

TAMOP – 2.4.5-12/7 2012-0062

**ÜZLETVITEL A GYAKORLATBAN AZ
ILPEA MUNKATÁRSAINAK
5.MODUL**

A kommunikáció

TARTALOM:

1. A kommunikációról
2. A kommunikációs folyamat elemei
3. A kommunikáció gátjai
4. A jó kommunikáció kulcspontjai
5. A stílus
6. A kommunikáció fajtái:
 - 6.1. Verbális és non-verbális kommunikáció
 - 6.2. Formális/informális kommunikáció
 - 6.3. Intra- és interperszonális kommunikáció
 - 6.4. Nyilvános kommunikáció

1. A kommunikációról

A kommunikáció az ötletek és információk megosztása.

A kommunikációs folyamathoz szükséges a feladó, a címzett és az átadni kívánt üzenet.

Effektív a kommunikációs folyamat, ha a címzett az üzenetet megkapta és megértette olyan módon és mértékben, ahogyan azt a küldő átadni kívánta.

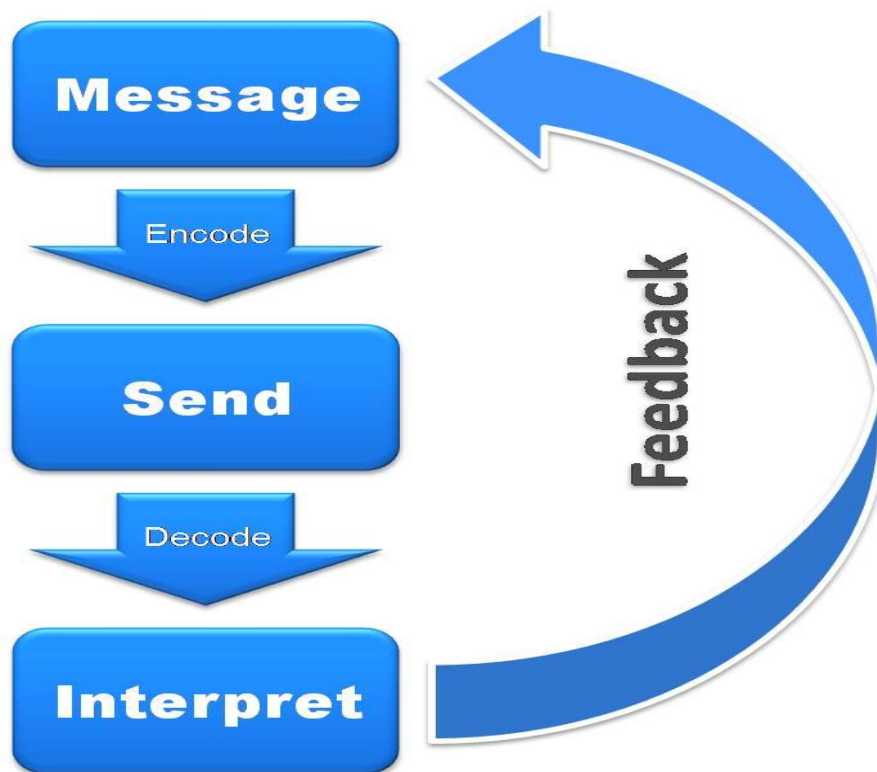
Általános hiba, hogy az üzenet átadásán van a hangsúly, nem pedig a célba érkezés milyenségén. A kommunikáció legyen kétirányú!

2. A kommunikációs folyamat elemei

Feladó - megfogalmaz (kódol) egy ötletet vagy **üzenetet** – a kommunikációs **csatornán** keresztül jut el az üzenet a **címzett**hez, aki megkapja azt, vagy reagál rá (dekódolja).

A címzett válaszként létre hozza a saját üzenetét és kommunikálja azt a feladónak (**visszacsatolás**).

A kommunikáció kétirányú folyamat, amennyiben az átvétel képessége ugyanolyan fontos, mint az átadás képessége. A sikeres kommunikáció érdekében a visszacsatolás rendkívül fontos – megmutatja, mennyiben sikerült az üzenet átadása.



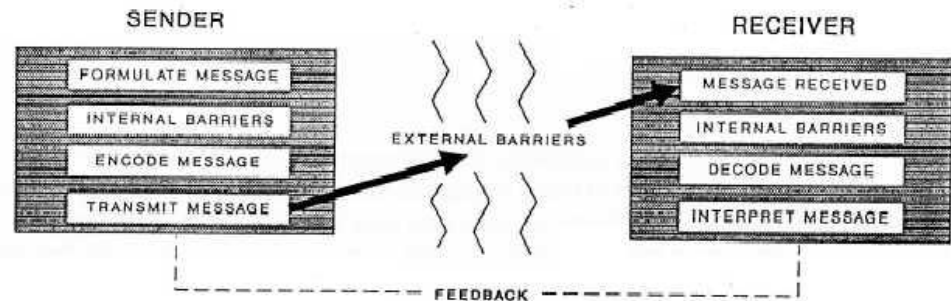
3. A kommunikáció gátjai

Külső

- Zaj
- Idő
- Környezet

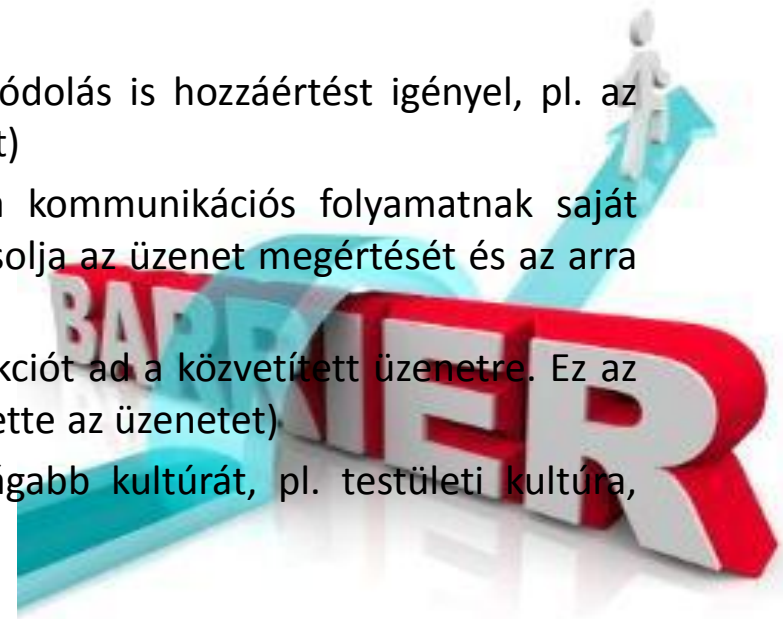
Belső

- **Fizikai** (idő, környezet, kényelem, szükségletek, stb.)
- **Kulturális** (etnikai, vallási, kulturális és szociális különbségek)
- **Érzékelés** (érzékelési különbségek)
- **Motivációs** (motiváció hiánya)
- **Tapasztalat** (használat hiánya)
- **Érzelmi** (pillanatnyi személyes érzések)
- **Lingvisztikai** (különböző nyelv vagy szókincs)
- **Non-verbális** (nem szavakhoz kötött üzenet)
- **Kontextus** (az adott szektor helyzete, nyilvános tér, figyelem – magas/alacsony)
- **Mód** (az üzenet küldési módjának különbözősége).



A kommunikációs gátak minimalizálása

- **Forrás** (a témában jártasság és tisztánlátás, az információ legyen hasznos és pontos)
- **Üzenet** (precíz, a címzett igényeihez és megértési lehetőségeihez igazított)
- **Kódolás** (az üzenet előkészítése a lehetséges konfúziós források figyelembe vételével, mint például kulturális különbségek, helytelen feltételezések és hiányzó információk)
- **Csatorna** (a megfelelő kommunikációs csatorna megválasztása – verbális, akár személyes találkozások, telefon- és videokonferencia; meghívók, email-ek, emlékeztetők és riportok készítése)
- **Dekódolás** (amint a sikeres kódolás, úgy a sikeres dekodolás is hozzáértést igényel, pl. az üzenet alapos átolvasását, vagy figyelmes meghallgatását)
- **Címzett** (a hallgatóság minden egyes tagja részese a kommunikációs folyamatnak saját ötleteivel és érzéseivel, melyekkel hozzájárul és befolyásolja az üzenet megértését és az arra adott választ)
- **Visszacsatolás** (a közönség verbális és non-verbális reakciót ad a közvetített üzenetre. Ez az egyetlen tény, mely bizonyítja, hogy megértette/félreértette az üzenetet)
- **Kontextus** (magában foglalja a környezetet vagy a tágabb kultúrát, pl. testületi kultúra, nemzetközi kultúra, stb.)



4. A jó kommunikáció kulcspontjai

KI	A hallgatóság	Kihez beszélni A hallgatóság igényeit ismerni Különböző hallgatóság, különböző üzenet
MIT	Az üzenet	A mondanivaló A cél Az ötlet előadásnak módja
HOGYAN	A stílus	Stílus, hozzáállás Verbális szöveg & non-verbális kommunikáció

5. A kommunikáció stílusa



Passzív-Asszertív-Agresszív

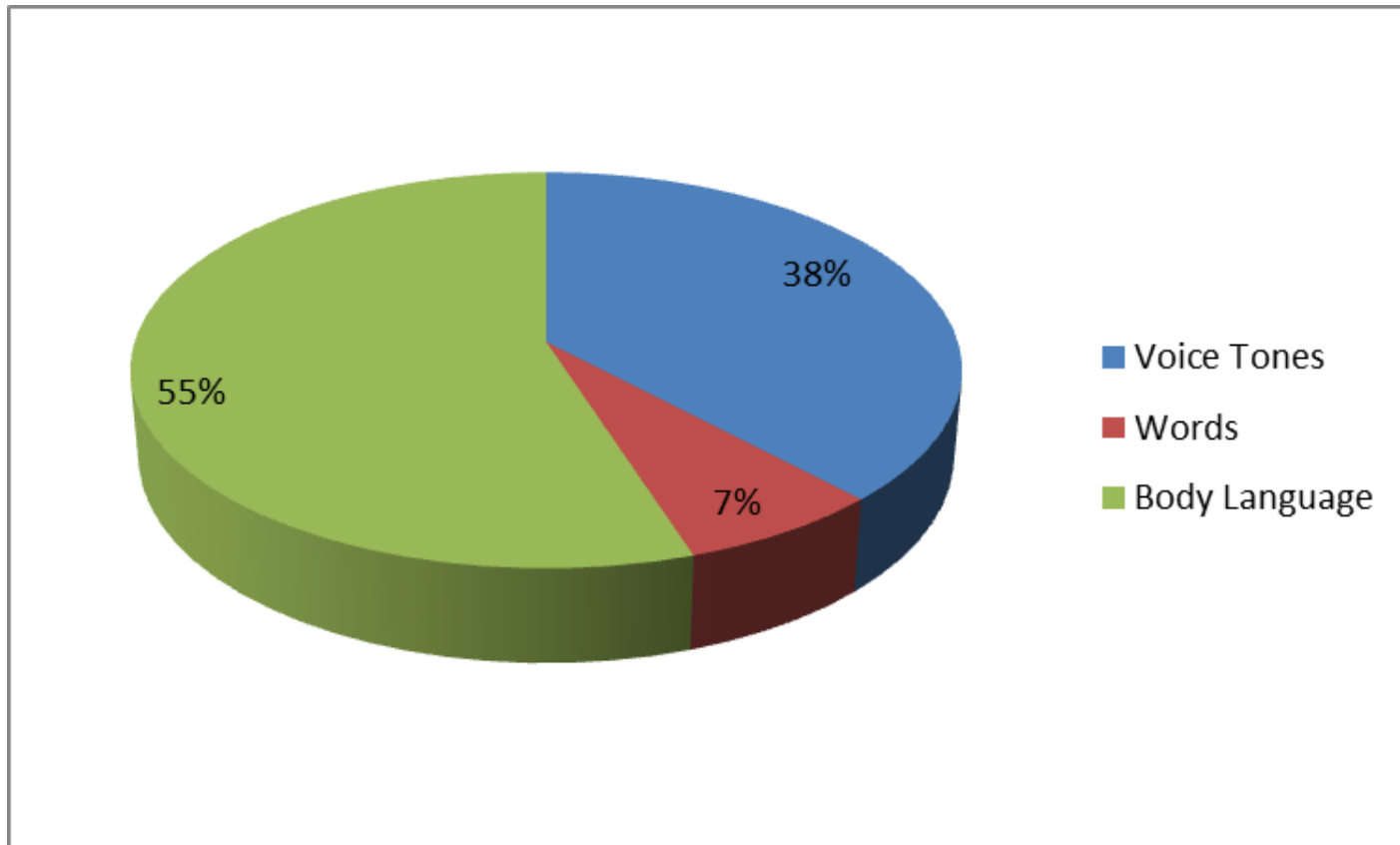
Passzív-A passzív személyiség-típus másokat maga elé helyez, magát alárendeltnek érzi. A passzív személyiség-típus lefelé, vagy elfelé néz, alárendeltségi érései vannak és hajlamos önmaga hibáztatására.

Asszertív- Az asszertív személyiség szerint a kommunikáció kulcsa az egyenrangúság. Az asszertív típusú emberek direkt szemkontaktust keresnek, határozottan beszélnek és erős az önbecsülésük, önérzetük és másoktól is tiszteletet kapnak.

Agresszív- Az agresszív személyiség magát felsőbbrendűnek érzi, hangosan beszélnek, jogukat érvényesítik, míg másokét hajlamosak megsérteni. Az agresszív típustól tartanak, nem tisztelik, alacsony az önbecsülésük.

6.1. Hogyan kommunikáljunk verbálisan és non-verbálisan?

Az üzenet átadásának elemei: A Mehrabian study



A verbális kommunikáció

- Szavak használata interakciós eszközként két vagy több személy között
- Lehet **szóbeli** vagy **írott**

Kutatások bizonyítják, hogy általában naponta 10-11 órában használunk verbális kommunikációt, mint beszéd, odafigyelés, olvasás, vagy írás.

A verbális kommunikáció közös formái a beszélgetés, beszéd, levelezés, újságok, magazinok, audio és video eszközök, telefonbeszélgetés, stb.



Non-verbális kommunikáció

Létezik szavak nélküli kommunikáció is.

Érzékszerveink – fül, szem, tapintás és szaglás is lehetnek a kommunikáció kódolói.



A non-verbális aktusok

- **Ismétlés:** megismételhető az üzenet, melyet verbálisan közvetítettek
- **Ellentét:** megcáfolható a közvetíteni kívánt üzenet
- **Helyettesítés:** helyettesíthető a verbális üzenet
- **Kiegészítés:** a verbális üzenethez többlet adható, vagy kiegészíthető
- **Hangsúly:** nyomtatékosítható, kiemelhető a verbális üzenet



Non-verbális kommunikáció

Mimika (Az emberi arc rendkívül kifejező, végtelen érzelem kifejezésére képes szavak nélkül is.)

Test pozitúrák (A non-verbális kommunikáció e formája magában foglalja a testhelyzetet, kiállást, testtartást, hozzáállást, finom mozdulatokat.)

Gesztusok (A gesztusok jelentése rendkívül változatos lehet kultúránként, régióként, odafigyelés szükséges az esetleges félreértések elkerülése végett.)

Szem kontaktus (A tekintettel sok minden kifejezhető, érdeklődés, jóindulat, ellenségeség, vagy vonzalom.)

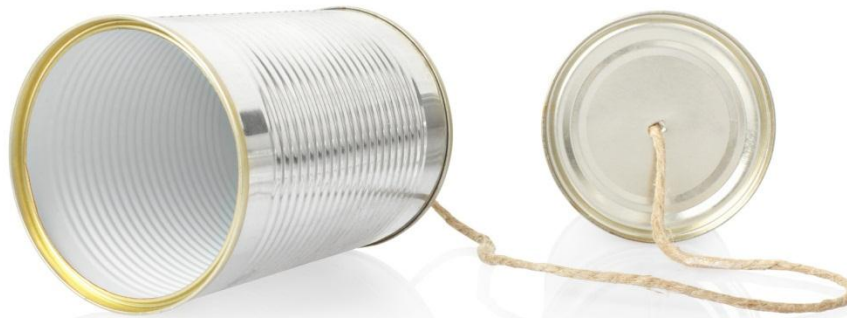
Érintés (A következők sorolhatók ide: határozott kézfogás, inkább félénk vállérintés, meleg ölelés, biztató hátveregetés, „atyai áldás”, kontrolláló karszorítás.)

Tér (A fizikai tér is használható a non-verbális kommunikáció során, pl. intimitás, agresszió, dominancia vagy gyengédség jelzéseként.)

Hang (Nem csak a mondanivaló, a közlés *milyensége* is lényeges, a hanghordozás tükrözhet szarkazmust, dühöt, gyengédséget, bizalmat.)

6.2. Formális/informális kommunikáció

A stílus és cél tekintetében két alapvető kommunikációs kategória létezik, saját karakterisztikával. Ezek a következők:



- **Formális kommunikáció:** szabályszerű, hivatalos stílus alkalmazása. Általában szakmai fórumokon, társasági, testületi megbeszéléseken, konferenciákon használt.
- **Informális kommunikáció:** hétköznapi beszélgetésekben használt. Család, barátok körében zajlik.

Formális kommunikáció

- Hivatalos levelezés
- Beadványok
- Nyilvános felszólalások



Ne használjunk szlenget, zsargont és
nem illendő nyelvezetet!

Informális kommunikáció

- Az informális kommunikáció segít a kapcsolatok kiépítésében.

6.3.

Intraperszonális kommunikáció

Először magunkkal kell tudnunk kommunikálni, mielőtt másokkal is megtennénk.

6.3. Interperszonális kommunikáció

Az információ-, érzelem-és jelentéscsere folyamata verbális és non-verbális üzeneteken keresztül – **szemtől-szemben kommunikáció.**



Szleng, zsargon, nem illendő nyelvezet használata nem tiltott.

Nyilvános kommunikáció

6.4.A nyilvános kommunikáció az üzenetek széleskörű küldését és érkezését jelenti a nyilvánosság felé/felől. A nyilvános kommunikáció lehet: *tömegtájékoztatás, közönségszolgálat, nyilvános felszólalás*.

Bármilyen esetben, melynek során az üzenetet az emberek nagy csoportja felé közvetítik.



A hatásos prezentáció

Előkészítés (Preparation)

- A hallgatóság felmérése
- Az előadás strukturálása
- Asszisztencia szervezése
- Helyszín ellenőrzése
- Gyakorlás
- Felkészítés

Cél (Purpose)

- Az előadásnak legyen célja és tartalma, mint figyelemfelkeltés, bemutatkozás, hitelesség megalapozása, stb.

Meggyőzés (Persuasion)

- Meggyőző-képesség elemzése, alkalmazása

Érzelmek (Passion)

- Érintettség és érdeklődés a téma iránt

Személyesség (Personality)

- A prezentáció teljes személyiséggel történő átélése



Kommunikációs eszközök

- **Média kapcsolatok** (sajtókonferencia, rövidhírek, sajtóközlemények, rádiós beszélgetés, újságokban, szaklapokban a témához fűződő megjelenések, témába vágó TV megjelenés).
- **Speciális publikáció, szórólap, poszter, képeslap, naptár.**
- **Direkt kommunikáció** (telefonhívás, weboldal, kerekasztal beszélgetés, konferencia, előadás, tréning, üzleti konferencia a szakértő nagyközönségnek, kereskedelmi vásárok látogatása, kereskedelmi centrumok, kórházak, iskolák, laktanyák, ... látogatása).
- **Nyilvánosság, promóciós anyagok.**



KONKLÚZIÓ

„Soha ne hidd, hogy **megfontolt,**
elkötelezett emberek kis csoportja
nem képes **megváltoztatni** a
világot; valójában csak ők képesek rá”

Margaret Mead