჩვევა დღის კონკრეტულ მონაკვეთს, ან რუტინას უკავშირდება, მისი დავიწყება გარკვეულ სიცარიელეს დატოვებს, და ეს სიცარიელე უნდა შეივსოს, იმისთვის, რომ ძველ ჩვევას არ დავუბრუნდეთ. მაგალითად, თუ ცდილობთ დაანებოთ თავი ძილის წინ მობილურ ტელეფონში ცქერას, რომელიც არა მხოლოდ აზიანებს მხედველობას, არამედ აგრეთვე აფერხებს ძილის ჰორმონის - მელატონინის წარმოქმნას, ტელეფონის გვერდზე გადადებით შედეგს ვერ მიიღებთ.

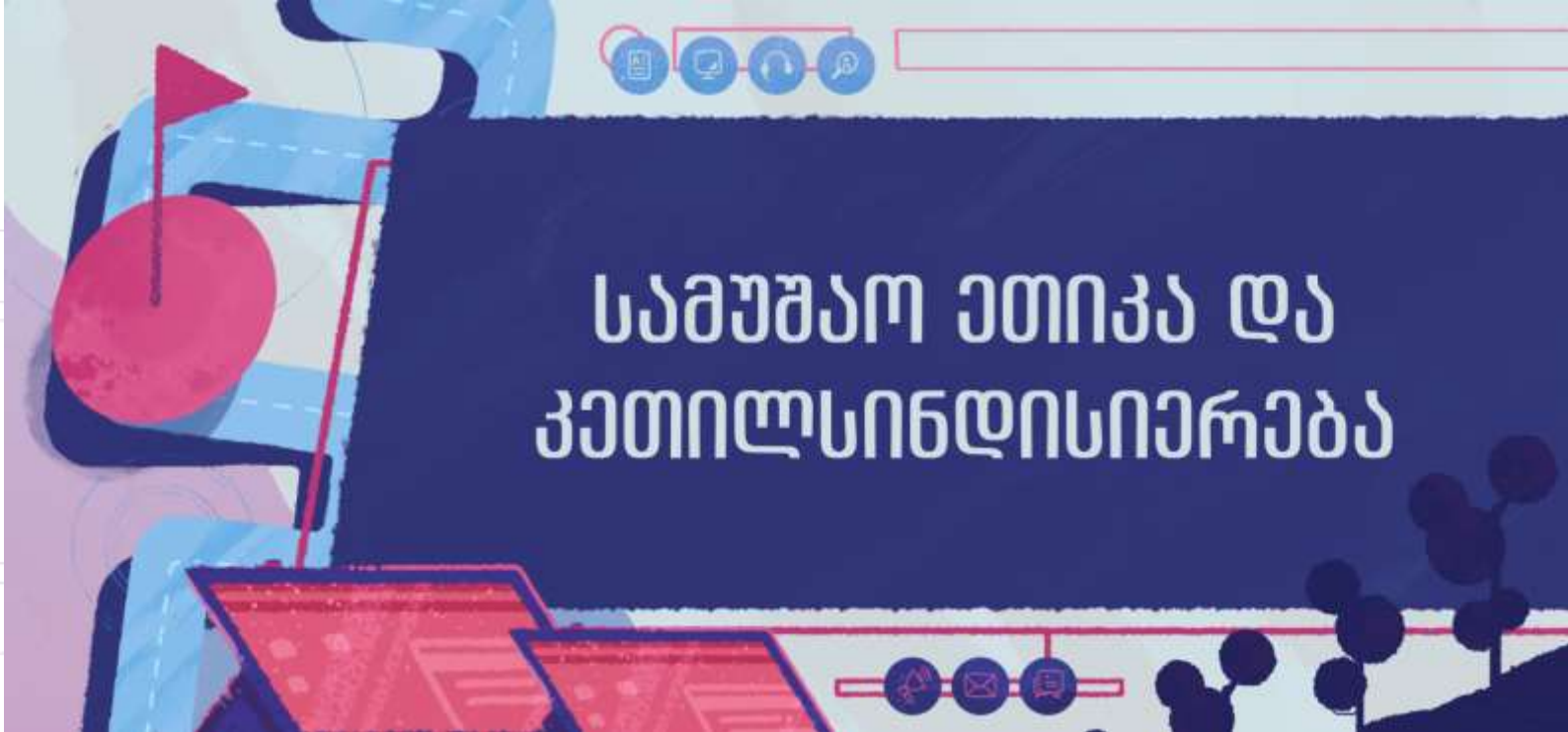
სჯობს ძველი რუტინა ახლით ჩაანაცვლოთ, მაგალითად, ძილის წინ მოუსმინეთ მშვიდ, სარელაქსაციო მუსიკას ან აუდიოწიგნს.

5. აწარმოეთ თვით-მონიტორინგი

ჩაიწერეთ თქვენი თვითდისციპლინის ამოცანები და მათი მიღწევის ისტორია. შეგიძლიათ აწარმოოთ ერთგვარი დღიური, სადაც ყოველდღიურად ჩაწერთ რამდენიმე სტრიქონს. ასეთი ჩანაწერები კარგად დაგანახებენ დადებით ცვლილებებს, რომლებსაც ახორციელებთ, მოგიმატებენ მოტივაციას. შემდგომში კი შეძლებთ გადახედოთ ჩანაწერებს და შეახსენოთ საკუთარ თავს, რომ საჭიროა მხოლოდ თქვენი მონდომება და თანმიმდევრული ქმედება, იმისთვის, რომ ნებისმიერ ამოცანას წარმატებით გაუმკლავდეთ.

წარმატების შემთხვევაში, არ დაგავიწყდეთ საკუთარი თავის დაჯილდოება - დამსახურებულ ჯილდოს განსაკუთრებულად დიდი მამოტივირებელი ძალა აქვს.

ნუ შეუშინდებით წარუმატებლობას, მარცხის შემთხვევაში ნუ დაყრით ფარ-ხმალს; წარუმატებლობა - ჩვენი ცხოვრების ნაწილია და ზოგჯერ მტკივნეულ, თუმცა ყოველთვის ძალიან სასარგებლო გამოცდილებას იძლევა. აღიარეთ, რომ რაღაც არ გამოგივიდათ, გაითვალისწინეთ მიღებული გამოცდილება და განაგრძეთ მოძრაობა დასახული მიზნის მიმართულებით.



სამუშაო ეთიკა და კეთილსინდისიერება

რა არის სამუშაო ეთიკა?

რის საფუძველზე იღებს დამსაქმებელი გადაწყვეტილებას ამა თუ იმ კანდიდატის სამსახურში აყვანის შესახებ? ერთი შეხედვით, პასუხი ნათელია: ეს პროფესიონალიზმია. მაგრამ კოლეჯებისა და დამსაქმებლების ასოციაციის (NACE) მიერ 2022 წელს ჩატარებულმა დამსაქმებელთა გამოკითხვამ აჩვენა, რომ ბოლო წლებში კანდიდატების მიმართ მოთხოვნები შეიცვალა. პრესტიჟული უნივერსიტეტის დიპლომი საკმარისი აღარ არის. დამსაქმებელს აგრეთვე აინტერესებს კანდიდატის მოტივაცია, საქმისადმი დამოკიდებულება, ორგანიზაციისადმი ერთგულება, თავდადება – ერთი სიტყვით ის, რასაც **სამუშაო ეთიკა** ჰქვია და რაც დიდწილად განსაზღვრავს კანდიდატის მომავალი კარიერის წარმატება-წარუმატებლობას.

სამუშაო ეთიკა გულისხმობს სამსახურებრივი ქცევისა და საქმისადმი დამოკიდებულების განმსაზღვრელ მორალურ პრინციპებს, ღირებულებებსა და ნორმებს. მიუხედავად იმისა, რომ ეს ნორმები განსხვავებულია ორგანიზაციის საქმიანობის სპეციფიკიდან და მისი კორპორაციული კულტურიდან გამომდინარე, მაინც არსებობს კარგი და ცუდი ან, უფრო სწორად, ძლიერი და სუსტი სამუშაო ეთიკის განმსაზღვრელი რამდენიმე უნივერსალური მახასიათებელი.

კარგად ცნობილია, რომ სამსახურებრივ მოვალეობებს ყველა ერთნაირად როდი ასრულებს: ზოგიერთი ცდილობს იმუშაოს მინიმალური ძალისხმევით, თავის ზედმეტი შეწუხების გარეშე, ზედაპირულად, ზოგი - თავდაუშოგავად, მაქსიმალური ძალისხმევით მუშაობს, რათა საუკეთესო შედეგს მიაღწიოს. ის, თუ როგორია ადამიანის დამოკიდებულება საქმისადმი, გარკვეულწილად მის სამუშაო ეთიკასაც გამოხატავს. უფრო ხშირად დამსაქმებელი არა ყველაზე ჭკვიან ან საუკეთესო უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულს ეძებს, არამედ

მოტივირებულ თანამშრომელს, რომელიც სამსახურს არ გააცდენს, მაქსიმალურად შეეცდება გააკეთოს ყველაფერი დავალების სათანადოდ შესრულების მიზნით, და მზად იქნება ისწავლოს და განვითარდეს.

ძლიერი და სუსტი სამუშაო ეთიკის მახასიათებლები

როგორც უკვე ვახსენეთ, არსებობს ძლიერი თუ სუსტი სამუშაო ეთიკის უნივერსალური მახასიათებლები, მორალური პრინციპებისა და ქცევის განმსაზღვრელი გარკვეული თვისებები, რომელთა წყალობითაც თანამშრომელი აღიქმება, როგორც გუნდის ღირსეული წევრი; კერძოდ:

1. **სანდოობა** - დავალების სათანადოდ და დათქმულ ვადაში შესრულების უნარი.
2. **საქმისადმი ერთგულება** - დავალებაზე მთელი ყურადღების კონცენტრირების უნარი. ასეთი პირი, ჩვეულებრივ, სამსახურში რჩება მანამდე, სანამ საქმეს ბოლომდე არ მიიყვანს.
3. **დისციპლინა** - კარგი სამუშაო ეთიკის განუყოფელი ნაწილი; მაღალი დისციპლინის მქონე თანამშრომლები მზაობას და სამსახურისადმი ერთგულებას ამჟღავნებენ, ცდილობენ, გაამართლონ ან სულაც გადააჭარბონ მოლოდინებს და მუდმივად ახალი უნარების განვითარებისა და თავიანთი ქმედითუნარიანობის ამაღლების სხვადასხვა საშუალებას ეძებენ.
4. **პროდუქტიულობა** - პროდუქტიულ თანამშრომლებს ხშირად გაცილებით მაღალი შრომისუნარიანობა ახასიათებთ, ვიდრე მათ კოლეგებს. ისინი ადრეულ სტადიაზე ასრულებენ პროექტებს და მინიმალურ მოთხოვნებზე გაცილებით მეტს აკეთებენ.
5. **თანამშრომლობა** - კარგი სამუშაო ეთიკის მქონე ადამიანები კარგ გუნდურ მუშაობას ავლენენ და, საჭიროებისამებრ, სიამოვნებით ეხმარებიან სხვებს.
6. **კეთილსინდისიერება** - პროფესიული კეთილსინდისიერება მაღალი მორალური პრინციპების დაცვას ნიშნავს. ძლიერი სამუშაო ეთიკის მქონე პირებს ასევე შინაგანი პატიოსნება ახასიათებთ. ისინი გულწრფელი, თავაზიანი და სამართლიანები არიან სხვების მიმართ.
7. **პასუხისმგებლობა** - პასუხისმგებლობის მქონე ადამიანები პასუხს აგებენ საკუთარ ქმედებებზე, აცნობიერებენ პასუხისმგებლობას დამკვეთს შეცდომებზე და აქტიურად მუშაობენ ამ პრობლემების გამოსასწორებლად.
8. **პროფესიონალიზმი** - კარგი სამუშაო ეთიკის მქონე თანამშრომლები თითქმის ყოველთვის ინარჩუნებენ პროფესიონალიზმს. ისინი ავლენენ პროფესიონალურ დამოკიდებულებას ჩაცმის, ლაპარაკისა და ქცევის მხრივ, არიან დაკვირვებული, ორგანიზებული და მოწესრიგებული.

სუსტი სამუშაო ეთიკა ნიშნავს:

1. სამუშაოს დაბალ ხარისხს;
2. გამუდმებით დაგვიანებას;
3. ვადების მიმართ არასაკმარის ყურადღებას;
4. საკუთარ მიზნებზე ფოკუსირებას დიდი გუნდის ან კომპანიის მიზნების ხარჯზე;
5. ძალადობას და არაკორექტულ ქცევას, აშკარა, თუ არაცნობიერ მიკრო-აგრესიას და სხვების საბოტაჟს.

	ძლიერი სამუშაო ეთიკის მქონე თანამშრომელი	სუსტი სამუშაო ეთიკის მქონე თანამშრომელი
მუშაობის უწყვეტობა	სირთულის მიუხედავად, აგრძელებს ამა თუ იმ საკითხზე მუშაობას. როდესაც არ იცის, როგორ გააგრძელოს მუშაობა, დახმარებისთვის მიმართავს ხელმძღვანელობას	არ სურს რთული საქმის კეთება. თავს არიდებს რჩევისა და დახმარებისთვის მიმართვას. საქმის დასრულება ბოლო წუთამდე მიჰყავს
პროფესიონალიზმი	ნებისმიერ სიტუაციაში, სამუშაო ადგილზე პროფესიონალიზმის შენარჩუნებას ცდილობს.	არ აინტერესებს პროფესიონალიზმი. ხშირად ხდება ორგანიზაციის სამუშაო პროცესების შეფერხების მიზეზი.
თანამშრომლობა	აცნობიერებს, რომ კომპანია მეტ სარგებელს მიიღებს, თუკი თანამშრომლები გუნდურ მუშაობას შეძლებენ. ცდილობს, რაც შეიძლება დიდი წვლილი შეიტანოს გუნდის მუშაობაში.	არ ცდილობს ღია, ერთიანი სამუშაო გარემოს შექმნას. ხშირად არღვევს ჯგუფის წესებს საკუთარი ქცევით, რაც კოლეგების წვლილს ამცირებს.
პასუხისმგებლობა	პატივს სცემს მასზე დაკისრებულ სამუშაო ვალდებულებას და მის შესრულებაში თანმიმდევრულია. ასევე, აცნობიერებს პასუხისმგებლობას დაშვებულ შეცდომებზე	სერიოზულად არ აღიქვამს თავის ვალდებულებებს. სამუშაოსთან დაკავშირებული საკითხები იშვიათად ხდება მისი პრიორიტეტი.

	და აქტიურად მუშაობს ამ შეცდომების გამოსასწორებლად.	
--	--	--

როგორ გავიმჯობესოთ სამუშაო ეთიკის უნარები

მრავალი თვისება, რომელიც ძლიერ სამუშაო ეთიკა ასახავს, შეიძლება შეისწავლოს, განვითარდეს და დაიხვეწოს. როცა სამსახურში „ახალი ადამიანი“ ხართ, სწავლის საუკეთესო გზა - დაკვირვებაა. დააკვირდით, თუ როგორ იქცევიან თქვენი კოლეგები შეხვედრებზე, რათა უკეთ გაიგოთ მათი „ეტიკეტი“, ასევე სხვადასხვა ადამიანებისა და გუნდის კომუნიკაციის სტილი.

მაგალითად, ზოგიერთი სამუშაო მოითხოვს, რომ შეხვედრების წინ თანამშრომლებმა დღის წესრიგი შეადგინონ და პუნქტუალობა დაიცვან. იმის მიხედვით, თუ სად მუშაობთ, ვადები შეიძლება იყოს მკაცრი, ან მოქნილი. სხვებზე დაკვირვება და მათი მაგალითისთვის მიბაძვა დაგეხმარებათ იმის გაგებაში, თუ რას მიიჩნევენ ორგანიზაციის მენეჯერები კარგ სამუშაო ეთიკად.

გარდა ამისა, შეგიძლიათ გამოიჩინოთ აქტიურობა, სამუშაოს დაწყების პირველ დღეებში, ადაპტაციისთვის მენეჯერს ან კოლეგას მიმართოთ. ჰკითხეთ, თუ როგორ გვარდება ესა თუ ის საკითხი, ან როგორ ხორციელდება ესა თუ ის პროცესი ორგანიზაციაში. შეგიძლიათ უთხრათ მათ - „ვინაიდან ახალი ვარ, დასაწყისისთვის თქვენი მეთვალყურეობა დამჭირდება, ასევე, მსურს ვიცოდე, თუ რა მოლოდინები გაქვთ ჩემს მიმართ ამა თუ იმ სამუშაოს შესრულებაში“. ამგვარი დამოკიდებულებით დაანახებთ თქვენს გუნდს, რომ პოზიტიური განწყობა გაქვთ და მზად ხართ, მიბაძოთ მათ.

განავითარეთ თვითდისციპლინა

იმისთვის, რომ სამუშაო ადგილზე სანდო და პროდუქტიული იყოთ, თვითდისციპლინა გჭირდებათ - და ამ უნარზე უკვე გვექონდა ოდნავ ზევით საკმაოდ ვრცელი საუბარი. დავამატებთ, რომ თვითდისციპლინის განვითარება მოიცავს თვითკონტროლის აღქმას და იმის გაცნობიერებას, თუ როგორ შევინარჩუნოთ ენერგია. დაფიქრდით, თუ რა სახის სამუშაოს შესრულება გიაღვილდებათ (ის, რაც ენერგიას გმატებთ) და რა გეჩვენებათ უფრო რთულად (რაც ენერგიას გართმევთ). შემდეგ დაფიქრდით, რა სახის სამუშაო ახდენს უფრო დადებით ზეგავლენას ორგანიზაციაზე, რა დაგეხმარებათ საკუთარი მიზნების მიღწევაში და რას აქვს უფრო დაბალი პრიორიტეტი. მეტი დრო დაუთმეთ სწორედ ენერგიის მომტან და ორგანიზაციისთვის სასარგებლო სამუშაოს.

რთული დავალებების შესრულებისას, შეეცადეთ, თქვენი ენერგიის ოპტიმიზაციის მარტივი ხერხები გამოიყენეთ, მაგალითად, ითანამშრომლეთ კოლეგებთან, ან, სამუშაოს დასრულების შემდეგ, საკუთარი თავი წახალისეთ.

ყოველდღიურად განსაზღვრეთ პრიორიტეტები

თუ თანმიმდევრულად და გონივრულად მართავთ დროს, პროფესიონალისა და პაციოსანი თანამშრომლის რეპუტაციას დაიმსახურებთ. ეს ის უნარია, რომელიც მაღალი ხარისხის სამუშაოს შესრულებაში სწრაფად ცვალებად პრიორიტეტებსა და ასევე სწრაფად ცვალებად სამუშაო გარემოს პირობებშიც კი დაგეხმარებათ.

ყოველი დღის დასაწყისში რამდენიმე წუთი დაუთმეთ იმის განსაზღვრას, თუ კონკრეტულად რა სამუშაო გაქვთ შესასრულებელი. ეს დაგეხმარებათ, სწორად განსაზღვროთ პრიორიტეტები. გამოიყენეთ დროის მართვის სტრატეგიები, რათა სწორი სამუშაო გრაფიკი შეადგინოთ. დარწმუნდით, რომ დასახულ ვადებში ეტევიტ. ამავდროულად, დრო - თუნდაც 30 წუთი დღეში, გრძელვადიან პროექტებსაც დაუთმეთ.

ბევრი ჩვენგანი სერიოზულ შეცდომას უშვებს, როდესაც რთული სამუშაოს გადადებას ცდილობს. თუკი ეს თქვენი შემთხვევაა, შეეცადეთ, დაგეგმოთ რამდენიმე ეტაპი, რაც ამოცანის დროულად შესრულებაში დაგეხმარებათ. რაც უფრო მეტად ივარჯიშებთ ამ საკითხში, მით უფრო გაგიადვილდებათ სამომავლოდ რთული ამოცანების დაძლევა.

იფიქრე, როგორც კომპანიის მფლობელმა

კარგი სამუშაო ეთიკის ჩამოყალიბების განუყოფელი ნაწილია „შეასრულე სამუშაო ისე, თითქოს კომპანიის მფლობელი იყო“. მაგალითად, თუ ამა თუ იმ საკითხში აზრს ვერ ხედავთ, დაუსვით შეკითხვა ხელმძღვანელობას: „ვფიქრობ, რომ მესმის, თუ როგორ დაგვეხმარება ეს პროექტი პირველადი მიზნის მიღწევაში, მაგრამ არ მესმის, როგორ დაგვეხმარება ორგანიზაციის უფრო ფართო მიზნების განხორციელებაში. ამის ცოდნა დამეხმარება სამუშაოს უკეთ შესრულებაში და უკეთესი შედეგების მიღებაში“. შეგიძლიათ, ასევე, ხელმძღვანელობას კონკრეტული ამოცანის შესრულების თქვენებური მეთოდი შესთავაზოთ, თუმცა, ეს კორექტულად უნდა გააკეთოთ. ყოველივე ამის მიზანია ავტონომიის სწორი სისტემის გაგება, რომელიც, როგორც პირადად თქვენთვის, ასევე ორგანიზაციისთვის იქნება სასარგებლო.

ორგანიზაციის ინტერესები საკუთარ ინტერესებზე წინ დააყენეთ

ცხადია, კარგია, როდესაც ფიქრობთ, თუ როგორ გააუმჯობესოთ საკუთარი მუშაობის სქემა, რათა დაწინაურება ან წახალისება მიიღოთ. მაგრამ, ნუ გახდებით ისეთი ადამიანი, რომელიც ყოველდღიურად მოდის სამსახურში, ასრულებს მხოლოდ მასზე დაკისრებულ სამუშაოს და კიცხავს მათ, ვინც დათქმულ ვადაში ვერ ასრულებს დავალებას. ნაცვლად ამისა, დაფიქრდით, თუ რა დახმარების გაწევა შეგიძლიათ, რათა შედეგებს მთელმა გუნდმა მიაღწიოს. იყავით გუნდური მოთამაშე, შეიმუშავეთ გუნდის სხვა წევრებთან თანამშრომლობის სხვადასხვა სტრატეგიები.

დასახეთ პრიორიტეტები თქვენს პროფესიულ საქმიანობაში

იყავით პუნქტუალური, დროულად დაბრუნდით შესვენებიდან, ადრე მიდით შეხვედრებზე. ნუ დაუშვებთ, რომ პირადმა შეხვედრებმა და სატელეფონო ზარებმა ხელი შეუშალოს თქვენს სამუშაო გრაფიკს.

დამოუკიდებლად ეძიეთ სამუშაოს უკეთ შესრულების გზები, მაგალითად, დაესწარიტ სადამოკებით სპეციალურ საგანმანათლებლო კურსებს, საკვირაო სემინარებს, ან იკითხეთ სპეციალური დარგობრივი პუბლიკაციები.

გამოხატეთ სხვების მიმართ პატივისცემა

კოლეგებს პატივისცემით მოეპყარით, მათთან ურთიერთდამოკიდებულება უნდა იყოს პროფესიული. თქვენი მიზანი - პოზიტიური განწყობაა. გახსოვდეთ, რომ გუნდური მუშაობა - კომპანიის წარმატების საწინდარია. გარდა ამისა, ამგვარი ქცევით, დაანახებთ ხელმძღვანელობას, რომ გუნდური მუშაობით, კომპანიის უშუალო ინტერესებზე ზრუნავთ.

კეთილსინდისიერება საქმიან ურთიერთობებში

კეთილსინდისიერება საქმიან ურთიერთობებში გულისხმობს პასუხისმგებლობას, დაკისრებული მოვალეობების პატიოსნად შესრულებას, კოლეგებს შორის პოზიტიურ ურთიერთობებს, მყარ მორალურ პრინციპებსა და ღირებულებებს, ეთიკურ და ღირსეულ ქცევას მაშინაც კი, როდესაც ამას სხვები ვერ ხედავენ.

ყოველდღიურ ცხოვრებაში კეთილსინდისიერების არაერთი მაგალითი შეიძლება გავახსენდეს. მაგალითად, მაღაზიაში მოლარემ შემთხვევით ზედმეტი ხურდა დაგიბრუნათ. როგორ მოიქცეოდით? ეტყოდით ამის შესახებ მოლარეს? ან წარმოიდგინეთ, რომ მაღაზიაში დაგავიწყდათ თანხის გადახდა და ისე გამოხვედით და წამოიღეთ პროდუქტი, და მხოლოდ მოგვიანებით გააცნობიერეთ, რომ თანხა არ გადაიხადეთ. მიბრუნდებით თანხის გადასახდელად? თუ თქვენ დაუბრუნებთ მოლარეს ზედმეტ ხურდას ან მაღაზიაში მიბრუნდებით ნივთის ღირებულების გადასახდელად, ეს ნიშნავს, რომ თქვენ კეთილსინდისიერად მოიქცევით.

როგორი იქნება კეთილსინდისიერების მაგალითები საქმიან გარემოში? იმისათვის რომ უკეთ გვესმოდეს, რა იგულისხმება სამსახურებრივ კეთილსინდისიერებაში, საჭიროა ვიცნობდეთ მის მახასიათებლებს:

- **თავაზიანობა** - კეთილსინდისიერი თანამშრომელი არ ექცევა კოლეგებს უხეშად ან აგდებულად, მზადაა რომ დაეხმაროს მათ, საჭიროების შემთხვევაში თავადაც მიიღოს დახმარება და გამოხატოს მადლიერება. ამგვარი დამოკიდებულება ხელმძღვანელის და კოლეგების პატივისცემას იმსახურებს.
- **პატივისცემა** - აღამიანებს აქვთ მოთხოვნილება, რომ სხვები მათ აფასებდნენ და პატივს სცემდნენ, შესაბამისად არავის მოსწონს ისეთი კოლეგა, რომლისგანაც უპატივცემულობას გრძნობს. კეთილსინდისიერი თანამშრომელი ექცევა კოლეგებს ისე, როგორც თავად უნდა რომ ექცეოდნენ.
- **პატიოსნება** - სამსახურში/სამუშაო გარემოში შეცდომების აღიარება და მათზე პასუხისმგებლობის აღება, ორგანიზაციული ინტრიგებისაგან თავის არიდება. კეთილსინდისიერი თანამშრომელი წარმოუდგენელია პატიოსნების გარეშე.
- **სანდობა** - როგორც პირად ურთიერთობებში, ასევე საქმიან ურთიერთობებში ნდობა მნიშვნელოვანია. კეთილსინდისიერი თანამშრომელი ყოველთვის ასრულებს დადებულ პირობას, არასდროს ავრცელებს არასაჭირო ან სხვის პირად ინფორმაციას, სრულად ერთვება საქმეში და პასუხს აგებს საკუთარ ქმედებებზე.
- **შრომისმოყვარეობა** - ეს ის აუცილებელი პირობაა, რომელიც კეთილსინდისიერ თანამშრომელს უნდა გააჩნდეს იმისათვის, რომ მიაღწიოს წარმატებას და იყოს კომპანიის/ორგანიზაციის შეუცვლელი წევრი.
- **პასუხისმგებლობა** - კეთილსინდისიერი თანამშრომელი იღებს პასუხისმგებლობას დაკისრებულ მოვალეობებზე, მაშინაც კი, როდესაც პასუხისმგებლობა ნიშნავს საკუთარი შეცდომის თუ დაუდევრობის აღიარებას (მაგალითად, თუ ვერ ასწრებს დავალების შესრულებას განსაზღვრულ ვადაში, დროულად აცნობებს ხელმძღვანელს ამის შესახებ).
- **მხარდაჭერა** - თანამშრომელი, რომელსაც აქვს საქმისადმი კეთილსინდისიერი დამოკიდებულება, არასოდეს დასცინებს ან გაკიცხავს სხვას შეცდომის გამო; ამის ნაცვლად ეცდება დაეხმაროს მისი კომპეტენციის შესაბამისად ან უბრალოდ გაამხნეოს კოლეგა.
- **მოთმინება** - მოთმინება საქმიან გარემოში გულისხმობს აქტიურ მოსმენას, დაკვირვებას, თანამშრომლებთან კომუნიკაციას; მოულოდნელი დაბრკოლების შემთხვევაში სიმშვიდის შენარჩუნებას; სამუშაო შეხვედრებსა თუ კოლეგებთან საუბრის დროს რიგის დაცვას.

სამსახურებრივი კეთილსინდისიერების ნაკლებობის მაგალითებია, როდესაც:

- ნებისმიერ საქმეს მარტო, სხვების ჩართულობის გარეშე ვაკეთებ, მაშინაც კი, როცა გუნდის წევრების დახმარება ან მათი მოსაზრების გაზიარება უბრალოდ აუცილებელია;
- სხვების შეფასება განსაზღვრავს, გაიზრდება თუ შემცირდება ჩემი თვითშეფასება;
- მიცემულ პირობას ხშირად ვერ ვასრულებ;
- ვმაღავ გარკვეულ საკითხებს საქმესთან დაკავშირებით;
- ვარ ძალიან დამთმობი და ბევრ კომპრომისზე მივდივარ.

რატომ არის მნიშვნელოვანი კეთილსინდისიერება საქმიან ურთიერთობებში?

კეთილსინდისიერება სამსახურში განსაზღვრავს არა მხოლოდ იმ ორგანიზაციის წარმატებას, სადაც მუშაობთ, არამედ თავად თქვენი და თქვენი კოლეგების წარმატებასაც. როდესაც ორგანიზაციის ხელმძღვანელობას და მასში დასაქმებულ თანამშრომლებს აქვთ კეთილსინდისიერი დამოკიდებულება როგორც სამუშაოს, ასევე კოლეგების მიმართ, ეს სარგებელს ორივე მხარეს მოუტანს.

კეთილსინდისიერებას მრავალი პირადი თუ საქმიანი სარგებელი მოჰყვება, როგორიცაა:

- სანდო და პოზიტიური სამუშაო გარემო და ურთიერთობები;
- კარიერული წინსვლის და განვითარების შესაძლებლობა;
- შანსი, რომ გრძელვადიანად შეინარჩუნოთ დაკავებული პოზიცია;
- ხელმძღვანელობა აფასებს თქვენ შრომას და თქვენი მაღლიერია;
- სამსახურში სარგებლობთ კარგი რეპუტაციით;
- შესაძლოა გახდეთ მისაბადი მაგალითი თქვენი კოლეგებისთვის,

და სხვა.

როგორ გამოვიმუშაოთ კეთილსინდისიერების უნარ-ჩვევა?

კეთილსინდისიერების ერთ დღეში შეძენა ვერ მოხდება, თუმცა დროთა განმავლობაში შესაძლებელია მისი გამომუშავება. გთავაზობთ რამდენიმე პრაქტიკულ რეკომენდაციას თუ როგორ შეგიძლიათ განივითაროთ აღნიშნული უნარი:

1. განსაზღვრეთ რას ნიშნავს თქვენთვის კეთილსინდისიერება სამსახურში

იმისათვის რომ განვივითაროთ კეთილსინდისიერების უნარი სამუშაო გარემოში, პირველ რიგში უნდა განსაზღვროთ, როგორ გესმით აღნიშნული საკითხი - რას ნიშნავს სამსახურში კეთილსინდისიერება ერთის მხრივ თქვენთვის, და მეორეს მხრივ იმ ორგანიზაციის თუ კომპანიისთვის რომელშიც ხართ დასაქმებული. ეს დაგეხმარებათ დაადგინოთ, რამდენად თანხვედრაშია თქვენი და თქვენი ორგანიზაციის მიზნები და ღირებულებები და სადაა ის აცდენები, რომლებზეც გჭირდებათ მუშაობა.

კარგად გაეცანით ორგანიზაციის მიზნებს, მისიას, ღირებულებებსა და შინაგანაწესს იმისთვის, რომ სწორად გესმოდეთ, რას მოიაზრებს თქვენი ორგანიზაცია სამსახურებრივ კეთილსინდისიერებაში.

2. შეაფასეთ თქვენი სამსახურებრივი კეთილსინდისიერება

კარგია, თუკი შეამოწმებთ, რამდენად გახასიათებთ სამსახურებრივი კეთილსინდისიერება. ამისათვის დაუსვით საკუთარ თავს შემდეგი კითხვები:

- რამდენად თანმიმდევრულად ვასრულებ სამსახურში დაკისრებულ ვალდებულებებს?
- რამდენად ღია და გულწრფელი ვარ სამსახურებრივ საკითხებთან დაკავშირებით კოლეგებთან?
- რამდენად მხარდამჭერი ვარ ჩემი კოლეგებისთვის?
- ვარ თუ არა მზად, რომ ყოველდღიურად სამუშაო პროცესში მაქსიმალურად ჩავდო და გამოვიყენო ჩემი რესურსი?
- ვიღებ პასუხისმგებლობას, როცა ვუშვებ შეცდომას?
- ყოველთვის ვიცავ დადგენილ ვადებს?
- პატივს ვცემ კოლეგებს და მათ აზრს?
- როდის ვიჩენ სამსახურებრივ კეთილსინდისიერებას, ყოველთვის თუ მხოლოდ მაშინ, როდესაც ამას სხვები ხედავენ?
- ვიცავ თუ არა ორგანიზაციის შინაგანაწესით განსაზღვრულ პოლიტიკას, ნორმებს და პროცედურებს?

აღნიშნულ კითხვებზე პასუხი დაგეხმარებათ განსაზღვროთ თქვენი ძლიერი მხარეები სამსახურებრივი კეთილსინდისიერების თვალსაზრისით და დაინახოთ, რა მიმართულებით გჭირდებათ განვითარება.

3. დაუსახეთ საკუთარ თავს მიზანი სამსახურებრივი კეთილსინდისიერების განვითარებისთვის

ზემოთ წარმოდგენილი პირველი ორი ეტაპის გავლის შემდგომ, თქვენ უკვე იცით თუ რა გჭირდებათ, რომ გახდეთ კეთილსინდისიერი თანამშრომელი ან გაიუმჯობესოთ აღნიშნული უნარი. ამისთვის პირველ ეტაპზე საკუთარ თავს დაუსახეთ მცირე და მიღწევადი მიზნები. მაგალითად თუ გაქვთ სირთულე პუნქტუალობის დაცვაში, დაისახეთ მიზნად, რომ მომდევნო კვირის განმავლობაში ყოველდღიურად დროულად გამოცხადდებით ყველა შეხვედრაზე.

რა განსხვავებაა კეთილსინდისიერებასა და სამუშაო ეთიკას შორის?

კეთილსინდისიერება და სამუშაო ეთიკა მჭიდრო კავშირშია ერთმანეთთან. ერთის მხრივ, კეთილსინდისიერება ძლიერი სამუშაო ეთიკის მახასიათებელია და მეორეს მხრივ სამსახურებრივი ეთიკა გვხმარება რომ ვიყოთ კეთილსინდისიერი თანამშრომლები. მოდი ვნახოთ რა მსგავსება და განსხვავებაა მათ შორის.

გარკვეულწილად, ორივეს ერთი საერთო მიზანი აქვს, რაც დამსაქმებლისთვის პასუხისმგებლობიანი თანამშრომლების ყოლას გულისხმობს, ხოლო დასაქმებულისთვის ნიშნავს იმას, რომ სამუშაო გარემოში რეალიზებული, აღიარებული და დაფასებული იყოს. როგორც ეთიკურობა, ასევე კეთილსინდისიერება სამუშაო გარემოში კარგ, პასუხისმგებლობიან თანამშრომელთან ასოცირდება.

მიუხედავად იმისა, რომ სამუშაო ეთიკა და კეთილსინდისიერება ურთიერთდაკავშირებულია და საერთო მიზნის ქვეშ ერთიანდება, მაინც ორ სხვადასხვა მახასიათებელთან გვაქვს საქმე. ეთიკა შეიძლება განისაზღვროს, როგორც ჩამოყალიბებული წესები და რეგულაციები, რომლებიც საშუალებას აძლევს ინდივიდს იმუშაოს მორალური პრინციპების შესაბამისად, ხოლო კეთილსინდისიერება პატიოსნების და სამართლიანობის ხარისხს განსაზღვრავს.

თითქმის ყველა ორგანიზაციას გააჩნია თანამშრომელთა ეთიკის კოდექსი, რომლითაც უნდა იხელმძღვანელოს ყველა თანამშრომელმა. კეთილსინდისიერება კი განისაზღვრება იმის მიხედვით, თუ რამდენად პატიოსანი და სამართლიანი თანამშრომელი ხართ. სწორედ კეთილსინდისიერება გიბიძგებთ, დაიცვათ ეთიკური პრინციპები და მათ შესაბამისად იმოქმედოთ.

ეთიკა საერთოა ადამიანთა გარკვეული ჯგუფისთვის, ხოლო კეთილსინდისიერება მთლიანად დამოკიდებულია ინდივიდზე და მის არჩევანზე თუ როგორი ტიპის თანამშრომელი უნდა რომ იყოს. ეს კიდევ ერთხელ უსვამს ხაზს იმ ფაქტს, რომ ეთიკა გარეგანი ფაქტორია, ხოლო კეთილსინდისიერება-შინაგანი. შესაბამისად ეთიკა არის

ის, რისი არჩევის შესაძლებლობაც ინდივიდს არ აქვს, ხოლო კეთილსინდისიერება - მისი პირადი არჩევანია.

ემოციური ინტელექტი

ალბათ ყველას გვყავს ნაცნობებში ადამიანები, ვისაც ძალიან კარგად გამოსდის სხვების მოსმენა. ნებისმიერ რთულ სიტუაციაში მათ ყოველთვის იციან, რა თქვან - და როგორ თქვან, - რომ არ გაწყენინონ და უფრო მეტად არ განერვიულონ. ისინი ტაქტიკები და მზრუნველები არიან, და მათთან ლაპარაკის შემდეგ ყოველთვის უფრო იმედიანად ხართ და უკეთ გრძნობთ თავს.

ალბათ, ასევე გვეყოლება ნაცნობებში ადამიანები, რომლებსაც შესანიშნავად გამოსდით საკუთარი ემოციების მართვა. ისინი არ იბნევიან და არ გამოდიან წყობიდან რთულ, პრობლემურ სიტუაციებში; სულ პირიქით - შეუძლიათ პრობლემის მშვიდად გაანალიზება და ქმედითი გადაწყვეტილების მიღება. ასეთ ადამიანებს ადეკვატური თვითშეფასება აქვთ, და იციან, როდის და როგორ გამოიყენონ კრიტიკული უკუკავშირი თვით-განვითარებისთვის.

ასეთ ადამიანებს **ემოციური ინტელექტის** მაღალი დონე ახასიათებს. ისინი კარგად იცნობენ საკუთარ თავს, და კარგად შეუძლიათ გარშემომყოფთა ემოციური საჭიროებების აღქმა.

თანამედროვე საქმიან გარემოში ჯერ ისევ საკმაოდ გავრცელებულია შეხედულება, თითქოს ემოციები და სამუშაო პროცესი უნდა გაიმიჯნოს, რადგან ემოციების გამოვლინება სამუშაო ადგილზე (განსაკუთრებით კი ბიზნეს კომპანიაში), სისუსტის ნიშანია. ამ შეხედულების მომხრეთა აზრით, გადაწყვეტილების მიღების პროცესში უფრო მისაღები და სასურველია რაციონალური აზროვნება, ხოლო რაც შეეხება ემოციურ ადამიანებს – ისინი იმპულსურები არიან, ბევრ შეცდომას უშვებენ, ხშირად კამათობენ, ფეთქებადი ხასიათი აქვთ და ამ ყველაფრის გამო უარყოფით გავლენას ახდენენ გუნდის მუშაობის ეფექტურობაზე.

მეორეს მხრივ, ნებისმიერი ორგანიზაციის ხელმძღვანელს სურს, რომ მის ორგანიზაციაში მოტივირებული ადამიანები მუშაობდნენ. რას ნიშნავს მოტივირებული თანამშრომლები? ეს ნიშნავს ერთგულ, ენთუზიაზმით აღსავსე ადამიანებს, რომლებსაც უყვართ ორგანიზაცია, რომელშიც მუშაობენ, და აიგივებენ მასთან საკუთარ თავს. და რა არის სიყვარული და ერთგულება, თუ არა ემოცია?

ასე რომ, სინამდვილეში, მიუხედავად ზემოხსენებული შეხედულებისა, არ არსებობს ბიზნეს-პრაქტიკაში სფერო, რომელიც არ მოიცავს ემოციურ შინაარსს. ადამიანები ყოველთვის ემოციურ გარემოში არსებობენ, ყველაფერი, რასაც ისინი აკეთებენ, ემოციურ კონტექსტში ხდება.

რამდენიმე მაგალითი:

- **კლიენტის კმაყოფილება.** ბიზნესის წარმატება მჭიდრო კავშირშია კლიენტის კმაყოფილებასთან. ეს იმდენად მარტივი და ლოგიკური ფორმულაა, რომ მრავალი კომპანია ზუსტად ასე, საკმაოდ მარტივად, აყალიბებს საკუთარ მიზანს. უკმაყოფილო და კმაყოფილ კლიენტს შორის განსხვავება – სწორედ რომ კლიენტის ემოციებშია.
- **ლიდერობა და მართვა.** კარგ და ცუდ ლიდერს შორის განსხვავება იმ ემოციებშია, რომელსაც ისინი აღძრავენ ადამიანებში. კარგი ლიდერი ახერხებს შეუქმნას ადამიანებს მოტივაციას, შთააგონოს ისინი, რათა უკეთ იმუშაონ, მეტი პასუხისმგებლობა აიღონ საკუთარ თავზე, უფრო რთული ამოცანები დაისახონ. ასეთ ხელმძღვანელს შეუძლია დაანახოს ადამიანს შესაძლებლობები, რომლებსაც აქამდე ვერ ამჩნევდა, ან გააკეთებინოს ისეთი რამ, რის გაკეთებასაც ვერ ბედავდა.
- **გაყიდვები.** იმისათვის, რომ კარგად გაყიდოს, გამყიდველს უნდა შეეძლოს გამოიწვიოს პოტენციურ მყიდველში ამა თუ იმ ნივთის ფლობასთან (ან მომსახურების მიღებასთან) დაკავშირებული დადებითი ემოცია. მყიდველის დადებითი ემოციის გარეშე გაყიდვა არ შედგება.
- **გუნდური მუშაობა.** გუნდის ეფექტური მუშაობა რამდენიმე საბაზისო ემოციის გარეშე შეუძლებელია. მაგალითად, ნდობა არის უმნიშვნელოვანესი; როგორც კი გუნდში უნდობლობა დაისადგურებს, ნებისმიერი კოორდინაციის ეფექტურობა მკვეთრად ეცემა, რადგან ფორმალური ვალდებულებები ბევრს არაფერს ნიშნავს ადამიანებისთვის.

ჩვენ ჩამოვთვალეთ მხოლოდ რამდენიმე მაგალითი, ამ სიის გაგრძელება კიდევ შესაძლებელია.

რაც უფრო მეტი ადამიანი აღიარებს, რომ ემოციური ინტელექტი ზუსტად ისევეა მნიშვნელოვანი პროფესიული წარმატებისთვის, როგორც ტექნიკური თუ პროფესიული უნარ-ჩვევების ფლობა, ორგანიზაციების ხელმძღვანელები სულ უფრო მეტად აქცევენ მას ყურადღებას თანამშრომლების შერჩევის პროცესში.

არც ისე დიდი ხნის წინ, ერთ-ერთმა მსხვილმა კოსმეტიკურმა კომპანიამ გამყიდველ-კონსულტანტების შერჩევა მათი ემოციური ინტელექტის კრიტერიუმით გადაწყვიტა. შედეგად, ახალი სისტემის მეშვეობით დაქირავებული პერსონალის გაყიდვებმა თითქმის \$100,000-ით გადააჭარბა ძველი სისტემით შერჩეული პერსონალის გაყიდვებს. ამასთან, ემოციური ინტელექტის კრიტერიუმით შერჩეული თანამშრომლების გადინებაც გაცილებით უფრო დაბალი აღმოჩნდა.

მაშ, რა არის ემოციური ინტელექტი, და როგორ შეგვიძლია მისი განვითარება?

ყველას ჩვენი უნიკალური ხასიათი გვაქვს, განსხვავებული სურვილები და მოთხოვნილებები გვამოძრავებს, განსხვავებულად გამოვხატავთ ემოციებს. ადამიანებთან წარმატებული ურთიერთობის აგებისას ამ ყველაფრის გათვალისწინება მნიშვნელოვანია, და სწორედ ამაში გვეხმარება ემოციური ინტელექტი.

ემოციური ინტელექტი - არის უნარი სწორად ამოიცნო ემოციები, რომლებსაც ამა თუ იმ მომენტში განიცდი, და გააცნობიერო, როგორ გავლენას ახდენენ ისინი ირგვლივ მყოფ ადამიანებზე. ემოციური ინტელექტი გულისხმობს აგრეთვე სხვების აღქმასაც; როდესაც კარგად გესმის სხვა ადამიანების გრძნობები, ურთიერთობის მართვასაც უკეთ ახერხებ.

დანიელ გოულმენმა, ამერიკელმა ფსიქოლოგმა, შეიმუშავა ემოციური ინტელექტის ხუთ ელემენტური კონცეფცია.¹ მისი აზრით, მაღალი ემოციური ინტელექტის მქონე ადამიანს ახასიათებს:

1. **თვითცნობიერება** - მაღალი ემოციური ინტელექტის ადამიანები აცნობიერებენ საკუთარ ემოციებს და არ ექცევიან ამ ემოციების გავლენის ქვეშ. ისინი საკუთარ შესაძლებლობებს ადეკვატურად აფასებენ, იცნობენ საკუთარ ძლიერ და სუსტ მხარეებს და მუდმივად ცდილობენ სრულყოფას და განვითარებას. თვითცნობიერება ემოციური ინტელექტის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი კომპონენტია.
2. **თვითრეგულაცია** - უნარი მოთოვო, გააკონტროლო ემოციები და იმპულსები. თვითრეგულაციის უნარის მქონე ადამიანები არ აძლევენ თავს უფლებას აჰყვანონ ძლიერ ბრაზს, ან ეჭვიანობას, მათ არ სჩვევია დაუფიქრებელი, იმპულსური გადაწყვეტილებების მიღება. ისინი აწონ-დაწონიან ყველაფერს და მხოლოდ ამის შემდეგ იმოქმედებენ. თვით-რეგულირებული ადამიანი მშვიდი და დაფიქრებულია, კომფორტულად გრძნობს თავს ცვლილებების დროს, საჭიროების შემთხვევაში შეუძლია უარის თქმა.
3. **მოტივაცია** - მაღალი ემოციური ინტელექტის მქონე ადამიანები, ჩვეულებრივ, მოტივირებულები არიან. მყისიერ შედეგებზე მეტად გრძელვადიანი წარმატება აინტერესებთ. ისინი ნაყოფიერად მუშაობენ, უყვართ გამოწვევები და გამოსდით პრაქტიკულად ყველაფერი, რასაც ხელს მოკიდებენ.
4. **ემპათია** - ემოციური ინტელექტის მეორე ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტია. ემპათია არის უნარი ამოიცნო, გაიგო და გაითავისო სხვა ადამიანების სურვილები, საჭიროებები და შეხედულებები. ემპათიური ადამიანები კარგად ერკვევიან სხვების გრძნობებში, მაშინაც კი, როდესაც ეს

¹ Daniel Goleman; "Emotional Intelligence - Why It Can Matter More Than IQ"; 1995

გრძნობები არაა თვალსაჩინოდ გამოხატული. შედეგად, ემპათიურ ადამიანებს შესანიშნავად ეხერხებათ ურთიერთობის მართვა, მოსმენა, სხვის მდგომარეობაში შესვლა. ისინი ცდილობენ აარიდონ თავი სტერეოტიპულ აზროვნებას და სხვა ადამიანების განსჯას, ღია და წრფელი ცხოვრებით ცხოვრობენ.

5. **სოციალური უნარები** - როგორც წესი, კარგი სოციალური უნარების მქონე ადამიანებთან ლაპარაკი იოლია, ისინი იწვევენ სიმპათიას, კარგი გუნდური მოთამაშეები არიან. იმის ნაცვლად, რომ პირველ რიგში საკუთარ წარმატებაზე იფიქრონ, ისინი ეხმარებიან სხვებს ზრდასა და განვითარებაში. მათ შეუძლიათ კონფლიქტების და დავების მართვა, არაჩვეულებრივი კომუნიკატორები არიან და ეხერხებათ ურთიერთობების დამყარება და შენარჩუნება.

ალბათ, უკვე გასაგებია, რომ ემოციური ინტელექტი შეიძლება თქვენი წარმატებული ცხოვრების - და მით უფრო სამუშაო კარიერის - საკვანძო წინაპირობა გახდეს. ადამიანების და ურთიერთობების მართვის უნარი უმნიშვნელოვანესია ლიდერობისთვის, და ემოციური ინტელექტი - კარგი საშუალებაა დაანახოთ სხვებს თქვენში არსებული ლიდერული უნარ-ჩვევები.

როგორ გავუმჯობესოთ ემოციური ინტელექტი?

საბედნიეროდ, ემოციური ინტელექტი სწავლებადია და ექვემდებარება გაუმჯობესებას, ამისთვის პირველ რიგში ეცადეთ იმუშაოთ ზემოხსენებული ხუთ კატეგორიის უნარ-ჩვევების განვითარებასა და სრულყოფაზე. გამოიყენეთ შემდეგი სტრატეგიები:

- დააკვირდით საკუთარ თავს, სცადეთ მაქსიმალურად ობიექტურად შეაფასოთ, **როგორ რეაგირებთ სხვა ადამიანებზე?** ხომ არ ჩქარობთ მათ განსჯას მანამ, სანამ ყველა ფაქტი გეცოდინებათ? ხომ არ აზროვნებთ სტერეოტიპებით? ეცადეთ შეხვიდეთ სხვა ადამიანების მდგომარეობაში, გაიზიაროთ მათი საჭიროებები, ღიად მიიღოთ მათი მოსაზრებები.
- დაფიქრდით, **როგორ იქცევით სამუშაო გარემოში?** ხომ არ ელოდებით სხვებისგან თქვენი მიღწევების აღიარებას? თავმდაბლობა შესანიშნავი თვისებაა, რომელიც სულაც არ ნიშნავს რომ მორცხვი ხართ ან თვითდაჯერებულობა გაკლიათ. თავმდაბალმა ადამიანმა იცის, რაც გააკეთა და როგორ გააკეთა, მშვიდაა და დარწმუნებულია საკუთარ თავსა და შესაძლებლობებში. მიეცით საშუალება სხვებს, რომ გამოიჩინონ თავი, გადაიტანეთ ყურადღება მათ მიღწევებსა და აღიარებაზე.
- გაანალიზეთ, **როგორ რეაგირებთ სტრესულ სიტუაციებზე?** ხომ არ გეშლებათ ნერვები ყოველთვის, როდესაც რაღაც არ მოხდა ისე, როგორც თქვენ გსურდათ? ხომ არ ადანაშაულებთ სხვებს, ან უბრაზდებით მათ, მაშინაც

კი, როცა არაფერში არიან დამნაშავეები? რთულ ვითარებაში სიმშვიდის და კონტროლის შენარჩუნება ძალიან ფასობს, როგორც საქმიან გარემოში, ისე მის ფარგლებს გარეთ. აკონტროლეთ ემოციები.

- **აიღეთ პასუხისმგებლობა საკუთარ ქმედებებზე.** თუ ვინმეს აწყენინეთ ან შეურაცხყოფა მიაყენეთ - მოუხადეთ ბოდიში, ნუ შეეცდებით ამ სიტუაციის იგნორირებას. შეცდომის გამოსწორების გულწრფელ მცდელობაზე ადამიანები დადებითად რეაგირებენ და მზად არიან გაპატიონ და დაივიწყონ.
- **სანამ რაღაცას მოიმოქმედებთ, იფიქრეთ, როგორ იმოქმედებს ეს სხვებზე.** თუ გადაწყვეტილება, რომელიც უნდა მიიღოთ, სხვა ადამიანებსაც შეეხება - დადებით მათ ადგილზე. როგორ იგრძნობენ თავს? ნამდვილად გინდათ რომ ასე მოხდეს? თუ ქმედება გარდაუვალია, როგორ შეგიძლიათ დაეხმაროთ სხვებს მისი შედეგების დაძლევაში?
- **შეაფასეთ თქვენი ემოციური ინტელექტი** - გუგლის მეშვეობით ბევრ ონლაინ ტესტის აღმოჩენას შეძლებთ. რაშია თქვენი სუსტი მხარეები? გაწყობთ ეს სისუსტეები, თუ გეყოფათ გამბედაობა იმუშაოთ მათ გამოსწორებაზე და შეცვალოთ თქვენი ცხოვრება უკეთესობისკენ?

სხვადასხვა ურთიერთობის
უნარ-ჩვევები

ლაპარაკი და მოსმენა

კომუნიკაციის პროცესის ანატომია

ურთიერთობა - ადამიანებს შორის კონტაქტის დამყარების და განვითარების პროცესია. ურთიერთობა სამ მხარეს მოიცავს: კომუნიკაციას (ინფორმაციის გაცვლას), ინტერაქციას (ურთიერთქმედებას) და სოციალურ პერცეფციას (პარტნიორის აღქმასა და გაგებას).

ერთობლივი მოქმედების - მაგალითად, სამუშაო პროცესის დროს, ადამიანები ერთმანეთში ცვლიან სხვადასხვა მოსაზრებებს, იდეებს, ინტერესებს, გრძნობებს, განწყობებს და სხვა. ეს ყველაფერი შეგვიძლია განვიხილოთ როგორც ინფორმაცია, ხოლო მისი გაცვლის, გაზიარების პროცესი - კომუნიკაციის პროცესია. კომუნიკაციის პროცესში ინფორმაცია არა მხოლოდ გადაეცემა ერთი მოსაუბრიდან მეორეს, არამედ, ფორმირდება, ზუსტდება და ვითარდება. ამ დროს განსაკუთრებულ როლს თამაშობს ამ ინფორმაციის **მნიშვნელობა** თითოეული მოსაუბრისთვის. შესაძლოა კომუნიკაციის პარტნიორები არა მხოლოდ ცვლიდნენ ინფორმაციას, არამედ საერთო აზრამდე მისვლა სურდეთ. ამისათვის აუცილებელია, რომ ინფორმაცია არა მხოლოდ მიღებული იყოს, არამედ გაგებული და გააზრებულიც.

იმისათვის, რომ კომუნიკაცია ეფექტური იყოს, აუცილებელია კომუნიკაციის პარტნიორებს გარკვეული უნარები გააჩნდეთ, რომლებიც განსაზღვრავენ მათ კომუნიკაციურ კომპეტენტურობას. თანამშრომლის კომუნიკაციური კომპეტენტურობა - ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი სამუშაო უნარია.

დასაწყისისთვის კარგად გავერკვეთ კომუნიკაციის პროცესში და მის შემადგენელ ელემენტებში.

გადამცემი-მიმღები. იმისთვის, რომ კომუნიკაცია განხორციელდეს, მასში მინიმუმ ორი პირი (მხარე, პარტნიორი) უნდა იყოს ჩართული. მარტივად რომ

წარმოვიდგინოთ, კომუნიკაციის პროცესი მოიცავს ა) გადამცემს, რომელმაც უნდა ჩამოაყალიბოს და გაგზავნოს ინფორმაცია (ე.წ. “მესიჯი”, “გზავნილი” ან “შეტყობინება”)² და ბ) მიმღებს, რომელმაც უნდა მიიღოს და გაიაზროს ინფორმაცია. კომუნიკაცია რთული, *ორმხრივი პროცესია*, რომელშიც ადამიანები პრაქტიკულად ერთდროულად ასრულებენ გადამცემის და მიმღების როლს. როდესაც ერთი ადამიანი საუბრობს და მეორე მას უსმენს, მსმენელიც უგზავნის მოსაუბრეს ინფორმაციას ღიმილის, თავის დაქნევის, შორისდებულების და სხვა სიტყვიერი თუ არასიტყვიერი სიგნალების მეშვეობით.

გზავნილი / შეტყობინება. კომუნიკაციის პროცესში ხდება ინფორმაციის, ე.წ. გზავნილის გადაცემა. გზავნილში იგულისხმება არა მხოლოდ მისი შინაარსი და ფორმა (ანუ კონკრეტულად რა შინაარსი, და რა სიტყვებით იყო გადაცემული), არამედ მისი არავერბალური ნაწილიც - სახის გამომეტყველება, ხმის ტონი, ჟესტები, სხეულის ენა, რომელიც ავსებს ვერბალურ გზავნილს და იძლევა დამატებით ინფორმაციას იმ ემოციებთან, განწყობასთან, დამოკიდებულებასთან დაკავშირებით, რომელიც თან ახლავს კომუნიკაციას. ონლაინ კომუნიკაციის პროცესში ინფორმაციის გადაცემა როგორც სიტყვების, ასევე ე.წ. “ემოტიკონების” (სხვადასხვა ემოციის გამომხატველი “სმაილების”), ფოტო-ვიდეო და აუდიო-მასალის მეშვეობით ხორციელდება.

ხმაური. კომუნიკაციის კონტექსტში, *ხმაურს* უწოდებენ ყველაფერს, რაც ამახინჯებს გზავნილს და ხელს უშლის მის კორექტულ გადაცემას, რის შედეგადაც მიღებული შინაარსი ზოგჯერ საგულისხმოდ განსხვავდება გაგზავნილისგან. გარდა ფიზიკური ხმაურისა (ღია ფანჯრიდან შემოსული ქუჩის ხმაური, ხმამაღალი მუსიკა, ჩართული ტელევიზორი და სხვა), არსებობს სპეციფიკური, პიროვნებათშორისი კომუნიკაციისთვის დამახასიათებელი ხმაური, როგორიცაა ჟარგონის, ტერმინოლოგიის ან ე.წ. “პარაზიტი” სიტყვების (“ისა”, “რა ჰქვია”, “მოკლედ”, “ანუ” და ა.შ.) გამოყენება, შეუსაბამო ან გადამეტებული ჟესტიკულაცია, უყურადღებობა, ინტერესის ნაკლებობა, კულტურული განსხვავებები - ერთი სიტყვით, ყველა ის ფაქტორი, რაც ხელს უშლის ინფორმაციის კორექტულ გადაცემას და მიღებას.

უკუკავშირი. იმისთვის, რომ ინფორმაციის გადამცემმა გაიგოს: ა) იყო თუ არა მისი შეტყობინება სწორად, ადეკვატურად მიღებული (აღქმული) და ბ) რა რეაქცია მოჰყვა ამ შეტყობინებას, - მას სჭირდება მიმღებისგან უკუკავშირის მიღება. უკუკავშირის მრავალი ფორმა არსებობს, დაწყებული მკაფიო სიტყვიერი განაცხადით (“გაიმეორეთ, თუ შეიძლება”, “ვერაფერი გავიგე შენი ნათქვამიდან” და ა.შ.) და დამთავრებული სახის გამომეტყველების ან პოზის სულ ოდნავი ცვლილებით,

² ჩვენ მაქსიმალურად ვცდილობთ პატივი ვცეთ მშობლიურ ენას და ბარბარიზმები შესატყვისი ქართული ცნებებით ჩავანაცვლოთ. შესაბამისად, ყველგან, სადაც კომუნიკაციის პროცესში გადაცემულ ინფორმაციაზე - ე.წ. “მესიჯზე” გვექნება საუბარი, კონტექსტიდან გამომდინარე, მონაცვლეობით (და ზოგჯერ ერთდროულადაც) გამოვიყენებთ “გზავნილს”, “შეტყობინებას” ან “ინფორმაციას”.

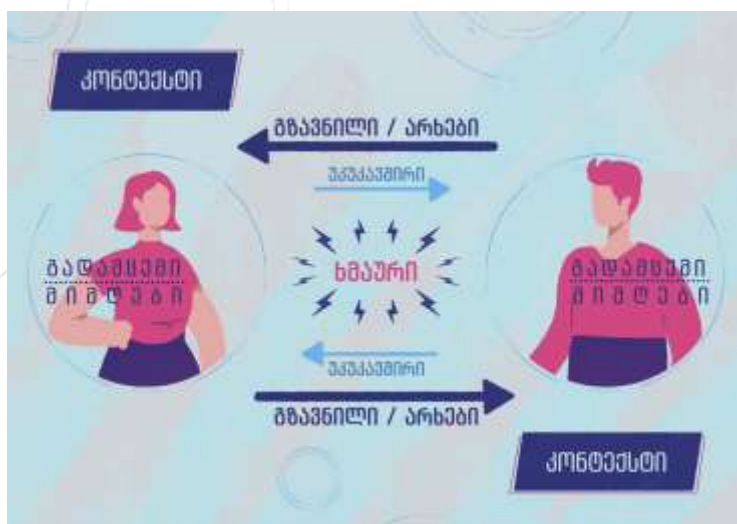
რომელიც შესაძლოა ანიშნებდეს ინფორმაციის გადამცემს, რომ მის მიერ გადაცემული გზავნილი არ იყო მთლად კომფორტული, გასაგები ან მისაღები მსმენელისთვის. უკუკავშირის მიღების შემდგომ ინფორმაციის გადამცემს შეუძლია ან სიტყვა-სიტყვით გაიმეოროს ნათქვამი, ან მოახდინოს მისი ადაპტირება (გამარტივება, ან სხვა სიტყვებით ფორმულირება) და ამით გააუმჯობესოს კომუნიკაციის ხარისხი.

მაგალითად, როდესაც ხელმძღვანელი აძლევს დავალებას თანამშრომელს, მან აუცილებლად უნდა გადაამოწმოს, რომ თანამშრომელმა დავალება სწორად გაიგო. ამისთვის კი საჭიროა დამატებით ჰკითხოს: “გასაგებია ყველაფერი?”, “რაიმე შეკითხვა ხომ არ გაქვთ?”, “თუ რამეში ეჭვი გეპარებათ, მოდით ახლავე გავარკვეოთ”, “ხომ არ სჯობს, კიდევ ერთხელ მოკლედ შევაჯამოთ, რა არის გასაკეთებელი?”

კონტექსტი. კომუნიკაციის ფორმასა და შინაარსზე დიდ გავლენას ახდენს კონტექსტი, რომელშიც ხორციელდება ინფორმაციის გაცვლა; საუბარია არა მხოლოდ **სიტუაციურ** კონტექსტზე, რომელშიც ხდება ურთიერთობა (ტრანსპორტი, ოფისი, ქუჩა, სადილი და ა.შ.), არამედ **სოციალურ** კონტექსტზეც (კომუნიკაციაში ჩართული პირების როლი, პასუხისმგებლობა, სტატუსი და ა.შ.). კომუნიკაციაზე აგრეთვე მოქმედებს კომუნიკაციის პროცესში ჩართულ პირთა მოლოდინები და განწყობა.

არხი. კომუნიკაციის საგულისხმო ასპექტია ის **არხი**, მედიუმი, რომლის მეშვეობითაც ხდება ინფორმაციის / გზავნილის გადაცემა. მაგალითად, საქმიან გარემოში კომუნიკაციის არხებია სამუშაო თათბირი, პირისპირ შეხვედრა, ელექტრონული ფოსტა, ინტრანეტი და ვებ-პორტალი, ტელეფონი, შიდაორგანიზაციული ბიულეტენი, განცხადებების დაფა, პოსტერები და ა.შ.

ყოველივე ზემოთქმულის გათვალისწინებით, კომუნიკაციის პროცესი შეგვიძლია გამოვსახოთ შემდეგი სქემით:



განვიხილოთ მაგალითი: გრიგოლს აგვიანდება სამსახურში და ავტომობილს 100 კმ/სთ სიჩქარით მართავს. მას აედევნა საპატრულო პოლიციის ეკიპაჟი, მიუახლოვდა და რუპორით მიმართა: “თეთრი პრიუსი ნომრით XX000NN, გთხოვთ გაჩერდეთ”. გრიგოლს მანქანაში ხმამაღლა ჰქონდა ჩართული მუსიკა და ამიტომ ვერაფერი გაიგო. საპატრულო პოლიციის მანქანა კიდევ უფრო მეტად მიუახლოვდა გრიგოლის ავტომობილს და ამჯერად სირენა ჩართო; გრიგოლმა გაიგო სირენის ხმა და გააჩერა ავტომობილი.

ამ მაგალითში:

გადამცემი - საპატრულო პოლიციის მანქანაში მჯდომი პოლიციელი;

მიმღები - გრიგოლი;

გზავნილი #1: “თეთრი პრიუსი ნომრით XX000ZZ, გთხოვთ გაჩერდეთ”;

არხი: რუპორი;

ხმაური: მუსიკა;

უკუკავშირი: გრიგოლი არ აჩერებს მანქანას;

გზავნილი #2: სირენა;

არხი: დინამიკი, რომელშიც ისმის სირენის ხმა;

უკუკავშირი: გრიგოლი აჩერებს მანქანას;

კონტექსტი: ქუჩა, მანქანით მგზავრობა.

ინფორმაციის გადაცემის პროცესში შესაძლებელია აღმოცენდეს სხვადასხვა პრობლემა, რომელთა შორის ყველაზე არსებითია შემდეგი: **გაიგებს თუ არა მიმღები გზავნილის შინაარსს ზუსტად ისევე, როგორც ეს გადამცემს სურდა?** ხშირად ხდება ხოლმე, რომ გზავნილის საქმიანი და / ან ემოციური შინაარსი არასწორად აღიქმება მსმენელის მიერ.

ყველას გვექონია შემთხვევა, როდესაც ერთი რამ გავიგეთ და სინამდვილეში კი სულ სხვა რამ უგულისხმიათ და/ან უთქვამთ. საქმიან კონტექსტში არასწორად გაგებული ინფორმაცია ნიშნავს არასწორად შესრულებულ დავალებას ან საქმეს, რასაც შესაძლოა, არასახარბიელო შედეგები მოჰყვეს.

ინფორმაციის გადაცემისას გახსოვდეთ:

- მიმღებს (მსმენელს) უჭირს ინფორმაციის აღქმა და დახსოვება, როდესაც დაძაბულია, ან თავს არაკომფორტულად გრძნობს. ამიტომ, თავიდანვე იზრუნეთ იმისათვის, რომ მოხსნათ შესაძლო დაძაბულობა - მაგალითად, იუმორით;
- აღამიანები განსაკუთრებით კარგად იხსომებენ ტექსტის საწყის და ბოლო ნაწილებს. ამიტომ, კარგად გაიაზრეთ, რას ამბობთ თავში და ბოლოში;
- მიმღებს საგრძნობლად გაუადვილებთ ინფორმაციის აღქმას, თუ ტექსტის სტრუქტურას კარგად ააგებთ. მოკლე, მარტივი და ლოგიკურად დალაგებული წინადადებებით მიწოდებული ინფორმაციის აღქმა უფრო მარტივია;
- ტექსტის გაგებას და დახსოვებას ხელს უწყობს მაგალითებისა და კონკრეტული პრაქტიკული შემთხვევების ჩართვა;
- ნუ ისაუბრებთ ზოგადად; სათქმელი რაც შეიძლება მკაფიოდ და კონკრეტულად ჩამოაყალიბეთ;
- ფრთხილად მოეკიდეთ ზედსართავ სახელებს, განსაკუთრებით აღმატებით ხარისხში (ძალიან კარგი, ყველაზე უარესი და ა.შ.), ვინაიდან ასეთ სიტყვებში თქვენ და თქვენი საკომუნიკაციო პარტნიორი შესაძლოა განსხვავებულ შინაარსს გულისხმობდეთ;
- საუბრისას ეცადეთ თქვათ ყველაფერი, რასაც თვლით საჭიროდ, რათა მსმენელს თავად არ მოუწიოს საუბრის შემდეგ დასკვნების გამოტანა;
- ხშირად ხდება, რომ შეტყობინებაში არასწორად ნაწილდება აქცენტები: იკარგება მნიშვნელოვანი ფაქტები, უმნიშვნელო წვრილმანები კი რჩება. ამიტომ, სათქმელის ფორმულირებისას თავადვე ნათლად და ხაზგასმით

გამოკვეთეთ ის ფაქტები, რომლებიც თქვენთვის არსებითია; ნუ მიაწვდით ამ ამოცანას მსმენელს.

რეალობა სუბიექტურია

კომუნიკაციის პროცესის მთავარი სირთულე ისაა, რომ მასში ერთმანეთისგან სრულიად განსხვავებული ადამიანები მონაწილეობენ. იმის გამო, რომ ყველა ადამიანს საკუთარი, უნიკალური ემოციური სამყარო გააჩნია, ობიექტურად არსებულ ერთსა და იმავე მოვლენას, სხვადასხვა ადამიანი თავისი სუბიექტური რეალობიდან გამომდინარე, სხვადასხვანაირად აღიქვამს. ხშირად გვგონია, რომ კონკრეტულმა მოვლენამ სხვებშიც ისეთივე გრძნობები უნდა გამოიწვიოს, რაც ჩვენში, თუმცა, ემოციებს იწვევს არა ესა თუ ის მოვლენა თავისთავად, არამედ *მნიშვნელობა*, რომელსაც ჩვენ მას ვანიჭებთ.

მაგალითად, ხელმძღვანელის მიერ ანგარიშის დასაწერად მიცემული ორდლიანი ვადა, ერთი თანამშრომლისთვის შესაძლოა ძალიან ცოტა იყოს (მაგალითად, ახალბედისთვის, რომელმაც პირველად უნდა დაწეროს ასეთი ანგარიში), მეორისთვის კი - ბევრი (მაგალითად, გამოცდილი თანამშრომლისთვის, რომელიც რეგულარულად წერს ანალოგიურ ანგარიშს და წერის პროცესში არსებულ შაბლონს გამოიყენებს).

სიტყვა “რეალობის” ნებისმიერ განმარტებაში მონაწილეობს მოსაზრება, რომ მას აქვს კავშირი ჩვენს აღქმასთან; აღქმა კი, თავის მხრივ უკავშირდება შეგრძნების ორგანოებს. მაგალითად, ერთსა და იმავე ოთახში მყოფი ორი ადამიანიდან, ერთს შეიძლება ცხელოდეს და ინიავებდეს, ხოლო მეორე სიცხეს საერთოდ ვერ გრძნობდეს. რამდენად ლოგიკურია ასეთ სიტუაციაში ვიკამათოთ, ცხელა თუ არა ოთახში, ან რომელია ამ ორ ადამიანში მართალი? რაღა თქმა უნდა, კამათს აზრი არა აქვს, რადგან ორივე მართალია, მათი სუბიექტური აღქმიდან გამომდინარე. მიუხედავად ამ თითქოსდა მარტივი დასკვნისა, ალბათ ბევრჯერ შესწრებიხართ, ან თავადაც მიგიღიათ მონაწილეობა მსგავსი ტიპის კამათში.

ადამიანები უმეტესად ეყრდნობიან შემდეგ ამოსავალ დებულებებს:

1. არსებობს მხოლოდ ერთადერთი რეალობა;
2. მე ვიცი, როგორია ეს რეალობა;
3. ის, ვინც რაღაცას ჩემგან განსხვავებულად “ხედავს” - უნდა ცდებოდეს.

ჩვენს შინაგან სამყაროს, ჩვენს სუბიექტურ რეალობას ჩვენივე უნიკალური გამოცდილება განაპირობებს. როდესაც ადამიანისგან ვითხოვთ, შეცვალოს თავისი სუბიექტური რეალობა და დაეთანხმოს ჩვენსას, ამით, ფაქტობრივად, ვცდილობთ ვათქმევინოთ მას უარი საკუთარ გამოცდილებაზე. უნდა გავითვალისწინოთ, რომ

პრობლემას ვერასოდეს გადაწყვეტთ სხვისი სუბიექტური რეალობის შეცვლის გზით ან იმის მტკიცებით, ვისი რეალობაა უფრო რეალური; **პრობლემის მოგვარება იწყება მაშინ, როდესაც ჩვენ მზად ვართ გავუგოთ სხვას და ვადიაროთ მისი სუბიექტური სამყარო.** არა აქვს აზრი პრობლემების მოგვარების მცდელობას იმის გარკვევით, თუ ვისი რეალობაა უფრო რეალური. უმჯობესია გავიგოთ, თუ როგორ შეიქმნა ჩვენი სხვადასხვა რეალობები და რეალობის განსხვავებული ინტერპრეტაციის მიუხედავად, როგორ გვსურს მოვექცეთ ერთმანეთს.

კომუნიკაციური პრობლემების მოგვარებაში ასევე დაგვეხმარება რეალობის დაყოფა პირველი და მეორე რიგის რეალობებად. პირველი რიგის რეალობას წარმოადგენს **გაზომვადი რეალობა**, ხოლო მეორე რიგის რეალობაში ვგულისხმობთ **სუბიექტურ რეაქციებს** პირველი რიგის რეალობაზე. მაგალითად, ტემპერატურა გაზომვადია და ამდენად პირველი რიგის რეალობას ეკუთვნის, ხოლო ეს გაზომვადი ტემპერატურა “თბილია”, “ცივი”, თუ “ცხელი” - მეორე რიგის რეალობაა. ძალიან ხშირად ადამიანები ერთმანეთში ურევენ ამ ორ რეალობას - ფაქტებს და საკუთარ სუბიექტურ შეხედულებას, - და სწორედ ეს ხდება მრავალი გაუგებრობის და კონფლიქტური სიტუაციის მიზეზი.

პიროვნებათშორისი კომუნიკაციის პროცესში ზოგჯერ მსმენელის როლში მოგიწევთ ყოფნა და ზოგჯერ მოსაუბრის. ორივე შემთხვევაში, მნიშვნელოვანია იცოდეთ, როგორ მოიქცეთ, იმისთვის რომ გაზარდოთ კომუნიკაციის ეფექტურობა და მიაღწიოთ მიზანს.

გახსოვდეთ:

- აღქმას ახასიათებს სუბიექტურობა; შესაძლებელია და ბუნებრივიც, რომ თქვენგან განსხვავებული ადამიანი იგივე რეალობას განსხვავებულად აღიქვამდეს;
- საკუთარ სუბიექტურ აღქმას ერთადერთ ჭეშმარიტებად ნუ აღიარებთ. ყველაზე განსხვავებული და მიუღებელი მოსაზრებაც კი არ გაიჟღერებს მსმენელისათვის კონფრონტაციულად, თუ მას შესაბამისად ჩამოაყალიბებთ. მაგალითად, ამგვარად: “ჩემი აზრით ...” ან „მე ასე ვფიქრობ...”
- როდესაც სხვის სუბიექტურ რეალობას არ ეთანხმებით, ნუ შეეცდებით მის უარყოფას. მოეკიდეთ განსხვავებული აზრის ავტორს პატივისცემით: მას ისევე აქვს უფლება ჰქონდეს საკუთარი აზრი, როგორც თქვენ.

მოსმენის ხელოვნება

ზრდასრული ადამიანები დროის 70%-ს კომუნიკაციაში ატარებენ, და აქედან 45% ეთმობა მოსმენას, 30% საუბარს, 16% კითხვას და 9% წერას (Adler, R. et al., 2001).

ცხოვრების სხვადასხვა ეტაპზე, სხვადასხვა სასწავლო დაწესებულებებში, ფორმალური თუ არაფორმალური სწავლების მეშვეობით ადამიანები სწავლობენ ლაპარაკს, წერას, კითხვას, ჩუმიდ ყოფნასაც კი, და მხოლოდ მოსმენას რატომღაც არავენ გვასწავლის. არადა, მოსმენა - გადამწყვეტია ეფექტური კომუნიკაციისთვის, რადგან მის გარეშე ძალიან დიდია გაუგებრობის შანსი. გაუგებრობა აფერხებს კომუნიკაციას და ამახინჯებს მის შინაარსს, რის შედეგადაც გადამცემი შესაძლოა იმედგაცრუებული და გაღიზიანებული დარჩეს. თუ მოვისურვებთ ყველაზე მნიშვნელოვანი საკომუნიკაციო უნარის განსაზღვრას, ეს უთუოდ, მოსმენა იქნება. ყველას, გამონაკლისის გარეშე, გვსურს, რომ მოგვისმინონ ყურადღებით, მოუსმინონ ჩვენს იდეებს და მოსაზრებებს, გაგვიგონ და გაიგონ, ვინ ვართ და რას წარმოვადგენთ.

მოსმენა არის კომუნიკაციის პროცესში სხვადასხვა გზავნილების უშეცდომოდ მიღების და ინტერპრეტირების უნარი. მოსმენა იმდენად მნიშვნელოვანია, რომ საკმაოდ ბევრი კომპანიის ხელმძღვანელი ცდილობს შესთავაზოს თავის თანამშრომლებს მოსმენის უნარების გაუმჯობესებაზე მიმართული ტრენინგი. და არცაა გასაკვირი: მოსმენის უკეთესი უნარი ნიშნავს მეტ კმაყოფილ მომხმარებელს, მეტ პროდუქტიულობას, ნაკლებ შეცდომას მუშაობის პროცესში, ინფორმაციის უფრო ინტენსიურ და ეფექტურ მიმოცვლას და, საბოლოო ჯამში, უფრო შემოქმედებით და ინოვაციურ სამუშაო პროცესს ორგანიზაციაში. საკმაოდ ბევრი წარმატებული ხელმძღვანელი თავის წარმატებას სწორედ რომ მოსმენის უნარს უკავშირებს.

უმეტესობას მოსმენა ძალიან მარტივ საქმედ გვეჩვენება, რომელიც ჩვენგან რაიმე დამატებით ძალისხმევას არ საჭიროებს; ამის მიუხედავად, სხვადასხვა კვლევებით დასტურდება, რომ სინამდვილეში, *საშუალო ადამიანის მოსმენის ეფექტურობა არ აღემატება 25%-50%-ს*. ამის მიზეზი შემდეგია:

- ადამიანები ყოველთვის არ ამბობენ იმას, რასაც სინამდვილეში ფიქრობენ;
- ადამიანებმა ყოველთვის არ იციან თავისი ჭეშმარიტი გრძნობების შესახებ;
- არც ისე ადვილია გრძნობების გადმოცემა (არც ისე ადვილია სწორი სიტყვების, სწორი „კოდის“ მოძებნა);
- ერთი და იგივე სიტყვები განსხვავებულად ესმით სხვადასხვა ადამიანებს;
- ხანდახან მხოლოდ ის გვესმის, რის გაგებასაც ვისურვებდით;
- მსმენელი ხშირად დაკავებულია არა მოსმენის პროცესით, არამედ საკუთარი პასუხის მოფიქრებით ან მოსმენილი ინფორმაციის გაანალიზებით;
- მოსაუბრემ არ იცის, სწორად გაიგო თუ არა გზავნილი მსმენელმა;
- მსმენელმაც არ იცის, სწორად გაიგო თუ არა მოსაუბრის ნათქვამი.

გაცნობიერებულ, მიზანმიმართულ, მოსაუბრეზე ფოკუსირებულ მოსმენას მინიმუმამდე დაჰყავს კომუნიკაციის პროცესში აღმოცენებული გაუგებრობა და შესაბამისად არა მხოლოდ ამდიდრებს პირად და საქმიან ურთიერთობებს, არამედ

აუმჯობესებს მუშაობის შედეგებს და ეხმარება ადამიანებს შესაძლო კონფლიქტების თავიდან აცილებაში. აქედან გამომდინარე, მოსმენა სწორედ ის არსებითი უნარია, რომლის განვითარება-გაუმჯობესებაზე ზრუნვა ძალიან მნიშვნელოვანია.

კარგი მსმენელი უსმენს არა მხოლოდ იმას, რაც იყო ნათქვამი, არამედ იმასაც, რაც არ იყო ნათქვამი, ან მხოლოდ ნაწილობრივ იყო ნათქვამი. ეფექტური მოსმენა გულისხმობს არა მხოლოდ მოსაუბრის სიტყვების მოსმენას, არამედ მისი სხეულის ენის დაკვირვებასაც და ვერბალურ და არავერბალურ შინაარსებს შორის შეუსაბამობის, ან შესაბამისობის შემჩნევას.

მარტივი მაგალითი: თუ მეგობარი გეუბნებათ, რომ კარგად გრძნობს თავს და მშვენიერ ხასიათზეა, თუმცა თვალები უცრემლიანდება და ხმა ოდნავ უკანკალებს, თქვენ ამჩნევთ, რომ მისი გზავნილის ვერბალური და არავერბალური ნაწილები ეწინააღმდეგება ერთმანეთს და აკეთებთ დასკვნას, რომ სავარაუდოდ, მისი ნათქვამი არ შეესაბამება სინამდვილეს.

რა უშლის ხელს მოსმენას?

როგორც წესი, ადამიანებს არასდროს შეაქვთ ეჭვი მოსმენის საკუთარ უნარში, სამაგიეროდ, ძალიან ხშირად ადანაშაულებენ სხვებს, რომ მათ არ იციან კარგი მოსმენა. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, თუ ჩვენ გვგონია, რომ სხვებზე უკეთესი მსმენელები ვართ, სხვებსაც ჰგონიათ, რომ ისინი ჩვენზე უკეთესი მსმენელები არიან.

რეალობა კი ისაა, რომ ეფექტური მოსმენის უნარი არავისთვისაა იმთავითვე ბოძებული. მიზანმიმართული მუშაობის და ვარჯიშის გარეშე განსაკუთრებულად კარგი მსმენელი ვერავინ გახდება. ეფექტურ მოსმენას მრავალი ფაქტორი აფერხებს, მათ შორის ჩვევაში გადასული გაუცნობიერებელი ქცევაც. ამიტომ პირველ რიგში დავაკვირდეთ საკუთარ თავს და დავფიქრდეთ, ხომ არ გვახასიათებს ასეთი არასასურველი ჩვევები ჩვენც?

კერძოდ, მოსმენა არაეფექტურია, როდესაც:

- **ცდილობთ ერთდროულად რამდენიმე საუბარს მოუსმინოთ** - მაგალითად ელაპარაკებით ოჯახის წევრს და პარალელურად, ცალი ყურით ცდილობთ უსმინოთ ახალ ამბებს ტელევიზორში; ან ლაპარაკობთ ტელეფონით და თან უსმენთ და ესაუბრებით მეგობრებს, რომლებთანაც ერთად იმყოფებით იმ მომენტში;
- **მოგწონთ ან არ მოგწონთ ადამიანი, ვისაც ესაუბრებით**, და ამის გამო უფრო მეტად მის გარეგნობაზე ამახვილებთ ყურადღებას, ვიდრე მის ნათქვამზე; ან იქნებ იმის გამო, რომ ვინმე არ მოგწონთ, იმთავითვე ეწინააღმდეგებით მის ნათქვამს და ცდილობთ დასცინოთ, გააკრიტიკოთ ან შეეკამათოთ;
- **თავს არიდებთ რთულ ან უინტერესო საკითხებს** - მალევე “ეთიშებით” მოსმენის პროცესს, როდესაც არ გესმით ან არ გაინტერესებთ საუბრის თემა. ასეთი ქცევა განსაკუთრებით იოლად შეიძლება გადაგივიდეთ ჩვევაში; უფრო

მეტიც, დროთა განმავლობაში თქვენ შესაძლოა წინასწარ დაასკვნათ, რომ საუბარი სავარაუდოდ მოსაწყენი, უმნიშვნელო ან უინტერესოა და არც სცადოთ მოსმენა;

- **გესმით ის, რისი მოსმენის მოლოდინიც გქონდათ,** და არა ის, რაც რეალურად ითქვა. ადამიანებს გვჩვევია ამგვარი ილუზიები და ხშირად გვგონია, რომ მოსაუბრემ მართლაც თქვა ის, რისი მოსმენაც გვინდოდა მისგან. მეტიც, ხშირად ვუსმენთ საუბრის მხოლოდ იმ ნაწილს, რომელიც შესაბამისობაშია ჩვენს აღქმასა და წარმოდგენებთან და იმთავითვე უკუვაგდებთ / უგულებელვყოფთ იმას, რომელიც მათ ეწინააღმდეგება;
- **არ ცდილობთ საუბარზე ფოკუსირებას და იოლად გეფანტებათ ყურადღება სხვა რაღაცებზე** - ათამამებთ ხელში საწერ კალამს, ხატავთ, იყურებით ფანჯარაში და ა.შ.;
- **ცუდად გრძნობთ თავს,** დაღლილი ხართ, გმიათ, გწყურიათ, ან ტუალეტში გასვლა გეჩქარებათ;
- **უსმენთ, მაგრამ არ იზიარებთ** - გესმით, რაზეც საუბრობს ადამიანი, მაგრამ არ ცდილობთ გაუგოთ მას და შეხვიდეთ მის მდგომარეობაში;
- **ხართ ტენდენციური ან მიკერძოებული** რასის, სქესის, ასაკის, რელიგიის, აქცენტის ან წარსული გამოცდილების გამო;
- **წინასწარ არსებული განწყობები ან ვარაუდები** ხელს გიშლიან მოსმენილი იდეებს და მოსაზრებების აღქმაში; ეფექტური მოსმენა არ ნიშნავს, რომ აუცილებლად უნდა დაეთანხმოთ ადამიანს, ის ნიშნავს, რომ უნდა უსმინოთ და ეცადოთ გაუგოთ მას;
- **ცდილობთ განსაჯოთ / შეაფასოთ პიროვნება,** მაგალითად, ფიქრობთ, რომ ეს ადამიანი არც ისე ჭკვიანია, ან აკლია კომპეტენცია და რა აზრი აქვს მის მოსმენას;
- **გაწუხებთ საკუთარი ფიქრები,** და ამის გამო ვერ უსმენთ სხვებს (განსაკუთრებით, თუ რაღაცაზე დელავთ ან ნერვიულობთ);
- **“იკეტებით” საკუთარ მხედველობებსა და ფასეულობებში,** რადგან მხოლოდ ისინი მიგაჩნიათ ერთადერთ ჭეშმარიტებად; ასეთ დროს ძალიან გაგიჭირდებათ მოუსმინოთ მოსაზრებებს, რომლებიც თქვენსას ეწინააღმდეგება.

აქვე კიდევ ერთხელ ვახსენოთ არაეფექტური მოსმენის რამდენიმე ძირითადი არავერბალური ნიშანიც:

- **მხედველობითი კონტაქტის ნაკლებობა:** საუბარში აქტიურად ჩართული მსმენელი პერიოდულად უყურებს მოსაუბრეს თვალებში; თუმცა, უნდა გავითვალისწინოთ, რომ მხედველობითი კონტაქტის ნაკლებობა შესაძლოა მეტყველებდეს მსმენელის სიმორცხვეზეც;

- **შეუსაბამო პოზა:** მხრებში მოხრა, საზურგეზე ან პირიქით, მაგიდაზე გადაწოლა, სკამზე ტრიალი ან ქანაობა, პოზის ხშირი შეცვლა;
- **უყურადღებობის ნიშნები** - ცემუტვა, რაღაცების ხატვა, საათზე ხშირი ყურება, მთქნარება;
- **შეუსაბამო მიმიკა და ჟესტები:** დაინტერესებული მსმენელი თავის დახრით ან ღიმილით ატყობინებს მოსაუბრეს, რომ ყურადღებით უსმენს და ამით თითქოს წაახალისებს მას გააგრძელოს საუბარი; ასეთი ნიშნების ნაკლებობა, მაშასადამე, საწინააღმდეგოზე მეტყველებს.

და კიდევ:

- **საუბრის თემის უცარი შეცვლა:** როდესაც ადამიანს არ აინტერესებს მოსმენა, მას პერიოდულად ახსენდება რაღაც, რაც საერთოდ არაა კავშირში საუბრის თემასთან, აწყვეტინებს ლაპარაკს და ცდილობს შეცვალოს საუბარი მისთვის სასურველი მიმართულებით;
- **შერჩევითი მოსმენა:** როდესაც შუა საუბარში მსმენელი ფიქრობს, რომ არსებითი მომენტები უკვე მოისმინა, ან უკვე მიხვდა, რისი თქმა უნდოდა ადამიანს, წყვეტს მოსმენას და სხვა რამეზე იწყებს ფიქრს;
- **ფიქრებში წასვლა:** როდესაც მსმენელი ისმენს რაღაცას, რაც იწვევს მასში საუბრის თემასთან დაუკავშირებელი ფიქრების ასოციაციურ ჯაჭვს; მსმენელი მიყვება ამ ასოციაციებს და საუბრისგან დისტანცირებას ახდენს;
- **რჩევის მიცემა:** როდესაც მსმენელი ნაადრევად იჭრება საუბარში და იწყებს რჩევა-დარიგების მიცემას ისე, რომ წესიერად არცაა გარკვეული პრობლემის არსში.

აღბათ ყველას გვახსენდება ზემოხსენებული სიტუაციების მაგალითები საკუთარი გამოცდილებიდან და ყველამ კარგად ვიცით, როგორი წყენა და გაღიზიანება უჩნდება ადამიანს, როდესაც ამჩნევს, რომ მას არ უსმენენ.

რას ნიშნავს იყო კარგი მსმენელი?

ეფექტური მოსმენა, ან როგორც მას ხშირად მოიხსენიებენ - აქტიური მოსმენა ნიშნავს სრულად, მიზანმიმართულად კონცენტრირებას იმაზე, თუ რის თქმას, რა აზრის გადმოცემას ცდილობს ადამიანი, და არა მის მიერ წარმოთქმული ცალკეული სიტყვების მნიშვნელობაზე. პიტერ დრუკერი, მართვის საკითხებში ცნობილი კონსულტანტი და ავტორი, ამბობს რომ “კომუნიკაციაში უმნიშვნელოვანესია გაიგო ის, რაც არ თქმულა”.

მას, ვინც **უსმენს, რათა გაიგოს**, უკეთესი ურთიერთობები აქვს გარემომყოფებთან. ყველას გვსიამოვნებს ურთიერთობა და თანამშრომლობა ისეთ ადამიანებთან, რომლებიც ყურადღებით გვისმენენ. საქმიან გარემოში აქტიური მოსმენა განსაზღვრავს ორგანიზაციის ეფექტიანობას და ნაყოფიერებას. ხელმძღვანელი, რომელიც ვერ ახერხებს თანამშრომლების მოსმენას, ადრე თუ გვიან დაკარგავს მათ.

ადამიანი, რომელსაც არ უსმენენ, ფიქრობს, რომ არაფერს ნიშნავს ორგანიზაციისთვის და ეცდება წავიდეს იქ, სადაც მეტად დააფასებენ. და პირიქით, ორგანიზაციის ხელმძღვანელობა მოიპოვებს თანამშრომლების ლოიალობას, თუკი მისცემს მათ საშუალებას ღიად გამოხატონ თავიანთი მოსაზრებები. გარდა ამისა, თანამშრომლები, რომლებსაც უსმენენ, უფრო ენერგიულები, მოტივირებულები და საქმეზე ფოკუსირებულები არიან.

მოსმენის უნარ-ჩვევების გაუმჯობესება სავსებით შესაძლებელია. საჭიროა გაცნობიერებულად, მიზანმიმართულად შეეცადოთ გაიგოთ არა მხოლოდ მოსაუბრის სიტყვები, არამედ მისი ნათქვამის მთლიანი შინაარსი, “გზავნილი”. უსმინოთ აქტიურად ნიშნავს უსმინოთ გულდასმით, ჩართულად, მოახდინოთ კონცენტრირება მოსაუბრეზე, არ გადაიტანოთ ყურადღება სხვადასხვა ხელისშემშლელ ფაქტორებზე, არ ეცადოთ კონტრარგუმენტების მოფიქრებას მანამ, სანამ ადამიანი აგრძელებს საუბარს.

იმისთვის, რომ კარგად გააცნობიეროთ, რამდენად მნიშვნელოვანია აქტიური მოსმენა, გაიხსენეთ სიტუაცია, როდესაც ელაპარაკებოდით ვინმეს და გრძნობდით, რომ ის არ გისმენდათ, ან გისმენდათ „ცალი ყურით“. ასეთ დროს ვერ იქნებით დარწმუნებული, რომ თქვენმა მოსაუბრემ გაიგო რისი თქმა გინდოდათ, შესაძლოა საერთოდ გაგიქრეთ კიდეც მასთან საუბრის სურვილი.

მარც ტვენი ამბობდა, საუბარი რომ უფრო საჭირო ყოფილიყო, ვიდრე მოსმენა, ერთი ყური და ორი ენა გვექნებოდაო. როდესაც ვიდაც საუბრობს - მოუსმინეთ, ნუ გააწყვეტინებთ, მის პარალელურად ნუ ისაუბრებთ და მის ნაცვლად წინადადებებს ნუ დაასრულებთ. ჩუმად იყავით, უსმინეთ. როდესაც მეორე ადამიანი დაასრულებს საუბარს, შეგიძლიათ გადაამოწმოთ, თუ რამდენად სწორად გაიგეთ მისი ნათქვამი.

იმისთვის, რომ კარგი მსმენელი გახდეთ, გაითვალისწინეთ შემდეგი რეკომენდაციები:

1. უსმინეთ ყურადღებით, ეცადეთ გაიგოთ ნათქვამის ღედააზრი. ამისთვის:

- უყურეთ მოსაუბრეს; მოახდინეთ ფოკუსირება შინაარსზე, ნუ აჰყვებით ხელისშემშლელ ფიქრებს; „უსმინეთ“ მოსაუბრის სხეულის ენას;
- არ გადაიტანოთ ყურადღება ხელისშემშლელ გარემო ფაქტორებზე (ვიდაცის საუბარი, ხმაური ქუჩიდან და ა.შ.);
- სანამ ადამიანი საუბრობს, თავი შეიკავეთ და ნუ დაიწყებთ გონებაში კონტრარგუმენტების მოფიქრებას; ყურადღებით მოუსმინეთ ბოლომდე და ისე გამოიტანეთ დასკვნები.

2. აჩვენეთ ადამიანს, რომ უსმენთ. ამისთვის:

- პერიოდულად დაუკარით თავი; გაუღიმეთ, მიიღეთ საუბრის შინაარსის შესატყვისი გამომეტყველება;
- დარწმუნდით, რომ თქვენი სხეულის პოზა გამოხატავს ინტერესს;

- თავი აარიდეთ ხატვას, ფანჯარაში ყურებას, ქაღალდების მოწესრიგებას და ა.შ. - ასეთი ქცევა ატყობინებს მოსაუბრეს, რომ მისი საუბარი თქვენთვის მოსაწყენი და უინტერესოა;
 - წაახალისეთ მოსაუბრე მოკლე სიტყვიერი შენიშვნებით („აჰა“, „გასაგებია“, „დიახ“ და ა.შ.);
3. **მიაწოდეთ უკუკავშირი.** ჩვენს ე.წ. პიროვნულ ფილტრებს -- ვარაუდებს, შეხედულებებს, შეფასებებს შეუძლია მოსმენილის შინაარსის დამახინჯება. იმისთვის, რომ კორექტულად გავიგოთ ნათქვამის შინაარსი, შესაძლოა დაგვჭირდეს მოსმენილის გააზრება / გადამოწმება და დამაზუსტებელი შეკითხვების დასმა.
- გადაამოწმეთ ნათქვამი **პარაფრაზირების** (მოსმენილი შინაარსის თქვენი სიტყვებით შეჯამების) მეშვეობით. პარაფრაზირება შეგიძლიათ დაიწყოთ შემდეგნაირად: „როგორც მესმის, თქვენ თქვით, რომ....“; „თუ სწორად გავიგე, თქვენ ამბობთ, რომ....“
 - გაარკვიეთ საეჭვო მომენტები **დამაზუსტებელი შეკითხვების** მეშვეობით. „რას გულისხმობთ, როდესაც ამბობთ, რომ....?“ „სწორად გავიგე, რომ....?“
4. **იქონიეთ მოთმინება; შეიკავეთ თავი ნაადრევი განსჯისგან და შეფასებისგან.** ნუ გააწყვეტინებთ ადამიანს საუბარს, ამით თქვენ გააღიზიანებთ მოსაუბრეს და ვერ გაიაზრებთ სრულად მის სათქმელს.
- ზოგჯერ ადამიანს საკმაოდ დრო სჭირდება აზრის ფორმულირებისთვის, ამიტომ პაუზის შემთხვევაშიც კი ნუ დაასრულებთ წინადადებას მის ნაცვლად;
 - აცალეთ ადამიანს ბოლომდე დაასრულოს სათქმელი და მხოლოდ ამის შემდეგ დაიწყეთ შეკითხვების დასმა და კონტრარგუმენტების მოყვანა.
5. **ეცადეთ შეინარჩუნოთ მიუკერძოებლობა.** ნუ გაღიზიანდებით და ნუ მისცემთ საშუალებას, რომ ადამიანის მანერებმა ან ჩვევებმა გადაიტანონ თქვენი ყურადღება მისი სათქმელიდან. ყველას საუბრის თავისებური მანერა აქვს -- ზოგი უფრო ნერვიულია, ზოგიც მორცხვი, ზოგს კუთხური აქცენტი აქვს ან ზედმეტად ამოძრავებს ხელებს. ზოგი ადამიანი საუბრისას ბოლთას სცემს, სხვები კი პირიქით, უმოძრაოდ დგანან. ეცადეთ მოახდინოთ ფოკუსირება ნათქვამზე და არა საუბრის მანერაზე.
6. **უპასუხეთ სათანადოდ.** აქტიური მოსმენის მთავარი მიზანია პატივისცემის და ურთიერთგაგების ხელშეწყობა, ინფორმაციის და სხვადასხვა თვალსაზრისის გაგება. როდესაც თქვენი საუბრის ჯერი დადგება,
- უპასუხეთ ღიად და გულწრფელად;
 - თქვენი მოსაზრება მოსაუბრისადმი პატივისცემით გამოხატეთ.

დასვით შეკითხვები

ინფორმაციის შეგროვება - ადამიანის ერთ-ერთი ძირითადი საქმიანობაა. ინფორმაცია გვჭირდება იმისთვის, რომ რაღაც ახალი გავიგოთ და ვისწავლოთ, მოვაგვაროთ პრობლემები, მივიღოთ გადაწყვეტილებები, გავუგოთ ერთმანეთს. ნურასდროს მოგერიდებათ შეკითხვის დასმა - ეს ინფორმაციის შეგროვების უმძლავრესი ინსტრუმენტი, და წარმატებული ზეპირი თუ წერიტი კომუნიკაციის ფუნდამენტურ წინაპირობას წარმოადგენს.

რისთვისაა საჭირო შეკითხვის დასმა? შეკითხვები გვეხმარება:

- პირველ რიგში, **ინფორმაციის მიღებაში**. მაგალითად: “რომელ საათზე გეცდება, რომ შევხვდეთ?”
- **საუბრის მართვაში**. ის, ვინც სვამს შეკითხვებს - თავად აკონტროლებს საუბარს. ე.წ. „ასერტიული“ ადამიანები (იხილეთ ქვეთავი “ასერტიულობა”) ხშირად შეკითხვების მეშვეობით აკონტროლებენ საუბარს, რათა მოიპოვონ მათთვის საჭირო ინფორმაცია;
- **მოსმენილის დაზუსტებაში**. რაც ნაკლებია გაუგებრობა -- მით უფექტურია კომუნიკაცია;
- ადამიანის გრძნობის, მოსაზრებების, იდეების და განწყობების **გარკვევაში**, და მათი პრობლემის **დადგენაში**;
- **საკუთარი ცოდნის შემოწმებაში** - ტესტების, საგამოცდო სიტუაციების, ვიქტორინების საშუალებით;
- **ფიქრის, მსჯელობის წახალისებაში, საკითხის გააზრებაში** - სწორად ფორმულირებული შეკითხვა აიძულებს ადამიანს დაინახოს სხვა პერსპექტივა, ახლებურად შეხედოს მსჯელობის საგანს;
- **ჯგუფის მუშაობის მართვაში** - შეკითხვებით შევძლებთ ჯგუფის ყველა წევრის დისკუსიაში ჩართვას, საკითხის უფრო დეტალურად განხილვას, ჯგუფის ყურადღების გამახვილებას.

შეკითხვის ტიპები

ნებისმიერ შეკითხვას აქვს შინაარსი (ანუ ის საკითხი, ან თემა, რასაც უშუალოდ ეხება) და ფორმა. შეკითხვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ფორმები შემდეგია:

დახურული და ღია შეკითხვები: ტრადიციულად, დახურულ შეკითხვად ითვლებოდა ისეთი შეკითხვა, რომელიც მოითხოვს პასუხის “დიახ” ან “არა”. დღესდღეობით დახურულად თვლიან აგრეთვე, შეკითხვებს, რომლებიც მოკლე, კონკრეტულ პასუხს მოითხოვს, ან შეკითხვებს, რომლებსაც თან ახლავს პასუხის რამდენიმე ვარიანტი - მაგალითად, რაიმე კითხვარში ან ტესტში. ღია შეკითხვა, ჩვეულებრივ, იწყება კითხვითი სიტყვებით: როგორ? რატომ? რა? როდის? სად? სხვაგვარად რომ ვთქვათ, რაც უფრო მეტად განსაზღვრავს შეკითხვა პასუხის მიმართულებას, მით უფრო

დახურულია ის, და პირიქით: რაც უფრო ფართოა პასუხის გაცემის შესაძლებლობა - მით უფრო ღიაა შეკითხვა.

დახურული შეკითხვის უპირატესობა ისაა, რომ:

- ადამიანები მას უფრო მარტივად და სწრაფად უპასუხებენ;
- წერილობითი შეკითხვის შემთხვევაში (მაგალითად, ანკეტაში, კითხვარში ან ტესტში), შესაძლო პასუხის ვარიანტები ეხმარება ადამიანს უკეთ გაიგოს შეკითხვის შინაარსი;
- შეუსაბამო ან ბუნდოვანი პასუხების ალბათობა ნაკლებია;
- ნაკლებად წიგნიერი ან მჭევრმეტყველი ადამიანი არ იგრძნობს უხერხულობას;
- მგრძნობიარე / წინააღმდეგობრივი თემის შემთხვევაში, ადამიანები უფრო მეტი ალბათობით პასუხს სწორედ რომ დახურული ტიპის შეკითხვას გასცემენ.

რა თქმა უნდა, დახურულ შეკითხვებს, განსაკუთრებით როდესაც ისინი წერილობითაა დასმული (ტესტები, კითხვარები, ანკეტები) ნაკლოვანებებიც გააჩნია, მაგალითად:

- ადამიანმა შესაძლოა არასწორად გაიგოს შეკითხვა, და ეს ვერავინ შეამჩნიოს;
- დახურული შეკითხვა უბიძგებს ადამიანს გასცეს ზედმეტად გამარტივებული პასუხი რთულ, კომპლექსურ კითხვებს;
- შეკითხვაზე მოცემული რამდენიმე სავარაუდო არჩევანის შემთხვევაში, ადამიანს შესაძლოა მოუწიოს ისეთი პასუხის არჩევა, რომელსაც სხვა შემთხვევაში არ აირჩევდა;
- და ა.შ.

ღია შეკითხვის უპირატესობა იმაშია, რომ:

- ის არ ზღუდავს შესაძლო პასუხების რაოდენობას;
- აძლევს საშუალებას რესპონდენტს³ გასცეს დეტალური პასუხი და დამატებით განმარტოს იგი საჭიროების შემთხვევაში;
- შესაძლოა მიგვიყვანოს მოულოდნელ დასკვნებამდე;
- იძლევა საშუალებას ადეკვატურად გაეცეს პასუხი რთულ (კომპლექსურ) საკითხებს;
- წაახალისებს უფრო შემოქმედებით და შინაარსით გამდიდრებულ პასუხს;
- კარგად წარმოაჩენს რესპონდენტის ლოგიკას, აზროვნების პროცესს და ღირებულებებს;
- რესპონდენტი უფრო კომფორტულად გრძნობს თავს, რადგან ღია შეკითხვის შემთხვევაში, სწორი ან არასწორი პასუხი, როგორც წესი, არ არსებობს.

³ რესპონდენტი - ამ შემთხვევაში ადამიანი, რომელიც პასუხს სცემს შეკითხვას, ან ავსებს კითხვარს / ანკეტას

ღია შეკითხვის ნაკლოვანება კი ისაა, რომ:

- ასეთ კითხვაზე პასუხი შესაძლოა ბევრ, ერთმანეთთან დაუკავშირებელ ინფორმაციას, ან უმნიშვნელო დეტალს შეიცავდეს;
- სხვადასხვა ადამიანების მიერ გაცემული პასუხების შედარება და სტატისტიკური ანალიზი რთულია;
- ღია შეკითხვაზე პასუხისას მჭევრმეტყველი და განათლებული ადამიანები უფრო მომგებიან პოზიციაში არიან;
- ზოგიერთი რესპონდენტისთვის ღია შეკითხვა ზედმეტად ზოგადი და დამაბნეველია;
- ღია შეკითხვაზე პასუხი მოითხოვს უფრო მეტ დროს, დაფიქრებას და ძალისხმევას.

ალტერნატიული შეკითხვა: ასეთ შეკითხვაში ასარჩევად არის შეთავაზებული ორი ან მეტი ალტერნატივა (ანუ პასუხის რამდენიმე ვარიანტი), მაგალითად: “ხვალ რომელ საათზე გირჩევნიათ შეხვედრა: 10:00-ზე, 14:00-ზე თუ 16:00-ზე?”

რიტორიკული შეკითხვა: მეტყველების ფიგურაა, რომელიც გამოიყენება, რათა ხაზი გაუსვას რაიმე იდეას ან მტკიცებულებას, დაარწმუნოს მსმენელი, მოახდინოს მასზე გავლენა ან მოუწოდოს მას ფიქრისა და ანალიზისკენ. არსებითად, ეს არის შეკითხვა, რომელსაც სვამენ არა პასუხის მიღების, არამედ ეფექტის მოხდენის მიზნით. რიტორიკული შეკითხვის დასმისას ადამიანმა ან უკვე იცის პასუხი, ან საერთოდ არ საჭიროებს მას. მაგალითად: “დღეს კარგი ამინდია, არა?”, “იმედია, ამას ხუმრობით ამბობ?”, “გვეშველება რამე?”, “როდემდე უნდა გაგრძელდეს ეს განუკითხაობა?” და ა.შ. რიტორიკული შეკითხვა - პირობითი შეკითხვაა და იოლად გარდაიქმნება ჩვეულებრივ წინადადებად.

შთამაგონებელი (სუგესტიური) შეკითხვა: ისეა ფორმულირებული, რომ შეიცავს გარკვეულ პასუხს და უბიძგებს რესპონდენტს გასცეს სწორედ ის პასუხი, რომლის მიღებაც სურს შეკითხვის ავტორს. მაგალითად:

“წინა უფროსთან გქონდათ რაიმე პრობლემები?”

ასეთი შეკითხვა უბიძგებს ადამიანს კითხვის ქვეშ დააყენოს ურთიერთობა უფროსთან, რადგან შეიცავს წინასწარ ვარაუდს, რომ ურთიერთობაში არსებობს პრობლემები.

იგივე შეკითხვა შესაძლებელია დაისვას წინასწარი შეფასების / განსჯის გარეშე, მაგალითად:

“მომიყვით, როგორი ურთიერთობა გქონდათ წინა უფროსთან?”

ასეთი ფორმულირება აღარ შეიცავს იმის ვარაუდს, რომ ადამიანს ჰქონდა პრობლემური ურთიერთობა უფროსთან.

ზოგადად, მთამაგონებელი შეკითხვის დასმა არაა სასურველი, რადგან მისი მეშვეობით მცდარი, დამახინჯებული, ან არასრული ინფორმაცია მიიღება. მიუხედავად ამისა, ჟურნალისტები მას ხშირად იყენებენ, რათა ინტერვიუ მათთვის სასურველი მიმართულებით წაიყვანონ.

მაგალითად:

“როგორ ფიქრობთ, რამდენით გაიზრდება საწვავის ფასი შემდეგ თვეში?” ასეთი შეკითხვა წინასწარ ვარაუდობს, რომ ფასები აუცილებლად გაიზრდება, საკითხავია მხოლოდ, თუ რამდენით. იგივე შეკითხვის დასმა სხვაგვარადაც შეიძლება: **“როგორ ფიქრობთ, გაგრძელდება თუ არა საწვავზე ფასების ზრდა შემდეგ თვეში?”** მიუხედავად იმისა, რომ ასე ჩამოყალიბებული კითხვა ნაკლებადაა სუბიექტური, ის მაინც უბიძგებს ადამიანს პირველ რიგში ფასების ზრდის მიმართულებით იფიქროს; ამ კითხვაზე უარყოფითი პასუხი შესაძლოა ნიშნავდეს, რომ ფასები შენარჩუნდება, ხოლო რაც შეეხება საწვავის ფასის კლების შესაძლებლობას - შეკითხვის ფორმიდან გამომდინარე, პასუხის ეს ვარიანტი ნაკლებ სავარაუდო ხდება.

ასერტიული ჟეზო და “მე”- შეთხოვნების ძალა

ნებისმიერ სიტუაციაში, ადამიანს ქცევის რამდენიმე არჩევანი გააჩნია: აგრესიული, პასიური, პასიურ-აგრესიული და ე.წ. ასერტიული. ამ ოთხი ტიპის ქცევას შორის განსხვავების გაცნობიერება, ადამიანებთან ურთიერთმომგებიანი და კონსტრუქციული ურთიერთობების დამყარებისთვის საუკეთესო წინაპირობაა.

აგრესიულ ქცევას ახასიათებს საკუთარი გრძნობების, მოსაზრებებისა და საჭიროებების სხვების ხარჯზე გამოხატვა. აგრესიული ადამიანები იცავენ საკუთარ უფლებებს, რაც თავისთავად კარგია, მაგრამ ამავდროულად ისინი არაფრად აგდებენ სხვათა უფლებებს, რაც ძალიან სამწუხაროა. აგრესიული ადამიანები ხშირად “იმარჯვებენ ბრძოლაში, მაგრამ აგებენ ომს”, რადგან თავდაცვითი და მტრული დამოკიდებულებით გარშემომყოფ ადამიანებში უსიამოვნო გრძნობას და ანტიპათიას აღძრავენ და საბოლოო ჯამში (გრძელვადიან პერსპექტივაში) მარცხდებიან.

ჩვენ ხშირად ვაიგივებთ სიბრაზეს და აგრესიას, თუმცა სიბრაზე - ემოციაა, ნეგატიური გუნება-განწყობილება, მაშინ როდესაც აგრესია - ქცევაა, რომლის მთავარი მიზანაც ზიანის მიყენებაა. აგრესია შესაძლოა სიბრაზის გარეშეც გაჩნდეს - მაგალითად, ცუდი დამოკიდებულების ან მავნე ჩვევების შედეგად; პიროვნულ ურთიერთობებში ის ყოველთვის საზიანოა და არაფრის მომტანი.

პასიურ ქცევაზე ვსაუბრობთ, როდესაც ადამიანი არ გამოხატავს გრძნობებს, მოსაზრებებს და საჭიროებებს, არ იცავს საკუთარ უფლებებს და ხშირად სხვებსაც

აძლევს მათი შელახვის საშუალებას. ჩვეულებრივ, ეს იმიტომ ხდება, რომ ადამიანი არაა დარწმუნებული საკუთარ თავში. მიუხედავად იმისა, რომ ასეთი ქცევა ყველაზე მარტივი არჩევანია, ის არაეფექტურია როგორც მიზნების მიღწევის, ისე პიროვნების თვითშეფასების თვალსაზრისით. პასიური ადამიანები ერიდებიან გადაწყვეტილების მიღებას და სხვის გადაწყვეტილებებს ემორჩილებიან, რაც საბოლოო ჯამში მათ იმედგაცრუებას და საკუთარ თავზე გაბრაზებასაც იწვევს. როდესაც გაწუხებით რაიმე პრობლემა და ამ პრობლემის შესახებ მეგობართან ან კოლეგასთან საუბრობთ, და არა უშუალოდ იმ პირთან (ან პირებთან), ვინც ეს პრობლემა შეგიქმნათ - თქვენ პასიურ ქცევას მიმართავთ.

პასიურ-აგრესიული ქცევა სხვადასხვა ფორმით ვლინდება, თუმცა უფრო ხშირად მას აღწერენ როგორც ნეგატიურ ქმედებებში გამოხატულ არავერბალურ აგრესიას. პასიურ-აგრესიული ქცევის დროს ადამიანი თითქოს ჩვეულებრივად გამოიყურება, თუმცა მისი ქცევა სულ სხვა რამეზე მეტყველებს; მის სიტყვებსა და საქციელს შორის შეუსაბამობაა. იმის ნაცვლად რომ პირდაპირ განაცხადოს უკმაყოფილების შესახებ, პასიურ-აგრესიულ ადამიანს ურჩევნია ის ირიბად გამოხატოს. ის არ გეტყვით, რომ გაბრაზებულია თქვენზე და არ აგიხსნით რატომ; ის შეეცდება ისე მოიქცეს, რომ თქვენ შეწუხდეთ, დაიძაბოთ, იგრძნოთ უხერხულობა ან იმედგაცრუება. თავისთავად, ასეთი ქცევის ცალკეული ელემენტები თითქოს უწყინარია, მაგრამ ერთიანობაში პასიურ-აგრესიული ქცევა საკმაოდ შემაწუხებელი და უსიამოვნოა იმ ადამიანისთვის, ვისზეცაა მიმართული.

ზოგი შეცდომით ფიქრობს, რომ **ასერტიული ქცევა** აგრესიული ქცევის სინონიმია, თუმცა ისინი მნიშვნელოვნად განსხვავდებიან ერთმანეთისგან. ორივე შემთხვევაში ადამიანი მკაფიოდ აყალიბებს მის საჭიროებას და იცავს საკუთარ თვალსაზრისს, მაგრამ ასერტიული ქცევის დროს ამის კომუნიკაცია პრინციპულად განსხვავებულია: თუკი აგრესიული ადამიანები მხოლოდ საკუთარ ინტერესებზე ზრუნავენ, ასერტიული ადამიანები სხვის ინტერესებსაც სცემენ პატივს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ასერტიული ქცევა ნიშნავს გამოხატო საკუთარი გრძნობები, საჭიროებები, მოსაზრებები და უფლებები ისე, რომ არ გაანაწყენო სხვები და / ან არ შელახო მათი უფლებები.

ასერტიულობა არის უნარი, რომელიც შეიძლება შეიძინო ან გაივარჯიშო; ასერტიულობა არაა პიროვნული მახასიათებელი და ამდენად გამორიცხულია, რომ ზოგს თანდაყოლილად ჰქონდეს და ზოგს კი - არა. ისევე, როგორც აგრესია და პასიურობა, ასერტიულობაც წარმოადგენს სოციალურ ქცევას, რომელიც სწავლებადია.

ასერტიულობის უნარის ფლობა არ ნიშნავს, რომ ადამიანი ყოველთვის ასერტიულად უნდა იქცეოდეს; უბრალოდ, არსებობს გარკვეული სიტუაციები, სადაც ასერტიული პასუხი ან ქცევა უფრო ეფექტურია, ვიდრე აგრესიული, პასიური, ან პასიურ-აგრესიული.

განვიხილოთ სიტუაცია და შესაბამისი საპასუხო ქცევის ვარიანტები:

წარმოიდგინეთ, რომ წერთ მნიშვნელოვან ანგარიშს, რომელიც დღის ბოლოსთვის უნდა გაუგზავნოთ ხელმძღვანელს. ამ დროს მოდის თქვენი კოლეგა და გთხოვთ უთარგმნოთ პატარა ტექსტი ფრანგულ ენაზე, რომელსაც მხოლოდ თქვენ ფლობთ ოფისში.

პასიური ქცევა:

აღბათ თქვენთვის გაიფიქრებთ, რა დროს ეს იყო, თუმცა კოლეგას არაფერს ეტყვი, გადადებთ გვერდზე ანგარიშს და უთარგმნით ტექსტს.

პასიურ-აგრესიული ქცევა:

წაეწუნებით კოლეგას, რომ არ გცალიათ, ძალიან მნიშვნელოვან საქმეს აკეთებთ, მაგრამ მაინც დაანებებთ ანგარიშის წერას თავს და უთარგმნით ტექსტს.

აგრესიული ქცევა:

“არ მცალია” - ეტყვი კოლეგას და გააგრძელებთ წერას.

ასერტიული ქცევა:

კოლეგას ეუბნებით: “სამწუხაროდ ახლა არ შემიძლია, ძალიან სასწრაფო და მნიშვნელოვან დოკუმენტზე ვმუშაობ; ამას რომ მოვრჩები - სიამოვნებით გითარგმნი”.

ასერტიული ქცევის ერთ-ერთი მძლავრი ინსტრუმენტია ე.წ. „მე“-შეტყობინება. დავუშვათ, ვიღაცის ქცევა გვიქმნის პრობლემას. როგორ შევაცვლევიანოთ ადამიანს ქცევა ისე, რომ ამით არ განაწყენდეს და არ დარჩეს შეურაცხყოფილი? ასეთ შემთხვევებში ბევრს ურჩევნია მოითმინოს და გაჩუმდეს, რადგან ეშინია აწყენინოს ადამიანს და გაიფუჭოს მასთან ურთიერთობა. ეს შიში არც თუ უსაფუძვლოა: არავის სიამოვნებს გაიგოს, რომ მისი ქცევა მიუღებელია სხვებისთვის; ასეთ ბრალდებაზე ადამიანები ხშირად საკმაოდ მკვეთრ ნეგატიურ რეაქციას გამოხატავენ, რომელიც შესაძლოა შემდგომ შელაპარაკებასა და დაპირისპირებაში გადაიზარდოს. როდესაც ადამიანი, რომელიც გვიქმნის პრობლემას, ჩვენი ხელმძღვანელი ან უფროსი კოლეგაა - სიტუაცია კიდევ უფრო რთულდება.

აღბათ, იცნობთ ადამიანებს, რომლებიც ნებისმიერ ფასად გაურბიან დაპირისპირებას. გასაგებია, რომ ასეთი დამოკიდებულებით მათი პრობლემა ვერ გვარდება, ამიტომ ისინი ან ჩუმად იტანენ მათთვის არაკომფორტულ სიტუაციას, ან განიცდიან ძლიერ სიძულვილს იმათ მიმართ, ვის გამოც შეექმნათ პრობლემა. ერთ-ერთი მიზეზი, რის გამოც ადამიანი გაურბის დაპირისპირებას არის ჩვენი სასაუბრო ენა, რომელიც ამგვარ სიტუაციებში, ძირითადად გამაღიზიანებელი, მუქარის

შემცველი, შეფასებითი, ჭკუის დამრიგებლური, სარკასტული ან შეურაცხყოფელია და ა.შ.

განვიხილოთ მაგალითი.

გიორგი, თქვენი კოლეგა, მუდმივად გიგვიანებთ ელექტრონულ წერილებზე პასუხს, ამით ხელს გიშლით მუშაობაში და რისკის ქვეშ აყენებს მიმდინარე პროექტის დროულად დასრულებას. ამგვარ ფაქტს დღესაც ჰქონდა ადგილი და თქვენ გადაწყვიტეთ, უთხრათ გიორგის ამის შესახებ.

რა ტიპური ფრაზებით შეიძლება მიმართოთ ადამიანს ამგვარ სიტუაციაში?

1. “გიორგი, თუ შეიძლება, წერილებს დროულად უპასუხე!” (ბრძანება, დარიგება);
2. “თუ ისევ გააგრძელებ პასუხის დაგვიანებას, ვეცდები შენთან აღარ მქონდეს საქმე” (გაფრთხილება, მუქარა);
3. “გიორგი, ელემენტარული თავაზიანობაა, წაიკითხო მოსული წერილი და დროულად გასცე მას პასუხი” (მორალის კითხვა, ქადაგება);
4. “შენი სამუშაო გავალდებულებს წაიკითხო და დროულად უპასუხო საქმიან წერილებს. კეთილი ინებე და შეასრულე ეს მოვალეობა” (ჭკუის სწავლება, სიტყვით გამოსვლა);
5. “გიორგი, გირჩევ, პირველ რიგში შეამოწმო, უპასუხო და მერე მიხედო სხვა საქმეებს” (რჩევის მიცემა, გადაწყვეტილების შეთავაზება);
6. “გიორგი, ძალიან არაკოლეგიალურად იქცევი, უყურადღებოდ ტოვებ წერილებს, ხან უპასუხებ, ხან - არა” (გაკრიტიკება, შეფასება);
7. “გიორგი, ვიცი, რომ პროფესიონალი ხარ და მნიშვნელოვან საქმეებს აკეთებ, მაგრამ მეც ხომ საქმისათვის მჭირდება ინფორმაცია, რომელსაც გთხოვ” (შექება, პირფერობა);

8. “არ გეკადრებათ წერილის წაკითხვა, თქვენო უდიდებულესობავ?” (დაცინვა);
9. “ვფიქრობ, შენ არასწორად ანაწილებ საშუალო დროს და ვერ საზღვრავ პრიორიტეტებს” (განაღიზება);
10. “რატომ არ სცემ პასუხს ჩემს წერილებს დროულად? გვიან ნახულობ, გავიწყდება, თუ რა ხდება?” (გამოკვლევა, დაკითხვა);
11. “გიორგი, რა ყურადღებიანი და ოპერატიული ხარ, გამოგზავნილი არ მაქვს წერილი, რომ უკვე პასუხს ვიღებ!” (სარკაზმი, ხუმრობა)

ჩამოთვლილ მაგალითებში მოცემული კომუნიკაციის ტექნიკას “შენ”-შეტყობინება ეწოდება, რადგან ასეთი ფრაზებით, ფაქტობრივად, ადამიანს ვატყობინებთ:

- **(შენ)** უნდა შეწყვიტო ამის კეთება;
- **(შენ)** ვალდებული ხარ მოაბა ამას თავი;
- რატომ იქცევი **(შენ)** ასე?
- **(შენგან)** ასეთი დამოკიდებულება მიუღებელია;
- **(შენ)** უფრო სერიოზულად უნდა ეკიდებოდე შენს მოვალეობებს.

როგორც ხედავთ, ასეთ შეტყობინებაში გამოკვეთილია “შენ”-კომპონენტი, რომელიც ადამიანში უარყოფით ემოციას აღძრავს და აიძულებს მას დაიკავოს თავდაცვითი პოზიცია, რითაც შემდგომი დიალოგის და შესაბამისად პრობლემის მოგვარების (ადამიანის ქცევის შეცვლის) შესაძლებლობა სრულიად იბლოკება.

“შენ”-შეტყობინებისგან განსხვავებით, “მე”-შეტყობინება გაცილებით უფრო ეფექტური საკომუნიკაციო ინსტრუმენტია, რადგან ამცირებს ამგვარი თავდაცვითი პოზიციის დაკავების ალბათობას. შეტყობინების ავტორი აღარ აღიქმება თავდამსხმელად, ის უბრალოდ ღიად და გულწრფელად გვატყობინებს საკუთარ გრძნობებს. როდესაც ადამიანს ეუბნებით, რომ მისმა ქმედებამ პრობლემა შეგიქმნათ და აგაღელვათ, უმეტესობა ბუნებრივად იგრძნობს პასუხისმგებლობას საკუთარ საქციელზე და უფრო მეტად დაფიქრდება ქცევის შეცვლის თაობაზე.

მაგალითად, წარმოიდგინეთ, რომ ორგანიზაციის ხელმძღვანელი სთხოვს თანამშრომელს (ნონას) განსაზღვრულ ვადაში დაასრულოს საპროექტო ანგარიში. ნონამ იცის ამ დროითი ჩარჩოს შესახებ და შეუძლია ანგარიშის

დროულად დასრულება, თუმცა გადაწყვეტს რომ ამის ნაცვლად სხვა საქმით დაკავდეს, რის გამოც ანგარიში დაუსრულებელი რჩება. ორგანიზაციის ხელმძღვანელს შეუძლია მიმართოს ნონას შემდეგნაირად:

1. ნონა, რატომ არ გააკეთე ის, რაც გთხოვე? უმარტივესი დავალება მოგეცი და მასაც ვერ მოახბი თავი. რა გჭირს? (“შენ”-შეტყობინება); ან
2. ნონა, მართლა საჩქაროდ მჭირდებოდა ამ ანგარიშის მიღება და დღის ბოლომდე დონორთან გადაგზავნა. ძალიან იმედგაცრუებული ვარ, რომ ვერ მოხერხდა ამის გაკეთება (“მე”-შეტყობინება).

ორივე პასუხი ნათლად გადმოსცემს ხელმძღვანელის უკმაყოფილებას, თუმცა პირველი პასუხი პირდაპირ ადანაშაულებს ნონას, რის გამოც ის გადავა თავდაცვაზე და სავარაუდოდ დაიწყებს თავის მართლებას, მიზეზების ძებნას და მომხდარის სხვებზე გადაბრალებას. მეორე ტიპის პასუხი - “მე”-შეტყობინება, არ ადანაშაულებს და არ აკრიტიკებს ნონას, ის უბრალოდ მიუთითებს, რას გრძნობს ხელმძღვანელი და რა შედეგები მოყვა ნონას საქციელს. სწორედ ამაშია “მე”-შეტყობინების ძალა -ის გულისხმობს: „მე ადამიანი ვარ და ისევე, როგორც ყველა ადამიანს, მაქვს პრობლემები და გრძნობები“. გარკვეული აზრით “მე”-შეტყობინება არის თხოვნა დახმარების შესახებ, რომლითაც მიმართავთ სწორედ იმ პიროვნებას, ვინც გიქმნით პრობლემას.

კარგი “მე”-შეტყობინება უნდა შეიცავდეს 3 ელემენტს: 1) იმ ქცევის მოკლე აღწერას, რომელიც თქვენთვის მიუღებელია ან გიშლით ხელს; 2) თქვენს გულწრფელ გრძნობას, რომელსაც აღძრავს ასეთი ქცევა, და 3) იმ კონკრეტულ გავლენას / ეფექტს, რომელსაც ახდენს თქვენზე ასეთი ქცევა.

ალბათ გქონიათ შემთხვევა, როდესაც ადამიანი გიპირისპირდებოდათ ისე, რომ მხოლოდ საკუთარ გრძნობებს აღწერდა:

- “ძალიან ნაწყენი ვარ შენზე.”
- “უბედური ვარ!”
- “იმედები გამიცრუე”.
- “ნერვებს მიშლი!”

ასეთი შეტყობინებები დამაბნეველია და მათზე ხშირად შემდეგნაირ პასუხს იძლევიან - “რატომ?” ან: “რა დავაშავე?”. იმისათვის, რომ ადამიანს არ გაუჩინოთ ამგვარი შეკითხვები, გასაგებად აუხსენით მისი რომელი **ქცევის** მიღება არ შეგიძლიათ. გარდა ამისა, გულწრფელად უთხარით თქვენი **გრძნობების** შესახებ, რათა მან იცოდეს, როგორ ემოციურ ზემოქმედებას ახდენს მიუღებელი ქცევა თქვენზე. და ბოლოს, უთხარით რა **გავლენას** ახდენს მიუღებელი ქცევა, ამ ქცევის კონკრეტული, ხელშესახები უარყოფითი შედეგები. ასე თქვენ დაარწმუნებთ

ადამიანს, რომ ნამდვილად გაგაჩნიათ საკმარისი საფუძველი, როდესაც ქცევის შეცვლას სთხოვთ. ამგვარად, „მე შეტყობინება“ შემდეგი ფორმულის სახით შეიძლება გამოვხატოთ: **ქცევა / გრძნობა / გავლენა**; ელემენტების დასახელების თანმიმდევრობას მნიშვნელობა არა აქვს.

თავიდან, როდესაც ამ ფორმულის გამოყენებას ეცდებით, შესაძლოა თავი უხერხულად იგრძნოთ და თქვენს მიერ აგებული ფრაზები ზედმეტად ხელოვნური გეჩვენოთ, თუმცა თანდათან თქვენი შეტყობინებები დაიხვეწება და სულ უფრო ბუნებრივი გახდება. ეს ტექნიკა დაგეხმარებათ რთულ, კონფლიქტურ სიტუაციებში ეფექტურად წარმართოთ კომუნიკაცია და შეინარჩუნოთ როგორც თქვენი ემოციური წონასწორობა, ასევე ნორმალური ურთიერთობები გარშემომყოფებთან.

გთავაზობთ „მე“-შეტყობინების კიდევ რამდენიმე მაგალითს:

- „როდესაც თქვენი განყოფილებიდან ინფორმაციას დროულად ვერ ვიღებ, ვნერვიულობ და მგონია, რომ რაიმე სერიოზული პრობლემის გამო ხდება ასე“;
- „ძალიან განვიცდი, როდესაც პოტენციური კლიენტების წერილები დიდი ხნის განმავლობაში უპასუხოდ რჩება, რადგან ამით პირველ რიგში ჩვენი ორგანიზაციის რეპუტაცია ილახება“;
- „მადლობელი ვიქნები, თუკი წინასწარ შემატყობინებთ დაგვიანების შესახებ; მაშინ მეც შევძლებ დროულად ჩაგანაცვლოთ სხვა თანამშრომლით, რომ სამუშაო პროცესი არ შეფერხდეს“.
- „მე მინდა, რომ მიფასდებოდეს ის მონდომება და ცოდნა, რომლითაც ვუდგები საქმეს, და როდესაც ჩემთან დაკავშირებულ გადაწყვეტილებებს ჩემს გარეშე იღებთ, მუშაობის სურვილი და ხალისი სრულიად მეკარება.“

კონსტრუქციული უკუკავშირი

საქმიან გარემოში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება გარშემომყოფი ადამიანებისგან უკუკავშირის მიღებას. მნიშვნელოვანია იცოდეთ თქვენი ხელმძღვანელის, კოლეგების, კლიენტების შთაბეჭდილება თქვენს მიერ შესრულებულ სამუშაოზე, რათა საჭიროების შემთხვევაში განახორციელოთ საჭირო ცვლილებები და მიაღწიოთ წარმატებას.

საჭიროა განვასხვაოთ ერთმანეთისგან უკუკავშირი და კრიტიკა. კრიტიკა ყოველდღიურ პირად თუ საქმიან ცხოვრებაში ძალიან ხშირად გვესმის. „ათი წუთით აღრე რომ ამდგარიყავი, საუზმესაც მოასწრებდი!“, „როდემდე უნდა გქონდეს ოთახი დაულაგებელი?“, „რამდენჯერ მითქვამს, სამუშაო დღე ელექტრონული ფოსტის შემოწმებით უნდა დაიწყოს!“, „ასეთი სახით მომზადებული ანგარიში არაფრად ვარგა“ და ა.შ. ასეთი შენიშვნების მოსმენა არასასიამოვნოა და როგორც წესი, ჩვენში

ნეგატიურ ემოციებს უფრო იწვევს, ვიდრე საკუთარი ქცევის ცვლილების სურვილს. ადამიანი ღელავს, თავდაცვის რეჟიმში გადადის და წესიერად აღარც ესმის, რას უბნებიან.

ამიტომ საქმიან გარემოში დამკვიდრდა კონსტრუქციული კრიტიკის, ან როგორც მას უფრო ხშირად უწოდებენ, **კონსტრუქციული უკუკავშირის** ცნება -- კომუნიკაციური ტექნიკა, რომლის მიზანი დახმარებაა და არა დამცირება ან შეურაცხყოფა. კონსტრუქციული უკუკავშირი მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ პიროვნული და პროფესიული განვითარებისთვის, არამედ ურთიერთობების გამყარებისთვისაც. ვისგანაც არ უნდა მომდინარეობდეს კონსტრუქციული კრიტიკა - ხელმძღვანელისგან, მენტორისგან, უფროსი კოლეგისგან - არსებითია მიიღოთ ის და შემდეგ განახორციელოთ შესაბამისი ზომები.

ცხადია, არც კონსტრუქციული კრიტიკაა დიდად სასიამოვნო მოსასმენი. ადამიანებმა იციან (მათ ისწავლეს), რომ უკუკავშირი სასარგებლოა და ამიტომ ფორმალურად შეიძლება კიდევ ითხოვენ მას, თუმცა სინამდვილეში მისი მოსმენის დიდი სურვილი არ გააჩნიათ. არადა უკუკავშირი მართლაც მნიშვნელოვანია, თუ გინდათ უკეთეს შედეგებს მიაღწიოთ. უკუკავშირის შედეგად თქვენ შეგიძლიათ:

- გააცნობიეროთ საკუთარი ქცევის სტილი და
- გააცნობიეროთ, თუ რა ზემოქმედებას ახდენს თქვენი ქცევა სხვებზე.

უკუკავშირის მიღებისას გახსოვდეთ:

- აუცილებლად აცალეთ უკუკავშირის ავტორს დაასრულოს ლაპარაკი. თქვენ ვერ გაიგებთ, რისი თქმა სურს სხვას მანამ, სანამ იგი ბოლომდე არ იტყვის თავის სათქმელს; უკეთეს შემთხვევაში, შეგიძლიათ მხოლოდ რაღაც ივარაუდოთ. ამიტომ, **დაუთმეთ დრო მოსმენას** და დარწმუნდით, რომ სწორად გაიგეთ ყველაფერი (შეუჯამეთ ნათქვამი, დასვით დამაზუსტებელი შეკითხვები);
- ნუ გადახვალთ თავდაცვაზე, **ნუ დაიწყებთ კამათს** და მტყუან-მართლის გარკვევას. გაითვალისწინეთ, რომ ხშირად “დამაზუსტებელი შეკითხვები” გამალებულ თავდაცვაში გადადის, რაც უკუკავშირის შემთხვევაში არასწორი მოქმედებაა, სულ რომ მართალი იყოთ და მოსმენილი უკუკავშირი კი სრულიად უსაფუძვლო.
- არსებობს ერთადერთი სწორი რეაქცია კონსტრუქციულ კრიტიკაზე -- **მადლობის თქმა**. და მართლაც, მადლიერების საკმაოდ ბევრი საფუძველი არსებობს: უკუკავშირი გეხმარებათ უკეთ შეიცნოთ საკუთარი თავი, გააცნობიეროთ ის გავლენა, რომელსაც ახდენთ სხვა ადამიანებზე და ამით უფრო კომპეტენტური და საკუთარ თავში დარწმუნებული გახდეთ.

უკუკავშირის მიწოდებისას გახსოვდეთ:

- **გააკრიტიკეთ საქმე (სიტუაცია) და არა ადამიანი.** ეცადეთ ილაპარაკოთ ისე, რომ აღწეროთ სიტუაცია ან შესრულებული საქმის შედეგი და არ გააკრიტიკოთ, არ განსაჯოთ ადამიანი. მაგალითად, თუ არ მოგწონთ თანამშრომლის მიერ მომზადებული ანგარიში, ნუ ეტყვით მას: “თქვენგან უკეთეს ანგარიშს ველოდი”, ან “იმედი მქონდა, უფრო მეტი გულმოდგინებით მოეკიდებოდით ამ საქმეს”. სჯობს უთხრათ: “ვფიქრობ, მეტი თვალსაჩინო მასალის და სტატისტიკური მონაცემების გამოყენება უფრო დამაჯერებელს გახდიდა ანგარიშს” - ასე თქვენი კრიტიკა უფრო მეტად ფოკუსირებულია საქმეზე და არა ადამიანზე.
- **კონსტრუქციული უკუკავშირი უნდა იყოს კონკრეტული.** ზოგადი და ბუნდოვანი შენიშვნებით თქვენ მხოლოდ მიახვედრებთ ადამიანს, რომ რაღაც არ მოგწონთ, თუმცა კონკრეტულად რა - მისთვის უცნობი დარჩება. “არ მომწონს ეს ანგარიში” - ძალიან ბუნდოვანი უკუკავშირია. რატომ არ მოგწონთ? კონკრეტულად რა არ მოგეწონათ? უკუკავშირის მიცემისას ეცადეთ გაამახვილოთ ყურადღება მხოლოდ ისეთ რამეზე, რისი გამოსწორებაც შესაძლებელია.
- **მიეცით რეკომენდაცია.** უკუკავშირის მთავარი მიზანია გაუმჯობესება, სრულყოფა. როდესაც რაღაც არ მოგწონთ, ახსენით რატომ, და როგორ შეიძლება ამის გამოსწორება. “ჩემი აზრით, ანგარიშის შესავალი ნაწილი ზედმეტად ვრცელია, ალბათ აჯობებს ერთ გვერდამდე დავიყვანოთ, რომ მკითხველი დროზე ადრე არ დავდმოკიდოთ.”
- **გამოიყენეთ “სენდვიჩის” მეთოდი,** რომელიც განსაკუთრებით კარგად მუშაობს ისეთ ადამიანებთან, ვისაც კარგად არ იცნობთ, ან ისეთებთან, ვისაც ზოგადად უჭირს უკუკავშირის მიღება:
 - დაიწყეთ საუბარი იმით, რაც **მოგეწონათ**;
 - შემდეგ, მიეცით უკუკავშირი ისეთ რაღაცაზე, რაც **არ მოგეწონათ** (ზემოთ მოყვანილი რჩევების გათვალისწინებით);
 - ბოლოს ისევ გაიმეორეთ, **რა მოგეწონათ**.
- **ნუ გააკრიტიკებთ ადამიანს საჯაროდ.** უკუკავშირს ფასი აღარ ექნება, თუკი ადამიანი თავს უხერხულად ან დამცირებულად იგრძნობს.

სხეულის ენა

როდესაც სიტყვები გადმავლია

აღბათ, ყოველდღიურ ურთიერთობებში ხშირად შეგიძინევიათ, რომ ადამიანს ჯერ არაფერი უთქვამს, მაგრამ მისი სახის გამომეტყველების, პოზის თუ ჟესტების მიხედვით უკვე ხვდებით, რის თქმას აპირებს. ერთმანეთის უსიტყვოდ გაგების უნარი ძალიან ხშირად გვეხმარება სხვადასხვა სიტუაციებში: ადამიანებთან ურთიერთობის დაწყებისას, მოლაპარაკებების წარმოებისას, ურთიერთობების გარკვევისას. დასავლეთის ზოგიერთ ქვეყანაში სხეულის ენის ცოდნა მენეჯერებისთვის აუცილებელ უნარ-ჩვევათა სიაშია შეტანილი.

ლოს ანჯელესის უნივერსიტეტის პროფესორი, ალბერტ მეჰრაბიანი, რომელმაც პროფესიული კარიერის მნიშვნელოვანი ნაწილი სწორედ არავერბალური კომუნიკაციის კვლევას დაუთმო, კომუნიკაციის სამი ძირითადი კომპონენტის გამოყოფას გვთავაზობს - ესენია სიტყვები, ხმის ტონი / ინტონაცია და სხეულის ენა. ამ სამ კომპონენტს ხშირად სამი “V”-ს სახელით მოიხსენიებენ: „ვერბალური“, „ვოკალური“ და „ვიზუალური“. მეჰრაბიანი ამტკიცებს, რომ კომუნიკაციის პროცესში, მოსაუბრის მიმართ სიმპათიის გაჩენაში ამ სამ კომპონენტს სხვადასხვა წვლილი მიუძღვის: სიტყვებს – 7%, ინტონაციას – 38% და სხეულის ენას – 55%.⁴ ეფექტური კომუნიკაციისთვის, საჭიროა რომ სამივე კომპონენტი ერთმანეთის „კონგრუენტული“ იყოს, ანუ ერთმანეთს ეთანხმებოდეს; თუ ეს ასე არ ხდება, ადამიანი დიზიანდება, რადგან სხვადასხვა არხის მეშვეობით სხვადასხვაგვარ ინფორმაციას იღებს.

მაგალითად, როდესაც ერთი ადამიანი მეორეს უუბნება: „მე შენთან არავითარი პრობლემა არ მაქვს, ყველაფერი რიგზეა, მეგობრები ვართ“, და ამავდროულად თვალს არიდებს, აღელვებულია, ნეგატიურ ჟესტებს

⁴ Albert Mehrabian, **Nonverbal communication**; Piscataway, NJ, Aldine Transaction, 1972

იყენებს, ცხადია, რომ შეტყობინების ვერბალური და არავერბალური ნაწილები არ შეესატყვისება ერთმანეთს - კონგრუენტულობის პრინციპი დარღვეულია. ამ შემთხვევაში მოსაუბრე დაეყრდნობა კომუნიკაციის დომინანტურ ნაწილს, ანუ არავერბალურ კომპონენტებს (38%+55%), და არა სიტყვების მეშვეობით გადმოცემულ შინაარსს.

მეჭრაბიანი ხაზგასმით აღნიშნავს, რომ მოწონების ფორმულა (7% ვერბალური მოწონება + 38% ვოკალური მოწონება + 55% ვიზუალური მოწონება) სამართლიანია მხოლოდ როდესაც ადამიანები საუბრობენ გრძნობებსა და ურთიერთდამოკიდებულებებზე; ყველა სხვა შემთხვევაში ეს წესი არ მოქმედებს.

არავერბალური კომუნიკაციის კატეგორიები

პირადი სივრცე

ისევე, როგორც ცხოველებს, ადამიანსაც გააჩნია საკუთარი ტერიტორია, სივრცე, რომელსაც ის პირად სივრცედ აღიქვამს, თითქოს ის მისი სხეულის ერთგვარი გაგრძელება იყოს. ტერიტორიის სიდიდე დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად მჭიდროდაა დასახლებული ადგილი, რომელშიც ცხოვრობს ესა თუ ის პიროვნება. მაგალითად, ლათინური ამერიკის ან ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებში მცხოვრები ადამიანები უფრო კომფორტულად გრძნობენ თავს, როდესაც ერთმანეთთან ახლოს დგანან, მაშინ როდესაც სკანდინავიის ქვეყნების მოქალაქე თავს მშვიდად მოსაუბრისგან უფრო დიდ დისტანციაზე იგრძნობს.

პირადი სივრცე პირობითად 3 ზონად იყოფა:

1. ინტიმური ზონა – 20–40 სანტიმეტრი. ამ ზონას პიროვნება განსაკუთრებით უფრთხილდება და იცავს; ზონის „საზღვრების გადალახვა“ ნებადართულია მხოლოდ პიროვნებასთან მჭიდრო ემოციურ სიახლოვეში მყოფი ადამიანებისთვის;
2. პირადი ზონა – 40 სანტიმეტრიდან დაახლოებით 1,2 მეტრამდე. ეს ის დისტანციაა, რომლის დაცვაც მიღებულია ოფიციალურ ღონისძიებებზე, წვეულებებზე, მეგობრების შეხვედრისას;
3. სოციალური ზონა – 1,2 მეტრიდან 3,6 მეტრამდე. ეს მანძილი გვიკავია უცხო ადამიანებთან ურთიერთობისას (ოფისში შემოსული კლიენტი, სარემონტო სამუშაოების ჩასატარებლად გამოძახებული ტექნიკური პერსონალი)

როგორც წესი, ინტიმური ზონა ორი მიზეზით ირღვევა: მასში ან ძალიან ახლო ადამიანი აღწევს, ან ის, ვისაც მტრული დამოკიდებულებები ამოძრავებს. თუკი

ადამიანი შედარებით იოლად ურიგდება პირად ან სოციალურ ზონაში უცხო ადამიანის შემოჭრას, ინტიმური ზონის გადალახვა მასში სრულ „საბრძოლო მზაობას“ იწვევს. გულისცემა ხშირდება, სისხლში იმატებს ადრენალინი და თავის ტვინსა და კუნთებში მიიმართება. მარტივად რომ ვთქვათ, როდესაც მეგობრულად შეეხებით ან მოეხვევით ახლახან გაცნობილ ადამიანს, ეს მასში უარყოფით რეაქციას გამოიწვევს, თუმცა გარეგნულად, შესაძლოა, მან ეს არც გამოხატოს.

თუ გსურთ, რომ თქვენთან ერთად ყოფნისას ყველამ კომფორტულად იგრძნოს თავი, დაიცავით დისტანცია. ახალ სამსახურში მუშაობის დაწყებისას შესაძლოა მოგეჩვენოთ, რომ კოლეგები ცივად გეპყრობიან, სინამდვილეში კი მათ უბრალოდ თქვენთან მიმართებაში სოციალური დისტანცია უკავიათ. გარკვეული დროის შემდეგ, როდესაც ერთმანეთს უკეთ გაიცნობთ, ისინი უფრო ახლოს მიგიშვებენ და პირად ზონაში მოძრაობის უფლებას მოგცემენ. აქვე უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ზოგიერთ შემთხვევაში ადამიანის პირადი სივრცე მისი სტატუსითაა განპირობებული (მაგალითად, კომპანიის ხელმძღვანელი ქვეშევრდომებთან ურთიერთობისას ყოველთვის დაიცავს სოციალურ ზონას).

მხედველობითი კონტაქტი, მზერა

მეცნიერები თვლიან, რომ თვალების მეშვეობით გადმოცემული არავერბალური სიგნალები ყველაზე უფრო ზუსტია, რადგან თვალის გუგა დამოუკიდებლად, რეფლექსურად იქცევა და მისი კონტროლირება შეუძლებელია. ადგნებულ ადამიანს გუგები ნორმალურ მდგომარეობასთან შედარებით ოთხმაგად უფართოვდება, ხოლო განრისხებულს ან დაღვრემილს – პირიქით, უვიწროვდება. როდესაც ურთიერთობისას ადამიანი არაგულწრფელია ან რაღაცას მალავს, მხედველობით კონტაქტს მთლიანი დროის მხოლოდ 30%-ის განმავლობაში იყენებს. თუ ადამიანი ხანგრძლივად ინარჩუნებს თქვენთან თვალებით კონტაქტს და მისი გუგები გაფართოებულია, ესე იგი მას მოსწონხართ.

საქმიან ურთიერთობებში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მხედველობით კონტაქტს. პირველი შეხვედრის და მისალმების დროს პარტნიორები, როგორც წესი, აუცილებლად უყურებენ ერთმანეთს თვალებში, რადგან მეორე ადამიანის ცნობიერი აღქმა მხოლოდ უშუალო მხედველობითი კონტაქტის მეშვეობითაა შესაძლებელი. თუ მხედველობითი კონტაქტი არ შედგა, მოსაუბრე თავს იგნორირებულად და შეურაცხყოფილად ჩათვლის („მან არ მომაქცია სათანადო ყურადღება“).

საქმიანი ურთიერთობების დროს მნიშვნელობა აქვს ასევე იმას, თუ საიტყენაა მიმართული თქვენი, ან თქვენი პარტნიორის მზერა.

- **საქმიანი მზერა:** საქმიანი შეხვედრის დროს წარმოიდგინეთ, რომ თქვენი პარტნიორის შუბლზე სამკუთხედია გამოსახული და მიმართეთ მზერა ამ სამკუთხედზე; ამით სერიოზულ, საქმიან განწყობას შექმნით.
- **სოციალური მზერა:** როდესაც მზერა მოსაუბრის თვალების ღონესთან შედარებით უფრო დაბლა ეშვება, ე.წ. სოციალური ურთიერთობის ატმოსფერო იქმნება. სოციალური ურთიერთობის დროს ადამიანები ისევ და ისევ პირობით სამკუთხედს უყურებენ, ოღონდ ამ შემთხვევაში ეს სამკუთხედი თვალებსა და პირს შორისაა მოთავსებული.
- **ინტიმური მზერა:** მზერა მიმართულია არა მოსაუბრის თვალებზე, ან სახეზე, არამედ სახის ქვემოთ – კისრის და/ან მკერდის არეზე. ასეთი მზერით ადამიანი გამოხატავს უფრო მეტ ინტერესს, ვიდრე უბრალოდ საქმიანს.
- **ცერად გამოხედვა** ინტერესის ან მტრული განწყობის გამოსახატავად გამოიყენება. თუ ასეთ მზერას თან ერთვის ოდნავ აწეული წარბები ან ღიმილი - ეს დაინტერესებაა, ხოლო დაწეული წარბები და მოღუშული შუბლი ეჭვიან, მტრულ ან კრიტიკულ დამოკიდებულებაზე მეტყველებს.

თანამედროვე დასავლურ ბიზნეს კულტურაში ფასობს ზომიერი მხედველობითი კონტაქტი, ხოლო თვალის არიდება განიხილება, როგორც ურთიერთობის თავიდან არიდების სურვილი. თუმცა, ზოგიერთ კულტურაში ბავშვებს პატარაობიდანვე ასწავლიან მხედველობითი კონტაქტის მინიმუმამდე დაყვანას, განსაკუთრებით უფროსებთან (ამ სიტყვის ფართო მნიშვნელობით) საუბრის დროს, რადგან უფროსთან თვალის გასწორება თავხედობად აღიქმება. ასეთი კულტურული განსხვავებები აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ, თუკი არავერბალური სიგნალების კორექტულად ამოცნობა გვსურს.

სახის გამომეტყველება - მიმიკა

ადამიანის სახეს ემოციების მთელი სპექტრის გამოხატვა შეუძლია. ზოგიერთისთვის იმდენად ჩვეულია ესა თუ ის ემოცია, რომ მისი სახის კუნთები ერთგვარად აფიქსირებენ მას: ალბათ, ხშირად მოგსვლიათ, რომ ადამიანის სახის გამომეტყველებით ადვილად ამოგიცნიათ მისი ხასიათი: წუწუნაა თუ პრეტენზიული, მუდმივად უკმაყოფილო, თუ პირიქით, კეთილგანწყობილი და პოზიტიური. გარდა ამისა, არსებობს უამრავი ხანმოკლე, ზოგჯერ კი წამიერი გამომეტყველება, რომელიც ხშირად პიროვნების სურვილისგან დამოუკიდებლად ჩნდება მის სახეზე (ჩაფიქრება, გაოცება, სევდა, თავშეკავება, დაბნეულობა, შიში, შფოთვა, მუქარა და ა.შ.)

საქმიანი შეხვედრების დროს სახის გამომეტყველების საკმაოდ ფართო დიაპაზონის დაკვირვება შეგვიძლია. მის ერთ-ერთ პოლუსზეა აგრესიულად და ხისტად განწყობილი ადამიანი, რომლისთვისაც რაღაცის დათმობა – სიკვდილის ტოლფასია. ასეთი ადამიანი, როგორც წესი, პირდაპირ თვალებში გიყურებთ, მისი შუბლი და წარბები შეჭმუხნილია, საუბრისას სცრის სიტყვებს, რადგან თითქმის არ ამოძრავებს ტუჩებს. სპექტრის მეორე ბოლოშია თავაზიანი, ბავშვური გამოხედვის მქონე,

შუბლგახსნილი და მოღიმარი კონტაქტური ადამიანი, რომელიც, სავარაუდოდ, თვლის, რომ თანამშრომლობა – დინამიკური და მოქნილი პროცესია.

ადამიანის ემოციების სიწრფელეზე მიმიკის სიმეტრიულობა მეტყველებს; რაც უფრო მეტია სიყალბე და სიცრუე, მით უფრო განსხვავდება სახის მარცხენა და მარჯვენა ნახევრის მიმიკა. დადებითი ემოციები (სიხარული, ბედნიერება) ყოველთვის უფრო იოლად ამოცნობადია, ვიდრე უარყოფითი (სირცხვილი, მწუხარება, ზიზღი). განსაკუთრებით მეტყველია ადამიანის ტუჩების მოძრაობა; ბევრმა იცის, რომ ტუჩების კვნეტა მოუსვენრობასა და შფოთვაზე მეტყველებს, ხოლო ცალ მხარეს მოღრეცილი პირი – სკეპტიკური განწყობის ან დაცინვის ნიშანია.

ცალკე ხსენების ღირსია ადამიანის **ღიმილი**. ღიმილიანი სახე მეგობრულ განწყობასა და მოწონების სურვილს გამოხატავს. მამაკაცის ღიმილი კარგი შესაძლებლობაა დაანახოს ყველას, რომ ნებისმიერ სიტუაციაში თავს კომფორტულად გრძნობს და ფლობთ საკუთარ ემოციებს. ქალის ღიმილი გაცილებით უფრო გულწრფელია და უფრო მეტად შეესაბამება მის ფაქტობრივ განწყობილებას. საქმიან გარემოში გულწრფელი ღიმილი და მეგობრული, კეთილგანწყობილი სახის გამომეტყველება - კარგი ურთიერთობების ერთ-ერთი მთავარი წინაპირობაა.

ჟესტიკულაცია: ყველაფერი ხელისგულზე

ხელისგული იწვევს ჩვენში გულწრფელობის, პატიოსნების, ერთგულების და ნდობის ასოციაციას. როდესაც ადამიანი გულწრფელია თქვენთან ურთიერთობაში, ის თქვენკენ ერთ ან ორივე ხელისგულს იშვერს. გულახდილი საუბრისას ხელისგულები მთლიანად, ან ნაწილობრივად ღიაა. ისევ და ისევ, ეს სრულიად არაგნობიერი ჟესტია, რომელიც გატყობინებთ, რომ თქვენი მოსაუბრე ამ მომენტში სრულ სიმართლეს ამბობს. ჩატარდა საინტერესო კვლევა, რომელმაც დაადასტურა, რომ ადამიანების უმრავლესობას უჭირს ტყუილის თქმა, როდესაც მათი ხელისგულები ღიაა.

ხელისგულით ჟესტიკულირების სამი ძირითადი სახეობა არსებობს: როდესაც ხელისგულები მიმართულია ზევით, როდესაც ხელისგულები მიმართულია ქვევით და გაშვებული თითის (მიმთითებელი) ჟესტი. დავუშვათ, ადამიანს სთხოვთ მძიმე ყუთის ოთახის ერთი კუთხიდან მეორეში გადატანას. ყველა სხვა თანაბარი პირობების შემთხვევაში, პირველი ჟესტი (ანუ ზევით აღმართული ხელისგულები) არის მიმნდობი, კეთილგანწყობილი ჟესტი, რომელიც არანაირ მუქარას არ შეიცავს; ადამიანი არ განიცდის თქვენგან არანაირ ზეწოლას, და აღიქვამს თქვენს ნათქვამს, როგორც თხოვნას. თუკი თქვენი ხელისგული ქვემოთაა მიმართული, ჟესტი მბრძანებლურ ელფერს მიიღებს; ადამიანში ის პროტესტს გამოიწვევს და თქვენი თხოვნა შესაძლოა უპასუხოდაც დარჩეს. და ბოლოს, თუ ადამიანთან მიმართვის დროს თქვენი ხელი მუშტადაა შეკრული, ხოლო საჩვენებელი თითი გაშვებული, ეს ნიშნავს, რომ თქვენ აიძულებთ ადამიანს დაგემორჩილოს. თუ თითის გაშვებით საუბრის ჩვევა გახასიათებთ, შეეცადეთ ჩაანაცვლოთ ღია ხელისგულების ჟესტით და

თავად დარწმუნდებით, რომ ადამიანებთან ურთიერთობისას გაცილებით მეტ წარმატებას მიაღწევთ.

ხელის ჩამორთმევა

მეცნიერები თვლიან, რომ ხელის ჩამორთმევა პირველყოფილ-თემური წყობილებიდან იღებს დასაბამს; ღია ხელისგულის ჩვენებით პირველყოფილი ადამიანი ანიშნებდა მეორეს, რომ შეუიარაღებელია. დღესდღეობით, როდესაც ადამიანს ხელს ვართმევთ, ამას მისალმების ან დამშვიდობების მიზნით ვაკეთებთ. თუმცა, აქაც არსებობს გარკვეული ნიუანსები. განვიხილოთ ხელის ჩამორთმევის ტიპები:

დომინანტური - ხელისგული მიმართულია ქვემოთ. ეს ჟესტი არ იძლევა თანაბარი პარტნიორული ურთიერთობის ჩამოყალიბების შანსებს. ასეთი ჟესტი ახასიათებს ძალაუფლების მოყვარულ ადამიანებს, ისინი ყოველთვის თავად არიან ხელის ჩამორთმევის ინიციატორები და ამ ჟესტით (ქვემოთ მიმართული ხელისგულით) იმორჩილებენ ადამიანებს. ხელის ჩამორთმევისას ხელისგულის ვერტიკალურად დაჭრა ადამიანებს თანაბარ პოზიციაში აყენებს და თანამშრომლობის სურვილს გამოხატავს.

მოდუნებული, უსიცოცხლო ხელის ჩამორთმევა მიანიშნებს სუსტ, უნებისყოფო ან უქმურ ხასიათზე. ჩამოართვით ხელი ენერგიულად, მტკიცედ (თუმცა, გაითვალისწინეთ, რომ ხელის ზედმეტად ძლიერი მოჭერაც არც თუ ისე კომფორტულია).

ხელის ჩამორთმევისას *მკლავის ბოლომდე გაშლა* აგრესიულ ადამიანს ახასიათებს. ასეთი ჟესტის დანიშნულებაა პარტნიორისგან მაქსიმალური დისტანციის დაჭერა და საკუთარი პირადი ზონის “ხელშეუხებლობის” დაცვა. ხელის ჩამორთმევისას ადამიანი მაქსიმალურად წინ იხრება და შესაძლოა ცალ ფეხზეც ბალანსირებდეს.

ხელის ჩამორთმევა *ოდნავი შეხებით*, მხოლოდ თითის წვერებით, საკუთარ თავში დაურწმუნებელ ადამიანს ახასიათებს. ასეთი ჟესტის მიზანიც პარტნიორთან გარკვეული დისტანციის შენარჩუნებაა.

ხელის ჩამორთმევისას *ორივე ხელის გამოყენება* ჭეშმარიტ ნდობასა და წრფელ გრძნობებზე მეტყველებს. მიაქციეთ ყურადღება მარცხენა ხელის მდგომარეობას. პარტნიორის იდაყვზე მოთავსებული მარცხენა ხელი უფრო მეტად ემოციურია, ვიდრე როდესაც ის მაჯაზეა მოთავსებული; კიდევ უფრო ღრმა და გულწრფელია ემოცია, როდესაც მარცხენა ხელი პარტნიორის მხარზეა მოჭიდებული. ასეთი ხელის ჩამორთმევა მხოლოდ ახლო ნათესავებში ან მეგობრებშია მიღებული.

მხედველობითი კონტაქტი ხელის ჩამორთმევის დროს უზარმაზარ გავლენას ახდენს პირველი შთაბეჭდილების შექმნაზე - ადამიანი, რომელიც არ გარიდებთ თვალს აღიქმება როგორც სასიამოვნო, სანდო, ჩნდება მასთან სამომავლო ურთიერთობის სურვილი.

და ბოლოს კიდევ ორი საგულისხმო რჩევა:

- თუ ნოტიო ხელისგულები თქვენი პრობლემაა - იქონიეთ თან ქაღალდის ხელსახოცები, ნუ ჩამოართმევთ ადამიანს სველ ხელს. გარდა იმისა, რომ ფიზიკურად უსიამოვნოა, სველი, ოფლიანი ხელისგულები ნერვიულობასთან, აღელვებულ მდგომარეობასთან ასოცირდება.
- რაც მთავარია - დროულად გაუშვით ხელი ადამიანს, ხანგრძლივად ხელის დაჭერა აღარაა სასიამოვნო და უხერხულობაში გადადის.

არეკვლა: ქამელეონი სარკეში

აღბათ შეგიძინევიათ, რომ ხშირად, საინტერესო თემაზე საუბრისას თქვენც და თქვენი მსმენელიც, ორივე ერთნაირ პოზაში იმყოფებით (წინ წაწეული, მაგიდაზე იდაყვებით დაყრდნობილი და ა.შ.). ან ხომ არ გახსენდებათ მომენტი, როდესაც თქვენთვისვე მოულოდნელად გააცნობიერეთ, რომ სხვა ადამიანის სახის გამომეტყველებას, აქცენტს ან საუბრის მანერას იმეორებდით?

საუბრის პარტნიორების მიერ ერთმანეთის ჟესტების, მიმიკის, პოზის, ხმის მახასიათებლების გამეორება, სარკისმაგვარი არეკვლა ნიშნავს, რომ მათ შორის მყარდება ან უკვე დამყარებულია ე.წ. “რაპორტი” - უხილავი კავშირი, რომელსაც დადებითი ემოციური ფონი, ურთიერთგაგების, თანაგრძნობის და ნდობის განცდა ახლავს თან. მიზანმიმართული და გაცნობიერებული გამოყენების შემთხვევაში, სარკისმაგვარი არეკვლა, რომელსაც ზოგჯერ “ქამელეონის ეფექტსაც” უწოდებენ, სხვა ადამიანების მოწონების და ნდობის მოპოვებაში დაგეხმარებათ.

პროფესიონალი გამყიდველი იყენებს არეკვლას, რომ უკეთ გაერკვეს კლიენტის მოთხოვნებში და წარმატებით მიჰყიდოს მას პროდუქტი. მოლაპარაკების ოსტატი იყენებს არეკვლას, რომ კარგად ჩასწვდეს პარტნიორის ინტერესებს და აქედან გამომდინარე, მოლაპარაკების შესაბამისი ტაქტიკა ააგოს. ფრანგების მიერ ჩატარებულ კვლევაში გამყიდველებმა, რომლებსაც ურჩიეს კლიენტების არავერბალური და ვერბალური ქცევა გაემეორებინათ, მეტი პროდუქცია გაყიდეს და კომპანიით კმაყოფილი მეტი კლიენტი გაისტუმრეს.

არეკვლა საკმაოდ ქმედითი ინსტრუმენტია, ოღონდ აქ ერთი მომენტია გასათვალისწინებელი. პარტნიორის ქცევის თუ ჟესტების მექანიკური არეკვლა, საუბარში ჭეშმარიტი ჩართულობის გარეშე, შედეგს არ მოგიტანთ. დიდია ალბათობა იმისა, რომ თქვენი პარტნიორი ამას მანიპულირების მცდელობად ჩაგითვლით. **ჩვენ მოგვწონს, როდესაც გვბაძავენ, მაგრამ არ მოგვწონს, როდესაც ამას ვამჩნევთ.**

პოტენციურ დამსაქმებელთან გასაუბრების დროს, კარგი შთაბეჭდილების მოხდენის მიზნით, შეგიძლიათ სცადოთ და თანმიმდევრულად იმეოროთ ინტერვიუერის პოზა და საუბრის მანერა. თუ ამ ამოცანას ოსტატურად, ინტერვიუერისთვის შეუმჩნევლად შეასრულებთ, სასურველ შედეგს მიაღწევთ.

არეკვლის ტექნიკის ცნობიერად გამოყენება გარკვეულ უნარ-ჩვევებს მოითხოვს:

- ეცადეთ იგრძნოთ რეალური კავშირი ადამიანთან: ადამიანის მოსმენა და მისი ნათქვამის გაგება თქვენი პრიორიტეტი უნდა გახდეს;
- გამოამჟღავნეთ თქვენი ჩართულობა და ინტერესი მხედველობითი კონტაქტის და თავის ოდნავი დაქნევის მეშვეობით;
- შეუწყვეთ მოსაუბრეს ხმის ტონი და ტემპი;
- თუ ეს ყველაფერი გამოგივათ, ამის შემდეგ გადადით ჟესტების და პოზის არეკვლაზე; არეკვლისას, გაიმეორეთ მხოლოდ ის ქცევა, რომელიც უფრო ბუნებრივად გამოგლით (ადამიანი, რომელიც ცდილობს მოსაუბრის თითოეული მოძრაობის გამეორებას, ძალიან უცნაურად გამოიყურება);
- ნუ გაიმეორებთ უარყოფით არავერბალურ სიგნალებს (გადაჯვარედინებული ფეხები / ხელები, საათზე დახედვა ან უკან დახევა);
- არაა საჭირო მოსაუბრის ჟესტების, მოძრაობების და სახის გამომეტყველების ზუსტი, ზედმიწევნითი გამეორება;

და ბოლოს, ნუ დახარჯავთ არეკვლაზე ძალზე დიდ ძალისხმევას, ეს სტრესულ სიტუაციაში ჩაგაგდებთ.

სხეულის ენის მოკლე ლექსიკონი

გადავხედოთ სხეულის ენის ზოგიერთ ცნობილ ინტერპრეტაციას, რომელიც კომუნიკაციის სფეროს სპეციალისტებმა, ამერიკელმა მეცნიერებმა ნიურენბერგმა და კალერომ შემოგვთავაზეს.

სკამზე უკუდმა (სახით სკამის ზურგისკენ) ჯდომა – ერთგვარი ფარის აფარების სურვილს გამოხატავს. ამ ჟესტს ხშირად მიმართავენ დომინანტური ხასიათის ადამიანები, რომლებსაც სურთ მართონ და აკონტროლონ სხვები. სკამზე ამხედრებული ადამიანის განიარაღების მარტივი მეთოდია მის უკან დადგომა ან დაჯდომა; ის თავს დაუცველად იგრძნობს და პოზას შეიცვლის.

არარსებული ნამცეცების შეგროვება – ადამიანი არ ეთანხმება რაიმე მოსაზრებას, მაგრამ ვერ ბედავს ამის პირდაპირ თქმას. თუ თქვენთვის მნიშვნელოვანია მისი მოსმენაც, მიმართეთ მას გაშლილი ხელისგულებით და სთხოვეთ გამოთქვას საკუთარი მოსაზრებები.

გვერდზე დახრილი თავი – გამოთქმულის მიმართ ინტერესის გამოხატვა. თუ თქვენი საუბრისას მსმენელი თავს გვერდზე ხრის, ნიკაპით ხელს ეყრდნობა და მთლიანი სხეულით ოდნავ წინ გადმოიწია, ესე იგი თქვენს მიერ მიწოდებული ინფორმაცია მისთვის საინტერესოა. თუ გსურთ დადებითად განაწყით თქვენს მიმართ ადამიანი, გამოიყენეთ ინტერესის გამომხატველი ჟესტი.

ხელების თავის უკან ამოღება – ახასიათებს თავდაჯერებულ, უპირატესობის გრძნობით შეპყრობილ ადამიანებს, ან ადამიანებს, რომლებსაც მიაჩნიათ, რომ ყველაფერი იციან ამ ქვეყანაზე (ალბათ ამიტომ ბევრს აღიზიანებს ამ პოზის დანახვა). თუ იმავდროულად ადამიანი ფეხს ფეხზე გადადებს (ოთხიანის მსგავსად), ის კამათის და დისკუსიის მოყვარულია.

გულზე გადაჯვარედინებული ხელები – თავდაცვითი ჟესტია. ასეთი ჟესტის დანახვისას უნდა დავაკვირდეთ, რას და როგორ ვლაპარაკობთ, რადგან ნათელია, რომ ადამიანი გაურბის დიალოგს. ასეთივე თავდაცვითი რეაქციის გამომხატველია მუშტად შეკრული ხელები.

მობეზრების ჟესტებია იატაკზე ფეხის მონოტონური კაკუნი, საწერი კალმის სახურავით ტკაცუნი, თავის ხელისგულზე ჩამოღება, „ცარიელი“ გამოხედვა („გიყურებ, მაგრამ არ გისმენ“).

ფიქრის, განსჯის, გადაწყვეტილების მიღების ჟესტებია ნიკაპის მოფხანა, სათვალის მოხსნა და შუშების წმენდა, სათვალის ყურზე ტუჩებით შეხება, აქეთ-იქით სიარული, შუბლის მოსრესა.

მნიშვნელოვანია გვახსოვდეს, რომ არავერბალური კომუნიკაციის მხოლოდ რამდენიმე სიგნალი შეიძლება ჩაითვალოს უნივერსალურად და ყველა კულტურაში ერთნაირად მიღებულად, დანარჩენებს კი მრავალი მნიშვნელობა აქვს და ის, რაც მიღებულია ერთ კულტურაში, შესაძლებელია სრულიად მიუღებელი და შეურაცხმყოფელიც კი იყოს სხვაგან. სამუშაო გარემოში აუცილებელია ამ განსხვავებების გათვალისწინება, განსაკუთრებით თუკი თქვენს ორგანიზაციაში სხვადასხვა ქვეყნის წარმომადგენლები მუშაობენ. მხოლოდ რამდენიმე მაგალითი მოვიყვანოთ:

საჩვენებელი თითის დაქნევა ადამიანის დაძახების მიზნით – „მოდი აქ“ ჟესტი. ჩვენთან ყოვლად უწყინარი ჟესტი საკმაოდ ბევრ კულტურაში აღიქმება როგორც უზრდელო, ზოგან კი როგორც უცენზუროც. ახლო აღმოსავლეთში, პორტუგალიასა და ესპანეთში, ლათინურ ამერიკაში, იაპონიაში, ინდონეზიასა და ჰონგ-კონგში ადამიანის დასაძახებლად სჯობს მთლიანი ხელი დაიქნით (ხელისგული ქვემოთ უნდა იყოს მიმართული).

დიმილი უნივერსალურია, თუმცა სხვადასხვა კულტურაში გაღმების განსხვავებული მიზეზებია მიღებული. მაგალითად, იაპონელები იდიმიან, როდესაც გაბრაზებული ან დაბნეულები არიან. აზიის სხვა ქვეყნებში ადამიანები იდიმიან, როდესაც თავს დარცხვნილად გრძნობენ. ამერიკელები იდიმებიან არა მხოლოდ ნებისმიერ ადამიანთან შეხვედრის და მისალმების დროს, არამედ შემთხვევით, სრულიად უცხო ადამიანთან თვალებით დამყარებული კონტაქტის შემთხვევაშიც. სხვა ქვეყნებში კი დიმილს უფრო ახლო ადამიანებისთვის, მეგობრებისთვის „ინახავენ“.

თითებით “OK” ნიშნის ჩვენება. ბრაზილიასა და გერმანიაში ეს ქესტი უცნაურია; იაპონიაში ის გამოიყენება „ფულის“ აღმნიშვნელად, საფრანგეთში მას დამატებით „ნულის“ ან „უსარგებლო“ რაღაცის მნიშვნელობა აქვს.

იაპონიაში შეურაცხყოფელია ადამიანისთვის რაიმე ნივთის **ცალი ხელით გადაწოდება**; ისეთი მცირე საგანიც კი, როგორიცაა ფანქარი, ან სავიზიტო ბარათი, აუცილებლად ორივე ხელით უნდა მიაწოდოთ.

ბოლოს შეგვიძლია ვახსენოთ ყველასათვის კარგად ნაცნობი **თანხმობის ნიშნად თავის დაქნვა**. ბულგარეთსა და საბერძნეთში ანალოგიური ქესტი „არა“-ს აღნიშნავს.



გუნდური მუშაობა



კომუნიკაცია გუნდში

რაიმე ჯგუფის წევრობა ჩვენი ყოველდღიური ცხოვრების ნაწილია. ერთ-ერთი პირველი ჯგუფი, რომლის წევრიც ვხდებით - ჩვენი ოჯახია. ჯგუფების მაგალითებია ასევე კლასელები, სამეზობლო, წრეები და კლუბები, რომლებშიც ვერთიანდებით, სხვადასხვა სოციალური ჯგუფებია, მაგალითად, რომელიმე სპორტული კლუბის გულშემატკივართა ჯგუფი, ბანკის კლიენტთა ჯგუფი და სხვა.

სახელმძღვანელოს ამ ნაწილში ვისაუბრებთ ჯგუფებზე, რომლებიც შეიქმნა რაიმე კონკრეტული ამოცანის შესასრულებლად, ასეთი ტიპის ჯგუფს ხშირად მოიხსენიებენ როგორც **გუნდს**.

რა განსხვავებაა ჯგუფსა და გუნდს შორის?

ჯგუფი უფრო ფართო მნიშვნელობის ცნებაა. მაგალითად, მაღალმთიანი სათხილამურო კურორტის სასტუმროში მცხოვრებ დამსვენებელთა ჯგუფს გააჩნია საერთო მიზანი - დასვენება და თხილამურებით სრიალი, მაგრამ ისინი არ მუშაობენ ერთად საერთო ამოცანის ან პრობლემის გადაჭრაზე. გარდა ამისა, “ჯგუფში” ხშირად მოიაზრებიან არა მხოლოდ ადამიანები, მაგალითად: სიტყვათა ჯგუფი, პროდუქტების ჯგუფი, მცენარეების ჯგუფი და ა.შ.

გუნდის ცნება კი უფრო ვიწრო მნიშვნელობისაა: წინა მაგალითში ნახსენებ დამსვენებლებს შეგვიძლია ვუწოდოთ **გუნდი**, თუკი, მაგალითად, დიდთოვლობის გამო გარე სამყაროსგან მოწყვეტილ სასტუმროში მათ გადარჩენისთვის მოუწევთ თანამშრომლობა. ასეთ შემთხვევაში ისინი ერთად, ერთ გუნდად იმუშავენ ყველასთვის საერთო პრობლემის მოსაგვარებლად.

გუნდის მნიშვნელობა ორგანიზაციაში

დღევანდელ რეალობაში, ნებისმიერი ორგანიზაციის საქმიანობის პრაქტიკულად ყველა ასპექტში, წარმატების მიღწევა შეუძლებელია გუნდში მომუშავე ადამიანების მრავალფეროვანი უნარ-ჩვევებისა და რესურსების, ერთად და ეფექტურად ამოქმედების გარეშე. ამიტომაც, სულ არაა გასაკვირი, რომ თანამშრომლების შერჩევის პროცესში დამსაქმებლები პირველ რიგში ეძებენ ე.წ. **“გუნდურ მოთამაშეებს”**, ადამიანებს, ვისაც სურს და შეუძლია არა მხოლოდ ინდივიდუალურად შეასრულოს დაკისრებული მოვალეობები, არამედ, საჭიროების შემთხვევაში, იმუშაოს გუნდთან ერთად საერთო მიზნის მისაღწევად, უსმინოს გუნდის წევრებს და გაიზიაროს მათი მოსაზრებები, იზრუნოს გუნდის წარმატებაზე უფრო მეტად, ვიდრე საკუთარზე და აიღოს მისი წილი პასუხისმგებლობა საერთო საქმესა და მის შედეგებზე.

კარგად აწყობილი გუნდური მუშაობა ემნის მეგობრულ და ლოიალურ გარემოს ორგანიზაციაში, უზრუნველყოფს მოსაზრებების, მიდგომების და გადაწყვეტილებების მრავალფეროვნებას, ხელს უწყობს შემოქმედებით აზროვნებას, ინოვაციურობას და პრობლემების მოგვარების უფრო ხარისხიან და ეფექტიან პროცესს, აუმჯობესებს შრომის ნაყოფიერებას, ზრდის სამუშაოთი კმაყოფილებას და მოტივაციას, იძლევა ერთმანეთის შეცდომებსა და გამოცდილებაზე დაყრდნობით სწავლის და განვითარების შესაძლებლობას. რაც მთავარია, ყველაფერი ზემოთქმულიდან გამომდინარე, გუნდური მუშაობა წარმოშობს ე.წ. **სინერგიის ეფექტს** - როდესაც გუნდის მუშაობის ერთიანი შედეგი ბევრად უფრო მეტია, ვიდრე მის წევრთა ინდივიდუალური მუშაობის შედეგების მარტივი ჯამი.

ორგანიზაციაში შემდეგი ძირითადი ტიპის გუნდს შეხვდებით:

1. **საპროექტო გუნდი** - რომელიც იქმნება ამა თუ იმ ამოცანის შესრულების ან პროექტის განხორციელების მიზნით; როგორც კი გუნდის მისია შესრულებულია - ის დიდი ალბათობით დაიშლება (ან გააგრძელებს საქმიანობას სხვა პროექტის ფარგლებში). საპროექტო გუნდის საქმიანობა სტრუქტურირებულია, გუნდის წევრებს ენიჭებათ ნათლად განსაზღვრული პასუხისმგებლობა, სამუშაოებისთვის დადგენილია კონკრეტული ვადები.
2. **მუდმივი გუნდი** - მას აგრეთვე **ფუნქციურ** გუნდს უწოდებენ; ასეთი გუნდი ძირითადად პასუხისმგებელია ორგანიზაციის ამა თუ იმ განყოფილების ან ქვედანაყოფის მიმდინარე საქმიანობაზე; გუნდის ლიდერია განყოფილების ან ქვედანაყოფის ხელმძღვანელი, ხოლო გუნდის წევრები ანგარიშვალდებულები არიან მის წინაშე.
3. **მრავალფუნქციური გუნდი** შედგება ორგანიზაციის სხვადასხვა განყოფილების ან ქვედანაყოფების თანამშრომლებისგან; მრავალფუნქციური გუნდები ყალიბდება, როდესაც გადასაჭრელი ამოცანა მოითხოვს რამდენიმე განსხვავებული სფეროს / პროფილის ექსპერტის ერთობლივ ქმედებას.

4. **ვირტუალური გუნდი** შედგება თანამშრომლებისგან, რომლებიც მუშაობენ გეოგრაფიულად დაშორებულ ადგილებში ან სახლიდან გაუსვლელად; ასეთ გუნდში კომუნიკაცია სხვადასხვა ონლაინ თუ სატელეფონო არხის მეშვეობით ხორციელდება.
5. **პრობლემის გადაწყვეტაზე ორიენტირებული გუნდი**, რომელსაც აგრეთვე “სამუშაო ჯგუფს” უწოდებენ, უფრო ხშირად მოკლე დროით, კონკრეტული პრობლემის მოგვარების მიზნით ყალიბდება. ასეთი გუნდი, მაგალითად, შეიძლება შეიქმნას ორგანიზაციაში წარმოქმნილი ფინანსური კრიზისის, ან სხვა რომელიმე მოულოდნელი სიტუაციის თუ გამოწვევის დასაძლევად. როგორც კი გუნდი შეიმუშავებს კრიზისული სიტუაციიდან გამოსვლის სტრატეგიას და კონკრეტული ღონისძიებების გეგმას, მისი საჭიროება აღარ არსებობს და გუნდი წყვეტს არსებობას.

გუნდის წევრთა როლები

გუნდს ქმნიან მასში გაერთიანებული ინდივიდუალური წევრები. თითოეული პიროვნება მნიშვნელოვან როლს თამაშობს გუნდის მიზნების შესრულების თვალსაზრისით.

თუ არასდროს ყოფილხართ რაიმე გუნდის წევრი, გაგიჭირდებათ დარწმუნებით იმის თქმა, ხართ თუ არა კარგი გუნდური მოთამაშე, თუმცა შეგიძლიათ დაფიქრდეთ და გაიხსენოთ, როგორ ურთიერთობთ სხვადასხვა ჯგუფებში? რა უფრო მოგწონთ - ლიდერობა თუ მიმდევრობა? შეგიძლიათ ადამიანების და მათი მოქმედებების კოორდინირება თუ უფრო მშვიდი და პასიური როლი გირჩევნიათ?

გადახედეთ გუნდური როლების ქვემოთ ჩამოთვლილ მაგალითებს და ნახეთ, რომელს მოირგებდით უფრო კომფორტულად.

გამამხნეველები: ასეთი ადამიანები ცდილობენ თანაგუნდელების მოტივირებას და შეგულიანებას. ისინი ამხნევენ გუნდს და მოუწოდებენ მას მოქმედებისკენ; ისინი გვერდში უდგანან თანაგუნდელებს, არ იშურებენ მათთვის დადებით შეფასებას და გუნდის მუშაობის საწყის ეტაპებზე ყინულის გაღლების ფუნქციასაც ითავსებენ.

დამბალანსებელი: ასეთ ადამიანებთან ძალიან იოლია ურთიერთობა. საერთო გადაწყვეტილებამდე მისვლის ხათრით ისინი მზად არიან შეცვალონ საკუთარი შეხედულება და დაეთანხმონ იმ მოქმედებათა გეგმას, რომელსაც საერთო მოწონების უფრო მეტი შანსი აქვს. ისინი ტოლერანტულები და დიპლომატიურები არიან, ცდილობენ შეამცირონ გუნდის წევრებს შორის არსებული დაძაბულობა და აღადგინონ ბალანსი.

ლიდერი: ლიდერები ზრუნავენ იმაზე, რომ საქმიანობის პროცესში გუნდი არ აცდეს დასახულ გეგმას და ვადებს. ისინი უფრო მეტად იღებენ საკუთარ თავზე ინიციატივას, მოქმედებების კოორდინირებას, იძიებენ რესურსებს და ანაწილებენ თანაგუნდელებში დავალებებს.

შემაჯამებელი: ასეთი ადამიანები ერთვებიან, რათა აღადგინონ ერთობლივი მუშაობის წესი და სტრუქტურა, როდესაც გუნდი რაიმე მიზეზის გამო კარგავს კონტროლს მოქმედებებზე ან სცდება თავდაპირველ გეგმას. შემაჯამებლები ერთგვარ ზედამხედველობას უწევენ გუნდის მუშაობას, და შეუძლიათ გაწეული საქმიანობის ძირითადი ეტაპების და მიღწეული შეთანხმებების შეჯამება.

ინიციატორი: იდეების მთავარი გენერატორი გუნდში. როდესაც დანარჩენები ჯერ კიდევ ფიქრობენ და ყოყმანობენ, ინიციატორები სთავაზობენ მათ ორიგინალურ იდეებს, რომლებიც პრაქტიკულიცაა, ეფექტურიც და ხშირად გამოყავთ კიდევ გუნდი ჩიხიდან.

შემფასებელი: შემფასებლებს არ მოსწონთ ნაჩქარევად მიღწეული შეთანხმებები, ამიტომ ისინი სხვებზე უფრო ხშირად (და სწრაფად) ამბობენ “არა”-ს, შემდეგ კი მოუწოდებენ თანაგუნდელებს გააგრძელონ მსჯელობა და იფიქრონ ალტერნატიულ გზებზე. შემფასებლებს მოსწონთ ლოგიკურად და მეთოდურად მოქმედება და გადაწყვეტილების მიღებამდე საკითხის ჯეროვნად გაანალიზება.

ორგანიზატორი: ასეთ ადამიანებს მოსწონთ წესრიგი და ორგანიზებულობა, ისინი ზრუნავენ იმაზე, რომ გუნდი იყოს მუდმივად ფოკუსირებული საქმეზე, ხოლო გუნდის ყველა წევრი - მეტ-ნაკლებად თანაბრად ჩართული სამუშაო პროცესში. ორგანიზატორებს უყვართ ჯგუფური მსჯელობის პროცესში გამოთქმული მნიშვნელოვანი იდეების და გადაწყვეტილებების ჩანიშვნა.

აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ გუნდური როლები არაა უცვლელი. იმის მიხედვით, რამდენი და რა ტიპის ადამიანები იკრიბება გუნდში, თქვენ შესაძლოა მოგიწიოთ სხვადასხვა, ან სულაც ერთდროულად რამდენიმე როლის შესრულება.

ზოგადად, გუნდური როლები შეგვიძლია ორ დიდ კატეგორიად დავყოთ: **ამოცანის გადაჭრაზე** ორიენტირებული და **მხარდაჭერაზე** ორიენტირებული როლები.

ამოცანის გადაჭრის ქცევა მიმართულია გუნდის წინაშე არსებული პრობლემის გადაწყვეტაზე, თანაგუნდელების მობილიზებაზე გარკვეული მიზნის მისაღწევად. ასეთი ქცევა განისაზღვრება ამოცანით, პრობლემით, და გულისხმობს წინადადებების, მოსაზრებების წამოყენებას, შეფასებას და მიღებას (მაგალითად, ინიციატორის, შემფასებლის, ორგანიზატორის როლები).

მხარდაჭერაზე ორიენტირებული ქცევა უკავშირდება გუნდში არსებული ემოციური კლიმატის გაუმჯობესებას, გუნდის გაერთიანებას და მის წევრთა ერთსულოვნების უზრუნველყოფას, რაც საბოლოო ჯამში აადვილებს გუნდის მიერ დასახული ამოცანების შესრულებას (მაგალითად, დამბალანსებელი, გამამხნეველები).

გუნდის ეფექტურად ფუნქციონირებისათვის აუცილებელია არსებობდეს გარკვეული წონასწორობა ამოცანის გადაჭრასა და მხარდაჭერაზე მიმართულ ქცევას შორის. რაც უფრო მოქნილი არიან გუნდის წევრები თავიანთ როლებში, მით უფრო წარმატებულია გუნდი მიზნის მიღწევაში.

იმის მიუხედავად, ხელმძღვანელ პოზიციაზე ხართ, თუ რიგითი თანამშრომლის, თქვენც შეგიძლიათ შეუწყოთ ხელი გუნდური მუშაობის გაუმჯობესებას. თუ გსურთ იმუშაოთ გუნდში, რომელშიც ერთმანეთს პატივისცემით და თანაგრძნობით ეპყრობიან, მოექცით სხვებს ისე, როგორც ისურვებდით, რომ მოგექცნენ თქვენ. იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც გუნდის ლიდერის როლში ხართ, ეცადეთ უხელმძღვანელოთ მხარდაჭერის და კონსტრუქციული უკუკავშირის მეშვეობით; ლიდერობა არ გაძლევთ ბატონობის და ბრძანებების გაცემის უფლებას.

გუნდური თამაშის წესების დაცვა უზრუნველყოფს ნაყოფიერ და ყველასათვის სამართლიან სამუშაო გარემოს:

- ყველა თანაგუნდელი თანაბარმნიშვნელოვანი პარტნიორია;
- ყველა თვალსაზრისი გამოხატული უნდა იყოს - სიჩუმე არ ნიშნავს თანხმობას;
- კონფლიქტები კი არ იმალება, არამედ დისკუსიის საგანი ხდება;
- სხვადასხვა თვალსაზრისების არსებობა განიხილება, როგორც ინფორმაციის წყარო და არა როგორც ხელისშემშლელი ფაქტორი;
- გუნდის შიგნით დაშვებულია კრიტიკა, მაგრამ არა გაკიცხვა;
- ნებისმიერი თვალსაზრისი ან გამოცდილება შეიძლება გახდეს განხილვის საგანი;
- მუდმივად ხდება ახალი ცოდნის და ინფორმაციის გაზიარება (მაგალითად, რეგულარული შეხვედრების მეშვეობით);
- საქმესთან დაკავშირებული დოკუმენტაცია ყველასათვის ხელმისაწვდომია;
- გადაწყვეტილებები მიიღება არა უმრავლესობის, არამედ გუნდის ყველა წევრის თანხმობით;
- მიღებული გადაწყვეტილებები, მსჯელობის და მუშაობის შედეგები ყველასათვის ხელმისაწვდომია;
- არავინ აკეთებს რამეს, რაც არ არის წინასწარ გუნდში შეთანხმებული;
- თამაშის წესების დაცვას მუდმივად უნდა მიექცეს ყურადღება. საჭიროების შემთხვევაში, თამაშის წესები შეიძლება გადაიხედოს გუნდური მსჯელობის შედეგად.

გუნდური მოთამაშე

თუკი გსურთ, რომ თქვენი სამუშაო გარემო და ყოველდღიური საქმიანობა სასიამოვნო და მამოტივირებელი იყოს, ხოლო თქვენი პროფესიული პოტენციალი ბოლომდე ათვისებული - იზრუნეთ იმაზე, რომ გახდეთ კარგი გუნდური მოთამაშე.

ფორბსის⁵ ქოუჩთა საბჭოს წევრთა აზრით, ნებისმიერ დარგში მომუშავე სპეციალისტს შეუძლია გაიუმჯობესოს გუნდური მუშაობის უნარ-ჩვევები, თუკი რამდენიმე მარტივ რჩევას გაითვალისწინებს:

1. **მიიღეთ სხვებისგან დახმარება.** უდავოდ კარგია, როდესაც ეხმარებით სხვებს, თუმცა ასევე მნიშვნელოვანია მიიღოთ სხვების დახმარება. მიმართეთ კოლეგებს, ღიად გაუზიარეთ თქვენი პრობლემა ან საჭიროება და ისარგებლოთ მათი რჩევებით. ადამიანებს მოსწონთ და უხარიათ, როდესაც შეუძლიათ ვინმეს დაეხმარონ.
2. **მიანიჭეთ უპირატესობა საერთო ინტერესებს** (და არა ინდივიდუალურ პოზიციებს). მიზნის მიღწევის პროცესში ჩვენი ძირითადი საყრდენი - ურთიერთობებია. ადამიანები, რომლებიც ცდილობენ დააბალანსონ გუნდის წევრთა საკვანძო ინტერესები და დასახონ მათი მიღწევის სტრატეგია, იმყარებენ გუნდში ავტორიტეტს, რეპუტაციას და გავლენას.
3. **კარგად მოუსმინეთ.** ზოგჯერ უფრო მეტად ვფიქრობთ იმაზე, თუ რა შეგვიძლია რომ გავუკეთოთ სხვებს, ვიდრე იმაზე, თუ რა შეგვიძლია მათ ვაგრძნობინოთ. არადა, ნებისმიერი ადამიანისთვის ყველაზე ძვირფასი საჩუქარი იქნებოდა მისი რეალური პიროვნების დანახვა, ამისთვის კი საუკეთესო საშუალება მოსმენაა. სამწუხაროდ, დღევანდელ რეალობაში მოსმენა და მოსმენისთვის საჭირო მოთმინება დავიწყებას მიცემულ ხელოვნებად იქცა. პირველ რიგში გახდით კარგი მსმენელი; ამის შემდეგ კარგი გუნდური მოთამაშის წოდება თავისით მოვა.
4. **განავითარეთ სხვა ადამიანების ნიჭი და შესაძლებლობები.** ჩვენ ყოველთვის გვასწავლიდნენ, რომ პირველ რიგში საკუთარ წარმატებაზე უნდა ვიზრუნოთ, თუმცა იმისთვის, რომ უკეთესად ვიმუშაოთ გუნდში, ყურადღების გადატანა ჩვენს გარეთ, სხვა ადამიანებზე უნდა შევძლოთ. როდესაც დროს სხვების (და არა საკუთარ) განვითარებაზე დახარჯავთ, ირგვლივ მყოფ ადამიანებს ბუნებრივად მოიზიდავთ, რადგან ისინი თქვენში შთაგონების, გაძლიერების და თვით-რეალიზაციის წყაროს დაინახავენ.
5. **გაუნაწილეთ თქვენი ნიჭი და პოტენციალი სხვებს.** ყველას აქვს თავისი ძლიერი მხარეები და უნარ-ჩვევები, რომლებსაც საუკეთესოდ ფლობს. უწილადეთ სხვებს თქვენი ნიჭი, დაეხმარეთ ადამიანს ისე, რომ არაფერი სთხოვოთ სანაცვლოდ. საქმე, რომელსაც ხუთ წუთში დაასრულებთ, თქვენს თანაგუნდელს შესაძლოა მთელი დღის წვალებად და ნერვიულობად დაუჯდეს. საჭირო დროს აღმოჩენილი უანგარო დახმარება ურთიერთობის და ნდობის გასამყარებლად საუკეთესო საშუალებაა.
6. **გაავრცელეთ პოზიტივი.** გაეცით ენერგია - ნუ დაცლით ენერგიისგან სხვებს; ეძიეთ შესაძლებლობები და არა პრობლემები. ეცადეთ დაინახოთ დადებითი

⁵ ფორბსი (Forbes) - მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე ავტორიტეტული ფინანსურ-ეკონომიკური ჟურნალი

და არა უარყოფითი; აღიარეთ და შეაქეთ ადამიანები - ნუ იჭორავებთ მათზე. ნუ განსჯით და ნუ შეაფასებთ კარგია თუ ცუდია, სწორია თუ არასწორია, მართალია თუ მტყუანია. გაუღიმეთ თანაგუნდელებს და თქვენი ღიმილი ასმაგად დაგიბრუნდებათ.

იმისთვის, რომ ნამდვილად ძლიერი გუნდური მოთამაშე გახდეთ, არაა საჭირო განსაკუთრებული ექსტრავერტობა ან აგრესიული თვითრეკლამა, სულ პირიქით - ეფექტურ გუნდში ხასიათების და პიროვნული მახასიათებლების მრავალფეროვნებაა, თუმცა არის რამდენიმე თვისება, რომელიც განასხვავებს განსაკუთრებულად ძლიერ გუნდურ მოთამაშეს. ძლიერი გუნდური მოთამაშე:

- **სანდო და საიმედოა.** შეგიძლიათ მას ენდოთ ყოველთვის და ყველაფერში, რაც ეხება საქმის ხარისხიან და დროულ შესრულებას. იგი სტაბილურად ეფექტური და ორგანიზებულია, ორიენტირებულია პრობლემების გადაჭრაზე, ინარჩუნებს პოზიტიურ ურთიერთობებს თანაგუნდელებთან და მათი უპირობო მხარდამჭერია;
- **კომუნიკაბელური, თავდაჯერებული და კონსტრუქციულია.** ხშირად, ბევრი კარგი გუნდური მოთამაშე ასრულებს თავის საქმეს, მაგრამ მორცხვია, არ უყვარს ლაპარაკი და ურჩევნია ჩუმად ყოფნა. ძლიერი გუნდური მოთამაშე თამამად, ღიად და გულწრფელად გამოხატავს საკუთარ მოსაზრებებს და ამავდროულად პატივს სცემს თანაგუნდელების აზრს.
- **აკეთებს უფრო მეტს, ვიდრე მოეთხოვება.** კარგი გუნდური მოთამაშე ზედმიწევნით ასრულებს თავის წილ მოვალეობებს, ძლიერმა გუნდურმა მოთამაშემ კი იცის, რომ რეალური პროგრესი და წინსვლა მიიღწევა მხოლოდ ზომიერ რისკზე წასვლის, კომფორტის ზონის დატოვების და შემოქმედებითი იდეების შეთავაზების ხარჯზე. გუნდის ასეთ წევრს სხვებისგან საკუთარ თავზე მეტი პასუხისმგებლობის აღების სურვილი და მეტი ინიციატივები განასხვავებს.
- **სწრაფად და მარტივად ადაპტირდება.** ძლიერი გუნდური მოთამაშე არ რჩება პასიურ დამკვირვებლად ცვალებად გარემოში; ის სწრაფად ეგუება ცვლილებას და ხშირად თავად გამოდის პოზიტიური ცვლილების ინიციატორად. მას არ უყვარს წუწუნი, იგი მოქნილად პოულობს საკუთარ ადგილს და როლს მოულოდნელი გამოწვევების დაძლევის პროცესში.
- **არა მხოლოდ საქმის, არამედ მეგობრების ერთგულიცაა.** ძლიერი გუნდური მოთამაშისთვის მნიშვნელოვანია მეგობრული და პოზიტიური საქმიანი ურთიერთობები; იგი საკუთარი გუნდის ერთგული გულშემატკივარია და თანაგუნდელებისგანაც იგივეს მოითხოვს.

მონებრივი იერიში

გუნდში გადაწყვეტილების მიღებას, ან პრობლემის მოგვარებაზე გუნდურ მუშაობას რამდენიმე აშკარა უპირატესობა გააჩნია.

- პირველ რიგში, გუნდის წევრებს შორის არსებული, ურთიერთპატივისცემასა და ნდობაზე დამყარებული კომუნიკაცია ხელს უწყობს პრობლემების უფრო გულწრფელ, ღია და ეფექტურ ანალიზს;
- გუნდის წევრებს უკეთესად ესმით კონტექსტი, რომელშიც ერთობლივად მოქმედებენ, კარგად იცნობენ ერთმანეთის როლებს და ძლიერ / სუსტ მხარეებს;
- გუნდის წევრების მრავალფეროვანი პერსპექტივებიდან / გამოცდილებიდან გამომდინარე იოლდება პოტენციური რისკების წინასწარ განჭვრეტა და მათი შემცირებისთვის აუცილებელი ზომების მიღება;
- გუნდური გადაწყვეტილება ყოველთვის ნაკლებადაა ტენდენციური, ან მიკერძოებული, რადგან ყველა წევრის ინტერესებს ითვალისწინებს;
- გუნდური მუშაობის პროცესი წარმოქმნის მეტ კრეატიულ იდეას, და შესაბამისად უფრო მეტ პოტენციურად ქმდით და ინოვაციურ გადაწყვეტას.

საბოლოო ჯამში კი ეჭვგარეშეა, რომ თანამშრომლობას და გუნდურ მუშაობას მივყავართ გაცილებით უფრო ეფექტურ შედეგებამდე, ვიდრე ინდივიდუალურ აზროვნებას.

განვიხილოთ გუნდში გადაწყვეტილების მიღების რამდენიმე საინტერესო მეთოდოლოგია და დავიწყეთ ყველაზე პოპულარულით - **გონებრივი იერიშით**.

“შავ პირში” აზროვნება, ისევე როგორც “შავ პირში” წერა ან ნახატის წინასწარი მონახაზის გაკეთება, საჭიროებს წახალისებას და არა შეფასებას. ბევრს ეს არ ესმის და როგორც კი ამჩნევენ სხვის მსჯელობაში რაიმე ნაკლს ან შეცდომას, მაშინვე ცდილობენ მიუთითონ მას ამ შეცდომაზე. ვადამდელი კრიტიკა, როგორც წესი, არაშესატყვისია და საზიანო, მას შემდეგ ადამიანები ხშირად ითრგუნებიან და აღარ გამოხატავენ დისკუსიაში მონაწილეობის სურვილს. უფრო მეტიც, ისინი აღარც შემდგომ შეხვედრებში მონაწილეობის სურვილს ავლენენ და ზოგადად თავშეკავებულობას და თვითცენზურას ეჩვევიან. შედეგად კი ჯგუფი კარგავს ყველაზე ღირებულ რესურსს - მისი წევრების შემოქმედებითად აზროვნებას.

გონებრივი იერიში (იგივე “ტვინის შტურმი”) წარმოადგენს პროცესს, რომლის მეშვეობითაც ხდება სხვადასხვა პრობლემების მოგვარებაზე მიმართული, კრეატიული გადაწყვეტილებების შემუშავება. ამ მეთოდის არსი პრობლემაზე

გონებრივი იერიში ნიშნავს გამოიყენო გუნდური გონება და უშიშრად შეუტეო პრობლემას, რომელიც ითხოვს შემოქმედებით აკადანგოებას.

ფოკუსირება და შემდეგ მისი მოგვარების რაც შეიძლება მეტი ვარიანტის მოფიქრებაა. გონებრივი იერიშის ეფექტურობის ერთ-ერთი მიზეზი არის ის, რომ ადამიანები არა მხოლოდ წარმოქმნიან საკუთარ იდეებს, არამედ სხვათა იდეებზე დაყრდნობით კიდევ უფრო მეტ ახალ ალტერნატივას

ამუშავებენ.

ორიგინალური იდეების გაჩენის მთავარი დაბრკოლება - სხვების მიერ მისი უარყოფითად შეფასების შიშია. ადამიანები ხშირად თავს იკავებენ და არ გამოთქვამენ საინტერესო, არაორდინარულ იდეებს იმის გამო, რომ კოლეგების და ხელმძღვანელი პირების მხრიდან დაცინვის, კრიტიკის, სკეპტიკური ან მტრული დამოკიდებულების გამოქვეყნების ემინათ. თუ მოვახერხებთ და მოვხსნით ამ დაბრკოლებას, იდეების რაოდენობა მკვეთრად გაიზრდება. გონებრივი იერიშის ამოსავალი დებულება ამტკიცებს, რომ აუცილებლად უნდა გავმიჯნოთ იდეების წარმოქმნის პროცესი მათი კრიტიკისა და შეფასებისგან - ამას “გადავადებული შეფასების” პრინციპს უწოდებენ (ინგლისურად: suspended judgement).

გონებრივი იერიშის ოთხი მთავარი პრინციპი შემდეგში მდგომარეობს:

- მთავარია რაოდენობა, და არა ხარისხი
- კრიტიკა დაუშვებელია
- მისასალმებელია ყველაზე წარმოდგენილი იდეებიც
- უნდა მოხდეს ერთმანეთის იდეებზე “დაშენება”

გარდა ეფექტური გადაწყვეტილების მიღებისა, გონებრივი იერიშის პრინციპები ხელს უწყობს ასევე ძლიერი გუნდის შექმნასაც. გუნდი, რომელსაც ესმის გონებრივი იერიშის პრინციპები და მათი ერთგულია, საბოლოო ჯამში მაღალფუნქციურ გუნდად

გონებრივი იერიშის წესები

- ✓ მისასალმებელია ნებისმიერი - უცნაური, გაუგებარი, წარმოუდგენელი, სულელური იდეები
- ✓ დროებით შევაჩეროთ კრიტიკა:
 - არ ვაფასებთ ერთმანეთის იდეებს;
 - არ ვუწესებთ ცენზურას საკუთარ იდეებს;
 - იდეებზე აუცილებლად ვიმსჯელებთ მოგვიანებით.

ყალიბდება და მშვენიერ შედეგებს აღწევს, იქნება ეს გონებრივი იერიშის მეთოდით მუშაობა თუ ყოველდღიური სამუშაო ამოცანების შესრულება.

გუნდში, რომელშიც იდეების კრიტიკა დაუშვებელია, ადამიანები ცდილობენ დაინახონ ერთმანეთში და სიტუაციაში მხოლოდ

დადებითი მხარეები. თუ გუნდში მხარდაჭერა - ბუნებრივი ტენდენციაა, მისი წევრები ყოველთვის ამჯობინებენ დიალოგს, რათა უკეთ გაერკვნენ, იმის მაგივრად, რომ იკამათონ და დაჯახნონ. ასეთ გუნდში გაზიარებული უკუკავშირი პატივისცემასა და დახმარებაზე იქნება დამყარებული, რადგან მათ უხარიათ ერთმანეთის წარმატება და მიღწევები.

ყველაზე წარმოუდგენელი იდეების წახალისება ხელს უწყობს შემოქმედებას და მრავალფეროვნებას გუნდში. ხშირად, ადამიანები აიგივებენ საკუთარ თავს თავიანთ იდეებთან. შესაბამისად, თუ ვიწონებთ წარმოუდგენელ იდეებს - ვიწონებთ და პატივს ვცემთ განსხვავებებს. **როდესაც ერთმანეთის იდეებს ვუსმენთ და ვცდილობთ ამ იდეების განვრცობას, განვითარებას** - უკეთესი მსმენელები ვხდებით. გუნდის წევრები უსმენენ ერთმანეთს არა წინააღმდეგობის გაწევის ან შეკამათების, არამედ უკეთ გაგების მიზნით.

უოლტ დისნეის სტრატეგია

უოლტ დისნეიმ შემოიღო ტერმინი *“იმაჟინერია”*, რათა აღეწერა პროცესი, რომლის საშუალებითაც “ქმნიდა მომავალს” – ოცნებობდა და შემდეგ ამ ოცნებას რეალობად აქცევდა. დისნეი ახალი გმირების და სიუჟეტების შესაქმნელად აზროვნების განსაზღვრულ სტილს იყენებდა. დისნეის სტრატეგიის არსი კარგად ჩანს მისი ერთ-ერთი თანამშრომლის გამონათქვამში: “ფაქტობრივად, არსებობდა სამი განსხვავებული დისნეი: მეოცნებე, რეალისტი და გამანადგურებელი. არასდროს ვიცოდით, თუ რომელ მათგანთან მოგვიწევდა მუშაობა.”

იმაჟინერია წარმოადგენს ამ სამი აზროვნების სტილის – “მეოცნებე”, “რეალისტი”, “კრიტიკოსი” – კოორდინაციას. თითოეული მათგანი მომავალი მიზნის მიღწევისათვის საჭირო “შინაგანი თამაშის” საკვანძო კომპონენტს შეადგენს. რეალისტის გარეშე, მეოცნებე ვერ მოახდენს იდეის მატერიალიზებას. კრიტიკოსი და მეოცნებე, რეალისტის გარეშე მხოლოდ გაუთავებელ კონფლიქტში ებმებიან. რეალისტი მეოცნების და კრიტიკოსის გარეშე არის რობოტი. რეალისტი და

კრიტიკოსი მეოცნებეს გარეშე – ეს არის ბიუროკრატია. მეოცნებეს და რეალისტს შეუძლიათ რეალური რეზულტატები მიიღონ, მაგრამ მათი იდეები კრიტიკოსის გარეშე სრულყოფილი არ იქნება. კრიტიკოსი ეხმარება მათ შემოქმედებითი იდეების შეფასებასა და გაუმჯობესებაში. დესტრუქციული კრიტიკოსი გამანადგურებელია, კონსტრუქციული – კარგი მრჩეველი.

ეფექტიანი ინოვაციები და პრობლემების შემოქმედებითად გადაჭრა გულისხმობს ყველა ამ სტადიის სინთეზს. მეოცნებე საჭიროა, რათა მოახდინოს ახალი იდეების და მიზნების ფორმულირება. რეალისტი საჭიროა, რათა ხორცი შეასხას მეოცნების იდეებს. კრიტიკოსი საჭიროა, რათა გაფილტროს იდეები და თავიდან აგვაცილოს შესაძლო პრობლემები.

ადამიანი, სიტუაციიდან გამომდინარე, ამა თუ იმ პრობლემის გადაწყვეტას შემოქმედებითად, რეალისტურად, ან კრიტიკულად უდგება. თუ ეს ნაწილები შეუთანხმებლად მუშაობენ, იზრდება კონფლიქტის წარმოქმნის ალბათობა და მცირდება ადამიანის ქმედების ეფექტიანობა. ხოლო ამ ნაწილების შეთანხმებული მუშაობა ხელს უწყობს ეფექტიანობის გაზრდას და მნიშვნელოვნად ზრდის წარმატების მიღწევის შანსებს.

იმპერინერიის პროცესი გულისხმობს რაიმე იდეასა თუ პროექტზე, სამოქმედო გეგმებზე მუშაობის პროცესის სტადიებად დაყოფას. ეს არის მეოცნების, რეალისტის და კრიტიკოსის სტადიები.

მეოცნების სტადია - წარმოსახვის სტადიაა. დისნეის მიხედვით მეოცნების ფუნქცია იმაში მდგომარეობს, რომ საკუთარ გონებაში ნათლად წარმოიდგინოს რაიმე საქმის, ან პროექტის თითოეული ნაწილის ვიზუალური ხატი, ხმების და შეგრძნებების სინთეზით. მეოცნების სტადია ორიენტირებულია შორეულ მომავალზე. ის გულისხმობს აზროვნებას “დიდი სურათის” ტერმინებში, ახალი ალტერნატივების და ვარიანტების მოძიებას. მეოცნებე თვლის, რომ ყველაფერი შესაძლებელია. არცერთი იდეა არ უნდა იყოს უარყოფილი. აზროვნების ამ სტილთან არ არის დაკავშირებული არანაირი შეზღუდვები ან შეფასებები. მეოცნების ამოცანაა მოახდინოს მიზნის პოზიტიურ ტერმინებში ფორმულირება და სასურველი მდგომარეობის და სარგებლის განსაზღვრა.

რეალისტის სტადია - ოცნებების, ხედვების ხორცშესხმის პროცესია. დისნეის, როგორც რეალისტის ერთ-ერთი ძლიერი მხარე იყო მისი უნარი საკუთარი ოცნებები თანმიმდევრულ, მართვას დაქვემდებარებულ ეტაპებად დაეყო. ფაქტობრივად, სწორედ მან გამოიყენა პირველმა კადრირების პროცესი, რომელსაც დღევანდელ დღეს ყველა მსხვილი კინოკომპანია იყენებს. კადრირება წარმოადგენს წიგნის ქვეთავებად დაყოფის მსგავს პროცესს. ეს არის ფილმის სცენარის ყველა კრიტიკული მოვლენის მონახაზების თანმიმდევრობა. კადრირების პროცესი წარმოადგენს დაგეგმარების ეფექტიან საშუალებას. მისი გამოყენება არა მხოლოდ

კინონდუსტრიაში, არამედ ნებისმიერ სხვა სფეროშიც არის შესაძლებელი. ის შეგიძლიათ წარმატებით გამოიყენოთ საქმიანი პროექტების, ინოვაციების, სასწავლო სემინარების, ახალი პროგრამების შექმნისას. რეალისტის მიზანია, ოცნება რეალურ პროდუქტად გარდაქმნას. ის განსაზღვრავს ნაბიჯებს, რომელიც მისი მიღწევისათვის არის საჭირო. რეალისტის ყურადღება, უპირველეს ყოვლისა, მიმართულია იმაზე, თუ როგორ განახორციელოს გეგმა ან იდეა.

კრიტიკოსის სტადია - დისნეისთან კრიტიკული გააზრების პროცესი გულისხმობს დაგეგმილი საქმისგან, პროექტისგან გარკვეულ დისტანციაზე დაშორებას და მის სხვა პერსპექტივიდან – მაყურებლის ან მყიდველის პოზიციიდან აღქმას. “გვერდიდან ხედვა” შემოქმედებითი პროცესისათვის “სიღრმის” მისაცემად არის საჭირო. განსაკუთრებულ ინტერესს წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ “გვერდიდან ხედვა” შესაძლებელი ხდება მაშინ, როდესაც დისტანცია საკმაოდ დიდია. იმისათვის, რომ მეოცნების და რეალისტის მიერ შესრულებული სამუშაო ეფექტიანად გააკრიტიკოს, კრიტიკოსმა სიტუაციას შორიდან უნდა შეხედოს. თუ კრიტიკოსი მათ ახლო დისტანციიდან აკვირდება, ის შეიძლება მეოცნების ან რეალისტის პოზიციის გავლენის ქვეშ მოექცეს. ამავე დროს, მან თავის მხრივ შეიძლება ჩაახშოს მეოცნების ხედვა და ჩაერიოს რეალისტის გეგმებში.

კრიტიკოსის ეტაპი ეს არის იდეების შემოწმების და ლოგიკური ანალიზის ეტაპი. კრიტიკოსი ეძებს პრობლემებს “რა მოხდება, თუ . . .” ჩარჩოს საშუალებით. კრიტიკოსის მიზანია შეაფასოს შემოთავაზებული გეგმა ან პროექტი და იპოვოს პოტენციური პრობლემები და “გამოტოვებული რგოლები”.

კრიტიკოსი ოპერირებს როგორც ხანმოკლე, ისე ხანგრძლივი დროითი ინტერვალებით და ეძებს პრობლემების პოტენციურ წყაროებს როგორც წარსულში, ისე მომავალში. ის გეგმის ტესტირებას ახდენს და ამოწმებს, რამდენად შეესაბამება ის საჭირო კრიტერიუმებს.

აზროვნების ექვსი ეული

ადამიანის შემოქმედებითი პოტენციალის სრული ძალით ამოქმედება არც თუ ისე იოლია. აზროვნების პროცესი საკმაოდ ქაოსურია: ერთმანეთში ბევრი ურთიერთსაწინააღმდეგო გრძნობები და იდეები ჩნდება, აზრების ნაკადი მუდმივად იცვლის მიმართულებას... ალბათ, ხშირად გქონიათ განცდა, რომ ამ ნაკადს ძალიან სადი და ღირებული იდეა მოჰყვებოდა, მაგრამ ვერ მოასწარიტ მისი “დაჭერა” და ბოლომდე გაცნობიერება.

კიდევ უფრო რთულდება საქმე მაშინ, როდესაც ადამიანი პრობლემის წინაშე დგას და ცდილობს ისეთი გადაწყვეტილების პოვნას, რომელიც ამ პრობლემას საუკეთესოდ და რაც შეიძლება ნაკლები დანაკარგებით მოაგვარებდა. რაც უფრო მეტად ცდილობს იგი პრობლემაზე კონცენტრირებას და გონების დაძაბვას, მით უფრო საფუძვლიანად

ებმება რუტინული აზროვნების ხაფანგში და თითქოს ჯიბრზე, ორიოდ ბანალური და შაბლონური მოსაზრების გარდა, თავში არაფერი მოსდის.

ახლა წარმოიდგინეთ, რომ პრობლემის მოგვარების პროცესში არა ერთი, არამედ რამდენიმე ადამიანია ჩაბმული და ამოცანის გადაწყვეტა ახლა უკვე რამდენიმე თავში არსებული ქაოსიდან უნდა დაიბადოს! აღარავის სჭირდება იმის დამტკიცება, რომ ნებისმიერი ორგანიზაციის წარმატებული საქმიანობა პირდაპირ კავშირშია სწორედ რომ გუნდური მუშაობის ეფექტურობასთან.

ლოგიკურია ვიფიქროთ, რომ თუკი მოხერხდება თავში არსებული ქაოსის დალაგება, იდეების და მოსაზრებების დაჯგუფება და მათი სწორი მიმართულებით და თანმიმდევრობით წარმართვა, გადაწყვეტილების ძიების პროცესი უნდა გამარტივდეს, დაჩქარდეს და ამდენად უფრო შედეგიანიც გახდეს.

დაახლოებით ასე ფიქრობდა ედვარდ დე ბონო, შემოქმედებითი აზროვნების მსოფლიოში განთქმული მეთოდოლოგიის ავტორი, როდესაც პირველად გადაწყვიტა გარკვეულიყო აზროვნების პროცესში, მისი შემოქმედებითი პოტენციალის მაქსიმალური გამოყენების მიზნით.

პრაქტიკული აზროვნებისას, სამ ძირითად სირთულეს ვაწყდებით:

1. ემოციები. ძალიან ხშირად გვირჩევნია საერთოდ არაფერზე ვიფიქროთ და დავეყრდნოთ მხოლოდ ინტუიციას, ემოციებსა და ალღოს.
2. უსუსურობა. ზოგჯერ არაადეკვატურობის განცდა გვეუფლება: “არ ვიცი არაფერი, არ შემიძლია ამაზე ფიქრი. საერთოდ აღარ ვიცი, რა ვქნა.”
3. დაბნეულობა, გაურკვევლობა. ვცდილობთ ყველაფერზე ერთდროულად ვიფიქროთ და შედეგად საბოლოოდ ვიბნევით.

“აზროვნების ექვსი ქული” ამ სიძნელეების გადალახვის მარტივი და პრაქტიკული მეთოდია.

ემოციები აზროვნების მნიშვნელოვანი ნაწილია. სხვადასხვა გადაწყვეტილებები თუ არჩევანი ყოველთვის ჩვენი გრძნობების საფუძველზე კეთდება. აზროვნების გარკვეულ ეტაპზე ემოციები გარდაუვალი და აუცილებელია, თუმცა ზოგჯერ - სრულიად უადგილო და შესაძლოა დამღუპველიც. ექვსი ქულის მეთოდი გვეხმარება ჩვენი ემოციები შესაბამის დროს და შესაბამის მომენტში გამოვიყენოთ.

უსუსურობა ჩნდება მაშინ, როდესაც არ გაგვაჩნია აზროვნების ზოგადი სტრატეგიები, რომლებსაც ამა თუ იმ სიტუაციაში გამოვიყენებდით. ექვსი ქულის მეთოდი გვთავაზობს აზროვნების სტრუქტურირებას; ამ მეთოდის გამოყენებისას ყოველთვის ვიცით, თუ როგორი შეიძლება იყოს ჩვენი შემდგომი “ნაბიჯები” აზროვნების პროცესში.

დაბნეულობა და გაუგებრობა ჩნდება მაშინ, როდესაც ერთდროულად ბევრი რაღაცის გარკვევას, ან გაკეთებას ვცდილობთ. ხშირად, როდესაც რაღაცაზე ვფიქრობთ, აზრები რამდენიმე მიმართულებით გვეფანტება. ექვსი ქუდის მეთოდი კი გვეხმარება ერთ ჯერზე მხოლოდ ერთი კონკრეტული მიმართულებით ვიფიქროთ.

ალბათ, იოლად გაიხსენებთ თქვენი ყოველდღიური ცხოვრების ეპიზოდებს, როდესაც ერთდროულად რამდენიმე საქმეს აკეთებდით: მაგალითად, ეძებდით რაიმე ნივთს, თან ალაგებდით თქვენს მაგიდას, ცდილობდით თვალყური გედევნებინათ ბავშვისთვის და ცალი ყურით ტელევიზორში გადმოცემულ ამბებსაც უსმენდით. ან კიდევ, ერთდროულად საუბრობდით ტელეფონით, ათვალეფრებდით კომპიუტერში ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით მიღებულ წერილებს და რაღაცას ანიშნებდით ხელით კოლეგას, რომელმაც თქვენს ოთახში შემოიხედა.

ძალიან ხშირად მსგავსი რამ ჩვენს აზროვნებაშიც ხდება. როდესაც რაღაცაზე ვფიქრობთ, პრობლემის გადაწყვეტას ვეძებთ, ან რაღაცაზე ვმსჯელობთ, საჭიროა დავეყრდნოთ გარკვეულ ინფორმაციასა და ფაქტებს, ლოგიკურად ვიმსჯელოთ და თანაც საკუთარ გრძნობებსა და ინტუიციასაც ვუსმინოთ; დავიცვათ საკუთარი ინტერესები და ამავე დროს კონსტრუქციულნი ვიყოთ.

იმის ნაცვლად, რომ ყველაფერი ერთდროულად ვაკეთოთ, ან, უფრო სწორედ, ყველაფერზე ერთდროულად ვიფიქროთ, ექვსი ქუდის მეთოდი გვთავაზობს აზროვნების სხვადასხვა ასპექტებზე რიგრიგობით ფოკუსირებას და მათი შეჯერებით საბოლოო და მაქსიმალურად მკაფიო სურათის მიღებას.

ექვსი ფერი - ექვსი ქუდი

ექვსი ქუდის მეთოდი გვთავაზობს დავყოთ აზროვნება ექვს სხვადასხვა რეჟიმად. თითოეულ რეჟიმს დე ბონომ საკუთარი ფერის ქუდი შეუსაბამა. რატომ მაინც და მაინც ქუდები? დე ბონოს სურდა შეექმნა ადვილად გასაგები და დასამახსოვრებელი მოდელი, და ამისათვის შესაბამის ხატოვან მეტაფორას ეძებდა. ინგლისურ ენაში ქუდი, ჩვეულებრივ, ასოცირდება საქმიანობის ტიპთან – პოლიციელის, მოსამართლის, ფოსტალიონის ქუდი და ა.შ. გამოთქმა “ვინმეს ქუდის დახურვა” ნიშნავს ამა თუ იმ კონკრეტული საქმიანობის დაწყებას. დე ბონოს მეთოდიკა გულისხმობს, რომ ადამიანი, იხურავს რა გარკვეული ფერის ქუდს, ამით ირჩევს აზროვნების იმ ტიპს, რომელიც ასოცირებულია ამ ქუდთან. რა თქმა უნდა, რეალობაში არავითარი ქუდები არაა საჭირო, - ქუდების გამოყენება მხოლოდ ადამიანის გონებაში ხდება.

თეთრი ქუდი: აზროვნების ტიპი - სიზუსტე, ფაქტები, ლოგიკა, ინფორმაცია. თეთრი ფერის ქუდი - მიუკერძოებელი და ობიექტურია, როგორც მოწმე სასამართლო

პროცესზე. თეთრი ქუდის მატარებელი ადამიანი კომპიუტერს ემსგავსება და ცივი გონებით ცდილობს ციფრების, ფაქტების და სხვა ობიექტური ინფორმაციის მოწოდებას. რა ვიციტ სიტუაციის შესახებ? რა ფაქტებს ვფლობთ? რა მონაცემები გვაკლია? ამ ქუდის ტარება არც ისე იოლია, რადგან ადამიანს მოუწევს მთლიანად დაწმინდოს თავისი მსჯელობა ნებისმიერ ემოციისა და დაუფიქრებელი განსჯისგან.

წითელი ქუდი: აზროვნების რეჟიმი – ემოციები, ინტუიცია, გრძნობა და წინათგრძნობა. წითელი ფერი - ემოციების სიმბოლოა. წითელ ქუდში ყოფნისას, თავს უფლებას ვაძლევთ გამოვხატოთ ჩვენი ემოციები ყოველგვარი დასაბუთების გარეშე, ღიად და გულწრფელად. რას ვგრძნობ ამასთან დაკავშირებით? რას მკარნახობს შინაგანი ხმა? წითელ ქუდს შედარებით იშვიათად და მოკლე დროით (სულ რაღაც 1-2 წუთით) იხურავენ, იმისათვის, რომ გამოხატონ ემოციები და “გამოუმჯან ორთქლი”.

შავი ქუდი: აზროვნების მიმართულება - განსჯა, კრიტიკა, შეფასება, სიფრთხილე. შავი ფერი – პესიმიზმის, პირქუშობისა და არაკეთილმოსურნეობის სიმბოლოა. შავი ქუდის მატარებელი ადამიანი ნებისმიერ ინფორმაციას ეჭვის თვალთ უყურებს, ეძებს უარყოფითს, მცდარს, სუსტ ადგილებს, ნაკლოვანებებს. გამოვა ისე, როგორც ჩაფიქრებულია? მგონი რომ ზედმეტად ოპტიმისტურები ვართ! რა უარყოფითი შედეგები მოჰყვება ამ ყოველივეს? შავი ქუდის მისიაა პროექტის რუკაზე რაც შეიძლება მეტი “სარისკო ზონის” დატანა.

ყვითელი ქუდი: აზროვნების ფოკუსშია ღირსებები და უპირატესობები. მზესავით ყვითელი ქუდი – შავის ანტაგონისტია, ის გვეხმარება დავინახოთ სარგებელი და მოვლენათა დადებითი მხარეები. ყვითელი ქუდის მქონე ადამიანი ოპტიმისტი ხდება და ნებისმიერ სიტუაციაში ცდილობს აღმოაჩინოს პოზიტიური პერსპექტივები, თუმცა მისი ხედვა აუცილებლად უნდა დასაბუთდეს. რა უპირატესობას მოგვცემს ამგვარი გადაწყვეტილება? რატომ ღირს ამის გაკეთება?

მწვანე ქუდი: შემოქმედებითი აზროვნება, იდეები – ბევრი და მრავალფეროვანი. ახალი გზები და გადაწყვეტილებები; ალტერნატივები. ადამიანი, რომელიც მწვანე ქუდს იხურავს, ახალი იდეებს, ახალი გადაწყვეტების ძიებას იწყებს. რა შეგვიძლია მოვიმოქმედოთ? როგორია შესაძლო სტრატეგია? მოდით, ახლებურად შევხედოთ სიტუაციას, და ვიფიქროთ, რა ახალი მიდგომების გამოყენებაა შესაძლებელი?

ლურჯი ქუდი: ამ ქუდს ევალება აზროვნების პროცესის ორგანიზება, კონტროლი და მართვა. ლურჯი ფერი მშვიდი, ორგანიზებული, გამაერთიანებელია. ლურჯი ფერის ქუდის მქონე ადამიანი – პროცესის წამყვანია, ფასილიტატორია, ის მართავს აზროვნების პროცესს, აჯამებს მიღწევებს და შემდგომ მიმართულებებს სახავს. ლურჯი ქუდის მატარებელი არ იცვლის ქუდს, იგი მუდამ ამ ქუდში რჩება და ღირიჟორივით მართავს დანარჩენი ქუდების ორკესტრს, იძლევა ამა თუ იმ ფერის ქუდის დახურვის განკარგულებებს. რას მივაღწიეთ? როგორია შემდეგი ნაბიჯები?

როგორ გამოვიყენოთ მეთოდი?

ექსი ქუდის მეთოდი უნივერსალურია. მისი გამოყენება შესაძლებელია როგორც სამუშაო შეხვედრებზე (ჯგუფური მუშაობის სტრუქტურირებისა და დროის ეკონომიის მიზნით), ასევე ინდივიდუალურად, საკუთარი აზროვნების პროცესის სამართავად (მაგ., მნიშვნელოვანი წერილების და პუბლიკაციების დაწერის, დაგეგმვის, პრობლემების მოგვარების დროს). ფაქტობრივად, ამ მეთოდის გამოყენება შესაძლებელია ნებისმიერი შემოქმედებითი პროცესის დროს, სადაც საჭიროა ლოგიკისა და ემოციების ერთმანეთისგან გამიჯვნა და ახალი ორიგინალური იდეების მოფიქრება.

მთავარი წესები, რომელიც უნდა დავიცვათ:

- დისკუსიის დროს დაუშვებელია ერთდროულად ორი ფერის ქუდის დახურვა
- მუდმივად უნდა ვაკონტროლოთ საკუთარი თავი

მაგალითად, მწვანე ქუდის დახურვისას უნდა ვაცნობიერებდეთ, რომ ამჟამად მიმდინარეობს კონკრეტული გადაწყვეტილებების ძიების პროცესი. ამ დროს არ შეიძლება ამ გადაწყვეტილებების ანალიზი, გაკრიტიკება, ამისათვის შავი ქუდის დროც დადგება. კიდევ ერთ შეცდომას უშვებენ, როდესაც სთხოვენ სამუშაო შეხვედრის მონაწილეს სულ მუდამ ერთი ფერის ქუდი ატაროს. ეს არასწორია, ყველა მონაწილემ ერთი ფერის ქუდები ერთდროულად უნდა დაიხუროს, ასევე ერთდროულად უნდა შეცვალონ სხვა ფერის ქუდზე, და მხოლოდ სამუშაო შეხვედრის წამყვანს (ჯგუფის ხელმძღვანელს ან ფასილიტატორს) შეუძლია მუდმივად ატაროს ლურჯი ქუდი.

ქუდების გამოყენების თანმიმდევრობის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული ვარიანტი შემდეგია:

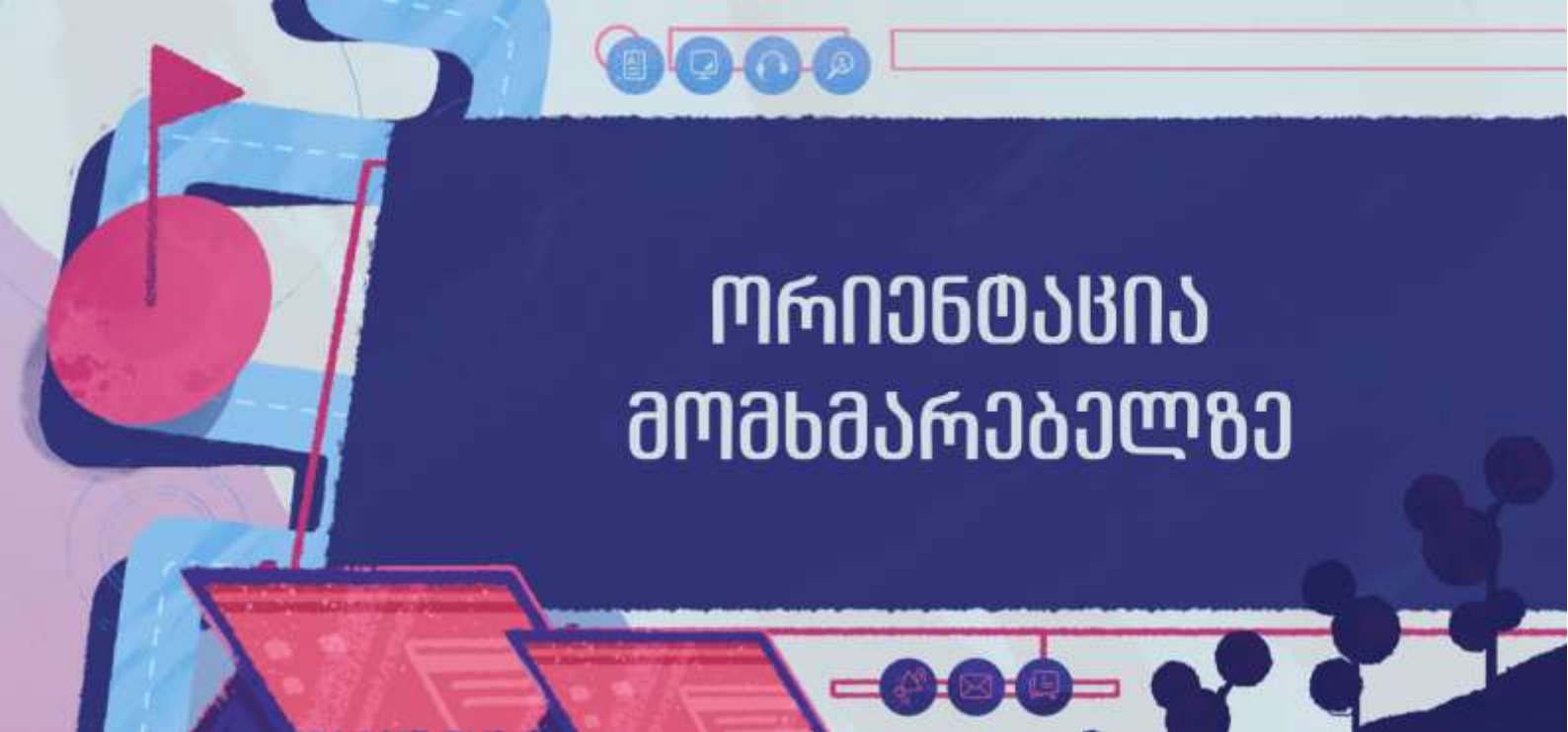
1. შეხვედრის ხელმძღვანელი (ლურჯი ქუდი) მოკლედ გააცნობს ჯგუფს ქუდების კონცეფციას და მოხაზავს ძირითად პრობლემას;
2. განხილვის დაწყება მიზანშეწონილია თეთრი ქუდით, იმისთვის, რომ ერთმანეთს გავუზიაროთ პრობლემის ირგვლივ არსებული ყველა ფაქტი და მონაცემი;
3. შემდეგ პრობლემის შესახებ არსებული საწყისი ინფორმაცია განიხილება ნეგატიური რაკურსით – ანუ შავი ქუდის მოშველიებით;
4. ამის შემდეგ დგება ყვითელი ქუდის რიგი და არსებულ ინფორმაციაში ვცდილობთ პოზიტიური მხარეების დანახვას;
5. მას შემდეგ, რაც პრობლემა განხილულია ყველა მხრიდან, და ანალიზისთვის საჭირო მასალა შეგროვილია, დროა ყველამ დაიხუროს მწვანე ქუდი და

შეუდგეს იდეების გენერირებას. იდეები უნდა იყოს მიმართული პოზიტიური მხარეების გაძლიერებასა და ნეგატიურის ნიველირებაზე.

6. ახალი იდეები კვლავ უნდა შეფასდეს ყვითელი და შავი ქულების მეშვეობით;
7. ბოლოში კი ლურჯი ქულის მიერ ხდება შეხვედრის შედეგების შეჯამება.

შეხვედრის წამყვანი (ლურჯი ქუდი) მართავს პროცესს, ზრუნავს იმაზე, რომ განხილვამ არ გადაუხვიოს მთავარი თემიდან, აკონტროლებს მონაწილეების მიერ ქულების გამოყენების კორექტულობას (მაგ., რომ მონაწილემ არ ისაუბროს ერთდროულად ორი სხვადასხვა ფერის ქუდით) და თანმიმდევრობას, და პერიოდულად სთავაზობს მათ ემოციებისგან დაცლას (წითელი ქუდის მეშვეობით); ამგვარად, აზროვნების ნაკადები არ იკვეთება და ერთმანეთში არ იხლართება.

ჯგუფური მუშაობის სხვა მოდელებისგან განსხვავებით, დე ბონოს მეთოდი იმდენად ხატოვანია, რომ მისი ძირითადი იდეის გადმოცემა მაქსიმუმ ნახევარ საათშია შესაძლებელი, ხოლო დახსომება კი თითქმის მომენტალურად ხდება. მიდგომა ნათელი და მარტივია, პროცესიც ყველასთვის გასაგები. სცადეთ და თავად დარწმუნდებით!



ორიენტაცია მომხმარებელზე

ორგანიზაცია და მისი მომხმარებლები

იცით თუ არა, ვინაა თქვენს ორგანიზაციაში მომხმარებლის მომსახურებაზე პასუხისმგებელი?

„არავინ“, ან „არ ვიცი“ - არასწორი პასუხია, ასეთ პასუხში კარგ ნიშანს ვერ მიიღებთ.

„მომხმარებლებზე ზრუნვის / მომსახურების დეპარტამენტი / გუნდი“ - კარგია, რომ ეს ინფორმაცია მაინც გაქვთ, თუმცა პასუხი ისევ არასწორია.

სწორი პასუხია - „უკლებლივ ყველა“.

მომხმარებლის მომსახურება იწყება იმ წამიდან, როდესაც მომხმარებელი პირველად ამყარებს კონტაქტს ორგანიზაციასთან, იქნება ეს პირისპირ შეხვედრა რომელიმე თანამშრომელთან, სატელეფონო ზარი, თუ ვებგვერდის დათვალიერება. მომხმარებლის მომსახურება გრძელდება მაშინაც, როდესაც პირველი კონტაქტის შემდეგ ის გადაწყვეტს გააგრძელოს თქვენთან ურთიერთობა და გადაიხადოს ფული თქვენს მიერ შეთავაზებულ პროდუქციასა თუ მომსახურებაში, და მაშინაც, როდესაც რეალურად გადაიხდის ფულს და გარიგება ჩაითვლება დასრულებულად.

აქედან გამომდინარე, პრაქტიკულად ყველაფერი, რაც ორგანიზაციაში ხდება, ახდენს გავლენას იმ გამოცდილებაზე, რასაც მომხმარებელი თქვენს ორგანიზაციასთან ურთიერთობით მიიღებს. მაშასადამე ყველაფერი, რაც ორგანიზაციაში ხდება, არის მომხმარებლის მომსახურების პროცესის ნაწილი.

მომხმარებლისთვის სათანადო მომსახურების გაწევა მისი ხანგრძლივი ვადით შენარჩუნების უმნიშვნელოვანესი წინაპირობაა. შესაბამისად, მომხმარებლის საჭიროებებსა და სურვილებზე ზრუნვა, მომხმარებელზე მუდმივი ორიენტაცია,

ძალიან ბევრ ორგანიზაციაში, თანამშრომლებისთვის სავალდებულო უნარ-ჩვევად ითვლება.

აქვე დავამატებთ, რომ ტრადიციული გაგებით მომხმარებლების გარდა, ორგანიზაციას ყავს ასევე ე.წ. შიდა მომხმარებლებიც, და მათი როლი ასევე გადამწყვეტია ორგანიზაციულ წინსვლასა და წარმატებაში.

გარე მომხმარებლები აკითხავენ ორგანიზაციას მომსახურების მიღების ან პროდუქტის შეძენის მიზნით. **შიდა მომხმარებლები** არიან ადამიანები, რომლებიც მუშაობენ ორგანიზაციაში ან დაინტერესებულები არიან ორგანიზაციის წარმატებულ საქმიანობაში. შესაბამისად, რიგითი თანამშრომლები, ხელმძღვანელობა, გამგეობის წევრები, აქციონერები - არიან ორგანიზაციის შიდა მომხმარებლები.

მომხმარებელზე ორიენტირებულ ორგანიზაციულ კულტურაში ორივე ტიპის მომხმარებლის საჭიროებები - უზენაესია, რადგან ასეთ ორგანიზაციაში კარგად ესმით, რომ წარმატება პირდაპირ კავშირშია არა მხოლოდ გარე, არამედ შიდა მომხმარებლის კმაყოფილებასთანაც.

რატომ კარგავს ორგანიზაცია კლიენტებს? მომხმარებელთა ქცევის შესწავლის პროცესში ერთი საინტერესო რამ დადგინდა: მათი წასვლის ერთ-ერთი მთავარი მიზეზი, მათივე აზრით, არის ის, რომ საქმიანი ურთიერთობების გარდა, კომპანიას არ ჰქონდა მათთან არავითარი სხვა ურთიერთობა. ასეთი შედეგი ლოგიკურია, რადგან თუ მომხმარებელს არაფერს სთავაზობენ, გარდა “ფასი-ხარისხის” მეტ-ნაკლებად მისაღები შეფარდებისა, თუ არ უქმნიან დამატებით მოტივაციას საიმისოდ, რომ მომავალშიც მხოლოდ ამ კომპანიის მომსახურებით ისარგებლოს, ადრე თუ გვიან მომხმარებელი წავა იქ, სადაც უფრო მომგებიან პირობებს შესთავაზებენ.

ეს პრობლემა მომხმარებელთან მეგობრული ურთიერთობების შექმნით და განვითარებით გვარდება. რაც უფრო ახლო და ადამიანური ურთიერთობებს დაამყარებთ მომხმარებელთან, მით უფრო ფსიქოლოგიურად რთული იქნება მისთვის თქვენი “მიტოვება” და კონკურენტთან წასვლა.

მოდით, ცოტა უფრო ღრმად ჩავიხედოთ ამ პროცესში.

ფსიქოლოგები თვლიან, რომ პროდუქტის, ან მომსახურების შესყიდვის პროცესი რამდენიმე ფაზისგან შედგება:

- **საჭიროების, მოთხოვნილების გაცნობიერება:** ამ ფაზაში ადამიანი პირველად აქცევს ყურადღებას ამა თუ იმ კონკრეტული კატეგორიის პროდუქტს თუ მომსახურებას;
- **ანალიზი:** ადამიანი იწყებს შესაბამისი ინფორმაციის მოძიებას, ცდილობს შეადაროს სხვადასხვა შეთავაზებები, ეკითხება რჩევას მეგობრებს და

ნათესავეებს. ამ ეტაპზე ადამიანს რაც შეიძლება მრავალფეროვანი ინფორმაციის მიღება სურს;

- **მოფიქრება:** არსებული შესაძლო ვარიანტებიდან ადამიანი გამოყოფს რამდენიმეს და შემდეგ უკვე ამ რამდენიმედან საბოლოოდ შეარჩევს მისთვის ყველაზე მისაღებს. ამ დროს მთლიანი ინფორმაცია, რაც მან შეაგროვა, უნდა დახარისხდეს, დალაგდეს, და ეს საკმაოდ დაძაბული პროცესია, რადგან მოძიებული ფაქტები და მონაცემები ხშირად ურთიერთგამომრიცხავია;
- **შესყიდვა:** ყიდვის მომენტი ფსიქოლოგიურად არაკომფორტულია; დისკომფორტს იწვევს მერყეობა, პრაქტიკულად თანაბარი ღირებულების მქონე ვარიანტებს შორის ერთადერთი სწორი არჩევანის გაკეთების სირთულე. საბოლოოდ, ადამიანი მაინც ირჩევს, იმისთვის, რომ აღიდგინოს ფსიქოლოგიური ბალანსი და მოიშოროს დისკომფორტის განცდა, რომელიც აწუხებს.

თუმცა, პროცესი ამით არ სრულდება. გაცილებით უფრო მნიშვნელოვანია შემდგომი – **დაკმაყოფილების ფაზა**, რომელიც მომხმარებლის მაქსიმალური ემოციური ჩართულობით გამოირჩევა. ადამიანმა როგორც იქნა გააკეთა არჩევანი, შეიძინა პროდუქტი ან მომსახურება და ერთი სული აქვს ამ დამღლეული პროცესის შემდეგ სხვებმაც დაარწმუნონ, რომ მისი არჩევანი მართლაც საუკეთესოა. ადამიანი ამ ეტაპზე ეძებს ინფორმაციას, რომელიც მხარს უჭერს მის არჩევანს; საპირისპირო ინფორმაცია კი მის მიერ უარყოფითად აღიქმება, რადგან ნაცვლად ფსიქოლოგიური დისკომფორტის შემცირებისა, მის გაღვივებას უწყობს ხელს.

დაკმაყოფილების ფაზა საუკეთესო პერიოდია მომხმარებელთან მეგობრული ურთიერთობების ჩამოყალიბებისთვის. თავი შეიკავეთ მანამ, სანამ ადამიანი არ შეიძენს პროდუქტს, მაგრამ როდესაც გარიგება შედგა, არ დაიშუროთ კომპლიმენტები! ასეთი დასკვნა შესაძლოა პარადოქსულად ჟღერდეს - კარგადაა ცნობილი, რომ გარიგების დასრულების და ფულის გადახდის შემდეგ პროდუქტის თუ მომსახურების მიმწოდებელთა უმრავლესობა კლიენტის მიმართ ყოველგვარ ინტერესს კარგავს. სინამდვილეში, ისინი ამით დიდ შეცდომას უშვებენ.

მნიშვნელოვანია მთავარი ნიუანსის გაცნობიერება: ადამიანი ყიდულობს არა პროდუქტს ან მომსახურებას, არამედ სარგებელს, კომფორტს, მოხერხებულობას. მიმწოდებელი კომპანიის წარმომადგენელს (პირობითად ვუწოდოთ მას **კონსულტანტი**) უნდა შეეძლოს მომხმარებლის სურვილების დადგენა: რა არის მისთვის მთავარი - ფასი? მიწოდების პირობები? პრაქტიკულობა? ხარისხი? ორიგინალობა?

ყიდვის მომენტამდე კონსულტანტი უნდა იძლეოდეს რეკომენდაციებს და ცდილობდეს დაანახოს კლიენტს, რომელი პროდუქტი ან მომსახურება აკმაყოფილებს მის მიერ წამოყენებულ მთავარ მოთხოვნებს. ყიდვის შემდეგ, ანუ გარიგების დასრულების შემდგომ, მნიშვნელოვანია შეუქოთ ადამიანს არჩევანი.

ასეთი ქცევით მომხმარებელს თქვენი ობიექტურობის შთაბეჭდილებას შეუქმნით და შედეგად დაიმსახურებთ მის მეგობრულ დამოკიდებულებას როგორ თქვენდამი, ასევე თქვენი კომპანიისადმი.

მხოლოდ ასეთი გზის გავლის შემდეგ მომხმარებელი გადადის შემდგომ ფაზაში, რომელსაც შეიძლება ვუწოდოთ **კომპანიისადმი ერთგულების ფორმირების ფაზა**.

შენთან ვარ, რადგან გენდობი

ნდობის არსებობა მნიშვნელოვანია ნებისმიერ საქმიანობაში, განსაკუთრებით კი სიტუაციებში, სადაც სხვაზე დამოკიდებულების ხარისხი მაღალია - მაგალითად, როდესაც მომხმარებელს სურს „რთული“ პროდუქტის შეძენა და კონსულტანტის პროფესიონალურ რჩევას საჭიროებს.

როდესაც მომხმარებელი გენდობათ, როგორც კონსულტანტს, რამდენიმე დადებითი რამ ხდება:

- როდესაც მომხმარებელს დამატებით პროდუქტს ან მომსახურებას სთავაზობთ, მას სჯერა, რომ ამას გულწრფელად აკეთებთ, აკეთებთ იმიტომ, რომ ასე მართლაც უკეთესია, და არა იმიტომ, რომ ცდილობთ მეტი მოგების მიღებას;
- მომხმარებელს შეიძლება მოუნდეს თქვენგან ისეთი პროდუქტის ან მომსახურების ყიდვა, რომელიც სცილდება თქვენს ძირითად კომპეტენციას; ნდობა აღრმავებს და აფართოებს ურთიერთობას მომხმარებელთან.
- თუ შემთხვევით დაუშვებთ რაღაც შეცდომას, დიდი ალბათობით მომხმარებელი ამას გაპატიებთ, რადგან გენდობათ.

სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ნდობა თქვენი ყველაზე უფრო ძლიერი მოკავშირეა და ყველაზე უფრო ძვირადღირებული რამ, რომელსაც, სიყვარულისა არ იყოს, ფულით ვერ იყიდით. ზოგ სიტუაციაში, ნდობა ნიშნავს: “მე მჯერა, რომ შენ კომპეტენტური ხარ ამ მომსახურების გაწევისთვის”. სხვა სიტუაციაში ნდობა ნიშნავს: “მე ვიცი, რომ შენ იმოქმედებ არა შენი, არამედ ჩემი ინტერესებიდან გამომდინარე”. ნდობა არის რწმენა იმისა, რომ ისინი, ვიხუც დამოკიდებულები ვართ, გაამართლებენ ჩვენს მოლოდინს მათ მიმართ.

როგორ ავაგოთ ნდობა შიდა და გარე მომხმარებელთან ურთიერთობისას?

საქმიან გარემოში, ნდობის ჩამოყალიბებაზე ყველაზე დიდ გავლენას ახდენს ადამიანის *პატიოსნება, გონივრულობა, თანმიმდევრულობა* მსჯელობებსა და საქციელში. ასევე მნიშვნელოვანია, თუ რას ფიქრობენ ადამიანის *კომპეტენტურობაზე*

- რამდენად შეუძლია ეფექტურად შეასრულოს ის საქმე, რომელსაც ჰპირდება, რომ შეასრულებს.

პიროვნების პატიოსნებაში პირველ რიგში იგულისხმება, რომ ადამიანი მოქმედებს ლოგიკურად დაკავშირებული, ურთიერთშეთანხმებული ღირებულებების და პრინციპების მიხედვით; იცის, თუ რა არის სწორი და არასწორი, ცუდი და კარგი; იცის, თუ რისი სწამს და სჯერა, და თანმიმდევრულად მოქმედებს ამ რწმენის შესაბამისად. მომხმარებელმა უნდა იცოდეს, რომ ყოველთვის შეუსრულებთ იმას, რასაც ჰპირდებით.

როდესაც ადამიანი გპირდებათ თქვენთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მოპოვებას და მეორე დღესვე გიგზავნით ამ ინფორმაციას ელექტრონულ ფოსტაზე, რა რეაქცია გექნებათ? პირველ რიგში, ალბათ, მადლიერების განცდა და გულისხმობა და იფიქრებთ, რომ ეს ადამიანი ნამდვილად სანდო პიროვნებაა, რომელიც რასაც ამბობს - ყოველთვის ასრულებს.

რას ნიშნავს იყო თანმიმდევრული?

- დარჩე საკუთარი რწმენებისა და შეხედულებების ერთგული იმის მიუხედავად, ვისთან ურთიერთობ;
- იმუშაო და აკეთო საქმე სტაბილურად (და არა ისე, რომ ზოგჯერ კარგად და ღროულად, შემდეგ ჯერზე კი - აგვიანებით და უხარისხოდ);
- მოექცე ადამიანებს თანაბრად, მათი სტატუსის ან თანამდებობის მიუხედავად. ნებისმიერი მომხმარებლისთვის მრავლისმთქმელია, როდესაც პერსონალი თავაზიანი და ყურადღებიანი მხოლოდ მაღალი თანამდებობის პირების მიმართ, ხოლო ყველა დანარჩენს აგდებულად ექცევა.

ნდობა წააგავს ადმოსავლურ ხალიჩას, რომელიც დიდი ხნის განმავლობაში და დიდი შრომის ფასად იქსოვება. ნდობის მოპოვების პროცესში ბევრი მნიშვნელოვანი წვრილმანია ჩართული. გვინდა თქვენი ყურადღება მხოლოდ რამდენიმეზე გავამახვილოთ.

პირისპირ გატარებული დრო - მომხმარებელთან პირისპირ შეხვედრა ნდობის აგების უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია, რადგან ამ დროს თქვენ გეძლევათ მასთან პიროვნულად დაახლოების და მისი უკეთ გაცნობის საშუალება.

დაპირების შესრულება - ადამიანი, რომელიც მუდმივად იძლევა დაპირებებს, და შემდეგ არასოდეს ასრულებს მათ, საშინელ შთაბეჭდილებას ტოვებს გარშემომყოფ ადამიანებში. ასეთ სპეციალისტს ძალიან გაუჭირდება მომხმარებლის ნდობის მოპოვება და შენარჩუნება. ამიტომ:

- ნურასოდეს გამოიყენებთ შეპირებებს უბრალოდ სიტყვის მასალად. ნუ შესთავაზებთ ადამიანს “მოდი, შევხვდეთ ერთმანეთს ლანჩზე და ვისაუბროთ ჩვენს საქმეზე”, ან “მე აუცილებლად დაგირეკავ ამა და ამ დროს”, თუ ამის გაკეთებას ნამდვილად არ აპირებთ;
- აუცილებლობის შემთხვევაში, შეთანხმდით პირობითაც. თუ იცით, რომ შესაძლებელია, შეთანხმების განხორციელებას ხელი შეუშალოს გარკვეულმა გარემოებამ, თავიდანვე გააფრთხილეთ ამის შესახებ თქვენი მომხმარებელი;
- თუ ატყობთ, რომ ვერ ახერხებთ დაპირების შესრულებას, რაც შეიძლება მალე აცნობეთ ამის შესახებ ადამიანს. რაც მეტად გადადებით შეტყობინებას, მით უფრო ცუდ შედეგებს მიიღებთ.
- ისწავლეთ უარის თქმა. პასუხისმგებელ ადამიანებს, რომლებიც ყოველთვის ასრულებენ დაპირებას, ხშირად მიმართავენ თხოვნით. შეუძლებელია ყველა თხოვნის შესრულება, ამიტომ მოგიწევთ არჩევითად მიუდგეთ ვალდებულებების აღებას.

ლოიალობის დემონსტრირება - ლოიალობა ნიშნავს იყო მომხმარებლის ერთგული და მისი საჭიროებები თუ პრობლემები წინა პლანზე დააყენო. თუ ადამიანი იგრძნობს, რომ თქვენი პრიორიტეტების სიაში ბოლო ადგილს იკავებს, მას გაუჩნდება განცდა, რომ ის თქვენთვის მხოლოდ ერთ-ერთი რიგითი მომხმარებელია და ვეღარ მოგენდობათ ბოლომდე. გაიხსენეთ, მაგალითისთვის, რას გრძნობთ, როდესაც ექიმთან რიგით მესამე ან მეოთხე კონსულტაციაზე შედიხართ, ის კი ამჟამად ვერ გცნობთ და მხოლოდ მას შემდეგ, რაც დაგელაპარაკებათ, ნელ-ნელა იწყებს “აზრზე მოსვლას”. ყველას მოსწონს, როდესაც განსაკუთრებულად ეპყრობიან, და არც თქვენი მომხმარებელია გამონაკლისი.

მნიშვნელოვანია გახსოვდეთ კიდევ ერთი რამ: რთულია ენდო ადამიანს, რომელიც შენი თანდასწრებით იწყებს სხვა ადამიანებზე ჭორაობას; უნებლიედ გიჩნდება აზრი, რომ ადვილად შესაძლებელია შენც აღმოჩნდე მისი ჭორაობის ან კრიტიკის ობიექტის როლში.

საბოლოოდ კი ამას ვიტყვით: თუ თქვენი მომსახურება ვერ დააკმაყოფილებს მომხმარებლის მოლოდინს, ის თითქმის უეჭველად წავა თქვენს კონკურენტთან. თუ თქვენი მომსახურება შეესატყვისება მომხმარებლის მოლოდინს, მაინც არსებობს იმის ალბათობა, რომ შემდეგ ჯერზე თქვენ კი არა, თქვენს კონკურენტს მიმართოს. მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როდესაც თქვენი მომსახურება გადააჭარბებს მის მოლოდინს, მომხმარებელი დარჩება თქვენთან, კიდევ ბევრჯერ მოვა და ნაცნობებსაც მოიყვანს.

პარტი მომსახურების სუპერძალა

თქვენ წარმოიდგინეთ, კარგი მომსახურება არც ისე რთულია. ერთადერთი რამ, რაც ამისთვის საჭიროა - მომხმარებელთან ურთიერთობის ყველა ეტაპზე, მის საჭიროებებსა და სურვილებზე სრული ფოკუსირებაა.

ყოველთვის რაც შეიძლება სწრაფად უპასუხეთ მომხმარებელს - იქნება ეს სატელეფონო ზარი, სოციალურ ქსელში გამოგზავნილი შეტყობინება, სტატუსის ქვეშ დატოვებული კომენტარი თუ ელექტრონული ფოსტით გამოგზავნილი წერილი. მომხმარებელს აქვს მოლოდინი იმისა, რომ ციფრული კომუნიკაცია უნდა იყოს სწრაფი და ეფექტიანი, ამიტომ გაუმართლეთ მას ეს მოლოდინი და არ დააყოვნოთ პასუხის გაცემა.

აწარმოეთ ჩანაწერები თქვენი მომხმარებლების შესახებ. არავის სიამოვნებს საკუთარი ისტორიის მეთუჯერ მოყოლა, მხოლოდ იმისთვის, რომ თავი შეგახსენონ. ეს რჩევა განსაკუთრებით გასათვალისწინებელია, თუ მუშაობის პროცესში ხშირი და უშუალო შეხება გაქვთ მომხმარებლებთან. არ ენდოთ მეხსიერებას, შექმენით თითოეული კლიენტისთვის ინდივიდუალური (ვირტუალური) საქაღალდე, შეინახეთ მასში ამ კონკრეტულ მომხმარებელთან დაკავშირებული მნიშვნელოვანი ინფორმაცია, საბუთები, მიმოწერა.

აღიარეთ და რაც შეიძლება სწრაფად გამოასწორეთ მომხმარებელთან ურთიერთობისას დაშვებული შეცდომები. ძალიან ხშირად უკმაყოფილო მომხმარებლისთვის საკმარისია თავაზიანად და გულწრფელად ბოდიშის მოხდა, რომ მაშინათვე შეარბილოს ტონი. ამის შემდეგ შეძლებთ, რომ უფრო დამშვიდებულ ვითარებაში შესთავაზოთ მას პრობლემის მოგვარების გზა. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ბოდიშის მოხდა ყოველთვის არ ნიშნავს საკუთარი ბრალის აღიარებას. ზოგიერთ შემთხვევაში სავსებით შესაძლებელია ნეიტრალური მობოდიშებაც: „ვწუხვარ, რომ ამ ყველაფრის გადატანა მოგიწიათ“; „ბოდიშს გიხდით, რომ უხერხულ მდგომარეობაში აღმოჩნდით“; „ძალიან განვიცდი, რომ მოგიწიათ ამგვარი გამოცდილების მიღება“ და ა.შ. რაც მთავარია, ნუ შეეცდებით მომხმარებელთან ყალბი ემოციების გათამაშებას - მხოლოდ გულწრფელი ბოდიში და თანაგრძნობა შეძლებს ვითარების განმუხტვას.

ყოველთვის გააკეთეთ კლიენტისთვის ოდნავ უფრო მეტი, ვიდრე ფორმალურად გევალებათ. სწორედ ამ დამატებითი ძალისხმევით მიიღწევა ის ეფექტი, რომელიც განასხვავებს აღფრთოვანებულ კლიენტს უბრალოდ კმაყოფილისგან. ასეთი მიდგომა განსაკუთრებით გამართლებულია ერთგულ მომხმარებელთან. მთავარი პირობაა, რომ დამატებითი მცდელობები იყოს შედეგიანი და ხელს უწყობდეს მომხმარებლის პრობლემის მოგვარებას.

მომხმარებლის ეფექტური მომსახურების პროცესისთვის რამდენიმე საკვანძო უნარ-ჩვევა დაგჭირდებათ:

მოსმენა - მომხმარებლის მოსმენა, მისი პრობლემის თუ საჭიროების კარგად გააზრების მიზნით ალბათ ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანია. ეფექტური მოსმენა ნიშნავს გაიგონო და გაიგო არა მხოლოდ ის, რაც გითხრა მომხმარებელმა, არამედ ისიც, რაზეც ხმა არ ამოუღია, მაგრამ სავარაუდოდ უკმაყოფილო ან გაღიზიანებულია. მაგალითად, როდესაც მაღაზიაში მომხმარებლები ხშირად ეკითხებიან კონსულტანტებს, სად შეუძლიათ ნახონ ესა თუ ის პროდუქცია, საჭიროა არა მხოლოდ ამ ადამიანების საჭირო სექციაში გაცილება, არამედ დაფიქრება იმაზეც, რომ შესაძლოა, მაღაზიაში შესაცვლელია სანავიგაციო ნიშნები ან პროდუქციის განლაგების წესი.

ზოგიერთ შემთხვევაში მოსმენა ნიშნავს აგრეთვე ყურადღებით წაკითხვასაც და წაკითხულიდან შინაარსის გამოტანას, რადგან თანამედროვე მომხმარებელი საკმაოდ ხშირად წერილობითი ფორმით ურთიერთობს.

მოსმენის უნარ-ჩვევებზე უფრო ვრცლად წინა თავებში ვისაუბრეთ.

მომსახურების პროცესში ძალიან მნიშვნელოვანია ასევე **კომუნიკაციის ზოგადი უნარ-ჩვევები**. მომხმარებლისთვის ნათელი, გასაგები, პოზიტიურად ფორმულირებული ინფორმაციის მიწოდება არსებითია, იმისთვის, რომ ადამიანს ადეკვატური მოლოდინი და სწორი წარმოდგენა ჩამოუყალიბდეს, ხოლო გაუგებრობის და შეცდომების ალბათობა მაქსიმალურად შემცირდეს.

მაგალითად, მაღაზიაში ყავის მარცვლების საყიდლად შემოსულ მომხმარებელს კონსულტანტი ეუბნება:

„სამწუხაროდ, ამ მწარმოებლის ყავა ამოგვეწურა და ალბათ მინიმუმ ერთი კვირა მაინც არ გვექნება მარაგში“ - თითქოს თავაზიანი და საკმარისად ამომწურავი პასუხია, არა?

მეორე შემთხვევაში კი კონსულტანტი ასე აყალიბებს სათქმელს:

„თქვენთვის სასურველი ყავა შემდეგ კვირაში უნდა მივიღოთ, თუმცა მე შემიძლია ახლავე გავაფორმო თქვენი შეკვეთა და როგორც კი პროდუქტს მივიღებთ, მაშინვე მოგაწვდით მისამართზე“.

არსებითად, კონსულტანტის პასუხი დაახლოებით იგივეა, თუმცა მეორე შემთხვევაში კონსულტანტი ა) თითქოს უფრო მეტს აკეთებს კლიენტისთვის და ბ) ამავედროულად ასრულებს გაყიდვას.

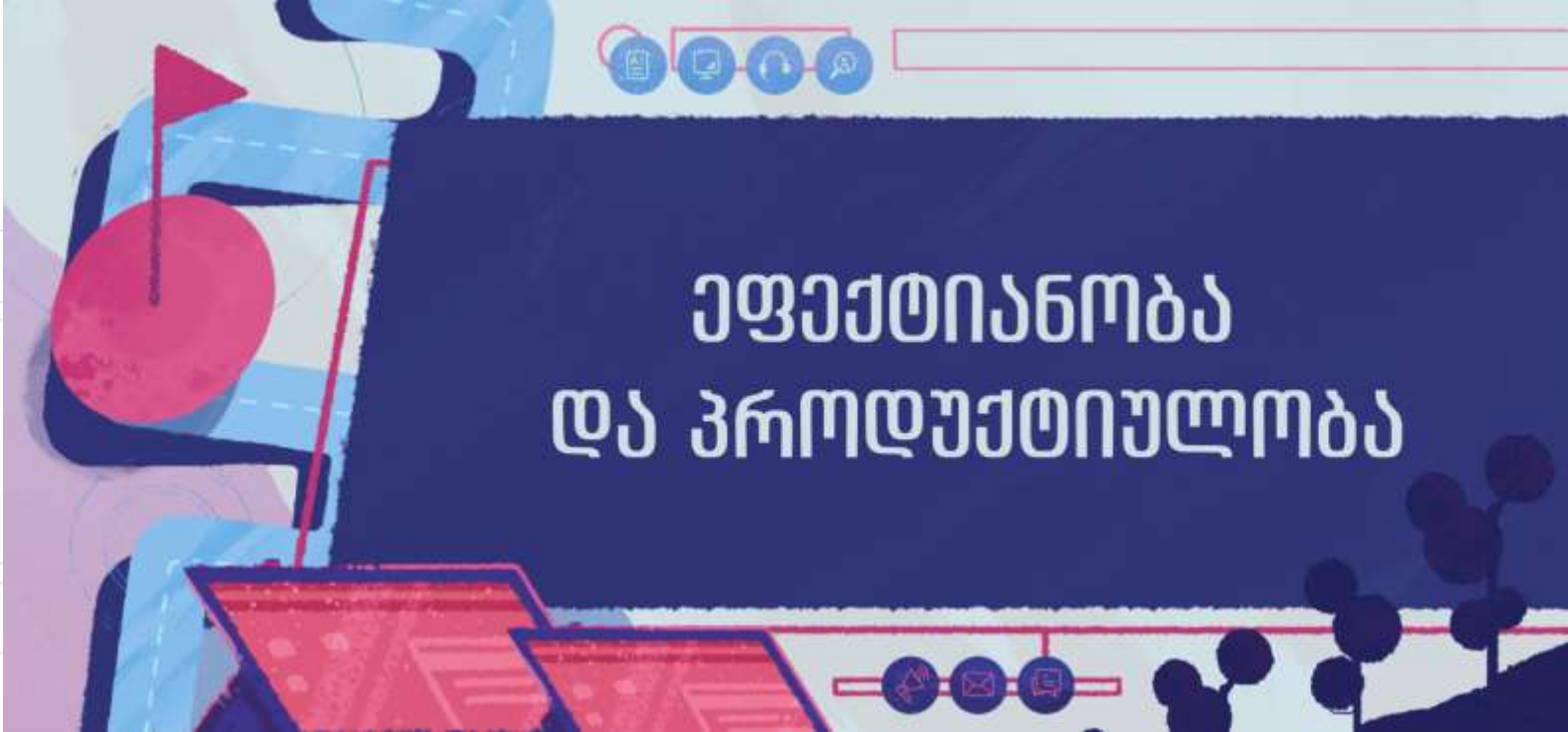
როგორც ხედავთ, მომხმარებლის საჭიროებაზე და მისი დაკმაყოფილების გზებზე ფოკუსირება საბოლოო ჯამში უფრო პოზიტიური და ქმედითია, ვიდრე ადამიანისთვის იმის ახსნა, თუ რატომ ვერ ეხმარები ამ მოცემულ მომენტში.

უფრო ვრცელ ინფორმაციას კომუნიკაციის უნარ-ჩვევებზე წინა თავებში იხილავთ.



საქმიანი უნარ-ჩვევები





ეფექტიანობა და პროდუქტიულობა

პირველი სამუშაო დღე

სამსახურში მისვლის პირველი დღე ალბათ ერთ-ერთი ყველაზე დაძაბული დღე იქნება თქვენს კარიერაში. ნებისმიერ ადამიანს სურს, კარგი შთაბეჭდილება მოახდინოს ახალ სამუშაო გარემოში, და მხოლოდ ეს სურვილიც საკმარისია, რომ საწყის ეტაპზე, განსაკუთრებით კი პირველ სამუშაო დღეებში, სტრესის დონემ თქვენში მოიმატოს.

მსუბუქი სტრესი სასარგებლოცაა და ეხმარება ადამიანს საქმის კეთებაში (იხილეთ თავი სტრესის მართვის შესახებ), მაგრამ როდესაც ამას ემატება ახალი გარემო, რომელსაც უნდა შეეგუოთ, უამრავი უცხო ადამიანი, რომელიც უნდა გაიცნოთ (და სცადოთ მათი სახელების დახსოვნება), ორგანიზაციაში მიღებული ფორმალური თუ არაფორმალური წესები, რომლებშიც უნდა გაერკვეთ, სამსახურებრივი მოვალეობები, რომლებიც შფოთვის მიუხედავად, კარგად უნდა შეასრულოთ - და სტრესის დონემ შესაძლოა საზიანო ნიშნულს მიაღწიოს და ხელისშემშლელი გახდეს.

რა შეიძლება გავაკეთოთ დაძაბულობის შესამცირებლად?

შევიქმნათ სწორი მოლოდინი, შინაგანად მოვემზადოთ და რამდენიმე მარტივი რჩევა გავითვალისწინოთ.

დავიწყოთ გარეგნობით - **რა ჩავიცვათ?** თუ არ ხართ დარწმუნებული, როგორი „დრეს-კოდა“ მიღებული თქვენს ახალ სამსახურში, მიუღეძით საკითხს კონსერვატიულად და ჩაიცვით დაახლოებით ისევე, როგორც გასაუბრების დროს გეცვათ. ტანსაცმელი გარკვეულ სიგნალს აწვდის გარშემომყოფებს; მან შესაძლოა გააჩინოს, ან პირიქით - გააქროს თქვენთან ურთიერთობის სურვილი. თუ გსურთ, რომ ადამიანებმა სწრაფად და მარტივად მიგიღონ, „თავისიანად“ გადიარონ, თქვენთან ურთიერთობისას თავი კომფორტულად იგრძნონ - ნუ ამოვარდებით საერთო სურათიდან, შეიმოსეთ შესაბამისად.

თქვენი დადებითი იმიჯის ფორმირებაში მნიშვნელოვან წილს **პუნქტუალობა** შეიტანს. თუ სამსახურამდე მარშრუტი თქვენთვის ახალია, გადით სახლიდან ცოტა ადრე, ნახეთ, როგორი მოძრაობაა, რამდენი დრო დაგჭირდებათ მგზავრობაზე. თუ დანიშნულების ადგილზე დროზე ადრე აღმოჩნდებით, რომელიმე ახლომდებარე კაფეში ყავა მიირთვით და გამოცხადდით სამსახურში ზუსტად დათქმულ დროს.

ორგანიზაციაში შესვლისთანავე არ დაგავიწყდეთ **მობილურ ტელეფონზე ხმის გათიშვა** - პირველ დღეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია 100%-ით იყოთ იქ, სადაც ხართ და არ გადაიტანოთ ყურადღება შემოსული მესიჯების წკარუნზე.

პირველი სამუშაო დღის გატარების ყველაზე უფრო მარტივი ვარიანტია მიჰყვეთ დინებას, სამსახურებრივი ვალდებულებები დროებით გვერდზე გადადოთ და გაიაროთ ახალბედა თანამშრომლებისთვის განკუთვნილი ყველა **ადმინისტრაციული პროცედურა**: სხვადასხვა საბუთების შევსება, ორგანიზაციის და შენობის დათვალიერება, საორიენტაციო პრეზენტაციაზე დასწრება, კოლეგების გაცნობა და ა.შ.

პირველ დღეს სჯობს ნაკლები ილაპარაკოთ და უფრო მეტად მოუსმინოთ სხვებს; ამავდროულად, **არ მოგერიდოთ კითხვების დასმა**, და ამით თქვენი ინტერესის, ცნობისმოყვარეობის და სწავლის სურვილის გამოხატვა. შეგიძლიათ წინასწარ მოემზადოთ კიდევ - მოიფიქროთ და ჩამოწეროთ რამდენიმე შეკითხვა, რომელსაც პირველი შეხვედრის დროს თქვენს უშუალო ხელმძღვანელს დაუსვამთ.

მზად იყავით, რომ **გაცნობის პროცესში** კოლეგები დაინტერესდებიან, რით იყავით დაკავებული აქამდე, ან რა მოვალეობები გეკისრებათ ამჟამად, თქვენს ახალ როლში. ასეთ შემთხვევებში დეტალური ახსნა-განმარტებები არაა საჭირო, საკმარისია რამდენიმე თავაზიანი და მეგობრული წინადადებით გააცნოთ თქვენი თავი, გულწრფელად გაიდიმოთ, ჩამოართვათ ადამიანს ხელი და გამოსატოთ თქვენი სიხარული იმის გამო, რომ იწყებთ მათთან თანამშრომლობას.

ახალი კოლეგების **სახელების დამახსოვრება** არც ისე იოლი საქმეა. თუ გაქვთ ამის საშუალება, შეგიძლიათ ჩაიწეროთ სახელები, თუმცა ჩაწერა ყოველთვის ვერ მოხერხდება. კარგი მეთოდებია სახელის ჩუმად (ან თუნდაც ხმამაღლა) გამოკრება, ან/და წარმოსახვაში მისი დაწერა; ყველაზე უფრო ქმედით მეთოდად აღიარებულია ადამიანის და მისი სახელის დამაკავშირებელი ასოციაციის მოფიქრება. და კიდევ: თუ გაცნობისას კარგად ვერ გაიგეთ ადამიანის სახელი, სჯობს მაშინვე მოუბოდიშოთ და გაამეორებინოთ, ვიდრე მოგვიანებით არასწორი სახელით მიმართოთ.

და ბოლოს დავამატებთ, რომ 2020-2022 წლების პანდემიამ თითქმის დაგვავიწყა ეს რიტუალი, თუმცა ცხოვრება ნელ-ნელა ჩვეულ წესს უბრუნდება, ამიტომ შეგახსენებთ, რომ **ხელის ჩამორთმევა** - სხეულის ენის მნიშვნელოვანი კომპონენტია, რომელიც დიდ როლს თამაშობს საქმიანი ურთიერთობის დამყარებაში. ხელის ჩამორთმევისას ადამიანის ტვინი გამოიმუშავებს ე.წ. ნდობის ჰორმონს - ოქსიტოცინს, რის შედეგადაც ადამიანები უფრო მეტად იხსნებიან, განწყობიან ერთმანეთის მიმართ. სანამ ხელს

გაუწვდით, დააკვირდით მეორე ადამიანის სხეულის ენას - მისი პოზა მიგანიშნებთ, სურს თუ არა მას ხელის ჩამორთმევა. გაითვალისწინეთ ეტიკეტიც: გაცნობისას, და ზოგადად მისაღმების დროს, ასაკით, ისევე როგორც თანამდებობით უფროსმა ადამიანმა პირველმა უნდა გაუწოდოს ხელი მის ქვეშევრდომს, თუ უმცროს კოლეგას. ხელის ჩამორთმევის სხვა მნიშვნელოვან ნიუანსებზე უფრო ვრცლად არავერბალური კომუნიკაციის ნაწილში ვისაუბრებთ.

ყველაზე ძვირფასი რესურსი

„დრო არ მყოფნის“, „ვერ ვასწრებ“, „დროში გაქვდილი ვარ“ - რამდენჯერ გითქვამთ მსგავსი ფრაზები, ან რამდენჯერ გსმენიათ იგივე სხვებისგან? ჩანს, რომ დრო არავისთვისაა საკმარისი, მაგრამ რანაირად ხდება, რომ ერთსა და იმავე 24 საათში ზოგიერთები სხვებზე გაცილებით მეტს ასწრებენ? პასუხი დროის კარგ მართვაშია - წარმატებული ადამიანები განსაკუთრებით კარგად მართავენ თავიანთ დროს.

“დროის მართვის” პროცესში ჩვენ ვგეგმავთ, თუ როგორ გადავანაწილებთ დროს სხვადასხვა საქმეების / დავალებების შესრულებაზე. დროის ეფექტურად მართვა არ ნიშნავს უფრო მძიმედ მუშაობას -- ის უფრო ჭკვიანურად მუშაობას ნიშნავს, რის გამოც თქვენ ნაკლებ დროში უფრო მეტი საქმის გაკეთებას მოასწრებთ. ამის საპირისპიროდ, დაუგეგმავი და არაორგანიზებული დრო შეამცირებს თქვენს ეფექტიანობას და გამოიწვევს სტრესს.

დროის მართვა არის ყოველდღიურ პრაქტიკაში გამოცდილი და სანდო სამუშაო ტექნიკების თანმიმდევრული და მიზანმიმართული გამოყენება, საკუთარი თავისა და გარემოს იმგვარად ორგანიზებისა და მართვისათვის, რომ ჩვენს განკარგულებაში არსებული დრო გონივრულად და ოპტიმალურად იყოს გამოყენებული.

დროის ეფექტური მართვისას ფოკუსირება ხდება არა საქმიანობებზე, არამედ შედეგებზე. ის, რომ ადამიანი დაკავებულია საქმით, არ ნიშნავს, რომ მისი მუშაობა ნაყოფიერია. ხშირად სულ პირიქით ხდება: რაც უფრო მეტი საქმის გაკეთებას ცდილობთ დღის განმავლობაში, მით უფრო ნაკლებს ასრულებთ ხარისხიანი შედეგით, რადგან ყურადღება ბევრი სხვადასხვა მიმართულებით გეფანტებათ. საბოლოო ჯამში, დროის მართვის გარეშე მუშაობთ ბევრს, მაგრამ რეალურად აკეთებთ ცოტას.

დროის მართვის უპირატესობები

- დავალებების შესრულება მცირე დანახარჯებით;
- საკუთარი საქმიანობის უკეთესი ორგანიზება;
- უკეთესი შედეგები;
- უფრო ნაკლები გადაღლა და სტრესი;
- მოტივაციის ამაღლება;
- შეცდომების რაოდენობის შემცირება;
- უფრო მეტი კმაყოფილება საქმიანობით.

დროის მიმართ დამოკიდებულება განსხვავდება სხვადასხვა კულტურებში. მაგალითად, საქმიან შეხვედრაზე დაგვიანება სავსებით მისაღებია ხმელთაშუა ზღვის რეგიონის და ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნების უმეტესობაში, თუმცა იგივე საქციელი სრულიად მიუღებელია პუნქტუალობაზე ორიენტირებულ იაპონიაში, შვეიცარიაში ან ბრიტანეთში. იაპონიის რკინიგზაში, მაგალითად, “განრიგის მიხედვით” მოძრაობა ნიშნავს, რომ მატარებლის მაქსიმალური დაგვიანება არ აღემატება 1 წუთს, მაშინ როდესაც ბევრ სხვა ქვეყანაში მატარებლის 10 ან 15-წუთიანი დაგვიანებაც “განრიგის მიხედვით” მოძრაობად განიხილება.

კიდევ ერთი საინტერესო კულტურული სხვაობა მდგომარეობს **დროით ორიენტაციაში**, ან ე.წ. “დროის პერსპექტივაში”. ის, თუ რომელ დროზეა უფრო მეტად ორიენტირებული ესა თუ ის კულტურა - წარსულზე, აწმყოსა თუ მომავალზე, ძლიერ გავლენას ახდენს იმაზე, თუ როგორ აფასებს ეს კულტურა დროს და რამდენად მიაჩნია, რომ შეუძლია დროის კონტროლი. მაგალითად, ამერიკას ხშირად განიხილავენ, როგორც მომავალზე ორიენტირებულ ქვეყანას, საფრანგეთს - აწმყოზე, ხოლო ბრიტანეთს - წარსულზე. უფრო ხშირად (თუმცა არა ყოველთვის), წარსულზე ორიენტაცია ჩნდება ხანგრძლივი ისტორიული წარსულის მქონე კულტურებში (ჩინეთი, ინდოეთი), ხოლო მომავალზე ორიენტაცია -- შედარებით უფრო ახალგაზრდა ქვეყნებში, როგორიცაა, მაგალითად, ამერიკის შეერთებული შტატები.

მომავალზე ორიენტირებულ კულტურებს უფრო მეტად სჩვევიათ მკაცრი განრიგის მიხედვით ცხოვრება. აშშ ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფ ტემპიანი ქვეყანაა მსოფლიოში, და ამას ნაწილობრივ სწორედ იმ ფაქტს მიაწერენ, რომ ამერიკელები ყოველთვის წინ, მომავლისკენ იხედებიან და “ამერიკული ოცნებისკენ” ისწრაფვიან. ამერიკული კულტურა დაკავებულია, ცხოვრების სწრაფ და მოუსვენარ სტილს, წარმატებასთან და მაღალ სოციალურ სტატუსთან აიგივებს. იაპონიაც დროზე უკიდურესად ორიენტირებული კულტურაა, თუმცა იაპონელები უფრო მეტ აქცენტს დროის ეფექტიან მართვაზე აკეთებენ და შესაბამისად ნაკლებად განიცდიან დროის უკმარისობით გამოწვეულ სტრესს.

წარსულზე ორიენტირებული კულტურები, მაგალითად ისეთი, როგორც ინდოეთი, გაცილებით უფრო მშვიდად უყურებენ დროს. ინდოეთში სულაც არაა უჩვეულო მატარებლების რამდენიმე საათით დაგვიანება, და ამის გამო არც რაიმე განსაკუთრებული პრობლემები იქმნება.

ქრონემიკა შეისწავლის, თუ როგორ აღიქმება და ფასდება დრო სხვადასხვა ინდივიდების და კულტურების მიერ, განსაკუთრებით კი არავერბალური კომუნიკაციის პროცესში. დროის აღქმაში იგულისხმება პუნქტუალობა, დალოდების სურვილი, პირისპირ ურთიერთობებისადმი მიდგომა და დროის მწვავე უკმარისობაზე (ცაიტნოტზე) რეაგირება. ამ მხრივ, ქრონემიკა გამოყოფს კულტურათა ორ ძირითად ნაირსხვაობას:

- **მონოქრონული** - რომელშიც ადამიანები, როგორც წესი, თანმიმდევრულად მოქმედებენ; სადაც დრო ორგანიზებულია მცირე, ზუსტ ერთეულებად და შესაბამისად იგეგმება და იმართება. ასეთ კულტურებში დრო განიხილება როგორც ფიზიკური საქონელი, რომელიც შეიძლება სასარგებლოდ გაიხარჯოს, დაიზოგოს ან გაიფლანგოს, ამდენად უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება რეგლამენტირებულ განრიგებს, მოქმედებათა გეგმებს, ვადებში გაწერილ ამოცანებს და მათ შესრულებას. ასეთი აღქმა ჩამოყალიბდა ჯერ კიდევ XVIII - XIX საუკუნეების ინდუსტრიული რევოლუციების პერიოდში და მისი მკაფიო მაგალითებია აშშ, გერმანია, შვეიცარია, ბრიტანეთი, კანადა, იაპონია, სამხრეთ კორეა და სკანდინავიის ქვეყნები.
- **პოლიქრონული** - რომელშიც ადამიანები ერთდროულად რამდენიმე საქმეს აკეთებენ და დროის დაგეგმვა უფრო მოქნილად ხდება. ასეთ კულტურებში წამებს და წუთებს ნაკლები მნიშვნელობა ენიჭება და გაცილებით მეტი ყურადღება ეთმობა ტრადიციების დაცვას და პიროვნულ ურთიერთობებს. პოლიქრონულ კულტურებში დროის აღქმა ნაკლებად ფორმალურია და ცხოვრება არ იმართება მკაცრი კალენდრების და განრიგების მეშვეობით. სამხრეთ ამერიკის, აფრიკის, შუა აზიისა და ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნების დიდი რაოდენობა სწორედ ამ კატეგორიას განეკუთვნება.

დღევანდელ რეალობაში, დროითი ორიენტაციის კულტურული განსხვავებების ცოდნა ძალიან მნიშვნელოვანია საქმიანი და დიპლომატური სიტუაციების მართვისას. ქრონემიკის არცოდნამ შეიძლება გამოიწვიოს განზრახვების არასწორი ინტერპრეტირება, განსაკუთრებით კი საქმიანი ურთიერთობების კონტექსტში; მაგალითად, მონოქრონული კულტურის წარმომადგენელმა შეიძლება აღიქვას პოლიქრონისტი როგორ ზარმაცი, უპასუხისმგებლო და არასანდო ადამიანი, და პირიქით: პოლიქრონული კულტურის წარმომადგენელი უყურებს მონოქრონისტს, როგორც წესებითა და ფორმალობებით შეპყრობილ, ცივ და უემოციო ადამიანს.

როგორ ფიქრობთ, რომელ კულტურას შეგვიძლია მივაკუთვნოთ საქართველო - მონოქრონულს თუ პოლიქრონულს?

მიუხედავად იმისა, რომელ კულტურას მივკუთვნებით (ან რომელი უფრო გვესიმპატიურება), კარგად უნდა გავითავისოთ, რომ დრო - ჩვენი ერთ-ერთი ყველაზე უფრო დიდი ფასეულობაა. პრაქტიკულად ბავშვობიდანვე ჩვენ გვასწავლიან, როგორ დავზოგოთ ფული და როგორ ვხარჯოთ ის გონივრულად, თუმცა არავინ გვასწავლის იმავეს დროსთან მიმართებაში. თეორიულად, მშობლებს და მასწავლებლებს ხშირად უთქვამთ ჩვენთვის - „ნუ კარგავ დროს!“, მაგრამ როგორ მივადწიოთ ამას პრაქტიკაში? ძალიან ხშირად ჩვენ ვფლანგავთ დროს და გვავიწყდება, რომ იგი ამოუწურავი არ არის: დაკარგულ დროს ვეღარ ავინაზდაურებთ, არასწორად დახარჯული დროც აღარ დაგვიბრუნდება; შეუძლებელია დააგროვო ან საიდანმე დაიმატო დრო, როგორც ეს ვიდეოთამაშებში ხდება. არადა, რომ დავფიქრდეთ, ადამიანი საშუალოდ 70-75 წელიწადს ცოცხლობს და სწორედ ესაა მეტ-ნაკლებად

დროის ის მოცემულობა, რომელშიც გვიწევს არსებობა. ამიტომ, სჯობს შევწყვიტოთ ფიქრი დროზე, როგორც იმთავითვე მოცემულ, ამოუწურავ რესურსზე და გავაცნობიეროთ, რომ ის ძალიან შეზღუდულია. მხოლოდ ამის შემდეგ შევძლებთ მის ეფექტურად დაგეგმვაზე ფიქრს, რადგან სწორედ არასაკმარისი რესურსია ყველაზე ღირებული და მნიშვნელოვანი.

წითელი და მწვანე დრო

დავიწყოთ იმით, რომ ვიფიქროთ დროზე წითელ და მწვანე ფერებში. წარმოიდგინეთ, რომ ხართ წამოწოლილი ტახტზე და ნახევარი საათის განმავლობაში არაფერს აკეთებთ, უბრალოდ მიჩერებიხართ ჭერს.

როგორც ფიქრობთ, რა ფერისაა დროის ეს მონაკვეთი - წითელი თუ მწვანე?

ამ კითხვაზე სწორი და არასწორი პასუხი არ არსებობს, თუ არ ვიცით სიტუაციის კონტექსტი. მაგალითად, თუ ჭერს იმიტომ უცქერთ, რომ სხვა არაფერი საქმე გაქვთ და უბრალოდ დრო გაგყავთ - მაშინ დროის ეს მონაკვეთი წითელია. მეორეს მხრივ, თუ ისვენებთ დატვირთული და ნაყოფიერი სამუშაო დღის შემდეგ, და თუ გსიამოვნებთ ასე ყოფნა, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ეს პერიოდი მწვანე დროს მიეკუთვნება.

ამდენად, შეიძლება განვმარტოთ ორნაირი დრო:

- **წითელი** - უქმად დაკარგული, ფუჭად გაყვანილი დრო, რომელიც არ იხარჯება ჩვენს მიზნებზე, სურვილებზე, ამოცანებზე და ა.შ.
- **მწვანე** - ეფექტურად დახარჯული დრო; ის დრო, რომელიც ჩვენი მიზნების მიღწევისთვის იხარჯება.

დროის ეფექტური მართვის მიზანი კი სწორედ ისაა, რომ გავაფერადოთ მთელი ჩვენი ცხოვრება მწვანედ. როგორც უკვე ვახსენეთ, დროის მართვა გულისხმობს დროის დაგეგმვას მისი ეფექტურად ხარჯვის მიზნით; ამის გაკეთება კონკრეტულ უნარ-ჩვევებს მოითხოვს, ვინაიდან ცხოვრება ძალიან ბევრ წითლად შეღებილ სიტუაციას გვთავაზობს.

მნიშვნელოვანი თუ სასწრაფო?

სპეციალისტებს დაუგროვდათ დროის მართვის მეთოდების დიდი არსენალი, რომლებიც შეიძლება ორ დიდ ჯგუფად დავყოთ:

პირველი – სამუშაოს ორგანიზების სხვადასხვა საშუალებები: საქმიანი დღიურების - ე.წ. “ორგანიზერების” გამოყენება, სამუშაო სივრცის ორგანიზება (სამუშაო მაგიდა, კომპიუტერში ფაილების სისტემა, არქივი და ა.შ.)

მეორე – სპეციალისტები გვიჩვენებენ არ დავიმუროთ დრო, რათა თავიდანვე დავგეგმოთ საკუთარი საქმიანობა და გულდასმით გავიაზროთ

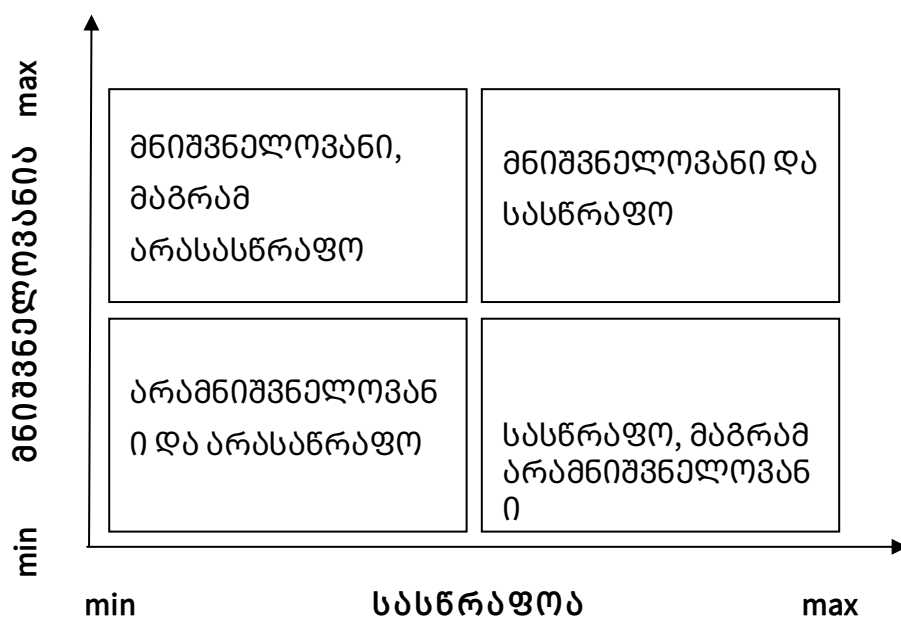
შესასრულებელი ამოცანები (პრიორიტეტების დალაგება, სტრატეგიული და სამოქმედო გეგმები და ა.შ.).

სამუშაოს ორგანიზებას ემსახურება ცხრილი “მნიშვნელოვანი – სასწრაფო”, რომელიც ძალზე მარტივი და იოლად გამოსაყენებელია.

პირველ რიგში შევადგინოთ შესასრულებელი ამოცანების სია. შემდეგ:

1. დავხაზოთ კოორდინატთა სისტემა, რომელშიც ჰორიზონტალურ ღერძზე გაიზომება ამოცანის შესრულების სასწრაფოობა, ვერტიკალურზე – შესრულების მნიშვნელოვნება;
2. განვაღებოთ შესასრულებელი ამოცანები ამ ორ ღერძს შორის, მნიშვნელობისა და სასწრაფოობის მიხედვით;
3. იმის მიხედვით, თუ რომელ კვადრანტში მოხვდება ესა თუ ის ამოცანა, განისაზღვრება მისი გადაჭრის სახე:
 - დაუყოვნებლივ უნდა შევასრულოთ ის ამოცანები, რომლებიც მოხვდა განყოფილებაში “მნიშვნელოვანი და სასწრაფო”;
 - “სასწრაფო, მაგრამ არამნიშვნელოვანი” ამოცანების შესრულებისას სასურველია ვთხოვოთ დახმარება სხვებს (ანუ, მოვახდინოთ ამ ამოცანების დელეგირება);
 - “მნიშვნელოვანი, მაგრამ არასასწრაფო” ამოცანების შესრულება უნდა დაიგეგმოს პირველ რიგში შესასრულებელი ამოცანების შემდეგ, იმის მიხედვით, როდის გაგაჩნიათ საამისოდ დრო;
 - “არამნიშვნელოვანი და არასასწრაფო” ამოცანები შეგვიძლია დავივიწყოთ მანამ, სანამ ისინი უფრო მნიშვნელოვანი და/ან სასწრაფო არ გახდებიან.

ასეთი პროცედურა სასურველია რეგულარულად ჩავატაროთ, რადგან ამოცანებიც, და მათი მნიშვნელობა და სასწრაფოობაც ხშირად იცვლება.



დროის მართვის ოქროს წესები

დროის მართვა უზრუნველყოფს არა მხოლოდ სამუშაოს კარგ ხარისხს, არამედ მთლიანობაში ცხოვრების კარგ ხარისხსაც. დრო ყველაფრისთვის უნდა გვყოფნიდეს და ამაში იგულისხმება არა მხოლოდ საქმე, არამედ გართობაც, დასვენებაც და თუნდაც ტახტზე წამოწოლა და ჭერზე მიშტერება (სხვათა შორის, ასეთ დროს თავში შეიძლება დაგებადოთ ძალიან საინტერესო იდეები).

გთავაზობთ დროის ეფექტურად მართვის რამდენიმე საკვანძო პრინციპს, რომლითაც ხელმძღვანელობენ წარმატებული ადამიანები:

1. **პირველ რიგში მოითავთ ყველაზე უფრო მნიშვნელოვანი საქმეები.** ყოველდღიურად განსაზღვრეთ 2-3 კრიტიკულად მნიშვნელოვანი საქმე, რომელსაც პირველ რიგში უნდა მიხედოთ. მას შემდეგ, რაც ამ საქმეებს დაასრულებთ, შეგიძლიათ ჩათვალოთ, რომ დღემ წარმატებით ჩაიარა და დრო ტყუილად არ დაგიკარგავთ. ამის შემდეგ შეგიძლიათ გადახვიდეთ სხვა საქმეებზე ან მოიტოვოთ ისინი შემდეგი დღისთვის - მთავარი ხომ უკვე შესრულებულია.
2. **ისწავლეთ უარის თქმა.** ერთდროულად ბევრი ვალდებულების აღება ზოგჯერ კარგიცაა, რადგან ამით დროის განაწილებას ვსწავლობთ, მაგრამ რაღაც მომენტში საჭიროა გავჩერდეთ და მორიგ შესაძლებლობაზე უარი ვთქვათ. აკეთეთ მხოლოდ ის, რისი დროც რეალურად გაგაჩნიათ და რაც ნამდვილად მნიშვნელოვანია თქვენთვის. სტრესი მოდის არა იქიდან, რაც გავაკეთეთ, არამედ გაუკეთებელი საქმეებიდან; რასაც ჩვენ ვერ მოვერიეთ, “ის ჩვენ გვერევა”, ამიტომ მოიქცით რაციონალურად და აკეთეთ მხოლოდ ის, რაც თქვენთვის ნამდვილად პრიორიტეტულია.
3. **კარგად გამოიძინეთ.** ზოგიერთს მიაჩნია, რომ ძილის დათმობის ხარჯზე მეტ საქმეს მოასწრებს და უფრო ნაყოფიერად იმუშავებს, მაგრამ ეს ასე არ არის. ადამიანი საჭიროებს 7-8 საათიან ძილს იმისთვის, რომ სხეულმა და გონებამ ოპტიმალურ რეჟიმში შეძლოს ფუნქციონირება. ძილის უკმარისობა ბევრი პრობლემის მიზეზი ხდება, ამიტომ მოუსმინეთ თქვენს ორგანიზმს და მიეცით მას აღდგენის საშუალება.
4. **დაუთმეთ მთლიანი ყურადღება საქმეს, რომელსაც ასრულებთ.** გადადეთ მობილური ტელეფონი, ჩახურეთ ბრაუზერში ყველა ზედმეტი ფანჯარა, იპოვეთ მშვიდი ადგილი სამუშაოდ. შეგიძლიათ მოუსმინოთ მუსიკას, თუ ეს საქმის კეთებაში გეხმარებათ.
5. **ნუ მოექცევით უმნიშვნელო დეტალების ტყვეობაში.** ხშირად ჩვენ გაცილებით უფრო მეტ დროს ვანდომებით საქმის კეთებას, რადგან ზედმეტ ყურადღებას ვაქცევთ მცირე დეტალებს და დიდ დროს ვუთმობთ მათ სრულყოფას. დავალების შესრულების თვალსაზრისით, თუმცაღა, სჯობს

შეეშვათ პერფექციონიზმს და მალევე დაასრულოთ სამუშაოს ძირითადი მოცულობა. ამის შემდეგ შეძლებთ დაუბრუნდეთ და ჩაუღრმავდეთ დეტალებს.

6. **გაცნობიერეთ, რამდენ დროს უთმობთ ტელევიზორს, ინტერნეტს და ვიდეოთამაშებს.** ფეისბუკის და ინსტაგრამის თვალიერებამ, თამაშმა ან ფილმების ყურებამ შესაძლოა დროის რესურსის სერიოზული გაჟონვა გამოიწვიოს. ამ ფაქტის მარტივი გაცნობიერებაც კი დაგეხმარებათ სიტუაციის რეგულირებაში.
7. **ერთდროულად მხოლოდ ერთ საქმეზე იმუშავეთ, ან დააჯგუფეთ ერთ სამუშაო ბლოკად მსგავსი საქმეები.** როდესაც სხვადასხვა მიზეზების გამო მუდმივად გიწევთ მუშაობის შეწყვეტა და სხვა საქმეზე გადანაცვლება, საბოლოო ჯამში სამუშაოს შესასრულებლად გაცილებით მეტი დრო დაგჭირდებათ, ვიდრე უწყვეტად რომ გემუშავათ. შეწყვეტილი საქმის გასაგრძელებლად ყოველთვის გჭირდებათ დამატებითი დრო, რომ ისევ აეწყოთ საჭირო ტალღაზე და გააგრძელოთ. ამდენად, რაციონალური იქნებოდა, რომ ერთდროულად მხოლოდ ერთ საქმეზე იმუშაოთ, ან ერთ სამუშაო ბლოკად რამდენიმე მსგავსი აქტივობა გააერთიანოთ.
8. **შედარებით მოცულობითი საქმე მცირე ნაწილებად დაყავით.** დიდ და რთულ საქმეებს ყველა დიდი სიამოვნებით გაურბის. რაც არ უნდა მშვიერი იყოთ - ერთ ჯერზე მთლიან ხარს მაინც ვერ შეჭამთ. “ზღვა კოვზით დაილევას”, ამბობენ, ამიტომ მიზნები და საქმეები ბევრ პატარა “უღუფად” უნდა დაიყოს და დროის ხანგრძლივი მონაკვეთის განმავლობაში დამუშავდეს. როდესაც პირველ, შედარებით მცირე საქმეს მოერევით და წარმატებით შეასრულებთ, გამოცდილებასაც მიიღებთ და დარჩენილი საქმის შესრულების მოტივაციაც აგიმაღლდებათ.

სტრესი სამუშაო ბარემოში

ამბობენ, სტრესის მცირე რაოდენობა სასარგებლოცაა იმისთვის, რომ მუდმივ ტონუსში ვიყოთ, ცხოვრების ოპტიმალური რიტმი შევინარჩუნოთ და ეფექტურად შევებრძოლოთ პრობლემებს. თუმცა, როდესაც ყოველდღიურობაში სტრესზე ვსაუბრობთ, უფრო ხშირად ზედმეტად ძლიერ სტრესს ვგულისხმობთ და მის ნეგატიურ გავლენას ვუსვამთ ხაზს. სტრესს შეუძლია “ამოქოქოს” ჩვენს სხეულში სწრაფი ჰორმონალური რეაქცია, მაგალითად, ადრენალინის მაღალი დოზის შემხაპუნებით; და თუ ზოგიერთ სიტუაციაში (მაგალითად, სპორტული შეჯიბრის დროს) ადრენალინი სასურველიცაა, ის სრულიად არაფერში გჭირდებათ, როდესაც, მაგალითად, რომელიმე ორგანიზაციაში სამუშაო გასაუბრებაზე მიდიხართ. იმისთვის, რომ სტრესმა არ შეგიშალოთ ხელი ასეთ მომენტებში და ზოგადად არ მოახდინოს თქვენზე უარყოფითი გავლენა, მნიშვნელოვანია იცოდეთ, რა იწვევს თქვენში სტრესს და შეგეძლოთ მისი ეფექტური მართვა.

ადამიანების უმეტესობა ფიქრობს, რომ სტრესი – დაძაბულობის აღმნიშვნელი კიდევ ერთი ცნებაა, მაგრამ ეს მცდარი შეხედულებაა. სინამდვილეში სტრესი – გაცილებით უფრო რთული და საინტერესო ფენომენია. ნებისმიერ ადამიანს დაბადებიდანვე გააჩნია გადარჩენის თანდაყოლილი მექანიზმი, ე.წ. „იბრძოლე ან გაიქეცი“ რეაქცია (fight-or-flight response), რომელიც ევოლუციის შედეგად შეიქმნა და ათასწლეულების განმავლობაში საკმაოდ ეფექტურადაც მუშაობდა. ეს რეაქცია, რომელსაც ზოგჯერ „მწვავე სტრესის“ რეაქციასაც უწოდებენ, პირველად წინა საუკუნის ოციან წლებში ამერიკელმა ფიზიოლოგმა ვალტერ ქენონმა აღწერა.

წარმოვიდგინოთ ადრეული ხანის ადამიანი, რომელსაც მუდმივად უწევს გადარჩენისთვის ბრძოლა. საფრთხის აღმოცენებისას მას მხოლოდ ორი არჩევანი აქვს: ან გაიქცეს და განერიდოს საფრთხეს, ან დარჩეს და სამკვდრო-სასიცოცხლო ბრძოლაში ჩაებას. ამ დროს ადამიანის სხეული ავტომატურად ემზადება გადარჩენისთვის და „იბრძოლე ან გაიქეცი“ რეაქციის სახით შემდეგ ცვლილებებს ახორციელებს:

- მძაფრდება ყველა გრძნობა. გუგები ფართოვდება, და ადამიანი უკეთ ხედავს სიბნელეში;
- სისხლძარღვთა სისტემა ერთიანად მობილიზდება და გულის შეკუმშვის ტემპი ოთხჯერ მაინც სწრაფდება;
- ფილტვები და ნესტოები ფართოვდება, სუნთქვა ხშირდება, რომ სისხლის გაზრდილ ნაკადს საკმარისი რაოდენობის ჟანგბადი მიეწოდოს. სისხლს გადააქვს ჟანგბადი კუნთებში და ამით დამატებით ენერგიას აწვდის;
- აქტიურდება ნივთიერებათა ცვლა; ენერგიის დამატებითი რეზერვის შესაქმნელად ცხიმების წვა და გლუკოზის გამომუშავება იწყება;
- თირკმელებსა და საჭმლის მომნელებელ სისტემაში მიმავალი სისხლძარღვები იკუმშება და ამით საიმედოდ „თიშავს“ ამ სისტემებს, რადგან ისინი ამ ეტაპზე არაარსებითია. ამ რეაქციის ნაწილია პირის ღრუში ნერწყვის დაშრობაც;
- კანის სისხლძარღვები ასევე იკუმშება, რათა მინიმუმამდე დაიყვანოს სისხლის პოტენციური დანაკარგი;
- სხეულში უხვად გამოიყოფა ენდორფინები – ნატურალური ტკივილგამაყუჩებლები (ტკივილმა არ უნდა შეუშალოს ხელი ბრძოლას!)
- ლოგიკური აზროვნების და განსჯის უნარი ქვეითდება, რის ხარჯზეც მძაფრდება ინტუიცია და იზრდება რეაქციის სისწრაფე, რაც გადარჩენისათვის უფრო მნიშვნელოვანია.

მიუხედავად იმისა, რომ დღეს მდგომარეობა შეიცვალა და ჩვენ აღარ გვიწევს გადარჩენისთვის ბრძოლა ამ სიტყვის პირდაპირი მნიშვნელობით (მით უფრო ესოდენ დიდი ფიზიკური ძალისხმევის ხარჯზე), „იბრძოლე ან გაიქეცი“ მექანიზმი

კვლავ მუშაობს და ავტომატურად ირთვება ყოველთვის, როდესაც ჩვენ რაღაც საფრთხე გვემუქრება. ფაქტობრივად, ნებისმიერ საგანგებო ვითარებაში ჩვენი ბიოლოგია ისევ ორად ორ გამოსავალს გვთავაზობს: ან ვიბრძოლოთ, ან გავიქცეთ.

ცხადია, რომ თანამედროვე ადამიანის ქცევა განსხვავდება 5000 წლის წინ მცხოვრები ადამიანის ქცევისგან, ამიტომ „ბრძოლის“ რეაქცია შესაძლოა აგრესიული ქცევით და კამათით გამოიხატოს, ხოლო „გაქცევა“ – საზოგადოებიდან განრიდებით, ალკოჰოლიზმით, ნარკომანიით, ვირტუალურ რეალობაში გაქცევით და ა.შ. პრობლემა კი ისაა, რომ ამგვარი არაადეკვატურად ძლიერი სტრესული რეაქციის ამოქმედება არ ქრება უკვალოდ და საკმაო ზიანს აყენებს როგორც სხეულს, ასევე ფსიქიკას.

სტრესის შესახებ მეცნიერების ფუძემდებლის, კანადელი ბიოლოგის ჰანს სელიეს განმარტებით, სტრესული რეაქციის თვალსაზრისით არა აქვს მნიშვნელობა, სასიამოვნოა თუ უსიამოვნო სიტუაცია, რომელიც ჩვენზე ზემოქმედებს. მნიშვნელობა აქვს მხოლოდ მის **ინტენსივობას**. სელიეს მოჰყავს დედის მაგალითი, რომელსაც ატყობინებენ, რომ მისი შვილი ომში დაიღუპა. დედისთვის ეს საშინელი დარტყმაა, რის გამოც ის ძლიერ სულიერ ტკივილს განიცდის. თუ რამდენიმე წლის შემდეგ აღმოჩნდება, რომ შეტყობინება მცდარი იყო და შვილი ცოცხალი და უვნებელი მოულოდნელად სახლში დაბრუნდება, დედა კვლავ ძლიერ ემოციურ სტრესში ჩავარდება, თუმცა ამჯერად ეს სტრესი სასიამოვნო ამბით იქნება გამოწვეული. ამ ორი მოვლენის სპეციფიკური შედეგები – მწუხარება და სიხარული – განსხვავებული, ურთიერთსაპირისპიროც კი არის, მაგრამ მათი სტრესული ზემოქმედება შესაძლოა სრულიად ერთნაირი იყოს.

დღესდღეობით, ადამიანის სიცოცხლეს, შესაძლოა, ნაკლები საფრთხე ემუქრება, მაგრამ ამის მიუხედავად სტრესის დონე სულ უფრო იმატებს. ახალი ტექნოლოგიებითა და ინფორმაციის დიდი მოცულობით გამოწვეული ცვლილებების ტემპი იმდენად სწრაფია, რომ ადამიანის ორგანიზმი ვეღარ უმკლავდება ამგვარ დატვირთვას. თვალების გადაღლა, ზურგის, კისრის და მხრის არეში ტკივილი, წონის მომატება და მრავალი სხვა სინდრომი პირდაპირ უკავშირდება კომპიუტერებითა და ტექნოლოგიებით გაჯერებულ თანამედროვე სამუშაო პირობებს.

შეგვიძლია ვმართოთ სტრესი?

რატომ ხდება, რომ ერთსა და იმავე პირობებში ზოგიერთი ადამიანი განიცდის სტრესს, ზოგიერთი კი არა? ადამიანები სტრესის მიზეზებს მარტივად პოულობენ: “ჩემი უფროსი მატერორებს”, ან “ისტორიის ლექტორი ჩემს მიმართ უსამართლოა”, ან “მეზობლები მუდმივად ხმაურობენ და მაგიჟებენ” - ანუ, ასახელებენ გარე ფაქტორებს, რომელთა ზემოქმედების შედეგადაც მათ უჩნდებათ სტრესი. თუმცა ეს მოდელი - “გარე გამაღიზიანებელი => სტრესი”, როგორც ჩანს, არაა უნივერსალური, რადგან, მაგალითად, დაძაბული (“სტრესული”) მუშაობის პირობებში ერთი ადამიანი სრულიად იბნევა და ვეღარაფერს აკეთებს, მაშინ როდესაც მეორე მობილიზებულია, მაღალ შედეგებს აღწევს და ზოგადად მშვენივრად გრძნობს თავს.

ჯერ კიდევ უძველესი დროის ფილოსოფოსები ამჩნევდნენ, რომ ადამიანებს აღელვებს არა გარკვეული მოვლენები, არამედ ის, თუ როგორ უყურებენ ისინი ამ მოვლენებს. მთავარია არა სიტუაცია, არამედ ის, თუ როგორ ვაფასებთ ამ სიტუაციას, რა განწყობა გვაქვს მის მიმართ. ავიღოთ მაგალითი, როდესაც ადამიანებს ემინიათ ფრენის. თუ თვითმფრინავით ფრენა პანიკას იწვევს, გამოდის რომ ყველა, ვინც თვითმფრინავშია, პანიკაში უნდა იყოს? სინამდვილეში ადამიანების უმრავლესობას ფრენის დროს არ აღენიშნება პანიკის არავითარი სიმპტომები.

ჩვენ განვიხილავთ სტრესს, როგორც ჩვენი ცხოვრების არასასიამოვნო მხარეს, მაგრამ არ ვცდილობთ გავმიჯნოთ ერთმანეთისგან სტრესის გამომწვევი ფაქტორები (სტრესორები) და სტრესის სიმპტომები. სტრესს ვარქმევთ ბევრ საქმეს, დროის უკმარისობას, დაგროვილ მოუგვარებელ პრობლემებს და ა.შ.

ამასობაში, სტრესის აღმოცენებისთვის აუცილებელია ორი ფაქტორის ერთდროული ზემოქმედება, ესენია:

1. პოტენციური სტრესი, და
2. სტრესის დაძლევის უნარი

ადამიანი აფასებს სტრესთან დაპირისპირების საკუთარ შესაძლებლობებს, და აღარებს მათ შიდა თუ გარე სტრესორების მიერ წაყენებულ მოთხოვნებთან. თუ ამ შედეგების შედეგად ადამიანი დაინახავს, რომ შეუძლია სტრესორების დაძლევა, სტრესი, როგორც ასეთი, აღარც აღმოცენდება; და პირიქით, შეუსაბამობა პოტენციურ სტრესორებსა და არსებულ შესაძლებლობებს შორის იწვევს სტრესს. რომ შევაჯამოთ, **სტრესის გამომწვევი მიზეზი არა თავად სტრესორებია (ნეგატიური მოვლენები ან შინაგანი კონფლიქტი), არამედ ადამიანის წარმოდგენა იმის შესახებ, შეძლებს თუ არა ის ამ სტრესორების დაძლევას.**

სტრესის მართვის მიდგომები

გამომდინარე იქიდან, რომ უმეტეს შემთხვევაში სტრესი მრავალფაქტორიანი წარმოშობისაა, მისი დაძლევა შესაბამისი სტრატეგიის გამოყენებას საჭიროებს. სტრატეგიების არსენალი საკმაოდ დიდია, თუმცა არსებობს რამდენიმე **ძირითადი პრინციპი**, რომელიც ეხმარება ადამიანს მართოს სტრესი, და შეამციროს / გადალახოს მისი ნეგატიური შედეგები.

1. თვითშეცნობა

პირველ რიგში საჭიროა საკუთარი შესაძლებლობების და სუსტი მხარეების, პიროვნული ტემპერამენტის და სტრესულ ვითარებაში ჩვეული ქცევის, საკუთარი ცხოვრებისეული ფასეულობების და მიზნების ცოდნა, რადგან სტრესის მართვის სწორი სტრატეგია ამ ყველაფერს მაქსიმალურად უნდა ითვალისწინებდეს. დააკვირდით საკუთარ თავს, გააანალიზეთ, რომელი სტრესორები მოქმედებს თქვენზე უფრო ხშირად, რა გემართებათ სტრესის დროს (როგორ რეაგირებთ თქვენი სხეული), სტრესთან საბრძოლველი

რომელი მეთოდია თქვენთვის უფრო ქმედითი და მისაღები, რომელი ნაკლებად, რა ცხოვრებისეული მიზნებით და ფასეულობებით ხელმძღვანელობთ სტრესულ სიტუაციებში?

2. საკუთარ თავთან თანხმობა და საკუთარი შესაძლებლობების რწმენა

რაც უფრო მეტად შეგიძლიათ შეურიგდეთ საკუთარ თავს და მიიღოთ ის ისეთად, როგორიც არის, ზედმეტი პრეტენზიების და მოთხოვნების გარეშე, მით მეტი რწმენა გექნებათ საკუთარ ძალებსა და შესაძლებლობებში. საკუთარ თავთან თანხმობა ნიშნავს უკუაგლო “განსხვავებულობის” ნებისმიერი მოთხოვნა. შესაძლოა მიგაჩნდეთ, რომ კარგი იქნებოდა საკუთარ თავში რაღაცის შეცვლა, მაგრამ სჯობს ეს ცვლილება ერთ-ერთი შესაძლო არჩევანი იყოს და არა იდეა-ფიქსი.

საკუთარი შესაძლებლობების რწმენა ნიშნავს იცოდე, რისი გაკეთება შეგიძლია და რისი - არა, იყო მზად აკეთო ყველაფერი შესაძლებლობების ფარგლებში და მუდმივად იმუშაო ამ ფარგლების გასაფართოებლად. საკუთარი შესაძლებლობების რწმენა არაა იგივე, რაც *თვითრწმენა*. თვითრწმენა გარკვეულწილად გულისხმობს, რომ უნდა ვიყო სრულყოფილი და ყველაფერი უმაღლეს დონეზე შევასრულო. ამასობაში, გაცილებით უფრო რეალისტურია გჯეროდეს იმისა, რისი კეთებაც მართლა კარგად შეგიძლია, გჯეროდეს შენი შესაძლებლობების.

პრაქტიკაში ეს ყოველივე ნიშნავს:

- არ განიხილო წარმატება, როგორც ერთადერთი შესაძლებელი შედეგი;
- შეხედო შეცდომებს, როგორც შემდგომი სწავლის და განვითარების შესაძლებლობას;
- არ დანებდე, როდესაც მიაღწევ სასურველზე ნაკლებს;
- არ დაიჯერო, რომ ყველაფერი იოლად უნდა გამოგდიოდეს;
- ისწავლო საკუთარი გამოცდილებიდან.

3. ჭკვიანური ეგოიზმი

კიდევ ერთი პრინციპი, რომლის ფორმულა მარტივია: პირველ ადგილზე აყენებ საკუთარ ინტერესებს, თუმცა ამავდროულად არ ივიწყებ, რომ შენი ინტერესები უკეთ დაკმაყოფილდება, თუკი სხვის ინტერესებსაც გაითვალისწინებ. ჰანს სელიე ამტკიცებდა, რომ საკუთარი კეთილდღეობა და ბედნიერება ნებისმიერი ცოცხალი არსების უძველესი და ყველაზე მნიშვნელოვანი მოტივაციაა, თუმცა ადამიანებში ალტრუისტული მოტივებიც არსებობს: გარდა საკუთარი ინტერესებისა, ჩვენ საზოგადოებრივი ინტერესებიც გაგვაჩნია, რადგან გვსურს, რომ მთლიანად საზოგადოება გადარჩეს და განვითარდეს. როგორ უნდა მოხდეს ამ ორი თითქოსდა საპირისპირო ინტერესის თანხვედრა? მარტივად: დავხმაროთ სხვებს, და

ამით დავეხმარებით საკუთარ თავს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ჩვენი ეგოიზმი ჭკვიანურად უნდა გამოვიყენოთ.

როდესაც ადამიანი ირწმუნებს, რომ ეგოიზმი სრულიად ბუნებრივი თვისებაა, ის ნაკლებად იგრძნობს თავს დამნაშავედ იმის გამო, რომ უფრო მეტად საკუთარ თავზე ზრუნავს, ვიდრე სხვებზე. ჭკვიანური ეგოიზმის განხორციელებაში დაგეხმარებათ ასერტიული ქცევა: მოითხოვეთ ის, რაც გსურთ, უპასუხეთ “არა” იმაზე, რაც არ გსურთ და საჭიროების შემთხვევაში უთხარიტ სხვებს, თუ რას ფიქრობთ და რას გრძნობთ. და ბოლოს: ნუ დაინანებთ სხვებისთვის დადებითი გრძნობების - მაღლიერების, პატივისცემის, ნდობის გამოხატვას.

4. ტოლერანტობა იმედგაცრუების და დისკომფორტის მიმართ

ეს პრინციპი უმთავრესია სტრესის მართვის თვალსაზრისით. ტოლერანტობის მაღალი დონე დაგიცავთ გადაჭარბებული უარყოფითი რეაქციებისგან, დაგეხმარებათ პრობლემების მოგვარებაში და ახალი გამოცდილების მიღებაში. მაღალი ტოლერანტობა ნიშნავს აღიარო, რომ იმედგაცრუება და დისკომფორტი ნამდვილად არსებობს, და ჩათვალო რომ ეს გრძნობები არასასიამოვნოა, მაგრამ არა საშინელი. ადამიანს ყოველთვის ექნება უარყოფითი ემოციური რეაქციები - შემფოთება, სინდისის ქენჯნა, სევდა, მობეზრება, დარდი, გაღიზიანება, იმედგაცრუება. მთავარია არ მოხდეს მათი გადაჭარბებული აღქმა („მე ამას ვერ გადავიტან!“) და ეს ემოციები არ გადაიზარდოს შფოთვაში, დანაშაულის ან სირცხვილის გრძნობაში, დეპრესიაში, ადამიანების მიმართ მტრობასა და საკუთარი თავის შეცოდებაში.

დაბალი ტოლერანტობა სტრესის გამომწვევი ერთ-ერთი უმთავრესი ფაქტორია, რადგან უწყობს ხელს მეორადი პრობლემების გაჩენას: ადამიანი რეაგირებს არა გარე სტრესორებზე, არამედ საკუთარ სიმპტომებზე, ამის შედეგად კი მას სხვა, ახალი სიმპტომები უჩნდება. მაგალითად, ადამიანი განრისხდება და შემდეგ კი თავს დამნაშავედ გრძნობს, ან თავიდან შფოთავს და მერე ნელ-ნელა დეპრესიაში ვარდება.

მაღალი ტოლერანტობა ეხმარება ადამიანს:

- არ შეიქმნას მეორადი პრობლემები არასასურველ მოვლენებსა და გარემოებებზე გადაჭარბებული რეაქციის შედეგად;
- შეურიგდეს მოკლევადიან დისკომფორტს და სამაგიეროდ გრძელვადიან მიზნებსა და სიამოვნებას მიაღწიოს;
- გაწიოს ზომიერი და გამართლებული რისკი;
- არ გადადოს გვერდზე რთული ამოცანების და პრობლემების მოგვარება.

როგორ გავზარდოთ ტოლერანტობა დისკომფორტისა და იმედგაცრუების მიმართ? თავიდან გავაცნობიეროთ, თუ როდის ვახორციელებთ დაბალ-

ტოლერანტულ ქცევას, რომლის სიმპტომებია არაკომფორტული სიტუაციების თავიდან არიდება, წამლების ან ალკოჰოლის გადამეტებული მოხმარება, მანიაკური გატაცება აზარტული ან კომპიუტერული თამაშებით, შოპინგით, ფიზიკური ვარჯიშით, ქეიფით, წონასწორობის იოლი დაკარგვა, რთული ამოცანების თავიდან აცილება და ა.შ.

ტოლერანტობის დონის ასამაღლებლად საუკეთესო საშუალებაა დაპირისპირების ტექნიკა. ჩამოწერეთ იმ სიტუაციების, აზრების, რისკების, მოვლენების სია, რასაც ჩვეულებრივ გაურბიხართ. დაისახეთ მიზნად, რომ ყოველ დღე ამ ჩამონათვალიდან მინიმუმ ერთ-ერთს მაინც დაუპირისპირდეთ. დისკომფორტის დაძლევა შესაძლებელია მხოლოდ და მხოლოდ არაკომფორტულ სიტუაციებში განზრახ მოხვედრით. ნუ გაექცევით დისკომფორტს, დარჩით მასთან მანამ, სანამ ის თავისით არ გაქრება.

5. რისკი

ადამიანი, თავისი ბუნებიდან გამომდინარე, ცდილობს მიაღწიოს უსაფრთხოებას, სტაბილურობას და არ ჰქონდეს მომავლის შიში. თუმცა, მას გარკვეულწილად რისკიანობაც ახასიათებს, ალბათ იმიტომ, რომ მთლიანად უსაფრთხო ცხოვრება მოსაბეზრებელი იქნებოდა. ჩვენ ვსაუბრობთ იმ გონიერ რისკზე, რომელიც აუცილებელია, რათა ცხოვრებისგან რაც შეიძლება მეტი მიიღო და თავი აარიდო მოწყენილობით, უმოქმედობითა და უცმაყოფილებით გამოწვეულ უარყოფით სტრესს. გარკვეული რისკი აუცილებელია თვითშეცნობისთვისაც: იმისათვის, რომ დაადგინო შენი შესაძლებლობების ფარგლები, უნდა გარისკო და გამოცადო საკუთარი თავი ახალ საქმეში, ახალ ურთიერთობებში.

რისკზე წასვლის გავარჯიშება ისევეა შესაძლებელი, როგორც ტოლერანტობის. ჩამოწერეთ, თუ რა გინდათ რომ გამოცადოთ, მაგალითად:

- მიმართო ადამიანს თხოვნით მაშინ, როდესაც დიდია უარის მიღების რისკი (მაგალითად, პაემნის შეთავაზება);
- გააკეთო ისეთი რამ, რაც სავარაუდოდ არ მოეწონება სხვებს (მაგალითად, ხმამაღალი საუბარი);
- სცადო მიაღწიო წარმატებას იქ, სადაც ამის შანსი მინიმალურია.

თუ ამ ქმედებების განხორციელების პროცესში დისკომფორტის გრძნობა დაგეუფლათ, შეახსენეთ თავს, რომ ამით თქვენი დისკომფორტის მიმართ ტოლერანტობაც ვარჯიშდება და იზრდება.

6. ზომიერება

ზომიერების პრინციპი დაგეხმარებათ თავიდან აირიდოთ ექსტრემალობა აზროვნებაში, გრძნობებსა და ქცევაში. ექსტრემალური (ძალიან დაბალი, ან ძალიან მაღალი) მოლოდინები ან მუდმივი უიღბლობის განცდას აჩენს, ან მოსაბეზრებელს ხდის ცხოვრებას. ნებისმიერი გადაჭარბებული ქცევა – იქნება ეს ჭამა, ფიზიკური ვარჯიში, ალკოჰოლის მოხმარება, ან თუნდაც მუშაობა –

სტრესის წარმომშობია. ზომიერების პრინციპი იმაში მდგომარეობს, რომ დაისახოთ რეალისტური და მიღწევადი მიზნები და ამოცანები, რომლებსაც ყოველდღიურად, ნაბიჯ-ნაბიჯ შეასრულებთ. ილუზიების მსხვერვა, წარუმატებლობა – საკმაოდ ძლიერი სტრესორებია.

ძალიან კარგი მაგალითია წონის დარეგულირების ამოცანა. არავისთვისაა საიდუმლო, რომ წონის დაგდებისთვის არ ვარგა დიეტები, რომლებიც მოკლე დროში წონის სწრაფ კლებაზეა ორიენტირებული, რადგან ამით არა მხოლოდ იზიანებთ ჯანმრთელობას, არამედ დიეტის დასრულების შემდეგ მალევე იბრუნებთ მთლიან დაკარგულ წონას და სრულიად კარგავთ გახდომის იმედს. წონის დარეგულირების საუკეთესო (არასტრესული) გზაა გრძელვადიანი ზომიერი კვება. ანალოგიური პრინციპი მოქმედებს თითქმის ყველგან. იმუშავეთ, ივარჯიშეთ, იურთიერთეთ, ითამაშეთ კომპიუტერული თამაშები, მაგრამ შეინარჩუნეთ ზომიერება. თუ გრძნობთ, რომ ზოგიერთი თქვენი ქცევა გადაჭარბებულია, დაუწესეთ საკუთარ თავს გარკვეული შეზღუდვები და შეეცადეთ შეასრულოთ ისინი.

7. ემოციური და ქცევითი პასუხისმგებლობა

ადამიანები, რომლებიც გრძნობენ, რომ აკონტროლებენ საკუთარ ემოციებს და ქცევას, გაცილებით ნაკლებად განიცდიან სტრესის მავნე ზეგავლენას. პასუხისმგებლობის აღების პრინციპი დაგეხმარებათ თავად აგოთ პასუხი საკუთარ ემოციებზე, მოქმედებაზე და მთლიანად თქვენს ცხოვრებაზე.

გქონდეს *ემოციური პასუხისმგებლობა* ნიშნავს გჯეროდეს რომ თავად ქმნი შენს საკუთარ გრძნობებს ცხოვრებისეული მოვლენების საპასუხოდ, და არასოდეს ადანაშაულებდე შენში გაჩენილი გრძნობების გამო სხვა ადამიანებს – მშობლებს, მეგობრებს, უფროსს ან სხვა ვინმეს.

ქცევითი პასუხისმგებლობა ნიშნავს აღიარო რომ თავად ხარ შენი ქმედებების და ქცევის “ავტორი” და არავინ გაიძულებს განახორციელო ესა თუ ის ქცევა.

პიროვნებას, რომელსაც გააჩნია თვით-კონტროლი, შემდეგი თვისებები ახასიათებს:

- ამბობს “მე ვფიქრობ, რომ...” და არა “ყველამ იცის, რომ”;
- სხვა ადამიანებთან ურთიერთობისას ასერტიული და არა პასიური ან აგრესიულია;
- ორიენტირებულია სინამდვილეზე და არ ხარჯავს დროს წარსულში ქექვას ან მომავლის შესახებ ოცნებაზე;
- ორიენტირებულია პრობლემების მოგვარებაზე: როდესაც ბარიერებს აწყდება, ცდილობს გამონახოს გამოსავალი;
- სჯერა რომ წარმატებისთვის მთავარია ადამიანის აქტიურობა და მოქმედება, ხოლო ბედ-იღბალი არაფერ შუაშია.

ადამიანები, რომლებსაც შიდა კონტროლი გააჩნიათ, შედარებით ნაკლებად უჩივიან ფიზიკურ ან გონებრივ ჯანმრთელობას; მათზე ნაკლებად აისახება

დაბერების პროცესი, ისინი უკეთ უმკლავდებიან ისეთ “სამედიცინო” სტრესებს, როგორებიცაა გულის შეტევა ან ქირურგიული ოპერაცია. ადამიანი, რომელიც აგებს პასუხს საკუთარ გრძნობებსა და ქცევაზე, არასოდეს აღმოჩნდება მსხვერპლის როლში, და არასოდეს გამოამჟღავნებს გადამეტებულ (არაადეკვატურ) რეაქციას სხვა ადამიანების სიტყვებზე ან ქცევაზე. თუ ვერ შეცვლის გარემოს, ასეთი ადამიანი ყოველთვის შეძლებს შეცვალოს საკუთარი გრძნობა და განწყობა ამ გარემოს მიმართ.

პასუხისმგებლობის განვითარებაში თვითანალიზი დაგეხმარებათ. ჩამოწერეთ ის ქცევები ან ჩვევები, რაშიც ვლინდება თქვენი “უპასუხისმგებლობა”. ასერტიულობის ნაკლებობა? წარსულში ჩარჩენა? მოვლენათა მნიშვნელობის გაზვიადება? პრობლემებთან თანაარსებობა იმ იმედით, რომ ისინი თავისით მოგვარდება? შემდეგ შეეცადეთ გამოიყენოთ პარადოქსული ქცევის ტექნიკა და თითოეულ ასეთ სიტუაციაში ჩვეული ქცევისგან განსხვავებულად მოიქცეთ.

8. მოქნილობა

ამბობენ, რომ მოქნილი ხე ძლიერი ქარიშხლის დროს მოიხრება და გადარჩება, ხოლო ხისტი – გადატყდება. იყო მოქნილი ნიშნავს იყო ღია ცვლილების მიმართ როგორც შენს შიგნით, ასევე შენს გარეთ; შეცვლილი გარემოებების შესაბამისად შეგეძლოს შეცვალო შენი გეგმები და ქცევა; შეგიძლოს აითვისო აზროვნების ახალი წესი, რომელიც დაგეხმარება ცვალებადი სამყაროს მიმართ შეგუებაში; შეგწევდეს უნარი მისცე ადამიანებს საშუალება იფიქრონ და აკეთონ ის, რაც მიაჩნიათ სწორად, ხოლო თავად აკეთო ის, რაც შენთვისაა მისაღები და სწორი.

რატომაა მოქნილობა მნიშვნელოვანი სტრესის მართვისას? მოქნილობა ზრდის გადარჩენის შანსებს ცვალებად გარემოში. გარემო აღრევ იცვლებოდა და ამჟამადაც იცვლება, თუმცა ცვლილებების ტემპი მნიშვნელოვნად გაიზარდა. თუ ჩვენ არ ვისწავლით ამ ცვლილებების შესაბამისად საკუთარი განწყობების შეცვლას, გაჩნდება უარყოფითი სტრესი. მოქნილობა გვეხმარება პრობლემების უკეთ მოგვარებაში, რადგან უნარი შეხედო პრობლემას სხვა პერსპექტივიდან ძალიან მნიშვნელოვანია ეფექტური გადაწყვეტილების მისაღებად. მოქნილობა გვეხმარება ვცვალოთ მიზნები და ამოცანები ახალი გარემოებების შესაბამისად, დავარღვიოთ რუტინა და ცხოვრება მრავალფეროვანი და ხალისიანი გავხადოთ.

როგორ უნდა გაივარჯიშოთ მოქნილობა? ეცადეთ შეცვალოთ ცხოვრების ჩვეული წესი: უყურეთ ფილმებს, რომლებსაც აღრე თქვენი ყურადღების მიღმა დატოვებდით, მოუსმინეთ განსხვავებულ მუსიკას, ესაუბრეთ განსხვავებული მოსაზრების მქონე ადამიანებს. შეგიძლიათ სცადოთ ოფისში ან სახლში ავეჯის გადაადგილება. სანამ რაღაც პრობლემაზე რეაგირებას მოახდენთ,

შეჩერდით და დაფიქრდით, ხომ არ შეიძლება ამჯერად ეს რეაგირება სრულიად განსხვავებული იყოს.

9. რეალობის მიღება (აღიარება)

ყოველთვის, როდესაც შესაძლებელია, უნდა შეცვალოთ ის, რაც არ მოგწონთ. მაგრამ მაინც იარსებებს ისეთი სიტუაციები, როდესაც ვერაფერს შეცვლით. ასეთ შემთხვევაში ორი გამოსავალი არსებობს: ან თავი იწყევლოთ და დაიზაფროთ, ან მიიღოთ რეალობა და განაგრძოთ ცხოვრება.

რეალობის აღიარება ნიშნავს დაეთანხმო იმას, რომ რეალობა, თუნდაც უსიამოვნო – არსებობს; მიხვდეთ, რომ ყველაფერი შენს გემოზე და შენს მოსაწონად ვერ მოხდება; განიხილო გაურკვევლობა ან გულგატეხილობა ნორმალური ცხოვრების ჩვეულ ასპექტებად. მიიღო რეალობა ნიშნავს შეეგუო იმას, რომ პიროვნული ცვლილებები შეუზღუდელია. კი, ნამდვილად შესაძლებელია ბევრი რაღაცის შეცვლა (მაგალითად, დეპრესიის ან შფოთვის დაძლევა), მაგრამ ზოგი რამ უცვლელად დარჩება, როგორც არ უნდა ვეცადოთ. ამის მიღება დაგეხმარებათ აიცილოთ თავიდან ზედმეტი სტრესი.

კიდევ ერთი რეალობაა ის, რომ შეუძლებელია სხვა ადამიანების შეცვლა; ამის გაცნობიერებაც ზედმეტ ტკივილს აგარიდებთ. ზოგიერთი ფიქრობს, რომ მიღება, აღიარება ნიშნავს დათანხმებას ან მოწონებას - სულაც არა. სრული უფლება გაქვთ არ მოგწონდეთ რაღაც მოვლენა, გერჩივნოთ, რომ ის არ არსებობდეს, ცდილობდეთ მის შეცვლას, მაგრამ უნდა მიიღოთ მისი არსებობის ფაქტი.

რეალობის მიღების განხილვა შეგვიძლია შევაჯამოთ ერთი ცნობილი გამონათქვამით, რომლის მიხედვითაც ბედნიერებისთვის სამი რამაა საჭირო: გამბედაობა, რათა შეცვალო ის, რისი შეცვლაც შესაძლებელია, სიმშვიდე, რათა შეეგუო იმას, რისი შეცვლაც შეუძლებელია და სიბრძნე, რათა გაარჩიო ერთი მეორისაგან.

10. იუმორის და სიცილის ჯადოსნური ძალა

უამრავი გამოკვლევითაა დადასტურებული, რაოდენ დიდი და დადებითი ეფექტი აქვს სიცილს და იუმორის გრძნობას ადამიანზე:

- სიცილი ამცირებს სტრესის ჰორმონების (კორტიზოლი, ეპინეფრინი, ადრენალინი) დონეს, და აძლიერებს ენდორფინის - ბედნიერების ჰორმონის და ბუნებრივი ტკივილგამაყუჩებლის გამოყოფას;
- სიცილი ხელს უწყობს შინაგან, ფიზიკურ და ემოციურ განტვირთვას. გაიხსენეთ, როგორი შეგრძნება გაქვთ ხოლმე გულიანი სიცილის შემდეგ? თანაც, გულიანი სიცილი ავარჯიშებს ღიაფრაგმას, მუცლის კუნთებს, და თქვენ წარმოიდგინეთ - გულის კუნთსაც;
- როგორც უკვე ვიცით, ჩვენი რეაქცია სტრესულ სიტუაციაზე შესაძლოა განსხვავებული იყოს იმის მიხედვით, თუ როგორია ჩვენი დამოკიდებულება ამ სიტუაციის მიმართ. იუმორი გვეხმარება

დავინახოთ მოვლენები უფრო ნათელ ფერებში და აღვიქვათ ისინი როგორც გამოწვევა და არა როგორც საფრთხე;

- სიცილი აახლოებს ადამიანებს; ამასთანავე სიცილი გადამდებია, ასე რომ შეხედეთ ცხოვრებას იუმორით, და ხშირად და გულიანად იცინეთ - ამით არა მარტო საკუთარ თავს არგებთ, არამედ სხვებსაც.

ნუ შეხედავთ ამ პრინციპებს, როგორც აუცილებლად შესასრულებელ მოთხოვნებს; ამით თქვენ არა მხოლოდ არ შეამცირებთ სტრესს, არამედ მის დამატებით წყაროს შექმნით. ეცადეთ იხელმძღვანელოთ ამ პრინციპებით და გააუმჯობესოთ თქვენი და თქვენს გარშემო მყოფ ადამიანთა ცხოვრება.

სტრესის შემცირების პრაქტიკული ტექნიკა

განვიხილოთ სტრესის შემცირების რამდენიმე მარტივი პრაქტიკული სავარჯიშო.

ღრმად სუნთქვა

მარტივი, თუმცა ეფექტური მეთოდია მოდუნებისთვის. იოგასა და მედიტაციაში ის მთავარი კომპონენტია. ადამიანების უმრავლესობა სუნთქავს ზედაპირულად. ჰაერით ავსებენ მხოლოდ ფილტვების ზედა ნაწილს, რაც ამცირებს სხეულის მიერ მიღებული ჟანგბადის რაოდენობას და სტრესის დროს ძლიერი შფოთვის შეგრძნებას იწვევს. ამის საწინააღმდეგოდ ღრმად სუნთქვამ შესაძლოა სტრესი და მისი სიმპტომები შეამციროს. ღრმად სუნთქვას მუცლით სუნთქვასაც უწოდებენ.

თუ გინდათ სცადოთ ღრმად სუნთქვის ტექნიკა, იპოვნეთ კომფორტული ადგილი და დაჯექით. ერთი ხელი დაიდეთ მუცელზე. ცხვირით ჩაისუნთქეთ ნელა და ღრმად. ეცადეთ, სრულად შეივსოს ფილტვების ქვედა ნაწილი და იგრძენით, რომ ხელი, რომელიც მუცელზე გიდევთ მაღლა ადის. ამის შემდგომ ბოლომდე გამოუშვით ჰაერი პირით. გაიმეორეთ 10-ჯერ ან უფრო მეტჯერ, რამდენჯერაც დაგჭირდებათ.

კუნთების მოდუნება

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, კუნთების დაჭიმულობა ფიზიოლოგიური რეაქციაა სტრესზე. ასეთ დროს, კუნთების მოდუნების ტექნიკა დაგეხმარებათ. აღნიშნული ტექნიკის არსი არის ის, რომ რამდენიმე წამის განმავლობაში მოხდეს კუნთების მაქსიმალური დაჭიმვა და შემდგომ მოდუნება. ეს პროცესი ეხმარება სხეულს შეწყვიტოს სტრესულ სიტუაციაზე „შებრძოლება-გაქცევის“ რეაქცია.

თანმიმდევრულად შეასრულეთ ქვემოთ ჩამოთვლილი მოძრაობები (თითოეული 5 წამის განმავლობაში):

- აწიეთ წარბები რაც შეიძლება მაღლა და 5 წამის შემდეგ მოაღუნეთ.
- დახუჭეთ თვალები რაც შეიძლება ძლიერად და ხუთი წამის შემდეგ გაახილეთ.
- გააღეთ პირი რაც შეიძლება ფართოდ, თითქოს ამოქნარებთ; შემდეგ დახურეთ და მოდუნდით.
- მკლავები გაწიეთ თქვენ წინ და შეკარით მუშტები რაც შეიძლება ძლიერად; მოდუნდით.
- მხრის კუნთები აწიეთ ყურებამდე; დაწიეთ უკან და მოაღუნეთ.
- მოხარეთ მკლავები და დაჭიმეთ ბიცეფსი რაც შეიძლება ძლიერად; მოაღუნეთ.
- მიიტანეთ ფეხები ერთმანეთთან და დაჭიმეთ ბარძაყები; მოაღუნეთ.
- დაჭიმეთ მუცლის კუნთები; მოაღუნეთ
- მოხარეთ ფეხის თითები ქვევით მიმართულებით რაც შეიძლება ძლიერად; მოაღუნეთ

ვარჯიში

ხშირად ადამიანები ვერ იაზრებენ რამდენად სასარგებლო შეიძლება იყოს ვარჯიში მათი ფიზიკური და ფსიქიკური ჯანმრთელობისთვის, პირადი თუ კარიერული წარმატებისთვის:

- ვარჯიში ამცირებს სტრესს;
- ზრდის სწავლის შესაძლებლობებს;
- გმატებთ ენერგიას;
- გმატებთ თავდაჯერებულობას;
- აუმჯობესებს ჯანმრთელობას;
- აუმჯობესებს ძილის ხარისხს;
- აძლიერებს იმუნიტეტს.

მთავარი გამოწვევა - გადატვირთული განრიგის ფონზე ვარჯიშის შეთავსებაა. გაგიკვირდებათ, მაგრამ ზემოთ ჩამოთვლილი სარგებლის მისაღებად იმაზე ბევრად ნაკლები ვარჯიშია საჭირო, ვიდრე წარმოგიდგენიათ. თანამედროვე კვლევების მიხედვით, კვირაში 2,5 საათი (ანუ დღეში მაქსიმუმ 30-წუთიანი) ჯამური ვარჯიში სრულიად საკმარისია. 2022 წლის დეკემბერში სიდნეის უნივერსიტეტის, ოქსფორდის უნივერსიტეტისა და ლონდონის უნივერსიტეტის მეცნიერთა ერთობლივმა და საკმაოდ მასშტაბურმა შვიდწლიანმა კვლევამ დაადგინა, რომ ყოველდღიურად შესრულებული ენერგიული ფიზიკური აქტივობის ხანმოკლე ეპიზოდები (მაგალითად, კიბეზე ან აღმართზე 45 წამის-1 წუთის განმავლობაში სწრაფი ასვლა, 1 წუთის განმავლობაში ავტობუსის გაჩერებამდე სირბილი და ა.შ.) თითქმის 40%-48%-ით ამცირებს სხვადასხვა დაავადებებისგან სიკვდილის რისკს. დაგვეთანხმებით, რომ ასეთ ფიზიკური აქტივობის შეთავსება სამუშაო განრიგთან საერთოდ არ წარმოადგენს არავითარ სირთულეს:

- ივარჯიშეთ ლანჩის შესვენების დროს (სწრაფი სიარული ახლოს მდებარე პარკში ან თუნდაც შენობის გარშემო, რომელშიც მუშაობთ).
- გამოიყენეთ კიბეები ლიფტის და ესკალატორის ნაცვლად;
- გააჩერეთ მანქანა მოშორებით და სწრაფი ნაბიჯებით მიდით დანიშნულების ადგილამდე;
- თუ საზოგადოებრივი ტრანსპორტით მოძრაობთ, ჩამოდით ერთი გაჩერებით ადრე და დანარჩენი გზა ფეხით გაიარეთ;
- იდეით ფეხზე როცა ამის შესაძლებლობა გაქვთ. ფეხზე დგომის დროს უფრო მეტი კალორია იწვება, ვიდრე ჯდომის დროს.

დასვენება და განტვირთვა

დასვენება და განტვირთვა უმნიშვნელოვანესია სტრესის შემცირებისთვის. დასვენება დამღლელი სამუშაო დღის თუ კვირის ბოლოს, საყვარელი ან სასიამოვნო საქმის შესრულება სამუშაოს შემდგომ გეხმარებათ, რომ დაიცვათ ბალანსი პირად ცხოვრებასა და სამსახურს შორის.

მნიშვნელოვანია გამოიყენოთ არდადეგები/შვებულება და ამ დროის განმავლობაში სრული რელაქსაცია მოახდინოთ. რეკომენდებულია, შვებულება აიღოთ მინიმუმ 2 კვირით, რადგან სრულად მოდუნება და დასვენება შვებულების პირველი კვირის ბოლოდან იწყება.

ძილი

ადამიანს ღამეში საშუალოდ 8 საათი ძილი ესაჭიროება (ეს მაჩვენებელი შეიძლება იცვლებოდეს 3 საათიდან 11 საათამდე, დამოკიდებულია ადამიანის ასაკსა და მდგომარეობაზე).

რა მოსდის თქვენს პროდუქტიულობას, როდესაც რეგულარულად გაკლიათ ძილი? კონცენტრაციის უნარი, ეფექტიანობა და ენერგია კლებულობს. მოდუნებული ყურადღების ფონზე შეცდომების დაშვების სიხშირე იზრდება და გარემო, რომელიც ისედაც სტრესული და დამღლელი იყო, კიდევ უფრო მეტად სტრესული გახდება თქვენთვის.

გახსოვდეთ! სრულყოფილი ძილი მნიშვნელოვანია. ეცადეთ გამოიყენოთ რელაქსაციის ტექნიკები, რათა დაეხმაროთ გონებას განტვირთვაში. დაძინებამდე ერთი საათით ადრე გამორთეთ ტელეფონი, არ უყუროთ ტელევიზორს. ეცადეთ, გეძინოთ 7-9 საათის განმავლობაში.

მედიტაცია

მედიტაციის ტექნიკა დაგეხმარებათ მართოთ და შეამციროთ სტრესის ნეგატიური გავლენა ნებისმიერ გარემოში და მათ შორის სამსახურში.

მედიტაციის ტექნიკა არ არის ახალი კაცობრიობისთვის. მას საუკუნეების განმავლობაში მიმართავდნენ. თავდაპირველად მას რელიგიური მიზნები ჰქონდა, თუმცა დღესდღეობით ძირითადად განტვირთვის და სტრესის მართვისთვის იყენებენ.

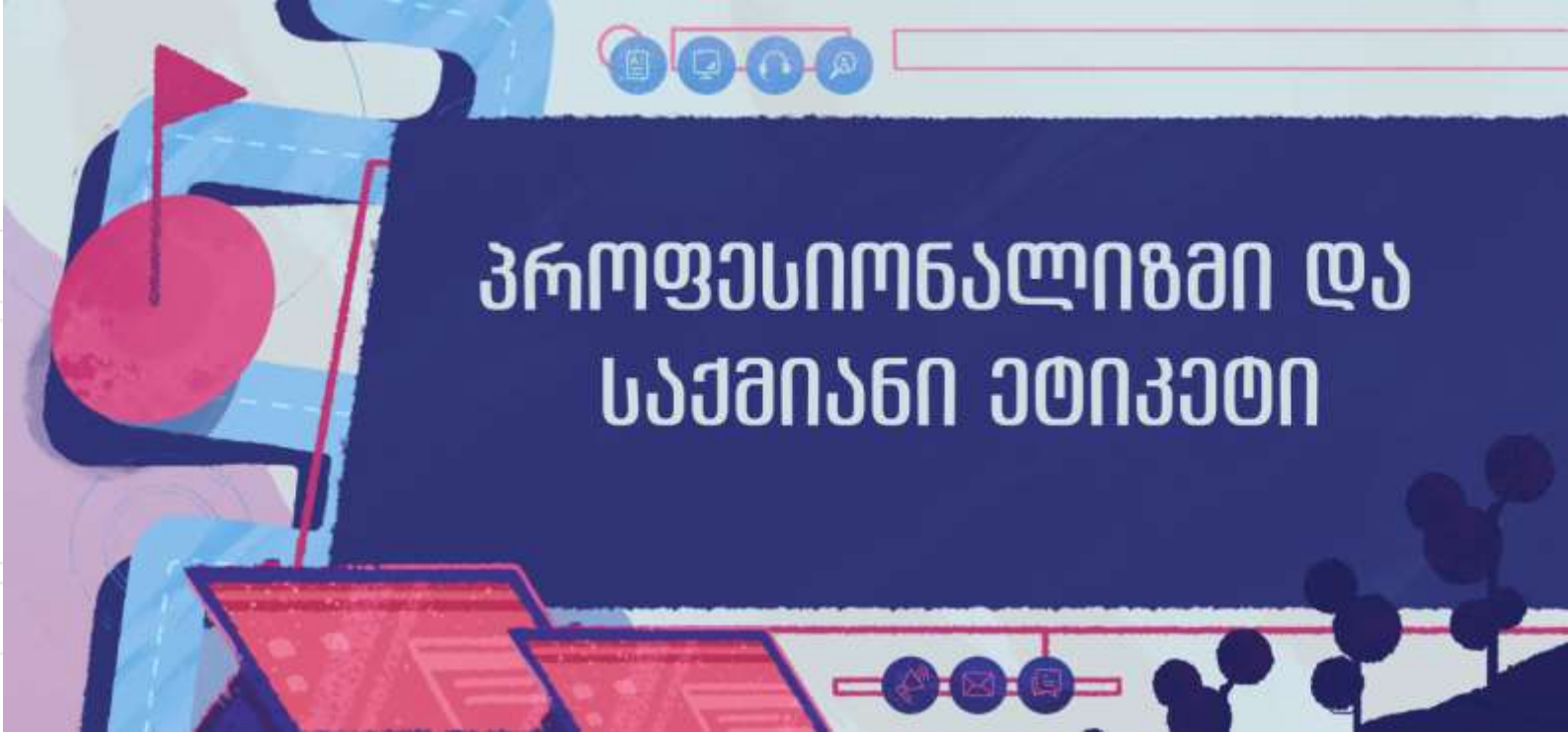
როგორ მუშაობს მედიტაცია? მედიტაციის დროს მშვიდდება სხეული და გონება. გულისცემის სიხშირე იკლებს, ნაკლებად ოფლიანობთ, სუნთქვა ხდება უფრო ღრმა და ეფექტური. ეს ყველაფერი ზუსტად საპირისპიროა იმ სიმპტომების, რომლებსაც სტრესის დროს განვიცდით და რომლებზეც ზემოთ ვისაუბრეთ.

კარგია, თუ სამუშაო გარემოში მედიტაციისთვის დროს გამონახავთ. რამდენიმე მარტივ მეთოდს გთავაზობთ:

- იპოვნეთ ცარიელი ოთახი. დაკეტეთ კარი, ჩააქრეთ სინათლე. დაჯექით სკამზე, იყავით თავისუფლად, ფეხის ტერფები დადგით მყარად იატაკზე. ჩაისუნთქეთ და ამოისუნთქეთ ღრმად. დახუჭეთ თვალები. კონცენტრირდით სუნთქვაზე, იგრძენით როგორ მოძრაობს ჰაერი ფილტვებში. კონცენტრირება სუნთქვაზე დაგეხმარებათ დაამშვიდოთ თქვენი სხეული და გონება. შეასრულეთ 5-10 წუთის განმავლობაში.
- მედიტაცია ფიზიკური რელაქსაციისთვის: დაჯექით სკამზე და მოადუნეთ კუნთები. დაიწყეთ ფეხის კუნთებით და ნელ-ნელა აჰყევით ზემოთ. იფიქრეთ კუნთებსა და მოდუნებაზე და არ დაგავიწყდეთ ნელა და ღრმად სუნთქვა.
- დაჯექით სკამზე სწორად. ფეხის ტერფები მყარად უნდა ეხებოდეს იატაკს. ნელა და ღრმა ისუნთქეთ. შეარჩიეთ თქვენ წინ რაიმე ობიექტი და უყურეთ მხოლოდ მას. სუნთქვა გააგრძელეთ ღრმად და ნელა, შეინარჩუნეთ ფოკუსი არჩეულ საგანზე 5 წუთის განმავლობაში.
- თუ დაკავებული ხართ ან არ გაქვთ სამსახურში განცალკევებული სივრცე, სადაც მოახერხებთ მედიტაციას, შეგიძლიათ სუნთქვის დათვლის ტექნიკას მიმართოთ. ჩაისუნთქეთ ღრმად და ნელა და დაითვალეთ თითოეული ამოსუნთქვა. ეცადეთ არაფერზე იფიქროთ. გააკეთეთ 10-ჯერ ჩასუნთქვა და ამოსუნთქვა, თავში ზედმეტი აზრების გარეშე.
- სიარული მედიტაციისთვის. ისეირნეთ გაუაზრებლად იმ ადგილას, სადაც ხართ. არ განსაზღვროთ მიმართულება და ადგილი სად მიდიხართ. უბრალოდ იარეთ. ეცადეთ მოიშოროთ ფიქრები და სიარულის დროს, დაუკვირდით შეგრძნებებს ფეხებში.

გახსოვდეთ, მნიშვნელოვანია რომ მედიტაცია რეგულარულად ხდებოდეს, იმისთვის რომ იგრძნოთ ეფექტურობა. ჩაინიშნეთ თქვენი ემოციები დღიურში - მედიტაციამდე

და მის შემდგომ. გაკვირვებული დარჩებით თუ როგორ შეიცვლება ღროთა განმავლობაში თქვენი მდგომარეობა უკეთესობისკენ.



პროფესიონალიზმი და საქმიანი ეტიკეტი

საქმიანი ეტიკეტის საფუძვლები

კარგი მანერები, თავაზიანობა სამუშაო გარემოში ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც კომპეტენტურობა, განათლებულობა, პროფესიონალიზმი. ოფისში თუ საქმიან შეხვედრაზე, დილის ყავასა თუ შესვენებაზე, კონფერენციებსა თუ სემინარებზე უამრავ ადამიანთან ყოველდღიური შეხებისას, ეტიკეტის ცოდნა და დაცვა დაგეხმარებათ უფრო ჰარმონიული, შინაარსიანი გახადოთ როგორც პირადი, ისე პროფესიული ურთიერთობები, ეფექტურად დაამყაროთ სასარგებლო და გრძელვადიანი საქმიანი კავშირები.

მისალმება

ოთახში შესული თანამშრომელი, მისი სტატუსის, სქესის და ასაკის მიუხედავად, ყოველთვის პირველი ესალმება ოთახში მყოფებს.

კონკრეტული პირის კაბინეტში შესვლისას, იქ მყოფ სხვა ადამიანებთან საკმარისია საერთო სიტყვიერი მისალმება და სალმის ნიშნად თავის ოდნავი დაქნევა; ამის შემდეგ ხელის ჩამორთმევით ესალმებიან იმ პირს, ვის კაბინეტშიც იმყოფებიან.

ქალთან მისალმებისას, მამაკაცს შეუძლია თავაზიანად დაუკრას მას თავი, ხელის ჩამორთმევა არაა საჭირო. საქმიან ეტიკეტის მიხედვით, ქალის ხელზე ამბორი დაუშვებელია.

ადამიანის გაცნობისას ნუ იჩქარებთ ხელის გაწვდენას; ხელის ჩამორთმევის ინიციატივა ეკუთვნის პირს, რომელსაც წარუდგინეს თქვენი თავი.

თუ ზიხართ, მისაღმებისას შეძლებისდაგვარად უნდა წამოდგეთ, თუმცა, თუკი ამჩნევთ, რომ წამოდგომით სხვა ადამიანებს შეაწუხებთ, მიესალმეთ ადგომის გარეშე და მოიბოდიშეთ ამის გამო („ბოდიში, რომ ვერ ვდგები, აქ ოდნავ სივიწროვეა“). ადგომის გარეშე მისაღმება დამწვებულია ხნიერი, ან შეზღუდული ფიზიკური შესაძლებლობების მქონე ადამიანებისთვის.

ადგილიდან წამოდგომა საჭიროა აგრეთვე:

- როდესაც თქვენი ხელმძღვანელი შემოდის, რომ მოგესალმოს სამუშაო დღის დასაწყისში;
- როდესაც თქვენი ხელმძღვანელი შემოდის სტუმართან ერთად;
- როდესაც თქვენი ახალი ხელმძღვანელი წარადგენს თავს ქვეშევრდომებთან.

ხელმძღვანელის კაბინეტში შესვლისას დაელოდეთ, სანამ არ შემოგთავაზებენ დაჯდომას. თუ საუბარი დიდ ხანს გაგრძელდა, შეგიძლიათ ითხოვოთ დაჯდომის უფლება.

საუბრის ეტიკეტი

მოსმენისას გამოხატეთ ინტერესი, პერიოდულად დაუქნიეთ თავი ადამიანს, რომელიც გელაპარაკებათ;

საუბრის დროს უყურეთ ადამიანს შუბლის და თვალებს შუა არეში, პერიოდულად შეხედეთ თვალებში; გაითვალისწინეთ, რომ მოსაუბრის სახის დაჟინებული დათვალიერება ან მასთან ახლოს მისვლა და თავზე დადგომა ადამიანში უხერხულობას გამოიწვევს;

ადამიანთან ლაპარაკის დროს, ნუ დაიწყებთ ოთახის დათვალიერებას - ამით იქმნება შთაბეჭდილება, რომ მოსაუბრე თქვენთვის უინტერესო და მოსაწყენია.

ხელის ჩამორთმევა

საერო ეტიკეტის მიხედვით, ქალმა პირველმა უნდა გაუწოდოს ხელი მამაკაცს, თუმცა საქმიანი ეტიკეტის მიხედვით, ხელის გაწოდება ხელმძღვანელის პრეროგატივაა, მაშინაც კი, როდესაც ქვეშევრდომი - ქალია.

თუ ადამიანთა ჯგუფს მიუახლოვდით და ერთ-ერთ რომელიმეს ხელის ჩამორთმევით მიესალმეთ, დანარჩენებსაც უნდა ჩამოართვათ ხელი.

ხელის ჩამორთმევის დროს დაუშვებელია სიგარეტის მოწევა. გადაადგეთ სიგარეტი და ამის შემდეგ ჩამოართვით ხელი. თუ სიგარეტის გადაგდების საშუალება არ გაქვთ, მოიბოდიშეთ, რომ სიგარეტი გიჭირავთ.

ყოველთვის ჩამოართვით ხელი მარჯვენა ხელით, მშვიდად, მკლავის ზედმეტი მოძრაობების და აქნევის გარეშე. ხელის ჩამორთმევისას დაუშვებელია მეორე ხელი ჯიბეში გქონდეთ.

საპირფარეშოშიც შეიძლება მიესაღმო ადამიანს, თუმცა ამ დროს ხელის ჩამორთმევა არაა მიღებული.

არაა მიღებული ხელის ჩამორთმევა კარში (ზღურბლზე), ან თქვენს შორის მჯდომი ადამიანის თავს ზემოთ.

ხელის ჩამორთმევის სხვა ნიუანსები აღწერილია არავერბალური კომუნიკაციის ქვეთავში.

გაცნობის რიტუალები: საკუთარი თავის და სხვა ადამიანების წარდგენა

თუ ირგვლივ უცნობი ადამიანები არიან, თამამად წარუდგინეთ თავი, ნუ დაელოდებით, სანამ ვინმე წარგადგენთ. წარდგენა - ურთიერთობების გაბმის პირველი ნაბიჯია, მისი უგულებელყოფა არაა სასურველი.

საუბრის დაწყებამდე საკუთარი თავის წარდგენა საჭიროა რომელიმე დაწესებულებაში საქმიანი ვიზიტის დროსაც.

საქმიანი შეხვედრის დროს წარდგენისას სრულიად არაა აუცილებელი საკუთარი მიღწევების და/ან რეგალიების ჩამოთვლა; მარტივად ახსენით, რას საქმიანობთ და რატომ ხართ ამ შეხვედრასა თუ ღონისძიებაზე.

მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ არა მხოლოდ საკუთარი თავის, არამედ სხვა ადამიანების ერთმანეთისთვის წარდგენა:

- მამაკაცი უნდა წარუდგინოთ ქალს;
- ასაკით ან თანამდებობით უმცროსი ადამიანი - უფროსს;
- თანაბარი სტატუსის ადამიანების წარდგენისას, პირველ რიგში წარადგინეთ ის, ვისაც უკეთესად იცნობთ;
- მკაფიოდ წარმოთქვით თითოეული ადამიანის სახელები და გვარები; სახელის ხსენებისას უყურეთ ამ კონკრეტულ პირს, თუმცა არავითარ შემთხვევაში არ მიუთითოთ მასზე;
- ადამიანების ერთმანეთისთვის წარდგენისას კარგი მეთოდია თითოეულის შესახებ რაიმე უნიკალური ინფორმაციის მიყოლება („ეს თინაა, ჩვენი პროგრამისტი; სხვათა შორის, თინა გამოცდილი მთამსვლეელია და ზოგადად მთაზე შეყვარებული ადამიანი“) - ამით თქვენ ა) ხაზს გაუსვამთ თქვენს კარგ ნაცნობობას, ბ) შესთავაზებთ მათ თემას, რომლითაც თქვენს გარეშეც შეძლებენ საუბრის / ურთიერთობის გაგრძელებას და გ) გაუადვილებთ

ერთმანეთის სახელების დახსომებას (სახელის ორჯერ გამეორებით და სახელისთვის დამატებითი შინაარსის მინიჭებით).

ადამიანის გაცნობისას, მისი სახელის უკეთ დახსომების მიზნით, საუბარში ხშირად მიმართეთ სახელით. თუ მოხდა ისე, რომ ადამიანის სახელი დაგავიწყდათ, სჯობს გულახდილად აღიაროთ თქვენი გულმავიწყობა და ტაქტიკურად სთხოვოთ სახელის შეხსენება.

სავიზიტო ბარათი

ნუ დაამზადებინებთ ორენოვან სავიზიტო ბარათებს; საქმიან გარემოში კარგ ტონად ითვლება სავიზიტო ბარათებზე ერთდროულად მხოლოდ ერთი ენის გამოყენება (საჭიროების შემთხვევაში სჯობს დაამზადებინოთ ცალკე ქართულენოვანი ბარათები, ცალკე ინგლისურენოვანი). ბარათის მეორე მხარე უნდა დარჩეს ცარიელი.

ნუ მიაწოდებთ სავიზიტო ბარათს მარცხენა ხელით, იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ცაცია ხართ. იაპონელები სავიზიტო ბარათს ორივე ხელი აწვდიან.

უპატივცემლობაა, თუკი სავიზიტო ბარათს მისი მფლობელის თანდასწრებით მოკეცავთ, დაჭმუჭნით, ან შარვლის უკანა ჯიბეში ჩაიდებთ.

შეხვედრის / საუბრის დასრულება, დამშვიდობება

დამშვიდობებისას, ისევე როგორც მისაღმებისას, არა მხოლოდ ეტიკეტის წესებით, არამედ საღი აზრით უნდა ვიხელმძღვანელოთ.

საქმიანი შეხვედრის ბოლოს, თქვენთვის უცნობ ადამიანებთან პერსონალური დამშვიდობება არაა აუცილებელი. თუ ხალხმრავალი ღონისძიებიდან სხვებზე ადრე მიდიხართ, საკმარისია მხოლოდ მასპინძელთან / ორგანიზატორებთან დამშვიდობება.

დამშვიდობებისას ჩამოართვით ხელი, გამოიყენეთ უნივერსალური ფრაზები („სასიამოვნო იყო თქვენთან საუბარი / გაცნობა / შეხვედრა“).

თუ შეხვედრის დასრულებამდე გიწევთ გასვლა, პირველ რიგში დაელოდეთ პაუზას საუბარში, ადექით, მოიბოდიშეთ და დაემშვიდობეთ ყველას ზოგადი ფრაზით („იმედია, კიდევ მოგვეცემა შეხვედრის / საუბრის / ამ საკითხზე ერთად დალაპარაკების შესაძლებლობა“).

წესები და ქცევა, რომლისგანაც თავი უნდა შევიკავოთ:

- საუბრის დროს ხელების ჯიბეებში ჩაწყობა;

- საუბრის დროს სხეულის აქეთ-იქით ქანაობა ან სხვა მოუსვენარი მოძრაობები / ნაბიჯები;
- გადაჭარბებული ჟესტიკულაცია;
- ხელების გულმკერდზე გადაჯვარედინება;
- ოთახიდან გასვლისას კარების უხეში მიჯახუნება;
- ზურგით შეტრიალება;
- თანამოსაუბრესთან დისტანციის შემცირება და მისი პირადი სივრცის დარღვევა;
- საქმიანი საუბრის დროს ჩუმად ან ჩურჩულით ლაპარაკი;
- საუბრისას საათზე დახედვა;
- სავარძელში ჯდომისას ფეხის ფეხზე გადადება.

კოლეგებთან ურთიერთობა

საქმიანი ურთიერთობისას მნიშვნელოვანია კოლეგების პატივისცემა, მათი დროის და ძალისხმევის დაფასება, გუნდში მუშაობა, თანაგუნდელებისთვის მხარდაჭერის, დახმარების აღმოჩენა.

თანამშრომლების მიმართ პატივისცემით გამოხატვის ერთ-ერთი უმთავრესი საშუალება - **პუნქტუალობაა**, რაც არა მხოლოდ სამსახურში, შეხვედრებსა და ღონისძიებებზე დროულად მისვლას ნიშნავს, არამედ ასევე გულისხმობს:

- სამუშაოს დროულად ჩაბარებას;
- პროექტის დათქმულ ვადებში შესრულებას;
- წერილების დროულ გაგზავნას;
- ტელეფონზე დროულ დარეკვას.

კოლეგებთან სამუშაო შეხვედრის შემთხვევაში:

- ნუ დაიგვიანებთ სამუშაო შეხვედრაზე, ნუ ალოდინებთ თქვენს კოლეგებს;
- მიდით შეხვედრაზე მომზადებული, გაეცანით წინასწარ საჭირო დოკუმენტებს, მოიძიეთ ინფორმაცია და ა.შ.;
- გათიშეთ მობილური ტელეფონის ზარი - ან წინასწარ გააფრთხილეთ კოლეგები, რომ მნიშვნელოვან ზარს ელოდებით.

სატელეფონო ეტიკეტი

სატელეფონო კომუნიკაციაში არავერბალური კომპონენტის - ჟესტების, მიმიკის, სხეულის ენის გამოყენება შეუზღუდელია, სამაგიეროდ აქტუალურია ხმის ტონი - ენერგიული თუ მოღუნებული? თავდაჯერებული თუ ინდიფერენტული? აგრესიული

თუ კეთილგანწყობილი? ხმა - ემოციების ინდიკატორია. გაიდიმეთ ტელეფონზე ლაპარაკის დროს, და თქვენი ღიმილი აისახება ხმის ტონზეც.

- საქმიანი სატელეფონო საუბარი უნდა იყოს ლაკონიური, მკაფიო, ნათელი.
- სატელეფონო საუბარს ასრულებს ის, ვინც ის წამოიწყო.
- კავშირის გაწყვეტისას თავიდან უნდა დარეკოს ისევ იმ ადამიანმა, ვინც საწყისი ზარი განახორციელა.
- როდესაც ვინმეს ესაუბრებით და ამასობაში სხვა ტელეფონით გირეკავენ, მოიბოდიშეთ, უპასუხეთ მეორე ზარს და შეპირდით, რომ მოგვიანებით დაურეკავთ;
- როდესაც ვინმეს ურეკავთ, პირველ რიგში წარუდგინეთ თავი (სახელი, გვარი, საქიროების შემთხვევაში ორგანიზაცია) და შეატყობინეთ ზარის მიზეზი;
- დარეკვისას, დაელოდეთ მაქსიმუმ 5 ხმოვან სიგნალს ყურმილში, ამის შემდეგ თუ არ გიპასუხებენ, დაკიდეთ ყურმილი.
- სატელეფონო საუბრის ბოლოს ნუ მოიბოდიშებთ, რომ მოსაუბრეს დრო წართვით, უმჯობესია თავაზიანად გადაუხადოთ მადლობა და დაემშვიდობოთ.

მობილური ეტიკეტი

მობილური ეტიკეტის მთავარი წესი: მობილური ტელეფონის გამოყენება დასაშვებია ყოველთვის, როდესაც ამით არ იზღუდება სხვა ადამიანების ინტერესები / თავისუფლება და არ ირღვევა მათი ე.წ. „პრივატულობა“ (privacy).

- საქმიანი მიზნებით მობილურ ნომერზე დარეკვა დასაშვებია სამუშაო დროის განმავლობაში (უმეტეს შემთხვევაში ასეთი მონაკვეთია დილის 9-დან და მაქსიმუმ საღამოს 7 საათამდე).
- სამუშაო გარემოში ყოფნისას, სასურველია მობილური ტელეფონი მხოლოდ სამსახურებრივი საკითხების მოსაგვარებლად გამოიყენოთ.
- არაა სასურველი მობილური ტელეფონით ლაპარაკი საზოგადოებრივ ტრანსპორტში, რესტორანში, ისეთ ადგილებში, სადაც უცხო ადამიანები იძულებულნი იქნებიან მოისმინონ თქვენი პირადი საუბრები. ზარის შემოსვლის დროს უმჯობესია გახვიდეთ ოთახიდან, მოშორდეთ სხვა ადამიანებს და მხოლოდ ამის შემდეგ დაიწყოთ ტელეფონით ლაპარაკი.
- ყოველთვის გათიშეთ ტელეფონის ხმა არა მხოლოდ საქმიანი შეხვედრების / თათბირების დროს, არამედ კონცერტზე, კინოში, თეატრში ყოფნისას.
- გაუთიშეთ ხმა ტელეფონის კლავიატურას, რომ საქიროების შემთხვევაში შეძლოთ სხვების შეწუხების გარეშე მოკლე ტექსტური შეტყობინებების აკრეფა.

- თუ რაიმე ნომერზე დარეკვისას ავტომოპასუხე ჩაირთო, არ შეწყვიტოთ ზარი მაშინვე - დატოვეთ შეტყობინება (მაგ., თქვენი სახელი და თხოვნა, დაგირეკონ როდესაც ამის შესაძლებლობა ექნება).
- როდესაც თქვენს ზარს არავინ პასუხობს, არაა საჭირო მიყოლებით რამდენიმე ზარის გაშვება. მოიცადეთ 1-2 საათის განმავლობაში, ადამიანი დაინახავს გამოტოვებულ ზარს და დარეკავს.
- საჯარო სივრცეში ე.წ. hands-free ყურსასმენების გამოყენებით „უხილავ“ თანამოსაუბრესთან ლაპარაკი - ცუდი ტონია.
- ასევე ცუდი ტონია, როდესაც თქვენს მობილურ ნომერზე დარეკვისას, სიგნალების ნაცვლად ყურმილში რაიმე მელოდია ან სიმღერა ისმის.
- მობილური ტელეფონის ზარის არჩევისას თავი შეიკავეთ ბავშვების ან ცხოველების ხმის დაყენებისგან.
- ადამიანის მობილური ტელეფონის გაზიარება მასთან წინასწარი შეთანხმების გარეშე დაუშვებელია.
- საქმიანი შეხვედრების დროს მობილურით ფოტოების გადაღება მხოლოდ დამსწრეთა თანხმობით შეიძლება.
 - ე.წ. „ხმამაღალი კავშირის“ გამოყენების წინ დარწმუნდით, რომ მოსაუბრემ იცის ამის შესახებ და თანახმაა საუბრის ასეთ რეჟიმში გაგრძელებაზე.

ციფრული საქმიანი ეტიკეტი

როგორ ვაწარმოოთ თანამედროვე ციფრული კომუნიკაცია თავაზიანად, კორექტულად და შედეგიანად? როგორ დავიცვათ ამ შემთხვევაში აუცილებელი საკომუნიკაციო ეტიკეტი?

რამდენიმე ზოგადი რეკომენდაცია, რაც თანამედროვე კომუნიკაციის თავისებურებებმა განაპირობა:

მიწერე, ნუ დაურეკავ - თანამედროვე საქმიანი ადამიანები თვლიან, რომ წინასწარი შეთანხმების გარეშე განხორციელებული სატელეფონო ზარი - დაახლოებით იგივეა, რაც დაუპატიჟებელი სტუმარი. მოულოდნელი სატელეფონო ზარით თქვენ აიძულებთ ადამიანს დაანებოს თავი საქმეს, რომელსაც იმ მომენტში აკეთებდა და მის ნაცვლად დრო თქვენ და თქვენს პრობლემებს დაუთმოს. ადამიანებს ურჩევნიათ მიიღონ თქვენგან შეტყობინება (მესიჯი) ან ელექტრონული წერილი (იმეილი); შეგიძლიათ WhatsApp-ში ან ფეისბუქის მესენჯერში შეეხმიანოთ. ადამიანებთან ხშირი, ნებისმიერი მცირე საბაბით დარეკვა, თანამედროვე სამყაროში ყურადღების მიქცევის გამაღიზიანებელი და არაეფექტური საშუალებაა. არც ისე დიდი ხნის წინ კომპანია „ერიქსონმა“ ჩაატარა კვლევა, რომელიც ადასტურებს, რომ იაპონიაში მცხოვრებ ანდროიდის მომხმარებელთა მეოთხედი საერთოდ არ იყენებს სატელეფონო ზარებს და ძირითადად წერილობით შეტყობინებებს აგზავნის. აშშ და ევროპა ჯერ-ჯერობით საგრძნობლად ჩამორჩებიან ამ მაჩვენებელს.

ზოგიერთი ხელმძღვანელი თვლის, რომ მიწერა გაცილებით სჯობს ტელეფონით დარეკვას, რადგან ტელეფონით კომუნიკაცია ზოგჯერ გართულებულია და დამახინჯებული. საკმაოდ ხშირად სატელეფონო საუბრის დროს ადამიანებს უჭირთ ერთმანეთის მოსმენა და კორექტულად გაგება. შედეგად, იმის მაგივრად, რომ პრობლემა მოგვარდეს - ახალი სირთულეები ჩნდება. ელფოსტით ან მესენჯერით ურთიერთობა უფრო ნათელია და ეფექტურიც, მითუმეტეს, რომ ყოველთვის გრჩებათ საუბრის ზუსტი წერილობითი ასახვა, რაც დაგეხმარებათ შესაძლო გაუგებრობებისა და პრეტენზიების თავიდან აცილებაში. იმ შემთხვევაში, თუკი თქვენ მიწერეთ ადამიანს წერილი, ან გაუგზავნეთ შეტყობინება მესენჯერით და პასუხი არ მიგიღიათ, გარკვეული დროის შემდეგ შეგიძლიათ მიუყოლოთ მოკლე სატელეფონო ზარიც, რომლის დროსაც უბრალოდ სთხოვთ, რომ შეამოწმოს ფოსტა ან მესენჯერი.

კომუნიკაციის საწყის ეტაპზე ელექტრონული ფოსტა უფრო საიმედო არჩევანია - ზოგიერთი ხელმძღვანელის აზრით, მესენჯერი მეგობრებთან და ახლობლებთან პრივატული ურთიერთობის ზონაა. ამიტომ, სრულიად უცნობ ადამიანთან საქმიანი კომუნიკაციის დაწყების მიზნით მესენჯერის გამოყენება ნამდვილად არ ღირს, რადგან ბევრი ამას პირად სივრცეში შეჭრად აღიქვამს. მესენჯერისგან განსხვავებით, ელექტრონული ფოსტა - კომუნიკაციის დაწყების იდეალური საშუალებაა. თუ ელფოსტით კომუნიკაციის პროცესში გაირკვევა, რომ “ჩატის” ან სხვა რაიმე საკომუნიკაციო საშუალებით ურთიერთობა ორივე მხარისთვის მისაღებიცაა და უფრო კომფორტულიც - უპრობლემოდ შეცვლით ფორმატს.

არასდროს მიწეროთ ადამიანს ისეთი რამ, რასაც პირად საუბარში ვერ ეტყოდით - არ ღირს შეტყობინებების მეშვეობით ურთიერთობების გარკვევა, ჭორაობა ან თავხედობა.

რამდენჯერმე გადაამოწმეთ და დარწმუნდით, რომ შეტყობინებას სწორ მისამართზე აგზავნით - რთულია წარმოიდგინო იმაზე უხერხული სიტუაცია, ვიდრე როდესაც მეგობრისთვის გამიზნული არაფორმალური შეტყობინება თქვენს უფროსთან ან სხვა რომელიმე საქმიან პარტნიორთან აღმოჩნდება.

წარუდგინეთ თავი უცნობს, რომელიც გსურთ დაიმეგობროთ ფეისბუქში ან რომელიმე სხვა სოციალურ ქსელში - პირველ რიგში, ეს უბრალო ზრდილობაა. მეორეც ერთი, ასე უფრო მეტია მისი დამეგობრების შანსი და მომავალში ურთიერთსარგებლო თანამშრომლობის პოზიტიურ ტონალობაში დაწყება.

ელექტრონული ფოსტით სარგებლობის ეტიკეტი

მიუხედავად ელექტრონული მიმოწერის სიმარტივისა და ნაკლებად ფორმალური ხასიათის, არსებობს რამდენიმე წესი, რომელიც უნდა დავიცვათ იმისთვის, რომ ჩვენი წერილები საქმიანად და პროფესიულად გამოიყურებოდეს.

- ნუ გაგზავნით ელექტრონულ წერილს შესაბამის ველში წერილის თემის მითითების გარეშე; შეუვსებელი ველი, ან ველი, რომელშიც „გამარჯობა“, ან

უბრალოდ თქვენი სახელი და გვარი წერია, არაპროფესიულად გამოიყურება. წერილის თემა მიმღებისთვის გარკვეული აზრის მატარებელი უნდა იყოს და ნათლად მიუთითებდეს წერილის შინაარსსა თუ დანიშნულებაზე;

- დაიცავით წესი **“ერთი წერილი - ერთი თემა”**. ერთ წერილში სჯობს მხოლოდ ერთ თემაზე ისაუბროთ; დასაშვებია რამდენიმე საკითხის განხილვაც, თუკი ისინი ერთმანეთთან უშუალო კავშირშია. თუ ორი ან მეტი განსხვავებული თემა/საკითხი გაქვთ განსახილველი, თითოეულს ცალკე წერილი მიუძღვნით - ასე უფრო ადვილად ადევნებთ თვალყურს ცალკეული საკითხების ირგვლივ მიმოწერას.
- თუ თქვენი წერილი შედარებით ვრცელია, მთავარი **სათქმელი პირველივე წინადადებაში ჩამოაყალიბეთ**, იმისთვის, რომ მკითხველს გაუადვილოთ წერილის არსის აღქმა; როგორც წესი, ადამიანები მაქსიმალურ ყურადღებას სწორედ წერილის დასაწყისს უთმობენ;
- ამავდროულად, ეცადეთ **არ დაწეროთ ძალიან გრძელი წერილი**. თუ ატყობთ, რომ ორ ან სამ მოკლე აბზაცს გაცდით, ა) შეამოკლეთ ტექსტი ან ბ) გადაიტანეთ მისი ნაწილი მიმაგრებულ ფაილში (ე.წ. „ატაჩმენტში“); ტექსტის დამატებითი სტრუქტურირების ან მისი ნაწილების ხაზგასმის მიზნით გამოიყენეთ (ზომიერად!) ე.წ. „ბულეტები“ ან ტექსტის გამსხვილება;
- ინგლისურენოვანი წერილის წერისას არ აკრიფოთ სიტყვები მხოლოდ ასომთავრულით (გამორთეთ CapsLock), ელექტრონულ კომუნიკაციაში დიდი ასოებით წერა განიხილება როგორც ყვირილი (ან როგორც ელექტრონული კომუნიკაციის სრული უცოდინარობა). ანალოგიურად, დაუშვებელია დიდი ასოების იგნორირება იქ, სადაც ისინი საჭიროა (მაგალითად, ინგლისურ ტექსტებში წინადადების დასაწყისში ან სახელი / გვარის დაწერისას და ა.შ.);
- წერილის ბოლოს დაურთეთ ბლოკი შესაბამისი **საკონტაქტო ინფორმაციით** (ე.წ. *signature*), რომლის შექმნის შესაძლებლობა ელექტრონული ფოსტის ნებისმიერ პროგრამას გააჩნია. ამ ბლოკში, როგორც წესი, უნდა შეიტანოთ თქვენი სახელი, გვარი, სამუშაო მისამართი (თუ მუშაობთ) და ტელეფონის ნომერი; საკონტაქტო ინფორმაციის ბლოკი ავტომატურად ემატება ყველა წერილს, რომელსაც აგზავნით იმ პროგრამიდან, რომელშიც ის შექმენით; ჩვენი რჩევაა არ დაამატოთ საკონტაქტო ინფორმაციის ბლოკს სხვადასხვა ციტატები, სლოგანები ან ნახატები; სისადავე უნდა იყოს თქვენი მთავარი სახელმძღვანელო პრინციპი;
- **გადაკითხეთ წერილი** გაგზავნის წინ; დარწმუნდით, რომ არ გაქვთ გრამატიკული შეცდომები, რომ მისამართი სწორადაა დაწერილი. მიუხედავად იმისა, რომ ელექტრონული კომუნიკაცია ნაკლებად ფორმალურია, შეცდომებიანი ტექსტი არ დაუტოვებს მიმღებს კარგ შთაბეჭდილებას - არაფორმალური არ უნდა ნიშნავდეს დაუდევარს ან აგდებულს;

- გახსოვდეთ, რომ **ელექტრონული ფოსტა არაა პრივატული**; ნუ დაწერთ წერილში ნურაფერს, რასაც ღია ბარათზე არ დაწერდით. ელექტრონული მისამართი, რომლითაც ორგანიზაციაში სარგებლობთ, განიხილება ორგანიზაციის საკუთრებად, რის გამოც შესაძლებელი ხდება მისი შემოწმება, გარკვეული მიმოწერის ამოღება და ა.შ. ჩათვალეთ, რომ გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც ელექტრონული ფოსტისთვის სპეციალური კოდირება გამოიყენება, ელექტრონული წერილი სრულიად დაუცველია ინტერნეტ-სივრცეში. გარდა ამისა, ზოგჯერ ხდება, რომ წერილი შემთხვევით არასწორ მისამართზე იგზავნება, ამიტომ, უხერხულ სიტუაციაში რომ არ აღმოჩნდეთ, დარწმუნდით, რომ თქვენი წერილები ყოველთვის კორექტული და საქმიანია.
- **დროულად უპასუხეთ** მნიშვნელოვან ელექტრონულ წერილებს. თუ გრძნობთ, რომ პასუხის გაცემას მალევე ვერ ახერხებთ, გაუგზავნეთ წერილის ავტორს მოკლე პასუხი, რომელშიც შეატყობინებთ შეფერხების მიზეზს და აცნობებთ, თუ როდის გაუგზავნით სრულ პასუხს;
- ხშირად წერილი ერთდროულად რამდენიმე ადამიანს ეგზავნება. ასეთ წერილზე პასუხის დროს, უმეტეს შემთხვევაში, უნდა გამოიყენოთ ღილაკი „reply to all“ რათა თქვენი პასუხიც მიმოწერაში ჩართულ ყველა ადამიანს მიუვიდეს. თუმცა, ამ ზოგადი წესის მიუხედავად, გირჩევთ ყოველ ჯერზე საღად იმსჯელოთ და გადაწყვიტოთ, რამდენად მნიშვნელოვანია, რომ თქვენი პასუხი მიმოწერის ყველა წევრმა იცოდეს: საკმაოდ მოსაბეზრებელია, მაგალითად, როდესაც რომელიმე ღონისძიების შესახებ გარკვეული ინფორმაცია თქვენთან ერთად კიდევ 40 მონაწილეს ეგზავნება და შემდეგ, ამ ინფორმაციის მიღების ორმოცივე დასტური თქვენს საფოსტო ყუთში შემოდის.
- ნუ გამოიყენებთ ელექტრონულ წერილებს **პირადი კონტაქტის თავიდან აცილების** მიზნით. არ დაივიწყოთ, რომ პირისპირ კომუნიკაცია ან სატელეფონო საუბარი ზოგჯერ საუკეთესო არჩევანია. არაერთმნიშვნელოვანი, დამაბნეველი, ემოციური ინფორმაციის გადასაცემად უშუალო საუბარი უკეთესია. დაუშვებელია ელექტრონული წერილებით პრობლემის ან უთანხმოების მოგვარება.
- გახსოვდეთ, ელექტრონულ ფოსტაში არ ისმის თქვენი ხმა და ამდენად ელექტრონულ კომუნიკაციას არ შეუძლია ვერბალური კომუნიკაციის სხვადასხვა ნიუანსის გადმოცემა. აქედან გამომდინარე, გაუგებრობის თავიდან ასაცილებლად, წერილობით კომუნიკაციაში არ ღირს **სარკაზმის, ირონიის, ან თუნდაც ზედმეტი ხუმრობის** გამოყენება.
- როდესაც მიმოწერაში დაგროვილი წერილების ჯაჭვი ძალიან გრძელი ხდება, დისკუსიის გაგრძელებისას სასურველია წერილის დასაწყისში ძალიან მოკლედ **შეაჯამოთ** მიმოწერის საკვანძო მომენტები, იმისთვის რომ

მიმოწერაში ჩართულ სხვა ადამიანებს აღარ დასჭირდეთ მთლიანი მიმოწერის ჩათვალერება.

სამესიჯო აპლიკაციებით სარგებლობის ეტიკეტი

დამატებით გთავაზობთ რამდენიმე რჩევას, რომელიც უნდა გაითვალისწინოთ ე.წ.

სამესიჯო აპლიკაციებით სარგებლობისას:

1. ეცადეთ არ დატოვოთ უპასუხოდ შემოსული შეტყობინება (თუკი, რა თქმა უნდა, არ გსურთ ამ ადამიანთან ურთიერთობის გაწყვეტა);
2. გაითვალისწინეთ სხვა ადამიანების განრიგი - ნუ შეაწუხებთ მესიჯებით მაშინ, როდესაც მათ სძინავთ ან ისვენებენ;
3. ნუ დაწერთ მოთხრობებს - მესიჯი უნდა იყოს მოკლე, ხოლო თუ მისი დაწერა 30 წამზე მეტ დროს იკავებს, ალბათ უკეთესია ჩვეულებრივი ელექტრონული წერილი გაგზავნოთ ან სულაც ტელეფონით დარეკოთ;
4. ნუ დაურეკავთ ადამიანს მესიჯზე საპასუხოდ (თუ თვითონ არ ითხოვს ამას);
5. თუ მნიშვნელოვან შეტყობინებაზე პასუხი ვერ მიიღეთ -- არ ინერვიულოთ და არ მიაყაროთ დამატებითი მესიჯები; თუ ადამიანი დაკავებულია ან რაიმე მიზეზის გამო არ სურს თქვენთან კომუნიკაცია, განმეორებითი მესიჯები საქმეს ვერ უშველის;
6. მესიჯის დაწერისას, ნუ ეცდებით გამოხატოთ შეფარული სარკაზმი, ირონია და სხვა გრძნობები. ემოციების ყველა ნიუანსის გადმოცემა გამოცდილ მწერლებსაც კი უჭირთ, მით უფრო რთულია ამის გაკეთება ციფრული შეტყობინების მეზღუდულ ფორმატში. თუ გსურთ სწორად გაგიგონ, არ ღირს შეტყობინებაში პარალელური, ფარული მნიშვნელობების ჩაქსოვა - წერეთ პირდაპირ და ღიად;
7. ეცადეთ დაიცვათ პროპორციულობა კომუნიკაციაში. თუ ხედავთ, რომ მოსაუბრე მარტივ, „კი/არა“ სტილის წინადადებებს გიგზავნით, ნუ გაირჩებით და ნუ მიწერთ გრძელ წინადადებებს. მითუმეტეს, რომ რჩევების ამ ჩამონათვალში არსებობს მე-3 პუნქტიც. ☺
8. შეტყობინებებში, განსაკუთრებით საქმიანში, ხეშტაგების გამოყენება #შეუსაბამო და #სასაცილოა.
9. ნუ გამოიყენებთ შემოკლებებს და სლენგს, თუ არ ხართ დარწმუნებული, რომ მიმღები ყველაფერს ადეკვატურად აღიქვამს.
10. OK ან LOL ტიპის თითოსიტყვიანი პასუხი კლავს საუბარს. ეცით პატივი ადამიანს, ვისაც ესაუბრებით და გაიმეტეთ მისთვის ცოტა მეტი დრო და მეტი სიტყვა. OK-ის ნაცვლად მიწერეთ: “კარგი, გასაგებია”, “შევთანხმდით”, “კი ბატონო”.

11. ნურასდროს დაწერო შეტყობინებას ასომთავრულით (გამორთეთ CapsLock!). ციფრულ კომუნიკაციაში დიდი ასოებით დაწერილი ტექსტი უტოლდება ყვირილს ან ციფრულ უწიგნურობას. თვალს ასევე ჭრის ძახილის და კითხვის ნიშნების სიჭარბე და ზოგადად ნებისმიერი სიმბოლოები, რომლებიც ისტერიის და არაადეკვატურობის მაჩვენებელია.
12. ემოტიკონების⁶ / ემოჯის⁷ გამოყენება ციფრულ კომუნიკაციაში მიღებულია და ზოგჯერ სასარგებლოც. მესიჯის შინაარსი უფრო ადვილად გასაგებია, როდესაც მას კონტექსტი გააჩნია; ემოჯი და ემოტიკონები იძლევიან ამ კონტექსტს, ქმნიან ვიზუალური კომუნიკაციის შეგრძნებას და გვიადვილებენ გზავნილის ინტერპრეტაციას - იყო ის სერიოზული, ხუმრობით ნათქვამი თუ სარკასტული. თუმცა როდესაც საუბარი ეხება საქმიან კომუნიკაციას, სიფრთხილე და ზომიერებაა საჭირო. დასავლურ წყაროებში ბოლო დროს სულ უფრო მეტად და დაჟინებით ისმის რეკომენდაციები, რომ საქმიანი მიმოწერა მაქსიმალურად გათავისუფლდეს ემოტიკონებისგან, მათი სუბიექტური ინტერპრეტირების შესაძლებლობის გამო, მაგალითად კი ხშირად მოჰყავთ თვალის ჩაკვრის აღმნიშვნელი ემოჯი, რომელიც შესაძლოა ფლირტის ან სექსუალური შევიწროების ნიშნად აღიქვან. გარდა ამისა, გამომდინარე იქიდან, რომ თანამედროვე ემოჯი-კოლექციები დიფერენცირებულია გენდერის და კანის ფერის მიხედვით, აქაც შესაძლოა შეცდომის დაშვება და ამით მიმღების უკმაყოფილების გამოწვევა.
13. როგორ ფიქრობთ, რა უნდა იყოს მესიჯის მიზანი, რომელშიც მხოლოდ „გამარჯობა“ ან „როგორ ხარ“ წერია? უბრალოდ მისალმება ან მოკითხვა? ასეთ შემთხვევაში, ეს მესენჯერის ძალიან უცნაური გამოყენებაა. არასდროს დაიწყით წერილობითი დიალოგი მხოლოდ მისალმებით. ნუ დაელოდებით საპასუხო სალამს ან მოკითხვას. თუ ადამიანთან საქმე გაქვთ, მისალმების შემდეგ გარკვევით და სრულად მიწერეთ სათქმელი. მიეცით ადამიანს საშუალება ნახოს თქვენი შეტყობინება და თავად გადაწყვიტოს, როდის ურჩევნია მასზე პასუხის გაცემა - როდესაც მოიცლის, როდესაც მოიფიქრებს პასუხს, როდესაც მოიძიებს პასუხისთვის საჭირო ინფორმაციას და ა.შ. იძულებითი კომუნიკაცია არავის სიამოვნებს და თქვენი არაფრისმთქმელი „გამარჯობა“ შეიძლება დიდი ხნის განმავლობაში დარჩეს უპასუხოდ.
14. არ შეცვალოთ საკომუნიკაციო არხი მანამ, სანამ არ დაასრულებთ ამა თუ იმ საკითხის თუ თემის განხილვას. თუკი, მაგალითად, საუბარი დაწყებულია ფეისბუქის მესენჯერში, სჯობს იქვე გააგრძელოთ და არ გადაინაცვლოთ

⁶ ემოტიკონი - ინგლისური “emotion icon”-ის შემოკლებული ვერსია; სახის გამომეტყველების იმიტაცია კლავიატურის სიმბოლოების მეშვეობით. პირველი კლასიკური ემოტიკონია ე.წ. *სმაილი*, რომელიც ორი წერტილის, ღეფისის და ფრჩხილის კომბინაციით მიიღება :-)

⁷ ემოჯი - მესიჯებში და ვებგვერდებზე გამოყენებული, იდეის ან ემოციის გამომხატველი პატარა ციფრული ნახატი; emoji - იაპონური წარმოშობის სიტყვაა, სადაც e-ნიშნავს ნახატს, ხოლო moi - კლავიატურის სიმბოლოს.

WhatsApp-სა თუ ელექტრონულ ფოსტაში, თორემ შემდგომში გაგიჭირდებათ საუბრის ცალკეული დეტალების პოვნა.

15. ნუ წერთ შეტყობინებებს სხვა ადამიანთან ურთიერთობის პარალელურად ან რაიმე საქმიანი შეხვედრის პროცესში. ძალიან უხერხულია სიტუაცია, როდესაც ადამიანი წყვეტს საუბარს, ან ეთიშება რაიმე საკითხის განხილვას და იწყებს მობილურით მოსულ შეტყობინებაზე პასუხის აკრეფას. სხვები ამ დროს თავს სულელურად გრძნობენ და სავსებით საფუძვლიანად ღიზიანდებიან. გადადეთ თქვენი მესიჯები შეხვედრის დასრულებამდე; პირისპირ კომუნიკაცია ყოველთვის უპირატესია.

სმარტფონით სარგებლობის ეტიკეტი

არსებობს სიტუაციები და საკითხები, როდესაც ერთადერთი სწორი გამოსავალი -- სატელეფონო ზარია. ასეთებია, მაგალითად, საკითხები, რომლებიც იმდენად გაურკვეველია, რომ მათი მოგვარება დიდი რაოდენობით დამატებითი ინფორმაციის გაცვლას გულისხმობს; მრავალი წვრილ-წვრილი დეტალის სათითაოდ დაზუსტება წერილების ან მესიჯების საშუალებით მოუხერხებელია, ამიტომ ცოცხალი ურთიერთობა ტელეფონის მეშვეობით, ან თუნდაც პირისპირ შეხვედრა უფრო შესატყვისია.

რამდენიმე რამ, რაც უნდა გავითვალისწინოთ სმარტფონით კომუნიკაციის პროცესში:

- **გადაიყვანეთ თქვენი სმარტფონი უხმო რეჟიმში.** გამუდმებული ზარები, ვიბრაცია და სხვა ხმოვანი სიგნალები, რომლებიც მოდის ჩვენი სმარტფონებიდან, ხელისშემშლელია და გამაღიზიანებელი არა მხოლოდ უშუალოდ ტელეფონის მფლობელისთვის, არამედ გარშემო მყოფი ადამიანებისთვისაც. სმარტფონი თითქმის უწყვეტ რეჟიმში გვისიგნალებს მესენჯერის, ფეისბუკის, ელექტრონული ფოსტის და მოკლე ტექსტური შეტყობინების გზით შემოსული შეტყობინებების შესახებ, ამიტომ სულ უფრო მეტი ახალგაზრდა ირჩევს თავის სმარტფონისთვის უხმო რეჟიმს. ადამიანები საათში რამდენჯერმე მაინც იხედებიან ტელეფონში, რის გამოც რაიმე შემოსული ზარის გამოტოვება უბრალოდ შეუძლებელი ხდება; ხოლო თუ მაინც გამოგრჩათ - ნახავთ გამოტოვებულ ზარს და თავად დაურეკავთ.
- ადრე ვახსენეთ, რომ სჯობს მიწერო, ვიდრე დაურეკო, თუმცა **არის სიტუაციები, როდესაც სატელეფონო ზარი აუცილებელია.** სანამ კოლეგას ან ხელმძღვანელს დაურეკავთ რაიმე საკითხის განხილვის მიზნით, მიუმესიჯეთ და ჰკითხეთ, სცალია თუ არა სასაუბროდ.
- ძალიან არასასურველია ერთსა და იმავე ადამიანთან მიყოლებით რამდენიმე ზარის გაშვება. საქმიანი ადამიანების მიერ ეს აღიქმება როგორც გამაღიზიანებელი და არაკორექტული ქცევა: „როდესაც ზარს არ ვუპასუხებ,

ადამიანს უნდა ესმოდეს, რომ არ მცალია მასთან სასაუბროდ და მოგვიანებით თავად დაუურევავ“.

- თუ სმარტფონზე უხმო რეჟიმის იდეა არ მოგწონთ, შეარჩიეთ და დაიყენეთ ზარი, რომლის გამოც არ შერცხვებით ხალხით სავსე ორგანიზაციაში. ზარის არჩევის დროს ყოველთვის იფიქრეთ, რა რეაქცია ექნებათ მასზე სხვა ადამიანებს.
- თუ ადამიანთან საუბრისას **ხმამაღალი საუბრის** (ე.წ. “სპიკერის”) რეჟიმის ჩართვას აპირებთ, ყოველთვის აცნობეთ მას ამის შესახებ და ჩამოთვალეთ, კიდეც ვინ ისმენს ამ საუბარს. იგივე ეხება ვიდეოზარებსაც. ადამიანი შეიძლება ვერ ხედავდეს კამერაში, რომ ოთახში თქვენთან ერთად სხვებიც იმყოფებიან, ამიტომ აუცილებლად უნდა შეატყობინოთ ამის შესახებ.
- **ნუ დატოვებთ გრძელ ხმოვან შეტყობინებებს.** კომუნიკაციის ნებისმიერ ფორმას თავისი დანიშნულება აქვს და ამის უგულებელყოფა ბევრისთვის გამაღიზიანებელია. თუ თქვენი ხმოვანი შეტყობინება ნახევარ წუთზე მეტს გრძელდება, სავარაუდოდ კომუნიკაციის არასწორი არხი გაქვთ არჩეული და ელექტრონული წერილის გაგზავნა ჯობდა.

სოციალურ ქსელში ურთიერთობის ეტიკეტი

ჩათვალეთ, რომ თქვენი პროფილი სოციალური მედიის ნებისმიერი პლატფორმაზე - თქვენი ვირტუალური ორეული, თქვენი ავატარია, რომელსაც უამრავი ადამიანი ნახავს და შეაფასებს, და ამ ადამიანებს შორის აუცილებლად იქნებიან თქვენი პოტენციური თუ უკვე არსებული კოლეგები, ხელმძღვანელები, საქმიანი პარტნიორები.

ამიტომ დაუთმეთ ცოტაოდენი დრო პროფილის ეფექტურობის საკითხს.

1. **შეარჩიეთ მაქსიმალურად ნეიტრალური “ეკრანული” სახელი.** რომელიმე სოციალურ პლატფორმაზე ახალი პროფილის შექმნისას, პირველ რიგში საჭიროა შესაბამისი სახელის შერჩევა, რომლითაც თქვენ “გამოჩნდებით” ამ კონკრეტულ სოციალურ ქსელში. შესაძლოა თქვენ მოგწონდეთ მხიარული @crazynini, ცინიკური @kritikosi ან საყვარელი @atinati, მაგრამ ის, რაც მოგწონთ და კარგად ჟღერს დღეს, ხვალ შესაძლოა სრულიად აღარ შეესაბამებოდეს არც თქვენს გემოვნებას, არც რეალობას. ასევე შეუსაბამო და სასაცილოცაა, როდესაც, მაგალითად, ფეისბუკის პროფილში ადამიანის სახელისა და გვარის ნაცვლად ვხედავთ @TikoTiko, @GioGoglika ან სულაც @Nino&Dato-ს. ასეთი სახელი არასერიოზულად და არაპროფესიულად აღიქმება ნებისმიერი პოტენციური დამსაქმებლის მიერ. ჩვენი რჩევაა უფრო გააზრებულად მიუდგეთ ამ საკითხს: კარგად დაფიქრდით და შეეცადეთ წარმოიდგინოთ, სად ხართ და რას აკეთებთ

ორ ან სამ წელიწადში. წარმოიდგინეთ? ამის შემდეგ შეგიძლიათ შეარჩიოთ თქვენთვის სოცმედიური სახელი.

მაშინაც კი, როდესაც უკვე გაქვთ ვირტუალური სახელი, არაა ურიგო დაფიქრდეთ მის შესაბამისობაზე და საჭიროების შემთხვევაში რაც შეიძლება ოპერატიულად გამოცვალოთ. რაც უფრო მეტი დროის განმავლობაში “ატარებთ” არაშესაფერის სახელს, მით უფრო რთულია მისი (და მის მიერ მოყვებული ზიანის) მოშორება. გირჩევთ შეარჩიოთ მარტივი და ლოგიკური სოცმედიური სახელი; თქვენი რეალური სახელი და გვარი – საუკეთესო გამოსავალია. გაუადვილეთ ადამიანებს თქვენი პოვნის, იდენტიფიცირების და დახსოვების ამოცანა. გაითვალისწინეთ, რომ ზოგიერთ ქსელში, იმავე ფეისბუქში, მომხმარებლის სახელის გამოცვლა გარკვეულ შეზღუდვებს ექვემდებარება - მაგალითად, მასში შეუძლებელია სიმბოლოების, ნომრების, უადგილოდ დასმული ასომთავრულის, სხვადასხვა ენებიდან ამოკრებილი ასოების, პროფესიული ან რელიგიური წოდების, შეურაცხმყოფელი სიტყვების, ან სახელის ნაცვლად წინადადებების გამოყენება. სოციალურ პლატფორმებზე წესები გამუდმებით იცვლება მაქსიმალური გამჭვირვალობისა და უსაფრთხოების მიმართულებით, ამიტომ უახლოეს მომავალში ქსელურ სახელთან დაკავშირებული პირობები შესაძლოა კიდევ უფრო გამკაცრდეს.

2. **პროფილის ოპტიმიზაცია.** ადამიანები არ დახარჯავენ დიდ დროს თქვენი პროფილის შესასწავლად, ისინი მხოლოდ რამდენიმე წამის განმავლობაში შეაჯღაპრებენ მას თვალს, რათა შეიქმნან თქვენზე ზოგადი წარმოდგენა და დარწმუნდნენ, რომ სანდო და კომპეტენტური ადამიანი ხართ, და სიმპათიას იმსახურებთ. ამ წარმოდგენის შექმნაში მათ დაეხმარება თქვენი პროფილის შემდეგი ელემენტები:

a) **პროფილის სურათი** – თქვენი ვიზუალური სავიზიტო ბარათი, რომელზეც თქვენი ფოტო/სიმბოლოა გამოხატული. ყოველთვის უკეთესია, თუკი პროფილის სურათად საკუთარ, კარგი ხარისხის ფოტოს დადებთ. შედარებით პატარა ზომის ქვეყანაშიც კი, როგორიც საქართველოა, საკმაოდ ბევრია ერთნაირი სახელის და გვარის მქონე მომხმარებელი. ფოტოსურათი გაუადვილებს ადამიანებს თქვენი პიროვნების იდენტიფიცირებას. ეცადეთ, რომ სხვადასხვა სოცმედიურ პლატფორმებზე ერთი და იგივე პროფილის სურათი გამოიყენოთ, რათა არ დააბნიოთ ადამიანები; იგივე მიზეზის გამო სასურველია არ ცვალოთ პროფილის სურათი ძალიან ხშირად.

b) **ე.წ. გარეკანი - cover (Facebook, LinkedIn), ან თავსართი - header (Twitter)** – პირდაპირი მნიშვნელობით თქვენი სოცმედიური გვერდის “გარეკანი”, შედარებით დიდი ზომის გრაფიკული ელემენტია, რომელიც გეხმარებათ თქვენი სათქმელის ვიზუალიზაციაში. გარეკანის არჩევანში მეტად

თავისუფალი ხარო; მისი მეშვეობით შეგიძლიათ გააზიაროთ დამატებითი ინფორმაცია თქვენი პიროვნების შესახებ, თქვენი განწყობის, ოჯახის, საყვარელი საქმის, პროდუქტის, ჰობის, შინაური ცხოველის და ა.შ. შესახებ. გარეკანის შეცვლაც ერთგვარი კომუნიკაციაა თქვენს სოციალურ ქსელთან, ასე რომ შეგიძლიათ ცვალოთ ის იმ სიხშირით, რა სიხშირითაც გსურთ.

- c) **ბიოგრაფიული მონაცემები** – თქვენი განათლების და სამუშაო გამოცდილების შეჯამება.
- d) **ბმულები** – თქვენი ბლოგის, ვებგვერდის და/ან სხვა სოცმედიური ანგარიშების ბმულები.

გახსოვდეთ, რომ ციფრულ სამყაროში არ არსებობს კარგი შთაბეჭდილების მოხდენის მეორე შანსი. როგორც უკვე ვახსენეთ, სოციალურ ქსელებში გამოქვეყნებული თქვენი სტატუსები, ფოტოები, კომენტარები, პასუხები სხვის კომენტარებზე ქმნიან თქვენს ავატარს, თქვენს ვირტუალურ პორტრეტს, რომელსაც ყურადღებით ათვალიერებენ და ადევნებენ თვალყურს ისინი, ვისაც აინტერესებს თქვენს პიროვნებაზე მეტი ინფორმაციის მიღება.

სოციალურ ქსელებში ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარულია Facebook, რომელსაც ამჟამად თითქმის 3 მილიარდი აქტიური მომხმარებელი ჰყავს ყოველთვიურად. ყველაზე უფრო ხშირად დამსაქმებელი სწორედ რომ ფეისბუკს აკითხავს თანამშრომელზე უფრო სრული შთაბეჭდილების შესაქმნელად. იმ შემთხვევაშიც კი, თუკი ერთმანეთის „მეგობრები“ არ ხართ, არ მოდუნდეთ, რადგან სოციალურ ქსელში ცოტა რამ იმალება. იურთიერთეთ ფეისბუკში ზუსტად იმავენაირად, როგორც ამას რეალურ ცხოვრებაში გააკეთებდით.

რა ზოგადი პრინციპებით უნდა ვიხელმძღვანელოთ სოციალურ ქსელში ურთიერთობისას?

1. მოეპყარით სხვებს ისე, როგორც გსურთ რომ გეპყრობოდნენ თქვენ;
2. ნუ მიწერთ ადამიანს ისეთ რამეს, რასაც არ ეტყოდით მას პირისპირ საუბრისას;
3. დაფიქრდით, სანამ რამეს გამოაქვეყნებთ;
4. დაფიქრდით, სანამ ვინმეს კომენტარს დაუწერთ;
5. ყოველთვის გადაამოწმეთ ფაქტები / ციფრები, რომლებსაც ახსენებთ სტატუსში ან კომენტარში;
6. ეცით პატივი სხვა ადამიანების მოსაზრებებს;
7. არ დაუჯეროთ ყველაფერს, რასაც კითხულობთ!
8. ნუ ესხმით თავს ადამიანის ღირებულებებს;
9. არ გააკრიტიკოთ კანის ფერი, რელიგია, ეთნიკური წარმომავლობა;
10. ნუ დააკნინებთ ადამიანებს გენდერული ან სექსუალური ორიენტაციის ნიშნით;
11. არ გამოიყენოთ მტრული, ცინიკური, ვულგარული ლექსიკა;

12. ნუ მოიწონებთ საკუთარ სტატუსებს ან ფოტოებს; ისედაც ხომ გასაგებია, რომ რაკი გამოაქვეყნეთ - ესე იგი მოგწონთ;
13. დაიყვანეთ მინიმუმამდე “სელფი“-ების რაოდენობა;
14. არც იფიქროთ ლათინური ასოებით წერა - წერეთ მხოლოდ ქართულად!
15. დღის განმავლობაში ნუ აზიარებთ ძალიან ბევრ ინფორმაციას - ადამიანები, რომლებიც მხოლოდ იმით არიან დაკავებული, რომ “პოსტავენ” ფეისბუქზე, რბილად რომ ვთქვათ, უსაქმურების შთაბეჭდილებას ტოვებენ;
16. ნუ დააკოპირებთ სხვის სტატუსებს ან ფოტოებს ავტორის მითითების გარეშე;
17. დღესასწაულებზე ფეისბუქის ყველა მეგობრისთვის ერთნაირი (და მით უფრო ბრჭყვიალა და მოძრავი) მოსალოცის გაგზავნა მესენჯერის მეშვეობით - ძალიან ცუდი ტონია. თუ გინდათ სცეთ ადამიანს პატივი - მიწერეთ მას პირადად და გულწრფელად მიულოცეთ.

გარდა ამისა:

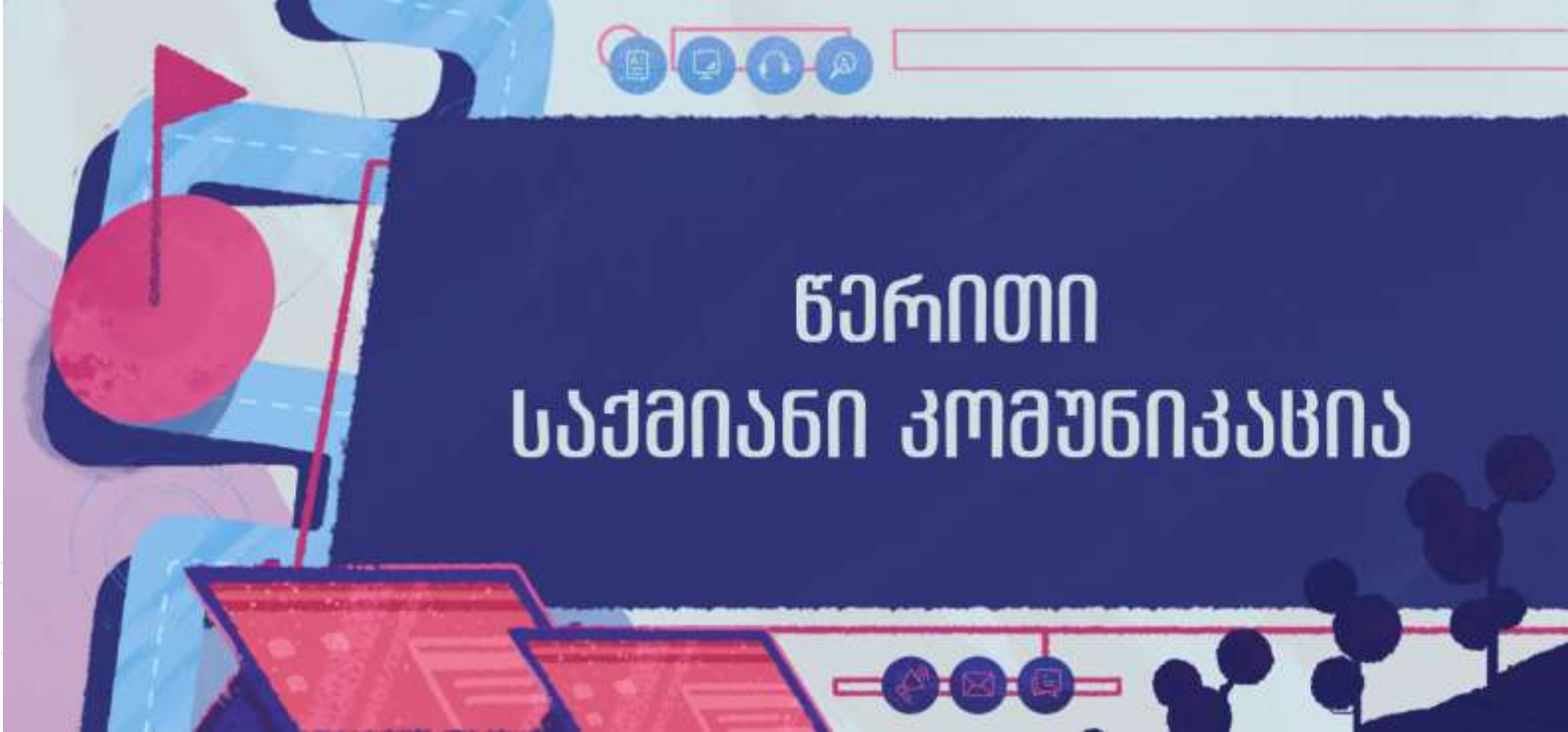
ყოველთვის გადაამოწმეთ ინფორმაცია, რომელსაც აზიარებთ - განსაკუთრებით ეს ეხება გაურკვეველი წარმომავლობის ე.წ. ახალი ამბების სააგენტოების მიერ გამოქვეყნებულ “სენსაციურ” და “სკანდალურ” ამბებს. ასეთი სააგენტოების უმეტესობა ინფორმაციის სახით ან ჩვეულებრივ ჭორებს აქვეყნებს, ან ფეისბუქის მომხმარებლების მიერ გამოქვეყნებული სტატუსებიდან აკონიწებს ისტორიებს, ან სხვადასხვა ქვეყნის ყვითელი პრესის მიერ გამოქვეყნებული ამბების თარგმნითაა დაკავებული. გახსოვდეთ, რომ პროფესიულ მედიასაშუალებებს სტატიის ბოლოს ყოველთვის მითითებული აქვთ ინფორმაციის პირველწყარო, რომელსაც უნდა ჩახედოთ და დარწმუნდეთ, რომ ინფორმაცია, რომლის გაზიარებასაც აპირებთ - შეესაბამება პირველწყაროს. გარდა იმისა, რომ გადაუმოწმებელი, უზუსტო ინფორმაციის გავრცელება თავისთავად არაეთიკურია, ადამიანი, რომელიც ყველაფერს დაუფიქრებლად აზიარებს -- არასერიოზულად და არაპროფესიულად გამოიყურება.

არ მონიშნოთ ფოტოზე არავინ, მათი თანხმობის გარეშე - იქნებ თქვენს მეგობარს არ მოწონს, როგორ გამოიყურება ფოტოზე? ან, შეიძლება, სულაც არ სურდეს, რომ ვინმემ იცოდეს სად და ვისთან ერთად იყო. მიეცით მას შესაძლებლობა, თვითონ გადაწყვიტოს, განათავსებს თუ არა ფოტოს თავის გვერდზე.

შეზღუდეთ პირადი შინაარსის მქონე პოსტების ხელმისაწვდომობა - თუ გსურთ, რომ თქვენი პირადი პრობლემა რამდენიმე მეგობარს გაუზიაროთ, ნუ გახდით ასეთ პუბლიკაციას ხელმისაწვდომს ყველა გამომწერისთვის; მიმართეთ ფეისბუქის პარამეტრებს და შეზღუდეთ პუბლიკაციის აუდიტორია. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ისტერიულის და წუწუნას შთაბეჭდილებას დატოვებთ. ცხოვრება იცვლება,

პრობლემები გვარდება, ხოლო თქვენი პუბლიკაციებით თქვენს შესახებ შექმნილი შთაბეჭდილება რჩება.

ემოციური ისტორიის გაზიარებისას განსაკუთრებული ყურადღებით გადამოწმეთ მისი თარიღი, სანდოობა და სიზუსტე. სოციალურ ქსელში ხშირად ვხვდებით მოწოდებებს დაკარგული ადამიანების, ცხოველების, ნაპოვნი საბუთების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების თაობაზე; კიდევ უფრო ხშირია სტატუსები ფულადი ან სხვა ტიპის დახმარების აღმოჩენის თაობაზე. თავისთავად ცხადია, რომ სოციალური ქსელები ურთიერთმხარდაჭერის ძალიან ეფექტური საშუალებაა, თუმცა უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ ადამიანები ხშირად დაუფიქრებლად აზიარებენ ვადაგასულ ინფორმაციას. ამიტომ, პირველ რიგში დააკვირდით სტატუსის / პუბლიკაციის თარიღს. გარდა ამისა, ყოველთვის ღირს დამატებით რამდენიმე წუთის დახარჯვა და სტატუსის ქვეშ კომენტარების და მითითებული ბმულების წაკითხვა, რათა დარწმუნდეთ, რომ პუბლიკაციაში მოცემული ინფორმაცია ნამდვილად სანდოა, რომ პრობლემა ჯერ ისევ აქტუალურია, რომ მითითებული სატელეფონო ნომერი რეალურია.



წერიტი საქმიანი კომუნიკაცია

წერის პროცესი - ზოგადი რჩევები

ახალ სამუშაო ადგილზე წერილობითი სახით კომუნიკაცია ბევრი სხვადასხვა მიზნით დაგჭირდებათ. იმის მიუხედავად, თუ რა ტიპის ორგანიზაციაში იმუშავებთ, აუცილებლად მოგიწევთ საპროექტო განაცხადების, საქმიანი შეთავაზებების, სხვადასხვა საქმიანობის შემაჯამებელი მოკლე და/ან ვრცელი ანგარიშების მომზადება, უფროსობასთან, კოლეგებთან, და სხვა ორგანიზაციებთან ელექტრონული მიმოწერა, სამუშაო შეხვედრების დროს ჩანაწერების წარმოება, სოციალურ მედიაში თუ ორგანიზაციის ვებგვერდზე ინფორმაციის გამოქვეყნება და სხვა. საბოლოო ჯამში, ორგანიზაციის წარმატება მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული იმაზე, თუ რამდენად კარგად ახერხებს თითოეული თანამშრომელი სხვა ადამიანებთან თავისი მოსაზრებების, იდეების, რეკომენდაციების და დავალებების კომუნიკაციას. ეფექტური წერიტი კომუნიკაცია - ჩვეულებრივი უნარ-ჩვევაა, რომლის გავარჯიშება და გაუმჯობესებაც ნამდვილად შესაძლებელია.

რჩევები, რომლებსაც შემოგთავაზებთ, ქმედითია ნებისმიერი წერიტი კომუნიკაციის პროცესში, იმის მიუხედავად, თუ რას წერთ -- წერილს, ანგარიშს, ელექტრონულ პუბლიკაციას თუ სხვა რაიმე დოკუმენტს. ეფექტური სამუშაო პროცესი წერიტი დოკუმენტის შექმნისას შემდეგ ეტაპებს მოიცავს: *დაგეგმვა, ორგანიზება, მონახაზის („შავი“ ვარიანტის) შექმნა, რედაქტირება, ფორმატირება და კორექტირება*.

დაგეგმვა საწყისი იდეების და / ან მასალის შეგროვებას ეხება. ეს შეიძლება იყოს თქვენს თავში არსებული ინფორმაციის გააზრება და ჩამოწერა, ან გარე წყაროების კვლევა და ანალიზი, ან თუნდაც კოლეგებთან ერთად მსჯელობა. ჩამოყალიბდით, რისი თქმა გსურთ და რატომ; გაიაზრეთ, ვინ იქნება თქვენი პოტენციური მკითხველი.

ორგანიზება. მას შემდეგ, რაც განსაზღვრეთ წერილობითი დოკუმენტის მთავარი იდეები, საჭიროა ამ იდეების ორგანიზება, რათა დოკუმენტს გარკვეული სტრუქტურა შესძინოთ. მკითხველს უნდა მიაწოდოთ ნათელი, ლაკონური, ადეკვატურ

ინფორმაციასა და ლოგიკური აზროვნების პროცესზე აგებული საბოლოო პროდუქტი. დოკუმენტის ორგანიზება ნიშნავს მხოლოდ პრიორიტეტული და მართლაც მნიშვნელოვანი მოსაზრების არჩევას და ზოგჯერ რამდენიმე ნაკლებად მნიშვნელოვანი იდეის თუ მოსაზრების გაწირვასაც კი, იმ მიზნით, რომ მთავარი იდეა უკეთ გამოკვეთილი იქნას. უფრო გრძელ დოკუმენტებში (მაგალითად, ანგარიშებში) ორგანიზება ნიშნავს აგრეთვე თავების და ქვეთავების იერარქიის ორგანიზებას. მოკლე დოკუმენტებში თავებად დაყოფა არაა საჭირო, თუმცა იდეების დალაგება იერარქიულად, მათი უკეთესი წარდგენის მიზნით ნამდვილად აუცილებელია.

პირველი მონახაზის შექმნა. შემდეგი ეტაპია იდეების წინადადებად გარდაქმნის პროცესი. სტრუქტურა, რომელიც შეიმუშავეთ წინა ეტაპზე, ისევე როგორც ინფორმაცია, რომელიც შეაგროვეთ, დაგეხმარებათ ამ პროცესის წარმართვაში. მონახაზის შექმნისას შეგიძლიათ არ იღარდოთ ნაწერის სტილსა და სისწორეზე, ამ ასპექტებს მოგვიანებით დაუბრუნდებით - „შავი“ ვარიანტის რედაქტირება უფრო მარტივია, ვიდრე მისი დაწერა. წერის პროცესში ნუ მიეჯახებით რომელიმე ერთ „დადგენილ“ წესრიგს - სულ არაა აუცილებელი, მაგალითად, მაინც და მაინც შესავლით დაიწყოთ. დაიწყეთ იმით, რაც უფრო გეადვილებათ, შემდეგ უფრო რთულ ნაწილებზე გადაინაცვლეთ, ხოლო საჭირო თანმიმდევრობას მოგვიანებითაც დაალაგებთ.

რედაქტირება - დოკუმენტის გადახედვა სტილის დახვეწის მიზნით - ეფექტური წერის განუყოფელი ნაწილია. რედაქტირებისას უნდა წაიკითხოთ თქვენი დოკუმენტი „მკითხველის თვალით“ და უპასუხოთ შემდეგ კითხვებს:

- **არის თუ არა ნაწერი ლოგიკურად და თანმიმდევრულად დალაგებული და სტრუქტურირებული?** ააგეთ თქვენი თხრობა ისე, რომ მას ჰქონდეს შესავალი ნაწილი, მთავარი ნაწილი და დასკვნა, რომელიც ლოგიკურად გამომდინარეობს მთავარი ნაწილიდან.
- **ხომ არ არის თქვენს ნაწერში ძალიან გრძელი და ბუნდოვანი პარაგრაფები⁸?** საუკეთესო შემთხვევაში ერთი პარაგრაფი ერთი მთავარი იდეის, მოსაზრების თუ გზავნილის (ე.წ. „მესიჯის“) ჩამოყალიბებას უნდა ემსახურობდეს;
- **ხომ არ მეორდება სადმე ერთი და იგივე აზრი?** არ დააბნით მკითხველი ერთი და იგივე აზრის სხვადასხვა ფორმულირებით; ერთი იდეის გარშემო სათქმელს ერთ ადგილას მოუყარეთ თავი, დაწერეთ, რისი დაწერაც გსურთ და დაასრულეთ.

⁸ პარაგრაფი (ხშირად ასევე „აბზაცი“) - ნაწერის სტრუქტურული ერთეული, რომელიც ახალი სტრიქონით იწყება, რამდენიმე წინადადებისგან შედგება და ერთი რომელიმე იდეის / მოსაზრების / თემის განვითარებას ემსახურება.

- **ხომ არ გამოგრჩათ რაიმე მნიშვნელოვანი ფაქტი**, რომელიც გააძლიერებს თქვენს დასაბუთებას? ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, როდესაც თქვენი დოკუმენტის მთავარი მიზანი მკითხველის დარწმუნებაა.
- **რა კითხვა შეიძლება გაუჩნდეს მკითხველს თქვენი დოკუმენტის წაკითხვისას?** ხომ არაა საჭირო უფრო ვრცლად ჩამოაყალიბოთ ესა თუ ის იდეა, რომ კითხვები არ გაჩნდეს? ან პირიქით, ხომ არ აყალიბებთ რაიმე მოსაზრებას ისე გრძლად, რომ მკითხველს გაუჭირდება მთავარი აზრის აღქმა? მნიშვნელოვანია იპოვოთ ე.წ. „ოქროს შუალედი“ და შექმნათ ლაკონიური, თუმცა ამავედროულად ნათლად და ამომწურავად შედგენილი დოკუმენტი, რომელიც არ დადღის მკითხველს და არ გაურთულებს წაკითხვლის შინაარსის აღქმას.
- **ხომ არ გაქვთ გამოყენებული დიდი რაოდენობით უცხო სიტყვები ან სპეციფიკური, პროფესიული ტერმინოლოგია?** ყველგან, სადაც შესაძლებელია - გამოიყენეთ ქართული სიტყვები და ცნებები და არა ბარბარიზმები; ეცადეთ არ გამოიყენოთ რთული პროფესიული ტერმინოლოგია დოკუმენტში, რომლის მკითხველსაც, შესაძლოა არ ჰქონდეს შესაბამისი ცოდნა.

ფორმატირება. თუკი რედაქტირება დოკუმენტის შინაარსობრივ დახვეწას ემსახურება, ფორმატირება მის ვიზუალურ მხარეზეა ფოკუსირებული. ისევე, როგორც ლამაზად შეფუთული პროდუქტი უფრო სწრაფად და იოლად იზიდავს მყიდველის ყურადღებას, კორექტულად დაფორმატებული დოკუმენტი თავიდანვე კარგ შთაბეჭდილებას ახდენს მკითხველზე და ამარტივებს წაკითხვის პროცესს. იზრუნეთ, რომ თქვენი ნაწერი ლამაზად გამოიყურებოდეს და კარგად იკითხებოდეს. ამისათვის მოგიწევთ რამდენიმე მარტივი წესის დაცვა:

1. **შექმენით ე.წ. „თეთრი სივრცე“.** არავის მოსწონს ტექსტით გადავსებული გვერდების წაკითხვა. თეთრი სივრცე არა მხოლოდ ვიზუალურად „გახსნის“ დოკუმენტს, არამედ მის შინაარსსაც უფრო იოლად აღსაქმელს გახდის. დოკუმენტებში თეთრი სივრცის შექმნა შესაძლებელია:
 - სათაურებამდე და სათაურების შემდეგ;
 - ცალკეულ პარაგრაფებს შორის;
 - ფურცლის ოთხივე მხრიდან საკმარისად ფართო ველების დატოვების ხარჯზე;
 - ე.წ. „ბულეტებიანი“ ჩამონათვალების მეშვეობით.
2. **გამოიყენეთ ტიპოგრაფიული ტექნიკა** - ტექსტის გამსხვილება, დახრა, ასომთავრულით, ფრჩხილებით ან ბრჭყალებით გამოყოფა და სხვა. ტექსტის **გამსხვილება** (ე.წ. **Bold** ფუნქციის მეშვეობით), გამოიყენება სათაურებსა და ქვესათაურებში, თუმცა, როდესაც მას ზომიერად მიმართავენ, იგი აგრეთვე

ძალიან კარგად გამოყოფს მნიშვნელოვან ინფორმაციას ტექსტში. დახრილ ტექსტს (ე.წ. *italic*) ასევე შეუძლია ცალკეულ სიტყვებსა თუ წინადადებებზე ყურადღების გამახვილება. რაც შეეხება ხაზგასმულ ტექსტს (ე.წ. underline) - მისი გამოყენება შესაძლებელია, თუმცადა ქართულენოვან დოკუმენტებში ძალიან ზომიერად, რადგან ხაზი კვდის, და შესაბამისად ართულებს იმ ასოების აღქმას, რომლებიც ხაზის ქვევითაა ჩამოგრძელებული.

3. **გრაფიკული ტექნიკა** - მოიცავს ჩარჩოების შემოვლებას, დაჩრდილვას და გაფერადებას. ეს შესაძლებლობები სიფრთხილით უნდა გამოიყენოთ, რადგან ჩარჩოები და დაჩრდილვები ცუდად ექვემდებარება გამრავლებას ან სკანირებას. ფერადი ელემენტებიც (ისიც ზომიერად გამოყენებული) მხოლოდ კომპიუტერის მონიტორზე გამოიყურება ლამაზად; შავ-თეთრ პრინტერზე ამობეჭდვის შემთხვევაში ფერი კარგავს ფუნქციას და მეტიც: არამკვეთრი ფერებით აკრეფილი ტექსტი შესაძლოა საერთოდ არ გამოჩნდეს.
4. **შრიფტი (ე.წ. ფონტები)** - შეარჩიეთ კარგად აღქმადი შრიფტი ზედმეტი ორნამენტების და სტილიზების გარეშე. ეცადეთ გამოიყენოთ უნივერსალური შრიფტები, წინააღმდეგ შემთხვევაში თქვენი დოკუმენტი, შესაძლოა, არ გაიხსნას სხვა კომპიუტერზე. მიზანშეწონილია უნიკოდური ფონტებით (მაგალითად Sylfaen ან Calibri) სარგებლობა, რადგან ისინი კოდირების უნივერსალურ სისტემას იყენებენ; უნიკოდური შრიფტით აკრეფილი დოკუმენტი კორექტულად აისახება მსოფლიოს ნებისმიერი კუთხის ნებისმიერ კომპიუტერში. თუ ლათინური კოდირებით (მაგალითად, AcadNusx, ან LitNusx) აკრეფილ დოკუმენტს აგზავნით, წინასწარ გადაიყვანეთ PDF ფორმატში, ან თან დაურთეთ შესაბამისი შრიფტებიც. არ ააჭრელოთ დოკუმენტი ბევრი განსხვავებული შრიფტის გამოყენებით - საქმიანი დოკუმენტების შედგენის მთავარი პრინციპი სისადავეა.
5. **კორექტირება** - წერის პროცესის დასკვნითი ნაწილია, რომელიც ყველა წვრილმანი მექანიკური შეცდომის გასწორებას გულისხმობს. ამ ნაწილის უგულებელყოფა დაუშვებელია; როგორც არ უნდა ჩქარობდეთ, აუცილებლად დარწმუნდით, რომ შეცდომები ჩასწორებულია, რადგან შეცდომებით აკრეფილი დოკუმენტი ავტორის დაუდევრობაზე, უყურადღებობასა და არაპროფესიულ დამოკიდებულებაზე მიუთითებს.

ეფექტური წერიტი კომუნიკაცია სამ ძირითად პრინციპს უნდა აკმაყოფილებდეს:

- 1) ავტორი უნდა აცნობიერებდეს მკითხველის საჭიროებებს და არ ქმნიდეს ნაწერში ისეთ ბარიერებს, რომლებიც გაართულებენ ტექსტის აღქმის, წაკითხვის და მისი შინაარსის გაგების პროცესს;
- 2) ერთი წერილობითი დოკუმენტი ერთ მთავარ მიზანს უნდა ემსახურობდეს;

- 3) ეფექტური წერა - სწორი დაგეგმვის და პირველადი წერილობითი დოკუმენტის რედაქტირების და კორექტირების შეგნებული პროცესის შედეგია.

ჩანიშვნა (მოკლე ჩანაწერები)

ჩანიშვნა - მოკლე ჩანაწერების წარმოების მეთოდია, რომელიც გაძლევთ საშუალებას მოგვიანებით გაიხსენოთ რაიმე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია.

იმის მიუხედავად, თუ რამდენად კარგი მეხსიერება გაქვთ, ზოგიერთ სიტუაციაში ჩანიშვნა აუცილებელია, რათა შემდგომში კარგად გაიხსენოთ საუბრის შინაარსი. არ იფიქროთ, რომ მნიშვნელოვანი შეხვედრის ან ლექციის შემდეგ ყოველთვის გეხსომებათ მოსმენილის დეტალები - ეს ასე არ იქნება. ჩანიშვნების ეფექტურად წარმოება - მნიშვნელოვანი უნარია, რომელიც გამოგადგებათ როგორც ყოველდღიურ ცხოვრებაში, ასევე სწავლისას და, განსაკუთრებით, სამუშაო პროცესში. ჩანიშვნა - კომუნიკაციის მძლავრი დამხმარე საშუალებაა, რომლის მეშვეობითაც თქვენ აჯამებთ და ინახავთ მოსმენილი შინაარსის საკვანძო, მნიშვნელოვან მომენტებს.

რაში გამოგადგებათ:

- **ინფორმაციის დახსოვებაში:** ადამიანები უკეთესად აღიქვამენ და იხსომებენ ინფორმაციას, რომელსაც ისმენენ, ხედავენ, გრძნობენ და იყენებენ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, უფრო იოლი იქნება იმ ინფორმაციის დახსოვება (ან დასწავლა), რომელსაც თქვენ

ა) მოისმენთ ლექციის დროს;

ბ) დაინახავთ დაწერილს დაფაზე;

გ) ჩაინიშნავთ რვეულში, და შემდეგ

დ) გამოიყენებთ ამ ჩანაწერებს საშინაო დავალების შესრულებისას;

- **სამუშაო შეხვედრების, თათბირებისა თუ სხდომების** მსვლელობის დეტალური ჩანაწერის გაკეთებაში. ინგლისურად ამგვარი ჩანაწერების წარმოებას ხშირად „minute writing“ ან “minute taking”-ს უწოდებენ, ხოლო ქართულ ენაში უფრო ხშირად „შეხვედრის ოქმის შედგენად“ მოიხსენიებენ. შეხვედრის ოქმის შედგენა პრინციპულად განსხვავდება ჩვეულებრივი, არაფორმალური ჩანიშვნისგან. არაფორმალური ჩანიშვნა უფრო მეტად პირად მიზნებს ემსახურება (ადამიანი იწერს მისთვის საინტერესო / საგულისხმო მომენტებს), ხოლო ოქმის შედგენა ფორმალური, ორგანიზაციული მიზნებიდან გამომდინარე ხდება.

ჩანიშვნის მეთოდები

ჩანაწერების წარმოება სხვადასხვა მეთოდით შეიძლება, იმის მიხედვით, თუ რა მოგწონთ პირადად თქვენ, და როგორ უფრო გიადვილდებათ ინფორმაციის დახსოვება და აღქმა.

დეტალური ჩანაწერები დასჭირდება პიროვნებას, რომელიც უფრო მშვიდადაა, თუ გრძნობს, რომ ყველა დეტალში გარკვეულია. ასეთი ადამიანისთვის დეტალური ჩანაწერი - ერთადერთი საშუალებაა დარწმუნდეს, რომ კორექტული ინფორმაცია შეაგროვა. დეტალური ჩანიშვნის პროცესში, ჩანაწერის სტრუქტურირების მიზნით, მიზანშეწონილია სხვადასხვა ფერით ტექსტის გამოკვეთა / ხაზგასმა. კიდევ ერთი ვარიანტია - აუდიო ჩანაწერის გაკეთება და შემდეგ მის მიხედვით წერილობითი დოკუმენტის შექმნა, თუმცა აუდიოჩანაწერის წერილობით ფორმაში გადაყვანა - საკმაოდ შრომატევადი პროცესია; გარდა ამისა, აუდიოჩანაწერი ვერ იწარმოებს მეხვედრის ყველა მონაწილის თანხმობის გარეშე.

ჩანიშვნა დღის წესრიგის მიხედვით - ერთ-ერთი უმარტივესი მეთოდია, როდესაც ჩანაწერები უშუალოდ ამობეჭდილ დღის წესრიგზე, თითოეული საკითხის გასწვრივ კეთდება. სასურველია ამობეჭდოთ დღის წესრიგი ისე, რომ საკითხებს შორის იყოს საკმარისი ცარიელი ადგილი, სადაც თქვენს კომენტარებს ან შენიშვნებს მიაწერთ.

ტექნოლოგიების მოშველიება - ადამიანები, ვისაც შეუძლია სწრაფად აკრეფა, კარგად იყენებენ მეხვედრაზე ნოუტბუკებს. ჩანაწერების ნოუტბუკით წარმოება დროის მნიშვნელოვან ეკონომიას იძლევა, რადგან მათი შემდგომი რედაქტირება, შენახვა და გავრცელება გაცილებით იოლია.

ზოგადი რჩევები ჩანიშვნისას:

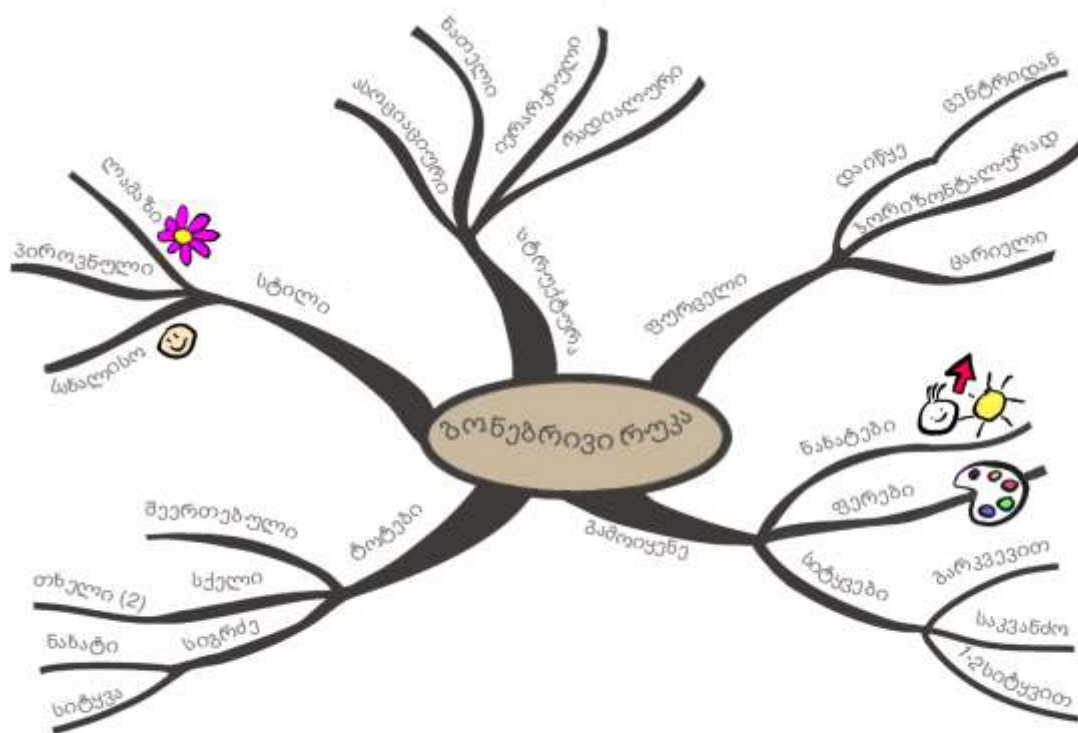
- სანამ ჩანაწერების წარმოებას დაიწყებდეთ, უპასუხეთ კითხვას - რატომ, რა მიზნით ესწრებით მეხვედრას ან საუბარს. რას უნდა მიაღწიოთ მეხვედრაზე დასწრების შედეგად? რა ინფორმაცია უნდა მიიღოთ? შეხედეთ თქვენს ჩანაწერებს, როგორც მეხვედრის შემდგომ სამოქმედო გეგმას. ჩანაწერები - თქვენი სამუშაო დოკუმენტია, რომელსაც მოგვიანებით აუცილებლად დაუბრუნდებით.
- ნუ ჩაიწერთ სიტყვა-სიტყვით; ყურადღებით ისმინეთ, შეაჯამეთ მოსმენილი, გამოიტანეთ დედააზრი და მოკლედ ჩაიწერეთ.
- წერეთ იმ სტილით, რომლითაც გეადვილებათ, გამოიყენეთ თქვენი ლექსიკონი და ნუ იდარდებთ გრამატიკასა და პუნქტუაციას, ან სტილისტიკას; მთავარია, მოგვიანებით იოლად შეძლოთ ამ ჩანაწერებიდან აზრის გამოტანა. ჩანიშვნების კეთების სტილი აუცილებლად გაგიუმჯობესდებათ დროთა განმავლობაში.

- ეცადეთ წეროთ მოკლე წინადადებებით, ან სულაც ცალკეული სიტყვებით, თუ სიტყვათა კომბინაციებით. გამოიყენეთ დანომრილი ან დაუნომრავი ჩამონათვალები (ე.წ. ბულეტები). თუ ჩანაწერებს ქაღალდზე აკეთებთ -- შეგიძლიათ იდეებისა და მოსაზრებების დაკავშირება და დაჯგუფება ხაზების, წრეების და სხვა მონიშვნის გამოყენებით.
- არ შეამოკლოთ ინფორმაცია, რომლის შემოკლება დაუშვებელია: სახელები, საკონტაქტო მონაცემები, ვებგვერდის და ელექტრონული მისამართები, წიგნების სათაურები, ფორმულები და ა.შ.
- წერისას შეგიძლიათ გამოიყენოთ აბრევიატურები, ოღონდ იმ პირობით, რომ წინასწარ ჩაინიშნავთ მათ სრულ მნიშვნელობას (წინააღმდეგ შემთხვევაში მოგვიანებით ძალიან გაგიჭირდებათ აბრევიატურის გაშიფვრა).
- ნუ ჩავარდებით პანიკაში, თუ შეხვედრის მსვლელობიდან რაიმე გამოგრჩათ. სთხოვეთ გამომსვლელს გაიმეოროს ნათქვამი, ან შეხვედრის დასრულების შემდეგ მიმართეთ სხვა მონაწილეებს და გაარკვიეთ თქვენთვის საინტერესო საკითხები.

გონებრივი რუკის აგება (MIND MAPPING)

გონებრივი რუკის აგება (ე.წ. mind mapping) - გარკვეული თემის ან საკითხის ირგვლივ ინფორმაციის ორგანიზების გრაფიკული ფორმაა. გონებრივი რუკა შესანიშნავი არჩევანია იმ ადამიანებისთვის, რომლებსაც არ სურთ, ან არ მიაჩნიათ შესაძლებლად დეტალური ინფორმაციის ჩანიშვნა. გონებრივი რუკის შედგენისთვის კარგი იქნება, თუკი წინასწარ გეცოდინებათ სამუშაო შეხვედრის (სემინარის, კონფერენციის და ა.შ.) დღის წესრიგი. ჩამოწერეთ დღის წესრიგის საკითხები ქაღალდის ფურცლის ცენტრში - თითო საკითხი თითო ფურცელზე, იმისთვის, რომ საკმარისი ადგილი დაგრჩეთ ამ საკითხის ირგვლივ რუკის ასაგებად. შეხვედრის მიმდინარეობის პროცესში, თითოეული საკითხის ირგვლივ ჩაინიშნეთ თქვენთვის საინტერესო და საგულისხმო იდეები და მიუერთეთ ისინი ხაზებით და/ან ისრებით ცენტრალურ საკითხს. თითოეული ასეთი განტოტება უნდა იყოს მკვეთრად გამოყოფილი სხვა მსგავსი იდეებისგან, იმისთვის რომ ნათელი და მარტივი რუკა გამოგივიდეთ. იდეების ჩამოწერის და მიხატვის თანმიმდევრობას ან განლაგებას მნიშვნელობა არა აქვს; შეხვედრის შემდგომ, თუ დაგჭირდათ, შეძლებთ გონებრივი რუკა თქვენთვის სასურველი, ლოგიკური თანმიმდევრობით გადაალაგოთ და მის მიხედვით უფრო ვრცელი ჩანაწერი გააკეთოთ.

გონებრივი რუკის აგების ძირითადი წესები



ნახატი: გონებრივი რუკის აგების გონებრივი რუკა ©

თვალსაჩინოებისთვის ჩვენ შევქმენით გონებრივი რუკის აგების გონებრივი რუკა (იხილეთ ნახატი). გთავაზობთ, მის მაგალითზე განვიხილოთ გონებრივი რუკის აგების ძირითადი წესები.

1. **დაიწყეთ** ცარიელი, ჰორიზონტალურად განლაგებული ფურცლის ცენტრიდან -- დაწერეთ (ან გამოსახეთ ნახატით / სიმბოლოთი) თემა, საკითხი, რომლის ირგვლივაც ააგებთ რუკას.
2. გონებრივ რუკაში შეგიძლიათ **გამოიყენოთ** სიტყვებიც და ნახატებიც. ეცადეთ, სადაც შესაძლებელია, შემოიფარგლოთ ერთი, მაქსიმუმ ორი საკვანძო სიტყვით. თითო სიტყვა ან ნახატი თითო „ტოტზე“ მოათავსეთ. წერეთ გარკვევით, ბეჭდური ასოებით.
3. ხაზები - „**ტოტები**“ ქმნიან კავშირებსა და დამოკიდებულებებს იდეებს შორის. ეცადეთ ერთი დონის იდეებისთვის ერთნაირი სიგრძის და სისქის ტოტები გამოიყენოთ; როგორც წესი, ცენტრთან ახლოს მდებარე ტოტები სქელი ხაზით იხატება, ყოველი შემდეგი დონის ტოტები, შესაბამისად, თანდათან თხელდება. ყოველი შემდეგი დონის „ტოტი“ წინა დონის „ტოტის“ ბოლოს უნდა მიუერთდეს.
4. შექმენით თქვენი პიროვნული **სტილი**: გამოიყენეთ ფერები, ისრები, წყვეტილი ხაზები, სახალისო სიმბოლოები და ნახატები სხვადასხვა კავშირების და

ასპექტების ხაზგასმის, და გონებრივი რუკის „გაცოცხლების“ მიზნით. ისიამოვნეთ პროცესით!

5. გამოკვეთეთ **სტრუქტურა** - ეცადეთ არ გადახლართოთ ტოტები; გონებრივი რუკა უნდა იყოს ნათლად სტრუქტურირებული. კავშირები და ასოციაციები, ასევე იერარქია უნდა იყოს ლოგიკური და თანმიმდევრული, რათა მოგვიანებით მისი გადახედვისას არ დაიბნეთ. ცენტრიდან პერიფერიისკენ ტოტებად გაშლილ ასეთ სტრუქტურას „რადიალური ხე“ ეწოდება.

დადგენილია, რომ გონებრივი რუკა ხელს უწყობს დახსოვნების / დასწავლის პროცესს და ძალიან ეფექტური საშუალებაა ინფორმაციის ჩაწერისა და შენახვისთვის. ტრადიციული ჩანიშვნა საკმაოდ შრომატევადი პროცესია; თანაც, ძალიან ხშირად ჩანიშნულის შინაარსი სწრაფად გვაკიწყდება (თუ საერთოდ მოვახერხეთ მისი წაკითხვა). რატომ ხდება ასე? იმიტომ, რომ ერთფეროვანი ტექსტით გავსებული გვერდების წაკითხვა მონოტონური პროცესია, რომელიც აძინებს ტვინს. გონებრივი რუკა ნაკლებ შრომას მოითხოვს თქვენგან, აიოლებს და აჩქარებს არა მხოლოდ მისი აგების, არამედ მისი შემდგომი გადახედვა-წაკითხვის პროცესს; გარდა ამისა, გონებრივი რუკა ადვილად გვახსოვდება, რადგან, შინაარსობრივთან ერთად, ტვინის ვიზუალურ სტიმულირებასაც ახდენს.

შეხვედრის ოქმი

ერთია, როდესაც ჩანაწერებს მხოლოდ თქვენთვის, თქვენი საკუთარი მიზნებისთვის აწარმოებთ, და სულ სხვაა, როდესაც ფორმალურად გვეალებათ სამუშაო შეხვედრის მსვლელობის ჩანიშვნა - შეხვედრის დროს გამართული მსჯელობის, მიღწეული შეთანხმებების, მიღებული გადაწყვეტილებების დაფიქსირება. ინგლისურ ენაში სამუშაო შეხვედრის მსვლელობის ჩაწერას, როგორც უკვე ვახსენეთ, **minute taking** ან **minute writing**-ს უწოდებენ. ასეთი ჩანაწერების მიზანია, ძირითადად, შემდეგი ტიპის ინფორმაციის ჩანიშვნა:

1. რა საკითხები განიხილეს;
2. რა გადაწყვეტილებები მიიღეს;
3. რა შეთანხმებებს მიაღწიეს;
4. როგორია შემდეგი ნაბიჯები / ქმედებები და როგორ განაწილდა მოვალეობები შეხვედრის მონაწილეებს შორის.

ოქმი შესაძლოა იყოს ძალიან მოკლე და ლაკონური (და ზემოთ ჩამოთვლილ პუნქტებს მხოლოდ თითო წინადადებით აღწერდეს), ან პირიქით - ზედმიწევნითი და დეტალური; როგორც წესი, ოქმის ფორმატი და დეტალიზაცია დამოკიდებულია თითოეული კონკრეტული ორგანიზაციის სტანდარტებსა და რეგულაციებზე.

თუ შეხვედრების ოქმების წარმოება სისტემატურად გიწევთ, გირჩევთ ამისთვის სპეციალური მარტივი ფორმა შეიმუშაოთ, რომელიც გაგიმარტივებთ პროცესს.

როგორც წესი, ასეთ ფორმებში შემდეგი ტიპის მონაცემები ფიქსირდება:

- სამუშაო შეხვედრის თემა;
- შეხვედრის თარიღი, დრო და ადგილმდებარეობა;
- ვინ ესწრებოდა შეხვედრას;
- ვინ ვერ დაესწრო შეხვედრას;
- ვინ აწარმოებდა ჩანაწერებს;
- ვის მიჰყავდა შეხვედრა;
- შეხვედრის დღის წესრიგის თითოეული თემა და მასთან დაკავშირებული ინფორმაცია (მიღებული გადაწყვეტილებები, მიღწეული შეთანხმებები, სამომავლო ქმედებები და ა.შ.);
- შემდეგი შეხვედრის თარიღი (თუკი იგეგმება).

როგორ მოვემზადოთ ოქმის შესადგენად

თუ ახალ ორგანიზაციაში, ან თუნდაც რაიმე ახალი პროექტის ფარგლებში პირველად გიწევთ შეხვედრის მსვლელობის ჩაწერა, სჯობს წინასწარ მოემზადოთ:

1. **განსაზღვრეთ ოქმის ფორმატი** - დაინტერესდით, ხომ არ არსებობს ორგანიზაციაში ოქმის სტანდარტული ფორმა, რომელიც უნდა გამოიყენოთ, ან ხომ არა აქვთ რაიმე განსაკუთრებული მოთხოვნა ჩანაწერების ფორმატთან დაკავშირებით. თუ შესაძლებელია, გადახედეთ ამ მიზნით წინა ოქმებს.
2. **განსაზღვრეთ, რა ტიპის ინფორმაცია უნდა აისახოს ოქმში** და რამდენად დეტალური ჩანაწერებია საჭირო. ისევ და ისევ, არ იქნება ურიგო დაინტერესდეთ, როგორაა ასახული მნიშვნელოვანი ინფორმაცია წინა ოქმებში.
3. გაარკვიეთ, ვინაა თქვენი **ჩანაწერების მიზნობრივი აუდიტორია** (მაგალითად, ეგზავნება ოქმი შეხვედრის მონაწილეებს, თუ მხოლოდ შიდა მოხმარებისთვისაა საჭირო?)
4. შეადგინეთ **მონაწილეთა სია** მათი სახელების, თანამდებობების, ორგანიზაციების და საკონტაქტო მონაცემების მითითებით. თუ მონაწილეთა სია არაა წინასწარ ცნობილი, მისი შედგენა შეხვედრის დროს მოგიწევთ. გაამზადეთ და ამობეჭდეთ თაბახის ფურცელზე სპეციალური ცხრილი, რომელშიც მონაწილეები თავად შეძლებენ საკუთარი მონაცემების შეტანას შეხვედრის დაწყების წინ ან მისი მსვლელობის პროცესში.
5. **გაეცანით შეხვედრის დღის წესრიგს**, თუ ის წინასწარ არის შემუშავებული. გაამზადეთ ოქმის მონახაზი დღის წესრიგის თემების და საკითხების მიხედვით, ამით დაზოგავთ დროს და შეძლებთ საკითხიდან საკითხზე გადანაცვლებას ზედმეტი წერის გარეშე.
6. **ეცადეთ ოდნავ მაინც გაერკვეთ იმ თემებსა თუ საკითხებში**, რომლებიც განიხილება შეხვედრის დროს, ეს ძალიან დაგეხმარებათ ოქმის შედგენისას;

როდესაც განხილვის თემა გაუგებარია, რთულია ადეკვატური და სხარტი ჩანაწერების წარმოება.

და ბოლოს, რამდენიმე მნიშვნელოვანი რჩევა:

- იმისათვის, რომ ვიზუალურად მიმზიდველი და კორექტული ოქმი შეადგინოთ, ჯერ “შავად” ჩაინიშნეთ თქვენთვის საჭირო ინფორმაცია და შემდგომ უკვე “გადაათეთრეთ” შესაბამისი ფორმატირებითა და კორექტურით; ზოგს ურჩევნია ხელით ჩანიშვნა, ზოგი ამ მიზნისთვის კომპიუტერს იყენებს - ორივე ვარიანტი მისაღებია;
- შეხვედრის დროს, მონაწილეთა მოსვლისთანავე, **გადაამოწმეთ** მათი გვარები და სახელები, დარწმუნდით, რომ ისინი უშეცდომოდ გიწერიათ;
- ჩაინიშნეთ იმდენი, რამდენიც საჭიროა, რომ მოგვიანებით ამ ჩანაწერებზე დაყრდნობით სრულფასოვანი ოქმი შეადგინოთ. რა თქმა უნდა, შესაძლებელია შეხვედრის მსვლელობის აუდიოჩაწერაც, თუმცა ამ შემთხვევაში, როგორც უკვე ვახსენეთ, ჩაწერის წარმოების თანხმობა თითოეული მონაწილისგან უნდა მიიღოთ;
- თუ რომელიმე მონაწილე ხაზგასმით მოითხოვს მისი, ან რომელიმე სხვა მონაწილის მოსაზრების ზუსტ დაფიქსირებას, ეცადეთ სიტყვა-სიტყვით ჩაიწეროთ ყველაფერი და შემდეგ გადაამოწმეთ ჩანაწერი გამომსვლელებთან;
- თუ შეხვედრის დროს გამოიყენებოდა ან განიხილებოდა რაიმე **წერილობითი მასალა**, მოიპოვეთ მისი ასლები და დაურთეთ ოქმს;
- ეცადეთ **განასხვავოთ ერთმანეთისგან ფაქტები და მოსაზრებები**. ჩანაწერიდან ნათლად უნდა ჩანდეს, სადაა ობიექტური ფაქტი, რომელსაც ვერ დააყენებ კითხვის ქვეშ, და სად - კონკრეტული ადამიანის სუბიექტური მოსაზრება, რომელიც, შესაძლებელია, განხილვის საგანი გახდეს;
- შეხვედრის ოქმის **ტონალობა** უნდა იყოს ნეიტრალური და მიუკერძოებელი მაშინაც კი, როდესაც ცხარე და ემოციებით დატვირთული დისკუსია იმართება;
- წერის პროცესში მოერიდეთ სხვა ადამიანების ემოციური მდგომარეობის **ინტერპრეტირებას** (მაგალითად, ნუ დაწერთ “გამომსვლელი ძალიან გაღიზიანდა დასმული შეკითხვის გამო”);
- წერისას არ გამოიყენოთ **ჟარგონი** და **შემოკლებები** შესაბამისი განმარტებების გარეშე;
- ოქმის საბოლოო ვარიანტზე მუშაობა, შეხვედრის დასრულების შემდეგ რაც შეიძლება სწრაფად დაიწყეთ, სანამ ჯერ კიდევ კარგად გახსოვთ ყველა დეტალი. საუკეთესო შემთხვევაში ოქმი შეხვედრის დასრულებისთანავე უნდა შეადგინოთ, უარეს შემთხვევაში - 48 საათის განმავლობაში. ამის შემდეგ ინფორმაციის დავიწყება გარდაუვალი ხდება, რის გამოც შეხვედრის მთლიანი სურათის აღდგენა სულ უფრო და უფრო გაგიჭირდებათ.

ანგარიში

ანგარიშის დანიშნულება

ანგარიში არის რაიმე ღონისძიების, მოვლენის, სიტუაციის, მოკლე თუ გრძელვადიანი პროექტის ან პროგრამის, ან თუნდაც ყოველდღიური რუტინული საქმიანობის წერილობითი აღწერა, რომელიც კონკრეტული მიზნით და კონკრეტული აუდიტორიისთვის იწერება. იოლი წაკითხვის და აღქმის მიზნით, ანგარიშში არსებული ინფორმაცია სტრუქტურირებულია და დაყოფილია ცალკეულ დასათაურებულ სექციებად.

დანიშნულებიდან გამომდინარე, არსებობს რამდენიმე სხვადასხვა ტიპის ანგარიშები, მათ შორისაა:

- **საინფორმაციო ანგარიში.** ასეთი ანგარიშის დანიშნულებაა წარმოადგინოს დეტალური ფაქტები / მონაცემები კონკრეტული მოცემული აქტივობის შესახებ, შემდგომი ახსნა-განმარტებების, ანალიზისა თუ რეკომენდაციების გარეშე (მაგალითად, ანგარიში იმის შესახებ, თუ რამდენი მონაწილე ესწრებოდა კონკრეტული პროექტის ფარგლებში ჩატარებულ თითოეულ სემინარს, ან რამდენმა აპლიკანტმა შემოიტანა განაცხადი ამა თუ იმ ვაკანსიაზე და ა.შ.). როგორც წესი, ასეთი ანგარიშები რუტინული ხასიათისაა.
- **ანალიტიკური ანგარიში.** ანალიტიკურ ანგარიშში წარმოდგენილ ფაქტებსა და მონაცემებს თან ახლავს ანალიზი, განმარტება და ამ ანალიზზე დაყრდნობით გაკეთებული დასკვნები. მაგალითად, ორგანიზაცია, რომელიც ყიდის რაიმე პროდუქტს ან მომსახურებას, შესაძლოა დაინტერესდეს გაყიდვების შემცირების გამომწვევი მიზეზების დადგენით. შესაბამისად, ანგარიშში, რომელსაც ისინი მოსთხოვენ გაყიდვების აგენტებს, წარმოდგენილი იქნება როგორც (გაყიდვების შემცირების ამსახველი) კონკრეტული ციფრები, ასევე სიტუაციაზე მოქმედი სხვადასხვა ფაქტორი და გარემოება, და ამ ყველაფრის გაანალიზების საფუძველზე გამოტანილი დასკვნები.
- **კვლევითი ანგარიში.** ასეთი ანგარიში ეფუძნება კვლევას, რომელსაც ინდივიდი (ან ინდივიდთა ჯგუფი) გარკვეული პრობლემის შესწავლის მიზნით ატარებს. მაგალითად, ახალი პროექტის დაწყების წინ ორგანიზაცია გადაწყვეტს გამოიკვლიოს, თუ რა ტიპის საჭიროებები და მოთხოვნები არსებობს ადგილობრივ მოსახლეობაში, იმისთვის რომ რაც შეიძლება ზუსტად მოარგოს პროექტით გათვალისწინებული საქმიანობა რეალურ სიტუაციას, რეალურად არსებულ პრობლემებს. შესაბამისად, ასეთი ანგარიშის დასაწერად საჭიროა მოსახლეობასთან მუშაობა, კითხვების დასმა და პასუხების შეგროვება, შემდეგ კი შესაბამისი დასკვნების გამოტანა.

- **მიმდინარე ანგარიში.** ასეთი ანგარიშიც რუტინული ხასიათისაა, რადგან რეგულარულად, გარკვეული პერიოდულობით (მაგალითად, კვირაში ერთხელ, ან თვეში ერთხელ) მზადდება და მიეწოდება ორგანიზაციის ხელმძღვანელობას. ამგვარი ანგარიშების მეშვეობით ხელმძღვანელობა იგებს, თუ რა ხდება ორგანიზაციაში, მიიწევს თუ არა წინ კონკრეტული საქმიანობა, რა პრობლემები არსებობს, რა ზომები იქნა მიღებული ამ პრობლემების აღმოსაფხვრელად, რა უნდა გაკეთდეს იმისთვის, რომ ორგანიზაციამ უფრო ეფექტურად და შეუფერხებლად იმუშაოს და ა.შ. მიმდინარე ანგარიშები ეხმარება მენეჯმენტს ორგანიზაციის ყოველდღიურ საქმიანობასთან დაკავშირებული გადაწყვეტილებების მიღებაში. როგორც წესი, ასეთი ანგარიში მოკლე და ლაკონიურია, და მოიცავს მხოლოდ ფაქტებს, კომენტარების და განმარტებების გარეშე; უმეტეს შემთხვევაში, მიმდინარე ანგარიშის მოსამზადებლად ორგანიზაციაში სპეციალური, წინასწარ განსაზღვრული ფორმა არსებობს.

ანგარიშის ფორმატი

ორგანიზაციაში ბევრი სხვადასხვა ტიპის და დანიშნულების ანგარიში იქმნება, ზოგი უფრო მარტივი, რუტინული და შედარებით ხშირი (ასეთებია, მაგალითად, *მემო* ან *წერილი*), ზოგი კი ნაკლებად ხშირი და უფრო რთული. ზოგი ანგარიში ქაღალდზე იბეჭდება და ინახება, უმეტესობა კი მხოლოდ ელექტრონული ფორმით არსებობს.

მემო (მემორანდუმი) - რუტინული ანგარიშია, რომელსაც ორგანიზაციის თანამშრომლები შიდა საკომუნიკაციო მიზნებისთვის იყენებენ. მემოს სიგრძე ორისამი წინადადებიდან რამდენიმე გვერდამდე მერყეობს და ჩვეულებრივ მოკლე შესავალი ინფორმაციით იწყება (გამგზავნი, მიმღები, თარიღი, თემა). მემო -- ანგარიშის ყველაზე არაფორმალური ტიპია.

წერილები. ანგარიში წერილის სახით, როგორც წესი, ერთგვერდიანი დოკუმენტია, რომელიც მემოსგან განსხვავებით, გარე კომუნიკაციისას გამოიყენება. წერილი უფრო ფორმალურ ხასიათს ატარებს და მოიცავს ისეთ სტანდარტულ ბლოკებს, როგორიცაა გამგზავნის სახელი და მისამართი, მიმღების სახელი და მისამართი, თარიღი, მისალმება, ძირითადი ნაწილი, მაღლიერება/დამშვიდობება და გამგზავნის ხელმოწერა. როგორც წესი, წერილის ფორმატის ანგარიშები იბეჭდება ორგანიზაციის ბლანკზე.

ფორმალური ანგარიშები. ფორმალური ანგარიში სტრუქტურირებული ფორმით აწვდის მკითხველს ფაქტებს, მონაცემებს, შედეგებსა და გამოტანილ დასკვნებს. ფორმალური ანგარიშების უმეტესობას თან ახლავს გარეკანი / თავფურცელი და თან ერთვის შესავალი წერილი. სტანდარტული ტიპის ანგარიშის ძირითადი კომპონენტებია სარჩევი, მოკლე შეჯამება, ვრცელი ძირითადი ნაწილი, და დასკვნები.

- გარეგანზე მითითებულია ანგარიშის სახელწოდება, მისი დასრულების თარიღი და ავტორის სახელი (ან ორგანიზაციის სახელწოდება);
- შესავალი წერილი აჯამებს ანგარიშის დანიშნულებას, მის მნიშვნელობას და, საჭიროების შემთხვევაში, რაიმე შემდგომ ქმედებას;
- სარჩევში ჩამოთვლილია ანგარიშის ძირითადი თემები შესაბამისი გვერდების მითითებით;
- შეჯამება (მოკლე შინაარსი) ამახვილებს ყურადღებას ანგარიშის მთავარ საკითხებსა და დასკვნებზე; ხოლო
- ძირითადი ნაწილი დეტალურად აღწერს და განავრცობს საკითხს და მოიცავს აგრეთვე ანალიზს, გამოტანილ დასკვნებს და რეკომენდაციებს.
- თუ ანგარიშში გამოყენებული ან ციტირებულია კონკრეტული წყაროები, ანგარიშის ბოლოს უნდა მიეთითოს ამ წყაროების ჩამონათვალი;
- თუ ანგარიშს თან ახლავს რაიმე თანდართული მასალა, დანართების დანომრილი ჩამონათვალი ცალკე ფურცელზე, სარჩევის შემდგომ იწერება.

ფორმალური ანგარიშის ძირითადი ნაწილის სტრუქტურა

სტანდარტული ანგარიში შემდეგი ნაწილებისგან შედგება:

1. **შესავალი ნაწილი** - რომელშიც წარადგენთ ანგარიშის მიზანს და თემას. ამ ნაწილში უნდა აცნობოთ მკითხველს, რას უნდა ელოდოს თქვენი ანგარიშისგან, რა საკითხებია განხილული და შეფასებული, და რატომ, რა იყო ამის მიზეზი. ამ ნაწილის მიზანია მკითხველის ყურადღების მიპყრობა, მისი “ანკესზე წამოგება”; სწორედ ამიტომ, ხშირად შესავალში ანგარიშის მთავარ საინტერესო აღმოჩენას ან დასკვნას უთითებენ, იმ იმედით, რომ მკითხველი დაინტერესდება და გააგრძელებს კითხვას.
2. **კონტექსტი / წანამძღვრები** -- ამ ნაწილში უნდა მოხდეს საკითხის ისტორიული, ეკონომიკური, პოლიტიკური თუ სოციალური კონტექსტის და მისი გავლენის მოკლე აღწერა, რაც მკითხველს საშუალებას მისცემს დაინახოს ანგარიშში წამოწეული საკითხები სწორ კონტექსტსა და პერსპექტივაში.
3. **მოვლენათა განვითარება** - ანგარიშის ამ საკმაოდ ვრცელ ნაწილში უნდა ჩამოაყალიბოთ უმთავრესი საკითხები, პრობლემები, იდეები და საქმიანობა, რომელზეც ფოკუსირებულია თქვენი ანგარიში. აქვე უნდა წარმოადგინოთ შესატყვისი ინფორმაცია (მონაცემები, ფაქტები, ციფრები, სქემები და ა.შ.) მომხდარის ილუსტრირების ან ინტერპრეტირების მიზნით.
4. **განხილვა** - ანგარიშის არსებითი ნაწილია, რომელშიც თქვენ უნდა გააანალიზოთ ის საკითხები და პრობლემები, რაც წინა ნაწილში ჩამოაყალიბეთ, იმსჯელოთ მათზე სხვადასხვა პერსპექტივიდან, შესთავაზოთ ფაქტების ინტერპრეტაცია.

5. **დასკვნები (ან შეჯამება, ან რეკომენდაციები)** -- ამ ნაწილით თქვენ ანგარიში დასასრულისკენ მიგყავთ, აყალიბებთ ზოგად და კონკრეტულ დასკვნებს, სთავაზობთ რეკომენდაციებს. ამ ნაწილში მკითხველმა უნდა დაინახოს თქვენი საკუთარი პოზიცია განხილვის საგანთან / პრობლემასთან მიმართებაში.

საქმიანი წერილი

საქმიანი წერილი - ორ ან მეტ მხარეს შორის წერითი კომუნიკაციის მნიშვნელოვანი საშუალებაა. მიუხედავად იმისა, რომ საქმიანი მიმოწერის საკმაოდ დიდი ნაწილი ელექტრონული სახით ხორციელდება, ტრადიციული, ქაღალდზე ამობეჭდილი წერილები ჯერ კიდევ იკავებენ მათ კუთვნილ ადგილს საქმიან, ფორმალურ წერით კომუნიკაციაში. საქმიანი წერილები ბევრი სხვადასხვა დანიშნულებით გამოიყენება: ინფორმირების, დარწმუნების, მოტივირების, გაყიდვების სტიმულირების და ა.შ.

ჩვენს ქვეყანაში საქმიანი მიმოწერის სტანდარტები ჯერ ისევ ჩამოყალიბების სტადიაშია. ამის ერთ-ერთი მიზეზი ისიცაა, რომ საქართველოში, ისევე როგორც ყოფილი საბჭოთა კავშირის ბევრ სხვა ქვეყანაში, საქმიანი კორესპონდენცია მაშინდელი ბიუროკრატიული წესებისა და პროცედურების მიხედვით წარმოებდა.

კარგი საქმიანი წერილი:

- ითვალისწინებს მიზნობრივი აუდიტორიის თავისებურებებს და შესაბამის ენაზე „საუბრობს“;
- ნათლად (არაბუნდოვნად) და ლაკონურად აყალიბებს სათქმელს (არავის სურს გრძელი და ორაზროვანი წერილების წაკითხვა);
- შეძლებისდაგვარად მხოლოდ ერთ თემას, ერთ საკითხს ეძღვნება;
- ყოველთვის პროფესიული და კორექტულია. მაშინაც კი, როდესაც რაღაცის გამო უკმაყოფილებას გამოთქვამთ, დარწმუნდით, რომ წერილი ზრდილობიანად და პატივისცემითაა დაწერილი; მუქარა ან შეურაცხყოფა დაუშვებელია.

საქმიანი წერილის სტრუქტურული ელემენტები

საქმიანი წერილის ელემენტები მითითებულია იმ თანმიმდევრობით, რა თანმიმდევრობითაც იწერება.

გამგზავნის მისამართი. ჩვეულებრივ, ფორმალური წერილი უნდა ამოიბეჭდოს ორგანიზაციის ბლანკზე, რომელზეც, როგორც წესი, მითითებულია არა მხოლოდ ორგანიზაციის სახელწოდება და ლოგო, არამედ ტელეფონის ნომრები, საფოსტო, ელექტრონული და ვებგვერდის მისამართებიც; ზოგიერთ შემთხვევაში ბლანკზე

გათვალისწინებულია აგრეთვე წერილის ნომრის ჩასაწერი ადგილი. თუ წერილი ასეთ ბლანკზე უნდა ამობეჭდოთ, გამგზავნის მისამართის ცალკე მითითება საჭირო აღარაა. იმ შემთხვევაში, თუ ბლანკს არ იყენებთ, მიუთითეთ თქვენი საფოსტო მისამართი წერილის მარცხენა ზედა კუთხეში; სახელის / თანამდებობის მიწერა არაა საჭირო, რადგან ეს ინფორმაცია წერილის ბოლოს ისედაც დაიწერება. ნაკლებად ფორმალურ და არაფორმალურ წერილებში გამგზავნის მისამართის მითითება აუცილებელი არაა.

თარიღი. გამგზავნის მისამართის შემდეგ ორი ხაზის გამოტოვებით წერილზე უნდა მიუთითოთ მისი შექმნის თარიღი. განსხვავებულ ქვეყნებში თარიღის განსხვავებული ფორმატია მიღებული: აშშ-ში მდებარე ორგანიზაციები იყენებენ ამერიკულ ფორმატს, რომლის მიხედვით ჯერ თვე იწერება, შემდეგ კი რიცხვი და წელი (May 8, 2019 ან 05.08.2019); ევროპაში - რიცხვი, თვე და წელიწადი (8 May 2019 ან 08.05.2019). საქართველოში ევროპული წესია მიღებული, თუმცა თარიღის სრულად დაწერის შემთხვევაში ჯერ წელიწადი იწერება, შემდეგ რიცხვი და თვე (2019 წლის 8 მაისი; 08.05.2019).

მიმღების ვინაობა და მისამართი. ფორმალური წერილის შედგენისას, თარიღის შემდეგ ორი ხაზის გამოტოვებით იწერება მიმღების სახელი, გვარი, თანამდებობა და მისამართი. ნაკლებად ფორმალურ წერილებში შესაძლებელია ამ ბლოკის გამოტოვება. ინგლისურენოვანი წერილის გაგზავნისას გაითვალისწინეთ, რომ მიმღების სახელს, როგორც წესი, თან ახლავს შესაბამისი თავაზიანი ტიტული, როგორიცაა Ms., Mrs., Mr., Dr. როდესაც არ ხართ დარწმუნებული, როგორი ტიტულით უნდა მიმართოთ ქალს, გამოიყენეთ Ms. მისამართის დაწერისას გამოიყენეთ მისამართის ფორმატი, რომელიც გავრცელებულია წერილის ადრესატის ქვეყანაში. ამერიკული სტანდარტით ჯერ იწერება ქუჩის ნომერი და დასახელება, შემდეგ ქალაქი, შტატი და ე.წ. ზიპ-კოდი (იგივე ინდექსი). გადაამოწმეთ მისამართის სისწორე და ფორმატი ორგანიზაციის ვებ-გვერდზე ან მათ მიერ გამოგზავნილ წერილებში.

წერილის თემა / სათაური. თუ წერილი ერთ გვერდზე მეტი მოცულობისაა, საჭიროა მისი თემის / სათაურის მითითება. მიმღების მისამართიდან ორი ხაზის გამოტოვებით მიუთითეთ წერილის მთავარი თემა და გამოყავით იგი ტექსტის გამსხვილებით, ან ხაზგასმით. სათაურს შეგიძლიათ წინ დაურთოთ საერთაშორისო წერიტ კომუნიკაციაში მიღებული აღნიშვნები **Subject:** ან **Re:**

მისალმება / მიმართვა. მიმღების მისამართიდან (ან წერილის თემიდან) ორი ხაზის გამოტოვებით იწერება მიმართვა წერილის ადრესატისადმი. ქართულ ენაში მიღებულია როგორც სრული, ისე შემოკლებული მიმართვის ფორმები, როგორიცაა “ქალბატონო” / “ქ-ნო”, “ბატონო” / “ბ-ნო”, ან კიდევ უფრო თავაზიანი “პატივცემულო ბატონო / ქალბატონო....”, “ღრმად პატივცემულო ბატონო / ქალბატონო...”, რის შემდეგაც უნდა მიუთითოთ პიროვნების სახელი. თუ პირადად იცნობთ ადამიანს, რომელსაც წერთ წერილს, მიმართეთ მას წერილში ისევე, როგორც ჩვეულებრივ, პირისპირ ურთიერთობისას მიმართავდით: “სალამი, ბატონო გიორგი”,

“მოგესალმებით, ქ-ნო ქეთი”, ან კიდევ უფრო ნაკლებად ფორმალური ურთიერთობისას - “გამარჯობა, ანი” და ა.შ.

ყოველთვის სჯობს, რომ საქმიან წერილში რომელიმე კონკრეტულ პირს მიმართოთ. თუ დანამდვილებით არ იცით, ვინაა ამა თუ იმ ორგანიზაციაში თქვენი წერილის მიმღები, გაარკვიეთ ეს სატელეფონო ზარის მეშვეობით. ამის მიუხედავად, მაინც იქნება შემთხვევები, როდესაც ზუსტი ადრესატი არ გეყოლებათ, და მოგიწევთ ზოგადად ორგანიზაციას ან მასში მომუშავე წარმოსახვით ადამიან(ებ)ს მიმართოთ: „პატივცემულო ქალბატონებო და ბატონებო“, ან უბრალოდ “ქალბატონებო და ბატონებო”, ან “პატივცემულო ქალბატონო / ბატონო”. ნაკლებად ფორმალურ წერილში შეგიძლიათ მისალმების მოკლე ფორმით შემოიფარგლოთ: “მოგესალმებით”, “გამარჯობა” და ა.შ.

ინგლისურენოვან წერილებში გამოიყენეთ გავრცელებული მიმართვა “Dear...”, რომელსაც უნდა მიაყოლოთ პიროვნების ტიტული და სახელი ზუსტად ისე, როგორც ეს მითითებულია მის მისამართში, მაგალითად: “Dear Ms. Hudson” ან “Dear Dr. Smith”. შეგიძლიათ გამოიყენოთ ნაკლებად ფორმალური “Dear Lucy” (როდესაც პირადად იცნობთ პიროვნებას). როდესაც არ ხართ დარწმუნებული, რა სქესის ადამიანს მიმართავთ, გამოიყენეთ მისი სრული სახელი ტიტულის გარეშე, მაგალითად “Dear Taylor Brown”. როდესაც არ იცით, ვინაა თქვენი კონკრეტული ადრესატი ორგანიზაციაში, გამოიყენეთ მიმართვა “Dear Madam or Sir”, ან “To Whom it May Concern”⁹.

ძირითადი ნაწილი: საქმიანი შინაარსი. მიმართვის შემდეგ გამოტოვეთ ორი ხაზი და დაიწყეთ წერილის ძირითადი ნაწილის, საქმის არსის გადმოცემა. დაყავით ტექსტი ლოგიკურ პარაგრაფებად.

თუ წერილის მიმღები არ გიცნობთ, პირველივე პარაგრაფში წარუდგინეთ მას თავი და აუხსენით, თუ რა არის თქვენი წერილის მიზნები ან მიზანი (შეთანხმება, სატელეფონო საუბარი, შემოსულ წერილზე პასუხი და ა.შ.). შემდეგ პარაგრაფ(ებ)ში მოკლედ და გასაგებად ჩამოაყალიბეთ თქვენი სათქმელი. ორგანიზაციებს შორის მიმოწერაში, განსაკუთრებით ვრცელ წერილში, მიზანშეწონილია ტექსტის “პირდაპირი” წყობა, როდესაც დასკვნა წერილის ბოლოშია ჩამოყალიბებული, ხოლო ტექსტს ლოგიკური მსჯელობით და დასაბუთებით მიჰყავს მკითხველი ამ დასკვნამდე. დასაბუთებაში გამოიყენეთ ციფრები, ფაქტები, მიუთითეთ კონკრეტული დოკუმენტები, რომლებსაც ეყრდნობით. დასკვნით პარაგრაფში შეაჯამეთ მიღებული გადაწყვეტილება (თანხმობა, უარი, კონკრეტული ქმედებები, რაზეც თანხმდებით) ან მოუწოდეთ ადრესატს ქმედებისკენ (თხოვნა, შეთავაზება, წინადადება, მოთხოვნა).

პარაგრაფი, შესაძლოა, ერთადერთი წინადადების შემცველიც იყოს, თუკი, კონტექსტიდან გამომდინარე, ეს წინადადება მოითხოვს გამოყოფას; ასეთია, მაგალითად, ტექსტის დასკვნითი ნაწილი, რომელშიც ხშირად მხოლოდ ერთი

⁹ “ვისაც ეს ეხება” (ინგლ.)

წინადადებით შემოიფარგლებიან. გაითვალისწინეთ, რომ მოკლე, ერთი წინადადებისგან შემდგარი პარაგრაფები ზომიერად უნდა გამოიყენოთ, რომ ტექსტი არ გახდეს ზედმეტად დანაწევრებული. მოერიდეთ შემოკლებებს ან სპეციფიკურ ტერმინოლოგიას / ჟარგონს; წერეთ თავაზიანად, მტკიცედ, ნეიტრალური და კეთილგანწყობილი ტონით, ზედმეტი ემოციების და ორაზროვნების გარეშე.

დამშვიდობება / დასრულება. წერილის დასრულებისთვის, ძირითადი ნაწილის შემდეგ გამოტოვეთ ორი ხაზი და დაწერეთ მოკლე, თავაზიანი დასკვნითი ფრაზა; ეს შეიძლება იყოს უფრო ფორმალური: „პატივისცემით“, „ღრმა პატივისცემით“, ან ნაკლებად ფორმალური: „საუკეთესო სურვილებით“, „გისურვებთ წარმატებებს“, „კეთილი სურვილებით“, ან სულაც „დროებით“ (თუ ადამიანს პირადად იცნობთ) და სხვა. ინგლისურ ენაში ფორმალური დასკვნითი ფრაზებია: Sincerely, Sincerely yours, Yours truly; ნაკლებად ფორმალურია Best regards, Warm regards, Greetings, Best wishes, Regards, Thank you. წერილის შინაარსიდან გამომდინარე, სურვილისამებრ, დასკვნითი ფრაზის წინ შესაძლებელია დამატებითი თავაზიანი ფრაზების ან მოწოდებების გამოყენებაც, როგორიცაა: „ველი თქვენს გამოხმაურებას“, „მოუთმენლად ველი პასუხს“, „გელით მოუთმენლად“, „გმადლობთ, რომ დამითმეთ ყურადღება“, „გმადლობთ“ და ა.შ.

დასკვნითი ფრაზის შემდეგ დასვით მძიმე, გამოტოვეთ 4 ხაზი ხელმოწერისთვის და დაწერეთ ავტორის გვარი და სახელი. ნაკლებად ფორმალურ წერილში შეგიძლიათ მხოლოდ სახელი დაწეროთ, ხოლო არაფორმალურში -- საერთოდ გამოტოვოთ სახელი და მხოლოდ ხელმოწერით შემოიფარგლოთ. წერილებში, რომლებსაც ელექტრონული სახით აგზავნით, შესაძლებელია ხელმოწერის გამოტოვება და მხოლოდ სახელის და გვარის მითითება.

დანართები. როდესაც წერილს თან ახლავს დანართები (ფოტომასალა, ვიდეო-ჩანაწერი DVD დისკზე, ან თუნდაც რაიმე დოკუმენტაცია), წერილის ბოლოს აუცილებლად მიუთითეთ დანართების სრული ჩამონათვალი. გამოტოვეთ ორი ხაზი თქვენი ხელმოწერის / სახელის და გვარის ქვეშ, დაწერეთ „დანართები:“ და ჩამოთვალეთ ყველა თანდართული დოკუმენტი; ამით გამოიჩინებთ რომელიმე დანართის შემთხვევით დაკარგვის ან გამორჩენის შანსი.

საქმიანი წერილის საერთაშორისო სტანდარტები

საქმიანი წერილის სტილი. მიუხედავად იმისა, რომ ეპისტოლარული ჟანრის ტრადიციები და სტანდარტები სხვადასხვა ქვეყნებში განსხვავებულად ყალიბდებოდა, ბოლო წლებში მომხდარმა, საინფორმაციო ტექნოლოგიების სწრაფმა განვითარებამ და გლობალური საკომუნიკაციო სივრცის შექმნამ კორესპონდენციის წარმოებაზე იქონია გავლენა. წერილები, და განსაკუთრებით საქმიანი წერილები, სულ უფრო და უფრო მარტივდება და ემსგავსება ერთმანეთს როგორც ვიზუალურად, ისე სტილისტურადაც, და ეს გასაგებიცაა, რადგან წერილების კომპიუტერზე აკრეფის და მათი სწრაფად წაკითხვა-აღქმის აუცილებლობა თავის პირობებს გვიკარნახებს.

საერთაშორისო საქმიანი წერილის ყველაზე გავრცელებული და ამავედროულად ყველაზე უფრო ფორმალური ფორმატია ე.წ. **“ბლოკების” სტილი**; ამ სტილის წერილში მოცემული ინფორმაცია ბლოკების სახითაა ორგანიზებული. ინფორმაციის ბლოკები ერთმანეთისგან ორი გამოტოვებული ხაზითაა გამოყოფილი. ბლოკების სტილს არ ახასიათებს ე.წ. აბზაცები (პირველი სტრიქონის ტაბულაციით - მარჯვნივ შეწევით დაწყება); წერილის ყველა სტრუქტურული ბლოკი გასწორებულია მარცხენა ველის მიმართ.

ბლოკების სტილის ნაკლებად ფორმალური ვარიანტია ე.წ. **“მოდულიზებული ბლოკების” სტილი**, რომელშიც თარიღი და დამშვიდობება (და, შესაბამისად, წერილის ავტორის ხელმოწერაც) არა მარცხენა მხრიდან იწყება, არამედ ხაზის შუა ნაწილიდან (მარცხენა ველიდან 5 ინტერვალის მანძილზე).

და ბოლოს, საქმიანი წერილის ყველაზე არაფორმალური ვარიანტია ე.წ. **“ნახევრად-ბლოკების” სტილი**, რომელიც მოდულიზებულიისგან მხოლოდ იმით განსხვავდება, რომ მისი პარაგრაფები აბზაციტ (მარჯვნივ შეწეული სტრიქონით) იწყება.

საქმიანი წერილის ფორმატი. წერილის გარეგნულ სახეს მნიშვნელოვნად განაპირობებს შრიფტი, რომლითაც ის არის აკრეფილი. ინგლისურენოვან წერილებში პოპულარულია Times New Roman, Calibri, Arial, Verdana. ქართულენოვანი წერილების აკრეფისას უმჯობესია გამოიყენოთ სადა, კომპაქტური და იოლად წაკითხვადი შრიფტი. იმ შემთხვევაში, როდესაც წერილი ქაღალდზე არ იბეჭდება და ელექტრონული ფორმით (დანართის სახით) იგზავნება, უმჯობესია სტანდარტული შრიფტების გამოყენება, რომ წერილის მიმღებს არ შეექმნას სირთულე მიმაგრებული ფაილის წაკითხვისას.

თუ წერილს MS Word-ის აპლიკაციაში კრეფთ, საქმიანი წერილის შედგენაში დაგეხმარებათ ამ აპლიკაციაში არსებული შაბლონები.

ევროპაში გავრცელებული სტანდარტით საქმიანი წერილი ჩვეულებრივ A4 ფორმატის ქაღალდზე უნდა დაიწეროს და ამოიბეჭდოს; ამერიკული სტანდარტით საქმიანი წერილები 8.5"x11" ზომის, ე.წ. Letter ფორმატის ქაღალდზე იბეჭდება.

საბოლოოდ გვინდა აღვნიშნოთ, რომ სხვადასხვა ორგანიზაციას შესაძლოა საქმიანი წერილების სხვადასხვა დადგენილი ფორმატი გააჩნდეს, ამდენად, ჩვენი რჩევების გათვალისწინებასთან და ვორდში არსებული შაბლონების გამოყენებასთან ერთად, აუცილებლად დაგჭირდებათ მოქნილობა, რათა კონკრეტულ ორგანიზაციაში არსებულ, წერიტი კომუნიკაციის სტანდარტებს მოერგოთ.



ინფორმაციული ტექნოლოგიები და ონლაინ თანამშრომლობა

ვირტუალური სამუშაო სივრცე

სამუშაო პროცესში ეფექტურად მონაწილეობა შეუძლებელია ე.წ. ინფორმაციული წიგნიერების გარეშე, რაც გულისხმობს როგორც ფართოდ გავრცელებული, ისე უახლესი საინფორმაციო ტექნოლოგიების, სხვადასხვა მოწყობილობების, პროგრამული უზრუნველყოფის, სისტემების, სერვისების, აპლიკაციებისა და პლატფორმების მომხმარებლის დონეზე ცოდნას.

გარდა იმისა, რომ საინფორმაციო ტექნოლოგიებთან კარგი ურთიერთობა აუცილებელია სხვადასხვა მიმდინარე სამუშაო ვალდებულებების და ამოცანების შესრულების თვალსაზრისით, თანამედროვე ტექნოლოგიები გვაძლევენ იმის საშუალებასაც, რომ საჭიროების შემთხვევაში სამუშაო პროცესი ონლაინ სივრცეშიც ინტერაქტიულად და საინტერესოდ წარვმართოთ. უფასო და მარტივად მოსახმარი ინსტრუმენტები, რომელთა გამოყენებისთვისაც მხოლოდ ინტერნეტთან კავშირი და კომპიუტერი, ან სმარტფონია საჭირო, საგრძნობლად ზრდიან სამუშაო პროცესის ეფექტიანობას, განსაკუთრებით ისეთ შემთხვევებში, ან გარემოებებში, როდესაც ონლაინ მუშაობა არა თუ მიზანშეწონილი არჩევანი, არამედ ერთადერთი გამოსავალია.

ჯერ კიდევ სულ ცოტა ხნის წინ, სერიოზული და სენსიტიური შინაარსის შემცველი ინფორმაცია ოფიციალური წერილის ან ელექტრონული ფოსტის მეშვეობით იგზავნებოდა. დღესდღეობით, საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების პროგრესის და ინტერნეტთან საყოველთაო წვდომის წყალობით, ხელმძღვანელი სმარტფონით ან სოციალური “მესენჯერების” მეშვეობით გეკონტაქტებათ და შეხვედრებს ვირტუალურად, ონლაინ საკონფერენციო პროგრამების მეშვეობით ატარებს. მეტიც, ბოლო რამდენიმე წელია, განსაკუთრებით კი მას შემდეგ, რაც 2020-2022 წლებში მსოფლიო პანდემიამ მოიცვა, მუშაობის სულ უფრო მეტად გავრცელებული რეჟიმი ე.წ. WFH (Work from Home) - სახლიდან მუშაობის კონცეფციაა, რომელიც ყველაფერთან ერთად ზოგჯერ ძალიან კომფორტულიცაა, რადგან თანამშრომლებს

შეუძლიათ იმუშაონ სახლიდან გაუსვლელად, გავიდნენ ნოუტბუკით პარკში სუფთა ჰაერზე, დასხდნენ სადმე კაფეში ან სულაც სხვა ქალაქში გაემგზავრონ. პანდემიის დასრულების შემდეგაც, ბოლო გამოკითხვების თანახმად, ამერიკელების 48%-ს ურჩევნია სრულად დისტანციური (სახლიდან) მუშაობა, ხოლო 41% ანიჭებს უპირატესობას ჰიბრიდულ სამუშაოს (2-3 დღე სახლში და დარჩენილი დღეები ოფისში).

ფაქტია, რომ ყოველდღიურ პირად თუ საქმიან ურთიერთობებში სმარტფონების, პლანშეტების, მესენჯერების, ვიდეოზარების, სოციალური ქსელებისა და სხვა საშუალებების მეშვეობით შემოჭრილი ციფრული კომუნიკაცია სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას იძენს და შესაბამისად ცვლის „თამაშის“ (მუშაობის 😊) წესებსაც.

ქვემოთ მოკლედ მიმოვიხილავთ რამდენიმე ყველაზე პოპულარულ სერვისებს და რესურსებს, რომელთა მომხმარებლის დონეზე ცოდნა აუცილებელია პრაქტიკულად ნებისმიერ სფეროში დასაქმებული დამწყები თანამშრომლისთვის. კონკრეტულად თქვენს დარგში, თქვენს ორგანიზაციაში, თქვენს სამუშაო გარემოში დანერგილი თანამედროვე IT სისტემების სრულყოფილად გაცნობას და ათვისებას ინტენსიური პრაქტიკული გამოყენების პროცესში მოახერხებთ.

ელექტრონული ფოსტა

აღბათ ყველას გაქვთ ელექტრონული ფოსტის მისამართი, რომელსაც მიმოწერისთვის თუ არა, სხვადასხვა ინტერნეტ-რესურსებზე რეგისტრაციისთვის მაინც იყენებთ. თუმცა, თუ პირადი ელექტრონული მისამართი არა მხოლოდ რეგისტრაციისთვის, არამედ საქმიანი მიზნებისთვის, მაგალითად სამუშაოს ძიების პროცესში გჭირდებათ, გირჩევთ გაითვალისწინოთ რამდენიმე მნიშვნელოვანი მომენტი (და შესაძლოა, ახალი საფოსტო მისამართიც დაარეგისტრიროთ).

ელექტრონულ ფოსტას, როგორც კომუნიკაციის საშუალებას, რამდენიმე აშკარა უპირატესობა გააჩნია:

- მისი გამოყენება იოლია; ყოველდღიური მიმოწერის წარმოებაც და მიღებული წერილების შენახვა/ორგანიზებაც ძალიან მარტივად ხდება;
- ელ.ფოსტა სწრაფია; ამასთან, ელექტრონულ მიმოწერაში გამოყენებული ენა შედარებით მარტივი და ნაკლებად ფორმალურია;
- ელექტრონულ წერილზე პასუხის გაცემისას, წერილები ებმის ერთმანეთს და ავტომატურად ჯგუფდება, ისე რომ მიმღები მყისიერად ხედავს, რა თემას ეხება წერილი; ამასთან მას შეუძლია ჩაათვალიეროს მთლიანი მიმოწერა და გაიხსენოს, რაზე იყო საუბარი წინა წერილებში. ეს მნიშვნელოვანია, როდესაც დღის განმავლობაში ათობით და ასობით წერილს იღებთ და აგზავნით;

- ელ.ფოსტით შესაძლებელია ავტომატური პასუხების გაგზავნა მაშინ, როდესაც შვებულებაში ხართ და არ მუშაობთ;
- ელ.ფოსტა ზოგავს ქაღალდს და შესაბამისად, გარემოსადმი უფრო მეგობრულია;
- სატელეფონო საუბრისგან განსხვავებით, რომელიც არსად ფიქსირდება, ელექტრონული წერილი დეტალური დოკუმენტია, რომელშიც ასახულია ყველაფერი, რაც ითქვა და შეთანხმდა მიმოწერაში ჩართული ადამიანების მიერ; შესაბამისად ყოველთვის შეგიძლიათ დაუბრუნდეთ მიმოწერას ამა თუ იმ ინფორმაციის გადამოწმების მიზნით.

არსებობს გარკვეული ნაკლოვანებებიც:

- ემოციური რეაქციები: ცხელ გულზე დაწერილი და გაგზავნილი ელექტრონული წერილის შედეგების განეიტრალება არც ისე იოლია;
- ე.წ. „სპამი“ - ანუ ელექტრონული წერილების ის უსარგებლო მასა, რომელიც ყოველდღიურად შემოდის საფოსტო ყუთში, რის გამოც ბევრი დრო გეკარგებათ არა-„სპამური“ წერილების ამოცნობა-ამორჩევაზე;
- ვირუსები - რომლებიც ხშირად იგზავნება ელექტრონული წერილებით.

მომსახურების არჩევა

ელექტრონული ფოსტის უფასო მომსახურების ბევრი სხვადასხვა მომწოდებელი არსებობს. ამათგან ყველა ბაზირებულია უშუალოდ ვებზე, რაც იმას ნიშნავს, რომ ფოსტით სარგებლობისთვის თქვენ უნდა ეწვიოთ ამა თუ იმ ვებგვერდს. თუ გსურთ, რომ თქვენი მისამართი საქმიანად გამოიყურებოდეს, საფოსტო პროგრამა იყოს სანდო და მარტივად მოსახმარი, ხოლო თქვენი წერილები გაგზავნისას არ იბლოკებოდეს სხვადასხვა სერვერებზე დაყენებული უსაფრთხოების ფილტრების მიერ, ნუ დაარეგისტრირებთ ელექტრონული ფოსტის მისამართს ნაკლებად ცნობილ, საეჭვო მომწოდებელთან, ან ისეთთან, რომელიც რომელიმე კონკრეტული ქვეყნის დომენს იყენებს (მაგალითად, mail.ru, top.ge და ა.შ.) - სჯობს მსოფლიოში აღიარებულ, მძლავრ, უსაფრთხო და სანდო საფოსტო პლატფორმებზე შეაჩეროთ არჩევანი.

ყველაზე უსაფრთხო, მარტივ, ლოგიკურად ორგანიზებულ საფოსტო მომსახურებას, ქართულენოვან მხარდაჭერას, ვირუსებისგან და სპამისგან ეფექტურ დაცვას, ამასთანავე გაგზავნილი წერილის (გაგზავნიდან) რამდენიმე წამში გაუქმების და დიდი რაოდენობით ინფორმაციის შენახვის საშუალებას გვთავაზობს გუგლის **Gmail.com** სერვისი (ქვემოთ მას ოდნავ უფრო ვრცლად განვიხილავთ). ძალიან მოხერხებული მომსახურება საქმიანი მიზნებისთვის აქვს აგრეთვე **Zoho Mail**-ს (Zoho.com), რომელშიც ინტეგრირებულია არა მხოლოდ კონტაქტები და კალენდარი, არამედ ჩანაწერების წარმოების, გასაკეთებელი საქმეების ჩანიშვნის, ვებგვერდების

დახსოვნების, მიმაგრებული ფაილების (ე.წ. „ატაჩმენტების“) დახარისხება-ორგანიზების, განსაკუთრებით დიდი ზომის (250 MB-მდე) მიმაგრებული ფაილების გაგზავნის და სხვა ბევრი მოსახერხებელი ფუნქცია.

რა თქმა უნდა, არსებობს სხვა პოპულარული მომწოდებლებიც, როგორებიცაა outlook.com, yahoo.com და ა.შ.

მისამართის რეგისტრაცია

ელექტრონული მისამართის რეგისტრაციის დროს მოგთხოვენ სახელის და გვარის მითითებას და შემდეგ ე.წ. *მომხმარებლის სახელის (user name)* არჩევას.

უადრესად მნიშვნელოვანია, რომ რეგისტრაციის პროცესში კორექტულად და სრულად მიუთითოთ თქვენი სახელი და გვარი, რადგან საფოსტო პროგრამის გახსნისას, წერილის მიმღები პირველ რიგში სწორედ გამომგზავნის სახელს და გვარს ხედავს. საქართველოში განსაკუთრებით ხშირია სახელის და გვარის ნაცვლად სახელის და სახელის მითითება. (Eka Ekuna; Gigi Gigi; Mako Maiko და ა.შ.). ზოგი ამითაც არ იწუხებს თავს და სახელის ნაცვლად მომხმარებლის სახელს (user name) უთითებს (მაგალითად, giorgi_uni), გვარის ველს კი საერთოდ ცარიელს ტოვებს; ან უთითებს მხოლოდ სახელს გვარის გარეშე და ა.შ. ყველა ზემოხსენებული კომბინაცია მაშინათვე დაუკარგავს საქმიან ადამიანს სურვილს, გახსნას და წაიკითხოს თქვენი წერილი.

სახელის და გვარის მითითებისას წერეთ ლათინური (ინგლისური) ასოებით, სწორი ტრანსკრიფციით (მაგალითად, „ხათუნა“ ინგლისურად იწერება როგორც Khatuna და არა როგორც Xatuna; „წულუკიძე“ უნდა დაწეროთ როგორც Tsulukidze და არა wulukize და ა.შ.); ამავედროულად არ დაგავიწყდეთ, რომ ინგლისურ ენაში სახელიც და გვარიც დიდი ასოთი იწერება.

მომხმარებლის სახელის (user name) არჩევისას ეცადეთ რაც შეიძლება სადა და საქმიანი სახელი შეარჩიოთ. დაგვეთანხმებით, რომ nincho1998@, aravin2222@ ან kvelazelamazi@ არასერიოზულად გამოიყურება იმ ადამიანის თვალში, ვისაც თანამშრომლის აყვანა სურს. ყველაზე სწორი მიდგომაა ისევ საკუთარი სახელის, გვარის და ციფრების კომბინაცია გამოიყენოთ.

ნუ დაიზარებთ რეგისტრაციის სრულად გავლას და ყველა მონაცემის სრულფასოვან ჩაწერას; ნუ ეცდებით იყოთ ორიგინალური ან საიდუმლოებით მოცული იქ, სადაც ამის საჭიროება არ არსებობს. საქმიანი და პროფესიული მიდგომა გულისხმობს ნათელ და კორექტულ წერილობით კომუნიკაციას, რომელიც მიზნად ისახავს რაც შეიძლება ნაკლები დაბრკოლება და დისკომფორტი შეუქმნას მკითხველს და რაც შეიძლება ეფექტურად და მომგებიანად წარმოაჩინოს თქვენი თავი.

ელექტრონული წერილების მიღება

შეამოწმეთ ელ.ფოსტა დღეში 2-ჯერ მაინც - დილით და შუადღის შემდეგ, რომ არ გამოგრჩეთ რაიმე სასწრაფო და მნიშვნელოვანი წერილი; შეგიძლიათ აგრეთვე ჩართოთ წერილების ავტომატური მიღების ფუნქცია, რომელიც პერიოდულად შეამოწმებს თქვენ საფოსტო ყუთს (მაგალითად, ყოველ 5 ან 10 წუთში ერთხელ). მაშინაც კი, როდესაც სხვა საქმით ხართ დაკავებული, წერილის მიღებისას გადაავლეთ მას თვალი და დარწმუნდით რომ ის არ მოითხოვს თქვენგან დაუყოვნებლივ რეაგირებას.

Google Mail (Gmail)

ელექტრონული ფოსტის ეს უფასო სერვისი, რომელსაც გუგლი გვთავაზობს, უკვე ყველასთვის კარგად ცნობილია. მისი საშუალებით შეგიძლია ელექტრონული წერილების გაგზავნა, მიღება, არასასურველი რესპონდენტების დაბლოკვა, კონტაქტების სიის შექმნა და სხვა მარტივი ოპერაციების შესრულება.

Gmail-ს აქვს რამდენიმე უნიკალური ფუნქცია, როგორებიცაა:

- **სპამის ფილტრი:** „სპამი“ ე.წ. არასასურველი ფოსტაა, რომელიც იგზავნება თაღლითური მიზნებით და ხშირად ხვდება ჩვენს მთავარ საფოსტო ყუთში. Gmail იყენებს საკუთარ ტექნოლოგიას, რომლითაც სპამს ავტომატურად ათავსებს ცალკე გამოყოფილ კატეგორიაში, საიდანაც ის თავისით იშლება 30 დღის შემდეგ.
- ე.წ. **Conversation View:** ის, რასაც გუგლი email conversation-ს (ელექტრონული წერილებით საუბარს) უწოდებს, არის ავტომატური პროცესი, რომელიც ამარტივებს მეილების ორგანიზებას იმ შემთხვევებში, როდესაც ერთ ან რამდენიმე რესპონდენტთან სისტემატურად გაქვთ მიმოწერა. მეილების ავტომატური დაჯგუფება „საუბრებად“ იცავს თქვენს საფოსტო ყუთს ერთი და იმავე მისამართიდან მიღებული წერილებით გადავსებისგან და ამარტივებს წერილებთან წვდომას.

გარდა ამისა, Gmail-ს გააჩნია მძლავრი **საძიებო სისტემა**, რომელიც ამარტივებს საფოსტო ყუთის შიგნით ინფორმაციის მოძიებას; უსაფრთხოების მაღალი ხარისხი; ვიზუალური მხარის მომხმარებლის გემოვნებაზე მორგების საშუალება; მოძველებული წერილების არქივირების საშუალება, მრავალენოვანი (მათ შორის ქართულენოვანი) მხარდაჭერა და სხვა მრავალი უპირატესობა, რომელიც ამ საფოსტო სერვისს მილიონობით მომხმარებლისთვის ესოდენ მომხიბლავს ხდის.

მსგავსად სხვა ძირითადი საფოსტო სერვისებისა, Gmail გაძლევთ **კონტაქტების** დამატება-მართვის შესაძლებლობას, რაც საგრძნობლად ამარტივებს საფოსტო ყუთის ორგანიზებას და თავიდან გარიდებთ ყოველ ჯერზე წერილის თითოეული ადრესატის მისამართის ხელით შეყვანას. საჭიროების შემთხვევაში, კონტაქტებს

ასევე შეგიძლიათ მიაბათ ტელეფონის ნომრები, დაბადების დღეები, და სხვა თქვენთვის საინტერესო / მნიშვნელოვანი ინფორმაცია - შექმნათ თქვენი საკონტაქტო პირების ერთგვარი მონაცემთა ბაზა.

წერილის გაგზავნის დროს საფოსტო მისამართების შეყვანის პროცესიც მაქსიმალურად გამარტივებულია: საკმარისია დაიწყოთ კონტაქტის სახელის ან გვარის აკრეფა, და გუგლი მაშინათვე ავტომატურად შემოგთავაზებთ მსგავს ვარიანტებს კონტაქტების სიიდან, თქვენ კი ისდა დაგრჩენიათ, აარჩიოთ სასურველი ვარიანტი და დაადასტუროთ ღილაკით “Enter”. Gmail-ში შესაძლებელია წერილის ფორმატირება - ტექსტის გამუქება, დახრა, ფონტის ზომის შეცვლა, ტექსტის თუ ფონის გაფერადება და სხვა.

შემოსული წერილის წაკითხვის შემდეგ, რამდენიმე ფუნქციაზე მიგვიწვდება ხელი, როგორებიცაა მიმაგრებული ფაილის გახსნა, პასუხის გაცემა, გადამისამართება, ან თუ დროის სიმცირის ან სხვა რაიმე ფაქტორის გამო რეაგირების საშუალება არ გვაქვს, წერილის მონიშვნა (ვარსკვლავის დასმით) მოგვიანებით რეაგირებისათვის. სხვადასხვა ფერის ვარსკვლავით შეგიძლიათ მონიშნოთ აგრეთვე თქვენთვის მნიშვნელოვანი წერილი / მიმოწერა, რათა მოგვიანებით მარტივად შეძლოთ მისი პოვნა საფოსტო ყუთში.

როდესაც წინასწარ იცით, რომ რამდენიმე დღის განმავლობაში არ გექნებათ წვდომა ელექტრონულ ფოსტასთან, შეგიძლიათ **ავტომოპასუხის** დაყენება, რითაც შემოსული წერილების ავტორებს მარტივად აცნობებთ, რომ თქვენი პასუხი დააყოვნებს.

ღრუბლოვანი ტექნოლოგია - GOOGLE DRIVE

Google Drive (Google-ის ეკოსისტემის ქართულენოვან ვერსიაში მას ეწოდება „დისკი“) წარმოადგენს ე.წ. ღრუბლოვანი ტექნოლოგიის (cloud-based services) ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ ინსტრუმენტს, ერთგვარ პირად ონლაინ სივრცეს სხვადასხვა ფაილების შესანახად.

როდესაც კომპიუტერში რაიმე ფაილს ვინახავთ, მასთან წვდომა მხოლოდ იმ კონკრეტული კომპიუტერიდან გვაქვს, რომელშიც შევინახეთ. ისევე როგორც სხვა ქლაუდ სერვისების შემთხვევაში, Google Drive-ის ერთ-ერთი მთავარი უპირატესობა ისაა, რომ მასზე მოთავსებულ ფაილებზე წვდომას ნებისმიერი კომპიუტერიდან გვთავაზობს - მთავარია, კომპიუტერი იყოს დაკავშირებული ინტერნეტთან, რადგანაც ფაილი ვირტუალურ სივრცეშია შენახული.

შედეგად ის აქრობს ე.წ. USB დრაივების (ე.წ. „ფლეშკების“) საჭიროებას და არა მარტო ჩვენ გვიმარტივებს ფაილებთან წვდომას, არამედ საშუალებას გვაძლევს სამუშაო

ფაილები და დოკუმენტები უფრო მარტივად გავუზიაროთ სხვებსაც, მათი „შემოშვებით“ ჩვენს დისკზე.

ანგარიშის შექმნისთანავე, Google უფასოდ გვადლევს 15 გიგაბაიტის (15GB) მოცულობის სივრცეს დისკზე. ამ სივრცეში, ღილაკით „**ახალი**“ შეძლებთ შექმნათ ახალი დოკუმენტი, ცხრილი, პრეზენტაცია, ან სხვა ტიპის ფაილი; ყველა ეს ფაილი ავტომატურად მოთავსდება თქვენს დრაივზე. ამავე ღილაკით შეძლებთ კომპიუტერიდან დისკზე ფაილების ატვირთვას და ასევე ახალი საქაღალდეების დამატებას.

ახალი ფაილების ატვირთვის და შექმნის შემდგომ, საჭირო გახდება, გავეცნოთ დისკის დამატებით შესაძლებლობებს, რაც დაგვეხმარება ჩვენი ფაილების ეფექტურად მართვასა და ორგანიზებაში.

Google Drive ონლაინ სივრცის გამოყენებით, შეგვიძლია ვმართოთ და გავაზიაროთ ჩვენი ფაილები, რაც ძალიან დაგვეხმარება სამუშაო პროცესის ეფექტურად წარმართვაში.

Google Drive შეგვიძლია გამოვიყენოთ ძირითადად ორი ტიპის ფაილებისთვის:

- რედაქტირებადი ფაილები, როგორებიცაა Microsoft Office-ის ეკოსისტემის ფაილები, PDF-ები, და სხვა ტექსტური მასალა;
- ჩაკეტილი ფაილები, როგორებიცაა მუსიკა, ვიდეო, არქივები (*.zip და *.rar ფორმატები), და სხვა.

Google Drive-ზე ფაილის ატვირთვის შემდეგ, მიუხედავად იმისა თუ რა ტიპის ფაილია ეს, მისი მართვა და გაზიარება უკვე ნებისმიერი კომპიუტერიდან/მოწყობილობიდან შეგვიძლია, რომელსაც ექნება წვდომა ინტერნეტთან. ეს შესაძლებელია იმიტომ, რომ Google Drive ავტომატურად მოახდენს შიგთავსის *სინქრონიზებას* ნებისმიერ მოწყობილობასთან, რომლიდანაც შევალთ ჩვენს Google ანგარიშზე.

მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ, რომ სხვადასხვა ფაილების თუ დოკუმენტების ატვირთვის შემდგომ, Google Drive ავტომატურად მოახდენს მათ კონვერტირებას, რათა შესაძლებელი გახადოს მათი რედაქტირება ონლაინ რეჟიმში, დისკზევე. ავტომატური კონვერტაცია ძალზე სასარგებლო რამაა, რადგან გვადლევს საშუალებას ჩამოტვირთვის გარეშე, პირდაპირ დისკზევე, ვიმუშაოთ სხვადასხვა ტიპის ფაილებთან, შევიტანოთ ცვლილებები, გავუზიაროთ სხვებს და ა.შ.

ერთადერთი, რაც უნდა გავითვალისწინოთ ამ დროს, არის ის, რომ ავტომატური კონვერტაციის დროს ონლაინ დოკუმენტში შესაძლოა არ აისახოს კორექტულად ზოგიერთი შრიფტი, ან ნახატი, ან სხვა რაიმე ფორმატირება, რომელიც გამოყენებულია დოკუმენტში. კომპლექსური ფორმატირებით დატვირთული

დოკუმენტების კონვერტაცია, სამწუხაროდ, იდეალურად ვერ ხდება; შესაძლოა მოხდეს კრიტიკული ხარვეზები და უარეს შემთხვევაში ინფორმაციის ნაწილიც კი დაიკარგოს.

შესაბამისად, თუკი ვაპირებთ, რომ რომელიმე ფაილზე, მაგალითად, პრეზენტაციაზე ან ტექსტურ დოკუმენტზე, ონლაინ ვიმუშაოთ, სანამ Google Drive-ზე ავტვირთავთ, სჯობს მოვაშროთ მას ზედმეტი კოსმეტიკური ფორმატირება (სხვადასხვა დეკორატიული ელემენტები, ჩარჩოები, ფერები, უჩვეულო შრიფტები და ა.შ.).

გარდა ატვირთვისა, დისკი საშუალებას გვაძლევს უშუალოდ მისსავე ინტერფეისში მოვახდინოთ ხუთი ახალი ტიპის რედაქტირებადი ფაილის შექმნა:

- Documents - წერილების, ესეების, და სხვა ტექსტური მასალის შესაქმნელად (მსგავსად Microsoft Word-ისა);
- Spreadsheets - კომპლექსური ინფორმაციის ორგანიზებისთვის (მსგავსად Microsoft Excel-ისა);
- Slides - პრეზენტაციების შესაქმნელად (მსგავსად Microsoft Powerpoint-ისა);
- Forms - ინფორმაციის შეგროვება და კატალოგიზაცია;
- Drawings - მარტივი ნახატების ან დიაგრამების შექმნა.

Google კალენდარი

Google კალენდარი ძალიან ეფექტური უფასო სერვისია განრიგის შესაქმნელად, და დაგეგმილი საქმიანობის სხვა პირებთან საკოორდინაციოდ. მას ბევრი სასარგებლო ფუნქცია აქვს, შეუძლია პარალელურად რამდენიმე თემატური კალენდრების შექმნა, მათი სხვებთან გაზიარება, დაგეგმილი ღონისძიებების შეხსენება და სხვა. კალენდარში შესაძლებელია სხვადასხვა საქმეების, საქმიანი თუ პირადი შეხვედრების, წვრილმანი ამოცანების, შეხსენებების, მოკლე და გრძელვადიანი ღონისძიებების, ექიმთან ვიზიტების და სხვა ნებისმიერი, თქვენთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაციის შეტანა; ეს ყველაფერი არა მხოლოდ მიმდინარე (ან თუნდაც საპროექტო) საქმიანობის ორგანიზებაში, არამედ დროის ეფექტურად მართვაშიც დაგეხმარებათ.

კალენდრის აპლიკაცია ხელმისაწვდომია უმეტეს მობილურ მოწყობილობებზეც; ის ავტომატურადაა დაყენებული ანდროიდის ტიპის თითქმის ყველა სმარტფონზე და ასევე ხელმისაწვდომია აპლიკაციების სხვადასხვა ონლაინ მაღაზიებში. Google კალენდრის მოქნილობას და კომფორტს სწორედ მისი სიმარტივე და სხვადასხვა მოწყობილობაზე იოლად გამოყენების შესაძლებლობა განაპირობებს.

იმისთვის, რომ გავხსნათ კალენდარი, გუგლის ნებისმიერი ინტერფეისიდან - იქნება ეს ბრაუზერში გახსნილი Google საძიებო გვერდი (www.google.com), თქვენი Google ანგარიში, Gmail-ი, თუ Google დისკი (Google Drive) - უნდა დააწკაპუნოთ მარჯვენა ზედა

კუთხეში მდებარე Google აპლიკაციების პიქტოგრამას (9 წერტილი) და ჩამოშლილი მენიუდან აირჩიოთ კალენდარი.

სამუშაო პროცესის ორგანიზებისთვის ყველაზე მოსახერხებელია კალენდრის ერთკვირიანი განლაგების არჩევა. ასეთ განლაგებაში დღეები ჩანს სვეტებად, ხოლო ჰორიზონტალურად თითოეული სვეტი დაყოფილია ერთსაათიან უჯრედებად. ნებისმიერ ცარიელ უჯრედებზე დაწკაპუნებით შეგიძლია შევქმნათ სამი ტიპის ჩანაწერი - ღონისძიება, ამოცანა ან შეხსენება.

Google კალენდარი იძლევა შესაძლებლობას შევქმნათ ინდივიდუალური კალენდრები. მაგალითად, შეგიძლიათ შექმნათ ცალკე სამუშაო შეხვედრების კალენდარი, ცალკეული პროექტების ფარგლებში მიმდინარე ღონისძიებების კალენდარი, ცალკე თქვენი პირადი კალენდარი, ცალკე დაბადების დღეების კალენდარი და ა.შ. თქვენს მიერ შექმნილი კალენდრების ნახვა შესაძლებელია როგორც ცალკე-ცალკე (სხვა არასაჭირო კალენდრების გათიშვით), ისე ერთადაც, იმისთვის, რომ მთლიანი სურათი დაინახოთ.

Google კალენდრის სისტემის ერთ-ერთი მთავარი უპირატესობაა კალენდრების გაფორმებისა და გაზიარების ფუნქცია. კალენდრის გაზიარება გაგიმარტივებთ, მაგალითად, გუნდის წევრებთან საპროექტო ღონისძიებების განრიგის შეთანხმების პროცესს.

ვიდეო კონფერენციის სერვისები

ვიდეო კონფერენცია არის ის, რაც საშუალებას გვაძლევს ონლაინ რეჟიმში გავმართოთ დაცული ვიდეო ან აუდიო კონფერენციები ორი ან მეტი ადამიანის მონაწილეობით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ვიდეო კონფერენციის ტექნოლოგია შესაძლებელს ხდის სამუშაო შეხვედრების, თათბირების, ტრენინგების, სემინარების ვირტუალურ სივრცეში ჩატარებას.

სანამ უშუალოდ ინსტრუმენტების განხილვაზე გადავიდოდეთ, გვსურს გაგიზიაროთ რამდენიმე რეკომენდაცია ვიდეო-კონფერენციის ნებისმიერი პროგრამის გამოყენებისას:

- მოამზადეთ მშვიდი, მყუდრო ადგილი, საიდანაც ჩაერთვებით შეხვედრაში და შეძლებთ ყურადღების მაქსიმალურ კონცენტრირებას;
- წინასწარ მოამზადეთ საჭირო ფიზიკური და ციფრული მასალა;
- მოიმარაგეთ წყალი / ყავა, რომ შეხვედრის დროს ადარ დაგჭირდეთ ამის გამო აღგომა;

- წინასწარ დახურეთ არასაჭირო პროგრამები კომპიუტერში და გათიშეთ ტელეფონი და სხვა მეორადი მოწყობილობები თქვენი Wi-Fi-დან, რათა ვიდეო-კონფერენციის პროცესი დაბრკოლებების გარეშე წარიმართოს;
- ვიდეო-კონფერენციის დაწყებამდე რამდენიმე წუთით ადრე გაიარ-გამოიარეთ ოთახში, აქტიურად იმოძრავეთ, რათა შემდგომში შეძლოთ შედარებით ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ჯდომა შეხვედრის მიმდინარეობისას;
- ზოგადად, სასურველია, ონლაინ შეხვედრა არ გაგრძელდეს 2 საათზე მეტი დროის განმავლობაში, გადაღლის თავიდან აცილების მიზნით. თუ შეხვედრა 3 საათის განმავლობაში გრძელდება, აუცილებლად მოაწყვეთ შუაში 10 წუთიანი შესვენება.

ZOOM არის ნაწილობრივ უფასო სერვისი, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელია ვიდეო-კონფერენციის ჩატარება მრავალ ადამიანთან ერთდროულად.

ორგანიზაციები იყენებენ Zoom-ს, რათა ჩაატარონ შეხვედრები, სემინარები, ან უბრალოდ მოაწყონ ონლაინ შეკრებები წვეულების ან სხვა რაიმე ღონისძიების სახით.

Zoom-ის კიდევ ერთი უპირატესობა არის ის, რომ შეხვედრაზე დასასწრებად არაა აუცილებელი Zoom-ის ანგარიშის არსებობა, რაც ამარტივებს შეხვედრების სპონტანურად დაგეგმვა-ჩატარებას. თუმცა, Zoom-ით სისტემატურად სარგებლობის შემთხვევაში, რეკომენდებულია ანგარიშის შექმნა, რადგან ამ გზით პროგრამის ყველა ფუნქციის გამოყენების საშუალება გვეძლევა. კიდევ უფრო ფართო შესაძლებლობები, ხანგრძლივი შეხვედრები, სინქრონული თარგმანის არხები და სხვა დამატებითი ფუნქციები ხელმისაწვდომია Zoom-ის ფასიან ვერსიებში.

საჭიროა ორიოდუე სიტყვით ვახსენოთ, თუ რა უნდა ვიცოდეთ **პირადი ინფორმაციის დაცვის შესახებ**, მანამ სანამ ამგვარი პროგრამების აქტიურ გამოყენებას დავიწყებთ.

Zoom-ი იყენებს ინფორმაციის დაცვის მექანიზმს, ე.წ. “end-to-end encryption”-ს რაც იმას ნიშნავს, რომ თავად კომპანია Zoom-ის წარმომადგენლებსაც კი არ ექნებათ თქვენი ზარებისა და ვიდეოების ჩანაწერებთან წვდომა. მიუხედავად ამისა, Zoom აგროვებს ისეთ ძირითად მონაცემებს თქვენს შესახებ, როგორიცაა თქვენი სახელი, ელფოსტის მისამართი, ტელეფონის ნომერი ან ფიზიკური მისამართი. გარდა ამისა, უნდა გვახსოვდეს, რომ ონლაინ შეხვედრებისთვის განკუთვნილი პლატფორმები არ არიან 100%-ით დაცული ხაკერული შეტევებისგან; შესაბამისად, ჩვენ, როგორც ამ პლატფორმების მომხმარებლებს, გარკვეული სიფრთხილე მაინც გვმართებს. მესამე მხარის მიერ შემუშავებული ნებისმიერი აუდიო-ვიდეო საკომუნიკაციო ინსტრუმენტის გამოყენება არ არის მიზანშეწონილი, თუკი საუბრია რაიმე ტიპის სენსიტიური ინფორმაციის გაცვლაზე. თუმცა, აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ რუტინული სამუშაო

პროცესისთვის ეს ფაქტორი დიდ რისკს არ წარმოადგენს და გუნდის წევრებთან თუ უცხოელ პარტნიორებთან საქმიანი ონლაინ შეხვედრების ჩასატარებლად Zoom პლატფორმა შესანიშნავი ინსტრუმენტია.

თუკი შეხვედრაზე დასწრებისთვის რეგისტრაცია არაა აუცილებელი, შეხვედრის შექმნისა და მართვისთვის Zoom-ის ანგარიში შექმნა და რეგისტრაცია აუცილებელი წინაპირობებია. რეგისტრაციის შემდეგ, შეხვედრის შესაქმნელად დააჭირეთ ღილაკს „New Meeting“, რაც ავტომატურად შექმნის და მაშინათვე დაიწყებს ახალ სესიას, თუმცა არ შეშინდეთ, რადგან ამ ეტაპზე შეხვედრის მონაწილე მხოლოდ თქვენ ხართ. აქტიურ სესიაზე მონაწილეების მოსაწვევად, დააჭირეთ ღილაკს „Participants“ და შემდეგ „Invite“. გაიხსნება ფანჯარა, საიდანაც შეძლებთ მოწვევის ბმულის გაგზავნას Gmail-ის ან სხვა ელფოსტის გამოყენებით.

სამომავლო შეხვედრ(ებ)ის დაგეგმვა შესაძლებელია ღილაკით *Schedule*. ღილაკზე დაწკაპუნებისას გამოვა ფანჯარა, რომელშიც უნდა შეიტანოთ რამდენიმე დეტალი (შეხვედრის თემა, დაწყების დრო, ხანგრძლივობა და ა.შ.) და ბოლოს დააჭიროთ ფანჯრის ქვედა ნაწილში ღილაკს *Save*. თუ მონიშნავთ ნიშნულს *Recurring meeting* - თარიღის და დროის ველები ავტომატურად გაუქმდება, და შეხვედრა გახდება განმეორებადი (რეგულარული), რაც იმას ნიშნავს, რომ ის მუდმივად დარჩება თქვენი შეხვედრების განრიგში და საჭიროების შემთხვევაში, სტარტის ღილაკზე მარტივი დაჭერით შეძლებთ შეხვედრის დაწყებას, ხოლო მონაწილეები, თავის მხრივ, შეძლებენ შეხვედრაზე ყოველთვის ერთი და იმავე ბმულის მეშვეობით შემოსვლას.

შეხვედრის დაგეგმვისას ავტომატურად მონიშნულია **უსაფრთხოების დამატებითი ზომები**: პაროლის მოთხოვნა (Passcode) და ასევე „მოსაცდელი ოთახი“ (Waiting Room). პაროლი იმავდროულად ინტეგრირებულია მოსაწვევ ბმულში, ასე რომ თუ მონაწილე მოსაწვევი ბმულით შემოვა, მას არ მოუწევს პაროლის ხელით შეყვანა. მოსაცდელი ოთახის გამოყენება კი ნიშნავს, რომ ვერავინ შემოუერთდება შეხვედრას შეხვედრის ორგანიზატორის (ე.წ. ჰოსტის) წინასწარი დასტურის გარეშე.

ზუმის შეხვედრებს აქვს ვიდეო- ან აუდიო-ჩაწერის შესაძლებლობა. ამ ფუნქციის გამოყენებისას უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ონლაინ თანამშრომლობის ეტიკეტის მიხედვით, შეხვედრის ჩანაწერის წარმოება დასაშვებია მხოლოდ ყველა მონაწილის თანხმობის შემთხვევაში.

Google Meet არის უფასო სერვისი, რომელიც შექმნილია, როგორც ბიზნეს-ტიპის შეხვედრების ხელმისაწვდომი და დაცული ინსტრუმენტი. ის არ გამოირჩევა ისეთი ფუნქციური მრავალფეროვნებით, როგორიც გააჩნია Zoom-ს, თუმცა ერთ-ერთი ქმედითი, უფასო ალტერნატივაა ვიდეო ზარების განხორციელებისთვის, თანაც, Zoom-ისგან განსხვავებით, ქართულენოვანი მხარდაჭერა გააჩნია.

Google Meet-ს არ გააჩნია ცალკე ჩამოსატვირთი პროგრამა და მუშაობს მხოლოდ ინტერნეტ-ბრაუზერში, ბმულზე <https://meet.google.com/> . ყველაზე კარგად თავსებადია Google Chrome, Mozilla Firefox, და Microsoft Edge ბრაუზერებთან; სხვა ბრაუზერის გამოყენების შემთხვევაში, შესაძლოა არასრულყოფილად ან შეცდომებით იმუშაოს. Google Meet შეგვიძლია გამოვიყენოთ ონლაინ შეხვედრებისთვის, თუმცა მას თან ახლავს გარკვეული შეზღუდვები. შეხვედრის მაქსიმალური ხანგრძლივობაა 60 წუთი, ხოლო მონაწილეთა მაქსიმალური რაოდენობა - 100. გარდა ამისა, Google Meet სერვისით სარგებლობისთვის აუცილებელია იქონიოთ გუგლის აქტიური ანგარიში.

როდესაც ვსაუბრობთ ონლაინ შეხვედრების ინსტრუმენტებზე, ხშირად გვესმის **Microsoft Teams**-ის შესახებ. ეს ინსტრუმენტი შექმნილია ადამიანებს შორის ონლაინ რეჟიმში ეფექტური თანამშრომლობის ხელშესაწყობად.

Microsoft Teams-ის უფასო ვერსიით სარგებლობისას წვდომა გვაქვს ონლაინ ჩატის ფუნქციასთან, აუდიო და ვიდეო ზარებთან და გვუძლევს 10GB ონლაინ მეხსიერება ფაილების შესანახად. პროგრამა თავსებადია Microsoft Office-ის ყველა ონლაინ აპლიკაციასთან; ის საშუალებას გვაძლევს 300-მდე პირადი კონტაქტი დავიმატოთ გუნდში და ერთდროულად ვსაუბროთ 250-ს. მისი გამოყენებისათვის საჭიროა Microsoft-ის პირადი ანგარიშის არსებობა, თუმცა, აღსანიშნავია, რომ მაშინაც კი, თუ თქვენ უკვე გაქვთ ანგარიში და ხართ Office 365 ფასიანი სერვისის წევრი, Teams-ის უფასო ვერსია თქვენთვის ავტომატურად ხელმისაწვდომი არ არის.

Microsoft Teams, უპირველეს ყოვლისა, გუნდის მართვის ინსტრუმენტია, ამიტომაც, პროგრამის მთავარი ფანჯრიდანვე შეძლებთ მოიწვიოთ ახალი წევრები, რათა ისინი შემოუერთდნენ თქვენს გუნდს. გუნდის წევრების მოწვევის მომენტიდან, პროგრამა იქცევა გუნდის მართვის სრულფასოვან ინსტრუმენტად. მას გააჩნია უამრავი ფუნქცია, რომელთა დიდი ნაწილიც გუგლის ეკოსისტემის ცალკეული პროგრამების ფუნქციების მსგავსია.