



ევროკავშირი
საქართველოსთვის



unag
საერთაშორისო გაეროს ასოციაცია



სამუშაოსთვის მზაობა

This publication was developed by Center for Change and Conflict Management “Partners-Georgia” within the EU-funded Local Investments in Networks for Knowledge and Skill-share (LINKS) project, implemented by the United Nations Association of Georgia (UNAG) and the Open Society Foundation Georgia.

ეს პუბლიკაცია მომზადდა ცვლილებისა და კონფლიქტის მართვის ცენტრი „პარტნიორები - საქართველოს“ მიერ, პროექტის ცოდნის და უნარების განვითარების ქსელებისა და პლატფორმების გაძლიერება ფარგლებში, რომელსაც ევროკავშირის მხარდაჭერით, საქართველოს გაეროს ასოციაცია და საქართველოს ღია საზოგადოების ფონდი ახორციელებენ.



ევროკავშირი
საქართველოსთვის



unag
საერთაშორისო გაეროს ასოციაცია



This publication has been produced with the assistance of the European Union. Its contents are the sole responsibility of Partners-Georgia and do not necessarily reflect the views of the European Union.

ეს პუბლიკაცია შექმნილია ევროკავშირის მხარდაჭერით. მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელია პარტნიორები - საქართველო და შესაძლოა, რომ იგი არ გამოხატავდეს ევროკავშირის შეხედულებებს.

სარჩევი

წინასიტყვაობა	1
სამუშაოს ძიების პროცესში	2
CURRICULUM VITAE (CV).....	3
სამოტივაციო წერილი.....	9
ბასაუბრება დამსაქმებელთან	12
საკუთარი თავის წარდგენა (თვითპრეზენტაცია).....	15
რა უნდა იცოდეთ საქმიანი გარემოს და ორგანიზაციების შესახებ.....	21
საქმიანი ურთიერთობის ხელოვნება	29
კომუნიკაციის პროცესის მნიშვნელობა და ელემენტები.....	30
რეალობა სუბიექტურია	35
სხეულის ენის მნიშვნელობა კომუნიკაციის პროცესში.....	37
ორი ყური და ერთი პირი.....	42
შეკითხვის დასმის ტექნიკა	50
ასერტიული კომუნიკაცია და “მე“- შეფუძინების ძალა	54
კონსტრუქციული უკუკავშირი.....	60
საკუთარი თავის მართვა	63
რას ნიშნავს საკუთარი თავის მართვა?	64
პრობლემური სიტუაციების მართვა	72
ყველაზე ძვირფასი რესურსი	76
იბრძოლე, ან გაიქეცი	86
მუშაობა გუნდში	97
გუნდი ორგანიზაციაში	98
გუნდის ანატომია.....	100
ხართ თუ არა გუნდური მოთამაშე?	103
სოციალური მედია და საქმიანი ციფრული კომუნიკაცია	106
სოციალური მედია როგორც რესურსი.....	107
საქმიანი კომუნიკაცია: ახალი რეალობა - ახალი წესები	113
წერიტი კომუნიკაციის საფუძვლები	120
წერის პროცესი - ზოგადი წესები	121
ჩანიშნა (მოკლე ჩანაწერების წარმოება).....	125
წერილობითი ანგარიშის მომზადება	130
ელექტრონული ფოსტა	134
საქმიანი წერილი.....	139

წინასწარმეტყველება

ნებისმიერი თანამედროვე ხელმძღვანელი დაგვემოწმება, რომ თანამშრომლის წარმატება ორგანიზაციაში დამოკიდებულია არა მხოლოდ რომელიმე კონკრეტული სპეციალობის ან დარგის ტექნიკურ ცოდნაზე, არამედ იმ სხვადასხვა პიროვნული და სოციალური უნარ-ჩვევების ერთობლიობაზე, რომელიც ყველა ორგანიზაციისა და ყველა სამუშაო ადგილისთვის თანაბრად მნიშვნელოვანია.

სამუშაოსთვის მზაობის, ან როგორც მათ ზოგჯერ მოიხსენიებენ - დასაქმების უნარ-ჩვევები, სამწუხაროდ, არ ისწავლება სკოლებში ან უმაღლეს სასწავლებლებში და უფრო მეტად არაფორმალური გზით, სამუშაო გამოცდილებით, ან შესაბამისი სატრენინგო პროგრამების მეშვეობით მიიღება.

სწორედ ამ აუცილებელი უნარ-ჩვევების გაცნობის და გავარჯიშების, და ახალგაზრდებში სამუშაოსთვის გარკვეული მზაობის შექმნის მიზნით მოვამზადეთ წინამდებარე სახელმძღვანელო.

ვიმედოვნებთ, რომ აქ თავმოყრილი არსებითი ინფორმაცია და მარტივი, პრაქტიკული რჩევები არა მხოლოდ სამუშაოს მაძიებლებს წაადგება, არამედ დაეხმარება აგრეთვე ახალბედა თანამშრომლებს მშვიდად და დაჯერებულად იგრძნონ თავი ახალ გარემოში, მოახერხონ სამუშაო ადგილზე სწრაფად ადაპტირება, შეძლონ კოლეგებთან და ხელმძღვანელობასთან კორექტული საქმიანი ურთიერთობების დამყარება და წარმატებული საქმიანი კარიერის დაწყება.



სამუშაოს ძიების
პროცესში

CURRICULUM VITAE (CV)

Curriculum Vitae (შემოკლებით CV) - ეს არის პიროვნების განათლების და პროფესიული გამოცდილების ისტორია, წარმოდგენილი ლაკონური და ვიზუალურად მიზიდველი, წერილობითი ფორმით. CV-ს ძირითადად სამუშაოს ძიების პროცესში ქმნიან და იყენებენ, რადგან საქართველოში, ისევე როგორც ევროპის უმეტეს ქვეყანაში, გამოცხადებულ ვაკანსიაზე განაცხადის შეტანა, პირველ რიგში, CV-ს მიწოდებით ხდება.

ამერიკის შეერთებულ შტატებში CV ნაკლებად პოპულარულია (ან პოპულარულია უმეტესად სამეცნიერო წრეებში), და უფრო მეტად მიღებულია ე.წ. **რეზიუმე**. მიუხედავად იმისა, რომ CV და რეზიუმე ერთსა და იმავე მიზანს (დასაქმებას) ემსახურება, და ბევრ შემთხვევაში ურთიერთჩანაცვლებადიცაა, პრინციპული განსხვავება ამ ორ დოკუმენტს შორის არის ის, რომ CV - თქვენი განათლების და სამუშაო გამოცდილების სრული ისტორიაა, ხოლო რეზიუმე - უფრო მოკლე, კონკრეტულ ვაკანსიაზე დამიზნებულად შედგენილი, თქვენი კომპეტენციის, უნარ-ჩვევებისა და მიღწევების შეჯამება. CV – უნივერსალური დოკუმენტია, რომელიც ნებისმიერ გამოცხადებულ ვაკანსიაზე უცვლელი სახით შეგიძლიათ შეიტანოთ, ხოლო რეზიუმე ყოველი ახალი ვაკანსიის თავისებურებების გათვალისწინებით კეთდება.

ყველაზე უფრო კომფორტულია CV-ს ერთგვარი **ჰიბრიდული** ფორმის გამოყენება, როდესაც განათლების და პროფესიული გამოცდილების ჩამონათვალს წინ უძღვის პიროვნების ძირითადი კომპეტენციების, უნარ-ჩვევებისა და მთავარი მიღწევების მოკლე, ერთაბზაციანი შეჯამება. ასეთი ტიპის დოკუმენტი უნივერსალურიცაა და იმავდროულად საკმარისად მოქნილი: შეჯამების ნაწილში ყოველთვის შეგიძლიათ აქცენტების ისე გადანაწილება, რომ მაქსიმალურად მიუსადაგოთ თქვენი CV ამა თუ იმ კონკრეტული ვაკანსიის მოთხოვნებს.

რისთვისაა საჭირო CV?

CV-ს მეშვეობით ორგანიზაციის წარმომადგენლები თქვენს შესახებ პირველ შთაბეჭდილებას იქმნიან, ამიტომ ამ დოკუმენტის ჯეროვნად მომზადება მნიშვნელოვანია. CV - თქვენი წერილობითი თვითპრეზენტაციაა; ის, ფაქტობრივად, თქვენი ცოდნის, უნარ-ჩვევების, შესაძლებლობების და გამოცდილების ამსახველი

მარკეტინგული დოკუმენტია, რომლის საბოლოო მიზანია დაარწმუნოს დამსაქმებელი, რომ თქვენთან ნამდვილად ღირს პირისპირ გასაუბრება.

როგორც ზემოთ ვახსენეთ, ერთხელ დაწერილი CV, გარკვეული უმნიშვნელო ცვლილებებით, მრავალჯერადი გამოყენებისაა: მისი მეშვეობით შეძლებთ არაერთხელ (და პარალელურადაც კი) სცადოთ ბუდი სხვადასხვა ორგანიზაციაში. თუმცა, სწორედ ამ უნივერსალობის გამო ზოგიერთი დამსაქმებელი უარს ამბობს CV-ზე და საკუთარ სააპლიკაციო ფორმას იყენებს.

როდის უნდა გამოვიყენოთ CV?

- როდესაც დამსაქმებელი მოითხოვს განაცხადის CV-ს სახით შემოტანას;
- როდესაც დამსაქმებელი გთავაზობთ განაცხადის შემოტანას, თუმცა არ უთითებს მის ფორმატს;
- ჰიპოთეტური განაცხადის შეტანისას (ორგანიზაციას არ გამოუცხადებია ვაკანსია, თუმცა თქვენ მაინც აგზავნით CV-ს იმ იმედით, რომ შესაძლოა გამოუჩნდეთ სათქვენო ადგილი).

საიდან დავიწყოთ?

გახსოვდეთ, რომ თქვენმა CV-იმ ორ მიზანს უნდა მიაღწიოს:

1. ის აუცილებლად უნდა წაიკითხონ და არ გადადონ გვერდზე;
2. CV-ს წაკითხვის შედეგად თქვენ უნდა მიგიწვიონ გასაუბრებაზე (ინტერვიუზე).

იზრუნეთ ადამიანზე, რომელიც წაიკითხავს თქვენს CV-ს და გაუადვილეთ მას ამოცანა. ნუ ეცდებით ჩატიოთ CV-ში რაც შეიძლება მეტი დეტალით დახუნძლული ინფორმაცია: რაოდენობა არ ნიშნავს ხარისხს. მიანიჭეთ უპირატესობა მარტივ, ლოგიკურ, მხოლოდ არსებითი ინფორმაციის შემცველ წყობას, რომელიც ამარტივებს წაკითხვის და ინფორმაციის აღქმის პროცესს. ამას თუ მოახერხებთ - ინტერვიუზე მოხვედრის გაცილებით მეტი შანსი გექნებათ.

გთავაზობთ რამდენიმე რჩევას, რომელიც დაგეხმარებათ ეფექტური CV-ს შექმნაში.

რა არის თქვენი CV-ს მიზანი?

პირველ რიგში გადაწყვიტეთ, რისი თქმა გსურთ CV-ს მეშვეობით. წარმატების მეტი აღბათობისთვის, გირჩევთ გააგზავნოთ კონკრეტულ სამუშაოზე კარგად “დამიზნებული” და არა ზოგადი სახის, ყველა საქმეზე უნივერსალურად

მორგებული CV. ამისთვის არ დაგჭირდებათ დიდი ძალისხმევა - საკმარისია CV-ში სწორი აქცენტების დასმა.

ყურადღებით წაიკითხეთ განცხადება ვაკანსიის შესახებ. მონიშნეთ იქ ჩამოთვლილი საკვანძო მოთხოვნები და ამ მოთხოვნების საფუძველზე გადაწყვიტეთ, თუ რა ინფორმაციას უნდა წამოწიოთ წინ თქვენს CV-ში, როგორც უნდა ჩამოაყალიბოთ თქვენი გამოცდილება და კვალიფიკაცია ისე, რომ რაც შეიძლება კარგად მოერგოთ დამსაქმებლის მოთხოვნებს და წარმოაჩინოთ თქვენი შესატყვისობა გამოცხადებულ ვაკანსიასთან.

როგორც დასაწყისში ვახსენეთ, CV-ს მორგება ადვილია, როდესაც განათლების და გამოცდილების აღწერის წინ გაკეთებული გაქვთ თქვენი ცოდნის და უნარ-ჩვევების მოკლე შეჯამება; აუცილებელი ცვლილებები მხოლოდ ამ ნაწილში უნდა შეიტანოთ, ხოლო განათლების და გამოცდილების ისტორია უცვლელად დატოვოთ.

იმისთვის, რომ არასდროს აგერიოთ ერთმანეთში სხვადასხვა ორგანიზაციებსა თუ ვაკანსიებზე მორგებული CV-ები, თითოეული ასეთი CV შეინახეთ ცალკე ფაილად; ფაილის სახელწოდებაში მიუთითეთ ორგანიზაცია, რომლისთვისაც შექმენით CV და მისი შექმნის ზუსტი თარიღი. ფაილების ასეთი სახით ორგანიზება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, როდესაც სამუშაოს ძიების პროცესში ერთდროულად ბევრ ორგანიზაციაში აგზავნით თქვენს განაცხადებს.

შეარჩიეთ თქვენი CV-ს სტილი

გვერწმუნეთ, რომ არც ერთ დამსაქმებელს არ სურს დროის დახარჯვა თქვენს CV-ში არსებული მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მოძებნასა და ამოცნობაზე, ამიტომ თავად იზრუნეთ იმაზე, რომ CV იყოს ლოგიკურად შედგენილი და სტილისტურად გამართული.

CV-ს ყველაზე გავრცელებული სტილია **ქრონოლოგიური** – რომელშიც თქვენი მონაცემები თარიღის მიხედვითაა დალაგებული; ამასთან, უფრო ახალი მოვლენები ნახსენებია პირველ რიგში (რევერსიული ქრონოლოგია). CV-ების უმეტესობა ასეთ სტანდარტულ ფორმატს მიყვება და ინფორმაციის შემდეგი ბლოკებისგან შედგება:

- პერსონალური მონაცემები (ეცადეთ დაიყვანოთ მინიმუმამდე და მიუთითოთ მხოლოდ თქვენი სახელი, გვარი, ელექტრონული ფოსტა და ტელეფონი);
- მიღებული განათლება;
- ქრონოლოგიურად ჩამოწერილი სამუშაო გამოცდილება;
- სხვა ინტერესების ბლოკი.

ჰიბრიდული სტილის CV-ს შემთხვევაში, რომელზეც ოდნავ ზემოთ უკვე ვისაუბრეთ, ჩამოთვლილ ბლოკებს წინ დაემატება კვალიფიკაციის/ უნარ-ჩვევების მოკლე, ერთაბზაციანი შეჯამება.

იმისთვის, რომ CV ვიზუალურად მიმზიდველი იყოს, შეგიძლიათ გამოიყენოთ სხვადასხვა სტილის შაბლონი (template), რომელიც ხელმისაწვდომია MS Word-ში; შეგიძლიათ აგრეთვე მოიძიოთ დამატებითი შაბლონები ინტერნეტში.

შაბლონის / სტილის შერჩევასას გასათვალისწინებელია, თუ რა სფეროს, რა ინდუსტრიას მიმართავთ. მაგალითად, იურისპრუდენციაში, რომელიც უფრო ტრადიციული სფეროა, ორიგინალურად შედგენილი და გაფორმებული CV-ით დადებით შთაბეჭდილებას ვერ მოახდენთ, მაშინ როდესაც კრეატივზე ორიენტირებულ ორგანიზაციებში შესაძლოა ასეთი CV უფრო მოეწონოთ. თუმცა, არაა გამორიცხული, ზედმეტმა განსხვავებულობამ და ორიგინალობამ ზოგიერთი მაინც გააღიზიანოს, ამიტომ ყველაზე უსაფრთხო მიდგომაა სადა და საქმიანი CV, რომელშიც ნებისმიერი დამსაქმებელი იოლად და სწრაფად შეძლებს თქვენი გამოცდილების და უნარ-ჩვევების ამოკითხვას – მათთვის ძირითადად მხოლოდ ესაა მნიშვნელოვანი.

CV-ს შედგენისას გამოიყენეთ ე.წ. „ბულეტები“, რადგან ადამიანის ტვინს მოსწონს სტრუქტურირებული ჩამონათვალი, მოკლე სიები. გრძელი ტექსტების ნაცვლად, ამ ფორმით წარმოდგენილი CV უფრო იოლად, ნაკლები ძალისხმევით იკითხება და აღიქმება, რადგან „ბულეტების“ მეშვეობით ინფორმაცია მარტივ, ლოგიკურ ნაწილებად იყოფა და მიეწოდება მკითხველს. ოღონდ, აქაც ზომიერებაა საჭირო: ნუ ააჭრელებთ CV-ს „ბულეტებით“, რომლებიც კარგია ჩამონათვალისთვის, თუმცა შინაარსობრივი თვალსაზრისით შეზღუდულია და არ გამოდგება იქ, სადაც საჭიროა ინფორმაციის ოდნავ უფრო ღრმად გაშლა.

ის, თუ რა სტილს და დიზაინს შეარჩევთ CV-სთვის, საბოლოო ჯამში თქვენი გადასაწყვეტია; მთავარია თანმიმდევრულად დაიცავით სტილი და გამოიჩინეთ ზომიერება - არ გადატვირთოთ და ზედმეტად არ ააჭრელოთ CV დეკორატიული შრიფტებით ან ფერებით.

რამხელა უნდა იყოს CV?

ჩვეულებრივად, უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულის CV არ უნდა აღემატებოდეს A4 ფორმატის ორ გვერდს. არავის სცალია ზედმეტად გრძელი CV-ის წასაკითხად, ამიტომ შეიტანეთ CV-ში მხოლოდ ის ინფორმაცია, რომელიც საჭიროა დამსაქმებლის ყურადღების მისაქცევად. გადახედეთ შერჩევის კრიტერიუმებს, რომლებიც მითითებულია დამსაქმებლის მიერ და მაქსიმალურად შეუსადაგეთ მათ თქვენი უნარ-ჩვევები. დარწმუნდით აგრეთვე, რომ დამსაქმებლის მიერ მითითებული მინიმალური მოთხოვნები (განათლება, დიპლომი, ხარისხი და ა.შ.) დაკმაყოფილებულია და ერთი შეხედვითვე კარგად ჩანს თქვენს CV-ში.

ყოველთვის მიაქციეთ ყურადღება დამატებით მოთხოვნებს, რომლებსაც აყენებს დამსაქმებელი. თუ, მაგალითად, მას სურს ერთგვერდიანი CV-ს მიღება – აუცილებლად შეამოკლეთ CV ერთ გვერდამდე. როგორც წესი, CV-სთან ერთად ფოტოსურათის მიწოდება საჭირო არაა, თუმცა ზოგიერთ შემთხვევაში შესაძლოა ასეთი მოთხოვნაც არსებობდეს.

რჩევები CV-ს ვიზუალურ მხარესთან დაკავშირებით:

- CV იბეჭდება ცალ გვერდზე – არასდროს დაბეჭდოთ ის ორმხრივად;
- თუ თქვენს სახელს და გვარს ქვედა კოლონტიტულში (ე.წ. „ფუტერში“) მიუთითებთ, თქვენი ვინაობა CV-ს ყველა გვერდზე დაფიქსირდება;
- აკრეფისას გამოიყენეთ სადა შრიფტები, რომლებიც უკეთესად იკითხება;
- სათაურების და ქვესათაურების გამოსაყოფად გაზარდეთ შრიფტის ზომა, ან გამოიყენეთ **bold**-ით და *italic*-ით ფორმატირება;
- დაიცავით მინდვრები – ნუ გადატვირთავთ გვერდს ტექსტით;
- დაიცავით ერთნახევრიანი ინტერვალი სტრიქონებს შორის, განსაკუთრებით ქართულენოვანი CV-ს აკრეფისას;
- CV-ს შენახვა შეიძლება MS Word (*.doc; *.docx) ფაილის და Adobe Acrobat (*.PDF) ფაილის სახით. მეორე ვარიანტი (*.PDF ფაილი) კარგია იმით, რომ გამორიცხავს თქვენს მიერ გამოყენებული ფორმატირების / დიზაინის დამახინჯებას მიმღები მხარის კომპიუტერში (მაგალითად, დოკუმენტში გამოყენებული შრიფტების არარსებობის, ან Word-ის ვერსიების შეუთავსებლობის გამო). თუ დამსაქმებელს არა აქვს დაზუსტებული, რა ტიპის ფაილით ურჩევნია თქვენი CV-ს მიღება, ყოველთვის მიანიჭეთ უპირატესობა PDF ფორმატს.

რჩევები CV-ს შინაარსობრივ მხარესთან დაკავშირებით:

- **ლაკონიურობა.** არავის სჭირდება თქვენი განათლების, კარიერის, გამოცდილების დეტალური და ამომწურავი ჩამონათვალი. ნუ შეიტანთ CV-ში თითოეულ ჩაბარებულ გამოცდას, თითოეულ აქტივობას, რომელშიც მიგიღიათ მონაწილეობა – ჩაწერეთ მხოლოდ ყველაზე უფრო შთამბეჭდავი და ვაკანსიის შესატყვისი. საუკეთესო CV – სიტყვაძუნწია; იგი ატყობინებს მკითხველს უმნიშვნელოვანეს დეტალებს და ინფორმაციის გარკვეულ ნაწილს პირისპირ გასაუბრებისთვისაც იტოვებს. საქმიანი კომუნიკაცია ზოგადად ასეთია – მოკლე და საკითხის საკვანძო დეტალებზე ორიენტირებული;

შესაბამისად, თქვენი CV-ც ასეთი შინაარსისკენ უნდა ისწრაფოდეს. მოკლე და ამავდროულად სრულყოფილი CV-ს შედგენა არც ისე იოლი ამოცანაა; როგორც მარკ ტვენმა თქვა – “მეტი დრო რომ მექონოდა, უფრო მოკლე წერილს დავწერდიო”.

- **გულწრფელობა.** არასოდეს მიაწოდოთ დამსაქმებელს არასწორი ან დამაბნეველი ინფორმაცია. CV არაა იურიდიული ძალის მქონე დოკუმენტი და ფორმალურად ვერავინ მოგთხოვთ პასუხს არაკორექტული ინფორმაციის მიწოდების გამო, მაგრამ თუ დამსაქმებელმა გამოგიჭირათ თუნდაც უმნიშვნელო ტყუილზე – ავტომატურად ამოიშლებით კანდიდატების სიიდან. CV-სგან განსხვავებით, დამსაქმებლის მიერ შემუშავებული განაცხადის ფორმა, რომელსაც აწერთ ხელს, რათა დაადასტუროთ, რომ თქვენს მიერ მიწოდებული ინფორმაცია შეესაბამება სიმართლეს, ნამდვილად წარმოადგენს იურიდიულ დოკუმენტს და თქვენი დასაქმების შემთხვევაში თქვენი სამუშაო ხელშეკრულების ნაწილი გახდება.
- **მართლწერა** – გადაამოწმეთ CV, რომ არ გაგეპაროთ გრამატიკული შეცდომები. გაგზავნისას დარწმუნდით, რომ სწორად დაწერეთ ორგანიზაციის დასახელება და/ან საკონტაქტო პირის სახელი, რომელთანაც შეგაქვთ განაცხადი.
- არ დაგავიწყდეთ საკუთარი **საკონტაქტო მონაცემების** (ელფოსტის და ტელეფონის) მითითება.

სამოტივაციო წერილი

როგორც წესი, CV-სთან ერთად ბევრი დამსაქმებელი ითხოვს სამოტივაციო წერილსაც. მიუხედავად იმისა, რომ ჩვეულებრივ მისი მოცულობა ერთ გვერდს არ აღემატება, სამოტივაციო წერილი – კიდევ ერთი მშვენიერი საშუალებაა თქვენი უნარ-ჩვევების და ენთუზიაზმის წარმოსაჩენად. კარგად დაწერილი სამოტივაციო წერილი მომგებიანად განასხვავებს თქვენს განაცხადს სხვა კანდიდატების განაცხადებისგან.

რა უნდა გავითვალისწინოთ სამოტივაციო წერილის შედგენისას?

1. შესავალი ნაწილი

წერილის შესავალ ნაწილში (პირველ პარაგრაფში) საჭიროა ძალიან მოკლედ განმარტოთ, თუ რომელ ვაკანსიაზე შეგაქვთ განაცხადი, საიდან შეიტყვეთ მის შესახებ და რატომ გადაწყვიტეთ განაცხადის შეტანა. თუ გამოცხადებულ ვაკანსიას თავისი ნომერი აქვს, აუცილებლად მიუთითეთ ეს ნომერი.

სამოტივაციო წერილში ყოველთვის სჯობს, რომ კონკრეტულ საკონტაქტო პირს მიმართოთ. თუ ვაკანსიის შესახებ განცხადებაში არ იყო მითითებული საკონტაქტო პირი, დარეკეთ ორგანიზაციაში და გაარკვიეთ, ვინაა ის პირი, ვისაც უნდა მიმართოთ განაცხადის წერისას.

2. რატომ თქვენ?

შემდეგი პარაგრაფი დაუთმეთ საკუთარ თავს და მოკლედ დაუსაბუთეთ პოტენციურ დამსაქმებელს, თუ რატომ ხართ საუკეთესო კანდიდატურა ვაკანტური ადგილის დასაკავებლად. სამუშაოს აღწერილობაზე დაყრდნობით მოკლედ ჩამოაყალიბეთ, რა უნარ-ჩვევები, ცოდნა და შესაძლებლობები გაგაჩნიათ, რომელიც დაგეხმარებათ აღწერილობაში მოცემული ამოცანების წარმატებით შესრულებაში; სურვილისამებრ შეგიძლიათ აქვე მოიყვანოთ შესაბამისი მაგალით(ებ)ი თქვენი სამუშაო გამოცდილებიდან.

იმ შემთხვევაში, თუ სასწავლებელი ახლახან დაამთავრეთ და ჯერ არ გაქვთ გამოცხადებული პოზიციის შესაბამისი სამუშაო გამოცდილება, ნუ დაიხევთ უკან. აღწერეთ თქვენი რეალური გამოცდილება და შეეცადეთ აჩვენოთ, როგორ ებმის ის სამუშაოს მოთხოვნებს. ეს შეიძლება იყოს რაიმე დროებით სამუშაოზე მიღებული

გამოცდილება, აკადემიური (პედაგოგიური) საქმიანობის გამოცდილება, მონალისეობრივ საქმიანობაში მონაწილეობა და ა.შ. ამ ტიპის საქმიანობებში მიღებული გამოცდილებით სავსებით შესაძლებელია აჩვენოთ, როგორ იყენებდით ისეთ უნარ-ჩვევებს, როგორებიცაა კომუნიკაცია, გუნდური მუშაობა, პრობლემების მოგვარება, დროის მართვა და ა.შ.

ეცადეთ არ მოახდინოთ CV-ში მოყვანილი ინფორმაციის პირდაპირი სახით კოპირება სამოტივაციო წერილში. მოიშველიეთ პერიფრაზირება და უფრო გავრცობილად ისაუბრეთ იმ უნარ-ჩვევებსა და მიღწევებზე, რომლებიც, თქვენი აზრით, უფრო მეტ შესაბამისობაშია სავარაუდო პოზიციასთან.

3. რატომ ეს ორგანიზაცია?

სამოტივაციო წერილში უნდა ახსენოთ, თუ რატომ ხართ დაინტერესებული ამ კონკრეტული სამსახურითა და ორგანიზაციით. ამით წერილი კონკრეტულ მიმართულებას იძენს და აჩვენებს პოტენციურ დამსაქმებელს, რომ სწორედ მის ორგანიზაციაში გამოცხადებულ ვაკანსიაზე გაინტერესებთ მუშაობა, და ეს არ არის ინტერნეტში ნაპოვნი განცხადებების საპასუხოდ, ჯგუფურად დაგზავნილი სტანდარტული წერილი. კარგად გადაიკითხეთ გამოცხადებული ვაკანსიის აღწერა და მოიძიეთ ინფორმაცია ორგანიზაციის შესახებ. ეს დაგეხმარებათ უკეთ ჩამოაყალიბოთ, რა გიზიდავთ გამოცხადებულ ვაკანსიაში ყველაზე მეტად და რატომ ხართ დაინტერესებული ამ სამუშაოს მიღებაში.

წერისას ეცადეთ გააკეთოთ აქცენტი საქმიანობაზე, რომელსაც ეწევა ორგანიზაცია და თავი აარიდოთ ზოგადი სახის კომპლიმენტებს (“თქვენი ორგანიზაცია პრესტიჟული და სწრაფად მზარდია” და ა.შ.).

4. დასკვნითი ნაწილი

სამოტივაციო წერილის დასკვნით ნაწილში კიდევ ერთხელ გაუსვით ხაზი თქვენს შესაბამისობას გამოცხადებულ ვაკანსიასთან და გამოხატეთ თქვენი ენთუზიაზმი შესაძლო თანამშრომლობასთან დაკავშირებით. დაწერეთ, რომ ელით მათგან პასუხს და საჭიროების შემთხვევაში მზად ხართ მიაწოდოთ ნებისმიერი დამატებითი ინფორმაცია.

სამოტივაციო წერილს აუცილებლად სჭირდება ფორმალური დასრულება. ქართულ ენაში სამოტივაციო წერილის ყველაზე უფრო შესატყვის დასრულებად ჟღერს “პატივისცემით”, თუმცა ზოგიერთ შემთხვევაში დასაშვებია აგრეთვე გამოიყენოთ “საუკეთესო სურვილებით” ან “კეთილი სურვილებით” და ქვეშ მიაწეროთ სახელი და გვარი. თუ წერილს ჩვეულებრივი ფოსტით აგზავნით, ან ამოებჭდილი სახით აბარებთ, არ დაგავიწყდეთ მასზე ხელის მოწერა. თუ სამოტივაციო წერილი ელექტრონულად იგზავნება, ხელმოწერა საჭირო აღარაა.

5. როდის უნდა დაიწეროს სამოტივაციო წერილი

სამოტივაციო წერილის მიწოდება ყოველთვის კარგი იდეაა. იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც დამსაქმებელი მას არ ითხოვს და ითხოვს მხოლოდ CV-ს, დაურთეთ მას

სამოტივაციო წერილის თუნდაც მოკლე ვარიანტი (რომელსაც ინგლისურენოვან საქმიან ლიტერატურაში ხშირად მოიხსენიებენ როგორც cover letter).

თუ განაცხადს ელექტრონული ფორმით აგზავნით, სამოტივაციო წერილის გაგზავნის ორი ვარიანტი არსებობს:

- დაურთეთ ელექტრონულ წერილს CV-სთან ერთად (დანართის სახით); ამ შემთხვევაში უშუალოდ ელექტრონულ წერილში მოკლედ მიუთითეთ, რომ ყველა შესაბამისი დოკუმენტი მიბმულია წერილზე დანართების სახით;
- ჩაწერეთ (ჩასვით) სამოტივაციო წერილი პირდაპირ ელექტრონულ წერილში და მიაბით მას დანართის სახით თქვენი CV. ამ შემთხვევაში, სამოტივაციო წერილის ბოლოში მითითებული, თქვენი სახელის და გვარის ქვეშ შეგიძლიათ მიუთითოთ ასევე თქვენი საკონტაქტო მონაცემებიც.

არის შემთხვევები, როდესაც დამსაქმებელი CV-ს ატვირთვას ონლაინ სააპლიკაციო ფორმის შევსებასთან ერთად ითხოვს (როგორც წესი, ონლაინ აპლიკაციაში ამისთვის გათვალისწინებულია ერთი ფაილის მიბმის საშუალება). ასეთი მოთხოვნის პირობებში სამოტივაციო წერილს ფიზიკურად ვეღარ გაგზავნით და მასზე უარის თქმა მოგიწევთ; ყველა დანარჩენ შემთხვევაში ნუ უგულებელყოფთ სამოტივაციო წერილს და ნურასდროს გაგზავნით მხოლოდ CV-ს მოკლე მინაწერით “თანდართულად გთხოვთ იხილოთ ჩემი CV” – ასეთი ფორმით გაგზავნილი განაცხადი იმთავითვე წამგებიანია.

6. რამდენიმე ტექნიკური რჩევა

- ყოველთვის შეამოწმეთ თქვენი წერილი და ეცადეთ არ გაგეპაროთ გრამატიკული შეცდომები;
- გაითვალისწინეთ დოკუმენტების ფორმატი (შრიფტი, შრიფტის ზომა, მინდვრები, პარაგრაფები, სტრიქონებს შორის მანძილი და ა.შ.) – ეცადეთ CV და სამოტივაციო წერილიც გამოიყურებოდეს პროფესიულად, მიმზიდველად და კარგ შთაბეჭდილებას ახდენდეს მკითხველზე; წერილი კომუნიკაციის უნარ-ჩვევები ძალიან მნიშვნელოვანია ნებისმიერი თანამდებობის დაკავებისას, ამიტომ ეჭვიც არ შეგეპაროთ, რომ დამსაქმებელი ამ ყველაფერს ძალიან დიდ ყურადღებას მიაქცევს.
- თანდართულ ფაილებს ყოველთვის აზრიანი სახელი მიანიჭეთ, რომელშიც, მაგალითად, ფიგურირებს თქვენი სახელი, გვარი და ფაილის შიგთავსის აღმნიშვნელი საკვანძო სიტყვები, მაგალითად: Tinatin_Chelidze_cover letter.doc; TinatinChelidze_CV.doc;
- ეცადეთ, ელექტრონული წერილის თემაც (ე.წ. subject line) საქმიანად გამოიყურებოდეს; ყველაზე კარგი გამოსავალია ჩაწეროთ მასში გამოცხადებული ვაკანსიის სახელწოდება ან ნომერი. ზოგიერთი დამსაქმებელი თავად იძლევა მითითებას, თუ რა უნდა ჩაიწეროს წერილის თემაში.

მასაუბრება დამსაქმებელთან

დამსაქმებელთა უმრავლესობას სურს პირადად გაესაუბრონ ადამიანებს მანამ, სანამ აიყვანენ მათ სამსახურში. ამიტომ, თუ თქვენი განაცხადის განხილვის შემდეგ დაგირეკეს და დაგპატიჟეს გასაუბრებაზე (მას ასევე ხშირად მოიხსენიებენ, როგორც “ინტერვიუს”), ნუ აღელდებით და ნუ შეშინდებით - გამოყავით საკმარისი დრო მოსამზადებლად, გაითვალისწინეთ ჩვენი რჩევები და საუკეთესო შთაბეჭდილება მოახდინეთ თქვენს პოტენციურ დამსაქმებელზე.

პირველ რიგში გავიაზროთ, რას ემსახურება გასაუბრება, რა ინფორმაციის მიღება სურს დამსაქმებელს თქვენგან?

გასაუბრებისას ორგანიზაციის წარმომადგენლები (უფრო ხშირად ადამიანური რესურსების მართვის განყოფილების¹ თანამშრომლები და / ან თქვენი პოტენციური უშუალო ხელმძღვანელი) შეეცდებიან შეაფასონ:

- რამდენად შეეწყობით გუნდს;
- რამდენად შეეწყობით ხელმძღვანელობას;
- რამდენად მოტივირებული ხართ წარმატებისათვის;
- გაქვთ თუ არა გაცნობიერებული საკუთარი ძლიერი და სუსტი მხარეები;
- შექმნილი გაქვთ თუ არა სწორი წარმოდგენა ახალი სამუშაო ადგილის მოთხოვნების შესახებ;
- შეესაბამება თუ არა მუშაობის თქვენი სტილი ახალ ორგანიზაციას და ორგანიზაციის კულტურას, და ა.შ.

ორგანიზაციის ხელმძღვანელობას სურს, რომ გასაუბრების შედეგად დარჩეს რაც შეიძლება სრული სურათი თქვენს შესახებ. თქვენ ვერ განაწყობთ მათ თქვენს სასარგებლოდ, თუ გასაუბრებისას ხაზს გაუსვამთ მხოლოდ საქმიან, ან მხოლოდ პიროვნულ მხარეებს; თქვენი ამოცანაა, ორგანიზაციის წარმომადგენლებმა რაც შეიძლება ნათლად დაინახონ, რომ მათ წინაშეა არა მხოლოდ საქმის მცოდნე პროფესიონალი, არამედ ადამიანი, რომელიც საუკეთესოდ შეესაბამება ორგანიზაციის სამუშაო პროცესსა და კლიმატს.

¹ ადამიანური რესურსების მართვის განყოფილება - იგივე, რაც HR განყოფილება და / ან საკადრო განყოფილება

ამიტომაც დიდი მნიშვნელობა აქვს გასაუბრებისათვის მომზადებას. როდესაც იცით, თუ რას მოელიან თქვენგან და რას ელით თქვენ, შესაძლებელი ხდება სწორი არგუმენტების მოგროვება.

რა ხდება გასაუბრების დროს?

მოკლედ მიმოვიხილოთ გასაუბრების ზოგადი სქემა, ხოლო შემდეგ უფრო დეტალურად შევჩერდეთ თვითპრეზენტაციასა და გასაუბრების რამდენიმე სხვა მნიშვნელოვან ასპექტზე.

სტანდარტული გასაუბრება გრძელდება 45-90 წუთის განმავლობაში.

ინტერვიუები: წესით და რიგით, როდესაც ორგანიზაცია გიწვევთ გასაუბრებაზე, ოფიციალურ წერილში უთითებენ, ვინ დაესწრება ორგანიზაციის მხრიდან თქვენს გასაუბრებას. უფრო ხშირად, გასაუბრებაში 3-5 ადამიანი მონაწილეობს, იმისთვის, რომ გამოირიცხოს რაიმე პიროვნული მიკერძოება, ასე რომ არ უნდა გაგიკვირდეთ, თუკი გასაუბრებაზე მისულს ხალხით სავსე ოთახი დაგხვდებათ. როგორც წესი, ერთ-ერთია გასაუბრების წამყვანი, და უმეტესწილად ის დასვამს შეკითხვებს, ხოლო სხვები პერიოდულად ჩაერთვებიან დამატებითი ან დამაზუსტებელი შეკითხვებით. გასაუბრების წამყვანმა უნდა წარადგინოს ყველა, ვინც მონაწილეობს გასაუბრებაში და ახსნას მათი როლი. შედარებით მცირე ზომის ორგანიზაციებში შესაძლოა მხოლოდ ერთი ან მაქსიმუმ ორი ინტერვიუერი ატარებდეს გასაუბრებას.

წარდგენა ინტერვიუებისგან: ინტერვიუებებს ხშირად მოსწონთ გასაუბრების დაწყება უფრო მარტივი, “ყინულის გასაღობი” კითხვებით, მაგალითად „ხომ არ გაგიჭირდათ ორგანიზაციის მოგება?“, „როგორ მოგეწონათ ჩვენი ოფისი“, და ა.შ. ეს იმისათვის კეთდება, რომ პირველი ნერვიულობა და უხერხულობა მოხსნან და კეთილგანწყობის გარემო შექმნან. ამას მოჰყვება ორგანიზაციის წარდგენა – თქვენ მოგაწვდიან ინფორმაციას ორგანიზაციის მთავარი მიზნების, მისი საქმიანობის მთავარი მიმართულების შესახებ, ხოლო ბოლოს მოგიყვებიან ვაკანტური ადგილის შესახებ და უფრო ვრცლად განმარტავენ მასთან დაკავშირებულ სამუშაო მოთხოვნებს. ამის შემდეგ დადგება თქვენი მოკლე **თვითპრეზენტაციის** დრო, რომელზეც უფრო დეტალურად ოდნავ მოგვიანებით ვისაუბრებთ.

დეტალური შეკითხვების ბლოკი: თვითპრეზენტაციის შემდეგ ინტერვიუები დაგისვამენ შეკითხვებს, რომლებიც უშუალოდ ეხება თქვენს კომპეტენციას - ცოდნას და უნარ-ჩვევებს. შესაძლოა ინტერვიუებმა გთხოვონ თქვენი წინა სამუშაო გამოცდილებიდან კონკრეტული მაგალითების მოყვანა. თუ ინტერვიუებმა იციან, რომ თქვენ არ გაქვთ ამ სფეროში გამოცდილება, მათ შესაძლოა შემოგთავაზონ რამდენიმე ჰიპოთეზური პრობლემური სიტუაცია და გკითხონ, როგორც მოიქცეოდით ასეთ სიტუაციაში. ერთი რამ უნდა გახსოვდეთ: ჩვეულებრივ, ინტერვიუები არ ცდილობენ თქვენს “გამოჭერას” ან რაიმეში “ჩაჭერას”, ამიტომ

თუ ვერ გაიგეთ მათი შეკითხვა - არ მოგერიდოთ და თქვით, რომ ვერ გაიგეთ: სთხოვეთ მათ გაიმეორონ, ან დამატებით განმარტონ / განავრცონ ნათქვამი.

როდესაც გასაუბრებას ინტერვიურთა ჯგუფთან გადინხართ, გაითვალისწინეთ ერთი მარტივი, თუმცა მნიშვნელოვანი წესი: *კონკრეტულ შეკითხვაზე პასუხის გაცემის დროს ყოველთვის მიმართეთ იმ ადამიანს, რომელმაც დასვა შეკითხვა*. თუ ამასობაში რომელიმე სხვა პიროვნებაც ჩაერთვება და დასვამს საკუთარ კითხვას, ანალოგიურად, პასუხის დროს მიმართეთ სახელდობრ მას და არა ზოგადად ჯგუფს.

თქვენი შეკითხვები ინტერვიურებს: გასაუბრების ბოლოს ინტერვიურები სავარაუდოდ შემოგთავაზებენ, რომ თქვენც დასვათ შეკითხვები, თუ ამის სურვილი გაქვთ. ამის სურვილი აუცილებლად უნდა გამოიჩინოთ, რადგან ადამიანი, რომელსაც არ გააჩნია არავითარი კითხვა მის პოტენციურ დამსაქმებლებთან, ძალიან არასახარბიელო შთაბეჭდილებას ტოვებს.

შეგიძლიათ დაიწყოთ იმით, რომ დასვათ რამდენიმე შეკითხვა ორგანიზაციის ან კონკრეტული პოზიციით გათვალისწინებული მოვალეობების შესახებ, თუმცა, თუ ორგანიზაციის შესახებ კითხვები არ გაქვთ (რადგან, მაგალითად, ინტერვიუს დასაწყისში ორგანიზაციის წარმომადგენლებმა ამომწურავი ინფორმაცია მოგაწოდეს), სჯობს ასეც განმარტოთ და სხვა კითხვებზე გადახვიდეთ.

შეგიძლიათ აგრეთვე ჰკითხოთ ინტერვიურებს, ხომ არ ფიქრობენ, რომ თქვენ ვერ გაეცით სრული / ნათელი პასუხი რომელიმე მათ შეკითხვას. შესაძლოა, ამით მოიპოვოთ მეორე შანსი და უკეთესად ისაუბროთ ისეთ საკითხებზე, რომლებზეც გასაუბრების პირველ ნაწილში ნერვიულობის გამო, ვერ შეძელით ჯეროვანი პასუხის გაცემა.

არ გირჩევთ იკითხოთ: “გულახდილად მითხარით, როგორია ჩემი შანსი?”, რადგან პასუხს მაინც ვერ მიიღებთ. სამსახურში აყვანის შესახებ გადაწყვეტილებას მიიღებენ მას შემდეგ, რაც ყველა პოტენციურ კანდიდატს გაესაუბრებიან და შეაფასებენ / შეადარებენ მათ სუსტ და ძლიერ მხარეებს. უმჯობესია იკითხოთ, *როდის გაცნობებენ საბოლოო გადაწყვეტილებას* და ვინ არის ის პირი, რომლისგანაც შეიძლება შერჩევის პროცესის მიმდინარეობის შესახებ ინფორმაციის მიღება. შეგიძლიათ ასევე დააზუსტოთ, ხომ არ არის მოსალოდნელი დამატებითი შესარჩევი რაუნდის ჩატარება.

დამშვიდობების წინ, გადაუხადეთ მადლობა ორგანიზაციის წარმომადგენლებს გასაუბრებაზე მოწვევის გამო, უთხარით, რომ სასიამოვნო იყო მათთან შეხვედრა და საუბარი და ახსენეთ, რომ ახლა კიდევ უფრო მეტად გსურთ ამ ორგანიზაციაში მუშაობა. გაუდიმეთ, შეინარჩუნეთ მხედველობითი კონტაქტი და ჩამოართვით ხელი, თუ ამას სიტუაცია მოითხოვს. ბოლო შთაბეჭდილება, რომელსაც ინტერვიურებს დაუტოვებთ, მხოლოდ დადებითი უნდა იყოს.

საკუთარი თავის წარდგენა (თვითპრეზენტაცია)

თუ გსურთ დაარწმუნოთ დამსაქმებელი, რომ საუკეთესო კანდიდატი ხართ ამა თუ იმ პოზიციისათვის, თქვენი საქმიანი და პიროვნული უნარები ისე უნდა წარადგინოთ, რომ სხვა კანდიდატების ფონზე მომგებიანად წარმოჩნდეთ. უნდა გახსოვდეთ, რომ სამსახურში აიყვანენ არა იმას, ვინც სამუშაო მოთხოვნებს ყველაზე უკეთ შეასრულებს, არამედ იმას, ვინც სამსახურში აყვანის პროცედურის დროს ყველაზე უფრო დამაჯერებლად წარადგენს საკუთარ თავს. ამასთან ერთად არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ნებისმიერი გასაუბრება ორმხრივი პროცესია. ისევე, როგორც ორგანიზაციის მიზანია გაარკვიოს, სურს თუ არა მას თქვენთან თანამშრომლობა, თქვენი მიზანია გაარკვიოთ, გსურთ თუ არა ამ ორგანიზაციასთან თანამშრომლობა.

ორგანიზაციის მოლოდინები კანდიდატთან მიმართებაში

ბევრი ფიქრობს, რომ პრეზენტაციის დროს მხოლოდ საქმიან თვისებებსა და უნარ-ჩვევებზე უნდა გაამახვილოს ყურადღება, ხოლო პიროვნული გამოტოვოს, მაგრამ ეს შეცდომაა. პიროვნული უნარების დამაჯერებელი წარდგენა ისევე მნიშვნელოვანია, როგორც საქმიანის.

თუ თქვენთვის ცნობილია, რა კონკრეტული მოთხოვნები / მოლოდინები გააჩნია ორგანიზაციას პოტენციური თანამშრომლის მიმართ, თვითპრეზენტაციის დროს გაამახვილეთ ყურადღება ამ მოთხოვნებსა და მოლოდინებზე და დაასაბუთეთ, რომ შეგიძლიათ მათი შესრულება.

ორგანიზაციის მოთხოვნები პრეტენდენტების მიმართ შეიძლება ორ ჯგუფად დაიყოს: პროფესიული ცოდნა და პიროვნული უნარები.

კლასიკური მოთხოვნები: პროფესიული ცოდნა და უნარ-ჩვევები

რა არის ის პროფესიული უნარ-ჩვევები, რომლებიც ესაჭიროება თქვენს პოტენციურ დამსაქმებელს? პროფესიულ უნარ-ჩვევებში, რაღა თქმა უნდა, იგულისხმება პირველ რიგში უშუალოდ იმ სფეროში არსებული კომპეტენცია, რომელშიც გსურთ დასაქმება; სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, საუბარია იმ ცოდნაზე, რომელიც სკოლაში, პროფესიულ სასწავლებელში, უნივერსიტეტში, ან სადმე მუშაობის

პროცესში შეიძინეთ და გაიდრმავეთ. პროფესიულ ცოდნასთან ერთად ხშირად მოიაზრებენ ტექნიკურ უნარ-ჩვევებსაც, რაშიც იგულისხმება გარკვეული უცხო ენების, კომპიუტერული პროგრამების, და სხვა რაიმე ტექნიკური უნარების (მაგალითად, ავტომობილის მართვის) ფლობა. პროფესიული ცოდნის და უნარ-ჩვევების შესახებ ინფორმაცია, როგორც წესი, მეტ-ნაკლებად სრულადაა ჩამოყალიბებული თქვენს CV-ში, თუმცა გასაუბრების დროს მაინც მოგიწევთ რამდენიმე დამატებით / დამაზუსტებელ კითხვაზე პასუხის გაცემა. თქვენი პროფესიული უნარ-ჩვევების შესამოწმებლად, ჯერ კიდევ გასაუბრებამდე შესაძლოა მოგიწიოთ დამატებითი ეტაპის - ტესტირების გავლა (მაგალითად, თუ თქვენი პოტენციური სამსახური თარჯიმნობაა, აუცილებლად მოგთხოვენ სატესტო თარგმანის განხორციელებას; პროგრამისტის პოზიციისთვის შესაძლოა მოგიწიოთ სატესტო პროგრამული კოდის დაწერა და ა.შ.); ხოლო უშუალოდ გასაუბრების პროცესში მეტი აქცენტი სწორედ რომ პიროვნულ უნარებზე გაკეთდება.

თანამედროვე მოთხოვნები: პიროვნული უნარები

რა არის ის პიროვნული უნარები, რომლებიც გამოგადგებათ სამუშაო პროცესში? თუ გადახედავთ განცხადებებს სხვადასხვა სამუშაო ვაკანსიების შესახებ, ხშირად გადააწყდებით ისეთ სიტყვებს, როგორიცაა გუნდური მუშაობის, პრობლემების გადაჭრის, თვითმოტივაციის, ლიდერობის უნარები და სხვა.

ქვემოთ მოკლედ აღვწერეთ რამდენიმე საკვანძო პიროვნული უნარი, რომელიც განსაკუთრებით მოთხოვნილია დღევანდელ შრომის ბაზარზე; გაითვალისწინეთ ისინი როგორც პოტენციურ დამსაქმებელთან გასაუბრების მომზადების პროცესში, ასევე CV-ს შექმნის დროს.

1. **პროფესიონალიზმი** - პასუხისმგებელი და სამართლიანი მიდგომა სამსახურებრივ ურთიერთობებსა და საქმიანობაში. პროფესიონალიზმი განიხილება როგორც თავდაჯერებულობის და მოწიფულობის ნიშანი.
2. **პატიოსნება და წესიერება** - ორგანიზაციული ინტრიგების და სკანდალების თავიდან აცილების მიზნით, დამსაქმებლები სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას ანიჭებენ ისეთ პიროვნულ თვისებას, როგორიცაა პატიოსნება.
3. **შეგუების, ადაპტაციის უნარი** - ადამიანის მზაობა მიიღოს ახალი იდეები და შეხედულებები, იმუშაოს დამოუკიდებლად, ან გუნდში, ეფექტურად აკეთოს რამდენიმე საქმე ერთდროულად.
4. **პრობლემების მოგვარება** - დამსაქმებლებს სურთ ჰყავდეთ ისეთი თანამშრომლები, რომლებიც არ ნებდებიან მანამ, სანამ არ მოაგვარებენ ყველა პრობლემას და შეასრულებენ მათზე დაკისრებულ საქმეს.
5. **საიმედოობა** - ყველას მოსწონს ისეთი თანამშრომელი, რომელიც დროულად მოდის სამსახურში, მზადაა სრულად ჩაერთოს საქმეში და აგოს პასუხი საკუთარ ქმედებებზე.

6. **ლოიალობა** - დამსაქმებლებს სურთ ჰყავდეთ ორგანიზაციისადმი უპირობოდ ერთგული თანამშრომლები.
7. **პოზიტიური განწყობა** - ენერგიული, ყოველთვის ოპტიმისტურად განწყობილი თანამშრომელი, რომელიც თავისი ენთუზიაზმით და საქმისადმი ხალისიანი დამოკიდებულებით სხვებსაც ამხნევენ.
8. **თავდაჯერებულობა** - მოდით ასე ვთქვათ: თუ თქვენ არ გჯერათ საკუთარი ცოდნის, უნარების, შესაძლებლობების, სხვამ როგორღა დაიჯეროს? ამიტომ იყავით თავდაჯერებული, როდესაც საუბრობთ იმაზე, რას სთავაზობთ თქვენს პოტენციურ დამსაქმებელს.
9. **თვითმოტივაცია** - გუნდური მუშაობა ყოველთვის მოთხოვნადია, თუმცა დამოუკიდებლად, მინიმალური ზედამხედველობით, საკუთარი ინიციატივით საქმის კეთება არანაკლებ დაფასებულია.
10. **სწავლაზე ორიენტაცია** - ორგანიზაციები ვითარდება, შესასრულებელი სამუშაოს შინაარსობრივი და პროცესუალური მხარე მუდმივად იცვლება, ტექნოლოგიები და მეთოდოლოგიები იხვეწება; ამდენად, სწავლასა და განვითარებაზე ორიენტაცია განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია. გასაუბრებისას სწავლაზე ორიენტაციის შესამოწმებლად ეკითხებიან: “რა წიგნი წაიკითხეთ ბოლოს?”, “უმაღლეს სასწავლებელში სწავლის პარალელურად ხომ არ გაგივლიათ რაიმე სხვა მოკლევადიანი პროფესიული კურსი?”, “ფული რომ გქონდეთ და არ გჭირდებოდეთ ერთი წლის განმავლობაში მუშაობა, რას გააკეთებდით?” - იყავით მზად ამგვარი შეკითხვებისთვის.
11. **ლიდერობა** - უნარი აიღოთ პასუხისმგებლობა, უხელმძღვანელოთ გუნდის მიერ ამოცანის შესრულებას, შეძლოთ საქმიანობის კოორდინირება.
12. **მულტიკულტურული მგრძობელობა** - თვისება, რომელიც ბოლო წლების განმავლობაში სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას იძენს, გამომდინარე იქიდან, რომ მრავალფეროვნება სულ უფრო მეტი ორგანიზაციის განუყოფელი ნაწილი ხდება.
13. **დაგეგმვა და ორგანიზება** - პროექტების ინიცირების, დაგეგმვის, ორგანიზების და განსაზღვრულ ვადებში განხორციელების უნარი.
14. **გუნდური მუშაობა** - სხვა ადამიანებთან ერთად, საერთო მიზნის მიღწევაზე ორიენტირებული საქმიანი დავალებების შესრულების უნარი.
15. **სტრესგამძლეობა და კრიტიკის მიღების უნარი** - დიდია მოთხოვნა იმაზე, რომ თანამშრომელმა გაუძლოს გარკვეული დროით დაძაბულ მუშაობას და იყოს მზად მიიღოს კონსტრუქციული კრიტიკა ხელმძღვანელისგან და / ან უშუალო ზედამხედველისგან.

შეცდომები თვითპრეზენტაციის დროს

როგორც უკვე ვახსენეთ, დიდი ალბათობით, გასაუბრების დროს თქვენს წინაშე იქნებიან სრულიად განსხვავებული ადამიანები - ინტერვიუერები. ამიტომაც,

თქვენმა თვითპრეზენტაციამ თითოეული მათგანი (და ყველა ერთად) უნდა დაარწმუნოს, რომ თქვენ საუკეთესოდ შეესაბამებით მათ ორგანიზაციაში არსებულ ვაკანტურ პოზიციას.

უარი თქვით ტრადიციულ, მოსაწყენ თვითპრეზენტაციაზე, რომელიც CV-ს სტრუქტურას მიჰყვება, სკოლით იწყება და ჰობით მთავრდება. პირველ რიგში გამოკვეთეთ გამოცხადებული ვაკანსიის შესაბამისი ის ცოდნა და უნარები, რომლებსაც საუკეთესოდ ფლობთ.

პრაქტიკა აჩვენებს, რომ საკუთარი თავის ეფექტური წარდგენა - რთული ამოცანაა. პრობლემას წარმოადგენს ერთის მხრივ ამპარტავანსა და ზედმეტად თვითდაჯერებულ, ხოლო მეორეს მხრივ ლაქუცა და უპრეტენზიო იმიჯს შორის ოქროს შუალედის პოვნა. საკუთარი პიროვნების დახასიათებისთვის სწორი ტონალობის შერჩევა არც თუ ისე ადვილია, ამიტომაც ღირს ამ საქმისათვის სპეციალური დროის გამოყოფა და თვითპრეზენტაციის მშვიდ გარემოში, მეგობრების წინაშე გავარჯიშება.

აქვე ვახსენოთ რამდენიმე ძირითადი შეცდომა, რომელიც არ უნდა დაუშვათ თვითპრეზენტაციის დროს:

- **როდესაც არაფერი იცით ორგანიზაციის და მის მიერ გამოცხადებული ვაკანსიის შესახებ:** ნუ ჩაიჭრებით ისეთ მარტივ კითხვაში, როგორცაა “რა იცით ჩვენი ორგანიზაციის შესახებ?” სანამ გასაუბრებაზე მიხვალთ, კარგად გაეცანით ორგანიზაციის ისტორიას, სტრუქტურას, ძირითადი ოფისის და ფილიალების ადგილმდებარეობას, მისიას და მიზნებს, პროგრამებსა და პროექტებს. ამ ინფორმაციას ადვილად იპოვით ორგანიზაციის ვებგვერდზე, ქვესათაურით “ჩვენს შესახებ”. გადახედეთ აგრეთვე კომპანიის Facebook და / ან LinkedIn-ის გვერდებს. ზედმიწევნით კარგად გაეცანით ვაკანსიის სამუშაო მოთხოვნებს, რადგან დამსაქმებლის თვალში არაფერია იმაზე უარესი, ვიდრე ადამიანი, რომელსაც არ აინტერესებს მისი პოტენციური სამუშაოს შინაარსი.
- **გადაჭარბებული გულახდილობა და ბევრი ლაპარაკი:** გულახდილობა ყოველთვის მისასალმებელია, მაგრამ როდესაც ადამიანი საჭიროების გარეშე იწყებს ლაპარაკს ისეთ პირადულ თემებზე, რომლებზეც მას არაფერს ეკითხებიან, ან უსასრულოდ ჰყვება თავისი პირადი ცხოვრების ისეთ დეტალებზე (მეუღლე, შვილები და ა.შ.), რომლებიც ამ ეტაპზე არავის აინტერესებს, ამან შეიძლება არამომგებიანი შთაბეჭდილება დატოვოს. გახსოვდეთ, რომ რანაირი თბილი და მეგობრული გარემოც არ უნდა დაგვდეთ, გასაუბრება, თვითპრეზენტაცია - ცალსახად საქმიანი სიტუაციაა და ინტიმურ-პირადული კომპონენტები მასში შეზღუდული დოზით უნდა ჩართოთ.
- **გადაჭარბებული პოზიტიური თვითშეფასება:** ყურადღებით იყავით საკუთარი თავის დადებითად დახასიათების დროს. საკუთარი უნარების

ზედმეტმა ქება-დიდებამ შესაძლოა მაპროვოცირებელი ეფექტი მოახდინოს მსმენელებზე და გამოიწვიოს მათში სურვილი დაგიმტკიცონ, რომ ცდებით. გამორიცხეთ თქვენი პრეზენტაციიდან ისეთი ფორმულირებები, როგორცაა “დარწმუნებული ვარ, რომ მე თქვენთვის ერთადერთი სწორი არჩევანი ვიქნები”, “საუკეთესო ვარ ამ ადგილისათვის”, “შეგიძლიათ შეწყვიტოთ კანდიდატის ძიება, მე ამიყვანეთ”, “სრულიად დარწმუნებული ვარ, რომ ამ პოზიციისათვის იდეალური ვარ” და ა.შ. ორგანიზაციის წარმომადგენლები, რომლებიც ამგვარ თვითშეფასებას ისმენენ, თვლიან, რომ კანდიდატი მათ კომპეტენციაში იჭრება; თითოეული ასეთი ფრაზის შემდეგ მათ უჩნდებათ სურვილი ეძებონ მისი საპირისპირო არგუმენტები.

- **საკუთარი სუსტი მხარეების აღიარება:** არავის აიყვანენ სამსახურში იმის გამო, რომ მას რაიმე არ შეუძლია, ან ძალიან ცუდად შეუძლია. ზუსტად ისევე, როგორც სასამართლო პროცესის დროს, გასაუბრების დროსაც არავინაა ვალდებული “მისცეს აღიარებითი ჩვენება” საკუთარი თავის წინააღმდეგ ან დააყენოს ეჭვის ქვეშ საკუთარი შესაძლებლობები. მაგალითად, ადამიანი, რომელიც ამბობს, რომ არ იცის, რამდენად აკმაყოფილებს ამა თუ იმ თანამდებობის მოთხოვნებს, ძალიან ირთულებს საქმეს. საკუთარი თავის წარდგენის ხელოვნება არა სისუსტეების ჩამოთვლაშია, არამედ იმაში, რომ აჩვენოთ, რა ცოდნა და უნარები შეგიძლიათ შესძინოთ ორგანიზაციას, თუ გახდებით მისი თანამშრომელი და დაიკავებთ ამა თუ იმ კონკრეტულ პოზიციას.
- **ყოფილი ხელმძღვანელის და / ან კოლეგების ლანძღვა.** გასაუბრების დროს არ გირჩევთ თქვენი ყოფილი ხელმძღვანელის უარყოფით ტონში მოხსენიებას, რადგან არასდროს იცით ვინ ვისი ნაცნობია (განსაკუთრებით, როდესაც საქართველოში ცხოვრობთ); რაც მთავარია, ნუ აფიქრებინებთ თქვენს ინტერვიუერებს, რომ მათზეც იმავენაირად ილაპარაკებთ, თუ რაიმე მიზეზის გამო ორგანიზაციის დატოვება მოგიწიათ. ზოგადად, ყოფილ კოლეგებზე აუგის თქმა ცუდ ტონად მიიჩნევა; დამსაქმებელმა უნდა დაინახოს თქვენში მოწიფული ადამიანი, რომელსაც შეუძლია იყოს კარგი თანამშრომელი, კონსტრუქციულად მართოს კონფლიქტური სიტუაციები და აიღოს პასუხისმგებლობა საკუთარ თავზე ნაცვლად იმისა, რომ დაადანაშაულოს სხვები ან დაუწუნოს მათ კომპეტენცია.

რა უნდა გაითვალისწინოთ, როდესაც არ გაქვთ მუშაობის გამოცდილება?

რაც უფრო დიდი გამოცდილება აქვს ინტერვიუზე მისულ კანდიდატს, მით უფრო ნაკლებად ინტერესდებიან მისი სწავლის პერიოდით. თუმცა, თუ თქვენი დიპლომი ჯერ ძალიან ახალია და ეს თქვენთვის პირველი სამსახურია, ინტერვიუერის მხრიდან სტუდენტობის პერიოდით დაინტერესება დიდი იქნება. შესაბამისად, თვითპრეზენტაციის დროს აუცილებლად გაამახვილეთ ყურადღება სწავლის

წლებზე და სასურველი შთაბეჭდილების მოსახდენად, შემდეგი რეკომენდაციები გაითვალისწინეთ:

- სტუდენტობის პერიოდზე საუბრისას, გამოყავით ე.წ კლასგარეშე აქტივობები (მოხალისეობრივი სამუშაო, სპორტული და თეატრალური წრეები, უნივერსიტეტის გაზეთში მუშაობა და ა.შ.). ამით თქვენი ინტერესების მრავალფეროვნებას გაუსვამთ ხაზს. მეტი აქცენტი გააკეთეთ იმ საქმიანობაზე, რაც მეტ-ნაკლებად კავშირშია მოცემულ ვაკანსიასთან. ინტერვიუერს უნდა აჩვენოთ, რომ მრავალფეროვანი პრიორიტეტები გაქვთ და შეგიძლიათ დროის კარგად მართვა, რამაც მოგცათ საშუალება წარმატებით შეგეთავსებინათ სწავლა და სხვა აქტივობები.
- მიღებულ განათლებაზე საუბრისას, ნუ შეჩერდებით მხოლოდ იმ საგნებზე, რომელიც ყველაზე მეტად მოგწონდათ. აღნიშნეთ, რომ თქვენთვის ნაკლებად საინტერესო კურსებმაც ბევრი რამ გასწავლათ, და რომ სწავლის პროცესში ყველა საგანს თანაბარი პასუხისმგებლობით ეკიდებოდით. ამით ინტერვიუერს აფიქრებინებთ, რომ სამსახურშიც თანაბრად ხარისხიანად შეასრულებთ როგორც თქვენთვის საინტერესო, ასევე ნაკლებად საინტერესო დავალებებს.
- თუ სამსახურს ისეთ სფეროში ეძებთ, რომელიც არ შეესატყვისება თქვენს განათლებას, ინტერვიუს დროს ამის მიზეზს აუცილებლად შეგეკითხებიან, ასე რომ კარგი იქნება თუ პასუხს წინასწარ მოიფიქრებთ. უნდა აჩვენოთ ინტერვიუერს, რომ მოცემული ვაკანსიის შესაფერისი ხართ, მიუხედავად იმისა, რომ სხვა სფეროში გაქვთ მიღებული განათლება. 17-18 წლის ასაკში ცოტა ადამიანმა იცის, რისი კეთება უნდა ცხოვრების ბოლომდე, ამიტომ ნუ მოგერიდებათ იმის თქმა, რომ თქვენი ინტერესები დროთა განმავლობაში შეიცვალა.
- არ შეგეშინდეთ იმის აღიარება, რომ მუშაობის საწყის ეტაპზე აუცილებლად დაგჭირდებათ დახმარება. უთხარით ინტერვიუერს, რომ თამამად მოითხოვთ დახმარებას, როცა ამის საჭიროება გექნებათ. გახსოვდეთ, რომ კომპანია არ ეძებს “22 წლის ყოვლისმცოდნეს” (ხოლო თუ გაგიმართლათ და სწორედ რომ “22 წლის ყოვლისმცოდნე” ხართ, ინტერვიუს დროს ამას ნუ გაამხელთ).
- გულწრფელად თქვით ისიც, რომ ყველა შეკითხვაზე არ გაქვთ პასუხი. ხშირად დაიწყეთ საუბარი ისეთი ფრაზებით. როგორიცაა: “მე ვფიქრობ...”, “ამ ეტაპზე არსებულ გამოცდილებაზე დაყრდნობით...”.

რა უნდა იცოდეთ საქმიანი გარემოს და ორგანიზაციების შესახებ

პოტენციურ დამსაქმებელს არ აქვს მოლოდინი, რომ თქვენი სახით ბიზნეს-გურუს მიიყვანს ორგანიზაციაში, თუმცა, ნამდვილად მოელის, რომ გაინტერესებთ საქმიანი გარემო, რომელშიც გასურთ საქმიანობა, კერძოდ კი არსებითად ერკვევით:

- **ორგანიზაციების ფუნქციონირებასა და ბიზნესში:** როგორ მუშაობს ესა თუ ის ბიზნესი? აქ იგულისხმება როგორც ძალიან მარტივი ცოდნა იმისა, რომ, სიტყვაზე, „ორგანიზაცია აწარმოებს კონკრეტულ პროდუქციას და ორგანიზებულია ისე, რომ გაყიდოს ეს პროდუქცია რაც შეიძლება მომგებიანად“, ასევე ამ ტიპის ორგანიზაციების მოწყობის ზოგადი ცოდნა (მაგალითად, რომ ორგანიზაციას გააჩნია გაყიდვების და მარკეტინგის განყოფილება, ფინანსური განყოფილება, ადამიანური რესურსების მართვის (HR) განყოფილება, მომარაგების თუ შესყიდვების განყოფილება და ა.შ.). შიდაორგანიზაციული ფუნქციების სტრუქტურირება სხვადასხვაგვარია კონკრეტული სფეროს, საქმიანობის ტიპის და/ან გეოგრაფიის მიხედვით, ამიტომ კარგია თუკი მოიძიებთ შესაბამის ინფორმაციას;
- **იმ კონკრეტულ კომპანიასა თუ ორგანიზაციაში, რომელშიც გასურთ მუშაობა:** რას აწარმოებს, ან რა მომსახურებას სთავაზობს, რა მიზნები და ამოცანები აქვს, სად მდებარეობს, აქვს თუ არა ფილიალები ქვეყანაში და ქვეყნის გარეთ და ა.შ. ყოველთვის გაეცანით ორგანიზაციის ვებგვერდზე არსებულ ინფორმაციას და დოკუმენტაციას, მაგალითად, წლიურ ანგარიშებს. სრულიად არაა აუცილებელი ანგარიშების დეტალური შესწავლა, მაგრამ ორგანიზაციის მიმდინარე საქმიანობის და სამომავლო გეგმების ცოდნა, დამსაქმებელზე კარგ შთაბეჭდილებას მოახდენს.

რატომაა ეს მნიშვნელოვანი? სხვადასხვა კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ დამქირავებელთა 35% უკმაყოფილოა იმით, თუ რა ზოგადი ცოდნა გააჩნიათ ორგანიზაციის და მისი საქმიანობის შესახებ უნივერსიტეტების კურსდამთავრებულ კანდიდატებს. ბევრი გამოკითხული ხელმძღვანელისთვის, კანდიდატის მიერ გასაუბრების დროს გამოვლენილი, ორგანიზაციის და ზოგადად ინდუსტრიის სიღრმისეული ცოდნა გაცილებით უფრო მნიშვნელოვანი კრიტერიუმი აღმოჩნდა, ვიდრე ის პასუხები, რომლებსაც კანდიდატი მისი კომპეტენციის გამოსავლენად დასმულ შეკითხვებზე იძლეოდა. ხელმძღვანელის პოზიციიდან, კანდიდატის

გარკვეულობა ზემოხსენებულ საკითხებში ადასტურებს მის რეალურ ინტერესს და მოტივაციას იმუშაოს ამ სფეროში და კონკრეტულად ამ ორგანიზაციაში.

მეორეს მხრივ, ინდუსტრიასა და ორგანიზაციის საქმიანობაში გარკვეულ კანდიდატს გასაუბრების დროს ეძლევა შესაძლებლობა უფრო ვრცლად უპასუხოს დასმულ შეკითხვებს, და ამით უკეთესი შთაბეჭდილება მოახდინოს პოტენციურ დამსაქმებელზე. გარდა ამისა, სფეროში გათვითცნობიერებული კანდიდატი უკეთ ხედავს მთლიან სურათს; არაა გამორიცხული, რომ ორგანიზაციის საქმიანობის კონტექსტში გარკვევის შედეგად, მან აღმოაჩინოს ისეთი ახალი კარიერული შესაძლებლობები, რომლებზეც აქამდე არც უფიქრია; ან პირიქით, გადაიფიქროს ამა თუ იმ პოზიციაზე განაცხადის შეტანა, რადგან შეიტყო ისეთი ახალი დეტალები / გარემოებები, რომელთა შესახებ ადრე არაფერი იცოდა.

ისმის ლოგიკური კითხვა: ხომ არ ენება ყოველივე ზემოთქმული მხოლოდ ბიზნესის სფეროს? ცხადია, არა. ორგანიზაციის, საქმიანობის, სფეროს ცოდნა აუცილებელია ნებისმიერი კარიერის არჩევისას. მასწავლებელი უნდა იცნობდეს განათლების თანამედროვე ტრენდებს; ჟურნალისტი უნდა აცნობიერებდეს სოციალური მედიის და ვებ-ჟურნალისტიკის მზარდ მნიშვნელობას; სოციალურ მუშაკს მოეთხოვება ცოდნა მიმდინარე სახელმწიფო პროგრამების და ინიციატივების შესახებ.

დაუსვით თქვენ თავს შემდეგი კითხვები:

- რა ტიპის ორგანიზაციაში მსურს მუშაობა (ვაპირებ მუშაობას)? რა სფეროში საქმიანობს ორგანიზაცია? აწარმოებს რამეს? ყიდის პროდუქციას?
- ჰყავს თუ არა ორგანიზაციას კლიენტები? ვინ არიან ისინი - სხვა ორგანიზაციები, თუ „უბრალო ადამიანები“?
- როგორია ზოგადი ვითარება სექტორში, რომელშიც მუშაობს ორგანიზაცია? ვინ არიან მისი კონკურენტები?
- როგორ ვხედავ ჩემს თავს ორგანიზაციაში? რა ტიპის სამუშაოს შევასრულებ? როგორ გამოვიყენებ მუშაობის პროცესში ჩემს ცოდნას და უნარ-ჩვევებს?

თუ რომელიმე კითხვაზე არ გაქვთ პასუხი, დროა დაიწყოთ ამ ყველაფერში გარკვევა.

რა არის ორგანიზაცია?

ძალიან მარტივად რომ ვთქვათ, ნებისმიერი ორგანიზაცია არის ადამიანი, ან ადამიანთა ჯგუფი, რომელიც ორგანიზებულია რაიმე საერთო მიზნის (ან მიზნების) მისაღწევად. შესაბამისად, არსებობენ ორგანიზაციები, რომლებშიც ერთადერთი ადამიანი მუშაობს და ისეთებიც, რომელშიც ათასობით ადამიანია დასაქმებული.

როგორც წესი, ორგანიზაციის წევრებს აქვთ ხედვა - ზოგადი წარმოდგენა იმისა, როგორ უნდა მუშაობდეს ორგანიზაცია, რანაირად უნდა გამოიყურებოდეს იდეალურ შემთხვევაში, როდესაც ყველაფერი კარგად მიდის. გარდა ამისა, ორგანიზაციას

გააჩნია *მისია* - ზოგადი, უმთავრესი მიზანი, რის გამოც შეიქმნა და მუშაობს ორგანიზაცია. გარდა ამისა, ორგანიზაციაში, როგორც წესი, არსებობს აგრეთვე *სტრატეგიული მიზნები*; ამ მიზნების მიღწევის მეშვეობით ორგანიზაცია ემსახურება მისიას.

თავისი საქმიანობის პროცესში ორგანიზაცია ხელმძღვანელობს გარკვეული *ფასეულობებით* - მორალური და ეთიკური პრინციპების სისტემით. ორგანიზაციის ფასეულობათა სისტემა განსაზღვრავს, თუ რა არის კარგი და რა - ცუდი, სწორი და არასწორი; ორგანიზაციაში მომუშავე თითოეული ადამიანი ამ სისტემის შესაბამისად მუშაობს და ურთიერთობს. ფასეულობების ერთობლიობა ქმნის *ორგანიზაციულ კულტურას* -- ყველა თანამშრომლისთვის საერთო მრწამსს და ქცევის ნორმებს. ორგანიზაციული კულტურა განსაზღვრავს ადამიანების ქმედებას და ურთიერთქმედებას ორგანიზაციაში და მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს სამუშაო პროცესზე.

ორგანიზაციებს გააჩნიათ *სტრუქტურა* და მასში შემავალი *სტრუქტურული ერთეულები* -- დეპარტამენტები (განყოფილებები), პროგრამები, დანაყოფები, ქვედანაყოფები, გუნდები და ა.შ. ორგანიზაციის მუშაობის პროცესში, ეს ერთეულები ურთიერთობენ ერთმანეთთან საერთო ორგანიზაციული მიზნების მისაღწევად; მათი ურთიერთობა და თანამშრომლობა ხშირად განსაზღვრულია კონკრეტული *გეგმებით, პროცედურებით, და ზოგადად ორგანიზაციული პოლიტიკით.*

არსებობს ფორმალური და არაფორმალური ორგანიზაციები.

არაფორმალური ორგანიზაცია არის სპონტანურად აღმოცენებული ჯგუფი ადამიანების, რომლებიც რეგულარულად ურთიერთობენ ერთმანეთთან.

ფორმალური ორგანიზაცია - იურიდიული პირის სტატუსის მქონე ორგანიზაციაა, რომლის საქმიანობის მიზნები აღწერილია დამფუძნებელ დოკუმენტებში, ხოლო ფუნქციონირების დეტალები გაწერილია სხვადასხვა შიდა დოკუმენტაციაში, რომელიც არეგულირებს ორგანიზაციის წევრთა უფლებებსა და მოვალეობებს.

ცხადია, ჩვენთვის ინტერესს პირველ რიგში ფორმალური ორგანიზაციები წარმოადგენენ, რომლებიც, თავის მხრივ, ორ ჯგუფად იყოფიან -- **კომერციული** და **არაკომერციული** ორგანიზაციები. კომერციული ორგანიზაციის საქმიანობა მიმართულია *მოგების* სისტემატურ მიღებაზე; ეს მოგება მან შეიძლება მიიღოს საქონლის გაყიდვის, სამუშაოების შესრულების, მომსახურების გაწევის ან ქონების გაქირავების შედეგად. მისგან განსხვავებით, არაკომერციული ორგანიზაცია არ ისახავს მიზნად მოგების მიღებას და მის განაწილებას ორგანიზაციის წევრებს შორის.

ნებისმიერ ორგანიზაციას გააჩნია **რესურსები**, რომლებიც მას ეხმარება მიზნების მიღწევაში. ორგანიზაციულ რესურსებში მოიაზრებიან პირველ რიგში თანამშრომლები (ე.წ. „ადამიანური რესურსი“), თუმცა აგრეთვე მატერიალური

რესურსები, ფინანსური რესურსები, ტექნოლოგიები, რომლებითაც მუშაობს, ინფორმაცია, რომელსაც ფლობს და ა.შ.

ნებისმიერი ორგანიზაცია ოპერირებს გარკვეულ **გარემოში** და ძლიერაა დამოკიდებულია მასზე, რადგან: ა) ამ გარემოდან იღებს რესურსებს; ბ) ამ გარემოში იმყოფებიან მისი პროდუქციისა თუ მომსახურების მომხმარებლები; და გ) ამ გარემოსთან მას ათასობით ფორმალური და არაფორმალური ურთიერთობა აკავშირებს.

ორგანიზაციულ გარემოს უწოდებენ გარე სამყაროს იმ ნაწილს, რომელთანაც ორგანიზაცია აქტიურ ურთიერთქმედებაშია. გარემოში გამოყოფენ მრავალ სხვადასხვა კომპონენტს, როგორცაა ეკონომიკური პირობები, მომხმარებლები, პროფკავშირები, კანონმდებლობა და რეგულაციები, კონკურენტები, საზოგადოების ინტერესები და შეხედულებები, ტექნოლოგიები და სხვა ფაქტორები, რომლებიც მუდმივად იცვლება. ამდენად, ორგანიზაციის ხელმძღვანელობას, ორგანიზაციის მართვის პროცესში უწევს ყველა ამ ფაქტორის და ორგანიზაციაზე მათი გავლენის გათვალისწინება.

ორგანიზაციას სჭირდება **ხელმძღვანელობა** (ლიდერები), სჭირდება მართვა; შესაბამისად, ორგანიზაციაში უნდა იყოს განსაზღვრული მისი მართვის ფორმალური სტრუქტურა. სხვადასხვა ორგანიზაციაში ასეთი სტრუქტურა განსხვავებულია, დაწყებული ერთადერთი ხელმძღვანელიდან, რომელიც მართო მართავს შედარებით მცირე ზომის ორგანიზაციას, და დამთავრებული რთული იერარქიული სტრუქტურით, სადაც ორგანიზაციის ხელმძღვანელის გარდა არსებობენ მისი მოადგილეები, სხვადასხვა განყოფილებების ხელმძღვანელები, დანაყოფების ხელმძღვანელები და ა.შ. ძლიერი მმართველი რგოლის გარეშე, ორგანიზაცია ვერ მიაღწევს საკუთარ მიზნებს, რადგან ყველა მის ცალკეულ წევრს თავისი საკუთარი წარმოდგენა და მოსაზრება ექნება ამ მიზნების მიღწევის გზებთან დაკავშირებით; ამ წარმოდგენებისა და შეხედულებების ერთიან კონცეფციასა და სტრატეგიაში გაერთიანება სწორედ რომ ორგანიზაციის ლიდერების მოვალეობაა. თავისთავად ცხადია, იმისთვის, რომ ორგანიზაცია წარმატებული იყოს, ძლიერ ლიდერებს უნდა ჰყავდეთ ერთგული **მიმდევრები** - ორგანიზაციაში მომუშავე ადამიანები, რომლებიც დაეხმარებიან მათ ორგანიზაციული მიზნების მიღწევაში.

თანამედროვე ორგანიზაციების კლასიფიცირება მრავალი ნიშნით შეიძლება, მაგალითად სამართლებრივი ფორმის მიხედვით (კერძო, სახელმწიფო, საჯარო, საზოგადოებრივი ორგანიზაციები), იმის მიხედვით, თუ რას ისახავენ მიზნად - პროდუქციის წარმოებას, სამუშაოების შესრულებას, თუ მომსახურების გაწევას; იმის მიხედვით, თუ როგორი მიმართულება აქვთ (სამეცნიერო, სასწავლო, საწარმოო და ა.შ.); ფართო პროფილისაა თუ ვიწრო სპეციალიზაციის; იმის მიხედვით, თუ ვინ აკონტროლებს ორგანიზაციის რესურსებს (ადგილობრივი, უცხოური თუ საერთაშორისო ორგანიზაციები), იმის მიხედვით თუ ვის ემსახურება ორგანიზაცია, ან ვისთვის მოაქვს სარგებელი და ა.შ.

ორგანიზაციული კულტურა

ადამიანები მუშაობენ ორგანიზაციებში, რომლებიც გარკვეული მიზეზების გამო მოსწონთ. ბიზნეს კომპანია იქნება ეს, სახელმწიფო / საერთაშორისო სააგენტო, თუ არასამთავრობო ორგანიზაცია, ადამიანი გრძნობს, რომ შეძლებს ამ ორგანიზაციაში მუშაობას, კარგად შეეწყობა თანამშრომლებს, რომ ეს ის ადგილია, სადაც თავს მშვიდად და კომფორტულად იგრძნობს; ერთი სიტყვით - მას სურს გახდეს ამ ორგანიზაციის ნაწილი. ზოგჯერ პირიქითაც ხდება - შესაძლოა ადამიანმა თავიდან იფიქროს, რომ მოეწონება ამა თუ იმ ორგანიზაციაში მუშაობა, თუმცა მუშაობის დაწყების შემდეგ მალევე მიხვდეს, რომ ვერ მოერგება იქაურობას.

იმას, თუ რამდენად იგრძნობთ, ან არ იგრძნობთ თავს ორგანიზაციის ნაწილად - *ორგანიზაციული კულტურა* განსაზღვრავს. სწორედ ორგანიზაციული კულტურა აჩენს ორგანიზაციისადმი მიკუთვნების განცდას.

ორგანიზაციულ კულტურაში სამი კომპონენტის გამოყოფა შეიძლება, ესენია ორგანიზაციის წესები, ტრადიციები და ადამიანები (ინდივიდები).

წესები - ის რწმენები, ნორმები, ღირებულებები და განწყობებია, რაც ორგანიზაციის ლიდერობის მიერ ორგანიზაციის პოლიტიკასა და პროცედურებშია კოდირებული. ეს წესები, რომლებიც, როგორც წესი, ფორმალური დოკუმენტების (შინაგანაწესის, თანამშრომლების სახელმძღვანელოების, სამუშაო წესების, ან ღირებულებების განაცხადის) სახითაა ჩამოყალიბებული, უკარნახებენ თანამშრომლებს, თუ როგორ უნდა მოიქცნენ ან როგორ იურთიერთონ ორგანიზაციაში - როგორც თანამშრომლებთან და ხელმძღვანელობასთან, ასევე ორგანიზაციის მომხმარებლებთან (კლიენტებთან) თუ ბენეფიციარებთან. გარდა ასეთი დოკუმენტებისა, ხშირად არსებობს აგრეთვე ე.წ. „დაუწერელი“ წესები - მაგალითად, მოლოდინი იმისა, რომ თანამშრომელი გარეცხავს თავის ჭიქას მას შემდეგ, რაც დალევს ყავას, რომ სამუშაო დღის განმავლობაში მობილურ ტელეფონებზე ხმა უნდა იყოს გამორთული, რომ კოლეგებზე არ ჭორაობენ და ა.შ.

უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული წესების დაცვა, როგორც წესი, სავალდებულოა, ისევე როგორც დრეს-კოდი, დროის აღრიცხვის პროცედურები, ან ბიზნესის წარმოებასთან დაკავშირებული სხვა წესები. ასეთი წესების დარღვევას მოსდევს გარკვეული სანქციები. ზოგი წესები კი პირიქით, სარეკომენდაციო ხასიათს ატარებენ, და უფრო მეტად წახალისებენ გარკვეულ ქცევას, ვიდრე ითხოვენ მას. ასეთია, მაგალითად, ორგანიზაციის ღირებულებების განაცხადი - თანამშრომლებს ემადლიერებიან და აჯილდოებენ კიდევ ღირებულებების დაცვის და სხვებისთვის მაგალითის მიცემის გამო, თუმცა თუ ისინი ვერ ახერხებენ ყოველდღიურ რეჟიმში მაღალ სტანდარტებთან სრულ შესაბამისობაში ყოფნას, ამის გამო მათ არავინ დასჯის.

ტრადიციები - ორგანიზაციაში მიღებული რიტუალები, ცერემონიები და აქტივობებია; ამაში იგულისხმება როგორც მსხვილი ღონისძიებები - მაგალითად, ყოველწლიური ერთობლივი გასვლები, ან დაჯილდოების ცერემონიები, ასევე მცირე ზომის ყოველდღიური შეხვედრები და ურთიერთობის დამკვიდრებელი სქემები. ორგანიზაციაში არსებული ტრადიციების მეშვეობით ადამიანები აგებენ და ინარჩუნებენ საქმიან და პროფესიულ ურთიერთობებს. კარგი ორგანიზაციული კულტურა ითხოვს ტრადიციებს ისევე, როგორც წესებს - და ეს ორი ერთმანეთთან შესაბამისობაში უნდა იყოს. პრობლემები ხშირად სწორედ მაშინ ჩნდება, როდესაც ტრადიციები და წესები ერთმანეთთან კონფლიქტშია. მაგალითად, ორგანიზაციაში არსებობს მკაცრი რეგულაცია სექსუალურ შევიწროებასთან მიმართებაში (წესი), თუმცა ინფორმირების და მოკვლევის სისტემა არ მუშაობს ეფექტურად (ტრადიცია). როდესაც წესები და ტრადიციები არაა თანხვედრაში, ორგანიზაციული კულტურა ქაოსური ხდება, რაც ბაღებს ადამიანებში გაურკვევლობას, დაბნეულობას და უნდობლობას.

ადამიანები. ორგანიზაციული კულტურის მესამე საყრდენს ორგანიზაციაში მომუშავე ადამიანები წარმოადგენენ. ერთ მშვენიერ დღეს ორგანიზაციაში ყველა თანამშრომელი რომ შეიცვალოს, ორგანიზაცია, როგორც ასეთი, დარჩება - დარჩება მისი სახელი, რეგისტრაცია, სტრატეგია, საქმიანობა, შესაძლოა წესები და ტრადიციებიც კი დარჩეს უცვლელი, მაგრამ ის მაინც აღარ იქნება ისეთი, როგორიც ადრე იყო. ადამიანები, ინდივიდები, კერძოდ კი მათი იდეები, ხედვა, განწყობა და ქცევა დიდწილად განაპირობებს ორგანიზაციის „ხასიათს“. ორგანიზაციული კულტურა ღრმადაა გამჯდარი ორგანიზაციის ფუძემდებელ პრინციპებში, წესებსა და ტრადიციებში, თუმცა თანამშრომლები მას მუდმივად ცვლიან და ავითარებენ.

რა უნდა იცოდეთ უშუალოდ იმ ორგანიზაციის შესახებ, რომელშიც აპირებთ მუშაობას?

ორგანიზაციის შესახებ ცოდნა არ მოწმდება დამსაქმებელთან ურთიერთობის ადრეულ ეტაპზე. თქვენს განაცხადში და / ან სამოტივაციო წერილში საკმარისია ორი სიტყვით ახსენოთ, თუ რატომ მოგწონთ ორგანიზაცია და მისი საქმიანობა, და რატომ გსურთ მასში მუშაობა. თუმცა, შემდეგი ეტაპისთვის - გასაუბრებისთვის, - უკვე სრულ მზადყოფნაში უნდა იყოთ.

გასაუბრებისას, საქმიანი გარემოს ცოდნა შემდეგი **ზოგადი კითხვებით** მოწმდება:

- „მოგვიყვით თქვენი მოხალისეობრივი საქმიანობის შესახებ“;
- „განაცხადში გიწერიათ, რომ სწავლის პროცესში რამდენიმე დროებითი სამსახური გქონდათ; ოდნავ უფრო ვრცლად მოგვიყვით ამის შესახებ“;
- „გაგვიზიარეთ გუნდში მუშაობის გამოცდილება, თუკი ასეთი გქონიათ“;

- „რატომ გსურთ ჩვენს ორგანიზაციაში მუშაობა?“;
- „რატომ გადაწყვიტეთ, რომ ეს პოზიცია თქვენთვის საინტერესოა?“

შესაძლოა, უფრო **კონკრეტული კითხვებიც** დაგისვან:

- „რა იცით ჩვენი ორგანიზაციის შესახებ?“
- „რატომ გსურთ ამ სფეროში მუშაობა?“
- „რა პრობლემების წინაშე დგას ინდუსტრია დღესდღეობით?“
- „რა მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეინიშნება ბოლო დროს ჩვენს სფეროში?“
- „ვინ არიან ჩვენი კონკურენტები? რით განვსხვავდებით მათგან?“
- „ვინ არიან ჩვენი კლიენტები?“
- „თქვენი აზრით, რაში გამოიხატება თქვენი მომავალი საქმიანობა? რა უნდა აკეთოთ ყოველდღიურად? რა მიზნები და ამოცანები უნდა შეასრულოთ?“

შესაძლო კითხვები თქვენი **სამუშაო გამოცდილების** შესახებ:

- „რა უნარ-ჩვევები შეიძინეთ გამოცდილებიდან? რომელს გამოიყენებდით ამ კონკრეტულ საქმიანობასთან მიმართებაში?“
- „როგორი იყო მართვის სტრუქტურა ორგანიზაციაში, რომელშიც აღრე მუშაობდით? რამდენად ეფექტური იყო ეს სტრუქტურა?“
- „რას გააკეთებდით სხვაგვარად, ისევე იქ რომ მოგიწიოთ მუშაობა?“
- „თქვენ რომ გქონოდათ იმ ორგანიზაციის მართვის სადავეები, რას შეცვლიდით მის შიგნით?“
- „რით გამოირჩეოდა ორგანიზაცია, რომელშიც მოგიწიათ დროებით მუშაობა, რაში მდგომარეობდა მისი უნიკალურობა?“

დამსაქმებელს სურს დაინახოს, რომ სამუშაოს მაძიებელმა გაიღო ძალისხმევა, გაიცნო ორგანიზაცია, მისი საქმიანობის სფერო და მიიღო ინფორმირებული, პასუხისმგებლიანი გადაწყვეტილება განაცხადის შემოტანის შესახებ. სწორედ ამიტომ, ინტერვიუს წინ შეასრულეთ „საშინაო დავალება“ და მოიძიეთ ინფორმაცია ორგანიზაციის და მასში არსებული საქმიანი გარემოს შესახებ:

- მოინახულეთ ორგანიზაციის ვებგვერდი და გაეცანით იქ მოცემულ ინფორმაციას. ნუ შემოიფარგლებით მხოლოდ „ვაკანსიების“ ნაწილით, წაიკითხეთ აგრეთვე ორგანიზაციის მისიის, მიზნების, სტრუქტურის, არსებული და მომავალი მომხმარებლების / კლიენტების შესახებ.

- თუ შეძლებთ, გაარკვიეთ, ვინ არიან ორგანიზაციის მთავარი პარტნიორები და კონკურენტები;
- შეიქმენით წარმოდგენა ორგანიზაციის ზომებსა და საქმიანობის მასშტაბზე (მასში მომუშავე ადამიანთა რაოდენობა; ფილიალების არსებობა დაფარვის არეალი), წლიურ ბრუნვაზე, და საქმიანობის საკვანძო მიმართულებებზე.

და კიდევ რამდენიმე რჩევა:

- გასაუბრებაზე სწორად შერჩეული ტანსაცმლით მისვლამ შესაძლოა არ იქონიოს თქვენს ბედზე გადამწყვეტი გავლენა, თუმცა არასწორად შერჩეული ტანსაცმელი უეჭველად განდება ხელისშემშლელი ფაქტორი და გაგირთულებთ პრეზენტაციას. შეაჩერეთ არჩევანი საქმიან სტილზე, მკვეთრი ფერების გარეშე, გამოიყენეთ სადა აქსესუარებიც. მნიშვნელოვანია, რომ ინტერვიურთა ყურადღება თქვენს პრეზენტაციაზე, და არა თქვენს გარეგნობაზე იყოს მიმართული.
- წინასწარ შეაგროვეთ გასაუბრებაზე წარსადგენი სხვადასხვა სავალდებულო საბუთის (დიპლომის, სერტიფიკატების და ა.შ.) ასლები; თან იქონიეთ მიმოწერა, რომელიც გასაუბრებამდე აწარმოვეთ ორგანიზაციასთან (თუ დაგჭირდათ, მიმოწერის მეშვეობით უცებ შეძლებთ კონკრეტული პირის სახელის, ტელეფონის ნომრის, დათქმული თარიღის, დროის ან სხვა მნიშვნელოვანი დეტალის გადამოწმებას);
- არ დაგავიწყდეთ საწერი კალამი და ბლოკნოტი, რათა საჭიროების შემთხვევაში ძალიან მოკლედ და სწრაფად ჩაინიშნოთ მნიშვნელოვანი ინფორმაცია, რომელსაც გასაუბრების დროს შეიტყობთ (გასაუბრების პროცესში ტელეფონში ჩანაწერების კეთება არაა მთლად კარგი იდეა);
- გასაუბრების წინ გაიარეთ რეპეტიცია. სთხოვეთ მეგობარს შეასრულოს ინტერვიურის როლი, და ივარჯიშებთ მანამ, სანამ პრეზენტაცია კარგად არ გაგიჯდებათ თავში;
- თუ რამდენიმე სხვადასხვა გასაუბრება გაქვთ დანიშნული, ყოველ ჯერზე გადაიმეორეთ თქვენი თვით-პრეზენტაცია და დარწმუნდით, რომ მიუსადაგეთ ის კონკრეტულად იმ ორგანიზაციის სპეციფიკას, რომელშიც აპირებთ მისვლას;
- არაფრით დაიგვიანოთ გასაუბრებაზე, ამით თავიდანვე ერთ დიდ მიწუსს დაიმსახურებთ დამსაქმებლის თვალში. გაითვალისწინეთ, რა დრო შეიძლება დაგჭირდეთ გზაში, საჭირო შენობის / ორგანიზაციის / ოთახის



საქმიანი ურთიერთობის
ხელშეწყობა

კომუნიკაციის პრეტენსიის მნიშვნელობა და ელემენტები

როგორც პირადი, ისე საქმიანი ურთიერთობები კომუნიკაციის საშუალებით ხორციელდება. კომუნიკაცია - ინფორმაციის გადაცემის პროცესია. ინფორმაციის გადაცემა შესაძლებელია სხვადასხვა არხით: ვერბალურად (ხმის გამოყენებით), წერილობით (ბეჭდური ან ციფრული მედიუმის გამოყენებით, როგორცაა წიგნი, ჟურნალი, ვებგვერდი, თუ ელექტრონული ფოსტა), ვიზუალურად (ლოგოების, რუკების, გრაფიკების და სქემების მეშვეობით), ან არავერბალურად (სხეულის ენის, ჟესტების, ხმის ტონის თუ ტემბრის მეშვეობით).

კარგი კომუნიკაციური უნარების დემონსტრირების გარეშე შეუძლებელია სასურველი სამუშაოს პოვნა, ან თუნდაც არსებულ სამსახურში დაწინაურება, რადგან ნებისმიერი პროფესიული საქმიანობა გულისხმობს სხვა ადამიანებთან - ხელმძღვანელთან, თანამშრომელთან, კლიენტთან, პარტნიორთან ურთიერთობას. კარიერული წარმატებისთვის მნიშვნელოვანია, რომ პროფესიულ უნარებთან ერთად ადამიანი კომუნიკაციურ უნარებსაც ფლობდეს; შეეძლოს, მაგალითად, სწორად გაიგოს ხელმძღვანელის მიერ მიცემული დავალება, ზუსტად და გასაგებად გადასცეს ზეპირი თუ წერილობითი ინფორმაცია კოლეგას, დაითანხმოს კლიენტი შეთავაზებაზე, რთულ სიტუაციაში აკონტროლოს საკუთარი ემოციები და სხვა.

კომუნიკაციის უნარ-ჩვევების დაუფლებით ჩვენ ვსწავლობთ სხვადასხვა ადამიანებთან თუ ჯგუფებთან საუბრისას მათზე მაქსიმალურად მორგებული ლექსიკის და სხეულის ენის გამოყენებას, ხმის ტონის და ტემბრის მართვას, სწორ მოსმენას, ჩვენი იდეების თუ პროექტების მომგებიანად წარმოჩენას და წარდგენას.

შესაბამისად, თუ თქვენთვის მნიშვნელოვანია პროფესიული წარმატება - კომუნიკაციური უნარების მიზანმიმართულად გავარჯიშება, განვითარება და გაძლიერება შესაძლებელია და რეკომენდებულიც.

გადამცემი და მიმღები. იმისთვის, რომ კომუნიკაცია განხორციელდეს, მასში მინიმუმ ორი პიროვნება (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”)¹ 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, რომელიც შესაძლოა ანიშნებდეს ინფორმაციის გადამცემს, რომ მის მიერ

¹ ჩვენ მაქსიმალურად ვცდილობთ ბარბარიზმები ქართული ცნებებით ჩავანაცვლოთ. შესაბამისად, ყველგან, სადაც ე.წ. “მესიჯზე” გვექნება საუბარი, კონტექსტიდან გამომდინარე, მონაცვლეობით გამოვიყენებთ “გზავნილს”, “შეტყობინებას” ან “ინფორმაციას”.

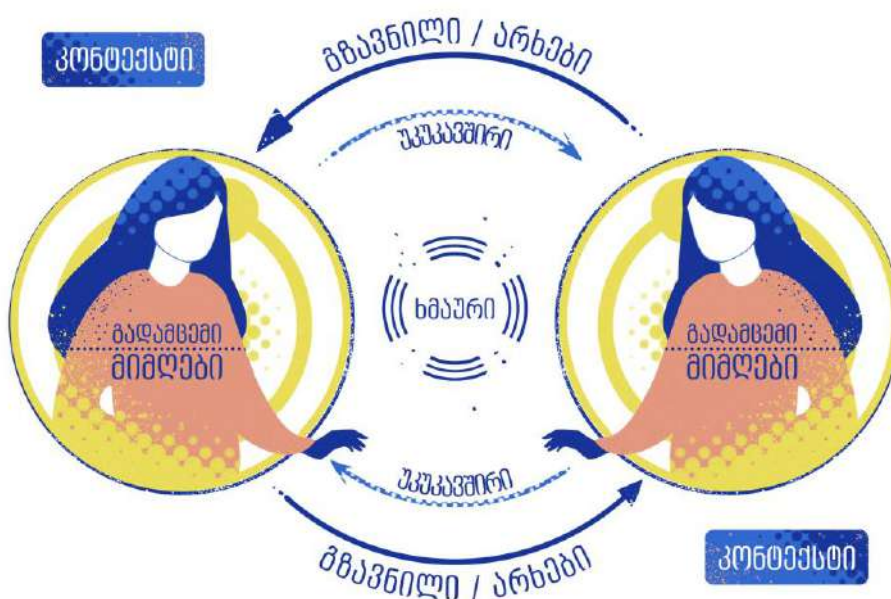
გადაცემული გზავნილი არ იყო მთლად კომფორტული, გასაგები ან მისაღები მსმენელისთვის. უკუკავშირის მიღების შემდგომ ინფორმაციის გადამცემს შეუძლია ან სიტყვა-სიტყვით გაიმეოროს ნათქვამი, ან მოახდინოს მისი ადაპტირება (გამარტივება, ან სხვა სიტყვებით ფორმულირება) და ამით გააუმჯობესოს კომუნიკაციის ხარისხი.

მაგალითად, როდესაც ხელმძღვანელი აძლევს დავალებას თანამშრომელს, აუცილებლად უნდა გადაამოწმოს, რომ თანამშრომელმა დავალება სწორად გაიგო. ამისთვის კი საჭიროა დამატებით ჰკითხოს: “გასაგებია ყველაფერი?”, “რაიმე შეკითხვა ხომ არ გაქვთ?”, “თუ რაიმე უჭვი გეპარებათ, მოდიტ ახლავუ გავარკვიოთ”, “ხომ არ სჯობს, კიდევ ერთხელ 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 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 NN000ZZ, 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 NN000ZZ, 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 გვქონია 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;

- ადამიანები 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 დახსომებას 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 ორდღიანი ვადა, ერთი თანამშრომლისთვის შესაძლოა ძალიან ცოტა იყოს (მაგალითად, ახალბედასთვის, 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 გადავწყვეტთ სხვისი სუბიექტური რეალობის შეცვლის გზით ან იმის მტკიცებით, ვისი რეალობაა უფრო რეალური; **პრობლემის მოგვარება იწყება მაშინ, როდესაც ჩვენ მზად ვართ გავუგოთ სხვას და ვაღიაროთ 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 დაგვეხმარება ასევე 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.

სხეულის ენის მნიშვნელობა კომუნიკაციის პროცესში

კომუნიკაციის პროცესში ინფორმაცია არა მხოლოდ ვერბალურად (სიტყვიერად), არამედ არავერბალურადაც, ანუ სხეულის ენის მეშვეობით გადაეცემა. ამერიკელი პროფესორის, ფსიქოლოგ ალბერტ მერაბიანის (A. Mehrabian, 1971) მიერ შემუშავებული მოდელი გვიჩვენებს, რომ პიროვნებათშორისი კომუნიკაციის მხოლოდ 7% გადაეცემა ვერბალური გზით (სიტყვების მეშვეობით), 38% გადაეცემა ხმის პარამეტრების მეშვეობით (ხმის ტონი, სიმაღლე, ტემპი და ინტონაცია), ხოლო 55% - სხეულის ენით (პოზა, ჟესტები, მიმიკა, თვალებით კონტაქტი, დისტანცია, შეხება). ეს მოდელი, რომელსაც **7-38-55 მოდელს** უწოდებენ, დღესაც ფართოდ გამოიყენება. ამავე ავტორის კვლევის თანახმად, თუ კომუნიკაციის ვერბალური და არავერბალური კომპონენტები ერთმანეთთან თანხვედრაში არაა (მაგალითად, ადამიანი მოწყენილი ხმით ამბობს, მიხარიაო), მსმენელი უჯერებს არა სიტყვებს, არამედ არავერბალური სიგნალებით მიღებულ ინფორმაციას.

ადამიანებთან კომუნიკაციის პროცესში ჩვენ უმეტესად ვუფიქრდებით და ვზომავთ ვერბალურ ნაწილს, ანუ იმას თუ რას **ვამბობთ**; ამასობაში შესაძლოა მხედველობიდან გამოგვრჩეს ჩვენი სხეულის ენა, რომლითაც ვაწვდით მსმენელს ინფორმაციას ჩვენი განწყობის, დამოკიდებულებისა და მდგომარეობის შესახებ.

ყოველდღიურად, ათასობით არავერბალურ სიგნალსა და ქცევაზე ვრეაგირებთ - ჩვენი სხეულის პოზა, სახის გამომეტყველება, გამოხედვა, ჟესტები, ხმის ტონი, ხელის ჩამორთმევა და ვარცხნილობაც კი აწვდის ადამიანებს ინფორმაციას ჩვენს შესახებ და ახდენს გავლენას მათთან ურთიერთობაზე.

1. **სახის გამომეტყველება** არავერბალური კომუნიკაციის ერთ-ერთი ყველაზე მძლავრი საშუალებაა. ზოგჯერ საკმარისია დავინახოთ ადამიანის სახის გამომეტყველება და ყოველგვარი სიტყვების გარეშეც მივხვდეთ, რის თქმას აპირებს. ხშირ შემთხვევაში, განსხვავებულ კულტურას განსხვავებული არავერბალური სიგნალები ახასიათებს, თუმცა რაც შეეხება სახის გამომეტყველებას, ძირითადი ემოციების - სიხარულის, მწუხარების, შიშის და ა.შ. გამოხატვა თითქმის ყველა კულტურაში აბსოლუტურად იდენტურად ხდება.

2. **ჟესტები** - ხელების მიზანმიმართული მოძრაობა არავერბალური სიგნალების სწორედ ის ნაწილია, რომელიც შესაძლოა საკმაოდ განსხვავდებოდეს სხვადასხვა კულტურაში, თუმცა დამშვიდობების ან მისალმების მიზნით ხელის დაქნევა, მიმართულებაზე ან საგანზე მითითება, ხელის თითების დახმარებით რაოდენობის აღნიშვნა - ყველასათვის საერთო ჟესტებია.
3. **ხმის მახასიათებლები** - ეს არის ხმის ტონი, სიმაღლე და ტემბრი. ყველამ კარგად ვიცით, როგორი ძლიერი გავლენის მოხდენა შეუძლია წინადადების შინაარსზე ხმის ტონს. ერთი და იგივე წინადადება ისმის დამაჯერებლად, ან იწვევს ეჭვს, გამოსატავს ცოცხალ ინტერესს, ან გულგრილობას იმის მიხედვით, თუ როგორი ხმითაა ნათქვამი.
4. **სხეულის ენა, პოზა** - ბევრს სმენია სხეულის აშკარა სიგნალების შესახებ: გულმკერდზე გადაჯვარედინებული ხელები თავდაცვით განწყობასთანაა დაკავშირებული; ფრჩხილების გაუცნობიერებელი კვნეტა - სტრესის, ნერვიულობის ან ყოყმანის ნიშანია; მაგიდის ზედაპირზე თითების კაკუნი - მოთმინებიდან გამოსვლაზე მიუთითებს, ხოლო ოდნავ გვერდზე გადახრილი თავი - ყურადღებით მოსმენაზე და ა.შ. თუმცა, უნდა გავითვალისწინოთ, რომ სხეულის ენა ძალიან მრავალფეროვანია და უმეტეს შემთხვევაში, რთულად შესამჩნევია; შესაბამისად, მისი ინტერპრეტაცია არც ისე იოლია.
5. **პიროვნული სივრცე** - არავერბალური კომუნიკაციის კიდევ ერთი კომპონენტია. მასში იგულისხმება ის დისტანცია, სივრცის ის ოდენობა, რომელსაც ჩვენ აღვიქვამთ, როგორც საკუთარს, პიროვნულს და რომელშიც სხვა ადამიანის შემოჭრა ჩვენში გარკვეულ დისკომფორტს ან შფოთვისადაც კი იწვევს. ის, თუ რა ზომისაა ადამიანის ირგვლივ არსებული, მისი პიროვნული სივრცე, ბევრ ფაქტორზეა დამოკიდებული, მათ შორის, კონკრეტული ადამიანის კონკრეტულ პიროვნულ მახასიათებლებზე, სხვა ადამიანთან ნაცნობობის ხარისხზე, კულტურულ და სოციალურ ნორმებზე, იმ მომენტში არსებულ გარემოებებზე და ა.შ. მაგალითად, ნაცნობებთან არაფორმალური საუბრისას ადამიანის პიროვნული სივრცე შედარებით მცირეა და 40-120 სმ ფარგლებში მერყეობს, ხოლო მისთვის უცხო აუდიტორიის წინაშე გამოსვლისას, შესაძლოა 3 მეტრზე მეტი შეადგინოს.
6. **მზერა, გამოხედვა** ემოციების თითქმის მთელ დიაპაზონს შეიძლება გამოხატავდეს - მტრული დამოკიდებულებიდან, სიყვარულამდე. საუბრისას / ურთიერთობისას თვალებით კონტაქტი, დაჟინებული მზერა, თვალების ხშირი ხამხამი, გაფართოებული გუგები - მნიშვნელოვანი არავერბალური სიგნალებია. როდესაც ადამიანს შეუძლია მშვიდად გაუსწოროს თვალი მოსაუბრეს, ითვლება, რომ ის ლაპარაკობს სიმართლეს და მისი ნდობა შეიძლება, ხოლო როდესაც ადამიანი მოსაუბრეს მზერას არიდებს, ითვლება, რომ ის იტყუება ან ცდილობს მოსაუბრის შეცდომაში შეყვანას.

7. **შეხება** - შეხების მეშვეობით შესაძლებელია თანაგრძნობის, მოწონების, სიმპათიის და სხვა ემოციების გადმოცემა. შეხებით ხდება ასევე სტატუსის და ძალაუფლების ჩვენება: კვლევებით დადგინდა, რომ მაღალი სტატუსის მქონე ადამიანები უფრო ხშირად და ინტენსიურად იჭრებიან სხვა ადამიანების პიროვნულ სივრცეში. საინტერესოა, რომ შეხების მიზნები განსხვავებულია ქალებსა და მამაკაცებში: ქალები იყენებენ მას მზრუნველობის, ნუგეშის და თანაგრძნობის გამოსახატავად, მაშინ როდესაც კაცები შეხებას უფრო მეტად ძალაუფლების და კონტროლის მიზნით მიმართავენ.
8. **გარეგნობა** - ითვლება, რომ ადამიანის ვარცხნილობა, ჩაცმულობის სტილი, სამოსის ფერები და გარეგნობის სხვა ნიშნებიც - საკმაოდ მძლავრი არავერბალური სიგნალებია. ზოგჯერ, ალბათ, თქვენც გჩვევიათ უცხო ადამიანების შეფასება მათი ჩაცმულობის თუ გარეგნობის მიხედვით. ვინაიდან პირველი შთაბეჭდილება მართლაც მნიშვნელოვანია, სამსახურის მაძიებლებს ურჩევნია ყურადღება მიაქციონ საკუთარ გარეგნობას და ჩაცმულობას პოტენციურ დამსაქმებელთან ინტერვიუზე წასვლის წინ. გარეგნობა მართლაც დიდ გავლენას ახდენს ადამიანის შესახებ შთაბეჭდილების შექმნაზე, თუმცა, ეს გავლენა განსხვავდება სხვადასხვა კულტურებში. დასავლეთის ქვეყნებში, მაგალითად, დადებითად აფასებენ სიგამხდრეს, მაშინ როდესაც ზოგიერთ აღმოსავლურ ან აფრიკულ კულტურაში ჭარბი წონა ასოცირდება უკეთეს ჯანმრთელობასთან, სიმდიდრესთან და მაღალ სოციალურ სტატუსთან.
9. **ვიზუალური გამოსახულება და ობიექტები** შესაძლოა მოგვეკლინოს არავერბალური კომუნიკაციის ინსტრუმენტების როლში. ონლაინ ფორუმებზეა თუ სოციალურ ქსელებში ადამიანები ირჩევენ ე.წ. *ავატარს* - გამოსახულებას, რომელიც, მათი აზრით, საუკეთესოდ წარმოაჩენს მათ იდენტობას ვირტუალურ რეალობაში. ანალოგიურად, ყოფით და პროფესიულ გარემოში ადამიანები ცდილობენ შეიძინონ და შეაგროვონ ისეთი ნივთები, რომლებიც მეტყველებენ მათ პიროვნულ თვისებებზე, ფასეულობებსა და ინტერესებზე.

სხეულის ენა ადამიანური ურთიერთობის ორგანული ნაწილია და ამიტომ მისი როგორც გამოყენება, ასე ინტერპრეტირებაც ხშირად სრულიად გაუცნობიერებლად ხდება. უფრო მეტიც: შეიძლება გავიჭირდეს კიდეც სხეულის ენის *გაცნობიერებულად* ინტერპრეტირება. სცადეთ, მაგალითისთვის, ადამიანის ქესტებზე დაკვირვება და თან ფიქრი იმაზე, თუ რისი გამოხატვა სურს ამ ქესტებით; პირობას გაძლევთ, აუცილებლად დაიბნევით. საკმარისია შეწყვიტოთ ეს მიზანმიმართული დაკვირვება-გააზრება და ყველაფერი თავისით გახდება გასაგები.

ესე იგი, შეგვიძლია მოვლუნდეთ და მშვიდად ვიყოთ?

არც მთლად ეგრეა საქმე: როგორც უკვე ვახსენეთ, არავერბალური კომუნიკაცია, ხშირ შემთხვევაში, საკმაოდ დამოკიდებულია კულტურულ კონტექსტზე. განვიხილოთ რამდენიმე მაგალითი.

- იტალიელების უხვი ჟესტიკულაცია, ხელების ქნევა, ხმამაღალი და ემოციური საუბარი - სტერეოტიპია, თუმცა ეს სტერეოტიპი უმიზეზოდ არ გაჩენილა. იტალიურ კულტურაში აღტაცების, აღფრთოვანების, სიხარულის გამოხატვა უფრო თვალსაჩინოდ ხდება, ვიდრე მაგალითად, ბრიტანულ კულტურაში. ამის გამო იტალიელს გაუჭირდება ბრიტანელის არავერბალური კომუნიკაციის ინტერპრეტირება. ამასთან, იტალიის ფარგლებშიც კი არავერბალური კომუნიკაცია განსხვავებულია სხვადასხვა რეგიონის მიხედვით.
- ზემოთ მიმართული ცერა თითი, რომელიც ქვეყნების უმეტესობაში, მათ შორის საქართველოშიც, მოწონების, დასტურის სიმბოლოდ აღიქმება, ზოგიერთ კულტურაში შესაძლოა შეურაცხმყოფელი იყოს - მაგალითად, საბერძნეთში, იტალიაში და ახლო აღმოსავლეთის გარკვეულ ქვეყნებში.
- ცერა და საჩვენებელი თითების წრიულად შეერთება დასავლურ კულტურებში თანხმობის, OK ნიშნად აღიქმება. იაპონიაში ეს ჟესტი ფულის აღმნიშვნელია, არაბულ ქვეყნებში კი შესაძლოა მუქარად აღიქმებოდეს.
- თითის ან მთლიანი ხელის გამოყენებით ადამიანის მოხმობა - „მოდი აქ“ - ზოგიერთ კულტურაში მხოლოდ ძაღლების დასაძახებლად გამოიყენება; ასეთივე მიუღებელია ზოგიერთი კულტურისთვის საჩვენებელი თითის მეშვეობით მითითება (ამიტომ, ყოველთვის უფრო მიზანშეწონილია მიუთითოთ ხელით და არა თითით).
- ბავშვის თავზე ხელის შეხება, მოთათუნება ჩვენ კულტურაში განიხილება როგორც მეგობრული დამოკიდებულების, სიყვარულის და მოწონების ჟესტი, მაშინ როდესაც აზიურ ქვეყნებში თავზე შეხება მიუღებელია. ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებში გავრცელებული წარმოდგენით, მარცხენა ხელი სხეულის ჰიგიენისთვისაა განკუთვნილი, ამიტომ მარცხენა ხელით არ ეხებიან სხვა ადამიანებს.
- დასავლურ კულტურაში თვალებით კონტაქტი აღიქმება როგორც ყურადღების და გულწრფელობის ნიშანი; ბავშვობიდან გვასწავლიან, რომ საუბრისას თვალის არიდება რადაცის დამალვას, არაგულწრფელობას ან ადამიანის უგულვებლყოფას ნიშნავს. თუმცა აზიის, შუა აღმოსავლეთის და ამერიკელი ინდიელების ზოგიერთ კულტურაში თვალებით კონტაქტი უპატივცემლობად და უზრდელობად აღიქმება.

არავერბალური კომუნიკაცია უნარია, რომლის გავარჯიშებაც სავსებით შესაძლებელია. კომუნიკაციის არავერბალური ასპექტების ცოდნა და მათი გამოყენება დაგეხმარებათ მიაღწიოთ წარმატებას როგორც პირად, ისე საქმიან ურთიერთობებში. გთავაზობთ ზოგიერთ რეკომენდაციას, რომელიც გამოგადგებათ

როგორც სამუშაოს ძიების, ასევე სამსახურებრივი მოვალეობების შესრულების პროცესში.

- ისხედით გამართულად (ნუ მოიხრებით), მიეყუდეთ საზურგეს ან წაიწიეთ ოდნავ წინ, რომ გამოხატოთ ინტერესი და ჩართულობა;
- სერიოზული საუბრის დროს გადიმება ან გაცინება უადგილოა;
- ოდნავ ამოძრავეთ ხელები (თუმცა მოერიდეთ ჭარბ ქესტიკულაციას), ცვალებით სახის გამომეტყველება, იმისთვის, რომ ბუნებრივად გამოიყურებოდეთ;
- დამსაქმებელთან გასაუბრებაზე სჯობს ტელეფონის გარეშე შეხვიდეთ, რომ არაფერმა შეგიშალოთ ხელი, ან გადაგატანინოთ ყურადღება;
- დამშვიდდით, ეცადეთ არ ამოძრავოთ კიდურები, არ აკაკუნოთ ფეხი იატაკზე;
- დაამყარეთ მოსაუბრესთან ხშირი (თუმცა არა მუდმივი ან დაჟინებული) კონტაქტი თვალებით;
- მოახდინეთ სრული კონცენტრირება საუბარზე;
- ჯგუფის წინაშე საუბრისას, ეცადეთ თანაბრად გაანაწილოთ მხედველობითი კონტაქტი სხვადასხვა ადამიანებზე;
- საკუთარი თავის წარდგენისას გაუდიმეთ ადამიანს და ენერგიულად (თუმცა ზედმეტი ძალისხმევით გარეშე) ჩამოართვით მას ხელი; დარწმუნდით, რომ ამ დროს თქვენი ხელები მშრალია;
- ნუ შეეხებით ხელით სახეს და თმებს;
- უსმინეთ ყურადღებით და არ გააწყვეტინოთ საუბარი;
- გახსოვდეთ, რომ მუშტად შეკრული ან მკერდზე გადაჯვარედინებული ხელები თავდაცვით პოზას გამოხატავს;
- მოსმენისას თავის დაქნევით აგრძნობინეთ მოსაუბრეს, რომ გესმით მისი ნათქვამი ან ეთანხმებით მას;
- საუბრისას დააკვირდით სხვა ადამიანის არავერბალური სიგნალებს; თუ ატყობთ, რომ დაბნეულია, რადგან კარგად ვერ გაიგო თქვენი ნათქვამი, დამატებით განუმარტეთ თქვენი სიტყვები;
- ეცადეთ არ უყუროთ საათს ან ტელეფონს, ამით მოსაუბრით მიმართ ინტერესის ნაკლებობას გამოხატავთ.
- ეცით პატივი მოსაუბრის პიროვნულ სივრცეს, დაიცავით მისთვის კომფორტული დისტანცია (ნუ მიუახლოვდებით ადამიანს, თუკი თავად ის თქვენგან გარკვეულ მანძილზე გაჩერდა);
- გაიდიმეთ, რათა ანიშნოთ, რომ გსიამოვნებთ ადამიანთან ურთიერთობა, ან გაგახალისათ მისმა ნათქვამმა;
- არ ისაუბროთ მონოტონურად, ცვალებით ხმის ტონი და ინტონაციები, საუბრის ტემპი;
- დაელოდეთ, რომ მოსაუბრემ დაასრულოს სათქმელი და მხოლოდ ამის შემდეგ ისაუბრეთ.

ორი ყური და ერთი პირი

*ღმერთს რომ ნდომებოდა ჩვენგან მეტი საუბარი,
ვიდრე მოსმენა - ის ორ პირს მოგვცემდა და ერთ ყურს.
მარკ ტვენის*

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, ჩუმიად 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 ქეშმარიტი 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 უწინააღმდეგებით 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 გჭრევია 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 უწინააღმდეგება;
- **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 დაეთანხმოდ 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 ღელავთ ან ნერვიულობთ);
- **“იკეტებით” საკუთარ შეხედულებებსა და ფასეულობებში**, რადგან მხოლოდ ისინი მიგაჩნიათ ერთადერთ ჭეშმარიტებად; ასეთ დროს ძალიან გაგიჭირდებათ მოუსმინოთ მოსაზრებებს, რომლებიც თქვენსაა ეწინააღმდეგება.

აქვე კიდევ ერთხელ ვახსენოთ არაეფექტური მოსმენის რამდენიმე ძირითადი არავებრბალური 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** - ცქმუტვა, 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, მამასადაძე, საწინააღმდეგოზე მეტყველებს.

და კიდევ:

- **საუბრის თემის უეცარი 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 გარემომცოფებთან. 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 გაცნობიეროთ, 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 კიდევ მასთან საუბრის სურვილი.

მარკ ტვენის 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 დედააზრი. 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;
 - წახალისეთ 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.

ქამელეონი სარკეში

აღბათ გქონიათ შემთხვევა, როდესაც შეგიძინებიათ, რომ თქვენთვის საინტერესო თემაზე საუბრისას თქვენც და თქვენი მსმენელიც ერთნაირ პოზაში იმყოფებოდით (წინ წაწეული, მაგიდაზე იდაყვებით დაყრდნობილი და ა.შ.). ან იქნებ ყოფილხართ სიტუაციაში, როდესაც 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 გამოგდით (ადამიანი, რომელიც ცდილობს მოსაუბრის თითოეული მოძრაობის გამეორებას, ძალიან უცნაურად გამოიყურება);
- ნუ გაიმეორებთ უარყოფით არავერბალურ სიგნალებს (გადაჯვარედინებული ფეხები / ხელები, საათზე დახედვა ან უკან დახევვა);
- არაა საჭირო მოსაუბრის ჟესტების, მოძრაობების და სახის გამომეტყველების ზუსტი, ზედმიწევნითი გამეორება;
- ნუ დახარჯავთ არეკვლაზე ძალზე დიდ ძალისხმევას, ეს სტრესულ სიტუაციაში ჩაგაგდებთ.

შეკითხვის დასმის ტექნიკა

ინფორმაციის შეგროვება - ადამიანის ერთ-ერთი ძირითადი საქმიანობაა. ინფორმაცია გვჭირდება, რომ რაღაც ახალი გავიგოთ და ვისწავლოთ, მოვაგვაროთ პრობლემები, მივიღოთ გადაწყვეტილებები, გავუგოთ ერთმანეთს. შეკითხვის დასმა ინფორმაციის შეგროვების უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტია, 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 ეფექტურია 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;
- მგრძობიარე / 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 რესპონდენტს¹ გასცეს დეტალური პასუხი და დამატებით განმარტოს იგი საჭიროების შემთხვევაში;

¹ რესპონდენტი - ამ შემთხვევაში ადამიანი, რომელიც პასუხს სცემს შეკითხვას, ან ავსებს კითხვარს / ანკეტას.

- შესაძლოა მიგვიყვანოს მოულოდნელ დასკვნებამდე;
- იძლევა საშუალებას ადეკვატურად გაეცეს პასუხი რთულ (კომპლექსურ) საკითხებს;
- წახალისებს 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.

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.

მთამაგონებელი (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, შთამაგონებელი 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 კომუნიკაცია და „მე-შეფთხების“ 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 ამავედროულად 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 ურიდებიან გადაწყვეტილების მიღებას და სხვის გადაწყვეტილებებს ემორჩილებიან, რაც საბოლოო ჯამში მათ იმედგაცრუებას და საკუთარ თავზე გაბრაზებასაც იწვევს. როდესაც გაწუხებთ 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 მუშაობთ მნიშვნელოვან ანგარიშზე, რომელიც დღის ბოლოს უნდა გაუგზავნოთ ხელმძღვანელს. ამ დროს შემოდის თქვენი კოლეგა და გთხოვთ უცებ უთარგმნოთ ჰატარა ტექსტი ფრანგულ ენაზე, რომელსაც მხოლოდ თქვენ ფლობთ ოფისში.

პასიური ქცევა:

ალბათ 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” - ეტყვიტ 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 შევაცვლევინოთ 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.

ალბათ, 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 შეურაცხმყოფელია 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 ჰასუხის დაგვიანებას, ვეცდები შენთან აღარ მქონდეს საქმე" (გაფრთხილება, მუქარა);
3. "გიორგი, ელემენტარული თავაზიანობაა, წაიკითხო მოსული წერილი და დროულად გასცე მას ჰასუხი" (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 შეიღებო 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 სამუშაო დროს და ვერ საზღვრავ პრიორიტეტებს" (განაალიზება);
10. "რატომ არ სცემ ჰასუხს ჩემს წერილებს დროულად? გვიან ნახულობ, გავიწყდება, თუ რა ხდება?" (გამოკვლევა, დაკითხვა);
11. "გიორგი, რა ყურადღებიანი და ოპერატიული ხარ, გამოგზავნილი არ მაქვს წერილი, რომ უკვე ჰასუხს 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 მოგეცა და მასაც ვერ მოახი 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 **ქცვის** 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 ქცვის კონკრეტული, ხელშესახები უარყოფითი შედეგები. ასე თქვენ დაარწმუნებთ ადამიანს, რომ ნამდვილად გაგაჩნიათ საკმარისი საფუძველი, როდესაც ქცვის 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 მქარგება.”

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 ადრე 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 დელავს, თავდაცვის რეჟიმში გადადის და წესიერად აღარც ესმის, რას ეუბნებიან.

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 დავტალოთ.”

- **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** (ზემოდ მოყვანილი რჩევების გათვალისწინებით);
 - ბოლოს ისევ გაიმეორეთ, **რა მოგეწონათ**.
- **ნუ გააკრიტიკებთ ადამიანს საჯაროდ**. უკუკავშირს ფასი აღარ ექნება, თუკი ადამიანი თავს უხერხულად ან დამცირებულად იგრძნობს.



საკუთარი თავის

მართვა

რას ნიშნავს საკუთარი თავის მართვა?

მიუხედავად იმისა, რომ ნებისმიერ ორგანიზაციას ჰყავს ხელმძღვანელობა, წარმატებული ორგანიზაციის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საყრდენია მისი თანამშრომლების უნარი მართონ საკუთარი თავი. ხელმძღვანელს ყოველთვის აქვს საკუთარი საზრუნავი, ამიტომ თანამშრომელი, რომელსაც შეუძლია დამოუკიდებლად და ამავედროულად ნაყოფიერად აკეთოს საქმე - განსაკუთრებით ფასეულია.

საკუთარი თავის მართვა, ან უფრო მარტივად რომ ვთქვათ - **თვითმართვა** ნიშნავს აიღო პასუხისმგებლობა საკუთარ ქმედებებზე და შეასრულო შენზე მონდობილი საქმე რაც შეიძლება ხარისხიანად. ფაქტობრივად, თვითმართვა ნიშნავს იყო საკუთარი თავის ხელმძღვანელი და მიზანმიმართულად აკეთო უფრო მეტი, ვიდრე მოგეთხოვება, იმისთვის რომ მიაღწიო წარმატებას.

როგორ შეიძლება დავახასიათოთ ადამიანი, რომელსაც შეუძლია საკუთარი თავის მართვა? ასეთი ადამიანის სამი უმთავრესი მახასიათებელია ინიციატივიანობა, ორგანიზებულობა და ანგარიშვალდებულება.

ინიციატივიანი ადამიანი ასრულებს საქმეს ისე, რომ მას არ სჭირდება მუდმივი მითითებების მიცემა. ინიციატივიანი ადამიანი გონიერია; საჭიროების შემთხვევაში ის დამოუკიდებლად აფასებს სიტუაციას, იღებს გადაწყვეტილებებს და მოქმედებს. ინიციატივიან თანამშრომელს ახასიათებს თვით-რწმენა, მედეგობა და შინაგანი მოტივაცია; იგი ამჩნევს და აგვარებს ისეთ პრობლემებს, რომლებსაც სხვებმა ყურადღება არ მიაქციეს, ცდილობს ისწავლოს და განვითარდეს, კითხულობს შესაბამის ლიტერატურას, სვამს შეკითხვებს, დამატებით იკვლევს თემებს და საკითხებს, რომლებზეც უწევს მუშაობა, ცდილობს დახვეწოს და უფრო ოპტიმალური გახადოს საკუთარი სამუშაო პროცესი, ყოველთვის მზადაა შესაძლებლობების ფარგლებში დაეხმაროს სხვებს. ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, დამსაქმებლები სწორედ ასეთ ადამიანებს ეძებენ და ხშირად, გამოცხადებული ვაკანსიის აღწერაშიც მიუთითებენ, რომ სასურველ კანდიდატს უნდა შეეძლოს ინიციატივის გამოჩენა.

ორგანიზებულობა საქმიან და პირად ცხოვრებაში ნიშნავს, რომ ადამიანს შეუძლია დაგეგმოს საკუთარი დრო და გასაკეთებელი საქმე. მან იცის, რა არის ყველაზე მნიშვნელოვანი და რა უნდა გაკეთდეს პირველ რიგში. ორგანიზებული ადამიანი ზრუნავს ყველაფერზე წინასწარ და მომზადებული იწყებს ნებისმიერი ამოცანის

შესრულებას. დროის მართვა, მოქმედებების დაგეგმვა, ამოცანების პრიორიტეტებად დალაგება, მოწესრიგებული მაგიდა, პუნქტუალობა და ორგანიზებულობის სხვა გამოვლინებები დაგეხმარებათ გამოიყურებოდეთ უფრო პროფესიონალურად და ეფექტიანად შეასრულოთ თქვენი მოვალეობები. დამსაქმებლები აფასებენ ორგანიზებულობას, რადგან იციან, რომ ორგანიზებული ადამიანები საქმეს ჯეროვნად და ოპერატიულად ასრულებენ.

ანგარიშვალდებულება და პასუხისმგებლობა ძალიან მსგავსი ცნებებია, თუმცა არა იდენტური. პასუხისმგებლობის სხვაზე გადაბარება საკმაოდ ხშირად ხდება, მაგრამ როდესაც ადამიანი *ანგარიშვალდებულია*, ეს ნიშნავს, რომ ის მთლიანად, ბოლომდე აღიქვამს საქმეს, როგორც მის საკუთარს. მას უყვარს თავისი საქმე და სურს მიაღწიოს საუკეთესო შედეგებს; წარმატების შემთხვევაში ის ამაყია შედეგებით, წარუმატებლობის შემთხვევაში კი პასუხისმგებლობას საკუთარ თავზე იღებს და ცდილობს გამონახოს გზები მდგომარეობის გამოსასწორებლად. ნებისმიერ ორგანიზაციაში მოსწონთ პოზიტიური განწყობა და საქმისადმი ერთგულება. ადამიანი, რომელიც აკეთებს უფრო მეტს, ვიდრე მას ევალება, შეუცვლელი თანაგუნდელი ხდება; დამსაქმებელი ხედავს, რომ თანამშრომელი სერიოზულად ეკიდება დაკისრებულ მოვალეობებს და მომავალში მშვიდად ანდობს მას უფრო მნიშვნელოვან საქმეებსაც.

იმისათვის, რომ ისწავლოთ საკუთარი თავის მართვა და გაიკვალოთ გზა წარმატებისკენ, გარკვეული დამოკიდებულებების ჩამოყალიბება, და ზოგიერთი საბაზისო უნარ-ჩვევის დაუფლება და გავარჯიშება დაგჭირდებათ.

რატომ არ უნდა გვეშინოდეს შეცდომების

როდესაც წარმატებასა და თვითმართვაზე ვსაუბრობთ, მნიშვნელოვანია გავიაზროთ, თუ როგორი დამოკიდებულება გვაქვს შეცდომების მიმართ. როგორ ვრეაგირებთ, როდესაც შეცდომას ვუშვებთ? როგორ ვრეაგირებთ, როდესაც სხვა უშვებს შეცდომას? შეგვიძლია თუ არა ვისწავლოთ საკუთარი შეცდომებიდან?

მნიშვნელოვანია გვესმოდეს, რომ შეცდომები კი არ გვაფერხებენ, არამედ სულ პირიქით - გვამოძრავებენ წინ.

როგორი იქნებოდა ჩვენი ცხოვრება შეცდომების გარეშე? იდეალური? სრულყოფილი? ადამიანები უარყოფითად უყურებენ შეცდომებს. ისინი არ აპატიებენ შეცდომებს სხვებს და თავადაც ცდილობენ არ დაუშვან შეცდომები; შეცდომის დაშვების შიშით მათ ზოგჯერ ურჩევნიათ საერთოდ არაფერი აკეთონ. არადა, შეცდომებში არაფერია ცუდი, ისინი საჭიროა და სასარგებლო, რადგან შეცდომების დახმარებით ვიძენთ ყველაზე ძვირფას რამეს - გამოცდილებას. შეცდომების დახმარებით ვსწავლობთ და ვვითარდებით.

დასახული მიზნის მიღწევის პროცესში, ამ მიზნის სიდიდის და მნიშვნელობის მიუხედავად, ადამიანი მუდმივად უშვებს შეცდომებს. მთავარია არა ის, თუ როგორ შეგვიძლია ავიცილოთ თავიდან ყველა შეცდომა, არამედ ის, თუ რა უნდა მოვიმოქმედოთ, როდესაც შეცდომას დავუშვებთ.

შეცდომების მიმართ სწორი დამოკიდებულების ჩამოყალიბებაში დაგვეხმარება ბავშვის ქცევაზე დაკვირვება. სიარულის სწავლის პროცესში ბავშვი შეიძლება ძალიან ბევრჯერ წაიქცეს, მაგრამ ყოველთვის ადგება და გააგრძელებს მცდელობებს მანამ, სანამ არ ისწავლის სიარულს. როდესაც თამაშის პროცესში მას რაღაც არ გამოსდის - ის არ ნებდება და იმეორებს იმავეს მანამ, სანამ არ მიაღწევს სასურველ შედეგს. შეცდომა მას არ ამუხრუჭებს, პირიქით - სტიმულს აძლევს, აღძრავს მასში ცნობისმოყვარეობას. შეცდომა შეიცავს გამოწვევას, რომელსაც ბავშვი სიამოვნებით უპასუხებს; მისთვის თითოეული შეცდომა ზრდის, განვითარების და მეტი გამოცდილების მიღების შესაძლებლობაა, და არა რაიმე უარყოფითი, რასაც ნებისმიერ ფასად უნდა აარიდო თავი.

ახლა ვნახოთ, როგორ იქცევა მოზარდი შეცდომის დაშვების დროს? ბავშვისგან განსხვავებით იგი პირველ რიგში ცდილობს დარწმუნდეს, რომ მისი შეცდომა ვერავინ შეამჩნია, ხოლო შემდეგ ცდილობს მის მიჩქმალვას. მისთვის პირველხარისხოვანია რამენაირად დამალოს, გააქროს შეცდომა და არა გამოიყენოს ის გამოცდილებისა და სწავლისთვის. რატომ ხდება ასე? იმიტომ, რომ მან უკვე კარგად აითვისა ის ფაქტი, რომ დიდები მისგან სრულყოფილებას მოელონ: სკოლაში შეცდომებს წითელი ფერით უსწორებენ, დაშვებულ შეცდომებში ქულებს აკლებენ, დაბალ შეფასებას უწერენ, შეცდომის გამო შეიძლება დასცინონ კიდევ... ამიტომაც მოზარდს ძალიან უჭირს შეინარჩუნოს შეცდომების მიმართ დადებითი დამოკიდებულება და იყოს ტოლერანტული როგორც საკუთარი, ისე სხვისი შეცდომების მიმართ.

“წარუმატებელი” ადამიანი (ე.წ. “ლუზერი” - loser) განიხილავს შეცდომას, როგორც თავისი არაეფექტური ქმედების დასასრულს. იგი კარგავს თვალთახედვის არიდან საკუთარ მიზანს და იწყებს დამნაშავეს ძიებას – ან “სხვები” არიან სულელები და ბოროტები, ან გარემო არ ვარგა, ან თვითონ არის უუნარო. “წარმატებული” ადამიანი (ე.წ. “winner”) რეაგირებს საპირისპიროდ: ის არ ივიწყებს მიზანს. მისი პირველი რეაქცია შეცდომაზე არის გაოცება, შემდეგ კი იწყება ახალი გამოსავლის, ახალი გადაწყვეტის ძიების პროცესი. შეცდომა მისთვის წარუმატებელი ქმედების დასასრული კი არა, მიზნისკენ მიმავალი ახალი გზის დასაწყისია.

ძალიან მნიშვნელოვანია ვისწავლოთ შეცდომებისგან სარგებლის მიღება, გამოცდილების დაგროვება. ამისთვის უნდა გავაანალიზოთ მოვლენები, რომლებმაც მიგვიყვანა შეცდომამდე და კარგად გავიგოთ, კონკრეტულად რაში მდგომარეობდა შეცდომის ჩვენი “წილი” - რა გვაკეთებდა არასწორად? რაში მდგომარეობდა ჩვენი დაუდევრობა? რაიმე ცოდნის ან უნარ-ჩვევების ნაკლებობის გამო მოხდა ყველაფერი, თუ უბრალოდ ძალისხმევა დავაკელით? ან იქნებ სულაც ვერაფერს გავზნებოდით, რადგან ჩვენზე არაფერი იყო დამოკიდებული? ამ

კითხვებზე პასუხის გაცემა დაგვეხმარება მაქსიმალური სარგებელი გამოვიტანოთ წარუმატებლობიდან და ამით გავამყაროთ მომავალი წარმატების საძირკველი.

შინაგანი მოტივაციის ძალა

როდესაც წარმატებასა და თვითმართვაზე ვსაუბრობთ, მნიშვნელოვანია, გავიაზროთ პასუხი შეკითხვებზე: მზად ვარ ავიღო პასუხისმგებლობა საკუთარ მიზნებსა და მიღწევებზე? ვარ თუ არა საკმარისად მოტივირებული, რომ მივალწიო ცხოვრებაში იმას, რაზეც ვოცნებობ? როდესაც წარმატებაზე ვსაუბრობთ, შეუძლებელია არ ვახსენოთ მისი ერთ-ერთი უმთავრესი წინაპირობა - ადამიანის თვითმოტივაცია.

რით განსხვავდებიან ადამიანები, რომლებიც ყოველთვის აღწევენ დასახულ მიზნებს და ისინი, ვისაც წლიდან წლამდე არაფერი გამოსდის? ხშირად, საქმე მათ **თვითმოტივაციაშია**. თვითმოტივაცია, ან როგორც მას ხშირად უწოდებენ - **შინაგანი მოტივაცია**, არის ჩვენში არსებული შინაგანი ძალა, რომელიც მუდმივად გვიბიძგებს არ გავჩერდეთ, არ დავნებდეთ, მივალწიოთ, შევასრულოთ, შევქმნათ, განვითარდეთ. თვითმოტივაციით ადამიანი სწავლობს და იზრდება; თვითმოტივაცია არსებითი ინსტრუმენტია იმისთვის, რომ განვახორციელოთ გეგმები, ავისრულოთ ოცნებები და მივალწიოთ წარმატებას ცხოვრებაში.

წარმოიდგინეთ ორი ტიპის სიტუაცია:

1. აკეთებთ საქმეს, რომელიც არც გახარებთ, არც გაინტერესებთ, მაგრამ იცით, რომ თქვენი გასაკეთებელია და მოვალეობის გრძნობის გამო აკეთებთ (მაგალითად, ალაგებთ თქვენს ოთახს ან ამზადებთ საშინაო დავალებას).
2. აკეთებთ საქმეს, რომელიც მოგწონთ და გაინტერესებთ, ამიტომ სიამოვნებით უთმობთ მას დროს და ძალისხმევას (მაგალითად, ხატავთ ან სწავლობთ რომელიმე უცხოურ ენას).

რომელ სიტუაციაში იგრძნობდით მეტ კმაყოფილებას შესრულებული საქმის გამო? დარწმუნებით შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ მეორეში. არავისთვისაა გასაკვირი, რომ საკუთარი სურვილით, საკუთარი მიზნებიდან და ინტერესებიდან გამომდინარე მუშაობა გაცილებით უფრო სასიამოვნო, კმაყოფილების მომგვრელი და წარმატებულია, ვიდრე როდესაც სხვების დავალებებს ვასრულებთ ან ვცდილობთ სხვებს ვასიამოვნოთ.

იგივე მექანიზმი მოქმედებს საქმიან გარემოშიც: როდესაც ადამიანს მოსწონს საკუთარი პროფესია ან საქმე, რომლითაც დაკავებულია ყოველდღიურად, როდესაც მას უყვარს სამუშაო, რომელსაც ასრულებს - იგი ბედნიერია სამსახურშიც და სახლშიც, და უფრო მარტივად უმკლავდება სტრესულ სიტუაციებს.

განვიხილოთ სამი მაგალითი:

1. ადამიანი, რომელიც დადის ყოველდღე სამსახურში იმიტომ, რომ გადაიხადოს გადასახადები, არჩინოს ოჯახი და არ გაანაწყენოს საკუთარი ხელმძღვანელი - არაა თვითმოტივირებული. თვითმოტივირებულია ადამიანი, რომელსაც არ ჭირდება გარე ძალების ზემოქმედება იმისთვის, რომ იმუშაოს, და რომლისთვისაც მისი საქმიანობა კმაყოფილების და თვითრეალიზების წყაროა.
2. მოსწავლე, რომელიც ასრულებს დავალებებს იმიტომ, რომ ასიამოვნოს მშობლებს, ან იმიტომ, რომ არ მიიღოს დაბალი შეფასება მასწავლებლისგან - არაა თვითმოტივირებული. თვითმოტივირებულია მოსწავლე, რომელსაც არ სჭირდება დავალების კეთების შეხსენება, რადგან მას სურს სწავლა და სკოლის წარმატებით დასრულება.
3. ადამიანი, რომელიც ვარჯიშობს სპორტულ დარბაზში იმიტომ, რომ მეგობრებს ვერ უთხრა უარი, ან იმიტომ რომ ექიმმა შეამინა ჯანმრთელობის შესაძლო პრობლემებით, არაა თვითმოტივირებული. თვითმოტივირებულია ადამიანი, რომელსაც მოსწონს, როგორ გრძნობს თავს ვარჯიშის დროს და ვარჯიშის შემდეგ, და საკუთარი სურვილით ვარჯიშობს.

როგორც წესი, თვითმოტივაცია არაა ყოვლისმომცველი და უფრო მეტად ცხოვრების თუ საქმიანობის მხოლოდ ცალკეულ ასპექტებში / სფეროებში ვლინდება. მაგალითად, ადამიანს, რომელიც მუშაობს იმიტომ, რომ არჩინოს ოჯახი, არა აქვს მუშაობის თვითმოტივაცია, მაგრამ ამავდროულად მას სავსებით შეიძლება ჰქონდეს, მაგალითად, დილაობით სირბილის ან ცხოველთა თავშესაფარში მოხალისედ მუშაობის თვითმოტივაცია.

თვითმოტივაცია სულაც არაა ბუნებრივად და უნივერსალურად თანდაყოლილი რამ; მის შექმნას და გაძლიერებას გარკვეული ძალისხმევა სჭირდება.

თვითმოტივაცია კომპლექსური ძალაა და რამდენიმე წყაროთი საზრდოობს. ის უკავშირდება პირველ რიგში თქვენს სურვილს დაუსახოთ საკუთარ თავს რთული ამოცანები; რწმენას, რომ ფლობთ ამ ამოცანების შესასრულებლად საჭირო უნარ-ჩვევებს; და მოლოდინს იმისა, რომ თუ მიზანმიმართულად და თავდაუზოგავად იმუშავებთ, აუცილებლად მიაღწევთ წარმატებას.

ძლიერი თვითმოტივაციისთვის არსებითია ოთხი ფაქტორი:

1. თავდაჯერებულობა და თვითეფექტურობა;
2. პოზიტიური აზროვნება და მომავლისადმი პოზიტიური განწყობა;
3. კონცენტრაცია და მნიშვნელოვანი მიზნები;
4. მამოტივირებელი გარემო.

თავდაჯერებულობა, საკუთარი ძალების რწმენა ნიშნავს დაუსახო საკუთარ თავს რთული მიზნები და შეინარჩუნო მედეგობა წარუმატებლობის შემთხვევაში. ადამიანი, რომელსაც აკლია თავდაჯერებულობა, ფიქრობს: “ასეც ვიცოდი, რომ არაფერი გამომივიდოდა”; თვითდაჯერებული ადამიანი კი იფიქრებს: “ეს წარუმატებლობა მე ვერ შემაფერხებს!”

სტენფორდის უნივერსიტეტის პროფესორის, ალბერტ ბანდურას განსაზღვრებით, **თვითფექტურობა** არის რწმენა იმისა, რომ შეგიძლია იყო წარმატებული და მიაღწიო მიზნებს, რომლებიც დაისახე, და ეს რწმენა უდიდეს გავლენას ახდენს ადამიანის ცხოვრებისეულ არჩევანზე. ბანდურას კვლევის მიხედვით, მაღალი თვითფექტურობის მქონე ადამიანები აღიქვამენ რთულ მიზნებს, როგორც გამოწვევას და ცდილობენ სწორედ ასეთი მიზნები დაისახონ ცხოვრებაში, მაშინ როდესაც იგივე მიზნები დაბალი თვითფექტურობის მქონე ადამიანების აღქმაში მიუღწევადი და არარეალისტურია, შესაბამისად ისინი არც შეაჩერებენ არჩევანს ასეთ მიზნებზე.

თავდაჯერებულობის განვითარებით თქვენ არა მხოლოდ ირწმუნებით, რომ შეგიძლიათ მიაღწიოთ წარმატებას, არამედ დაინახავთ და აღიარებთ თქვენს მიღწევებს და ამის გამო დიდ სიამოვნებასაც იგრძნობთ. ამისთვის შემდეგი ნაბიჯებია საჭირო:

- იფიქრეთ, რას მიაღწიეთ უკვე ცხოვრებაში;
- კარგად განსაზღვრეთ, რა ძლიერი მხარეები გააჩნიათ, რომ სათანადოდ გამოიყენოთ ისინი მიზნების მიღწევის გზაზე;
- დაისახეთ რეალისტური მიზნები, იმუშავეთ, რათა მიაღწიოთ მათ, ისიამოვნეთ მიღწევით და ნურასდროს გაჩერდებით - დაისახეთ ახალი, ყოველ ჯერზე ცოტა უფრო რთული მიზნები;
- მიმართეთ მასწავლებლებს, მეგობრებს, კოლეგებს, მენტორებს და ნებისმიერ სხვა ადამიანს, ვისაც გააჩნია ის ცოდნა, უნარ-ჩვევები და პიროვნული თვისებები, რომლებიც გსურთ რომ განივითაროთ.

როგორც კი დაინახავთ და გაიაზრებთ, რამდენს მიაღწიეთ და რამხელა პოტენციალი გააჩნიათ, გაგიჩნდებათ საკუთარი ძალების და შესაძლებლობების რწმენა და თვითმოტივირების პროცესიც დაიწყება.

პოზიტიური აზროვნება თვითმოტივაციის მნიშვნელოვანი ფაქტორია. მართლაც, ძალიან მნიშვნელოვანია უყუროთ ყველაფერს ოპტიმისტურად, განსაკუთრებით, როდესაც საქმეები ვერ მიდის ისე, როგორ გინდოდათ და როდესაც დანებების და ფარ-ხმლის დაყრის სურვილი ძალიან დიდია.

თუ ბევრს იფიქრებთ იმაზე, რომ ყველაფერი ცუდადაა და არაფერი გამოგივათ, მართლაც ყველაფერი ცუდად იქნება და არაფერი გამოგივათ, განსაკუთრებით თუ თქვენი საქმიანობა მოითხოვს, მაგალითად, ადამიანებთან მუშაობას და მათ დარწმუნებას, რომ მხარი დაგიჭირონ. უიმედო განწყობით თქვენ გაგიჭირდებათ ვინმეს დარწმუნება და შეგულიანება, და ისედაც რთულ სიტუაციას კიდევ უფრო დაამძიმებთ. გახსოვდეთ, რომ თქვენს ფიქრებს დიდი გავლენა აქვს წარმატებაზე და წარუმატებლობაზე, ასე რომ დაიმორჩილეთ ისინი და თქვენთვის სასურველი მიმართულებით წარმართეთ:

- გაცნობიერეთ, რაზე ფიქრობთ დღის განმავლობაში; ჩაიწერეთ თქვენი ფიქრები;
- გაუწიეთ წინააღმდეგობა ნეგატიურ ფიქრებს, ჩაანცვლეთ ისინი პოზიტიურით;
- შექმენით გონებაში მიღწეული მიზნის ძლიერი და მიმზიდველი სურათი;
- ჩამოაყალიბეთ სიტყვიერად, რისი მიღწევა გსურთ და რატომ; გაუმეორეთ საკუთარ თავს ეს სიტყვები რაც შეიძლება ხშირად;
- ივარჯიშეთ პოზიტიურ აზროვნებაში მანამ, სანამ ის ავტომატურ ჩვევაში არ გადაგივათ.

კონცენტრაცია და მნიშვნელოვანი მიზნები. როგორც ვახსენეთ, თვითმოტივაციის შექმნის ერთ-ერთი პირობაა რთული, მნიშვნელოვანი მიზნების დასახვა. ასეთი მიზნები აძლიერებენ თქვენს კონცენტრაციას, გაძლევენ მიმართულებას, განიჭებენ საკუთარი შესაძლებლობების რწმენას.

პირველ რიგში დაისახეთ მიზანი, მაგრამ არა ნებისმიერი. თქვენს მიზანს უნდა ახასიათებდეს:

- **მნიშვნელოვნება** - რაც უფრო მნიშვნელოვანია მიზანი პირადად თქვენთვის, მით უფრო ძლიერი მამოტივირებელი ძალა გააჩნია მას;
- **გარკვეულობა და სიცხადე** - ეფექტური მიზანი არის ნათელი, კონკრეტული, გაზომვადი;
- **სირთულე** - მიზანი უნდა იყოს საკმარისად რთული, რომ იყოს საინტერესო, მაგრამ არა იმდენად რთული, რომ გახდეს მიუღწევადი.

მიზნების დასახვის შემდეგ გამოყავით შესაბამისი დრო და რესურსები. განსაზღვრეთ პრიორიტეტები და შეადგინეთ სამუშაო განრიგი, დროის და ძალისხმევის ეფექტური გადანაწილების მიზნით¹ (გადაღლა არაფერს მოგიტანთ სასიკეთოს; ერთი საქმის კეთების პროცესში გამოფიტვა გამოიწვევს იმას, რომ სხვა მიზნების დათმობა მოგიწევთ). პრიორიტეტების სწორად გამოკვეთა შეამცირებს სტრესს და დაგეხმარებათ პირველ რიგში სტრატეგიულად მნიშვნელოვან საქმეს მიხედოთ.

მამოტივირებელი გარემო. თვითმოტივაციის ამალღების ბოლო პირობაა შეუქმნათ საკუთარ თავს ხელშემწყობი გარემო: აიღოთ ორიენტაცია იმ ადამიანებსა და რესურსებზე, რომლებიც მუდმივად გაგახსენებენ თქვენს მიზნებს და დაგეხმარებიან მოტივაციის შენარჩუნებაში. ადამიანები და რესურსები - გარე ფაქტორებია, ანუ გარედან ახდენენ თქვენს მოტივირებას; რასაკვირველია, გარე მოტივაცია პრინციპულად განსხვავდება შინაგანი მოტივაციისგან, რომელზეც აქამდე ვსაუბრობდით, თუმცა ოდნავ თუ გადავასხვავებთ ცნობილ გამოთქმას, ბრძოლაში ყველა საშუალება კარგია, ამიტომ რაც მეტი ფაქტორი იმუშავებს თქვენს

¹ იხილეთ ქვეთავი დროის მართვაზე „ყველაზე ძვირფასი რესურსი“.

სასარგებლოდ, მით უკეთესი თქვენთვის. გამოიყენეთ გარე მხარდაჭერა შემდეგნაირად:

- მოიძიეთ გუნდური მუშაობის შესაძლებლობები; გუნდში მუშაობა ნიშნავს, რომ არა მხოლოდ გყავთ თქვენი საქმის ერთგული მხარდამჭერები, არამედ ანგარიშვალდებული ხდებით გუნდის წევრების წინაშე, რაც დამატებით უწყობს ხელს თქვენს ეფექტურობას;
- მოითხოვეთ ხელმძღვანელისგან კონკრეტული, გაზომვადი მიზნების და ამოცანების დასახვა, რაც შემდგომში გაგიადვილებთ მიღწეული წარმატების შეფასებას;
- მოითხოვეთ კონსტრუქციული კრიტიკა / უკუკავშირი ხელმძღვანელისგან ან კოლეგებისგან, რომ იცოდეთ, რა მიმართულებით გჭირდებათ მეტი მუშაობა;
- განიზრახეთ რამდენიმე, შედარებით მარტივი ამოცანის შესრულება; პატარა-პატარა, სწრაფი გამარჯვებები შესანიშნავად ახერხებენ მოტივაციის ამაღლებას.

თვითმოტივაციაზე საუბრისას არ უნდა დავივიწყოთ ისეთი მნიშვნელოვანი რამ, როგორცაა **მოვალეობის გრძნობა**, რომელსაც ცალსახად ვერც გარეგან, ვერც შინაგან მოტივატორს ვუწოდებთ; ამის მიუხედავად, ის საკმაოდ მძლავრი მამოძრავებელი ძალაა, რომელიც ემყარება ჩვენს პიროვნულ ეთიკას და წარმოდგენებს იმაზე, თუ *რა არის კარგი და რა - ცუდი*. ადამიანები ხშირად აკეთებენ რაღაცას მოვალეობის გრძნობის გამო, რადგან მიაჩნიათ, რომ ასეა სწორი, ასეა უკეთესი. ვთქვათ, თანამშრომელმა, რომელთანაც მხოლოდ კარგი ნაცნობობა გაკავშირებთ, დაგპატიჟათ წვეულებაზე. სავარაუდოდ, თქვენთვის ამ წვეულებაზე დასწრებას არ ახლავს არავითარი შინაგანი ან გარეგანი სარგებელი, რადგან დარწმუნებული ხართ, რომ იქ შეკრებილი ადამიანების უმრავლესობასთან არაფერი გაქვთ საერთო. ამის მიუხედავად, თქვენ მაინც მიდიხართ წვეულებაზე, რადგან მიგაჩნიათ, რომ წვეულებაზე მისვლა იქნებოდა სწორი, კარგი საქციელი.

ერთსაც დავამატებთ: თუ მოახერხებთ და ასეთ წვეულებაზე პოზიტიური განწყობით მიხვალთ, მეტია ალბათობა იმისა, რომ მართლაც ისიამოვნებთ იქ ყოფნით. ასეთ შემთხვევაში მოვალეობის გრძნობის გარდა, ბონუსად გართობის და მხიარულების შინაგან მოტივატორსაც მიიღებთ.

და ბოლოს, ყველაზე მთავარი და უნივერსალური რჩევა:

იპოვეთ საქმე, რომელიც გაინტერესებთ, რადგან, როგორც უკვე ვთქვით, გაცილებით უფრო მარტივია იყო შინაგანად მოტივირებული, როდესაც გულით მოგწონს და გიტაცებს ის, რასაც აკეთებ.

პრობლემური სიტუაციების მ ა რ თ მ ა

აღბათ, ყველას გაგვაჩნია პრობლემის ჩვენული განმარტება. პირველ რიგში, ვნახოთ, რას გვეუბნება ლექსიკონი. მეიერსის ჯიბის ლექსიკონის (Meyers Taschenlexikon) მიხედვით,

„პრობლემა“ - ზოგადი აღნიშვნაა თეორიული, ტექნიკური, ეთიკური, თუ სხვა საკითხისა, რომლის გადაწყვეტა შეიძლება არსებობდეს მთლიანად, ან ნაწილობრივ, ან სულაც არ არსებობდეს. პრობლემების ზუსტი დაყენება მეცნიერებაში ხშირად განაპირობებს ახალი თეორიების განვითარებას, აღმოჩენებსა და გამოგონებებს“.

ოქსფორდის ლექსიკონი (Concise Oxford Dictionary, 1995) განმარტავს **პრობლემას** შემდეგნაირად:

*“საეჭვო ან რთული საკითხი, რომელიც მოითხოვს გადაწყვეტას”;
“რაიმე, რისი გაგება, ან შესრულება, ან დაძლევა წარმოადგენს სირთულეს“.*

იმ რეალობის ჩამოყალიბებაზე, რომელშიც ჩვენ ვცხოვრობთ, ბევრი ფაქტორი ახდენს გავლენას და მათ შორის ერთ-ერთია სამეცნიერო ენა. პრობლემების მიმართ ჩვენი დამოკიდებულება ამის ნათელი დადასტურებაა. გავიხსენოთ გამოთქმები:

- უამრავი პრობლემა მაწუხებს;
- სხვებთან შედარებით ზღვა პრობლემები მაქვს;
- პრობლემები თავზე მაყრია;

და ა.შ.

ერთი შეხედვით, ჩვეულებრივი გამოთქმებია, მაგრამ, რომ დავფიქრდეთ – რა გვაქვს სინამდვილეში, როდესაც ვამბობთ, რომ პრობლემა “გვაქვს”?

ცხოვრების გზაზე - სასწავლებელში, სამსახურში თუ სახლში უამრავი სხვადასხვა საინტერესო შესაძლებლობა გვხვდება, თუმცა ძალიან ბევრს საერთოდ ვერ ვიყენებთ, ან ვერ ვიყენებთ სრულად. ზოგჯერ არც ვიცით, როგორ გამოვიყენოთ და ვიქმნით ბარიერებს - ვიგონებთ უამრავ მიზეზს იმისა, თუ რატომ ვერ გამოვიყენეთ ესა თუ ის შესაძლებლობა. ასეთი ბარიერების წყალობითაა სწორედ, რომ ხშირად

სავსებით უწყინარი და პოზიტიური სიტუაციაც კი ნეგატიურ, პრობლემურ სიტუაციად გვევლინება.

ამიტომ, როდესაც პრობლემასთან გვაქვს საქმე, პირველ რიგში დავსვათ რამდენიმე არსებითი კითხვა:

- რეალურია ეს პრობლემა თუ მხოლოდ ჩემს წარმოსახვაში არსებობს?
- იქნებ ეს პრობლემა სინამდვილეში შესაძლებლობაა, რომელიც აუცილებლად უნდა გამოვიყენო?
- მართლაც საჭიროებს თუ არა ეს პრობლემა გადაწყვეტას? რა მოხდება ყველაზე უარეს შემთხვევაში, თუ პრობლემა არ გადაწყდა?
- შემიძლია თუ არა მოვიმოქმედო რაიმე არსებითი პრობლემის გადასაჭრელად? თუ პასუხია „კი“, მაშინ ისმის დამატებითი კითხვა:
- არის თუ არა პრობლემის გადაჭრით მიღებული შედეგი ჩემთვის იმდენად მნიშვნელოვანი, რომ მიღირდეს მასზე ჩემი რესურსების (დროის, ცოდნის, უნარ-ჩვევების, ძალისხმევის, კრეატივის და ა.შ.) დახარჯვა?

პრობლემის მოგვარების უნარი ყველასთვის საჭირო უნარია, რადგან თითოეულ ჩვენგანს ყოველდღიურად სხვადასხვა ტიპის პრობლემებთან უწევს შეჯახება. ზოგი უფრო რთული გადასაწყვეტია, ზოგი ნაკლებად, მაგრამ საერთო ჯამში ალბათ ყველას “უამრავი პრობლემა” გვაწუხებს, ხოლო ჯადოსნური ინსტრუმენტი, რომელიც ყველა პრობლემას ერთიანად მოგვიგვარებდა, ჯერ-ჯერობით არ გამოუგონიათ.

საქმიან სფეროშიც ანალოგიური სიტუაციაა. საქმიანი ურთიერთობები (შესაბამისად თვითონ საქმეც) ზიანდება მხოლოდ და მხოლოდ იმის გამო, რომ ადამიანებს არ გააჩნიათ პრობლემასთან მუშაობის და პრობლემურ სიტუაციაში ეფექტიანი კომუნიკაციის უნარ-ჩვევები. შედეგად, ისინი ან ვერ ხვდებიან პრობლემის არსებობის შესახებ, ან არ აღიარებენ მის არსებობას, ან აღიარებენ, მაგრამ ვერ ახერხებენ მის ჯეროვან მოგვარებას. შესაბამისად, პრობლემის მოგვარების უნარ-ჩვევების მქონე თანამშრომლები უადრესად ფასეულია ნებისმიერი დამსაქმებლისთვის.

ადამიანებს ხშირად სჩვევიათ პრობლემის შესწავლის გარეშე, პირდაპირ მის გადაჭრაზე გადასვლა. ერთი შეხედვით შესაძლოა მოგვეჩვენოს, რომ პრობლემის გადაწყვეტა აქვე, ზედაპირზე და მარტივად შევძლებთ მის მოგვარებას, მაგრამ ხშირად ასეთ მიდგომას ჩიხში შევყავართ, ვინაიდან უმეტეს შემთხვევაში, ჯეროვანი შესწავლის გარეშე პრობლემის გადაჭრა პრაქტიკულად შეუძლებელია, ხოლო თუ მოხერხდა გადაწყვეტის მოძებნა, ის, როგორც წესი, მხოლოდ პრობლემის სიმპტომს მოაგვარებს და არა მის გამომწვევ, რეალურ მიზეზს.

სარეველა მცენარეების მსგავსად, რომლებსაც მხოლოდ იმ შემთხვევაში მოვიშორებთ, თუკი მიწიდან ფესვიანად ამოვიღებთ, პრობლემის თავიდან

მომორების მანსი მხოლოდ მაშინ გვექნება, თუკი ვიპოვით და აღმოვფხვრით მთავარ, ძირეულ პრობლემას.

„რატომ?“ x 5 = ...

აღბათ ყველამ იცის, როგორ უყვართ ბავშვებს ამ კითხვის დასმა, და როგორ იოლად ჰბეზრდებათ მშობლებს ამ გაუთავებელ „რატომ?“-ზე პასუხის გაცემა. არადა, კითხვა „რატომ?“ ერთ-ერთი ყველაზე სასარგებლო კითხვაა, რომელიც შეიძლება დაისვას პრობლემასთან მუშაობის პროცესში; თანაც, მისი დასმა ზუსტად ისეა საჭირო, როგორც ამას ბავშვები აკეთებენ - ანუ, **ბევრჯერ**, საშუალოდ 5-ჯერ (თუმცა, პრობლემის სირთულიდან გამომდინარე, ზოგჯერ, შესაძლოა, მხოლოდ 3 „რატომ?“ აღმოჩნდეს საკმარისი, ზოგჯერ კი 6, 7 ან მეტი დაგჭირდეთ).

“5 რატომ?” ტექნიკა 1930 წლებში *საკიჩი ტოიოდა*მ, იაპონელმა მეწარმემ და “ტოიოტას” დამფუძნებელმა შეიმუშავა. ტოიოტა ღღემდე იყენებს პრობლემის ანალიზის ამ ტექნიკას, რადგან მისი მთავარი მიდგომაა “მიდი და ნახე” ფილოსოფია, რომლის მიხედვით გადაწყვეტილება უნდა ემყარებოდეს არა სადღაც ზედა ეშელონებში გაკეთებულ თეორიულ ვარაუდებს, არამედ იმის დეტალურ ცოდნას, თუ *რა ხდება სინამდვილეში*, ორგანიზაციის ყველაზე “დაბალ” დონეზე. შესაბამისად, “5 რატომ?” ტექნიკა ყველაზე უფრო ქმედითია, როდესაც პასუხები მოდის იმ ადამიანებისგან, ვისაც პრობლემასთან უშუალო შეხება აქვს.

მეთოდი უადრესად მარტივია: როდესაც ჩნდება პრობლემა, უნდა ვეცადოთ ჩავუღრმავდეთ მას, ჩავწვდეთ მის ფესვებს, შეკითხვის “რატომ?” მრავალჯერადი დასმის მეშვეობით. ამ კითხვის განმეორებითი დასმით თქვენ შეძლებთ ფენა-ფენა, ხახვის ფურცლებივით ააცალოთ ნამდვილ პრობლემას მისი სიმპტომები, და აღმოაჩინოთ ამ სიმპტომების გამომწვევი რეალური მიზეზი. პრობლემის ანალიზი ამ მეთოდით განსაკუთრებით გამოსადეგია, როდესაც პრობლემა არც ისე რთული, ან საშუალოდ რთულია.

განვიხილოთ მაგალითი:

პრობლემა გამომცემლობაში: დამკვეთი უარს ამბობს დაბეჭდილი ბუკლეტების საფასურის გადახდაზე.

1. რატომ?

- იმიტომ რომ დაუგვიანეთ შეკვეთა და ბუკლეტები, რომლებიც გარკვეული ღონისძიებისთვის იყო განკუთვნილი, აღარ სჭირდება.

2. რატომ დაუგვიანეთ შეკვეთა?

- დაბეჭდვას მეტი დრო დასჭირდა, ვიდრე გვეგონა.

3. რატომ?

- იმიტომ რომ საბეჭდ დაზგაში ამოიწურა მელანი.

4. რატომ ამოიწურა მელანი დაზგაში?

- იმიტომ რომ მეღნის მთლიანი მარაგი ბოლო წამს შემოსულ, დიდი მოცულობის შეკვეთაზე დაიხარჯა.

5. რატომ მოხდა ასე?

- იმიტომ რომ მეღნის მარაგი ადარ გვაქვს და ახალი მეღნის შექმნა დროულად ვერ მოხერხდა.

6. რატომ?

- რადგან ჩვენს მომწოდებელს მინიმუმ ერთკვირიან ვადაში შეუძლია მეღნის მოწოდება.

პრობლემის შესაძლო მოგვარება: ვიპოვოთ მომწოდებელი, რომელსაც შეუძლია მაქსიმალურად მოკლე ვადაში მოგვაწოდოს სათანადო მასალები, ისე რომ არ დაგვჭირდეს მეღნის უსარგებლო მარაგების დასაწყობება და ამავდროულად დროულად შევასრულოთ ყველა შეკვეთა.

დასკვნის სახით უნდა ვთქვათ, რომ სადაც არ უნდა მუშაობდეთ და რა ტიპის საქმიანობას არ უნდა ეწეოდეთ, ოფისში იქნება ეს, თუ სამშენებლო უბანზე - პრაქტიკულად ყოველდღიურად გადააწყდებით როგორც ამოცანების შესრულებასთან, ისე ურთიერთობებთან დაკავშირებულ სირთულეებს, და ამ სირთულეებს კონსტრუქციულად და ეფექტურად უნდა გაუმკლავდეთ.

როგორც ადრე ვახსენეთ, პრობლემების დადგენის და მათი მოგვარების უნარი - ერთ-ერთი საკვანძო უნარია, რომელსაც ხელმძღვანელი აფასებს მის თანამშრომლებში. პრობლემის მოგვარების უნარი - ეს არის უნარი გამოიყენოთ თქვენი ცოდნა, ობიექტური ფაქტები და მონაცემები იმისთვის, რომ გადალახოთ სირთულეები და გადაჭრათ პრობლემები. ეს არავითარ შემთხვევაში არ ნიშნავს, რომ ყოველთვის და მყისიერად უნდა გქონდეთ მზა პასუხი ნებისმიერ პრობლემურ სიტუაციაზე, სულ პირიქით: ეს ნიშნავს, რომ თქვენ უნდა შეგეძლოთ გარკვეული გონივრული ვადების ფარგლებში სიტუაციის შეფასება, პრობლემის მოგვარების ვარიანტების პოვნა და ამ ვარიანტებიდან საუკეთესოს არჩევა; და ამ ყველაფერს, საჭიროებისამებრ, როგორც დამოუკიდებლად, ისე თქვენს თანაგუნდელებთან აქტიური კომუნიკაციის და თანამშრომლობის შედეგად უნდა ახერხებდეთ.

ყველაზე ძვირფასი რეისურსი

„დრო არ მყოფნის“, „ვერ ვასწრებ“, „დროში გაჭედული 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 და 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, როგორცაა, 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 დაკავებულობას, 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 ინდოეთია, 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 დიპლომატიური 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 მივაკუთვნებით (ან რომელი უფრო გვესიმპათიურება), 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 გვაზიწყდება, რომ იგი ამოუწურავი არ არის: დაკარგულ დროს ვეღარ ავინაზღაურებთ, 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, შეგვიძლია 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.)

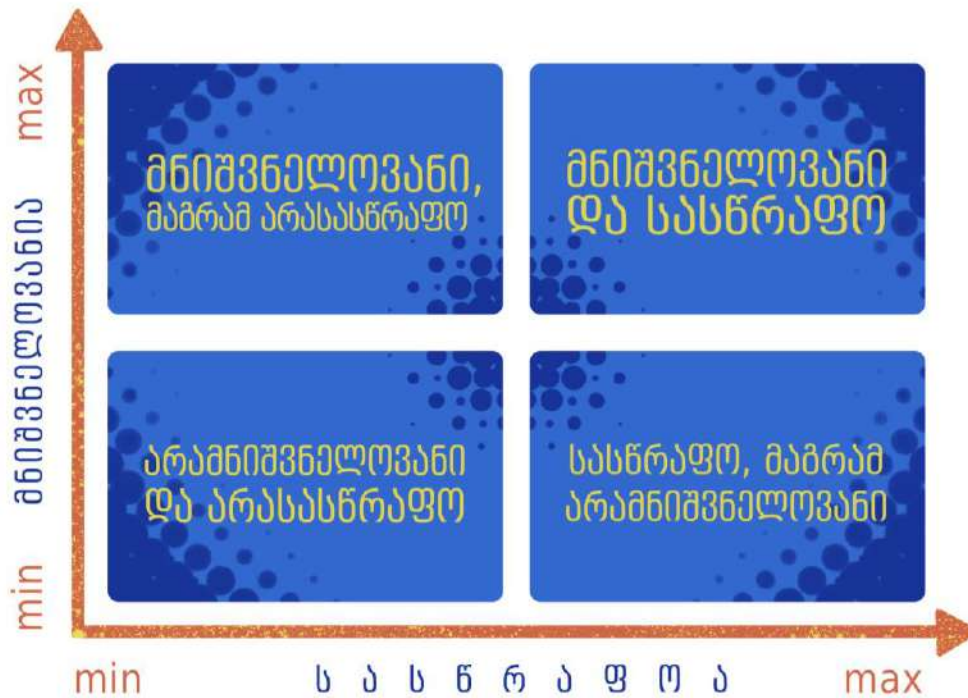
მეორე – დაგეგმვა: სპეციალისტები გვირჩევენ არ დავიშუროთ დრო, რათა თავიდანვე დაგეგმოთ საკუთარი საქმიანობა და გულდასმით გავიაზროთ შესასრულებელი ამოცანები (პრიორიტეტების დალაგება, სტრატეგიული და სამოქმედო გეგმები და ა.შ.).

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

პირველ რიგში შევადგინოთ ყველა იმ ამოცანის სია, რომელიც შესასრულებელია. შემდეგ:

1. დავხაზოთ კოორდინატთა სისტემა, რომელშიც ჰორიზონტალურ ღერძზე გაიზომება ამოცანის შესრულების სასწრაფოობა, ვერტიკალურზე – შესრულების მნიშვნელოვნება;
2. განვალაგოთ 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 ამოცანების, 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 მოიქეცით 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 ვანდომებთ საქმის კეთებას, რადგან ზედმეტ ყურადღებას ვაქცევთ მცირე დეტალებს და დიდ დროს ვუთმობთ მათ სრულყოფას. დავალების შესრულების თვალსაზრისით, თუმცადა, სჯობს შეეშვათ პერფექციონიზმს და მალევე დაასრულოთ სამუშაოს ძირითადი მოცულობა. ამის შემდეგ შეძლებთ დაუბრუნდეთ და ჩაუღრმავდეთ დეტალებს.
6. **გააცნობიერეთ, 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. **შეღარებით მოცულობითი საქმე მცირე ნაწილებად დაყავით.** დიდ და რთულ საქმეებს ყველა დიდი სიამოვნებით გაურბის. რაც არ უნდა მშვიერი

იყო - ერთ ჯერზე მთლიან ხარს მაინც ვერ შეჭამთ. “ზღვა კოვზით დაიღვევო”, 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 აგიმაღლებათ.

დროის ეკონომია ალან ლაკეინის მიხედვით

“დრო = ცხოვრებას, ამიტომ ხარჯეთ დრო და ცხოვრება ფუჭად, ან მართეთ დრო და სრულყოფით თქვენი ცხოვრება” - ეს სიტყვები ეკუთვნის ალან ლაკეინს, დროის რაციონალური გამოყენების დარგში ერთ-ერთ საუკეთესო კონსულტანტს და ამ თემაზე გამოქვეყნებული ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი წიგნის¹ ავტორს.

დროის მართვაზე საუბარს დავასრულებთ იმით, რომ გაგიზიარებთ დროის დაზოგვის “რეცეპტების” შესანიშნავ სიას, რომელიც ალან ლაკეინმა საკუთარ გამოცდილებაზე დაყრდნობით ჩამოაყალიბა:

1. ჩემს განკარგულებაში არსებულ მთლიან დროს განვიხილავ, როგორც “სამუშაო დროს” და ვცდილობ ვიყო კმაყოფილი მისი თითოეული წუთით;
2. რასაც არ უნდა ვაკეთებდეთ მოცემულ დროში, ვაკეთებ სიამოვნებით;
3. გამოსწორებელი ოპტიმისტი ვარ;
4. ვცდილობ ვიარო გამარჯვებიდან გამარჯვებამდე;
5. არასდროს ვუთმობ დროს წარუმატებლობაზე დარდს;
6. არასდროს ვუთმობ დროს ნერვიულობას იმის გამო, რომ რაღაც ვერ გავაკეთე;
7. მუდმივად ვახსენებ საკუთარ თავს: “ნამდვილად მნიშვნელოვანი საქმისთვის ყოველთვის უნდა გამოინახოს დრო”;
8. ყოველდღიურად ვცდილობ დროის დაზოგვის ახალი ხერხი გამოვიგონო;
9. სამუშაო დღეებში აღრიხანად ვდგები (და ადრე მივდივარ დასაძინებლად);
10. მსუბუქად ვსადაილობ, რომ დღის განმავლობაში ძილი არ მომერიოს;
11. არ ვკითხულობ გაზეთებს და ჟურნალებს (შეგვიძლია განვავრცოთ ალან ლაკეინის ეს რჩევა ინტერნეტზე ☺); არ მაქვს სახლში ტელევიზორი;
12. პერიოდულად ვაანალიზებ საკუთარ ჩვევებს მათი გაუმჯობესების მიზნით;
13. “ლოდინის” ცნება ჩემთვის არ არსებობს. თუკი მიწევს ვინმეს ან რაიმეს დაველოდო, ამ დროს განვიხილავ, როგორც “საჩუქარს”, რათა მოვდუნდე,

¹ Alan Lakein, How to Get Control of Your Time and Your Life; 1973

- დავგეგმო რამე, ან გავაკეთო ისეთი რამ, რაზეც სხვა შემთხვევაში დროს ვერ გამოვინახავდი;
14. ჩემს საათს სამი წუთით წინ ვაყენებ, რომ დროში ოდნავ მოვიგო;
 15. სხვადასხვა შენიშვნების და თავში უცებ მოსული აზრების ჩანიშვნისთვის, მუდმივად თან მაქვს ბლოკნოტი;
 16. ვცდილობ ყოველთვის მინც გადავხედო ჩემი ცხოვრებისეული მიზნების სიას;
 17. ყოველდღიურად ვათვალიერებ სტრატეგიული ამოცანების სიას, რომ მათი გათვალისწინებით დავგეგმო მიმდინარე დღე;
 18. ოფისში გამოსაჩენ ადგილას გამოკრული მაქვს შესვენებები ჩემი სტრატეგიული ამოცანების შესახებ;
 19. წვრილმანი საქმეების შესრულების დროსაც კი არ ვივიწყებ გრძელვადიან მიზნებს;
 20. დილაობით ვსაზღვრავ, თუ რა უნდა გავაკეთო პირველ რიგში და ვადგენ დღის განრიგს;
 21. წინასწარ ვადგენ შემდეგი თვის საქმიანობის გეგმას ისე, რომ გეგმა იყოს მრავალფეროვანი, დაბალანსებული და ითვალისწინებდეს თავისუფალ დროს უეცრად აღმოცენებული გადაუდებელი საქმეებისთვის;
 22. საკუთარ თავს ვაძლევ განტვირთვის და დასვენების საშუალებას და ვაჯილდოებ, როდესაც მნიშვნელოვან საქმეებს ვასრულებ;
 23. ვემხრობი პრინციპს “ყველაზე მნიშვნელოვანი - უპირველეს ყოვლისა”;
 24. ვცდილობ მივადწიო წარმატებას ქვკვიანური და არა დაძაბული მუშაობით;
 25. ვცდილობ გავაკეთო ზუსტად ის, რაც დავგეგმე, ერთი საქმის მეორით ჩანაცვლების გარეშე;
 26. სრულიად ვენდობი პრიორიტეტების საკუთარ სკალას და ვცდილობ მივყვე მას, რადაც არ უნდა დამიჯდეს;
 27. პერიოდულად ვუსვამ კითხვას საკუთარ თავს: “მოხდება რაიმე საშინელი, თუკი მე ამას ახლა არ გავაკეთებ?” თუკი პასუხი უარყოფითია, მაშინ არც ვაკეთებ;
 28. თუკი შევამჩნიე, რომ ვაჯანჯლებ საქმეს, ვეკითხები საკუთარ თავს: “კონკრეტულად რას გავურბივარ ამით?” პასუხის მიღებისთანავე ვცდილობ რაც შეიძლება მალე დავასრულო ჩემთვის უსიამოვნო საქმე;
 29. ვაძლევ საკუთარ თავს საკმარის დროს იმისთვის, რომ მთლიანად მოვახდინო კონცენტრირება პრიორიტეტულ საკითხებზე;
 30. განვივითარე ერთი მიმართულებით ხანგრძლივად და თანმიმდევრულად კონცენტრაციის უნარი;

31. არასდროს ვცდილობ კონცენტრირებას ერთდროულად რამდენიმე საქმეზე;
32. ვახდენ ძალისხმევას კონცენტრირებას ისეთ საქმეზე, რომელიც ყველაზე მნიშვნელოვან გრძელვადიან სიკეთეს მომიტანს;
33. ვცდილობ განსაკუთრებულად დავინარჯო, როდესაც ვგრძნობ, რომ შემოიძლია გავიმარჯვო;
34. მივაჩვიე საკუთარი თავი შევასრულო გასაკეთებელი საქმეების ნუსხა ისე, რომ არ გამოვტოვო ყველაზე რთული პუნქტები;
35. ვცდილობ საკუთარი აზროვნების პროცესის მნიშვნელოვანი ნაწილი ფურცელზე გადავიტანო;
36. ვცდილობ საკუთარ შემოქმედებით საქმიანობას დილის და ღლის საათები დავეთმო, საღამო კი საქმიანი შეხვედრებისთვის მოვიტოვო;
37. საქმის დამთავრების ზუსტ ვადებს განვსაზღვრავ როგორც საკუთარი თავისთვის, ისე სხვებისთვის;
38. საუბრის დროს, ყოველთვის ვცდილობ ვიყო “აქტიური მსმენელი”;
39. ვაფასებ სხვა ადამიანების დროს და ვცდილობ არ მოვაცდინო ისინი, თუ საქმე ჩემთვის ძალიან მნიშვნელოვან საკითხებს არ ეხება;
40. მივმართავ სპეციალისტებს, რათა დამეხმარონ ისეთი პრობლემის გადაჭრაში, რომელიც განსაკუთრებულ ცოდნასა და კვალიფიკაციას საჭიროებს;
41. ყველა ნივთს თავისი ადგილი აქვს (ამიტომ მათ მოსაძებნად მინიმალურ დროს ვხარჯავ);
42. ყოველთვისურად, სპეციალურად გამოვყოფ სამ საათს იმისათვის, რომ განვიხილო სხვადასხვა წვრილმანი საქმეები;
43. დასვენების დღეებში ვცდილობ საქმეზე არც კი ვიფიქრო;
44. საკმაოდ ხშირად „ვეთიშები“ ყველაფერს, ვისვენებ და არაფერს ვაკეთებ;
45. ვაცნობიერებ, რომ ჩემი დროის გარკვეული ნაწილი გარდაუვალად დაინარჯება ისეთ საქმეებზე, რომლებითაც ჩემი სურვილის გარეშე უნდა დავკავდე, და არ ვქმნი ამისგან ტრაგედიას;
46. მუდმივად ვეკითხები ჩემს თავს, კიდევ რა ნაბიჯების გადადგმა შემოიძლია, რომ დავაჩქარო ჩემი სტრატეგიული მიზნების რეალიზება;
47. მუდმივად ვეკითხები ჩემს თავს: “როგორ დავხარჯო ჩემი დრო მაქსიმალურად სასარგებლოდ?”

იბრძოლე, ან გაიქეცი

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 გაიქეცს 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 (ტკივილი 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 გავიქეცეთ.

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.

არის თუ არა შესაძლებელი სტრესის მართვა?

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, მალაღ 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 ეშინიათ 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.**

როგორ შევამციროთ სტრესი?

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 რეაგირებს 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, 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. ქკვიანური ეგოიზმი

კიდევ ერთი პრინციპი, რომლის ფორმულა მარტივია: პირველ ადგილზე აყენებ საკუთარ ინტერესებს, თუმცა ამავედროულად 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: დავეხმაროთ სხვებს, და ამით დავეხმარებით საკუთარ თავს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ჩვენი ეგოიზმი ქკვიანურად 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. ქკვიანური ეგოიზმის

განხორციელებაში დაგეხმარებათ ასერტიული ქცევა: მოითხოვეთ ის, რაც გსურთ, უპასუხეთ “არა” იმაზე, რაც არ გსურთ და საჭიროების შემთხვევაში უთხარით სხვებს, თუ რას ფიქრობთ და რას გრძნობთ. და ბოლოს: ნუ დაინანებთ სხვებისთვის დადებითი გრძნობების - მაღლიერების, პატივისცემის, ნდობის გამოხატვას.

4. ტოლერანტობა იმედგაცრუების და დისკომფორტის მიმართ

შეიძლება ითქვას, რომ 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 საშიშელი. ადამიანს ყოველთვის ექნება უარყოფითი ემოციური რეაქციები - შემფოთება, სინდისის ქენჯნა, სევდა, მობუზრება, 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 ჩამონათვალთან 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 მოსაბუზრებელი იქნებოდა. ჩვენ ვსაუბრობთ იმ გონიერ რისკზე, რომელიც აუცილებელია, რათა ცხოვრებისგან რაც შეიძლება მეტი მიიღო და თავი აარიდო მოწყენილობით, უმოქმედობითა და უკმაყოფილებით 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 დაგუფლათ, 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 მსხვრევა, 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 ქექვასა 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 გამოამყვანებს 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 ადრეც 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 გავარჯიშოთ მოქნილობა? ეცადეთ შეცვალოთ ცხოვრების ჩვეული წესი: უყურეთ ფილმებს, რომლებსაც ადრე 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 დიაფრაგმას, 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.

და ბოლოს ერთი რჩევა: 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.



მ უ შ ა ტ ბ პ
ბ უ ნ დ შ ი

გუნდი ორგანიზაციაში

რომელიმე 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.

თუმცა ჩვენ ვისაუბრებთ ჯგუფებზე, რომლებიც შეიქმნა რაიმე კონკრეტული ამოცანის შესასრულებლად, ასეთი ტიპის ჯგუფს ხშირად გუნდს უწოდებენ.

რა განსხვავებაა ჯგუფსა და გუნდს შორის?

ჯგუფი 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 ვიწროა: სათხილამურო კურორტის სასტუმროში მცხოვრებ დამსვენებლებს შეგვიძლია ვუწოდოთ გუნდი, თუკი, მაგალითად, დიდთოვლობის გამო გარე სამყაროსგან მოწყვეტილებს, მოუწევთ გადარჩენისთვის თანამშრომლობა. ასეთ შემთხვევაში ისინი ერთად, ერთ გუნდად შეიკვრიებიან და იმუშავებენ საერთო პრობლემის მოსაგვარებლად.

დღევანდელ რეალობაში, ორგანიზაციის საქმიანობის პრაქტიკულად ყველა ასპექტში, წარმატების მიღწევა შეუძლებელია გუნდში მომუშავე ადამიანების მრავალფეროვანი უნარ-ჩვევების და რესურსების ერთიანად (და ეფექტურად) ამოქმედების გარეშე. ამიტომაც, სულ არაა გასაკვირი, რომ თანამშრომლების შერჩევის პროცესში დამსაქმებლები პირველ რიგში ეძებენ ე.წ. **“გუნდურ მოთამაშებს”**, 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. **სინერჯის 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/ 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 ანატომია

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.

გამამხნეველი: 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 გაღობის 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 ასცდეს 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 გამოჰყავთ 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 შეგიძლია 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.

ს ა რ თ თ უ ა რ ა გუნდური მ ტ თ ა მ ა შ ე

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. ფორბსის¹ ექოუჩთა 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 ისარგებლეთ 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.

¹ ფორბსი (Forbes) - მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე ავტორიტეტული ფინანსურ-ეკონომიკური ჟურნალი

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 წვალეზად და ნერვიულობად დაუჯდეს. საჭირო დროს აღმოჩენილი უანგარო დახმარება ურთიერთობის და ნდობის გასამყარებლად საუკეთესო საშუალებაა.
6. **გაავრცელეთ პოზიტივი.** გაეცით ენერჯია - ნუ დაცლით ენერჯიისგან სხვებს; ეძიეთ შესაძლებლობები და არა პრობლემები. ეცადეთ დაინახოთ დადებითი 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 ჩუმი 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 იმავეს მოითხოვს.



სოციალური მედია და
საქმიანი ციფრული
კომუნიკაცია

სოციალური მედია რეზიუმე რესურსი

პირველ რიგში გვსურს განვმარტოთ, რომ ქართულ ენაში, სამწუხაროდ, ჯერ-ჯერობით არაა დამკვიდრებული ციფრულ კომუნიკაციასთან, განსაკუთრებით კი სოციალურ ქსელებთან და ქსელურ ურთიერთობებთან დაკავშირებული გამართული ტერმინოლოგია. ყოველდღიურ ციფრულ კომუნიკაციაში ქართველების აბსოლუტური უმრავლესობა ინგლისური ენიდან შემოსულ ბარბარიზმებს და ჟარგონს იყენებს. იმისთვის, რომ ყველასთვის გასაგებ ენაზე გვესაუბრა და არ დაგვებნია ჩვენი მკითხველი, სახელმძღვანელოს ამ ნაწილში ჩვენც გამოვიყენეთ ჟარგონული ლექსიკა.

სათანადოდ შედგენილი, პროფესიული პროფილი სოციალურ მედიაში უადრესად მნიშვნელოვანია როგორც სამუშაოს მოძიების, ისე უკვე არსებული სამუშაოს შენარჩუნების თვალსაზრისით.

Facebook, Twitter, LinkedIn და სხვა სოციალური პლატფორმების დათვალიერებით დამსაქმებელს შეუძლია ისეთი შთაბეჭდილება შეიქმნას პოტენციურ თანამშრომელზე, რომელსაც ვერ მიიღებდა მისი CV-ს, სამოტივაციო წერილის ან თუნდაც გასაუბრების მეშვეობით. მეორეს მხრივ, სამუშაოს მაძიებელს ეძლევა საშუალება ოპერატიულად მოიძიოს ინფორმაცია სხვადასხვა, მისთვის საინტერესო ვაკანსიის შესახებ და გაიგოს უფრო მეტი იმ კომპანიის შესახებ, რომელშიც სურს დასაქმება.

The Harris Poll-ის მიერ 2020 წელს ჩატარებული კვლევის მიხედვით, გამოკითხულ დამსაქმებელთა 70%-ს მიაჩნია, რომ ახალი თანამშრომლის აყვანის პროცესში, კომპანიამ აუცილებლად უნდა შეამოწმოს კანდიდატების პროფილები სოციალურ მედიაში და ამ პროცესს უკვე შესაბამისი სახელიც - „სოცმედიური სკრინინგი“ ეწოდა.

„სოცმედიური სკრინინგი“ მოიცავს პოტენციური თანამშრომლის სოცმედიური პროფილების და სოციალურ ქსელებში მათი აქტივობის შესწავლას - რას წერენ, რას აზიარებენ, რას იწონებენ, როგორ კომენტარებს ტოვებენ. სკრინინგის ყველაზე პოპულარული პლატფორმებია LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter და ახლა უკვე TikTok-იც. სკრინინგის დროს, დამსაქმებლები პირველ რიგში ინტერესდებიან, ხომ არ აზიარებს კანდიდატი ინფორმაციას არალეგალური აქტივობების შესახებ, სექსუალური ხასიათის ტექსტურ თუ ვიზუალურ მასალას და / ან კონფიდენციალურ

ინფორმაციას; აკვირდებიან შეურაცხმყოფელ კომენტარებს, ძალადობისკენ მოწოდების, აგრესიის გამოვლენის ფაქტებს.

CareerBuilder-ის ვიცე-პრეზიდენტის, როზმარი ჰეფნერის თქმით, დღესდღეობით სოციალური მედია კომუნიკაციის უპირველესი საშუალებაა; ამასთან, ამ კომუნიკაციის დიდი ნაწილი საჯაროა, ამიტომ არცაა გასაკვირი, რომ პოტენციური თანამშრომლების მოძიების პროცესში ზოგიერთი დამსაქმებელი სწორედ სოციალურ მედიას მიმართავს.

CareerBuilder-ის გამოკითხვის მიხედვით, სოციალურ მედიაში პოტენციური კანდიდატების პროფილის დათვალიერებისას, დამსაქმებლების 65%-ს აინტერესებს, რამდენად პროფესიულად წარადგენენ საკუთარ თავს სამუშაოს მაძიებლები; 51%-ს უნდოდა გაეგო, თუ რამდენად კარგად მოერგებოდა კანდიდატი კომპანიის ორგანიზაციულ კულტურას; 45%-ს სურდა უფრო დეტალურად გარკვეულიყო კანდიდატის კვალიფიკაციაში. ზოგიერთმა რესპონდენტმა ახსენა, რომ აინტერესებდა, „რამდენად მრავალმხრივაა განვითარებული პიროვნება“, ან ეძებდა მიზეზს, თუ რატომ „არ უნდა აეყვანა კანდიდატი სამსახურში“.

იგივე გამოკითხვის შედეგად, იმ დამსაქმებელთა 34%-მა, რომლებიც ათვალიერებდნენ სოცმედიაში კანდიდატების პროფილებს, აღმოაჩინეს ისეთი ინფორმაცია / შინაარსი, რის გამოც გადაწყვიტეს აღარ აეყვანათ კანდიდატი სამსახურში. აქედან, ნახევარზე მეტმა დამსაქმებელმა განაცხადა, რომ ამის მიზეზი კანდიდატის მიერ გამოქვეყნებული პროვოკაციული ხასიათის ან შეუსაბამო ფოტოები / ინფორმაცია იყო, დანარჩენებმა კი მიზეზად კანდიდატების პროფილში ალკოჰოლის / ნარკოტიკების მოხმარების ფაქტების აღმოჩენა დაასახელეს. სხვა მიზეზები, რის გამოც კანდიდატს უთხრეს უარი, მოიცავდა კომუნიკაციის უნარების სისუსტეს, ყოფილ უფროსზე / ხელმძღვანელზე ჭორაობას, რასის, გენდერის, რელიგიის თაობაზე გაკეთებულ დისკრიმინაციულ შენიშვნებს.

ასე რომ, თუ ეძებთ სამსახურს და ამავედროულად ხართ გაწევრიანებული სოციალურ ქსელებში, სიფრთხილე გმართებთ. როდესაც სოციალურ მედიაში საჯაროდ აქვეყნებთ რაღაცას, დარწმუნდით, რომ ეს ინფორმაცია ან ფოტო თქვენ სასარგებლოდ მუშაობს. ამოიღეთ ან დაიცავით უცხო მნახველებისგან ისეთი შინაარსი, რომელიც დამსაქმებელმა შესაძლოა არაპროფესიულად ჩათვალოს, გასაჯაროვებთ ისეთი ინფორმაცია, რომელიც თქვენს მიღწევებსა და კვალიფიკაციას დადებითი კუთხით წარმოაჩენს.

დარწმუნდით, რომ ინფორმაცია თქვენს პროფილში აკრეფილია უშეცდომოდ და შეესაბამება იმ სფეროს / სამსახურს, რომელშიც ცდილობთ დასაქმდეთ. დარწმუნდით აგრეთვე, რომ თქვენი ფოტოები მომგებიანად წარმოგაჩენენ. ინფორმაცია, რომელსაც თქვენი წინა სამუშაოსა და მიღწევების შესახებ აქვეყნებთ, ასევე თანმიმდევრული და კორექტული უნდა იყოს: ნუ ივარაუდებთ, რომ დამსაქმებელი მხოლოდ LinkedIn-ში დაათვალიერებს თქვენ პროფილს და არ შეიხედავს ფეისბუქში ან ტვიტერში, ამიტომ თქვენს შესახებ ინფორმაცია, ანუ ის

„ისტორია“, რომლის მოყოლასაც ცდილობთ, მეტ-ნაკლებად ერთი და იგივე უნდა იყოს ყველა თქვენს სოცმედიურ პროფილში.

შეცდომაა ვიფიქროთ, რომ დამსაქმებლები მხოლოდ უარყოფით ინფორმაციას ეძებენ; გამოკითხვის შედეგად დადგინდა, რომ გამოკითხულთა 29%-მა აღმოაჩინა დათვალეიერებულ პროფილებში ისეთი ინფორმაცია, რომელმაც დადებითი გადაწყვეტილება მიაღებინა კანდიდატთან მიმართებაში. ზოგიერთი დამსაქმებლის შემთხვევაში ეს იყო უბრალოდ კარგი შთაბეჭდილება, რომელიც მათ შეექმნათ კანდიდატის პიროვნებაზე, სხვებმა მიაქციეს ყურადღება იმას, რომ პროფილი კარგ პროფესიულ იმიჯს ქმნიდა, ან მიუთითებდა, რომ კანდიდატი შემოქმედებითი, მრავალმხრივი და კარგი კომუნიკაციური უნარების მქონე პიროვნებაა.

აქედან გამომდინარე, სამუშაოს მაძიებლებმა არა მხოლოდ შეუსაბამო ინფორმაციის ამოღებაზე ან დამალვაზე უნდა იზრუნონ, არამედ მათ უნდა ააგონ ძლიერი ქსელები და შექმნან ისეთი ონლაინ პროფილები, რომლებიც ეფექტურად წარმოაჩენენ მათ კვალიფიკაციას, უნარ-ჩვევებსა და გამოცდილებას. მაძიებლები, რომლებიც არ აქტიურობენ ან საერთოდ არ ჩანან ონლაინ - წამგებიან მდგომარეობაში არიან. ისინი უნდა გამოჩნდნენ სხვადასხვა სოციალურ ქსელში, რათა დამსაქმებლებმა იოლად აღმოაჩინონ და მოიძიონ მათთვის საინტერესო ინფორმაცია.

არაა საკმარისი იქონიოთ პროფილი და პერიოდულად შეამოწმოთ ახალი ამბები; საჭიროა ჯგუფურ განხილვებში მონაწილეობა, გამოცდილების, საინტერესო სტატიის თუ ინფორმაციის გაზიარება. შესაძლოა ვიღაცისთვის ეს ყველაფერი თავიდან არაკომფორტული იყოს, მაგრამ თუ სამსახურის შოვნა გსურთ - მოგიწევთ ამ უხერხულობის გადალახვა.

თქვენი პროფილი სოციალურ მედიაში

სოციალური მედიის ნებისმიერი პლატფორმა გვაძლევს საშუალებას შევქმნათ ე.წ. „პროფილი“, რომელშიც შეგვიძლია მოკლედ აღვწეროთ საკუთარი თავი. ამ ნაწილში ძირითადად ბიოგრაფიული მონაცემები და ვიზუალური მასალა ფიგურირებს; მისი მეშვეობით ადამიანები იქმნიან მომენტალურ შთაბეჭდილებას თქვენი პიროვნების შესახებ.

პროფილის მიზანია მიიზიდოს ადამიანების ყურადღება თქვენი სოცმედიური საქმიანობისა და აქტივობისადმი. არსებითად, თქვენი პროფილი – თქვენი მოკლე CV / რეზიუმეა, რომელსაც ფართო მასები ნახავენ და შეაფასებენ. ამიტომ დავუთმოთ ცოტაოდენი დრო პროფილის ეფექტურობის საკითხს.

- 1. 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 @crazyynini, 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, ფეისბუქის 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. წარმოიდგინეთ, რომ სამუშაოს ძიების პროცესში ხართ, ან კარგად დაფიქრდით და შეეცადეთ წარმოიდგინოთ, სად ხართ და რას აკეთებთ ორ ან სამ წელიწადში. წარმოიდგინეთ? ახლა 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” არამესაფერის 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 დახსომების 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 შეაჯვლებენ 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 / ლოგო / სიმბოლოა გამოხატული. ყოველთვის უკეთესია, თუკი პროფილის სურათად საკუთარ, კარგი ხარისხის ფოტოს დადებთ. ის, ვინც უკვე სარგებლობს ფეისბუქით, დაგვეთანხმება, რომ შედარებით პატარა ზომის ქვეყანაშიც კი, როგორც საქართველოა, საკმაოდ ბევრია ერთნაირი სახელის და გვარის მქონე მომხმარებელი. ფოტოსურათი გაუადვილებს ადამიანებს თქვენი პიროვნების იდენტიფიცირებას.

ორგანიზაციის შემთხვევაში პროფილის სურათად ლოგოს გამოყენება ყველაზე უფრო ლოგიკური გამოსავალია. ეცადეთ, რომ სხვადასხვა სოცმედიურ პლატფორმებზე ერთი და იგივე პროფილის სურათი გამოიყენოთ, რათა არ დააბნიოთ თქვენი მკითხველი (მაგალითად, თქვენი სურათი/ლოგო, რომელსაც იყენებთ ფეისბუკზე უნდა ემთხვეოდეს თქვენ სურათს/ლოგოს ტვიტერში და ა.შ.). 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 ბრძანდებით – მიაწოდეთ მკითხველს დამატებითი ინფორმაცია თქვენი პიროვნების თუ ორგანიზაციის შესახებ, უამბეთ თქვენი განწყობის, შესაძლებლობების, ოჯახის, საყვარელი საქმის, პროდუქტის, ჰობის, შინაური ცხოველის და ა.შ. შესახებ. გარეკანის გრაფიკული გამოსახულების შეცვლაც ერთგვარი კომუნიკაციაა თქვენს მკითხველებთან, ასე რომ შეგიძლიათ ცვალოთ ის იმ სიხშირით, რა სიხშირითაც გსურთ. ადამიანი, რომელსაც საერთოდ არა აქვს შექმნილი საკუთარი გარეკანი (ან კიდევ სტანდარტული, ამა თუ იმ ქსელში არსებული შაბლონური დიზაინს იყენებს), ციფრულ ტექნოლოგიებსა და სოციალურ მედიაში ნაკლებად გათვითცნობიერებულის შთაბეჭდილებას ტოვებს.
- c) **ბიოგრაფიული მონაცემები** – თქვენი განათლების და სამუშაო გამოცდილების შეჯამება.
- d) **ბმულები** – თქვენი ბლოგის, ვებგვერდის და/ან სხვა სოცმედიური ანგარიშების ბმულები.

რატომაა მნიშვნელოვანი LinkedIn

თუ სოციალურ ქსელებში აქტიურობთ, აუცილებლად გეცოდინებათ მძლავრი სოციალური პლატფორმის, LinkedIn-ის არსებობის შესახებ. LinkedIn საუკეთესოდ დაგეხმარებათ სტუდენტიდან პროფესიონალამდე გარდამავალ პროცესში. ზოგიერთი სტუდენტი ქმნის კიდევ LinkedIn-ის პროფილს მშობლების, მეგობრების ან მასწავლებლების რჩევით, თუმცა ხშირად ვერ აცნობიერებდეს LinkedIn-ის რეალურ სარგებელს. არადა, სამუშაოს ბაზარი დღესდღეობით ძალიან კონკურენტულია, ხოლო LinkedIn - საქმიანი სოციალური ქსელია, რომელიც მსოფლიოს მასშტაბით 700 მილიონზე მეტ პროფესიონალს აერთიანებს; ასე რომ დროა სერიოზულად ვიფიქროთ და ქმედითი ნაბიჯები გადავდგათ ამ მიმართულებით.

LinkedIn-ის პროფილი, რომელიც პერიოდულად ახლდება და უახლეს ინფორმაციას შეიცავს, ცხადად აჩვენებს დამსაქმებელს თქვენს სერიოზულ დამოკიდებულებას პროფესიის და ზოგადად სფეროს მიმართ. LinkedIn-ის ანგარიში მოგცემთ საშუალებას დაუკავშირდეთ თქვენს სფეროში მომუშავე სპეციალისტებს, რომლებიც აქვეყნებენ საინტერესო სიახლეებს, რჩევებს და სხვა სასარგებლო ინფორმაციას, რაც საშუალებას მოგცემთ გაიფართოოთ ცოდნა და ამავდროულად შემატოთ საინტერესო და გავლენიანი ადამიანები თქვენს ქსელს.

გარდა ამისა, თავადაც შეგიძლიათ გამოაქვეყნოთ LinkedIn-ში ინფორმაცია თქვენი მიღწევების და თუნდაც მცირედი გამარჯვებების შესახებ. სრულიად შესაძლებელია, ეს ინფორმაცია თვალში მოხვდეს საჭირო ადამიანს და შედეგად, ჰორიზონტზე თქვენთვის სრულიად ახალი შესაძლებლობები გამოჩნდეს.

სტუდენტებისთვის LinkedIn-ი მშვენიერი საშუალებაა, კარგად შეისწავლონ მათ მიერ არჩეული მომავალი პროფესია, გაეცნონ შესაბამის სექტორში არსებულ პოპულარულ და აქტუალურ თემებს; რაც უფრო გათვითცნობიერებულია სტუდენტი (სამუშაოს პოტენციური მაძიებელი) საკითხში - მით უკეთეს შთაბეჭდილებას მოახდენს დამსაქმებელზე გასაუბრების დროს.

სტუდენტებს შეუძლიათ LinkedIn-ის მეშვეობით დაუკავშირდნენ თავიანთ ლექტორ-მასწავლებლებს, იქონიონ მათთან მუდმივი კონტაქტი და საჭიროების შემთხვევაში სთხოვონ რეკომენდაციის დაწერა, ან სხვა რაიმე სახის დახმარება. LinkedIn-ში არსებობს აგრეთვე სხვადასხვა პროფესიული ინტერესების და სფეროების მიხედვით შექმნილი ჯგუფები; ამ ჯგუფებში ჩართვით და ჯგუფურ დისკუსიებში მონაწილეობით შესაძლებელია სხვადასხვა სფეროში არსებულ, კონკრეტულ საკითხებსა და პრობლემებში ღრმად და საფუძვლიანად ჩახედვა, ინდუსტრიის უკანასკნელი ტრენდების და მოვლენების თვალყურის დევნება; სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ასეთ ჯგუფებში მონაწილეობა ხელს უწყობს იმას, რომ თქვენ შესაბამის წრეებში დაიმკვიდროთ თავი, როგორც სპეციალისტმა.

კიდევ ერთხელ ხაზგასმით გავიმეორებთ, რომ ამ ყველაფრის კეთება ჯერ კიდევ სტუდენტობის პერიოდშია შესაძლებელი და საჭიროც, იმისთვის, რომ როდესაც დაამთავრებთ სასწავლებელს და სამუშაოს ძიებას შეუდგებით, ხელთ გქონდეთ მრავალწლიანი, შესაბამისი შინაარსით, გავლენიანი კავშირებითა და სასარგებლო ინფორმაციით გამდიდრებული LinkedIn პროფილი, რომელიც დაანახებს დამსაქმებელს, რომ მიუხედავად სამუშაო გამოცდილების არარსებობისა, თქვენ, როგორც ახალგაზრდა პროფესიონალს, გაგაჩნიათ თქვენი საინტერესო ისტორია, კავშირები, რეკომენდაციები.

რაც მთავარია, დამსაქმებელი დაინახავს თქვენში არა უბრალოდ პროფესიული თვალსაზრისით ერთ-ერთ ღირსეულ კანდიდატს, არამედ აქტიურ, დაინტერესებულ და თვითმოტივირებულ ადამიანს (და ეს სწორედ ის თვისებებია, რომლებსაც ნებისმიერი ხელმძღვანელი პირველ რიგში აქცევს ყურადღებას).

საქმიანი კომუნიკაცია: ახალი რეალობა - ახალი ნებსები

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 და ზოგჯერ კი სულაც ერთადერთი შესაძლო 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 შემდეგ, 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 წესებსაც.

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

დღევანდელ რეალობაში მეგობრებთან, ოჯახთან და საქმიან პარტნიორებთან ურთიერთობის ყველაზე უფრო პოპულარული მეთოდი - ე.წ. „სამესიჯო“ აპლიკაციებია. უმეტესობა აპლიკაციებისა უფასოა. მომხმარებელს შეუძლია გამოიყენოს ხმოვანი შეტყობინება, სატელეფონო ზარი, ვიდეოზარი და

წერილობითი შეტყობინება; საჭიროების შემთხვევაში შეუძლია გადააგზავნოს სხვადასხვა ფაილები. აქედან გამომდინარე, აპლიკაციები ყველაზე მარტივი, ეფექტური და ამავდროულად იაფი საკომუნიკაციო საშუალებაა, რომელსაც ორგანიზაციები სულ უფრო ხშირად მიმართავენ, განსაკუთრებით როდესაც მომხმარებლებთან ურთიერთობენ.

ყველას გვქონია სხვადასხვა კომპანიასთან ფეისბუქის მესენჯერით კომუნიკაციის გამოცდილება და ალბათ დაგვეთანხმებით, რომ ამ გზით ურთიერთობა კომფორტულია და სასიამოვნო, განსაკუთრებით როდესაც ჩვენს შეკითხვებს სწრაფად, თავაზიანად და აზრიანად პასუხობენ.

სამესიჯო აპლიკაციებით სარგებლობის ეტიკეტი

1. ყოველთვის უპასუხეთ შეტყობინებას (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 ნოველებს - შეტყობინება უნდა იყოს მოკლე, ხოლო თუ შეტყობინების დაწერა 30 წამზე მეტ დროს იკავებს, ალბათ უკეთესია ჩვეულებრივი ელექტრონული წერილი გაგზავნოთ ან სულაც ტელეფონით დაურეკოთ;
4. ნუ დაურეკავთ ადამიანს შეტყობინებაზე საპასუხოდ (თუ თვითონ არ ითხოვს ამას შეტყობინებაში);
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. შეტყობინების 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 შეზღუდულ 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 გაირჯებით და ნუ მიწერთ გრძელ წინადადებებს. მითუმეტეს, რომ ამ სიაში არსებობს მე-3 პუნქტიც. ☺

8. შეტყობინებებში, განსაკუთრებით საქმიანში, ხეშტეგების 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. უცით პატივი ადამიანს, ვისაც ესაუბრებით და გაიმეტეთ მისთვის ცოტა მეტი დრო და მეტი სიტყვა. OK-ის ნაცვლად მიწერთ: “კარგი, გასაგებია”, “შევთანხმდით”, “კი ბატონო”.
11. ნურასდროს დაწერთ 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. ემოტიკონების¹ / ემოჯის² გამოყენება ციფრულ კომუნიკაციაში მიღებულია და ზოგჯერ სასარგებლოც. შეტყობინების 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? მაშინ ეს მესენჯერის ძალიან უცნაური გამოყენებაა. არასდროს დაიწყით წერილობითი დიალოგი მხოლოდ მისალმებით. ნუ დაელოდებით საპასუხო სალამს ან მოკითხვას. თუ საქმე გაქვთ, მისალმების შემდეგ გარკვევით და

¹ ემოტიკონი - ინგლისური “emotion icon“-ის შემოკლებული ვერსია; სახის გამომეტყველების იმიტაცია კლავიატურის სიმბოლოების მეშვეობით. პირველი კლასიკური ემოტიკონია ე.წ. *სმაილი*, რომელიც ორი წერტილის, დეფისის და ფრჩხილის კომბინაციით მიიღება :-)

² ემოჯი - მესიჯებში და ვებგვერდებზე გამოყენებული, იდეის ან ემოციის გამომხატველი პატარა ციფრული ნახატი; emoji - იაპონური წარმოშობის სიტყვაა, სადაც e-ნიშნავს ნახატს, ხოლო moi - კლავიატურის სიმბოლოს.

სრულად მიწერეთ სათქმელი. დაუტოვეთ 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 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.
16. არასდროს მიწეროთ ადამიანს ისეთი რამ, რასაც პირად საუბარში ვერ ეტყოდით. არ ღირს შეტყობინებების მეშვეობით ურთიერთობების გარკვევა, ჭორაობა ან თავხედობა.
17. 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.

სმარტფონით სარგებლობის ეტიკეტი

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 წუთში აკეთებდა და მის ნაცვლად დრო თქვენ და თქვენს პრობლემებს დაუთმოს. დაკავებულ ადამიანებს ურჩევნიათ მიიღონ თქვენგან შეტყობინება (მესიჯი) ან ელექტრონული წერილი (იმილი); შეგიძლიათ WhatsApp-ში ან ფეისბუქის მესენჯერში შეეხმიანოთ. ადამიანებთან ხშირი, ნებისმიერი 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.

თუმცა, 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 წერილ-წერილი 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:

- **გადიყვანეთ თქვენი სმარტფონი უხმო რეჟიმში.** ახალგაზრდა თაობის წარმომადგენლებს მიაჩნიათ, რომ 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, ასე რომ გამორთული ხმის გამო რაიმე ზარის გამოტოვება უბრალოდ შეუძლებელი ხდება; ხოლო თუ მაინც გამოგრჩათ - ნახავთ გამოტოვებულ ზარს და თავად დაურეკავთ.
- ჩვენ უკვე ვახსენეთ, რომ ყოველთვის სჯობს მიწერო, ვიდრე დაურეკო, თუმცა **არის სიტუაციები, როდესაც სატელეფონო ზარი აუცილებელია.** სანამ კოლეგას ან ხელმძღვანელს დაურეკავთ რაიმე საკითხის განხილვის მიზნით, მიუმესიჯეთ და ჰკითხეთ, სცალიათ 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 დავურეკავ“.
- თუ სმარტფონზე უხმო რეჟიმის იდეა არ მოგწონთ, შეარჩიეთ და დაიყენეთ ნორმალური 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,

კიდევ 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 ქსელებში ურთიერთობის ეტიკეტი

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

სოციალურ ქსელებში ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული **ფეისბუკია**, რომელსაც ამჟამად თითქმის 3 მილიარდი აქტიური მომხმარებელი ჰყავს ყოველთვიურად. როგორც ადრე ვახსენეთ, ყველაზე უფრო ხშირად დამსაქმებელი სწორედ რომ ფეისბუკს აკითხავს მისთვის საინტერესო პოტენციურ თანამშრომელზე უფრო სრული შთაბეჭდილების შესაქმნელად. შესაძლოა მან ვერ ნახოს თქვენი პერსონალური გვერდი (თუკი თქვენ არ აქვეყნებთ ინფორმაციას საჯაროდ), თუმცა ყოველთვის მოინახება საერთო ნაცნობი - “ფრენდი”, რომლის გავლით მონდომებული ადამიანი ყოველთვის მიიღებს მისთვის სასურველ ინფორმაციას. სოციალურ ქსელში ცოტა რამ იმალება, ამიტომ 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” ფეისბუკზე, რბილად რომ ვთქვათ, უსაქმურების შთაბეჭდილებას ტოვებენ;
16. ნუ დააკოპირებთ სხვის სტატუსებს ან ფოტოებს ავტორის მითითების გარეშე;
17. დღესასწაულებზე ფეისბუკის 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.

და ყველაზე მთავარი:

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



წერთი კომუნიკაციის საფუძვლები

წერილის პრინციპი: ზოგადი წესები

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 ამ ნაწილში 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.

იდეების ორგანიზება. მას შემდეგ, რაც განსაზღვრეთ წერილობითი დოკუმენტის მთავარი იდეები, საჭიროა ამ იდეების ორგანიზება, რათა დოკუმენტს გარკვეული სტრუქტურა შესძინოთ. მკითხველს უნდა მიაწოდოთ ნათელი, ლაკონიური, 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 გამოკვეთოთ. 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 იდარდოთ 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 დააღებთ.

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 პარაგრაფები¹?** საუკეთესო შემთხვევაში ერთი პარაგრაფი ერთი მთავარი იდეის, მოსაზრების თუ გზავნილის (ე.წ. „მესიჯის“) ჩამოყალიბებას უნდა ემსახურებოდეს;
- **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 გასურთ და დაასრულეთ.
- **ხომ არ გამოგრჩათ რაიმე მნიშვნელოვანი ფაქტი,** რომელიც გააძლიერებს თქვენს დასაბუთებას? ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, როდესაც თქვენი დოკუმენტის მთავარი მიზანი მკითხველის დარწმუნებაა.

¹ **პარაგრაფი** (ხშირად ასევე „აბზაცი“) - ნაწერის სტრუქტურული ერთეული, რომელიც ახალი სტრიქონით იწყება, რამდენიმე წინადადებისგან შედგება და ერთი რომელიმე იდეის / მოსაზრების / თემის განვითარებას ემსახურება.

- **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 ამავდროულად ნათლად და ამომწურავად შედგენილი დოკუმენტი, რომელიც არ დატლის მკითხველს და არ გაურთულებს წაკითხულის 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 კვეთს, 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 ჩანაწერების წარმოება)

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) ჩანიშნავთ 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 შედგენა“ 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 მოგონთ პირადად თქვენ, და როგორ უფრო გიადვილდებათ ინფორმაციის დახსომება და აღქმა.

დეტალური ჩანაწერები დასჭირდება პიროვნებას, რომელიც უფრო მშვიდაა, 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 შეხვედრის 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 შეხვედრაზე ნოუტბუკებს. ჩანაწერების ნოუტბუკით წარმოება დროის მნიშვნელოვან ეკონომიას იძლევა, რადგან მათი შემდგომი რედაქტირება, შენახვა და გავრცელება გაცილებით იოლია.

დამატებითი რჩევები:

- სანამ ჩანაწერების წარმოებას დაიწყებდეთ, უპასუხეთ კითხვას - რატომ, რა მიზნით უსწრებით შეხვედრას ან საუბარს. რას უნდა მიაღწიოთ შეხვედრაზე დასწრების შედეგად? რა ინფორმაცია უნდა მიიღოთ? შეხედეთ თქვენს ჩანაწერებს, როგორც შეხვედრის 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 იღარდებთ გრამატიკასა და პუნქტუაციაზე, ან სტილისტიკაზე; 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 ქალაქდზე 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.

შეხვედრის ოქმი

ერთია, როდესაც ჩანაწერებს მხოლოდ თქვენთვის, თქვენი საკუთარი მიზნებისთვის აწარმოებთ, და სულ სხვაა, როდესაც ფორმალურად გვევალებათ 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, თარიღი, დრო და ადგილმდებარეობა;
- ვინ ესწრებოდა შეხვედრას;
- ვინ ვერ დაესწრო შეხვედრას;
- ვის მიჰყავდა შეხვედრა და ვინ აწარმოებდა ჩანაწერებს;
- 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 **ჩანაწერების მიზნობრივი აუდიტორია** (მაგალითად, ეგზავნება 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. თავიდანვე გაიმზადეთ ოქმის შაბლონი **დღის წესრიგის თემების და საკითხების** მიხედვით, ამით დაზოგავთ დროს და შეძლებთ საკითხიდან საკითხზე გადანაცვლებას ზედმეტი ჩანაწერების გარეშე.
6. **უცადეთ ოდნავ მაინც გაერკვიეთ იმ თემებსა თუ საკითხებში**, რომლებიც განიხილება შეხვედრის დროს; 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 გამომსვლელთან;
- 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 მწვავე, 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.

წერილობით ანგარიშის მომზადება

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 ლაკონურია, 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, მადლიერება/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.

- *გარეკანზე* 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 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 დაასრულისკენ მიგყავთ, აყალიბებთ ზოგად და კონკრეტულ დასკვნებს, სთავაზობთ რეკომენდაციებს. ამ ნაწილში მკითხველმა უნდა დაინახოს თქვენი საკუთარი პოზიცია განხილვის საგანთან / პრობლემასთან მიმართებაში.

ელექტრონული ფოსტა

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 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 საქმიანი წერილების ამოცნობა-ამორჩევაზე;
- ვირუსები - რომლებიც ხშირად იგზავნება ელექტრონული წერილებით.

ალბათ 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).

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 საყოველთაოდ 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. 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 დახსომების, 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, 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 იწუნებს 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 მაშინვე 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.); ამავდროულად 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 იყოს ორიგინალური 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.

ელექტრონული ეტიკეტი

მიუხედავად ელექტრონული მიმოწერის სიმარტივისა და ნაკლებად ფორმალური ხასიათის, დაიცავით რამდენიმე წესი იმისთვის, რომ თქვენი 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;

- 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;
- **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 (ოღონდ ზომიერად!) ე.წ. „ბულეტები“ ან ტექსტის გამსხვილება;
- ინგლისურ ენაზე წერისას არ აკრიფოთ სიტყვები 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 აპლიკაციას გააჩნია. ამ ბლოკში იწერება თქვენი სახელი, გვარი, სამუშაო მისამართი (თუ მუშაობთ) და ტელეფონის ნომერი; საკონტაქტო ინფორმაციის ბლოკი ავტომატურად დაემატება ყველა გაგზავნილ წერილს. ჩვენი რჩევაა არ დაამატოთ საკონტაქტო ინფორმაციის ბლოკს სხვადასხვა ციტატები, სლოგანები ან ნახატები; სისადავე უნდა იყოს თქვენი მთავარი სახელმძღვანელო პრინციპი;
- **გადაიკითხეთ 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 სპეციალური შიფრი (კოდირება) გამოიყენება, ელექტრონული წერილი სრულიად დაუცველია ინტერნეტ-სივრცეში. გარდა ამისა, ზოგჯერ 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 დილაკი „**reply to all**“ რათა თქვენი პასუხიც მიმოწერაში ჩართულ ყველა ადამიანს მიუვიდეს. თუმცა, ამ ზოგადი წესის მიუხედავად, გირჩევთ ყოველ ჯერზე გადაწყვიტოთ, რამდენად მნიშვნელოვანია, რომ თქვენი პასუხი მიმოწერის ყველა წევრმა იცოდეს: საკმაოდ მოსაბეზრებელია, მაგალითად, როდესაც რომელიმე დონისძიების ტექნიკური 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. არაერთმნიშვნელოვანი, დამაბნეველი, ემოციური ინფორმაციის გადასაცემად პირისპირ საუბარი სჯობს. დაუშვებელია ელექტრონული წერილებით პრობლემის ან უთანხმოების მოგვარება.
- 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. ცხადია, ემოციური ნიუანსების დასამატებლად არსებობს ე.წ. ემოჯი, ანუ „სმაილიკები“, მაგრამ, ჯერ ერთი, ემოჯის გამოყენება საქმიან წერილში არაა სასურველი, და მეორეც -- „მძიმე“ წერილს გაღიმებული სახით ვერ შეამსუბუქებთ.
- 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 ჩათვალიერება.

საქმიანი წერილი

საქმიანი წერილი - ორ ან მეტ მხარეს შორის წერიტი 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 წერიტ 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, როგორცაა 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 წერით 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, როგორცაა “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”¹.

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 მიზეზი ან მიზანი (შეთანხმება, სატელეფონო საუბარი, შემოსულ წერილზე პასუხი და ა.შ.). შემდეგ პარაგრაფ(ებ)ში მოკლედ და გასაგებად ჩამოაყალიბეთ თქვენი სათქმელი. ორგანიზაციებს შორის მიმორწერაში, 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,

¹ “ვისაც ეს ეხება” (ინგლ.)

კონტექსტიდან გამომდინარე, ეს წინადადება მოითხოვს გამოყოფას; ასეთია, მაგალითად, ტექსტის დასკვნითი ნაწილი, რომელშიც ხშირად მხოლოდ ერთი 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 „ღრმობით“ (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, როგორცაა: „ველი თქვენს გამომხაურებას“, „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 გამოირიცხება 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 წარმოებაზეც 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 ამავდროულად 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).

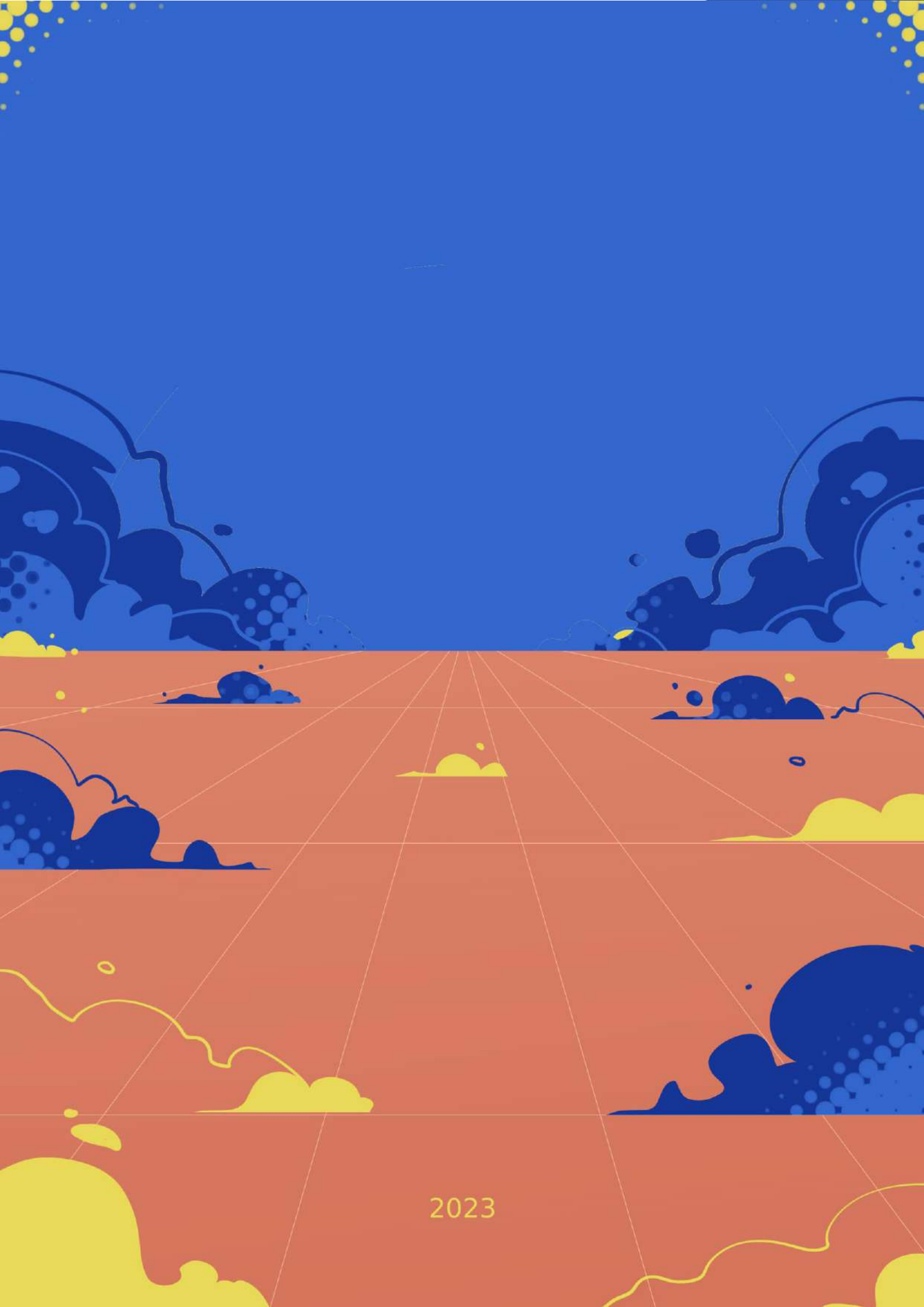
და ბოლოს, საქმიანი წერილის ყველაზე არაფორმალური ვარიანტია ე.წ. **“ნახევრად-ბლოკების” სტილი**, რომელიც მოდულიზებულისგან მხოლოდ იმით განსხვავდება, რომ მისი პარაგრაფები აბზაცით (მარჯვნივ შეწეული სტრიქონით) იწყება.

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"×11" 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, წერილი კომუნიკაციის სტანდარტებს მოერგოთ.



2023