

საქართველოს საპატრიარქოს ა(ა)იპ წმიდა ტბელ აბუსერისძის სახელობის

სასწავლო უნივერსიტეტი

სამართალმცოდნეობისა და

საჯარო მმართველობის ფაკულტეტი

თამილა კილაძე

დარწმუნების მეთოდები და კამათი

(საჯარო გამოსვლის უმნიშვნელოვანესი არსი)

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია სამართალმცოდნეობისა და საჯარო

მმართველობის მაგისტრის ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ნესტან მამუჭაძე, პროფესორი

ბიჭაური

2021

ანოტაცია

თანამედროვე სამყარო წარმოუდგენელია დიალოგის, მოლაპარაკების გარეშე ვინაიდან დიპლომატიური ურთიერთობა განსაზღვრავს საერთაშორისო ურთიერთობას და უსაფრთხოებას. ამიტომაც ხშირად მართავენ მოლაპარაკებებს. თითქმის ყველა დიალოგი, საჯარო გამოსვლა თუ მოლაპარაკება დარწმუნების მეთოდების გამოყენების გარეშე წარმოუდგენელია. ამიტომაც მნიშვნელოვანია ეს საკითხი ფართო ჭრილში განვიხილოთ.

დროის ცვლილებასთან ერთად იხვეწება და ვითარდება საჯარო გამოსვლის ტექსტი მასში შემავალი დარწმუნების მეთოდები, რომელიც ადამიანის ორატორულ უნართან არის დაკავშირებული. დავით აღმაშენებელი კარგად იყენებს დარწმუნების ხელოვნებას თავის სიტყვაში, რომელიც მიმართავს ჯარს: “მეომარხო ქრისტესანო!თუ ღვთის ჯულის დასაცავად თავდადებით ვიბრძოლებთ, არამც თუ ეშმაკის ურიცხვ მიმდევართა, არამედ თვით ეშმაკსაც დავამარცხებთ“. სწორედ ასეთი მოწოდებები უდევს საფუძვლად დიდი და მნიშვნელოვანი საკითხების გადაწყვეტას.

სამაგისტრო ნაშრომი შედგება 4 თავისაგან ,რომელიც დაყოფილია ქვეთავებისაგან. აგრეთვე შეიცავს დასკვნას, დანართს და გამოყენებულ ლიტერატურას. თემა ძალიან აქტუალური და საინტერესოა ,სწორედ ეს იყო წინაპირობა თემის შესწავლისა და მიზეზ-შედეგობრივი ანალიზების გაკეთების.

თემას თან ერთვის კვლევა,რომელიც რესპონდენტს აძლევს საშუალებას გამოხატოს საკუთარი პოზიცია და დააფიქსიროს. ჩვენს მიზანს კი წარმოადგენს გამოვყოს პრობლემა გავუკეთოთ ანალიზი და ვეძიოთ მოგვარების გზები.

Annotation

The modern world is inconceivable without dialogue as diplomatic relations define international relations and security. That is why negotiation is often held. It is incredible to negotiate, make public speeches or dialogues without using the methods of persuasion. That is why it is important to consider this issue in a broad context.

With the change of time, the text of the public speech, the methods of persuasion contained in it, which is related to the human oratory are refined and developed. David the Builder makes the art of persuasion in his address to the army quite well: " Christian Warriors! If we fight in order to defend the belief of the God, we will not only defeat the innumerable followers of the devil, but also the devil himself." Such calls are the basis for resolving big and important issues.

The master thesis consists of 4 chapters, which are divided into subsections. Also contains the conclusion, appendix and references. The topic is very actual and interesting. This was a prerequisite for studying the work and doing cause-and-effect analysis.

The presented work is accompanied by a research that allows the respondents to express and fix their position. Our goal is to identify the problems, analyze and look for the ways how to solve them.

შინაარსი

შესავალი.....	5
თავი I. დარწმუნების მეთოდები	
1.1 რა არის დარწმუნების თეორია	10
1.2.დარწმუნების მეთოდები და ზოგიერთი ფსიქოლოგიური ასპექტი.....	16
1.3. მედია როგორც მანუპულატორი.....	18
თავი II. კამათი და მოლაპარაკება	
2.1 რა არის კამათი.....	24
2.2 პოლემიკის ხელოვნება.....	29
2.3 მოლაპარაკების არსი.....	35
2.4 ძირითადი რიტორიკული კანონი.....	
თავი III. დეტალების ხელოვნება ზოგიერთი საჯარო უწყების საკითხის მიმოხილვა	
3.1 რა არის საჯარო გამოსვლა	41
3.2 დარწმუნების მეთოდების და მოლაპარაკების ფუნქციური არსი საჯარო გამომსვლელთათვის	52
3.3 საჯარო გამოსვლის ტექსტით მიმართვა.....	56
თავი IV. სოციალური კვლევა.....	66
დასკვნა.....	78
დანართი.....	79
გამოყენებული ლიტერატურა.....	90

შესავალი

თანამედროვე ცხოვრებაში მნიშვნელოვან და ამოსავალ წერტილს წარმოადგენს ურთიერთობები, რომლებსაც სხვადასხვა სახით ხვდებით: საზოგადოებრივი ოჯახური, პოლიტიკური, ეკონომიკური, რელიგიური საერთაშორისო და სხვ. რომლებიც სხვადასხვაგვარად ვითარდება. სწორედ რომ საერთაშორისო ურთიერთობათა კვლევის მიზანი უნდა იყოს ის რომ სწორად განვიხილოთ მისი გამომწვევი, განვითარების და აღმოფხვრის მიზეზების ძიება.

ურთიერთობისათვის აუცილებელია ერთ-ერთი მხარის სწორი და არგუმენტირებული პოზიცია დაარწმუნოს მოპასუხე მხარე თავის ჭეშმარიტებაში. სწორედ აქედან გამომდინარე დარწმუნება ადამიანის უპირატესობის წარმოჩენაში ეხმარება. დარწმუნების ხელოვნება, გულისა და გონების შთაგონების ძალა ალბათ ყველაზე მნიშვნელოვანი უნარია, რაც ცოდნაზე დაფუძნებულ ეკონომიკაში კონკურენტებისგან გამოგარჩევთ. შეგვიძლია ვთქვათ რომ, დარწმუნების ხელოვნება უკვე აღარაა ე.წ „რბილი უნარი“, არამედ ფუნდამენტური ნიჭი, რომელიც დაგეხმარებათ ინვესტორების მოძიებაში, პროდუქტის გაყიდვაში, ბრენდის შექმნაში, თანაგუნდელების შთაგონებასა თუ ცვლილებების მიღწევაში, პროფესიულ განვითარებასა თუ წინსვლაში.

სამაგისტრო ნაშრომში აგრეთვე საუბარი გვენება კამათისა და მოლაპარაკების შესახებ, რაც ურთიერთობის ერთ-ერთ ძირითად და მნიშვნელოვან შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს და კონფლიქტების გადასაჭრელად მშვიდობიანი გზების პოვნაში დაგვეხმარება.

საზოგადოებრივი კონფლიქტი სხვადასხვა ტიპის უთანხმოებაა, რომელიც წარმოიქმნება საზოგადოების წევრებს შორის. მაგალითად კონფლიქტს შესაძლოა იწვევდეს განსხვავებული ცოდნა, პროფესიული სტატუსი, ინტერესები და ა.შ.

საზოგადოებრივი კონფლიქტი როგორც წესი შესაძლოა იყოს:

ურთიერთდამოკიდებულებითი;

ინფორმაციული;

ინსტიტუციური;

ღირებულებითი და სხვ.

კონფლიქტები ხშირია ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში და არც თუ იშვიათად რამდენიმე სახის კონფლიქტი ერთდროულად იჩენს თავს. ხშირად კონფლიქტის თავიდან აცილება რთულია, თუმცა მის თავიდან აცილებაზე არანაკლებ მნიშვნელოვანია ვახერხებდეთ მათ გაკონტროლებას და ვიცნობდეთ კონფლიქტების მშვიდობიანად მოგვარების გზებს.

მიიჩნევა, რომ საზოგადოებრივი კონფლიქტის მოგვარების საუკეთესო საშუალება მოლაპარაკებაა. მოლაპარაკება შეიძლება იყოს ჰორიზონტალური ან ვერტიკალური.

ჰორიზონტალური მოლაპარაკებები თანაბარ უფლებიან მხარეებს შორის წარმოებს, ხოლო ვერტიკალური მოლაპარაკებების დროს მომლაპარაკებლის როლში გამოდის ლიდერი რომელიც მას საკუთარი გუნდის წევრებთან აწარმოებს.

ყველა შემთხვევაში მოლაპარაკებებით სასურველი შედეგის მიღწევა და კონფლიქტის გადაჭრა შეუძლებელია. ასეთ შემთხვევებში დაპირისპირებული მხარეები მესამე მხარეს - შუამავალს, არბიტრს, ფასილიტატორს და ა.შ მიმართავენ.

შუამავალი მნიშვნელოვანია იყოს საკითხისადმი ნეიტრალური და მიუკერძოებელი, მისი მთავარი მიზანი უნდა იყოს ხელი შეუწყოს მოლაპარაკებების პროცესის წარმართვას და მხარეებს გადაწყვეტილებების მიღების პროცესის გასაადვილებლად პროცედურებს სთავაზობდეს.

შუამავალი შესაძლოა იყოს ფორმალური (ოფიციალური), როცა მისი საქმიანობა სამართლებრივ ნორმებსა და პრაქტიკას ეყრდნობა ან არაფორმალური (არაოფიციალური), როდესაც მხარეები პრობლემის გადაჭრისთვის არაოფიციალურ, მაგრამ მათთვის ავტორიტეტულ პიროვნებას მიმართავენ.

მოლაპარაკებისა და შუამავლობის პროცესის მსგავსი პროცესია ფასილიტაცია, რომელშიც ძირითადი ყურადღება მხარეებს შორის ინფორმაციის გაცვლასა და გადაწყვეტილებათა ვარიანტების შემუშავების პროცესს ექცევა.

თემის აქტუალობა: საინტერესოა იმის აღნიშვნა, რომ ურთიერთობის წარმართვაში ფსიქოლოგიურ მიდგომას უდიდესი ძალა აქვს, განსაკუთრებით მოლაპარაკების დროს. მოლაპარაკება რთული პროცესია. იგი მოიცავს სხვადასხვა ინტერესების, მიზნებისა და შესაძლებლობების მქონე შეთანხმების ძიებას სუბიექტებს შორის. ასევე ხელსაყრელი გადაწყვეტილებების მისაღწევად მხარეთა განსხვავებული პოზიციების განხილვას და მათ შორის დისკუსიას, შეუთავსებადი მიზნების დასაძლევად ურთიერთდათმობისა და რაც მთავარია იგი მიზნად ისახავს შეთანხმებით აღებული ვალდებულებების აუცილებელ შესრულებას. ნაშრომი მიზნად ისახავს იმ პრობლემატიკის გამოყოფას, რდაც საჯარო სექტორებს ახასიათებთ. მაგალითად საჯარო მოხელეებისთვის საჯარო სტრუქტურებში მოლაპარაკებას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება. ხაზი უნდა გავუსვათ რა კუთხით წარმართება მოლაპარაკება, პოზიციების დაფიქსირება, აზრის გამოხატვის თავისუფლებას და ა.შ.

სწორედ აღნიშნული პრობლემატიკა უნდა წამოვიწიოთ წინა ხაზზე, განვიხილოთ წარმოშობის მიზეზები, მეთოდები და ვეძიოთ სწორი მიდგომით აღმოვფხვრათ არსებული პრობლემა. მოლაპარაკების დაწყებამდე ყალიბდება მოლაპარაკების სტრატეგია, რომელიც განისაზღვრება საერთაშორისო მოლაპარაკებითა მიმართ საერთო მიდგომით, სახელმწიფოს საგარეო - პოლიტიკური მიზნებითა და სახელმწიფოს საერთო - ეროვნული ინტერესებით. მოლაპარაკების სტრატეგია აისახება იმ ინსტრუქციებში რომლებიც გადაეცემა დელეგაციებს.

მოლაპარაკების ტაქტიკა ექვემდებარება სტრატეგიას და დამოკიდებულია კონკრეტულ ვითარებაზე.

მიზნები: საზოგადოებასთან ურთიერთობის მიზანს სწორედ მოლაპარაკების სტრატეგიები წარმოადგენს. ერთ-ერთი ხერხი კი დიპლომატიურად მიდგომაა. დიპლომატიის მთავარი ხელოვნებაა პოზიციების სწორი გადანაწილება. კომფლიქტების პრევენციისას ან გადაწყვეტილებისათვის, აქტიურად გამოიყენება კონფერენციის დიპლომატია, რომლის ორ სახეობას გამოყოფენ: სამშვიდობო კონფერენცია, გლობალური კონფერენცია.

საჯარო გამოსვლების დროს მნიშვნელოვანია საკითხისადმი ისეთი მიდგომა, რომელიც დაარწმუნებს საზოგადოებას ჭეშმარიტებაში. პოლემიკის თავიდან აცილების ან შეჩერების მიზნით. პოლემიკა არღვევს აკადემიის საერთო მცდელობებს და წინ უსწრებს პროფესიონალიზმის სამოქალაქო ან ტექნიკურ დისკურსებს.

პოლემიკა პროფესიონალური აღიარების მოკლე ვარიანტია, რომელსაც, როგორც წესი, ირჩევენ ისეთები, რომელთაც პატივმოყვარეობა ხელს უშლით. მათი მიზეზები ყოველთვის არ არის ჩამოყალიბებული, მაგრამ მათ აუცილებლად უნდა მიაღწიონ დასახულ მიზანს. პირიქით, პოლემიკა არის დაქვემდებარებული ძირითადი ფიგურების უკანასკნელი საშუალება, რომელიც ცდილობს შეინარჩუნოს მათი პროფესიული დომინირება; პოლემიკა არის იაფი, ხშირად ტრივიალური, შემცველი ნამდვილი ინტელექტუალური წარმოებისთვის. პოლემიკა მიეკუთვნება საზოგადოებრივი ჟურნალისტიკის სფეროს, სადაც კარიერის გაკეთება შესაძლებელია მხოლოდ სიტყვიერი აგრესიის საფუძველზე.

ამოცანები: ნაშრომის მთავარი ამოცანაა არსებული პრობლემატიკის შესწავლა, მოლაპარაკების, კამათის და დარწმუნების მთავარი არსის გამოკვეთა. ჩვენი მიზანია შევისწავლოთ მისი გამომწვევი მიზეზები, ვიმსჯელოთ და ვეძებოთ სწორი მიმართულება, მივიღეთ კონკრეტულ მიზეზ-შედეგობრივ დასკვნა-ანალიზამდე. შევეცდებით ნაშრომში გადმოვცეთ დღევანდელი რეალობა, პრობლემატიკა, რომელიც თანამედროვეობაში იჩენს თავს და მისი გადაჭრა ცალსახად მნიშვნელოვანია.

კვლევის მეთოდები: ნაშრომში ჩვენ წარმოვადგენთ სოციოლოგიურ კვლევას, რომელიც დაფუძნებული იქნება კვლევის როგორც რაოდენობრივ, ისე თვისობრივ

მეთოდებზე. მიზნობრივი აუდიტორიისთვის შევადგენთ კონკრეტულ კითხვარს როგორც ღია, ისე დახურული სახით, ხოლო გამოკითხვას ჩავატარებთ ელექტრონული ფორმით. აქედან გამომდინარე, წინასწარ ვერ განვსაზღვრავთ მონაწილეთა რაოდენობას, თუმცა აუცილებლად უნდა გამოვიკითხოთ მინიმუმ 100 რესპონდენტი.

სამაგისტრო ნაშრომის სტრუქტურა: ნაშრომში წარმოდგენილი იქნება შესავალი ნაწილი, ოთხი თავი, დასკვნა, დანართი და რა თქმა უნდა, გამოყენებული ლიტერატურის ნუსხა.

სამაგისტრო ნაშრომის თავებს ამგვარად დავასათაურებთ (ვფიქრობთ, სამაგისტრო ნაშრომის დასრულების ეტაპზე, სათაურთა მოდიფიკაციას მნიშვნელოვნად არ მოვახდენთ):

1. რა არის დარწმუნების ტექნოლოგია
2. კამათი და მოლაპარაკება
3. რა არის საჯარო გამოსვლა
4. სოციალური კვლევა

თითოეული თავი დაყოფილია ქვეთავებად, რაც ნაშრომს სტრუქტურულად და შინაარსობრივად უფრო მრავალფეროვანს ხდის. შესაბამისად, სძენს მეტ აკადემიზმსაც. აქვე აღვნიშნავთ, რომ სამაგისტრო ნაშრომის მეოთხე თავს წარმოადგენს სოციალური კვლევა, რაც წინა სამი თავის თეორიული ბაზისა და ანალიზის საფუძველზე იქნება ჩატარებული. შესაბამისად, კვლევა სოციუმის ინტერესების კვალდაკვალ იქნება ჩატარებული, რაც ინოვაციურ მიზეზ-შედეგობრივ დასკვნებს გამოკვეთს.

თანამედროვე კაცობრიობის განვითარება ერთიანი პროცესია. მსოფლიო გლობალური პრობლემები საერთაშორისო საზოგადოების თანამშრომლობის გაძლიერებას მოითხოვს. შეიძლება თქვას, რომ უკანასკნელი ორი საუკუნის განმავლობაში, განსაკუთრებით კი მე-20 საუკუნეში, საზოგადოების განვითარებამ გლობალური ანუ საყოველთაო ხასიათი მიიღო. მსოფლიო პოლიტიკის განვითარების ტენდენციები მოითხოვს ახალი საერთაშორისო

სისტემის ფორმირების აუცილებლობას. თანამედროვე ეტაპზე, ამგვარი რამ, სახელმწიფო თანამშრომლობის, დიალოგის, ერთობლივი ძალისხმევის, შეთანხმებული მოქმედების გარეშე, წარმოუდგენელია. ყოველივე ეს კი, საერთაშორისო მოლაპარაკებების როლს ორმაგად ზრდის.

დღეისთვის იგი გახდა ქვაკუთხედი და, შეიძლება ითქვას, მთავარი საშუალება საერთაშორისო საზოგადოებაში არსებული პრობლემების მოგვარებისათვის. მწვავე ეთნიკური და რელიგიური კონლიქტები, ასევე სხვა, ახალი გლობალური გამოწვევები და მათი მოგვარების აუცილებლობა, მოლაპარაკებების წარმოების საჭიროებაზე მიუთითებს.

ვფიქრობთ, სამაგისტრო ნაშრომზე მუშაობის პროცესში გამოიკვეთა უამრავი პრობლემა საერთაშორისო მოლაპარაკების პროცესში, საჯარო გამოსვლის, მოგვარების დროს დიპლპმატიურ ჭრილში, გამოიკვეთა რთული პროცესები პრობლემები რომელიც მოლაპარაკების დროს ძალზედ აქტუალურია. ამის გარდა, მოლაპარაკებები, რომლებიც დიპლომატების და პოლიტიკური მოღვაწეების ძალიან ვიწრო წრის პროფესიული საქმიანობის მნიშვნელოვან ნაწილს შეადგენდა, დღეისათვის, რაც ჩვენი საზოგადოება უფრო აქტიური და ღია გახდა, მოლაპარაკებები უკვე ცალკეულ პირთა თუ ორგანიზაციათა ყოველდღიურობის ერთ - ერთი მნიშვნელოვანი ატრიბუტი გახდა.

I თავი

დარწმუნების მეთოდები

1.1 რა არის დარწმუნების ტექნოლოგია

იდეები ოცდამეერთე საუკუნის მთავარი ღირებულებაა. სწორედ რომ, სიტყვებმა და იდეებმა შექმნეს თანამედროვე სამყარო. როგორც ვიცით, იდეებს აქვთ მატერიალიზმისკენ სწრაფვის უნარი. ამასთან დაკავშირებით უამრავი მეცნიერების მოსაზრება არსებობს და იგი კონფლიქტურ სიტუაციებში მრავლად იჩენს თავს ყოველდღიურ ცხოვრებაში, იქნება ეს სახელმწიფოებს შორის თუ საზოგადოებრივი კონფლიქტები.

ადამიანი ოდითგანვე ფიქრობდა ბუნებაზე, წარმოშობაზე და მათ დაძლევის საშუალებებზე. მაგრამ მე-20-ე საუკუნეში მოხდა როგორც მეცნიერული დარგის ჩამოყალიბება. ამიტომაც განიხილავდნენ უმეტესწილად ფსიქოლოგიურ ასპექტში.

კომფლიქტი უნივერსალური კატეგორიაა, რომელსაც მრავალი მეცნიერება შეისწავლის სხვადასხვა მხრიდან. ამიტომაც კომპლიქტი ჩვენ შეგვიძლია განვიხილოთ როგორც კომუნიკაციის პროცესის ერთ-ერთი ძირითადი სახეობა ან საფეხური.

ყოველი ადამიანი გარკვეული აზრით დასრულებულ და, მამასადაძმე, ჩაკეტილ სამყაროში ცხოვრობს. ამიტომაც ყველა ცხოვრებისეულ კითხვაზე შეუძლია პასუხის გაცემა. ადამიანის ცხოვრება შედგება არა მხოლოდ მისი პირადი გამოცდილებით არამედ მისგან გამომდინარე მოვლენათა შესაძლო განვითარების რეალიზებისაგანაც. ამის მიხედვით ხდება ცნობიერების ფაქტების პილტრაცია: შენი სამყაროს აქტი, ელემენტი შეიძლება მხოლოდ ისეთი მოვლენა გახდეს, რომელიც შენი აწყობილი სამყაროს საყრდენს აძლიერებს.

დარწმუნების ხელოვნება, გულისა და გონების შთაგონების ძალა, ალბათ ყველაზე მნიშვნელოვანი უნარია, რაც ცოდნაზე დაფუძნებულ ეკონომიკაში კონკურენტებისგან გამოგარჩევთ. შეგვიძლია ვთქვათ რომ, დარწმუნების ხელოვნება უკვე აღარაა ე.წ „რბილი უნარი“, არამედ ფუნდამენტური ნიჭი, რომელიც დაგეხმარებათ ინვესტორების მოძიებაში, პროდუქტის გაყიდვაში, ბრენდის შექმნაში, თანაგუნდელების შთაგონებასა თუ ცვლილებების მიღწევაში, პროპესიულ განვითარებასა თუ წინსვლაში.

ამაში დასარწმუნებლად ჩვენ შეგვიძლია მოვიშველიოთ ძველი ბერძენი ფილოსოფოსების ნაშრომები. მაგალითად: დაახლოებით 2 000 წლის წინ, თავის

ცნობილ ნაშრომში 'რიტორიკა' არისტოტელემ ჩამოაყალიბა ფორმულა, თუ როგორ უნდა დავეუფლოთ დარწმუნების ხელოვნებას. აღსანიშნავია, რომ მის მეთოდს ბევრი ცნობილი ორატორი იყენებდა სიტყვით გამოსვლისას და თავიანთი იდეების მსოფლიოსთვის გასაზიარებლად. საბედნიეროდ, არისტოტელეს აზრით, ყველას შეუძლია დარწმუნების პრაქტიკას დაეუფლოს. უნდა აღინიშნოს მიუხედავად იმისა, რომ 2000 წლის მანძილზე კომუნიკაციის მეთოდები საგრძნობლად შეიცვალა, ადამიანის გონება ისევ იგივეა. ფორმულა რომელიც მაშინ მუშაობდა, თანამედროვეობასაც წარმატებით ერგება. უნდა აღინიშნოს რომ, საჯარო გამოსვლა - აუცილებელი უნარია. არ აქვს მნიშვნელობა, სად გამოდიხართ, კონფერენციაზე მოხსენებას კითხულობთ, კრებას უძღვებით, თუ თანამშრომელს ან კლიენტს ერთი ერთზე ელაპარაკებით, ყოველი შეხვედრა თქვენი ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობაა.

იმის მტკიცებაც კი შეიძლება, რომ ყოველთვის როდესაც ლაპარაკობთ, ვინმეს აზრზე გსურთ გავლენის მოხდენა, მოქმედებისთვის შთაგონების მიცემა, ან გარკვეული გრძნობების გამოწვევა. თქვენთვის უკეთესი იქნება თუ გეცოდინებათ, თუ როგორ ჩაატაროთ პრეზენტაცია ისე, როგორც პროფესიონალმა. თუ ფიქრობთ, რომ საჯარო გამოსვლების სფეროში თანდაყოლილი ნიჭი არ გაქვთ, ეს არგუმენტად გამოიყენეთ და აღარ გააგრძელოთ ამაზე მუშაობა. მაგრამ ყველაზე წარმატებული ორატორები, როგორცაა პორტი ამბობს: „მხოლოდ ბუნებრივ ნიჭს შეუძლია შორს წაგიყვანოთ. აქ რა არის მთავარი? პრაქტიკა, პრაქტიკა და კიდევ პრაქტიკა“.

საუკეთესო ორატორები გულდასმით მუშაობდნენ ამ უნარის დაუფლებაზე. ისინი საჯარო გამოსვლებს ისე უყურებენ, როგორც ხელობას, რომლის დახვეწაც შეუპოვებობითა და თავდადებით შეიძლება. უნდა ავლნიშნოთ რომ თავდაპირველი რაშიც უნდა გავერკვიოთ საჯარო გამოსვლის დროს ესაა მიზანი. რატომ გამოდიხართ სიტყვით, და რატომ არის თქვენი აუდიტორია მოსული მოსასმენად? მათ სწავლებას ცდილობთ, მათ დარწმუნებას, რომ ზომები მიიღონ, თუ უბრალოდ მათთან კავშირის დამყარებას ცდილობთ? თუ თქვენი მიზანი იცით, მის მისაღწევად მოზიდვის ტაქტიკის გამოყენება შეგიძლიათ. ზოგიერთ ადამიანს საჯარო გამოსვლების ბუნებრივი ნიჭი აქვს. მაგრამ ჩვენ დანარჩენებს, აუცილებლად

გვჭირდება მომზადება და ჭკვიანური ტაქტიკა, რომ ეფექტური და გამორჩეული ორატორები გავხდეთ. თუ დროს მოანდომებთ თქვენი უნარების დახვეწას, შესაძლოა, თქვენი ბიზნესის განვითარების საუკეთესო ინსტრუმენტი სიტყვით გამოსვლა გახდეს. ძველი ბერძენი პილოსოპოსი სწორედ ყურადღებასა და მოთმინებაზე უსვამს ხაზს როცა აუდიტორიას მიმართავს: „მომეტებულ ყურადღებას იჩენს ყოველივე სიდიადისადმი და მასთან ერთად, იმისადმი, რაც უშუალოდ მათ ეხება პირადად, მათ მოსწონთ ყველაფერი რაც, გაკვირვებას და კმაყოფილებას იწვევს, ამიტომაც ორატორმა უნდა შეუქმნას შესაფერისი გუნება-განწყობილება „ .

დაარწმუნოს ადამიანი ნიშნავს, რომ დადგინდეს ერთი სიმართლე. ჩვენ ყველანი, ერთ გზას ან სხვა გზას ვადგავართ, მოგების მოგება. როგორი ამოცანა არ უნდა ვიყოთ, თვითონ ვიყოთ თანხმობა, შეცვალოს ვინმეს დამოკიდებულება, გადაწყვეტილების მიღებაში წარმატების მიღწევა დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად დიდია ჩვენი დარწმუნების უნარი.(ka.everaoh.com)

მას შემდეგ, რაც ჩვენ ვართ დამოკიდებული ამ შესაძლებლობის ხელმისაწვდომობაზე, ჩვენ უნდა დავამყაროთ დარწმუნების ხელოვნება რჩევის სახით, რომ ადამიანზე ფსიქოლოგიური გავლენის მოხდენა ზოგჯერ ყველაზე გავრცელებული მეთოდია. რწმენისგან განსხვავებით, წინადადება განსხვავდება მცირე რაოდენობის არგუმენტებით. თანამოსაუბრე, როგორც წესი, მიიჩნევს, რომ არგუმენტები მტკიცებულების გარეშე. ეს ყველაფერი დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად კრიტიკულია თქვენი არგუმენტები, იმის ცოდნა, რომ სჯეროდა და მიიღოს ინფორმაცია. შედეგად, წინადადება ხდება პირის შიდა გარემოში, რომელსაც მოგვიანებით აღიქვამს საკუთარი ტვინი. მონა, სუსტი სულიერი ადამიანები ადვილად იღებდნენ ორივე წინადადებას და რწმენას. თუმცა, ეს უკანასკნელი უფრო მეტი ძალისხმევაა საჭირო..

დარწმუნების ტექნიკა ეფუძნება ფაქტებს. შენი განცხადებები უნდა იყოს დასაბუთებული და უფრო მეტიც მკაფიოდ დასაბუთებული. როგორც წესი, ის ადამიანები, რომლებსაც უბრალო წინადადებას არ უშვებენ, საპირისპირო

თვალსაზრისით განიხილავენ თემას თემაზე. ასეთ ადამიანებს მეტი ინფორმაცია სჭირდებათ. მათ ასევე სჭირდებათ საიმედოობის მტკიცებულება.

ვინც ფლობს ინფორმაციას - ფლობს მსოფლიოში. ამიტომ, იმისათვის, რომ მოვიგოთ დავა, ადვილია ადამიანების დაარწმუნოს და იყოს საინტერესო თანამოსაუბრე, ადამიანი უნდა იყოს მუდმივი განვითარებით, "შეავსოთ" თავი და შეავსოს ახალი ინფორმაცია და დაინტერესდება მის გარშემო.

იმის უზრუნველსაყოფად, რომ დარწმუნების მეთოდი არ იძენს ძალადობრივ ფუნქციებს და არ იღებს ფორმის იძულებას, მნიშვნელოვანია გვახსოვდეს გარკვეული წესები:

დაიცვან არგუმენტების მითითება. გამოიყენეთ შემდეგი სქემა:

- ძლიერი არგუმენტები;
- საშუალო დონის არგუმენტები - ერთი, მაგრამ ძლიერი;
- დადებითი პასუხი მიიღეთ;
- ნება გამოხატოთ თქვენი აზრი და იცოდეთ, როგორ მოისმინოს;
- იყოს სავარაუდო კომპანიონი;
- სურვილს დაარწმუნოს ადამიანი, იწყება იმაზე, რასაც

ეთანხმებით;

შეავსეთ თქვენი თანამოსაუბრეს დადებითი მომენტები და ცდილობენ შეამცირონ უარყოფითი გამოვლინებები. ნება გამოხატოთ თქვენი აზრი და იცოდეთ, როგორ მოისმინონ.

ზემოაღნიშნული ტექნიკა დაგეხმარებათ თქვენი მოწინააღმდეგის დაარწმუნოს პროცესში. ამ რთულ საკითხში შენი რეპუტაცია, გამოსახულება და თავდაჯერებულობები მთავარი თანაშემწეები არიან. (ka.everaoh.com)

დარწმუნება გამოირჩევა თავისი დემოკრატიული მემკვიდრეობითა და ხასიათით. ავტორის მიერ წარმოდგენილ პარადიგმაში „ თავისუფლება“ სწორედ მის დემოკრატიულ ასიათს უკავშირდება. ეს კომპონენტი მრავალ ავტორთან გვხვდება,

როგორც დარწმუნების უმთავრესი მახასიათებელი რომელიც ადამიანს ანიჭებს გადაწყვეტილების თავისუფლებას.

თანამედროვე ცხოვრებაში ვხვდებით, რომ ურთიერთობები მნიშვნელოვანია საერთაშორისო დონეზე სახელმწიფოებს შორის პოლიტიკური, ეკონომიკური თუ რელიგიური. დღეისათვის საერთაშორისო პოლიტიკა ისტორიის მსვლელობას განსაზღვრავს და ხალხთა მომავალს მრავალმხრივ წარმართავს. მართლაც, სწორედ სახელმწიფოთშორის კავშირებში, უფრო ფართოდ კი ნაციონალური საზოგადოებების ურთიერთობებში, გარკვეულწილად, ინდივიდების და პოლიტიკური ერთობების ცხოვრება მიედინება.

გასული საუკუნის დასაწყისში, გერმანელი სოციოლოგი მაქს ვებერი პოლიტიკას ძირითადად, სახელმწიფოსთან მიმართებაში განსაზღვრავდა, რომელშიც იგი ლეგიტიმური ფიზიკური ძალადობის ერთადერთ მფლობელს ხედავდა. ამ თვალსაზრისმა დიდი გავლენა იქონია პოლიტიკურ მეცნიერებაზე. ხშირ შემთხვევაში, სუვერენულ სახელმწიფო ძალაუფლებად მიჩნეულმა სახელმწიფომ შიდა იძულებაზე მონოპოლია მოითხოვა; თუმცა, მისი გადაწყვეტილებების თავს მოხვევის, კანონების კარნახის, ადმინისტრირებისა და დასჯის უფლება, სრულიად დამოუკიდებლად არ ხორციელდება.

არც ერთ სახელმწიფოს არ შეუძლია მარტომ იტვირთოს საკუთარი უსაფრთხოება და დამოუკიდებლობა. ურთიერთობების ისტორიად განიხილებოდა. არის კი მივიწყებული ამგვარი მიდგომა? სრულიადაც არა. დღემდე სახელმწიფოთა საგარეო პოლიტიკა სამთავრობო საქმიანობის სფეროდ რჩება, რომელიც ნაწილობრივ გვერდს უვლის დემოკრატიულ დებატებს. სწორედ ამ სფეროში ვლინდება მთავარ მმართველთა ნება, განსაკუთრებით, ავტორიტარულ რეჟიმებში. დიპლომატიას აქვს საკუთარი ენა, კანონები და რიტუალები. ჩვეულებრივ, მას ძველ ტრადიციებზე დაფუძნებული საკუთარი ჩვევების მქონე პერსონალი ემსახურება. თუმცა, საგარეო საქმეთა სამინისტროების როლი მცირდება, რადგან საერთაშორისო პოლიტიკასთან დაკავშირებულ საკითხთა ნაწილს, რომელზეც მთავრობები მსჯელობენ, სხვა სამინისტროებიც განიხილავენ სახელდობრ, ეკონომიკის, გარემოს დაცვის, კულტურისა თუ ტრანსპორტის სამინისტროები. გარდა ამისა, ახალი საკომუნიკაციო

საშუალებები ტრადიციული დიპლომატიური არხების გავლენაზე მოქმედებენ საერთაშორისო პოლიტიკის ძირითადი ნიშნების.

ამგვარად განსაზღვრის შემდეგ, თეორეტიკოსები მასში ასევე სახელმწიფოთშორის ურთიერთობებში კრიზისებისა და ომების მუდმივობის ამხსნელ ელემენტებს პოულობენ. მთავრობებს, ამტკიცებენ ისინი, თავიანთი „ეროვნული ინტერესების“ დაცვის გარდა, სხვა არჩევანი არა აქვთ; სწორედ ესაა რაციონალური მიზანი, მაგრამ მისკენ უწესრიგო სწრაფვა სახელმწიფო აქტორთა დიდი მრავალფეროვნებით, საერთაშორისო ურთიერთობებს კონფლიქტურ და ზოგჯერ ქაოტურ განზომილებას ანიჭებს. რეალისტებს ხშირად საყვედურობდნენ „ეროვნული ინტერესის“ ცნების ნაკლოვნებას.

პოლიტიკური რეალიზმის წარმომადგენელთა უმრავლესობა ძალის ცნებას ძალზე ფართო გაგებით იყენებს, რომელიც მატერიალურ და არამატერიალურ ელემენტებს მოიცავს და ეს უფრო მეტად ართულებს პრობლემის პარამეტრებს. მორგენტაუს ძალის განმსაზღვრელ ელემენტებში შეჰყავს ისეთი რეალობები, როგორცაა სამხედრო რესურსები, სამრეწველო სიმძლავრეები, ნედლეული, გეოსტრატეგიული უპირატესობები, მოსახლეობის რაოდენობა, ასევე კულტურული მახასიათებლები, ეროვნული მორალი, სახელმწიფო მართვისა და დიპლომატიის ხარისხი. ძალა შეიძლება თავს იქნეს მოხვეული ბრძანებებით, მუქარით, რომელიმე ადამიანის ან ინსტიტუტის გავლენით ანდა ქარიზმით, ამ პოზიციებისა თუ ფენომენების შეხამებით.

1.2. დარწმუნების მეთოდები და ზოგიერთი ფსიქოლოგიური ასპექტი

დამოკიდებულების შეცვლა ყოველდღიური ცხოვრების განუყრელი ნაწილია, რო მლის გზაც კომუნიკაციაზე გადის. ყველა დამაჯერებელი მესიჯი არწმუნებს ხალხს. ძირითად ელემენტს კი დარწმუნების პროცესში წერილის

ეფექტურობა: წყარო, წერილის შინაარსი, საკომუნიკაციო არხი, კონტაქტი წარმოადგენს.

ფსიქოლოგიური ეფექტები, რომელთაც შეტყობინებები შეიძლება წარმოიქმნას მიმღებში: ყურადღება, გააზრება, მიღება, შენარჩუნება.

ფსიქოლოგიაში დარწმუნება არის სოციალური გავლენის უნარი, რაც აუცილებელია ჯგუფებში კუთვნილების ჩამოყალიბებასა და განცდისთვის. არსებობს დარწმუნების სხვადასხვა დონე, რჩევებიდან დაწყებული, არგუმენტებით დამთავრებული, მანიპულირება და გამოძალვა. დღესდღეობით დარწმუნების ფსიქოლოგიური ელემენტები ფართოდ გამოიყენება ბიზნესის სფეროში, მარკეტინგთან და რეკლამებთან. დარწმუნების ტექნიკა მიმართულია იმ ფართო აუდიტორიაზე, რომელიც ამა თუ იმ საკითხთა მიმართულებითაა გათვლილი..

ლიდერები იყენებენ ორგანიზაციული ზემოქმედების მეთოდებში, მტკიცებულებას მოქმედების საჭიროების ან მისი სისწორის ახსნისას, ანუ იმ ძირითად მახასიათებლებს რამაც შეილება დაარწმუნოს ფართო აუდიტორია.

დარწმუნების პროცესი ძალიან რთულია, ვინაიდან დარწმუნების ობიექტი არის თავისუფალი ადამიანი. აუცილებელია დარწმუნების გარკვეული წესების დაცვა ამ პროცესის მთავარი პუნქტი არის არგუმენტაცია, რომელიც აგრეთვე მსმენელს ხელს შეუწყობს ან დააინტერესებს სასურველი პოზიციის მიღებას, აიძულებს მას გადახედოს არსებულ შეხედულებებს და შედეგად გაიზიაროს თანამოსაუბრის აზრი.

თანამოსაუბრის დარწმუნების მეთოდებში არსებობს კამათის მრავალი გზა , აგრეთვე არსებობს დარწმუნების გარკვეული წესები, რომლებიც საშუალებას აძლევს მიაღწიოთ სასურველ შედეგს. ესენია:

1. ფსიქოლოგიური მიდგომა - დაყოლიება დ არა კამათი. თანამოსაუბრესთან დავა არანაირად არ უწყობს ხელს მის მიმართ განწყობას, უარყოფს მას განხილვის საგნიდან იწვევენ ნეგატიურ დამოკიდებულებას ტანამოსაუბრის აზრის ტოლერანტობა, მისი პოზიციის მოსმენის უნარი წარმატების საწინდარია

2. დარწმუნების მეთოდი - სხვა პირის აზრის პატივისცემა. კატეგორიული აზრის უარყოფა ,რომელმაც შიშლება გამოიწვიოს რეაქცია პოზიციასთან მიმართებაში.

3. აღიარების მეთოდი - მოსაზრება ,პოზიცია შეიძლება აღმიჩნდეს არასწორი და ამის აღიარებაუნდა შეეძლოს.

4. თავაზიანობა- მშვიდი კეთილგანწყობილი ტონი.

ეს მეთოდი არის ,რომ სხვას მიეცეს მეტი საუბრის სასუალება, ვიდრე შენ.

1.3 მედია, როგორც მანუპულატორი

საზოგადოებრივი ,სახელმწიფოებრივი პოლიტიკური დისკუსიის, შელაპარაკების ,პოლემიკის კამათის გამოხატვის დროს საზოგადოებაზე დიდი ზეგავლენა შეუძლია მოახდინოს მასმედიას. ამიტომაც მასობრივი კომუნიკაციის როლი ძალიან დიდია. ასე რომ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მასმედია ჩვენი ცხოვრების განუყოფელი ნაწილია.

რა როლი უჭირავს სოციალურ მედიას ოცდამეერთე საუკუნის ადამიანის ცხოვრებაში? საზოგადოების დიდი ნაწილი ახალ ინფორმაციას მიმდინარე პროცესების შესახებ ძირითადად სოციალური მედიის საშუალებით იღებს და ამდენად ინფორმაციის გავრცელების არეალის პრობლემასთან ერთად, მიწოდებული ინფორმაციის ხარისხის საკითხიც დგება. სოციალური მედია სათავეს 2000 წლიდან იღებს

სოციალური მედია (ბოლო დროს უფრო ხშირად მოხსენიებული, როგორც ახალი მედია) არის ინფორმაცია, რომელიც იქმნება და გადაიცემა ციფრული ტექნოლოგიების მეშვეობით, ინტერნეტით. ახალი მედია ნებისმიერ ადამიანს

ამღევს საშუალებას, გაავრცელოს ის ინფორმაცია რაც მას სურს. გააშუქოს ნიუსი იმ კუთხით, როგორც მას უნდა. ტრადიციული მედია, სანამ მაყურებლამდე მივა რამდენიმე ეტაპს გადის. სოციალურ მედიაში კი შეცვლილია ზოგადად ნიუსის გაგება. ნიუსია ყველაფერი - ობამას გამარჯვება არჩევნებში და სამეგრელოს რომელიმე მცხოვრების წარმატებული ასპარეზობა სოფლის პირველობაზე მკლავჭიდში.

არსებობს როგორც სოციალური ასევე პიროვნული მედიადამოკიდებულება. საზოგადოებრივ დონეზე მედია ყველა ჩვენი სოციალური ინსტიტუტის - ეკონომიკის, პოლიტიკის, განათლების, რელიგიის და ოჯახის განუყოფელი ნაწილია. თუმცაღა, ამ დამოკიდებულებას აქვს მეორე, უარყოფითი მხარეც: ზოგიერთ კრიტიკოს მიაჩნია, რომ მედიას ცუდი გავლენის მოხდენა შეუძლია. ისინი გვაფრთხილებენ, რომ მასობრივმა კომუნიკაციამ შესაძლებელია ჩვენთვის არასასურველი შედეგები გამოიღოს. მედიამ შესაძლებელია დამოკიდებულები გაგვხადოს მასზე. აგრეთვე შესაძლებელია მოახდინოს ზეგავლენა იმ გადაწყვეტილებებზე რომელთაც გვგონია, რომ დამოუკიდებლად ვიღებთ.

მედიის ზოგიერთი სხვა ანალიტიკოსი კი მიიჩნევს , რომ მედიას საზოგადოებისთვის მხოლოდ სიკეთე მოაქვს. ისინი გამოთქვამენ აზრს, რომ მედია ამდიდრებს ჩვენს ცხოვრებას და ერთმანეთთან გვაახლოვებს, კმაყოფილების გრძნობას გვანიჭებს , გვთავაზობს გართობას, რომლის მიზანია სტრესისგან გათავისუფლება, გვარკვევს მნიშვნელოვან საზოგადოებრივ საკითხებსა და პრობლემებში. მასობრივი კომუნიკაციის დღევანდელ ეპოქაშიც კი ჩვენ, როგორც უშუალო, ასევე მედია კონტაქტის დროს ვიყენებთ ვებბარულ და არაველბარულ სიმბოლოებს. სიმბოლო - ეს არის სიტყვა, მოქმედება ან საგანი, რომელიც „მნიშვნელობა გამოხატავს“ , ანუ აღძრავს გარკვეულ სტანდარტულ შინაგან მნიშვნელობს ადამიანებში, რომლებსაც ესა თუ ის ენა აერთიანებთ .

მიუხედავად იმისა, რომ სიტყვათა მნიშვნელობა, გრამატიკა, სინტაქსი და გამოთქმა, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს, საკმარისი მაინც არ არის იმის ზუსტად ასახსნელად თუ როგორ ხორციელდება კომუნიკაცია ადამიანებს შორის. იმისთვის, რომ უკეთ გავიგოთ თუ რას წარმოადგენს ადამიანთა კომუნიკაციის აქტი, პირველ

რიგში ეს პროცესი უნდა განხილავს მოცემული ექვსი ეტაპის მიხედვით:

1. ადამიანთა კომუნიკაციის აქტს იწყებს „წყარო“ ანუ კომუნიკატორი. იგი აგზავნის შეტყობინებას, რომელშიც მოცემულია გარკვეულ ჩამოყალიბებულ აზრთა ერთიანობა.

2. წყარო დაშიფრავს სატექსტოს

ამგვარად, ჩვენ შევძელით ძალზე მარტივად ავხსნათ, თუ რას წარმოადგენს ადამიანთა კომუნიკაცია, რომელშიც შესაძლებელია სამი ხარვეზი აღმოვაჩინოთ. პირველი: სალი აზრი გვკარნახობს, რომ ადამიანთა შორის კომუნიკაციის ეტაპების უმრავლესობა გაცილებით რთულია, ვიდრე ამას ჩვენი ტიპური მოდელი ითვალისწინებს. მეორეც, შესაძლებელია, მნიშვნელობები ერთმანეთს არ შეესაბამებოდეს, ანუ ადამიანმა ვერ გაიგოს, მარტივი გზავნილის შემთხვევაშიც კი, რას ამბობს მეორე ადამიანი, რადგან არსებობს უზუსტობის დაშვების უამრავი ალბათობა და მათი გაკონტროლება ადვილი არ არის . და მესამე , როგორც ავღნიშნეთ, კომინიკაცია არის ერთდროული, ორმხრივი, ინტერაქციული პროცესი. ადამიანი არა არის უბრალოდ პასიური და სწორხაზოვანი წყარო და მიმღები. ადამიანები რეაგირებენ სხვათა გზავნილების მნიშვნელობათა არსზე, ამ მნიშვნელობებს აზუსტებენ და ეთანხმებიან ამგვარად, აუცილებელია შევისწავლოთ, თუ როგორ ცვლის თითოეული ადამიანი წყაროსა და მიმღების როლებს.

კომუნიკაციის ერთ-ერთი გადაცემის მნიშვნელოვან წყაროს მედეასაშუალება წარმოადგენს. მედეასთან კომუნიკაცია ახალი არ არის. ადამიანები უხსოვარი დროიდან იყენებდნენ სხვადასხვა ტექნოლოგიას, რათა შორეული ეპოქებიდან ერთმანეთისათვის ხმა მიეწვდინათ. თუ არ ჩავთვლით თანამედროვე ტექნიკებსა და აუდიტორიის მრავალრიცხოვნებას, დღევანდელი მედია ზუსტად იმავეს აკეთებს, რასაც ადრე მისი მარტივი წინამორბედები აკეთებდნენ- ეგვიპტელები იეროგლიფებს ქვაზე კვეთდნენ, ამერიკის მკვიდრი მოსახლეობა კოცონს ანთებდა, ჯუნგლების მცხოვრებნი ტამტამებს უკრავდნენ. თანამედროვე მედია ზუსტად იმავე მიზნით გადასცემს ინფორმაციის დროსა თუ სივრცეში.

მედიის გამოიყენება იმისათვის, რომ მეტნაკლებად ერთდროულად, მოვიცვათ უზარმაზარი აუდიტორია, დამატებით სირთულეებს წარმოშობს. იმისათვის რომ განვიხილოთ, მასობრივი კომუნიკაციის პროცესის დინება და კარგად გავიგოთ მისი შინაარსი, კარგი იქნებოდა, მასობრივი კომუნიკაციის დეფინიცია ფორმალურად ჩამოგვეყალიბებინა. ერთი შეხედვით, ეს შეიძლება საჭირო არც იყოს, ბოლოსდაბოლოს, ჩვენთვის უკვე ნაცნობია ისეთი მედია, როგორცაა ფილმები, გაზეთები და ტელევიზია. თუმცა ვიცით კი, ზუსტად რა ხდება, როდესაც ვიყენებთ ფილმს, ბეჭდვით სიტყვას თუ მაუწყებლობას დიდ აუდიტორიასთან კომუნიკაციის დროს? მოქმედებს თუ არა მთელი მედია კომუნიკაციის მიერ ჩვენს მიერ ჩაოყალიბებული პრინციპების შესაბამისად, თუ კომუნიკაციის ყოველი ფორმა თავისებურად უნიკალურია? ან რით განსხვავდება მასობრივი კომუნიკაციის პრინციპები ორ ადამიანს შორის უშუალო საუბრის პრინციპებისაგან? ამ შეკითხვებზე პასუხის გაცემას დიდი მნიშვნელობა აქვს მასობრივი კომუნიკაციის ბუნების გაგებისათვის.

მასობრივი კომუნიკაციის ტიპური დამახასიათებელი ნიშნებია:

1. მასობრივ კომუნიკაციას შეიძლება მივუსადაგოთ იმავე ტიპური მოდელის გავრცელებული ვარიანტი, რომელიც უშუალო კომუნიკაციის ახსნის დროს გამოვიყენებთ. მიუხედავად იმისა რომ მასობრივი კომუნიკაცია გაცილებით რთულია, მსგავსება ძირითადად საფეხურებს შორის აშკარად შეინიშნება.
2. მასობრივი კომუნიკაცია იწყება წყაროს მეშვეობით, რომლებიც „პერფესიონალი კომუნიკატორები“ არიან. ისინი განსაზღვრავენ იმ გზავნილის ბუნებასა და ამოცანებს, რომელსაც კონკრეტული მედიასაშუალებით აწვდიან მაყურებლებს.
3. ნაგულისხმევ მნიშვნელობას დაშიფრავს პროდუქციის მწარმოებელი (ახალი ამბების გუნდი, კინოკომპანია, ჟურნალის პერსონალი). დაშიფვრის პროცესი მოიცავს არამხოლოდ ველბარულ და არაველბარულ სიმბოლოებს, არამედ მედიის კონკრეტული საშუალებისათვის დამახასიათებელი სპეცილური ეფექტების შერჩევასაც.

4. გზავნილი გადაიცემა ინფორმაციის სახით. გადაცემის პროცესში გამოიყენება ბეჭდვითი სიტყვის, კინოსა და მაუწყებლობისათვის დამახასიათებელი სპეციალური ტექნოლოგიები, რაც მიზნად ისახავს ინფორმაციის რაც შეიძლება ფართოდ გავრცელებას.

5. დიდი და მრავალფეროვანი აუდიტორია, რომელიც შედგება ინდივიდუალური მიმღებისაგან, მიმართავს მედიას და შეუძლია გადაცემული ინფორმაცია მიიღოს და გარდაქმნას გზავნილად, რომელიც შედგება შეთანხმებული ველბარული და არაველბარული სიმბოლოებისაგან.

6. სუბიექტური მნიშვნელობები, რომლებიც გარკვეულ განცდებს იწვევს მოქმედებს მიმღებთა გრძნობებზე, აზრებსა და ქცევაზე, რაც შეიძლება კომუნიკაციის გავლენად ჩაითვალოს.

7. ინდივიდუალური მიმღები გზავნილის ინტერპრეტირების პროცესში არჩევითად მოქმედებს, ანუ გზავნილს ანიჭებს სუბიექტურ მნიშვნელობებს, რაც გარკვეულწილად პროფესიონალი კომუნიკატორების მიერ ნაგულისხმევი მნიშვნელობების პარალელურია.

ეს შვიდი საფეხური მარტო იმას კი არ გიჩვენებს, თუ რა ხდება მასობრივი კომუნიკაციის პროცესში, არამედ მოხერხებულ ჩარჩოსაც წარმოადგენს იმისათვის, რომ ზუსტად განვსაზღვროთ მასობრივი კომუნიკაციის არსი. ყოველი საფეხურის ყურადღებით განხილვის შემდეგ ჩამოვაცალიებთ მასობრივი კომუნიკაციის საკმაოდ ზუსტ განმარტებას, რაც შესაძლებლობას მოგვცემს, გამოვყოთ იგი სხვა ფორმებისაგან

უნდა ავლნიშნოთ, რომ კომუნიკაცია უაღრესად მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს ეკონომიკის სფეროში. ბიზნეს სამყარო და მისი განვითარება სწორედ სწორი დიპლომატიური მიდგომით, ძლიერი ლიდერით და სწორი პოლიტიკითაა შესაძლებელი. ადამიანი, როგორც ორგანიზაციის წევრი გარკვეულ სოციალურ გარემოში მუშაობს, ნებისმიერი ორგანიზაციის თანამშრომელთა განწყობებზე და მოქმედებებზე არსებით გავლენას ახდენს მომუშავის საქმიანობის შინაარსზე და ხარისხზე. სოციალური როლი, დადგენილი ნორმები, პიროვნების საქმიანობაში ჩართულობის ხარისხი და ორგანიზაციისადმი დამოკიდებულება, ყოველივე ეს

ფორმალური და არაფორმალური საკომუნიკაციო არხებით არის განსაზღვრული. შეიძლება ითქვას თუ პერსონალის ფსიქოლოგია ადამიანის ინდივიდუალურ დონეზე კვლევით არის საინტერესებული, ამისგან განსხვავებით საორგანიზაციო ქცევის შესწავლის საგანს ადამიანის აქტიობის პირივნებათშორისი და ჯგუფთაშორისი დონე წარმოადგენს.

სწორედ ეს სოციალური, ეკონომიკური და კულტურული სიჭრელე განაპირობებს გემოვნებისა და ინტერესების მრავალფეროვნებას მედიასთან მიმართებაში. განსხვავებული გემოვნება და ინტერესები იწვევს უკიდურესად სელექციურ მიდგომას მედიაგზავნილების კომუნიკაცია უაღრესად მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს ეკონომიკის სფეროში. ბიზნეს სამყარო და მისი განვითარება სწორედ სწორი დიპლომატიური მიდგომით, ძლიერი ლიდერით და სწორი პოლიტიკითაა შესაძლებელი. ადამიანი, როგორც ორგანიზაციის წევრი გარკვეულ სოციალურ გარემოში მუშაობს, ნებისმიერი ორგანიზაციის თანამშრომელთა განწყობებზე და მოქმედებებზე არსებით გავლენას ახდენს მომუშავის საქმიანობის შინაარსზე და ხარისხზე. სოციალური როლი, დადგენილი ნორმები, პიროვნების საქმიანობაში ჩართულობის ხარისხი და ორგანიზაციისადმი დამოკიდებულება, ყოველივე ეს ფორმალური და არაფორმალური საკომუნიკაციო არხებით არის განსაზღვრული. შეიძლება ითქვას თუ პერსონალის ფსიქოლოგია ადამიანის ინდივიდუალურ დონეზე კვლევით არის საინტერესებული, ამისგან განსხვავებით საორგანიზაციო ქცევის შესწავლის საგანს ადამიანის აქტიობის პირივნებათშორისი და ჯგუფთაშორისი დონე წარმოადგენს.

ამიტომაც მედიის აღქმა და მისი მოხმარება დაკავშირებულია პოტენციური აუდიტორიის ყოველი ინდივიდუალური მიმდების სოციალურ, კულტურულ და ფსიქოლოგიურ მახასიათებლებთან.

ამგვარად უშუალო კომუნიკაციასთან შედარებით მასობრივი კომუნიკაცია ხისტი სწორხაზოვანი პროცესია. კომუნიკატორები ცდილობენ, გამოიცნონ, თუ როგორ იქნება აღქმული მათი გზავნილები, მაგრამ ეს შესაძლებელია მხოლოდ ირიბი, დაგვიანებული უკუკავშირის გზით -სარეკლამო შემოსავლების, კვლევების შედეგების, უმნიშვნელო რაოდენობის სატელეპონო ზარებისა და წერილების

საფუძველზე. დაგვიანებული უკუკავშირის გათვალისწინება შესაძლებელია მხოლოდ მომდევნო გადაცემის დროს და არა გადაცემის მსვლელობის პროცესში. შედეგად, მიწოდებული ინორმაციის აღქმის სიზუსტე და აუდიტორიის კონკრეტულ წევრზე მისი გავლენა უშუალო კომუნიკაციასთან შედარებით გაცილებით შეზღუდულია. (დენსი.2009.გვ.10)

II თავი

კამათი და მოლაპარაკება

2.1 რა არის კამათი

კამათი ყველგან გვხვდება: სამზარეულოებშიც, ოფისებშიც და პოლიტიკურ ლიდერთა კაბინეტებშიც და სხვ. ჩვენ ყველანი ვიყენებთ არგუმენტებს სხვების დასარწმუნებლად, ახალი იდეების გამოსაკვლევად თუ კოლექტიური გადაწყვეტილებების მისაღებად. სამწუხაროდ, ძალიან ხშირად კამათისას ეთიკის წესებს ვივიწყებთ. ასეთ დროს მარტივია, მეორე მხარეს უსამართლოდ მოვექცეთ, რაც მნიშვნელოვნად აზარალებს ჩვენს პირად თუ სამსახურეობრივ ურთიერთობებს, სამუშაო სივრცეში მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღების პროცესს ან პოლიტიკურ მოლაპარაკებებს.

კამათი ვლბარული კომუნიკაციის განსხვავებული და მნიშვნელოვანი სახეობაა. კამათი არის რაიმეს დასაბუთება, სადაც ყოველი მონაწილე მხარე განსახილველი საკითხის საკუთარ გაგებას იცავს და ოპონენტისას უარყოფს.

კამათი, როგორც მოწინააღმდეგის ძლევის ხელოვნება - ერისტიკა (ბერძ. Eristikos - მოკამათე) კლასიკური სახით ძვ. წ.ა. მე-5-ე საუკუნეში საბერძნეთში

გაფორმდა. უძველესი თეორიულ ნაშრომს განეკუთვნება ძვ. ბერძენი ფილოსოფოსის პოტაგნეს ნაშრომი „კამათის ხელოვნება“.

კამათის ხელოვნება დიდად ყოფილა განვითარებული ძველ ჩინეთსა და ინდოეთში. მის მაღალ დონეს ცხადყოფს ანტიკური სამყაროც. ევროპაში ანტიკური პოქის ტრადიციები შუა საუკუნეების სქოლისტიკამ ჩაახშო, თუმცა აღორძინების ეპოქაში რიტორიკასთან ერთად კამათის ხელოვნებისადმი ინტერესი ისევ გაძლიერდა. შემდგომი ეპოქები კამათის თეორიული, პრაქტიკული თუ მეთოდოლოგიური პრობლემების კვლევის თვალსაზრისით ევროპულმა მეცნიერებამ დიდ წარმატებებს მიაღწია და შთამბეჭდავი ტრადიციები შექმნა.

როგორც სიტყვიერი კომუნიკაცია, კამათი დაწერილ ნაწარმოებში თვალნათლივ ჩანს იმპროვიზირების ფუნქციური აქტივობა. კამათის მონაწილეს კი არ შეეთავაზება, არამედ პირდაპირ მოეთხოვება თამაში, თანაც უფრო რთული, ვიდრე თეატრის სცენაზე. ეს ყველაფერი იმპროვიზირებას მოითხოვს, რადგან სხვაგვარად ვერ მიაღწევს საწადელს, ვერ იქნებიან მოპაექრენი თანაბრად სწორნი, თუ ვერ აიტაცებს აზრს და, ან დაკარგავს, გაუწყდება, თუ ვერ შეიგრძნობს კამათის რიტმს ან საერთოდ დაშორდება თემას.

კამათი სხვადასხვაგვარი მიზანსახელობისაა. ზოგიერთი კამათის მიზანი ჭეშმარიტების დადგენაა, ზოგისა - ოპონენტზე გამარჯვებაა. კამათის ნაირსახეობა მისი მიზნებით, მიზნის მიღწევის ხერხებითა და საშუალებებით არის განსაზღვრული. ამ პრინციპებით ამჟამად კამათის ხელოვნებაში სამი სახის კამათს ანახვავებენ ესენია: აპოდიქტიკური, ერისტიკული და სოფისტური .

აპოდიქტიკური - კამათის არსი ჭეშმარიტების დადგენაა. ანტიმ იგი მკაფიო თეზისს, მტკიცე არგუმენტს, მსჯელობაში წინააღმდეგობას ამყარებს. ამას გარდა, ცნებები ზუსტად უნდა იყოს განსაზღვრული, დებულებები მეცნიერულად დასაბუთებული. აპოდიქტიკურ კამათში ყველა მონაწილეს საერთო მიზანი ამოძრავებს: - ჭეშმარიტების მიგნება. მოკამათენი ამის გამო ერთნაირად და ერთდროულად ამიწმებენ თეზოსისა და ანტითეზისის უტყუარობას. ამასთან ერთად ერთმანეთს პატივისცემით ექცევიან და ეხმარებიან კიდევ ფორმულირებათა დახვეწაში.

ერისტიკული - ანუ საპარლამენტო კამათის არსი ოპონენტის რაიმეში დარწმუნებაა. ამ სახის კამათში, უპირატესად ორი მოპაექრე მონაწილეობს. კამათის თეორიულ ბაზას ქმნის: განსჯა (ანალიზი), დასაბუთება (არგუმენტირება), დაჯერება (დამარწმუნებლობა).

ერისტიკულ კამათში ინიციატორი ცდილობს მიზნის მიღწევას, ოპონენტის კამათში მონაწილეობის იძულებას, გადაბირებას, დათანხმებას თანამოაზრედ ქცევას, უკიდურეს შემთხვევაში ოპტიმალური გადაწყვეტილების მიღწევას.

სოფისტური - კამათის სახელწოდებაა ძველ ბერძენ მოაზროვნე სოფოს უკავშირდება. მან გამოიგონა სწორედ ის ხერხები, რომლებმაც შემდგომ სოფისტური არსენალი შეადგინა. სოფისტური კამათის ხერხები უმთავრესად კამათისთვის თავის არიდების საშუალებებია. სოფისტური კამათის მიზანი უმთავრესად ოპონენტის ძლევაა ნებისმიერი ხერხითა და საშუალებით. საშუალებები უმთავრესად ორი სახისაა: სოფიზმები, ანუ შეგნებული ლოგიკური შეცდომილებანი მსჯელობაში და ფსიქოლოგიურად არაეთიკური ხერხები.

კამათის დროს ნორმების დაცვა მორალური თვალთახედვითაა აუცილებელი. მაგალითად, არგუმენტაციის წესები ისეთ საერთო ეთიკურ ნორმებს ემთხვევა ხოლმე, როგორც გულწრფელობაა. ადამიანის შეხედულების განზრახ დამახინჯება არასწორია, რადგან ეს ცრუ ინფორმაციის შეგნებულად გავრცელებას ნიშნავს. და რაც კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია თუმცა ნაკლებად ცხადი არის ის, რომ კეთილგონივრულობა და სამართლიანობა კამათის მსვლელობისას ჩვენს თანამოსაუბრესთან უშუალო და ორმხრივი ურთიერთობის შენარჩუნების გარანტიას გვაძლევს. კამათის დროს ხალხი ურთიერთგაგების მიღწევას და ჭეშმარიტების პოვნას უნდა ცდილობდეს. თუკი ჩვენ წესების გარეშე ვიმოქმედებთ, დიდი ალბათობით დავემშვიდობებით მსგავსი შედეგის მიღწევის შანსს.

კამათის ნორმები, ყველაფერთან ერთად, თანამოპაექრის პატივისცემას მოიცავს, რაც მის ინტელექტუალურ და რაციონალურ ინდივიდად აღიარებას მოიაზრებს. ასეთ დროს ჩვენ გვაქვს იმის რწმენა, რომ მან შესაბამისი მიზეზებისა და არგუმენტების მოსმენის შემდეგ შეიძლება, აზრი შეიცვალოს ეს მნიშვნელოვანია,

რადგან რაციონალიზმი ჰუმანურობის არსებითი . ადამიანების მეტ-ნაკლებად თანაბარი ინტელექტუალური შესაძლებლობების აღიარებას მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია გაეროს ადამიანის უფლებათა საერთაშორისო დეკლარაციაში, რათა სათანადოდ გაესვას ხაზი, რომ ღირსებისა და უფლებების დაცვის მხრივ ყველანი თანასწორნი ვართ.

კამათის დროს შესაბამისი ნორმების მორჩილებას კარგი გავლენა აქვს ჩვენს ხასიათზეც. სამართლიანობის შენარჩუნება და საწინააღმდეგო შეხედულებების გულწრფელად გააზრება ჩვენი თავისა და ღირებულებების უკეთ შეცნობაში გვეხმარება.

როგორ უნდა ვისწავლოთ ეფექტურად კამათი როდესაც რამე მნიშვნელოვან საკითხი საჯაროდ განიხილება? თითქმის შეუძლებელია ყველა შემთხვევისთვის შესაფერისი ალგორითმის, არგუმენტის მოძიება და შეთავაზება. კამათი დახვეწილი ხელოვნებაა და ლოგიკური ასპექტების გარდა, მას აქვს მრავალი დახვეწილი ფსიქოლოგიური, მორალური და ეთიკური მხარე. მხოლოდ გრძელვადიანი პრაქტიკის დროს შეიძლება საშუალება მიეცეს დაადგინონ და გაითვალისწინონ დავის დროს.

დავის წესების ცოდნა საჭირო და აუცილებელია არა მხოლოდ იმისთვის, რომ თავად წარმართოთ იგი არამედ აუცილებლობას წარმოადგენს მიმდინარე კონფლიქტური სიტუაციის განმუხტვისათვის. თითოეული ჩვენგანი , მიუხედავად მისი საქმიანობისა, დროდადრო იქცევა მსმენელში, მკითხველში ან მაყურებელში.დავის ფსიქოლოგიური მახასიათებლების ცოდნა ხეს უწყობს მათმიერ განხილული პრობლემების არსის გაცნობიერებას, „მომხრე“ და „საწინააღმდეგო“არგუმენტების გაგებაში .

მრავალი მნიშვნელოვანი და საქმიანი საკითხების გადაწყვეტა შესაძლებელია მხოლოდ ღია და გამჭვირვალე აზრთა გაცვლის დროს.

კამათის მსვლელობა პროცესუალურად რთული მოვლენაა დიდი გულისხმიერება, სიფრთხილე სიფაქიზე, დაკვირვებლობა გულისხმიერება სჭირდება. ხშირად ერთი სეხედვით ისეტი შეუმჩნეველი მოვლენები აღიმართება

დაპრკოლებად, რომლებსაც თავად მონაწილეები ვერც კი გრძნობენ და ვერც აცნობიერებენ. არა და უპირველესი მიზეზები თავად არიან ხოლმე.

კამათის შემთხვევებში უამრავი ხელის შემშლელი პაქტორები გამოიყოფა ხოლმე, რომელიც რათქმა უნდა პიროვნებიდან გამომდინარეა. ერთ შემთხვევაში ჩვენ შეგვიძლია განვიხილოთ პიროვნების ზედმეტი თავდაჯერებულობა. ასეთი ადამიანი ჩვეულებრივ ეგოცენტრულია, ამიტომ წარმოუდგენია, რომ რაც მისთვის გასაგებია სხვებისთვისაც გასაგები უნდა იყოს, რაც ის გრძნობს, სხვებშიც იგივე გრძნობა უნდა გამოიწვიოს.

ცნობილია, რომ რაც ურო მოკლე თვალსაწიერისა და ინტელექტუალური შესაძლებლობებისაა ადამიანი, მით ურო მონდომებით ეკიდება და ეფარება ავტორიტეტების მოსაზრებას. ანალიტიკური გონება, პირიქით ავტორიტეტის ადრესატს ვერ გუობს. ადამიანური ბუნენის ამ თვალსაზრისითაა აგებული ეფექტური ხრიკები, რომლებიც „წარმატებით“ გამოიყენება კამათში.

არსებობს კამათის სამი სახე:

1. **კამათი-მონოლოგი** (ადამიანი თვითონ სვამს სადავო

საკითხებს და თავადვე უპასუხებს);

2. **კამათი-დიალოგი** (კამათობს ორი ადამიანი)

3. **კამათი-პოლილოგი** (კამათში მონაწილეობს ორზე

მეტი ადამიანი)

კამათი შეიძლება იყოს **ზეპირი** და **წერილობითი**.

კამათის დროს ზუსტად უნდა განისაზღვროს განსახილველი (სადისკუსიო) საკითხი ანუ თემა დისკუსიის დაწყებამდე. კამათის დროს მიუღებელია ერთი საკითხიდან მეორეზე გადახტომა, კამათის ძირითადი საკითხის არაძირითადით, სხვა საკითხით შეცვლა. აუცილებელია, რომ მკაცრად განისაზღვროს მოკამათეთა პოზიციები და შეხედულებები. მოკამათეები ერთმანეთის მიმართ უნდა იყვნენ თავაზიანები. მოწინააღმდეგის დამარცხება

შეიძლება ისე, რომ არ მივაყენოთ შეურაცხყოფა, მასხრად არ ავიგდოთ მათი აზრები. ოპონენტის განადგურება მნიშვნელოვანი არ არის, მთავარია მისი დათანხმება.

კამათის გასაუმჯობესებლად აუცილებელია პრაქტიკა, რომლისთვისაც აუცილებელია სიღმისეულად დოკუმენტირება იმ თემის შესახებ, რომელზეც გვსურს საუბარი. დღესდღეობით ბევრი გამოთქვამს თავის აზრს იმ საკითხებთან დკავშირებით და გვარწმუნებს ჭეშმარიტ სიმართლეში, თუმცა შესაძლებელი ეს არ შეესაბამებოდეს რეალობას და ეს არის შეცდომა.

ამ შეცდომის თავიდან არიდება ისეთივე მარტივია, როგორც ინფორმაციის საიმედო წყაროზე გადასვლა, რაც ობიექტური მონაცემების ექსპერტთა აზრისა და სამეცნიერო ცოდნის სესახებ საშუალებას მოგვცემს უფრო მყარი გახდეს ესა თუ ის პოზიცია.

2.2 პოლემიკის ხელოვნება

პოლემიკა (ბერძნული სიტყვისაგან - ომი) - იდიური, სოფლმხედველობრივი, ზნეობრივი ჭიდილია განსხვავებული შეხედულებების, თვალსაზრისების, კონცეპციებისა . სადავო ხელოვნებას ან პრაქტიკას ეწოდება პოლემიკა. ადამიანს, რომელიც გამოცდილია დებატებში, ან ვისაც სურს მწვავე კამათი მოახდინოს სხვების წინააღმდეგ, ეწოდება ა პოლემისტი (ან, ნაკლებად ხშირად, ა პოლემისტი).

პოლემიკის მიზანს წარმოადგენს ოპონენტები დაარწმუნოს საკუთარ სისწორეში და უთუოდ გაიმარჯვოს ამ ოპონენტთან. სწორედ ესაა სხვაობა პოლემიკასა, დისკუსიისა და დებატებისგან. მიუხედავად აღნიშნული სხვაობისა პოლემიკა და დისკუსია გარკვეულ სიტუაციაში ისინი შესაძლოა ერთმანეთში გადაიზარდოს. ურთიერთში ფორმალისტური გაზრდის მიზეზი და საფუძველი კამათის მიმდინარეობა- პროცესი გამოდის იმის მიხედვით, კამათის შაფუძველზე

ოპონენტები პოზიციათა დაახლოებისკენ ილტვიან თუ პირიქით - დაშორებასა და კონპლიქტის გამწვავებისაკენ.

პოლემიკის, როგორც კამათის სახეობის ლოგიკურ - შინაარსობრივი პრინციპები, საფუძვლები, მეთოდის საკითხები ჯერ კიდევ ანტიკურ ეპოქაში დამუშავდა. მეცნიერულ - თეორიული აზრი, იმ შორეული ეპოქიდან მოყოლებული, კამათის ფენომენის ლოგიკური და ფსიქოლოგიური ასპექტების კვლევის გაღრმავების გზით ვითარდება. რატემა უნდა კაცობრიობა ამ საკითხის თვალსაზრისით გულგრილად არ დარჩენილა. მეცნიერები მუდმივად პერიოდულად იკვლევდნენ და მოგვცეს მრავალფეროვნური მეცნიერული ნაშრომები, რომლებიც სამეცნიერო ლიტერატურულ ნუსხაში ვერ ეტევა.

პოლემიკა, როგორც უპირატესად კომუნიკაციის სახეობა, შინაარსითაც და ფორმითაც ადამიანის შინაგან სამყაროს მდგომარეობის და მოღვაწეობის გამოხატულებაა. ამიტომ ცხადად ადამიანის პიროვნება პოლემიკის ვითარებაში ჩანს. პოლემიკა რომ სწორად წარიმართოს სწორედ, რომ ემოციების მართვის უნარზეა დამოკიდებული. ემოცია ცუდი მრჩეველია, ურო სუბიექტურ მხარეს წარმოადგენს.

პოლემიკა გამოვლენის მრავალფეროვნებით გამოირჩევა. ამ თვალსაზრისით ფორმათა განუმეორებლობა ინდივიდუალობაზეც კი შეიძლება ლაპარაკი. პოლემიკა შეიძლება ზოგადი პარამეტრების გააზრებით განსაზღვრა.

პოლემიკის ძირითად მახასიათებლად ჩვეულებრივ ასახელებს:

- ოპონენტის არსებობას ;
- კამათის საგნის განსაზღვრულობას;
- მაყურებლის ფსიქოლოგიის გათვალისწინებას;
- არგუმენტებისა და შესაბამისი ფაქტების შერჩევას;
- საკუთარი ემოციების მართვას;
- პოლემიკაში ჩართვის ხელსაყრელი მომენტის განსაზღვრის

უნარს.

პოლემიკაში საკმაოდ ფეხმოკიდებულია ერთი დიდი შეცდომა. ესაა აზრის, მოსაზრების, გამონათქვამის შინაარსისა და მისი ავტორის გაიგივება. კამათის ხელოვნებაში ეს თავისთავად სწორი მიდგომა სახვაგვარად „მუშაობს“. მართალია, ადამიანია ის რასაც თავის გზავნილს გამონათქვამის სახით წარმოაჩენს, სხვა ადამიანებისადმი და ეს სხვები ადრესანტის ვინაობას და რაობას გამონათქვამთა იდენტიფიცირებით აღიქვამენ. სწორედ ამიტომ პოლემიკაში აუცილებელია ადამიანისა და მისი ნათქვამის განცალკევება. გამონათქვამის ანუ მოსაზრების უკიდურესად მწვავე კრიტიკაც კი მეტი შედეგის მოტანი იქნება, თუ ამ კრიტიკას სწორი მიმართულებას მივცემთ და სწორ კონტექსტში გამოვიყენებთ. თავისთავად ცხადია ისიც, რომ კამათი შედეგიანია სადავო საკითხის კარგად ცოდნის შემთხვევაში.

პოლემიკა შედეგიანია იმ შემთხვევაში, როცა მოპაექრენი ერთმანეთის კრიტიკის აკვიატებით კი არ არიან შეპყრობილნი, ერთობლივი აზროვნებით გონივრულ გადაწყვეტილებათა მიღების მიზნით. პოლემიკაში თეორეტიკოსებს, კამათის ფსიქოლოგიიდან გამომდინარე, პოლემიკის ხელოვნებაში განსწავლულობა-გაწაფულობის მაჩვენებლად პოლემიკაში ჩართვის მომენტის განსაზღვრას და პოლემიკაზე უარის თქმის უნარს ასახელებენ. ამიტომაც განსაკუთრებული სიფრთხილეა საჭირო იმ შემთხვევებში, როცა პოლემიკაში ჩაბმას გვიპირებენ აშკარა ან ფარული პროვოცირებით. პოლემიკაში ჩაბმა მხოლოდ მაშინ არის გამართლებული, როცა თავის არიდების აღარანაირი საშუალება აღარ არსებობს.

პოლემიკაში ჩაბმამდე აუცილებელია იმის გახსენება, რომ ყველანაირი მიზანი ვერ ამართლებს საშუალებას, რომ სიცოცხლე პოლემიკის დასრულების შემდეგაც გრძელდება, რომ უკადრებელის კადრება სირცხვილია, ხოლო სირცხვილნაჭამობა სიკვდილზეც ძნელია, ამიტომაც პოლემიკაში ჩაბმამდე ისიც არის გასათვალისწინებელი რომ ეს არაეთიკურია.

ჩვენ შეგვიძლია ავღნიშნოთ, რომ პოლემიკა წარმოუდგენელია დასაბუთების და არგუმენტების გარეშე. აქედან გამომდინარე ჩვენ შეგვიძლია რამდენიმე ასეთი საინტერესო წესის მოყვანა. მაგალითად:

- არა ღირს იმის მტკიცებაზე თავის გადაკვლა, რაც ისედაც ცხადია;

- არ შეიძლება კამათში მოუმზადებლად ჩართვა;
- კამათში გამოყენებული ძლიერი, ურყევი, შეუალი საბუთებია და არა სუსტი, უპერული და არა იოლად უკუსაგდები;
- მტკიცება ზომიერი უნდა იყოს. საჭიროზე მეტი საბუთის წარდგენა მიზანშეწონილი არ არის, რადგან ოპონენტში მომაბეზრებლობის განცდას ბადებს.

კამათის ხელოვნებაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება დასაბუთების ლოგიკური საფუძვლიანობის სიქოლოგიურ და ზნეობრივ სისრულეს. ეს ნიშნავს რომ საფუძვლიანობა არ უნდა იყოს ლოგიკურად არ უნდა იყოს შეურევი, სიქოლოგიური და ძნეობრივი თვალსაზრისითაც უნდა იყოს სწორი და გამართული. კამათში დაუშვებელია გაღიზიანება, ყვირილი, სიანჩხლე. ეს ყველაერი აღიქმება სისუსტედ, კამათის უუნარობის ნიშნად. შეუმცდარი არავინაა. შეცდომა აზროვნების თანმდევი მოვლენაა. ამის შედეგია ეჭვი. იგი ყოველთვის ახლავს მტკიცების პროცესს. აქედან გამომდინარე, რაიმესი ეჭვის შეტანის უფლება ადამიანის მაძიებელი გონების ბუნებრივი თვისებაა. ეჭვი მაშინაა გამართლებული როცა საფუძველი აქვს.

საკმარისია რომელიმე სოციალური ჯგუფის თუ პიროვნების ინტერესებს შეეხოს ვინმე, ასე თუ ისე, და პოლემიკაც გაჩნდება, აქ დათმობა თითქმის გამორიცხულია. ამასთან და რაც მთავარია მოპაექრენი ყველანაირად ცდილობენ ფართო სამსჯავროზე გატანას, პოლემიკაში მთელი საზოგადოების ჩაბმას პრესისა თუ ტელევიზიის საშუალებით.

მიზანი საზოგადოების ცნობიერებაში „ადგილის დამკვიდრებაა - პოპულარობის მოპოვება“ ან საკუთარი არსებობის განცხადება . ამ მიზნით პოლემიკის მონაწილენი ზედმეტ სიფიცხესა და ემოციურობასაც კი იჩენენ. უფრო მეტიც, ამ სიფიცხე - ემოციურობის საზოგადოების მხრიდან შერბილების მცდელობა ზოგჯერ პოლემიკის მონაწილეთა მხრიდან აშკარაა აგრესიულობის მიზეზიც კი ხდება. ამიტომ განსაკუთრებული სიპრთხილეა საჭირო ისეთ შემთხვევებში, როც პოლემიკაში ჩაბმას გვიპირებენ აშკარა ან ფარული

პროვოცირებით. პოლემიკაში ჩაბმა მხოლოდ მაშინ არის გამართლებული, როცა თავის არიდების აღარანაირი საშუალება აღარ არსებობს.

არსებობს აგრეთვე პოლემიკის მოყვარული ადამიანები, რომლებსაც პოლემისტებად იწოდებიან. მათი მიზანია პოლემიკის დროს წარმოაჩინონ თავიანთი მყარი პოზიცია და გაიმარჯვონ არსებულ კამათში.

ადამიანის განსაკუთრებული სულიერი ინტელექტუალური მდგომარეობაა. პოლემიკა ადამიანის პიროვნულობის გამოხატულებაა. უფრო მეტიც, პოლემიკის წარმატებულობა სწორედ რომ ემოციების სწორად მართვის უნარზეა დამოკიდებული. აქედან გამომდინარე ემოცია ცუდ მრჩეველად მიიჩნევა, გამოიხატება სუბიექტურ კონსტექტში, ამიტომ ობიექტურად ნაკლებად გამართლებულია.

დღევანდელ ქართულ რეალობაში ხშირად ვხვდებით განსხვავებულ პოლემიკას უფრო ხშირად დედნისეულ მნიშვნელობას უახლოვდება, ვიდრე ლექსიკონში აკადემიურ განმარტებას. პოლემიკური შემთხვევები საკმაოდ გახშირდა. საჯარო შეხვედრებზე, პრესასა თუ ტელევიზიაში არაერთი დაპირისპირების მოწმენი გავმხდარვართ. სპორტული ტერმინი რომ მოვიშველიოთ, არ ერიდებიან აკრძალვებს: ლანძღვა, გინება, პიროვნული დამცირება შეურაწყოფა, წინაპართა ცოდვების გახსენება, გენეტიკური მონაცემების ძიება და ა.შ. მნიშვნელოვანია ის, რომ ასეთ შემთხვევაში მოპაექრეს ერთი ინტერესი აქ, რომ დაამციროს, აბუჩად აიგდოს მოწინააღმდეგე, და ასეთი რამ ხდება ხშირად სერიოზულ გამოცემებშიც.

პოლემიკა გამოირჩევა გამოვლენის ფორმათა მრავალფეროვნებით. პოლემიკას როგორც იდილის სპეციპიკას უამრავი ფაქტორი განსაზღვრავს და ამის გამო ყოველთვის იჩენს თავს გაითავლისწინებელი, „დაუგეგმავი“ გარემოებანი

პოლემიკია ძირითად მახასითებლებად ჩვეულებრივ ასახელებს:

- ოპონენტის არსებობას;
- კამათის საზღვრის განსაზღვრულობას;
- მაყურებლის ფსიქოლოგიის გათვალისწინებას;
- არგუმენტაციების ა და შესაბამისი ფაქტების შერჩევას;

- საკუთარი ემოციების მართვას;
- პოლემიკაში ჩართვის ხელსაყრელი მომენტის განსაზღვრის უნარს;

პოლემიკის წარმოების მეთოდოლოგიის რაობას კონკრეტული მიზანი განსაზღვრავს. მაგალითად, პოლემიკოსი ზემოქმედების კონკრეტული მიზნის შესაბამისად ირჩევს ფსიქოლოგიურ მექანიზმებსა და მათი რეგულირების წესებს, არგუმენტების სისტემას, მაყურებლის სიმპატიის მოპოვების ხერხებს და ა.შ

პოლემიკის თეორიაში დავა კამათისა თუ დასაბუთების არაერთი

რაც შეეხება პოლემიკას, ეს არის კამათი, როდესაც არსებობს დაპირისპირება რომელიმე საკითხთან დაკავშირებით და მოკამათე მხარეები აზრებით, სიტყვებით „ებრძვიან“ ერთმანეთს. ამ დროს ერთმანეთს ეკამათება ორი ან მეტი მხარე და თითოეული მათგანის მიზანი საკუთარი პოზიციის დაცვა და გამართლებაა.

პოლემიკა პრინციპულად განსხვავდება დისკუსიისა და დისპუტისაგან. პირველ ორ შემთხვევაში მხარეები ცდილობენ მივიდნენ ერთიან აზრამდე, მიიღონ საერთო გადაწყვეტილება და დაადგინონ ჭეშმარიტება, ხოლო პოლემიკის დროს მთავარია მოწინააღმდეგის დამარცხება.

ბოლო ხანებში აქტუალური გახდა დებატები, რომელიც კამათის ერთ-ერთი სახეა და გამოიყენება კონფერენციებზე, სხდომებზე, შეხვედრებზე რომელიმე საკითხის განხილვისას.

რაც შეეხება პოლემიკას, ეს არის კამათი, როდესაც არსებობს დაპირისპირება რომელიმე საკითხთან დაკავშირებით და მოკამათე მხარეები აზრებით, სიტყვებით „ებრძვიან“ ერთმანეთს. ამ დროს ერთმანეთს ეკამათება ორი ან მეტი მხარე და თითოეული მათგანის მიზანი საკუთარი პოზიციის დაცვა და გამართლებაა.

პოლემიკა პრინციპულად განსხვავდება დისკუსიისა და დისპუტისაგან. პირველ ორ შემთხვევაში მხარეები ცდილობენ მივიდნენ ერთიან აზრამდე, მიიღონ საერთო გადაწყვეტილება და დაადგინონ ჭეშმარიტება, ხოლო პოლემიკის დროს მთავარია მოწინააღმდეგის დამარცხება.

ბოლო ხანებში აქტუალური გახდა დებატები, რომელიც კამათის ერთ-ერთი სახეა და გამოიყენება კონფერენციებზე, სხდომებზე, შეხვედრებზე რომელიმე საკითხის განხილვისას.

2.3 მოლაპარაკების არსი

თანამედროვე საერთაშორისო ურთიერთობებში მოლაპარაკების პროცესი დღემდე რჩება პრობლემური საკითხების გადაწყვეტის თანამედროვე ცივილიზებულ საშუალებად. მოლაპარაკება რთული პროცესია. იგი მოიცავს სხვადასხვა ინტერესების, მიზნებისა და შესაძლებლობების მქონე შეთანხმების ძიებას სუბიექტებს შორის. ასევე ხელსყრელი გადაწყვეტილებების მისაღწევად მხარეთა განსხვავებული პოზიციების განხილვას და მათ შორის დისკუსიას, შეუთავსებადი მიზნებისა დასაძლევად ურთიერთდათმობებსა და რაც მთავარია , იგი მიზნად ისახავს შეთანხმებით აღებული ვალდებულებების აუცილებელ შესრულებას.

მოლაპარაკება როგორც მხარეთა ურთიერთობის ფორმა ყოველთვის იყო და არის და მომავალშიც იქნება მეტად მნიშვნელოვანი მოვლენა. ამ პროცესში სხვადასხვა სოციალური ჯგუფებისა და სტრუქტურების განსხვავებული ინტერესები უცილობლივ წარმოშობენ მრავალფეროვან კოლიზიებს(საპირისპირო შეხედულებათა , მისწრეფებათა, ინტერესთა შეჯახება), ურთიერთზემოქმედების განსხვავებულ ფორმებსა და მეთოდებს.სახელმწიფოთა არსებობის მრავალსაუკუნოვანმა გამოცდილებამ ეს მრავალფეროვნება ცნობილ ისტორიულ წყაროებსა თუ დოკუმენტებში საკმაოდ კარგად შემოინახა.(გ.ჯოლია, ვ.სართანია მოლაპარაკების თეორია და პრაქტიკა, გვ.10)

მოლაპარაკება არის შესაძლებლობა ორი ან მეტი მხარისთვის მიიღოს საჭირო და სამართლიანი შედეგი. თემის მიზანია აღჭურვოს მონაწილეები ეფექტური მოლაპარაკების ჩასატარებლად, როგორ ვაწარმოთ საუბარი საჭირო თეორიული ცოდნით, ტექნიკებით და უნარებით.მოლაპარაკება ასევე არის ჭადრაკი

რადგან ყოველი ნაბიჯი უნდა იყოს შემუშავებული ისე რომ ააწყოს არა მხოლოდ თქვენი შემდეგი არამედ რამოდენიმე მომდევნო ნაბიჯი. ძირითადად თქვენი ნაბიჯები ეტაპობრივად უნდა მცირდებოდეს და შესაბამისად იგივეს უნდა ელოდეთ მეორე მხარისგან.

სიტყვა -შესაძლებელია გაიმეოროთ სამჯერ ან გამოვიყენოთ სამი სხვადასხვადასხვა მნიშვნელობა კონტექსტში რომელიც უშუალოდ აუცილებელია მოლაპარაკების პროცესში. სამი სიტყვა ერთსა და იმავე იდეას გადმოსცემს და მის მნიშვნელოვნებს როლს წარმოადგენს.

ხეულის ენა – გამოიყენეთ ჟესტები, იმოძრავეთ, მაქსიმალურად შედით აუდიტორიასთან კონტაქტში.

ვიზუალური კონტაქტი – ამ ელემენტს ცალკე გამოვიყოფ მისი მნიშვნელობის გამო – ილაპარაკეთ ენით, ილაპარაკეთ სხეულით და ილაპარაკეთ თვალებით, და ერთის ნაცვლად სამი ორატორის ეფექტს მოახდენთ აუდიტორიაზე. მუდამ შეინარჩუნეთ ვიზუალური კონტაქტი.

“სამის” ეფექტი – გაიგონიათ ალბათ ისეთი ცნობილ გამონათქვამები როგორცაა ლენინის “სწავლა, სწავლა, სწავლა”, იულიუს ცეზარის “მიველ, ვნახე, დავიპყარი” ან ობამას “Yes, we can. Yes we can. Yes we can” (“ჩვენ შეგვიძლია. ჩვენ შეგვიძლია. ჩვენ შეგვიძლია”). ძალიან ხშირად ორატორები “სამის” ეფექტს იყენებენ. განმეორება ძალიან ძლიერი ეფექტია საუბრის დროს. აუდიტორიამ შეიძლება მარტივად დაივიწყოს ის, რაც ერთხელ თქვით, მაგრამ ძალზე ადვილად იმახსოვრებს ბევრჯერ გამეორებულს. შეგიძლიათ ერთი და იგივე სიტყვა ბას და სიძლიერეს ზრდის. (თუმცა, არა მარტო სამჯერ გამეორება ახდენს ეფექტს – მარტინ ლუთერ კინგი თავის ცნობილ სიტყვაში

“მე მაქვს ოცნება” გაცილებით ბევრჯერ ამბობს ამ სიტყვებს და სწორედ ამ სამი სიტყვით დაამახსოვრდა მარტინ ლუთერ კინგის ლინკოლნის მემორიალთან საოცარი გამოსვლა მსმენელს)

იუმორი – როგორც უოლტერ დისნეიმ თქვა “მირჩევნია ხალხი გავართო და იმედი ვიქონიო, რომ რაიმე ისწავლეს, ვიდრე ვასწავლო და იმედი ვიქონიო, რომ გაერთნენ.” გამოიყენეთ იუმორი თქვენს გამოსვლებში. დაიმახსოვრეთ, მთავარია როგორ აგრძნობინებთ ხალხს თავს – ამას მსმენელი არ დაგივიწყებთ.

ნებისმიერი ორგანიზაციის, საწარმოს, საზოგადოების, ტექნიკური თუ ეკონომიკური სისტემის, სახელმწიფოსი თუ სასოპლო თვითმართველობის მეტ-ნაკლებად სიცოცხლისუნარიანი ფუნქციონირება უშუალოდ უკავშირდება მართვის იმ პრინციპებსა და სისტემას რომელიც ამ ორგანიზაციის მართვისთვის გამოიყენება. ეფექტიანი მართვის ერთ-ერთიაუცილებელი წინაპირობაა სტრატეგიული დაგეგმვის მეთოდების გამოყენება, განსაკუთრებით დიდი განზომილების მქონე ობიექტებისათვის.

ხელმძღვანელის ამოცანაა დაინახოს კომპანია არა ისეთი როგორიც არის, არამედ ისეთი, როგორიც უნდა იყოს ამასტან სტრატეგია ორიენტირებული უნდა იყოს უპირატესად გარეშე და არა შიდა პირობებზე. კომპანიას უნდა ქონდეს არა მხოლოდ საფინანსო, არამედ, აგრეთვე, სტრატეგიული მიზნები. საფინანსო მიზნები გასაგებია, თუ მოგება არ გექნება ბიზნესიც დაიხურება. სტრატეგიული მიზნები მიუთითებს ხელმძღვანელობას რა უნდა გააკეთოს ბიზნესის გასაძლიერებლად.

ადაიანს რომელსაც ბიზნესში სურს მისვლა თოთქმის აუცილებელია, რომ ქონდეს სწრაფი აზროვნების უნარი, რომ ეს მას დაეხმარება არა საქმეების სწრაფად გაკეთებაში არამედ ბევრი ინფორმაციის გადამუშავებაში და მეტი ადაიანისათვის გონიერი დარიგებების მიცემაში. სწორედ ეს არის უმთავრესი ნიშანი თავისი კონკრეტულობით არ შეიძლება მომავალი ლიდერი ერთ ადგილზე იდგეს და იმაზე ფიქრობდეს 5 წუთის შემდეგ რას გააკეთებს მან უნდა შეიმუშავოს სწრაფი აზროვნების ტაქტიკა და მიჰყვეს მას.

სწრაფი აზროვნება მომავალ ლიდერს დაეხმარება იყოს სწორად მოაზროვნე და არ იყოს მერყევი გადაწყვეტილებების მიღებისას. მისი გადაწყვეტილებები მიღებული იქნება მერყეობის გარეშე და მათ სისწორეში. სწრაფი აზროვნება საჭიროა კარიერის დაგეგმვის მომენტშიც, როცა მომავალი ლიდერი სწავლობს და გამოცდილებას იძენს თუ როგორ უნდა მიიღოს გადაწყვეტილებები და

შეასრულოს ისინი. კარიერის დაგეგმვის ამ ეტაპზე აუცილებელია ნათელი და მისაღები გადაწყვეტილებების მიღება.

აუცილებელია აგრეთვე შემოქმედობითობის და იმპროვიზაციის უნარის ქონა, რაც დაგვეხმარება ნებისმიერი სიტუაციის ჩვენს სასარგებლოდ შემობრუნებაში. აქ არ იგულისხმება რომ მომავალმა ლიდერმა თავისი უპასუხისმგებლობა გაამართლოს და ჩაფარცხოს. აუცილებელია საკუთარი თავის სწორი პოზიციონირება და გადამეტება არ არის საჭირო. მომავალმა ლიდერმა გამოავლინოს შემდეგი თვისებები რომლებიც ჩვენს მიერ ჩამოთვლილ თვისებებს ემთხვევა ესენია:

1. სხვისი რჩევების მოსმენის უნარი;
2. შეეძლოს სიამაყის გვერდზე გადადება;
3. კონკრეტულ სფეროში გააჩნდეს კარგი ცოდნა და შეძენილი ქონდეს უნარ-ჩვევები ;
4. იცნობდეს არამხოლოდ ბოსს, არამედ მის პარტნიორებზეც ქონდეს ინფორმაცია.

არსებული თვისებები ხელს შეუწყობს მომავალი ლიდერის სწორად გამოვლენას და მის სწორ პოზიციონირებას.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება ითქვას, რომ კონცენტრაცია და მიზანმიმართულება ადამიანს ეხმარება, არ გაჩერდეს ერთ ადგილზე. ის არის ყველაზე დიდი ბიძგი ყველაზე დიდი მიზნებისკენ. თუმცა კონცენტრაცია არ გულისხმობს ზედმეტ დარწმუნებას საკუთარ ძალებში, თავის თავად ეს არის შენი ენერჯია + დანამატი ენერჯია. კონცენტრაცია ეს არის შენს შესაძლებლობაზე არსებული უნარი, გააკეთო მობილიზება ერთი კონკრეტული მიმართულებით.

შემდეგი რასაც განვიხილავთ არის შესაძლებლობები. შესაძლებლობები არა არის მხოლოდ ის, რისი გაკეთებაც შეგიძლია, არამედ ის არის უნარი პასუხი აგო შენს წარმატებულ ან ნაკლებად წარმატებულ ნაბიჯებზე. შესაძლებლობები არის, შეაფასო მდგომარეობა და გამოავლინო თავი შენი საუკეთესო მხრიდან. მარტივი მაგალითისთვის დაავასახელოთ ადამიანის ფეხების სისუსტის არსებობა თავისთავად ადამიანს არ აძლევს საშუალებას გაუსწროს სირბილში სხვა ადამიანს.

არა იმიტომ, რომ იმ ადამიანსაც იგივე კონსტრუქციის ფეხები აქვს. ყველაზე მთავარი ის არის, რომ იმ ადამიანსაც იგივე წამატებით შეუძლია გამოიყენოს ეს ფეხები და თანაც სირბილისთვის. საქმე ისაა, თუ რამდენად არსებობს ადამიანში სურვილი + წარმატებული გამოდილება ირბინოს სხვა ადამიანებზე სწრაფად . ანუ პიროვნება უნდა იყოს სპორტულად მომზადებული, გააჩნდეს ფიზიკურად ძლიერი, იყოს კონცენტრირებული საკუთარი აღნაგობის დახვეწაზე რათა შეძლოს სხვა ადამიანის გასწრება. აქედან ჩვენ ვხვდებით , რომ შესაძლებლობა ყველაზე საუკეთესო იარღი არის და ის აუცილებლად უნდა გამოვიყენოთ .

თანამედროვე ბიზნესის ორგანიზაციები რთული სტრუქტურის მქონენი არიან, მათში შეიძლება გამოვყოთ შემდეგი ასპექტები ეკონომიკური ტექნიკურ, კულტურული, სოციალური, ფსიქოლოგიური დასხვა. თითოეულ მათგანსწარმოების პროცესის წარმატებულად წარმართვისათვის დაგეგმილი ეპექტის შედეგის, მიზნის განხორციელებისათვის არსებითი მნიშვნელობა აქვს. მხოლოდ ეკონომიკურ ფაქტორებზე: კაპიტალი, მასალა, სამუშაო დრო, პროდუქციის ღირებულება და თვითღირებულება და ა.შ. აპელირება არ არის საკმარისი ბიზნესის საწარმოებლად. ბიზნეს ორგანიზაციის წარმატებულად მართვაში ეკონომიკურთან ერთად არსებით მნიშვნელობა ენიჭებათ ზემოთ ჩამოთვლილ პაქტორებსაც, რომელსაც მეცნიერების სხვადასხვა დარგი იკვლევს, როგორებიცაა მაგ. ეკონომიკის, სოციოლოგია, ბიზნესის ფსიქოლოგია, კულტურული, მენეჯმენტი და სხვა. ბიზნესის ორგანიზაციებში მომუშავე ადამიანთა ქცევის განმსაზღვრელი ფაქტორების მისი სტრუქტურის და შინაგანი მარეგულირებელი მექანიზმების შესწავლა ფსიქოლოგიის კომპეტენცია. ფსიქოლოგია როგორც მეცნიერების დარგის მთავარ ამოცანას , ამ კონკრეტულ შემთხვევაში, ადამიანის საქმიანობის ეფექტურობაზე, ინდივიდუალური, ჯგუფური და ორგანიზაციის სტრუქტურული მახასიათებლების გავლენის შესწავლა წარმოადგენს მახასიათებლების ბუნებიდან გამომდინარე შეიძლება გამოვყოთ პსიქოლოგიის განშტოებები, რომელთაც საკუთარი სპეციპიკა და შესწავლის ობიექტი აქვთ.

მართვის პროცესში საჭიროა გავითვალისწინოთ ფირმის სტრატეგიულ ორიენტირებს შორის არსებული წინააღმდეგობები. თუკი, უპირატესობა ენიჭება

ზრდისა და რენტაბელობის მოკვლევები. როცა, ფირმას რამდენიმე მიზანი აქვს, მაშინ ამით იშლება გრძელვადიანი მაჩვენებლები. როცა, ფირმას რამდენიმე მიზანი აქვს, მაშინ ისინი უნდა განაწილდეს პრიორიტეტების მიხედვით, რათა შესაძლებელი იყოს მოიძებნოს კომპრომისი ერთმანეთის საპირისპირო ორიენტირებს შორის. პრიორიტეტები დამოკიდებულია იმაზე, თუ:

რას ანიჭებს უპირატესობას კომპანიის ხელმძღვანელობა-მიმდინარე მოგებას (ამერიკული მენეჯმენტის მოდელი), თუ მათ აქციონერული კაპიტალის საბაზრო ღირებულების გაზრდისაგან ხანგრძლივ შემოსავლებს (იაპონური მენეჯმენტის მოდელი);

როგორ შეაფასა ხელმძღვანელობამ გარემოს არასტაბილურ დონესთან დაკავშირებული რისკის დასაშვები დონე საქმიანობის სხვასახვა სახეობათა მიმზიდველობა, ზრდისა და რენტაბელობის ზრდის პერსპექტივის თვალსაზრისით

კორპორაციული ამოცანები. ამოცანების დასმის საწყისი ბაზა ეს არის ძირითადად მარკეტინგული და ინოვაციური საქმიანობის შედეგი. სწორედ ამ სფეროების ეფექტიანობა განსაზღვრავს ფირმის მიერ წარმოებულ პროდუქციაზე ან გაწეულ მომსახურებაზე მოთხოვნას. კომპანიის ამოცანები ორიენტირებული უნდა იყოს არა მოგებაზე, არამედ მისი მიღების მეთოდებზე. კომპანიის ხელმძღვანელობამ უნდა შეადგინოს იმ ამოცანების დაბალანსებული ჩამონათვალი, რომლებსაც შეუძლიათ იმოქმედონ ამ ორ საკვანძო ფაქტორზე:

ბაზრის წილის გაფართოების ამოცანები. იმ ბაზრებზე, რომლებზეც კომპანია ეწევა ან აპირებს კონკრეტული ბრძოლის წარმოების მან უნდა დაიმკვიდროს მტკიცე პოზიციები;

ინოვაციური ამოცანები. საქონლის წარმოებისა და მომსახურების პროცესში მარკეტინგული საქმიანობის მეთოდებში ინოვაციის გარეშე კომპანიას არა აქვს კონკრეტული უპირატესობები, რაც აუცილებლად გამოიწვევს მისი პოზიციების დათმობას;

ორგანიზაციის საქმიანობის ხასიათი, რომელიც უმეტესწილად დარგობრივი სპეციპიკით განისაზღვრება, ასევე არსებით გავლენას ახდენს კრიტიკული წერტილების ნაკრებზე. მაგალიტად მსხვილი სანავთობო კომპანიისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს პოლიტიკურ ფაქტორებსა და საერთაშორისო ორგანიზაციებს და ნაკლები ~- ტექნოლოგიურ ცვლილებებს; მასინ როცა ელექტრონულ მოწყობილობებისა და სისტემების მსხვილი წარმოებლისათვის სამეცნიერო ტექნიკური პროგრესთან დაკავშირებული ტექნოლოგიური ფაქტორები განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, ხოლო პოლიტიკურსა და საერთაშორისოს დიდი მნიშვნელობა არ აქ.

ორგანიზაციის მიზნები ასევე გავლენას ახდენენ გარემოს ანალიზის საზღვრის დადგენაზე. თუ კი კორპორაციის საერთო მიმართულებად ან ცალკეული სტრატეგიული ბიზნეს- ერთეულების მიმართულებად არჩეულია ზრდის სტრატეგიული , ფირმამ უნდა ჩაატაროს ის საკვანძო ფაქტორების საგულდაგულო ანალიზი, რომლებიც გავლენას ახდენენ განვითარების პერსპექტივებზე . როცა ფირმა თავისი საბაზო პრცესის სტაბილიზაციისაკენ მიისწრაფვის, საჭიროა განსაკუთრებული ყურადღება დავუთმოთ დარგობრივი ბარიერების დონეზე მოქმედ ფაქტორებზე; საქმიანობის შემცირებისას კი ორგანიზაციის ყურადღების ცენტრში უნდა იყოს პრობლემის სოციალური და იურიდიული ასპექტები, რადგანაც ეს უშუალოდაა დაკავშირებული შიდა სისტემასთან , მათ შორის დაქირავებულ მუშაკებთან ურთიერთობის რეგულირებასთანაა კავშირში.

III თავი

დეტალების ხელდევინება საჯარო, ზოგიერთი საჯარო უწყების მიმოხილვა

3.1 რა არის საჯარო გამოსვლა

თითქმის ყველა დაწესებულების უფლებათა მიიტანოს სწორი და საჭირო საზოგადოების ყურამდე. საჯარო უწყების გვერდი არის მარტივი და ეფექტური გზა მომხმარებლისთვის საკუთარი შეკითხვის, პრობლემისა თუ უბრალოდ აზრის გასაზიარებლად. თუმცა, თვრამეტი საჯარო დაწესებულებიდან მხოლოდ ოთხ უწყებას – ენერჯეტიკის, დევნილთა, იუსტიციისა და სპორტის სამინისტროებს -აქვს ღია კედელი, რაც ნიშნავს იმას, რომ მომხმარებელს შეუძლია უწყების გვერდზე საკუთარი პოსტი განათავსოს, დანარჩენების შემთხვევებში კი მომხმარებელს მხოლოდ კომენტარებზე მიუწვდებათ ხელი. უნდა აღინიშნოს, რომ რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს ძველ გვერდსაც ღია კედელი ჰქონდა, თუმცა ერთ-ერთი მინისტრის დეპუტატობის კანდიდატად გამოცხადების შემდეგ სამინისტროს ოფიციალური გვერდშიცვალა და დღეს მისი კედელი დახურულია.

დევნილთა, ფინანსთა, სოფლის მეურნეობის, ეკონომიკის, განათლებისა და თავდაცვის სამინისტროების გვერდებს კი პირადი მესიჯის მიწერის ფუნქციაც არ აქვთ. ამავე დროს იმ საჯარო დაწესებულებებს, რომელთაც ეს ფუნქცია გააქტიურებული აქვთ, ხშირ შემთხვევაში, მომხმარებლის მიერ მიწერილ წერილებს უგულებელყოფენ. ჩვენ იმ თორმეტი დაწესებულების ერთ ნაწილს (ცესკო, პარლამენტი, რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო, ენერჯეტიკის სამინისტრო, ჯანდაცვის სამინისტრო, საქართველოს მთავრობა, შსს), რომელთა Facebook გვერდზე შესაძლებელია მესიჯის გაგზავნა, მივწერეთ ოთხი სხვადასხვა კითხვა განსხვავებული მომხმარებლების სახელით, მეორე ნაწილთან კი სამი კითხვა გავუგზავნეთ ასევე განსხვავებული მომხმარებლების ანგარიშებიდან (ექაუნტებიდან)

აღნიშნული გრაფიკიდან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია რომ კვლევის ფარგლებში გაგზავნილ არც ერთ კითხვაზე არ უპასუხია საქართველოს მთავრობის, სპორტისა და შინაგან საქმეთა სამინისტროების Facebook გვერდის ადმინისტრატორებს. მხოლოდ ერთ კითხვას არ უპასუხა საქართველოს პარლამენტმა, რეგიონული განვითარების სამინისტრომ და აუდიტის სამსახურმა.

ყველა დასმულ შეკითხვას გასცა პასუხი ცენტრალური საარჩევნო კომისიის, ენერგეტიკისა და ბუნებრივი რესურსების, ჯანდაცვისა და იუსტიციის სამინისტროების Facebook გვერდის ადმინისტრაციამ.

იმის საილუსტრაციოდ კი, რამდენად სრულყოფილად და ამომწურავად გაეცა ამა თუ იმ შეკითხვას პასუხი, გთავაზობთ დასმული შეკითხვების და მიღებული პასუხების მოკლე შეჯამებას: ათი უწყების შემთხვევაში ორი შეკითხვა იყო საერთო, ორი კი სპეციფიური და უწყების საქმიანობის სფეროდან გამომდინარეობდა, თუმცა ყველა მათგანი იყო საკმაოდ მარტივი და პასუხის გაცემა დიდ ძალისხმევას ან განსაკუთრებულად კომპეტენტურობას არ მოითხოვდა. დანარჩენი უწყებების შემთხვევაში კი ერთი ზოგადი და ორი სპეციფიური შეკითხვა გაიგზავნა. ზოგადი კითხვები ეხებოდა დაწესებულებაში სტაჟირების კონკურისის გამოცხადებას, უწყების 2011 წლის ბიუჯეტს, რაც მნიშვნელოვანი საჯარო დოკუმენტია. ანალოგიურად მარტივი იყო სპეციფიური შეკითხვები. მაგალითად, ვინ არის უწყების ხელმძღვანელი ან მისი მოადგილე, არის თუ არა ვაკანსია დაწესებულებაში და ა.შ.

აღსანიშნავია, რომ ყველა შეკითხვას სრულყოფილად და ამომწურავად უპასუხა ცესკომ, ენერგეტიკისა და იუსტიციის სამინისტროებმა. ჯანდაცვის სამინისტრომ სამ შეკითხვას სრულად, ერთს კი ნაწილობრივ უპასუხა – მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენ კითხვაშივე აღვნიშნეთ, რომ ვებ-გვერდზე სასურველი ინფორმაცია ვერ ვიპოვეთ, მათ მაინც საიტის მისამართი მოგვწერეს ნაცვლად კონკრეტული ბმულისა. ასევე ამოუწურავი იყო პარლამენტის ერთ-ერთი პასუხი, რომელსაც დამატებითი შეკითხვები მოყვა ჩვენი მხრიდან, მაგრამ მათზე რეაგირება არ დაფიქსირდა:

აქედან გამომდინარე ჩვენ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მიუხედავად სექტემბრის თვეში ცესკოს რეიტინგის ვარდნისა (რაც მისი „დამლაიქებლების“ რაოდენობის კლებაში გამოიხატება) მისი Facebook გვერდი გამოირჩევა სხვა საჯარო დაწესებულებებს შორის, როგორც უწყება, რომელიც მომხმარებლის არცერთ შეკითხვას უყურადღებოდ არ ტოვებს. მოსახლეობასთან კომუნიკაციას დიდ ყურადღებას უთმობენ ენერგეტიკის სამინისტროს სოციალური ქსელების

ადმინისტრატორებიც. საქართველოს მთავრობის, შინაგან საქმეთა და სპორტის სამინისტროების ნაკლებად პასიურები არიან მათ არცერთ მოქალაქის მიერ გაგზავნილ წერილზე არ აქვთ პასუხი გაცემული „ამიტომაც ნაკლები ყურადღებით გამოირჩევა .

ამ ხელოვნებას დაუფლებოდა, დიახ შესაძლებელია ეს უნარი ადამიანს თანდაყოლილი ჰქონდეს ან ბევრი შრომის შედეგად შეიძინოს.

ანტიკური საბერძნეთი ცნობილი იყო ღირშესანიშნაობებით, მათ შორის გონებამახვილი ორატორებით, რომელთაგან სოკრატეს, პლატონისა და სოფისტების გარდა, შეგვიძლია დავასახელოთ სოლონი, პერიკლე, დემადე, ფოკიონი, ანტისტენე, ესქინე და ყველასგან გამორჩეული დემოსთენე. სოკრატე და პლატონი, რიტორიკის მთავარ მახასიათებლად მიიჩნევდნენ დიალოგის დიალექტიკური მეთოდის გამოყენებას, რადგანაც დიალოგი, მეტყველების იმგვარი ფორმაა, რომელიც კარგად გამოხატავს აქტიური აზროვნების პროცესს და უფრო მოქნილი მეტყველებაა თავისი ბუნებრივი მდგომარეობით. სოკრატეს შეეძლო ჩაეგდო ადამიანი თავის თავთან სრულ წინააღმდეგობაში და მიეყვანა ის მანამდე უცნობ ფაქტებამდე. სოკრატეს დიალოგები იყო რაღაცნაირი ირონიაც. მას შეეძლო საუბრის დაწყება მარტივი, მაგრამ წინასწარ მოფიქრებული კითხვების მეშვეობით, რის შედეგადაც იმართებოდა დიალოგი. სოკრატეს ირონია (თვითირონია) – „მე ვიცი, რომ არაფერი არ ვიცი“ - იყო მისეული რიტორიკის გამოვლენის ორიგინალურად დახვეწილი ფორმა. [ს.დანელია, თბილისი 1983, გვ.261]

უნდა აღინიშნოს რომ, საჯარო გამოსვლა - აუცილებელი უნარია. არ აქვს მნიშვნელობა, სად გამოდიხართ, კონფერენციაზე მოხსენებას კითხულობთ, კრებას უძღვებით, თუ თანამშრომელს ან კლიენტს ერთი ერთზე ელაპარაკებით, ყოველი შეხვედრა თქვენი ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობაა. იმის მტკიცებაც კი შეიძლება, რომ ყოველთვის როდესაც ლაპარაკობთ, ვინმეს აზრზე გსურთ გავლენის მოხდენა, მოქმედებისთვის შთაგონების მიცემა, ან გარკვეული გრძნობების გამოწვევა. თქვენთვის უკეთესი იქნება თუ გეცოდინებათ, თუ როგორ ჩაატაროთ პრეზენტაცია ისე, როგორც პროფესიონალმა.თუ ფიქრობთ, რომ საჯარო გამოსვლების სფეროში თანდაყოლილი ნიჭი არ გაქვთ, ეს არგუმენტად გამოიყენეთ

და აღარ გააგრძელოთ ამაზე მუშაობა. მაგრამ ყველაზე წარმატებული ორატორები, როგორცაა პორტი, გეტყვიან, რომ მხოლოდ ბუნებრივ ნიჭს შეუძლია შორს წაგიყვანოთ. აქ რა არის მთავარი? პრაქტიკა, პრაქტიკა და კიდევ პრაქტიკა.

საუკეთესო ორატორები გულდასმით მუშაობდნენ ამ უნარის დაუფლებაზე. ისინი საჯარო გამოსვლებს ისე უყურებენ, როგორც ხელობას, რომლის დახვეწაც შეუპოვებობითა და თავდადებით შეიძლება. უნდა ავლნიშნოთ რომ თავდაპირველი რაშიც უნდა გავერკვიოტ საჯარო გამოსვლის დროს ესაა მიზანი. რატომ გამოდიხართ სიტყვით, და რატომ არის თქვენი აუდიტორია მოსული მოსასმენად? მათ სწავლებას ცდილობთ, მათ დარწმუნებას, რომ ზომები მიიღონ, თუ უბრალოდ მათთან კავშირის დამყარებას ცდილობთ? თუ თქვენი მიზანი იცით, მის მისაღწევად მოზიდვის ტაქტიკის გამოყენება შეგიძლიათ. ზოგიერთ ადამიანს საჯარო გამოსვლების ბუნებრივი ნიჭი აქვს. მაგრამ ჩვენ დანარჩენებს, აუცილებლად გვჭირდება მომზადება და ჭკვიანური ტაქტიკა, რომ ეფექტური და გამორჩეული ორატორები გავხდეთ. თუ დროს მოანდომებთ თქვენი უნარების დახვეწას, შესაძლოა, თქვენი ბიზნესის განვითარების საუკეთესო ინსტრუმენტი სიტყვით გამოსვლა გახდეს.

რიტორიკა, ანუ მჭევრმეტყველების თეორია, არის მოძღვრება საჯარო გამოსვლის, ისტორიული ხელოვნების წესებისა და კანონების შესახებ. იგი წარმოიშვა საბერძნეთში და თავდაპირველად მისი მთავარი დანიშნულება დარწმუნება იყო, მოგვიანებით კი რიტორიკა მჭევრმეტყველების ხელოვნებად იქცა.

თუ გვინდა, რომ სწორად ვიმეტყველოთ და ვწეროთ მხოლოდ გრამატიკულად გამართული ლაპარაკი არ კმარა. აუცილებელია ვისაუბროთ გასაგებად, დამაჯერებლად და მწყობრად, ეს ყოველივე მსმენელს აიძულებს დაეთანხმოს ჩვენს მოსაზრებებს. რიტორიკის მთავარი ფუნქციაც ესაა, გვასწავლოს, თუ როგორ გამოვხატოთ დამოუკიდებლად და ორიგინალურად საკუთარი აზრები, თუ როგორ გავაკეთოთ სწორი დასკვნები, ავხსნათ და დავასაბუთოთ ჩვენი პოზიცია.

ყოველ ჩვენგანს, ერთხელ მაინც, გამოუცდია რა არის დიდი აუდიტორიის წინაშე საუბარი თუ რა სირთულეებთანაა ის კავშირში.

ნებისმიერი ორატორისთვის, როდესაც ის ემზადება გამოსასვლელად, მნიშვნელოვანია, რომ მის გამოსვლას, რაც შეიძლება მეტი მსმენელი დაესწროს. რა თქმა უნდა, ყოველი საჯარო გამოსვლისთვის მზადება იწყება თემის ფორმულირებით, ამიტომაც, რაც უფრო გასაგებად, მარტივად და ლაკონურად არის ჩამოყალიბებული ლექციის სათაური, მით მეტ მსმენელს მიიზიდავს იგი. დიდი და რთული სათაურები ღლის მსმენელს და მოსმენის სურვილს უკარგავს. მაგალითად, სპეციალისტის გარდა, ვინ მივა ლექციის მოსასმენად, რომლის სათაურია „დინამიკური კითხვის, როგორც ფსიქოლოგიური პროცესის ზოგიერთი ასპექტი“, ან „ფოტოსინთეზი და ბიოქიმიური პროცესები ოთახის მცენარეების ცხოვრებაში“? მაგრამ თუ ამ მოხსენებებს დავასათაურებთ ასე: „როგორ ვისწავლოთ ასი გვერდის წაკითხვა ერთ საათში“ ან „გინდათ, რომ თქვენს ოთახში მცენარეები აყვავდნენ?“ მსმენელი საკმაოდ ბევრი იქნება.

საჯარო გამოსვლის წინ აუცილებელია განისაზღვროს გამოსვლის ფორმა. ეს შეიძლება იყოს მონოლოგი, სადაც მხოლოდ ორატორი ლაპარაკობს, დიალოგი და ფიქციური დიალოგი. მონოლოგი, შეიძლება ითქვას, საუკეთესო ფორმაა ლექციისთვის. დიალოგში, მონოლოგისგან განსხვავებით, ჭეშმარიტების დადგენა ხდება ორი ან მეტი მოსაუბრის მიერ. ამ დროს მსმენელები კითხვებს უსვამენ ერთმანეთს და ზოგჯერ ეკამათებიან კიდევ გამომსვლელს. ასევე არსებობს ე.წ. ფიქციური დიალოგი, როდესაც ორატორი საკუთარ თავს უსვამს შეკითხვას, თითქოს ამ კითხვას მსმენელები სვამენ და თვითონვე პასუხობს მას. მაგალითად: „თქვენ შეიძლება მკითხოთ: „რაში გვჭირდება ორატორული ხელოვნება? ბევრი მშვენივრად ცხოვრობს მის გარეშე“. მე გიპასუხებთ: „თუ არ გეცოდინებათ ორატორული ხელოვნების წესები და კანონები, თუ არ გექნებათ ორატორული უნარ-ჩვევები, თქვენ ძნელად მიაღწევთ წარმატებას ცხოვრებაში“. ასეთი დიალოგი შეიძლება გაგრძელდეს იმდენ ხანს, რამდენ ხანსაც ორატორი ჩათვლის საჭიროდ. გასაზღვრული დრო არ არსებობს.

ძირითადად, საჯარო გამოსვლებში გამოიყენება მონოლოგის ფორმა. მისი ნაირსახეობებია: ლექცია, მოხსენება და სიტყვა.

- ლექცია- არგუმენტების მოშველიებით ცოდნის სისტემური გადმოცემა. იგი, ჩვეულებრივ, 45-60 წუთს გრძელდება. სასწავლო დაწესებულებებში კითხულობენ სალექციო კურსებს, რომლებშიც ლექციები გაერთიანებულია იმ მიზნით, რომ მსენელმა აითვისოს ესა თუ ის მასალა ან დისციპლინა.
- მოხსენება- ეს არის სამეცნიერო კონფერენციაზე, კრებაზე ან თათბირზე საჯარო გამოსვლის ფორმა. მოხსენებით შესაძლოა წარდგეთ სამეცნიერო საზოგადოების წინაშე.
- სიტყვა- ეს არის საჯარო გამოსვლის ისეთი ფორმა, რომელსაც ძირითადად საპროგრამო ხასიათი აქვს. სიტყვა შეიძლება იყოს პოლიტიკური, სააგიტაციო, მიტინგისთვის განკუთვნილი.
- პოლიტიკური სიტყვა შეიძლება წარმოთქვას პარტიის ლიდერმა და მასში წარმოადგინოს პარტიის პროგრამა, სააგიტაციო სიტყვა - რომელიმე საზოგადოების წარმომადგენელმა და კერძო საკითხები განიხილოს, სამიტინგო სიტყვაში კი შესაძლოა წამოჭრილი იყოს საზოგადოების საჭირბოროტო პრობლემები.

საჯარო გამოსვლის ტიპური მოდელი ოთხი ელემენტისგან შედგება ინფორმაციის გადამცემი (ორატორი):

- ინფორმაცია (სიტყვა)
- ინფორმაციის მიმღები (აუდიტორია)
- უკურეაქცია

გამოსვლის წარმატებას განაპირობებს თითოეული მათგანი. ასევე აუცილებელია წინასწარ დავადგინოთ აუდიტორიის შემადგენლობა (ასაკი, სქესი, განათლება, აუდიტორიის დამოკიდებულება საკითხის მიმართ). მეტად მნიშვნელოვანია ობიექტური, შემოწმებული ინფორმაციის გამოყენება. გარდა ფაქტებისა და არგუმენტებისა, საკმაოდ დიდი ყურადღება ეპყრობა თავად ორატორის მიმიკებს, ქცევებსა და ინტონაციას, ეს ყოველივე მის ურთიერთობას

აუდიტორიასთან უფრო ცოცხალს გახდის, რაც ხელს შეუწყობს მსმენელისა და პრეზენტატორის დაახლოებას.

ყოველი ჩვენგანი, რა თქმა უნდა, ღელავს გამოსვლის წინ და ცდილობს ყოველივე ელემენტარულის გათვალისწინებას. ეს სწორიცაა. შეიძლება, ერთი შეხედვით, უმნიშვნელო დეტალიც კი მნიშვნელოვანი იყოს მსმენელისათვის. შესაბამისად, ორატორმა სწორად უნდა შეარჩიოს ტანსაცმელი, ვარცხნილობა, მაკიაჟი და სხვა. გარეგნობასთან ერთად მეტად მნიშვნელოვანია შინაგანი განწყობა და გულწრფელობა საუბრის დროს. გამომსვლელის სახე ყოველთვის იმასვე უნდა გამოხატავდეს, რასაც წარმოთქვამს. მიმიკა უნდა შეესაბამებოდეს ემოციებს.

საბოლოო ჯამში, ყველა საჭირო წესის დაცვით, ჩვენ შევძლებთ სწორად ვმართოთ აუდიტორიას და მივაწოდოთ მათ ჩვენი აზრი არგუმენტირებულად.

სხეულის ენა – გამოიყენეთ ჟესტები, იმოძრავეთ, მაქსიმალურად შედით აუდიტორიასთან კონტაქტში.

ვიზუალური კონტაქტი – ამ ელემენტს ცალკე გამოვეყოფ მისი მნიშვნელობის გამო – ილაპარაკეთ ენით, ილაპარაკეთ სხეულით და ილაპარაკეთ თვალებით, და ერთის ნაცვლად სამი ორატორის ეფექტს მოახდენთ აუდიტორიაზე. მუდამ შეინარჩუნეთ ვიზუალური კონტაქტი.

“სამის” ეფექტი – გაიგონიათ ალბათ ისეთი ცნობილ გამონათქვამები როგორცაა ლენინის “სწავლა, სწავლა, სწავლა”, იულიუს ცეზარის “მიველ, ვნახე, დავიპყარი” ან ობამას “Yes, we can. Yes we can. Yes we can” (“ჩვენ შეგვიძლია. ჩვენ შეგვიძლია. ჩვენ შეგვიძლია”). ძალიან ხშირად ორატორები “სამის” ეფექტს იყენებენ. განმეორება ძალიან ძლიერი ეფექტია საუბრის დროს. აუდიტორიამ შეიძლება მარტივად დაივიწყოს ის, რაც ერთხელ თქვით, მაგრამ ძალზე ადვილად იმახსოვრებს ბევრჯერ გამეორებულს. შეგიძლიათ ერთი და იგივე სიტყვა გაიმეოროთ სამჯერ ან სამი სხვადასხვა. სამი სიტყვა ერთსა და იმავე იდეას გადმოსცემს და მის მნიშვნელოვნებას და სიძლიერეს ზრდის. (თუმცა, არა მარტო სამჯერ გამეორება ახდენს ეფექტს – მარტინ ლუთერ კინგი თავის ცნობილ სიტყვაში

“მე მაქვს ოცნება” გაცილებით ბევრჯერ ამბობს ამ სიტყვებს და სწორედ ამ სამი

სიტყვით დაამახსოვრდა მატრინ ლუთერ კინგის ლინკოლნის მემორიალთან საოცარი გამოსვლა მსმენელს)

იუმორი – როგორც უოლტერ დისნეიმ თქვა “მირჩევნია ხალხი გავართო და იმედი ვიქონიო, რომ რაიმე ისწავლეს, ვიდრე ვასწავლო და იმედი ვიქონიო, რომ გაერთნენ.” გამოიყენეთ იუმორი თქვენს გამოსვლებში. დაიმახსოვრეთ, მთავარია როგორ აგრძნობინებთ ხალხს თავს – ამას მსმენელი არ დაგივიწყებთ.

საჯარო გამოსვლა განისაზღვრება, როგორც ტექსტი, რომელშიც შემუშავებულია თემა, რომელიც საინტერესია აუდიტორიისათვის რომელსაც \შეიძლება სხვადასხვა მიზანი განსაზღვრავდეს იქნება ეს ინფორმულობა, დარწმუნება, გართობა და ა.შ. საჯარო დისკუსიაში განხილული თემები საინტერესოა იმ აუდიტორიისათვის რომელსაც მიმართავს. საერთო თემების ფართო სპექტრს შორის, რომლებიც საერთო დისკუსიის საგანია არის პოლიტიკური, რელიგიური, საზოგადოებრივი, აკადემიური, საქმიანი, სამოტივაციო და სხვ.

საჯარო გამოსვლის ერთ-ერთი მიზანია ინფორმირება. ინფორმაციული სიტყვით, წამყვანი გაზიარების ინფორმაციას კონკრეტული ადგილის, პირის, პროცესის ობიექტის კონცეფციის ან პრობლემის შესახებ. ამ ტიპის გამოსვლებში შედის პრეზენტაციები ბიზნეს ანგარიშების წარსადგენად. ტრენერების მიერ ჩასატარებელი ტრენინგენი, ასევე ამ კლასიფიკაციას მიეკუთვნება პოლიტიკური გამოსვლები, ამ შემთხვევაში ემიტენტის როლში გვევლინება საჯარო ან ამტავრობო ორგანო, ან თანამდებობის კანდიდატი. მის მიზანს წარადგენს დეკლარაციების წარდგენას, ანგარიშებთან, პოლიტიკური პროგრამების წინადადებასთან და მთავრობის გეგმებთან.

საჯარო გამოსვლა წარმოადგენს ველბალურ და არაველბარულ ქმედებათა ერთიანობას. ერთი შეხედვით შესაძლებელია, რომ მოგვეჩვენოს თითქოს არაველბარული საშუალებები ნაკლებად მნიშვნელოვანია, მეორეხარისხოვანია, თუმცა რეალურად ეს ასე არ არის. თუ ინფორმაციის ამ ორ წყაროს ველბარულ და არაველბარულ საშუალებებს შორის წინააღმდეგობა აშკარად გამოიხატება ანუ ადამიანი ერთს ამბობს და მის სახეზე მეორე იკითხება მაშინ მეტ ნდობას არაველბარული ინფორმაცია იმსახურებს.

არავერბალურ ენას ადამიანები, როგორც წესი, ადვილად ითვისებენ ბუნებრივ პირობებში დაკვირვებების, კოპირების, მიბამვის საშუალებით. ბავშვებს კი საუბარს სპეციალურად ასწავლიან. ამას ყურადღებას აქცევენ ოჯახი და სოციალური ინსტიტუტები. მაგალითად, როცა ჩვენ ვამჩნევთ ადამიანის, ჩვენი მოსაუბრის არაგულწრფელობას, ჩვენ ძირითადად ვეყრდნობით ჩვენს ინტუიციას, ვსაუბრობთ მეექვსე გრძნობაზე. სინამდვილეში მოსაუბრის გამოცნობაში ჩვენ გვებმარება ყურადღება, ხშირად შეუცნობლად მცირე არავერბალური ნიშნებით ვამჩნევთ, ვკითხულობთ, სიტყვათა შეუსაბამობას ვხვდებით.

ამრიგად, არავერბალური კომუნიკაცია მრავალგანზომილებიანი, მრავალფეროვანი, ვერბალურის პარალელური პროცესია, რომელიც ძირითადად ქვეცნობიერად მიმდინარეობს. არავერბალური კომუნიკაციის ზოგიერთ ნორმას ზოგადი ეროვნული ან ეთნიკური ბუნება აქვს: ევროპაში მისალმებისას ხელს ართმევენ, ხოლო ინდოეთში მისალმების დროს მკერდთან მიიტანენ და ოდნავ იხრებიან. სხვა ვიწრო პროფესიულ სფეროში მიღებულია სიგნალები, რომლითაც ურთიერთობენ წყალმაშველები და მყვინთავები.

არავერბალური კომუნიკაციის ორმაგი ბუნება უნივერსალურია, ყველა ნიშნის გასაგები სპეციფიკური სიგნალების არსებობით აიხსნება, რომელიც მხოლოდ ერთი კულტურისთვისაა გასაგები.

არავერბალური კომუნიკაციის განზრახული ნიშნების საფუძველზე გამოიყოფა ვერბალური საშუალებების სამი ტიპი:

1. ქცევითი ნიშნები ფიზიოლოგიურ რეაქციაზე დაფუძნებული: გაფითრება ან გაწითლება. აგრეთვე, მღელვარების გამო ოფლის გამოყოფა, სიცივის ან შიშისაგან კანკალი და სხვა.

2. წინასწარ განუზრახველი ნიშნები (მათ თვითადაპტორებს ეძახიან) - ცხვირის მოქექვა, ფეხის უმიზეზოდ ქნევა, ტუჩის მოკვნეტა და სხვა.

3. განსაკუთრებული კომუნიკაციური ნიშნები: სიგნალები, რომლებიც გვაწვდი ან ინფორმაციას ობიექტის შესახებ, ასევე მოვლენები ან მდგომარეობები [1,191].

ამრიგად, კომუნიკაციაში არავერბალური საშუალებების გამოყენება სპონტანურად ხდება. ეს გამოწვეულია როგორც ცენტრალური ნერვული სისტემის დაბალი მაჩვენებლებით, ასევე უმაღლესი მაჩვენებლებით, რომლებიც პასუხს აგებენ კომუნიკაციაზე. რა თქმა უნდა, რაღაც ხარისხში არავერბალური ელემენტები კონტროლს ექვემდებარება, მაგრამ ძალიან ძლიერი თვითკონტროლის შემთხვევაშიც კი შეიძლება მოხდეს ინფორმაციის „გაჟონვა“.

ურთიერთქმედება რომ წარმატებული იყოს, მოსაუბრე უნდა განაწყო ინფორმაციის სწორად აღქმაზე, აღუძრა მას ინტერესი საუბრის თემისა და მიმდინარე მოვლენების მიმართ, ჩამოუყალიბო შეტყობინების გაგებისა და გაანალიზების მზაობა. ამისათვის კი ინიციატორი ადამიანის ყურადღების აქტივაციისა და მართვის ხერხებს უნდა ფლობდეს. ყურადღების აქტივაცია გულისხმობს ადამიანის აღქმის აქტივობის აღძრას, აზროვნების პროცესისა და გრძნობების გაძლიერებას.

რა თქმა უნდა, ადამიანის ყურადღების მიპყრობის ყველაზე კარგი ხერხია

არავერბალურ ენას ადამიანები, როგორც წესი, ადვილად ითვისებენ ბუნებრივ პირობებში დაკვირვებების, კოპირების, მიბაძვის საშუალებით. ბავშვებს კი საუბარს სპეციალურად ასწავლიან. ამას ყურადღებას აქცევს ოჯახი და სოციალური ინსტიტუტები. მაგალითად, როცა ჩვენ ვამჩნევთ ადამიანის, ჩვენი მოსაუბრის არაგულწრფელობას, ჩვენ ძირითადად ვეყრდნობით ჩვენს ინტუიციას, ვსაუბრობთ მეექვსე გრძნობაზე. სინამდვილეში მოსაუბრის გამოცნობაში ჩვენ გვებმარება ყურადღება, ხშირად შეუცნობლადმცირე არავერბალური ნიშნებით ვამჩნევთ, ვკითხულობთ, სიტყვათა შეუსაბამობას ვხვდებით.

ამრიგად, არავერბალური კომუნიკაცია მრავალგანზომილებიანი, მრავალფეროვანი, ვერბალურის პარალელური პროცესია, რომელიც ძირითადად ქვეცნობიერად მიმდინარეობს.

ამრიგად, კომუნიკაციაში არავერბალური საშუალებების გამოყენება სპონტანურად ხდება. ეს გამოწვეულია როგორც ცენტრალური ნერვული სისტემის დაბალი მაჩვენებლებით, ასევე უმაღლესი მაჩვენებლებით, რომლებიც პასუხს აგებენ კომუნიკაციაზე. რა თქმა უნდა, რაღაც ხარისხში არავერბალური ელემენტები კონტროლს ექვემდებარება, მაგრამ ძალიან ძლიერი თვითკონტროლის შემთხვევაშიც კი შეიძლება მოხდეს ინფორმაციის „გაჟონვა“.

ურთიერთქმედება რომ წარმატებული იყოს, მოსაუბრე უნდა განაწყო ინფორმაციის სწორად აღქმაზე, აღუძრა მას ინტერესი საუბრის თემის მიმართ, ჩამოუყალიბო შეტყობინების აღქმის მზაობა. ამისათვის კი აუცილებელია ადამიანის ყურადღების მართვის ხერხების ფლობა.

ურთიერთქმედება რომ წარმატებული იყოს, მოსაუბრე უნდა განაწყო ინფორმაციის სწორად აღქმაზე, აღუძრა მას ინტერესი საუბრის თემისა და მიმდინარე მოვლენების მიმართ, ჩამოუყალიბო შეტყობინების გაგებისა და გაანალიზების მზაობა. ამისათვის კი ინიციატორი ადამიანის ყურადღების აქტივაციისა და მართვის ხერხებს უნდა ფლობდეს. ყურადღების აქტივაცია გულისხმობს ადამიანის აღქმის აქტივობის აღძრას, აზროვნების პროცესისა და გრძნობების გაძლიერებას. რა თქმა უნდა, ადამიანის ყურადღების მიპყრობის ყველაზე კარგი ხერხია

3.2 დარწმუნების მეთოდებისა და მოლაპარაკების ფუნქციური არსი საჯარო გამომსვლელთათვის

თანამედროვეობა ინფორმაციული ერაა. ეს ინფორმაციულ სიუხვესა და სიჭარბეს ნიშნავს. ინფორმაციის მნიშვნელობის ზრდამ, ბუნებრივია, ინფორმაციის

წყაროებიც მოამრავლა. ვხვდებით როგორც ტრადიციულ აგრეთვე ელექტრონულ ლიტერატურას. ცნობილია: ადამიანის გონება ჭარბ ინფორმაციულობას კარს უხშობს და მხოლოდ ძირითადს, საჭიროს შეიმეცნებს. ორატორმა მსმენელს ისე უნდა მიაწოდოს სათქმელი, რომ მაქსიმალურად გაუადვილოს მისი აღქმა-გათავისება. ამიტომ თემის სათაური ნათელი, მკაფიო, სტრუქტურაც მარტივი და გასაგები უნდა იყოს.

დღესდღეობით დამარწმუნებელი კომუნიკაცია ბუნდოვანი გახდა და ხშირად შეიჩავს ხარვეზებს. მსგავს შემთხვევებს ჰარბერტ საიმონსი 20 დარწმუნების ნაცრისფერ ხრვეზებს უწოდებს. ადამიანები ყოველთვის არ ამჟღავნებენ თავიანთი მხრიდან მსმენელის შეტყობინების მიმღების დარწმუნების სურვილს. ადამიანთა კომუნიკაცია ხშირად არის მრავალმხრივ მოტივირებული და ვრცელდება მრავალი არხის მეშვეობით. იშვიათად გამოიხატება და აღქმული მნიშვნელობა შეიძლება განსხვავდებოდეს.

ზოგჯერ შესაძლოა გვეცნოთ მტკიცებას, ზოგ შემთხვევაში მეტად დამაჯერებელს, სადაც, თუ კარგად დავაკვირდებით შევნიშნავთ, რომ ძირითადი დასკვნა რის სუსტი, მას არ ახლავს წინააღმდეგობა საკამათოა წინადადების ლოგიკური ბმა. ავტორები ასეთ განცხადებებს უკავშირებენ დაუსაბუთებელ ხარვეზს უკავშირებენ. პრაქტიკულ არგუმენტში მსჯელობა ამყარებს მტკიცებებს. უკეთეს შემთხვევაში აღნიშნული წინამძღვრები ერთმანეთთან ლოგიკურ კავშირში არის.

საჯარო სიტყვაზე მუშაობა, როგორც ვხედავთ, შინაარსობრივად იმ ეტაპებს ითვალისწინებს რაც საზოგადოდ ესეისტური, მეცნიერული ტექსტის შექმნას ახასიათებს. ე.ი საჯარო სიტყვა ტექსტის შექმნის საერთო პრინციპებით აიგება. ამ პრინციპების თანახმად კი თემის განსაზღვრის შემდგომი სერიოზული ეტაპია მასალების მოძიება. უნდა მოიძიოს სხვადასხვა წყაროები. წაროებზე მუშაობის პროცესში გაცილებით მეტი მასალა გროვდება, ვიდრე თემაში აისახება ხოლმე, “ზედმეტი“ მასალა სასარგებლო სულაც არ არის. ასეთი მასალა ორატორის პროფესიულ ზრდას უწყობს ხელს.

ადამიანზე უდიდეს გავლენას ახდენს ავტორიტეტი, განსაკუთრებით ადრეულ ასაკში. ცუდი ამაში თითქოს არაფერია დამოწაფებულ გზას ყველა გადის, თანაც ამ გზით გადადის სიბრძნე თაობიდან თაობაში. მიუხედავად ბევრი სიკეთებისა ავტორიტეტის გავლენა ცუდ ზეგავლენას ახდენდეს პიროვნებაზე, რადგან ავტორიტეტი თრგუნავს მოწაფის თავისუფალ აზროვნებაზე. ამოტომ საკუთარი ნააზრევისადმი ყურადღებას, მისი სრულფასოვნების განცდა - გააზრებას დიდი მნიშვნელობა აქვს.

საჯარო გამოსვლა წარმოადგენს ადამიანის ვერბალურ და არავერბალურ ქმედებათა ერთიანობას. ერთი შეხედვით შეიძლება მოგვეჩვენოს, თითქოს არავერბალური საშუალებები ნაკლებად მნიშვნელოვანია, მეორეხარისხოვანია, მაგრამ რეალურად ეს ასე არ არის. თუ ინფორმაციის ამ ორ წყაროს, ვერბალურ და+ არავერბალურ საშუალებებს შორის წინააღმდეგობა წარმოიშვება, ე.ი ადამიანი ერთს ამბობს, მის სახეზე კი მეორე იკითხება, მაშინ მეტ ნდობას არავერბალური ინფორმაცია იმსახურებს.

არავერბალური და ვერბალური კომუნიკაციის ელემენტები შეიძლება ავსებენ ან ცვლიან ერთმანეთს. ამ ურთიერთობათა რამდენიმე ვარიანტი არსებობს. კომუნიკაციის ვერბალურ და არავერბალურ ასპექტთა შემდეგ შესაბამისობებს ვხვდებით:

I. არავერბალური კომუნიკაცია შეიძლება ავსებდეს ვერბალურ კომუნიკაციას. მაგალითად, თუ ჩვენ ვილიშებით და ვამბობთ: სალამი, როგორაა საქმეები? მაშინ ეს ორი მოქმედება, ღიმილი და მისალმება, ერთმანეთს ავსებს. დამატება გულისხმობს, რომ არავერბალური ელემენტები უფრო მხატვრულს ხდიან მეტყველებას, აზუსტებენ და განმარტავენ მათ. ღიმილი მეგობართან შეხვედრისას ენობრივ შეტყობინებას ავსებს. მეტყველება უფრო გასაგებია, თუკი მას თან ახლავს ჟესტები. მაგალითად, თუ ყურადღების მიქცევა გვინდა რაიმე ინფორმაციის გადასაცემად, შეგვიძლია მაღლა ავწიოთ საჩვენებელი თითი.

II. არავერბალური ქცევები შეიძლება ეწინააღმდეგებოდეს ვერბალურ შეტყობინებებს. თუ თვალეში არ უცქერით მოსაუბრეს და ეუბნებით, რომ სასიამოვნოა მასთან საუბარი, მაშინ ასეთი არავერბალური მოქმედება ეწინააღმდეგება თქვენს პოზიტიურ ვერბალურ შეტყობინებას. უარყოფა,

უფლებელყოფა გულისხმობს, რომ არავერბალური ინფორმაცია ეწინააღმდეგება ადამიანის სიტყვებს. თუ ამბობთ, რომ გიხარიათ ვინმეს ნახვა და თან იჭმუნებით, ლაპარაკობთ ცივად და მშრალად, თქვენი მოსაუბრე ალბათ დაეჭვდება თქვენს გულწრფელობაში. თუ, მაგალითად, ბანქოს თამაშის დროს მოთამაშე ეწევა სიგარეტს და თან ამ დროს მას მოუვა კარგი ბანქო, ის სიგარეტის კვამლს ზემოთ უშვებს, ცუდი ბანქოს მოსვლის შემთხვევაში კი პირიქით, კვამლს დაბლა უშვებს. ბევრმა კარგმა მოთამაშემ თამაშთან ერთად ისწავლა ის ფანდები, რითაც შეუძლია თავის „დაცვა“. მათ შეუძლიათ კონტროლი გაუწიონ სხეულს, რომელსაც შეუძლია მათი გაცემა.

ზოგი მსახიობურ ნიქსაც კი იჩენს. ისინი „ტყუილ“ მოძრაობებს ჩადიან, სხეულის დაძაბული მოძრაობებით ცდილობენ დაარწმუნონ სხვა მოთამაშეები იმაში, რომ თითქოს, ცუდი ბანქო მოუვიდათ, რომ თამაშს აგებენ. აგრეთვე, თუკი მოთამაშეს მოუვიდა ოთხი ტუზი, მაგრამ უნდა მოატყუოს სხვა მოთამაშეები, ასეთ შემთხვევაში იგი ტუჩს მოიკვნეტს ან კარტს ძლიერ დაანარცხებს მაგიდაზე, გადაწვება და თავს გაიქნევს, მაგრამ ამის შემდეგ მოთამაშეს შეუძლია მოწიოს სიგარეტი და კვამლი მაღლა (ჭერში) გაუშვას.

დაკვირვებებმა ცხადყო, რომ კარგი ბანქოს მოსვლის შემთხვევაში სიგარეტის კვამლს ზევით უშვებენ, ცუდი კარტის მოსვლის შემთხვევაში კი - ქვევით. ამ მაგალითიდან შეიძლება გავიგოთ, რომ არის სიტუაციები, როდესაც ვერბალური და არავერბალური ქმედებები ერთმანეთს არ ეთანხმება.

არავერბალური ჩვევების შეუცნობელი, გაუაზრებელი გამოყენებით, რომელიც ცუდად იმართება აზროვნების მიერ, შეიძლება სრულიად უარყოფით ნათქვამი. თუკი ადამიანს საკუთარი არავერბალური ქმედებების გაკონტროლება შეეძლება, მაშინ იგი საკუთარი ქვეცნობიერის მართვასაც შეძლებს.

III. არავერბალური ქცევები შეიძლება ცვლიდნენ ვერბალურ შეტყობინებებს: ბავშვმა შეიძლება მიგვითითოს სათამაშოზე ნაცვლად იმისა, რომ თქვას: ეს სათამაშო მინდა. ეს ნიშნავს, რომ არავერბალურმა ქცევამ შეიძლება ჩაანაცვლოს ვერბალური ქცევა. თქვენ შეგიძლიათ ხმაურიან აუდიტორიაში ჟესტით აჩვენოთ ახლობელს, რომ გინდათ გამოვიდეს და დაგელაპარაკოთ. მაღაზიაში შეიძლება მიუთითოთ გამყიდველს იმ საგანზე, რომელიც გაინტერესებთ.

IV. არავერბალური ქცევები ვერბალური კომუნიკაციის მარეგულირებელი ელემენტი შეიძლება იყოს: საუბრისას ხშირად გამოიყენება ჟესტები, პოზის ცვლილება, შეხება. მაგალითად, თავის დაქნევის გამოხატვის, ინტონაციის მიხედვით შეიძლება მივხვდეთ, რომ საუბარში მონაწილეობის ჩვენი რიგი დადგა (მაგ., ყველა თანამოსაუბრემ შემოგვხედა). რეგულირება წარმოადგენს ადამიანთა შორის ურთიერთქმედების კოორდინაციას. საუბრის თემის მხარდასაჭერად ხშირად გამოიყენებენ სიტყვების შემცვლელ ნიშნებს: ჟესტებს, პოზის შეცვლას, რაღაცაზე ან ვიღაცაზე შეხებას და სხვა. მაგალითად, თავის დაქნევით, შეხედვით, ინტონაციით და სხეულის გადახრით ჩვენ შეიძლება მივხვდეთ, რომ დადგა ჩვენი საუბარში ჩართვის დრო.

არავერბალური ქმედება შესაძლებელია იმეორებდეს ვერბალურ შეტყობინებას: თხოვნა ხმადაბლა ისაუბრონ და საჩვენებელი თითის ტუჩებთან მიტანა.

ადამიანები არავერბალურ ურთიერთობებს მიმართავენ იმისათვის, რომ ზუსტად და გასაგებად გადმოსცენ თავიანთი აზრები, გრძნობები, ემოციები. ეს საერთოა ყველა კულტურისათვის, თუმცა სხვადასხვა კულტურისათვის სხვადასხვა მნიშვნელობებია დამახასიათებელი. ამგვარად, სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელთა ურთიერთობისათვის აუცილებელია ურთიერთობათა იმ არავერბალური ფორმების ცოდნა და გაგება, რომლებიც დამახასიათებელია მოცემული კულტურისათვის.

ეჭვს არ იწვევს ისიც, რომ სიტყვების დახმარებით სხვადასხვა ინფორმაციას ვღებულობთ, მათ შორის ისეთსაც, რომელიც მოსაუბრის კულტურაზე მიგვითითებს. ამავე დროს, ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ რას წარმოადგენს ეს ადამიანი, ჩვენ ვგებულობთ მიმიკით, ჟესტებით, ინტონაციით. მიმიკის, ჟესტების, პოზების საშუალებით ადამიანის სულიერი ენერგია გამოიხატება. ის, ვისაც უნდა კარგად შეისწავლოს თავისი პარტნიორის ხასიათი, კარგად უნდა გაერკვეს მისი გრძნობების გამოხატვის სხვადასხვა საშუალებაში, შეძლოს მათი ადეკვატური

3.3 საჯარო გამოსვლის ტექსტით მიმართვა

გადმოცემის უნარზე და სიტყვების მნიშვნელობაზე დემოსთენე წერდა , როდესაც დიპლომატების უმთავრეს იარაღად სიტყვა მიაჩნდა საბრძოლო გემებისა თუ ძლიერი ქვეითი ჯარის ნაცვლად. სიტყვებისგან შემდგარმა კომუნიკაციამ, ევოლუცია ადამიანის განვითარებასთან ერთად გაიარა. საკომუნიკაციო მეტყველებ დროის განვითარების ერთად თანადათან ვითარდება , იხვეწება და სიტყვებსაც შესაბამისად ნახულობს. გარემოების შესაბამისად მივმართავთ ადრესატს, სათქმელი, ინდივიდიდან გამომდინარე, გონებაში შესაბამისად ლაგდება. ემოციები , სიხარული თუ აღტაცება, პროტესტი თუ აგრესია ერთი მთლიანობით წარმოიქმნება სიტყვათა წყობა . ნათქამს უკან ვედარ დააბრუნებ, ხშირად ფიქრსაც გვასწავლის, ფიქრი კი თავის მხრივ, ცხოვრებას.

არაფორმალური თუ ფორმალური, ვერბალური თუ არავერბალური კომუნიკაცია გასაზიარებელ ინფორმაციას გარკვეულ ჩარჩოში აქცევს.

ზეპირსიტყვიერებას დაწერილ ტექსტან განსხვავებით მეტი მნიშვნელობა ენიჭება, მაგრამ კარგად წარმოთქმულს. იგი შეუდარებლად უფრო დიდ გავლენას ახდენს მსმენელზე. ცნობილი საზოგადო მოღვაწე ა.ფ. კონი სამართლიანად აღნიშნავდა: „სიტყვა ადამიანის ერთ-ერთი იარაღია. თავისთავად უძლური, - სიტყვა მძლავრი და მოუგერიებელია მოხდენილად, გულწრფელად და თავის დროზე ნათქვამი“. [დ.ენუქიძე, 1958]

კომუნიკაცია, საჯარო გამოსვლის ერთ- ერთ რისკთან არის დაკავშირებული , რომლის წარმატება თუ წარუმატებლობა მოსაუბრის რეპუტაციაზე აისახება. “თუ გსურს გადალახო საჯარო გამოსვლის შიში, შეწყვიტე ფიქრი საკუთარ თავზე“ –ჰარვარდ ბაზნეს რევიევი აღელვების უმთავრეს ფაქტორად ადამიანის შინაგან პროტესტს განიხილავს, მაშინ როდესაც “ყველა გიყურებს“. ადამიანი შინაგანად განიცდის ყველაფერს. როდესაც “თვალის კონტაქტი“ ეგზისტენციალურ (ცოცხლად შექმის) საფრთხესთან ასოცირდებოდა ადამიანებისთვის და ემოციების კონტროლზე პასუხისმგებელი

ტვინის სტრუქტურა ამილაგდა, შეასაძლებელია საფრთხის მოახლოებაც , რაც თავის მხრივ სტრესის ძლიერ განცდას იწვევდა. რეალურად აუდიტორიას საფრთხის შემცველ “მტაცებლად“ აღვიქვამთ და ჩვენც ვეზადებით ვიმოქმედოთ “თავდასხმის” შემთხვევაში.

როგორ შეიძლება გადავლახოთ “მოსალოდნელი საფრთხის“ შიში? როდესაც აუდიტორიის წინაშე წავრსდგებით ჩვენ შეგვიძლია დავსვათ შესაბამისი კითხვები: ვის ვესაუბრებით? რა შეკითხვებზე სურთ პასუხის მიღება ადამიანებს? ჩვენი გზავნილი, მათ კონკრეტულ საჭიროებას უნდა პასუხობდეს. პრეზენტაციისას კი მნიშვნელოვანია მოვახდინოთ ტვინის რეფოკუსირება და ვიფიქროთ იმაზე, თუ როგორ შევძლებთ აუდიტორიის დახმარებას, როგორ შევცვლით მათ რეალობას უკეთესობისკენ. ეს განწყობა კი სტრესს ამცირებს.

პროდიუსერს, ტრისია ბრუქს, ტელევიზიაში, თეატრში, კინოინდუსტრიასა თუ ივენთ მენეჯმენტში მუშაობის 27 წლიანმა გამოცდილებამ, ცნობილ სპიკერებთან და მსახიობებთან თანამშრომლობამ აჩვენა, რომ ისინი გარკვეულ, წინასწარ ემზადება, პოულობს სხვადასხვა გზებს აუდიტორიასთან კომუნიკაციისას, რაც ემოციური კავშირის დამყარების ალბათობას ზრდის. პროდიუსერის მოსაზრებთ მთავარია გაიაზრო, თუ რატომ უზიარებ აუდიტორიას ამა თუ იმ კონკრეტულ მოსაზრებას. “იდეის ჩამოყალიბება 15 სიტყვაში უნდა შეგემლოს“ – ამბობს ექსპერტი. მისი აზრით მსმენელის გონება ჩვეულებრივ ფიქრით არის მოცული, რაც ართულებს გრძელი ტექსტის მოსმენის შედეგად დასკვნის გამოტანის შესაძლებლობას. იმისათვის რომ ჩვენი გაღრებული ინფორმაცია წარმატებით მივიდეს მსმენელამდე აუცილებელია სწორი აუდიტორიის შერჩევა . წარმატების მთავარი წინაპირობა ავთენტურობაშია – ჩვენი “ნამდვილი მეს“ შენარჩუნებაში.

სცენაზე წარდგენის დროს მსახიობების მთავარ იდეოლოგიად შეიძლება ჩაითვალოს „იპოვე შენი სინათლე“, რომელიც ერთგვარ მეტაფორადაც შეიძლება გამოვიყენოთ ამ შემთხვევაში. აუდიტორია ყურადღებას მხოლოდ მას აქცევს ვინც სცენის ბნელი კუთხიდან – იქ სადაც არ ჩანხარ, ნათელ მხარეს

შეაბიჯებს. “სინათლეში დგომის“ დისკომფორტი, იქ სადაც ყველაზე კარგად ჩანს ჩვენი ინდივიდუალიზმი, ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევაა საჯარო გამოსვლისას, რომლის გადალახვაც ექსტროვერტებისთვის უფრო მარტივია ვიდრე ინტროვერტებისთვის, თუმცა წინასწარ მომზადების პრაქტიკა თავისუფლებას და თავდაჯერებას ორივე შემთხვევაში გვანიჭებს.

ცნობილი ავტორი და სპიკერი საიმონ საინეკი, რომელიც მიიჩნევს, რომ ბუნებით მორიდებულია თვლის რომ მისი, როგორც სპიკერის წარმატება შიშის გადალახვის, შეცდომებზე სწავლის და დაუღალავი პრაქტიკის შედეგია. ის პრეზენტატორებს ორ კატეგორიად ჰყოფს: “გამცემი” და “მიმღები”. სპიკერს, რომლის პრეზენტაციაც ცალსახად კომერციულ მიზანს ემსახურება, მალევე ცნობს აუდიტორია. ადამიანები, როგორც “სოციალური ცხოველები“ დისტანციაზეც ვხვდებით სპიკერის ჩანაფიქრს და ჩვეულებრივ ვენდობით “გამცემს“, მას ვინც ფასეულობას ქმნის, გვასწავლის, შთაგვაგონებს.

პრეზენტაციების მომზადება ბიზნეს კომპანიის ერთ ერთ მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს , რომლის შესახებაც Business Insider საინტერესო მონაცემებს აქვეყნებს: სასურველია დროის 70% პრეზენტაციის წინასწარ სტრუქტურირებას დავუთმოთ. ციფრებით და ვიზუალური ელემენტებით 20%-ით გავზრდით მისი შინაარსის დამახსოვრების ალბათობას. პრეზენტაციის შემადგენელი ნაწილები მისი მნიშვნელობიდან გამომდინარე, ასე ფასდება აუდიტორიის მიერ: 7% შინაარსი, 38% პრეზენტატორის ხმა, 55% არავერბალური კომუნიკაცია.

არავერბალური კომუნიკაციის მნიშვნელობის ერთ-ერთი ცნობილი მაგალითი, ამერიკის ისტორიაში პირველი საპრეზიდენტო დებატებია, რომელიც 1960 წლის 26 სექტემბერს შედგა დემოკრატ სენატორ, ჯონ კენედისა და რესპუბლიკელ ვიცე პრეზიდენტ, რიჩარდ ნიქსონს შორის. დებატებს 70 მილიონი ამერიკელი ადევნებდა თვალყურს. მათი აზრით ვინც დებატები რადიოში მოისმინა ნიქსონმა გაიმარჯვა, ხოლო ვინც ტელევიზიით უყურა – კენედიმ.

საბოლოო ჯამში კი ყველაფერი არავერბალური კომუნიკაციის ეფექტი აღმოჩნდა – კენედის დამაჯერებლობა, პირდაპირი მიმართვა კამერაში, თავისუფალი საუბრის სტილი, ვიზუალური მხარე (მაკიაჟი, რუჯი, რაც “სიჯანსაღის“ განცდას ქმნიდა), მისი გამარჯვების წინაპირობა გახდა. ნიქსონი დებატების დღეს გადაღლილი, ფერმკრთალი იმიჯით არცთუ დამარწმუნებლად გამოიყურებოდა. ამერიკის ოცდამეთხუთმეტე პრეზიდენტი, ჯონ კენედი, დღემდე ითვლება მსოფლიოს ერთ-ერთ ყველაზე გავლენიან ორატორად. მისი ცნობილი სიტყვა **“We Choose to Go to the Moon”** “ამერიკელებისთვის მთვარეზე ექსპედიციის დაგეგმვის ერთ-ერთი მთავარი სტიმული აღმოჩნდა.

- პრეზენტაციის წინ, ჩვენი მღელვარების 90% მომზადების ნაკლებობით არის გამოწვეული. სასურველია წინასწარ მოვახდინოთ ყველაზე უარესი სცენარის ვიზუალიზაცია და წარმოვიდგინოთ, როგორ მოვიქცეოდით ასეთ შემთხვევაში – “თავდაცვითი პესიმიზმი“ ადამიანებს ხშირად ეხმარება მღელვარების დაძლევისა და პრეზენტაციის უკეთესად წარდგენაში.
- რეალურ ცხოვრებისეულ გამოწვევებზე და მათი გადალახვისთვის ბრძოლაზე გულწრფელი საუბარი მეტი ნდობით განაწყობს აუდიტორიას, ვიდრე სიტუაციის იდეალური წარმოჩენა.
 - დროის 40% სასურველია პრეზენტაციის წარდგენას დაეთმოს, 60% კი განხილვას.
 - აუდიტორია სამოქმედო ინსტრუქციის მოსმენას, ყოველთვის მათზე მორგებული დახმარების რჩევის მოსმენას ამჯობინებს.
 - პირველ შთაბეჭდილებას, პირველ 30 წამს, “აუდიტორიის ყურადღების დაჭერისთვის“ ყველაზე დიდი მნიშვნელობა აქვს.
 - კარგი პრეზენტაცია ფილმივითაა – მსმენელი საკუთარი ცხოვრებისეული გამოცდილების პრეზენტაციის სთორისთან

იდენტიფიცირებას უნდა ახდენდეს. რის შედაგადაც ჩნდება სპიკერის მიმღებლობის, აღიარების და ემპათიის განცდა.(forbes.ge)

„ზოგადი რიტორიკის“ მიხედვ. ყველა რიტორიკული ოპერაცია დაფუძნებულია ხაზოვანი დისკურსის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან თვისებაზე, კერძოდ, იმაზე, რომ ის შეიძლება დაიყოს უფრო და უფრო მცირე ზომის ერთეულებად. დაყოფა გრძელდება როგორც გამოხატულების, ისე შინაარსის პლანში, იქამდე, სანამ არ მიიღწევა ე.წ. ატომური, დაუშლელი ერთეულის დონე; გამოხატულების პლანში ჩვენ მივადწევთ განმასხვავებელი ნიშნების დონეს, ხოლო შინაარსის პლანში – სემის დონეს.

აღსანიშნავია, რომ ორივე შემთხვევაში დაყოფის ბოლო დონე არის „ინფრაენობრივი“. არც განმასხვავებელი ნიშნები და არც სემა არ შეიძლება არსებობდეს ენაში ექსპლიციტურად, დამოუკიდებელი ფორმით. მეტყველებაში რეალურად წარმოდგენილი სემანტიკური ერთეულები გვხვდება სემის დონეზე. ყველა მნიშვნელობის მქონე ერთეული, რომელიც მონაწილეობს ტექსტის ფორმირებაში, განიხილება, როგორც ელემენტების ერთობლიობა, რომელთაგან თითოეული შედის ერთ წინასწარ განსაზღვრულ ერთობლიობაში (ჯგუფი , 1970/1986:62-63). წინამდებარე სქემაში ისრები მიუთითებს დაყოფის დონეებს შორის ურთიერთკავშირზე, ხოლო თითოეულ ენობრივ დონეს შეესაბამება გარკვეული ტიპის მეტაბოლა [ნ. კონჩელიაშვილი, ქართული მჭერმეტყველების ტექსტების ლინგვისტიკური ანალიზი: ტროპის სახეები, თბილისი 2020.გვ.31].

მსოფლიო პოლიტიკური ლიდერების, სამხედრო სარდლებისა თუ სამოქალაქო აქტივისტების გამოსვლები გარკვეულ ისტორიულ მონაკვეთს წარმოაჩენს. გამორჩეულ სიტყვებზე საუბრისას, პირველ რიგში, დადებითი ემოციის ან მნიშვნელობის გამოსვლებს გულისხმობენ. თუმცა ისტორიაში საკუთარი ადგილი ისეთ სიტყვებსაც უჭირავთ, რომლებიც მსმენელთა მოტყუებასა და დემოკრატიული ღირებულებებით მანიპულაციაზე იყო გათვლილი. როგორც ბრიტანელი ისტორიკოსი, საიმონ სებაგ მონტეფიორე აღნიშნავს, გამოსვლები შეიძლება ასახავდეს კონკრეტული ისტორიული მონაკვეთის სინამდვილეს, ან პირიქით – მის დამახინჯებულ აღქმას. ორატორები ხშირად აპელირებენ თავისუფლებაზე

აქცენტრები და დემოკრატიული ღირებულებებით. სწორედ ამიტომ, ლენინისა და ჰიტლერის მსგავსი სიტყვები მწარე ისტორიულ გაკვეთილებს წარმოადგენს.

ისეთი გამოსვლები რომელიც არ არის ცნობილი და მიუღებელია ფართე აუდიტორიისათვის, ავტორის მიერ სიტუაციის შეფასების უუნარობას გამოხატავს. ბრიტანეთის პრემიერმა, ნევილ ჩემბერლენმა 1938 წელს შეთანხმება გააფორმა ჰიტლერთან, რომლითაც ნაცისტ დიქტატორს ჩეხეთის ნაწილი პრაქტიკულად აჩუქა. სულ რამდენიმე თვის შემდეგ, ჩემბერლენის დაშოშმინების პოლიტიკის კრაზი დადასტურდა. თუმცა თავად პრემიერ-მინისტრი თვლიდა, რომ მიუნხენის შეთანხმებით მშვიდობას მიაღწია. ბრიტანეთში ჩასვლისთანავე, პრემიერმა აეროპორტში ააფრიალა ჰიტლერის ხელმოწერილი ქაღალდი, რომელსაც ჩვენი დროის მშვიდობა უწოდა, შემდეგ კი ბრიტანელებს მშვიდი ძილისკენ მოუწოდა.

ხშირ შემთხვევაში გამორჩეული ორატორების ნაწილი საკუთარ გამოსვლებზე თვითონ მუშაობდა და ამზადებდა. მათ შორისაა, ამერიკის 35-ე პრეზიდენტი ჯონ კენედი. მან საკუთარი საინაუგურაციო სიტყვა ორი თვით ადრე მოამზადა, ამისათვის მან დიდი ენერჯია და შრომა ცადო რათა ყოფილიყო ფართე აუდიტორიისათვის მისაღები. კენედიმ თავისი პირველი მიმართვა ამერიკელი ხალხისადმი დაასრულა ფრაზით – ნუ იკითხავთ, რით დაგეხმარებათ ქვეყანა, იკითხეთ, რით შეძლებთ საკუთარი ქვეყნის დახმარებას (თუმცა ეს ფრაზა, განსხვავებული ფორმულირებით, ამერიკის 30-ე პრეზიდენტს, კელვინ კულიჯს ეკუთვნის). დანარჩენ მსოფლიოს კენედიმ განუცხადა, რომ ამერიკისთვის მოწყალებას კი არ დალოდებოდნენ, არამედ ერთად ებრძოლათ მსოფლიოში მშვიდობის განსამტკიცებლად.

პრეზიდენტის მეორე სიტყვამ, რომელიც 1963 წელს ბერლინში, კედლის აღმართვიდან ორი წლის შემდეგ წარმოთქვა, სრულად წარმოაჩინა მისი ორატორული ნიჭი. კენედიმ კედლის აღმართვას კაცობრიობის შეურაცხყოფა უწოდა. მისი ფრაზა, რომ ნებისმიერი თავისუფალი ადამიანი ბერლინელია, მას შემდეგ მრავალ გამოსვლაში, სხვადასხვა ვარიაციებით განმეორდა. მაგალითად, 2008 წლის აგვისტოში სენატორმა ჯონ მაკკეინმა თქვა: დღეს ჩვენ ყველანი ქართველები ვართ. კენედის ამ გამოთქმასთან სახუმარო ისტორიაცაა დაკავშირებული. კენედიმ

ბერლინელებისადმი სოლიდარობის ნიშნად განაცხადა: Ich bin ein Berliner, რაც თარგმანში ნიშნავს – მე ბერლინიდან ვარ. თუმცა ბერლინელები საკუთარი წარმომავლობის აღსანიშნავად არტიკლს (ein) არ ხმარობენ. არტიკლის დამატებით, კენედიმ განაცხადა, რომ ბერლინური ჟელეიანი დონატი გახლდათ. თუმცა მეორე მოსაზრებით, უარტიკლოდ თქმის შემთხვევაში, კენედი შეცდომას დაუშვებდა, რადგანაც წარმოშობით ბერლინიდან არ იყო. მიუხედავად ყველაფრისა, კენედის სიტყვები სამუდამოდ დარჩა ბერლინელებისა, და არა მხოლოდ მათ, მეხსიერებაში.

გამომსვლელები ხშირად იმავე ადგილას მომხდარი ან მსგავსი მოვლენის აღსანიშნავ წარმოთქმულ სიტყვასთან ავლებენ პარალელს. კენედის ვიზიტიდან 24 წელიწადში, 1987 წელს, ბერლინს მეორე ამერიკელი პრეზიდენტი, რონალდ რეიგანი ეწვია. რეიგანის გამოსვლა ეხმაურებოდა კენედის სიტყვას და შინაარსობრივათაც არანაკლები იყო. თუ კენედი ბერლინს საბჭოთა კავშირის ძლიერების ზენიტში ეწვია, რეიგანის ვიზიტის დროს მსოფლიო ხედავდა კომუნისტური წყობილების გახრწნილებას. რეიგანის გამოსვლა ეხებოდა და და წარმოაცენდა კომუნიზმის ნაკლოვან მხარეს. კენედის გამოსვლის მსგავსად, ისიც შეიცავდა ისეთ შინაარს და რომელიც გერმანულ ტექსტები განმარტავდნენ. მაგალითად, მონაკვეთს პოპულარული გერმანული სიმღერიდან: სადაც უნდა ვიყო, რასაც უნდა ვაკეთებდე, მაინც ყოველთვის მაქვს ჩემოდანი ბერლინში. მან აღნიშნა, რომ თავისუფლებას ვერაფერი დაამარცხებს და პირდაპირ მოუწოდა საბჭოთა კავშირის პრეზიდენტს: ბატონო გორბაჩოვ, დაანგრეთ კედელი! ბოროტების სიმბოლო თავად ბერლინელებმა დაანგრიეს 1989 წელს, რასაც ქალაქისა და შემდეგ გერმანიის გაერთიანება მოჰყვა. როგორც რეიგანმა განაცხადა, შეიძლება არსებობდეს მხოლოდ ერთი ბერლინი, ვერც კედელმა და ვერც მისმა ამგებმა ბოროტების იმპერიამ კი თავისუფლების შემოტევას ვერ გაუძლეს.

აღსანიშნავია ისეთი დიადი ორატორების გამოსვლები რომლებიც ისტორიაში წარუშლელი კვალი დატოვა. რომლებმაც მაგალითი მისცა თანამედროვე ორატორებს სიტყვით მიმართონ აუდიტორიას სიტყვით და მოიპოვონ აუდიტორიის ნდობა. ამის ნათელ მაგალითს წარმოადგენს მარტინ ლუთერ კინგის 1963 წლის,

ვაშინგტონში ლინკოლნის მემორიალთან წარმოთქმული ფრაზა, მე მაქვს ოცნება, ფრთიან გამონათქვამად იქცა. ის ხშირად გვხვდება ჰოლივუდურ ფილმებსა თუ ლიტერატურულ ნაწარმოებებში. კინგის ეს სამი სიტყვა უკეთესი მომავლის რწმენის სიმბოლო გახდა. თუმცა მარტინ ლუთერ კინგის გამოსვლაზე არსებობს მოსაზრება, რომ მან საკუთარი სიტყვის ნაწილი პირდაპირ სხვადასხვა ნაწარმოებებიდან და სხვა ადამიანების გამოსვლებიდან გადმოიღო. მიუხედავად ყველაფრისა, კინგის გამოსვლასა და მის ფრაზას მნიშვნელობა სწორად შერჩეულ დროსა და საჭირო კონტექსტში მოხსენიებამ მიანიჭა.

მეთაურების სიტყვები განსაკუთრებული პათოსითა და სიმარტივით გამოირჩევა. ამერიკის მესამე არმიის მეთაურმა, ჯორჯ პატონმა, საკუთარ ჯარისკაცებს ნორმანდიაში გადასხმის წინ მიმართა. მან აღნიშნა, რომ შინისაკენ გზა – ბერლინზე გადიოდა. გერმანიის დედაქალაქში კი პირადად აპირებდა ნაბიჭვარი ნაცისტი დიქტატორის მიხვრეტას. თავის ჯარისკაცებს უთხრა, რომ წლების შემდეგ შვილიშვილებისთვის შეეძლოთ სიამაყით მოეყოლათ, თუ როგორ იბრძოდნენ გადარეულ, უფრო სწორედ კი son-of-a-goddamned-bitch ჯორჯ პატონთან ერთად ევროპაში.

ზოგიერთ გამოსვლას კონკრეტული მიზანი აქვს. მის მაგალითად რიჩარდ ნიქსონის 1973 წლის აპრილის გამოსვლა გამოდგება. ის ამერიკელებს არწმუნებდა უოთერგეითის საქმის მიუკერძოებელ გამოძიებაში. მისი თქმით, არ შეიძლებოდა თეთრი სახლის სკანდალი მოსახლეობის ყურადღების მიღმა დარჩენილიყო, როდესაც რეალურად მის მიჩქმალვას ცდილობდა. სკანდალის მიუხედავად, საგარეო პოლიტიკური მიღწევების გამო, ნიქსონი სიცოცხლის ბოლომდე ინარჩუნებდა ავტორიტეტს და ამერიკის შემდეგი პრეზიდენტები ხშირად მიმართავდნენ რჩევისთვის. ნიქსონის შესაძლებლობები დებატებში და მისი ორატორული ნიჭი აისახა ბრიტანელ ჟურნალისტ დევიდ ფროსტთან, 1977 წლის ინტერვიუების სერიაში.

სიტყვა გამოხატავს წარმომთქმელი ადამიანის პიროვნებას. გამოსვლის მანერა და შინაარსი ადამიანის ფსიქოლოგიური პორტრეტის დახატვის

შესაძლებლობას იძლევა. ეკონომიკური კრახის შემდეგ, 1933 წელს, ფრანკლინ დელანო რუზველტის გამოსვლამ ხაზი გაუსვა მის ლიდერულ თვისებებს: ჩვენ მხოლოდ საკუთარი შიშის უნდა გვეშინოდეს.

ამერიკის პრეზიდენტები, პარტიული კუთვნილების მიუხედავად, გამოსვლებისას ყოველთვის მოიხსენიებენ ღმერთს. ეს ამერიკული იდეის გამორჩეულობას უსვამს ხაზს.

ჯორჯ ბუშმა, 2001 წლის 11 სექტემბერს, ტერაქტიდან რამდენიმე საათში მიმართა ამერიკელ ხალხს. მის გამოსვლაში ხაზი გაესვა ამერიკელი ხალხისათვის ყველაზე ძვირფას ღირებულებებს – დემოკრატიასა და თავისუფლებას: დიადი ხალხი საკუთარ დიად ქვეყანას დაიცავს... ამერიკა მსოფლიოში თავისუფლების შუქურაა და არავის შეუძლია ხელი შეუშალოს მას ნათებაში. ბუშმა გამოსვლა 23-ე ფსალმუნიდან ციტატით დაასრულა: “უკუნი სიბნელით მოცულ ხევში დავაბიჯებ, მაგრამ ბოროტება არ მაშინებს, რადგან შენა ხარ ჩემთან”.

გამოსვლა არა მხოლოდ ტექსტზე ან ორატორზეა დამოკიდებული. მათი უმრავლესობა სწორ დროსა და სწორ ადგილზეა შესრულებული. სიტყვებს მნიშვნელობას ჟამთა სვლაც სძენს – ისტორიული გამოცდილება აჩვენებს ამა თუ იმ ადამიანის შეფასებების სისწორეს ან მცდარობას. ჭეშმარიტად ძლიერი გამოსვლების ისტორიულ ღირებულებას, დროის გასვლა მხოლოდ და მხოლოდ აძლიერებს. (shtslider.blogspot.com)

ორატორული სიტყვის აგების რამდენიმე მეთოდი და პრინციპი გამოიყენება. მატ შორის მტავარია ინდუქციის, დედუნქციის, ანალოგიის კონცენტრირების, საფეხურებრივი მეთოდები და მასალის განთავსების ისტორიული (ქრონოლოგიური) და სივრცული პრინციპები.

საჯარო სიტყვით გამოსვლის დროს ხშირად ორატორები თეზისებსაც მოიშველიებენ. ამიტომაც ეს თეზისები უნდა იყოს უტყუარი, რათა დაარწმუნოს აუდიტორია და გაამყაროს სასაუბრო თემა. თეზისი აგრეთვე არ უნდა შეუცავდეს შინაგან წინააღმდეგობებს, მისი ნიშანი ტექსტის ლოგიკურად გამართულობაა. უტყუარობას კი ფორმალური ლოგიკის ორი კანონი უზრუნველყოფს: წინააღმდეგობისა და გამორიცხულის კანონები.

IV თავი

სოციალური კვლევა

ნაშრომში გამოკვეთილი პრობლემების უფრო ნათლად ასახვისთვის, ჩავატარეთ შერჩევითი, კვლევა არის ალბათური, იგი მიმდინარეობდა 6 დღის განმავლობაში (დაიწყო 05,07,2021 და დასრულდა 11,07,2021). გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 107-მა ადამიანმა. ჩატარების მეთოდს რაც შეეხება, ეს იყო ინტერნეტის საშუალებით, გამოყენებულია ე.წ. „GOOGLE“ კითხვარი. კვლევა შედგებოდა ღია და დახურული კითხვებისაგან, მიღებული მონაცემების საშუალებით გაკეთდა ანალიზი. გამოყენებული კითხვარი იყო შემდეგი სახის:

- 1) სქესი
 - მდედრობითი
 - მამრობითი
- 2) ასაკი
 - 18-25
 - 31-40
 - 41- 50
 - 51-ზემთ
- 3) განათლება
 - საბაზისო საფეხური
 - სრული ზოგადი
 - უმაღლესი
- 4) ხართ თუ არა დასაქმებული?
 - დიახ
 - არა
- 5) თქვენი აზრით რა არის დარწმუნების მეთოდი
 - სოციალური გავლენის მოხდენა
 - ძლიერი არგუმენტები
 - ფსიქოლოგიური გავლენის მოხდენა
- 6) ეყრდნობა თუ არა დარწმუნების მეთოდები ფაქტებს?
 - ეყრდნობა
 - ნაწილობრივ
 - არა

- 7) რამდენად სწორად მიგაჩნიათ დარწმუნების მეთოდების გამოყენება პრაქტიკაში ?
 სწორად მიმაჩნია
 არასწორად მიმაჩნია
 ნაწილობრივ მიმაჩნია
- 8) რა არის დარწმუნების მეთოდების გამოყენების მთავარი მიზანი?
 დაარწმუნოს აუდიტორია ჭეშმარიტებაში
 ინფორმაციის გადაცემა
 მნიშვნელოვანი საკითხებზე მსჯელობა
- 9) საჯარო გამომსვლელისათვის რა საკითხია მნიშვნელოვანი?
 ის რაზეც საუბრობს
 აუდიტორია
 ფორმალური მხარე
 ვიზუალური მხარე
- 10) საჯარო გამომსვლელისთვის რა დამახასიათებელი ნიშან თვისება უნდა გააჩნდეს?
 ორატორული ნიჭი
 იუმორის უნარი
 პუბლიკის მართვის უნარი
 ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი
- 11) თანამედროვე ტექნიკური პროგრესი ჩრდილავს თუ არა გამომსვლელის უნარ-ჩვევებს?
 კი
 არა
 ნაწილობრივ
- 12) აქვს თუ არა განათლებას წვლილი შეტანილი ორატორულ უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებაში?
 ადამიანს თანდაყოლილი უნარი გააჩნია
 ეტაპობრივად სწავლობს
 შრომის შედეგად აღწევს
 შესაბამისი განათლების შემდეგ უყალიბდება
- 13) შეუძლია თუ არაწარმომადგენელმა წარმოაჩინოს საკუთარი თავი მთლიანად გამოსვლის დროს?
 შეუძლია
 არ შეუძლია
 ნაწილობრივ შეუძლია
- 14) შეიცავდეს უნდა თუ არა გამომსვლელის ტექსტი დარწმუნების ელემენტებს, იქნება თუ არა ასეთი ტექსტი სრულყოფილი?
 აუცილებლად

არ უნდა შეიცავდეს რადგან მის გარეშეც შეიძლება ტექსტი იყოს
სრულყოფილი
ნაწილობრივ შეიძლება დარწმუნების ელემენტების შეტანა

15) შესაძლებელია თუ არა იყოს გამომსვლელი ლიდერი?

უნდა იყოს

არ არის საჭირო

შესაძლებელია იყოს თუმცა სავალდებულო არაა

აუცილებლად ლიდერი უნდა იყოს გამომსვლელი

16) დაასაბუთეთ თქვენი აზრი როგორი შეიძლება იყოს საჯარო გამომსვლელი?

17) უკავია თუ არა თანამედროვე პერიოდში სიტყვისა და აზრის გამოხატვის
თავისუფლებას ყველაზე მნიშვნელოვანი ადგილი?? დაწერეთ თქვენი აზრი

18) რა უნდა იყოს გამომსვლელისთვის პრიორიტეტული?

ხმის ტემპრი საუბრისას

ფლობდეს შესტების ენას

მაქსიმალურად ცდილობდეს მოკლე დროსში დაასრულოს გამოსვლა

ქონდეს კარგი ორატორული უნარი

19) უნდა იყოს თუ არა საჯარო ტექსტი წესებსა და ჩარჩოებში მოქცეული?

რათქმაუნდა

ნაწილობრივ

არ არის საჭირო, რადგან შესაძლებელია გამომსვლელმა თემიდან თემაზე

გადავიდეს ეს კი საინტერესოს გახდის მის გამოსვლას

20) არის თუ არა საჯარო გამოსვლა რისკებთან დაკავშირებული და აისახება თუ არა
გამომსვლელის რეპუტაციაზე?

დიახ

არა

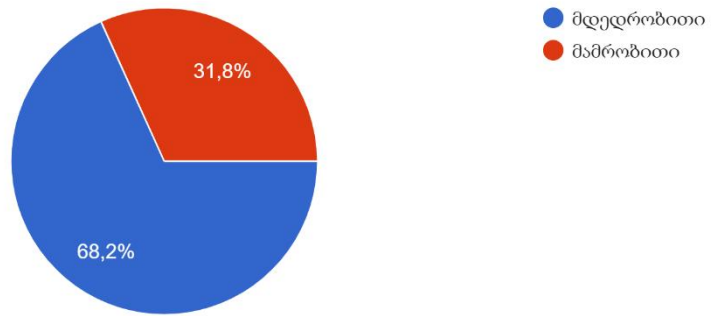
21) არის თუ არა გამომსვლელის წარმატება დამოკიდებული მხოლოდ მასზე?

არის რადგან მხოლოდ მის უნარზეა დამოკიდებული

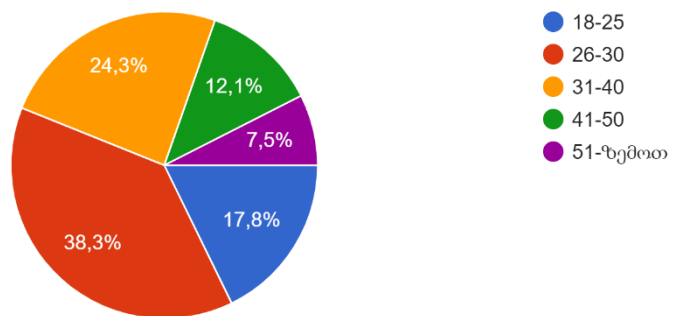
გამოსვლა სწორ დროსა და ადგილზე უნდა იყოს შერჩეული

მხოლოდ არსებულ ტექსტზეა დამოკიდებული

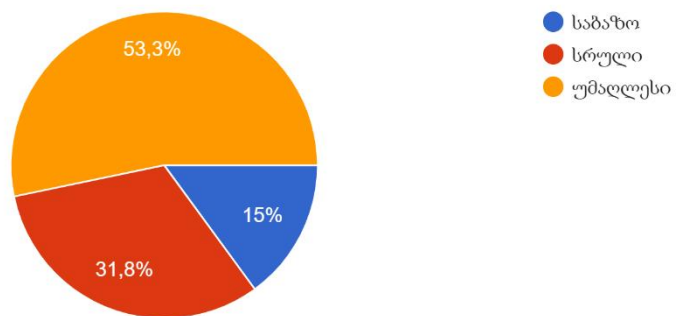
სქესი
107 ответов



ასაკი
107 ответов

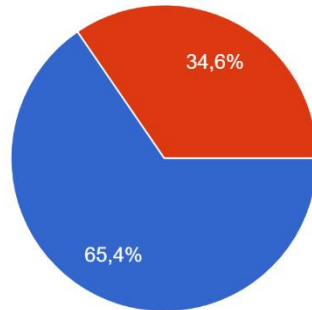


განათლება
107 ответов



ხართ თუ არა დასაქმებული?

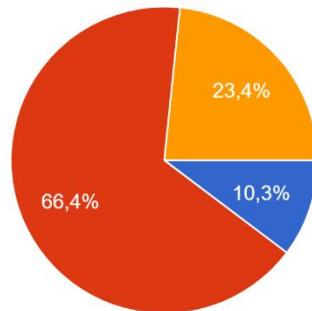
107 ответов



- დაიხ
- არა

თქვენი აზრით, რა არის დარწმუნების მეთოდი?

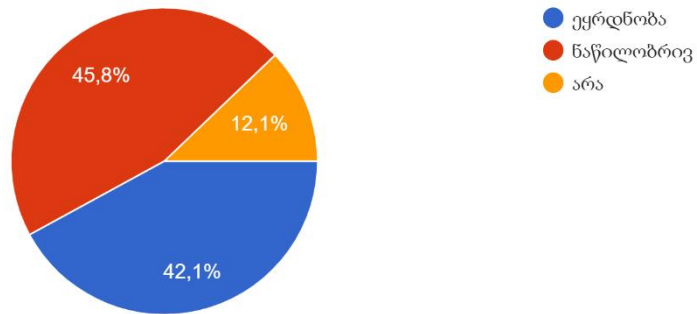
107 ответов



- სოციალური გავლენის მოხედენა
- ძლიერი არგუმენტები
- ფსიქოლოგიური გავლენა

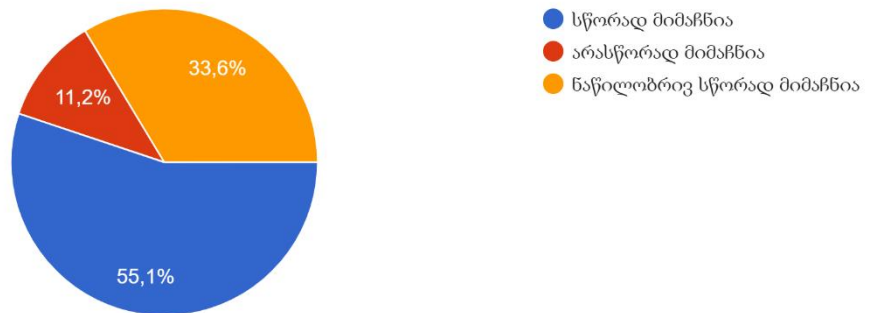
ეყრდნობა თუ არა დარწმუნების მეთოდები ფაქტებს?

107 ответов



რამდენად სწორად მიგაჩნიათ დარწმუნების მეთოდების გამოყენება პრაქტიკაში?

107 ответов



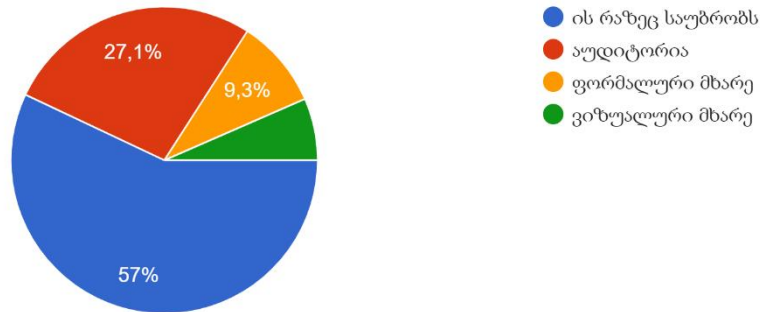
რა არის დარწმუნების მეთოდების გამოყენების მთავარი მიზანი?

107 ответов



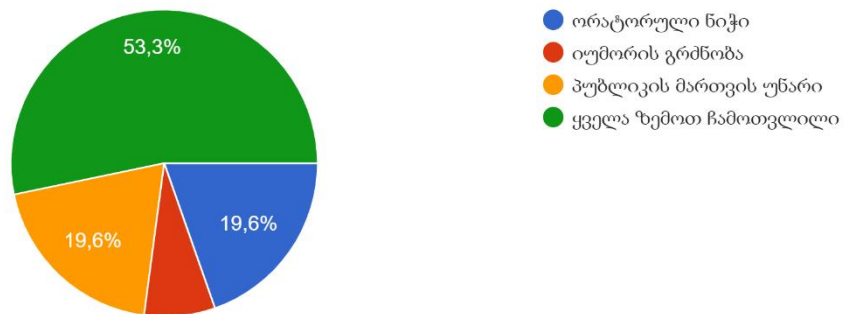
საჯარო გამომსვლელისათვის რა საკითხია მნიშვნელოვანი?

107 ответов

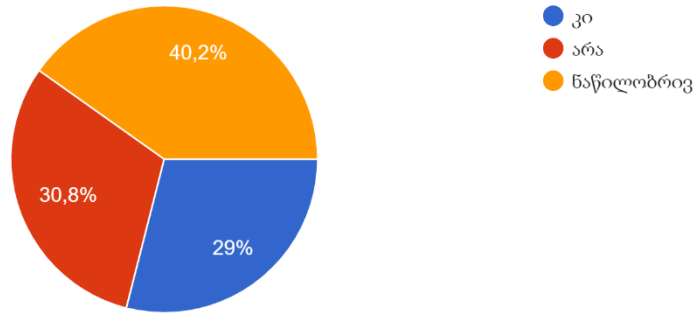


თქვენი აზრით, საჯარო გამომსვლელის მთავარი ნიშან თვისებას რა წარმოადგენს?

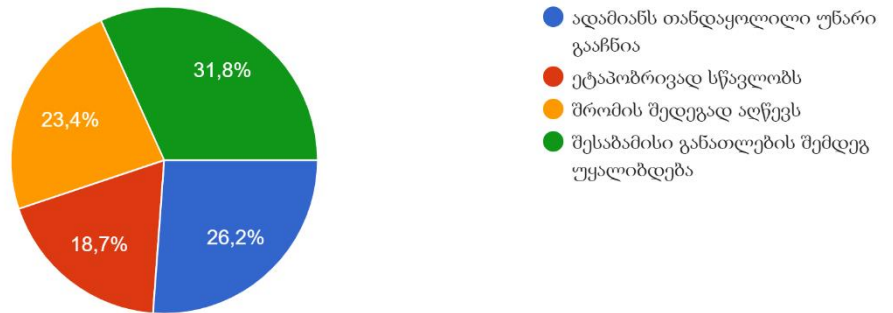
107 ответов



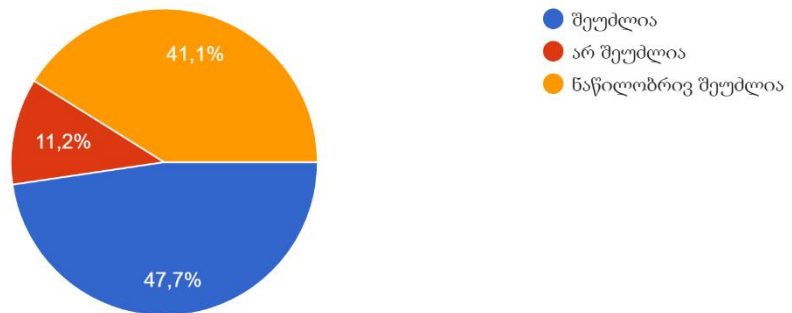
თანამედროვე ტექნიკური პროგრესი ჩრდილავს თუ არა გამომსვლელის უნარ-ჩვევებს?
107 ответов



აქვს თუ არა განათლებას წვლილი შეტანილი, ორატორული უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებაში?
107 ответов

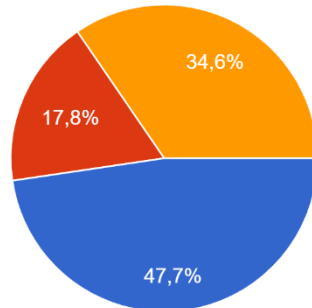


შეუძლია თუ არა წარმომადგენელმა წარმოაჩინოს საკუთარი თავი მთლიანად გამოსვლის დროს?
107 ответов



შეიცავდეს უნდა თუ არა გამომსვლელის ტექსტი დარწმუნების ელემენტებს?

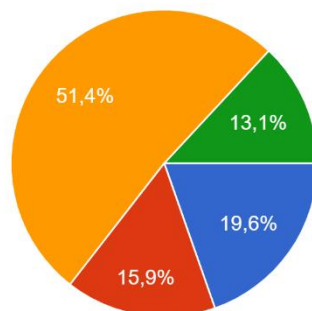
107 ответов



- აუცილებლად
- არ უნდა შეიცავდეს, რადგან მის გარეშე შეიძლება ტექსტი იყოს სრულყოფილი
- ნაწილობრივ შეიძლება დარწმუნების ელემენტების შეტანა

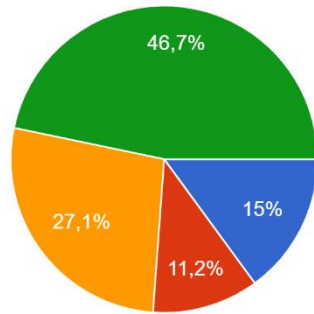
უნდა იყოს თუ არა გამომსვლელი ლიდერი?

107 ответов



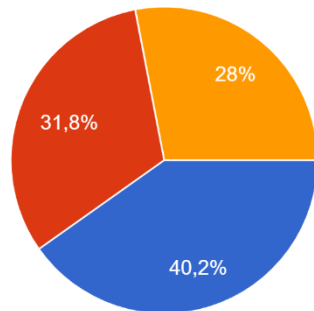
- უნდა იყოს
- არ არის საჭირო
- შესაძლოა იყოს, თუმცა სავალდებულო არაა
- აუცილებლად ლიდერი უნდა იყოს გამომსვლელი

რა უნდა იყოს გამომსვლელისთვის პრიორიტეტული?
107 ответов



- ხმის ტემბრი
- ჟესტების ენის ფლობა
- მაქსიმალურად ცდილობდეს მოკლე დროსში დაასრულოს გამოსვლა
- ქონდეს კარგი ორატორული უნარი

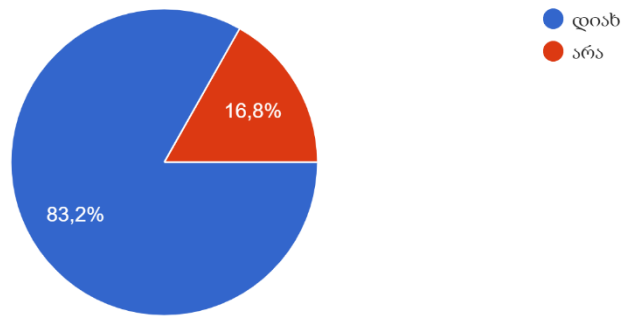
უნდა იყოს თუ არა საჯარო ტექსტი წესებსა და ჩარჩოებში მოქცეული?
107 ответов



- რა თქმაუნდა
- ნაწილობრივ
- არ არის საჭირო, რადგან შესაძლებელია გამომსვლელმა თემიდან თემაზე გადავიდეს ეს კი საინტერესოს გახდის მის გამოსვლას

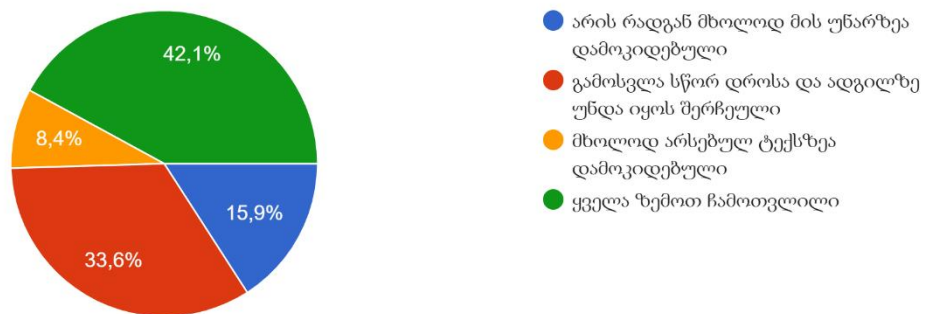
არის თუ არა საჯარო გამოსვლა რისკებთან დაკავშირებული და აისახება თუ არა გამომსვლელის რეპუტაციაზე?

107 ответов



არის თუ არა გამომსვლელის წარმატება დამოკიდებული მხოლოდ მასზე?

107 ответов



კვლევის ანალიზი

ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგები ასე გადანაწილდა: გამოკითხულთა უმრავლესობას წარმოადგენთ მამაკაცები 82%, ხოლო ქალები 31%. ასაკობრივი ზღვარი იწყებოდა 18 წლიდან. გამოკითხულთა უმეტესობა ნახევარზე მეტი უმაღლესი განათლების მქონე ადამიანები იარსებენ, აგრეთვე ნახევარზე მეტი აგრეთვე არის დასაქმებული კატეგორია.

კვლევის ძირითად თემას დარწმუნების მეთოდების გამოყენებას პრაქტიკაში წარმოადგენდა. გამახვილებული იყო ყურადღება საჯარო გამოსვლის თაობაზე. კვლევის დასასრულს შედეგი შემდეგნაირად გადანაწილდა: გამოკითხულთა უმრავლესობამ, დაახლოებით 66% -მა დარწმუნების მეთოდების ყველაზე თავარ ელემენტად ძლიერი არგუმენტები დაასახელა. კითხვაზე, თუ რა არის გამომსვლელისათვის მნიშვნელოვანი, გამოკითხულთა უმრავლესობა 57% უპასუხა, ის რაზეც საჯარო გამომსვლელი საობრობს, ხოლო 27% აუდიტორია დაასახელა. კვლევაში ერთ-ერთი აქტიური კითხვა იყო რომელიც დღევანდელი რეალობიდან გამომდინარეობს, ჩრდილავს თუ არა საჯარო გამომსვლელის უნარ-ჩვევებს ტექნიკური პროგრესი? რომლის შედეგიც შემდეგნაირად განვითარდა 29% თვლის რომ უშლის ხელს, 30,8% არ უშლის ხელს და დადებითი შეფასება აქ, ხოლო 42,2%-ს მიაჩნია, რომ ტექნიკური პროგრესი ნაწილობრივ აფერხებს კარგი გამომსვლელის განვითარებას. კითხვაზე თუ რა წვლილი მიუძღვის განათლებას ორატორული უნარ-ჩვევების ჩამოყალიბებაში შედეგები ასე გადანაწილდა 31,8% თვლის, რომ შესაბამისი განათლების მერე უყალიბდება, 26,2% თვლის რომ ადამიანს გააჩნია თანდაყოლილი უნარი, 23,4% ფიქრობს, რომ დიდი შპრომა და პრაქტიკა სჭირდება, რაც შეეხება პასუხს ეტაპობრივად სწავლობს 18,7% გასცა პასუხი.

პასუხს კითხვაზე არის თუ არა რისკებთან დაკავშირებული და ახდენს თუ არა საჯარო გამოსვლა რეპუტაციაზე თითქმის უმრავლესობამ 83,2%-მა უპასუხა დადებითად, ხოლო 16% მა უარყოფითად უპასუხა.

რაც შეეხება დაწერილ თუ ზეპირ კითხვას გამოკითხულთა თითქმის უმრავლესობა თანხმდებოდა იმ აზრს რომ დარწმუნება და მისი მეთოდების გამოყენება პრაქტიკაში ძალიან მნიშვნელოვანია. ამასთანავე საჯარო გამომსვლელს უნდა ქონდეს კარგი ლექსიკური მარაგი, იყოს კარგი ორატორი და ქონდეს პუბლიკის ხელში აყვანისა და მართვის უნარი.

კვლევის მიზანს წარმოადგენს, თუ რა შეხედულებები აქვს საზოგადოებას დარწმუნების ხელოვნებაზე, საჯარო გამოსვლაზე. არის თუ არა ერთმანეთთან კავშირში რა დადებითი და უარყოფითი მხარეები გააჩნია.

დასკვნა

ამრიგად, ნაშრომში განვიხილეთ დარწმუნების მეთოდები და ხერხები, გამოვყეთ რა არი მთავარი, უძველესი პერიოდიდან დღემდე: როგორ მიმდინარეობს საჯარო გამოსვლები და ზოგადად დიპლომატიური ურთიერთობები, კამათი და პოლემიკა ურთიერთობის დროს და გამოვყეთ მთავარი არსი, მიზანი და თემატიკა.

აღნიშნული ნაშრომი ასახავს იმ არსებულ რეალობას, რომელიც დღესდღეობით ურთიერთობებს შორის არსებობს. თემის წერის პროცესში გამოიკვეთა არსებული პრობლემა, ხარვეზები, რომელის აღმოფხვრაც შესაძლებელია, უნდა დაიხვეწოს. დღევანდელ რეალობაში საჯარო გამომსვლელები არ გამოირჩევიან ორატორული ნიჭით და მათი საგამომსვლელი ტექსტის არ არის სრულყოფილი.

კვლევისა და ანალიზის მიხედვით დადგინდა, თუ როგორი უნდა იყოს საჯარო გამომსვლელი, როგორი უნდა იყოს ტექსტი, როგორ წარმართოს გამოსვლა, რომ ჩაითვალოს წარმატებულად, როგორი უნდა იყოს ტექსტი იმ აუდიტორიისთვის განკუთვნილი, რომელსაც მიმართავს, როგორ აიყვანოს პუბლიკა და ა.შ.

და ბოლოს აღსანიშნავია, რომ სხადასხვა სახის ურთიერთობებში, მოლაპარაკებასა თუ საჯარო გამოსვლებში მნიშვნელოვანი როლი უკავია მასმედიას, რომელიც კომუნიკაციის გამცემი ფართო წყაროა. თავის მხრივ ბევრი რამ მედიაზე შეიძლება იყოს დამოკიდებული და მისი წვლილი თანამედროვე თავისუფალ, დემოკრატიულ სახელმწიფოში ძალიან დიდია.

დანართი

დაასაბუთეთ თქვენი აზრი, როგორი შეიძლება იყოს საჯარო გამომსვლელი?
განათლებილი,ორატორული უნარის მქონე, იუმორის მქონე, პუბლიკის მართვის შემძლე
ვფიქრობ საჯარო გამომსვლელი ჯერ საკუთარ თავში უნდა იყოს ჩამოყალიბებული თავდაჯერებული, პრინციპული, სამართლიანი და მიზანდასახული უნდა იყო მისი აზრი სხვებისთვის იყოს სრულყოფილი კარგად გასაგები ამავროულად მისი სიტყვები სხვებისთვის იმედის, მაგალითის მომცემი უნდა იყოს.
ფაქტებით მოსაუბრე
უნდა ქონდეს კარგი ლექსიკური მარაგო
ყველა ზემოთ ჩამოთლილი ნიშან_თვისებებით აღჭურვილი უნდა იყოს ლიდერი და რაც მთავარია უნდა იყოს სამართლიანობის მოყვარული
მოწესრიგებული, პუნქტუალური, დეტალებზე ორიენტირებული და რაც მთავარია უნდა ფლობდეს აუდიტორიის ხელში აყვანის უნარს
თავდაჯერებული, სიმართლის მთქმელი
მტკიცე.თავდაჯერებული
ლიდერი კარგი თვისებებით.მნიშვნელოვანია სახის გამომეტყველება და გადმოცემის ნიჭი დამაჯერებლობა თუ როგორ საუბრობს.
გაწონასწორებული, ორატორული ნიჭის მქონე, განათლებული და კარგი ლიდერი პუნქტუალური .
ორატორი
განათლებული
ლიდერის უნარ -ჩვევებით
განათლებული
განათლებული,ქონდეს კარგი ორატორული უნარი და მისი გამოსვლა სწორე დროსა და ადგილზე უნდა იყოს შერჩეული.
ლიდერი, ორატორი, თავდაჯერებული სიტყვის წარმოთქმის დროს
ძლიერი მიზანდასახული ნიჭიერი გადმოცემის კარგი უნარით აღჭურვილი
საჯარო გამომსვლელი უნდა იყოს კარგად მოსაუბრე და განათლებული
კარგად მოსაუბრე განათლებული
თავდაჯერებული, პროფესიონალი, და უნდა ესმოდეს ის ლ, რაზეც საუბრობს
განათლებული და გამბედავი !!
თავდაჯერებული, განათლებული. უნდა იცნობდეს მასის ფსიქოლოგიას და მათზე ზეგავლენის მოხდენა შეეძლოს.
ძლიერი და არგუმენტებით აღწერილი თავისი მოსაზრება...

პუნქტუალური.
დავდაჯერებული
უნდა ქონდეს ლიდერის უნარები იუმორის გრძნობა და დარწმუნების უნარი
სალართლიანი.
თავდაჯერებული
შეეძლოს თემის ირგვლივ დასაბუთებული არგუმენტების მოყვანა
საჯარო გამომსვლელი უნდა იყოს განათლებული, ფლობდეს გამომსვლელისათვის საჭირო უნარ-ჩვევებს და ერკვეოდეს დღევანდელ გეოპოლიტიკურ სიტუაციაში მეტნაკლებად
საკუთარ თავში დარწმუნებული...□
ლაკონური, კარგი ორატორი, ორგანიზებული
მას უნდა გაჩნდეს ორატორული ნიჭი და სევე პუბლიკის მართვის უნარი
მართალი, რეალური არგუმენტებით უნდა ამყარებდეს თავის საუბსრს
maxali pasuxismgeblobit axjurvili pirovneba
saxi azrovnebis sando adamiani
საკუთარ თავში დარწმუნებული
საჯარო გამომსვლელი უნდა იყოს მომზადებული სრულყოფილად, უნდა განავრცოს თემა და დამაჯერებელი უნდა იყოს საუბარი, უნდა იყოს მზად კითხვებისთვის და არგუმენტებისთვის.
ნიჭიერი, მიზანდასახული მიზანსწრაფული და რათქმაუნდა კარგი ორატორი
აქტიური
თავდაჯერებული, პროფესიონალი, თავისი საქმის, პროფესიის კარგი მცოდნე
ყვრლაფერზე წამსვლელი
Sakutar tavshi darwmunebuli da unda metyvelebdes sworaad, unda shezlos martva auditoriis.
პასუხისმგებლიანი
ის უნდა იყოს თავისუფალი და დამოუკიდებელი
თავისი საქმის მცოდნე, პროფესიონალი და კარგი დადმოცემის უნარის მქონე
molaparakw kwtilsindisieri
qonxes leqsiuku maragi
kargi mosaubre
pasuxosmgebliani in
kargi oratori
pasuxismgebliani ndobit axjurvili piri
avtoritetuli pirovneba
pasuxismgebliani ganatlebulinadamiani
kargad saubrodbes sando da ganatlebuli
Ganatlebuli

gamoircheodes kargi leqsikuri maragit da
maxali pasuxisgeblobit axsanishnavi pirovneba
Lideri
unda iyos zlieri tavidajerili da unda qondes publikis martvis unari
kargi oratori da iumoris mqone
kargi ganatlebisa sa leqsikuri maragis adamiani
sando da mjermetyveli pirovneba
ganatlebuli da avtoritetuli
pasuxismgebliani da shesabamisi unaris mqone lideri
Kargi
Dqmajerebeli
Ki
Ki
Ki
Cici
Ki
K
G
Ka
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
თავდაჯერებული, მიზანსწრაფული და კარგად გაცვითცნობიერებული
თავისი თავი კარგად უნდა წარმოაჩინოს
მისი გამოსვლა უნდა იყოს საზოგადოებისთვის საინტერესო და დამაჯერებელი
გამომსვლელი უნდა იყოს ჭკვიანი და გონიერო, მისი გამოსვლა ხალხისთვის საინტერესო უნდა იყოს
ქეთილსინდისიერი და ჭკვიანი, რაც მთავარია მისი გამოსვლა საინტერესო უნდა იყოს
საინტერესო
კი
კი
კი ის

Vdv
კიი
ჭკვიანი და საინტერესო
დინჯი და ჭკვიანი
kargi mosaubre da ganatlebuli pirovneba
kargi gamomsvleli yovelvis unda iyos momZadebupi da pasuxismgebliani sando pirovneba ganatlebuli sando avtoritetuli
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
რათქმაუნდა
kargi mosaubrepublika eom.aiyvanos xelshi da kargi iumosri

უკავია თუ არა თანამედროვე პერიოდში, სიტყვისა და აზრის გამოხატვის თავისუფლებას, ყველაზე მნიშვნელოვანი ადგილი??
კი რათქმაუნდა
რათქმაუნდა, ნებისმიერ ადამიანს აქვს სიტყვის გამოხატვის უფლება, და ჩვენს ცხოვრებაში დიდი როლი უკავია.
დიახ
ნაწილობრივ
ნაწილობრივ უკავია თუმცა უკეთესად უნდა ეკავოს ეგ ადგილი რადგან ერთხელ და სამუდამოდ აღმოიფხვრას ყველანაირი სამართლობა ჩვენს ქვეყანაში
რა თქმა უნდა
უკავია
კი
დიახ
ნაწილობრივ
არა
კი
კი
კი

დიახ
კი
დიახ
დიახ აზრის გამოხატვის უფლება თითოეულ (ადამიანს)მოქალაქეს გააჩნია
უმთავრესად ადგილი უკავია ესარის დემოკრატიის მთავარი არსი
სიტყვისა და აზროვნების თავისუფლება ერთ ერთი მნიშვნელოვანი წინაპირობაა დემოკრატიული სახელმწიფოს ჩამოყალიბებაში
კი
კი
ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ლიბერალიზმის ეპოქაში.
კი უკავია
დიახ.
დიახ
დიახ
წესით უნდა ეკავოს.
კი
რათქმაუნდა
თანამედროვე ცხოვრებაში სიტყვისა და აზრის გამოხატვის თავისუფლებას წამყვანი ადგილი უჭირავს დემოკრატიული და თავისუფალი საზოგადოების ჩამოყალიბებაში, მაგრამ ეს არ უნდა ხდებოდეს სხვისი პირადი უფლებების დარღვევის ხარჯზე.
ყველაზე მნიშვნელოვანი სამწუხაროდ მხოლოს ფურცლებზე და არა რეალობაში.
კი
კიი
ნაწილობრივ
ratqmaunda ert erti yvelaze mnishvnelovania sityvisa da azris gamoxatvis tavisupleba
ratqmaunda yvelaze mtavari dxes esaa
დიახ
დიახ
კი
დიახ უკავია
დიახ
კი
Ki
დიახ
კიი მე ვფიქრობ რომ თანამედროვე ეპოქაში აზრის თავისუფლების წყალობით ვაღწევთ იმას რაც ჩვენ გვსურს

30
yvelaze mnishvnelovani adgili
ki ukavia
Ratqmaunda
yvwlaze.mnishvnelovani adgili ukavia
yvelaze mtavari sityvis gamoxatulebaa
tavisupali sityvisad aazris gamoxatuleba demokratiis garantia
Ratqmaunda
ki ukavia
ki ratqmaunda
ki ukavia
Tavisupali neba es aris umtavresi gamoxatuleba
Ki
ki ukavia
ki ukavia
ratqmaunda radgan tanamedrove periodshi sityvisa da azris gamoxatuleba ert erti yvelaze mnishvnelovania
ki ratqmaunda
ratqmaunda ukavia
ratqmaunda ki
Ratqmaunda
რათქმუნდა ერთ ერთი მნიშვნელოვანია
Ki
Ki
Ki
Ki
Mi
Ki
Ki
K
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki

Ki
რათქმაუნდა უკავია
რათქმაუნდა
რათქმაუნდა უკავია
რათქმაუნდა
დიახ
დიახ
კი
კი
კი
Bsb
კი
რათქმაუნდა
დიახ
tavisuplebis da demokratiis garanti aris pirvel rigshi tavisupali sityva da azris gamoxatva
yvelaze mnishvnelovani da mtavaria tanamedrove periodshi
ratqmaunda
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
demokratiis ganmsazxvrelis erti erti nishan-tvisebaaa

თქვენი რეკომენდაციები არსებულ საკითხთან დაკავშირებით მნიშვნელოვანია რომ დარწმუნების ელემენტების შეტანა შესაძლებელია მეტად საინტერესო გახადოს თემა

დარწმუნების მეთოდი ცხოვრება ხშირად ვიყენებ რაღაც მეტი ნდობა და იმედი ქონდეთ ადამიანებს ჩვენს მიმართ, უფრო საინტერესო და საიმედო ვიყოთ მათ ცხოვრებაში, მაგრამ დარწმუნების მეთოდი არუნდა იყოს ვინმესთვის საზიანო, ვფიქრობ არავინ უნდა ისარგებლოს ბოროტად ვინმეს ცხოვრებაში ამ მეთოდით. დამაკმაყოფილებელია და წარმატებებს გისურვებთ..

გამოსვლელი კარგად უნდა იცნობდეს აუდიტორიას და კარგად იცოდეს ის დაკიტი რაზეც უნდა ისაუბროს
მეტი სამართლიანობა ყველა ლიდერის აუცილებელი დევიზი უნდა გახდეს ცხოვრებაში
შენი აზრი უნდა დააფიქსირო ისე რომ სხვას არ მიაყენო შეურაცხყოფა და არ მოახვიო თავს.
არ მაქვს
წარმატება მიიღწება შრომით
საჯარი გამომსვლელი უნდა იყოს განათლებული ,პატიოსანი და სანდო პიროვნება
საჯარო გამოსვლა აუცილებლად უნდა ემყარებოდეს არგუმენტაციას და დარწმუნების ელემენტებს
რაც მთავარია გამოსვლა სწორ დროსა და ადგილზე უნდა იყოს შერჩეული..
გამომსვლელს უნდა ქონდეს კარგად საკითხი შესწავლილი რათა შეძლოს აუდიტორიისთვის ახსნა და დაარწმუნოს თუ რაოდენ მნიშვნელოვანია სამომავლოდ მისი ახსნილი პროექტი...
შეკითხვები საკმაოდ საინტერესოა და გაცემული პასუხები იძლევა საშვალებას ადამიანის პორტრეტის დახატვის.
წინ ხედვა და სამართლიანობაა მთავარი
იყოს დარწმუნებულუ საკუთარ თავში და არგუმენტებში...ბოლომდე იცოდეს ის თემა რასაც წარადგენს აუდიტორიის წინაშე
დარწმუნების მეთოდი და კამათთან დაკავშირებული პრობლემები საჯარო გამოსვლების დროს აქტუალურია და დღევანდელ სამოქალაქო საზოგადოებას და პოლიტიკელს ძალიან ჭირდებათ.ამ საკითხების გათვალისწინება კი ნიშნავს საზოგადოების კონსტრუქციულ რეჟიმში ნორმალურ ცხოვრებას.

კარგი კითხვარია
mnishvnelovani gamomsvlellma iset sakitxebze isaubros romelic saintereso iqneba sazogadoebistvis
darwmunebis elementebis shetana TiTqmis yvela saxis irtiirtobashi aucilebelia
ჩემი აზრით გამომსვლელმა უნდა შეარჩიოს სასაუბრო თემა ადგილის და აუდიტორიის მიხედვით და მისი თემა უნდა მოიცავდეს სრულ განხილვას.
საჯაროობა ყოველთვის სამართლიანი და მტკიცე უნდა იყოს
შრომისმოყვარეობა , პროფესიის სიყვარული და კარგი განათლება არის ყველა საჯარო მოხელისათვის მთავარი ... საჯარო მოხელე უნდა იყოს გულწრფელი და მართალი ,რადგან საზოგადოება ადგვილად ხვდება სიყალბეს
მეტი სიცრუე
კარგია და ესე გაგრძელდეს
mnishvnelovania mosaubres qonses lwqsikuri maragi
sajaro gamosvli dros mnishvnelovania gamoiyenebodes swore taqtika
isealuri orators unda qondes shesabamisi ganatleba
kargia namushevari
kargi unda iyos oratori
sajaro gamomsvleli kargi adamiani ndobit axjurvili piri unda iyos
lideri jkviani da ganatlebuli unda iyos
ki mnishvnelovania ganatlebis miXeba rom.chamoyalibdes kargi oratori
sajarongamomsvleli da zogadat urtiertobis dros adamiani unda iyos tavadajerili da tavaziani ganatleba aris mtavari romelic miznisken miiyvans imistvis rom kargi oratori viyot
tema saintereso da aqtualuria
.....
.....
tema zalian saintereso da kargad shemushavebui kitxvebia warmatebebi
kargi namushevaria warmatebebi
''''
Vvvb

darwmunebis metodebis gamoyeneba sajaro gamosvlis ert erti winapirobaa rom iyos srulyopili
, see
Vetanxmebi
Sauketeso
Ok
Kargia
Carmatebebi
Ki
Ki
Uf
Vav
Good
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
Ki
კვიქრობ ადამიანი დარწმუნების მეთოდი სწორად და კეთილსინდისიერად უნდა იყენებდეს.
ქარწმუნების მეთოდი უნდა იყოს კეთილ სინდისიერად გამოყენებული
ვფიქრობ დარწმუნების მეთოდი კეთილსინდისიერად უნდა იყოს გამოყენებული
დარწმუნების მეთოდი სწორად და კეთილსინდისიერად უნდა იყოს.
რაც მთავარია დარწმუნების მეთოდი ნებისმიერ სფეროში უნდა იყოს კეთილსინდისიერად გამოყენებული
ყველა სფეროში უნდა იყოს დარწმუნების მეთოდი კეთილსინდისიერად გამოყენებული
კი
კი
კი
კი
კეთილად უნდა იყენებდეს ადამიანი დარწმუნების მეთოდს ნებისმიერ სფეროში.
დარწმუნების მეთოდს ნებისმიერი ადამიანი იყენებს საქმიანობასა თუ პროფესიასთან დაკავშირებით თუმცა ეს მეთოდი სწორად და კეთილსინდისიერად უნდა იყოს გამიზნული

darwmunebais elwmentebis gamoyeneba nebismieri urtiertobis pormis mnishvnelovani nawilia

ratqmaunda sarwmunebis elwmentwbis shetana sajaro gamosvla teqstshi aucilebela

darwmunebis shesaxeb sakitxebi aqtualuri da mnishvnelovania

Ki

Ki

Ki

Ki

Ki

Ki

Ki

ratqmaunda ert erti mnishvnelovania imistvis rom gamomsvlelis sityva iyos srulyopili

ბიბლიოგრაფია

- 1) ი.ჟვანია, გ კვიციანი -ლიდერი და ლიდერობა;
 - a. ე.ბარათაშვილი, ნ.ბაკაშვილი, ნ.ფარესაშვილი ბ.გეგზია, დ.მესხიშვილი - თანამედროვე ბიზნეს სტრატეგიები;
- 2) ს.ხიზაშვილი, ა.ყულიჯანაშვილი, ლ.წიქარიძე - საქმიანი ურთიერთობის კულტურა, თბილისი2007;
- 3) თ. ჯგოდაშვილი
- 4) tabula.ge ;
- 5) cinergia.ge;
- 6) Lerning.ena.ge
- 7) Ka.everaoh.com
- 8) Ka.warbletoncouncil.org
- 9) Shtslider.blogstop.com;
- 10) გ.ჯოლია, ვ.სართანია - მოლაპარაკების თეორია და პრაქტიკა
- 11) ნ. კონჩელაიშვილი - ქართული ჭერმეტყველების ტექსტების ლინგვისტიკური ანალიზი, თბილისი 2020