

კომუნიკაციის პროცესის ფსიქოლოგიური ასპექტები

ლია მეტრეველი — სტუ-ს ასოცირებული პროფესორი
მარინე ლომიძე — სტუ-ს ასოცირებული პროფესორი

Psychological Aspects of Communication Process

Lia Metreveli,

Associated Professor, GTU

Marine Lomidze,

Associated Professor, GTU

Summary

A human is a biosocial creature. The feature of his biological uniqueness is thinking and consciousness. The skill of conscious communication with a second human and society, human physical and mental features are formed in the process of public relations; his activities also gain sense in a social environment. Most important is that a human can feel his existence and own value only when being a member of a society, and especially its free, distinctive part. A human reveals, understands and assesses his "me" in communication with "you".

Communication leads us to great effectiveness. Communication process success depends on the nature and quality of issued and received information, which is directly related to the relations of humans engaged in the process.

Individual internal values, belief and requirements form the unwavering attitudes to the world, the way that during the period of psychological maturity an individual unifies. This includes the life experience, social environment and hereditary factors; along with that intellect, education, religious belief and etc. All this influences the relations between "me and "others". By his individual capabilities an individual perceives uniquely not only a human, but also the world.

რეზიუმე

ადამიანი ბიოსოციალური არსებაა. მისი ბიოლოგიური განსაკუთრებულობის მაჩვენებელია აზროვნება და ცნობიერება. მეორე ადამიანთან, საზოგადოებასთან ცნობიერი ურთიერთობის უნარი, ადამიანის ფიზიკური და სულიერი თვისებები ყალიბდება საზოგადოებრივ ურთიერთობებში, მისი საქმიანობაც სოციალურ გარემოში იძენს აზრს. რაც უმთავრესია, ადამიანს საკუთარი არსებობა, თავისი თავის ღირებულება მხოლოდ მაშინ შეუძლია განიცადოს, როცა ის საზოგადოების წევრია, მეტადრე

თავისუფალი თვითმყოფადი ნაწილი. ადამიანი საკუთარ „მე“-ს „შენ“-თან ურთიერთობაში აცნობიერებს და აფასებს.

კომუნიკაციას მივყავართ დიდი ეფექტურობისაკენ. კომუნიკაციის პროცესის წარმატება დამოკიდებულია გადაცემული და მიღებული ინფორმაციის ბუნებასა და ხარისხზე, რაც პირდაპირაა დაკავშირებული ამ პროცესში ჩართულ ადამიანთა შორის ურთიერთობაზე.

ინდივიდუალური შინაგანი ფასეულობები, მრწამსი და მოთხოვნები აყალიბებს ადამიანის ურყევ დამოკიდებულებებს სამყაროსადმი ისე, რომ ფსიქოლოგიური სიმწიფის პერიოდში, პიროვნება მთლიანდება. ესაა ცხოვრებისეული გამოცდილება, სოციალური გარემო, მემკვიდრეობითი ფაქტორები. გარდა ამისა, ინტელექტი, განათლება, რელიგიური მრწამსი და ა. შ. რაც თავისთავად გავლენას ახდენს „მესა“ და „სხვებს“ შორის ურთიერთობაზე. პიროვნება ინდივიდუალური შესაძლებლობების სისტემით არა მხოლოდ ადამიანს, არამედ სამყაროსაც თავისებურად აღიქვამს.

საკვანძო სიტყვები: ადამიანი, კომუნიკაცია, ვიზუალური, ვერბალური, არავერბალური, ლა-კონიური.

„ორატორმა უნდა ამოწეროს თემა და არა მსმენელმა მოთმინება“.
უინსტონ ჩერჩილი.

კომუნიკაცია წარმოადგენს არხის მეშვეობით ინფორმაციის გადაცემისა და მიღების პროცესს. ნებისმიერი ურთიერთობა ინფორმაციის ურთიერთგაცვლით ყალიბდება. ელვინ ტოიფელი თავის ნაშრომში „მესამე ტალღა“ ინფორმაციას მიიჩნევს იმ ნედლეულად, რომელზეც ახალი ცივილიზაციის აგება შეიძლება. თანამედროვე მსოფლიოში ინფორმაციის მოპოვება საინფორმაციო ომის ფენომენთან ასოცირდება. კომუნიკაცია არის საშუალება, რომლის საფუძველზე ხდება სხვადასხვა სახის კონფლიქტების მოგვარება და სასურველი შედეგის მიღება. კომუნიკაციის ეფექტურ წარმართვას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს-იგი

ცხოვრებას გვიმარტივებს. კომუნიკაციას ყოველთვის გააჩნია მიზანი, რომელიც მინიმუმ ორ ადამიანს შორის ინფორმაციის გაცვლაა. იგი რთული პროცესია: მოიცავს ინფორმაციის გადაცემას, მიღებასა და მიღებულ ინფორმაციაზე რეაგირებას.

კომუნიკაციის პროცესის სწორად წარმართვისა და ეფექტიანი განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია კომუნიკაციის სტრატეგიისა და გეგმის შემუშავება. კომუნიკაციის გეგმა სამ ძირითად ელემენტს მოიცავს: შინაარსი, კონტექსტი და დროის ფაქტორი. იგი პასუხობს კითხვებზე: ვინ? რა? როდის? და ვის? კომუნიკაცია ორიენტირებულია ადამიანზე, მის მოთხოვნილებებზე, მიზნებზე, განზრახვასა და მოლოდინზე. ყველაფერი, რაც თანამედროვე საზოგადოებაში ხდება, დაკავშირებულია კომუნიკაციურ პროცესებთან. კომუნიკაციურ ქმედებათა სისტემა აღწევს საზოგადოების თითოეულ „უჯრედში“ და უზრუნველყოფს მის ინფორმირებულობას. ცნობილია კომუნიკაციის ორი ტიპი: ვერბალური და არავერბალური.

არავერბალური ანუ ვიზუალური კომუნიკაციის დროს ინფორმაციას, პირველ ყოვლისა, მხედველობის არხით ვიღებთ. ო. ფონ ბისმარკი იხსენებდა: „ისე არსად ვგრძნობდი მედლების ტარების საჭიროებას, როგორც პეტერბურგსა და პარიზში. იქ ქუჩაში ზრდილობიანად და პატივისცემით რომ მოგეპყრონ, მედლებიანი გულის ჩვენებაა საჭირო“.

ვერბალური კომუნიკაცია ინფორმაციის გადაცემაა დრო- სივრცულ განზომილებაში, რომელშიც ჩვენი მეტყველება იგება. ენობრივი კომუნიკაცია — მეტყველება (საუბარი) ეგოცენტრული ქმედებაა. მეტყველება თავისთავად მოტივირებულია, რასაც განაპირობებს ორი ძირითადი ასპექტი: გარე ობიექტური ფაქტორები და მოლაპარაკების შინაგანი მოტივაცია. ისინი, როგორც წესი, იდენტური ან მიახლოებითია და ენობრივი კომუნიკაციის ეფექტურობა მათ თანხვედრაზეა დამოკიდებული. თუმცა ხშირად გარე და შინაგანი მოტივაციები ერთმანეთისაგან განსხვავებულია.

ფაქტობრივად, მეტყველების მოტივაციას განაპირობებს საკუთარი შესაძლებლობების გამოვლენა და მსმენელისათვის წარდგენა (არსებითად საკუთარი თავის, პიროვნული „მე“-ს წარმოჩენა და საზოგადოებაში ადგილის დამკვიდრების მცდელობა), პროფესიული მოღვაწეობის შესაბამისი მოტივაცია და მიზანდასახულობა, მსმენელისათვის ინფორმაციის საჭიროება და აზრთა დაზუსტება.

ენამ შექმნა ადამიანი, როგორც თავისი სოციალური არსებობის საშუალება. რა კონკრეტული ფუნქცია დაეკისრა ამისათვის ენას? კომუნიკაციას აქვს თავისი შინაარსი, ერთი ადამიანი ატყობინებს მეორეს. იმისათვის, რომ შედგეს კომუნიკაცია, ანუ ინფორმაციის გაცემა/მიღება, უნდა არსებობდეს შეტყობინების შინაარსი — თვით ინფორმაცია. ამის გარეშე კომუნიკაცია არ არსებობს, მხოლოდ კონტაქტი რჩება.

კომუნიკაციის მთავარი და ერთადერთი სუბიექტი ადამიანია, რომელიც თავისი სიცოცხლისუნარიანობის უზრუნველსაყოფად ურთიერთობაში შედის სხვა ადამიანებთან. ადამიანური ურთიერთობათა სისტემა გაშუალებულია კულტურით, რომელიც განსაზღვრავს ადამიანთა შორის ურთიერთობის ხასიათსა და ეფექტურობას. მაგრამ ადამიანის სხვადასხვაგვარი საქმიანობის პროცესში ჩნდება ურთიერთობის სრულყოფილი და ეფექტური ფორმების ძიების მოთხოვნილება, რომელიც წარმოშობს ურთიერთობის ამა თუ იმ ფორმების სხვადასხვა როლსა და დანიშნულებას. ან სხვადასხვა მიზეზის გამო, ურთიერთობის მრავალგვარი ფორმა ადამიანთა ცხოვრებაში სათანადო დანიშნულებას იძენს. კომუნიკაციის ფუნქციური ანალიზი საშუალებას იძლევა გამოვლინდეს ის სოციალური როლი, რომელსაც იგი ასრულებს საზოგადოებაში და, შესაბამისად, ხელს უწყობს სოციალური არსის უფრო ზუსტად გაგებას. მაგალითად, ეფექტური კომუნიკაცია ქუჩაში ორმხრივი მოძრაობა, რაც ნიშნავს, რომ თქვენ ერთდროულად ხართ ადრესანტიც და ადრესატიც. შეტყობინების მიმღებმა ყოველთვის უნდა დაადასტუროს, რომ მან მიიღო და გაიგო ინფორმაცია. თუ ეს კომპონენტი არ არსებობს, კომუნიკაცია წარმატებულად ვერ განხორციელდება. კომუნიკაციის ეფექტურობაზე პასუხისმგებელია ორივე მხარე- როგორც ადრესანტი, ისე ადრესატიც.

საუბრის დროს უნდა ვერიდოთ კატეგორიულ მტკიცებულებებს. კომუნიკაციის ეფექტურობის განმსაზღვრელ ერთ-ერთ ფაქტორს მეტყველების მანერა წარმოადგენს. ფრაზები: „მე ვფიქრობ“, „შესაძლებელია“, „არ არის გამორიცხული“, „სავარაუდოა“ და ა.შ. უმტკივნეულოდ აღიქმება მსმენელის მიერ. ყურადღება უნდა მივაქციოთ მეტყველების ნორმალურ ტემპს. მეტისმეტად სწრაფი მეტყველების გაგება რთულია, მეტყველების მეტისმეტად ნელი ტემპი კი მსმენელისათვის მოსაწყენია.

ყურადღების მიღმა არ უნდა დაგვრჩეს ეფექტიანი კომუნიკაციის განმსაზღვრელი პრინციპი, როგორცაა — ლაკონიურობა მრავალსიტყვაობის ნაცვლად. იგი „აუცილებლობასა და საკმარისობის პრინციპს“ გულისხმობს. ინფორმაცია უნდა მოიცავდეს ყველა იმ შინაარსობრივ ელემენტს, რომელიც აუცილებელია და საკმარისია მისი ადეკვატური აღქმისათვის. შეტყობინების მოცულობა უნდა შეესაბამებოდეს ინფორმაციის რაოდენობას. ინფორმაციის ზედმეტი მოცულობა ინვესტს ჭარბსიტყვაობას, ზედმეტი ინფორმაციულობა კი — აღქმის სირთულეს. შეუსაბამობა ინფორმაციის მოცულობასა და რაოდენობას შორის ამცირებს კომუნიკაციის ეფექტურობის ხარისხს.

ძველი საბერძნეთის შემადგენლობაში შედიოდა რეგიონი ლაკონია. ლაკონიაში მცხოვრები ხალხი სიტყვაძუნობით გამოირჩეოდა. ამ რეგიონში შედიოდა სპარტაც. სპარტელების ლაკონიურობის კლასიკური პასუხი წერილზე მაკედონის მეფე ფილიპ II-ისა, რომელსაც სურდა ქალაქის აღება: მოგიწოდებთ ახლავე დაგვენდეთ, რადგან თუ ჩემი ჯარი დაიწყებს ქალაქის დაპყრობას, ჩვენ გავანადგურებთ მოსავალს, დავანოკებთ მოსახლეობას და დავანგრევთ ქალაქს, რაზეც სპარტანელებმა უპასუხეს ერთი სიტყვით: „თუ“.

ყურადღება უნდა გავამახვილოთ კომუნიკაციის იმ ფორმაზე, რომელიც ადამიანს ეხმარება არეგულიროს და მართოს კონკრეტული სიტუაციები, როგორც ორგანიზაციაში, ასევე მის ფარგლებს გარეთ - ჯგუფთაშორის, შიდაჯგუფურ ან ინტერპერსონალურ დონეზე. თუმცა, ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ კომუნიკაციის საკითხის შესწავლას პირად ურთიერთობაში ან ორგანიზაციულ საქმიანობაში არ ძალუძს ყველა პრობლემის (ძირითადად კონფლიქტების) გადაჭრა, მაგრამ სხვაობების შემცირება და თანამშრომლობის გაუჯობესება შეუძლია.

არსებობს ე.წ. კარგი კონტაქტების თეორია, რომელიც განსხვავებულად უდგება მმართველობითი პრობლემების გადაჭრას. იგი ეფუძნება შემდეგ მოსაზრებებს:

- დაქირავებულთა და ხელმძღვანელთა მოთხოვნილებები და მიზნები ნებისმიერ ორგანიზაციაში ერთნაირია;
- ხელმძღვანელობასა და დაქირავებულებს შორის აზრთა სხვადასხვაობა გამოწვეულია იმ გაუგებრობით, რომელიც წარმოი-

შობა კარგი კონტაქტების უქონლობის გამო;

- შრომითი ურთიერთობების გადასაჭრელად აუცილებელია კონფლიქტების განეიტრალება.

ეს თეორია გარკვეულწილად მიმზიდველია და დადებითი მხარეები აქვს, მაგრამ ძნელია მას დავეთანხმოთ რამდენიმე ფაქტორის გამო. ჯერ ერთი, ხელმძღვანელთა და დაქირავებულთა საბოლოო ამოცანები ყველა შემთხვევაში იდენტური ვერ იქნება და, მეორეც, - ორგანიზაცია ლოიალურ განწყობილებას ვერ შექმნის მხოლოდ იმით, რომ ადამიანებს სათანადო ინფორმაციას აწვდიდეს და კარგად ექცეოდეს. რასაკვირველია, კომპეტენციის ჯგუფი, ხელმძღვანელობა, (პროფკავშირი) გავლენას ახდენენ ადამიანის დამოკიდებულებებსა და აზრებზე, მაგრამ მნიშვნელოვანია სხვა ფაქტორებიც: ოჯახი, ეთნიკური წარმომავლობა, რელიგიური მრწამსი. ყოველივე ის, რაც ინფორმაციის მიმართ პიროვნების რეაგირებაში აისახება. რისი მოსმენა შეუძლია თითოეულ ადამიანს ან თუნდაც ჯგუფს, არანაკლებადაა დამოკიდებულია იმაზე, თუ როგორია მისი ინტერესი და ინდივიდუალურ ფსიქიკური მახასიათებელი. ხშირად ადამიანის ხასიათს, მის გამოცდილებასა და პიროვნულ მდგომარეობას უფრო მეტი გავლენა აქვს კომუნიკაციის პროცესებზე, ვიდრე ხელმძღვანელობის მიერ მიწოდებულ ინფორმაციას.

კომუნიკაცია ნებისმიერი ორგანიზმის - ოჯახის, ორგანიზაციის, სახელმწიფოს სიცოცხლისუნარიანობის საფუძველია. მაინც როდის იწყება კომუნიკაცია? საყურადღებოა, რომ კომუნიკაციას საფუძველი ეყრება დაბადებამდე, როცა ჩანასახს მუცელში დედის ხმა გაურკვევლად ესმის. დაბადებისთანავე ახალშობილი შეიძლება შეერთეს და მოზრუნდეს ხმის გაგონებაზე, შეიძლება დედის ხმაც კი გაარჩიოს სხვა ქალის ხმისაგან.

ბავშვები კომუნიკაციას ყველაზე კარგად უფროსების მიბაძვით და მათთან ურთიერთობით სწავლობენ. უფროსმა ბავშვი ჩვილობის ასაკიდან უნდა ჩართოს კომუნიკაციაში. ბავშვის განვითარებასთან ერთად მისი კომუნიკაციის სტილიც თანდათანობით იცვლება, ბავშვებისათვის კომუნიკაციის უნარ-ჩვევების შეთავსების ყველაზე ეფექტური საშუალებაა უფროსებისგან მაგალითის აღება და შემდეგ პრაქტიკაში გამოყენება. უფროსებს, რომლებიც ზრუნავენ ბავშვებზე და ასწავლიან მათ, ცხადია, კომუნიკაციის კარგად განვითარე-

ბული უნარ-ჩვევები უნდა ჰქონდეთ, რადგან შეუდარებელი მნიშვნელობისაა მაგალითის ძალა.

ბავშვს ყველაზე მეტად სჭირდება ყურადღება, აღიარება და მიკუთვნებულობის გრძნობა, ხშირად ცუდი ქცევა, მხოლოდ და მხოლოდ მისი მცდელობაა, რომ როგორღაც შეამჩნიონ. ყურადღება ბავშვს უნერგავს თავდაჯერებულობის გრძნობას. სპეციალისტები განსაზღვრავენ კომუნიკაციის სამ ძირითად მოთხოვნილებას, რომელიც საპასუხო რეაქციას ან დახმარებას მოითხოვს. უფროსებსა და ბავშვებს ერთნაირი ადამიანური მოთხოვნილებები აქვთ - დაიკმაყოფილონ თავიანთი სოციალური, ემოციური, ინტელექტუალური და ფიზიკური მოთხოვნილებები. სტერეოტიპულმა საბჭოურმა ფრაზამ - „ბავშვებიც ადამიანები არიან“ - მნიშვნელობა დაკარგა. მაგრამ მიუხედავად ამისა, მაინც გვაწინყდება, რომ ბავშვები ნამდვილად არიან პიროვნებები, რომელთაც იგივე ღირსება და ადამიანური უფლებები აქვთ, რაც ნებისმიერ სხვას. ადამიანების უმრავლესობას კარგად ახსოვს ბავშვობაში განცდილი მტკივნეული დეტალები. სამწუხაროდ, ჩვენ ხშირად ვიქცევით ისე, თითქოს ბავშვების გრძნობები არ იმსახურებდეს ყურადღებას. ველა ბავშვი ოდესმე მასწავლებელი, პოლიტიკოსი, ექიმი ან ხელოსანი იქნება. ბავშვობაში განცდილი ამბები ადამიანის ხასიათისა და პიროვნების განუყოფელი ნაწილია. ზოგჯერ უფროსები ისეთ შთაბეჭდილებას ტოვებენ, თითქოს ბავშვების ემოციები და მოთხოვნილებები მათ აღიზიანებთ. განსაკუთრებით ეს პრობლემა მაშინ იჩენს თავს, როცა უფროსებს თავად აქვთ ემოციურად მძიმე პერიოდი. ამიტომ მათ გრძნობების გამოხატვისას სიფრთხილე უნდა გამოიჩინონ. გრძნობებს დადებითი და უარყოფითი გამოხატვა ბავშვების საქციელზე ძლიერ ზემოქმედებას ახდენს. დრეიკენსი აცხადებს, რომ უფროსი ასაკის ბავშ-

ვების დაპირისპირება სხვა ადამიანებთან მეგობრული და დახვეწილია მშვიდ სიტუაციაში, ვიდრე კონფლიქტის დროს. ბავშვი შეიძლება ჩავთვოთ საუბარში და გამოვიკვლიოთ ქცევის მოტივები. უფროსს უჩნდება შანსი, რომ მოზარდს კარი გაუღოს კომუნიკაციისათვის. ულწრფელი კომუნიკაცია უნდა გახდეს ბავშვის ყოველდღიური ცხოვრების წესი. ურთიერთობისას ჩვენი მიზანი შეტყობინების მიღება და ქმედებაა. ინფორმაციის გაცემას, მაშინ ექნება აზრი, თუ მას არ უარყოფენ. გულწრფელობა, თავაზიანობა, ტაქტი, კონკრეტული მესიჯები, წარმატებული კომუნიკაციის გარანტია.

ადამიანმა ძალიან დიდი ხნის წინ შეამჩნია სიტყვის ძალა — განაზოგადოს და შეამჭიდროვოს ინფორმაცია ლოგიკურ-შინაარსობრივ დონეზე. ენობრივი ნიშანი იტევს ფართო ცნებებს. ამიტომაც აღმერთებდა ადამიანი ყოველთვის სიტყვას. სწორედ იგი წარმოადგენს სამყაროს ერთ მთლიანად ქცევის საფუძველს — სიტყვა მთელ სამყაროს იტევს. სიტყვის უნარი, შემჭიდროებული ფორმით „იტვირთოს“ სათქმელი, წარმოადგენს კატეგორიული ოპოზიციის — „ფორმა და შინაარსი“ — არსს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ხიზანიშვილი ს., ულიჯანაშვილი ა., ნიქარიძე ლ., საქმიანი ურთიერთობების კულტურა, თბ.: საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი“, 2007;
2. Edward S. Inch, Barbara Warnick, Critical Thinking and Communication. the Use of Reason in Argument. Pearson Education Inc 2010 (თარგმანი ქართულ ენაზე);
3. Mary Ellen Guffey. Essentials of Business Communication. Mason. 2010 (თარგმანი ქართულ ენაზე).