



ҰЙЫМДАҒЫ МІНЕЗ-ҚҰЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Коммуникациялар каналдары





Дәрістің мақсаттары:

1. Коммуникациялар каналдарын анықтау;
2. Дәлелді хабарламаларды автоматты және бақыланатын өңдеуді айыру;
3. Тиімді коммуникациялар үшін ортақ кедергілерді анықтау;
4. Мәдениет аралық тілдесулердің ықтималды проблемаларын қалай шешуге болатын білу.

Коммуникациялар каналы – хабарламаны алушыға жөнелту үшін пайдаланылатын арнайы маршрут немесе технология. Адамдар неге тілдесудің бір каналына қарағанда басқасына басымдық береді? Бұқаралық ақпарат құралдарының байлық моделі менеджерлер арасында каналды таңдауды түсінуге көмектеседі.

Каналдар ақпараттарды беру қабілетімен ерекшеленеді. Олардың кейбірінің келесідей артықшылықтары бар: (1) бір уақытта бірнеше сигналдарды өңдей алады; (2) жылдам кері байланысты жеңілдетеді және (3) өте жеке бола алады.

1. Бірнеше сигналдарды бір уақытта өңдеу;
2. Жылдам кері байланысты жеңілдету;
3. Өте жеке болу.

Өзгелері шектелген, себебі олар бұл факторларға аз мән береді. Бетпе бет сөйлесу каналдар толықтығының өте жоғары деңгейі болап табылады, өйткені ол байланыстың дәл мәнісін береді – көптеген ақпараттық каналдар (сөздер, дене тұрыстары, мимика, дене қимылы, интонациялар), жедел кері байланыс (вербальды да, вербальды емесі де), сонымен қатар, жеке қатысу.

Сызбада: Ақпараттық сигналдар: сөздер, дене тұрысы, ым-ишара, дене қимылдары, дауыс ырғағы.

Тікелей кері байланыс: вербалды, вербалды емес.

Жеке қатысу: көзбе көз байланысы.



Бұқаралық ақпарат құралдарының жоғары сапалы каналдарының өзге мысалдары (азау тәртібінде) видеоконференцияны, телефонмен сөйлесуді, сөз сөйлеуді және дауысты поштаны қамтиды. Ресми есептеу және бюллетендер секілді, сондай-ақ, жазба хаттар, хаттар, жазба репликалар және электрондық пошта жеке тұлғалық емес бұқаралық ақпарат құралдары молшылықта аз маңызға ие.

Нәтижесінде молшылықты каналдар бізге бақылауға мүмкіндік береді. Тілдесудің канадан тыс аспектілері бізге хабарламаның барлық мәнін түсінуге көмектеседі. Ал бұл аспектілер болмаған жағдайда жөнелтушінің эмоциялары мен қарым-қатынасын түсіну үшін басқа көмек сөздерді іздеуіміз қажет.



Коммуникациялардың әдістерін таңдау

Канал таңдау хабарламаның жалықтаратын болып табылу, табылмауына тәуелді. Жалықтыратын хабарламалар қарапайым және екі ойлы болып табылмайтын процеске ие; шектелген каналдар оларды тиімді тасымалдай алады. Жалықтыратын коммуникациялар, күрделі болуы мүмкін және түсінілуі қиын болу ықтамалдығы бар. Менеджер оларды тек молшылықты каналдарды таңдап қана тиімді бере алады.

Сізге, әрдайым алушыға ақпараттыңызды қабылдату қажет болған жағдайда ауызша коммуникация әдеттегідей үздік таңдау болып табылады. Мысалға, жаңа өнім үшін маркетингтік жоспарды клиенттің өзімен бірге әзірлеу қажет болып қалады, сол кезде сіз олардың сізбен ұсынылған әрбір идеяға реакциясын көре аласыз.

Алушы үшін байланыстың ең қолайлы әдісі қарастыруға тұрарлық; кейбір адамдар коммуникацияның жазбаша нысанына көңіл аударады, ал өзгелері талқылауды таңдайды. Мысалға, егер сіздің менеджеріңіз сізбен жолығуды талап етіп тұрса, сіз мұның орнына электрондық поштаны қолдана алмайсыз. Жылдам ауысып тұратын жұмыс жеке тілдесуді белсенді пайдалануы мүмкін, ал шектелген мерзімдік командалық жоба керісінше Skype видеоконференцияны жандандыруы мүмкін.

Зерттеулер сіздің не сөйлегеніңізге қарағанда сіздің дауысыңыздың дыбысы екі есе маңыздырақ екендігін көрсетті. Жақсы, таза және қоңыржай дауыс сіздің мансабыңызға көмектесуі мүмкін; ал қатты, талап етуші, тітіркендіретін, жетілмеген, фальцет немесе монодыбысты дауыстар сізге кедергі келтіруі мүмкін. Егер сізде дауысыңызбен қиындықтар туындап жатса, сіз өзгеріс енгізе алу үшін сіздің әріптестеріңіз сіздің хабардарлығыңызды арттыруға көмектесе алады немесе сіз сөйлеу және дыбыс бойынша тренердің көмегіне жүгіне аласыз.

Жазбаша хабарлама, әдетте күрделі әрі ұзын коммуникациялар үшін сенімді режим және ол қысқа хабарламалар үшін анағұрлым тиімді әдіс болуы мүмкін. Мысалға, екі сөйлеменнен тұратын сөз минуттық телефонмен сөйлесуді алмастыра алады. Алайда жазба хабарламада эмоционалды күй шектеулі екендігін ескеріңіз.

Сызбада: Каналдардың алуан түрлілігі берілген.

Есептер Хаттар E mail Кемшіліктер: Біржақтылық. Баяу нәтиже. Жеке емес.

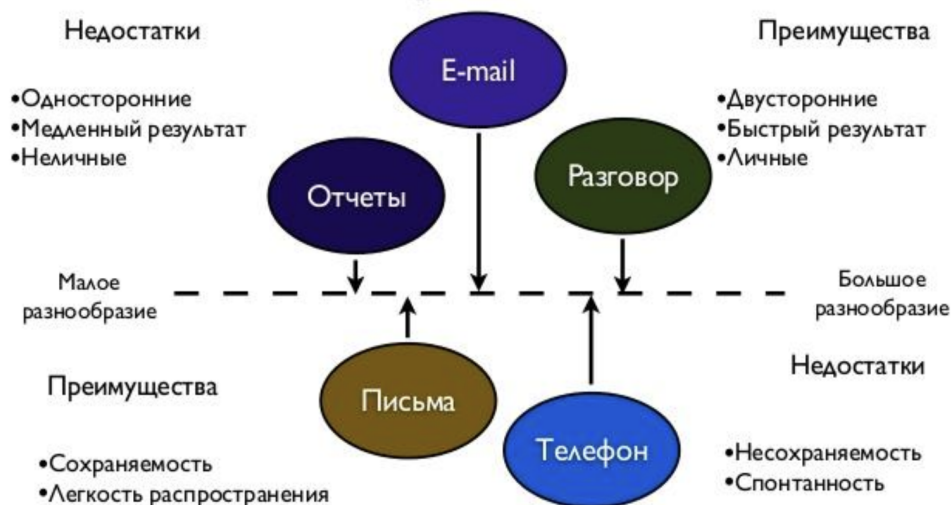
Артықшылықтар: Сақталатындығы. Оңай таратылуы.

Сұхбат Телефон Артықшылықтар: Екіжақты. Тез нәтиже. Жеке.

Кемшіліктер: Сақталмайтындығы. Аяқ астынан болатындығы.

Аз алуандылылық Көп алуандылылық

Разнообразие каналов





Ақпарат сезілетін, тексеруге болатын және «жазылғандығын» қаласаңыз, жазбаша хабарламаны таңдаңыз. Хаттар бизнесте бірінші кезекте, желілік және есептік жазбалар үшін, сондай-ақ, қолтаңба тең тұпнұсқалы болу қажеттігінде пайдаланылады. Сонымен қатар, сұхбаттасудан кейін жөнелту үшін өтініш білдіруші үшін өз қолымен жазылған алғыс жазба ең дұрыс таңдау болып табылады, ал қолмен жазылған конверттерді, хатшылармен ашылмастан, әдетте алушының жұмыс үстелінде қалдыруға болады.

Жалпы алғанда, сіз жедел хабарламаларға, олар кәсіби түрде бастамашылық етілген жағдайда және жауабыңыз қабылданатындығына сенімді болғанда ғана жауап беруіңіз қажет; сіздің әңгімеңіз кейіннен түзету енгізу үшін сақталмайтындығын есте сақтаңыз. Мәтіндер жөнелту және алу үшін өте арзан, және клиенттер мен менеджерлердің жылдам байланысы үшін қол жетімді. Дегенмен кейбір пайдаланушылар мен әкімгерлер мәтіндік хабарламаларды алаңдатушы ретінде қарастырады, сол себепті де алдымен кейбір хаттамаларды белгілеңіз. Блогтарды пайдалануды, орналастыруды және түсінік берулерді қысқартыңыз; екі нұсқада сіз ойлағаннан әлдеқайда жариялы және сіздің айтқан сөздеріңізді сіздің есіміңіз бойынша Google секілді іздестіру жүйесі арқылы оп-оңай тауып алуға болады.

Маңыздысы, коммуникациялардың вербалды емес аспектілеріне; бұл сигналдарды іздеуге, сондай-ақ, жөнелтуші сөздерінің дәл мағынасына мұқият болыңыз. Сіз вербалды және вербальды емес тілдесулер араларындағы қайшылықтарды нақты түсінуіңіз қажет. Мысалға, өзіңіз қол сағатына жиі қарай беретін қыз, өзінің не айтқанына қарамастан, әңгімелесуді доғаруды қалап тұрғанын хабарлап тұр. Біз ауызша нысанда бір хабарламаны айтып тұрып, мысалға, сенім, алайда «Мен сізге сенімді емеспін» деп вербальді емес нысанда керісінше айту арқылы өзгелерге жалған ақпарат таратамыз.

Ақпараттық қауіпсіздік

Қауіпсіздік, клиенттер мен қызметкерлер туралы жеке және құпия ақпараттары бар барлық ұйымдар үшін елеулі проблема болып табылады. Ұйымдар олардың қорғанысы үшін қажетті, бұрынғысынша картотекаларда сақталатын, өз қызметкерлеріне ғана сеніп тапсыра алатын аурухана пациенттерінің мәліметтері, физикалық жағдайы секілді электрондық ақпараттардың қауіпсіздігі туралы алаңдайды. Көптеген компаниялар ғаламтордың пайдалануын және электрондық поштадағы хабарламаларды белсенді түрде қадағалайды, ал кейбір компаниялар видео бақылауды және телефон әңгімелерін жазуды да пайдалануда. Бұның бәрі қажетті, алайда мұндай тәжірибе қызметкерлер үшін беймазалық болып көріні де мүмкін. Ұйым, ақпараттық қауіпсіздік саясатын құруға қызметкерлерді тарта отырып және олардың жеке ақпараттарының пайдалануына аз-кем бақылау бере отырып, қызметкерлерден туындауы мүмкін проблемалардан құтыла алады.

Біз коммуникациялардың бірқатар әдістерін талқыладық. Енді біз сіздердің назарларыңызды коммуникациялық нандырудың бір функциясына және хабарламаны аудитория үшін азды көпті дәлелді ете алатын ерекшелігіне аударамыз.

Автоматты және бақыланатын өңдеу

Нандыру процессі түсіну үшін, ақпаратты өңдеудің екі әртүрлі әдісін қарастыру пайдалы. Есіңізге түсіріңізші, сіз газдалған сусынды соңғы рет қашан сатып алдыңыз. Сіз брендті мұқият зерттедіңіз бе? Немесе жарнамасы жақсы болған сусынды сатып алдыңыз ба? Егер шындығымызды айтсақ, жылтыраған жарнамалар және әдемі ұрандар біздің тұтынушы ретіндегі таңдауымызға әсер етеді. Біз әдетте дәлелдемелерді және ақпараттарды үстірт қарастыруға қатысты автоматты өңдеуге сүйенеміз. Автоматты өңдеу аз уақытты және аз күш салуды талап етеді, сол себепті де оны сізге өте қатты ұнайтындармен байланысты, сенімді хабарламаларды өңдеу үшін пайдалану орынды.

Енді өмір сүру үшін тұрғылықты жерді соңғы рет қашан таңдау жасағандығыңызды қарастырайық. Сіз бәлкім, бұл аудан туралы бір нәрсе білетін сарапшыларды тартқан шығарсыз, бағалау туралы ақпараттарды жинаған шығарсыз және жалға алу немесе сатып



алудың шығыстары мен пайдаларын қарастырған шығарсыз. Сіз аса мұқият бақылау жасап, дәлелдемелер мен ақпараттарды жете қарастырдыңыз, фактілерге, цифрлар мен логикаға сүйене отырып, өңдеумен айналыстыңыз. Бақыланатын өңдеу күш салуды және қажырлылықты талап етеді және мұнымен айналысу үшін уақыты мен күшін сарп еткен адамды алдау қиынға түседі. Адамдарды үстірт немесе терең өңдеумен айналысу үшін не итермелейді? Қанекей, аудитория өңдеудің қандай түрлерін пайдаланатындығын, біз қалай анықтай алатындығымызды қарастырайық.

- Адамдардың сенімді хабарламаға жауап қатуда автоматты немесе бақыланатын процесті пайдаланатындығының ең жақсы предикторының бірі, оған олардың қызығушылығын танытуда болып табылады. Деңгейлер сіздің өміріңізде болатын шешімдердің әсер етуінің көрінісі. Адамдар нәтижелерге өте мүдделі болған жағдайда, олар ақпаратты аса мұқиятпен зерттейді. Бәлкім сол себепті де адамдар, анау айтқандай маңызды емес мәселеге қарағанда (мысалы, қандай сусын ішу?), аса маңызды шешім (мысалға, қайда өмір сүру?) қабылдау барысында аса көп ақпараттарды іздейді.

- Заттық саласы туралы жақсы хабардар адамдар, үлкен ықтималдықпен өңдеудің бақыланатын стратегиясын пайдаланады. Олар нақты бір әрекеттің барысы туралы барлық жақтайтын немесе қарсы әртүрлі аргументтерді ойластырып қойған, сондықтан, оларға өте жақсы және ақылға салынған себептер ұсынылмайынша, өз позициясын оңайшылықпен ауыстырмайды. Екінші жағынан, тақырып туралы нашар хабарландырылған адамдар, көп көлемдегі дәлелдемелер ұсынылмаған, барынша үстірт аргументтер негізінде-ақ өз пікірін оңай ауыстыруы мүмкін. Ең дұрысы хабардар ету.

- Сіз фильмді көру немесе көрмеу туралы шешім қабылдаудан алдында кем дегенде бес фильмге шолу жасап, оқып шығасыз. Мүмкін сіз сол баяғы бір жұлдыздар мен режиссерлердің фильмдеріне шолу жасайтын да шығарсыз. Егер бұл осылай болса, сіз, бәлкім ең дұрысы дәлелдемелер мен фактілерге көзі жеткен адамдардың тұлғалық келбетін тануға өте мұқтажсыз. Жете зерттемейтін адамдар, үлкен ықтималдықпен, өзінің ішкі түйсігі мен эмоциясына сеніп өңдеудің автоматты бағдарламасын пайдалануы мүмкін.

Тиімді коммуникациялардың кедергілері

Бірқатар кедергілер тиімді коммуникацияны бәсеңдетуі немесе бұрмалауы мүмкін, бізге білуіміз және азайтуымыз қажет кедергілер. Жөнелтушімен ақпаратқа әдейі айла шарғы жасау – сүзгілеуге жатады, сол себепті де алушы оны аса қолайлы қабылдайды. Бастығына, не естігісі келгенін айтқан менеджер – бұл ақпараттарды сүзгілеу.





Сызбада: Тиімді коммуникация (байланыс) кедергілері – Қабылдаудың таңдамалылығы. Сүзбелеу. Ақпараттың шамадан тыс болуы. Үнсіздік. Ақпараттың бұрмалануы берілген.

– Ішінара қабылдау маңызды, себебі қабылдаушы коммуникация процесі барысында өзінің үміті, мотивациясы, тәжірибесі, жағдайы және өзге де жеке сипаттамаларына тәуелді саралап көреді және естиді.

Сонымен қоса, жеке тұлғалар мәліметтерді өңдеу үшін шектеулі сыйымдылыққа ие. Біздің жұмыс істеуіміз қажетті ақпарат біздің есептеу қуаттылығымыздан асып кеткен жағдайда, нәтижелі ақпараттық шамадан тыс жүктелу болып табылады. Біз бұдан, онымен күрес жекелеген тұлғалар мен ұйымдар үшін үлкен проблемаға айналғанын көрдік.

Адамдар өздері сұрыптай және пайдалана алатын көлемдегіден көп ақпаратты иеленген жағдайда не болады? Олар таңдауға, елемеуге, беруге немесе ұмытуға бейім болады. Немесе олар, одан әрі өңдеуді шамадан тыс жүктелу жағдайы біткенге дейін қалдыруы мүмкін. Кез келген жағдайда, жоғалтылған ақпараттар және аса тиімді емес коммуникациялардың нәтижелері, оған қоса шамадан тыс жүктелумен жұмыс істеу аса маңызды.

Эмоциялар аса маңызды

Сіз бір хабарламаны, бақытты болған кездегіге қарағанда, ашулы немесе есіңіз шыққан кезде әртүрлі түсіндіре аласыз. Сондай-ақ, біз бір тілде тілдессекте, сөздер әртүрлі жастағы адамдар үшін әртүрлі мағынаны білдіреді. Адамның жасы және контексті мұндай айырмашылықтарға әсер ететін екі ең үлкен факторлар болып табылады.

Үндемеу – нәзік аспект

Үнсіздікті немесе тілдесудің жоқтығын елемеу оңай, себебі ол ақпараттардың жоқтығымен анықталады. Бұл жиі кездесетін қателік: тақырыпты игеру мүмкін еместігі немесе қызығушылық болмастан тілдесу үшін өз бетінше хабарлама болуы мүмкін. Үндеместік сондай-ақ ақпараттық шамадан тыс жүктелу нәтижесі немесе жауапты қарастыру үшін кідіріс кезеңі болуы да мүмкін.

Ұғыну аспектiсi

Бағалау бойынша, тұрғындардың 5-тен 20 пайызы әлеуметтік мазасыздану немесе сонымен байланысты діңкесіне тиетін мазасызданумен азап шегеді. Бұл адамдар ауызша тілдесуде, жазбаша хабарламаларда немесе екі жағдайда да шектен тыс қарбаластық және мазасыздық сезінеді. Олар өзге тұлғалармен бетпе бет тілдесуде қиыншылықтар сезінуі мүмкін немесе телефон соғу жылдам әрі орынды болатын кезде, жазбаларға немесе электрондық хаттарға сүйеніп, телефонды пайдалану қажет болған жағдайларда аса беймаза күйге түседі.

Мұндай адамдар, ауызша тілдесу басым талап болып табылатын оқу секілді жағдайлардан қашқақтайды. Бірақ барлық жұмыс орындары дерлік кейбір ауызша тілдесулерді талап етеді. Мұндай жағдайлар жұмыстың орындалуын бұрмалайтындығы үлкен алаңдатушылық туғызады. Кейбір адамдар өзінің ауызша тілдесуін қатаң түрде шектейтіндігін және өз жұмысын тиімді орындау үшін олармен тілдесу міндетті емес екендігін хабарлай отырып, өзінің әрекетін ұтымды ететіндігін назарларыңызда ұстаңыз.

Тиімді коммуникациялар үшін соңғы кедергі ақпаратты тікелей бұрмалау немесе өтірік. Адамдарда өтіріктің әртүрлі анықтамасы бар. Мысалға, қате туралы ақпаратты әдейі жасырып қалу – бұл өтірік немесе сіз өзіңіздің қателіктегі рөліңізді белсенді түрде теріске шығаруыңыз қажет. Адамдар күніне бір рет немесе екі рет өтірік айтулары мүмкін, ал кейбір адамдар одан да көп өтірік айтулары мүмкін. Үлкен ұйымдарда, әр күні үлкен көлемдегі алдаушылық орын алады. Адамдарға бетпе бет өтірік айтқанға қарағанда телефонмен өтірік айту ыңғайлырақ, оған қарағанда қағаз бен қаламмен жазуға қарағанда электрондық поштамен өтірік айту ыңғайлырақ.



Мәдени факторлар

Кросс-мәдени факторлар коммуникациялық проблемаларды арттыру үшін айқын әлеуеттерді тудырады. Бір мәдениетте түсінікті және қабылданатын ишарат, басқа бір мәдениетте мағынасыз немесе әдепсіз ишарат ретінде қабылдануы мүмкін.

Мәдени кедергілер

Мәдениет аралық коммуникацияларда тілдік қиыншылықтармен байланысты бірқатар проблемалар орын алып отыр. Бұл кедергілер семантикадан туындаған. Сөздер әртүрлі адамдар үшін әртүрлі мағына білдіреді, әсіресе әртүрлі ұлттық мәдениет адамдарына. Кейбір сөздер аударылмайды және тікелей қазақ тіліндегі мағынасы да кездеспейді.

Сөздердің коннотациясынан туындаған кедергілер – сөздер әртүрлі тілдерде әртүрлі заттарды түсіндіреді.

Дыбыс тонының өзгешелігінен туындаған кедергілер. Кейбір мәдениеттерде тіл формальды болып табылады, ал өзгелерінде – ресми емес болып табылады. Кейбір мәдениеттерде дыбыстың тоны контекске тәуелді өзгереді. Адамдар үйде, әлеуметтік жағдайларда және жұмыста басқаша сөйлеседі. Формальды сөйлесу стилі күтіліп тұрған жағдайда, жеке, формальды емес стильді пайдалану, орынсыз болуы мүмкін.

Мәдениеттер, әдетте, адамдар тілдесуден алатын дыбыс фонының деңгейі бойынша бөлінеді. Қытай, Корея, Жапония және Вьетнам секілді жоғарғы фонды мәдениеттерде, адамдар елеулі деңгейде вербальды емес және өзге адамдармен тілдесуде нәзік жағдайлық сигналдарға сүйенеді, сонымен қатар, адамның ресми мәртебесі, қоғамдағы орны және абыройы елеулі салмаққа ие. Айтылғанға қарағанда, айтылмаған нәрсе өте елеусіз болуы мүмкін. Керісінше, Еуропа және Солтүстік Американың адамдарын төменфонды мәдениет көрініс береді. Олар негізінен, өз ойларын жеткізу үшін ауызша және жазбаша сөздерге сүйенеді; дене тілі және формальды титулдар болмашы болып табылады.

Слайдта: Жоғарғы фон

Төмен фон

Қытайлар. Кәрістер. Жапондар. Вьетнамдар. Арабтар. Гректер. Испандықтар. Ағылшындар. Американдықтар. Швейцарлықтар.



Фон, ахуал елеулі түрде әсер етеді. Кездейсоқ және елеусіз болып көрінген әңгімелесу, шынтуайтына келгенде қарым-қатынасты орнатуға және сенім тудыруға ықыласты білдіреді. Жоғарғы фонды мәдениеттерде ауызша келісімдер күшті болады. Және сіздің кім екендігіңіз, сіздің жасыңыз, үлкендігіңіз, ұйымдағы дәрежеңіз – жоғары бағаланады және сіздің абыройыңызға күшті ықпал етеді. Сол себепті де менеджерлер бұйрық бере алмайды, «ұсыныстар жасай» алады. Ал төменфонды мәдениеттерде мәжбүрлі келісімшарттар жазбаша нысанда, анық тұжырымдалған және аса заңды болу үрдісіне ие.

Іскерлік мәдениет аралық коммуникациялардың арқасында көптеген нәрсеге қол жеткізуге болады. Біздің әр бірімізде мәдени нысанға негізделген өзгеше көзқарасымыздың бар екендігін сенімділікпен ұйғаруға болады. Себебі бізде айырмашылықтар бар, егер де біз тиімді



тілдесетін болсақ, өзгелердің көмегімен қол жеткізуге болатын, шығармашылық шешімдерге жету мүмкіндігіміз бар.

Біздің көбімізде бай этникалық шығу тегіміз бар және егер де біреу бізге біздің ұлтымыздың сыртқы сипатына тұспалдап сөйлесе ренжиміз. Сонымен қатар, өзге адамға мәдени сезімтал болу талпынастары, әдетте бұқаралық ақпарат құралдарымен таратылатын стереотиптерге негізделген. Бұл стереотиптер, әдетте дұрыс немесе өзекті маңыздылыққа ие емес.

Жеке өзгешеліктерді бағалау арқылы бұл қосалқы мәдениет бекітетін нормалар, тиімді коммуникациялар үшін ортақ негіздерді жасап шығарады. Тиімді өзара әрекеттесетін мәдениет аралық топтар, жоғары өнімді және инновациялық бола алады.

Ұсыныстар

1. Өзіңізді таныңыз. Өзіңіздің жеке мәдениет ерекшелігіңізді және жалған сенімдеріңізді мойындау, өзге адамдардың бірегей көзқарасын түсіну үшін шешуші маңызға ие.

2. Өзара сыйластық, әділеттік және демократия атмосферасын құрыңыз. Теңдік және өзара алаңдаушылықтың нақты шарттарын белгілеңіз. Бұл, әрбір адамның мәдени нормаларынан басым түсетін, сіздің тиімді мәдениет аралық тілдесу үшін «үшінші мәдени» фоныңыз болады.

3. Түсіндіру емес, фактілер. Біреудің бір нәрсе айтқанын немесе істегенін түсіндіру немесе бағалау, бақыланып отырған жағдайға қарағанда, «сіздің мәдениетіңізді» және тәжірибеңізді көбірек тартады. Егер сіз тек фактілерді көрсетсеңіз, сізде өзге адамның түсіндірмесін пайдалану мүмкіндігіңіз болады. Барлық мүдделі тараптардың әр алуан көзқарастарын бақылағанға және жағдайларды түсіндіре білетіндей жеткілікті уақытыңыз болмайынша шешімді кешіктіріңіз.

4. Өзге адамның көзқарасын қарастырыңыз. Хабарламаны жолдамастан бұрын, өзіңізді алушының орнына қойып көріңіз. Оның құндылықтары, уайымдары және кадрлары қандай? Сізге қосымша ақпараттар беруі мүмкін, оның білімі, тәрбиесі және қарым-қатынас жасау туралы сіз не білесіз? Адамдарды топта көруге тырысыңыз, себебі олар шынтуайтына келгенде бірінші болып табылады және ықтималды қақтығыстар туындаған жағдайда проблеманы шешу үшін бірлескен амалдар қабылдаңыз.

5. Топтың сәйкестігін белсенді түрде қолдаңыз. Кез келген мәдениет секілді, тиімді мәдениет аралық тілдесу үшін ортақ «үшінші мәдениет» құру уақытты және қамқорлықты талап етеді. Топтың мүшелеріне сіздің ортақ мақсаттарыңызды, өзара сыйластықты еске салып отырыңыз және тілдесудің жекелеген артықшылықтарына бейімделу қажет.

Дәрісте қолданылған материалдар

1. Essentials of Organizational Behavior, Global Edition, 14th edition, Stephen P. Robbins, Timothy A. Judge;

2. <http://my-learner1.ru/kanali-kommunikacij-menedzhment>.