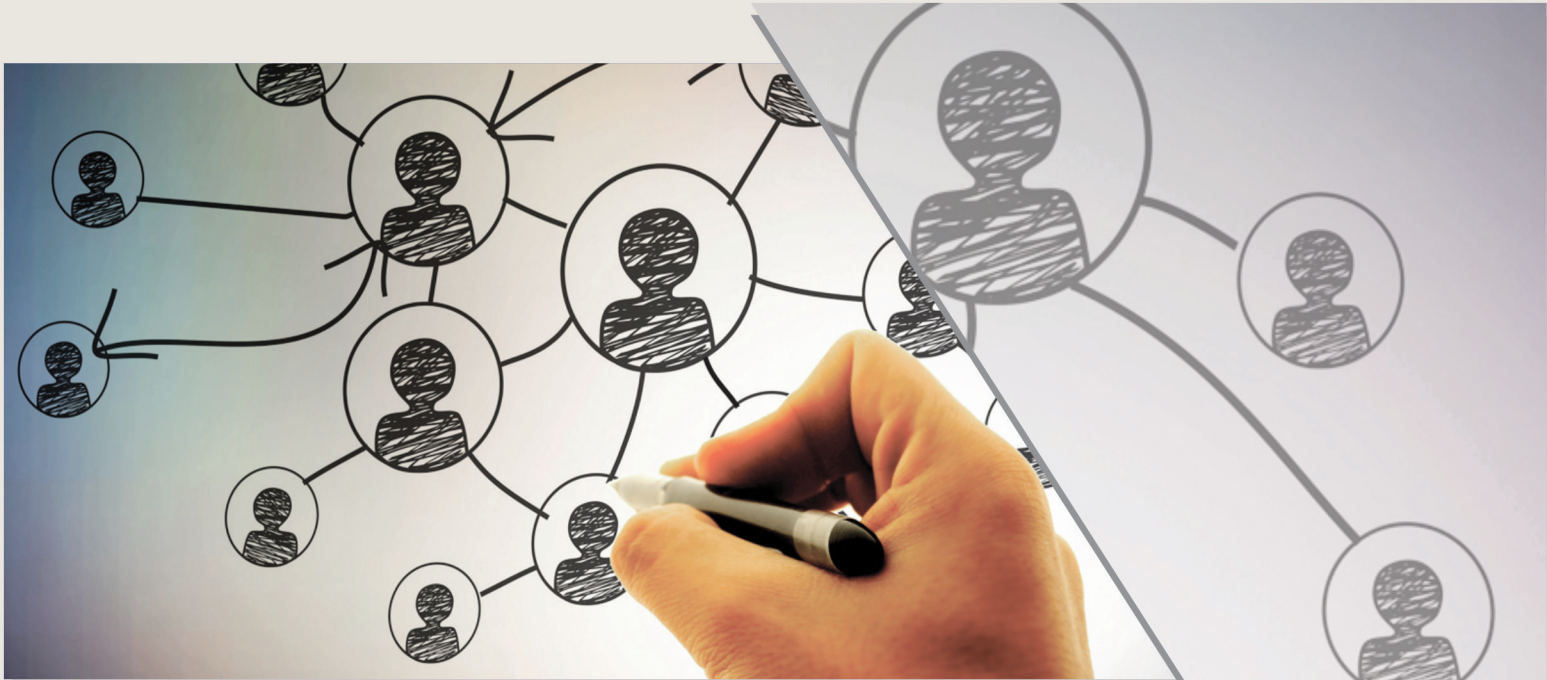


კროფესიული კომუნიკაციის სახელმძღვანელო



ავტორი:
ჰანს გუბროლი

სკონსორი:
ნაბო-საქართველოს კროფესიული განვითარების პროგრამა

პროფესიული კომუნიკაციის სახელმძღვანელო

ჰანს გუტბროდი
hfgutbrod@gmail.com

მესამე გამოცემის საბოლოო პროექტი

9 მარტი, 2017

დოკუმენტის კონტროლი: ყველა მიღებული კომენტარი ასახულია

ჰანს გუტბროდი
პროფესიული კომუნიკაციის სახელმძღვანელო

თბილისი, საქართველო
დიზაინი და დაკაბადონება: შპს „ბიარტი“

თუ გაქვთ კომენტარები, რჩევები ან აღმოაჩინეთ შეცდომა, გთხოვთ, მომწეროთ:
hfgutbrod@gmail.com

პროფესიული კომუნიკაციის სახელმძღვანელო	1
თქვენი აზრების თარო – მესამე გამოცემის წინასიტყვაობა	5
4321 – რა უნდა იცოდეთ დაწყებამდე	7
4321 ჩარჩოს საფუძვლები	9
სამი სტრუქტურა	16
შესავლის ფორმულა	34
პროცედურა DAGOR	41
მაგალითები	48
ესე	50
მემო	71
საქმიანი წერილი	96
პრესრელიზი	105
პოლიტიკის დოკუმენტი ან საპროექტო განაცხადი	117
ანგარიში	134
ოქმი	138
ელექტრონული ფოსტა	150
მიღებული გამოცდილების ანალიზი	162
კომუნიკაცია კრიზისულ სიტუაციებში	173
წყაროები და სამადლობელი სიტყვა	182

თქვენი აზრების თარო – მესამე გამოცემის წინასიტყვაობა

1930-იან წლებში თბილისში მცხოვრები ერთი ახალგაზრდა დედა სასოწარკვეთილებაში იყო ჩავარდნილი. მისი მეუღლე სტალინის რეპრესიების დროს გადაესახლებინათ. პატარა შვილი ჰყავდა და რადგანაც მისი მეუღლე ხალხის მტრად იყო მიჩნეული, შემოსავლის წყარო არ გააჩნდა. ქალი სამუშაოს ნათესავებსა და მეზობლებს სთხოვდა. საბოლოოდ, ერთმა მეზობელმა თავისი შვილის მათემატიკის მასწავლებლად მუშაობა შესთავაზა. ბიჭი მეექვსე კლასში გადადიოდა. ახალგაზრდა დედა საგონებელში ჩავარდა. მას მხოლოდ ოთხი კლასის განათლება ჰქონდა, თუმცა თავის გადასარჩენად და ბავშვის გამოსაკვებად შემოსავალი სჭირდებოდა. სასოწარკვეთილმა, შემოთავაზება მიიღო და საქმიანობას შეუდგა.

გაკვეთილების დროს ქალი პატარა ბიჭთან ერთად იჯდა ხოლმე. ბიჭი მათემატიკის ამოცანების ამოხსნას ცდილობდა, ქალი კი ცდილობდა დაემალა, რომ სწორი პასუხი თავადაც არ იცოდა, ამიტომ ბიჭს აქეზებდა, რომ ამოცანები თავად ამოეხსნა: “думай, дитя, думай” – “იფიქრე, შვილო, იფიქრე!” ქალი გამუდმებით ნერვიულობდა, რომ მშობლები სიმართლეს შეიტყობდნენ, თუმცა, რამდენიმე თვის შემდეგ მშობლებმა უთხრეს, რომ მასზე უკეთესი მასწავლებელი ბიჭს არასოდეს ჰყოლია. მისი მხარდაჭერის წყალობით, ბიჭი ამოცანებს თავისით ხსნიდა.

ამბავი ბებიაშის შესახებ, რომელმაც თავი ამ გზით გადაირჩინა, ჩემმა მეგობარმა მიაბო. ეს ისტორია სხვადასხვა კუთხით მიესადაგება პროფესიული კომუნიკაციის თემას. ამ წიგნის პირველი გამოცემა 2001 წლის მაისში დავწერე. მას შემდეგ ინფორმაციის სტრუქტურაში მოქცევის უნარი 1500-მდე ადამიანს ვასწავლე. ეს სხვადასხვა ფორმატში ხდებოდა, დაწყებული ოთხდღიანი ვორქშოპებით და დამთავრებული 90-წუთიანი მოკლე ინსტრუქციებით.

ამ ტრენინგებში მონაწილე ფაქტობრივად ყველა ადამიანს უკვე ბევრი საინტერესო მოსაზრება ჰქონდა კომუნიკაციის წარმართვის შესახებ. მაგალითების განხილვისას ბევრი მათგანი ინფორმაციის სტრუქტურირებას კარგად ახერხებდა.

თუმცა, ერთიანი მიდგომა კომუნიკაციის წარმართვასთან დაკავშირებით ცოტას თუ აქვს შემუშავებული. ადამიანებს ამ საკითხის შესახებ ფრაგმენტული ცოდნა აქვთ. მაგალითად, თუ შესავლის სტრუქტურას განვიხილავთ, აღმოჩნდება, რომ უმეტესობას კარგი მოსაზრებები აქვს, მაგრამ არა კარგად განვითარებული სქემა. თითქოს, მათ ხელთ აქვთ საჭირო წიგნები, მაგრამ ამ წიგნების შესაწყობად თარო არ მოეპოვებათ. მათი იდეები, ამ წიგნების მსგავსად, მოუწესრიგებელი გროვია. შედეგად, ეს იდეები ბევრად ნაკლებად გამოსადეგი არის, ვიდრე უნდა იყოს.

ასე რომ, ამ სახელმძღვანელოს მიზანი თაროების შემოთავაზებაა. ეს არის კომუნიკაციის შესახებ მოსაზრებების ზოგადი ჩარჩო, რომელიც სამუშაოდ ნათელ სტრუქტურას მოგცემთ. იდეები, წიგნების მსგავსად, ბევრად უფრო სასარგებლოა, როდესაც მწყობრად დალაგებული.

ვფიქრობ, სამართლიანი იქნება, თუ ვიტყვი, რომ აქ შემოთავაზებული ჩარჩო კარგად მუშაობს. ყოველ შემთხვევაში, მე ის სხვადასხვა დროს გამომდგომია, მაგალითად, როდესაც მსოფლიოს გარშემო ათობით კვლევით ორგანიზაციას ვარწმუნებდით, დაფინანსება უფრო გამჭვირვალე გაეხადა. ეს ჩარჩო სხვებისთვისაც სასარგებლო აღმოჩნდა და სწორედ ამიტომ მივედით მესამე გამოცემამდე. წინა გამოცემები დაიბეჭდა სომხეთში, ბულგარეთში, ცენტრალურ ამერიკაში, საქართველოში, მონღოლეთში, უკრაინასა და რუსეთში. ამ სახელმძღვანელოს სხვადასხვა ვერსიით სტუდენტებს ასწავლიან ბამბერგსა და ბერლინში.

ჩარჩოს ფლობა კომუნიკაციას ბევრად აიოლებს. ამ სახელმძღვანელოში მხოლოდ ერთი ჩარჩოა წარმოდგენილი. ვფიქრობ, თქვენთვის სასარგებლო იქნება, თუ მის რთულ ნაწილებს სიღრმისეულად დაამუშავებთ და პრაქტიკაში დანერგავთ. თუ ამის შემდეგ ამ ჩარჩოს გაცდებით, ახალ მოსაზრებებსა და მიდგომებს შეიმუშავებთ, კიდევ უფრო უკეთესი იქნება. შევეცდები, ამ სახელმძღვანელოთი ამოცანების ამოხსნის სტრუქტურა გასწავლოთ. ამ საქმისათვის კი „думай, дитя, думай“ ჩემთვის კარგი დევიზი აღმოჩნდა. იმედი მაქვს, ის თქვენც გამოგადგებათ.

4321 – რა უნდა იცოდეთ დანყებაზე

*რისთვის არის ეს წიგნი; როგორ შეუძლია მას თქვენი დახმარება;
როგორ უნდა გამოიყენოთ ის*

ცნოვრება და საზოგადოების აქტიური წევრობა თქვენგან გამუდმებულ კომუნიკაციას მოითხოვს. სწორედ ამიტომ, ადამიანთა უმეტესობას სურს, კომუნიკაცია უკეთ შეეძლოს. უკეთესი კომუნიკაცია საშუალებას გაძლევთ, რომ მიაღწიოთ წარმატებას და ამაში სხვებსაც დაეხმაროთ. კარგი კომუნიკაცია თქვენი აზრების გავრცელების უკეთეს შესაძლებლობას გიქმნით.

თუმცა, პროფესიული კომუნიკაციის სწავლა რთულია. უნივერსიტეტებს იშვიათად აქვთ კარგი კურსები კომუნიკაციის შესახებ. არ არსებობს პროფესიული კომუნიკაციის დადგენილი ჩარჩო, რომელსაც სისტემური სწავლების გარეშე გაეცნობოდით. ასევე, არ მიმდინარეობს დისკუსია იმის შესახებ, თუ როგორი უნდა იყოს ეს ჩარჩო. ამავდროულად, კომუნიკაცია არ არის უნარი, რომლის სწავლა მარტივად შეიძლება წიგნიდან.

აბა, რა მნიშვნელობა აქვს ამ წიგნს? მჯერა, რომ მას თქვენი წარმატებისათვის საჭირო ინსტრუმენტების მოცემა შეუძლია. ესენია: ოთხი პრინციპი, სამი სტრუქტურა, ორი ფორმულა და ერთი პროცედურა. თუ მათ აითვისებთ, ყველაფერი გამოგივათ. თავდაპირველად ოთხ უნივერსალურ პრინციპს შეისწავლით. შემდეგ ნახავთ, თუ როგორ ინერგება პრინციპები პრაქტიკაში. სამი სტრუქტურა მოსაზრებების მკითხველისათვის გასაგებად გადმოცემაში დაგეხმარებათ. ზურგს ორი მარტივი ფორმულა გაგიმაგრებთ, შეგიძლიათ ისინი თქვენს საჭიროებებს მოარგოთ. წიგნი, ასევე, გაგაცნობთ პროცედურას, რომელსაც ნებისმიერი დოკუმენტის შექმნისას გამოიყენებთ.

იმისათვის, რომ ამ წიგნიდან მაქსიმალური სარგებელი მიიღოთ, გირჩევთ, პირველ ნაწილს საფუძვლიანად გაეცნოთ. თქვენდა საბედნიეროდ, პირველი ნაწილი მოკლეა. ოთხი პრინციპი, სამი სტრუქტურა, ორი ფორმულა და ერთი პროცედურა სრულყოფილად უნდა გესმოდეთ. ჩარჩო 4321-ის ფლობა, ფაქტობრივად, ნებისმიერი სახის პროფესიული ტექსტის წერისათვის შეგიქმნით საფუძველს. კონკრეტულ ფორმატებს კი წიგნის მეორე ნაწილში განვიხილავთ.

მთავარია, სწორი მიმართულებით იფიქროთ. წერისას არაერთი არჩევანის გაკეთება მოგიწევთ, რასაც დაფიქრება სჭირდება. ამიტომ, ეს წიგნი უნივერსალურ რჩევებს გაძლევთ, რომლებიც შეგიძლიათ თქვენს საჭიროებებს მიუსადაგოთ. ამ წიგნს მიუდევით, როგორც წყაროს, რომელიც ახალ შესაძლებლობებს გიხსნით და არა როგორც ტექსტს, რომელიც შეზღუდვებს გიწესებთ.

სახელმძღვანელო ორგანიზაციების მართვის, სხვადასხვა ქვეყანაში კვლევით ორგანიზაციებთან მუშაობის, საერთაშორისო დონეზე განხორციელებული კამპანიების, სწავლებისა და მენტორობის გამოცდილებას ეფუძნება. უფრო მეტიც, წიგნი ეფუძნება შეცდომებსაც, რომელთა თავიდან არიდებაშიც დაგეხმარებით. აღნიშნული წარმატებული ტექნიკები სხვადასხვა ქვეყანასა და სხვადასხვა ტიპის ორგანიზაციაში გამოიყენება: კერძო, საჯარო და სამხედრო სექტორებში. ჩემი შთაგონების უდიდესი წყარო ბარბარა მინტო იყო. მან თავი მოუყარა რამდენიმე საუკეთესო რჩევას იმის შესახებ, თუ როგორ ვწეროთ გასაგებად. თუმცა, წიგნზე მუშაობისას ვცდილობდი, მეხელმძღვანელა იმით, რაც თქვენთვის, დაინტერესებული მკითხველისათვის, იქნებოდა სასარგებლო.

4321 ჩარჩოს საფუძვლები

როგორ დავიწყოთ

კომუნიკაციის კარგად დასამყარებლად ოთხ პრინციპს უნდა მისდიოთ. ეს პრინციპები ყველა სახის პროფესიულ კომუნიკაციას მიესადაგება. ისინი, ასევე, საფუძვლად უდევს სტრუქტურას, რომელსაც აზრების ორგანიზებისათვის ვიყენებთ. თქვენი წარმატება ამ საფუძვლების ათვისებაზეა დამოკიდებული. აგრეთვე, თქვენს უნარზე, ისინი სხვადასხვა კონტექსტს მიუსადაგოთ. მომდევნო გვერდებზე განმარტებულია ოთხი პრინციპი, ვიზუალიზაციის სამი ტექნიკა, რომლებიც სტრუქტურის აგებაში გეხმარებათ, ორი ფორმულა და პროცედურა, რომელიც წერის პროცესში გამოგადგებათ.

ოთხი პრინციპი

პრინციპები, რომლებიც ნებისმიერ ტექსტს მიესადაგება

- **წერისას მიზანი განსაზღვრეთ**

პროფესიული კომუნიკაციის არსი შედეგის მიღწევაა. თქვენ წერთ იმისთვის, რომ რაღაც მოხდეს ან შესაძლებელი გახდეს. წერისას ნათლად გადმოეცით, თუ რა შედეგის მიღწევა გსურთ. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ თქვენი მიზანი სხვებისათვის ინფორმაციის მიწოდებაა, შეატყობინეთ მათ ამის შესახებ. ეს მეორე მხარეს შესაძლებლობას მისცემს განსაზღვროს, საპასუხოდ მოუწევს თუ არა საკუთარი გეგმების შეცვლა ან რაიმეზე მორგება. თუ დარწმუნებული ხართ, რომ თქვენმა ადრესატმა საპასუხოდ არაფერი უნდა მოიმოქმედოს, დიდი ალბათობით, მას თქვენ მიერ მიწოდებული ინფორმაცია არ ესაჭიროება.

ასე რომ, სანამ რაიმეს მოიმოქმედებდეთ, ჯერ მიზანი განსაზღვრეთ. მიზნის განსაზღვრის ერთ-ერთი კარგი საშუალებაა ვიზუალურად წარმოიდგინოთ, თუ რა გინდათ, რომ მკითხველმა გააკეთოს. მემოს წერისას გინდათ, რომ თანამშრომლებმა თქვენი ნათქვამი, სულ მცირე, ცნობად მიიღონ. ანუ მათ საკუთარ თავს და დაქვემდებარებულ თანამშრომლებს უნდა ჰკითხოთ:

„ვეთანხმებით შემოთავაზებულ მოქმედებას? თუ არა, რომელი უკეთესი ვარიანტის შეთავაზება შეგვიძლია?“ CV-ის წერისას, როგორც წესი, თქვენი მიზანი ინტერვიუს ეტაპზე გადასვლაა. შესაბამისად, შემდეგი სიტუაცია უნდა წარმოიდგინოთ: ადამიანი, რომელიც თქვენს CV-ს კითხულობს და მას სამუშაოს მოთხოვნებს ადარებს, ასკვნის, რომ შესაფერისი კანდიდატი ხართ, CV-ს ცალკე დებს და ასისტენტს ეუბნება, რომ ინტერვიუზე დაგიბარონ.

მას შემდეგ, რაც ეს სურათი გამოიკვეთება, ჩამოწერეთ კონკრეტული ქმედებები, რომლებიც გსურთ, რომ თქვენს დოკუმენტს შედეგად მოჰყვეს. იყავით კონკრეტული. მიზნის განსაზღვრისას მოქმედების ფორმულა შემდეგია: „ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ აკეთებს?“. ეს ფორმულა გადაწყვეტილების მიღებისა და აღსრულების ნებისმიერ პროცესს მიესადაგება. ფორმულა, მისი უნივერსალურობის გამო, თქვენთვისაც გამოსადეგია.

**ვინ, რას,
როგორ,
როდის, სად
და რატომ
აკეთებს?**

მხოლოდ სურათის წარმოდგენითა და დაწერილი ფორმულით წარმატებას ვერ მიაღწევთ. თუმცა, სურათის წარმოდგენის გარეშე, მიზანი, შესაძლოა, ვერ განსაზღვროთ. ასე კი წარმატების კიდევ უფრო ნაკლები შანსი გექნებათ. სურათი თქვენი მიზნის რეალურობის შეფასებაშიც გეხმარებათ. შეგიძლიათ წარმოიდგინოთ, რომ მიზანს მიაღწიეთ? გსმენიათ, რომ ბოლო დროს რაიმე მსგავსი მომხდარიყო? თუ ასეა, მაშინ თქვენი მიზანი, დიდი ალბათობით, რეალისტურია. რა თქმა უნდა, დროდადრო მიზნად რაიმე ისეთსაც დაისახავთ ხოლმე, რაც იქამდე არ მომხდარა, თუმცა, ეს გამოწვევის შემთხვევა იქნება. როგორც წესი, თქვენი მიზნები მოკრძალებული უნდა იყოს, რადგანაც ეს შესაძლებლობას გაძლევთ, უფრო ხშირად იყოთ წარმატებული.

● წერეთ მკითხველისათვის

მისდიეთ მიზნის თქვენ მიერვე შექმნილ ვიზუალურ გამოსახულებას. ამისთვის კონკრეტული მკითხველისთვის უნდა წეროთ. ვინ არის მკითხველი? რატომ კითხულობს ის თქვენს ტექსტს? გთავაზობთ, მკითხველი სამი-ხუთი ზედსართავი სახელით დაახასიათოთ. ეს იქამდე გააკეთეთ, სანამ ტექსტის დაგეგმვას შეუდგებით. დაფიქრდით, გჭირდებათ თუ არა მკითხველის (ან მკითხველთა ჯგუფების) შესახებ ინფორმაციის მოძიება.

მკითხველისთვის წერა – ეს პრინციპი დაგეხმარებათ, მიიღოთ რთული გადაწყვეტილებები, თუ როგორ უნდა გამოიყურებოდეს თქვენი ტექსტი. თუ საკუთარ თავს შეკითხვას დაუსვამთ – რა არის მკითხველისთვის საუკეთესო – თქვენ ერთ, უმნიშვნელოვანეს, კრიტერიუმზე კონცენტრირდებით. იმისათვის, რომ ტექსტი მიმზიდველი გახადოთ, დაფიქრდით, ზუსტად რამდენის ცოდნა სჭირდება მკითხველს. სათქმელის საჭიროზე გრძლად მიწოდება არაპროფესიონალურია, რადგან, როგორც წესი, თქვენს მკითხველს ერთდროულად ბევრი საზრუნავი აქვს. მეორე მხრივ, ზედმეტად მწირი ინფორმაციის მიწოდების შედეგად მკითხველმა შესაძლოა გადაწყვეტილება ვერ მიიღოს, რაც ინფორმაციის დამატებითი მიმოცვლის საჭიროებას შექმნის.

გახსოვდეთ, რომ თქვენ თვითონაც თქვენს საჭიროებებთან შესაბამისი ტექსტების ნახვა გსურთ (ეს ამ წიგნსაც ეხება). პატივი ეცით სხვებსაც. თუ ორგანიზაციაში ამ მხრივ კარგი მაგალითი იქნებით, სხვებიც მოგბაძვენ.

სწორი მიდგომის კარგად გააზრებაში პროფესიულ და სხვა ტიპის დოკუმენტებს შორის განსხვავებაზე ხაზგასმა დაგეზმარებათ. მეგობრებისათვის ელექტრონული ფოსტის თუ მოკლე ტექსტური შეტყობინებების გაგზავნა მეტწილად თვითგამოხატვის ფორმაა. აქ სრული თავისუფლება გაქვთ. თქვენ მოელით, რომ მეგობრებისათვის თქვენი სტილი მისაღები იქნება, რადგან ის თქვენს გრძნობებს გადმოსცემს. მეგობრობა, ნაწილობრივ მაინც, ურთიერთგაგებაა.

პროფესიული კომუნიკაცია განსხვავებულია. მისი მიზანი ეფექტური გზებით ხელშესახები შედეგის მიღწევაა. მეგობრებთან ურთიერთობისგან განსხვავებით, პროფესიული კომუნიკაციის ძირითადი მიზანი არ გულისხმობს, რომ ადამიანებს ერთმანეთთან ურთიერთობა უნდა სიამოვნებდეთ.

ასევე, მხედველობაში იქონიეთ, რომ პროფესიული კომუნიკაცია ლიტერატურისაგანაც განსხვავდება. ლიტერატურა გვართობს, საუკეთესო შემთხვევაში კი, შთაგვაგონებს. კარგი ლიტერატურა მისი არსის შესახებ სხვადასხვაგვარ ინტერპრეტაციას უდებს საფუძველს. ლიტერატურული ენა ხშირად რთულია, რადგან მისი დეკონსტრუქცია, შესაძლოა, სასიამოვნოდ ამაღელვებელი იყოს.

პროფესიული კომუნიკაცია უფრო ვიწრო სტრატეგიული ხასიათისაა. აქ სხვადასხვაგვარი ინტერპრეტაცია არავის სჭირდება. ადამიანებმა ინტერპრეტაციები კი არ უნდა ეძიონ, უნდა იმოქმედონ. მეორე მხარემ ზუსტად უნდა იცოდეს, რის თქმა გსურთ. სიტყვების შერჩევისას მთავარი პრიორიტეტი სიცხადე უნდა იყოს.

● დაიწყეთ დასკვნით

პირველ რიგში მთავარი სათქმელი თქვით. მხოლოდ შემდეგ მოაყოლეთ აზრები, რომლებიც თქვენს მთავარ სათქმელს ამყარებს. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, დაიწყეთ დასკვნით, მისი სისწორე კი შემდეგ ამტკიცეთ. თუ ამ თანმიმდევრობას მიჰყვებით, მკითხველები ტექსტს უფრო მარტივად გაიგებენ.

მკითხველს თქვენს აზრთა მსვლელობას დეტალურად ნუ გააცნობთ. ეს მეტ დროს მოითხოვს და, შესაძლოა, ადრესატის ყურადღება დაკარგოთ. ყურადღება მიაქციეთ ამ მაგალითს:

მეორე ვერსიის შედეგად, რომელიც მთავარი სათქმელით იწყება, მსმენელმა იცის, რაც უნდა მოიმოქმედოს. არ არის საჭირო მისთვის თითოეული დეტალის ახსნა. იგივე ხდება პროფესიული კომუნიკაციის დროსაც. თუ მთავარი სათქმელით დაიწყებთ, ბევრი დეტალი თავისთავად ცხადი გახდება.

ეს უტრირებული მაგალითი კარგად გამოხატავს რეალობას, რომელსაც წერისას ვაწყდებით. მდინარეში ჩავარდნისას დახმარების სათხოვნელად ყველა მარტივ შეძახილს გამოიყენებდა. და მაინც, წერისას ადამიანები ხშირად პირველ, ჩახლართულ, ვერსიას მიმართავენ. ზედმეტი დეტალები მთავარ აზრს ჩრდილავს. მთავარი სათქმელის თავში გადმოტანა იძლევა გარანტიას, რომ ეს არ მოხდება.

პრინციპი – „დაიწყეთ მთავარი აზრით“ – ყველა ტიპის კომუნიკაციაზე ვრცელდება, გარდა კონკრეტული გამოწვევისა. ამ პრინციპით უნდა იხელმძღვანელოთ ესეების, მემოების, სამსახურებრივი წერილების წერისას და კითხვებზე პასუხების მომზადებისას. ასევე, როცა ალტერნატივებს წარადგენთ: ამ შემთხვევაში თქვენი მთავარი სათქმელია, რომ არჩევანი ამ კონკრეტულ ალტერნატივებს შორის უნდა გაკეთდეს და მოქმედების სხვა მისაღები გზა არ არსებობს. ამ პრინციპის მოქმედება უფრო კონკრეტულად განმარტებული იქნება შემდეგ თავში, რომელიც სტრუქტურებს ეხება.

წარმოიდგინეთ, რომ ჩავარდით მდინარე მტკვარში: რომელ ვერსიას გამოიყენებდით?

ვერსია 1 --- „ეი, თქვენ, მომისმინეთ, აქეთ მოიხედეთ. არც ისე კარგ მდგომარეობაში ვარ და თავს მე თვითონ ვერ ვუშველი. ასე რომ, ვფიქრობ, შეიძლება ჩემთვის ძალიან მნიშვნელოვანი აღმოჩნდეთ. მინდა, რომ ტანსაცმელი და ფეხსაცმელი გაიხადოთ. ანლა კი გადმოხტით წყალში და ჩემი მიმართულებით იცურეთ. შემდეგ დამიჭირეთ და ამომიყვანეთ!“

ვერსია 2 – „მიშველეთ!“

აღნიშნულ ფორმატს გამოწვევისებრივ აქვს. ცხადია, რომ ლიტერატურა გამოწვევისია. ინტერესი რომ არ დაკარგოთ, აგათა კრისტი მკვლელის ვინაობას დასაწყისშივე არ გიმხელოთ. გარდა ამისა, ზოგიერთი პროფესიული დოკუმენტის შემთხვევაში, „ნეიტრალური“ ინფორმაცია უნდა გადასცეთ, არჩევანი კი სხვებმა უნდა გააკეთონ. აქ თქვენი აზრების გამოთქმისაგან თავი შეიკავეთ. გამოწვევისების შესახებ ფორმატებთან დაკავშირებულ ნაწილში ვისაუბრებთ. იქამდე კი ნებისმიერი ტექსტის სტრუქტურის აწყობისას ხსენებული პრინციპით იხელმძღვანელოთ.

- **იფიქრეთ წერის დაწყებამდე და დაიცავით სიზუსტე**

„იფიქრეთ წერის დაწყებამდე“ – ასე შეიძლება შევაჯამოთ ის, რაზეც აქამდე ვსაუბრობდით. ტექსტის დასაგეგმად ფურცელი და ფანქარი გამოიყენეთ. გააკეთეთ ყველა აუცილებელი არჩევანი. თქვენი ტექსტები უფრო საინტერესო, ნათელი და, როგორც წესი, მოკლე გახდება. გაიზრდება თქვენი წარმატების შანსი და თავიდან აიცილებთ იმედგაცრუებას.

წერის დაწყებამდე დაფიქრების პრინციპს კიდევ ერთ პრინციპამდე მივყავართ. ეს პრინციპი სიზუსტეა. სიზუსტის შესახებ გაუთავებლად შემოიძლია ვისაუბრო, მაგრამ, ვიმედოვნებ, რომ მისი ერთხელ ხაზგასმით აღნიშვნა საკმარისია. სიზუსტის გარეშე სწორი მიმართულებით ვერ იფიქრებთ, რადგან თქვენი იდეები ბუნდოვანი და ზოგადი იქნება: იდეები ერთად ვერ იმუშავებს მნიშვნელოვანი და გავლენის მომხდენი შედეგების მისაღწევად.

მაგალითად, თუ შეხვედრა გვსურს, არასოდეს შევთანხმდებით, რომ „ხუთშაბათს, ნაშუადღევს, აღმაშენებელზე შევხვდეთ.“ და მაინც, პროფესიული საქმიანობისას ხშირად ვაწყდებით დოკუმენტებს, რომლებიც ბუნდოვნად აღწერს ინსტიტუტების ერთობლივ მუშაობას შედეგების მისაღწევად და თანამშრომლობის მხოლოდ ზოგად განზრახვაზე მიუთითებს. მეტი სიზუსტე მსგავს დოკუმენტებში ბევრ ენერჯიას დაზოგავს, ისევე, როგორც შეხვედრის ადგილის ზუსტი შეთანხმება ქუჩაში ერთმანეთის ძებნას აგვარიდებს თავიდან.

ეფექტურობისათვის შეგვიძლია, ისევ მოქმედების ფორმულას მივუბრუნდეთ და ჩამოვაცალიბოთ, თუ ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ აკეთებს. ამ ასპექტების თავიდანვე ზუსტად განსაზღვრა დაგეგმვაშიც დაგეხმარებათ და წერის პროცესშიც. გახსოვდეთ, რომ სიზუსტე საქმის წინ წაწევისათვის შესანიშნავი იარაღია როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ასევე ორგანიზაციებს შორის. სიზუსტის დაცვა თქვენი წარმატების შანსებს ზრდის, იმ შემთხვევებშიც კი, როცა წარმატების ალბათობა ნაკლებია. სიზუსტე მძლავრი იარაღია ჩვენზე უფრო ძლიერი მეტოქის წინააღმდეგ. ამის კარგი მაგალითია დავითის გამარჯვება გოლიათზე.

ამიტომ, სიზუსტე ფუნდამენტური პროფესიული ღირსებაა. თუ ამ უნარს განვივითარებთ, შეატყობთ, რომ ვითარებას უკეთ აკონტროლებთ და უფრო ეფექტური ხართ. სიზუსტის გარეშე თქვენი სხვა ღირებულებები უფერულდება.

- **ოთხი პრინციპის იერარქია**

დაიმახსოვრეთ ზემოთ მოყვანილი ოთხი პრინციპი. ისინი ერთმანეთისაგან გამომდინარეობს. თუ ნათელი მიზანი გაქვთ და ვიზუალურად წარმოიდგენთ, რა უნდა მოიმოქმედოს თქვენმა მკითხველმა, ე.ი. მკითხველისათვის წერთ. თუ მკითხველისათვის წერთ, ე.ი. ისეთ სტრუქტურას აირჩევთ, რომ ტექსტი მისთვის მარტივად გასაგები იყოს. დაიწყეთ მთავარი აზრით. თუ ამ ყველაფერს შეასრულებთ, მაშინ მომავალში დოკუმენტების დაგეგმვას უფრო მეტ დროს დაუთმობთ. წინასწარ დაფიქრდებით, რომ შემდეგ ზედმეტი მუშაობა არ მოგიწიოთ.

პრინციპები იერარქიულადაა განლაგებული. პირველი პრინციპები ბოლო პრინციპებზე უფრო მაღლა დგას: თუ მრავალფეროვანი მკითხველი გყავთ (მეორე პრინციპი), რომლებსაც, შესაძლოა, ურთიერთსაწინააღმდეგო შეხედულებები ჰქონდეთ, შეიძლება დაივიწყოთ სიზუსტე (მეოთხე პრინციპი). ასე ხდება რეკლამებისა და პოლიტიკური დევიზების შემთხვევაში. ამ დროს მესიჯები მრავალფეროვან აუდიტორიაზეა გათვლილი. 2000 წელს აშშ-ს საპრეზიდენტო არჩევნებში გამოყენებული ტერმინი „ემპათიური კონსერვატიზმი“ ამის ერთ-ერთი საუკეთესო მაგალითია. ეს შესანიშნავად შემუშავებული ტერმინი ორი განსხვავებული მესიჯის გავრცელებას ემსახურება: პოლიტიკური სპექტრის შუაში მყოფ სეკულარულ ამომრჩევლებს ტერმინი ზომიერი კონსერვატიზმის ასოციაციას უქმნის (ემპათიური და არა „მკაცრი“); ქრისტიანებისათვის კი ტერმინი ქრისტიანულ დოქტრინას ეხმიანება (ეწინააღმდეგება პოლიტიკას, რომელსაც ისინი მოჭარბებულ ლიბერალიზმად აღიქვამენ).

შესაბამისად, თუ თქვენი მკითხველი (მეორე პრინციპი) ნეგატიურადაა განწყობილი თქვენი დასკვნებისადმი, მთავარი აზრით (მესამე პრინციპი) არ დაიწყებთ. ამის ნაცვლად, შეეცდებით დაანახოთ, რომ ყველა სხვა საშუალება უკვე ამოწურულია. მეტიც, თუ თქვენი მიზანია (პირველი პრინციპი) დაარწმუნოთ მკითხველები (მეორე პრინციპი), რომლებმაც თქვენი მთავარი სათქმელი შეიძლება მუქარად აღიქვან, პირველ რიგში, გამოხატეთ ემპათია. ეს გააქარწყლებს ან შეამცირებს მათ შემფოთებას მთავარი აზრის მიწოდებამდე. როგორც ზემოთ მოყვანილი მაგალითები ცხადყოფს, პრინციპები კომუნიკაციაზე დასაფიქრებლად მძლავრ სტრუქტურას გთავაზობთ.

წერა სახლის შენებას ჰგავს. ტექსტები აზრს ქმნიან, ისევე, როგორც შენობები – სივრცეს. ორივე საქმიანობა წარმატებულად ჩაითვლება, თუ შედეგად ხელმისაწვდომი პროდუქტი იქმნება და არა ლაბირინთი. ტექსტებსა და შენობებზე მუშაობისას რესურსი შეზღუდულია. თუ საქმე გადაუდებელ შემთხვევასა ან იმპროვიზაციასთან არ გვაქვს, ორივე საქმიანობა გონივრულ დაგეგმვას მოითხოვს. სხვადასხვა მასალა ერთი მთლიანობის შესაქმნელად

უნდა გააერთიანოთ. კარგი ნაწერი, კარგი შენობის მსგავსად, პირველ რიგში, შესაბამისი დაგეგმვის შედეგია და არა ბეჭდვის პროცესის (ან ერთი აგურის მეორეზე შემოდების). შემდეგ თავებში წარმატებული კომუნიკაციისათვის გეგმის შედგენასთან დაკავშირებით უფრო მეტ რჩევას მოგაწვდით.

სამი სტრუქტურა

როგორ დავალაგოთ აზრები

პროფესიული ტექსტების წერისას უნდა იცოდეთ, როგორ დაალაგოთ თქვენი აზრები. სტრუქტურა მესამე პრინციპს ეფუძნება: დაიწყეთ დასკვნით. ეს პრინციპი აზრების სტრუქტურირებაში გეხმარებათ. წიგნის ამ ნაწილის წაკითხვის შემდეგ უკეთ წერა უნდა შეძლოთ. შეისწავლით ტექნიკებს, რომლებიც საშუალებას მოგცემთ, მკითხველს ნებისმიერი სახის მასალა გააცნოთ. თქვენი პრეზენტაცია, სიცხადისა და სიმარტივის გამო, მთამბეჭდავი იქნება. როდესაც ამ ტექნიკას დაუფლებით, მის გამოყენებას ნებისმიერი სახის ტექსტზე მუშაობისას შეძლებთ.

წიგნის ამ ნაწილში არაერთხელ გამოვიყენებთ ქვემოთ მოყვანილ მაგალითს.

- **დაიწყეთ მთავარი აზრით**

ჩვენ უკვე ვისაუბრეთ იმის შესახებ, რომ ტექსტი დასკვნით უნდა დაიწყოს, რადგან ეს მკითხველს თქვენი სათქმელის გაგებაში ეხმარება. დავაკვირდეთ ამ პრინციპის საილუსტრაციოდ ქვემოთ მოყვანილ მაგალითს. წაკითხეთ და, სანამ წიგნის კითხვას გააგრძელებდეთ, შეეცადეთ, თავად იპოვოთ განსხვავებები ვერსიებს შორის.

თქვენი აზრით, რომელი ვერსია უფრო დამაჯერებელია?

მას შემდეგ, რაც რამდენიმე კლიენტმა შეთავაზებულ პროექტებზე უარი თქვა, პაატამ მარკეტინგის დირექტორისათვის, ნინოსთვის, ეს მემო დაწერა.

ვერსია 1 - გიორგი ჩვენი პროექტის მიმდინარეობით უკმაყოფილო იყო. მისი თქმით, მას ძალიან ბევრი საქმე აქვს მიმდინარე პროექტებთან დაკავშირებით და ვერ ახერხებს კონცენტრაციას თანამშრომლებზე, სამართლებრივ ასპექტებსა და კლიენტებისათვის შეთავაზებების შემუშავებაზე, მით უმეტეს, რომ ქეთის არყოფნის დროს, მისი ჩანაცვლებაც უწევს. მან უკვე გადააცილა ყოველწლიური ანგარიშის წარდგენის ვადას, რადგანაც ანგარიშისათვის დრო აღარ აქვს.

ამ საკითხზე ქეთისაც ვესაუბრე. ის ამბობს, რომ მთელ დროს არსებული კონტრაქტების შენარჩუნებას ახმარს და გიორგის ვერ დაეხმარება. რადგანაც თავისუფალი დრო სხვებსაც არ აქვთ, გიორგი და ქეთი ფიქრობენ, რომ

საპროექტო წინადადებების დასრულებისათვის ასისტენტი უნდა ავიყვანოთ. მისი ზედამხედველი გიორგი იქნება. ასისტენტი, ალბათ, შეძლებს საკუთარი ანაზღაურების გამომუშავებას; თუ შემოსავლების მოზიდვაზე მეტ დროს დავხარჯავთ, წარმატების მეტი შანსიც გვქვია. შესაძლებელია, რომ ხუთშაბათს 15:00-ზე შევხვდეთ და შენთან და ირაკლისთან ერთად ეს საკითხი განვიხილოთ?

მადლობა,

პაატა

ვერსია 2 - გიორგის და ქეთის აზრით, გაყიდვების ზრდისათვის უმცროსი ასისტენტი უნდა დავიჭიროთ. ხუთშაბათს, 15:00-დან 16:00-მდე ამ საკითხის განსახილველად შენთან და ირაკლისთან შეხვედრა გვსურს.

კონკრეტული მიზნისათვის დაჭირავებული ასისტენტი შეძლებს იმ შეთავაზებების დასრულებას, რომლებითაც კლიენტები არიან დაინტერესებული. პოტენციურად, ის სხვა კლიენტებსაც მოიზიდავს. ეს აუცილებელი ზომია, რადგანაც ბოლო პერიოდში რამდენიმე წინადადების ვადებში წარდგენა ვერ მოვახერხეთ. თუ უფრო მეტ პროექტს მოვიგებთ, მოსალოდნელია, რომ ასისტენტი საკუთარი ანაზღაურების გამომუშავებას შეძლებს და კომპანიისათვის დამატებით შემოსავალსაც მოიტანს.

გარდა ამისა, ასისტენტის დაჭირავების შემდეგ გიორგი მთლიანად არსებულ პროექტებზე, თანამშრომლებსა და სამართლებრივ საკითხებზე კონცენტრირდება, რაც მას შესაძლებლობას მისცემს, უფრო მეტ მოთხოვნას უპასუხოს. გაზრდილი ეფექტიანობა მეტი კონტრაქტის გაფორმების საშუალებას მოგვცემს და მეტ შემოსავალს მოგვიტანს. შესაბამისი ტრენინგის შემდეგ ასისტენტს ქეთის ჩანაცვლებაც შეეძლება, რაც ქეთის საშუალებას მისცემს, კლიენტებთან მუშაობას უფრო მეტი დრო დაუთმოს. ხარჯებთან დაკავშირებით (დაამატეთ დეტალური ინფორმაცია...)

მოცემული დრო შენთვის ხელსაყრელია?

პირველი ვერსია უკეთაც რომ დამუშავდეს, მკითხველს მაინც გაუჭირდება მისი გაგება, რადგან მან არ იცის, რა მიმართულებით მიდის მსჯელობა.

დააკვირდით, თუ როგორაა გამოყენებული მოქმედების ფორმულა (ვინ, რას, როგორ, როდის, სად, რატომ აკეთებს?) მთავარი აზრის გადმოცემისას. მოქმედების ფორმულა შემდეგნაირია:

- გიორგის და ქეთის [ვინ] სურთ გაყიდვების ასისტენტის დაქირავების საკითხის განხილვა შენთან და ირაკლისთან [რას და როგორ] ხუთშაბათს, 15:00-დან 16:00-მდე პერიოდში [როდის], შენს ოთახში [სად], რადგანაც ახალი პოზიციის შექმნა შემოსავლის ზრდაში უნდა დაგვეხმაროს [რატომ].

მეორე ვერსიაში ფორმულა ორ წინადადებად იყო დაყოფილი და მთავარი აზრი დასაწყისში გადმოიწია. ინსტინქტურად, ჩვენ უკეთ ვიგებთ ნათქვამს, როდესაც მთავარ აზრს თავიდანვე გვეუბნებიან. შემდეგ კი მას მხარდამჭერი არგუმენტები უნდა მოსდევდეს.

პრინციპი მთავარიდან ნაკლებად მნიშვნელოვანისაკენ უნივერსალურია, რადგან ჩვენ ინფორმაციას ორგანიზების ამ პრინციპით აღიქვამთ. მთავარი აზრის გაგების შემდეგ მეორეხარისხოვანი მოსაზრებები უფრო მარტივად გვამახსოვრდება. წარმოიდგინეთ მანქანა და მაშინვე შეძლებთ მისი შემადგენელი ნაწილების წარმოდგენასაც. პირიქით კი, ანუ თუ ნაწილებს ჩამოგითვლით, – კარი, ფანჯარა, ხრახნები, სარკეები, სკამები, ბორბალი, – შესაძლოა იფიქროთ, რომ მანქანაზე ვსაუბრობ, მაგრამ დარწმუნებული არ იქნებით. ასევე, არ გაგახსენდებათ მანქანის შემადგენელი სხვა ნაწილებიც.

ყოველთვის იპოვეთ ტექსტის მიზანთან დაკავშირებული მთავარი აზრი და ტექსტი ამ აზრით დაიწყეთ.

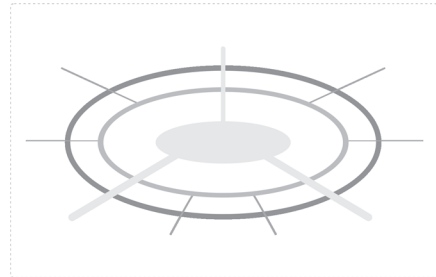
• მსჯელობა დონების მიხედვით დაალაგეთ

რთული მსჯელობა, შესაძლოა, სხვადასხვა დონეზე განლაგებულ აზრებს მოიცავდეს. ეს აზრები ისე უნდა განალაგოთ, რომ მათი ურთიერთკავშირი გამოჩნდეს. ეს მათ მკაფიოსა და მკითხველისათვის მიმზიდველს გახდის. ეს აზრები ისევე უნდა მოაწესრიგოთ, როგორც ნებისმიერი ნივთების გროვა ან თქვენი სხვა აზრები. მაგალითად, თაროზე წიგნების განლაგებისას მათ კრიტერიუმებისა და ქვეკრიტერიუმების მიხედვით (ანბანური წყობა, სფერო, ზომა ან, თუნდაც, ფერი) აწყობთ. ამ კრიტერიუმებთან მიმართებით თანმიმდევრულები უნდა იყოთ. სხვა შემთხვევაში წყობა სხვებისათვის დამაბნეველი იქნება.

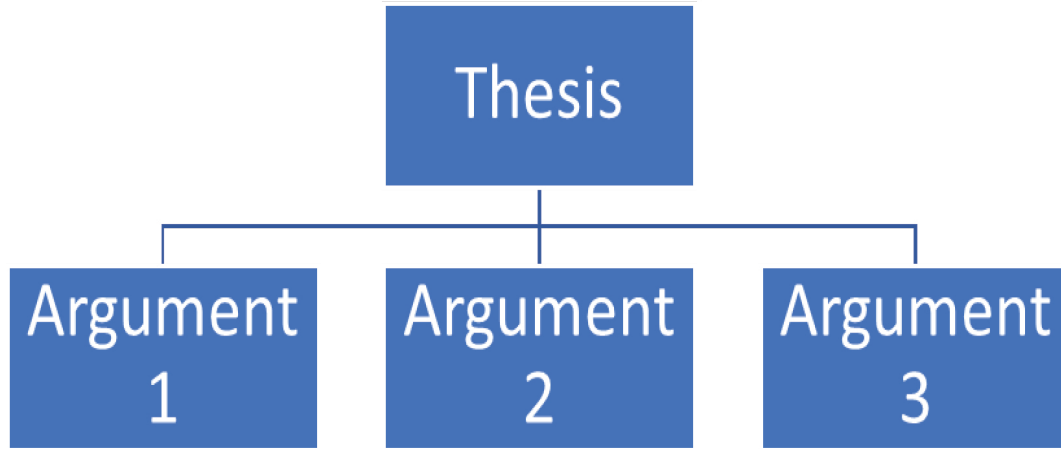
იგივე ლოგიკა აზრების წყობასაც მიესადაგება. დაფიქრდით მთავარ აზრზე. მთავარ აზრს თეზისი ვუწოდოთ. თეზისი გამყარებული უნდა იყოს სხვა აზრებით, რომლებსაც არგუმენტებს ვუწოდებთ. თავის მხრივ, არგუმენტებს ქვეარგუმენტები უნდა ამყარებდეს.

ამ სტრუქტურაზე მუშაობისათვის მისი ვიზუალურად წარმოდგენაა საჭირო. ჩემი გამოცდილებით, სტრუქტურის ვიზუალიზაციის სამი კარგი ხერხი არსებობს: არგუმენტების წრე, პირამიდა და აზრების რუკა. შეგიძლიათ თავად აირჩიოთ. თითოეულს თავისი ნაკლი და უპირატესობა აქვს.

არგუმენტების წრე ობობას ქსელს ჰგავს. ცენტრში თქვენი „თეზისია“. შემდეგი დონე თქვენი „არგუმენტებია“, რასაც „ქვეარგუმენტები“ მოსდევს. თუ თქვენი სათქმელი ბევრ დეტალს შეიცავს, ქვეარგუმენტების მიღმა „გამამყარებელი მოსაზრებები“ განლაგდება. დაბეჭდილი სახით არგუმენტების წრე საკმაოდ ცუდად გამოიყურება, თუმცა, ფანქრით მუშაობისას მოსახერხებელია.



პირამიდა ვიზუალიზაციის კიდევ ერთი ხერხია. ეს მიდგომა – მთავარიდან მეორეხარისხისაკენ – ბარბარა მინტომ შეიმუშავა. თავში თეზისია განთავსებული, შემდეგ საფეხურზე არგუმენტებია მოცემული, მათ კი ქვეარგუმენტები და გამამყარებელი მოსაზრებები მოსდევს. პირამიდა ინფორმაციის ვიზუალურად გამოხატვის შესანიშნავი საშუალებაა, განსაკუთრებით, თუ შენიშვნების გასაკეთებლად პატარა დასაწებებელ ქაღალდებს იყენებთ. პირამიდა ნაკლებად გამოსადეგია რთული დოკუმენტების დაგეგმვისას, რადგანაც ფურცელზე დეტალური ინფორმაციის განსათავსებლად ადგილი აღარ რჩება (ქვეარგუმენტებისათვის ადგილს ამ ფურცელზეც კი ვერ ვპოულობთ). მსგავს შემთხვევებში არგუმენტების წრე უფრო მოსახერხებელია, რადგან დეტალური ინფორმაციას ფურცლის კიდებზე განათავსებთ. ერთ ფურცელზე დატანილი არგუმენტების წრის მეშვეობით დაახლოებით 8-10 გვერდიანი დოკუმენტის დაგეგმვა შეიძლება, რაც ერთსაათიანი სიტყვით გამოსვლის ტოლფასია.

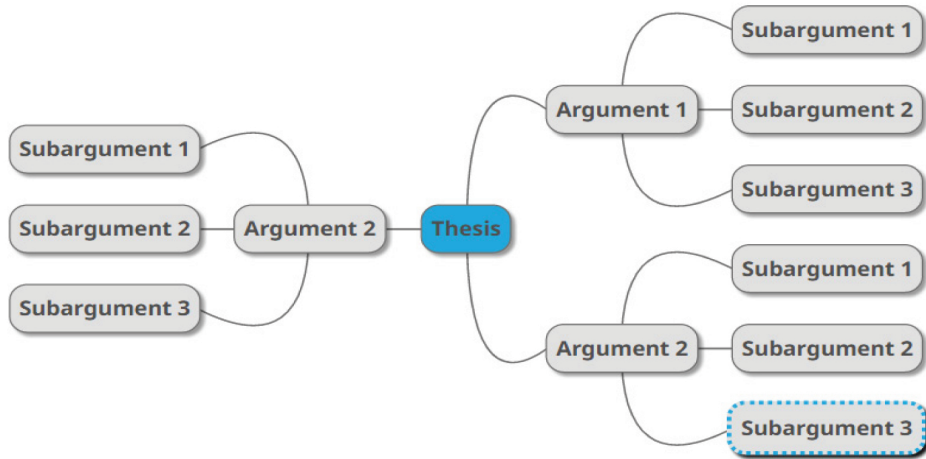


სურათი:

თეზისი

არგუმენტი 1, არგუმენტი 2, არგუმენტი 3

აზრების რუკა ვიზუალიზაციის მესამე ხერხია, რომელსაც უფრო მცოცავი სტრუქტურა აქვს – თეზისი ცენტრშია განთავსებული, მის გარშემო განშტოებებს კი ტექსტის სხვა ნაწილები შეადგენს. ტონი ბუზანის მიერ შემუშავებული აზრების რუკა საკმაოდ გონივრულად არის შედგენილი, გონებას კარგად ავარჯიშებს და სახალისო დასახატია. საკუთარი ხელით დახატული რუკები სამუშაოდ უფრო მოსახერხებელია, ვიდრე კომპიუტერული პროგრამების მიერ შემოთავაზებული ვარიანტები. ქვემოთ სწორედ კომპიუტერული პროგრამის მიერ შემოთავაზებული რუკაა მოცემული. აზრების რუკის ერთადერთი ნაკლი ის არის, რომ მასში სტრუქტურის იერარქიული ხასიათი არ გამოიკვეთება. მკაცრად განსაზღვრული ურთიერთდამოკიდებულება პირამიდასა და არგუმენტების წრეზე უკეთ არის წარმოდგენილი.



სურათი: (მარცხნიდან მარჯვნივ)

ქვეარგუმენტი 1, ქვეარგუმენტი 2, ქვეარგუმენტი 3, არგუმენტი 2, თეზისი, არგუმენტი 1, არგუმენტი 2, ქვეარგუმენტი 1, ქვეარგუმენტი 2, ქვეარგუმენტი, ქვეარგუმენტი 1, ქვეარგუმენტი 2, ქვეარგუმენტი.

ვიზუალიზაციის ამ სამი ხერხის გამოყენებით შეგიძლიათ, რთული აზრები თქვენთვისაც და სხვისთვისაც გასაგებად დააღაგოთ. თეზისი ძირითადი არგუმენტების შეჯამება უნდა იყოს. სტრუქტურა იერარქიის ქვედა დონეებზეც (ან გარშემო) მსგავსად მოქმედებს: ქვეარგუმენტები არგუმენტებს უნდა ამყარებდეს, ეს უკანასკნელნი კი გამამყარებელ მოსაზრებებს უნდა აჯამებდეს.

შეჯამებები ზუსტი უნდა იყოს. ეს ნიშნავს, რომ შეჯამება მხოლოდ იმ აზრებს (მაგალითად, არგუმენტები, ქვეარგუმენტები და ა.შ.) უნდა მოიცავდეს, რომლებიდანაც ის უშუალოდ გამომდინარეობს. დავუშვათ, თქვენ საშემოსავლო გადასახადის მნიშვნელოვნად შემცირებასა და დამატებითი ღირებულების გადასახადის გაუქმებაზე მსჯელობთ (თქვენი თეზისი შესაძლოა ასე გამოიყურებოდეს: ეკონომიკის სტიმულირებისთვის, საგადასახადო შემოსავლის ზრდისა და ჩრდილოვანი ეკონომიკის შემცირებისათვის, უკრაინამ

საგადასახადო პოლიტიკაში სასწრაფოდ უნდა შეიტანოს ორი მნიშვნელოვანი ცვლილება). თუმცა, ამავე კონტექსტში გაცვლითი კურსის ცვლილების არგუმენტს (თუ ეს თავისთავად არ უკავშირდება საკითხს) ვერ მოიყვანთ. ეს საკითხი, უბრალოდ, არ შედის თქვენ მიერ შეჯამებულ თეზისში.

წრე სხვადასხვა მიმართულებით თანაბრად უნდა იყოს გაშლილი. თუ არგუმენტების დონეზე საშემოსავლო და დამატებითი ღირებულების გადასახადები ახსენეთ, იმავე დონეზე ასომის საწინააღმდეგო წამლებზე გადასახადის შემცირებაზე ვერ ისაუბრეთ. ეს საკითხი არ არის ისეთივე მსხვილი, როგორც თეზისის შემადგენელი სხვა არგუმენტები (ის საჭიროზე მეტ დეტალურ ინფორმაციას მოიცავს). სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ერთ დონეზე დაახლოებით მსგავსი მნიშვნელობის (ღირებულების) მოსაზრებები უნდა განალაგოთ. ჰარმონიის ამ მოთხოვნის ილუსტრაცია შესაძლებელია გაყიდვების ასისტენტის შესახებ ჩვენი მემოს საშუალებით:

თეზისი:

ჩვენი შემოსავლების გაზრდის მიზნით, საპროექტო შეთავაზებების მოსამზადებლად გაყიდვების ასისტენტის დაქირავების საჭიროება უნდა განვიხილოთ.¹

არგუმენტები

1. ასისტენტმა უნდა შეძლოს შემოსავლის გაზრდა, რადგან ის შემოთავაზებების შემუშავებაზე იქნება კონცენტრირებული;
2. ასისტენტი გიორგის მეტი კონტრაქტის მოპოვებაში შეუწყობს ხელს, რადგან გიორგის საკუთარ სამუშაოზე კონცენტრირება შეეძლება.
3. ასისტენტი გააუმჯობესებს ჩვენი მომსახურების ხარისხს, რადგან ქეთის შესაძლებლობა მიეცემა, კლიენტებს მეტი დრო დაუთმოს.

სამივე არგუმენტი შემოსავლების ზრდის შესაძლებლობას ეხმიანება: ეფექტიანობისა და ხარისხის ზრდა მოთხოვნას გაზრდის, რადგან თქვენი პროდუქტი და მომსახურება, სხვა შემოთავაზებებთან შედარებით, უფრო მიმზიდველი გახდება. შემოთავაზებულმა ცვლილებამ თავისთავად უნდა გამოიწვიოს შემოსავლის ზრდა, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ორგანიზაცია ახალი ასისტენტის ხარჯებს ვერ დაფარავს. სამივე არგუმენტი დაახლოებით მსგავსი მნიშვნელობისაა. არგუმენტების დონეზე მათი ერთად გამოყენება მართებულია.

¹ ეს თეზისი შემოკლებული მოქმედების ფორმულაა. იგულისხმება, რომ „ჩვენი“ კონკრეტული ადამიანებს მიემართება და რომ შეხვედრა განსაზღვრულ დროსა და ადგილზე უნდა გაიმართოს.

ახლა შეეცადეთ, წარმოიდგინოთ არგუმენტი, რომლის ადგილიც ამ მსჯელობაში არ არის. ასეთი არგუმენტის ნათელი მაგალითია:

- ასისტენტი გიორგის შეახსენებს, რომ ყავის ჭიქები სამზარეულოში უნდა დააბრუნოს. გიორგის ეს ყოველთვის ავიწყდება. მის გამო ოფისში სულ არეულობაა და ყავის ჭიქები სხვებს აღარ რჩება.

შესაძლოა, ეს მართლაც ასეა, მაგრამ ეს არგუმენტი სამ დანარჩენ არგუმენტთან ერთად ვერ განთავსდება. ყავის ჭიქები არ არის საკმარისად მნიშვნელოვანი საკითხი და მათი სამზარეულოში დაბრუნება საკონსულტაციო საქმიანობიდან შემოსავლის ზრდას ვერ გამოიწვევს. მისი ადგილი არგუმენტებს შორის არ არის. თუმცა, შესაძლებელია ითქვას:

- ასისტენტი გიორგის ოფისის მენეჯმენტში დაეხმარება და ამით ეფექტიანობას გაზრდის.

ეს განაცხადი დანარჩენ სამ არგუმენტს შეესაბამება. სამივე არგუმენტი ასისტენტის დაქირავებით გამოწვეული შემოსავლების შესაძლო ზრდას ეხება. ოფისის მენეჯმენტის გაუმჯობესება ხარჯების კლებას უკავშირდება, რადგან შიდა ორგანიზაციული პროცესების შეუფერხებლად წარმართვა ხარჯების შემცირებას იწვევს. ასე რომ, ოთხივე არგუმენტი ერთ შედეგს – შემოსავლების ზრდას – ეხმიანება.

გაზრდილი ეფექტიანობის შესახებ არგუმენტი შეიძლება შეიცავდეს ქვეარგუმენტს, რომლის მიხედვითაც ასისტენტი ოფისის სისუფთავეზე იზრუნებს; თუმცა, მას სხვა დავალებებიც ექნება, მაგალითად, ფაილური სისტემის მართვა. თუ ქვეარგუმენტი მხოლოდ ყავის ჭიქების ნაკლებობის საკითხს ეხება, უმჯობესია, ის საერთოდ არ ახსენოთ.

ამ ყველაფრის გათვალისწინებით, გამართული სტრუქტურა შესაძლოა მათემატიკური ფორმულითაც გამოიხატოს, რომელშიც A არგუმენტს ნიშნავს:

$$\text{თეზისი} = A_1 + A_2 + A_3$$

$$A_1 = A_1\text{-ის ქვეარგუმენტი}_1 + A_1\text{-ის ქვეარგუმენტი}_2 + A_{1\text{-ის}}\text{ ქვეარგუმენტი}_3$$

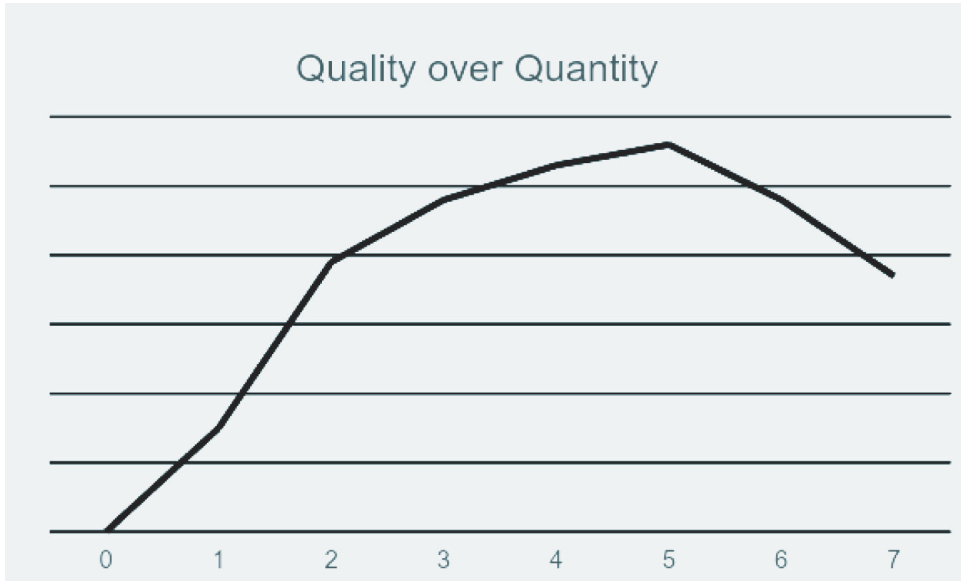
და ა.შ.

მათემატიკური ფორმულა კარგად წარმოაჩენს, რომ ქვეარგუმენტების დონეზე არ უნდა შეგვხვდეს მოსაზრებები, რომლებიც თეზისში არ არის ასახული – თეზისი ქვეარგუმენტების ჯამია. და პირიქით, თეზისი არგუმენტების შეჯამების შედეგია. ეს სკრუპულოზური, მდგრადი და რაციონალური სტრუქტურაა.

და მაინც, სტრუქტურის სრულყოფილად აღსაქმელად, განსაკუთრებით, თუ ერთდროულად ოთხ-ხუთ მოსაზრებაზე მეტის გაერთიანებაა საჭირო, მისი რომელიმე ხერხით ვიზუალიზაცია დაგჭირდებათ; სულ მცირე, დეტალური გეგმა უნდა ჩამოწეროთ. უკეთესი იქნება, თუ სტრუქტურის ვიზუალიზაციისათვის არგუმენტების წრეს, პირამიდას ან აზრების რუკას გამოიყენებთ.

- **აირჩიეთ 3 - 5 ძირითადი მოსაზრება**

არგუმენტებისა და ტექსტის შემადგენელი ნაწილების სტრუქტურის მიხედვით ორგანიზებისას, იდეალურ შემთხვევაში, სამი-ხუთი ძირითადი არგუმენტი უნდა შეარჩიოთ. ყველა სხვა მოსაზრება არგუმენტებს ქვეარგუმენტების საფეხურზე უნდა ექვემდებარებოდეს. გახსოვდეთ, რომ მკითხველებისათვის წერთ. მათი დრო შეზღუდულია. თუ სამიდან ხუთამდე ძლიერ არგუმენტს წარმოადგენთ, მათ დარწმუნებას შეძლებთ. თუ ამ არგუმენტებმა ვერ გაჭრა, დიდი ალბათობით, ვერც დამატებითი არგუმენტები მოგიტანთ წარმატებას.



გრაფიკი:

ხარისხის უპირატესობა რაოდენობაზე

არგუმენტების რაოდენობა (პირობითი)

ერთი სუსტი არგუმენტი სკეპტიკურად განწყობილ ადამიანებს სხვა, ძლიერი არგუმენტების უგულებელყოფის მიზეზს აძლევს. ისინი საკუთარ საწინააღმდეგო პოზიციას სწორედ ამ ერთ არგუმენტზე აფუძნებენ და დანარჩენ არგუმენტებს ყურადღებას აღარ აქცევენ. სუსტი არგუმენტი თქვენს ტექსტს კრიტიკის მიმართ დაუცველს ხდის. გარდა ამისა, თუ ტექსტში ყველა არგუმენტს მოიყვანთ, რომლებიც კი აზრად მოგივათ, ის იმდენად გრძელი გამოვა, რომ აღარავინ წაიკითხავს.

გრაფიკი 2 აჩვენებს დარწმუნებული მკითხველების რაოდენობას არგუმენტების რაოდენობასთან მიმართებით. რკალის მოყვანილობა პირობითია და ის მკითხველებსა და ტექსტზეა დამოკიდებული. არსი ის არის, რომ რაოდენობა ვერ უზრუნველყოფს იმავე ხარისხს, როგორსაც კარგად შერჩეული რამდენიმე არგუმენტი.

უნდა აირჩიოთ. რომელ არგუმენტებს შეარჩევთ? ამ კითხვაზე პასუხი ზემოთ განხილული პრინციპების მიხედვით უნდა ეძიოთ. წერეთ მკითხველისათვის: აირჩიეთ არგუმენტები, რომლებიც უფრო მეტად უბიძგებს მკითხველს თქვენთვის სასურველი მოქმედებისაკენ. რადგანაც ნინოს კომპანიის მუშაობის უზრუნველსაყოფად შემოსავლების მოზიდვა სჭირდება, მოკლე მემოში მოყვანილი ძირითადი არგუმენტები სწორად არის შერჩეული.

● პროცესებიც ვიზუალურად გამოსახეთ

ცხადია, ვიზუალიზაციის ამ ხერხებიდან ნებისმიერი გამოსადეგია პროცესის აღსაწერად. არგუმენტების მსგავსად, თქვენ გაქვთ მიზნისაკენ მიმავალი ძირითადი ნაბიჯებიც. შეეცადეთ, ხუთი ასეთი ნაბიჯით შემოიფარგლოთ. ხუთი ნაბიჯის დამახსოვრება მარტივია. დანარჩენი მოქმედებები ქვეარგუმენტების საფეხურზე დაურთეთ. საფეხურები, ისევე და ისევე, ერთმანეთს უნდა შეესაბამებოდეს. გთავაზობთ ნათელ მაგალითს:

თეზისი:

შაბათს, 09:00 საათზე, ქეთის ხელმძღვანელობით, ქეთი, პაატა და გიორგი ოფისს გადააღაგებენ, რომ ახალი ასისტენტისათვის ადგილი გამოათავისუფლონ.

არგუმენტები:

1. თავიდან მოვიცილოთ ზედმეტი ქაღალდები;
2. დავალაგოთ წიგნების თაროები;
3. ავიღოთ ძველი დივანი;
4. მოვაწყოთ ახალი სამუშაო სივრცე.

დააკვირდით, რომ თითოეულ არგუმენტს ქვეარგუმენტები აქვს. ასე რომ, არგუმენტების წრის გამოყენებაც შეგიძლიათ:

1. თავიდან მოვიცილოთ ზედმეტი ქაღალდები:
 - a. შევაგროვოთ დაუნარისხებელი დოკუმენტები;
 - b. გადავარჩიოთ საჭირო დოკუმენტები და დავახარისხოთ;
 - c. გადავარჩიოთ კონფიდენციალური/პერსონალური ინფორმაციის შემცველი

მასალები და გავანადგუროთ;

d. დარჩენილი ქაღალდები გადავყაროთ

და ა.შ.

ფაქტობრივად, ეს ფორმატი კონკრეტული მიზნის მქონე ნებისმიერ მოქმედებას მიესადაგება. ეს რთული მოქმედებების დაგეგმვასა და კოორდინაციაში დაგეხმარებათ. გახსოვდეთ, რომ მიზანი ვიზუალურად უნდა გამოსახოთ და მოქმედების ფორმულის მიხედვით გაწეროთ.

• არგუმენტები შესაბამისი თანმიმდევრობით დაალაგეთ

არგუმენტები ისეთი თანმიმდევრობით დაალაგეთ, რომ მკითხველისათვის მაქსიმალურად მარტივად აღსაქმელი იყოს. როდესაც თანმიმდევრობას აირჩევთ, არჩევანს აღარ გადაუხვიოთ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ვერ შეცვლით პრინციპს, რომლითაც არგუმენტების წყობას განსაზღვრავთ. თუმცა, ტექსტში სხვადასხვა ქვეარგუმენტის წყობის თანმიმდევრობის ცვლილება შესაძლებელია.

მოვიყვანოთ მაგალითი: ვთქვათ, წერთ წიგნს იმის შესახებ, თუ რით გამოირჩევა ესა თუ ის ავტორი. თითოეულ ავტორს ცალკე თავს დაუთმობთ. თითოეულ თავს თავისი უცვლელი ლოგიკური სტრუქტურა ექნება, თუმცა, თავებს შორის თხრობის თანმიმდევრობა შეიძლება განსხვავდებოდეს (მაგალითად, თავი გალაკტიონ ტაბიძის შესახებ შეიძლება ქრონოლოგიური იყოს და ის პოეტის განვითარებას აღწერდეს, მაშინ, როცა ილია ჭავჭავაძის შესახებ თავში საუბარი იყოს მისი გავლენის შესახებ ხუთ სხვა ქართველ მწერალზე).

ეს ყველაფერი უფრო ნათელი გახდება მას შემდეგ, რაც აზრების ორგანიზების სხვადასხვა ხერხს განვიხილავთ. თავის წიგნში მინტო აზრთა წყობის ოთხ ძირითად ტიპს განიხილავს (აქ საუბარია ინფორმაციის ორგანიზებაზე, რასაც DAGOR-ი გულისხმობს. DAGOR-ი დაგეგმვის დეტალური პროცედურაა, რომელსაც მოგვიანებით განვიხილავთ):

1. ქრონოლოგიური: გამოსადეგია იმ შემთხვევებში, როცა მოვლენათა თანმიმდევრობის აღწერა გსურთ. ამის მაგალითია ზემოთ მოხსენიებული ოფისის დალაგების ეტაპები.
2. სტრუქტურული: ერთმანეთთან აკავშირებს ორგანიზაციის, ადამიანებისა თუ ადგილმდებარეობების სხვადასხვა ასპექტს. მაგალითად, სამართლებრივს, ბუღალტრულსა და მარკეტინგულს; გიორგის, ქეთისა და პაატას; ბათუმს, ქუთაისსა და თბილისს.

3. შედარებითი: არგუმენტების დალაგება იმის მიხედვით, თუ როგორ ეხმიანებიან ისინი რაიმე კრიტერიუმს. როგორც წესი, არგუმენტებს მნიშვნელობის/რელევანტურობის მიხედვით ალაგებთ. უფრო მნიშვნელოვან არგუმენტებს თავშივე ამბობთ, რადგან, სხვა შემთხვევაში, მკითხველს მიზეზი მიეცემა, თქვენი არგუმენტები უგულვებლყოს და ბოლოს მოყვანილი არგუმენტები სერიოზულად აღარ აღიქვას. გავიხსენოთ მემოს მაგალითი: მასში ხაზგასმულია, რომ ახალი ასისტენტის მთავარი ფუნქცია შემოსავლის მოზიდვა იქნება. დამატებითი ადმინისტრაციული ფუნქციები მეორეხარისხოვანია და მათ შესახებ ტექსტში მოგვიანებითაა საუბარი.
4. დედუქციური: ეს, ფაქტობრივად, სილოგიზმია. დაიწყეთ მთავარი სათქმელით, მოაყოლეთ იმავე საკითხთან დაკავშირებული ნაკლებად მნიშვნელოვანი განცხადება და ორივე გააერთიანეთ. მაგალითად: 1) ეს წიგნი პროფესიულ კომუნიკაციას გასწავლით; 2) თქვენ გინდათ პროფესიული კომუნიკაციის შესწავლა. 3) აქედან გამომდინარე, ეს წიგნი უნდა წაიკითხოთ.

გრძელი ტექსტების წერისას დედუქციურ სტრუქტურას თავი უნდა აარიდოთ, რადგან ეს დასკვნით დაწყების პრინციპს ეწინააღმდეგება. სილოგიზმი, ანუ დედუქცია, მკითხველს თქვენს აზრთა მსვლელობას აცნობს. სჯობს, სათქმელი ასე გადმოსცეთ: წაიკითხეთ ეს წიგნი, თუ პროფესიული კომუნიკაციის შესწავლა გსურთ.

თავად გადაწყვიტეთ, რომელი წყობა უფრო მისაღებია. თეზისებისათვის, რომელთა არსი რაიმე მსჯელობის მართებულობის მტკიცებაა, წყობა შედარებითი ან სტრუქტურული უნდა იყოს, რადგან არც ისტორიას ჰყვებით და არც პროცესს აღწერთ. პროცესის აღსაწერად, ანუ იმის საჩვენებლად, თუ „როგორ“ ხდება რაიმე, სტრუქტურული ან ქრონოლოგიური წყობა გამოიყენეთ. შედარებითი წყობის გამოყენებაც დასაშვებია („ესა და ეს ყველაზე მომგებიანი ვარიანტი იქნება“); მაგრამ ამ შემთხვევაში შედარება წარმოშობს საშიშროებას, რომ ბუნდოვანი დარჩეს, თუ ვინ, როდის, რა უნდა მოიმოქმედოს. დედუქციური სტრუქტურა ტექსტის ყველაზე დაბალ, მაგალითად, ქვეარგუმენტის საფეხურზე უნდა გამოიყენოთ: იმის საჩვენებლად, რომ ქვეარგუმენტები (1) და (2) არგუმენტიდან გამომდინარეობს.

დედუქციური წყობის გამოყენების ცდუნება დროდადრო თითქმის ყველას უჩნდება. მისი ხიბლი იმაშია, რომ საშუალებას გაძლევთ, ჯერ ფართო სურათი წარმოაჩინოთ, შემდეგ სიტუაცია აღწეროთ და მხოლოდ ამ ყველაფრის მერე გამოიტანოთ დასკვნა. ინფორმირებული მკითხველი დასკვნებს თავად გამოიტანს. თუმცა, ასეთი თანმიმდევრობა ლოგიკური იქნებოდა სხვის სამუშაოზე აზრის გამოთქმისას.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, დედუქციური სტრუქტურა მხოლოდ მოკლე ტექსტებში გამოიყენება, რომლებშიც არგუმენტების დონეზე ვჩერდებით და მნიშვნელოვანი ქვეარგუმენტები აღარ მოგვყავს. თუ მსჯელობა უფრო სიღრმისეულია, დედუქციური სტრუქტურა ზედმეტად რთულდება. კონტექსტის წარმოსადგენად შეიძლება რამდენიმე გვერდი დაგჭირდეთ. კონტექსტის შესახებ ხანგრძლივი მსჯელობა მკითხველისათვის მოსაწყენია, რადგან მან არ იცის, რისთვის სჭირდება ამ ყველაფრის ცოდნა. კიდევ უფრო პრობლემური ის არის, რომ მკითხველს საჭირო ინფორმაცია შეიძლება დავიწყებული ჰქონდეს იმ დროისთვის, როცა ეს ინფორმაცია კვლავ სჭირდება.

დავუშვათ, ირაკლის ანგარიშში სვანეთის, სამეგრელოსა და გურიის შესახებ გარკვეული არასწორი ინტერპრეტაციების შესწორებას ცდილობთ. თუ არგუმენტების დონეზე დედუქციურ მეთოდს გამოიყენებთ, ჯერ ირაკლის ანგარიშს შეაჯამებთ (დიდი წანამძღვარი); ამის შემდეგ თქვენეულ ხედვას აღწერთ (მცირე წანამძღვარი). ამას მოაყოლებთ დასკვნას, რომ ირაკლის ანგარიშში ზოგიერთი ინტერპრეტაცია გასასწორებელია.

ახლა დავუშვათ, რომ ირაკლის ანგარიშში მოყვანილია საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვა საზოგადოებაში არსებულ მდგომარეობაზე, ადგილობრივ ხელისუფლებასა და ეკონომიკაზე. ხედავთ პრობლემას? მისი ანგარიშის შესაჯამებლად ცხრა სხვადასხვა სახის კომპონენტზე საუბარი დაგჭირდებათ (საზოგადოება, ხელისუფლება და ეკონომიკა თითოეული რეგიონის მიხედვით). როდესაც თქვენი საკუთარი კომენტარის ნაწილზე გადახვალთ, მკითხველს უკვე აღარ ემახსოვრება, თუ რას წერდა ირაკლი გურიის ხელისუფლების შესახებ.

ასე რომ, დედუქციური მეთოდი ქვედა დონეებისათვის შემოინახეთ. და პირიქით, აქტუალური საკითხები არგუმენტების დონეზე ამოიტანეთ. ეს სწრაფი და მარტივი ცვლილებაა, რომელიც ერთი შეხედვით უფრო რთული ჩანს, ვიდრე ის სინამდვილეშია. მოდით, მოკლედ განვიხილოთ ეს პროცესი. წინა მაგალითში დაახლოებით შემდეგი თანმიმდევრობა გქონდათ:

თეზისი (მოკლედ): ეს საკმაოდ მრავლისმომცველი მასალაა და პოლიტიკის შესახებ დოკუმენტისათვის კარგ საფუძველს ქმნის, თუმცა, ირაკლის კვლევაში რამდენიმე ასპექტი შესაცვლელია.

ირაკლის ხედვა:

(ქვეარგუმენტები: სვანეთი, სამეგრელო, გურია).

რეალური ვითარება

(ქვეარგუმენტები: სვანეთი, სამეგრელო, გურია).

დასკვნა ირაკლის არასწორი ინტერპრეტაციის შესახებ

(ქვეარგუმენტები: სვანეთი, სამეგრელო, გურია).

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ამ სტრუქტურის ნაკლი ის არის, რომ რეგიონების შესახებ ინფორმაცია დოკუმენტის სამ სხვადასხვა ნაწილში ხდება წამყვანი, ამ ნაწილებს შორის კი მჭიდრო კავშირი არ არსებობს.

ახლა კი, როცა დედუქციური მიდგომა ქვეარგუმენტების დონეზე გადაიტანეთ, სამი რეგიონის მიხედვით განაწილებული შემდეგი სტრუქტურა მიიღეთ:

ირაკლის ზედმეტად ოპტიმისტური ხედვა სვანეთის შესახებ

(ქვეარგუმენტი: ირაკლი, არსებული ვითარება, დასკვნა).

ირაკლის ზედმეტად პესიმისტური ხედვა სამეგრელოს შესახებ

(ქვეარგუმენტი: ირაკლი, არსებული ვითარება, დასკვნა).

ირაკლის ნაწილობრივ არასწორი ხედვა გურიის ეკონომიკური პოტენციალის შესახებ

(ქვეარგუმენტი: ირაკლი, არსებული ვითარება, დასკვნა).

მკითხველს კვლავ აცნობთ კონტექსტს, თუმცა ამას ყველაზე შესაბამის დროს აკეთებთ. თუ საჭიროა დედუქციური თანმიმდევრობა, კიდევ უფრო მოგვიანებით, გამამყარებელი მოსაზრებების დონეზე გამოიყენეთ. თუ, მაგალითად, ირაკლიმ მართლაც დაწერა თითოეულ რეგიონში ეკონომიკის, ხელისუფლებისა და საზოგადოების შესახებ, შეგიძლიათ, თითოეული მათგანი ქვეარგუმენტად გამოიყენოთ, უფრო დეტალური მსჯელობა ირაკლის არასწორი ინტერპრეტაციების შესახებ კი გამამყარებელი მოსაზრებების დონეზე გადაანაცვლეთ.

ეს ასე გამოიყურება:

არგუმენტი₁: ირაკლის ზედმეტად ოპტიმისტური ხედვა სვანეთის შესახებ

ქვეარგუმენტი₁: სვანური ეკონომიკის ოპტიმისტური ხედვა.

გამამყარებელი მოსაზრება: ირაკლი, არსებული ვითარება; დასკვნა.

ქვეარგუმენტი₂: სვანეთის ადმინისტრაციული რეფორმის ოპტიმისტური ხედვა.

გამამყარებელი მოსაზრება: ირაკლი, არსებული ვითარება; დასკვნა.

არგუმენტი₂: [...]

და ა.შ. მომდევნო არგუმენტების, ქვეაგრგუმენტებისა და გამამყარებელი მოსაზრებებისათვის.

შეიძლება ინფორმაცია თემატურად (ეკონომიკა, საზოგადოება, ხელისუფლება) დაალაგოთ და არა რეგიონების მიხედვით. თქვენი გადაწყვეტილება, პირველ რიგში, იმაზე იქნება დამოკიდებული, იპოვით თუ არა თანაზიარ მახასიათებლებს, რომელთა შეჯამებაც არგუმენტების დონეზე შეიძლება. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, თუ ირაკლის ნათქვამი ეკონომიკაზე სიმართლეს შეესაბამება, ხელისუფლების შესახებ მისი შეხედულებები მთლიანად მცდარია, საზოგადოების შესახებ კი მისი მოსაზრებები მსჯელობას აცდენილია, მაშინ თქვენი კრიტიკის სტრუქტურირებისათვის ხსენებული სქემის გამოყენება დასაშვებია.

გაითვალისწინეთ, რომ ეს შესანიშნავი ხერხი, რომელიც მინტროსაგან ვისწავლე, ყოველთვის მუშაობს და ტექსტებს უფრო მარტივად საკითხავსა და დასაწერს ხდის.

● **მთავარი სტრუქტურაა**

სათანადოდ ვერც კი გამოვხატავ, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია კარგი სტრუქტურა. ზოგჯერ, როცა ტრენინგზე სტრუქტურის შესახებ ვსაუბრობ, ვხედავ, რომ ხალხი უკმაყოფილებას გამოხატავს, თითქოს ეს საკითხი მათ არ ენება. რა თქმა უნდა, მათი დაინტერესება ჩემი მოვალეობაა. ამავდროულად, ხშირად მიწვევენ ანგარიშების გასასწორებლად, რომლებშიც ელემენტარული სტრუქტურული შეცდომებია დაშვებული. ყურადღებას ორ ასეთ შემთხვევაზე გავამახვილებ. მიიღეთ ეს მაგალითები გაფრთხილებად. პირველი მაგალითი იძულებით გადაადგილებული პირების დასაქმების შესაძლებლობების ზრდის შესახებ ანგარიშს ენება. ერთ-ერთმა თანამშრომელმა ანგარიშის ასეთი გეგმა წარადგინა:

I. ზოგადი მიმოხილვა, მეთოდოლოგია და ლიტერატურის მიმოხილვა

1. საქართველოში სამუშაო ძალის შესახებ ჩატარებული კვლევების მიმოხილვა.
2. შესაბამისი ლიტერატურა და სხვა პოსტსაბჭოთა ქვეყნების გამოცდილება.
3. ლიტერატურის მიმოხილვა საქართველოში იგპ-ების დასახლებების შესახებ.

II. იგპ-ების დემოგრაფიული და გეოგრაფიული დანასიათება და დასაქმების მანასიათებლები.

III. სამუშაო ძალის მიწოდება: მონაწილეობა სამუშაო ძალაში

1. ქალაქები (თვითდასაქმებული, არაოფიციალურ ანაზღაურებაზე მყოფი, ოფიციალურ ანაზღაურებაზე მყოფი, დაუსაქმებელი, არააქტიური სამუშაო ძალა);
2. სოფლები – იგივე კატეგორიები, სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის/ფერმერობის დამატებით.

IV. მოთხოვნა სამუშაო ძალაზე: სამუშაო შესაძლებლობების მიმოხილვა და მანასიათებლები

1. ქალაქები (ფორმალური და არაფორმალური სექტორები);
2. სოფლები (ძირითადი აქცენტი არაფორმალურ სექტორებზე).

V. საუკეთესო პრაქტიკა და საქართველოსა და პოსტსაბჭოთა ქვეყნების გამოცდილება.

VI. რეკომენდაციები სახელმწიფო უწყებისთვის [კონკრეტული უწყება] და შემდგომი კვლევის საჭიროებასთან დაკავშირებით.

თუ წიგნის წინა ნაწილს გაეცანით, ამ გეგმის ნაკლი თქვენთვის ნათელი უნდა იყო. სცადეთ და შეამოწმეთ, შენიშნეთ თუ არა პრობლემა.

სტრუქტურული ხასიათის პრობლემა გეგმის III და IV ნაწილებს აქვს. თემებმა ქვეარგუმენტების დონეზე უნდა გადაინაცვლოს. მიწოდებისა და მოთხოვნის ნაცვლად, ტექსტი ქალაქებისა და სოფლების მიხედვით უნდა დაიყოს. ამ შემთხვევაში გვექნება სამუშაო ძალაზე მოთხოვნა და მიწოდება ქალაქებსა და სოფლებში. ქალაქებსა და სოფლებს შორის კავშირი დასაქმებაზე კვლევისათვის რელევანტურია. გეგმაში სხვა ცვლილებების შეტანაც შეიძლება: დემოგრაფიული აღწერილობა შეიძლება სამუშაო ძალაზე მოთხოვნისა და მიწოდების ნაწილში გაერთიანდეს. ამ ინფორმაციისათვის საუკეთესო ადგილი სწორედ აქ არის. I ნაწილის შეკვცა და მეთოდოლოგიის ბოლოში გადატანაც დასაშვებია.

მეორე მაგალითი ეხება ორგანიზაციის კვლევას მიმდინარე რეფორმასთან დაკავშირებით. მარტივად რომ ვთქვათ, საქმე ეხებოდა განათლების რეფორმას. კვლევა ეყრდნობოდა მასწავლებლების გამოკითხვას, მათ ფოკუსჯგუფებსა და მშობლების გამოკითხვას. შედეგები კვლევის ინსტრუმენტების მიხედვით იყო გადმოცემული.

ასეთი სტრუქტურის არჩევა, ანუ კვლევის სამი ინსტრუმენტის მიხედვით განლაგება არგუმენტების საფეხურზე, ნიშნავს, რომ ერთსა და იმავე საკითხზე (მაგ.: პერსონალის

დაქირავება) ანგარიშის სამ სხვადასხვა ნაწილში იქნება საუბარი. შესაბამისად, თითოეული საკითხის შესახებ კვლევის შედეგების გასაცნობად დოკუმენტი წინ და უკან უნდა ფურცლოთ. ამ სახით ანგარიში ვერ გამოქვეყნდებოდა და მისი შესწორება იყო საჭირო. ანგარიში კვირების განმავლობაში იღო ამ ფორმით, მიუხედავად იმისა, რომ საკითხში ჩართული ინსტიტუტების მისდამი ინტერესი მაღალი იყო.

სხვათა შორის, სტრუქტურულ ნაკლზე სიტყვები „ზემოთ აღნიშნულია“ მიანიშნებს. თუ ეს სიტყვები რამდენჯერმეა გამოყენებული, ე.ი. დოკუმენტს სტრუქტურული ხასიათის ნაკლი აქვს. ტექსტი ბუნებრივად უნდა მიედინებოდეს და უკან დაბრუნების საჭიროება არ უნდა არსებობდეს.

თუ მსგავსი შეცდომების თავიდან არიდებაში თქვენს წვლილს შეიტანთ და ვიზუალიზაციის ტექნიკების გამოყენებით კოლეგებს დაეხმარებით, ტექსტი უკეთ აღსაქმელი გახადონ, ამით თქვენს ორგანიზაციას დიდ სამსახურს გაუწევთ. სტრუქტურის გათავისების შემდეგ უკვე ყველაფერი ხელთ გაქვთ იმისათვის, რომ მკაფიო და საინტერესო დოკუმენტები წეროთ.

შესავლის ფორმულა

როგორ დავწეროთ შესავალი

საზოგადოდ ცნობილი ფაქტია, რომ კარგი შესავალი დოკუმენტის წარმატების საწინდარია. თუმცა, ბევრი ადამიანისათვის შესავლის წერა რთული და საწვალებელი პროცესია. საბედნიეროდ, შესავლის დასაწერად კარგი ფორმულა არსებობს. ეს ფორმულა ყველა სახის შესავალს მიესადაგება, იქნება ეს გრძელი ანგარიში, მოკლე წერილი თუ ტექსტი სიტყვით გამოსვლისათვის. განხილეთ, რომ შესავალი ორ მიზანს ემსახურება.

პირველი – შესავალმა აუდიტორია უნდა მიიზიდოს. თქვენ მკითხველის ყურადღება უნდა მიიპყროთ და დაარწმუნოთ ისინი, კითხვა გააგრძელონ. მკითხველს უნდა აცნობოთ, თუ რა კითხვაზე გასცემს პასუხს დოკუმენტი. ასე რომ, მთავარი აზრი ან თეზისი შესავლის ნაწილია. შესავალი ოპერის უვერტიურასავითაა – ის წარმოადგენს გარემოს, კონტექსტს, მოტივებსა და თემებს/მელოდიებს, რომლებიც შემდგომ გაიშლება.

მეორე – შესავალზე მუშაობა ტექსტის გეგმის გადამოწმების შესაძლებლობას გაძლევთ. შესავალში მკითხველისათვის სვამთ კითხვას, რომელსაც ტექსტი სცემს პასუხს. შესაბამისად, შესავლის დაგეგმვა მიზნის უფრო მკაფიოდ გამოხატვაში, სტრუქტურისა და შინაარსის გადახედვასა და მათ გაუმჯობესებაში გეხმარებათ.

- **სტანდარტული SCQR ფორმულა**

გავეცნოთ SCQR ფორმულას: სიტუაცია (Situation), სირთულე (Complication), შეკითხვა (Question) და გამოსავალი (Resolution).

დაიწყეთ მკითხველისათვის ნაცნობი, სტანდარტული სიტუაციის აღწერით. ისე წერეთ, რომ მკითხველი დააინტერესოთ, გამოიყენეთ ტერმინები, რომლებიც ყველასათვის (თითქმის ყველასათვის) მისაღებია. შემდეგ გამოავლინეთ სირთულე, რომელიც შეკითხვას ბადებს; თქვენი ტექსტი გამოსავლის შეთავაზებაა.²

პაატას რომ ფორმალური შეთავაზება დაეწერა, მისი შესავალი შემდეგნაირი იქნებოდა:

² თავისი არსით ის უძველეს დიალექტიკურ რიტორიკას მიესადაგება: თეზისი (რაც არის), ანტითეზა (რაც კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს თეზისს და არსებულ სიტუაციას) ერთიანდება სინთეზში (რაც ჭრის პრობლემას და აგვარებს ურთიერთობას თეზისსა და ანტითეზას შორის).

- საკონსულტაციო მომსახურებიდან ჩვენი შემოსავლის 60% კონკრეტული პროექტების დაფინანსების მოპოვების გზით მიიღება. ბოლო ექვსი თვის განმავლობაში ხუთი მსხვილი პროექტი წავაგეთ. აქედან, სულ მცირე, სამის მოგება შეგვეძლო. როგორ გავაუმჯობესოთ საპროექტო წინადადებები? წინამდებარე დოკუმენტი გაყიდვების მიზნით ასისტენტის დაქირავებას ეხება.

გაიხსენეთ ზემოთ მოყვანილი მემო, რომელიც ცხადყოფს, რომ ნინო, პაატას მთავარი მკითხველი, სიტუაციას კარგად იცნობს. შესავალი ცხადყოფს, რომ პაატა და ნინო, გამოსავალზე მსჯელობის დაწყებამდე, პრობლემის არსზე თანხმდებიან.

გაიხსენეთ ამ წიგნის დასაწყისი.

- ცხოვრება და საზოგადოების აქტიური წევრობა თქვენგან გამუდმებულ კომუნიკაციას მოითხოვს. სწორედ ამიტომ, ადამიანთა უმეტესობას სურს, კომუნიკაცია უკეთ შეეძლოს. უკეთესი კომუნიკაცია საშუალებას გაძლევთ, მიაღწიოთ წარმატებას და ამაში სხვებსაც დაეხმაროთ. კარგი კომუნიკაცია თქვენი აზრების გავრცელების უკეთეს შესაძლებლობას გიქმნით. თუმცა, პროფესიული კომუნიკაციის სწავლა რთულია. უნივერსიტეტებს იშვიათად აქვთ კარგი კურსები კომუნიკაციის შესახებ. არ არსებობს პროფესიული კომუნიკაციის დადგენილი ჩარჩო, რომელსაც სისტემური სწავლების გარეშე გაეცნობოდით. ასევე, არ მიმდინარეობს დისკუსიების შესახებ, თუ როგორი უნდა იყოს ეს ჩარჩო. ამავდროულად, კომუნიკაცია არ არის უნარი, რომლის სწავლა წიგნიდან მარტივად შეიძლება. აბა, რა მნიშვნელობა აქვს წიგნს? მჯერა, რომ ამ წიგნს შეუძლია წარმატებისათვის საჭირო ინსტრუმენტები მოგცეთ. ესენია: ოთხი პრინციპი, სამი სტრუქტურა, ორი ფორმულა და ერთი პროცედურა.

ალბათ ამ შესავალში SCQR. ფორმულა ამოიცანით:

სიტუაცია—ფაქტია, რომ საზოგადოებრივი ცხოვრება გამუდმებულ კომუნიკაციას მოითხოვს. ასევე, სიმართლეა, რომ ადამიანთა უმეტესობას კომუნიკაციის უკეთ დამყარების სურვილი აქვს, რადგანაც მათ იციან, რომ ეს წარმატების საწინდარია. შესაძლოა, ამის სურვილი ყველა ადამიანს აქვს, მაგრამ ზოგიერთი შეიძლება ასე არ ფიქრობდეს („მაგალითად, ბაბუაჩემის ძმა

სვანეთის შორეულ სოფელში...”). შესაბამისად, ვამბობთ „უმეტესობას“. ამ განცხადებასთან შეწინააღმდეგება რთულია.

სირთულე – მაგრამ არაერთი სირთულის წინაშე ვდგებით – ამ გამოწვევას ვერ პასუხობს საუნივერსიტეტო სწავლება (ეს ბევრ ქვეყანაშია პრობლემა, რადგან კომუნიკაციაში წარმატებული ადამიანები იშვიათად რჩებიან უნივერსიტეტებში მასწავლებლებად); შესაბამისად, არ არსებობს დადგენილი ჩარჩო, რომელსაც ადამიანები დაეყრდნობიან, მსგავსი უნარების წიგნიდან შესწავლა კი არც ისე მარტივია.

შეკითხვა – სირთულის აღწერის შედეგად ისმის შეკითხვა, რომელსაც თქვენთვის, მკითხველისათვის, გადამწყვეტი მნიშვნელობა უნდა ჰქონდეს: რას შეცვლის ეს წიგნი?

გამოსავალი – ჩვენ მიერ შემოთავაზებულ გამოსავალში პირველ რიგში მთავარი აზრებია გადმოცემული: თქვენ მხოლოდ ოთხი პრინციპი, სამი სტრუქტურა, ორი ფორმულა და ერთი პროცედურა გჭირდებათ. შემდეგ კი ეს ყველაფერი კონკრეტულ ტექსტებს უნდა მიუსადაგოთ.

როგორც ხედავთ, ფორმულა მკითხველზე მორგებულ სტრუქტურას უზრუნველყოფს და მკითხველის მსჯელობა თქვენთვის სასურველი მიმართულებით მიჰყავს.

- მოქნილობა

SCQR (სიტუაცია, სირთულე, შეკითხვა, გამოსავალი) ფორმულის ნიბლი ის არის, რომ შეგიძლიათ სხვადასხვა მიზნის მისაღწევად სხვადასხვა თანმიმდევრობით გამოიყენოთ:

ქმედებაზე ორიენტირებული: RCS (გამოსავალი, სირთულე, სიტუაცია).

- „თანამშრომლები პროექტის მენეჯმენტის უნარებში ხელახლა უნდა დავატრენინგოთ. ჯულიმ, რომელმაც ჩვენთვის წარსულში არაერთი წარმატებული ღონისძიება ჩაატარა პროექტის მენეჯმენტის კუთხით, აპრილის შუა რიცხვებში სამი ნახევარდღიანი ვორკშოპის მომზადება და ჩატარება შემოგვთავაზა, კონკრეტულად, პროექტის დაგეგმვის მიმართულებით. ეს სემინარი ჩვენი სამუშაოს გაუმჯობესებაში დაგვეხმარება. რამდენიმე პროექტთან დაკავშირებით გარკვეული სირთულები წარმოიშვა და ვაძეგნებთ გადავაცილოთ, რამაც დამატებითი ხარჯები და კლიენტებთან უსიამოვნებები გამოიწვია. ეს კი დაგეგმვის ეტაპზე დაშვებული ელემენტარული შეცდომების შედეგი იყო. რადგანაც

ჩვენი ორგანიზაციის შემოსავალი კლიენტების კმაყოფილებაზეა დამოკიდებული, პროექტის დაგეგმარების ეტაპზე ხარვეზები მაქსიმალურად უნდა აღმოვჩვენოთ.”

დრამატული: CSR (სირთულე, სიტუაცია, გამოსავალი)

- „ჩვენი კომპანია რისკის ქვეშ დგას. ბოლო ორი თვის განმავლობაში ხუთი უმსხვილესი კლიენტიდან სამმა გამოთქვა უკმაყოფილება პროექტების მიმდინარეობასთან დაკავშირებით. ისინი მიუთითებდნენ, რომ ვადები მნიშვნელოვნად იყო გადაცილებული, დაგეგმვა კი ზედმეტად ოპტიმისტური იყო. კლიენტების უკმაყოფილების აღმოსაფხვრელად კონსულტანტები დავიჭირავეთ, რამაც დამატებითი ხარჯები გამოიწვია. უკმაყოფილო კლიენტები და გადახარჯვა ჩვენს შემოსავალსა და დაგეგმილ ინვესტიციას საფრთხეს უქმნის. ამიტომ, პერსონალი პროექტის მართვის უნარებში, კერძოდ კი, პროექტის დაგეგმარებაში უნდა გადავამზადოთ. ჯულიმ, რომელიც ჩვენთვის წარსულში ძალიან წარმატებულ ტრენინგებს ატარებდა, შემოგვთავაზა, რომ აპრილის შუა რიცხვებისათვის ის მოამზადებს და ჩაატარებს სამ ნახევარდღიან ვორქშოპს.

რიტორიკული: QSCR (შეკითხვა, სიტუაცია, სირთულე, გამოსავალი)

- „როგორ დავძლიოთ კრიზისი კომპანიაში? ჩვენი ორგანიზაცია კლიენტების კმაყოფილებაზეა დამოკიდებული; შემოსავლის 80%-ს ხომ ჩვენი ხუთი უმსხვილესი კლიენტი უზრუნველყოფს. თუმცა, ამ ხუთიდან სამი კლიენტი უკმაყოფილოა. ისინი ჩივიან, რომ პროექტების ვადები გადაცილებულია, პროექტების დაგეგმარება კი – ცუდი. ამიტომ, პერსონალი პროექტის მენეჯმენტში უნდა გადავამზადოთ. ყურადღება პროექტის სწორად დაგეგმვაზე უნდა გავამახვილოთ, რომ უკმაყოფილო კლიენტების პრობლემა მოგვარდეს და შევძლოთ, მათ უმაღლესი სტანდარტის მიხედვით მოვემსახუროთ. ჯულიმ, რომელიც ჩვენთვის წარსულში ძალიან წარმატებულ ტრენინგებს ატარებდა, შემოგვთავაზა, რომ აპრილის შუა რიცხვებისათვის მოამზადებს და ჩაატარებს სამ ნახევარდღიან ვორქშოპს.

აირჩიეთ ვარიანტი, რომელიც თქვენს მიზანსა და მკითხველებს შეესაბამება. თუ გსურთ პირდაპირი იყოთ, RSC (ან RCS) თანმიმდევრობა აირჩიეთ. ეს ვარიანტები გამოსავლის წარდგენით იწყება და მთავარი სათქმელით დაწყების პრინციპს შეესაბამება. მათი ნაკლი ის არის, რომ, შესაძლოა, ტექსტს ზედმეტად მბრძანებლური ტონი მისცეს. ზოგიერთი მკითხველი ამჯობინებს, რომ ჯერ ვითარებას გაეცნოს და მხოლოდ შემდეგ ჩასწვდეს პრობლემის არსს და მოისმინოს შესაძლო გადაჭრის გზების შესახებ. ასე რომ, პირველ რიგში, SCQR თანმიმდევრობა უნდა იქონიოთ მხედველობაში. ასეთი თანმიმდევრობით ტექსტი კარგად ნაფიქრი და მოწესრიგებული ჩანს.

ფორმულის ვალიდურობა შეგიძლიათ თქვენთვის სასურველი ტექსტით გადაამოწმოთ. ამ სტრუქტურას უფრო საინტერესოდ საკითხავ ტექსტებში, მათ შორის ჟურნალის სტატიებშიც, ნახავთ. SCQR უფრო მეტია, ვიდრე შესავლის წერის ინსტრუმენტი: ეს დრამატული სცენარის ზოგადი სტრუქტურაა – იწყება ყველასათვის ნაცნობი სიტუაციით, გადაიზრდება კრიზისში, შემდეგ კი კრიზისიდან გამოსვლის გზა ჩნდება. ტრაგედიასა და კომედიას შორის სხვაობა ისაა, რომ ის, რაც ერთი შეხედვით გამოსავალია, სინამდვილეში ახალი გართულებაა. ეს ფორმულა ძველი ბერძნებისათვის ნაცნობი დიალექტური სტრუქტურის გამოვლინებაა: თეზისი, ანტითეზა და სინთეზი, რომელიც ამბავს კრავს, პრობლემას გადაჭრის და, შედეგად, თავდაპირველზე უკეთეს ვითარებას ქმნის.

ეს ფორმულა ფართოდ გამოიყენება. მოცემული ცხრილი აჩვენებს, თუ როგორ ჯდება SCQR ფორმულის ჩარჩოში სიტყვით გამოსვლის დაწყების რამდენიმე ცნობილი ხერხი.

სიტყვით გამოსვლის დაწყების სხვადასხვა გზები

	S	C	C	კომენტარი და რისკები
სასაცილო ამბავი „რამდენიმე კვირის წინ, როცა სამეგრელოში თნილის პლანტაციას ვსტუმრობდი...“	XX	X		<ul style="list-style-type: none"> - შესაძლოა არ იყოს თემასთან კავშირში. - თუ კარგი არ არის, მსმენელს მოტივაციას უკარგავს. - ტექსტების უმეტესობისათვის, სტატიების გარდა, ზედმეტად გრძელია.
საერთო გამოცდილება „რვა წლის წინ ამ ოთახში მყოფთაგან ბევრი შოკირებული/გაოცებული/ნასიამოვნები იყო...“	XX			<ul style="list-style-type: none"> - შეიძლება დაგენმართო გამომსვლელისა და აუდიტორიის დაკავშირებაში. - შეიძლება დაუკავშიროთ მიმდინარე მოვლენას, რაზეც ადამიანები იმ მომენტში ფიქრობენ. - რომ იმუშაოს, გულწრფელი უნდა იყოს.
მსმენელის მოტივაცია „თქვენი უმეტესობა აქ იმისთვისაა, რომ შიდა კომუნიკაციის ხარისხის ასამაღლებლად პრაქტიკული მექანიზმების შესახებ შეიტყოს...“	XX	X		<ul style="list-style-type: none"> - შეუძლია გამოხატოს საერთო პრობლემა და ხაზი გაუსვას, რომ მომხსენებელს ესმის აუდიტორიის საჭიროებები.
საინტერესო ფაქტი „ქართველი ქალების 75%-ზე მეტი ფიქრობს, რომ...“	X	XX		<ul style="list-style-type: none"> - მცირე რისკი, თუ საფუძვლიანი კვლევა გაქვთ ჩატარებული.
გამოცანა „რატომ ხდება, რომ, ყველა სირთულის მიუხედავად, XYZ მაინც მოქმედებს?“		X	X	<ul style="list-style-type: none"> - მცირე რისკი, თუ დამაჯერებელ და დამაინტრიგებელ შეკითხვას დასვამთ.
რიტორიკული შეკითხვა „რა არის ყველაზე მნიშვნელოვანი ფუნქცია ჩვენი ონლაინ მყიდველებისათვის?“			XX	
ციტატა „როგორც მიხილ ჯავახიშვილის ნაწარმოების გმირი, კვაჭი კვაჭანტირაძე, ამბობს, როცა.....“	XZ			<ul style="list-style-type: none"> - თუ მომხსენებელი საკუთარ აზრებს უგულვებელყოფს, ეს, ალბათ, მოსაწყენი იქნება.
ხუმრობა „მინისტრი, პოლიციელი და ბიზნესმენი ქალი სამოთხეში სხედან...“	X			<ul style="list-style-type: none"> - სარისკოა, რადგან თუ ხუმრობა ჩავარდა, ე.ი. ცუდად დაიწყეთ. - თუ არ არის განსაკუთრებით საინტერესო და უკვე შემოწმებული აუდიტორიაზე, ჯობს, მოერიდოთ.
სტატისტიკა „ბოლო ხუთი წლის განმავლობაში XY-ის საშუალო ასაკი YZ-ით გაიზარდა“	X			<ul style="list-style-type: none"> - იდეალურ შემთხვევაში, საინტერესო ფაქტად ან გამოცანად გადაკეთდება.

XX = განსაკუთრებით შესაბამება; X = შეესაბამება

დიაგრამა 3: სიტყვით გამოსვლის რამდენიმე შესაფერისი დასაწყისი და როგორ შეესაბამება ისინი SCQR -ს

წერისას და პროფესიულ კომუნიკაციაში SCQR ჩემთვის ერთ-ერთი ყველაზე გამოსადეგი ინსტრუმენტია. მისი დახმარებით ჩემი არაერთი ტექსტი უფრო შედეგიანი გახდა. ეს ფორმულა 15 წლის წინ აღმოვაჩინე და მას შემდეგ, ალბათ, კვირაში სამჯერ ან ოთხჯერ ვიყენებ. ერთად აღებული, წლების განმავლობაში დაახლოებით 2500-ჯერ გამოვიყენე. აქ ტრენინგებისა და სწავლების დროს გამოყენებას არ ვგულისხმობ. SCQR-ს გაუთვალისწინებელ შემთხვევებშიც ვიყენებ. მაგალითად, როცა მცირე მასშტაბის ღონისძიებაზე მივდივარ და აღმოვაჩენ, რომ ოთახი ჟურნალისტებითაა სავსე და რამდენიმე ტელეკამერის წინ დამაჯერებელი განცხადება უნდა გავაკეთო. შესაძლოა, ფორმულა თქვენთვისაც ასეთივე სასარგებლო აღმოჩნდეს.

შესავლის ფორმულის წარმატებით გამოსაყენებლად პრაქტიკაა საჭირო; 40-50 ან ცოტა მეტჯერ გამოყენების შემდეგ მასთან მუშაობა უკვე კომფორტულია. მას შემდეგ, რაც ფორმულას ალღოს აუღებთ, თქვენთვის თუ სხვისთვის კარგი შესავალი სიტყვისა თუ ტექსტის მომზადება გაგიმარტივდებათ. მუშაობისას დააკვირდით, რომ სიტუაციისა და სირთულის აღწერილობა მოკლე და მკაფიო იყოს. ტრენინგების დროს მონაწილეები ხშირად ქმნიან ბუნდოვან სიტუაციას. მოქმედების ფორმულა მკაფიობის მიღწევასა და მსმენელზე ორიენტირებული ფორმულირების შერჩევაში დაგეხმარებათ. ასევე, ყურადღება მიაქციეთ, რომ სიტუაციის აღწერისას გამოყენებული სიტყვები ყველასათვის მისაღები იყოს. სიტუაციის თქვენეულ აღწერას ყველაზე ცხარე ოპონენტიც კი უნდა დაეთანხმოს.

ბოლო ტესტი შესავლის ვიზუალიზაციაა. შეგიძლიათ სიტუაციის, სირთულისა და გამოსავლის გამოხატვა რამდენი სურათით? ვიზუალიზაცია სათქმელის უფრო ცხადად გამოხატვაში დაგეხმარებათ. მკაფიო ვიზუალიზაციის მეშვეობით თქვენ შეძლებთ სიტუაციასთან დაკავშირებული რეალური პრობლემის აღწერას, ხალხის ამოქმედებას და ამ მოქმედების მეშვეობით ზეგავლენის მოხდენას. შესავლის მკაცრ ჩარჩოებში მოქცევით ტექსტის აქცენტებსაც უკეთ განსაზღვრავთ.

პროცედურა DAGOR

როგორ დავგეგმოთ დოკუმენტი

DAGOR-ის ფორმულა რთული ტექსტის დაგეგმვაში დაგეხმარებათ. ტექსტი რთულად ითვლება, თუ მასში სამზე მეტი დამოუკიდებელი აზრია გადმოცემული. ადამიანთა უმეტესობა ორ ან სამ ერთმანეთისაგან განცალკევებულ იდეას სტრუქტურულად საკმაოდ მარტივად ალაგებს. თუ სამზე მეტ ერთმანეთთან დაკავშირებულ, მაგრამ მაინც დამოუკიდებელ აზრთან გვაქვს საქმე, მათ ნათლად წარმოსადგენად უკვე გეგმა გვჭირდება. რაც უფრო მეტი აზრის გაერთიანებაა საჭირო და რაც უფრო ნაკლებად არიან ისინი წინასწარვე სტრუქტურირებული, მით უფრო მნიშვნელოვანია დაგეგმვა. დაგეგმვაში სწორედ DAGOR-ი დაგეხმარებათ.

პირადად მე DAGOR-ს ყოველთვის ვიყენებ. ეს ფორმულა ამ წიგნის წერის დროსაც გამოვიყენე; ასევე, სტატიების, 200-ზე მეტი პროფესიული ანგარიშის, საპროექტო წინადადებისა და დისერტაციის წერისას. ზოგიერთი რამ, რასაც ახლა ვიტყვი, ალბათ, გემახსოვრებათ. გამეორების მიზანი ისიცაა, რომ მკითხველებმა, რომლებმაც წინა ნაწილები ზედმიწევნით არ წაიკითხეს, ეს ნაწილი კარგად გაიგონ. ასე რომ, ახლა პრინციპების ამოქმედების ეტაპზე ვართ და საჭიროა ჩვენს ზოგიერთ თავდაპირველ მოსაზრებას მივუბრუნდეთ. ვნახოთ, როგორ მუშაობს პრინციპები პრაქტიკაში.

• იფიქრე წერის დაწყებამდე

წერის დაწყებამდე აუცილებლად დაფიქრდით. სტრუქტურის დაგეგმვისა და ვიზუალურად გამოსახვისათვის ფანქარი და ფურცელი გამოიყენეთ. წერა მხოლოდ დაგეგმვის დასრულების შემდეგ უნდა დაიწყოს. თუ დასაწყისში ნელა იმუშავებთ და ყველაფერს ზედმიწევნით დაგეგმავთ, მოგვიანებით უფრო მეტ დროს მოიგებთ.

DAGOR: განსაზღვრა//თავმოყრა // დაჯგუფება // ორგანიზება // გადამოწმება

DAGOR-ი მარტივი და სასარგებლო პროცედურაა:

- განსაზღვრეთ მიზანი
- თავი მოუყარეთ აზრებსა და ინფორმაციას
- დააჯგუფეთ აზრები
- დაალაგეთ მწყობრი სტრუქტურის მიხედვით
- გადაამოწმეთ შედეგები

ამ პროცედურის მიზანია დახვეწილი, აზრიანი, მრავალმხრივი და ლაკონიური ტექსტის შექმნის საშუალება მოგვით. DAGOR-ი დოკუმენტების გამოსწორებაშიც დაგეხმარებათ. და პირიქით, თუ ცუდად დაწერილ დოკუმენტს გადააწყდებით, მიხვდებით, რომ ავტორმა ეს პროცედურა ან არ იცის, ან არ გამოუყენებია.

განსაზღვრა მიზნის იდენტიფიცირებას ნიშნავს. როგორც ეს პრინციპების ნაწილში აღვწერე, უნდა შექმნათ ვიზუალური გამოსახულება და ის მოქმედების ფორმულის მიხედვით აამოქმედოთ. აქცენტი თქვენთვის სასურველ კონკრეტულ შედეგზე გააკეთეთ. მიზნის დავიწროება ენერჯის კარგად განსაზღვრულ და შემოფარგლულ მიზანზე კონცენტრირების საშუალებას გაძლევთ. უმჯობესია, დიდი ენერჯია მცირე მასშტაბის პრობლემას მოახმაროთ, ვიდრე საკუთარ თავს ზედმეტად მასშტაბური ამოცანა დაუსახოთ, რომელსაც ვერ გადაჭრით. ნუ მოინდომებთ ორი სასახლის აშენებას, როცა თქვენს ხელთ არსებული მასალა, დრო და ენერჯია მხოლოდ ერთ მყარ სახლს გასწვდება (ეს, როგორც წესი, საკმარისიცაა). წარმატების ერთ-ერთი გასაღები შეზღუდული შესაძლებლობების აღიარება და ამ შესაძლებლობების მაქსიმალურად გამოყენებაა.³

მიზანი, ამავდროულად, კონკრეტულად თქვენს მკითხველს უნდა მიუსადაგოთ. აღწერეთ მკითხველი 3-5 ზედსართავი სახელით და განსაზღვრეთ სხვადასხვანაირი მკითხველის საერთო ინტერესები. ყველა ასპექტს ვერ მოიცავთ. ამიტომ, ამოარჩიეთ ის, რაც ყველაზე უკეთ შეესაბამება თქვენს ყველაზე მნიშვნელოვან მკითხველებს და რაც პრობლემას უკეთ წარმოაჩენს.

სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, საკუთარ თავს კითხვებს უსვამთ და ცდილობთ, პასუხებს დოკუმენტში მოუყაროთ თავი.

თავი მოუყარეთ ინფორმაციას. გაიგეთ, რა ინფორმაცია არსებობს და შეეცადეთ, ინფორმაცია თავად შექმნათ: რაც შეგიძლიათ, იფიქრეთ. თუ ჯგუფში მუშაობთ, ჯგუფის წევრებს დავალება მიეცით, რომ ხუთი წუთის განმავლობაში თავიანთი აზრები ჩამოწერონ; შემდეგ აზრები განიხილეთ და შეეცადეთ, ახალი აზრები ჩამოაყალიბოთ.⁴ აზრების თოვლის გუნდასავით დახვავების შედეგად ზედაპირზე ამოვა ნაკლებად ცალსახა მოსაზრებები და ჯგუფის შედარებით პასიური წევრებიც შეიტანენ მსჯელობაში თავიანთი წვლილს. აქ აქცენტი რაოდენობაზეა და არა ხარისხზე. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ მარტო ხართ,

³ როდესაც მთხოვენ რჩევას სამაგისტრო ნაშრომებთან დაკავშირებით, თითქმის ყოველთვის აღმოვაჩენ ხოლმე, რომ სტუდენტები სადოქტორო დისერტაციის თემას ეჭიდებიან. ადამიანები, რომლებიც სადოქტორო ნამუშევარს წერენ, როგორც წესი, ერთდროულად 4-5 თეზისს ამუშავებენ. მეც იგივე შეცდომა დავუშვი. მკაფიო ფოკუსი ცხოვრებას (და წერას) ამარტივებს.

⁴ მკითხველთა უმეტესობა, ალბათ, იცნობს იდეების ჩამოყრის ამ პროცესს და სხვადასხვა ტექნიკას, რომელთა გამოყენებაც ჯგუფში შეიძლება. მთავარი წესია პოზიტიურობა და ხალისიანი განწყობა შეინარჩუნოთ.

თქვენი ყველა აზრი უნდა ჩამოწეროთ. სხვა შემთხვევაში, თქვენს აზრებს მოძიებული ინფორმაცია ჩაანაცვლებს.

წერა პირველივე იდეის მოსვლის შემდეგ არ დაიწყეთ. ეს იმას ჰგავს, აგურების წყება და ცოტაოდენი ცემენტი რომ იპოვოთ და მაშინვე სახლის შენებას შეუდგეთ: გმირული საქციელია, მაგრამ აზრს მოკლებული. დოკუმენტიცა და შენობაც სისტემურ და მდგრად დაგეგმვას საჭიროებენ, წინააღმდეგ შემთხვევაში, უბრალოდ, სიტყვებისა თუ აგურების გროვა გამოვა.

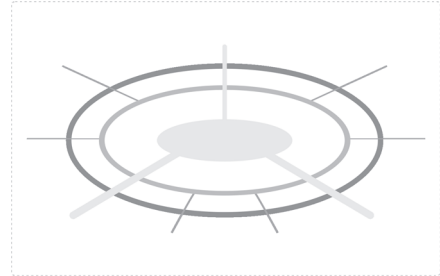
დააჯგუფეთ იდეები გონივრულად. რა განეკუთვნება ერთ ჯგუფს? ჯგუფები ერთსა და იმავე საგანს ან აქტივობას უნდა აღწერდეს. „ვისწავლე ჩინური დაწყებით დონეზე, ფინანსური ჟურნალისტიკა და ესეების წერა.“ – ეს ყველაფერი ერთსა და იმავე საგანს (თქვენ) აღწერს და ამას უნივერსიტეტში განაცხადის შეტანისას დაწერდით. სხვადასხვა საგანთან დაკავშირებული ერთი და იგივე აქტივობა კიდევ ერთი მოდელია, რომლის შესახებაც დასკვნების გამოტანა შეიძლება: „კომპანია A-მ წარმატებას საკუთარი დიდი ხნის თანამშრომლების გადამზადებით მიაღწია; კომპანია B-მ წარმატებას ყველა თანამშრომლის გადამზადებით მიაღწია; საშუალო რგოლის მენეჯმენტის გადამზადების შედეგად წარმატებას კომპანია C-მაც მიაღწია. აქედან შეიძლება დაასკვნათ, რომ თანამშრომელთა გადამზადება, მათი ახალი საბაზრო სტანდარტებისათვის მომზადების მიზნით, კარგი აზრია. ეს მარტივი მაგალითები გვიჩვენებს, თუ როგორ უნდა გამოიტანოთ დასკვნები მსჯელობიდან.

ყველა ჯგუფი მეტ-ნაკლებად სრულყოფილი უნდა იყოს. შეავსეთ აშკარად ნაკლები ნაწილები. როდესაც შეამჩნევთ, რომ ჯგუფი არასრულყოფილია, მოიძიეთ, რა აკლია; დანაკლისის შესავსებად ახალ იდეებს მოუყარეთ თავი. თქვენი ზოგი იდეა შეიძლება ცალკე, ჯგუფის მიღმა დარჩეს. დაუსვით საკუთარ თავს შეკითხვა, თუ როგორ უკავშირდება ეს განცალკევებული აზრები თქვენს მთავარ თემას. შესაძლებელია თუ არა მათი მიერთება რომელიმე ჯგუფთან? ან უნდა შექმნათ თუ არა მათთვის ახალი, უფრო დიდი, ჯგუფი? უჯგუფოდ დარჩენილი იდეები, ასე ვთქვათ, დროებით დაობლებული ბავშვები არიან. თქვენი მოვალეობაა, მათ ოჯახი მოუნახლოთ, დააკავშიროთ შესაბამის ჯგუფთან. ამ ეტაპზე (და სხვა ეტაპებზეც) თქვენ აღმოაჩენთ, რომ პროცესში გამოვლენილ სირთულეებს შიდა, მინი-DAGOR პროცედურით უმკლავდებით.

დაალაგეთ ეს ჯგუფები ორგანიზებული სტრუქტურის მიხედვით. ეს დავალება ვიზუალიზაციის ხერხების გამოყენებით სრულდება – გეგმის, პირამიდის, არგუმენტების წრის ან აზრების რუკის მიხედვით.

თქვენი სტრუქტურის ამოსავალი წერტილი მკითხველისათვის წერის პრინციპი უნდა იყოს. ყურადღება გაამახვილეთ იმ არგუმენტებსა და მოსაზრებებზე, რომლებიც მკითხველებს უფრო დაარწმუნებს. სამიდან ხუთამდე მოსაზრებაზე მეტი არ უნდა წარმოადგინოთ. დამატებითი მოსაზრებები მკითხველს ვერ დაარწმუნებს, მაგრამ შეიძლება თავი მოაბეზროს. პროცესის აღწერისას ხუთზე მეტი პუნქტი მკითხველებს ავიწყდებათ. შესაბამისად, გადაალაგეთ ან თავიდან მოიცილეთ გარკვეული ინფორმაცია.

დაიწყეთ მთავარი აზრით. მკითხველს ჯერ ვითარება აღუწერეთ, შემდეგ დეტალები გააცანით: „უთხარით, რაც უნდა უთხრათ, უთხარით, რაც უკვე ნათქვამი გაქვთ.“ პირამიდის შემთხვევაში სტრუქტურა ზევიდან ქვევით მიემართება, არგუმენტების წრის შემთხვევაში – ცენტრიდან ნაპირებისაკენ. თეზისი, არგუმენტები, ქვეარგუმენტები და გამამყარებელი მოსაზრებები შესაბამისად დაალაგეთ.



გავიხსენოთ, თუ რაზე ვსაუბრობდით სტრუქტურის შესახებ ნაწილში – იდეების ორგანიზების სამი ეფექტური ხერხი არსებობს: ქრონოლოგიური (პირველი ნაბიჯი, მეორე ნაბიჯი, ა.შ.), სისტემის სტრუქტურულად დაყოფა განყოფილებებად (საკანონმდებლო, აღმასრულებელი, სასამართლო) ან შედარებითი შერჩევა (ჩვენს სამუშაო ადგილზე მომსახურების გაუმჯობესების სამი საუკეთესო გზა). ამ გზების გახსენება დაგეხმარებათ, ჯგუფები ერთმანეთის შესატყვისად დაალაგოთ.

გადამოწმება: წერის დაწყებამდე უნდა გააკეთოთ. საჭიროა გქონდეთ ვიზუალურად გამოხატული გეგმა; ანუ გეგმა, რომელიც გულისხმობს იდეების ფურცელზე, კედლებზე, დაფასა თუ ეკრანზე დატანას, მათ „გამოდევნას“ გონებიდან. ეს იმისთვისაა საჭირო, რომ დაინახოთ, რასთან გაქვთ საქმე. ახლა კი გადაამოწმეთ, გონივრულია თუ არა თქვენი მსჯელობა. შეძლებთ მკითხველის დარწმუნებას? თქვენი მოსაზრებები ერთმანეთთან შესაბამისობაშია და პირდაპირ უკავშირდება არგუმენტებს მომდევნო დონეზე? აჯამებს თეზისი არგუმენტებს, არგუმენტები ქვეარგუმენტებს, ქვეარგუმენტები კი გამამყარებელ მოსაზრებებს? არგუმენტები გონივრულადაა დალაგებული?

თქვენი სავარაუდო სტრუქტურა შეგიძლიათ შესავალზე მუშაობის პროცესში გადაამოწმოთ. კლასიკური ფორმულაა SCR: სიტუაცია, სირთულე, გამოსავალი. თქვით რაიმე ზოგადი და ნაკლებად საკამათო თემის შესახებ. შემდეგ აღწერეთ სირთულე, რომელიც, თქვენი აზრით, ამ თემასთან დაკავშირებით არსებობს. ბოლოს წარმოადგინეთ თქვენი გამოსავალი. ეს

სამი ნაბიჯი შეგიძლიათ სურვილისამებრ გადაალაგოთ (ზოგ შემთხვევაში, შეგიძლიათ მეოთხე, რიტორიკული ელემენტი Q, ანუ შეკითხვა დაამატოთ). ხსენებული სამი ასპექტი კი შესავალში ყოველთვის უნდა იყოს მოცემული. ეს იმიტომ, რომ მკითხველმა გაიგოს, თუ როგორ უკავშირდება თქვენი ნათქვამი არსებულ კონტექსტს.

ის, თუ როგორ დაწერთ შესავალს, თქვენი მკითხველის ინფორმირებულობის დონესა და მის სხვა მახასიათებლებზეა დამოკიდებული. თუ თქვენმა საშუალო მკითხველმა საკითხის შესახებ ცოტა რამ იცის, კონტექსტის აღწერას მეტი დრო უნდა დაუთმოთ. თუ თქვენ მიერ მკითხველის 3-5 სიტყვიანი დახასიათება გამოკვეთს, რომ ის უკვე კარგადაა ინფორმირებული, მაშინ მთავარ სათქმელზე უფრო სწრაფად გადახვალთ.

შესავალზე მუშაობა თქვენი არგუმენტების ფოკუსის, თანმიმდევრულობისა და ბალანსის გადამოწმებაში გეხმარებათ. შესავალში ხომ იძულებული ხართ, მოიხსენიოთ თქვენი თეზისი, როგორც გამოსავალი შექმნილი ვითარებიდან. ამას გამადიდებელი შუშის ეფექტი აქვს. თუ შეცდომა აღმოაჩინეთ, DAGOR-ის პროცედურას მიუბრუნდით. გეგმაზე იქამდე იმუშავეთ, სანამ არ დარწმუნდებით, რომ მას მიზნის მიღწევა შეუძლია და მკითხველზეა მორგებული.

მხოლოდ ამ ყველაფრის შემდეგ შეუდექით წერას.

● **DAGOR-ის შედეგის მაგალითი**

ამ ნაწილში ვისაუბრებთ, თუ როგორ უნდა გამოიყენოთ DAGOR-ი სამუშაოზე განაცხადის შეტანისას. იმის ნაცვლად, რომ მოჰყვებთ, თუ როგორ შეესაბამება თქვენი ცხოვრების თითოეული ასპექტი (კალათბურთის სიყვარულის ჩათვლით) ღონისძიებების მენეჯერის პოზიციას, თქვენ ანალიზებთ სამუშაოს აღწერილობას (განსაზღვრა), აწონ-დაწონით, თუ რის შეთავაზება შეგიძლიათ (თავმოყრა), გააანალიზებთ და გაამთლიანებთ ამ ინფორმაციას (დაჯგუფება) და შექმნით ვიზუალურ სტრუქტურას (ორგანიზება). შემდეგ გეგმას თვალს გადაავლებთ და განსჯით, თუ რამდენად შეესაბამება ის მიზანს და მორგებულია თუ არა მკითხველზე. ახლა კი, შეგიძლიათ თქვენი სამოტივაციო წერილის წერას შეუდგეთ:

- „ჩემს ბოლო სამსახურში ორგანიზაციის რეგიონული შეხვედრებისა და კონფერენციების ორგანიზებაზე ვიყავი პასუხისმგებელი. ვაწყობდი თვეში ორ ღონისძიებას, რომლებშიც ცხრა ქვეყნის 80-მდე წარმომადგენელი მონაწილეობდა. შესაბამისად, მაქვს რთული

გრაფიკის დაგეგმვისა და კოორდინირების, შემჭიდროებულ ვადებში მუშაობისა და შეზღუდული ფინანსური რესურსების ეფექტურად გამოყენების გამოცდილება.”

თუ თქვენი მიზანი მკითხველის მთავარ შეკითხვაზე პასუხის გაცემაა, უბრალოდ კი არ ისაუბრებთ წარსულ გამოცდილებაზე, არამედ ფაქტებით დაასაბუთებთ, რომ გამოცხადებულ პოზიციას შეესაბამებით.

● ითანამშრომლეთ

პროფესიული დოკუმენტების მომზადებისას მაქსიმალურად გამოიყენეთ თქვენი კოლეგების რესურსი. კოლეგებთან გეგმის განხილვა გონივრულია, რადგან გეგმის შეცვლა უფრო მარტივია, ვიდრე უკვე მზა დოკუმენტისა. აჩვენეთ თანამშრომლებს თქვენი გეგმა და შესთავაზეთ დახმარება მათ გეგმებთან დაკავშირებით. მათ რჩევებს თქვენი შედეგის გაუმჯობესება შეუძლია. იქიდან გამომდინარე, რომ ისედაც სხვისთვის წერთ, თავი არ უნდა შეიკავოთ ტექსტის ან გეგმის თანამშრომლებისა თუ მეგობრებისათვის ჩვენებისაგან.

DAGOR-ი დიაგნოსტიკური იარაღიცაა: ტექსტში სწორი მიმართულება გაქვთ არჩეული? მასში შესაბამისი მასალაა თავმოყრილი? ისინი ადეკვატურადაა დაჯგუფებული და დალაგებული? საბოლოო გადასინჯვის შედეგად არსებული ხარვეზები გასწორდა? კიდევ რის გამოსწორება შეიძლება?

თუ სხვის ტექსტზე მოსაზრებების გამოთქმას გთხოვენ, სამართლიანები იყავით. ჯანსაღი კრიტიკა ხელს უწყობს უკეთესი შედეგის მიღწევას. განსაზღვრეთ ტექსტის კარგი ნაწილები და ის, თუ რის გამოსწორება შეიძლება. ტექსტის გაუმჯობესების კონკრეტული რჩევა უნდა შეიმუშაოთ. ნუ იტყვით, რომ ნაწერი ცუდია – ეს კრიტიკისადმი ყველაზე ღიად განწყობილ ადამიანსაც კი თავდაცვის მდგომარეობაში ჩააყენებს. საყვედური გაუმჯობესებაში ვერ დაგვეხმარება.

მაგალითისთვის, როგორ უნდა შევთავაზოთ ჯანსაღი კრიტიკა ადამიანს, რომელიც თავად არაკონსტრუქციულია? შეგვიძლია ვუთხრათ: „შენი კომენტარები კიდევ უფრო სასარგებლო იქნება, თუ მეორე და მესამე აბზაცებში აღმოჩენილი შეცდომების გამოსწორების კონკრეტულ გზას შემოგვთავაზებ.“

თანამშრომლობის გზით ნაკლებად გამოცდილ თანამშრომლებს კონსტრუქციული კრიტიკის უნარ-ჩვევების გამომუშავებაში დაეხმარებით, თქვენი ნაწერი კი უკეთესი გახდება. შესაძლოა, სხვებისაგან შეიტყოთ, თუ რა მიმართულებით უნდა გააუმჯობესოთ ის.

- **ივარჯიშეთ და გამოიმუშავეთ დისციპლინა**

DAGOR-ის პროცედურის წარმატებულად დაწერგვას ვარჯიში სჭირდება. პირველ რიგში, პროცედურის თითოეული ნაბიჯი უნდა გაიაზროთ. მის სწორად გამოყენებაში სწორედ პროცედურის ნაბიჯ-ნაბიჯ ცოდნა დაგეხმარებათ. თითოეულ ჯერზე, როდესაც ნაბიჯებს თანმიმდევრულად მისდევთ, პროცედურას უკეთ გამოიყენებთ.

გამომიშავეთ დისციპლინა. არ იჩქაროთ და DAGOR-ი მეთოდურად გამოიყენეთ. მომდევნო ნაბიჯზე გადასვლამდე მიმდინარე ნაბიჯი დაასრულეთ. შეცდომების უმეტესობა არასაკმარისი დისციპლინითაა გამოწვეული. ნუ შეეცდებით ყველაფრის ერთბაშად გაკეთებას. აზრები, ჭიქებისა და თეფშების მსგავსად, იმსხვრევა, თუ სათანადო ვარჯიშით გარეშე ბევრის ერთად წაღებას მოისურვებთ.

დისციპლინა იმასაც გულისხმობს, რომ ის საჭირო დროს დაივიწყოთ. ინფორმაციის თავმოყრის ეტაპზე ყველაფერი ნებადართულია. არსებობს მოსაზრება, რომ ყველა ადამიანი შემოქმედებითია, უბრალოდ, ზოგიერთი მათგანი არ არის საკმარისად მომთმენი და პროცესს მეთოდურად არ უდგება. შესაბამისად, საჭირო აზრის მოფიქრებამდე ნებდება. თუ მასალის გადაწყობას საკმარის დროს დაუთმობთ და საკითხს კოლეგებთან განიხილავთ, გამოსავალსაც იპოვით.

DAGOR-ი წერის ერთადერთი სისტემაა? რა თქმა უნდა, არა. თქვენ შეიძლება სხვაგვარი სისტემა მოიფიქროთ და დაგეგმვის პროცესის შესახებ სხვა მოსაზრებები არსებობს კიდევ. შეგიძლიათ DAGOR-ი გააფართოვოთ ან, პირიქით, შეამოკლოთ. ის შეიძლება უფრო ნაკლები ან უფრო მეტი ნაბიჯისაგან შედგებოდეს. DAGOR-ის უპირატესობა ისაა, რომ ის გონივრული ოდენობის ნაბიჯებს შეიცავს და მოქმედებების არსს გადმოსცემს.

DAGOR-ის მეშვეობით აღმოაჩინეთ, რომ მისი ნაბიჯები, ზოგიერთი ადამიანისათვის მაინც, სხვადასხვა გუნება-განწყობილებას შეესაბამება: განსაზღვრა კონცენტრაციასთანა დაკავშირებული, მასალების თავმოყრა – ენერგიულ განწყობასთან, დაჯგუფება – თამაშთან, მასალების ორგანიზება – სისტემურად აზროვნებასთან, გადასინჯვა კი – კრიტიკულობასთან.

ჩემი გამოცდილებით, უფრო წარმატებულები ისინი არიან, ვინც DAGOR-ს გახსნილი გონებით ხვდება, სურს, სიანლები აღმოაჩინოს და დაგეგმვის პროცესით გაერთოს. ღიაობა ადამიანებს უგულუბელყოფილი აზრების (ობოლი იდეების, რომელთა შესახებაც ზევით ვისაუბრეთ) გამოვლენაში ეხმარება. ასეთი აზრები კი, ხშირად საინტერესო და ინოვაციურია. გამოიყენეთ DAGOR-ი აღმოჩენებისათვის და, დიდი ალბათობით, საქმეს თავს კარგად გაართმევთ.

მაგალითები

როგორ გამოვიყენოთ ინსტრუმენტები?

თქვენ უკვე იცით ოთხი პრინციპის, ვიზუალიზაციის სამი სტრუქტურის, ორი ფორმულისა და ერთი მოქნილი პროცედურის შესახებ. ეს ყველაფერი შესაძლოა უკეთ დაგამახსოვრდეთ, თუ მას 4321 ჩარჩოს ვუწოდებთ. ქვემოთ ვისაუბრებთ, თუ როგორ გამოვიყენოთ ეს კონცეპტუალური ჩარჩო კონკრეტული ტექსტებისათვის.

ტექსტების განხილვისას ერთსა და იმავე ფორმატს გამოვიყენებთ, რომ ერთიანი მიდგომა უფრო გასაგები გახდეს:

- მოვიცავთ პრინციპებს, რომ კარგად გაითავისოთ ტექსტების მიზნები და მკითხველების საჭიროებები;
- განვიხილავთ თითოეული ტექსტის ფორმატს და განვსაზღვრავთ, რას უნდა მოიცავდეს ის;
- გავივლით პროცედურის თითოეულ ნაბიჯს, რომ ის თქვენთვის უფრო მარტივი გახდეს;
- ცალკე ქვეთავს დავუთმობთ ასპექტებს, რომლებიც უნდა დაიმახსოვროთ; ამ ნაწილში გაგაცნობთ ყველაფერს, რის ცოდნაც გჭირდებათ.

ეს სტრუქტურა გამოხატავს მიდგომას, რასაც ნებისმიერი მსგავსი დავალების გაანალიზებისას აირჩევდით: გადასვლა ზოგადი განხილვებიდან კონკრეტულ დეტალებზე, რასაც პროცესის სიღრმისეული გააზრება ახლავს.

იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ესეების წერას არ აპირებთ, კარგი იქნება, თუ ამ ნაწილსაც გაეცნობით. ესე ადამიანების დარწმუნების ზოგად ფორმატს წარმოდგენს და თუ კარგი ესე დაწერა შეგიძლიათ (და გესმით, როგორ უნდა გაამახვილოთ ყურადღება სათქმელზე), ყველა სხვა ტიპის დოკუმენტსაც დაწერთ; თუ, რა თქმა უნდა, მისი მიზანი და ფორმატი გესმით. სწორედ ამიტომ, ესეების მიხედვით მსოფლიოს წამყვანი უნივერსიტეტები, ისევე როგორც საჯარო უწყებები, ადამიანების მსჯელობის უნარს ამოწმებენ.

რაც შეეხება ტექსტების სხვა ნაწილებს, ისინი, მეტწილად, ყოვლისმომცველია, შესაბამისად თქვენთვის სასარგებლო შეიძლება იყოს, თუ ყველა მათგანს გაეცნობით და უკეთეს წარმოდგენას შეიქმნით პროფესიულ კომუნიკაციაში გამოყენებული ძირითადი ფორმატების შესახებ. სხვა ნაწილების გაცნობა სტუდენტებისათვისაც საინტერესოა. ისინი ნახვენ, თუ რა ფართოდ გამოიყენება სხვა დოკუმენტების წერისას მათი ცოდნა ესეების

შესახებ. ასევე, შეგიძლიათ შესაბამის ნაწილს მაშინ გაეცნოთ, როცა კონკრეტულად იმ ტიპის დოკუმენტი გაქვთ დასაწერი.

ზოგიერთი ტიპის პროფესიული ტექსტი მოცემულ სიაში მოყვანილი არ არის. თუმცა, ისინიც იმავე პრინციპებს მისდევენ. შესაბამისად, ზემოთ მოცემული სისტემური მიდგომა შეგიძლიათ იმ კონკრეტულ ტექსტს მიუსადაგოთ, რომელზეც მუშაობთ.

გახსოვდეთ, რომ ამ რჩევების პრაქტიკაში გამოყენებისას გადამწყვეტი თქვენი ფიქრისა და განსჯის უნარის მოხმობაა.

ქსე

როგორ დავარწმუნოთ ადამიანები – სტანდარტული ფორმატი

● მიზანი – | პრინციპი

ესეს წერისას მკითხველის დარწმუნებას ცდილობთ. თუ არგუმენტირებული ესეს კარგად წერას შეძლებთ, ამ წიგნში მოყვანილ სხვა ტიპის დოკუმენტებსაც კარგად დაწერთ. კარგი ესეს დასაწერად მკაფიოდ გამოხატული კონკრეტული მიზანია საჭირო. მიზანი მკითხველისათვის წერისაკენ გიბიძგებთ; გაიძულებთ, წერა მთავარი სათქმელით დაიწყოთ და ინფორმაციის იერარქიულად დალაგების მეშვეობით ნათლად და მკაფიოდ წეროთ.

ესე არგუმენტირებული უნდა იყოს. არგუმენტირებულ ესეში კონკრეტული თემის შესახებ თქვენს დასკვნას წარმოადგენთ, მკითხველს თქვენი ღრმა ნააზრევის შედეგს აცნობთ: სთავაზობთ თქვენეულ შეფასებას და თქვენი დასკვნის მართებულობას განმარტავთ. თქვენს პოზიციასთან შეკამათება შესაძლებელი უნდა იყოს. თუ თქვენი პოზიცია საკამათო არ არის, განსახილველიც არაფერია. არავინ შეგეკამათებათ, რომ დავით კაკაბაძე ქართველი მხატვარია. თუმცა, თუ იტყვით, რომ კაკაბაძე გამორჩეული ადრეული მოდერნისტული მიმდევრობის წარმომადგენელი იყო, რომელმაც მხატვრობაზე მნიშვნელოვანი ზეგავლენა მოახდინა, ალბათ, გარკვეულ წინააღმდეგობას წააწყდებით.

აზრი მხოლოდ არგუმენტირებული ესეს დაწერას აქვს, თუმცა ესეს კიდევ ორი სახეობა არსებობს. ეს ორი მოძველებული სახეობაა აღწერითი და სადებატო ესეები. ისინი, ალბათ, მხოლოდ იმიტომ განაგრძობენ არსებობას, რომ მათმა ავტორებმა ჯერ კიდევ არ იციან არგუმენტირებული ესეს უპირატესობების შესახებ.

აღწერით ესეში ავტორი ნეიტრალურად აღწერს მოვლენას. მაგალითად, ესეს იწყებს 1889 წლით, მხატვარ დავით კაკაბაძის დაბადების თარიღით. შემდეგ აგრძელებს კაკაბაძის ცხოვრებაზე საუბარს, აღწერს, თუ როგორ სწავლობდა მხატვარი პეტერბურგში, ჰყვება მისი პარიზული ცხოვრებისა და მისი სიცოცხლის ბოლო წლების შესახებ. ამბავს კი 1952 წელს, მხატვრის გარდაცვალებით ასრულებს. ეს ამბავი შესანიშნავია, თუ მას თუთიყუში გიყვებათ. ის, ასევე, მისაღებია Wikipedia-ს ან ლექსიკონის ჩანაწერის ფორმით, ან თუნდაც, თუ ამ ესეს მოზარდი წერს. თუმცა, როგორც ესე, ის არადაამაკმაყოფილებელია. ამ ფაქტების მოყოლა მკითხველს, რომლის გარშემოც აღურაცხელი ფაქტია, ვერ არწმუნებს, რომ მაინცდამაინც ეს ფაქტებია მისი ყურადღების ღირსი. თუ ფაქტობრივი შეცდომა არაა დაშვებული, აქ ვერაფერს შეეწინააღმდეგები. მკითხველისა და ავტორისათვისაც ესე უფრო საინტერესოა, როცა საკამათო განაცხადს შეიცავს.

როდესაც ამ სიტყვებს ვწერ, წინ კაკაბაძის 1915 წელს შესრულებული იმერული პეიზაჟის ამობეჭდილი ვერსია მიდევს. შემიძლია გითხრათ, რომ მასზე გამოხატულია დიდი მთა სხვადასხვა ტონის მწვანე და ყვითელ ფერებში, შუაში კი მდინარე მიედინება. ეს აღწერითია.

თუმცა, ნახატის შესახებ ესეის რომ ვწერდე, გარკვეული მსჯელობის განვითარება მომიწევდა. მაგალითად, რატომ არის ეს სურათი განსაკუთრებული? ჩემი პირველი შთაბეჭდილების მიხედვით, კაკაბაძე ტრადიციულსა და თანამედროვეს აერთიანებს, ანუ ტრადიციულ თემას, პეიზაჟს, გაბედული, მოდერნისტული ტექნიკის მეშვეობით გადმოსცემს. მისი ტექნიკა ფუნჯის ფართო, სქელ მონახაზებში გამოიკვეთება. თუ ახლოდან დააკვირდებით, დაინახავთ, როგორი დაუმუშავებელია მისი ფუნჯის მოსმა და როგორ ქმნიან მთის თხემებს ერთმანეთში არეული გამხმარი ყვითელი და მწვანე ფერები. წარმატება სწორედ ამ დაუმუშავებელ ტექნიკაშია. ეს ნახატს თითქოს არამდგრადს ხდის, რის შედეგადაც მთელი პეიზაჟი, მდინარის ჩათვლით, ცოცხალი მეჩვენება.

იმედი მაქვს, ეს მაგალითი გენმარებათ დაინახოთ სხვაობა აღწერით და არგუმენტირებულ ესეებს შორის. არგუმენტირებულ ესეში ავტორი კონკრეტულ საკითხთან დაკავშირებით საკუთარ პოზიციას წარმოადგენს. მსგავსი შეფასება საკითხავად საინტერესოა, რადგან ეცნობით მოსაზრებას, რომელსაც შეგიძლიათ შეეწინააღმდეგოთ, დისკუსიაში ჩაებათ.

ინფორმაციის ორგანიზება იდეის გარშემო კომუნიკაციის არა მარტო უფრო საინტერესო, არამედ უფრო ეფექტური ხერხივია. ავტორმა თქვენ მაგივრად იფიქრა. ის გამოკვეთს, თუ როგორ გეხებათ თქვენ ეს ინფორმაცია. ავტორი თქვენს გონებაში კითხვას ბადებს, რაც გენმარებათ ინფორმაციის ნაკადს მისდიოთ.

აღწერითი ესეების უმეტესობის არგუმენტირებულ ესედ გადაკეთება შესაძლებელია. ეს დიდ ძალისხმევას არ მოითხოვს, რადგან აღწერით ესეში არგუმენტები ნაგულისხმევია, უბრალოდ, გაცხადებული არ არის. კაკაბაძის მთელი ცხოვრების აღწერის ნაცვლად შეგიძლიათ ის ფაქტორები განიხილოთ, რომლებმაც მასზე დიდი ზეგავლენა მოახდინა. ალბათ, მის ფესვებზე ისაუბრებთ და იტყვით, რომ ის საქართველოში, ხონთან ახლომდებარე სოფელში, დაიბადა. ასევე, ისაუბრებთ მის კავშირებზე მხატვრობასა და მხატვრებთან, მაგალითად, მარსელ დიუშანთან, რომელიც 1919-1927 წლებში პარიზში ცხოვრობდა. თქვენი თეზისი შესაძლოა შემდეგი იყოს: კაკაბაძე გვაჩვენებს, რომ მხატვრობა ლოკალურიცაა და გლობალურიც. მას ნაწილობრივ შენი წარმომავლობა ქმნის, ნაწილობრივ კი მთელი მსოფლიოსათვის საერთო ისტორიული პერიოდი.

აღწერითი ესეის გადაწერისას დაფიქრდით, თუ როგორ შეიძლება ეს თემა მკითხველს მიუსადაგოთ. ამ კითხვაზე სრულყოფილი პასუხი თქვენი თეზისია: „კაკაბაძის ნამუშევრები მნიშვნელოვანია იმიტომ, რომ...“ (მოიყვანეთ კონკრეტული მიზეზი). ახლა მკითხველმა

უკვე კარგად იცის, რატომ კითხულობს თქვენს ესეს. ესეების ამ მეთოდით გადაკეთებით მოსაწყენ ტექსტს საინტერესოდ აქცევთ. დააკვირდით, რომ ეს მეთოდი DAGOR-ის პრინციპს მისდევს. პირველი ნაბიჯის სახით, განსაზღვრავთ ან ხელახლა განსაზღვრავთ მკითხველისათვის აქტუალურ მიზანს. შემდეგ თავს უყრით მასალას და მომდევნო ნაბიჯებზე გადადიხართ.

რაც შეეხება სადებატო ესეს, ამ შემთხვევაში ავტორი მკითხველს ვრცლად აცნობს სხვადასხვა პოზიციას. სადებატო ესე ერთმანეთის საწინააღმდეგო მოსაზრებების მქონე ადამიანების საუბარს ჰგავს. მსგავსი საუბარი რეალურ ცხოვრებაში საინტერესოა. ასევე, საინტერესოა, თუ ამ საუბარს კარგი მწერალი გადმოსცემს. თუმცა, თუ ტექსტს აბსტრაქტული პროზის სახე აქვს, ეს, როგორც წესი, მოსაწყენია. სადებატო ესე ორი საპირისპირო მოსაზრების გადმოცემის მხოლოდ იმიტაციაა. ის აღწერით ესეს მხოლოდ იმით აღემატება, რომ ამ შემთხვევაში ორი თუთიყუში გვყავს. თუმცა, არ არის მოცემული დაბალანსებული შეფასება მესამე პირის მიერ. ავტორი ამ შემთხვევაშიც უარს ამბობს თავისი მოვალეობის შესრულებაზე: აირჩიოს პოზიცია და შეეცადოს, დაარწმუნოს მკითხველი, რომ ეს ძლიერი ან, სულ მცირე, გონივრული პოზიციაა.

რა თქმა უნდა, არსებობს ისეთი ტიპის ტექსტებიც, რომლებშიც პოზიცია არ უნდა იყოს გამოკვეთილი. ჟურნალისტები სტატიის წერისას იმას კი არ უნდა ეცადონ, რომ ერთი პოზიციის მართებულობაში დაგარწმუნონ, არამედ მიმდინარე მოვლენებზე სხვადასხვა მხარის შეხედულებები უნდა მოგაწოდონ. გარდა ამისა, სადებატო ესე კარგი სავარჯიშოა სკოლის მოსწავლეებისათვის, მისი მეშვეობით მოსწავლეები იაზრებენ, რომ რთულ საკითხებს შეიძლება სხვადასხვა კუთხით შევხედოთ. თუმცა, ზრდასრული ადამიანისათვის, რომელსაც სწავლა უკვე დამთავრებული აქვს, მსგავსი ესეების წერა და კითხვა დროის გონივრულად ხარჯვა არ არის. ავტორი საკუთარ აზრთა მიმდინარეობას გაცნობთ, მაგრამ ეს სულაც არ გჭირდებათ. როდესაც რესტორანში საჭმელს უკვებით, გინდათ, რომ კერძი მოგიტანონ, ხოლო სამზარეულოში შესვლისა და კერძის მომზადებაში მონაწილეობის არავითარი სურვილი არა გაქვთ. კითხვის დროსაც დასრულებული პროდუქტი გჭირდებათ და არ გასურთ, ფიქრის პროცესის მოწმე გახდეთ.

სადებატო ესეს არგუმენტირებულ ესედ გადაკეთებისას მკითხველის დასაინტერესებლად მთავარი იდეა უნდა შეარჩიოთ. მკითხველს თავშივე აცნობთ დასკვნას. იდეალურ შემთხვევაში, შეაფასეთ პოზიციები და ერთი აირჩიეთ. თუმცა, თქვენი მსჯელობა შეიძლება ეფუძნებოდეს მოსაზრებას, რომ კაკაბაძის მხატვრობის ორი მართებული ინტერპრეტაცია არსებობს. ამ შემთხვევაშიც გაქვთ ხელშეხანები მოსაზრება, რომელიც მკითხველის დასარწმუნებლად მუშაობისაკენ გიბიძგებთ: პირველ რიგში, შეეცდებით დაამტკიცოთ, რომ მხოლოდ ორი სარწმუნო ინტერპრეტაცია არსებობს და დანარჩენები სათვალავში ჩასაგდება არ არის. შემდეგ წარმოაჩინეთ, თუ რატომ არის ეს ორი ინტერპრეტაცია სარწმუნო. თუ

გსურთ, რომ მსჯელობა განავრცოთ, შეგიძლიათ აჩვენოთ, რა ხდება, როდესაც ვცდილობთ, არჩევანი გავაკეთოთ ამ ორ (ან რამდენიც არის) ინტერპრეტაციას შორის.

თუ თქვენ ასკვნით, რომ ორივე პოზიცია მეტწილად მართებულია (ან არასწორია), როგორც ეს ხშირად ხდება ხოლმე კონფლიქტების დროს, ამის თქმით დაიწყეთ. რაც არ უნდა იყოს თქვენი დასკვნა, თეზისი მკითხველისათვის დამაჯერებელი არგუმენტებით უნდა გამყაროთ.

მთავარია გახსოვდეთ, რომ ესეც მიზანი მკითხველის დარწმუნებაა. ეს მისია ესეების წერისას დაგეხმარებათ. აღწერით და სადებატო ესეების წერისას დარწმუნებული არ ხართ, რა დაწეროთ და რა არა. არგუმენტირებული ესეც წერისას კი მარტივ პრინციპს მისდევთ: წერთ იმას, რაც, თქვენი აზრით, მკითხველს თქვენი პოზიციის მართებულობაში დაარწმუნებს.

● წერეთ მკითხველისათვის – II პრინციპი

ესეც მკითხველისათვის წერა, პირველ რიგში, ნიშნავს, რომ კარგ და დამაჯერებელ პოზიციას წარმოადგენთ; თქვენს მსჯელობაში მოყვანილ აზრებს შორის მყარი ლოგიკური კავშირი იქნება. მოერგებით კონკრეტულ მკითხველს – რა იციან მათ თემის შესახებ? რა წარმოდგენა და მოლოდინები აქვთ? მათი დარწმუნების მცდელობისას თქვენ უნდა მიიტანოთ მათთან სათქმელი, არ უნდა დაელოდოთ, რომ ისინი თავად გაახლებიან.

რომელი ხუთი ზედსართავი სახელით დაახასიათებდით თქვენს მკითხველს? სტუდენტების ესეების კითხვისას ჩემი განწყობა ასეთია: მოუთმენელი, კრიტიკული, მობეზრებული, ორიგინალური იდეების მაძიებელი, მეტ-ნაკლებად მცოდნე (იმ სფეროებში, რომლებსაც ეს ესეები ეხება). მოდით, უფრო ვრცლად განვიხილოთ ესეების მკითხველთა განწყობები.

პირველ რიგში, მკითხველები მოუთმენლები არიან. ჩვენ სხვა საქმეებიც გვაქვს, ამიტომ ესეც შესავალმა თავიდანვე უნდა ჩაგვიტორიოს, შემდეგ ჩვენი ყურადღება უნდა მიიპყროს კარგად ჩამოყალიბებულმა მსჯელობამ, რომელიც თემიდან არ უხვევს.

მკითხველთა უმეტესობის მსგავსად, ესეც კითხვისას კრიტიკული ვარ, იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ის საინტერესოა. ესე ერთგვარი ძალაუფლების განაცხადია. მკითხველებს აინტერესებთ, რამდენად საფუძვლიანია ეს განაცხადი. ამიტომ, მკითხველები ვაკვირდებით, თუ რამდენად ლოგიკური და დამაჯერებელია არგუმენტები. თუ შეუსაბამობა ერთი არგუმენტის ლოგიკურობაში მაინც აღმოვაჩინეთ, შეიძლება ეჭვქვეშ დავაყენოთ ძალაუფლებაზე მთლიანი განაცხადი.

მიუხედავად იმისა, რომ ბევრი ადამიანი ბუნებით ცნობისმოყვარეა, გახსნილი გონების მქონე ადამიანებსაც კი ბეზრდებათ ესეების კითხვა. განსაკუთრებით, თუ ისინი ერთი თემის გარშემო ტრიალებს, როგორც ეს სტუდენტების ნაწერების შემოწმებისას ხდება. მეოთხე ესეს რომ მიაღებოთ, ისინი უკვე ერთმანეთში გერევათ. საუნივერსიტეტო ნაშრომების მკითხველის გამოცდილებას გადახარშული რატატუი გამოხატავს. უნივერსიტეტის გარეთაც იგივე ვითარებაა: რამდენიმე წლის განმავლობაში ერთსა და იმავე თემაზე – დემოკრატიაზე, არჩევნებზე, მოგზაურობაზე, ურბანულ განვითარებასა თუ ნებისმიერ სხვა თემაზე ესეების კითხვის შემდეგ, ისინი ერთმანეთს ემსგავსება. დემოკრატია კარგია! არჩევნები მნიშვნელოვანია! მოგზაურობა თვალსაწიერს გვიფართოებს და განტვირთვაში გვხმარება! ურბანული განვითარება ადამიანებზე უნდა იყოს მორგებული და არა მანქანებზე! განათლება საუკეთესო ინვესტიციაა საზოგადოებაში! ყურადღება გაამახვილეთ შემოქმედებითობაზე!

ადამიანებს ორიგინალური იდეები სწყურიათ. მათ უნდათ ნაცნობი თემის ახლებური ხედვა იხილონ. ორიგინალობას შეიძლება კარგად ნაცნობი იდეების ახალ კონტექსტზე მორგებით მიაღწიოთ. როგორ მუშაობს გადაწყვეტილების მიღების დემოკრატიული მოდელი რეგულაციის მიღმა დარჩენილ ინტერნეტის დომენებზე და ადგილობრივ ქვეჯგუფებში, რომლებიც ამ დრომდე არ შეგვისწავლია? როგორ იმუშავა ბოლო არჩევნებში დაფინანსების მექანიზმებმა პატარა პოლიტიკური პარტიებისათვის? რა პატარა ხრიკების გამოყენებით შეუძლიათ მოგზაურებს ადგილობრივ ეკონომიკაში ინვესტირება და როგორ გამოიყენება ეს ხრიკები საქართველოში? ურბანული განვითარების რა გზები უბიძგებს ადამიანებს ველოსიპედის გამოყენებისაკენ? არსებობს რაიმე დამტკიცებული მეთოდი, რომლის მეშვეობითაც შეგვიძლია საშუალო სკოლის მოსწავლეების კონცენტრაციის დრო გავახანგრძლივოთ?

თუ დიდ იდეებს შევებრძობებით, ან თუ, უბრალოდ, შევეცდებით, საპირისპირო პოზიცია დავიკავოთ, ორიგინალობის ნაკლები შანსი გვექნება. დემოკრატისა და არჩევნებისადმი სკეპტიკურად ხართ განწყობილი? ამაში პლატონმა გაჯობათ. არ ხართ დარწმუნებული, რომ მოგზაურობა კარგია? წაიკითხეთ ჰენრი დევიდ ტოროს „უოლდენი.“ ფიქრობთ, რომ ქალაქების მომავალი მანქანებია? გვირახების გამყვანებიც ასე ფიქრობენ. დიდი ალბათობით, თქვენი მკითხველები უკვე გაცვეთილ საპირისპირო პოზიციებსაც კარგად იცნობენ. დეტალებზე კონცენტრირდით, თემებს შორის გადაკვეთის წერტილები მოძებნეთ და მკითხველებს დააინტერესებთ.

მიუხედავად იმისა, რომ ადამიანები ხშირად კითხულობენ მათთვის უკვე ნაცნობ თემაზე, ფოკუსირებამ შეიძლება ახლებური ხედვა წარმოაჩინოს. შედეგად, მკითხველს 27-ე ესეც ჩაითრევს. ტექსტი ახალი მკითხველებისათვისაც გასაგები უნდა იყოს; მაგალითად, ის ვითარების მოკლე შეჯამებას უნდა მოიცავდეს. თუმცა, ესე არც ახსნა-განმარტებაა და არც

„ვიკიპედიის“ სტატია. ესე წარმატებულია, თუ საკითხის მცოდნეებიც კი მასში რაიმე ახალს აღმოაჩენენ.

ზემოთ ჩამოთვლილი ხუთი ზედსართავი, ესეების კითხვისას ჩემს განწყობას ასახავს. გაიგეთ, რა მიაჩნია თქვენს მკითხველს პრობლემად, რა არის მათთვის მნიშვნელოვანი თქვენი ნაწერის კითხვისას?

მკითხველის ერთი უნივერსალური მოთხოვნა წყაროების დასახელებაა. იქიდან გამომდინარე, რომ ესე თქვენი პირადი მსჯელობაა, მკითხველს სურს იცოდეს, როგორ უკავშირდება ის სფეროში უკვე დამკვიდრებულ მოსაზრებებს. ზოგიერთ ახალგაზრდა სტუდენტს წყაროების დასახელება არ სურს. მათ ეშინიათ, რომ ნაკლებად ორიგინალურები გამოჩნდებიან. ეს შიში უსაფუძვლოა. სხვისი იდეების ახლებურად წარმოჩენა შემოქმედებითი პროცესია, საუკეთესო შემთხვევაში კი – ორიგინალურიც.

წყაროებთან სწორი დამოკიდებულება უნდა იქონიოთ: რა თქმა უნდა, სანდო და ავტორიტეტული წყაროები უნდა მოიყვანოთ, რომლებიც თქვენს მოსაზრებას ამყარებს. თუმცა, ამ წყაროების გავლენის ქვეშ არ უნდა მოექცეთ. ძალაუფლება თქვენს ხელშია. ყურადღების ცენტრში თქვენ და თქვენი ნაწერი ხართ. წერა პატივისცემის გამოხატვის აქტი არ არის, რომლის დროსაც მაგიური ძალაუფლების მქონე ადამიანების სახელების მოხმობა თქვენს პრობლემებს გააქრობს.

ციტირების არსი მათი ზუსტი დასახელებაა. მკითხველს წყაროს გადამოწმების შესაძლებლობას აძლევთ და, სურვილის შემთხვევაში, მკითხველი მას თავად გაეცნობა. როგორც წესი, წყაროს შესახებ სრული ინფორმაცია უნდა მიუთითოთ. ეს გულისხმობს ყველაფერს, რაც მკითხველს მის მოსაძებნად დასჭირდება. დაიწყეთ ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაციით: ავტორი, სათაური, გამომცემელი, ადგილი, წელი, გვერდის ნომერი. გაზეთებისა და ჟურნალების შემთხვევაშიც მკითხველს მათ მოსაძებნად საჭირო ინფორმაციას აწვდით. ვებგვერდების ციტირებისას უნდა მიუთითოთ თარიღი, როდესაც ვებგვერდზე ეს ინფორმაცია იყო განთავსებული. თუ ბმული ზედმეტად გრძელია, გამოიყენეთ მისი შესამოკლებელი საშუალებები, რომლებსაც ინტერნეტში მოიძიებთ.

და მაინც, ციტირების სხვადასხვა ფორმატი არსებობს. აკადემიურ წრეებში, როგორც წესი, კონკრეტულ სტილს ითხოვენ. ამ წესების მოძიება და გამოყენება მარტივია. მათი გამოყენება ნიშნავს, რომ თქვენ იცნობთ დამკვიდრებულ წესებს და მზად ხართ, მათ დაემორჩილოთ. როგორც ეს არაერთ ადამიანს აღუნიშნავს, ეს წესები ტომების რიტუალებს ჰგავს. მათ პრაქტიკული ღირებულება ნამდვილად არა აქვთ, თუმცა წევრად აღიარების მნიშვნელოვანი მანიშნებელია. ამ ტომობრივი მოსაზრებებიდან გამომდინარე, წესებს უნდა დაემორჩილოთ. თქვენი ენერგია საგნობრივ დისკუსიებს მოახმარეთ და არა ფორმატებთან ბრძოლას.

● დაიწყეთ მთავარი აზრით – III პრინციპი

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მთავარი აზრით დაწყება თქვენს ტექსტს უფრო საინტერესოს ხდის. ეს თქვენს გულახდილობაზეც მეტყველებს: იდეებს ისე წარმოადგენთ, რომ მკითხველს მათი ამოცნობა დასაწყისშივე შეუძლია. მკითხველმა იცის, რაში ცდილობთ მის დარწმუნებას. თქვენი პოზიცია მომხიბვლელად ჩამოაყალიბეთ, თუმცა არაფერი დამალოთ და მკითხველის მანიპულირებას ნუ შეეცდებით. შეიძლება, ზოგი მკითხველი გააცუროთ, თუმცა, ისინი, ვინც ჩანაფიქრს მიგიხვდებიან, მომავალში თქვენი ნაწერებისადმი დიდი სკეპტიციზმით განწყობიან. და პირიქით, ისინიც კი, ვინც არ გეთანხმებიან, დაგიფასებენ, რომ თქვენი პოზიცია ნათლად წარმოადგინეთ და ამით მათ საკუთარი საწინააღმდეგო პოზიციის გამოვლენა გაუმარტივეთ.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, დამაჯერებლობისათვის თქვენი იდეა კონკრეტული უნდა იყოს. ტექსტების უმეტესობის წარუმატებლობის მიზეზი მათი ზოგადი ხასიათია. სტუდენტები ცდილობენ, ერთდროულად ბევრი თემა დაფარონ („ქართული საგარეო პოლიტიკის მომავალი“). ისინი ამბობენ ცოტ-ცოტას ყველაფერზე, ნაცვლად იმისა, რომ ყველაფერი თქვან ერთი კონკრეტული საჭირობოროტო საკითხის შესახებ. ესეები, შენობებისა და ხიდების მსგავსად, დაინგრევა, თუ ცოტა მასალით ზედმეტად ამბიციური მიზნების მიღწევას შეეცდებით.

როგორ უნდა ავარჩიოთ კონკრეტული თემა? მაგალითისათვის, თემად ავარჩიოთ ქართული კულტურა. ცხადია, ეს თემა ზედმეტად ზოგადია. ყურადღება არქიტექტურაზე შევაჩეროთ? მაინც ზედმეტად ზოგადია. თუმცა, შეგიძლიათ ქართულ არქიტექტურულ ფორმებზე გაამახვილოთ ყურადღება. თქვენი თეზისი შეიძლება შემდეგი იყოს: წამყვანი თემატიკა ქართულ არქიტექტურაში წრისა და ოთხკუთხედის ურთიერთდამოკიდებულების გამუდმებული რეინტერპრეტაციაა. ირკვევა, რომ 1920-იანი წლების ბოლოს გადაღებულ ერთ ფილმში ეს მოსაზრება კაკაბაძემ გამოთქვა. ქართულ არქიტექტურაში ამ თემატიკის დასაბამი მან დარბაზებში დაინახა. ოთხკუთხედ საძირკველზე აშენებული დარბაზების ცენტრში მრგვალი ბუხარი იდგა. საკუთარი არგუმენტის საილუსტრაციოდ ავტორმა მხოლოდ ერთ შენობა, ბოლნისის ბაზილიკა, გამოიყენა. ერთ შენობაზე დაყრდნობით მან დამაჯერებელი მსჯელობა განავითარა.

კონკრეტული თემის განსაზღვრა და მის საფუძველზე თეზისის განვითარება პრაქტიკას მოითხოვს. სამწუხაროდ, ბევრი ახალგაზრდა უნივერსიტეტს ამ უნარის გამომუშავების გარეშე ტოვებს. შესაბამისად, ისინი ვერ ეუფლებიან წარმატებული კომუნიკაციის მთავარ ტექნიკას.

ამ წიგნის პირველ ნაწილში ვისაუბრეთ ტექნიკაზე, რომელიც საკითხზე კონცენტრირებაში გვეხმარება: შესავლის დაწერა SCR-ის მიხედვით. ამ ნაწილში მოყვანილი ცხრილი გვიჩვენებს, თუ როგორ ვაქციოთ ჩვენი ინტერესის სფერო კონკრეტულ თემად. თქვენი წარმატების საწინდარი დეტალებზე კონცენტრირებაა. იდეალურ შემთხვევაში, ეს დეტალები საქმის მთელ ვითარებაზე უნდა მეტყველებდეს.

თუ დაკონკრეტებას ვერ ახერხებთ, თემის დავიწროებაში მოქმედების ფორმულა დაგეხმარებათ. აიღეთ ზოგადი თემა და დასვით შეკითხვები: ვინ? რა? როდის? როგორ? სად? რატომ? ამ კითხვების მიხედვით გააანალიზეთ თქვენი თემა და ეს კონკრეტულ საკითხამდე მიგიყვანთ.

ამ ცხრილის შესწავლის შემდეგ თქვენ მნიშვნელოვან პროგრესს მიაღწევთ და მისი მეშვეობით რამდენიმე ზოგად თემას კონკრეტულ თეზისად აქცევთ. გამოიყენეთ ეს მეთოდი სტუდენტებთან, მეგობრებსა და ოჯახის წევრებთან ერთად. ექსცენტრული იდეები ამ სავარჯიშოს უფრო სახალისოს ხდის.

ზოგადი [რა]	ფართო [როდის]	კონკრეტული თემა [ვინ]	თეზისი [სად]
ეროვნული ტრადიცია	ეროვნული ტრადიცია დღეს	ეროვნული ტანსაცმელი, რომელსაც ხანდახან ყველა ვატარებთ	„საქართველოში ყველა ვალდებული უნდა იყოს, რომ ოთხშაბათიდან კვირამდე ეროვნული ტანსაცმელი ატაროს“

სავარაუდო არგუმენტები:

1. ეროვნულ ტანსაცმელში გამოწყობილი ხალხი საქართველოს ქართველებისათვის უფრო მიმზიდველს გახდის, წინ წამოსწევს ერთიანობისა და ეროვნული ღირსების შეგრძნებებს.
2. ეროვნული ტანსაცმელი საქართველოს ტურისტებისათვის უფრო მიმზიდველს გახდის და ეკონომიკურ მდგომარეობას გააუმჯობესებს.
3. ეროვნული ტანსაცმლის უფრო ხშირად გამოყენება გაზრდის მოთხოვნას ადგილობრივად წარმოებულ ტანსაცმელზე და ტექსტილის ინდუსტრიას დაეხმარება.

4. ადამიანებს, რომლებსაც არ სურთ ოთხშაბათიდან კვირამდე ეროვნული ტანსაცმლის ტარება, შეუძლიათ ამ ვალდებულებისაგან გათავისუფლებისათვის გადასახადი გადაიხადონ. ამ თანხის გამოყენება სოციალური პროგრამებისათვის შეიძლება.

ამ შემთხვევაში მოქმედების ფორმულა ბოლომდე არც გამოგვიყენებია. შეგიძლიათ, ასევე, იკითხოთ, თუ როგორ ვაპირებთ ამ კანონის ამოქმედებას. როგორც აღვნიშნეთ, აბსურდულ თემაზე ვარჯიში კარგია, რადგან ეს მეტ გასაქანს გაძლევთ. დამკვიდრებული თემები („როგორ გავაუმჯობესოთ დაწყებითი განათლება“) სავარჯიშოდ უფრო რთული შეიძლება აღმოჩნდეს. ისინი ექსპერტულ ცოდნას მოითხოვს და ხშირად გაუთვალისწინებელი შედეგით მთავრდება. სავარჯიშოდ გჭირდებათ თემები, რომლებიც გასაქანს გაძლევთ და გიჩენთ შეგრძნებას, რომ რაღაც აღმოაჩინეთ.

ცხრილზე დაკვირვებისას ყურადღება მიაქციეთ ერთ გარემოებას: საკითხი ზოგადი და ფართო არის თუ არა, ეს იმაზეა დამოკიდებული, თუ რა კუთხით ვუყურებთ მას. თუ ქართული საოჯახო სამართლის სპეციალისტი ხართ, ის, რაც ჩვენთვის, ამ სფეროში ჩაუხედავი ადამიანებისათვის, „კონკრეტული“ თემაა, თქვენთვის „ფართო“ და შეიძლება „ზოგადიც“ კი იყოს. არსებობს შემდეგი წესი: ზოგადი თემა მკითხველისათვის შესაბამისად დაავიწროვეთ, თან ისე, რომ მასზე მუშაობა შეძლოთ.

აქ DAGOR-ი გამოგადგებათ, რადგან პირველ, განსაზღვრის, ეტაპზე თემის დავიწროებისა და სამუშაო საკითხის განსაზღვრის კარგი საშუალება გაქვთ.

„სფერო“	ზოგადი	ფართო	კონკრეტული თემა	თეზისი	არგუმენტები (სამკარავლო)
განათლება	საუნივერსიტეტო განათლება	უნარები საუნივერსიტეტო განათლებაში	შეფასებითი განსჯის უნარი თანამედროვე საუნივერსიტეტო განათლებაში	„შეფასებითი განსჯა (შ.გ.) არის უმნიშვნელოვანესი უნარი, რომელიც დღეს უნივერსიტეტებში უნდა ისწავლებოდეს“	<ol style="list-style-type: none"> 1. შ.გ. საჭიროა კონკრეტული ცოდნის გამოსაყენებლად . 2. შ.გ. არის უნარი, რომელიც გინარჩუნდება მაშინაც კი, თუ ცოდნა დაგავიწყდათ. 3. შ.გ. საჭიროა პროფესიულ, პოლიტიკურ და პირად ცხოვრებაში, დემოკრატიულ და დინამიკური საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში.
უკრაინა	უკრაინის ეკონომიკა	უკრაინის ეკონომიკის პრობლემები	საგადასახადო სისტემა უკრაინის ეკონომიკური პრობლემების უმთავრესი ფაქტორია	„ცუდი საგადასახადო სისტემა იყო წამყვანი ფაქტორი, რომელიც 2014 წლამდე უკრაინის ეკონომიკის განვითარებას აფერხებდა“	<ol style="list-style-type: none"> 1. ცუდი საგადასახადო სისტემა მეწარმეებს ქონებისა და მოგების დამალვას აიძულებდა, რაც მათ საბანკო კრედიტებზე წვდომას ურთულებდა. 2. ცუდი საგადასახადო სისტემა ადამიანებს ფულის ბანკში შენახვის სურვილს უკარგავდა. 3. ცუდი საგადასახადო სისტემა ამცირებდა სახელმწიფოს შემოსავალს და ხელს უწყობდა კორუფციას.
ქართული ლიტერატურა	ქართული პოეზია	ქართული პოეზია პოლიტიკის გამოხატულებაა	ქართული პოეზია, როგორც პოლიტიკის გამოხატულება დამოუკიდებლობის მოპოვებამდე	„არაპირდაპირ, მაგრამ დამოუკიდებლობის მოპოვებამდე პერიოდის ქართული პოეზია საბჭოთა სისტემის არასტაბილურობას გამოხატავდა“	<ol style="list-style-type: none"> 1. დამოუკიდებლობის მოპოვებამდე პერიოდის ქართული პოეზია პოლიტიკური სისტემისადმი ნდობის რღვევას გამოხატავდა. 2. დამოუკიდებლობის მოპოვებამდე პერიოდის ქართული პოეზია საზოგადოებაში არსებულ პრობლემებზე საუბრობდა. 3. დამოუკიდებლობის მოპოვებამდე პერიოდის ქართული პოეზია გამოხატავდა ინტერესს კონკრეტულად ქართული თემებისადმი.
მე	ჩემი უნარები	ჩემი მენეჯერული უნარები	კიევში მარკეტინგული კომპანიის მართვის გამოცდილება	„უკრაინაში მარკეტინგულ კომპანიას ორი წლის განმავლობაში ვმართავდი. ამიტომ, მიმაჩნია, რომ გამოცხადებული პოზიციისათვის შესაბამისი კვალიფიკაცია მაქვს“	<ol style="list-style-type: none"> 1. ჩემი გამოცდილების წყალობით შემჭიდროებულ ვადებში მუშაობა ვისწავლე. 2. ჩემი გამოცდილების წყალობით ვისწავლე ოფისის მართვა, მათ შორის, ფაილური სისტემებისა. 3. ჩემი გამოცდილების წყალობით ვიცი, თუ როგორ ვმართო მცირე მოცულობის ფინანსური ანგარიშები.

ცხრილში მოცემულია მაგალითები, თუ როგორ უნდა ვაქციოთ ზოგადი სფერო კონკრეტულ თემად. შეგიძლიათ, ასევე, ნახოთ, თუ როგორ მიესადაგება თეზისი მიღებულ თემას – რა თქმა უნდა, თეზისების ბევრი ვარიანტი არსებობს. ყურადღება მიაქციეთ, თუ რამდენად პირდაპირ ამყარებს არგუმენტები თეზისს და როგორ მიესადაგება დავიწროებული თემა მოქმედების ფორმულას.

● სტანდარტული ფორმატი

ესე, საშუალოდ, 1500-2000 სიტყვისგან შედგება. მის წაკითხვას დაახლოებით 10 წუთი სჭირდება. ეს ნიშნავს, რომ ტექსტის სხვადასხვა დონეზე 9-12 მოსაზრებას მოიყვანთ, რაც, რთული საკითხის განხილვისას, დეტალური მსჯელობის საშუალებას გაძლევთ. მკითხველისათვის ეს იდეალური მოცულობაა. ტექსტი საკმარისად გრძელია რთული იდეების განსამარტავად და საკმარისად მოკლე, რომ მკითხველს კითხვა არ მობეზრდეს. 3000 სიტყვაზე უფრო გრძელი ტექსტები ნაკლებად მიმზიდველია, რადგან მათ წაკითხვას მეტი დრო სჭირდება. თეზისი და ძირითადი არგუმენტები გრძელ ტექსტშიც იგივე რჩება, ანუ სიგრძეს დამატებითი დეტალები განაპირობებს და არა მოსაზრებები, რომლებიც მსჯელობის მიმართულებას ცვლის. რადგანაც ჩვენი მიზანი ძირითადი აზრების გადმოცემაა (და სტუდენტებისათვის წერის უნარების გამომუშავება), ასეთი დეტალები საჭირო არ არის. უფრო მეტიც, მათ შეიძლება მკითხველს მთავარი სათქმელიდან ყურადღება სხვა რამეზე გადაატანინონ. მთავარი სათქმელი კი, სწორედაც რომ, ძალიან საჭიროა.

მოკლე ესე საუნივერსიტეტო მიზნებისათვისაც გამოდგება, რადგან მისი აგებულება რთულია (საჭიროა 9-12 მოსაზრების დალაგება). ყურადღება დაგეგმვის ხარისხზეა გამახვილებული და არა სიტყვების რაოდენობაზე. მოკლე ესე სტუდენტებს აიძულებს აირჩიონ, თუ რა არის მნიშვნელოვანი და რის გამოტოვება შეიძლება (ეს მნიშვნელოვანი გამოცდილებაა, რადგან მტკიცუნული პროცესია). ასევე, ლექტორები და სხვა სტუდენტები, რომლებსაც, ესეების კითხვის გარდა, სხვა ბევრი საქმეც აქვთ, მოკლე ტექსტებს უფრო სწრაფად წაიკითხავენ. გამოცდების დროს 45-60 წუთი ერთი ესესთვის საკმარისია, განსაკუთრებით, თუ სტუდენტებმა ოთხ (ან 60 წუთის შემთხვევაში - სამ) მსგავს შეკითხვას უნდა უპასუხონ.

ეს ფორმატი შეიძლება გავზარდოთან შევამოკლოთ. ესე ფორმატი ძირითადი არგუმენტების ერთგვერდიანი შეჯამებისათვისაც გამოიყენება. და პირიქით, შესაძლებელია ფორმატის

გაფართოება და მის მიხედვით აკადემიური სტატიისა და წიგნის დაწერაც კი. საუკეთესო შემთხვევაში, ასეთი წიგნების მიზანი რამდენიმე დამაჯერებელი იდეის პროპაგანდა და რაიმე საკითხზე ჩვენი შეხედულების შეცვლაა. ეს წიგნები დასაწყისშივე გვაცნობენ თავიანთ მიზანს და მას ბოლოში გასამხელად არ ინახავენ.

ესეს სტრუქტურა მარტივია. მისი შეჯამება ზემოთ მოყვანილი ამ ციტატით შეიძლება: „უთხარით მათ, რაც უნდა უთხრათ, უთხარით, უთხარით, რაც უკვე ნათქვამი გაქვთ.“ ანუ: ნათლად განაცხადეთ, რის მიღწევას ცდილობთ თქვენი ესეთი, მოყვანეთ არგუმენტები და შეაჯამეთ ნათქვამი. სტრუქტურა, როგორც წესი, ასე გამოიყურება:

შესავალი და თეზისი

არგუმენტი 1

ქვეარგუმენტი 1

გამამყარებელი მოსაზრება 1

გამამყარებელი მოსაზრება 2

გამამყარებელი მოსაზრება N.

ქვეარგუმენტი 2...

ქვეარგუმენტი N...

არგუმენტი 2...

არგუმენტი 3...

[სხვა არგუმენტები]

დასკვნა.

რა თქმა უნდა, თეზისი სამი არგუმენტის შეჯამებაა, არგუმენტები – ქვეარგუმენტებისა და ა.შ. ამის გადამოწმება მარტივია: დარწმუნდით, რომ ყოველი კომპონენტი მომდევნო უფრო მაღალი დონის კომპონენტის ფორმულირებას იმეორებს. ცხრილი გიჩვენებთ, თუ როგორ კეთდება ეს და როგორ შეიძლება გამოიყურებოდეს თქვენი ესეს სტრუქტურა. ეს მაგალითი ყურადღებას გეგმის სტრუქტურაზე ამახვილებს და არა არგუმენტების შინაარსზე. ფორმულირების გამეორება აქ აუცილებელია, ამის მიზანი სტრუქტურის ამუშავებაა.

ესეს გეგმა “DAGOR”-ის დადებითი მხარეების შესახებ

შესავალი

სიტუაცია: შეფასების, დაბალანსებული განსჯის უნარი საბაზრო ეკონომიკისა და დემოკრატიულ ქვეყნებში წარმატების აუცილებელი პირობაა, რადგან მსგავს საზოგადოებებში ყურადღებას მოქალაქეების დამოუკიდებლად აზროვნების უნარზე ამახვილებს.

სირთულე: ამ აუცილებელი უნარის გამომუშავება რთულია და მას სისტემურად არ ასწავლიან.

გამოსავალი/თეზისი: სტუდენტებს შეფასების უნარის გაუმჯობესება DAGOR-ის მეთოდის მიხედვით არგუმენტირებული ესეების წერით შეუძლიათ.

არგუმენტები

1. საკითხის განსაზღვრისათვის შეფასების უნარი აუცილებელია:

საკითხის განსაზღვრა მიზნისა და აუდიტორიის ანალიზს მოითხოვს.

საკითხის განსაზღვრა პროექტის მასშტაბების დადგენას მოითხოვს.

საკითხის განსაზღვრა ისეთი თემის არჩევას გულისხმობს, რომლის დამუშავებაც ღირს; შემდეგ კი მოითხოვს ამ თემის დავიწროებას.

2. მასალის თავმოყრა შეფასების უნარს მოითხოვს:

მასალის თავმოყრისათვის უნდა გადაწყვიტოთ, სად ეძებოთ ის.

მასალის თავმოყრისათვის უნდა გადაწყვიტოთ, რამდენად სიღრმისეულად მოიკვლიოთ თემა.

მასალის თავმოყრისათვის უნდა გადაწყვიტოთ, რა არის რელევანტური.

3. მოსაზრებების დაჯგუფება, ორგანიზება და გადასინჯვა შეფასების უნარს მოითხოვს.

მასალების დასაჯგუფებლად ისინი უნდა გააანალიზოთ და გადაწყვიტოთ, რა ჰგავს ერთმანეთს, რა განსხვავდება და როგორია კავშირი მასალებს შორის.

მასალების ორგანიზებისათვის ისინი ერთმანეთს უნდა შეუსატყვისოთ და გადაწყვიტოთ, რა უფრო მნიშვნელოვანია და რა – ნაკლებად.

გადასამოწმებლად ხელახლა უნდა გადახედოთ სიტუაციას, სირთულეს და გამოსავალს და გადაწყვიტოთ, რამდენად შეესაბამება ისინი თქვენს მიზანს.

დასკვნა

სკოლებსა და უნივერსიტეტებში არგუმენტირებული ესეების წერის კულტურის განვითარება.

სტუდენტებისა და მოსწავლეებისთვის DAGOR-ის სწავლება.

როგორც ხედავთ, დასკვნაში ახალი არაფერი ემატება. დამატებითი იდეების წარმოდგენის ნაცვლად, დასკვნა ტექსტს აჯამებს და ეხმიანება იდეებს, რომლებსაც მკითხველი კითხვის პროცესში ეცნობოდა. იმის დამიხედვით, თუ ვისთვის იწერება ეს (წერეთ მკითხველისათვის) დასკვნა შეიძლება მოქმედებისაკენ მოწოდებასაც შეიცავდეს. ესე რომ უნივერსიტეტის თანამშრომლებისათვის ყოფილიყო, მასში მოწოდებული იქნებოდა, რომ DAGOR-ი უნდა დაინერგოს. შემდეგ კი ერთი-ორი წინადადებით საუბარს გავაგრძელებდით აკადემიური პერსონალის ტრენინგზე ამ მეთოდის შესასწავლად. ესე რომ სტუდენტებზე ყოფილიყო გათვლილი, მასში საუბარი იქნებოდა, თუ როგორ უნდა დავიწყოთ DAGOR-ის გამოყენება. ორივე შემთხვევაში ეს მოწოდება ფილმის ბოლოში ფართო ხედზე გადასვლასავით მოკლე უნდა იყოს. დასასრულში მნიშვნელოვან ინფორმაციას არ ვამატებთ.

სხვათა შორის, სტრუქტურის ცნრილის მიხედვით დაყოფა ანალიზის კარგი ხერხია. თუ გასურთ გაიგოთ, რის თქმას ცდილობს ავტორი, შეგიძლიათ არგუმენტები გეგმის მიხედვით დაშალოთ (ან ვიზუალიზაციის იმ ხერხების მიხედვით, რომლებიც პირველ ნაწილში განვიხილეთ). ეს დაყოფა არგუმენტებისა და ქვეარგუმენტების გამოვლენაში დაგეხმარებათ. გაარკვევთ, რამდენად საგნობრივი და აზრიანია ისინი.

მსმენია, რომ ერთ-ერთი საერთაშორისო მედიასაშუალებების რედაქტორმა კავკასიაში მომუშავე ერთ-ერთი ჟურნალისტის კვალიფიციურობა და პროფესიონალიზმი სწორედ ამ გზით ანალიზს დაუკავშირა. ჟურნალისტმა დრო არ დაიშურა New York Times-ის რამდენიმე სტატიის ნაწილებად დაშლისა და დეტალური შესწავლისათვის. ამ გზით რედაქტორმა ახალგაზრდა ჟურნალისტს შეასწავლა, როგორ შექმნას სტრუქტურა საკუთარი სტატიებისათვის.

● პროცედურა

DAGOR-ი კარგი გეგმის შექმნის მეშვეობით კარგი ტექსტის წერაში გეხმარებათ. თუმცა, უნდა იცოდეთ, რომ წერის პროცედურა ცოტა ქაოტური და სტრესულია. DAGOR-ი ქაოსს ვერ აღმოფხვრის, მაგრამ გაძლევთ სტრუქტურას, რომელიც კარგ შედეგამდე მიგიყვანთ.

DAGOR-ის ამ სახელმძღვანელოს წერისასაც ვიყენებდი. წერის დაწყებამდე თითოეული ნაწილი ფურცელზე დავგეგმე. მხოლოდ ესეების შესახებ ნაწილის დასაწერად ფანქრით 18 ფურცელი შევაკვე. ამ ნაწილისათვის გეგმის შესამუშავებლად საკმაოდ დრო დამჭირდა. თავად წერასა და რედაქტირებას კი ნაკლები დრო დასჭირდა.

რთული ტექსტების წერისას DAGOR-ს რამდენჯერმე მიმართავთ. დასაწყისში უხემ გეგმას დაწერთ, შემდეგ ინფორმაციას მოიძიებთ და გეგმას შეასწორებთ ან, სულაც, შეცვლით. ამ გეგმაზე ყოველდღიური მუშაობა აზრების განვითარებაში გეხმარებათ. ზოგიერთი წარმატებული კომპანია თანამშრომლებს პირველადი ჰიპოთეზის შემუშავებას ასწავლის. პირველი, სავარაუდო, თეზისი ყოველჯერზე ახალ ინფორმაციასთან მიმართებით მოწმდება. საჭიროების შემთხვევაში თეზისი სწორდება ან იცვლება. ამას შეგვიძლია კუმულაციური გეგმა ვუწოდოთ. სტრუქტურის თანდათანობით განვითარება იდეების მოძიებისა და განვითარების ეფექტური გზაა.

ნაბიჯები, რა თქმა უნდა, იგივე რჩება. კონკრეტული პრობლემის განსაზღვრა, შესაბამისი ინფორმაციის მოძიება, მისი დამუშავება დაჯგუფებისა და ორგანიზების გზით – ეს ყოველთვის საჭიროა. ამ ყველაფრის შემდეგ კი საბოლოო ხარვეზების აღმოსაფხვრელად დოკუმენტი უნდა გადაამოწმოთ.

წერისას ახალი აზრები გაგიჩნდებათ. ისინი ჯერ გეგმაში უნდა შეიტანოთ და შემდეგ – ტექსტში. გადაამოწმეთ, შეესაბამება თუ არა ეს აზრი სტრუქტურას და განსაზღვრეთ, სად არის მისთვის ყველაზე შესაფერისი ადგილი. სახლის შენებისას კედელს მხოლოდ იმიტომ ხომ არ აამაღლებთ, რომ ერთ დღეს ბიძაშვილმა 300 აგური გაჩუქათ? სტრუქტურის ცვლილებამდე მშენებლობის გეგმას მიმართავთ და დაკვირვებით შეეცდებით ცვლილების გეგმაზე დატანას. იგივეა წერის დროსაც. მიუხედავად ცდუნებისა, წერისას არ უნდა მისდიოთ მოსაზრებას, რომელიც უცებ მოგივიდათ თავში. მსგავსი უცაბედი აზრთა დინება მთელ ტექსტზე ახდენს გავლენას და მკითხველისათვის ადვილი ამოსაცნობია. თუ კარგი ახალი იდეა გაქვთ, მისი შეტანა გეგმაშიც შესაძლებელი იქნება.

რადგანაც DAGOR-ი ზემოთ უკვე განვიხილეთ, აქ მოკლე შეჯამებას გთავაზობთ, კონკრეტულად ესეც კონტექსტში.

განსაზღვრეთ საკითხი

საკითხი კონკრეტული უნდა იყოს, რომ ესეც გამოკვეთილი მიზანი ჰქონდეს. ამის მიღწევის გზების შესახებ შეგიძლიათ ზევით იხილოთ. განსაზღვრეთ ინტერესის თავდაპირველი სფერო და, შესაძლოა, თეზისის სამუშაო ვერსიაც.

თავი მოუყარეთ ინფორმაციას

ამ ეტაპზე სხვადასხვა წყაროდან ინფორმაციისა და მოსაზრებების მოძიებას ცდილობთ.

თქვენ პირველადი წყარო ხართ, ჩამოწერეთ ყველაფერი, რაც თავში აზრად მოგივათ. მათ წყობაზე არ იღელვოთ. სულ მცირე, ათი წუთის განმავლობაში, უბრალოდ, ჩამოყარეთ მაქსიმალურად ბევრი აზრი. ამ ეტაპზე არც ერთ იდეაზე არ თქვათ უარი, თუნდაც სიგიჟედ გეჩვენებოდეთ. დაამუშავეთ დასაწყისში არჩეული კითხვა და სამუშაო თეზისი. შემდეგ დაიწყეთ კვლევა თქვენ მიერ დასმულ კითხვაზე პასუხის გასაცემად და დააკვირდით, შეძლებთ თუ არა თქვენი თეზისის გამყარებას.

გამოიყენეთ ყველაფერი: ინტერნეტი, წიგნები, ჟურნალები, თქვენი საკუთარი კვლევა, მაგალითად, საუბრები და ინტერვიუები ან საინტერესო, ყურადღების მიმპყრობი ფაქტი, მაგალითად, ციტატა ან უჩვეულო სტატისტიკა. გადაწყვიტეთ, რამდენად სიღრმისეული კვლევის ჩატარება გსურთ. მნიშვნელოვან ტექსტზე მუშაობისას კვლევისათვის რამდენიმე დღე მაინც დაგჭირდებათ. რელევანტური ინფორმაცია მოკლედ ჩაინიშნეთ.

იყავით მოწესრიგებულები. თქვენ მიერ ჩანიშნულ ინფორმაციაზე მიუთითეთ თარიღი და დასახელება. როდესაც ინფორმაციას ერთ გვერდზე სწრაფად უყრით თავს, საკითხები დანომრეთ, რომ შემდეგი პროცედურები უფრო სწრაფად განახორციელოთ.

დაჯგუფება

იდეები უნდა დააჯგუფოთ. რის დაჯგუფება შეიძლება? ისინი ერთ საგანს ან ერთ მოქმედებას აღწერს? მაშინ მათი ადგილი ერთ ჯგუფშია.

ჯგუფები ცალკე გვერდზე ჩამოწერეთ, იმ შემთხვევაშიც კი, თუ თითოეული ელემენტის მხოლოდ ნომერს მიუთითებთ.

დაჯგუფებისა და ორგანიზების ეტაპზე კარგი იქნება, თუ ინტერნეტსა და ტელეფონს მოშორდებით. DAGOR-ის ეს ეტაპი იმდენად რთულია, რომ მოგინდებათ ელექტრონული ფოსტა შეამოწმოთ ან თქვენს საყვარელ სოციალურ ქსელს ესტუმროთ. ხშირად კომპიუტერი თვითმფრინავის რეჟიმში გადაწყავს, რომ არ მოვცდეთ.

დალაგება

გაანალიზეთ, თუ როგორ უკავშირდება ერთმანეთს ერთ ჯგუფში გაერთიანებული აზრები. ისინი ერთ დონეზე არიან? არის აზრი, რომელიც დანარჩენებს აჯამებს? არის აზრი, რომლის ადგილიც ჯგუფში არ არის? ამ ეტაპზე უკვე შეგიძლიათ, ზოგიერთ იდეაზე უარი თქვათ. ქვემოთ მოყვანილ ცხრილში ოთხი ჯგუფია. თითოეულ მათგანში არის იდეა, რომლის ადგილიც ჯგუფში არ არის. ასევე არის იდეა, რომელიც ჯგუფში მართებულად მოყვანილ დანარჩენ იდეებს აჯამებს. ინფორმაცია ესეს წერის დროსაც ისევე უნდა დააღაგოთ, როგორც ამას ამ გამარტივებული მაგალითის შემთხვევაში გააკეთებთ. ეს მხოლოდ მაგალითია და ამიტომ ზედმეტადაა გამარტივებული. ჯგუფებისა და კატეგორიების მიხედვით აზროვნება კარგი ანალიზის ძირითადი მახასიათებელია. როგორც ამას ქვემოთ მოყვანილი ცხრილი გვიჩვენებს, რაც უფრო სპეციფიკური და აბსტრაქტულია ცნებები, მით უფრო მეტი დაკვირვებაა საჭირო.

<ol style="list-style-type: none"> 1. კატები 2. ძაღლები 3. ბავშვები 4. ცხოველები 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ჰომიდორი 2. ბოსტნეული 3. სულგუნი 4. სტაფილო
<ol style="list-style-type: none"> 1. დამატებითი ღირებულების გადასახადი 2. თამბაქოს გადასახადი 3. სახელმწიფო შემოსავლის წყაროები 4. მოგების გადასახადიდან გათავისუფლება 5. საშემოსავლო გადასახადი 	<ol style="list-style-type: none"> 1. თავისუფალი და სამართლიანი არჩევნები 2. მარქსიზმი 3. ფაშიზმი 4. პოლიტიკური იდეოლოგიები 5. მაოიზმი

ის, თუ როგორ შეაჯამებთ, რა თქმა უნდა, კონტექსტზეა დამოკიდებული. თუ, უბრალოდ, გასურთ ჩამოთვალოთ, რა მოგწონთ, შეგიძლიათ გააერთიანოთ თავისუფალი და სამართლიანი არჩევნები, პომიდორი, სულგუნი, ძაღლები და ბავშვები. ნებისმიერ სხვა კონტექსტში ასეთი დაჯგუფება აზრს მოკლებული იქნებოდა.

თითოეული ჯგუფის თემატიკის განსაზღვრის შემდეგ შეიმუშავეთ თეზისის, არგუმენტების, ქვეარგუმენტებისა და გამამყარებელი მოსაზრებების სტრუქტურა. შექმენით ვიზუალიზაცია (გეგმა, არგუმენტების წრე, პირამიდა, აზრების რუკა), რომელიც სრული სურათის დანახვაში დაგეხმარებათ. არგუმენტები დააბალანსეთ: ხარჯი სარგებელს დაუპირისპირეთ, უპირატესობა – ნაკლს. საპირისპირო არგუმენტები მოკლედ, ირიბად მოიყვანეთ. მაგალითად:

- „მიუხედავად იმისა, რომ წყალი ძალიან ცივია, ნაპირთან ახლოს ცოტა ხნით ცურვა ენერგიას შეგმატებთ.“

ეს ვარიანტი ქვემოთ მოცემულ ვარიანტს სჯობს:

- „უნდა ვიცუროთ თუ არა? წყალი ძალიან ცივია და ამას ბევრი უარყოფითი შედეგი შეიძლება მოჰყვეს. ამასთან, თუ ტბაში შორს შევცურავთ, ეს შეიძლება სახიფათოც იყოს. თუმცა, არ არის აუცილებელი, ნაპირიდან შორს და დიდხანს ვიცუროთ. ცურვის უპირატესობა კი ის არის, რომ ის ენერგიას გვაძლევს, რაც ძალიან მნიშვნელოვანია.“

ბევრი საწინააღმდეგო არგუმენტი მკითხველებს აღიზიანებს, რადგან ისინი ვერ ხვდებიან, რის თქმას ცდილობთ.

საპირისპირო არგუმენტების ირიბად მოხსენიების სხვა მაგალითი: „მიუხედავად იმისა, რომ დამატებით ხარჯებს წარმოქმნის, ეს ინვესტიცია ჩვენს შემოსავალს სამ თვეში X%-ით გაზრდის.“ ან: „მიუხედავად იმისა, რომ ეს დასაწყისში დამატებით ძალისხმევას მოითხოვს, მცირე და საშუალო ფერმერების ონლაინდანიშნობა თხილის წარმოებას გაზრდის, რადგან ნაკლები დანახარჯებით ინფორმაციას მეტ ფერმერს მივაწვდენთ.“ და ა.შ. ახლა, ალბათ, თავადაც შეძლებთ მსგავსი განცხადების ჩამოყალიბებას.

შემოწმება

ეს თქვენი ნაწერის სისწორის გადამოწმების ეტაპია. დაგეგმილი სტრუქტურა გეგმის ან ვიზუალიზაციის სახით სუფთად დაიტანეთ ფურცელზე. რამდენჯერმე წაიკითხეთ, წაკითხვიდან წაკითხვამდე შეისვენეთ, რომ სტრუქტურის მართებულობა შეამოწმოთ. პირველი გეგმა, დიდი ალბათობით, სრულყოფილი არ იქნება. ნუ მოერიდებით მის შეცვლას საჭიროების შემთხვევაში, ისევე DAGOR-ს მიმართეთ, სანამ გეგმა თანმიმდევრული არ გახდება. შემდეგ კი შეგიძლიათ შესავლის დაგეგმვა დაიწყოთ.

- დაიმანსოვრეთ

ესე მის გეგმაზე უკეთესი ვერ იქნება. გეგმის შეცვლა ესეს შესწორებაზე მარტივია. გეგმის გასაუმჯობესებლად სხვებთან ითანამშრომლეთ.

მისდიეთ მესამე პრინციპს და დაიწყეთ მთავარი აზრით. მთელი ტექსტი მთავარი აზრიდან გამომდინარეობს. თქვენი ყველაზე დიდი გამოწვევა მთავარი აზრის კონკრეტულ და ვიწრო თეზისად ჩამოყალიბებაა. უფრო დაბალ დონეებზეც, არგუმენტებსა და თითოეულ აბზაცზე, იგივე პრინციპი ვრცელდება. თითოეული აბზაცი ნათელი განცხადებით უნდა დაიწყოს. ეს წინადადება, ასე ვთქვათ, მკითხველს თემას აწოდებს, მომდევნო წინადადებები კი მასში გამოთქმულ მოსაზრებას ავითარებს. ამ პრინციპს მხოლოდ მაშინ უნდა გადაუხვიოთ, როცა იცით, რომ ეს მკითხველს დაენმარება. ასეთი გადაწყვეტილება კარგად უნდა გაიაზროთ. სხვა შემთხვევებში აბზაცების სტანდარტულ სტრუქტურას მისდიეთ – „განცხადება, განმარტება, მაგალითი.“ როდესაც წერისას პრობლემას წააწყდებით და წინ ვეღარ მიდინართ, წინა, უფრო მაღალ, დონეს მიუბრუნდით და შეეცადეთ, თქვენი ნაწერი თქვენს სათქმელს დაუკავშიროთ.

არგუმენტირებული ესეს წერისას, როდესაც თქვენი იდეებისათვის სტრუქტურის შემუშავებას ცდილობთ, გაურკვევლობის განცდა გეუფლებათ, რაც არაკომფორტულია. ეს დისკომფორტი ნორმალური და ჯანსაღი მოვლენაა. ნერვიულობა გონების აქტიურ მუშაობაზე მიაჩნდება. ეს ნიშნავს, რომ თქვენი გონება გამუდმებით ეძებს შეცდომებს. ამ ვითარებიდან საუკეთესო გამოსავალი ნერვიულობასთან შეგუებაა. შეეცადეთ, კომფორტი სხვა საშუალებებით შეიქმნათ (რთულ მომენტებში უფრო ხშირი შესვენებებით). მოთმინებით აღიჭურვეთ. ეცადეთ, თავიდან აიცილოთ დამწყებთათვის დამახასიათებელი შეცდომა: პირველივე იდეაზე მოჭიდება ემოციური გამოწვევების თავიდან ასარიდებლად.

რა თქმა უნდა, წერაში გამოცდილი ადამიანები ესეებს ამ ნაწილში აღწერილთან შედარებით ნაკლებად იერარქიული სტრუქტურის მეშვეობითაც წერენ. მაგალითად, ყოველკვირეულ ჟურნალ „ნიუ იორკერში“ წაიკითხავთ ესეებს, რომლებშიც აზრები ბუნებრივად გადადის ერთმანეთში. ეს ინგლისურ ენაზე არსებული ერთ-ერთი საუკეთესო ნაწერებია. თუმცა, არასოდეს მინახავს მსგავსი დრამატული კომპოზიციის კარგი ესეები დამწყებს დაეწეროს. რაც, ერთი შეხედვით, ზედმეტი ძალისხმევის გარეშეა დაწერილი, სინამდვილეში რთული დასაწერია. ეს ყველაფერი მრავალწლიანი მძიმე მუშაობის შედეგია. ნაწერებზე დღეების, კვირების და ზოგჯერ თვეების განმავლობაში მუშაობენ. სანამ ამ მიმართულებით წახვიდოდეთ და ნებისმიერი სხვა სტილით წერას შეეცდებოდეთ, ჯერ მკაცრად განსაზღვრული სტრუქტურის არგუმენტირებული ესეს დაწერა უნდა შეძლოთ. მუსიკის მსგავსად, ჯერ სავარჯიშოები უნდა ისწავლოთ, შემდეგ კი – სრული ნაწარმოები.

სწავლების პროცესში სტუდენტებმა ესესთან ერთად ან ესეს ჩაბარებამდე გეგმაც უნდა წარადგინონ. ვიზუალურად გამოსახული გეგმა სუფთად დაწერილი და ადვილად გასარჩევი უნდა იყოს. გეგმა მასწავლებელს სტრუქტურული პრობლემების სწრაფად აღმოჩენის შესაძლებლობას აძლევს, სხვა შემთხვევაში, პრობლემის აღმოსაჩენად მას ესეს გეგმის სახით დეკონსტრუქცია მოუწევს. ამგვარი სამუშაო ზოგავს მასწავლებლის დროს და რჩევებისათვის უფრო მეტი დრო რჩება. გაუმჯობესებისათვის რჩევების მისაცემად და სამსჯელოდ თავად გეგმაც გამოდგება. გარდა ამისა, გეგმის ჩაბარების ვალდებულება სტუდენტებს ეხმარება გაიგონ, რომ გეგმის შედგენა აუცილებელია. ეს ამცირებს გეგმის გარეშე, ტექსტის პირდაპირ კომპიუტერში აკრეფის ცდუნებას.

თუ კარგ ესეებს გადააწყდებით, შეაგროვეთ ისინი და გარკვეული პერიოდულობით მიუბრუნდით, რომ გაარკვიოთ, რატომ არის კარგი და დააკვირდეთ, თუ როგორ იცვლება თქვენი შეხედულება საკუთარი წერიითი უნარების გაუმჯობესებასთან ერთად.

მემო

თანამშრომლებთან, ხელმძღვანელებსა და დაქვემდებარებულ პირებთან კომუნიკაციის მოდელი. ეს მოდელი გამოიყენება მათ დასარწმუნებლად (რომ რაიმე მოიმოქმედონ) ან გადაწყვეტილებების მისაღებად საჭირო ინფორმაციის მისაწოდებლად

• მიზანი

მემო ესეც უფრო პრაქტიკული ბიძაშვილია. მემოს მიზანი ორგანიზაციის შიგნით კომუნიკაციის უზრუნველყოფაა. მემო, გარე კომუნიკაციასთან შედარებით, უფრო პირდაპირი და ნაკლებად ოფიციალურია. ორგანიზაციის შიგნით ყველა მეტ-ნაკლებად ერთი მიზნისათვის მუშაობს. კომუნიკაცია უფრო პრაქტიკული ხასიათისაა, რადგან მიზანი უკვე განსაზღვრულია. თუ კარგი არგუმენტირებული ესეც წერა შეგიძლიათ, კარგი მემოს დაწერა თქვენთვის რთული არ იქნება.

მემოს წერისას მთავარი ამოცანა მიზნის ნათლად განსაზღვრაა. ამისთვის ამ წიგნის პირველ ნაწილში განხილული საკითხები გამოგვადგება. ვიზუალურად უნდა წარმოიდგინოთ, თუ რის მიღწევას ცდილობთ თქვენი მემოთი. გამოსახულება ზუსტი უნდა იყოს და პასუხს სცემდეს მოქმედების ფორმულის კითხვებს: ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ აკეთებს?

თქვენი მემოს შედეგი რაიმე ქმედება უნდა იყოს. თქვენმა კოლეგებმა, სულ მცირე, საკუთარ თავს უნდა ჰკითხოთ: ეს მე მეხება? რა უნდა გავაკეთო ამ ინფორმაციის საფუძველზე? თუ დარწმუნებული ხართ, რომ მათ არაფერი არ უნდა მოიმოქმედონ, ეს ნიშნავს, რომ მათ მემო არც უნდა გაუგზავნოთ.

მაგალითად, თუ მემოს წერთ ორგანიზაციაში გარკვეული უნარების ნაკლებობაზე, თქვენი მიზანია, რომ უფროსი თქვენი თანამშრომლებისათვის საბუღალტრო სისტემების მართვაში ტრენინგის ჩატარების აუცილებლობაზე დაითანხმოთ. შესაბამისად, თქვენი ვიზუალური გამოსახულება უფროსის მიერ კვალიფიციური ტრენინგის დაქირავებას გულისხმობს. ამ ვიზუალური გამოსახულების შედეგად გებადებათ კითხვა: ვინ იქნება ეს ტრენინგი და რა სახის ტრენინგზეა საუბარი? როდის? სად?

ამ წიგნის წერის პროცესში გონებაში თქვენი ვიზუალური გამოსახულება მქონდა. ჩემს წარმოდგენაში თქვენ წიგნს სახლში კითხულობდით, შემდეგ კი ოფისში, დოკუმენტის წერისას იყენებდით. პირველ რიგში, წარმოვიდგენდი, რომ წერის დაწყებამდე, ფანქრით ხელში, ზიხართ და ფიქრობთ. როგორ აპირებთ წერას ჩემს გონებაში არსებული გამოსახულების მიხედვით? თქვენი გადაწყვეტილებების პრინციპებზე დაფუძნებით,

ფორმატების თქვენი იდეებით შევსების პროცესში ფორმულების გამოყენებით (გარდა ამისა, დავალებების სიაც წარმოვიდგინე, რადგან მივიჩნე, რომ სამუშაო მაგიდასთან ჯდომისას სამუშაო ფურცელი დაგჭირდებათ). და რატომ ახმართ ამ ყველაფერს ამხელა ძალისხმევას? იმიტომ, რომ გინდათ წარმატებას მიაღწიოთ. შესაძლოა იმიტომაც, რომ გჯერათ, ქვეყნის წარმატების საწინდარი მისი მოქალაქეების პროფესიონალიზმია. თუ მოქალაქეები კარგად ფლობენ პროფესიულ კომუნიკაციას, მათ კოორდინირებული, შეთანხმებული და ეფექტური მუშაობა შეუძლიათ. შესაბამისად, ისინი ერთად აღწევენ ისეთ შედეგებს, რომელთა მიღწევაც ერთი ადამიანისათვის შეუძლებელია.

● წერეთ მკითხველისათვის

უთხარით მკითხველს, რის გაკეთებას სთავაზობთ. მიაწოდეთ ინფორმაცია, რომელიც საპასუხო ქმედებისათვის სჭირდებათ. საკუთარი თავი მის ადგილას წარმოიდგინეთ და იკითხეთ: რის ცოდნა მჭირდება? თუ მათ არ მოსწონთ თქვენი შეთავაზება, მისი მართებულობის ახსნაზე უფრო მეტი დრო დახარჯეთ. მემოს შინაარსი კონკრეტულად მათ ცოდნას შეუსაბამეთ. შედარებით გრძელი მემოებისათვის შესავლის სტანდარტული ფორმა გამოიყენეთ (სიტუაცია, სირთულე, გამოსავალი).

თუ მკითხველს რაიმე მოქმედებას სთავაზობთ, ისევე განმარტეთ თქვენი შეთავაზების მართებულობა, როგორც ამას ესეს შემთხვევაში იზამდით (ამავე თემაზე იხილეთ პოლიტიკის დოკუმენტი/საპროექტო წინადადება). იყავით ლაკონიური და თანმიმდევრული. აღმოფხვერით ნებისმიერი სახის პოტენციური გაუგებრობა).

ნაწერი მკითხველის თანამდებობას მოარგეთ. ხელმძღვანელისათვის დაწერილი მემო ყველა საკითხს უნდა პასუხობდეს, რაც მისთვის მნიშვნელოვანია (პრობლემატურია). მემოს კითხვისას, როგორც წესი, ეს კითხვები მიჩნდება:

1. შემოთავაზებული გზა პრობლემას გადაჭრის? ნამდვილად გადაჭრის? სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ხელმძღვანელებს უნდათ დარწმუნდნენ, რომ ყველა და ყველაფერი გათვალისწინებულია. ამ მოსაზრებას ყველა დაეთანხმება, ვისაც კი ის ენება? შეიძლება ამან გაუთვალისწინებელი შედეგები გამოიწვიოს? რისკები გათვალისწინებულია? იდეალურ შემთხვევაში, მსურს ვიცოდეთ, რომ ამ გზამ სხვაგან უკვე გაამართლა და შესაძლებელია, ჩვენი ორგანიზაციის საქმიანობასაც მოვარგოთ.

2. როგორ შეესაბამება შემოთავაზებული მოქმედება სტრატეგიულ პრიორიტეტებს? იმ პრობლემის გადაჭრისაკენაა მიმართული, რომლის გადაჭრაც გვჭირდება? ორგანიზაციაში უამრავი რამაა, რის გაკეთებაც შეიძლება, თუმცა ყურადღების გამახვილება ყველაფერზე არ ღირს. ერთ-ერთ ორგანიზაციაში, რომელსაც ვმართავდი, მივიღე მემო ორგანიზაციის ახალი ლოგოსა და ვიზუალური დიზაინის შექმნის შესახებ. ორგანიზაციაში რამდენიმე კვირის მისული ვიყავი, ის კი უკვე სამი წელი არსებობდა. ორგანიზაციის ლოგო თვალისმომჭრელი არ ყოფილა, მაგრამ თავის ფუნქციას ასრულებდა. უამრავი სხვა საქმე გვქონდა. ჩემს თანამშრომელს ვუთხარი, რომ ყურადღება სასწრაფოდ მოსაგვარებელ პრობლემებზე უნდა გაგვემახვილებინა. ლოგო კიდევ ექვსი წელი შევინარჩუნეთ. არსებული ვიზუალური დიზაინის ნაკლოვანებების მიუხედავად, საკმაოდ დიდ წარმატებას მივადწიეთ. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, დარწმუნდით, რომ კარგად გესმით თქვენი უფროსის გაცხადებული და განუცხადებელი სტრატეგიული პრიორიტეტები.
3. რას ამბობენ ციფრები თითოეულ დეტალთან დაკავშირებით? როგორია მონაცემი თითოეულ გაზომვად კომპონენტთან მიმართებით? პირველ რიგში, მინდა, რომ შემოთავაზებული მოქმედებებით გამოწვეული ხარჯები დავინახო. რა დაჯდება ტრენერის მოწვევა? მოიყვანეთ ციფრები ე.წ. „ძალისხმევის დონის“ (მაგალითად, რა დრო დასჭირდებათ ამისთვის თანამშრომლებს) საჩვენებლად. როგორც მენეჯერს, არ გინდათ, რომ ლუკამ ბაზრის დამატებითი კვლევა ჩაატაროს ოფისის გარეთ, რომელსაც, გეგონათ, რომ ერთ საღამოს მოანდომებდა; სინამდვილეში კი ლუკა სამი კვირით დაიკარგა და ამბობს, რომ თქვენთვის სპეციალურ პროექტს აკეთებს, რაზეც მისი მემოს შედეგად შეთანხმდით. ლუკამ მემოში უნდა აღნიშნოს, რამდენი დრო დასჭირდება ბაზრის დამატებით კვლევას. მემოში ნებისმიერი მნიშვნელოვანი საკითხი, მათ შორის პრობლემები, ვადების გადაცილება და დამატებითი ხარჯები, ციფრებით უნდა იყოს გადმოცემული. თუ 300\$-ის ღირებულების პრობლემა გვაქვს, მის შესაძლო გადაჭრაზე 3000\$-ის დახარჯვა არ გვსურს.
4. შეიძლება, რომ მემოს წაკითხვის შედეგად ვინმე განაწყენდეს ან შეურაცხყოფილი დარჩეს? წერაში ნაკლებად გამოცდილი ადამიანები ხშირად ვერ ითვალისწინებენ, რომ მათი ნაწერი შეიძლება არასწორად გაიგონ

ან მოხვდეს ადამიანთან, რომლისთვისაც ტექსტი არ იყო გამიზნული. ამ გამოწვევის ნაწილი სტრუქტურას უკავშირდება. პრობლემის გამოსავალზე საუბრისას თავად პრობლემაზე ხაზგასმა გჭირდებათ. არასწორი სიტყვების შერჩევის შემთხვევაში შეიძლება გამოვიდეს, რომ პრობლემა კონკრეტული ადამიანია. ასევე, ზოგიერთ ადამიანს (ან დეპარტამენტს), შესაძლოა, წარმოუდგენია, რომ პრობლემის გადაჭრა მათი პრეროგატივაა. შესაბამისად, ისინი შეიძლება გაბრაზდნენ, რომ მათ გვერდი აუარეს. მენეჯერებს უნდათ, რომ მემომ პრობლემა გადაჭრას და არა ახალი პრობლემები წარმოშვას. თქვენი კოლეგების რჩევებისა და მათი წარუმატებლობის გამოცდილების გაზიარებით ამ საკითხებში უკეთ გაერკვევით.

5. დაბოლოს, შემდგომი ნაბიჯები. რა არის შემდგომი ნაბიჯი ამ საკითხის წინ წასაწევად? თუ ალტერნატივები გვაქვს, როგორ ვაფასებთ მათ? ვისი ჩართვაა საჭირო? ვისი ნებართვა გვჭირდება და რა დონეზეა საჭირო ამ ნებართვის მოპოვება? არ დაგავიწყდეთ დეტალები, როგორებიცაა შესყიდვებზე მომუშავე თანამშრომლებისათვის კონკრეტული მომსახურების შესყიდვის შესახებ კითხვა, შემდეგ კი მისი ნათქვამის სხვებთან გადამოწმება. დეტალებმა შეიძლება დაგაბრკოლონ, განსაკუთრებით კი დიდ ორგანიზაციებში. ერთ ორგანიზაციაში მომსახურების მიღებაზე ტენდერის გამოსცხადება გვსურდა, შესყიდვებზე მომუშავე თანამშრომელს კი დაავიწყდა, რომ 500,000\$-ზე მეტი ღირებულების ტენდერები, მსოფლიოს სავაჭრო ორგანიზაციის წესების თანახმად, სპეციალური სისტემით ცხადდება. ტენდერი შეფერხდა, რამაც პროექტი თვეობით შეაჩერა და გუნდის დემოტივაცია გამოიწვია. თქვენი უფროსისათვის ყველაფერი წინასწარ განჭვრიტეთ და მას მსგავსი შეფერხებების თავიდან აცილებაში დაეხმარეთ. ეს, პირველ რიგში, ორგანიზაციაში თანამშრომლებთან კარგი ურთიერთობების დამყარებით ხდება. უნდა იცოდეთ, საკმარისად კომპეტენტურები არიან თუ არა ისინი თქვენთვის რჩევების მოსაცემად. თუ ისინი გარწმუნებენ, რომ რაიმეს გაკეთება მარტივად შეიძლება, მაგრამ თავად არასოდეს გაუკეთებიათ, სკეპტიკურად განეწყვეთ და ალტერნატიულ გზებზე დაიწყეთ ფიქრი.

განსაზღვრეთ ორი-სამი ნაბიჯი (მოქმედების ფორმულის გამოყენებით: ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ აკეთებს) რომელთა განხორციელებაც მემოს წაკითხვის შემდეგ დაუყოვნებლივ შეიძლება.

ზემოთ მოყვანილი საორჭოფო საკითხების შეჯამების შედეგად შემდეგი ხუთი მახასიათებელი გამოიკვეთება: სკეპტიკური; სტრატეგიაზე ორიენტირებული; ყურადღების გამახვილება დიპლომატიურობაზე/შიდა კონფლიქტების თავიდან არიდების სურვილი;

ყურადღების გამახვილება რაოდენობრივ ასპექტებზე, განსაკუთრებით ხარჯებზე; ორიენტირებული შემდეგ მოქმედებაზე.

ეს ხუთი საკითხი მემოს კითხვისას ჩემთვის საინტერესო და მნიშვნელოვან საკითხებს სრულად არ ამოწურავს, მაგრამ მათ 80%-ს მოიცავს. ამ საკითხებით დაინტერესება დამახასიათებელია მენეჯერთათვის და იმ ადამიანთა უმეტესობა, ვისთანაც მუშაობთ, მათ ნაწილს მაინც გაიზიარებს. როგორ გავიგოთ უფრო ზუსტად? ჰკითხეთ მათ, რა საკითხების გათვალისწინება სურთ.

ზოგიერთ მენეჯერს ძალიან კონკრეტული მიდგომა აქვს. ჩემი ნაცნობი მენეჯერი, რომელიც სტანდარტული ელექტრომომწოდებლობების აწყობაზე მუშაობდა, მემოსგან ითხოვდა პასუხს ორ შეკითხვაზე: რა სარგებელს მოუტანს ეს ჩვენს კლიენტს? რა სარგებელს მოგვითანს ეს ჩვენ? სულ ესაა.

ზოგიერთ მენეჯერს, შესაძლოა, ცალსახა პასუხი გამზადებული არ ჰქონდეს, მაგრამ თქვენი შეკითხვა დისკუსიის წამოწყებას შეუწყობს ხელს და განმარტებების მიღებაში დაგეხმარებათ. ეს გარანტიას მოგცემთ, რომ ამოიცნობთ მკითხველის კონკრეტულ მოთხოვნებს და თქვენს ნაწერზე უკეთ ფოკუსირებაში დაგეხმარებათ.

თუმცა, გარდა მენეჯერებისა, ურთიერთობა დაქვემდებარებულ პირებთანაც გიწევთ. მათთან ურთიერთობისას თავაზიანები იყავით და შეეცადეთ, თქვენი შეთავაზების გონივრულობაში დაარწმუნოთ. ორგანიზაციები ეფუძნება თავიანთი თანამშრომლების რწმენას ორგანიზაციის მისიასთან დაკავშირებით. მხარდაჭერას იმ შემთხვევაში მოიპოვებთ, თუ თანამშრომლებს დაარწმუნებთ, რომ თქვენს ერთობლივ საქმიანობას აზრი აქვს. მოტივაციის ასამაღლებლად გააცანით წარმატების დამაჯერებელი მაგალითი, სასურველია ორგანიზაციის გარედან. შესაძლოა, ეს მაგალითი მემომიც მოიხსენიოთ, როდესაც თქვენს თანამშრომლებს დამატებითი ძალისხმევის გაწევას სთხოვთ.

მემოების დაწერა თქვენსავე თანამდებობაზე მყოფი სხვა თანამშრომლებისათვისაც მოგიწევთ. ინფორმაცია ორგანიზაციაში მხოლოდ ზევით და ქვევით კი არა, ჰორიზონტალურადაც უნდა მოძრაობდეს. სემინარების მონაწილეები ხშირად ორგანიზაციაში მსგავსი კომუნიკაციის ნაკლებობაზე მიუთითებენ. მათი თქმით, ხშირად გაკვირვებულები რჩებიან, როცა ორგანიზაციის რაიმე ღონისძიების შესახებ შეიტყობენ ხოლმე. როგორც მენეჯერმა, შეგიძლიათ ჰორიზონტალური კომუნიკაცია შესაბამისი წესების განსაზღვრით გააუმჯობესოთ. შეგიძლიათ კონკრეტულ საკითხებში საკონტაქტო პირად კონკრეტული ადამიანი განსაზღვროთ ან უზრუნველყოთ, რომ ვინმე საქმიანობის მიმოხილვას აწარმოებდეს და ყველა ღონისძიების შესახებ იყოს ინფორმირებული.

პასუხისმგებელი პირის განსაზღვრის გარდა (საკითხზე, პროექტზე, გარე ურთიერთობაზე, გეოგრაფიულ ერთეულზე), არ არსებობს მკაცრად გაწერილი წესები, თუ როგორ და რამდენად ხშირი უნდა იყოს ჰორიზონტალური კომუნიკაცია. ჰკითხეთ თქვენს თანამშრომლებს, თუ რა ურჩევნიათ: CC-ში ჩასმა; ყოველდღიური, ყოველკვირეული თუ ყოველთვიური საინფორმაციო ბიულეტენის მიღება; ინფორმაციის მიღება მხოლოდ კონკრეტული საკითხების/მნიშვნელოვანი მოვლენების/პრობლემების ან ადამიანების შესახებ. სავარაუდო სცენარების განხილვა დისკუსიას გამოიწვევს და ორგანიზაციის საქმიანობის წარმატებულ კოორდინაციაში დაგეხმარებათ.

- დაიწყეთ მთავარი სათქმელით

მემო აუცილებლად მთავარი სათქმელით უნდა დაიწყოს. თქვით, რა გინდათ (რას სთავაზობთ), რომ თქვენმა მკითხველმა გააკეთოს. თანამშრომლებს ბევრი სხვა საქმე აქვთ და თქვენს მემოს სწრაფად გადაიკითხავენ. მნიშვნელოვანი ინფორმაცია, ნებით თუ უნებლიეთ, არ უნდა მიჩქმალეთ. მემო დაგეგმეთ და დარწმუნდით, რომ ის პირდაპირ ამბობს სათქმელს და მარტივად აღსაქმელია.

მემოსათვის ისეთივე სტრუქტურა გამოიყენეთ, როგორსაც უფრო გრძელი, რამდენიმე იდეის შემცველი ტექსტის წერისას იყენებთ. სტრუქტურის შემუშავების ტექნიკებზე წიგნის პირველ ნაწილშია საუბარი. ესეც სტრუქტურის შემუშავების წესები აქაც გამოდგება.

მნიშვნელოვანი ინფორმაცია ვიზუალურად გამოკვეთეთ, მაგალითად, ასოების გამსხვილებით ან ქვესათაურების გამოყოფით. უზრუნველყავით, რომ მემო მაქსიმალურად მარტივი წასაკითხი იყოს.

- სტანდარტული ფორმატი

მემოს სტანდარტული ფორმატი აქვს. თავფურცელზე მოცემულია ადრესატისა და ავტორის ვინაობა, დოკუმენტის შექმნის თარიღი და თემა. ეს ელფოსტის თავში მოცემული ინფორმაციის მსგავსია (ვისთვის, ვისგან, თარიღი, თემა). მემო თქვენს საკონტაქტო ინფორმაციას უნდა შეიცავდეს. ასევე, თუ თქვენ მისი განხილვის პერიოდში ადგილზე არ იქნებით, ეს ინფორმაციაც მითითებული უნდა იყოს.

შემდეგი გვერდი მემოს თარიღსა და თემას მაინც უნდა იმეორებდეს. იდენტიფიცირებული დოკუმენტები ადამიანებს საკუთარი მასალების მოწესრიგებაში ეხმარება. ამ ინფორმაციის მითითება დოკუმენტის header-ში ან footer-ში შეგიძლიათ. თუ მემო ერთზე მეტი გვერდისაგან შედგება, გვერდები უნდა დაინომროს.

თემის მისათითებელ ველში კონკრეტულად უნდა მიუთითოთ, თუ რას ეხება მემო. მოცემული უნდა იყოს ზუსტი ინფორმაცია, რომ მკითხველმა გაიგოს, რა გინდათ.

ამ მიზნისთვის გამოიყენეთ ის პროცედურა, რომელსაც ესეც კონკრეტული თემის განსასაზღვრად მივმართეთ. მაგალითად:

ზოგადი	ფართო	კონკრეტული თემა	თეზისი
შიდა კომუნიკაცია	შიდა კომუნიკაციის გაუმჯობესება	ელექტრონული წერილის თემის მისათითებელი ველის სიზუსტის გაუმჯობესება	„დღეიდან ყველა თანამშრომელს ელექტრონული წერილის ზუსტი თემის მითითება მოეთხოვება. მიუხედავად იმისა, კორესპონდენცია ორგანიზაციის შიგნითაა თუ გარეთ, სათაურში მითითებული უნდა იყოს ზუსტი საკითხი და განმარტებული უნდა იყოს, რა მოქმედება მოითხოვება წერილით. ასევე, მითითებული უნდა იყოს მნიშვნელოვანი თარიღები ან სხვა რიცხვები. ეს წესი სამინისტროს კომუნიკაციაში სიზუსტის დაცვას ემსახურება.“

დააკვირდით, თუ როგორ შეესაბამება თეზისი მოქმედების ფორმულას. გამოტოვებულია მხოლოდ სად, რადგანაც ნათელია, რომ თანამშრომლები ამ ინფორმაციის კითხვისას ეკრანებთან სხედან. ისევ და ისევ, ეს მაგალითი მხოლოდ საილუსტრაციოდ და მოყვანილი. სტილი და ესა თუ ის დეტალი შესაძლოა განსხვავდებოდეს. ამავე მაგალითზე დაყრდნობით ვნახოთ, თუ როგორ შეიძლება შესავლის ფორმულის მიხედვით მემოს ისე შედგენა, რომ თანამშრომლები ჩვენი პოზიციის სისწორეში დავარწმუნოთ.

სიტუაცია:

- „ელექტრონული წერილი სამინისტროსათვის შიდა კომუნიკაციის ძირითადი საშუალებაა. ეფექტიანი ელექტრონული კომუნიკაცია სამინისტროს გამართულ მუშაობაში, საქმიანობის კოორდინაციასა და მაქსიმალურად კარგი შედეგების მიღწევაში დაეხმარება.“

სირთულე:

- „თუმცა, ბოლო ხანებში ნათელი გახდა, რომ ელექტრონული ფოსტის მოხმარება, ბევრი მიმართულებით, არ არის საკმარისად ეფექტური.“

სამინისტროში ჩატარებულმა ბოლო აუდიტმა ცხადყო, რომ ელექტრონული წერილების მხოლოდ 45% იყო საკმარისად ზუსტი და მოქმედებისათვის აუცილებელ, ნათლად გადმოცემულ ინფორმაციას შეიცავდა. იმავე აუდიტის მიხედვით, ელექტრონული წერილების მხოლოდ 27%-ს ჰქონდა ზუსტი და კონკრეტული სათაური. სათაური წერილის მიმღებს მისი შინაარსის გაგების შესაძლებლობას აძლევს. შესაბამისად, ელექტრონული წერილის წერის თვალსაზრისით, გაუმჯობესების საჭიროების წინაშე ვდგავართ.”

გამოსავალი:

- „შიდა კომუნიკაციის გაუმჯობესების მიზნით, თანამშრომლებს ელექტრონული წერილის წერისას მეტი სიზუსტე მოვთხოვეთ. ეს გულისხმობს ზუსტი თემისა და მოთხოვნილი ქმედების მითითებას სათაურის ველში. მოთხოვნა, საჭიროების შემთხვევაში, შესაბამისი თარიღებისა და რიცხვების მითითების ვალდებულებასაც მოიცავს და ვრცელდება როგორც შიდა, ასევე გარე კომუნიკაციაზე. ქვემოთ მოცემულია „ტრენინგების აკადემიის“ მიერ მომზადებული მოკლე სახელმძღვანელო ვიდეო. დეპარტამენტების უფროსებმა ეს ცვლილება საკუთარ გუნდებში უნდა დანერგონ. ორ თვეში გაუმჯობესების ხარისხის შეფასების მიზნით, სამინისტროში კიდევ ერთ აუდიტს ჩავატარებთ. ვიდეოინსტრუქციის სანახავად იხილეთ ბმული.”

ყურადღება მიაქციეთ, რომ მთავარი სათქმელით დაწყების პრინციპს გადავუხვიეთ, რადგან, შესავლის ფორმულის მიხედვით, ყველასათვის ნაცნობ გარემოებაზე მითითებით გვსურდა დაწყება. სრული ვერსიისათვის შესაძლოა კონტექსტის უფრო ვრცლად აღწერა დაგჭირდეთ. ასევე, გამოსავლის ნაწილში მოქმედების ფორმულას ოდნავ გადავუხვიეთ. მიუხედავად ამისა, ეს მაგალითი აჩვენებს, თუ როგორი უნდა იყოს მარტივად გასაგები მემოს სტრუქტურა.

სურვილის შემთხვევაში, სავარჯიშოს სახით, შექმენით მემო, რომელიც თანამშრომლებს სამუშაო ადგილზე, სამუშაო კომპიუტერებსა და პირად მოწყობილობებზე სოციალური ქსელების გამოყენებას უზღუდავს. ნებისმიერი მსგავსი მემოს წერისას გაითვალისწინეთ, რომ თანამშრომლების უმეტესობა – წერეთ მკითხველისთვის – დიდი ალბათობით, ამ მიმართულებით კარგად იქცევა. თქვენმა მემომ ეს ქცევა უნდა წაახალისოს და ხელი არ უნდა შეუწყოს ასეთი თანამშრომლების გაუცხოებას.

ალბათ ნათელია, რომ დღეს მემოები გრძელი/უფრო დეტალური ელექტრონული წერილებია, რომლებსაც ფორმალური და სავალდებულო ხასიათი აქვს. თუ გარკვეული მიზეზებით დოკუმენტის ოფიციალურობის ხაზგასმა გსურთ, შეგიძლიათ მემო მიმაგრებული ფაილის სახით დაგზავნოთ და თან ხელმოწერა დაურთოთ (ტექსტი შეგიძლიათ თავად წერილშიც დააკოპიროთ, რადგან მკითხველებისათვის, რომლებიც, შესაძლოა, მას მობილურ ტელეფონზე კითხულობდნენ, ასე უფრო მოსახერხებელია). თუ მემო თქვენი დეპარტამენტის გარეთაც იგზავნება, მიუთითეთ თქვენი თანამდებობა და დეპარტამენტი, რომ თქვენთან დაკავშირება შესაძლებელი გახდეს. ამ შემთხვევაში footer-იც უფრო ოფიციალური ხასიათის უნდა იყოს. თქვენს მკითხველებს უნდა შეეძლოთ, საჭიროების შემთხვევაში თქვენი მემო სხვებსაც აჩვენონ. ამობეჭდილი ვერსიის გავრცელების შემთხვევაში, შესაძლებელია, ფურცელზე მკითხველის ინიციალები მიუთითოთ და კომენტარები ფურცლის ველებზე დაიტანოთ (ზოგიერთ დიდ დაწესებულებაში დეტალური წესები არსებობს, თუ რა თანამდებობაზე მყოფი პირები რა ფერის კალმებით დაიტანენ კომენტარებს. დღეს, როცა ინფორმაცია ძირითადად ელექტრონულად ვრცელდება, ეს ნაკლებად პრაქტიკულია).

● დამიანსოვრეთ

პროცედურა იგივეა, რაც ესეს შემთხვევაში. ერთადერთი განსხვავება ის არის, რომ მიზანს მოქმედების ფორმულაზე დაყრდნობით განსაზღვრავთ.

მემოს დაგზავნისას გაითვალისწინეთ თქვენი უფლებამოსილების ფარგლები. ერთი შეხედვით, თითქოს ნათელია, რომ ადამიანები დოკუმენტებს იმათ უგზავნიან, ვისთანაც ურთიერთობა უკვე დამყარებული აქვთ. თუმცა, ზოგჯერ ადამიანები ამ ოქროს წესს უხვავენ. ყველაზე მეტს ის მენეჯერები სცოდავენ, რომლებიც ინსტრუქციებს ქვედა რგოლის თანამშრომლებს უგზავნიან, რითაც საშუალო რგოლის მენეჯერებს უქმნიან შთაბეჭდილებას, რომ მათ გვერდი აუარეს. საპირისპირო შემთხვევებიც ხდება: თანამშრომლები მემოს პირდაპირ ორგანიზაციის დირექტორს ან რამდენიმე საფეხურიით მაღლა მდგომ მენეჯერებს უგზავნიან, რის შესახებაც უშუალო ხელმძღვანელს არ აფრთხილებენ. ასე არ მოიქცეთ. თქვენს მენეჯერს მოუწევს საკუთარი ძალაუფლების დაბრუნებაზე იზრუნოს და ყველას აჩვენოს, რომ უფროსი ისაა. ასეთ შემთხვევებში ხშირია გადაჭარბებული რეაქცია, რასაც, არცთუ ისე იშვიათად, არასახარბიელო შედეგები მოსდევს ხოლმე. შეეცადეთ, თქვენი მენეჯერები მართოთ, იმის ნაცვლად, რომ მათ გვერდი აუაროთ.

გამონაკლისია შემთხვევები, როდესაც თქვენს დეპარტამენტსა თუ განყოფილებაში რაიმე უკანონოება ხდება. ამ შემთხვევაში, შესაძლოა, შეტყობინების სამართლებრივი

ვალდებულება გეკისრებოდა. თუმცა, მამხილებლობა სახიფათოა. მამხილებლები, იმ ქვეყნებშიც კი, სადაც მათი დაცვის მყარი სამართლებრივი მექანიზმები არსებობს, ხშირად გარიყულები რჩებიან და ახალი სამსახურის მოძებნა უჭირთ. თუ სამსახურში კანონდარღვევას ან დანაშაულს წააწყდით, შეეცადეთ, რჩევა გამოცდილ ადამიანს ჰკითხოთ, ვინმეს, ვისაც მუშობის 15 წელზე მეტი გამოცდილება აქვს (ასეთ ადამიანს, სავარაუდოდ, ბევრი კარგი და ცუდი პერიოდი აქვს გამოვლილი) და, იდეალურ შემთხვევაში, მსგავს სიტუაციებთან ჰქონია შეხება. არ დაეყრდნოთ მეგობრების რჩევებს. საკითხი, ალბათ, მათი კომპეტენციის ფარგლებს გასცდება. მაგალითად, ისინი შესაძლოა ვერ აცნობიერებდნენ შეუტყობინებლობის ან არასწორი ფორმით შეტყობინების სამართლებრივ რისკებს (ამ საკითხს იმიტომ შევეხე, რომ მინახავს მამხილებლობის რამდენიმე შემთხვევა, რომლებიც მამხილებელთათვის ცუდად დასრულდა).

გარკვეულ შემთხვევებში, ან განსაკუთრებული პროექტების დროს, საკუთარი წრის მიღმა კომუნიკაცია დასაშვებია. თუმცა, კომუნიკაცია რამდენიმე საფეხურის ავლით დროებით, გამონაკლის შემთხვევად უნდა მიიჩნიოთ. უნდა აცნობიერებდეთ, რომ ვერტიკალურ კომუნიკაციას, როგორც წესი, საშუალო რგოლის მენეჯერები მართავენ.

რაც შეეხება ზოგადად მემოს წერას, დააკვირდით თქვენი ორგანიზაციის ან მსგავსი ორგანიზაციების პრაქტიკას. სთხოვეთ მენეჯერს, განახოთ მემოები, რომლებმაც მოწონება დაიმსახურა. პრაქტიკა, დიდი ალბათობით, აქ მოყვანილ რჩევებს შეესაბამება. ნახეთ ჰაატას მიერ ნინოსათვის დაწერილი მემო, რომელიც საპროექტო წინადადებების შემუშავებისათვის ასისტენტის აყვანას ეხება. ეს კარგად სტრუქტურული მემოს კიდევ ერთი მაგალითია. სავარაუდოდ სახით, დაწერეთ ამ მემოს თავფურცელი.

რადგან მემო შიდა დოკუმენტია, სტილი შესაძლოა არაფორმალური იყოს, განსაკუთრებით, თუ კომუნიკაცია კოლეგებთან გაქვთ. თუმცა, გახსოვდეთ, რომ ეს მასალები ღიაა და შესაძლოა გავრცელდეს. მემო ისე დაწერეთ, რომ თავი უხერხულად არ იგრძნოთ, თუ ის ხელში სხვას, მაგალითად, დირექტორს, კლიენტს („ის გურული იდიოტი, ბევრ ფულს რომ გვიხდის“) ან ჟურნალისტს ჩაუვარდა. საჯარო ორგანიზაციებში დოკუმენტები შესაძლოა საჯარო ინფორმაციის შესახებ კანონმდებლობის (შეერთებულ შტატებში ეს ინფორმაციის თავისუფლების აქტია (FOIA)) მოთხოვნების შესაბამისად ღია იყოს. ეს ნიშნავს, რომ თუ თქვენი დოკუმენტი არ არის მონიშნული გრიფით „საიდუმლო“, ორგანიზაცია ვალდებულია, ის გაასაჯაროოს. თუ, როგორც ზემოთ ვისაუბრეთ, მკითხველისათვის წერთ, თქვენი მემო, დიდი ალბათობით, კარგია, პრაქტიკის შედეგად კი უკეთესი გახდება.

CV

დოკუმენტი, რომლის მეშვეობითაც ცდილობთ, დაარწმუნოთ დამსაქმებელი, რომ სასარგებლო კადრი ხართ

- **მიზანი**

როგორც წესი, CV-ის მიზანია გასაუბრებაზე დაგიბარონ. ამ კუთხით CV არგუმენტირებულ ესეს ჰგავს. ცდილობთ, მკითხველი თქვენი თეზისის სისწორეში დაარწმუნოთ: „ამ სამუშაოსათვის შესაფერისი ადამიანი ვარ, იმიტომ, რომ [ვაკანსიები თქვენს სამ მოთხოვნას].“ CV შეიცავს არგუმენტებს, ანუ თქვენი ბიოგრაფიის სხვადასხვა პერიოდს. განსხვავება ესესთან მიმართებით, რა თქმა უნდა, ის არის, რომ თეზისი გაცხადებული არ გაქვთ და CV-ში, არგუმენტები, როგორც ასეთი, არ მოგყავთ. მიუხედავად ამისა, თუ CV-ის წერას ისე მიუდგებით, როგორც ესეს გეგმის წერას, საკუთარ თავს დიდ სამსახურს გაუწევთ.

CV-ის მეორე მიზანი ის არის, რომ ის გასაუბრების დროს წყაროდ უნდა გამოგადგეთ. თქვენი ინტერვიუერები ინტერვიუს დროს თქვენი CV-ით შექმნილ დადებით შთაბეჭდილებას გადაამოწმებენ. ეს თქვენი არგუმენტების სიმყარის გადამოწმების გზით მოხდება.

იმის გააზრება, რომ CV-ის სტრუქტურა ეფუძნება არგუმენტებს, რომელთა სიმყარესაც გადაამოწმებენ, კარგი CV-ის შედგენაში დაგეხმარებათ. დასახული მიზნის ვიზუალურად წარმოდგენისას შეგიძლიათ წარმოიდგინოთ ადამიანები, რომლებსაც თქვენი CV-ის წაკითხვის შემდეგ თქვენზე დადებითი შთაბეჭდილება შეექმნათ და მას გვერდზე დებენ, რომ გასაუბრებაზე დაგიბარონ. მომდევნო ვიზუალიზაციაში კი ისინი თქვენს CV-ის განიხილავენ, რომ გადაწყვიტონ, რა კითხვები დაგისვან. ეს კითხვები თქვენს ძლიერ მხარეებს წარმოაჩენს.

- **წერეთ მკითხველისათვის**

როგორ დავახასიათოთ CV-ის საშუალო მკითხველი? ეს მახასიათებლები ხშირად შემდეგია: ძლიერი მოტივაციის მქონე; ცნობისმოყვარე, გამომძიებელიც კი; დეტალებზე ორიენტირებული; თავიდან მოცილების სურვილის მქონე და გადატვირთული; ზოგ შემთხვევაში, პოლიტიკური ან პირადი მოტივაციების მქონე. ეს მახასიათებლები თანამშრომლების დაქირავების ჩემს გამოცდილებას ასახავს. მოერგეთ თქვენს მკითხველს, მოიძიეთ მასზე ინფორმაცია. თუმცა, დიდი ალბათობით, გარკვეული მახასიათებლები ყველასათვის საერთოა.

თქვენს მკითხველს ძლიერი მოტივაცია აქვს. მას საუკეთესო კადრის შერჩევა სურს. ეს გადაწყვეტილება მნიშვნელოვანია. სწორად შერჩეულმა ადამიანებმა, შესაძლოა, ხარვეზებით სავსე სტრატეგიაც წარმატებულად განახორციელონ, რადგან კარგი გუნდი ხშირად გარემოებების შესაბამისად მოქმედებს. და პირიქით, სათანადო ადამიანების გარეშე საუკეთესო სტრატეგიაც კი წარუმატებლობისათვისაა განწირული.

დამსაქმებლები სამუშაოსათვის თავდადებულ და კომპეტენტურ ადამიანებს ეძებენ. ორივე ეს თვისება აუცილებელია. სამუშაოსათვის თავდადება ნიშნავს, რომ დაწყებულ საქმეს ბოლომდე მიიყვანთ. ამ კარგი თვისების გამომუშავებას პრაქტიკა სჭირდება. ეს გულისხმობს, რომ გამოწვევებს დაუპირისპირდებით და არ დანებდებით, მიუხედავად იმისა, რომ დავალება შეიძლება რთული აღმოჩნდეს. პროფესიული მიღწევების გარდა, ამ უნარის დემონსტრირება აკადემიური მიღწევებითა და ღირებული მიზნებისათვის მოხალისეობრივი საქმიანობით შეიძლება.

კომპეტენცია, როგორც წესი, საკუთარ სფეროში ადეკვატური შეფასებისა და გადაწყვეტილების განხორციელების უნარს მოიცავს. განსჯის უნარი სამუშაოთა უმეტესობისათვის უმნიშვნელოვანესია. კვალიფიციურმა იურისტმა სამართლებრივი გზების შესახებ უნდა მიიღოს გადაწყვეტილება. აგრონომმა უნდა შეაფასოს, თუ რომელ ნიადაგს რომელი სასუქი მოუხდება. ინჟინერ-მშენებელმა უნდა განსაზღვროს, თუ რა წონას გაუძლებს საძირკველი. დურგალმა კი გონივრული გადაწყვეტილება უნდა მიიღოს აივნისათვის შესაფერისი ხის მასალის შესახებ. თქვენი განათლების არსიც გონივრულად განსჯის შესაძლებლობის გამომუშავებაა.

დამსაქმებლებს სურთ, თქვენი განსჯის უნარის შესახებ თქვენი პროფესიული მიღწევების მეშვეობით შეიტყონ. პროფესიული მიღწევების გარდა, ამ უნარის დემონსტრირება ავტორიტეტულ გამოცემებში, მაგალითად, ბიზნესის შესახებ ჟურნალში, შესაბამის საკითხებზე სტატიების გამოქვეყნებით შეგიძლიათ.

მკითხველები თქვენი CV-ის შეფასებისას ცნობისმოყვარეობას გამოიჩინენ. ისინი გონებაში განსაზღვრავენ, თუ რამდენად დამაჯერებელია თქვენი განაცხადი. თქვენი თეზისი (მოკლედ: „სამსახურში ამიყვანეთ“) გამყარებულია არგუმენტებით? (თქვენი CV-ის კომპონენტებით, რომლებიც თქვენს კომპეტენციასა და სამსახურისათვის თავდადებაზე მეტყველებს). თქვენი თეზისის გასამყარებლად სანდო და დეტალური არგუმენტები უნდა წარადგინოთ: „მაქვს ორგანიზების გამოცდილება: ა) ოფისის მენეჯმენტი მარკეტინგულ კომპანიაში, რომელშიც 18 ადამიანი მუშაობდა. ბ) მოხალისეობრივი საქმიანობა შშმ ბავშვთა საკითხებზე მომუშავე არასამთავრობო ორგანიზაციაში. გ) სტუდენტურ თვითმმართველობაში საქმიანობის გამოცდილება.“ მთავარია, ინფორმაცია ისე შეფუთოთ, რომ მკითხველის საჭიროებებს ეხმიანებოდეს.

იქიდან გამომდინარე, რომ ინფორმაციის შეფუთვისა და, საჭიროების შემთხვევაში, სხვანაირად შეფუთვის უნარი ბევრი სამუშაოსათვის წარმატების საწინდარია, თქვენი CV თქვენი სამუშაოსთან შესაბამისობის პირველი გამოცდაა.⁵ ამ გამოცდის ნაწილი ის არის, რომ CV კონკრეტულ განაცხადზე იყოს მორგებული. მკითხველებს აინტერესებთ, ამხსვილებით თუ არა ყურადღებას კონკრეტული სამსახურისა და ორგანიზაციისათვის შესაბამის ასპექტებზე.

თქვენი მკითხველის კიდევ ერთი მახასიათებელი დეტალებისადმი მიკროსკოპული ინტერესია. მათ უნდა იცოდნენ, რომ მნიშვნელოვან საკითხებთან დაკავშირებით ყველაფერს ზედმიწევნით სწორად ასრულებთ. მენეჯერებს თქვენგან დასრულებული და სრულყოფილი პროდუქტი უნდათ და არა მასალა, რომელიც გადამოწმებას საჭიროებს. რადგანაც დამსაქმებლებს სანდო თანამშრომლები ესაჭიროებათ, CV-ში ნებისმიერი შეცდომის აღმოჩენის შედეგად, შეიძლება გასაუბრებაზე დასაბარებელი კანდიდატების სიიდან ამოვარდეთ. მართლწერის შეცდომები ნიშნავს, რომ აპლიკაცია სათანადოდ არ გადაამოწმეთ. თარიღების განსხვავებულ ფორმატებში მითითება აჩვენებს, რომ დეტალები არ განაღვლებთ. ცუდი ფორმატირება მიუთითებს, რომ შესაბამის კომპიუტერულ პროგრამას ცუდად ფლობთ. ნებისმიერი შეცდომა ან შეუსაბამობა სარისკოა, რადგან თქვენი დამსაქმებლების უმეტესობა დეტალებზე ორიენტირების უნარს აფასებს.

გარდა ამისა, თქვენს მკითხველებს, დიდი ალბათობით, სურვილი აქვთ, რომ განაცხადები თავიდან მოიშორონ. თუ გამოცხადებული ვაკანსია მიმზიდველია, შეიძლება ძალიან ბევრი განაცხადი შემოვიდეს. ერთ-ერთ პოზიციაზე, რომელზეც კანდიდატების გადარჩევას ვხელმძღვანელობდი, ჩვენმა ორგანიზაციამ 300 განაცხადი მიიღო. კიდევ ერთ შემთხვევაში კი, რომელსაც ვხელმძღვანელობდი, ბერლინში 12 პოზიციაზე 600 კვალიფიციური განაცხადი მივიღეთ. თითო აპლიკაციას რომ 5 წუთი დაუთმობთ, 50 საათი მხოლოდ პირველადი გადარჩევისათვის დაჭირდებათ.

ბევრ აპლიკაციასთან გასამკლავებლად ადამიანური რესურსების მართვის მენეჯერები განაცხადებს სამ კატეგორიად ყოფენ. მათ ერთი ადამიანი გადახედავს და რომელიმე ჯგუფში განათავსებს:

1. დაახლოებით 30-წამიანი გადახედვის შედეგად გამოვლენილი საუკეთესო კანდიდატები;

⁵ ძალიან მკაცრად რომ მივუდგეთ, მოკლე რეზიუმესა და CV-ს შორის განსხვავებაა. აკადემიური CV თითოეულ დეტალს აღწერს და რამდენიმე გვერდიანია, 10 გვერდამდე. პრაქტიკაში ორივე ერთ მიზანს ემსახურება და ტერმინებს ერთმანეთის ნაცვლად იყენებენ ხოლმე. აქ ყურადღებას მოკლე ვერსიაზე ვამახვილებთ, რადგან ეს, ალბათ, უფრო პასუხობს მკითხველის საჭიროებებს.

2. დაახლოებით 45-წამიანი გადახედვის შედეგად გამოვლენილი უარყოფილი კანდიდატები;
3. საშუალო ან ზღვარზე მყოფი კანდიდატები, რომლებსაც მოგვიანებით განიხილავენ „შესაძლოა“ ჯგუფში.

შესაძლოა, უარყოფილი კანდიდატები კიდევ ერთმა ადამიანმა გადაამოწმოს, თუმცა ერთ კანდიდატზე წუთზე მეტს არ დახარჯავს.

იმისდა მიხედვით, თუ რამდენად გრძელია შერჩეულ კანდიდატთა სია, გუნდი მათ შერჩევის შემდეგ ეტაპზე მოსაწვევად იწყებს მუშობას ან შუალედურ კატეგორიაში მოხვედრილი განაცხადების გადასინჯვას აგრძელებს და შერჩეული ან უარყოფილი კანდიდატების სიაში ათავსებს. შესაძლოა, ეს განაცხადები ხელახალი გადასინჯვისათვის გუნდის სხვა წევრებსაც გადასცენ. იმის გათვალისწინებით, რომ თქვენს მკითხველებს თქვენი თავიდან მოცილება სურთ, ნუ მისცემთ მათ თქვენი განაცხადის უარყოფის მიზეზს, მაგალითად, აშკარა დაუდევრობით.

დეტალებზე ყურადღების გამახვილება მნიშვნელოვანია, იქიდან გამომდინარე, რომ ბევრ ორგანიზაციაში პოლიტიკურ და პირად მოსაზრებებს მნიშვნელობა ენიჭება. რა თქმა უნდა, ორგანიზაციებს ადამიანების სამსახურში აყვანა პროფესიონალიზმის მიხედვით სურთ, მაგრამ, ასევე, სურთ დაიჭირონ ადამიანები, რომლებსაც იცნობენ. ამიტომ, ხშირად გაწეულ რეკომენდაციებს ეყრდნობიან, კადრებს ორგანიზაციაშივე ეძებენ ან სამსახურში აწყავთ ადამიანები, რომლებთანაც მუშობის გამოცდილება აქვთ, მაგალითად, სტაჟირების ფარგლებში. ეს პრაქტიკა თქვენი განაცხადისათვის მნიშვნელოვანია. თუ გარედან მოსული კანდიდატი ხართ, დამსაქმებლისათვის ნაცნობ კანდიდატებს თქვენს აპლიკაციაში შეცდომების დაშვებით დამატებით უპირატესობას მისცემთ.

დაუდევრობა საბრძოლო იარაღია. ამის შესახებ მაშინ შევიტყვე, როდესაც ერთი ორგანიზაციის უმცროს თანამშრომლად ვმუშაობდი და დამსაქმებელს შევთავაზე კანდიდატზე უარის თქმა მის აპლიკაციაში დაშვებული შეცდომების გამო. ჩემს მენეჯერებს მისი დაჭირავება უნდოდათ, რადგანაც მას განათლება ცნობილ უნივერსიტეტებში ჰქონდა მიღებული, რეკომენდატორებად კი მაღალი თანამდებობის პირები ჰყავდა მითითებული. გასაუბრებისას კანდიდატმა თავი უსიამოვნო პიროვნებად წარმოაჩინა და აგრესიულად იყო განწყობილი. რა უნდა მოგვემოქმედა? პიროვნული თვისებების პრობლემურობის დამტკიცება რთულია. თუ ინტერვიუერი ამაზე მიუთითებს, ეს ქმნის შთაბეჭდილებას, რომ მას პირადი ანტიპათია აქვს. როგორც აღმოჩნდა, კანდიდატს სამოტივაციო წერილში მშობლიურ ენაში სერიოზული გრამატიკული შეცდომები ჰქონდა დაშვებული. ეს დაგვეხმარა, კანდიდატის წინააღმდეგ დასაბუთებული უარი შეგვემოუშავებინა: „თუ

საკუთარი აპლიკაციის სწორად დაწერა არ შეუძლია, როგორ უნდა ვენდოთ რთულ სიტუაციებში?”

თუ სტრატეგიულად მიუდგებით, პიროვნული და პოლიტიკური კონტექსტი შეგიძლიათ თქვენს სასარგებლოდ გამოიყენოთ. შეგიძლიათ, ორგანიზაციის შიდა კანდიდატი გახდეთ. ამის მიღწევა კარგი მუშაობით შეიძლება, ისეთი საქმიანობით, რომელსაც შეამჩნევნ. იმუშავეთ ორგანიზაციასთან ერთად და ორგანიზაციისათვის, შესაძლოა, ნახევარ განაკვეთზე, ან, სულაც, სტატიების გამოქვეყნების გზით. თუ, როგორც მკითხველი, გადააწყდებით კანდიდატს, რომლის კარგი მუშაობის შესახებაც გსმენიათ, რა თქმა უნდა, მის სასარგებლოდ განეწყობით და სურვილი გექნებათ, გასაუბრებით შანსი მისცეთ. CV-ზე მუშაობა მისი ნაკლოვანებების აღმოჩენის შესაძლებლობას გაძლევთ. მომდევნო თვეები შეგიძლიათ ამ ნაკლოვანებების გამოსწორებას დაუთმოთ (მაგალითად, მოხალისეობრივი საქმიანობით). თუ გიცნობენ, უკეთესი შანსი გაქვთ, რომ თქვენს აპლიკაციას მოიძიებენ და ის შერჩევის პირველ ეტაპს გაივლის. ამ ეტაპზე ათობით კანდიდატი იცხრილება, ზოგჯერ ადამიანური რესურსების მართვის განყოფილების უმცროსი თანამშრომლების მიერ.

დაბოლოს, მკითხველები ინტერვიუს დროს ცნობისმოყვარეობას იჩენენ. CV-ის მეორე ფუნქციის შესაბამისად, ისინი თქვენს არგუმენტებს დეტალურად შეამოწმებენ. მაგალითად, გთხოვენ, რომ თქვენს არგუმენტებსა და ქვეარგუმენტებზე დეტალურად ისაუბროთ და ასე მათ სიმყარეს გამოცდიან. ოფისის მენეჯმენტის გამოცდილებასთან დაკავშირებით, შეიძლება გკითხონ, თუ როგორ უზრუნველყოფდით, რომ თანამშრომლები გაწერილ პროცედურებს დამორჩილებოდნენ. დამატებითი კითხვები პოტენციურ დამსაქმებელს საშუალებას აძლევს გაარკვიოს, თუ რამდენად გამყარებულია თქვენი განაცხადი კომპეტენტურობაზე შესაბამისი არგუმენტებით.

შემ ბავშვებთან თქვენს მუშაობაზე საუბრისას შეიძლება გკითხონ: „და ვის მიმართავდით დანმარების სათხოვნელად?“ აქ უნდა გაამყაროთ თქვენი არგუმენტი, რომ მოხალისეობრივი საქმიანობა თქვენი აპლიკაციისათვის რელევანტურია. სხვა საკითხებთან ერთად, თქვენი ქვეარგუმენტი შესაძლოა იყოს განაცხადი, რომ ამ გამოცდილებამ შესაძლებლობების დანახვის უნარი გამოგიმუშავათ. თქვენს განათლებასთან მიმართებით, მათ შეიძლება მოინდომონ თქვენი იმ ქვეარგუმენტების გადამოწმება, რომლებითაც ამყარებთ არგუმენტს, რომ თქვენი განათლება სამუშაოს შეესაბამება. „რომელი იყო უნივერსიტეტში თქვენთვის ყველაზე სასარგებლო კურსი?“ ამ კითხვით ინტერვიუერი არკვევს, თუ როგორ აღიქვამთ თქვენს განათლებას და, თქვენი აზრით, როგორ მეტყველებს ის თქვენს კომპეტენციასა და სამუშაოსათვის თავდადების უნარზე. გულახდილად უპასუხეთ („ისტორიის კურსი, რადგან კარგი მასწავლებელი მყავდა, რომელმაც ესეების კარგად წერა მასწავლა. ეს დღემდე მადგება“), პასუხი მათთვისაც შესაბამისი უნდა იყოს და თქვენს გამოცდილებასაც უნდა ასახავდეს.

რადგანაც გასაუბრებას, გარკვეულწილად, დაკითხვის ფორმა აქვს, ცხადია, რომ CV-ში მოყვანილი ფაქტების დასაბუთება უნდა შეგეძლოთ. დადებითი მხარე ის არის, რომ ეს ისეთი ფაქტების მოხსენიების შესაძლებლობას მოგცემთ, რაზეც შესაძლოა იქამდე არ გიფიქრიათ (მოხალისეობრივი საქმიანობა, რელევანტური პუბლიკაციები). გასაუბრების ხასიათიდან გამომდინარე, მისთვის მომზადების ერთი კარგი სტრატეგია არსებობს: თითოეული ბიოგრაფიული მონაცემისათვის თქვენს CV-ს დამატებითი ინფორმაცია დაურთეთ, რომელიც თქვენს კომპეტენციაზე მეტყველებს. ამასთან, იმის გათვალისწინებით, რომ კითხვებს დაგისვამენ, თავიდან აირიდეთ ნებისმიერი სახის ინფორმაცია, რომელსაც გასაუბრებაზე ვერ დაასაბუთებთ. თქვენს გამოცდაზე ორიენტირებული მკითხველი, რომელსაც თქვენი CV-ის წაკითხვამდე ათასობით სხვა CV აქვს წაკითხული, დიდი ალბათობით, შეუსაბამო ჩანაწერს შენიშნავს. ის, ასევე, აუცილებლად შენიშნავს თქვენს არადაამაჯერებელ მონათხრობს გასაუბრების დროს.

● დაიწყეთ მთავარი სათქმელით

ამ შემთხვევაში ეს პრინციპი პირდაპირ არ გვადგება. თქვენი სათქმელი ნათლად უნდა იყოს გადმოცემული, მაგრამ CV-ში თეზისს არ წარმოადგენთ. თუმცა, ამას სამოტივაციო წერილში აკეთებთ, რომელსაც CV-თან ერთად აგზავნით. შეერთებულ შტატებში CV-ში ერთგვარი ზოგადი დახასიათების ნაწილის დართვის პრაქტიკა ინერგება. ეს, ასე ვთქვათ, თეზისია. ქართველების მიერ ინგლისურ ენაზე წარდგენილ CV-ებში მსგავს ზოგად დახასიათებას არაერთხელ შევხვედრივარ. ეს მიდგომა რამდენიმე მიმართულებითაა პრობლემური. მკითხველი იმავე ინფორმაციას სამოტივაციო წერილიდანაც იღებს, ასე რომ, ძვირფას ადგილს ტყუილად კარგავთ. გარდა ამისა, ზოგადი დახასიათება რისკებს შეიცავს. მისი კარგად დაწერა მარტივი არ არის და არც რაიმე უპირატესობას განიჭებთ. ცუდად დაწერის შემთხვევაში კი ცუდ შთაბეჭდილებას ქმნით.

მოკლედ, წესი შემდეგია: ინფორმაციას ნათლად, მოკლედ და მაქსიმალურად კონკრეტულად წარმოადგენთ.

● ფორმატი

CV უნდა შეიცავდეს შემდეგ ინფორმაციას: ვინ ხართ, როგორ შეესაბამება თქვენი საქმიანობა გამოცხადებულ ვაკანსიას, სხვას რას საქმიანობდით და როგორ უნდა დაგიკავშირდნენ. ეს ნიშნავს, რომ უნდა მიუთითოთ სახელი და გვარი (ნუ დააწერთ თავზე „CV“-ს, ეს ისედაც ყველამ იცის), განათლება და სამუშაო გამოცდილება, სხვადასხვა უნარი, როგორებიცაა

ენებისა და კომპიუტერული პროგრამების ცოდნა. ასევე, შეგიძლიათ მიუთითოთ თქვენი LinkedIn-ის პროფილის ბმული, განსაკუთრებით, თუ კარგი რეკომენდაციები გაქვთ.

თეორიულად, ეს ინფორმაცია შეგიძლიათ ნებისმიერ ფორმატში და ნებისმიერი თანმიმდევრობით მიუთითოთ; თუ ეს ფორმატი თქვენს მიზანს შეესაბამება, დაწერილია მკითხველისათვის და ინფორმაციას ნათლად, მოკლედ და კონკრეტულად გადმოსცემს. თუმცა, პრაქტიკაში არსებობს ორი ფორმატი, რომლებიც ამ კრიტერიუმებს აკმაყოფილებს: ფუნქციური და ქრონოლოგიური (ახლიდან ძველისაკენ).

ფუნქციურ ფორმატში გამოცდილებას კატეგორიების მიხედვით ალაგებთ: ყოველთვის შეგაქვთ განათლების, სამუშაო გამოცდილებისა და უნარების კატეგორიები. უნარების კატეგორია იყოფა ენების ცოდნის, კომპიუტერული პროგრამების ცოდნისა და პროფესიისათვის რელევანტური სხვა სახის უნარების მიხედვით. თქვენი მიღწევებისა და გამოცხადებული პოზიციის გათვალისწინებით, დაამატეთ სხვა კატეგორიებიც: ჯილდოები, პუბლიკაციები, სერტიფიკატები, მოხალისეობრივი საქმიანობა, ინტერესები და ჰობი. აღწერეთ თქვენი ძირითადი საქმიანობა და ყურადღება გაამახვილეთ სამუშაოს აღწერილობით მოთხოვნილ ასპექტებზე. თუ სამუშაოს აღწერილობაში გუნდური მუშაობის უნარია ხაზგასმული, ამ უნარის დემონსტრირება ინტერესების კატეგორიაში შეგიძლიათ; აღნიშნეთ, რომ ორკესტრში უკრავთ. ასევე, თუ სათანადო სამუშაო გამოცდილება არ გაქვთ, ყურადღება მოხალისეობრივ საქმიანობაზე გაამახვილეთ. თქვენს შესაძლებლობებს ესეც წარმოაჩენს. ამ ფორმატის CV-ის კარგი ნიმუშია EuroPass-ი, რომელსაც თან კარგი ინსტრუქციებიც ახლავს.⁶

ქრონოლოგიური (ახლიდან ძველისაკენ) ფორმატის მიხედვით, უახლესი გამოცდილებით იწყებთ. შემდეგ კი ყველა წარსულ გამოცდილებას აღწერთ. ეს კარგი ფორმატია, რადგან ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია, ანუ თქვენი ბოლო სამსახური, დასაწყისშივეა მოცემული. თუ ქვეპუნქტებად წინა სამსახურებში თქვენს მიღწევებს აღწერთ, შეძლებთ გამოკვეთოთ გამოცდილება, რომელიც გამოცხადებული პოზიციისათვის ყველაზე აქტუალურია. მაგალითად, ჩემი საქმიანობა კონსულტაციას, კვლევას, წერას და ტრენინგების ჩატარებას მოიცავს. იმისდა მიხედვით, თუ რა სამუშაოს შესასრულებლად წარვადგენ CV-ს, შესაბამის გამოცდილებაზე ვამახვილებ ყურადღებას. ბოლოში მოცემული გაქვთ „სხვა გამოცდილების“ განყოფილება, სადაც შეგიძლიათ მიუთითოთ ინფორმაცია, რომელიც ქრონოლოგიურ წყობას ვერ მიუსადაგეთ. თუ, მაგალითად, წლების განმავლობაში სამართლიანი არჩევნებისა და დემოკრატიის საერთაშორისო საზოგადოების (ISFED)

6 იხილეთ: <http://europass.cedefop.europa.eu/about>, ნანახია 30 ნოემბერს, 2015.

სადამკვირვებლო მისიის ფარგლებში მოხალისე დამკვირვებლად მუშაობდით, ამას „სხვა გამოცდილებაში“ მიუთითებთ, რადგან ეს ძირითადი ნარატივის ნაწილი არ არის. როდესაც CV-ის კონკრეტულ ვაკანსიას არგებთ, ქვეპუნქტებთან ერთად, თქვენი CV-ის სწორედ ეს ნაწილი იცვლება ყველაზე მეტად.

მიუხედავად იმისა, რომ მსგავსი ქრონოლოგიური წყობა ნარატივს ნათლად გადმოსცემს, მისი მკაცრი სტრუქტურა შეუსაბამოა, თუ თქვენ ერთდროულად სხვადასხვა საქმიანობას ეწეოდით – მაგალითად, უნივერსიტეტში სწავლის პერიოდში რამდენიმე სამსახური გქონდათ. ამიტომ, თუ საქართველოში კარიერის თავისებურებებს გავითვალისწინებთ, ეს ფორმატი ქართულ რეალობას არ შეესაბამება. აღმოჩნდება, რომ ბევრი სტუდენტი ერთდროულად რამდენიმე პოზიციას იკავებდა. ასეთ შემთხვევაში, ინფორმაციის კატეგორიებად დალაგება უფრო მოსახერხებელია, როგორც ამას ფუნქციური ფორმატი გვთავაზობს. თუმცა, სასურველია, თითოეულ კატეგორიაში ინფორმაცია ქრონოლოგიურად (ახლიდან ძველისაკენ) იყოს დალაგებული. ჯერ ყველაზე ბოლო სამსახური მიუთითეთ (მაგალითად, კვებგვრდებზე მინისტრების ბიოგრაფიები სწორედ ასეთი ქრონოლოგიური წყობითაა დალაგებული).

მესამე ფორმატი, რომელიც ჯერ კიდევ გამოიყენება, **ქრონოლოგიური** ფორმატია. ის ყველაზე ძველი ინფორმაციიდან, მაგალითად, სკოლიდან იწყება და ქრონოლოგიურად გრძელდება. ქრონოლოგიური ფორმატი ყველაზე მნიშვნელოვან ინფორმაციას ბოლოსთვის ინახავს, ყველაზე ნაკლებად მნიშვნელოვანს კი თავში წარმოადგენს. ჩემი აზრით, ეს ჩვენს მთავარ პრინციპს ეწინააღმდეგება, ამიტომ, გირჩევთ, ეს ფორმატი არ გამოიყენოთ, თუ, რა თქმა უნდა, ამას არ გთხოვენ. თუმცა, ეს ფორმატი გამოსადეგია ბიოგრაფიის ძალიან მოკლედ გადმოსაცემად, მაგალითად, კონფერენციის პროგრამისათვის, ასევე ხელოვანის ბიოგრაფიის გადმოსაცემად.

რომელი ფორმატიც არ უნდა აარჩიოთ (შეგიძლიათ ორივე ფორმატი გამოსცადოთ), მკითხველს აინტერესებს, შეძლებთ თუ არა ინფორმაციის ერთ გვერდზე დატევა. ლაკონიურობა თქვენი კომპეტენტურობის პირველი გამოცდაა: როგორ მოვაქციოთ საჭირო ინფორმაცია ერთ გვერდზე? თქვენს მკითხველებს ზედმეტი დეტალები არ სჭირდებათ. მათ, პირველ რიგში, უნდათ გაარკვიონ, გაქვთ თუ არა შესაბამისი კვალიფიკაცია; ხომ არ ხართ ზედმეტად გამოცდილი ან გამოუცდელი კონკრეტული სამუშაოსათვის.

გამონაკლის შემთხვევებში უფრო გრძელი CV-იც მისაღებია, მაგალითად: თუ თქვენს შესაფასებლად მკითხველებს მეტი დეტალი ესაჭიროებათ; თუ საჭიროა თქვენი მიღწევები უფრო დეტალურად აღწეროთ; ან თუ თქვენი მკითხველებისათვის კონტექსტი უცნობია. ეს მაინც გამონაკლის შემთხვევად უნდა დარჩეს. უფრო გრძელი CV მისაღებია კარიერის

შუაში მყოფი პირებისათვის, რომლებიც საკუთარი წრის მიღმა ცდილობენ კომუნიკაციის დამყარებას. რაც უფრო მოკლედ იტყვით, მით უკეთესია. დიდი ალბათობით, ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია თქვენი ბოლო გამოცდილებაა, წარსული გამოცდილება კი ნაკლებად მნიშვნელოვანია.

რაც შეეხება თქვენს მიღწევებს, რაც უფრო ნაკლები იცის თქვენმა მკითხველმა, მით უფრო მეტი ინფორმაცია ესაჭიროება. თუ გიმუშავიათ ორგანიზაციებში, რომლებსაც ყველა იცნობს და პოზიციებზე, რომელთა შესახებაც ყველამ იცის, მაშინ ვრცელი აღწერილობა საჭირო აღარ არის. მაგრამ თუ ნიდერლანდებში მდებარე პატარა დამწყები კომპანიის მარკეტინგში მუშაობდით, მაშინ თქვენი საქმიანობა უნდა აღწეროთ. ზოგადი წესის მიხედვით, ყურადღება კონკრეტულ შედეგებზე უნდა გაამახვილოთ. ისინი მოქმედებით გვარში, ლაკონიურად და აზრიანად გადმოეცით. შესაძლებლობის შემთხვევაში, ციფრები გამოიყენეთ.

მაგალითად, აპლიკანტმა ღვინის ექსპორტიორი პატარა კომპანიის მარკეტინგის მენეჯერის ასისტენტის პოზიციაზე შესაძლოა დაწეროს:

2015 წლის მაისი-

2016 წლის ივნისი **შპს თელავის ბუნებრივი ღვინოები**

- მარკეტინგის მენეჯერის ასისტენტი

- ვხელმძღვანელობდი და მეთვალყურეობას ვუწევდი ევროპის ქვეყნებში მიმდინარე მარკეტინგულ კამპანიებს;
- განვსაზღვრავდი ახალ შესაძლებლობებს ჩვენი ღვინოების გასაყიდად. პირადად მივალწიე ჩვენი საუკეთესო პროდუქტის განთავსებას ოთხ ადგილას შეერთებულ შტატებში და ორ ადგილას - იაპონიაში;
- გაყიდვების მოცულობა 27 000\$-ით გავზარდე, რამაც კომპანიის გაყიდვები დამატებით 9%-ით გაზარდა.

ეს ძლიერი განაცხადია. კანდიდატი რელევანტურ ინფორმაციაზე ამახვილებს ყურადღებას და მკითხველს საკუთარი შესაძლებლობების შესახებ წარმოდგენას უქმნის. მიუხედავად იმისა, რომ წარმოდგენილი ციფრები მთლიან ბაზართან მიმართებით შთამბეჭდავი არ არის, პატარა (გამოგონილი) კომპანიისთვის ეს მნიშვნელოვანი თანხაა. ეს აჩვენებს, რომ კანდიდატმა მნიშვნელოვანი ძალისხმევა გასწია და შეუძლია კიდევ განვითარდეს. ეს ნამდვილად სჯობს ასეთ ჩანაწერს:

▪ „პასუხისმგებლობა ახალ გაყიდვებზე“

მოხსენიებული 27000 \$ უკეთესია, ვიდრე 100000\$, რომელიც შეიძლება არაფრისმოქმელი ფრაზის „პასუხისმგებლობა...“ მიღმა იგულისხმებოდეს (ეს პასიური განაცხადია და არა აქტიური). ასეთი ზოგადი ფორმულირება მხოლოდ მაშინაა მისაღები, თუ რამდენიმე წლის წინანდელ საქმიანობაზე საუბრობთ; ბოლო საქმიანობის შესახებ კი დეტალური აღწერილობა გაქვთ მოყვანილი. მკითხველს ნათელი, ხელშესახები სურათი შესთავაზეთ.

აღწერილობების წერისას თავი ცნობისმოყვარე მკითხველის ადგილას წარმოიდგინეთ: თქვენ გინდათ, რომ ტექსტი კონკრეტული, მოკლე და ნათელი იყოს. გსურთ, რომ მასში ყურადღება საქმიანობაზე, რიცხვებსა და შედეგებზე იყოს გამახვილებული და აპლიკანტი ინფორმაციას ზუსტად და თემატურად გადმოსცემდეს. ათობით აპლიკაციის ნახვის შემდეგ, უკვე დაგლალათ სტანდარტულმა ფრაზებმა და ზოგად, აბსტრაქტულ განაცხადებს ხელშესახები და შინაარსიანი ინფორმაცია გირჩევნიათ. გარდა ამისა, გსურთ იცოდეთ, თუ როგორ შეესაბამება კანდიდატის გამოცდილება სამუშაოს მოთხოვნებს.

CV-ის შედგენისას ეს ყველაფერი გაითვალისწინეთ. მეტი დამაჯერებლობისათვის აღწერილობები შეძლებისდაგვარად ნეიტრალური ტონით უნდა დაწეროთ და CV თქვენ შესახებ მოთხრობად არ უნდა გადააქციოთ. გამოტოვეთ პირველი პირის აღმნიშვნელი ნაცვალსახელი („მე ვხელმძღვანელობდი“) და, შეძლებისდაგვარად, მესამე პირი გამოიყენეთ.

არ დაწეროთ „მაქვს კარგი/შესანიშნავი/გამორჩეული...უნარი.“ ეს სარისკო განაცხადია. თუ თქვენი უნარები გამორჩეულია, ამის დასამტკიცებლად შესაბამისი მიღწევებიც გექნებათ, რომლებიც სათქმელს თავად იტყვიან. „თქმის ნაცვლად აჩვენეთ...“ კარგი პრინციპია. ის შედეგებზე ყურადღების გამახვილების აუცილებლობას განსენებთ.

განათლების განყოფილებაში, რა თქმა უნდა, თქვენი აკადემიური ხარისხები მიუთითებთ. აღნიშნეთ მიღებული შეფასებები, თუ დარწმუნებული ხართ, რომ ამ მხრივ გამორჩეული ხართ და ეს თქვენს შრომისმოყვარეობაზე მეტყველებს. სხვა შემთხვევაში, უბრალოდ, მიღებული აკადემიური ხარისხი და, შესაძლოა, სპეციალიზაცია აღნიშნეთ. თუ სწავლა დამთავრებული არ გაქვთ, დასრულების თარიღი მიუთითეთ. ასევე, გადმოეცით ინფორმაცია, რომელიც, თქვენი აზრით, მკითხველმა უნდა იცოდეს. მაგალითად, რელევანტური საკურსო ნამუშევარი, რომელიც თქვენი სპეციალიზაციიდან თავისთავად არ გამომდინარეობს.

მიუთითეთ თქვენი ინტერესები, თუ ისინი სამუშაოს შეესაბამება ან თუ მცირე სამუშაო გამოცდილება გაქვთ. მიუთითეთ მხოლოდ ის ინტერესები, რომლებიც თქვენს უნარებს წარმოაჩენს და სხვებისაგან გამოგარჩევთ. კითხვა, მოგზაურობა და მუსიკა აქ უადგილოა,

რადგან ეს საზოგადოდ გავრცელებული ინტერესებია და, უბრალოდ, აღწერს, რომ თქვენ პასიურად მოიხმართ გარკვეულ პროდუქციას. მოგზაურობა და მოცარტის მოსმენა თქვენს კატასაც შეუძლია. თუმცა, ინტერესი „XVIII საუკუნის ირლანდიური ჰოეზიის“ მიმართ შესაძლოა აღნიშვნად ღირდეს, თუ ამის შესახებ რაიმე საინტერესოს თქმა შეგიძლიათ. თქვენი „გამომძიებელი“ ინტერვიუერები შეიძლება ამ ინფორმაციას მოეჭიდონ, რომ თავი კომფორტულად გაგრძობინონ ან ნახონ, როგორ საუბრობთ თქვენთვის საყვარელ თემებზე. თუ თვალები გაგინათდებათ, შესაძლოა, კიდევ უფრო დაინტერესდნენ, რომ მათი გუნდის წევრი გახდეთ. დარწმუნდით, რომ CV-ში მხოლოდ რელევანტურ ინფორმაციას აღნიშნავთ. ერთხელ გავესაუბრე კანდიდატს, რომელსაც კითხვა და ლიტერატურა ინტერესად ჰქონდა მითითებული, თუმცა თავისი საყვარელი წიგნი ვერ დამისახელა.

ფურცელზე სივრცე გონივრულად გამოიყენეთ. ცარიელ სივრცესა და ნაწერს შორის ბალანსი ტექსტის კარგად აღსაქმელად მნიშვნელოვანია. წარსულის აღწერისას უფრო და უფრო ცოტა ინფორმაციის მითითებაა საჭირო. თუ, მაგალითად, ბოლოდროინდელი საქმიანობის აღწერისას ვადებს თვეებში მიუთითებთ, წლების წინ განხორციელებული საქმიანობის, მაგალითად, თქვენი სკოლაში სწავლის ვადები, შეგიძლიათ მხოლოდ წლებით მიუთითოთ.

თუ თქვენ გარშემო არიან ადამიანები, რომლებსაც თქვენთვის კარგი სარეკომენდაციო წერილის დაწერა შეუძლიათ (ყოველთვის შეეცადეთ, ასეთი ადამიანები მოიძიოთ), მაგრამ, სამუშაოს მოთხოვნების მიხედვით, რეკომენდატორების მითითება სავალდებულო არ არის, შეგიძლიათ აღნიშნოთ, რომ „მოთხოვნის შემთხვევაში, რეკომენდაციები წარმოდგენილი იქნება.“ თუმცა, ამის აღნიშვნა სავალდებულო არ არის, რადგან იგულისხმება, რომ რეკომენდაციების წარმოდგენა შეგიძლიათ. თუ გარკვეული მიზეზებით შედარებით გრძელ CV-ს წერთ, შეგიძლიათ თან დაურთოთ რეკომენდატორების სახელები და მათი საკონტაქტო ინფორმაცია ელფოსტის ჩათვლით. ასევე, მიუთითეთ, თუ რა სახის ურთიერთობა გქონდათ რეკომენდატორთან. მაგალითად, ის შეიძლება თქვენი მასწავლებელი, დამსაქმებელი ან კოლეგა ყოფილიყო. რა თქმა უნდა, დარწმუნებულები უნდა იყოთ, რომ ეს ადამიანები რეკომენდაციას გაგიწევენ და დადებითად დაგახასიათებენ.

● პროცედურა

განსაზღვრეთ, თუ რა სამუშაოზე აკეთებთ განაცხადს და რა პასუხისმგებლობებს გულისხმობს ეს სამუშაო. გადაწყვიტეთ, გსურთ თუ არა ეს სამსახური და როგორ აკმაყოფილებთ მის მოთხოვნებს. სამუშაოს შესახებ ინფორმაცია მოიძიეთ და გაარკვიეთ, რა უნარებს მოითხოვს ის. განსაზღვრეთ როგორც სამუშაოს ზოგადი მოთხოვნები, ასევე კონკრეტული დავალებები და პასუხისმგებლობები, რომლებსაც ის მოიცავს. თუ

ხელთ გაქვთ განცხადება ვაკანსიის შესახებ, ყურადღებით შეისწავლეთ. გამოყავით ძირითადი ტერმინები/ფრაზები, რომ თქვენი CV და სამოტივაციო წერილი დამსაქმებლის მოთხოვნებს მოარგოთ. დაფიქრდით თქვენი პოტენციური დამსაქმებლის საჭიროებებზე, დამოკიდებულებებსა და მიზნებზე.

მოიძიეთ ინფორმაცია ზოგადად ორგანიზაციის შესახებ. პირველადი მოკვლევის შემდეგ ჰკითხეთ ადამიანებს, რომლებიც ამ ორგანიზაციაში მუშაობენ ან მუშაობდნენ საკუთარი გამოცდილებისა და ვაკანსიის შესახებ, თუ რა თქმა უნდა, ასეთ ადამიანებს იცნობთ. თუ ორგანიზაციის მიდგომასა და სპეციალიზაციას განსაზღვრავთ, შეძლებთ, უფრო დეტალურად განმარტოთ, თუ რატომ ხართ კვალიფიციური კანდიდატი და რატომ გასურთ ამ ორგანიზაციაში მუშაობა. ორგანიზაცია 3-5 ზედსართავი სახელით დაახასიათეთ. რაც უფრო კარგად გესმით, თუ რა უნდა დამსაქმებელს, მით უფრო მეტი შანსია, რომ შეძლებთ ისეთი CV-ის წარდგენას, რომელიც გასაუბრების ეტაპზე გადაგიყვანთ. თქვენი დავალება მხოლოდ ინფორმაციის გაცნობა არაა. ინფორმაცია უნდა გააანალიზოთ, დაახარისხოთ და შეაჯამოთ, რომ განსაზღვროთ, თუ როგორ აპირებთ მკითხველის დარწმუნებას.

თავი მოუყარეთ სამუშაოს მოთხოვნებთან შესატყვის გამოცდილებას ან ისეთ გამოცდილებას, რომელიც თქვენს პოტენციალს წარმოაჩენს. ეს მოიცავს თქვენს ყოფილ სამსახურებს, სტაჟირებებს, მოხალისეობრივ საქმიანობას, პროექტებს, დამატებით საქმიანობას უნივერსიტეტში, განათლებას. ეს ყველაფერი ფურცელზე ჩამოწერეთ.

დააჯგუფეთ ინფორმაცია გონივრულად: გააანალიზეთ და ერთმანეთს შეუსატყვისეთ. გამოარჩიეთ ის უნივერსალური უნარები, რომლებიც თქვენმა გამოცდილებამ შეგძინათ და დააკვირდით, როგორ შეიძლება ის მოცემულ პოზიციას შეუსაბამოთ. შეიმუშავეთ დეტალური აღწერილობები, რომლებიც თქვენს მიღწევებს წარმოაჩენს და ყურადღებას შედეგებზე ამახვილებს. შეგიძლიათ ჩვეულ პრაქტიკას გადაუხვიოთ და წერა პირდაპირ კომპიუტერში დაიწყოთ, რადგან CV, თავისი არსით, ერთგვარი გეგმაა.

დაალაგეთ ინფორმაცია. საბოლოოდ აირჩიეთ, თუ რა არის რელევანტური. აირჩიეთ ფუნქციური ან ქრონოლოგიური (ახლიდან ძველისაკენ) ფორმატი და იყავით თანმიმდევრული.

ზედმიწევნით გადაამოწმეთ დოკუმენტი ვიზუალურად კარგად გამოიყურება? კარგადაა სტრუქტურირებული? ყველა კომპონენტი არგუმენტია? ამობეჭდეთ, რადგან ეს ახლებურად დაკვირვების შესაძლებლობას მოგცემთ. CV ხმამაღლა წაიკითხეთ. შესაძლოა, კითხვა ბოლოდანაც დაიწყოთ. თითოეული სიტყვა დაკვირვებით წაიკითხეთ, შეეცადეთ, რომ შეცდომები არ გამოგჩნდეთ. აჩვენეთ გამოცდილ ადამიანს. თუ შესაძლებელია, ერთი ან ორი დღის შემდეგ ისევ გადაამოწმეთ.

თუ გასაუბრებაზე მიგიწვიეს, CV-ის ორი ეგზემპლარი თან იქონიეთ. ერთი ინტერვიუერს შესთავაზეთ, მეორე კი თქვენთვის დაიტოვეთ. დიდი ალბათობით, ისინი თქვენს CV-ის თავადაც ამოებუქდავენ, მაგრამ თუ დოკუმენტს თან იქონიებთ, ეს აჩვენებს, რომ კარგად ხართ მომზადებული. თქვენს ეგზემპლარზე თითოეულ კომპონენტს მიაწერეთ, თუ რა კუთხით განგავითარათ ამა თუ იმ საქმიანობამ, რა ისწავლეთ ამა თუ იმ გამოცდილების შედეგად.

ყველა CV შეინახეთ, რომ მათ გადაკეთებაზე ბევრი დრო აღარ დახარჯოთ. გონივრულია გქონდეთ ერთი გრძელი, „მასტერ-CV,“ რომელიც რამდენიმე გვერდიანია და თქვენს გამოცდილებას დეტალურად აღწერს. შემდეგ, კონკრეტული განაცხადის შესაბამისად, მას ერთგვერდიან დოკუმენტად აქცევთ. თუ სრულყოფილი ვერსია გაქვთ, მის მორგებას კონკრეტულ განაცხადზე დიდი დრო არ დასჭირდება (თუმცა, მორგება აუცილებელია).

● დაიმახსოვრეთ

კარგი CV სამსახურის შოვნის გარანტიას არ გაძლევთ, ცუდი CV კი გარანტიას გაძლევთ, რომ სამსახურს ვერ იშოვით. შეცდომების აღმოსაფხვრელად CV რამდენიმე ადამიანს აჩვენეთ. შესაძლოა, ერთმანეთისაგან განსხვავებული (და გამაღიზიანებელი) კომენტარები მიიღოთ, მაგრამ თუ ოთხიდან ერთი კომენტარი მაინც სასარგებლოა და შეცდომაზე მიუთითებს, ე.ი. დოკუმენტის სხვებისათვის ჩვენება ღირდა.

მისდეთ პრინციპებს. გაითვალისწინეთ მკითხველი. მეორე პრინციპი შესაძლოა კითხვებზე პასუხების გაცემაში დაგეხმაროთ. უნდა მიუთითოთ თუ არა დაბადების თარიღი? ეს თქვენს აუდიტორიაზეა დამოკიდებული. კონტინენტურ ევროპაში CV-ში დაბადების თარიღის ნახვას მიჩვეულები არიან, ეს EurPass-ის ფორმატის ნაწილია. შეერთებულ შტატებში კი დაბადების თარიღის მითითება უადგილოდ მიიჩნევა, რადგან კანდიდატს უპირატესობა ასაკის მიხედვით არ უნდა მიენიჭოს. სხვა საკითხია, თუ რამდენად გონივრულია ეს მიდგომა. ასაკის მიახლოებით დადგენა აკადემიური ხარისხებისა და სამუშაო გამოცდილების მიხედვითაც შეიძლება. მაგრამ წესი ასეთია და თუ მას დაემორჩილებით, ამით წარმოაჩენთ, რომ მის შესახებ ინფორმირებული ხართ.

უნდა დაურთოთ თუ არა ფოტო? ისევ მეორე პრინციპი გაიხსენეთ, გაითვალისწინეთ თქვენი აუდიტორია. შეერთებულ შტატებში CV-ს ფოტო არ უნდა დაურთოთ, რადგან მიიჩნევა, რომ ადამიანი მისი უნარების მიხედვით უნდა შეაფასონ და არ გარეგნობის. ასევე, არსებობს მოსაზრება, რომ ფოტოები უმცირესობების წარმომადგენელ კანდიდატებს წამგებიან პოზიციაში აყენებს. კონტინენტურ ევროპაში, როგორც წესი, CV-ში ფოტო

მოცემულია. თუ ფოტოს დართვას გადაწყვეტთ, ის პროფესიული და პოზიტიური უნდა იყოს. ყველანაირი ფოტო მინახავს. მათ შორის ისეთებიც, რომლებიც დაპატიმრების შემდეგ გადაღებულს ჰგავს; მინახავს მამაკაცების ფოტოები უსახელო მაისურებში, რომლებიც მათ კუნთებს წარმოაჩენს; ასევე, გამომწვევი ფოტოები, რომლებიც გასაცნობ საიტებს უფრო შეესაბამება. გახსოვდეთ, რომ LinkedIn-ის ფოტოსაც აქვს მნიშვნელობა. აპლიკაციის გაგზავნამდე შეამოწმეთ სოციალური მედიის პროფილის პარამეტრები და დარწმუნდით, რომ სხვებისათვის ხელმისაწვდომი ინფორმაცია რესპექტაბელურად წარმოგაჩენთ.

ინფორმაციანათლად, სუფთად, ოფიციალურად, მოკლედ და კონკრეტულად წარმოადგინეთ. თქვენი კონკრეტული მიღწევები, შესაძლებლობის ფარგლებში, რაოდენობრივი საზომით გამოხატეთ. დარწმუნდით, რომ გამორჩეული ხარო, რადგან კომპეტენტურობისა და ენთუზიაზმის დემონსტრირებას ახდენთ.

CV-თვის მარტივი ფორმატი შეარჩიეთ და სტანდარტული პროგრამა გამოიყენეთ. CV-ის ელფოსტით გაგზავნისას PDF ფორმატი გამოიყენეთ, რომ ფორმატი არ დაირღვეს (ტექსტებზე სამუშაოდ განკუთვნილი თანამედროვე პროგრამების უმეტესობა საშუალებას გაძლევთ, დოკუმენტი ექსპორტის ფუნქციის მეშვეობით PDF ფორმატში შეინახოთ).

იყავით სრულყოფილი. ზედმიწევნით მისდით განცხადებას ვაკანსიის შესახებ და, რაც უნდა მოხდეს, დადგენილ ვადას არ გადააცილოთ. ადამიანმა, რომელმაც ამ ასპექტებზე ყურადღების გამახვილება მთხოვა, ასეთი რამ დაწერა: „გვქონდა შემთხვევა, როდესაც აპლიკანტებს ვთხოვეთ, ერთგვერდიანი CV მხოლოდ ელექტრონულად მოეწოდებინათ. მიუხედავად ამისა, ვიღებდით ორ და სამგვერდიან დოკუმენტებს, ზოგს ფაქსის მეშვეობით, ზოგს კი CV პირადად მოჰქონდა. ჩემთვის ეს დიდ პრობლემას არ წარმოადგენს, მაგრამ ზოგიერთ დამსაქმებელს (მაგალითად, ჩემს უფროსს) აღიზიანებს და „ურჩ“ კანდიდატებს მაშინვე ცხრილავენ.“

შეეცადეთ, განაცხადი გააკეთოთ რთულად მოსაპოვებელ პოზიციებზე, თუმცა რეალისტები იყავით. თქვენი გამოცდილება საუკეთესო სახელმძღვანელოა იმის გასარკვევად, თუ რა პოზიციებზე გაქვთ შანსი. არ დანებდეთ მაშინაც კი, თუ რამდენიმე იმედგაცრუება გამოსცადეთ. როგორც უინსტონ ჩერჩილმა თქვა, „წარმატება არის სვლა წარუმატებლობიდან წარუმატებლობისაკენ, ენთუზიაზმის შენარჩუნებით.“

CV-ზე ფიქრი მის გაგზავნამდე საკმაო ხნით ადრე უნდა დაიწყოთ: გააკეთეთ რაც მოგწონთ და გამოგდით, მაგალითად, გახდით მოხალისე. საქართველოში ბევრი კარგი ინიციატივაა, რომლებსაც კომპეტენტური ადამიანების ჩართულობა ესაჭიროება. ბევრი მედიასაშუალება მიიღებს კარგად დაწერილ და კარგად გამოკვლეულ სტატიას თქვენთვის საინტერესო თემის შესახებ. ეს შესაძლებლობას მოგცემთ, თქვენთვის საინტერესო სამსახურებსა და

ხალხს დაუახლოვდეთ. დრო იმ გამოცდილების დაგროვებას მოახმარეთ, რომლის შესახებაც CV-ში ისაუბრებთ, თუნდაც ეს დეტალებზე ორიენტირებულ, ერთი და იმავე დავალებების შესრულებას მოითხოვდეს (მწერალმა ელიზაბეტ გილბერტმა თქვა: ის, რაც მართლაც საინტერესოა, 90%-ით მოსაწყენია). მსგავსი სამუშაო თქვენს თავდადებაზე მიუთითებს და გრძელვადიანი ინვესტიციაა.

ეს ნაწილი დაკვირვებით წაიკითხეთ. ვიცი, რომ მხოლოდ რამდენიმე გვერდზე ბევრი ინფორმაციაა დახვავებული. მაგრამ, ხალხის სამსახურში აყვანის ჩემი 17+-წლიან გამოცდილებაზე დაყრდნობით, შემძლია გითხრათ, რომ აქ თითქმის ყველაფერია, რაც გჭირდებათ. შემდეგ ნაწილში იხილავთ დამატებით ინფორმაციას სამოტივაციო წერილის შესახებ. ეს მასალა დაკვირვებით შეისწავლეთ და CV-თან დაკავშირებით გადაწყვეტილებები თავად მიიღეთ. გახსოვდეთ, რომ ეს თქვენი პროფესიული უნარების განვითარებას გულისხმობს: დამსაქმებლებს უნდათ, რომ დავალებები უნაკლოდ შეასრულოთ, თქვენმა CV-მ კი ისინი თქვენს შესაძლებლობებში უნდა დაარწმუნოს.

საქმიანი წერილი

როგორ გავაცნოთ სხვას საკუთარი თავი ან აზრი

• მიზანი

საქმიანი წერილით კონკრეტულ ადამიანს (ან ადამიანთა ჯგუფს) მიმართავთ და ითხოვთ, რომ მათ რაიმე მოიმოქმედონ. საკმარისი დრო დაუთმეთ მიზნის ზუსტად განსაზღვრას. ვიზუალურად წარმოიდგინეთ, თუ რის გაკეთებას ითხოვთ თქვენი სამიზნე ჯგუფისაგან. შეაფასეთ, რამდენად რეალისტურია თქვენი სურათი და დაფიქრდით, როგორ უნდა გახადოთ ის კიდევ უფრო რეალისტური. მაგალითად, ამას შეიძლება საერთო ინტერესების აღმოჩენით მიაღწიოთ.

წერილებს, რა თქმა უნდა, შეიძლება განსხვავებული მიზნები ჰქონდეს. შეთავაზების წარდგენისას თქვენი მიზანია, მკითხველისათვის პროდუქტი მიმზიდველი გახადოთ. ორგანიზაციისათვის საჩივრით მიმართვისას მკითხველზე ზემოქმედება ან კომპენსაციის მოთხოვნა გასურთ. საფასურის გადახდის მოთხოვნისას თქვენი მიზანია, მკითხველმა მოთხოვნა სწრაფად შეასრულოს. კონფლიქტის შემთხვევაში, შესაძლოა, თქვენი მიზანი იყოს მოწინააღმდეგე მხარეს თქვენი პოზიციის სამართლებრივი სიმყარე აჩვენოთ და მორიგების აუცილებლობაში დაარწმუნოთ. საკუთარ გრძნობებზე წერის ნაცვლად, განსაზღვრეთ, რის მიღწევას ცდილობთ და შემდეგ აირჩიეთ სტილი, რომელიც წარმატების მეტ შანსს მოგცემთ.

• წერეთ მკითხველისათვის

წერეთ მოკლედ და მარტივად. მკითხველების უმეტესობა დაკავებული, მოუთმენელი და, შესაძლოა, ეგოცენტრულია. მათ უნდათ, სწრაფადვე შეიტყონ, თუ რა არის თქვენს წერილში მათთვის საინტერესო. მკითხველს თქვენი წერილები და თქვენთან მუშაობა მოეწონება, თუ ინფორმაციას ნათლად წარმოადგენთ. თავი მკითხველის ადგილას წარმოიდგინეთ. ეს დაგენმარებათ გაარკვიოთ, თუ როგორ წეროთ.

მკითხველისათვის წერა რთულ სიტუაციებში განსაკუთრებით გენმარებათ, მაგალითად, თუ მომსახურების მიღებით უკმაყოფილო ხართ და ანაზღაურებას ითხოვთ. ასეთი რთული წერილები ისე უნდა დაიწეროს, რომ მკითხველს კონსტრუქციულობისაკენ უბიძგოს. ის არ უნდა გაბრაზდეს და მტრულად არ უნდა განეწყოს იმის გამო, რომ კუთხეში მიიმწყვდით.

ისევ და ისევ, მკითხველი სამი-ხუთი ზედსართავი სახელით დაახასიათეთ. თუ თქვენი ადრესატი გაბრაზებულია, შესაბამისი ტონი შეარჩიეთ.

- **დაიწყეთ მთავარი სათქმელით**

საქმიანი წერილი ნამდვილად მთავარი სათქმელით უნდა დაიწყოს. მკითხველს დასაწყისშივე უთხარით, თუ რატომ წერთ. ამის შესახებ მიუთითეთ ფურცლის თავში განთავსებულ ველში, რომელშიც წერილის შინაარსს აჯამებთ. მთავარი აზრი წერილის პირველ წინადადებაში უნდა გაიმეოროთ, თუმცა, სათქმელის დასალაგებლად შესავლის ფორმულის გამოყენებაც შეგიძლიათ. დარწმუნდით, რომ ნებისმიერი ადამიანი, მაგალითად, ასისტენტი, ვის ხელშიც წერილი მოხვდება, მაშინვე მიხვდება, რას ეხება ის. შემდეგ წერილს შესაბამის ადამიანს გადასცემენ, რომ თქვენთვის პასუხის გაცემა უზრუნველყონ.

- **წერილის ბოლოში კონკრეტულ ქმედებაზე მიუთითეთ**

წერილის ბოლოში მიუთითეთ, თუ კონკრეტულად რა უნდა იყოს შემდეგი ნაბიჯი. მაგალითად: „ველი თქვენგან გამოხმაურებას.“ კიდევ უფრო უკეთესი იქნება, თუ კონკრეტულ მოთხოვნას წამოაყენებთ (ფორმალური შეთანხმება; სამუშაო ჯგუფში კონკრეტული წარმომადგენლების დასახელება; განხორციელების პროცესში კონკრეტული დაბრკოლების გადალახვა). თუ მოქმედებას კონკრეტულ ვადებში ითხოვთ, დარწმუნდით, რომ თარიღი ნათლად გამოკვეთეთ.

თუ საქმის მიმდინარეობაზე კონტროლის შენარჩუნება გსურთ, დაწერეთ: „თუ საწინააღმდეგო არაფერი გაქვთ, ამ საკითხის განსახილველად ამ დღეებში დაგირეკავთ.“ ან: „რამდენიმე დღეში დაგირეკავ და მითხარი, რას ფიქრობ ამ საკითხზე.“ ტონი, რა თქმა უნდა მკითხველთან თქვენს ურთიერთობაზეა დამოკიდებული.

პასუხისათვის საკმარისი დრო განსაზღვრეთ: სამი სამუშაო დღე (ამას ემატება წერილის ადრესატამდე მისატანად საჭირო დრო, თუ მას ტრადიციული გზებით აგზავნით). თუ ადრესატს არ სურს თქვენთან საუბარი, შეუძლია ამის შესახებ წერილობით გითხრათ. დარეკვისას, როგორც წესი, საკითხის განსახილველად პირისპირ შეხვედრის ჩანიშვნა გსურთ. შეეცადეთ, რომ მათთვის დათანხმება უფრო მარტივი გახადოთ, ვიდრე უარის თქმა.

თუ გინდათ, ადამიანებს რაიმე მოქმედებისაკენ უბიძგოთ, წერილის ბოლო ხაზში კონკრეტულად თქვით, მათგან რას მოელოთ – საფასურის გადახდას, კონტრაქტისათვის თვალის მიდევნებას, ინფორმაციის მოწოდებას და ა.შ. ეს მათ მოქმედების დაწყებაში ეხმარება. წერილი მუქარით არ დაასრულოთ („თუ საფასურს არ გადაიხდით, ყველა ბიზნეს ასოციაცია გიჩივლებთ“). თქვენ გინდათ, მკითხველი პრობლემის დროულად გადასაჭრელად განეწყოს და არ გინდათ, რომ ის გაჯიუტდეს. მუქარის ქვეშ მყოფი ადამიანები კი, საკუთარი ინტერესების საპირისპიროდ, ხშირად სწორედ ასე იქცევიან. წერილი თანამშრომლობის განწყობით დაასრულებთ და მეორე მხარეს მოქმედება სთხოვთ. თუ გადამჭრელი ზომებისათვის მიმართვას განიხილავთ, ამის შესახებ მკითხველს ნეიტრალური ტონით აცნობეთ. ტექსტში შეგიძლიათ აღნიშნოთ, რომ ყველა პარტნიორისაგან კონტრაქტის პირობების შესრულებას ითხოვთ და გამონაკლისს ვერ დაუშვებთ: „ასე რომ, მაღლიერები ვიქნებით, თუ მასალების მიწოდებას, შეთანხმებისამებრ, თვის ბოლომდე შეძლებთ.“

თუ საკითხი გამწვავდა, მისი სხვისთვის გადაბარების შესაძლებლობა განიხილეთ. ეს შეიძლება თქვენი თანამშრომელი ან იურისტი იყოს. არ დაგავიწყდეთ, რომ კონფლიქტს დიდი ენერჯია მიაქვს. კონფლიქტი მინიმუმამდე უნდა დაიყვანოთ და ეს საკითხი შესაბამის სპეციალისტებს გადააბაროთ. იმედია, კონფლიქტები იშვიათად გექნებათ. მათი რაოდენობის მინიმუმამდე დაყვანის მიზნით კი, იმუშავებთ კონფლიქტების განსამუხტად, როცა კი ამის შესაძლებლობა გექნებათ.

● სტანდარტული ფორმატი

ფორმატის მთავარი არსი ის არის, რომ გონივრული იყოს: ის საჭირო ინფორმაციის ნათლად ორგანიზების შესაძლებლობას უნდა იძლეოდეს. აქ მოცემული რჩევები უფრო ტრადიციული წერილებისათვისაა, ვიდრე ელექტრონული საფოსტისათვის. ასეთ წერილებს დღესაც საკმაოდ ხშირად გზავნიან. ისინი ადგილზე კურიერებს მიაქვთ (ეს წერილებს წონას მატებს) ან მიმაგრებულ ფაილად იგზავნება. კონტექსტის მიხედვით მოიქეცით. აქ მოცემულია, თუ როგორ უნდა გამოიყურებოდეს ოფიციალური წერილი:

1 თქვენი სახელი, გვარი და მისამართი

ეს ფორმატი განვითარდა, რადგან არსებობს წინასწარ დაბეჭდილი სატიტულო ფურცლები.

2 ადრესატის მისამართი, ორი ხაზით ქვემოთ

თუ კომპანიას სწერთ, შეეცადეთ, პასუხისმგებელი პირის ვინაობა გაარკვიოთ.

თუ კონკრეტულ პირს სწერთ, ის წერილის საჭირო ადამიანამდე მიტანაზე ხდება პასუხისმგებელი. შეგიძლიათ, მას დაურეკოთ და წერილი მოიკითხოთ. ჯერ ორგანიზაცია მიუთითეთ, შემდეგ კი კონკრეტული პირი. ეს მიუთითებს, რომ წერილი კონკრეტულ თანამდებობაზე მყოფ პირს ეგზავნება. წერილები, რომლებიც პირად კორესპონდენციას წააგავს (კონვერტის მიხედვით), შეიძლება არ გახსნან, თუ ეს კონკრეტული პირი მივლინებაში ან შვებულებაშია. თუმცა, გაარკვიეთ, როგორია პრაქტიკა თქვენს სფეროში: მეტი სიმარტივისათვის ხშირად ჯერ პირის ვინაობას უთითებენ, შემდეგ კი ორგანიზაციის დასახელებას და მისამართს. თუ ორგანიზაციის დირექტორს მიმართავთ, ასეთი თანმიმდევრობა მისაღებია.⁷

3 თარიღი – მისამართის გასწვრივ, მარჯვენა მხარეს

ასე თავისუფალ სივრცეს გონივრულად გამოიყენებთ. ამასთან, თარიღის დოკუმენტის თავში მითითება მის დახარისხებასა და დაარქივებას ამარტივებს.

4 წერილის თემა – კიდევ ორი ხაზით ქვემოთ

რამდენიმე მოკლე სიტყვით აღწერეთ, რაზეა წერილი. შეიძლება მიუთითოთ წერილის ნომერი. იყავით მაქსიმალურად კონკრეტული.

5 პირადად მიმართეთ შესაბამის ადამიანს – კიდევ ორი ხაზით ქვემოთ

ყოველთვის კონკრეტული სახელის მითითება ჯობს. თუ ეს შეუძლებელია, გამოიყენეთ „ქალბატონო/ბატონო“ ან „გაყიდვების მენეჯერს“ (სიტყვები „შესაბამისი პირისათვის“ ზედმეტად ზოგადია წერილში გამოსაყენებლად).

6 ძირითადი ტექსტი – ერთ-ნახევარი ხაზით ქვემოთ

პირველი აბზაცი წერილის მიზნის შესახებაა. შემდეგი აბზაცები საკითხს განავრცობს. ტექსტი ესეც მსგავსი ფორმით წარმოადგინეთ ან, თუ წერილი მოკლეა, ფორმა „სიტუაცია-სირთულე-გამოსავალი“ გამოიყენეთ. ბოლო, მოკლე აბზაცში მოქმედების ფორმულაზე დაყრდნობით აღწერეთ კონკრეტული ქმედება, რომელსაც მკითხველისაგან მოელის.

⁷ ელექტრონული წერილის მისაწერად ადამიანისათვის, რომლის მისამართიც არ გაქვთ, მოძებნეთ, თუ როგორი ფორმატი აქვთ ორგანიზაციაში (ჩემს შემთხვევაში შესაძლო კომბინაციები იქნება: gutbrodh; gutbrod; hans – როდესაც ორგანიზაციას წესი აქვს, მას უცვლელად იყენებს ყველა თანამშრომელი). კიდევ ერთი ხერხია, მისამართად ყველაზე მეტად სავარაუდო ვარიანტი მიუთითოთ, ალტერნატიული ვერსიები კი BCC-ში ჩაწერეთ. დიდი ალბათობით, ადრესატი წერილს მიიღებს, თუმცა იმთავითვე ვერ ნახავს, რომ ალტერნატიული ვარიანტებიც სცადეთ.

7 მოკითხვა – ძირითადი ტექსტის ოდნავ ქვემოთ და მარჯვნივ

იპოვეთ ადეკვატური ფორმა – თუ თქვენზე მაღალ თანამდებობაზე მყოფ ადამიანს სწერთ, იყავით ფორმალური, თუმცა ეს ხელოვნურობაში არ უნდა გადაიზარდოს. თუ თქვენზე დაბალ თანამდებობაზე მყოფ ადამიანს სწერთ, შეგიძლიათ არაოფიციალურად მიმართოთ. საუკეთესო ვარიანტი, ალბათ, „საუკეთესო სურვილებით“ არის.

8 ხელმოწერა

იდეალურ შემთხვევაში, ელექტრონულად გაგზავნილ წერილებსაც ხელი კალმით უნდა ჰქონდეს მოწერილი. შეგიძლიათ ხელმოწერა დაასკანეროთ და შემდეგ დოკუმენტებს თან დაურთოთ.

● პროცედურა

თუ ტექსტი ძალიან მარტივი არაა, გამოიყენეთ სტანდარტული პროცედურა: DAGOR-ი. ამ პროცედურის გამოყენებით უფრო სწრაფად დაწერთ, რადგან წერის დაწყებამდე დაგეგმავთ, რაც დაწერილის ხელახლა გადაწერას სჯობს. (DAGOR-ის ფანქრით ფურცელზე შესრულებასა და თქვენი ტექსტისათვის კარგი სტრუქტურის შემუშავებას 3-5 წუთი სჭირდება). ტექსტი მოკლე უნდა იყოს. წერილისათვის მაქსიმალური სიგრძე გვერდ-ნახევარია. თუ ტექსტი უფრო გრძელია, ის ცალკე დოკუმენტის სახით შეიმუშავეთ, წერილი კი ამ შედარებით გრძელი დოკუმენტის წარსადგენად და მისი მთავარი მახასიათებლების აღსაწერად გამოიყენეთ.

ამ წესიდან გამონაკლისიც არსებობს. იურისტები სამართლებრივი დავების დროს უფრო გრძელ წერილებს წერენ. ასეთი წერილი საქმის გარემოებების აღწერას, მტკიცებულებებსა და მოწინააღმდეგე მხარის არგუმენტების გაბათილებას შეიცავს. მათი მიზანი დავის სამართლებრივი მხარის წარმოდგენაა და არა მკითხველის დაინტერესება ან მისი რაიმეში დარწმუნება. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, თითქმის ყველა თქვენი წერილი მოკლე უნდა იყოს.

წერაში გამოცდილი ადამიანები ხშირად სხვებს მათი წერილების გადახედვას სთხოვენ, რადგან იციან, რომ შეცდომა მარტივად იპარება. ხარისხიანი დოკუმენტის გაგზავნით მკითხველს აჩვენებთ, რომ თქვენთვის ურთიერთობა ღირებულა.

● სამოტივაციო წერილები

სამოტივაციო წერილებს აპლიკაციასთან ერთად გზავნით. ისინი თქვენს CV-ს ავსებს (წაიკითხეთ თავი CV-ის შესახებ). სამოტივაციო წერილებში შეჯამებულია, თუ რატომ უნდა აგიყვანონ სამსახურში. ეს სამოტივაციო წერილის თეზისია, მისი გამამყარებელი არგუმენტები კი CV-შია მოცემული. თეზისის ხასიათი და მისი დამოკიდებულება არგუმენტებთან იგივეა, რაც ესეს შემთხვევაში. თეზისი არგუმენტების მოკლე შეჯამებაა. ისინი ერთ მთლიანობას შეადგენენ.

სამოტივაციო წერილის ფორმატი, დიდწილად, საქმიანი წერილის ფორმატის მსგავსია. თუ კარგ სამოტივაციო წერილებს წერთ, კარგ საქმიან წერილსაც დაწერთ. სამოტივაციო წერილები შემდეგ კითხვებს უნდა პასუხობდეს:

1. რა თანამდებობაზე აკეთებთ განაცხადს (სად შეიტყვეთ ვაკანსიის შესახებ)?
2. რატომ ხართ შესაფერისი კანდიდატი ამ სამსახურისათვის?
3. რატომ ხართ დაინტერესებული ამ სამსახურით?

პირველ კითხვას პირველი წინადადება უნდა პასუხობდეს. იმის მითითებით, თუ სად შეიტყვეთ ვაკანსიის შესახებ, ადამიანური რესურსების მართვის მენეჯერს სამსახურს უწევთ. მას აინტერესებს, სად ჯობს განცხადებების განთავსება.

მომდევნო ორ კითხვაზე პასუხის გაცემისას მეტ-ნაკლებად თავისუფალი ხართ, თუმცა კონკრეტულობა არ დაგავიწყდეთ. გამოიყენეთ DAGOR-ი. რას ითხოვს დამსაქმებელი? კონკრეტულად რას სთავაზობთ თქვენ? თავი მოუყარეთ ინფორმაციას, რომელიც ამ კონკრეტულ შემთხვევაშია მნიშვნელოვანი: სამართლებრივი გარემოს სიღრმისეული ცოდნა, საშემოსავლო გადასახადთან დაკავშირებულ დავებზე მუშაობის სამწლიანი გამოცდილება, შემჭიდროებულ ვადებში მუშაობის უნარი, ორიგინალური მარკეტინგული გადაწყვეტილებების მიღების უნარი, დაძაბულ გარემოში მუშაობის უნარი, ან, თუნდაც, მაღალი სანდოობა და გუნდური მუშაობის უნარი. საკუთარი კომპეტენციის შესახებ კითხვებზე პასუხების გაცემისას შეიმუშავეთ თეზისი, როგორც ამას ესეზე მუშაობისას აკეთებთ.

თქვენი თეზისი მკაცრად განსაზღვრული, კონკრეტული და დამაჯერებელი უნდა იყოს. ის თქვენს მიღწევებს სამუშაოს მოთხოვნებს უნდა უკავშირებდეს. ნუ დაწერთ, რომ თქვენს წინა სამუშაოს „შესანიშნავად“ ასრულებდით. ამის ნაცვლად თქვით, რომ წარმატებულად გაართვით თავი სამი კონფერენციის საორგანიზაციო საკითხების მოგვარებას, თითოეულ კონფერენციას კი 30-ზე მეტი უცხოელი სტუმარი ჰყავდა. კონკრეტულ მიღწევებზე

მითითება აჩვენებს, რომ საკითხზე ფოკუსირება შეგიძლიათ, რაც თქვენს სასარგებლოდ იმეცყველებს. სარწმუნო თეზისი რეალისტურიც უნდა იყოს. გამოცდილი ინტერვიუერები გასაუბრების დროს გადაჭარბებულ განაცხადებს მარტივად ამჩნევენ. დიდი ალბათობით, ისინი გადაჭარბებას სამოტივაციო წერილშიც შენიშნავენ.

თქვენი თავი კომპანიისათვის მხსნელად წარმოადგინეთ და არა, უბრალოდ, სხვადასხვა უნარის ერთობლიობად. გახსოვდეთ გამონათქვამი, რომ ადამიანებს ამოთხრილი მიწა სჭირდებათ და არა ნიჩბები, ანუ მათ უნდათ შედეგი (ამოთხრილი მიწა) და არა ინსტრუმენტი. ქვემოთ მოცემულია ნიჩბის მაგალითი, ანუ ამონარიდი ტიპური, არც ისე კარგი სამოტივაციო წერილიდან:

„ვარ საერთაშორისო გამოცდილების მქონე იურისტი და ბერლინში მდებარე საკონსულტაციო კომპანიაში ენერჯეტიკის სფეროს რეგულაციების მიმართულებით ვმუშაობ. როგორც სამართლებრივმა კონსულტანტმა, ჩემს მენეჯმენტს ვურჩიე...“

შემდეგი ვერსია კი ამოთხრილი მიწის მაგალითია. ამ აბზაცში გენიალური არაფერია, თუმცა ეს საკმაოდ ძლიერი განაცხადია, განსაკუთრებით, თუ მას დანარჩენი ტექსტი ამყარებს:

„ვარ პროფესიით იურისტი. შემეძლია ორგანიზაციას შევმატო საჯარო სტრუქტურებისა და სამართლებრივი გარემოს სიდრმისეული ცოდნა, რასაც გამოცხადებული ვაკანსია მოითხოვს. როგორც სამართლებრივმა კონსულტანტმა...“

დარწმუნდით, რომ თითოეული აბზაცი ერთი მთლიანობაა და მასში ზედმეტი არაფერია.

მესამე კითხვაზე პასუხის გაცემისას, ანუ თქვენი დაინტერესების მიზეზებზე საუბრისას, დაახლოებით იმავე მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდეთ. დამსაქმებელს ენთუზიაზმით აღსავსე თანამშრომლები უნდათ. თუ ადამიანები ენთუზიაზმით არიან განწყობილი, ისინი სწავლობენ და პროფესიულად იხვეწებიან. თუ პოტენციურ დამსაქმებელს აჩვენებთ, რომ სამუშაოს სიამოვნებით შეასრულებთ, თქვენი დასაქმების შანსს გაზრდით. კონკრეტულად განმარტეთ, თუ რატომ ხართ დაინტერესებული ვაკანსიით. თუ რაიმე კონკრეტულ მიზეზს (ხელფასის გარდა) ვერ ხედავთ, ან ცუდი დღე გაქვთ, ან ამ პოზიციაზე განაცხადი საერთოდ არ უნდა გააკეთოთ. რჩევისათვის შესაბამის ადამიანს მიმართეთ: აჩვენეთ მას სამუშაოს აღწერილობა და ჰკითხეთ, რას ფიქრობენ ისინი თქვენი ძლიერი მხარეების შესახებ ამ პოზიციასთან მიმართებით. ეს აბზაციც მოკლე და თანმიმდევრული უნდა იყოს.

შეგიძლიათ აღნიშნოთ თქვენი აშკარა სისუსტეები, თუ მათ კომპენსირებას თქვენი ძლიერი მხარეები ახდენს. წარმოადგინეთ ძლიერი მხარე, რომელიც თქვენს სისუსტეს ჯაბნის. მაგალითად, თუ სამუშაოს აღწერილობაში სამწლიან გამოცდილებას ითხოვენ, შეგიძლიათ

დაწეროთ: „მიუხედავად იმისა, რომ მხოლოდ ორწლიანი სამუშაო გამოცდილება მაქვს, უკვე მქონია პერსონალის მართვის გამოცდილება და მონაწილეობა მიმიღია 35000\$-ის ოდენობის ბიუჯეტის მართვაში.“ მსგავსი განცხადება თქვენს სასარგებლოდ მუშაობს. ის აჩვენებს, რომ თქვენ აცნობიერებთ საკუთარი შესაძლებლობების ზღვარს და იცით, როგორ უნდა შეძლოთ ამის კომპენსირება.

თქვენს კომპეტენციასა და მოტივაციაზე უფრო ვრცლად თქვენი CV ისაუბრებს. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, სამოტივაციო წერილმა თქვენი ძლიერი მხარეები უნდა გამოკვეთოს, ისინი კი თქვენს CV-ში უნდა იყოს გამყარებული.

სამოტივაციო წერილში თქვენი ვაკანსიასთან შესაბამისობა ორი-სამი აბზაცით უნდა აღწეროთ. რაც უფრო მეტს ილაპარაკებთ, მით უფრო ნაკლებად დაინახავს მკითხველი კავშირს თქვენსა და გამოცხადებულ პოზიციას შორის. განსოვდეთ, რომ სამოტივაციო წერილი შეჯამებაა. თქვენი სამოტივაციო წერილის წაკითხვის შემდეგ მკითხველმა უნდა შეძლოს, ერთი-ორი წინადადებით განმარტოს, თუ რატომ ხართ მიმზიდველი კანდიდატი.

როგორც ესეც შემთხვევაში ხდება, მკითხველს მთელ ისტორიას არ უამბობთ. ნუ მოჰყვებით მთელ ცხოვრებას, ნუ ისაუბრებთ საშუალო სკოლაზე, უნივერსიტეტზე და ა.შ. თუ ასეთ მარტივ შეცდომას დაუშვებთ, თქვენი აპლიკაცია წარუმატებელი იქნება.

სამოტივაციო წერილები რაღაცით მყინვარწვერის მწვერვალის მსგავსი უნდა იყოს: შთამბეჭდავი, სასიამოვნო შესახედავი და თეთრი სივრცეებით სავსე. მთაც და სამოტივაციო წერილიც მკითხველისათვის მთავარ სათქმელს მაშინვე აღქმადს ხდის. სამოტივაციო წერილები უნაკლო უნდა იყოს. თქვენს მკითხველებს დაუდევარი ადამიანების დასაქმება არ სურთ.

სამოტივაციო წერილის კარგი დასასრულია „დიდი ინტერესით ველი თქვენგან გამოხმაურებას.“ თუ პროფესიონალურ ორგანიზაციასთან გაქვთ საქმე, ისინი დაგიკავშირდებიან (თუ სამუშაოს აღწერილობაში სხვა რამ არ არის მითითებული). ადრე ადამიანებს განაცხადის შეტანიდან ორი კვირის შემდეგ დარეკვას ვურჩევდი, მაგრამ არასოდეს მსმენია, რომ ამას ვინმესთვის რაიმე შედეგი მოეტანოს. მთლიანად ადამიანური რესურსების მართვის პროცედურებზე ხართ დამოკიდებული. უმჯობესია, წლების განმავლობაში თქვენი ძალისხმევა სხვადასხვა ორგანიზაციაში ადამიანების გაცნობას მოახმაროთ, რომ ისინი თქვენთან მუშაობით დაინტერესებულები იყვნენ.

- **დაიმახსოვრეთ**

წერილი მიმართვის პირდაპირი ფორმაა. ისინი ყურადღებით უნდა წეროთ. მათ კარგად დაწერას გამოცდილება სჭირდება. თუ განსაკუთრებულად დაწერილ წერილებს გადააწყდით, შეინახეთ ისინი, შეაგროვეთ ერთ საქაღალდეში და პერიოდულად გადახედეთ. რა განაპირობებს მათ სრულყოფილებას?

მოძებნეთ ორგანიზაციაში თანამშრომლები, რომლებიც წერილებს თქვენზე უკეთ წერენ და გარკვეით, რას აკეთებენ ისინი უკეთ. როგორ ახერხებენ ისინი რთული და საფრთხილო საკითხების დიპლომატიურად ფორმულირებას?

ითანამშრომლეთ. ეს თქვენგან განსაკუთრებულს არაფერს მოითხოვს. ერთმანეთს დახმარება სთხოვეთ და წერილები გაგზავნამდე აჩვენეთ. შესაძლოა, საკუთარი წერილის ნაკლი ვერ შენიშნოთ, რადგან თქვენი გონება დოკუმენტზე კი არა, საკუთარ მეხსიერებაზეა მომართული. გჭირდებათ ვინმე, ვინც წერილს ახალი თვალით შეხედავს. თუ გარშემო არავინაა, ტექსტი ხმამაღლა წაიკითხეთ. ეს დაგეხმარებათ, ტექსტს ახალი თვალით შეხედოთ. გარკვეული დრო მოიცადეთ და კიდევ ერთხელ წაიკითხეთ.

კარგი წერილების წერის უნარი წარმატებას მოგიტანთ. თუ კარგ წერილებს წერთ, თქვენი რჩევები ღირებული იქნება; თქვენ მნიშვნელოვანი დოკუმენტების შედგენას განდობენ და ორგანიზაციას წარმატების მიღწევაში დაეხმარებით.

პრესრელიზი

როგორ მივაწოდოთ საზოგადოებას ინფორმაცია ჩვენი საქმიანობის შესახებ

● მიზანი

პრესრელიზის მიზანია, საზოგადოების ყურადღება თქვენი საქმიანობისაკენ მომართოთ – თქვენი ორგანიზაციის, მისი აქტივობებისა თუ ხედვებისაკენ. პრესრელიზს კლასიკურ მედიასაშუალებებში თქვენი საქმიანობის გაშუქების ზრდისათვის იყენებთ. მისი საშუალებით საქმიანობის პოპულარიზაციას თქვენსავე ვებგვერდსა და სოციალურ ქსელებში ეწვეით. პრესრელიზის, ისევე როგორც სხვა დოკუმენტების, მიზანსაც განსაზღვრავთ. შედეგი ვიზუალურად წარმოიდგინეთ.

თუ სამოქალაქო ინიციატივას წარმოადგენთ, შესაძლოა გასურდეთ საზოგადოებას აცნობოთ, რომ ჰაერის ხარისხის შესახებ მონაცემები 24-საათიან რეჟიმში საჯაროდ ხელმისაწვდომი გახადეთ. თქვენ მიერ გამიზნული შედეგი კი შეიძლება იყოს, რომ უფრო მეტი ადამიანი შემოუერთდეს თქვენს შემდეგ ინიციატივას საწვავის სტანდარტის ზრდის მოთხოვნის შესახებ. იდეალურ შემთხვევაში, ისინი, თქვენი წარმატების შესახებ ინფორმაციის წაკითხვის შემდეგ, თქვენი ხელმომწერები უნდა გახდნენ.

თუ კვლევით ინსტიტუტს წარმოადგენთ, შესაძლოა თქვენს ბოლო კვლევაზე ყურადღების გამახვილება გასურდეთ, რომელიც საშუალო სკოლებში აკადემიური მოსწრების მაჩვენებლის ზრდის ხუთ აპრობირებულ (და არაძვირადღირებულ) სტრატეგიას ეხება. ამ შემთხვევაში თქვენი სურვილი იქნებოდა, რომ კვლევის პრეზენტაციას განათლების პოლიტიკის შემქმნელები, ჟურნალისტები და მკვლევრები დაესწრონ, გამოხატონ ერთუზიანში კვლევის შედეგებთან დაკავშირებით, ისაუბრონ მათზე ერთმანეთსა და სხვებთან და იმსჯელონ თქვენი იდეების დანერგვის ხერხების შესახებ.

თუ უნივერსიტეტს ან სასწავლო კოლეჯს წარმოადგენთ, შესაძლოა თქვენი სურვილი იყოს, რომ საზოგადოებას თქვენს კურსდამთავრებულთა წარმატებების შესახებ აცნობოთ, რასაც წამახალისებელი ეფექტი ექნება. ამ შემთხვევაში თქვენი მიზანი შესაძლოა სტუდენტების თვითშეგრძნების ამაღლება და მომავალში მეტი კარგი სტუდენტისა და კვალიფიციური აკადემიური პერსონალის მოზიდვა იყოს. ამასთან, შესაძლოა გასურდეთ, რომ თქვენი აუდიტორიის ნაწილი დიპლომების გადაცემის ღონისძიებას დაესწროს ან თქვენი ყოველთვიური საინფორმაციო ბიულეტენი გამოიწეროს.

სამინისტროს კი პრესრელიზით ახალი პოლიტიკის დანერგვის პროცესში მიღწეულ პროგრესზე ყურადღების გამახვილება შეუძლია. ამ შემთხვევაში, შესაძლოა, წარმატების ერთ-ერთი ყველაზე ტრივიალური მაჩვენებლისაკენ – Facebook-ზე მეტი მოწონებისკენ ისწრაფოდეთ. თუმცა, ამას გარდა, თქვენ გინდათ, მოქალაქეებმა ისაუბრონ, თუ როგორ კარგად მოუშაობს თქვენი სამინისტრო, გამოხატონ მეტი მხარდაჭერა თქვენ მიმართ. იქნებ ეს მომავალში საზოგადოებრივი აზრის კვლევებშიც აისახოს. იდეალურ შემთხვევაში, გინდათ, რომ ამ დადებითმა საუბრებმა სხვა სამინისტროებამდეც მიაღწიოს და ხელისუფლების უმაღლეს რგოლში შეგამჩნიონ. ასეთი შედეგი გაზრდის თქვენი მინისტრის პოპულარობას, ასევე თქვენი დეპარტამენტის პოპულარობას მინისტრის თვალში. ეს მომავალში საშუალებას მოგცემთ, მინისტრისაგან რესურსები უფრო მარტივად მიიღოთ.

პრესრელიზის წერისას არსებულ მოტივებს დამატებითი ასპექტებიც აქვს, რომლებზეც არ გვისაუბრია. მაგალითად, შესაძლოა, ერთდროულად რამდენიმე აუდიტორიაზე წვდომა გასურთ. თუმცა, ზოგადი არსი იგივეა. შედეგად გინდათ მოქმედება: ადამიანები გახდნენ თქვენი ხელმომწერები, მოვიდნენ თქვენს ღონისძიებაზე, ისაუბრონ დადებითად ან (თუ კერძო კომპანია ხართ) ისარგებლონ თქვენი მომსახურებით ან შეიძინონ შეთავაზებული პროდუქტი. ნებისმიერ ორგანიზაციას, რომელსაც საზოგადოებასთან აქვს შეხება, აქვს საზოგადოებასთან კომუნიკაციის მიზნებიც. პრესრელიზი საამისოდ კარგი საშუალებაა.⁸

● წერეთ მკითხველისათვის

იქიდან გამომდინარე, რომ თქვენი მთავარი პოტენციური მკითხველები მედიის წარმომადგენლები არიან, პრესრელიზი ჟურნალისტებისათვის მოსაწონი უნდა იყოს. მედიის წარმომადგენლებისათვის კარგი მასალის შესაქმნელად უნივერსალური მოთხოვნები უნდა დააკმაყოფილოთ – თანმიმდევრული და კონკრეტული ტექსტი, რთული ენის გარეშე. დააკმაყოფილეთ ჟურნალისტის კონკრეტული საჭიროებები. თქვენთან დაკავშირება მარტივი უნდა იყოს (საღამოს საათების ჩათვლით.) ასევე, უნდა დაემორჩილოთ მათ მიერ მოწოდებულ ვადებს, რადგან ჟურნალისტები ვალდებული არიან, მასალები საკუთარი განრიგის მიხედვით მოამზადონ და გამოაქვეყნონ. კარგად დაწერილი პრესრელიზი ჟურნალისტის საქმეს აადვილებს. ის შეიცავს ძირითად ინფორმაციასა და ციტატებს გადამოწმებული წყაროების მითითებით. ეს ინფორმაცია ისეა ორგანიზებული, რომ ახალ ამბებზე მომუშავე მედიასაშუალებებისათვის მარტივია მისი გაგება და გამოსაქვეყნებლად მომზადება. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ჟურნალისტი თქვენს

⁸ იმის გამო, რომ ბევრ მედიასაშუალებას არასაკმარისი რესურსი აქვს, ასევე, არსებობს შეკვეთილი სტატიები. აქ ჩვენ ვცდილობთ გაჩვენოთ, თუ როგორ დაეხმაროთ ჟურნალისტებს წერაში ისე, რომ ფული არ გადაუხადოთ.

ღონისძიებას ვერ ესწრება ან თქვენს პუბლიკაციას ვერ ეცნობა, მედიასაშუალებას აქვს საკმარისი ინფორმაცია თქვენ შესახებ მოკლე მასალის მოსამზადებლად.⁹

ზოგადად, პრესრელიზის მკითხველის დასახასიათებლად ეს სამი ზედსართავი გამოდგება: მრავალფეროვანი, ინდიფერენტული, ყურადღება გაფანტული.

პრესრელიზებს, როგორც წესი, მრავალფეროვანი მკითხველი ჰყავს. თქვენი სამიზნე ჯგუფის გარდა, ის შეიძლება რამდენიმე სხვა ჯგუფმაც წაიკითხოს. თქვენი პრესრელიზი: ა) უნდა მუშაობდეს სამიზნე ჯგუფზე ან ჯგუფებზე (კონკრეტულ შემთხვევაში, მათ 3-5 ზედსართავი სახელით დაახასიათებთ, ბ) იდეალურ შემთხვევაში, მისაღებია არასამიზნე ჯგუფებისათვის და გ) სხვები არ უნდა გააღიზიანოს. ამ მიზეზით (მათ შორის) პრესრელიზი მოკლე უნდა იყოს. მოკლე პრესრელიზი ნებისმიერ ადამიანს შედარებით ნაკლებ საშუალებას უტოვებს უკმაყოფილების გამოსაწვევად. გადასამოწმებელი და გასარედაქტირებელიც უფრო ცოტაა. რა თქმა უნდა, ზოგიერთი ადამიანი და ჯგუფი თქვენს ნებისმიერ საქმიანობას შეეწინააღმდეგება (როგორც ამბობენ, სიძულვილით სავსე ადამიანებს სიძულვილს ვერ დაუშლი), თუმცა ნუ მიიპყრობთ ზედმეტ ყურადღებას ან მათ თქვენი საწინააღმდეგო იარაღით ნუ მოამარაგებთ. თუ თქვენი პრესრელიზი ერთ საკითხზე იქნება კონცენტრირებული და ყველასათვის გასაგები ენით იქნება დაწერილი, ეს დაგეზმარებათ შესაბამისი აუდიტორიის წვდომასა და არასასურველი შედეგების თავიდან აცილებაში.

ზოგი თქვენი მკითხველი გულგრილიც იქნება. შესაძლოა, თქვენი სამიზნე ჯგუფიც ინდიფერენტული იყოს. მათი გულგრილობა თქვენი ერთ-ერთი უმთავრესი გამოწვევაა. გარშემო სხვა ბევრი რამ ხდება. ყურადღება თქვენ რატომ უნდა მოგაქციონ? თქვენი პრესრელიზი მათ საზრუნავს პირდაპირ უნდა ეხმიანებოდეს. ის ძალიან კარგად უნდა იყოს დაწერილი. თუმცა, ამის გარდა, ყურადღების მიპყრობაში პირადი კონტაქტებიც დაგეზმარებათ (შესაძლოა, საჭირო ადამიანებს რამდენიმე დღით ადრე ტელეფონით დაურეკოთ ან რაიმე ღონისძიებაზე შეხვედრისას უთხრათ, რომ დაუკავშირდებით). უკვე დამკვიდრებული რეპუტაცია ან თქვენს სფეროში ნდობის დამკვიდრება თქვენს შანსებს კიდევ უფრო გაზრდის. და მაინც, პრესრელიზი მათთვის რალაციით მნიშვნელოვანი უნდა იყოს, რომ ინდიფერენტულობა დაჯაბნოს.

დიდი ალბათობით, თქვენს მკითხველებს ყურადღება გაფანტული ექნებათ. თქვენი მიზანია, რომ მკითხველებმა უბრალოდ კი არ შეგნიშნონ, არამედ იმოქმედონ (დარაც შეიძლება მეტმა). ამისათვის თქვენი პრესრელიზი მათთვის საინტერესო და მნიშვნელოვანი უნდა იყოს. იდეალურ შემთხვევაში, უნდა არსებობდეს ემოციური ბმა, რაც მათ გამიზნულ შედეგამდე მიიყვანს. ეს ემოციური ბმა ხშირად საკმაოდ მოკრძალებულია და ცნობისმოყვარეობას,

⁹ ჩვენს შემთხვევაში, Financial Times-მა ციტატები Transparify-ს პრესრელიზიდან და ანგარიშის პირველი გვერდიდან აიღო და ჩვენთან ინტერვიუ არ ჩაუტარებია. იხილეთ <http://bit.ly/Transparify-PR-2015> და <http://bit.ly/FT-Article>.

სიმპათიას ან ადამიანურ ურთიერთობებს ეფუძნება. ერთ-ერთი მიზეზი იმისა, თუ რატომ შეიცავს პრესრელიზები ციტატას, ის არის, რომ ადამიანთან კავშირის დამყარება უფრო ადვილია, ვიდრე აბსტრაქტულ ცნებებთან. ეს კავშირი ავთენტური და სტაბილური უნდა იყოს. გადაჭარბებული დრამატულობა ბევრს აღიზიანებს და საკუთარ თავში კეტავს.

ასე რომ, სამიზნე აუდიტორიის 3-5 ზედსართავი სახელით დახასიათება აქ ყველაზე მეტად გჭირდებათ. შეიმუშავეთ მიდგომა, რომელიც სამიზნე ჯგუფს მიემართება. ტესტი, როგორც ალბათ უკვე იცით, არის შეკითხვა „მერე?“ რატომ უნდა მოგაქციოს ყურადღება თქვენმა აუდიტორიამ? და რატომ უნდა ანაღვლებდეს მას ეს საკითხი? გამოავლინეთ საკითხისადმი ისეთი მიდგომა, რომელიც თქვენი მკითხველისათვის მნიშვნელოვანია. ამ მიდგომის მოძიებას დრო სჭირდება. ქვემოთ მოცემულ ცხრილში, რომელშიც გამოგონილი მაგალითებია მოყვანილი, დააკვირდით, თუ როგორ გარდაიქმნება თემები მიდგომებად.

ჯანდაცვის სამინისტრომ ორსულობის გამო ანაზღაურების მისაღებად რეგისტრაციის ახალი პროცედურა შექმნა	ანაზღაურების უფრო სწრაფად მისაღებად ფუნქციონირებს რეგისტრაციის ონლაინ გავლა შეუძლიათ
შინაგან საქმეთა სამინისტროს სამაშველო სამსახური უკეთესი შესაძლებლობით	უფრო სწრაფი და უკეთესი სამაშველო სამსახური საქართველოს მთებში, შსს-ს ახალი ვერტმფრენით
ახალი კარდიოლოგიური ამბულატორია ამოქმედდა	ახალი ამბულატორია წელიწადში 45 სიცოცხლეს იხსნის
საგანმანათლებლო კვლევის ინსტიტუტი წლიურ ანგარიშსა და სტუდენტების საგამოცდო შედეგების შესახებ კვლევას წარადგენს	საგანმანათლებლო კვლევის ინსტიტუტის ანგარიშის მიხედვით, ამბროლაურის სკოლა ტესტების შედეგებით საუკეთესოა
გამოკითხვა აჩვენებს, თუ რას ფიქრობენ თბილისის მაცხოვრებლები	ახალი გამოკითხვის მიხედვით, თბილისის მაცხოვრებლებს უფრო სუფთა ჰაერი და ნაკლები საცობები უნდათ
სამშენებლო მრეწველობის ასოციაცია სავალდებულო სტანდარტებს იღებს	სამრეწველო ასოციაცია: უფრო სუფთა და უხმაურო მშენებლობები სამეზობლოსათვის

მკითხველების დასაინტერესებლად ყურადღებას შედეგზე ვამახვილებთ.

ვკონცენტრირდებით მათთვის სახარბიელო გარემოებებზე და სათქმელის პოზიტიურად ფორმულირებას ვცდილობთ. ამ აქცენტებმა, შესაძლოა, ზოგიერთი მათგანი მაინც გამოიყვანოს ინდიფერენტული მდგომარეობიდან.

საუკეთესო კუთხე თქვენი საქმიანობით გამოწვეულ ან დაგეგმილ დადებით ცვლილებას უსვამს ხაზს. ეს შედეგები ადამიანებს აიძულებს, ყურადღება მოგაქციონ. ხშირად აქცენტი მათზე კეთდება, ვისზეც თქვენი საქმიანობა პოზიტიურ გავლენას ახდენს და არა განმახორციელებელ ორგანიზაციებზე. მკითხველების უმეტესობას შედეგი აინტერესებს და არა მოქმედი პირი.

გარდა ამისა, ყურადღებას მიმზიდველ გარემოებებზე ვამახვილებთ და საინტერესო სურათის შექმნას ვცდილობთ. ამ შემთხვევაში ფოკუსი შეიძლება შერჩევითი იყოს. „სამაშველო სამსახურის ახალ შესაძლებლობებს“ შესაძლოა სხვადასხვა ასპექტი ჰქონდეს, მაგალითად, გამოქვაბულში სამაშველო ოპერაციის მიმართულებით, მაგრამ ვერტმფრენი, ალბათ, ვიზუალურად უფრო მიმზიდველია და ამიტომაც ღირს მასზე ყურადღების გამახვილება. მიმზიდველობაზე ფოკუსირებისას სათაურში გარკვეულ დეტალებს ვტოვებთ, მაგალითად, რომ ახალი ამბულატორია კარდიოლოგიური მიმართულებისაა. ამით მკითხველის ყურადღებას გადარჩენილ სიცოცხლეებზე ვამახვილებთ, მნიშვნელოვან დეტალებს კი შემდეგ მივაწოდებთ.

მკითხველების მოსაზიდად, როგორც წესი, დადებით ფორმულირებას ვიყენებთ. სამშენებლო ინდუსტრიის შესახებ გამოგონილ მაგალითში ვამბობთ „უფრო სუფთა და უხმაურო მშენებლობა,“ ნაცვლად იმისა, რომ ვთქვათ „ნაკლები ხმაური და ნაკლები დაბინძურება.“ ხმაური და დაბინძურება უარყოფით ასოციაციებს იწვევს. როდესაც ბრიტანულმა სამშენებლო ინდუსტრიამ სამრეწველო ორგანიზაცია დააარსა, მას „ყურადღებიანი სამშენებლო სქემა“ უწოდა და არა „ნაკლებად საშინელი სამშენებლო მოედნები.“ რა თქმა უნდა, უტრირებას ვახდენ იმის საჩვენებლად, რომ პატარა ცვლილებამ შეიძლება თქვენი ორგანიზაცია უკეთ წარმოაჩინოს. ეს იმ შემთხვევაშიც მოქმედებს, როდესაც რთულ პოზიციაში ხართ და ადამიანებს თქვენი შედეგი (ბინები, საგზაო უსაფრთხოება) აინტერესებთ და არა თქვენი პროცესი (სამშენებლო მოედნები, ჯარიმები და აღსრულება). დაახლოებით იმავეს თქმა შეიძლება გამოკითხვის შედეგებზეც: სათაური ეხება ხალხის სურვილს – უფრო სუფთა ჰაერსა და ნაკლებ საცობებს და არა იმას, რომ რესპონდენტები საშინლად აღწერენ ჰაერის სისუფთავესა და საცობს პიკი საათის დროს.

ზემოთ მოყვანილი უტრირებული მაგალითები აღწერს, თუ როგორ უნდა მონახოთ მიდგომა. შესაძლოა, რომ თქვენ სხვა და უკეთესი ვარიანტები გქონდეთ. აუდიტორიის მიხედვით თქვენი აქცენტი და ტონი შეიცვლება. პრესრელიზის საუკეთესო ვარიანტს აუდიტორიის

განალიზების შედეგად შეიმუშავებთ. იდეალურ შემთხვევაში, აუდიტორია პრესრელიზის დაწერამდე დიდი ხნით ადრე უნდა შეისწავლოთ. მოუსმინეთ მათ (ლაპარაკის ნაცვლად).

როდესაც საჭირო კუთხეს შეიმუშავებთ, პრესრელიზი მასზე დააფუძნეთ. პრესრელიზის შინაარსი თქვენს მიდგომასთან შესაბამისობაში უნდა იყოს. პრაქტიკაში, კარგი მიდგომა წერისათვის დაბრკოლებას არ წარმოადგენს. როგორც ესეც წერისას კარგი თეზისის შემთხვევაში ხდება, მიდგომა თქვენს სათქმელს აკონკრეტებს და მიმართულებას გაძლევთ, რაც წერას ამარტივებს. შერჩეული მიდგომის გაშლა მარტივია. მაგალითად, პრესრელიზში შეიტანეთ დამატებითი ინფორმაცია შსს-ს ახალი სამაშველო სამსახურის ან სკოლების ტესტირების შედეგების შესახებ. თქვენს კვლევაზე უფრო ვრცლად ისაუბრეთ, მოიყვანეთ დამატებითი ფაქტები თბილისის მაცხოვრებლების გამოკითხვიდან.

თუ მედიის წარმომადგენლების მოთხოვნებს პასუხობთ, ისინი თქვენთან კვლავ ითანამშრომლებენ. ჟურნალისტები და, უფრო კონკრეტულად, რედაქტორები, ინფორმაციისათვის მადლიერები არიან, რადგან მათ ცარიელი ადგილების – გვერდებისა თუ წუთების – ყოველდღიურად შევსება უჭირთ. მიუდევით თქვენს ჟურნალისტებთან თანამშრომლობას როგორც ურთიერთობას და არა როგორც გარიგებას – ეს რჩევა ბევრ სხვა სფეროსაც მიესადაგება.

- **დაიწყეთ მთავარი აზრით**

პრესრელიზს მთავარი აზრით ორჯერ იწყებთ. პირველ ჯერზე მთავარ აზრს სათაურში გამოთქვამთ. სათაური თქვენი სათქმელის არსს გადმოსცემს და ამით მკითხველის ყურადღებას იქცევს. სათაურმა მკითხველი (და ჟურნალისტი ან რედაქტორი) თქვენი ტექსტით უნდა დააინტერესოს. კიდევ ერთხელ აღვნიშნავ, რომ ამის მიღწევას დრო და ბევრი მუშაობა სჭირდება. იქიდან გამომდინარე, რომ სათაურში ყველა ასპექტს ვერ მოიცავთ, შესაძლოა კომპრომისზე წასვლა და შერჩევითი მიდგომის გამოყენება დაგჭირდეთ. ამაში შედეგის მკაფიოდ გამიზვნა დაგეხმარებათ.

პრესრელიზის პირველი აბზაცი მოქმედების ფორმულას უნდა პასუხობდეს: ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ აკეთებს. პირველი აბზაცის წაკითხვის შემდეგ მკითხველს ამ კითხვებზე პასუხები ხელთ უნდა ჰქონდეს. იწყებთ ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტით. თუ თქვენი აქცენტი პიროვნებაზე ან ორგანიზაციაზეა, მაშინ იწყებთ კითხვით „ვინ.“ თუ ღონისძიებაზე ან რაიმე პრობლემაზე წერთ, ჯერ პასუხობთ კითხვას „რა.“

ვინ: დავით ლორთქიფანიძემ პრესტიჟული არქიტექტორული ჯილდო მიიღო...

რა: კაკაბაძის ცნობილი ტილო ხელახლა აღმოაჩინეს.

პრესრელიზის წერისას შესავლის ოფიციალურ ფორმას (სიტუაცია, სირთულე, გამოსავალი) არ მივმართავთ, რადგან ეს პირდაპირ საკითხზე გადასვლაში ხელს შეგიშლით.

მთავარი აზრით დაწყებისათვის კიდევ ერთი მიზეზი არსებობს. ჟურნალისტურ მასალად გადაკეთებისას პრესრელიზი მოკლდება. შემოკლებას ბოლოდან იწყებენ. დარწმუნდით, რომ ბოლოში მნიშვნელოვანი ინფორმაცია მოცემული არ არის (გარდა ზოგადი მიმოხილვისა). ბოლოში, უბრალოდ, პირველ აბზაცში ნათქვამი უნდა განავრცოთ. პრესრელიზის ბოლო ნაწილი მხოლოდ მეორეხარისხოვან ინფორმაციას უნდა შეიცავდეს, ანუ, სტრუქტურის ენაზე რომ ვთქვათ, ქვეარგუმენტებს ან გამამყარებელ მოსაზრებებს.

რედაქტორები ამბობენ, რომ პრესრელიზი პირამიდის პრინციპით უნდა დაიწეროს. ეს ის პირამიდაა, რომელზეც სტრუქტურის ნაწილში ვსაუბრობდით: ამ მიდგომის მთავარი არსი ის არის, რომ შეგიძლიათ ბოლოდან შეკვეცოთ და პირამიდა თავის ფორმას მაინც შეინარჩუნებს, რადგან ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია პირამიდის წვერშია განთავსებული.

● **სტანდარტული ფორმატი**

კარგი პრესრელიზი ჟურნალისტს საშუალებას აძლევს, მალევე გაიგოს, რა ინფორმაციის გავრცელებას ცდილობთ და რატომ აქვს მას ახალი ამბის ღირებულება. ჟურნალისტს ძირითადი ფაქტების ამოკრეფა დამოუკიდებელი კვლევის (რომელიც დიდ დროს მოითხოვს) ჩატარების გარეშე შეუძლია. თუ მას თქვენი თემა აინტერესებს, პრესრელიზის მეშვეობით დაუყოვნებლივ მიიღებს პასუხს ძირითად კითხვებზე და ძვირფას დროს დაზოგავს. შესაბამისად, მთავარი ინფორმაცია დასაწყისში სრულად და გასაგებად უნდა იყოს მოცემული.

პრესრელიზი, როგორც წესი, ერთი ან რამდენიმე ადამიანის ციტატას შეიცავს. ციტატები ტექსტის კითხვას ამარტივებს, რადგანაც მკითხველს შეუძლია წარმოიდგინოს ადამიანი, რომელიც რაღაცას ამბობს. შეიძლება მკითხველმა ამ ადამიანთან გარკვეული კავშირიც დაამყაროს. აღნიშნეთ პრესრელიზში მოყვანილი ციტატის ავტორის ვინაობა, პოზიცია და ორგანიზაცია, ასეთის არსებობის შემთხვევაში. ციტირებული ადამიანი, როგორც წესი, ორგანიზაციის, პროგრამის, პროექტის სახეა, მაგალითად, რაიმეს დირექტორი. დამატებით ან მის ნაცვლად შეგიძლიათ მოიყვანოთ იმ ადამიანის ციტატა, ვისაც

დაეხმარეთ, ასევე კლიენტის, მხარდამჭერის, დასაქმებულის, რომელზეც თქვენმა სიახლემ გავლენა (სასურველია, დადებითი) იქონია. დარწმუნდით ციტატის სიზუსტეში. ასევე, დარწმუნდით, რომ ავტორი მის ციტირებაზე თანახმაა (შესაძლოა, ორგანიზაციის შიდა ანგარიშში მოყვანილი კარგი სამადლობელი ციტატის გამოყენება გასურდეთ, მაგრამ ავტორი გამოქვეყნებაზე არ დაგთანხმებიათ). თქვენი ორგანიზაცია საზოგადოების ყურადღებას ნეგატიური კუთხით მიიპყრობს, თუ მომხმარებელი, რომელიც პრესრელიზში ენთუზიაზმითაა აღსავსე, მოგვიანებით არასწორი ციტირებისათვის გიჩივლებთ.

თანამედროვე სოციალური მედიის კონტექსტის გათვალისწინებით, პრესრელიზს ერთი ან რამდენიმე მიმზიდველი ვიზუალური მასალა დაურთეთ. ეს შეიძლება იყოს ფოტოები ან თვალში საცემი და საინტერესო მონაცემთა ვიზუალიზაცია. სოციალური მედიისათვის ვიზუალური მასალა მომგებიანია, ასე რომ, ის შესაბამისად შეარჩიეთ. ფოტოები კარგია, თუ მათზე ადვილად მისახვედრი საქმიანობაა ასახული, მონაცემთა ვიზუალიზაცია კი მარტივად გასაგები უნდა იყოს. ფოტოები იკარგება ან ერთმანეთში ირევა, ასე რომ, ნებისმიერი ფოტო შეინახეთ დასახელებით, რომელიც მის შესახებ შეძლებისდაგვარად ამომწურავ ინფორმაციას გაწვდით. ამ შემთხვევაშიც, ფოტოზე გამოსახული ადამიანებისაგან (და ფოტოგრაფისაგან) გამოქვეყნებამდე ნებართვა ითხოვეთ. თუ სოციალურ ქსელებში ფოტოგრაფი მეგობრები გყავთ, ნახავთ, რომ ისინი გამუდმებით ჩივიან თავიანთი ფოტოების უნებართვო გამოყენების გამო, რისთვისაც ანაზღაურებას არ იღებენ (და არც ავტორად არიან მითითებული). იდეალურ შემთხვევაში, თქვენი ორგანიზაციის კარგ ვიზუალურ მასალას, რომლის გამოყენების უფლებასაც ფლობთ, ცალკე საქალაქო შეაგროვებთ, რომ პრესრელიზის გამოქვეყნებისას მასალა ხელთ გქონდეთ.

- ორგანიზაცია, თქვენი სტანდარტული ბლანკი ან ლოგო.
- სათაური: რამდენიმე ეფექტური სიტყვა, რომლებიც თქვენს მიდგომას გადმოსცემს.
- რიცხვი და ადგილი (თბილისი, ქუთაისი), საიდანაც ტექსტი იგზავნება.
- აბზაცებად დაყოფილი ძირითადი ტექსტი; აბზაცებს შორის ადგილი, სულ მცირე, 1.5 ხაზი უნდა იყოს.
- ერთი გვერდი; თუ დამატებითი მასალის საჭიროებაა, ის ცალკე გაგზავნეთ; გამონაკლის შემთხვევებში, ორი გვერდი (ასეთ დროს ქვემოთ მიუთითეთ გვერდების ნომრები ფორმატში: 1 of 2 და 2 of 2).
- თუ მკითხველებს კონკრეტული ქმედებისაკენ მოუწოდებთ, შეგიძლიათ ბოლოში კიდევ ერთხელ გაიმეოროთ: ანგარიშის პრეზენტაციის ზუსტი დრო და ადგილი; როგორ

უნდა დარეგისტრირდეთ მედიისათვის განკუთვნილ ღონისძიებაზე; როგორ შევიდეთ ვებგვერდზე რეგისტრაციისათვის.

- იმ გვერდის ბოლოს, შუა ნაწილში, რომელზეც ტექსტი სრულდება, მიუთითეთ
- „დასასრული“.
- მიუთითეთ მედიასთან საკონტაქტო პირის სახელი და შეძლებისდაგვარად ამომწურავი საკონტაქტო ინფორმაცია ტელეფონის ნომრების ჩათვლით, რომლებზე დაკავშირებაც შესაბამის საათებში შეიძლება. გაითვალისწინეთ საღამოს საათებიც, რადგან ჟურნალისტები გვიანობამდე მუშაობენ. თუ პრესრელიზს საერთაშორისო მასშტაბით გზავნით, მიუთითეთ დროის სარტყელი. ყოველთვის იყავით ხელმისაწვდომი და ხელთ იქონიეთ საჭირო ინფორმაცია, რომ ჟურნალისტებისათვის დამატებითი ინფორმაციის მიწოდება შეძლოთ. თუ რაიმე საინტერესო გაქვთ სათქმელი, ჟურნალისტებმა თქვენი პრესრელიზი, შესაძლოა, უფრო დიდ მასალად აქციონ. მიუთითეთ თქვენი ელფოსტა და ორგანიზაციის ვებგვერდი, ასეთის არსებობის შემთხვევაში. ასევე, თქვენი Skype-ის მისამართი, თუ საქმე საერთაშორისო გავრცელებასთან გაქვთ. ვებგვერდი განაახლეთ, რომ საჭირო ინფორმაცია მასზე ხელმისაწვდომი იყოს.
- ბოლოში ჟურნალისტებისათვის მოკლედ მიუთითეთ ინფორმაცია, რომელიც თქვენს ორგანიზაციას ან პროექტს აღწერს. ზოგ შემთხვევაში, ეს შეიძლება იყოს ორი პწკარი თქვენი ორგანიზაციის შესახებ. ეს ზოგადი აღწერილობა ვიზუალურად სხვა ფონტის ან ფორმატის მეშვეობით გამოკვეთეთ.

● **პროცედურა**

მისდიეთ იმავე DAGOR-ის პროცედურას, რომელსაც ესეს წერის დროს აკეთებთ. განსაკუთრებული ყურადღება მიზნის განსაზღვრასა და სამიზნე აუდიტორიაზე გაამახვილეთ, ასევე, იმ მედიასაშუალებებზე, რომლებსაც გინდათ, რომ ხმა მიაწვდინოთ.

DAGOR-ის მიღმა, პრესრელიზის მომზადებისას საკუთარ თავს შეგიძლიათ ჰკითხოთ:

- რის მიღწევას ვცდილობთ?
- ჩვენი მიზნის მისაღწევად რომელ სამიზნე ჯგუფებს უნდა მივაწვდინოთ ხმა? როგორ დავახასიათოთ ისინი 3-5 ზედსართავი სახელით?
- რომელი მედიასაშუალებები გვაძლევს სამიზნე აუდიტორიასთან დაკავშირების შესაძლებლობას? როდის, სად და როგორ აქვეყნებენ ისინი საკუთარ მასალებს/

მაუწყებლობენ?

- ვინ იღებს შესაბამის გადაწყვეტილებას? რედაქტორი? ჟურნალისტი, რედაქტორის მოვალეობის შემსრულებელი, სპეციალური რეპორტიორები?
- გვაქვს მათთან პირდაპირი კავშირი?
- ვიცნობთ თავისუფალ (შტატგარეშე) ჟურნალისტებს?

პრესრელიზებისათვის დრო კარგად შეარჩიეთ. ზოგიერთ ღონისძიებას ყურადღების მისაზიდად რამდენჯერმე გამოქვეყნება სჭირდება. ღონისძიებამდე რამდენიმე დღით ადრე გაგზავნეთ მოკლე პრესრელიზი, რომელიც ყურადღებას მომავალი ღონისძიების ყველაზე საინტერესო ასპექტზე ამახვილებს. სრული პრესრელიზი ღონისძიების დღეს გაგზავნეთ. დააკვირდით შერჩეულ დროს, რომ სხვა ღონისძიებებს არ დაემთხვეს. 2016 წელს გაერთიანებული სამეფოს შესახებ ანგარიშის პრეზენტაციაშიც ვმონაწილეობდი. ეს ბრიტანეთის ევროკავშირიდან გამოსვლამდე ორი დღით ადრე ხდებოდა. როგორც ბევრს, ჩვენც გვეგონა, რომ ბრიტანეთი ევროკავშირიდან არ გამოვიდოდა. ჩვენმა ანგარიშმა ყურადღება მაინც მიიპყრო, მაგრამ ბევრად ნაკლები, ვიდრე ეს სხვა შემთხვევაში მოხდებოდა. იდეალურ შემთხვევაში, ჩვენი პრეზენტაცია რამდენიმე კვირით ადრე უნდა დაგვეგვამა, მაგრამ სწორად ვერ გავთვალეთ. შეუძლებელია ყველა სახის კრიზისის პროგნოზირება, მაგრამ დარწმუნდით, რომ დროს სწორად შეარჩევთ.

როგორც ამას ესეს გეგმის გადამოწმების შემთხვევაში გააკეთებდით, პრესრელიზის დაგეგმვის შემდეგაც საკუთარ თავს ჰკითხეთ: „რა მნიშვნელობა აქვს ამ მოვლენას მკითხველებისთვის და როგორ დაუკავშირებენ ისინი მას საკუთარ თავს?“ თუ ეჭვები გაქვთ, გაარკვიეთ მათი საფუძველი და, საჭიროების შემთხვევაში, შესაბამისი ცვლილებები შეიტანეთ.

ბოლოჯერ გადაამოწმეთ, კიდევ ვის უნდა მიაწოდოთ ინფორმაცია, მაგალითად, პარტნიორებს ან ადამიანებს, ვინც თქვენთან თანამშრომლობენ. პარტნიორის დავიწყებამ შეიძლება ცუდ მდგომარეობაში ჩაგაყენოთ. ერთხელ განვითარების საკითხებზე მომუშავე მსხვილი დონორი ორგანიზაციისათვის სოციალური კაპიტალის შესახებ კვლევა ჩავატარეთ. კვლევა Economist-ის ონლაინგამოცემამ გააშუქა. გამოქვეყნების დღეს, დილის 10 საათზე, დონორი ერთუზიანებით იყო აღსავსე. 11:30-თვის კი მათ აღმოაჩინეს, რომ ისინი კვლევის დამფინანსებლებად მოხსენიებული არ იყვნენ. მივიღე უკმაყოფილო ტონით დაწერილი ელექტრონული წერილი, რომელშიც ითხოვდნენ, Economist-თვის დამფინანსებლის შესახებ ინფორმაციის განთავსება მომეთხოვა (იდეალურ შემთხვევაში, სათანადო მითითებით, რომ დონორი ორგანიზაცია კვლევის შინაარსზე პასუხისმგებელი არ არის). ეს მოთხოვნა ვერ შევასრულე, რადგან რედაქციაზე არანაირი გავლენა არ მქონდა. მედიის ყურადღებით

გამოწვეული წარმატება დონორის მხრიდან ბრალდებებში გადაიზარდა და პროექტი ცუდ ნოტზე დასრულდა.

მიუხედავად დონორი ორგანიზაციის დამოკიდებულებებისა, შეცდომა მე დავუშვი. მას შემდეგ, რაც Economist-ი დამიკავშირდა, ამის შესახებ დონორისათვის უნდა მეცნობებინა და კომენტარის გაკეთება შემეთავაზებინა (ყოვლად უსარგებლო დამატებითი განაცხადის გარეშე). მათ შეეძლოთ, კომენტარზე უარი ეთქვათ. ეს ისტორია გვაჩვენებს, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია გამოქვეყნებამდე პარტნიორებზე ვიფიქროთ და რომ კომუნიკაციაში წლობით დაგროვილი გამოცდილების შემდეგაც კი გვაქვს შეცდომებზე სწავლის შესაძლებლობა.

ეს ისტორია იმასაც გვაჩვენებს, რომ წინასწარი სატელეფონო ზარები პრესრელიზის კარგად გავრცელების საკმაოდ სასარგებლო ნაწილია. წარმატებულ პრესრელიზებს საფუძვლად წერა და საუბარი უდევს. წარმატებულ პრეზენტაციას პირადი კომუნიკაციის გავლით მიაღწევთ.

● დაიმახსოვრეთ

ჟურნალისტების საჭიროებები პირველ ადგილზე დააყენეთ. თუ ჟურნალისტებს არ იცნობთ, დაიწყეთ მოკრძალებულად და მათ მოთხოვნებს ნუ წაუყენებთ. დააკვირდით, როგორ მოქმედებენ სხვა ორგანიზაციები და მათგან ისწავლეთ. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ინფორმაციის გავრცელების საკუთრი არხები გაქვთ, ჟურნალისტებს წვდომის რამდენჯერმე გაზრდა შეუძლიათ, ამიტომ ისინი ფართო აუდიტორიებზე წვდომისათვის ღირებული საკონტაქტო პირები არიან.

ჟურნალისტებთან ურთიერთობა ჩამოაყალიბეთ. ორგანიზაციაში ჟურნალისტებსა და მედიასამუშაოებებთან სამუშაოდ შეარჩიეთ ამ სამუშაოსათვის შესაფერისი ადამიანი – ეფექტიანი, მეგობრული და აუღელვებელი. ეს თქვენი და ჟურნალისტების ცხოვრებას გაამარტივებს. კომუნიკაციების ოფიცერი (რომელსაც სხვა დავალებების შესრულებაც შეუძლია) ჩამოაყალიბებს ურთიერთობებს და დააგროვებს შესაბამის გამოცდილებას, რაც წარმატებას მოგიტანთ. იდეალურ შემთხვევაში, კომუნიკაციის ოფიცერმა ფოტოებისა და სხვა ვიზუალური მასალის არქივი უნდა შექმნას. ორგანიზაცია ამ მასალებზე ყველა სახის უფლებას უნდა ფლობდეს. ინფორმაციის გასავრცელებლად მან, ასევე, უნდა შექმნას გვერდები სოციალურ ქსელებში.

პრესრელიზები თქვენს ორგანიზაციას გარე სამყაროს აცნობს. თუ საამისოდ ორგანიზაციის შიგნით შესაბამისი შესაძლებლობები არ გაქვთ, შეგიძლიათ პერიოდულად დაიჭიროთ

ადამიანი, რომელიც ამ მიმართულებით დაგეხმარებათ. ეს, შესაძლოა, საკმაოდ ღირებული ინვესტიცია აღმოჩნდეს, რადგან პროფესიონალს შესაბამისი კონტაქტები აქვს თქვენი ინფორმაციის გასავრცელებლად.

შეცდომები თავიდან აირიდეთ, რადგან ისინი შეიძლება ძვირად დაგიჯდეთ. დარწმუნდით, რომ დირექტორისაგან პრესრელიზის გავრცელებაზე ნებართვა გაქვთ. მაგალითად, გავრცელებამდე საბოლოო ვერსია აჩვენეთ (ეს თქვენთვის თავდაცვის საშუალებაც იქნება). დაარწმუნეთ დირექტორი, რომ კომუნიკაციის ერთიანი სტრატეგია უნდა შეიმუშაოთ. საჭიროების შემთხვევაში, ინტერვიუს მიცემამდე დირექტორს ძირითადი ინფორმაცია მიაწოდეთ, რომ ეს შესაძლებლობა მაქსიმალურად გამოიყენოს.

მოემზადეთ ჟურნალისტებისათვის. კარგი იქნება, თუ 15 სავარაუდო შეკითხვას მაინც ჩამოწერთ და მათზე პასუხებს მოიძიებთ. მზად იყავით მათთვის თქვენი საქმიანობის ამსახველი მასალების, მათ შორის, ფოტოების მისაწოდებლად. თუ ჟურნალისტისათვის პასუხის გაცემა იმ მომენტში არ შეგიძლიათ, უთხარით, რომ გაარკვევთ და შეძლებისდაგვარად მალე დაუკავშირდებით.

რადიოზე დაახლოებით იგივე წესები ვრცელდება. ტელევიზიას საკუთარი სპეციფიკა აქვს, რადგან ის გამოსახულებაზეა დამოკიდებული. სატელევიზიო გადამღები ჯგუფების მოწვევამდე დარწმუნდით, რომ ამ გამოწვევისათვის მზად ხართ.

თუ თქვენი სტილი ჯერ არ შეგიმუშავებიათ, გაითვალისწინეთ სხვების გამოცდილება. როდესაც კვლევით ორგანიზაციას ვმართავდი, ასეთად შეერთებულ შტატებში მდებარე Pew Research Centre ავირჩიე, რადგან ისინიც ჩვენსავით საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვებს ატარებდნენ. Pew Research Centre-ის წლიური ბიუჯეტი ჩვენსას 30-ჯერ აღემატებოდა, ასე რომ, მათ შეეძლოთ საკუთარი ფორმატები, პრეზენტაციის სტილი და სხვა შესაბამისი ვიზუალური მასალა შეექმნათ. როდესაც ვცდილობდით გაგვერკვია, თუ რა როგორ უნდა გაგვეკეთებინა, უბრალოდ, მათ სტილს ვეცნობოდით და ჩვენს საჭიროებებს ვუსადაგებდით. ამ მიდგომის კიდევ ერთი სარგებელი ის არის, რომ ის მზა ინსტრუქციას და მისი გამოყენება ნაკლებად გამოცდილ პერსონალსაც შეუძლია. მოიძიეთ, არის თუ არა სხვა ინსტიტუტი (სამინისტრო, ორგანიზაცია, კომპანია), რომელიც სანიმუშოდ გამოგადგებათ და მათი საქმიანობა შეისწავლეთ. მათი მიდგომის ანალიზისა და თქვენს კონტექსტზე მორგების პროცესში ბევრს ისწავლით.

პოლიტიკის დოკუმენტი ან საპროექტო განაცხადი

დოკუმენტი კონკრეტული პოლიტიკის ან პროექტის ადვოკატირებისათვის

● მიზანი

პოლიტიკის დოკუმენტი ორგანიზაციისათვის კონკრეტული სამოქმედო გეგმის შეთავაზებაა. დოკუმენტი წარმოადგენს პრობლემის არსს, აჩვენებს, თუ რის გაკეთება შეიძლება და რატომ და როგორ უნდა გაკეთდეს ეს. ასეთ დოკუმენტზე მუშაობა ავტორებს უამრავ სხვადასხვა კითხვაზე პასუხის გაცემას აიძულებს და, შესაბამისად, მსჯელობისათვის მიმართულებების არჩევაში ეხმარება.

წერილობითი დოკუმენტი კონსტრუქციული და ინფორმირებული დისკუსიის საფუძველი ხდება. პოლიტიკის დოკუმენტი გადაწყვეტილებების მიმღებ პირებსა და იმ ადამიანებს ეგზავნება, რომლებზეც ეს გადაწყვეტილება გავლენას იქონიებს. ყველას, ვისაც ეს დოკუმენტი ენება, შეუძლია მისი გაცნობა, კომენტარების გაკეთება, წინადადებების წარდგენა და კრიტიკა. დოკუმენტის გაზიარება მის გაუმჯობესებას უწყობს ხელს, რადგან მკითხველებს, საკუთარი ცოდნისა და გამოცდილების საფუძველზე, ამაში თავიანთი წვლილი შეაქვთ. მიზანი შემოთავაზებული გზების შესახებ თანხმობის მიღწევაა, ეს კი ხშირად თავდაპირველი ვერსიის ცვლილებას გულისხმობს. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ეს ცვლილება გაუმჯობესებას არ ნიშნავს, წინადადების რეალობად ქცევისათვის მეტი მხარდაჭერაა საჭირო.

პოლიტიკის დოკუმენტები გამოიყენება ნებისმიერ სიტუაციაში, როცა კი საქმე რთულ პრობლემასთან გაქვთ. რთული სიტუაცია სხვადასხვა მხარის არსებობას, ტექნიკური, სამართლებრივი და პოლიტიკური ასპექტების კვეთასა და დაუგეგმავი შედეგების დადგომის შესაძლებლობას გულისხმობს. საკუთარ ბაღში ხის დარგვას პოლიტიკის დოკუმენტი და დიდი დაგეგმვა არ სჭირდება, რასაც ვერ ვიტყვით ქალაქში მილიონი ხის დარგვაზე.

მთავრობა პოლიტიკის დოკუმენტს ბევრი სხვადასხვა მიზნისათვის იყენებს: საგარეო პოლიტიკის, რეგიონული ჯანდაცვის პოლიტიკის განსაზღვრისა თუ სოფელში ხიდის შეკეთებისათვის. პოლიტიკის დოკუმენტის დაწერა ორგანიზაციებშიც შეგიძლიათ, მაგალითად, თქვენს უნივერსიტეტში საგამოცდო რეგულაციების შეცვლის ან თქვენს საავადმყოფოში პალატების გამოყოფის წესების შეცვლის მიზნით. ნებისმიერი თანამედროვე ბიუროკრატიული ორგანიზაცია, იქნება ეს მთავრობა თუ კერძო კომპანიები, ასეთი პოლიტიკის დოკუმენტების საფუძველზე საქმიანობს. ნაწილობრივ ორგანიზაციების

ეფექტიანობა მსგავსი დოკუმენტების წერის, შემუშავებისა და შემდგომი გაუმჯობესების უნარებზეა დამოკიდებული.

პოლიტიკის დოკუმენტები საპროექტო განაცხადების მსგავსია. მათი წერისას მსგავსი ფორმატები გამოიყენება. როგორც წესი, პროექტები დამოუკიდებელი ელემენტებია, რომლებსაც განსაზღვრული ხანგრძლივობა და სამოქმედო არეალი აქვს. პროექტებს კერძო პირები ან ორგანიზაციები შეიმუშავენ და ავტონომიურობის მაღალი ხარისხით ახორციელებენ. ამის საპირისპიროდ, პოლიტიკის დოკუმენტები გრძელვადიანი მოქმედებების ფართო გეგმებსა და ზოგადი მიზნების შესახებ განაცხადებს წარმოადგენს. ის ადგენს სახელმძღვანელო პრინციპებს, რომელთა საფუძველზეც მიზნებისაკენ თანდათანობით ვისწრაფვით. მაგალითად, სამინისტროს შესაძლოა ჰქონდეს ახალგაზრდა ნიჭიერი ეკონომისტების დასაქმების პოლიტიკა. ამ პოლიტიკის ფარგლებში, შესაძლოა, არსებობდეს კონკრეტული პროექტი, რომლის არსიც პოტენციური, დაინტერესებული აუდიტორიის მოზიდვაა.

მსგავსებები განსხვავებებზე უფრო მეტია, რადგან ორივე ტიპის დოკუმენტი კონკრეტული მიმართულებით სვლისაკენ მოგვიწოდებს. ორივე დოკუმენტი პრაქტიკული ხასიათის უნდა იყოს და განხორციელების გზებს უნდა ითვალისწინებდეს. წინააღმდეგ შემთხვევაში, დოკუმენტები სრულყოფილი არ არის. თუ კონკრეტულ შემთხვევებში სხვა რამ არ არის მითითებული, მომდევნო რამდენიმე გვერდი ვრცელდება როგორც საპროექტო განაცხადებზე, ასევე პოლიტიკის დოკუმენტებზე.

● წერეთ მკითხველისათვის

პოლიტიკის დოკუმენტი კონკრეტულად მკითხველებისათვის უნდა იყოს დაწერილი. მკითხველები გადაწყვეტილების მიმღები პირები არიან, თქვენ კი ისინი უნდა დაარწმუნოთ. უთხარით მათ ის, რაც თქვენ იცით და მათ არ იციან. ამ მიზნის კარგად შესასრულებლად პოლიტიკის დოკუმენტი კონკრეტული და ლაკონიური უნდა იყოს. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ თქვენი უბნის სკოლების ადმინისტრაციას განრიგის ცვლილებას სთავაზობთ, თქვენს მკითხველს ინფორმაცია ნათლად და მოკლედ უნდა მიაწოდოთ.

პოლიტიკის დოკუმენტი მკითხველის ყველა ექვსა და შეკითხვას უნდა პასუხობდეს. თქვენი წინადადება რეალისტური და პრაქტიკული უნდა იყოს. უმეტეს შემთხვევაში, მკითხველებთან/გადაწყვეტილების მიმღებ პირებთან გრძელვადიანი ურთიერთობების ჩამოყალიბებას შეეცდებით. თუ მათ დაბალანსებულ და წარმატებულ წინადადებებს წარუდგენთ, ისინი თქვენდამი ნდობით განეწყობიან. და პირიქით, თუ ცუდ დოკუმენტებს მიაწვდით, თქვენდამი სკეპტიკურად განეწყობიან და ნაკლებად სავარაუდოა, რომ

მომავალში თქვენს წინადადებებს ნდობით მოეკიდონ. დარწმუნდით, რომ თქვენი წინადადება მკითხველს იმედს არ გაუცრუებს.

მკითხველის დასარწმუნებლად თქვენი წინადადების შესრულების შესაძლებლობა უნდა შეაფასოთ. გაითვალისწინეთ შეზღუდვები. თქვენი წინადადების განხორციელება შესაძლებელი უნდა იყოს პოლიტიკური (მხარდაჭერის მოპოვება), ტექნიკური (განხორციელების ფიზიკური შესაძლებლობა), ეკონომიკური (ფინანსების მოძიების შესაძლებლობა) და სამართლებრივი/ადმინისტრაციული (არ უნდა არღვევდეს კანონს/ვინმეს უფლებებს) მოსაზრებებიდან გამომდინარე. არსებული შეზღუდვების გათვალისწინებით, ეს საუკეთესო ვარიანტი უნდა იყოს. მანქანებისათვის მოთხოვნის დაწესება, რომ ისინი თეთრი ან ნაცრისფერი უნდა იყოს, გაზრდილი ხილვადობის გამო ავტოსაგზაო შემთხვევებს შეამცირებს (კვლევამ აჩვენა, რომ შავი მანქანები 47%-ით უფრო მაღალი ალბათობით ხვდებიან ავტოსაგზაო შემთხვევებში). ამ გზით მანქანები ზაფხულში სიგრილესაც უკეთ შეინარჩუნებენ. ეს, შესაძლოა, კანონიერი და ლამაზი იყოს, თუმცა სიჩქარეზე შეზღუდვის შემოღება, ალბათ, ავტოსაგზაო შემთხვევების შემცირების უფრო ეფექტური გზაა. საქართველოში უფრო მეტი ქარის ტურბინის მშენებლობა ელექტროენერჯის განახლებადი წყაროდან მოპოვების შესაძლებლობას მოგვცემდა და მოდერნიზაციის ვიზუალურ სიგნალსაც შექმნიდა, თუმცა ტურბინების მშენებლობა უფრო ძვირია, ვიდრე ელექტროენერჯის ჰიდროელექტროსადგურის მეშვეობით მოპოვება. ამიტომ, ტურბინები გონივრული ინვესტიცია არ არის, ყოველ შემთხვევაში, ჯერჯერობით. ეს მაგალითები გვიჩვენებს, რომ ბევრი პოტენციურად კარგი რამ არსებობს, თუმცა ისინი პოლიტიკის პრიორიტეტებს ანდა პოლიტიკურ თუ ეკონომიკურ რეალობას ჯერჯერობით არ შეესაბამება. რისკების სრულყოფილად შესაფასებლად და ყველაზე ადეკვატური ვარიანტის შესამუშავებლად ეს ოთხი კრიტერიუმი (პოლიტიკური, ტექნიკური, ეკონომიკური, სამართლებრივი) გამოიყენეთ.

თქვენი მკითხველი ითხოვს, რომ ყველა შესაძლო შედეგზე გქონდეთ ნაფიქრი, განსაკუთრებით კი, გაუთვალისწინებელ შედეგებზე: რა შეიცვლება ისეთი, რის შეცვლაც შეიძლება არ გინდოდეთ? მაგალითად, თუ თქვენი წინადადების არსია ვირთხების შემოსევას თითოეულ ჩაბარებულ მკვდარ ვირთხაზე ფულადი ჯილდოს დაწესებით ებრძოლოთ, როგორ აპირებთ უზრუნველყოთ, რომ ადამიანები ვირთხების მოშენებას არ დაიწყებენ? ყველა შესაძლო შედეგის გათვლა წარმოსახვის უნარს მოითხოვს. ზოგიერთი ნაკლებად სასურველი შედეგის იდენტიფიცირების მიზნით წინადადება კოლეგებთან განიხილეთ. გაითამაშეთ სცენარები, თუ როგორი იქნება ყველაზე ექსტრემალურად განწყობილი პროტოტიპების – ყველაზე აქტიური ადამიანის, არც ისე ჭკვიანი თინეიჯერის, ლუდის მოყვარული პასიური ადამიანის – ვინც არ უნდა იყოს მნიშვნელოვანი თქვენი დოკუმენტისთვის – რეაქცია.

უნდა განაცხადოთ კრიტერიუმები, რომელთა მიხედვითაც შემოთავაზებული მოქმედება სასურველია, თუ, რა თქმა უნდა, ეს კრიტერიუმები თავისთავად ცხადი არ არის. რა კონკრეტული უპირატესობები აქვს ამ ვარიანტს? რატომ ჯაბნის ეს უპირატესობები („უკეთესი ხარისხი“) ნაკლს („გაზრდილი დანახარჯები“)? თუ, მაგალითად, თქვენი შემოთავაზება სასკოლოარდადეგების გადატანაა, რით სჯობს გადატანა იმას, რომ ცვლილება საერთოდ არ განახორციელოთ? ნათლად გამოხატეთ, თუ რატომ არის შემოთავაზებული პოლიტიკა საუკეთესო: იმიტომ, რომ ეს რისკებისა და სარგებლის საუკეთესო ბალანსია? იმიტომ, რომ კარგ ხარისხს გონივრულ ფასად უზრუნველყოფს? იმიტომ, რომ ეს პრობლემის გადაჭრის ყველაზე მრავალმხრივი და ნაკლებად ძვირი გზაა? თუ იმიტომ, რომ ეს, ისევე და ისევე, ორივეს კარგი შეხამებაა?

ზედსართავები რომ გამოვიყენოთ, თქვენი მკითხველები აგრესიულად განწყობილი სკეპტიკოსები იქნებიან, რომლებიც აფასებენ, მიაწოდეთ თუ არა დამაჯერებელი წინადადება. ისინი უნდა იყვნენ კიდევაც ასეთები, რადგან არასწორად განსაზღვრულმა პოლიტიკამ შესაძლოა ბევრ ადამიანს ავნოს. ასე რომ, ნებისმიერი პოლიტიკის დოკუმენტი ზედმიწევნით უნდა შემოწმდეს (იხილეთ თავი მემოების შესახებ).

● **დაიწყეთ მთავარი აზრით**

ყოველთვის შეთავაზებული სამოქმედო გეგმის მოკლე აღწერით უნდა დაიწყოთ. ვინ, რა, როგორ, როდის, სად და რატომ უნდა გააკეთოს? კითხვის დაწყებიდან ერთი წუთის განმავლობაში ნებისმიერი მკითხველი უნდა მიხვდეს, რის გაკეთებას ცდილობთ. შედარებით გრძელი წინადადებები ზოგადი მიმოხილვით იწყება. ზოგადი მიმოხილვა მაქსიმუმ ერთი მოზრდილი აბზაცისაგან შედგება და მთავარ აზრს გამოხატავს.

მკითხველისათვის წინადადების გასაცნობად დასაწყისში „პრობლემის დასმა“ ან „მიმოხილვა“ გაქვთ. ეს იგივეა, რაც სირთულის ელემენტი ნებისმიერ შესავალში (ზემოთ იხილეთ თავი შესავლის შესახებ). პრობლემის დასმის ნაწილში პრობლემა თქვენ მიერ შეთავაზებული სამოქმედო გეგმის სასარგებლოდ უნდა განსაზღვროთ ან შეფუთოთ. როგორც წესი, პრობლემის დასმა რაოდენობრივი მონაცემების შემცველი, მოკლე და კონკრეტული უნდა იყოს. მისი სიგრძე მკითხველზეა დამოკიდებული. მაგალითად, მკითხველებს, რომლებიც პრობლემის გადასაჭრელად თანხას გიხდიან, არ სჭირდებათ თქვენგან პრობლემის არსებობაში დარწმუნება, მაშინ, როცა მკითხველებს, რომლებსაც პრობლემის არსებობა გააზრებული არც კი აქვთ, სჭირდებათ, რომ პრობლემის მასშტაბი დაანახოთ და აჩვენოთ მისი უარყოფითი შედეგები, რომელთა შესახებაც ჯერ არაფერი იციან.

პოლიტიკის დოკუმენტი, ბევრი მიმართულებით, ესეც ჰგავს. თქვენ მიერ შეთავაზებული მოქმედება თეზისია. თქვენი არგუმენტები ცხადყოფს, რომ შეთავაზებულ თეზისს უფრო მეტი დადებითი მხარე აქვს, ვიდრე უაყოფითი და რომ მისი განხორციელება შესაძლებელია. როგორც ეს ესეც შემთხვევაში ხდება, ინფორმაციას იერარქიული სტრუქტურის მიხედვით ალაგებთ. ასე მკითხველს მის გაგებაში ეხმარებით. არგუმენტები ქვეარგუმენტებით გაამყარეთ – თვალში საცემი მონაცემებით, მაგალითებით, პრეცედენტებზე მითითებით, სამართლებრივი განხილვებით და ა.შ.

პოტენციურ პრობლემებზე საუბრისას მათი გადაჭრის გზებზეც ისაუბრეთ. ან, განმარტეთ, თუ რატომ არ არის მათი გადაჭრა მნიშვნელოვანი. იდეალურ შემთხვევაში, გამოსავალზე საუბრით დაიწყეთ („პასუხისმგებლობების ახლებურად გადანაწილების შესახებ ყველა მხარის თანხმობას მოველით” – უფრო გასაგებია, ვიდრე არგუმენტი, რომელიც ასე იწყება: „თუმცა მყარ პოზიციებზე მყოფი ოპონენტები იმავე საპირისპირო არგუმენტებით ისევ ხომ არ შეაფერხებენ რეორგანიზაციას? გამოცდილებამ გვიჩვენა, რომ...”) ეს მკითხველს ეხმარება თქვენი მსჯელობის მიმართულება გაიგოს.

● სტანდარტული ფორმატი

პოლიტიკის დოკუმენტის ფორმატები განსხვავდება, თუმცა ყველა ერთი და იმავე საფუძვლიდან გამომდინარეობს: რატომ არის შემოთავაზებული მოქმედება კარგი და როგორ უნდა განხორციელდეს?

ცხრილში მარტივი ფორმატია მოცემული. ამ ფორმატის გამოყენებით ამერიკული უნივერსიტეტი სტუდენტებისა და თანამშრომლების მხრიდან პოტენციური გაუმჯობესებების შესახებ შეთავაზებებს განიხილავს.

რეკომენდაციები პოლიტიკის დოკუმენტის შესახებ:

ვისთვის:

საკითხი:

პრობლემის დასმა

შემოთავაზებული ზომა

ძირითადი დაბრკოლებები/განხორციელებასთან დაკავშირებული გამოწვევები

ხელმოწერა:

თარიღი:

კიდევ ერთი, უფრო რთული ფორმატი შემდეგნაირია:

1. მიმოხილვა
2. წინადადება
3. პოტენციური დაბრკოლებები/საკითხები/კითხვები/შესაძლებლობები
4. განხორციელება
5. დანართი

მეორე ფორმატში დამატებით თქვენ მიერ შემოთავაზებული ვარიანტის განხორციელებასაც განიხილავთ. პირველ მაგალითში უნივერსიტეტის ადმინისტრაციამ თავად იცის, როგორ განახორციელოს კარგი წინადადება და არ არის საჭირო, ამის შესახებ თქვენ მოუყვეთ.

სხვა მხრივ, ზოგადი სტრუქტურა მსგავსია. რადგანაც თქვენ პრობლემის გადაჭრის გზას წარმოადგენთ და არა თავად პრობლემის აღწერას, **მიმოხილვა** ან პრობლემის დასმა მოკლე უნდა იყოს. მხოლოდ ის აღწერეთ, რატომ არის პრობლემა მნიშვნელოვანი. თქვენი მიზანია, მკითხველი შეთავაზებული გადაჭრის გზის ხარისხიანობაში დაარწმუნოთ და არა პრობლემის სერიოზულობაში.

აქცენტი და დეტალური ინფორმაცია თავად **წინადადებაზე** უნდა ფოკუსირდეს. ნათელი გახადეთ კონკრეტული გამიზნული შედეგები და ნუ შემოიფარგლებით მხოლოდ ზოგადი განზრახვით ცვლილების შესახებ. ვიზუალურად წამოიდგინეთ შედეგი, რომლისკენაც ისწრაფვით და გადმოეცით თქვენი ვიზუალიზაცია.

პოტენციური დაბრკოლებების შესახებ ნაწილის შემუშავების რამდენიმე გზა არსებობს. შეგიძლიათ, სხვადასხვა პოტენციური დაბრკოლების შესახებ ცალკე ქვეთავებში ისაუბროთ. მეორე გზა კი იმ კითხვების დასმაა, რომლებიც სავარაუდო მკითხველს გაუჩნდება. მათზე დამაჯერებელი პასუხები გაეცით. კითხვები გამსხვილებული ასოებით გამოყავით. „მთავარი აზრით დაწყების“ პრინციპზე დაყრდნობით შეგიძლიათ ქვეთავს „პრობლემები“ ან „შესაძლებლობები“ დაარქვათ და დაბრკოლებები შესაძლებლობებად განსაზღვროთ.

განხორციელებას მოქმედების ფორმულის მიხედვით განსაზღვრავთ: ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ გააკეთებს? დაიცავით ზოგადი წესები და მოქმედების შესახებ ინფორმაცია დეტალურად და კონკრეტულად გადმოეცით. მაგალითად, ვინ უნდა იყოს ჩართული ახალ გეგმაში? როგორ უნდა ჩაერთონ ისინი? კიდეც ვინ უნდა იყოს ინფორმირებული? რა სახის დახმარება გვჭირდება საინფორმაციო ტექნოლოგიების კუთხით? თუ განხორციელების პროცესი რთულია და წარმატება ცალსახა არ არის, განხორციელების რამდენიმე ეტაპი უნდა განსაზღვროთ. ყოველი ეტაპის დასრულების შემდეგ შეიმუშავეთ შედეგის შეფასების მექანიზმი. თუ თავდაპირველმა ზომებმა არ გაჭრა, მიზნის მისაღწევად დამატებითი ნაბიჯების შესაძლებლობა განიხილეთ. როგორია უკან დახვევის ვარიანტები? თქვენი წინადადება განსაკუთრებით დამაჯერებელი იქნება, თუ ნაწილობრივი წარუმატებლობის შემთხვევაშიც გარკვეულ სარგებელს მოიტანს.

დანართში წარმოადგენთ დამატებით ინფორმაციას, რომელიც შესაძლოა საჭირო იყოს, თუმცა ძირითად ტექსტში მისი ადგილი არ არის. აქ შეგიძლიათ ისაუბროთ სამართლებრივ ან სტატისტიკურ გარემოებებზე, წარმოადგინოთ ინფორმაცია თქვენ მიერ მოპოვებული მონაცემების შესახებ, განმარტოთ, თუ რისგან შედგება ეს მონაცემები. თუ თქვენი შედეგების ნაწილი საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვას ეფუძნება, კითხვარის ნიმუშს დაურთავთ. დაამატეთ რამდენიმე გვერდი ტერმინების განმარტებისა (ზოგჯერ ამას ლექსიკონსაც უწოდებენ) და ზოგადი ინფორმაციისათვის, რომელიც შესაძლოა დარგში ჩაუხედავმა ადამიანმა არ იცოდეს. ეს იმ შემთხვევაში, თუ დარგის სპეციალისტებისათვის წერთ, თუმცა გინდათ, რომ ტექსტი სხვებმაც გაიგონ (მაგალითად, სხვა მენეჯერებმა, რომლებიც ამ დარგის სპეციალისტები არ არიან).

წინადადებებისათვის კიდევ უფრო დახვეწილი ფორმატი შემდეგია:

- 1) შეჯამება
- 2) რატომ იწერება დოკუმენტი/მიმოხილვა
- 3) შემოთავაზებული ცვლილება
- 4) შემოთავაზებული ცვლილების დეტალური აღწერილობა
 - a) პრობლემა 1
 - i) პრობლემა
 - ii) გადაჭრის შესაძლო გზები
 - iii) გადაჭრის გზის შეთავაზება
 - b) პრობლემა 2...
- 5) როგორ შემუშავდა პოლიტიკის დოკუმენტი?
- 6) რა მოხდება შემდეგ
- 7) დანართი

ამ ფორმატის გამოყენება შეიძლება პოლიტიკის კომპლექსური ცვლილების შეთავაზების დროს, რომელიც გავლენას სხვადასხვა ჯგუფზე იქონიებს. ამის მაგალითია საბანკო კანონმდებლობის ცვლილება. წინა ფორმატებისაგან ეს ფორმატი იმით განსხვავდება, რომ მასში რამდენიმე პრობლემა დეტალურადაა განხილული. ასევე, დოკუმენტში გადაწყვეტილების მიღების პროცესის გამჭვირვალობის ჩვენების მცდელობა იკვეთება. პოტენციური დაბრკოლებების შესახებ შემოთავაზებული გადაჭრის გზის განხილვისას საუბარი. ეს გზა განხილულია, როგორც ყველაზე ნაკლები არასასურველი შედეგების მქონე.

ყურადღება მიაქციეთ მჭიდრო კავშირს პრობლემის განხილვასა და შემოთავაზებულ გამოსავალს შორის. სათაური „რა მოხდება შემდეგ?“ პროცესის გამჭვირვალობას უწყობს ხელს. ყველა მხარემ იცის, რას უნდა მოელოდეს. მთლიანი სამართლებრივი ტექსტი და ტერმინთა განმარტებები შესაძლოა დანართში განთავსდეს. სათანადოდ ორგანიზების შემთხვევაში ასეთი პოლიტიკის დოკუმენტი შესაძლოა 50-გვერდიანი იყოს, თუმცა მაინც იკითხებოდეს.

რა თქმა უნდა, ფორმატი, შესაძლოა, კონკრეტულ საჭიროებებს მოერგოს, თუმცა ძირითადი სტრუქტურა იგივე რჩება. დიაგნოზი და მკურნალობა: პრობლემა ნათლად უნდა იყოს გადმოცემული და მკითხველი უნდა დარწმუნდეს, რომ მკაფიოდ ჩამოყალიბებულ კრიტერიუმებზე დაყრდნობით, დოკუმენტი გადაჭრის საუკეთესო გზის შეთავაზებაა.

პოლიტიკის ვარიანტები

დროდადრო შესაძლოა პოლიტიკის სხვადასხვა ვარიანტზე რეკომენდაცია მოგთხოვონ. ისევე და ისევე, სტრუქტურა ესეც სტრუქტურის მსგავსია. თქვენი თეზისია: „ეს განლავთ ჩვენს ხელთ არსებული სამი/ოთხი/ხუთი შესაძლო ვარიანტი.“ თქვენი მიზანია აჩვენოთ, რომ თითოეული ვარიანტი განხილვის ღირსია. ეს ნახმარი მანქანის ყიდვის მსგავსი პროცესია. ფასსა და ხარისხთან მიმართებით რამდენიმე ვარიანტი არსებობს: შესაძლოა იყიდებოდეს 10 წლის კარგი ხარისხის მანქანა 3350\$-ად, 5 წლის საშუალო ხარისხის მანქანა 4200\$-ად და სამი წლის შედარებით დაბალი ხარისხის ნაავარიევი მანქანა 5000\$-ად.

პოლიტიკის ვარიანტებზე მუშაობისას ისევე იქცევით, როგორც ნახმარი ავტომობილების ბაზრობაზე. უნდა დაადგინოთ, რა შესაძლებლობები გაქვთ, რა არჩევანის წინაშე დგახართ. ჩამოთვალეთ თქვენთვის მნიშვნელოვანი ყველა კრიტერიუმი (ფასი, რისკი, ხარისხი, მუშაობა და ა.შ.) და აჩვენეთ, როგორ შეესაბამება ამ კრიტერიუმებს თითოეული ვარიანტი. თითოეული არჩევანი კრიტერიუმებს მაქსიმალურად ნათლად დაუკავშირეთ. პოლიტიკის შეთავაზებისა და ნახმარი მანქანების არჩევისას გაუკვალავ ტერიტორიაზე იკვლევთ გზას. პრობლემების აღმოჩენა, რომელმაც მომავალში შეიძლება არაერთი სირთულის წინაშე დაგაყენოთ, მხოლოდ მკაცრი შემოწმების დახმარებით შეგიძლიათ.

გადაწყვეტილების მისაღებად სრული ინფორმაცია საჭირო. ხშირ შემთხვევაში, სხვადასხვა ვარიანტში ესა თუ ის მახასიათებელი სხვადასხვა კომბინაციით იქნება წარმოდგენილი. ისინი განსხვავებულ შედეგებს წარმოშობენ. ხარჯებისა და შემოსავლის ურთიერთმიმართება განსხვავებულია, ისევე, როგორც რისკებისა და სარგებლის. მაგალითად, ძირეული საპენსიო რეფორმის გატარებას უფრო მაღალი რისკი აქვს, თუმცა, შეიძლება, პოტენციურად უფრო მეტი სარგებელი მოიტანოს. შედარებით მოკრძალებული ცვლილების შედეგების გათვლა უფრო მარტივია, თუმცა ეს ეკონომიკას (და პენსიონერებს) იმდენად ვერ დაეხმარება. მყარი კონსტრუქციის მქონე ხიდის აშენება დასაწყისში უფრო მეტ ხარჯს მოითხოვს, მაგრამ მომავალში ნაკლებად ხარჯიანი იქნება, რადგან ყოველ ხუთ წელიწადში შეკეთება არ დასჭირდება. კარგად წარმოაჩინეთ ვარიანტებთან დაკავშირებული შესაძლო კომპრომისები. საბოლოოდ მიღებული გადაწყვეტილების ხარისხი იმ ინფორმაციის ხარისხზეა დამოკიდებული, რომელიც გადაწყვეტილების მიღებისას იყო ხელმისაწვდომი. ამ დავალების საუკეთესოდ შესასრულებლად ღირს მაქსიმალური ძალისხმევის გაწევა.

სხვადასხვა ვარიანტის უპირატესობები და ნაკლი სრულად აღწერეთ. ამის ერთ-ერთი ხერხი ADI-მეთოდია. – უპირატესობა (advantage), ნაკლი (disadvantage) და საყურადღებო გარემოებები (points of interest). საყურადღებო გარემოებებში აღწერთ, თუ რა არის საყურადღებო, თუმცა არა ცალსახა ამ კონკრეტულ ვარიანტთან დაკავშირებით. ეს საშუალებას გაძლევთ, მიუთითოთ ყველაფერი, რაც ცალსახად უპირატესობა ან ნაკლი არ არის.

ვარიანტების წარდგენისას შეიძლება ცდუნება გაგიჩნდეთ, რომ ორ შეუძლებელ ვარიანტს შორის რომელიმე პირადად აირჩიოთ. კომპანიამ რომ უმნიშვნელო დავალებების შესასრულებლად, მანქანების ბაზრობაზე მანქანის შესარჩევად გაგზავნოთ, თქვენი წინადადება იქნება:

1. ახალი „როლს-როისი“
2. თქვენი ბიძაშვილის „ფოლკსვაგენი“ საკმაოდ შეღავათიან ფასში
3. 1998 წლის „ნივა“ (რომელიც ჯერ კიდევ ზუგდიდშია)

ამ ხერხმა, თუ მას პოლიტიკის ვარიანტებს მივუსადაგებთ, შესაძლოა ერთხელ ან ორჯერ გაჭრას, თუმცა ხშირ შემთხვევაში, ეს პროფესიული თვითმკვლელობის რისკია. თუ გადაწყვეტილების მიმღებმა პირმა აღმოაჩინა, რომ არსებობს სხვა ვარიანტებიც და დოკუმენტში არ შეგიტანიათ, ნდობას დაკარგავთ. ნდობა ნებისმიერი კონსტრუქციული საქმიანი ურთიერთობისათვის ძირეულია. ყოველ ჯერზე, როდესაც გადაწყვეტილების მიმღები პირი თქვენგან წინადადებას მიიღებს, ეჭვი შეეპარება – „ყველა ვარიანტია შეტანილი? რამე ხომ არ დამიმალეს?“ – ეს თქვენდამი ნდობას კარგავს. წარმოადგინეთ მხოლოდ რეალური ვარიანტები და დეკორაციული მიზნებისათვის დამატებით ვარიანტებს ნუ მოიგონებთ.

პოლიტიკის ანალიზი

პოლიტიკის ანალიზი პოლიტიკის წინადადების უფრო აკადემიური ვერსიაა. მას არა ორგანიზაციის თანამშრომლები, არამედ უნივერსიტეტის პროფესორები ან კვლევითი ორგანიზაციები წერენ. მისი მიზანი არ არის დაუყოვნებლივ განსაზოციელებელი პოლიტიკის შეთავაზება, ის გარეშე თვალთ დაწინააღმდეგე პოლიტიკის ფართო ანალიზია. მთავარი განსხვავება, როგორც ამას სათაური მიუთითებს, ის არის, რომ ეს დოკუმენტი, პირველ რიგში, პრობლემის საფუძვლიან ანალიზს მოიცავს. რეკომენდაციები ან დისკუსია შესაძლოა ვარიანტების შესახებ ბოლოშია მოცემული და ნაკლები ადგილი უჭირავთ. რადგანაც ეს პოლიტიკის წინადადება არ არის, განხორციელების დეტალური განხილვის საჭიროება არ დგას.

ამ ფორმატის უპირატესობა ის არის, რომ სიტუაციას მეტ-ნაკლებად ობიექტურად აღწერს. პოლიტიკის ანალიზი პოპულარულია იმ შემთხვევებში, როდესაც ანალიზისა და შეთავაზებული გადაჭრის გზების გაყოფა გვსურს. მსგავსი ანალიზი უფრო დეტალური წინადადების შემუშავების წინაპირობა შეიძლება გახდეს. ის გამოსადეგია დიდი ორგანიზაციებისათვის, კორპორაციების ჩათვლით, ან ნებისმიერ რთულ პოლიტიკურ, სოციალურ თუ ეკონომიკურ კონტექსტში. აქ აქცენტი დიაგნოზზე კეთდება და არა გადაჭრის გზების შემუშავებაზე.

მრავალმხრივი მოვლენების ანალიზისას ყველა მხარის ხედვები სრულად უნდა წარმოადგინოთ. ასევე, უნდა წარმოადგინოთ მოვლენათა დინამიკა და მისი კავშირი სხვა საკითხებთან. ეს შესაძლოა იყოს ფინანსური თუ ეკონომიკური სტიმულები. „ვიკილიქსზე“ განთავსებული ამერიკელი დიპლომატების მიმოწერა ამ კუთხით კარგი სახელმძღვანელოა, რადგანაც მათში სხვადასხვა საკითხი სიღრმისეული ანალიზის შედეგად უკავშირდება ერთმანეთს.

ანალიზისათვის სასარგებლო მიდგომად კლასიკური SWOT ანალიზი მიმაჩნია, რომელშიც ძლიერ მხარეებს, სისუსტეებს, შესაძლებლობებსა და საფრთხეებს აღწერთ. ეს ანალიზი ნებისმიერი სტრატეგიის საფუძველია: დაეყრდენით ძლიერ მხარეებს, მინიმუმამდე დაიყვანეთ სუსტი მხარეები, გამოიყენეთ შესაძლებლობები და გააუვნებელყავით (ყოველ შემთხვევაში, გეგმაში იქონიეთ) საფრთხეები. ამასთან, SWOT-ი უკუკავშირის ფორმატიცაა. ადამიანებს ის მისაღებად მიაჩნიათ, რადგან მათი ძლიერი მხარეების ხაზგასმით იწყება.

ძლიერი და სუსტი მხარეები აწმყოში არსებობს, ორგანიზაციის შიგნით. შესაძლებლობები და საფრთხეები მომავალში იარსებებს. ისინი გარე ფაქტორებს წარმოადგენენ, არ არიან ორგანიზაციის მახასიათებლები. კომპეტენტური პროგრამისტები ძლიერი მხარეა. კურსდამთავრებულების შესაძლებლობების გაუმჯობესების მიზნით კვლევით ლაბორატორიასთან თანამშრომლობა შესაძლებლობაა. სტრატეგიული დაგეგმარების სიმწირე სისუსტეა, ძლიერი კონკურენტები კი – საფრთხე. იგივე თქვენ, ამ თავის მკითხველს, რომ მიგუსადაგოთ: სწავლის სურვილი და გამოხატული ნება სიძლიერეა, კარგი სახელმძღვანელო მასალის ხელმისაწვდომობა – შესაძლებლობა.

SWOT ანალიზი პროგრამების შეფასებისას გამოიყენება. ამ ანგარიშების სარჩევი ქვემოთაა მოცემული:

1. შეჯამება
2. პროგრამის აღწერა
3. პროგრამის გაცხადებული მიზნები

4. შედეგები

- a. ძლიერი და სუსტი მხარეები
 - b. შესაძლებლობები
 - c. საფრთხეები
 - d. ძლიერი და სუსტი მხარეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების მიმოხილვა (ერთ გვერდზე)
5. საუკეთესო პრაქტიკის მაგალითები (ჩემ მიერ მოძიებული საუკეთესო პრაქტიკის მაგალითები, რათა აღამიანებმა ერთმანეთისგან ისწავლონ)
 6. მეთოდოლოგია
 7. დასკვნები (ზემოთ მოყვანილი რეკომენდაციების გამყარება)

რეკომენდაციები ძლიერი და სუსტი მხარეებიდან, შესაძლებლობებიდან და საფრთხეებიდან პირდაპირ გამომდინარეობს. ანგარიში პროგრამისა და მისი გაცხადებული მიზნების აღწერით დავიწყე, რითაც, შესაძლოა, მესამე პრინციპს (დაიწყეთ დასკვნით) გადავუხვიე. ეს იმიტომ გავაკეთე, რომ მეორე პრინციპის თანახმად, მკითხველებმა კრიტიკიუმების შესახებ უნდა იცოდნენ. მეთოდოლოგიის ნაწილი ბოლოში განვათავსე, რათა მკითხველებმა შეძლონ ჩემი მიდგომის შესახებ ინფორმაციის მოძებნა (ზოგადად, არაკადემიურ ნაშრომებში მეთოდოლოგია ბოლოში დაწერეთ).

პოლიტიკის ანალიზის ფორმატი გამოსადეგია, როდესაც არაადეკვატურია პირდაპირ განაცხადოთ, რომ არსებული პოლიტიკა ჩავარდა. ერთი ნაბიჯით უკან დახვევითა და ჯანსაღი, დიპლომატიური ანალიზის წყალობით გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს ფართო სურათს ახსენებთ. შეგიძლიათ აღნიშნოთ, რომ თავდაპირველი მიზნები შეუსრულებელი დარჩა, დოკუმენტის ბოლოს კი ფრთხილად შესთავაზოთ „პოლიტიკა, რომელმაც, შესაძლოა, უფრო გაამართლოს.“ ეს ნაკლებად აგრესიული მიდგომაა, ვიდრე პოლიტიკის შესახებ დოკუმენტი, რომელიც მიმართულების რადიკალურ ცვლილებას ითხოვს.

შეჯამება

შედარებით გრძელ წინადადებებს მოკლე შეჯამება უნდა ახლდეს. შედარებით გრძელი აქ ხუთ გვერდზე მეტს გულისხმობს. ეს არის ტექსტები, რომელთა წაკითხვასაც 3-5 წუთზე მეტი დრო სჭირდება. შეჯამება დოკუმენტის ყველა ელემენტს აერთიანებს. ასე ვთქვათ, ეს თქვენი თეზისი და ძირითადი არგუმენტებია. შეჯამება ნათლად უნდა იყოს ფორმულირებული. ის ლაკონიური და კონკრეტულია. გამოყოფთ თქვენი პოლიტიკის დოკუმენტის შედეგად შემუშავებულ ძირითად რეკომენდაციებს. უმეტეს შემთხვევაში, შეჯამება ერთ ვრცელ აბზაცზე მეტი არ უნდა იყოს.

• პროცედურა

პროცედურა დაახლოებით ესეს წერის დროს გამოყენებული DAGOR-ის მსგავსია. განსხვავება ის არის, რომ წინადადების დეტალურ აღწერასა და განხორციელებასთან შედარებით ვიწრო საკითხია არჩეული. ასევე, განსხვავებულია კონტექსტი, რადგან პოლიტიკის წინადადებების დაწერა, როგორც წესი, დავალება ან ანაზღაურებადი საქმიანობაა. ვლინდება პრობლემა, რის შემდეგაც თქვენს ორგანიზაციას, ამ პრობლემასთან გამკლავების მიზნით, წინადადების წარდგენას სთხოვენ. თავისთავად, პრობლემის ანალიზის ეკონომიკური, სამართლებრივი, ისტორიული, სოციოლოგიური ან წმინდა პრაქტიკული მიდგომები არსებობს. რა მიდგომაც არ უნდა აირჩიოთ, დარწმუნდით, რომ ის სიღრმისეულად და დამაჯერებლად გააანალიზეთ. საჭიროების შემთხვევაში, თქვენს უფროსს (ან კლიენტს) პრობლემის არსის შეცვლა სთხოვეთ და მის დარწმუნებას შეეცადეთ. აუცილებელია, რომ პრობლემას საჭირო კუთხიდან მიუდგეთ. კარლ მარქსი, გარკვეულწილად, მართალი იყო, როცა ამბობდა, რომ შეკითხვის სწორად დასმა პასუხის ტოლფასია.¹⁰

პრობლემის სიღრმისეულ ანალიზზე მუშაობის პროცესში არსებობს რისკი, რომ სრულ სურათს ვეღარ აღიქვამთ. ერთ საკითხს მეორე მოსდევს, რაც ყურადღებას გიფანტავთ. ისევ და ისევ უნდა გახსოვდეთ თქვენი მიზანი, სამოქმედო არეალი და პროექტის შეზღუდვები. საკუთარი თავისათვის მიზნის შეხსენება ძირითად თემასთან გაბრუნებთ და მიგიბრუნებთ, რომ საქმე უნდა დაასრულოთ; თუ დოკუმენტს ვერ დაასრულებთ, ის ვერასოდეს განხორციელდება. სამოქმედო არეალისა და შეზღუდვების შეხსენება გწყვეტთ ისეთ დეტალებს, რომლებიც თქვენთვის იმ მომენტში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, თუმცა,

10 თუ პოლიტიკის დოკუმენტების შესახებ მეტის ცოდნა გასურთ, დაგეხმარებათ კრისტინ მორისისა და რეიმონდ სტრუიკის Policy Analysis for Effective Development: Strengthening Transition Economies, Rienner Publishers, London/Boulder, 2006. წიგნი ყველაფერს დაწვრილებით აღწერს და პრაქტიკულია. იუჯინ ბარდახის A Practical Guide for Policy Analysis: The Eightfold Path to More Effective Problem Solving, 4th Edition, Sage, London, 2012. მისი პირველი ნაბიჯები მოიცავს განსაზღვრა და თავმოყრას, შემდეგ კი ის უფრო ვრცლად აღწერს პროცესებს.

ძირითადი პრობლემის გადაჭრის გზის მოძიებაში არ გენმარებათ. თუ ეს გამოგადგებათ, მთავარი შეკითხვა ოფისის კედელზე გაკრულ ფურცელზე ან დაფაზე დაწერეთ, რომ ყოველთვის განსოვდეთ.

როგორც წესი, სხვა ექსპერტებთან კონსულტაცია და ინტერვიუების ჩატარება დაგჭირდებათ. საუბრები და ინტერვიუები სხვა კონტაქტების მოძიებაში დაგენმარებათ. ამ გზით, ასევე, მოიპოვებთ ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ როგორ მიუდგეთ პრობლემას ან რა პროცედურები უკავშირდება მას. გარდა ამისა, მოიძიებთ სხვადასხვა სახის მონაცემს, მათ შორის სტატისტიკურ ინფორმაციას, სახალისო ფაქტებსა და ზოგად, მიმოხილვით ინფორმაციას.

როგორც წესი, ინტერვიუების ჩატარებას DAGOR-ის პირველი წრის დასრულების შემდეგ იწყებთ – უკვე განსაზღვრეთ პრობლემა, თავი მოუყარეთ სათანადო ოდენობის ინფორმაციას და ის შესაბამისად დააჯგუფეთ და დაალაგეთ. შემოწმებისას აღმოაჩენთ, რომ ანალიზის დასასრულებლად კიდევ რამდენიმე კითხვაზე პასუხი გესაჭიროებათ. თუმცა, ინტერვიუების ჩატარების საუკეთესო დრო ასე მკაცრად არ არის განსაზღვრული. ზოგ შემთხვევაში, ღირს ექსპერტებთან უფრო ადრე გასაუბრებაც, განსაკუთრებით მათთან, ვინც საჭირო მეთოდოლოგიას კარგად იცნობს (და სურვილი აქვთ, ეს ცოდნა გაგიზიარონ).

ინტერვიუების დაგეგმვისას საჭირო ადამიანები მოძებნეთ. მათ შესაბამისი ავტორიტეტი და ცოდნა უნდა ჰქონდეთ. დაუკავშირდით ელექტრონულად ან ტელეფონით, განუმარტეთ თქვენი მიზანი და შეხვედრა სთხოვეთ. ინტერვიუმდე საკითხის შესახებ მაქსიმალურად ბევრი ინფორმაცია მოიძიეთ. ეს საჭიროა კონკრეტული შეკითხვების მოსამზადებლად, რომ თქვენს რესპონდენტს საზოგადოდ ცნობილი ზოგადი გარემოებების თქვენთვის განმარტება არ დასჭირდეს. შესაძლებლობის შემთხვევაში, რესპონდენტს აცნობეთ თემები, რომლებზე საუბარიც გასურთ.

როდესაც კვლევით ორგანიზაციას ვხელმძღვანელობდი და ვალდებულებებით ვიყავი დატვირთული, დიდი სიამოვნებით ვუთმობდი მკვლევრებს ერთ საათს, თუ ისინი მომზადებულები იყვნენ და კონკრეტული საკითხის შესახებ ჩემი ნაწერები ინტერვიუმდე ჰქონდათ წაკითხული. თითქმის ყველა მომზადებული მოდიოდა. ალბათ, სხვა ადამიანებიც ასევე მზად არიან ურთიერთობისათვის, თუ შესაძლებლობას მისცემთ, რომ მათთვის საინტერესო თემებზე ისაუბრონ.

ინტერვიუს დროს მთავარი გონივრულობა და თავაზიანობაა. ინტერვიუზე დათქმულ დროს გამოცხადდით, გამორთეთ მობილური ტელეფონი, კედლებზე გრაფიტი არ დახატოთ და ა.შ. დასაწყისში რესპონდენტს აკადემიურად ჩამოუყალიბეთ პროექტის არსი, მისი მიზნები და ამოცანები, რომ მას შეექმნას სწორი შთაბეჭდილება თქვენთვის საინტერესო

ინფორმაციის შესახებ. შეხვედრის დროს დისკუსია მხოლოდ საკითხის გარშემო გამართეთ, შეძლებისდაგვარად ნაკლები ისაუბრეთ და რესპონდენტს ნუ შეეწინააღმდეგებით. ჰკითხეთ, შეგიძლიათ თუ არა ინტერვიუს ჩაწერა. თუმცა, ხშირად ეს აუცილებელი არ არის. თუ კარგად ხართ ინფორმირებული, თითოეული სიტყვის ჩაწერა აუცილებელი არ არის. მოკლე ჩანაწერებიც საკმარისია. თუ მოკლე ჩანაწერების გაკეთება არ გეხერხებათ, ინტერვიუს დროს მხოლოდ თარიღები და ყველაზე მნიშვნელოვანი ელემენტები მოინიშნეთ, ძირითადი ციტატების ჩათვლით, ინტერვიუს დამთავრებისთანავე კი ძირითადი პასუხები ჩამოწერეთ. ციტირებისათვის ნებართვა ითხოვეთ და გადასამოწმებლად ინტერვიუს ჩანაწერის გაგზავნა შესთავაზეთ. საჭიროების შემთხვევაში, Chatham House-ის წესები შესთავაზეთ. ეს ნიშნავს, რომ ინფორმაციის გამოყენება წყაროს მითითების გარეშე შეგიძლიათ. ეს ადამიანებს ზოგიერთ საკითხზე უფრო თავისუფლად საუბრის საშუალებას მისცემს.

ეტიკეტი ინტერვიუს შემდეგ მოკლე სამადლობელი წერილის გაგზავნას მოითხოვს. შეგიძლიათ რესპონდენტს ინტერვიუს შემდეგ დაუკავშირდეთ და მისი ნათქვამის დაზუსტება ან განვრცობა სთხოვოთ. თუმცა, მის დროს ბოროტად ნუ გამოიყენებთ. თუ ეს შესაძლებელია/მართებულია, შეგიძლიათ დოკუმენტის ასლის გაგზავნა შესთავაზოთ, როცა მასზე მუშაობას დაასრულებთ.

თუ თქვენი პოლიტიკის ანალიზის დოკუმენტის პრეზენტაციას ატარებთ, რესპონდენტები დაპატიჟეთ. პრეზენტაცია თქვენ მიერ შეთავაზებულ ცვლილებებზე დისკუსიის გაშლის შესანიშნავი საშუალებაა, რადგან დაინტერესებული საზოგადოება ერთადაა შეკრებილი. ამ კონტექსტში გახსოვდეთ, რომ პოლიტიკის კვლევა და ინტერვიუები შესაძლო გადაჭრის გზებზე დისკუსიის შემადგენელი ნაწილი შეიძლება იყოს.

მსგავსი ინტერვიუების დროს გაკეთებული თქვენი შენიშვნები მოაწესრიგეთ. შეიძლება ისინი კვლავ დაგჭირდეთ, განსაკუთრებით, თუ სხვადასხვა ადამიანის ნათქვამს ერთმანეთს ადარებთ. თქვენ მიერ მოპოვებულ ნებისმიერ მნიშვნელოვან ინფორმაციას, თუ ამის შესაძლებლობა არსებობს, წყაროები უნდა ადასტურებდეს.

სხვა მხრივ, თქვენ მიერ ჩატარებული კვლევის სახე თქვენს გამოცდილებასა და თავად პრობლემაზეა დამოკიდებული. რა თქმა უნდა, დასაბუთებული მონაცემების მიღების სხვადასხვახერხიარსებობს. თქვენი კვლევის მეთოდების ანდოუნდა იყოს. თუ სტატისტიკას იყენებთ, მასთან მუშაობა უნდა შეგეძლოთ. არსებობს არაერთი სახელმძღვანელო (და საუნივერსიტეტო კურსი), რომლებიც თქვენთვის შესაბამის სფეროში ბაზისურ ცოდნას მოგცემთ.

ყველაზე მნიშვნელოვანი DAGOR-ის ბოლო ეტაპია. თქვენი გეგმა კიდევ და კიდევ გადაამოწმეთ, სრულყოფილებამდე. მასალას საფუძვლიანად დაეუფლეთ და დარწმუნდით, რომ თქვენი განცხადებები სწორია. ცუდი ესე მკითხველს თავს მოაბეზრებს და შეიძლება ცუდი ნიშანი მიიღოთ. ცუდი პოლიტიკის დოკუმენტი ან საპროექტო განაცხადი კი თქვენს პროფესიულ რეპუტაციას ვნებს. რისკები მაღალია. იმუშავეთ გამოცდილ კოლეგებთან ერთად და რაც შეიძლება მეტი ითანამშრომლეთ. როგორც ამას ნებისმიერი სხვა ტიპის დოკუმენტის შემთხვევაში გააკეთებდით, შეაგროვეთ კარგი პოლიტიკის დოკუმენტები და საპროექტო განაცხადები და მათგან რაც შეიძლება მეტი ისწავლეთ.

● დაიმახსოვრეთ

კვლევისათვის მომზადებისას გაითვალისწინეთ, თუ რას ამბობენ სხვა ქვეყნების კვლევითი ორგანიზაციები ამ პრობლემის გადაჭრის გზების შესახებ ან იმ სიძნელების შესახებ, რომლებსაც განხორციელების ეტაპზე წააწყდნენ. ამისთვის საინტერესო წყაროა www.findpolicy.org, ეს საძიებო გვერდი კვლევით ორგანიზაციებზეა ორიენტირებული. ეს წყარო ჩემთვის შევქმენი, თუმცა ყველასათვის სასარგებლო რესურსია და უფასოდაა ხელმისაწვდომი. რაც უფრო კონკრეტულია თქვენი ძიება, მით უფრო უკეთეს შედეგებს იპოვით.

პოლიტიკის დოკუმენტის საზოგადოებისათვის წარდგენამდე ორგანიზაციის შიგნით კონსულტაციები დასრულებული უნდა იყოს. დოკუმენტის გასაჯაროების შემდეგ ის თქვენი ორგანიზაციის პოზიციად აღიქმება. საჯარო პრეზენტაციამდე ორგანიზაციის შიგნით პრეზენტაციის ჩატარების შესაძლებლობა განიხილეთ, რომ რეაქციები ნახოთ. ორგანიზაციის სანდოობა დამოკიდებულია მის უნარზე, ყოველ ჯერზე უმაღლესი ხარისხის პროდუქტი წარადგინოს. მკაცრი შიდა კონტროლის მექანიზმები აუცილებელია.

პრაქტიკაში ხელთ გაქვთ სხვადასხვა ფორმატი და, ამ მხრივ, გარკვეულწილად, თავისუფალი ხართ. ბრიტანეთში, ე.წ. „თეთრი დოკუმენტი“ (“White Paper”) სამთავრობო პოლიტიკის ინიციატივაა, რომელსაც ხშირად თან ახლავს კანონპროექტი. დოკუმენტი ზედმიწევნით დეტალური და სრულყოფილად დამუშავებული უნდა იყოს, მაშინაც კი, თუ ჯერ კონსულტაციების ეტაპზეა. ე.წ. „მწვანე დოკუმენტები“ (“Green Papers”), როგორც ამას ბრიტანეთში უწოდებენ (სხვა ქვეყნებში მათ საკონსულტაციო დოკუმენტებად მოიხსენიებენ), ნაკლებად ფორმალური ხასიათის დოკუმენტებია. ისინი პოლიტიკას უფრო ზოგადად მიმოიხილავენ და სავალდებულო განაცხადებს არ შეიცავენ. დიპლომატიურ და მსხვილ საერთაშორისო ორგანიზაციებში არსებობს ე.წ. “non papers” (ადრე მას aide-mémoire-ს უწოდებდნენ). ეს იდეების განსახილველი, მოკლე დოკუმენტებია, სათაურისა

და წყაროების გარეშე. ასეთი ფორმატი ახალი წინადადებების გავრცელებას უწყობს ხელს. ასე რომ, საკუთარი იდეების წარმოდგენა სხვადასხვა ფორმატითაა შესაძლებელი.

პოლიტიკის დოკუმენტები, შესაძლოა, მემოს მსგავსიც იყოს. ორივეს მიზანი რეკომენდაციების გაცემაა. პოლიტიკის წინადადების კონკრეტული მიზანი მოქმედების შეთავაზებაა. მემოები კი შიდა დოკუმენტებია და, როგორც წესი, მოკლეა. თუ მემო, რომელიც გარკვეული მოქმედებისაკენ მოწოდებას შეიცავს, ვრცელი და დეტალიზებულია, შეგიძლიათ მას პოლიტიკის შესახებ რეკომენდაციები დაარქვათ და გაგზავნოთ მოკლე მემოსთან ერთად, რომელიც წინადადების არსს აღწერს.

მსხვილი ორგანიზაციები და ბიუროკრატიები ზოგჯერ მიიჩნევენ, რომ მათი მოვალეობა წინასწარ განჭვრეტადი გარემოს შეთავაზებაა. ისინი შეიმუშავებენ მსოფლმხედველობას, რომელიც სამ პრინციპს ეფუძნება:

1. „ეს ასე არასოდეს გაგვიკეთებია“ (ნებისმიერი წინადადების უარყოფისას, რომელიც რაიმე რისკს შეიცავს).
2. „ყოველთვის ასე ვაკეთებთ“ (არსებული პროცედურების შენარჩუნების მიზნით, რადგან წინასწარ განჭვრეტადობა ყველაფერს ამარტივებს).
3. „რა მოხდება, ყველამ რომ იგივე მოითხოვოს?“ (პრეცედენტის შექმნის თავიდან ასაცილებლად; შეიძლება სხვებმაც მისდიონ და ბოროტად გამოიყენონ).

რაიმე ახალი გზის შეთავაზებისა და თქვენი წინადადების შესაბამისად მორგებისას მსგავსი უარყოფითი დამოკიდებულებისათვის მზად უნდა იყოთ.

იყავით დეტალებზე ორიენტირებული, წერეთ ზუსტად და მკაფიოდ. თქვენი მიზანია, რომ თქვენმა პოლიტიკის დოკუმენტებმა კარგი შთაბეჭდილება მოახდინოს. საკითხის გარშემო ბევრად უფრო მეტ ინფორმაციას უნდა ფლობდეთ, ვიდრე ეს თქვენს დოკუმენტშია მოცემული. ნებისმიერ მოსალოდნელ კითხვაზე პასუხი მზად უნდა გქონდეთ და მომზადებული უნდა იყოთ შეხვედრისათვის, რომელზეც თქვენს წინადადებას განიხილავენ.

დაბოლოს, ცოტა ბრენდინგიც გამოიყენეთ. იდეებსა და წინადადებებზე მუშობისას მათ მკაფიოდ და მიმზიდველი სათაურები შეურჩიეთ, რომლებშიც გამოსავალია ნაგულისხმევი. ეს ადამიანებს დაამახსოვრდებათ. საინტერესო იმიჯი სიახლეების დანერგვაში დაგეხმარებათ.

ანგარიში

დოკუმენტი, რომლის მეშვეობითაც ინფორმაციას ავრცელებთ

● განსაზღვრეთ მიზანი

ანგარიშები ინფორმაციის გასავრცელებლად იქმნება. მათი მიზანია, რომ გადაწყვეტილების მიღება შესაძლებელი გახდეს. ხშირად ანგარიშებს ცენტრალიზებულად უყრიან თავს. შემდეგ მათ აღარებენ და აჯერებენ ვითარების მონიტორინგისა და შესაბამისად რეაგირების მიზნით.

მიუხედავად იმისა, რომ ანგარიში ესეც მსგავსად იწერება, მათი შინაარსი მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისაგან. ანგარიშები ისე უნდა დაიწეროს, რომ მათთან შეწინააღმდეგება რთული იყოს. ისინი მონაცემებით გამყარებულ მშრალ ფაქტებს უნდა ეფუძნებოდეს. იდეალურ შემთხვევაში, თქვენი ანგარიშის შინაარსს ისინიც უნდა ეთანხმებოდნენ, ვინც თქვენს ხედვებსა და ინტერპრეტაციებს ეწინააღმდეგება. ანგარიშის შინაარსს რაც შეიძლება მეტი ადამიანი, რაც შეიძლება სრულად უნდა ეთანხმებოდეს.

ესეგან იმითაც განსხვავდება, რომ თქვენი შეფასებების წარმოდგენას არავინ გთხოვთ და გამოკვეთილი თეზისიც არ გჭირდებათ. ნაცვლად ამისა, ფაქტებზე კონცენტრირდებით.

თუმცა, პრაქტიკაში საქმე არც ისე მარტივადაა. თქვენთვის საყურადღებო ფაქტებს თავად ირჩევთ, ეს კი განსჯის უნარს მოითხოვს. თუ ანგარიშს წარმატებულ სკოლაზე წერთ, უნდა გამოავლინოთ, თუ რა ფაქტორები განაპირობებს ამ სკოლის წარმატებას. შესაძლოა, ზოგიერთი ადამიანი არ დაგეთანხმოს. მაგალითად, ზოგს მიაჩნდეს, რომ ტესტებში კარგი შედეგების მიზეზი სპეციალური საგანმანათლებლო პროგრამა კი არა, დირექტორის მოადგილის მენეჯმენტში გამოცდილებაა. პრაქტიკაში ეს ყველაფერი საფრთხილია. გარანტია არ გაქვთ, რომ დაგეთანხმებიან, რადგან ადამიანებს სხვადასხვანაირი მსოფლმხედველობა აქვთ: გარემოს დამცველები და უძრავი ქონების დეველოპერები ვერანაირ ფაქტებზე ვერ შეთანხმდებიან.

და მაინც, ანგარიშის ავტორი კამათის მიღმა რჩება და საკუთარ აზრებს არ ახმოვანებს. ანგარიშის მიზანი სხვებისათვის გადაწყვეტილების მიღების შესაძლებლობის მიცემა და არა მათთვის ავტორისეული გადაწყვეტილებების თავზე მოხვევა.

სტანდარტიზებული ანგარიშები ყველაზე ეფექტურია. ასეთი ანგარიშები ცვლილებებისა და შესაბამისი განსხვავებების მონიტორინგის სანდო საშუალებაა. სტანდარტიზაცია ნიშნავს, რომ ორგანიზაციას ერთიანი სტილი და ფორმატი აქვს შემუშავებული. თელავში დაწერილ

ანგარიშსა და ქუთაისში დაწერილ ანგარიშს ერთი და იგივე სტილი და ფორმატი უნდა ჰქონდეს. ისეთი ფორმატის არჩევის შემდეგ, რომელიც ყველა მოთხოვნას პასუხობს, მისი ცვლილება შესაძლოა კარგია ზრიარ იყოს, რადგან დროთა განმავლობაში ცვლილებებისათვის თვალის მიდევნება რთულია. გაუმჯობესებამ შეიძლება ზიანი მოიტანოს. მაგალითად, ერთხელ ჩემმა თანამშრომლებმა ოდნავ სხვა ფორმულირებით დასვეს შეკითხვა ნატოს მიმართ დამოკიდებულებების შესახებ და განსხვავებული პასუხები მიიღეს. ეს, თითქოს, დამოკიდებულებების ცვლილებაზე მიუთითებდა, მაგრამ ცვლილება თავად კითხვაში იყო. ამიტომ, დრო და ენერგია მრავლისმომცველი სტანდარტული ფორმატის შემუშავებას უნდა მოახმაროთ.

● წერეთ მკითხველისათვის

ანგარიშები ერთ საკითხზე ფოკუსირებული, მოკლე და კონკრეტული უნდა იყოს. ისინი სიღრმისეულ ანალიზს უნდა შეიცავდეს და ყველა მნიშვნელოვან ფაქტორს ითვალისწინებდეს. ინფორმაცია სანდო უნდა იყოს და მისი გადამოწმება – შესაძლებელი. ინფორმაცია, რომელიც არაფრით არ არის გამყარებული (ის, უბრალოდ, ვინმესგან მოისმინეთ), სათანადოდ უნდა იყოს აღნიშნული, რომ მკითხველმა იცოდეს, რა არის ეჭვგარეშე, დადგენილი და სანდო. სათანადოდ მიუთითეთ ინფორმაციის სანდოობის ხარისხი.

მას შემდეგ, რაც მკითხველი თქვენ მიერ დაწერილ დაახლოებით ექვს კარგ ანგარიშს წაიკითხავს, ის უკვე გენდობათ. იქამდე კი რეპუტაციის შექმნაზე ზრუნავთ. რეპუტაცია შეიძლება მარტივად დაკარგოთ, ერთი შეცდომით ან უზუსტობით.

მკითხველებთან ურთიერთობების ჩამოყალიბებისას (კარგი რეპუტაცია, რა თქმა უნდა, ყველგან თავის თავზე მეტყველებს), საკითხს გრძელვადიანი პერსპექტივიდან უნდა მიუდგეთ. გრძელვადიანი პერსპექტივაში, სასურველია, ობიექტური ანგარიშების ავტორის რეპუტაცია გაქონდეთ. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ საკითხისა და მისი სიმწვავის შესახებ მყარი პოზიცია გაქვთ, ანგარიში მაინც მიუკერძოებელი უნდა იყოს. ანგარიში თქვენი ხედვების პოპულარიზაციისათვის არ უნდა გამოიყენოთ (თუ მკითხველების დარწმუნება გსურთ, დაწერეთ ცალკე მემო/წერილი/პოლიტიკის დოკუმენტი/ესე). როდესაც ნებისმიერ პირობებში დაბალანსებული ადამიანის რეპუტაცია გაქვთ, მკითხველები თქვენს მსჯელობას პატივს სცემენ და რჩევისათვის მოგმართავენ.

დასაშვებია ანალიზისას ყურადღება პრობლემის გადაჭრის უკვე გამოცდილ გზებზე გაამახვილოთ. თუ ანგარიშს სასოფლო-სამეურნეო სფეროს განვითარებაზე წერთ, თქვენი

მკითხველი დაუფიქრებლად ჩამოგივლით ამ საკითხთან დაკავშირებულ 10 პრობლემას. თუ თქვენს ანგარიშში ამ ჩამონათვალს, უბრალოდ, გაიმეორებთ, ამ დოკუმენტს არანაირი ღირებულება არ ექნება. თუმცა, შეგიძლიათ მოიძიოთ განვითარებული სასოფლო-სამეურნეო სექტორის მაგალითები და იმსჯელოთ, თუ რის სწავლა შეიძლება ამ მისაბაძი მაგალითებისაგან, შესაძლებელია თუ არა მათი ადგილობრივ კონტექსტზე მორგება. ასეთი მიდგომა მკითხველს პრობლემის გადაჭრის გზებსა და პასუხებს აწვდის და მას გადაწყვეტილების მიღებაში ეხმარება.¹¹

● მთავარი აზრი

ესეც საპირისპიროდ, ანგარიშებში იშვიათად გვხვდება ერთი მთავარი აზრი. თქვენ ხომ ინფორმაციას წარმოადგენთ და არა მის ერთ თეზისად შეჯერებულ ვარიანტს. თუმცა, მნიშვნელოვან ფაქტებს დასაწყისში მოიყვანთ. ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორები ანგარიშის დასაწყისში იქნება მოცემული, ანგარიშის ბოლოში კი არანაირი კულმინაცია არ უნდა გველოდეს. აბზაცები, როგორც ყოველთვის, მთავარი აზრით იწყება და მომდევნო წინადადებებითაა გამყარებული.

როგორც ეს წინა ნაწილებში აღვნიშნეთ, განსხვავებულ ფაქტორებზე წერისას ისინი ნათელი და თანმიმდევრული წყობის მიხედვით დაალაგეთ.

● ფორმატი

მოიძიეთ, თუ რა არის თქვენი ორგანიზაციის ან მსგავსი ორგანიზაციების ფორმატი. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ ფიქრობთ, რომ არსებული ფორმატის გაუმჯობესება შეიძლება, რამდენიმე ანგარიში მის მიხედვით დაწერეთ. ცვლილებებამდე დადგენილი გზა გამოსცადეთ.

ზოგჯერ ანგარიშები დაყოფილია: პირველი ნაწილი მშრალ, საყოველთაოდ აღიარებულ ფაქტებს გადმოსცემს. მეორე ნაწილი კი ინტერპრეტაციაა, რომელიც კონტექსტს, გამომწვევ მიზეზებსა და განვითარების შესაძლო სცენარებს აღწერს, განსაკუთრებით კი პოტენციურ პრობლემურ ასპექტებს ეხმარება („თუ წარმოების ახალი მენეჯერი, მისი ორი წინამორბედის მსგავსად, მომდევნო სამი თვის განმავლობაში წავა სამსახურიდან, მაშინ

11 ჩიპ და დენ ჰითები (Chip and Dan Heath), „გარდატეხა: როგორ გავატაროთ ცვლილება, როცა ეს ასე რთულია“ (“Switch: How to Change Things When Change is Hard”), 2010, ამ მიდგომის შესანიშნავი შეჯამებაა. წიგნი ქართულად რადარამა გამოცემა. ამასთან, მოძებნეთ “bright spots” და “positive deviancy” ინტერნეტში.

გენერალური დირექტორი უნდა შეეცვალოს და შესაბამისი პროფესიონალი დავიჭიროთ, ვინც სიტუაციას შემოატრიალებს და კომპანიას საჭირო რელსებზე დააბრუნებს”).

სტანდარტული ფორმატი სხვა დოკუმენტების მსგავსია, განსაკუთრებით კი პოლიტიკის დოკუმენტის/საპროექტო განაცხადისა. მეტი ინფორმაციისათვის ეს ნაწილები იხილეთ.

● პროცედურა

პროცედურა იგივეა, რაც სხვა დოკუმენტების შემთხვევაში.

მონაცემთა მოპოვების შესახებ პოლიტიკის დოკუმენტის ნაწილში ვისაუბრეთ. გამოიყენეთ რაოდენობრივი მონაცემი, როცა კი ეს შესაძლებელია. განსაჯეთ, თუ რა მონაცემები შეიცავს ღირებულ ინფორმაციას და როგორ უნდა დარწმუნდეთ მონაცემთა სიზუსტეში. განსოვდეთ, რომ ინფორმაციის გადამოწმება სხვადასხვა წყაროდან შეიძლება. ისევე, როგორც სხვა ტიპის დოკუმენტებზე მუშობისას, შეინახეთ მასალები და მოუფრთხილდით წყაროებს.

● დაიმანსოვრეთ

ანგარიში ეფექტურია სხვა დოკუმენტებთან ერთად. ის შეიძლება მემოს, ელექტრონული წერილის ან პოლიტიკის წინადადების ნაწილი იყოს. სტილი ესეც მსგავსია. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, შეიძლება ითქვას, რომ ყველა ანგარიშს ესეც ნიშნები აქვს, რადგან ანგარიშის წერისას შესაბამის მონაცემებს არჩევთ და, თუ ეს უკვე დადგენილი არ არის, მსჯელობთ ამ მონაცემების რელევანტურობაზე. თუ კარგი ანგარიშების წერის სწავლა გასურთ, ჯერ ესეები წერეთ.

ანგარიშის შესახებ ცალკე თავში იმიტომ ვსაუბრობ, რომ, ხშირ შემთხვევაში, არსებული გარემოებების შესახებ ანგარიშის წარდგენა მოგეთხოვებათ და არა შეფასებისა. ამ შემთხვევაში თქვენი მიზანია, სათქმელი ისე თქვათ, რომ კამათის საფუძველი არ გახდეს.

ოქმი

როგორ ვაწარმოოთ სხდომების ოფიციალური ჩანაწერები

ოქმი შეხვედრის ოფიციალური ჩანაწერია. მასში ასახულია მიღებული გადაწყვეტილება, უფრო დეტალურ ვერსიებში კი – დისკუსიის მიმდინარეობა და შინაარსი.

• მიზანი

ოქმებს ყველა ევექტური ორგანიზაცია იყენებს. ოქმები ანგარიშვალდებულებასა და გამჭვირვალობას ზრდის და მათი წყაროდ გამოყენება ყოველთვის შესაძლებელია. ოქმები შეხვედრის დამსწრეთათვის ნათლად აღწერს მიღებულ გადაწყვეტილებებს, ასევე, აწვდის ინფორმაციას მათ, ვინც შეხვედრას არ ესწრებოდა, თუმცა მის შესახებ ინფორმაცია სჭირდება ან აინტერესებს.

ოქმები ადამიანებს ჯგუფში შეთანხმებული გეგმების განხორციელებაში უწყობს ხელს; ეს არის ვალდებულებების განსაზღვრისა და მათი შესრულების გადამოწმების მექანიზმი. საოქმო გადაწყვეტილებებს კონტრაქტის სახე აქვს.

• წერეთ მკითხველისათვის

მკითხველისათვის წერისას ოქმს განხილულ საკითხებსა და გარემოებებს შეუსაბამებთ. იმ საკითხებს, რომელთა გარშემოც საყოველთაო შეთანხმებაა, მოკლედ აღწერთ და მხოლოდ კონკრეტულ მიღებულ გადაწყვეტილებებზე ისაუბრებთ. გადაწყვეტილებები მოქმედების ფორმულის მიხედვით უნდა აღწეროთ: ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ გააკეთებს. შესაძლებლობის შემთხვევაში, აღწერეთ ხელშესახები შედეგი, ასევე, თუ როგორ უნდა დავრწმუნდეთ, რომ ეს შედეგი დადგა.

ზოგადად, ოქმების მკითხველებს სხვადასხვა რამ ამოძრავებთ: ცნობისმოყვარეობა, სიფრთხილე, ნერვიულობა, ეჭვი, ზოგ შემთხვევაში კი, ბრაზი (გარდა ამისა, ზოგიერთი მკითხველი ისტორიული ფაქტების ძიებითაა დაინტერესებული).

ყოველდღიური მუშაობის პროცესში ადამიანებს, რომლებიც შეხვედრას არ ესწრებოდნენ, მიღებული გადაწყვეტილებები დააინტერესებთ. შესაძლოა, მათ შეხვედრაზე დასასწრებად დრო არ ჰქონდათ, სხვაგან იყვნენ ან არ ეცალათ; შესაძლოა, ისინი არ არიან

უფლებამოსილი, რომ შეხვედრას დაესწრონ, თუმცა ოქმის გაცნობა შეუძლიათ. ზოგიერთი მკითხველი, შესაძლოა, უფროსი მენეჯერების გადაწყვეტილებებზე ლელავდეს, რადგან ეს მათ სამუშაოზე იქონიებს გავლენას. მაგალითად, უფროსმა მენეჯერებმა, სტრატეგიის ცვლილების მოკვლევის მიზნით, კონსულტანტის დაქირავება გადაწყვიტეს. ერთი შეხედვით, ამაში სანერვიულო არაფერია. თუმცა, ზოგიერთი თანამშრომელი შეიძლება შეფიქრიანდეს იმის გამო, რომ რჩევები გარედან მოსულმა ადმიანმა უნდა გასცეს და რა გავლენა შეიძლება იქონიოს ამან ორგანიზაციულ სტრუქტურაზე?

ყველაზე ცუდ შემთხვევაში, ზოგიერთი მკითხველი ეჭვით იქნება განწყობილი. ისინი შეეცდებიან დაინახონ, უქმნის თუ არა მიღებული გადაწყვეტილებები რაიმე საფრთხეს მათ სამსახურს. გარდა ამისა, ზოგიერთი მკითხველი ოქმებს რამდენიმე წლის შემდეგ იკვლევს, რომ საკუთარი პოლიტიკური მიზნებიდან გამომდინარე, არასწორი გადაწყვეტილებების მტკიცებულება მოიძიოს. იქიდან გამომდინარე, რომ ოქმები პოლიტიკური შინაარსის მატარებელია, ის, ვინც მის სამუშაო ვერსიას ამოწმებს, სიფრთხილით განეწყობა. მისი მიზანია დარწმუნდეს, რომ ინფორმაციის წყაროები სათანადოდაა მითითებული და ყველაფერი, რაც დოკუმენტშია თქმული, მისაღებია.

დაბოლოს, მკითხველების კიდევ ერთი ნაწილი ოქმებს ორგანიზაციის ან პროექტის დინამიკასთან გასაცნობად იყენებს: იმისთვის, რომ ნახონ, ვინ რა სახის შეხვედრებში მონაწილეობდა. როდესაც ერთ-ერთ ორგანიზაციაში პროექტის ხელმძღვანელის პოზიციაზე დავიწყე მუშაობა, მთელი საღამო სამეურვეო საბჭოს ოქმების კითხვაში გავატარე, რომ მოვლენათა განვითარება დინამიკაში დამენახა.

ოქმების წერა დელიკატური საკითხია, რადგან მას შეიძლება საკმაოდ ძლიერი ემოციები უკავშირდებოდეს. თუ შეხვედრა სრულად უნდა აისახოს, მაშინ, მოკლე ჩანაწერების გარდა, სხვა საშუალებებით ჩაწერის შესაძლებლობაც უნდა განიხილოთ. ტექსტის რედაქტირებისას შეიძლება ზოგიერთი ნათქვამის უფრო დიპლომატიურად ფორმულირება მოგიწიოთ. გარეთ არაერთი დაინტერესებული მკითხველი გელოდებათ. ამ გამოწვევის საილუსტრაციოდ წარმოგიდგინებთ მაგალითს კვლევითი ორგანიზაციების დამფინანსებელი ორგანიზაციის ოქმებიდან, რომლებსაც მე ვარედაქტირებდი.

დასაწყისისათვის, წარმოგიდგინებ დისკუსიის შეჯამების თავდაპირველ ვერსიას. დისკუსია ენებოდა ღონისძიებას, რომელშიც აფრიკის, ლათინური ამერიკისა და სამხრეთ აზიის კვლევითი ორგანიზაციების 80 ლიდერი მონაწილეობდა. პირველ გვერდზევე ვკითხულობთ:

„ერთმანეთის გამოცდილების გაზიარების ნაწილი [დონისძიებისას] ძალიან მნიშვნელოვანი იყო, განსაკუთრებით ფრანკოფონული ჯგუფისათვის [კვლევითი ორგანიზაციების]. მათ გააცნობიერეს, რომ ბევრად მეტი ძალისხმევა და პროაქტიულობა უნდა გამოიჩინონ, რომ სხვა რეგიონების დონეს გაუტოლდნენ.“

ამ ოქმის რედაქტირებისას კომენტარი დავურთე სიტყვებს „ფრანკოფონული ჯგუფი“: „შესაძლებელია, რომ ამან ვინმე გაანაწყენოს? ზედმეტად განზოგადებული განაცხადია. შეგვიძლია უფრო აბსტრაქტული და პოზიტიური ფორმულირება მოვძებნოთ?“ შემოთავაზებული ვარიანტი ისე იკითხებოდა, თითქოს დონისძიებაზე ფრანკოფონული აფრიკული ქვეყნების წარმომადგენელი კვლევითი ორგანიზაციების ხელმძღვანელები უეცრად გამოფხიზლდნენ და აღმოაჩინეს, რომ სხვა რეგიონების კვლევით ორგანიზაციებს ჩამორჩებოდნენ. აქამდე არ იცოდნენ, ახლა კი გაიაზრეს, რომ თავიანთ საქმეს არც ისე კარგად ასრულებენ. ფრანკოფონულ ორგანიზაციებთან მომუშავე თანამშრომელთათვის ასეთი დახასიათება შეიძლება არასასიამოვნო აღმოჩნდეს.

ალტერნატიული ვარიანტი, რომელიც მნიშვნელოვანს არაფერს ცვლის:

„ბევრი ორგანიზაციის ხელმძღვანელმა აღნიშნა, რომ გამოცდილების გაზიარება ძალიან მნიშვნელოვანი იყო. ფრანკოფონული ჯგუფის რამდენიმე წარმომადგენელმა განაცხადა, რომ სხვა რეგიონების ორგანიზაციების გამოცდილებიდან სწავლა მათთვის განსაკუთრებით სასარგებლო იყო, რადგან ზოგიერთი ორგანიზაცია წარმატებით უმკლავდება გამოწვევებს, რომელთა წინაშეც ისინი თავადაც დგანან.“

ამ ფორმულირებაში იგივე განწყობაა შენარჩუნებული, თუმცა ის შეფუთულია როგორც შესაძლებლობა და არა როგორც უფსკრული ორ ჯგუფს შორის. აქ იგულისხმება, რომ ფრანკოფონული ჯგუფის წარმომადგენლებმა მართლაც გაუზიარეს მსგავსი შეხედულებები ადამიანებს, რომლებიც ამ საკითხის შესახებ საუბრობენ. ამაზე დაყრდნობით შეგვიძლია პრობლემა წარმოვაჩინოთ კონკრეტული ადამიანის განცხადების სახით, მთლიანი ჯგუფის განსჯის გარეშე. რა თქმა უნდა, სხვა ვარიანტებიც არსებობს. არსი ის არის, რომ აზრი მკითხველებისათვის (მონაწილეებისათვის) შეძლებისდაგვარად მისაღები იყოს. ამავდროულად, ნათქვამი სათანადოდ უნდა გადმოსცეთ და არ უნდა უგულებელყოთ.

სხვა მაგალითი საერთაშორისო მრჩევლების იმავე შეხვედრიდან:

„ჯგუფმა მხარი დაუჭირა წინადადებას, რომ პროგრამის ოფიცრებმა „გარისკონ“ და უფრო გულახდილად შეაფასონ [ის კვლევითი ორგანიზაციები, რომლებთანაც მუშაობენ]. [უფროსმა] მენეჯერებმა უნდა უზრუნველყონ ინფორმაციის მიმოცვლა პროგრამის ოფიცრებს შორის და მთლიანი პროცესის თანმიმდევრულობა.“

ამჯერადაც, ჩემი კომენტარებით ორგანიზაციას სათქმელის უფრო პოზიტიურად ფორმულირება შევთავაზე. შემოთავაზებულ ვერსიაში იკითხებოდა, რომ ამ დრომდე პროგრამის ოფიცრები არ იყვნენ უფლებამოსილნი, გულწრფელი შეფასებები წარმოედგინათ. ეს ფორმულირება შეიძლება ვითარებას ზუსტად ასახავდა (ან არ ასახავდა), თუმცა ის მენეჯმენტისათვის პასუხისმგებლობის დაკისრების რისკებსაც მოიცავდა (ეს მე არ მეხებოდა. იმ დროისთვის, ოფიციალურად, ორგანიზაციის თანამშრომელი არ ვიყავი). ალტერნატიული ფორმულირების ვარიანტი: „... ჯგუფის მიერ პროგრამის ოფიცრების წახალისება, რომ იმ კვლევით ორგანიზაციებთან დაკავშირებით, რომლებთანაც მუშაობენ, კიდევ უფრო დეტალური უკუკავშირი წარმოადგინონ გაუმჯობესების შესაძლო მიმართულებების შესახებ...“ ამ გზით პირველი ვერსიის მსგავსი მესიჯია გადმოცემული, თუმცა ისეა ფორმულირებული, რომ საქმე პირდაპირ კრიტიკასთან არ გვჭონდეს. იმის თქმით, რომ უფრო „მეტ უკუკავშირს“ ვითხოვთ, ვგულისხმობთ, რომ გარკვეულ უკუკავშირს ისედაც ვიღებთ.

კიდევ ერთი კრიტიკული ელემენტი შეფასების გარე კონსულტანტებისათვის გამიზნული შეკითხვის ფორმულირება იყო. კონსულტანტების მიერ მოკვლეულ საკითხებს შორის უნდა ყოფილიყო:

- მოიძიეთ წარუმატებლობის შემთხვევები; მაგალითად, გამოავლინეთ 3-4 წარუმატებელი ორგანიზაცია. ჩვენ რაიმე ისეთი მოვიმოქმედეთ, რამაც ეს გამოიწვია?

ჩემი კომენტარი შემდეგნაირი იყო: „ეს ზუსტი ციტატაა? (ალბათ, უკვე ხედავთ გაზეთების სათაურს: „კვლევითი ორგანიზაციების განვითარების პროგრამას აინტერესებს, უწყობენ თუ არა ისინი ხელს კვლევითი ორგანიზაციების წარუმატებლობას“). აქაც შესაძლებელია ფორმულირების მცირედით შეცვლა: „...სამი ან ოთხი კვლევითი ორგანიზაცია, რომელთა საქმიანობაც ნაკლებად წარმატებულია. რა სასარგებლო დასკვნები შეგვიძლია გამოვიტანოთ ამ შემთხვევებიდან, მათ შორის, ჩვენი პარტნიორებისა და მხარდამჭერებისათვის.“¹²

მარტივად რომ ვთქვათ, თქვენი მიზანი შინაარსის შენარჩუნებაა, განსაკუთრებით კი გამიზნული ქმედებებისა, ოღონდ ისე, რომ არაფრისმოძვენი კონფლიქტი არ გამოიწვიოთ. ხშირ შემთხვევაში, ზემოთ მოცემული უმნიშვნელო შესწორებების მსგავსი ცვლილებები საკმარისია: შესაძლებლობა არსებული განხეთქილების ნაცვლად; მითითება „უფრო მეტ“ კარგ გარემოებაზე, ვიდრე იმის განცხადება, რომ კარგი არაფერია; ყველასათვის სასარგებლო გამოცდილება და არა წარუმატებლობა.

ზოგიერთ შემთხვევაში, ოქმში წარუმატებლობაზე ცალსახა მითითება დაგჭირდებათ,

¹² ოქმი სრულად და ჩემი კომენტარები იხილეთ: <http://bit.ly/MinutesComment-Sample>.

რომ ეს ფაქტი დასაბუთებულად არსებობდეს, თუმცა ეს საფრთხილო გადაწყვეტილებაა. ეცადეთ, იმ ადამიანების უნებლიე შეურაცხყოფით, რომლებთანაც თანამშრომლობა უნდა გააგრძელოთ, დაძაბულობა არ გამოიწვიოთ. გაითვალისწინეთ, რომ თქვენი ზოგიერთი მკითხველი ალელვებული, აფორიაქებული და, შესაძლოა, გაბრაზებულიც კი იყოს.

● დაიწყეთ მთავარი აზრით

უმჯობესია, რომ მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებები დასაწყისში შეჯამების სახით იყოს მოცემული. მკითხველებს შეხვედრის მთავარი შედეგების ძიება არ უნდა დასჭირდეთ. დანარჩენი ტექსტი კი მათთვისაა, ვისაც მეტი დეტალი ესაჭიროება. შეეცადეთ, დოკუმენტი დაბალანსებული და მარტივად წასაკითხი იყოს. თუ შეხვედრისას გადაწყდა, რომ კლიენტებისათვის საშობაო მიღება 29 დეკემბერს გაიმართება, ეს ფაქტი შეჯამებაში მოიხსენიეთ. შეჯამებაში საჭირო არ არის ყველა დეტალის მოყვანა („გიორგი მუსიკაზნა პასუხისმგებელი, ქეთი ღვინოს მოიტანს, პაატა - საკვებს“). ეს ყველაფერი ძირითადი ტექსტისათვის შემოინახეთ.

● სტანდარტული ფორმატი

ქვემოთ მოყვანილია ოქმების სტანდარტული ფორმატი, რომლებშიც კონკრეტული კომპონენტები ხაზგასმულია:

1. სათაური, რომელშიც აღნიშნულია შეხვედრაზე დამსწრეთა ჯგუფი და თარიღი.
2. მთავარი დასკვნების შეჯამება;

აქ, მკითხველების დროის დაზოგვის მიზნით, ძირითადი შედეგები მოყავთ. ზოგადი მიმოხილვის მსგავსია;

3. დამსწრეთა სახელები და გვარები; იმ მონაწილეთა სახელები და გვარები, რომლებიც საპატიო თუ არასაპატიო მიზეზების გამო შეხვედრას არ დაესწრნენ;

შეგიძლიათ ფურცელი ჩამოატაროთ, რომელზეც ადამიანები სახელებსა და გვარებს დაწერენ. თუ მნიშვნელოვან შეხვედრას ვერ ესწრებით, ამის გამო ბოდიში მოიხადეთ. ეს შეხვედრის სხვა მონაწილეებს მიახვედრებს, რომ საკითხი სერიოზულად მიგაჩნიათ და შეხვედრის მნიშვნელობას აცნობიერებთ. ამასთან, იზრდება იმის ალბათობა, რომ ისინი თქვენს ხედვებს გაითვალისწინებენ.

4. დრო (დაწყების და დასრულების) და თარიღი;
5. თავმჯდომარისა და მდივნის სახელები და გვარები;
6. მოვლენათა ქრონოლოგიური წყობა;

ეს წყობა დაახლოებით დღის წესრიგს მისდევს. მიღებულ გადაწყვეტილებებს მოქმედების ფორმულის მიხედვით ჩამოთვლით: ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ აკეთებს? მხოლოდ თავისთავად ცხადი გარემოებები გამოტოვეთ („მის ოფისში“). განმარტეთ, როგორ დადგინდება, რომ გამიზნული შედეგი მიღწეულია და როგორ გააცნობთ ამ საკითხს სხვებს.

დღის წესრიგის ერთი ნაწილი შეიძლება არჩევნები იყოს. დოკუმენტირებული უნდა იყოს შედეგები და ხმის მიცემის პროცედურა (ღია თუ დახურული).

თუ შეხვედრა ფორმალური ხასიათისაა, ჩამოთვლით ყველა წამოყენებულ და ვინმეს მიერ მხარდაჭერილ საკითხს, ასევე, საკითხებს, რომელთა განხილვასაც მხარი არ დაუჭირეს; აღნიშნავთ, თუ ვინ წამოაყენა თითოეული საკითხი. რა თქმა უნდა, მიუთითებთ, წამოყენებული წინადადება მიიღეს თუ უარყვეს. ჩამოთვალეთ ყველა განხილული საკანონმდებლო ცვლილება. დადებული პირობები და შეთანხმებებიც, ასევე, მოხსენიებული უნდა იყოს („ტექნიკურმა ოფიცერმა გ. ყურეიშვილმა პირობა დადო, რომ სახელმძღვანელოები დეპარტამენტებს ოთხშაბათს, 15 ივლისს, დაურიგდება“).

თუ ოქმების მკითხველებს დეტალური ინფორმაცია სჭირდებათ, ან თუ მიღებულ გადაწყვეტილებებს მნიშვნელოვანი შედეგები მოსდევს, ისაუბრეთ გამართული დისკუსიის ძირითად ასპექტებსა და მონაწილეების მიერ დასმულ შეკითხვებზე.

7. შემდეგი შეხვედრის დრო და ადგილი;
8. თავმჯდომარისა და მდივნის ხელმოწერა;
9. დანართები;

მოიცავს დამსწრეთა სიას, ანგარიშებს, მათ შორის ფინანსურ ანგარიშებს, მემოებსა და ნებისმიერ დოკუმენტს, რომლებიც მკითხველს კონტექსტის სრულად გასააზრებლად სჭირდება. ზოგჯერ შეხვედრაზე თავად წყვეტენ, რა უნდა შედიოდეს დანართში.

შეხვედრების ოქმები შესაბამისი უფლებამოსილების მქონე პირებთან (და არა სხვებთან) საქალაქო დონეზე უნდა ინახებოდეს. დარწმუნდით, რომ ისინი ყველა მიმართულებით სათანადოდ არის შესრულებული, რადგან ეს თქვენი ორგანიზაციის ინსტიტუციური მეხსიერებაა. შეიძლება ახალი ოქმის ძველ დოკუმენტში ჩაკოპირების ცდუნება გაგიჩნდეთ, თუმცა ასე კონკრეტული შეხვედრის ოქმის მოძიება თანდათანობით გართულებდა. ფაილებს ერთნაირი სახელები უნდა ჰქონდეს და სახელებში სრული თარიღი უნდა იყოს მოცემული.

● პროცედურა

თუ სხდომის მდივანი ხართ, სხდომის მიმდინარეობისას შენიშვნები ჩაინიშნეთ. გამოავლინეთ ყველაზე მნიშვნელოვანი ინფორმაცია. თუ რაიმე კარგად არ გესმით, განმარტება ითხოვეთ. თუ აზრი სხდომის მდივანმა ვერ გაიგო, განმარტებები სხვებსაც დასჭირდებათ. დარწმუნდით, რომ ყველა წამოყენებული საკითხი ზედმიწევნით ზუსტად ჩაიწერეთ. ნუ მისცემთ მონაწილეებს საშუალებას, თემა ნათელი გადაწყვეტილების მიღებამდე (მოქმედების ფორმულის მიხედვით რომ განვსაჯოთ) შეცვალონ. მიუხედავად იმისა, რომ სხდომის აქტიური მონაწილე არ ხართ, შეგიძლიათ თავმჯდომარეს შეხვედრის წყევანაში იმით დაეხმაროთ, რომ დისკუსიის საკითხზე ფოკუსირება უზრუნველყოთ. პატარა ჯგუფებში, რომლებსაც თავმჯდომარე არ ჰყავს, დისციპლინის დაცვას სწორედ ის უზრუნველყოფს, ვინც ჩანაწერებს აწარმოებს. მოიპოვეთ შეხვედრაზე წარმოდგენილი ან წყაროდ მოხსენიებული ნებისმიერი მნიშვნელოვანი დოკუმენტი (წამოყენებული საკითხი, წინადადება, ანგარიში). მოკლე ჩანაწერების წარმოება მაშინაც გამოსადეგია, თუ შეხვედრას იწერთ, რადგან ეს სამუშაო სტრუქტურას გაძლევთ.

ჩანაწერები შეხვედრის დამთავრებისთანავე გაარედაქტირეთ, რომ, სანამ განსოვთ, გამოტოვებული ადგილები შეავსოთ. დოკუმენტში დამატებები ისე შეიტანეთ, რომ მარტივად წასაკითხი იყოს.

ოქმის სრულად დაწერის შემდეგ, მოგვიანებით (შესაძლოა, სამუშაო ადგილზე დაბრუნებისა და აუდიოჩანაწერის მოსმენის შემდეგ) ოქმს ხელი მოაწერეთ. შეგიძლიათ შესამოწმებლად თავმჯდომარეს გადასცეთ. თავმჯდომარეს პრაქტიკული რჩევების მოცემა შეუძლია. მაგალითად, შეიძლება გირჩიოთ, რომ ოქმიდან ამოიღოთ ფირმის (ან კოლეგის) ბოლოდროინდელი ცუდი მუშაობის განხილვა, რადგან ეს განხილვა საჯარო არ უნდა გახდეს. შესაძლოა გირჩიოთ, რომ იგივე განხილვა სხვანაირი ფორმულირებით აღწეროთ (იხილეთ ზემოთ). ბოლოს ოქმი უფრო ფართო ჯგუფს გააცანით, ყველას, ვინც მიღებული გადაწყვეტილებების შესახებ უნდა იცოდეს. უფრო ოფიციალურ შემთხვევებში

– შედარებით მრავალრიცხოვან ჯგუფში, მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილებების მიღებისას, საკამათო საკითხების განხილვისას – ოქმი, როგორც დღის წესრიგის პირველი საკითხი, მომდევნო სხდომაზე განიხილება და ოფიციალურად მოწმდება.

შეინარჩუნეთ ნეიტრალური ტონი. ყველა უნდა ეთანხმებოდეს იმას, თუ როგორ გადმოეცით მათი პოზიცია. როგორც ეს ზემოთ აღვნიშნეთ, ზოგ შემთხვევაში ეს ნიშნავს, რომ ავტორებზე უკეთესი ფორმულირება უნდა მონახოთ.

ოქმები, რომლებიც მხოლოდ შედეგებსა და გადაწყვეტილებებზეა კონცენტრირებული, საკმაოდ მალე დგება. შეხვედრის ოქმი, რომელზეც 6-7 გადაწყვეტილება მიიღეს და სადავო არაფერი ყოფილა, ერთ საათზე ნაკლებ დროში მზადდება. ძალიან დეტალიზებული ოქმების წერას, რომლებიც მრავალმხრივი დისკუსიის მიმდინარეობას აღწერს, შეიძლება მთელი დღე დასჭირდეს (ერთსაათიანი შეხვედრისათვის), განსაკუთრებით, თუ საკითხი პოლიტიკურად მნიშვნელოვანი/საფრთხილოა. გამოცდილი მდივანი ამას უფრო ნაკლებ დროში მოახერხებს, თუმცა ეს მძიმე სამუშაოა და მასში ხანდახან რამდენიმე ადამიანი ჩართული.

● დაიმახსოვრეთ

ოქმები ორგანიზაციისათვის ძალიან მნიშვნელოვანია. ოქმები შეხვედრის შედეგად მიღწეული კონტრაქტია. მათი მეშვეობით მომხდარის ოფიციალური ჩანაწერი არსებობს. სხვა შემთხვევაში, ყველაზე მაღალი უფლებამოსილების მქონე ადამიანის ფრაგმენტულ მენსიერებას უნდა ენდოთ.

დეტალური ოქმები გადაწყვეტილებების ისტორიას ასახავს. ეს საშუალებას გვაძლევს, რომ წარსულში დავბრუნდეთ და მოვიძიოთ, როგორ, ვის მიერ და როდის იქნა მიღებული ესა თუ ის გადაწყვეტილება. ოქმების გადახედვა საკუთარი მიღწევებიდან (და შეცდომებიდან) სწავლის შესაძლებლობას გაძლევთ. ოქმების მეშვეობით ნარჩუნდება ცოდნა, რომელიც მხოლოდ ადამიანების გონებაში არსებობს და მათი ორგანიზაციიდან წასვლასთან ერთად ქრება. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ოქმები ინსტიტუციურ მახსოვრობას ქმნის.

ოქმები გამჭვირვალობას უწყობს ხელს. გამჭვირვალობა კარგია – თუ მიგაჩნიათ, რომ წარმატება შესაბამის დამსახურებებს უნდა ეფუძნებოდეს. გამოიყენეთ გამჭვირვალობა თქვენთვის სასარგებლოდ. თუ რაიმე გადაწყვეტილებას აპროტესტებთ, რადგან მიგაჩნიათ, რომ ის არაგონივრული, სახიფათო ან უკანონოა, შეგიძლიათ თქვენი კომენტარის ოქმში შეტანა მოითხოვოთ. დაჟინებით მოითხოვეთ, რომ ოქმში თქვენი წინააღმდეგობის მიზეზები განიმარტოს. ასეთი საქციელი პოპულარობას ვერ მოგიტანთ, მაგრამ შესაძლებლობას

მოგვემთ, საეჭვო საქმიანობას განერიდოთ.

იმ შემთხვევაშიც კი, თუ სხდომის მდივანი არ ხართ, საკუთარი თავისთვის, შეხვედრებისას, მოკლე ჩანაწერები გააკეთეთ. ზოგადი მინიშნებები საკმარისია. მოკლე ჩანაწერების მიზანი თქვენი მეხსიერების ჩანაცვლება კი არა, მისი გამყარებაა (მე შენიშვნებს ნებისმიერი შეხვედრის დრო ვაკეთებ, მიუხედავად იმისა, თუ რა თემას ეხება. ეს კონცენტრირებასა და სათქმელის უკეთ გააზრებაში მეხმარება).

თუ ეს შესაძლებელია, აბრევიატურები გამოიყენეთ. მაგალითად, სახელების ნაცვლად ინიციალები მიუთითეთ. ყოველთვის ჩაიწერეთ თარიღი და მონაწილეთა სახელები. შეხვედრის ბოლოს დამსწრეებთან გადაამოწმეთ, თუ ზუსტად რაზე შეთანხმდით („ანუ შენი პრეზენტაციისთვის ორშაბათს, 14:00-მდე, ჩემგან X და Y გჭირდება“). ჩემს დავალებებს ფურცლის ბოლოს ცალკე ჩარჩოთი გამოვყოფ ხოლმე, რომ ისინი დანარჩენი ტექსტისაგან გამოვაცალკეო. მოკლე ჩანაწერები ან მცირე ზომის ბლოკნოტში აწარმოეთ, ან, თუ ცალ-ცალკე ფურცლებს იყენებთ, მოაწესრიგეთ და მომავალში გამოსაყენებლად ცალკე საქაღალდეში შეინახეთ.

პროცედურა:

მეტი ეფექტურობისათვის შეხვედრები გარკვეულ პროცედურას უნდა ემორჩილებოდეს. ეს განსაკუთრებით საჭიროა, თუ შეხვედრაზე კამათობენ ან, როცა შეხვედრას ბევრი მონაწილე ჰყავს. მაგალითად, როდესაც ყველა თანამშრომელი ორგანიზაციის წარმომადგენლის ასარჩევად ან პრობლემების განსახილველად იკრიბება (პატარა გუნდის შეხვედრებს, ცხადია, რომ გუნდის მენეჯერი ხელმძღვანელობს). უფრო მრავალრიცხოვანი შეხვედრებისას პროცედურა წინასწარ უნდა შეთანხმდეს. ეს პროცედურები, როგორც წესი, რთულია, რადგან უზრუნველყოფილი უნდა იყოს, რომ ვინმე მათ ბოროტად არ გამოიყენებს. თუმცა, მოკლედ გაგაცნობთ კარგი პროცედურის მახასიათებლებს.

აირჩიეთ თავმჯდომარე, რომელიც სხდომას მართავს. თავმჯდომარე კომპეტენტური ადამიანი უნდა იყოს, რომელსაც დამსწრეები პატივის სცემენ და პროცედურებს კარგად უნდა იცნობდეს. თავმჯდომარე პროცედურების დაცვას უზრუნველყოფს. დანიშნეთ მდივანი ჩანაწერების საწარმოებლად.

თავმჯდომარე წარმოადგენს დღის წესრიგს და კითხულობს, სურს თუ არა ვინმეს რაიმე საკითხის დამატება. თუ რომელიმე დამსწრეს დღის წესრიგის მიღმა რაიმე საკითხის განხილვა სურს, საკითხი ამ ეტაპზე უნდა დაემატოს. თავმჯდომარემ მონაწილეებს ეს პროცედურა უნდა შეახსენოს.

მონაწილეები შეხვედრაზე წინადადებებს წარადგენენ, რომ სხვებს რაიმე გადაწყვეტილება შესთავაზონ. წარდგენილი წინადადება მოქმედების ფორმულას გასდევს: ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ აკეთებს? წინადადებას მხარი მეორე ადამიანმაც უნდა დაუჭიროს, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ის უარყოფილია. წინადადებას განიხილავენ: ადამიანები რიგრიგობით საუბრობენ წინადადების სასარგებლოდ ან საწინააღმდეგოდ. შესაძლებელია დროის ლიმიტის შემუშავება, რომელიც ყველას მიმართ ერთნაირად უნდა გამოიყენებოდეს. დიდი შეხვედრებისას წინადადებები შეხვედრამდე უნდა იყოს წარდგენილი.

თუ იქმნება შთაბეჭდილება, რომ უკვე საკმარისი ითქვა და არგუმენტები მეორდება, ნებისმიერმა მონაწილემ შეიძლება „ხმის მიცემის“ დაწყების წინადადება წამოაყენოს. თუ ორი მესამედი თანახმაა, საკითხი მიღებულია.

წამოყენებულ წინადადებაში ცვლილების შეტანა ნებისმიერ მონაწილეს შეუძლია. ამასაც მხარდაჭერა სჭირდება. თუ თავდაპირველი წინადადების წარმომდგენი ცვლილებას მხარს უჭერს, დისკუსია გრძელდება. წინააღმდეგ შემთხვევაში კი ცვლილების გარშემო დისკუსია მიმდინარეობს და საკითხი კენჭისყრით წყდება. თუ ცვლილების შეტანის წინადადება უარყოფილია, დისკუსია თავდაპირველ ვერსიას უბრუნდება, წინააღმდეგ შემთხვევაში, გადაწყვეტილება მიღებულია და თავდაპირველი ვერსია უგულებელყოფილია.

შეხვედრის ბოლოს განცხადებების გაკეთება შეიძლება. შემდეგი შეხვედრის დრო და ადგილი ყოველთვის უნდა გამოცხადდეს/შეთანხმდეს.

წინადადების წამოყენების მაგალითი: „გიორგი ზ. და ქეთი ვ. გვთავაზობენ: თავმჯდომარემ უზრუნველყოს, რომ თანამშრომელთა ასოციაციის მომდევნო შეხვედრები: ა) ჩატარდეს ხუთშაბათს საღამოობით. ბ) ჩატარებამდე სულ მცირე სამი კვირით ადრე პირადად ეცნობოთ კომიტეტის წევრებს. გ) ჩატარებამდე სულ მცირე ორი კვირით ადრე გამოქვეყნდეს თანამშრომელთა ასოციაციის საინფორმაციო დაფაზე. ეს დასწრების შესაძლებლობას ასოციაციის მეტ წევრს მისცემს.“

სიზუსტის დაცვის მიზნით, მსგავსი წინადადებების წარდგენა უმჯობესია წერილობით.

მიღების შემდეგ წინადადება უკვე გადაწყვეტილებაა და ის სავალდებულო ხასიათისაა. „თანამშრომელთა ასოციაციამ გადაწყვიტა, რომ თავმჯდომარე უზრუნველყოფს...“

დღის წესრიგი

დღის წესრიგში განსახილველი საკითხებია ჩამოთვლილი. ის შეხვედრის ორგანიზებასა და დისკუსიის საკითხის გარშემო კონცენტრირებაში გეხმარებათ. დღის წესრიგი წინასწარ უნდა დაიგზავნოს, რომ მონაწილეები შეხვედრისათვის მოემზადონ. წინასწარი შეტყობინება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, თუ განსახილველი საკითხები რთულია და წინასწარ კვლევას მოითხოვს. ასევე, მონაწილეები, მაგიდაზე ყოვლისმომცველი დღის წესრიგის ნახვის შემდეგ, უკეთ არიან მობილიზებული. თუმცა, დღის წესრიგის დაცვა თავმჯდომარის მოვალეობაა, ისევე, როგორც თითოეული საკითხისათვის ადეკვატური დროის გამოყოფა.

სტანდარტული დღის წესრიგი მოიცავს:
 დასწრება (ვინ ესწრება და ვინ არა საპატიო/არასაპატიო მიზეზთა გამო).
 დამატებები დღის წესრიგში.
 წინა შეხვედრის ოქმის განხილვა
 (ყველა თანახმაა? წინადადებები, ცვლილებები ან დამატებები. კენჭისყრა ოქმის დასამტკიცებლად).
 ოფიცრების მიერ ანგარიშის წარდგენა
 (კომპანიის, ორგანიზაციის ან ინსტიტუტის ოფიცერი წარმოადგენს ანგარიშს მიღწეულ პროგრესზე. საუბრობს, თუ როგორ განხორციელდა წინა შეხვედრისას მიღებული გადაწყვეტილებები).

სადისკუსიო საკითხები (მაგალითისათვის – ფრჩხილებში მოცემულია მომხსენებლების ინიციალები):
ფინანსები: კვარტალური შემოსავლები, მნიშვნელოვანი ზრდა (ი.გ.).
მარკეტინგი: 70,000\$-ის ღირებულების მარკეტინგული კამპანიის შემოთავაზება (ი.გ.).
კადრების აყვანა: დეპარტამენტის უფროსის მოადგილის ვაკანსიის ხელახლა გამოცხადება (ჰ.ე.).
განსაკუთრებული პროექტის კონფერენცია: მოწვეულ სტუმართა სია (მ.მ.).

სხვა საკითხები (ხშირად გამოიყენება აბრევიატურა AOB – any other business). აქ მონაწილეებს შეუძლიათ წვრილმან საკითებზე ისაუბრონ, წარმოადგინონ ღონისძიებების ანგარიში („ირინას შევხვდი, ფინანსთა სამინისტროდან. მითხრა, რომ ჩვენი რჩევები ძალიან გამოადგათ და უნდათ, რომ სხვა პროექტშიც მივიღოთ მონაწილეობა“), ან დასვან კითხვები.

მომდევნო შეხვედრის დრო და ადგილი; ურთიერთშეთანხმება კომუნიკაციის ფორმასთან დაკავშირებით – მაგალითად, თავმჯდომარემ შეიძლება გამოაცხადოს, რომ შევებულებაში გადის და შეთანხმდნენ, თუ როგორ უნდა დაუკავშირდნენ მას.

ელექტრონული ფოსტა

თქვენი სამუშაოს წამყვანი ინსტრუმენტი

ელფოსტამ თანამედროვე კომუნიკაცია შეცვალა, გაზარდა მისი მოცულობა და რიტმი. დაჩქარებული რიტმი არაერთ შესაძლებლობას გვთავაზობს. თუმცა, ეს გარემოება, ისე როგორც არასდროს, მთავარი მესიჯის (რომელიც გვინდა, რომ მკითხველმა გაიგოს), ნათლად ჩამოყალიბებას მოითხოვს. სხვა შემთხვევაში, მკითხველი აუთვისებელ ინფორმაციაში იკარგება.

შედარებით გრძელ და დეტალურ ელექტრონულ მიმოწერაზე მემოსა და საქმიანი წერილის წესები ვრცელდება. კონკრეტულად, ელფოსტისათვის რამდენიმე გონივრული ინსტრუქცია არსებობს. დარწმუნდით, რომ “Re” ზუსტად მიესადაგება თქვენი ელექტრონული წერილის თემას. ეს იგივეა, რაც ესეს კონკრეტული თემა. ეს თქვენი მიზნების მიღწევაში დაგეხმარებათ, რადგან მიმღებმა იცის, თუ რის შესახებაა კორესპონდენცია. თუ ადამიანებს ვორქშოპზე ეპატიჟებით, შესაბამისად, RE ველში მოცემული იქნება: „ვორქშოპის პრესრელიზი, 5 აპრილი, 19:00 /მონაწილეობა დაადასტურეთ ხვალამდე.“ თქვენ არ უთითებთ მხოლოდ „ვორქშოპს“, მხოლოდ „სამშაბათს“ ან მხოლოდ „გეგმებს.“

თანამშრომლებისათვის შესაბამის ველში კონკრეტული თემის მითითების მოთხოვნა ორგანიზაციაში ელფოსტის წარმოებასთან დაკავშირებით დისციპლინის გამომუშავების კარგი საშუალებაა. ამ გზით თანამშრომლები იძულებულები არიან განსაზღვრონ, თუ კონკრეტულად რის მიღწევა უნდათ, რადგან ეს დასაწყისშივე უნდა ჩამოაყალიბონ. სათაურის ველი მაქსიმალურად სრულად უნდა პასუხობდეს მოქმედების ფორმულას.

ქვემოთ მოცემულია ელფოსტის სათაურის ველის მაგალითები, რომლებიც ამ სახელმძღვანელოს, სხვა კვლევებს ან ჩემ მიერ ბოლო დროს ჩატარებულ ტრენინგებს უკავშირდება:

- სახელმძღვანელოს პროექტი/ საჭიროებების ანალიზის ვორქშოპი, 29 სექტემბერი და 3 ოქტომბერი?
- ეფექტური კომუნიკაციის სახელმძღვანელო/საჯარო მოხელეების შენიშვნების შეჯამება.
- კომუნიკაციის სახელმძღვანელო/განახლებული ვერსია კომენტარებისთვის მიბმულ ფაილად.

- SWOT-ანგარიში | იხილეთ მიბმული ფაილი | ივლისში დაგეგმილი შეხვედრა ძალაშია?
- საჯარო გამოსვლის ტრენინგი მომდევნო კვირას | დასაწყისი ორშაბათი, 16:00-18:00.

ვერტიკალური გამყოფი ხაზი თემებისა და კონკრეტული მოქმედებების გამოსაყოფად კარგი საშუალებაა.

მიმოწერისას სათაურის ველი შესაბამისად შეცვალეთ, განსაკუთრებით, თუ რაიმე მნიშვნელოვან საკითხზეა ყურადღება გასამახვილებელი.

ჰილარი კლინტონის საარჩევნო კამპანიაზე თავდასხმა, ელექტრონულ წერილთან დაკავშირებული შეცდომით იყო გამოწვეული. მას შემდეგ, რაც კამპანიის მენეჯერ ჯონ პოდესტაზე კარგად გამიზნული შეტევა განხორციელდა, საინფორმაციო ტექნოლოგიების განყოფილების თანამშრომელმა, რომელსაც ეს საკითხი ებარა, სათანადოდ ვერ გამოიყენა სათაურის ველი, რომ კოლეგებისთვის ჰაკერული თავდასხმის/ფიშინგის¹³ შესახებ ეცნობინებინა. გარდა ამისა, მან ბეჭდვისას შეცდომა დაუშვა და ვერ მოახერხა ყურადღება გაემახვილებინა იმაზე, რომ ელექტრონული წერილი კამპანიის ჩასაძირად იყო გამიზნული და გამომგზავნთან კავშირი არ ჰქონდა. ნათელი გაფრთხილების გარეშე დარჩენილმა უმცროსმა თანამშრომელმა, რომელიც ჯონ პოდესტას ელფოსტის ანგარიშს მართავდა, თავდასხმა ვერ ამოიცნო და, შედეგად, კლინტონის საარჩევნო კამპანიის ელექტრონული წერილები ვიკილიქსზე საჯაროდ აიტვირთა.¹⁴

სათაურის ველის შესაცვლელად კიდევ ერთი მიზეზი ორგანიზაციის გარე პარტნიორთან მიმოწერის შესახებ შიდა მიმოწერის წარმოებაა. სათაურის ველში მიუთითებთ „შიდა მიმოწერას“ და ამ გზით ორ საუბარს ერთმანეთისაგან გაყოფთ და დარწმუნებულები იქნებით, რომ გარეშე პირს შემთხვევით შიდა დისკუსიებში არ ჩართავთ და ორ მიმოწერას განცალკევებულად შეინარჩუნებთ.

დაიწყეთ მთავარი აზრით: დაიწყეთ მთავარი აზრით და განათავსეთ ის ელექტრონული წერილის თავში. ეს თითოეულ აბზაცსაც ეხება. თუ შედარებით გრძელი აბზაცები გაქვთ, შეგიძლიათ შესავლად ორ-სამ სიტყვიანი შეჯამება წაუმძღვაროთ. ამ და მომდევნო აბზაცების შემთხვევაში სწორედ ასე ვიქცევით. რადგანაც ელექტრონული წერილები მოკლე და ნაკლებად ფორმალური ხასიათისაა, მას წერილებივით ზედმიწევნით არ კითხულობენ. აბზაცები ბევრად უფრო მოკლე უნდა იყოს, რადგან ადამიანები ეკრანს თვალს ალაგ-ალაგ ავლებენ და ზედმიწევნით არ სწავლობენ.

¹³ მონაცემების მოპოვების მიზნით სხვისი სახელით ელექტრონული წერილების გამოგზავნა.

¹⁴ ყოველ შემთხვევაში, ამას ჰყვება საინფორმაციო ტექნოლოგიების თანამშრომელი. იხილეთ: http://bit.ly/Podesta_Hack (ნანახია 2016 წლის დეკემბერში).

ლაკონიურობა და დაყოფა: შეეცადეთ, ელექტრონული წერილები მოკლე იყოს. თუ სხვადასხვა თემა და ვადა გაქვთ, შესაძლოა ტექსტი რამდენიმე ელექტრონულ წერილად დაყოთ. მაგალითად, მივლინების შემდეგ ერთი გრძელი ელექტრონული წერილის ნაცვლად, ოთხ კონკრეტულ საკითხსა და კონკრეტულ აუდიტორიაზე გამიზნული ელექტრონული წერილი დაწერეთ. ასე პასუხის მიღებისა და თქვენთვის სასურველი ქმედების მისაღწევად მეტი შანსი გაქვთ.

დოკუმენტების მიმაგრება გამონაკლის შემთხვევებში: თუ, რთული ინფორმაცია გაქვთ გადასაცემი (მაგალითად, დეტალური შეთავაზება), წარსულში ჩემი რჩევა დეტალების ცალკე დოკუმენტად მიბმა იქნებოდა. თუმცა, რადგან ადამიანები ელექტრონულ წერილებს ტელეფონით პასუხობენ, მიბმული დოკუმენტები საქმეს ართულებს. ასე რომ, ელექტრონულ წერილებში მაქსიმალურად მოკლე კომუნიკაცია შეინარჩუნეთ და დოკუმენტები მხოლოდ გამონაკლის შემთხვევაში მიაბით.

მოქმედების ფორმულა და სიზუსტე: ლაკონიურობასთან ერთად, კონკრეტულებიც იყავით. ზუსტად წიგნის ამ ნაწილზე მუშაობისას კონფერენციის ორგანიზატორისაგან მივიღე წერილი, რომელიც აკადემიური სფეროს ოთხი უცხოელი წარმომადგენლისა და ჩემთვის იყო გამოგზავნილი. ელექტრონულ წერილში ეწერა: „შეგახსენებთ, რომ ველით თქვენს პრეზენტაციებს, რომ ისინი დროულად ვთარგმნოთ.“ მხოლოდ ამ ტექსტზე დაყრდნობით, დამატებითი კომუნიკაციის გარეშე, რთულია განსაზღვროთ თუ რას ნიშნავს სიტყვა „დროულად.“ აღნიშნულმა კი, შესაძლოა გამოიწვიოს წერილობითი კომუნიკაციის გაგრძელება. მისდით მოქმედების ფორმულას, „ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ აკეთებს,“ რომ თქვენი მიმოწერა შეუფერხებლად წარიმართოს. წერეთ დაკვირვებით. ნუ დაუშვებთ მართლწერის შეცდომებს. ელექტრონულ წერილებში ეს ხშირად ხდება, თუმცა ცუდ შთაბეჭდილებას ტოვებს (აქ ვასრულებთ იმის ჩვენებას, თუ როგორ უნდა წარვადგინოთ აბზაცები რამდენიმესიტყვიანი შეჯამებებით).

ელექტრონული ფოსტის საშუალებით წერილებისა და საინფორმაციო ბიულეტენების მასობრივად დაგზავნა შეგვიძლია. ამ დროს კარგად უნდა დაფიქრდეთ, ტექსტი კი ზედმიწევნით კარგად უნდა გაარედაქტიროთ. მასობრივი დაგზავნისას, თავაზიანობის აღიარებული წესები მიმღებების BCC-ში განთავსებას მოითხოვს, თუმცა ზოგიერთი ორგანიზაცია აქ მაინც უზუსტობას უშვებს. მისამართის ველში საკუთარი მისამართი (მაგალითად, info@yourinstitution.ge) განათავსეთ, თორემ ელექტრონული წერილი ცარიელს დაემსგავსება. საინფორმაციო ბიულეტენის მომსახურება შესაძლოა სასარგებლო დანამატი აღმოჩნდეს. ეს საშუალებას გაძლევთ ნახოთ, რამდენად ხშირად ხსნიან და კითხულობენ ელექტრონულ წერილებს; გამოწერა ან გამოწერაზე უარის თქმა გამარტივებულია. ნახეთ, რას გთავაზობენ, ბევრი რესურსის გამოყენება, მცირე მასშტაბებით, უფასოა.

რაც შეეხება ელექტრონული წერილების მიმღებებს, დაფიქრდით ხოლმე, რა შემთხვევაში მიუთითოთ CC-ში თქვენი კოლეგები. გადაამოწმეთ, აქვს თუ არა ორგანიზაციას პოლიტიკა ამასთან დაკავშირებით. თუ არ აქვს, შესაძლოა მისი შემუშავება იყოს საჭირო. CC-ში კოლეგები მაშინ უნდა ჩასვათ, თუ ისინი აქტიურად არიან ჩართული დისკუსიაში, ელექტრონული წერილი წყაროდ ან მოვლენებისათვის თვალის მისადევნებლად ესაჭიროებათ. ზედმეტად ხშირად CC-ში ჩასმის შედეგად, ადამიანები ელექტრონულ წერილებს საერთოდ არ წაიკითხავენ, ანუ შედეგი იგივე იქნებოდა, მათთვის რომ არაფერი გაგეზავნათ. თუ თქვენი მიმოწერა მას მხოლოდ ზოგადად ეხება, გარკვეული ინტერვალებით აცნობეთ, თუ რა გჭირდებათ მისგან, ნაცვლად იმისა, რომ მოსთხოვოთ, მთელ მიმოწერას გაეცნოს და ეს თავად მოიძიოს. როგორც ხელმძღვანელმა, შეგიძლიათ თქვენს უმცროს თანამშრომლებს სთხოვოთ, რომ თავდაპირველად CC-ში ჩაგვან ხოლმე, რომ ნახოთ, რას აკეთებენ. თუმცა, ეს მხოლოდ დროებითი ზომა უნდა იყოს, სანამ ისინი გარკვეულ სტანდარტს არ გაუთანაბრდებიან და დამოუკიდებლად მუშაობას შეძლებენ.

თქვენი ელექტრონული წერილების სისტემაში გარკვეული კატეგორიზაციის სისტემის შექმნა დაგჭირდებათ. პირადად მე იარლიყებს ვიყენებ, რადგან შესაძლებელია ერთ ელექტრონულ წერილს რამდენიმე იარლიყი მიაკრა. ეს საშუალებას გაძლევს, რამდენიმე იარლიყი ერთდროულად გამოიყენო, თუ ელექტრონული წერილი რამდენიმე საკითხს ეხება. სპეციფიკაციები და ფილტრები ელექტრონულ წერილებს ავტომატურად ახარისხებს. ბუღალტრული ელექტრონული წერილები, ძირითადად, ფინანსურ საკითხებს ეხება. იარლიყები ყველა სისტემაში არ არის ხელმისაწვდომი. მაგალითად, Outlook-ი ისევ საქაღალდეების სტრუქტურით მუშაობს, რაც თქვენი ორგანიზაციის ფაილური სისტემის მსგავსია.

ასეთი ფაილური/საქაღალდეების სისტემა ორგანიზაციაში ან თქვენს დეპარტამენტში სტანდარტიზებული უნდა იყოს, მოთხოვნებისამებრ მცირედი ცვლილებების შეტანის შესაძლებლობით. მცირე ზომის კოლეჯისათვის ფაილური სისტემის შემდეგი სუპერსტრუქტურა შევიძინებთ: მიღება, აკრედიტაცია, კურსდამთავრებულები, შენობები, თანამშრომლობა, აკადემიური პერსონალი, ფინანსები, მმართველობა, სამართლებრივი აქტები, ბიბლიოთეკა, მარკეტინგი, მასალები, რეგისტრაცია. ამ საქაღალდეების შიგნით სხვა საქაღალდეები იყო, რომლებიც შესაბამის სფეროში მომუშავე ადამიანებმა საკუთარ საჭიროებებს მოარგეს. ერთიანმა სტრუქტურამ ფაილების მოძიება გააადვილა, ყველას დაეხმარა იმის გააზრებაში, თუ რა სტრუქტურის მიხედვით ვმუშაობთ და ვის რა მიმართულებით აქვს პასუხისმგებლობები. რამდენიმე საკითხის გადაკვეთის შემთხვევაში ფაილს იმ საქაღალდეში ვათავსებდი, რომელსაც უფრო შეესაბამებოდა. ზოგჯერ ელექტრონულ წერილებს რამდენიმე საქაღალდეში ვაკოპირებდი. განსაკუთრებით იმ შემთხვევებში, როდესაც ისინი სრული ინფორმაციის ნაწილს წარმოადგენდა, რაც

სხვებისთვისაც ხელმისაწვდომი უნდა ყოფილიყო (თუ პირად მოხმარებაზეა საუბარი, უბრალოდ, ერთ საქალაქო განათავსებულ და შემდეგ დახვეწილ საძიებო სისტემებს დაეყრდენით).

თუ ახალ ორგანიზაციას აყალიბებთ, ელექტრონული წერილების მართვის ძირითად რეჟიმად ფუნქციურად განსაზღვრული ელექტრონული წერილების გამოყენებაზე დაფიქრდით. ეს მიდგომა ჯერჯერობით ცოტა უჩვეულოა, თუმცა სტაბილურობას ქმნის, თუ ორგანიზაციაში ცვლილებებია ან ადამიანები გრძელვადიან შვებულებაში არიან. ამ სისტემის მიხედვით (ფართოდ გამოიყენება სამხედრო სფეროში, ზოგიერთ დიპლომატიურ სამსახურსა და კომპანიაში), ელექტრონული ფოსტა იქნება `director@sample.org` და ის არასოდეს შეიცვლება (მისამართების სიაში ისევ თქვენი სახელი გამოჩნდება).

როგორც, ალბათ, უკვე ცხადი გახდა, უნდა იგულისხმოდ, რომ ელექტრონული წერილები მეტ-ნაკლებად საჯარო დოკუმენტებია. მათი გავრცელება ადვილია და ისინი არსად ქრება. თუ მათით ვინმე დაინტერესებულია, სავსებით შესაძლებელია, გადაუგზავნონ და ასე იმ ადამიანებთან მოხვდეს, ვისზეც წერის დროს არ გიფიქრიათ. დიპლომატიური ფორმულირება პირველი წესია. მნიშვნელოვანი/საჩოთირო ინფორმაცია შეგიძლიათ „გაანმოვანოთ,” ანუ პირადად ან ტელეფონით გადასცეთ.

ეს ისე არ უნდა გაიგოთ, რომ თითქოს არსებული პრობლემები და გამოწვევები არ უნდა გადმოსცეთ. არსი ის არის, რომ თქვენი ტონი მოზომილი უნდა იყოს. იმის ნაცვლად, რომ თქვენი ორი კოლეგა განდიდების მანიითა და პარანოიით შეპყრობილებად მოიხსენიოთ, დაწერეთ, რომ „ისურვებდით, რომ მათი ტონი და სტილი უფრო კოლეგიალური იყოს.”

ეს ამბავი ნამდვილია და ეს ციტატაც რეალური ელექტრონული წერილიდანაა. ეს სიტუაცია ჩვენთვის სასარგებლოდ გადავჭერთ, სწორედ იმის წყალობით, რომ საუბრის ტონი შევინარჩუნეთ.

ელექტრონული წერილების წერა იმდენად მარტივია, რომ შესაძლოა ადამიანმა ცდუნებას ვერ გაუძლოს და ის იმპულსურად, ემოციურად დაწეროს. ეს შეიძლება მისაღები იყოს პირადი საუბრებისას, მაგრამ სახიფათოა წერილობით დოკუმენტში. არაერთხელ მინახავს, თუ როგორ აცამტკერებენ პროფესიულ რეპუტაციას განათლებული ადამიანები, რომლებიც ელექტრონულ ფორმატში ჩხუბობენ და ამის სამუდამო წერილობით საბუთს ტოვებენ. ყოველთვის იქონიეთ მხედველობაში, თუ როგორ შთაბეჭდილებას დატოვებს ელექტრონული წერილი რამდენიმე თვეში გარე აუდიტორიაზე, თუნდაც თქვენს ახლობლებზე: თქვენს პარტნიორზე, მშობლებზე, შვილებზე.

ერთი ხერხი, რომელსაც რეკომენდაციას ვუწევ, ელექტრონული წერილების დაყოვნებით ან მოგვიანებით გაგზავნაა. საქმის დროზე დასასრულებლად, ალბათ, გასურთ, ელექტრონულ წერილებს წაკითხვისთანავე უპასუხოთ. თუმცა, დაუყოვნებელი პასუხი მიმოწერას აჩქარებს, ელექტრონული წერილების რაოდენობას ზრდის და შესაძლოა თქვენს თანამოსაუბრეს აფიქრებინოს, რომ თქვენგან ყოველთვის დაუყოვნებელ პასუხს მიიღებს, რაც დატვირთვას კიდევ უფრო გაზრდის. MS Outlook-ს აქვს ელექტრონული წერილების დაყოვნებით გაგზავნის ფუნქცია, Gmail-ს კი ანალოგიური ფასიანი მომსახურება აქვს. ვცდილობ, ელექტრონულ წერილებს წაკითხვისთანავე ვუპასუხო, თუმცა გაგზავნას ვახანგრძლივებ, რაც საკითხსა და მიმღებზე არის დამოკიდებული. როგორც წესი, პასუხს მომდევნო დღეს ვგზავნი (თქვენი მენეჯერები შესაძლოა უფრო დროულ პასუხს ითხოვდნენ, თუმცა ბევრ სხვა ადამიანს ელექტრონული წერილებით პინგ-პონგის თამაშის სურვილი არ აქვს). თუ ელექტრონული წერილები უნდა დაწეროთ, მაგრამ ისინი სასწრაფო არ არის, შეგიძლიათ ერთ კვირაში გაგზავნოთ. ეს ყველაფერი ელექტრონული წერილების შემოდინებას ამცირებს და თქვენს ფოსტას უფრო იოლად სამართავს ხდის.

ელექტრონული წერილებისათვის კიდევ ერთი კარგი რამ აპლიკაციაა, რომელიც სტატიებს წასაკითხად ინახავს. თუ ელექტრონულ წერილზე ბმულს იღებთ (ან ბმულს სოციალურ ქსელში ნახულობთ), შეგიძლიათ ეს სტატიები/ბმულები აპლიკაციას გაუგზავნოთ, სამუშაოს დაუბრუნდეთ და სტატია მოგვიანებით, მგზავრობისას ან რაიმეს ლოდინისას, ტაბლეტში ან სმარტფონში წაიკითხოთ. ზოგიერთი ასეთი აპლიკაცია (დღეისათვის ამ კუთხით ლიდერები Instapaper და Pocket არიან) საშულებას გაძლევთ, ელექტრონული წერილი პირდაპირ გადაუგზავნოთ აპლიკაციას. ამ ყველაფრის არსი განტვირთვაა, წაუკითხავი ელექტრონული წერილებისა თუ ინტერნეტ ბრაუზერში განსნილი გვერდების ოდენობის შემცირება.

შესაძლოა, დატვირთვის შესამცირებლად კარგი გზა ელექტრონული წერილების მხოლოდ დღის განსაზღვრულ პერიოდებში წაკითხვა იყოს, მაგალითად, რამდენიმე საათში ერთხელ. დამტკიცებულია, რომ როდესაც საკუთარი განრიგის მიხედვით ვმუშაობთ, უფრო ეფექტურები ვართ, ვიდრე მაშინ, როდესაც ახალ მოსულ ელექტრონულ წერილებს ჩვენი ცხოვრების კონტროლის შესაძლებლობას ვაძლევთ. ყოველ ჯერზე, როდესაც სწორედ ასეთ განრიგს მივყვებოდი, ვგრძნობდი, რომ ჩემი პროდუქტიულობა მატულობდა. ზოგიერთი ფუნქცია მესიჯების „სასწრაფოდ“ ნიშნით მონიშვნის შესაძლებლობას ან კონკრეტული გამომგზავნისაგან, მაგალითად, უფროსისაგან, მოსული ელექტრონული წერილების ჩამოტვირთვის შესაძლებლობას იძლევა.

ბევრ პროფესიულ კონტექსტში ელექტრონული წერილებით გადატვირთვა და ყურადღების გამუდმებული გაფანტულობა სერიოზული პრობლემაა. გამოსავალი თავად უნდა მონახოთ. პირადად მე, გამორთული მაქვს შეტყობინებები, დილით, ელექტრონული ფოსტის გახსნამდე, რაიმე მოცულობით სამუშაოს ვასრულებ და ტელეფონზე ელექტრონულ ფოსტას არ მოვიხმარ, გარდა სასწრაფო შემთხვევებისა (სინქრონიზაციის ფუნქცია გამორთული მაქვს და თუ მნიშვნელოვანი ელექტრონული წერილის მოძიება მჭირდება, საძიებო ფუნქციას ვიყენებ). ეს ცვლილება რაიმე დამოკიდებულებისაგან თავის დახსნას ჰგავდა. საკმაოდ რთული იყო და დასაწყისში სწორი გზიდან ვუნვევდი, თუმცა შემდეგ ამან თავისუფლება მომცა.

კონკრეტული სათაურები, მთავარი მესიჯით დაწყება, კონკრეტული შინაარსი (მოქმედების ფორმულა), კარგი ორგანიზება, გადავადებული გაგზავნა და გრაფიკის მიხედვით ჩამოტვირთვა - ეს ყველაფერი ელექტრონული ფოსტით კომუნიკაციას ბევრად უფრო ეფექტიანს ხდის, ასე რომ, ამაზე ყურადღების გამახვილება ღირს.

სოციალური მედია პროფესიული მიზნებისთვის

სოციალური მედია, როგორც წესი, იმდენად მარტივი გამოსაყენებელია, რომ ამასთან დაკავშირებით რჩევების საჭიროება არც არსებობს. თუმცა, მათი ოფიციალური, ანუ პროფესიული, მიზნებისათვის გამოსაყენებლად დამატებითი ინფორმაციაა საჭირო. ქვემოთ მოყვანილია რამდენიმე ძირითადი მოსაზრება. მხედველობაში იქონიეთ, რომ სოციალური მედია სწრაფად იცვლება.

● მიზანი

როგორც წესი, სოციალური მედიის პროფესიული მიზნებისათვის გამოყენების მიზანი ჩართულობაა. ეს ეხება ადამიანებს, რომლებიც ფულს, ხმებს, ყურადღებასა და დროს გაძლევენ (ან მოგცემენ), ანუ კლიენტებს, მოქალაქეებს, მომხმარებლებს/კონტრიბუტორებს/მოხალისეებს. სოციალური მედიის პროფესიული მიზნებისათვის გამოყენებას უფრო განსაზღვრული მიზანი აქვს, ვიდრე პირადი თუ საკუთარი თავის გამოხატვის მიზნით გამოყენებას. დასაწყისისთვის, კარგი იქნება იცოდეთ, თუ რის მიღწევას ცდილობთ სოციალურ მედიაში თქვენი პროფილით. მოქალაქეები მოახლოებული სამართლებრივი ცვლილებებისათვის უნდა მოამზადოთ? გასურთ, რომ მათ თქვენ მიერ შექმნილი რესურსები და ტრენინგის შესაძლებლობები გამოიყენონ? გასურთ, რომ მათ ახალი მომსახურებით ან საქონლით ისარგებლონ? გინდათ, რომ მათ თავიანთ მეგობრებსა და ოჯახის წევრებს უთხრან, რომ თქვენი სამინისტრო კარგად მუშაობს? როგორც ეს წინა თავებში განვიხილეთ, გამიზნული შედეგი ვიზუალურად წარმოიდგინეთ. ეს არ უნდა იყოს მხოლოდ მოწონების ღილაკზე დაწკაპუნება. თუ ორგანიზაციაში სოციალური მედიის გამოყენებას ხელმძღვანელობთ, ჰკითხეთ თქვენს გუნდს, თუ რა შედეგებისაკენ ისწრაფვის სოციალური მედიის სტრატეგია. ისევ და ისევ, ეს მხოლოდ თავად სოციალური მედიის მაჩვენებლებს არ უნდა ეხებოდეს.

● აუდიტორია

როგორც ამას სხვა შემთხვევებში აკეთებთ, დაახასიათეთ თქვენი აუდიტორია 3-5 ზედსართავით, იმ შემთხვევაშიც კი, თუ თქვენი აუდიტორია მთელი მსოფლიოა (ონლაინთარგმანის საშუალებები წვდომას კიდევ უფრო აფართოებს). 3-5 ზედსართავით შეძლებთ იმ ადამიანების დახასიათებას, რომლებსაც თქვენი სოციალური მედიის იმიჯზე ყველაზე დიდი გავლენა აქვთ.

ყველაზე უფრო მკაფიოდ, ალბათ, გაბრაზებული ადამიანების ხმა ისმის. ისინი ენერგიით აღსავსენი არიან და უნდათ, რომ ხმა მოგაწვდინონ - დაგელაპარაკონ ან თქვენზე ილაპარაკონ. გაბრაზებული ადამიანები შეიძლება თქვენი ორგანიზაციისათვის ყველაზე დიდი გამოწვევა გახდეს, თუნდაც მათი წილი თქვენთან კავშირის მქონე ადამიანებში მცირე იყოს. სანამ ზოგადად სოციალური მედიის სტრატეგიაში ჩაეფლობოდათ და ამაში რესურსს დახარჯავდეთ, იქნებ დაინტერესდეთ, თუ რატომ არიან ადამიანები უკმაყოფილო და როგორ შეგიძლიათ ამასთან გამკლავება. თქვენი რომელიმე პროდუქტი ან მომსახურება ისე არ მუშაობს, როგორც ხალხი მოელოდა? თქვენს ინსტიტუტს რაიმე ისეთი პოზიცია აქვს, რასაც ხალხი მკვეთრად ეწინააღმდეგება?

ამ გამოწვევების გაანალიზება შეიძლება კარგი აზრი აღმოჩნდეს. პასუხები მზად გექნებათ და საჯარო თავდასხმის განეიტრალებას შეძლებთ. გარდა ამისა, განიხილეთ საჩივრების მართვის არხის შექმნა, რომ სოციალური მედიის წარმომადგენლები თქვენი ინსტიტუტის დადგენილ პროცედურებზე გადაამისამართოთ. დადგენილ პრაქტიკას რომ თვალი გადავავლოთ, აღმოჩნდება, რომ სასიამოვნო, ყურადღებიანი და ემპათიის გამომხატველი ტონი გაღიზიანებულ ადამიანებს კარგად ამშვიდებს. გამოცდილი კომპანიები უკმაყოფილო კომენტარებს დაუყოვნებლივ მოკლე საჯარო პასუხით ეხმაურებიან: „ვწუხვართ, რომ ასე მოხდა. მოგვწერეთ მისამართზე support@friendly.org და დაგეხმარებით.“ როგორ ვისწავლოთ? თვალი მიადევნეთ კომპანიებსა და პროფილებს, რომლებიც შესანიშნავად იყენებენ სოციალურ მედიას.

საჯარო ინსტიტუტებისათვის სოციალური მედია რისკების შემცველია. კრიტიკულად განწყობილ კლიენტებთან, მოქალაქეებთან ან აქტივისტებთან დაპირისპირება, რომელიც სხვა შემთხვევაში კონკრეტულ დროსა და ადგილზე მოხდებოდა, საჯარო ხდება. ეს გამოცდილი კრიტიკოსების სასარგებლოდ მოქმედებს.

კიდევ ერთი ზედსართავი სოციალური მედიის მომხმარებელთა დასახასიათებლად აპათიურობა/ან გადატვირთულობაა. უმეტეს შემთხვევაში, ემოციური შინაარსის განცხადებებს უფრო დიდი გამოხმაურება აქვს, ვიდრე მნიშვნელოვან ნაშრომს. მაგალითად, ავიღოთ BBC-ყოფილი კორესპონდენტი, რომელიც მსოფლიოს ყველაზე მწვავე კრიზისებს აშუქებს. სტატიაში, რომელიც მან ავტორიტეტულ გამოცემაში დაბეჭდა და რომელიც მსოფლიოს პოლიტიკოსების მიერ ქალების მიმართ გამოყენებულ აგრესიულ რიტორიკას ეხებოდა, Facebook-ის გვერდზე 10 მოწონება დაიმსახურა. ეს იყო კარგი ანალიტიკური სტატია, რომელიც მისი მეგობრების დიდი ნაწილისათვის საინტერესო უნდა ყოფილიყო. რამდენიმე კვირის შემდეგ მან დადო ფოტო საკუთარ ძაღლთან ერთად, რომელიც ღამე გაიქცა და შემდეგ იპოვეს. ამ პოსტმა 73 მოწონება დააგროვა. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, facebook-ზე მოწონების კუთხით, ძაღლთან დაკავშირებული თბილი ისტორია

შვიდჯერ უფრო დიდ გამოხმაურებას იწვევს, ვიდრე მსოფლიოში არსებული საყურადღებო ტენდენციები. ასევე, ცნობილმა აღმოსავლეთ ევროპელმა ანალიტიკოსმა, რომელიც რამდენიმე გახმაურებული წიგნის ავტორია, ერთხელ თქვა: „ეს კომენტარი აფხაზეთის შესახებ გუშინ მხოლოდ ოთხმა ადამიანმა მოიწონა. ენგურზე მანდარინთან გადაღებული ჩემი სელფი კი - 50-მა. არადა, ეს [კომენტარი] უფრო მნიშვნელოვანია...“ ისევ და ისევ, შეფარდება 7:1 არის, ფოტოს სწრაფად მოწონების სასარგებლოდ და ანალიზში ჩართვის საპირისპიროდ.

მიუხედავად იმისა, რომ მოწონებები რეალურად მიღწეულ გავლენაზე არ მეტყველებს - მოწონებას წამიც კი არ სჭირდება, ანალიტიკური მასალის გაცნობას და მასზე რეაგირებას კი 10 წუთი უნდა - მაღალი ჩართულობის მისაღწევად მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ, რომ ადამიანები გადატვირთულები არიან. რა თქმა უნდა, ეს არ ნიშნავს, რომ სიღრმისეული მსჯელობა ლეკვების მეშვეობით უნდა გადმოვცეთ, თუმცა ინფორმაცია ისე უნდა იყოს მიწოდებული, რომ ადამიანები მარტივად გაეცნონ. ისევ და ისევ, ეს ყველაფერი თქვენს მიზანზეა დამოკიდებული.

გავლენის მოსახდენად კარგი ინსტრუქცია ჩიპ და დენ ჰითების მიერ შემუშავებული SUCCES (წარმატების) ფორმულა არის. ისინი ამბობენ, რომ მესიჯს, რომელიც გასაოცარი, უჩვეულო, კონკრეტული, დამაჯერებელი, ემოციურია და ამბავს წარმოაჩენს, უკეთესი შანსი აქვს გავლენა მოახდინოს. რაც უფრო მეტი ჩამოთვლილი მახასიათებელი აქვს მესიჯს, მისი წარმატების ალბათობაც უფრო მაღალია. მათი წიგნის, რომელიც ძლიერი მესიჯების შექმნას ეხება, წაკითხვა ღირს, მაშინ, როცა უკვე გაქვთ შემუშავებული მყარი სტრუქტურული მიდგომა კომუნიკაციისადმი.¹⁵

კონტექსტის მიხედვით, თქვენი მკითხველის სხვა არაერთი მახასიათებელი გექნებათ გასათვალისწინებელი. კარგი ის არის, რომ სოციალური მედია გაძლევთ მონაცემებს, თუ რა მუშაობს და რა არა. ე.წ. A/B ტესტების მეშვეობით, რომლებიც ჩართულობის შეფასების საშუალებას გაძლევთ, შეგიძლიათ, მესიჯის მხოლოდ ნაწილი შეცვალოთ და ნახოთ, რომელ ვარიანტს უფრო მეტი გამოხმაურება აქვს. შესაბამის პლატფორმებზე ამის შესახებ ბევრი ინფორმაცია იქნება ხელმისაწვდომი. მათ საკუთარი ტრენინგებიც კი აქვთ, რადგან ცდილობენ, თავიანთი პროდუქცია მოგყიდონ.

ჩვენი ჩვეული აქცენტი, დასკვნით დაწყებაზე, სოციალურ მედიაში საჭირო არ არის. სოციალური მედია, განსაკუთრებით Twitter-ი, თავისთავად მოკლეა. ამის გამო უფრო გამარტივდა ადამიანებისათვის მთავარ სათქმელზე კონცენტრირების სწავლება.

15 ჩიპ და დენ ჰითები, „მომზადებულია დასამახსოვრებლად: რატომ არის ზოგი იდეა წარმატებული, ზოგი კი კვდება, 2007“ (Chip and Dan Heath, Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die, 2007.) ასევე იხილეთ: <http://heathbrothers.com/download/mts-made-to-stick-model.pdf> (ნანახია 2016 წლის დეკემბერში).

- **დაიმახსოვრეთ**

აღბათ, მთავარი რჩევა ის არის, რომ მოძებნოთ ინსტიტუტები, რომლებზე თვალყურის დევნებაც ღირს და მათგან ისწავლოთ. ამერიკული კვლევითი ორგანიზაციები სოციალურ მედიას განსაკუთრებით კარგად არიან მორგებული, რადგან მაღალი წვდომის დემონსტრირება სურთ (ამერიკული საჯარო ინსტიტუტები კი, პირიქით, ხშირად კანონით არიან შეზღუდულები სოციალური მედიის გამოყენებაში, შესაბამისად, პოლიტიკის შემუშავების სფეროში სხვა ინსტიტუტებს ჩამორჩებიან. თუ კერძო სექტორში მუშაობთ, დაუმეგობრდით თქვენს ფავორიტ კომპანიებს და ნახეთ, როგორ მოქმედებენ ისინი).

სანიმუშო მაგალითები თანამშრომლებისათვის სოციალური მედიის გამოყენების ინსტრუქციადაც გამოდგება. თქვენი მსგავსი ორგანიზაციების პოლიტიკის გაცნობა კარგი საწყისი წერტილია. უნდა მიაღწიოთ ბალანსს ჩართულობისა და დისკუსიის თავისუფლებასა და თანამშრომლების მიერ საჯაროდ ადეკვატური თავშეკავების გამოვლენას შორის. თანამშრომლები, ზოგადად, უნდა უკავშირებდნენ საკუთარ თავს ორგანიზაციის გამოხატულ პოლიტიკას (ან პროდუქტს) და მას საჯაროდ არ უნდა აკრიტიკებდნენ, განსაკუთრებით, თუ მათი პროფილიდან ცხადი ხდება, რომ ისინი ამ ორგანიზაციის წარმომადგენლები არიან. თუმცა, არსებობს მრავალნაირი დასაშვები ფორმულირება, საკუთარი აზრის ფრთხილად და მოზომილად გამოხატვის ფორმები, რაც, უმეტეს შემთხვევაში, სოციალური მედიის პირად გვერდებზე მისაღებია: „პირადად მე, ასევე, ვიმედოვნებ, რომ საგზაო უსაფრთხოების პრობლემის გადაჭრის მიზნით უფრო მეტს გავაკეთებთ.“ - ეს საჯარო მოხელის მხრიდან მისაღები განცხადებაა. „ჰოო, ჩემი უფროსები, უბრალოდ, არაფერს აკეთებენ და, როგორც ჩანს, არ აპირებენ ამ პრობლემას მიხედონ, მიუხედავად იმისა, რომ ეს საკითხი არაერთხელ წამოვჭერი.“ - ცხადია, ეს მისაღები ფორმულირება არ არის, თუმცა ორივე განცხადება ერთსა და იმავე შეფასებას გამოხატავს. განცხადების შემოწმების კარგი ტესტი საჯაროობაა. დადგენილი პოლიტიკის გამოყენება და საკუთარ კონტექსტზე მორგება უფრო მარტივია, ვიდრე პოლიტიკის შემუშავების ნულიდან დაწყება.

პლატფორმების განვითარებასთან ერთად, ახალი შესაძლებლობები ჩნდება. მაგალითად, 2016 წლის განმავლობაში ნათელი გახდა, რომ ადამიანები Facebook-ზე ვიდეოს ხშირად ხმის გარეშე უყურებენ. რამდენიმე თვეში ვიდეოების უმეტესობა სუბტიტრებიანი გახდა. ამის მსგავსად, Twitter-ის ფოტოებზე ადამიანების მონიშვნა გახდა შესაძლებელი. ეს ადამიანებისათვის ტვიტების საჩვენებლად მოსახერხებელი საშუალება გახდა. ზომიერად გამოყენებისას, ეს ონლაინ-ურთიერთობის გააქტიურების პოპულარულ საშუალებად იქცა. პლატფორმები განვითარებას განაგრძობს. მათში მონაწილეობა საზოგადოების ნამდვილ წევრობად აღიქვით, სხვებისგან სწავლის შესაძლებლობა გამოიყენეთ და ეს, აღბათ, საუკეთესო შედეგებს მოიტანს.

სოციალური მედიის პროფესიული მიზნებისათვის გამოყენებას ხელმისაწვდომობისა და ჩართულობის კუთხით ბევრი დადებითი მხარე აქვს. თავიდან აირიდეთ სააშკარაოზე ყოფნით გამოწვეული უარყოფითი მხარეები და თანამშრომელთა გაფანტულობა, რომ ეს შესაძლებლობები მაქსიმალურად გამოიყენოთ.

მიღებული გამოცდილების ანალიზი

გამოცდილების გამოყენება თქვენი ორგანიზაციისათვის

მიღებული გამოცდილების ან საქმიანობის შემდგომი ანალიზი თქვენი ორგანიზაციისათვის უმნიშვნელოვანესი დოკუმენტია. ეს დოკუმენტები თქვენი მომავალი პროექტებისათვის, ღონისძიებებისა თუ პროცესებისათვის ცოდნის გამოვლენაში გეხმარებათ. მიღებული გამოცდილების ანალიზი განსაკუთრებით გამოსადეგია კომუნიკაციასთან დაკავშირებული საქმიანობისათვის, კომუნიკაციებზე მომუშავე გუნდის მიმდინარე გაუმჯობესების პროცესში ჩასართავად.

სწავლების შიდა პროცესსა და ორგანიზაციის შიდა პოლიტიკას გარე კვლევა გაამყარებს. თუმცა, მაქსიმალური შედეგის მისაღწევად, სწავლების პროცესი ორგანიზაციის შიგნიდან დაიწყეთ. ამისათვის მიღებული გამოცდილების ანალიზის დოკუმენტი, ალბათ, ყველაზე ეფექტური ტექნიკაა.

გამოცდილების ანალიზის დოკუმენტი დადებით მხარეებსა და ნაკლოვანებებს ასახავს. პირველ რიგში, კარგად განხორციელებული საქმიანობის შესახებ ჩანაწერი მომავალში იმავე მიდგომებისა თუ პროცესების განხორციელებაში დაგეხმარებათ. კარგად განხორციელებულ საქმიანობაზე კონცენტრირება თქვენს ძლიერ მხარეებს შეგახსენებთ. მეორე ეტაპზე იმაზე კონცენტრირდით, თუ რისი გამოსწორება შეიძლება. რა შეგიძლიათ გააკეთოთ უკეთ? რა ცვლილებები დაგეხმარებათ წინსვლაში?

შეინარჩუნეთ ეს ორივე ნაწილი, განურჩევლად იმისა, თუ რამდენად ცუდად (ან კარგად) წარიმართა პროცესი. დადებით მხარეებზე საუბრის დაწყება ადამიანებს შესაძლო გაუმჯობესებაზე ფიქრის მოტივაციას მისცემს. ეს კი, თავის მხრივ, თქვენს გუნდს წინსვლაში ეხმარება. „ვინც გაუმჯობესებას აღარ ცდილობს, ის კარგი აღარაა,“ - ზემოთ ხსენებული აზრი სატრენინგო კურსზე ნაპოლეონის ამ სავარაუდო ციტატის მეშვეობით გადმომცეს. თავიდან ვფიქრობდი, რომ ციტატა სამყაროს შესახებ ზედმეტად დიდაქტიკურ ხედვას წარმოადგენდა, თუმცა, დროთა განმავლობაში, გავაანალიზე მისი არსი: ის გულისხმობს, რომ გუნდები ერთუზიაზმით არიან განწყობილი, როდესაც გრძნობენ, რომ განვითარებას განაგრძობენ.

საუკეთესო შემთხვევაში, მიღებული გამოცდილების ანალიზის შესახებ დოკუმენტის მომზადებაში მთელი გუნდი მონაწილეობს. ყველას წინასწარ აქვს მომზადებული წერილობითი შენიშვნები. ასე უზრუნველყოფთ მიღებული გამოცდილების მრავალმხრივ, სიღრმისეულ განხილვას და დისკუსიას მხოლოდ ერთ, რომელიმე საკითხზე არ იქნება

ფოკუსირებული. ჯერ თავს ვუყრით ყველაფერს, რაც კარგად წარიმართა, შემდეგ კი გადავდივართ შესაძლო გაუმჯობესებების განხილვაზე.

გუნდების ხელმძღვანელობისას, დისკუსიის ამ პოტენციურად პრობლემურ მეორე ნაწილს იმ ძირითადი საკითხების ჩამოთვლით ვიწყებ, რომლებიც მე თვითონ უნდა გავაუმჯობესო. მენეჯერის მიერ სასურველ გაუმჯობესებებზე საუბარი გუნდს ეხმარება თავადაც გააანალიზოს, თუ რისი გაკეთება შეუძლია უკეთ. ეს გუნდის წევრებს საკუთარი შეცდომებისა და მომავალში მათი გამოსწორების გზების განსახილველად პოზიტიურ გარემოს უქმნის. ღია დისკუსია ყველას აძლევს გაკეთებულ საქმეზე საუბრის უფლებას და თავდაცვითი პოზიციიდან გამოსვლაში ეხმარება.

საუბრის საკუთარი გამოცდილებიდან მიღებული გაკვეთილებით დაწყება, კიდევ ერთხელ უსვამს ხაზს, რომ ნებისმიერი წარუმატებლობა ჩემი/მენეჯერის პასუხისმგებლობაა: შესაძლოა, ადამიანებს ისეთი დავალებები მივეცი, რომელთა შესრულებაც მათ არ შეეძლოთ; ან დავალების შესრულების პროცესში მათ სათანადოდ არ დავუჭირე მხარი; არ მივეცი საკმარისად ნათელი ინსტრუქციები; საქმის მიმდინარეობას საჭირო დროს არ ვამოწმებდი (თუ თანამშრომლები პირდაპირ ინსტრუქციებს გადაუხვევდნენ, ამას მაშინვე აღმოაჩენდით. შეცდომა დაუშვით ადამიანებისათვის ისეთი პასუხისმგებლობების დაკისრების დროსაც, რისთვისაც ისინი ჯერ მზად არ იყვნენ).

ასე რომ, მიღებული გამოცდილებით ნასწავლი გაკვეთილების ანალიზი პროექტის ან პროცესის ფსიქოლოგიური დასასრულია. ის ადამიანებს მიღებული გამოცდილების კონსტრუქციულად განხილვისა და შემდგომ ეტაპზე გადასვლის საშუალებას აძლევს. სავარჯიშოები გუნდებს შორის დაძაბულობის განეიტრალებას უწყობს ხელს. პროცესის ეფექტურობის მიზნით, უმცროსმა თანამშრომლებმა აზრი უნდა გამოთქვან და საკუთარ გამოცდილებაზე ისაუბრონ. მათი ნათქვამი, შესაძლოა, მკაფიოდ არ იყოს ფორმულირებული. როგორც მენეჯერს, შეგიძლიათ მათ აზრების სხვანაირად ფორმულირებაში დაეხმაროთ, რომ ისინი მაქსიმალურად საგნობრივი (და კონსტრუქციული) გახდეს. თუ გუნდის ერთი ან ორი წევრი პრობლემებთან დაკავშირებით ოდნავ მელოდრამატული იქნება, ისინი ისევ კონსტრუქციული დისკუსიის რეჟიმში დააბრუნეთ, თუმცა, ისე, რომ საკუთარი წუხილის გამოთქმის საშუალება მიეცეთ.

დიდი პროექტების შემთხვევაშიც კი, მსგავსი დისკუსიებისათვის ერთი საათი საკმარისია და მნიშვნელოვანი საკითხების 80%-ს ან მეტს ფარავს. ამაზე უფრო მეტი დროის დახარჯვა ადამიანებს უკვე თავს აბეზრებს. თქვენ გინდათ, რომ მათ შეხვედრა ენერგიით აღსავსეებმა დატოვონ და არა გამოფიქრულებმა უკანასკნელ დეტალებზე კირკიტის შემდეგ (თუ გარკვეული ტექნიკური დეტალებია, რომლებიც განხილვას მოითხოვს, ეს საკითხი წინასწარვე მოაგვარეთ).

გამოცდილებიდან მიღებული გაკვეთილების ანალიზის დოკუმენტი წერილობითი სახით უნდა არსებობდეს, თუმცა, დიდ დამუშავებას არ საჭიროებს. ჩემთვის ხშირად საკმარისია მონაწილეების კომენტარების ჩამოყრა მათი ინიციალების მითითებით, რასაც, გავრცობის მიზნით, იქვე საკუთარ კომენტარებსაც ვუმატებ. კონსტრუქციულ გარემოში წარსულის გაანალიზების მიზნით შეხვედრა და მსგავსი შეხვედრების პრაქტიკაში დანერგვა ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც საბოლოო პროდუქტი. იდეალურ შემთხვევებში, საკითხი - „რას ვსწავლობთ ამის შედეგად?“ - მიმდინარე პროექტებისათვისაც სადისკუსიო პრაქტიკად დამკვიდრდება და ყავის სმისა და ლანჩის დროს ადამიანების სასაუბრო თემა გახდება.

შენიშვნების თავდაპირველი სახით დატოვება მიუთითებს, რომ არ არსებობს საბოლოო ჭეშმარიტების დადგენის საჭიროება. განსხვავებული ხედვები სხვადასხვა საკითხზე ამხავილებს ყურადღებას. ზოგჯერ საკითხები იკვეთება, ზოგჯერ კი ერთმანეთს ეწინააღმდეგება. პროექტის მომდევნო ციკლის მენეჯერი გადაწყვეტს, რა დასკვნა უნდა გამოიტანოს ამ წინააღმდეგობებიდან და შეუძლია ამასთან დაკავშირებით გაგესაუბროთ. მიღებული გამოცდილების შედეგად გამოვლენილი ზოგიერთი ძირეული პროცედურული ხარვეზი შეიძლება დაუყოვნებლივ გასწორდეს: სიების განახლება, ფორმატების ცვლილება, თანამშრომელთა გაგზავნა ტრენინგზე.

მიღებული გამოცდილების ანალიზის დოკუმენტები საერთო/საზიარო საქალაქო დედა შეინახეთ. ასე ისინი ყველა შესაბამისი თანამშრომლისათვის ხელმისაწვდომი იქნება და არ დაიკარგება. ეს თქვენი გუნდის დოკუმენტირებული, გაანალიზებული გამოცდილებაა. კომუნიკაციის მიმართულებით მიღებული გამოცდილების საფუძველზე ჩატარებული მსგავსი სავარჯიშოები გაუმჯობესებაში დაგეხმარებათ, რადგანაც გამიზნული შედეგისა და აუდიტორიის ჩართვის პროცესში დეტალების გაუმჯობესებას განაგრძობთ.

დოკუმენტების რედაქტირება

დოკუმენტების რედაქტირება ბოლო თავია, რადგან თქვენი ძალისხმევა მთლიანად ტექსტის დაგეგმვას უნდა მოახმაროთ. ჩემი შეფასებით, დაგეგმვის თითო წუთი რედაქტირების სამი წუთის დაზოგვის საშუალებას გაძლევთ. ერთი მხრივ, კარგად დაგეგმილი დოკუმენტის წერა უფრო მარტივია, რადგან იცით, რა მიმართულებით გასურთ წასვლა. თუმცა, რაც უფრო მნიშვნელოვანია, უწესრიგო ნაწერის გარედაქტირება შესაძლოა შეუძლებელი აღმოჩნდეს. ასეთი დოკუმენტი უნდა დაანაწევროთ და იდეები ხელახლა შეაკავშიროთ. გავიხსენოთ სახლის მაგალითი, რომელიც რამდენჯერმე მოვიყვანეთ: თუ, ცუდი დაგეგმვის გამო, შენობა უწესრიგო გამოვიდა, ისღა დაგვრჩენია, სახლი დავშალოთ და ხელახლა ავაშენოთ. მიუხედავად იმისა, რომ დაგეგმვა რთულია, უფრო ეფექტიანია თავიდანვე ყველაფერი თავის ადგილზე იყოს, ვიდრე ტექსტი შემდეგ გახდეს შესასწორებელი.

რედაქტირებაზე ბოლოში კიდევ იმ მიზეზით ვსაუბრობთ, რომ ის დაგეგმვისა და წერისაგან განსხვავდება. კოგნიტურად, ისინი ერთმანეთს ეწინააღმდეგება. დაგეგმვისა და წერისას (DAGO-ს ან DAGOR-ის მიხედვით) თქვენ რაღაცას აშენებთ, ცდილობთ, სიტყვებისა და აზრების დინება შეინარჩუნოთ და ის შესაბამის მწყობრში მოიყვანოთ. რედაქტირებისას მოცემულ ტექსტს კრიტიკული თვალთ უყურებთ და ხარვეზების შესწორებას ცდილობთ. ეს კრიტიკული ხედვა რედაქტირებას განსხვავებულ საქმიანობად აყალიბებს, რომელსაც საგამომცემლო ინდუსტრიაში თავისი ცალკე პოზიცია უჭირავს.

გახსოვდეთ, რომ წერამდე უნდა იფიქროთ. განსაკუთრებით კი, თქვენი გეგმის ზედმიწევნით გადასინჯვა არ დაგავიწყდეთ (DAGOR-ს R ეტაპი). გეგმა კრიტიკული თვალთ უნდა შეაფასოთ და წერის დაწყებამდე ეცადეთ მისი გაუმჯობესება. თუ დოკუმენტის გასაუმჯობესებლად ყველაფერს ამ ეტაპზე გააკეთებთ, იმავეს მოგვიანებით გაკეთების ნაცვლად, ბევრ თავის ტკივილს აირიდებთ.

როგორც წესი, ყველა დოკუმენტს არედაქტირებთ. რაც უფრო მნიშვნელოვანია დოკუმენტი თქვენი ორგანიზაციის რეპუტაციისათვის, მით უფრო ზედმიწევნით მუშაობთ მასზე. ორგანიზაციის შიგნით შესაძლოა რედაქტირების ან რამდენიმე ადამიანის მიერ ტექსტის გადასინჯვის პროცედურას იყენებდეთ, რომ დოკუმენტები გამოქვეყნებამდე გააუმჯობესოთ.

მეტ-ნაკლებად ეფექტური რედაქტირების ოთხი გზა არსებობს. აქედან სამი ზემოთ უკვე აღვნიშნეთ.

- რედაქტირების საუკეთესო პროცედურა დოკუმენტის წასაკითხად სხვისთვის მიცემაა. თქვენ თვითონ თქვენსავე დაწერილ ტექსტს ეჩვევით. გარეშე პირს ახალი ხედვა აქვს. თუმცა, დოკუმენტის სხვებისათვის გაზიარება საფრთხილო საკითხია. კოლეგებს შორის დოკუმენტების მიმოცვლისა და კონსტრუქციული კრიტიკის კულტურის განვითარებას დრო სჭირდება. გამოიჩინეთ ინიციატივა. ხშირად ჩემს ნაწერებს კრიტიკული მოსაზრებებისათვის ჩემს სტუდენტებს ვაძლევ. ამ სახელმძღვანელოსაც რამდენიმე კრიტიკოსი ჰყავდა. მათ აღმოაჩინეს შეუსაბამობები და ზედმეტად მწირი ნაწილები, ასევე, მირჩიეს, რომ ხელნაწერის ის ადგილები, რომლებშიც უფრო ნაკლებით უფრო მეტის თქმა შემდეგ, შემემოკლებინა. ამ კრიტიკის მეშვეობით სახელმძღვანელო უკეთესი გახდა. თქვენი მასალა სხვებს აუცილებლად უნდა მისცეთ გასარედაქტირებლად, თუ კონფლიქტში ხართ ჩართული (და როცა თქვენი ემოციების გასაწმენდად ტექსტის რამდენჯერმე რედაქტირება გიწევთ). კონფლიქტისას თქვენ წინააღმდეგ ნებისმიერი შეცდომის გამოყენება შეიძლება. როდესაც თქვენს ტექსტზე ვინმე დადარაჯებულია, დამატებითი გადამოწმება კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია. როგორც ეს ელექტრონული წერილების შესახებ თავში აღვნიშნე, იმპულსურად წერა დაუდევრობაა.

სტრატეგიულად გადაწყვიტეთ, თუ როდის უნდა ითხოვოთ დახმარება: იდეალურ შემთხვევაში, ეს წერის დაწყებამდე, გეგმის სტრუქტურის შემუშავების ეტაპზე, უნდა მოხდეს (ეს მხოლოდ შედარებით ვრცელ დოკუმენტებს ეხება), შემდეგ კი სამუშაო ვერსიის დასრულების ეტაპზე. ვრცელ დოკუმენტზე მუშაობისას, შეგიძლიათ ის ნაწილებად დაყოთ და უკუკავშირი ნაწილების მიხედვით მიიღოთ, რომ მომდევნო ნაწილებში რჩევები გაითვალისწინოთ. დარწმუნდით, რომ თქვენი სამუშაო ვერსია კარგად გამოიყურება, ვიზუალურად მიმზიდველია, მართლწერის შეცდომები გასწორებულია, გვერდები დანომრილია და გვერდების მინდვრები ფართოა, რომ კომენტარების დატანა მოსახერხებელი იყოს. მკითხველებისათვის მოუწესრიგებელი სამუშაო ვერსიის მიცემა მათი დანმარების სანაცვლოდ მაღლობის არც ისე კარგი გამოხატულებაა.

- შეგიძლიათ უკუკავშირის მოკლე კითხვარი ჩამოწერთ და კონკრეტული კითხვების მეშვეობით მკითხველებს მიმართოთ მისცეთ. კითხვარი უზრუნველყოფს, რომ თქვენთვის მნიშვნელოვან საორჭოფო საკითხებზე უკუკავშირს მიიღებთ. სტანდარტული კითხვარი შემდეგ კითხვებს მოიცავს:
 - რომელი ნაწილები მიგაჩნიათ ყველაზე სასარგებლოდ?
 - რომელი ნაწილები უნდა გაუმჯობესდეს? როგორ?

- o რის შესახებ გსურთ უფრო მეტის გაგება?
- o რა იყო ნაკლებად რელევანტური?
- o რომელი ნაწილები იკითხებოდა ყველაზე კარგად? რომელი ნაწილები იკითხებოდა ყველაზე რთულად?
- o არსებობს ალტერნატიული სტრუქტურა, რომელიც, თქვენი აზრით, უკეთესი იქნებოდა?

ამ კითხვების საკუთარ მიზნებზე მორგება თქვენი ტექსტის საჭიროებების გამოვლენაში დაგეხმარებათ. შეგიძლიათ, პასუხები თავადაც გასცეთ. დატოვეთ ადგილი დამატებითი კომენტარებისათვის.

ამასთან, შეგიძლიათ მკითხველებს თქვენი მთავარი აზრის მოკლედ შეჯამება სთხოვოთ, რომ შეაფასოთ, თუ რამდენად ზუსტად გადასცემთ თქვენს მესიჯს.

თუ გრძნობთ, რომ რომელიღაც ნაწილი სუსტია, მკითხველებს/რედაქტორს რჩევა სთხოვეთ. ან თავად უთხარით, თქვენი აზრით, სისუსტე რაში მდგომარეობს და ჰკითხეთ, როგორ გამოასწორებდნენ მდგომარეობას ან საკითხი ღიად დატოვებთ:

- o შეგიძლიათ A ნაწილის გაუმჯობესებაში დამეხმაროთ?
 - o „ამა და ამ ხედვის გადმოცემას ვცდილობ, მაგრამ, მგონი, სათანადოდ ვერ ვახერხებ, რას მირჩევდით?“
- დოკუმენტის ხელახლა გადახედვამდე გარკვეული დროით მოიცადეთ. ეს დისტანცირებასა და კრიტიკულ მიდგომაზე გადართვაში დაგეხმარებათ. თუმცა, ტექსტი შეგიძლიათ მხოლოდ ერთხელ ან ორჯერ წაიკითხოთ. შემდეგ კი ისევ ეჩვევით და კრიტიკული დისტანციის შენარჩუნება გიჭირთ.
 - დოკუმენტის ხმამაღლა წაკითხვით შეგიძლიათ თავი აიძულოთ, მას სხვა თვალთ შეხედოთ. ტექსტის მოსმენა დაგეხმარებათ უცნაური წინადადებებისა და სიტყვების გამოვლენაში, რომლებიც ტექსტს არ უხდება. თუმცა, ხმამაღლა კითხვა მთლიან სტრუქტურასთან მიმართებით ნაკლებად დაგეხმარებათ (ყურადღებით დაგეგმვისა და გადამოწმების შემდეგ, სტრუქტურა, იმედია, პრობლემას არ უნდა წარმოადგენდეს).

რედაქტირების დაწყებამდე დოკუმენტი ამობეჭდეთ, ხაზებს შორის ორმაგი დაშორებები და მარჯვენა მხარეს ვრცელი ცარიელი ადგილი დატოვეთ, რომ თითოეულ გვერდზე საკმარისი სივრცე გქონდეთ. როგორც წესი, დოკუმენტებს ეკრანზე არ ვარედაქტირებ, თუ, რა თქმა უნდა, ეს ძალიან მარტივი დოკუმენტი არაა, მაგალითად, მოკლე ელექტრონული წერილი რაიმე რუტინულ საკითხზე. ტექსტის ფურცელზე დანახვა ეკრანზე მუშაობისაგან მოწყვეტის კარგი საშუალებაა.

არ გაგიკვირდებათ, თუ ვიტყვი, რომ გარედაქტირების გონივრული პროცედურა DAGOR-ია. ზუსტად უნდა განსაზღვროთ, თუ რას ეძებთ დოკუმენტში. გონებაში კითხვების ჩამოყალიბების შემდეგ თქვენც და თქვენს კოლეგებსაც შინაარსიანი პასუხების გაცემა გაგიადვილდებათ (აქ კითხვარი გამოგადგებათ). კომენტარები ბეჭდურ ვერსიაზე დაიტანეთ. იდეალურ შემთხვევაში, კომენტარები კონკრეტული ცვლილებების შემტანი წინადადებები უნდა იყოს. უმნიშვნელო, ორთოგრაფიული და ფორმულირებასთან დაკავშირებული ცვლილებების შეტანა დაუყოვნებლივ შეიძლება. უფრო მნიშვნელოვან კომენტარებს, მათ შორის კოლეგების მიერ მოწოდებულს, ცალკე მოუყარეთ თავი. აუჩქარებლად დააჯგუფეთ და დაალაგეთ ისინი.

თუ სხვადასხვა მკითხველისაგან ბევრი კომენტარი გაქვთ, როგორც ეს ამ სახელმძღვანელოს შემთხვევაში მოხდა, სავარაუდოდ და საჭირო ცვლილებების შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად მათ ყურადღებით უნდა გადახედოთ. მნიშვნელოვანი ცვლილების განხილვისას, გეგმის გათვალისწინებით უნდა იმუშაოთ, რომ ნახოთ, როგორ იცვლება და გადასხვაფერდება მთლიანი გეგმა. კომენტარების ასახვისას, შესაძლოა, რთული გადაწყვეტილებების მიღება მოგიწიოთ. ზოგჯერ გადაწყვეტილებას კარგად დასაბუთებული რჩევის წინააღმდეგ მიიღებთ, თუმცა, იდეალურ შემთხვევებში, ეს მხოლოდ სხვებთან დისკუსიის შედეგად მოხდება; გადაამოწმეთ, რომ ეს საუკეთესო გადაწყვეტილებაა. ცვლილების შეტანის სირთულეს ამ წიგნთან დაკავშირებული სამი მაგალითი წარმოაჩენს:

პირველი: ერთმა მკითხველმა სიზუსტეზე ხაზგასმა შემომთავაზა. „ყველაფერი უსარგებლო უნდა მოიშორონ და სათქმელი პირდაპირ თქვან!“ მართალია. სიზუსტის შესახებ საუბარი თითოეულ გვერდზე შეიძლებოდა. ბოლოს გადავწყვიტე, სიზუსტის შესახებ დასაწყისში მეოთხე პრინციპის სახით მესაუბრა. ეს იმ ნაწილშია, რომელშიც ვამბობ, რომ წერის დაწყებამდე უნდა იფიქროთ. ყველა ნაწილში ამის გამეორება გამაღიზიანებელი იქნებოდა და გადავწყვიტე, ერთხელ მეთქვა ხაზგასმით.

მეორე: იმავე მკითხველმა „მესიჯის“ ცნების შემოტანა მირჩია. კომუნიკაციის (წერა კომუნიკაციის ნაწილია) არსი მესიჯის გადაცემაა. საჭიროა ხაზგასმა, რომ მესიჯი უნდა გავრცელდეს და უნდა უზრუნველვყოთ, რომ მეორე მხარე გვისმენდეს. კრიტიკულად

განწყობილმა მკითხველმა მიმითითა, რომ საბჭოთა წარსულის გამო „მესიჯის“ ცნება ბევრს კარგად არ ესმის. ზოგადად, ამ კომენტარსაც ვეთანხმები. თუმცა, მესიჯის ცნების ცალკე შემოტანა ზედმეტად რთული იქნებოდა. ეს მიზნის განსაზღვრასა და მკითხველისათვის წერის იდეებს არ შეესაბამებოდა. ვეჭვობდი, რომ სახელმძღვანელოში დამატებითი ცნების შემოტანა მკითხველს დააბნევდა. შესაძლოა, ეს იდეა უკეთ გამომეყენებინა, წინადადება უფრო ადრე, სახელმძღვანელოს დაწერამდე, რომ მიმეღო. მოკლედ, ეს რჩევა არ გავითვალისწინე.

მესამე: წიგნის ერთი ნაწილი, ჩემი აზრით, კომპრომისულია. ეს ის ნაწილია, რომელშიც არგუმენტირებულ, აღწერით და სადებატო ესეებზე ვსაუბრობ. წინ და უკან დავნტივარ და სათქმელი ისე ზუსტად არ არის ფოკუსირებული, როგორც ვისურვებდი. სტილი საკლასო ოთახში მოსწავლეებთან არაფორმალურ საუბარს წააგავს. ეს ნაწილი იმიტომ კი არ დამიტოვებია უცვლელი, რომ რამდენიმე საათში ხელნაწერი უნდა გამეგზავნა და გამოფიჭული ვიყავი (ეს ამ გამოცემასაც ეხება). ეს უფრო იმიტომ გავაკეთე, რომ, ჩემი აზრით, ეს მისაღები ფორმა იყო პოტენციურად გამოწვევის შემცველი აზრის წარსადგენად აუდიტორიისათვის, რომელიც ესეს წერის სტილს მიჩვეული არ უნდა იყოს. ამ გადაწყვეტილების მისაღებად საკმაოდ დრო დამჭირდა. იმის გადამოწმება, თუ რა უნდა დატოვოთ და რა შეცვალოთ, ხშირად კომპრომისს გულისხმობს.

თუ მნიშვნელოვანი ნაწილების ცვლილებას გადაწყვეტთ, ეს ცვლილება უფრო მოკლე განცალკევებულ ნაბიჯებად დაყავით. მნიშვნელოვანი რედაქტირება დამლელია, რადგანაც საკუთარი ნაწერის შეცვლა უსიამოვნოა. ტექსტის გაუმჯობესებით გამოწვეული კმაყოფილების გარდა, რედაქტირების დადებითი მხარე ის არის, რომ მომავალი დოკუმენტების უფრო ზედმიწევნით დაგეგმვის სურვილი გაგიჩნდებათ.

● სტილის რედაქტირება

სტილის რედაქტირებისას ფორმულირებას აუმჯობესებთ. მსგავსი დახვეწა ტექსტს უფრო საინტერესოს ხდის, თუმცა, მთლიანობაში, სტრუქტურულ რედაქტირებაზე ნაკლებად მნიშვნელოვანია. სტილს მაშინ ვარედაქტირებთ, როცა ტექსტს ფართო აუდიტორიისათვის წარსადგენად ვამზადებთ. მართლწერისა და გრამატიკული შეცდომების გასწორება სტანდარტული პროცესია, თუმცა, თუ უფრო სიღრმისეულად მივუდგებით, ტექსტს უფრო მიმზიდველს გავხდით.

ტექსტებზე სამუშაო კომპიუტერული პროგრამების ძიებისა და შეცვლის ფუნქცია (Find-Replace) დოკუმენტების მოსაწესრიგებლად კარგი საშუალებაა. ამ გზით აღმოაჩენთ

ზედმეტ სიტყვებს, რომელთა წაშლა ან შეცვლა შეგიძლიათ. პირველი სიტყვა, რომლის ტექსტიდან ამოღებაც მოგიწევთ, არის „ძალიან.“ ყურადღების ზედმეტი გამაზვილება ევექტს ამცირებს. შეამოწმეთ თითოეული ცვლილება, რადგან ხშირად უმჯობესია აღწერილობა მთლიანად შეცვალოთ: „ძალიან კარგი“ შეიძლება გახდეს „საუკეთესო,“ „მოერიდეთ დაწერას“ უმჯობესია, ვიდრე „ფრთხილად იყავით, როდესაც წერთ...“ და ა.შ. არ არის საჭირო, „ძალიან“ სრულად ამოიღოთ ხმარებიდან (ამ სახელმძღვანელოში ეს არ გამიკეთებია), თუმცა მისი ნაკლებად გამოყენება ტექსტს აუმჯობესებს. იშვიათად გამოიყენეთ სხვა განმადიდებელი სიტყვებიც (მათ ჰიპერბოლები ეწოდებათ): „უაღრესად,“ „სრულიად,“ ასევე, მეტყველების ის ნაწილები, რომლებიც წერილობითი სახით არ უნდა გამოიყენოთ, რადგან ისინი ყურადღებას ფანტაზას.

მეორე ეტაპზე სხვა არაფრისმთქმელი აღწერები მოიშორეთ. სიტყვა „მნიშვნელოვანი“ ხშირ შემთხვევაში შეგიძლიათ იმის აღწერით ჩაანაცვლოთ, თუ რა რასთან მიმართებით არის მნიშვნელოვანი. „მნიშვნელოვანია, რომ სიტყვა „ძალიან“ ტექსტიდან მოაშოროთ“ - ამ ფრაზის გაუმჯობესება შემდეგნაირად შეიძლება: „თქვენი აღწერა უფრო საინტერესო ხდება, თუ ზედმეტ აქცენტებს მინიმუმამდე დაიყვანთ, ამიტომ, შეგიძლიათ ტექსტიდან მოაშოროთ...“ მეორე ვერსია უფრო გრძელია, თუმცა მისი წყალობით ვიცით, თუ რატომ უნდა წავშალოთ სიტყვა „ძალიან“ ყველგან, სადაც შესაძლებელია. თუმცა, არსებობს ერთი გამონაკლისი: როდესაც სიტყვა „მნიშვნელოვანი“ შედარებითია, ის კარგ შეჯამებას წარმოადგენს. „დაიწყეთ ყველაზე მნიშვნელოვანი არგუმენტებით“ - ეს ფრაზა გონივრულ აბსტრაქტულ აზრს გადმოსცემს. კიდევ ერთი მოსაწყენი სიტყვაა „საინტერესო.“ უმჯობესია, ამ სიტყვის გამოყენებაც შედარების შემთხვევებით ან მესამე პირთან მიმართებით შემოიფარგლოს: „ტექსტი მკითხველისთვის საინტერესო უნდა გახადოთ.“ სიტყვა „მიმზიდველის“ გამოყენებაც შეზღუდული ოდენობითაა დასაშვები. სინონიმების ლექსიკონი საუკეთესო სიტყვის პოვნაში დაგეხმარებათ.

„კარგი,“ „სასიამოვნო“ (ჩემი ერთი მეგობარი, ვინმეს „სასიამოვნოდ“ მოხსენიების შემთხვევაში, პასუხობდა: „სასიამოვნო ჩემი ძაღლიც არისო“), „მშვენიერი“ და მსგავსი ზოგადი შინაარსის ზედსართავების შეცვლა ხშირად შესაძლებელია. ისევ და ისევ, უნდა დააკონკრეტოთ, როგორ არის რაიმე „კარგი“ („მტკიცე,“ „მდგრადი,“ „ზუსტი,“ „ყოვლისმომცველი,“ „კარგად სტრუქტურირებული,“ „ელეგანტური,“ ა.შ.); „სასიამოვნო“ (წაიკითხეთ ჯეინ ოსტინი: „მომხიბლავი“, „მეგობრული“, „თვალწარმტაცი“, „ყურადღებანი“ და ა.შ.); გაითვალისწინეთ, რომ ისეთი მახასიათებელი, როგორიცაა „სასაცილო,“ არ გულისხმობს, რომ ვინმე „სასიამოვნოა,“ რაც შეეხება მშვენიერს, მოიყვანეთ აღწერილობა, რომელიც მკითხველამდე სურათს მიიტანს (შეისწავლეთ ლიტერატურა. ბაკურიანის შემოდგომის მშვენიერი დღე გულისხმობს სუსხიან ჰაერს, მიწის სურნელს, ფოთლების

შრიალს, მთის შორეული მწვერვალების მკაფიო ხედს, ზაფხულის მიმქრალ ფერებს. ეს მხოლოდ თავისთავად ცხადი შეგრძნებებია, რომლებიც მკითხველს უფრო მეტს მისცემს, ვიდრე გაცვეთილი „მშვენიერი“).

ზოგი ადამიანი, რომელიც ინგლისურ სტილს უჭერს მხარს, ამბობს, რომ აზრის გადმოცემა ზედსართავი სახელების გარეშე, შესაბამისი არსებითი სახელებითაა შესაძლებელი. ასეთი არსებითი სახელები ხშირად მართლაც არსებობს, მაგრამ არ არის საჭირო ამ რჩევას მისდიოთ. ის უფრო პროფესიონალ ავტორებს ენებათ, რომლებიც ლიტერატურულ დახვეწილობას ეძებენ და თოთოეულ სიტყვაზე ღელავენ. პროფესიულ კონტექსტში გამოიყენეთ ზედსართავი სახელი, თუ ეს უფრო ზუსტ ფორმულირებაში გეხმარებათ.

გამოავლინეთ შეცდომები, რომლებსაც ხშირად უშვებთ და ისინი საბოლოო გადახედვისას გამოასწორეთ. ჩემი ერთ-ერთი სტანდარტული შეცდომა, რომელსაც ნაწილობრივ გავუმკლავდი, ისაა, რომ ერთი განცხადების დასრულებისას შემდეგ წინადადებას ვიწყებ სიტყვებით „ეს არის...“ ასე წერა მოუხეშავი და ზედმეტად დიდაქტიკურია (ეს ჩემი წერისა და საუბრის სტილის მთავარი პრობლემაა). შექმნილი სიტუაციიდან გამოსავალი წინა წინადადების შეცვლაა; ან სიტყვას „ეს“ ვანაცვლებ იმით, რასაც ის ენება, სიტყვას „არის“ კი უფრო მეტყველი ზმნით. დააკვირდით წინა აბზაცის წინადადებას. ის ასე იწყება: „ასეთი არსებითი სახელები ხშირად...“ ამ წინადადების დაწყება ასე მინდოდა: „ეს ასეა, მაგრამ...“ ეს სწორედ ის მოუხეშავი სტილი იქნებოდა, რაზეც ზემოთ ვისაუბრე. ფრაზა, რომელიც გამოვიყენე, ამბობს, რომ „ასეთი სიტყვა მართლაც არსებობს,“ რაც უკეთეს კავშირს ქმნის.

თუმცა, გახსოვდეთ, რა უთხრა გაბრაზებულმა რედაქტორმა უმცროს ჟურნალისტს:

„არ არის აუცილებელი, სწორი იყოს, აუცილებელია, დაიწეროს.“ შემეძლო, ამ სახელმძღვანელოზე კიდევ ერთი კვირა მემუშავა - წინადადებები სრულყოფილად გამემართა, მთლიანი თხრობა და რიტმი გამეუმჯობესებინა, წამეშალა ზოგადი აღწერები, მაგალითად, „სასარგებლო“ და „დამხმარე“ და დამეხვეწა აბზაცები ისე, რომ ჩემი შესაძლებლობების მწვერვალისათვის მიმეღწია. თუმცა, რეალისტურად რომ მივუდგეთ, პროფესიული კომუნიკაციისას მსგავსი სრულყოფისათვის დროის გამოყოფას იშვიათად თუ შევძლებთ, რადგან ბევრი სხვა საქმეც გვაქვს. ტექსტი უნდა იყოს ერთიანი, აზრიანი, კარგად სტრუქტურირებული და არ არის საჭირო ხელოვნების ნიმუშს წარმოადგენდეს.

საბოლოო გადახედვისას, პროფესიონალიზმი რედაქტირების შემდეგ თითოეული წინადადების ხმამაღლა წაკითხვას მოითხოვს, რომ აღმოფხვრათ ნებისმიერი შეცდომა, რომელიც სიტყვების წყობის შეცვლის ან დამოკიდებული წინადადების შეკვეცისას გაგეჰარათ. გამოიყენეთ შეცვლის ფუნქცია (Replace) სიტყვებს შორის ორმაგი გამოტოვებების მოსაშორებლად. ეს დაუდევრობის კვალია.

მათ, ვისთვისაც ინგლისური მშობლიური ენა არაა (ეს მეც მეხება. ინგლისურის სწავლა 14 წლის ასაკში დავიწყე და საშინელი მოსწავლე ვიყავი. ადგილობრივ დონეზე ნარკოტიკებით ვაჭრობის შესახებ სტატიებში სიტყვას “dealer” წარმოვთქვამდი როგორც “day-allair”), დაუდევრობასთან დაკავშირებით კითხვა უჩნდებათ ხოლმე: რამდენად გამართული უნდა იყოს ტექსტი გრამატიკულად? პასუხი მარტივია - რამდენადაც შესაძლებელია. მკითხველები ენის არასრულყოფილად ცოდნით გამოწვეულ შეცდომებს გაპატიებენ, თუ ნაწერს გამართული სტრუქტურა აქვს. თუმცა, თავიდან აირიდეთ უყურადღებობა, მაგალითად, სიტყვის სწორად დაწერა ერთ აბზაცში და არასწორად - მეორეში. მინახავს ინგლისური ენის მასწავლებლის ნაწერი თემაზე „peer-evaluation” (სტუდენტების მიერ ერთმანეთის შეფასება), რომელშიც ავტორი დროდადრო იყენებს სიტყვას „pear,” რაც მსხალს ნიშნავს. კიდევ ერთ შემთხვევაში, სტუდენტმა (რომელმაც იცოდა, თუ როგორ იწერება სიტყვა „and”) ელექტრონული წერილის თემის ველში დაწერა: „The main chalenges ahn problebms insavaged in Georgia.” აქ რვა სიტყვაში ოთხი შეცდომაა. მეტი ძალისხმევა გამოიჩინეთ და ისინი, ვისთვისაც ინგლისური მშობლიური ენაა, დარჩენილ შეცდომებს უდანაშაულობის პრეზუმფციის პრინციპით მიუდგებიან.

ორგანიზაციებში რედაქტირების შემცირების ერთ-ერთი საშუალება სტილის სავალდებულო სახელმძღვანელოს ქონაა. მასში აღწერილი იქნება, თუ როგორ უნდა გამოიყურებოდეს ესა თუ ის დოკუმენტი, როგორ იწერება კონკრეტული სიტყვები, რომელ ინგლისურს იყენებთ (ამერიკულს თუ ბრიტანულს), როგორ უთითებთ ნომრებსა და წყაროებს. სტილის სახელმძღვანელოს გაზიარება დრავზე, სადაც დროთა განმავლობაში დამატებების შეტანა შეიძლება, ბევრი ადამიანისათვის სამუშაოდ მოსახერხებელია და ერთიან სახეს შექმნის.

სტილის შესახებ საუკეთესო წყაროა უილიამ ზინსერის შესანიშნავი წიგნი: *On Writing Well: the Classic Guide to Writing Nonfiction* (როგორ ვწეროთ კარგად: არამხატვრული ტექსტების წერის კლასიკური სახელმძღვანელო). ეს წიგნი გასართობია და გამოცდილებასა და სიტბოს ასხივებს (წიაკითხეთ და მიხვდებით, რასაც ვამბობ). თუმცა, წიგნი ინგლისურის სრულყოფილ დონეზე ცოდნას მოითხოვს და მისი თარგმანები სხვა ენაზე კარგი არ გამოდის.

კომუნიკაცია კრიზისულ სიტუაციებში

რა უნდა მოვიმოქმედოთ, როცა საქმე ძალიან ცუდადაა

კრიზისულ სიტუაციებში კომუნიკაციისას თქვენი ერთ-ერთი მთავარი მიზანია უზრუნველყოთ, რომ მთავარ ამბად არ იქცეს, თუ როგორ ცუდად გაუმკლავდით კრიზისს. უნდა დარწმუნდეთ, რომ კომუნიკაცია კრიზისის მართვას მხარს უჭერს და თქვენი ორგანიზაციისა თუ მისი რეპუტაციისათვის დამატებითი საფრთხე არ ხდება. ხშირად კრიზისები იმიტომ მწვავდება, რომ ორგანიზაცია მოუმზადებელია და ვერ აკონტროლებს, არ გამოხატავს საკმარის ემპათიასა და მხარდაჭერას და შეცდომებს სათანადოდ ვერ ასწორებს. კრიზისი დაუძლეველი ხშირად თავდაპირველი პრობლემის არასათანადოდ მართვის შედეგად ხდება. დიდი ალბათობით, უოტერგეიტის სკანდალი დღეს ცოტას თუ ემახსოვრებოდა, ნიქსონის ადმინისტრაციას რომ მისი დამალვა არ ეცადა.

კრიზისი ხელმძღვანელობისა და კომუნიკაციაზე მომუშავე გუნდისათვის მძიმე ტესტია. შესაძლოა, რომ ინსტიტუტებმა წლების განმავლობაში მოპოვებული ნდობა უცებ დაკარგონ. კომუნიკაციებზე მომუშავე გუნდებმა სათანადო ძალისხმევა უნდა გასწიონ მსგავსი სიტუაციებისათვის მოსამზადებლად.

პირველი წესია გავაკეთოთ ყველაფერი იმისათვის, რომ მდგომარეობა არ გაუარესდეს. ამ კონტექსტში DAGOR-ის პრინციპი სიტუაციის მართვისათვის გამოსადეგი სტრუქტურაა.

● განსაზღვრა

განსაზღვრეთ კრიზისის არსი. ერთ-ერთი უმთავრესი პრობლემა ის არის, რომ ხელმძღვანელობას არ ესმის, როგორ აღიქვამენ კრიზისს უკმაყოფილო ადამიანები. გაანალიზეთ (3-5 ზედსართავი სახელით), თუ როგორ ხედავს საკითხს, საზოგადოების თქვენ წინააღმდეგ განწყობილი ნაწილი. მათი პოზიციის სრულად გააზრების შემდეგ, მათ წუხილზე ადეკვატური რეაგირების უფრო მეტი შანსი გაქვთ. საქართველოსა და სხვა ქვეყნებშიც მთავრობის წარმომადგენლები პოლიციის მიერ ძალის გამოყენებას უყურებენ, როგორც პოლიციის პასუხს დამნაშავეთა ქმედებებზე (რომელთა შესახებაც ბევრი ინფორმაცია აქვთ შეგროვებული, თუმცა ამ ინფორმაციის უმეტესი ნაწილი ვერ საჯაროვდება). გაბრაზებული მოქალაქეები კი ამას პოლიციის მხრიდან ძალის გადამეტებად და მთავრობის ძალისმიერ პოლიტიკად აღიქვამენ.

ობამას ადმინისტრაციის ერთ-ერთ გახმაურებულ საქმეში, თეთრი სახლის პოზიციით, განცხადება ავღანეთში ხუთწლიანი ტყვეობის შემდეგ ბო ბერგდალის დაბრუნების შესახებ, იქნებოდა იმის ძლიერი მანიშნებელი, თუ როგორ ზრუნავენ ისინი ამერიკელი ჯარისკაცების მშობლებზე. თუმცა, გაბრაზებულმა ვეტერანებმა ეს განცხადება (და ბერგდალის გაცვლა თალიბანის პატიმრებში) დეზერტირის დაჯილდოებად მიიჩნიეს, რამაც, მათი აზრით, მრავალი სიცოცხლე შეიწირა.¹⁶

მხატვრული ფილმი „დედოფალი“, რომელიც 1997 წელს პრინცესა დიანას სიკვდილის შემდგომი მოვლენების შესახებაა, კარგად გამოხატავს, თუ როგორ ვითარდება კრიზისი დაპირისპირებული პოზიციების საფუძველზე. ბრიტანეთის სამეფო ოჯახი პრინცესა დიანას თავნება, საკუთარი თავით შეპყრობილ ქალად მიიჩნევდა. პარიზის ქუჩებში 105+ კმ/სთ სიჩქარით ქროლა მისი თავაშვებული ცხოვრების კულმინაცია იყო, რამაც არაერთი ადამიანის სიცოცხლეს შეუქმნა საფრთხე, თავად დიანა კი შეიწირა. აქედან გამომდინარე, სამეფო ოჯახში ბევრისათვის გაუგებარი იყო, თუ რატომ აღმერთებდნენ პრინცესა დიანას და მისი სამეფო წესით დაკრძალვას ითხოვდნენ მაშინ, როცა დიანამ საკუთარი სურვილით დატოვა ოჯახი. 2006 წლის ფილმის მიხედვით, საზოგადოებამ დიანას, როგორც მარგინალიზებული პრინცესის, რომანტიზება მოახდინა. საზოგადოება დიანას ადამიანთა გულების დედოფლად აღიქვამდა, მარტოსულ, ნახევრად მარტვილ მებრძოლად ძლევამოსილი ოჯახის წინააღმდეგ, რომლის წევრებიც მკაცრ წესებს არ უხვევდნენ. ფილმის ერთ შთამაგონებელ სცენაში პრინცი ფილიპი საბოლოოდ შეძლებს აღმოაჩინოს ნაპრალი დიანას შესახებ ოჯახისა და საზოგადოების ხედვებს შორის.

თუ მენეჯმენტში პრინცი ფილიპი არ გყავთ, თქვენი, როგორც კომუნიკაციების პროფესიონალის, ვალდებულებაა, მენეჯმენტს აცნობოთ, თუ ზუსტად როგორ უყურებენ კრიზისთან დაკავშირებული მნიშვნელოვანი ჯგუფები იმ გამოწვევას, რომლის წინაშეც დგახართ. ეს საფრთხილო დავალებაა. დიდი ალბათობით, ზოგიერთი ადამიანი, გარკვეულ მომენტში მაინც, იფიქრებს, რომ თქვენც ის პოზიცია გიჭირავთ, რომლის ახსნასაც ცდილობთ. ხალხის ხედვის 3-5 ზედსართავით დახასიათება თქვენი პრეზენტაციისათვის სტრუქტურას მოგცემთ. თუ თქვენს გუნდს თავიდანვე კარგად ესმის, რას უპირისპირდებით, კრიზისის კონტროლის ქვეშ აყვანის უფრო მეტი შანსი გაქვთ.

16 უმჯობესია, სერიას მთლიანად მოუსმინოთ. პოდკასტი სერიის კონკრეტული ეპიზოდი აქ არის ხელმისაწვდომი: <https://serialpodcast.org/season-two/10/thorny-politics> (ნანახია 2017 წლის იანვარში).

- **თავმოყრა**

თავი მოუყარეთ თქვენს რესურსებს. დასაწყისისათვის შეკრიბეთ ადამიანები როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ისე მის გარეთ (მაგალითად, სხვა სამინისტროებიდან). დარწმუნდით, რომ გუნდში არსებობს სათანადო რესურსი სწორი პოლიტიკური და სამართლებრივი რჩევებისათვის. უნდა დარწმუნდეთ, რომ თქვენი ყველა ნაბიჯი კარგადაა გათვლილი. უკან დახევა არ უნდა დაგჭირდეთ იმის გამო, რომ გაუთვალისწინებელ წინააღმდეგობას გადაეყარეთ ან რაიმე უკანონობა ჩაიდინეთ. თუ ხელმძღვანელობის შეკრების უფლებამოსილება არ გაქვთ, სხვა შესაბამისი ინსტიტუტების კომუნიკაციის სპეციალისტებს მაინც დაუკავშირდით, რომ კოორდინირებულად იმუშაოთ. შემოიკრიბეთ ყველაზე საზრიანი ადამიანები. მზადყოფნაში გყავდეთ გარე კონსულტანტები. მათი უპირატესობა ის არის, რომ თქვენს ხელმძღვანელობას თავისუფლად ესაუბრებიან და უპირისპირდებიან, რაც თქვენთვის, შესაძლოა, რთული იყოს, რადგანაც თქვენს უფროსებთან მუშაობა კრიზისის შემდეგაც უნდა განაგრძოთ. გამოცდილი ადამიანები მოტივირებული არიან, რომ კრიზისის დაძლევის პროცესში რამდენიმე დღით დაგეხმარონ და სასარგებლო გარე ხედვა შემოგთავაზონ.

თავი მოუყარეთ ფაქტებსაც. გუნდის წევრების მეშვეობით სრულყოფილად შეისწავლეთ, რა ხდება, როგორია კრიზისის დინამიკა. დარწმუნდით, რომ ყველა ცუდი ამბავი იცით და რომ გუნდის შიგნით არსებობს შესაბამისი გარემო ცუდი ამბების გასაზიარებლად. შესაძლოა, აქაც გარეშე პირი დაგეხმაროთ. ივარაუდეთ, რომ კიდევ უფრო მეტი ცუდი ამბავი გელით და რომ ადამიანები, რომლებიც თქვენი მოკავშირეები უნდა იყვნენ (სხვა სამინისტროები, ყოფილი თანამშრომლები, სფეროს ექსპერტები), დიდი ალბათობით, თქვენ საწინააღმდეგოდ იმოქმედებენ. მეგობრების პრობლემად ქცევა თითქმის ყველა კრიზისული სცენარის ნაწილია. იმ შემთხვევაშიც კი, თუ გგონიათ, რომ ყველა ფაქტი ხელთ გაქვთ, ცუდისათვის მზად იყავით. მოქმედების დაწყებამდე ყველაფერი გააანალიზეთ. ზოგიერთმა ადამიანმა შეიძლება პრობლემის მასშტაბი გააზვიადოს, რაც სწორი გადაწყვეტილების მიღებას აფერხებს.

ჩამოაყალიბეთ გადაწყვეტილების მიღების პროცესი. ვინ რა გადაწყვეტილებას მიიღებს? სად და როდის შეხვდებიან ისინი, რა ფორმატში? როგორ მიიღება შუალედური გადაწყვეტილებები? ვის რა უფლებამოსილება აქვს განცხადებების კეთებაზე? ვინ იქნება ბოლო რედაქტორი, რომელიც დარწმუნდება, რომ განცხადებებში შეცდომები არ არის და სიტუაციას კიდევ უფრო არ ამწვავებს? სად მიიღება გადაწყვეტილებები? ოთახი გუნდის საჭიროებების შესაბამისად მოამზადეთ. ძირითადი ინფორმაცია (რუკები, სიები, ძირითადი წესები) კედელზე განათავსეთ და ხელმისაწვდომობა უზრუნველყავით.

შეადგინეთ იმ ადამიანების სია, ვისაც ხმა უნდა მიაწვდინოთ და ვინც თქვენს მესიჯებს გავრცელებს. განსაკურებით მწვავე კრიზისებისას ადამიანებს სპეციალურ ელექტრონულ წერილზე ხელმომწერად მიბმა შესთავაზეთ. თავისთავად, გამოიყენეთ Twitter-ი (Twitter-ი კრიზისების მართვისას კარგი საშუალებაა, თუ იცით, როგორ უნდა გამოიყენოთ). ელექტრონული ფოსტის მისამართების სია ახალი ინფორმაციის, პრესკონფერენციების შესახებ განცხადებებისა და ნებისმიერი სხვა ინფორმაციის გაზიარების შესაძლებლობას გაძლევთ. 2008 წლის აგვისტოში საქართველომ რუსეთს მიმდინარე მოვლენების საკუთარი ვერსიის გავრცელებაში იმ მიზეზითაც აჯობა, რომ კომუნიკაციების გუნდმა ყველა საჭირო ადამიანის ელექტრონული ფოსტის მისამართის სია შეადგინა. ამან საქართველოს თავისი პოზიციის ეფექტურად გავრცელების საშუალება მისცა. ეს მარტივი დავალება იყო, რომელსაც საქართველომ თავი გაართვა, რუსეთმა კი ვერა.

თავი მოუყარეთ ყველაფერ დანარჩენსაც, რაც, შესაძლოა, გამომრჩა. თითოეული კრიზის უნიკალურია, ასე რომ, შესაძლოა, დამატებითი ასპექტები არსებობდეს, რომელთა გათვალისწინებაც დაგჭირდებათ.

• დაჯგუფება, ორგანიზება, გადამოწმება და განხორციელება

ყველაფრის მომზადების შემდეგ გადადიხართ რამდენიმე მიმართულებით დაჯგუფების, ორგანიზების, გადამოწმებისა და განხორციელების ეტაპზე.

ვინ, რას, როგორ, როდის, სად და რატომ აკეთებს? ვინ არის სპიკერი? სპიკერი მთლიანი პროცესის განმავლობაში ერთი და იგივე უნდა იყოს. ის უნდა იყოს მშვიდი და ავტორიტეტული, ამასთან, ემპათიურიც. ერთი და იგივე ადამიანი ერთ მესიჯზე კონცენტრირებას უზრუნველყოფს. სხვა შემთხვევაში ხალხს ურთიერთსაწინააღმდეგო განცხადებებით ააღელვებთ და აფიქრებინებთ, რომ ვითარებას ვერ აკონტროლებთ. სპიკერს გარკვეული თანამდებობა უნდა ეკავოს, თუმცა არა ყველაზე მაღალი. ხელმძღვანელობა კრიზისთან გამკლავებით იქნება დაკავებული და შეიძლება არ სურდეს ამ პროცესთან ასე პირდაპირ ასოცირება.

გუნდის დანარჩენი წევრების კომუნიკაციის ამოსავალი წერტილი სპიკერის სანდოობის მხარდაჭერა უნდა იყოს („ამ საკითხის გადასაჭრელად ვმუშაობთ, ბატონი ლევანი კი საზოგადოებასთან ურთიერთობის კუთხით დიდ დახმარებას გვიწევს.“ - დარჩით მხოლოდ ამ მესიჯზე, სანამ ჟურნალისტი არ მოეშვება მცდელობას, სხვა ინფორმაციაც გამოგტყუოთ).

რა არის მთავარი მესიჯი? განმარტეთ, რას აკეთებთ პრობლემის მოსაგვარებლად. თქვენი ორგანიზაციის საქმიანობის შესახებ მოსახლეობისათვის კონკრეტული დეტალების ჩამოსაყალიბებლად შეგიძლიათ მოქმედების ფორმულას მიჰყვეთ. ხალხის მიერ კრიზისის აღქმის საკითხს რომ მივუბრუნდეთ, გადმოვიცით, რომ გესმით მათი აღშფოთება და ყველაფერს აკეთებთ, რომ ვითარება გამოსაწოროთ, პრობლემის მხოლოდ ზედაპირულად მოგვარებით არ ხართ დაკავებული. მესიჯს არ გასცდეთ და უთხარით თქვენს უფროსებს, რომ პასუხებისას იმპროვიზაცია საჭირო არ არის. მაგალითად, დაჟინებით მოითხოვეთ ყველა განცხადების წაკითხვა. ზოგიერთი ბოლოდროინდელი კრიზისი იმიტომ გამწვავდა, რომ მაღალი პოლიტიკური თანამდებობის პირებმა სცენარს გადაუხვიეს. მაგალითად, კრიზისის შესახებ კონსულტაციაზე სატელევიზიო გადამღები ჯგუფები მიიწვიეს და საჯაროდ გაკიცხეს დაქვემდებარებული პირები, რომლებმაც შეცდომები დაუშვეს. ხელმძღვანელები კრიზისს უნდა აკონტროლებდნენ, ენერგია ხალხის დამშვიდებას უნდა მოახმარონ და მესიჯს მკაცრად მიჰყვენ.

(შეცდომებს გამოცდილი პროფესიონალებიც უშვებენ. ბო ბერგდალის შემთხვევაში, ობამას ადმინისტრაციის მაღალი თანამდებობის პირი მახეში გაება, როდესაც ბერგდალის ღირსებებზე დაიწყო საუბარი. ამის ნაცვლად, მათ უნდა ეთქვათ: „შეხედეთ, ამას ვაკეთებთ იმ მომენტებისათვის, რომელთა შვილებიც ჩვენი ქვეყნისთვის იბრძვიან.“ ამას შეეძლო გადაეჭრა შემდგომი ცხარე პოლიტიკური განხილვები).

მესიჯში ნუ იტყვი, რომ ყველაფერი უკვე დასრულდა. მიეცით საშუალება სხვებს, თავად გადაწყვიტონ, გადაიჭრა თუ არა კრიზისი. ტერიტორია უსაფრთხოდ მხოლოდ მაშინ გამოაცხადეთ, თუ თქვენს საკუთარ შვილებს იქ თამაშის უფლებას მისცემთ. უმჯობესია განაცხადოთ, რომ თქვენმა გუნდმა ყველაფერი მოიმოქმედა უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად და ხალხს კვლავ სიფრთხილისაკენ მოუწოდოთ, სანამ ყველაფერი ჩვეულ მდგომარეობას არ დაუბრუნდება. ეს დაგიცავთ გაუთვალისწინებელ შემთხვევებში ან თუ რაიმე გამოგრჩათ. ჯორჯ ბუშის განცხადება „მისიის შესრულების“ შესახებ, როდესაც ერაყში აჯანყება ძალას იკრეფდა, ყველას ემანსოვრება.¹⁷

რა სახის ვიზუალურ მასალას წარმოადგენთ? სპიკერთან ერთად, რომელიც ნათელ განცხადებებს გააკეთებს, თქვენი მესიჯის გასავრცელებლად შთამბეჭდავი ვიზუალური მასალა დაგჭირდებათ. ეს შეიძლება იყოს ხელმძღვანელობის მიერ ტერიტორიის მონახულება და ადგილზე კრიზისის შესახებ ანგარიშის მოსმენა. ადგილზე მისვლა თქვენი ხელმძღვანელობისათვის ხალხისათვის მიმართვის საშუალებაცაა. თუ ხალხი

17 ბუშის სიტყვა უფრო დაწვრილმანებული იყო, ვიდრე ადამიანების უმეტესობას ახსოვს. ცნობილი ბანერი გემის მიერ ტურის დასრულებას ეხებოდა, თუმცა, წვრილმანები სწრაფად ავიწყდებათ: https://en.wikipedia.org/wiki/Mission_Accomplished_speech.

უკვე აღმფოთებულია მიმდინარე მოვლენების შედეგად, მათ ბრაზთან გასამკლავებლად LEARN აკრონიმს მიმართეთ. LEARN სასტუმროებში უკმაყოფილო მომხმარებლებთან გასამკლავებლად გამოიყენება. მოუსმინეთ ადამიანებს და მიეცით აზრის გამოთქმის საშუალება. აჩვენეთ, რომ თქვენი ხელმძღვანელობა დაზარალებულებს უსმენს. ყურადღება გაამახვილეთ ემოციურ მხარეზე. ხელმძღვანელებს ხალხის დანაკარგის გამო გულწრფელი წუხილის გამოხატვის საშუალება მიეცით. ბოდიში მოიხადეთ, მაგრამ ზომიერების ფარგლებში. პოლიტიკურ და ბიზნესის სფეროში ბოდიშის მოხდას ფრთხილად მიუდექით. ნეიტრალური ფორმულირება შეარჩიეთ, რადგან საჭიროა სიფრთხილე იმასთან დაკავშირებით, თუ რა პასუხისმგებლობას იღებთ საჯაროდ მომხმარებელზე. აჩვენეთ ხალხს, თუ რას გააკეთებთ. უთხარით, რის გაკეთებას აპირებთ, რომ მომავალში იგივე არ განმეორდეს.

ზოგადად, ადგილზე გაკეთებული განცხადება შეიძლება ასე გამოიყურებოდეს: „აქ იმისთვის ვართ, რომ დაზარალებულ ადამიანებს მოვუსმინოთ. როგორც ხედავთ, მათ თავს საშინელება გადახდათ. ეს ძალიან რთული იყო მათთვის და მათი ოჯახებისათვის. შემიძლია გითხრათ საკუთარი და მთელი მთავრობის/რეგიონის/ქალაქის სახელით და ამ ქვეყნის/ქალაქის ყველა მაცხოვრებლის სახელით, რომ ძალიან ვწუხვართ ამ ადამიანების გამო, იმის გამო, რისი გადატანაც მათ მოუწიათ. პრობლემის გადაჭრის მიზნით, მობილიზებულია ჩვენი ყველა რესურსი. ძალისხმევას გასაძლიერებლად ჩვენს მეზობლებს ვთხოვეთ, დამატებითი რესურსებით დაგვეხმარონ. უნდა გადავსინჯოთ არსებული პრაქტიკა, რომ მსგავსი რამ აღარ განმეორდეს.“ შეგიძლიათ განცხადება შეამოკლოთ. მაგალითად, ამოიღოთ ბოლო წინადადება და უფრო ვრცლად ისაუბროთ კრიზისის გადაჭრის ღონისძიებებზე. LEARN-ის მეშვეობით გადმოსცემთ ძირითად, აუცილებელ აზრს. ეს სამუშაო ჩარჩოს გაძლევთ.

კრიზისული კომუნიკაციის კიდევ ერთი მიდგომა, რომელიც რეჟესტერ ლარკინმა შეიმუშავა, კონკრეტულად რეპუტაციის მენეჯმენტზე არის გათვლილი და 3 C-ს მოიცავს:

1. ზრუნვა და წუხილი (Care & Concern): გამოხატეთ ემპათია, თქვენ მათი ოჯახის წევრებზე დარდობთ.
2. კონტროლი (Control): რას აკეთებს ორგანიზაცია სიტუაციის საკონტროლოდ? „ჩვენ მჭიდროდ ვთანამშრომლობთ სამაშველო ოპერაციის გუნდებთან, რომლებიც პოლიციასთან შეთანხმებით მოქმედებენ და დაზიანებული შენობებიდან ხალხი გამოჰყავთ.“
3. დანაპირები (Commitment): აღწერეთ, რას გააკეთებთ, რომ მსგავსი რამ აღარ განმეორდეს. „ვიწყებთ გამოძიებას. გავაანალიზებთ პროცესებს და პროცედურებს გავამკაცრებთ.“

3CLEARN-ის მსგავსია და ჩართულობასა და ემპათიაზე კონცენტრირდება.¹⁸ მნიშვნელოვანია, რომ რომელიმე ჩარჩო გამოიყენოთ. კერძოდ რომელი, ამას ნაკლები მნიშვნელობა აქვს.

ორგანიზება გაუკეთეთ და დაგეგმეთ, თუ როგორ შეინარჩუნებთ კონტაქტს გავლენიან პირებთან. შეინარჩუნეთ ხალხისათვის ინფორმაციის მიწოდების რიტმი. იყავით ხელმისაწვდომი, შეარჩიეთ ადგილი ბრიფინგისათვის. იდეალურ შემთხვევაში, ეს შეიძლება იყოს თქვენს საკოორდინაციო ცენტრთან ახლოს მდებარე (მაგრამ არა ძალიან ახლოს) სასტუმრო. ჟურნალისტები სულ თქვენ გარშემო არ იტრიალებენ, თუმცა საჭმელი და სასმელი იქვე უნდა ჰქონდეთ. ჟურნალისტები, ადამიანების უმეტესობის მსგავსად, უკეთ გრძნობენ თავს, როცა არ შიათ.

მესიჯი თქვენს ორგანიზაციაში გაავრცელეთ (სულ მცირე, საშუალო რგოლის მენეჯმენტთან). ურჩიეთ თანამშრომლებს, ან ამ მესიჯს მიჰყვნენ (ფართო გაგებით) სოციალურ მედიაში, ან ნაკლებად იაქტიურონ, რომ დამატებითი პრობლემები არ შექმნან.

ისევ და ისევ, ეს ზოგადი რჩევებია, თუმცა ისინი ბევრ სიტუაციაში, მეტწილად, გამოსადეგია. კრიზისის მიმდინარეობასთან ერთად, თქვენს გეგმასაც უნდა გადახედოთ. ამ რჩევის გათვალისწინება ხშირად რთულია - ბოლოს და ბოლოს, კრიზისია. დამატებითი განხილვა, შესაძლოა, დაგეგმართ.

● დაიმახსოვრეთ

მოემზადეთ კრიზისისათვის. სათანადოდ მომზადება კრიზისთან გამკლავების უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია. ამაზე ყურადღება გამოცდილმა კონსულტანტმა გამამახვილებინა, რომელმაც 3C მასწავლა. საქმე ცუდად წავიდა. მოიფიქრეთ 15 ცუდი რამ, რაც შეიძლება მოხდეს და მოემზადეთ. მზად გქონდეთ ძირითადი ნაბიჯები - ვის უნდა დაურეკოთ, რა ფორმატი უნდა გამოიყენოთ. შექმენით უნივერსალური ფორმატები. ბიზნესის უპირატესობა ის არის, რომ კრიზისები წინასწარ განჭვრეტადია და შეგიძლიათ, ბევრი მათგანისათვის მოემზადოთ. ისინი თქვენს პროდუქტს, მომსახურებას ან მენეჯმენტს უკავშირდება.

კრიზისებისათვის მომზადება სამთავრობო უწყებებისთვის უფრო რთულია, რადგან პოლიტიკური ვითარება აქ უფრო კომპლექსურია. და მაინც, დაგეგმეთ, როგორც შეგიძლიათ. სიფრთხილე გამოიჩინეთ გეგმაში გამოყენებულ ფორმულირებასთან დაკავშირებით. მასალები შეიძლება იმედგაცრუებული თანამშრომლის მიერ ან ჰაკერული თავდასხმის

¹⁸ 3C სტეფან ენგელისგან ვისწავლე, რომელმაც კრიზისული კომუნიკაციის მიმართულებით კონსულტაციები ბევრ აზიურ კომპანიას გაუწია.

შედეგად გასაჯაროვდეს. თქვენ არ გინდათ საგაზეთო სათაური „სამინისტრო პრეზიდენტის მკვლელობისათვის ემზადება.“ არადა, დასაშვებია არსებობდეს გეგმა ქვეყნის პირველი პირების უეცარი გარდაცვალების შემთხვევებისათვის (მაგალითად, ავიაკატასტროფაში).

თუ ხელმძღვანელობას დაარწმუნებთ, სავარჯიშო გაიარეთ. ვინმეს შეადგენინეთ დაახლოებით 36-საათიანი სცენარი, რომელშიც სიტუაცია თანდათანობით მწვავდება. გამოსცადეთ თქვენი პასუხები და ისწავლეთ მიღებული გამოცდილებისაგან. კრიზისის დროს ჟურნალისტების მიერ დასმული შეკითხვების წინასწარ გამოცნობა მეტწილად შესაძლებელია. ასე რომ, რეპეტიცია შესანიშნავი სამზადისია. გამოცდილების მიღების გარდა, ეს პროცესი თანამშრომლებს უფრო შეკრულ გუნდად ჩამოაყალიბებს. სავარჯიშოს დასრულების შემდეგ წერილობით გააანალიზეთ მიღებული გამოცდილება და მოემზადეთ.

დაიძინეთ. ტონი ბლერმა კრიზისულ სიტუაციაში მყოფ კარგ მეგობარს, პირველ რიგში, სწორედ გამოძინება ურჩია. კრიზისის დასაწყისისას შეიძლება გმირულად ეცადოთ, ყველაფერს ერთდროულად გაუმკლავდეთ და ფორმაში ყავისა და ნიკოტინის მეშვეობით დარჩეთ. ეს გმირობა ორ დღეს გასტანს, შემდეგ კი გადაწყვეტილებების მიღების ხარისხი მკვეთრად გაუარესდება. მენეჯერების პასუხისმგებლობაა, თანამშრომლებს დასვენება მოსთხოვონ. თანამშრომლებს შესაძლოა ეგონოთ, რომ დაუსრულებელი მუშაობა ლოიალურობისა და თავდადების გამოხატულებაა, შესაბამისად, მათ დასვენება უნდა მოსთხოვონ. შესაძლოა, ცვლების შემოღება მოგიწიოთ. საქმის ერთმანეთისათვის გადაცემის ეფექტური პროცედურა შეიმუშავეთ. თუ წამყვანი თანამშრომლები, მაგალითად, საინფორმაციო ტექნოლოგიების სპეციალისტები, ადგილზე არიან საჭირო, მოაწყვეთ ოთახი, რომელშიც, საჭიროებისას, ადამიანებს წაძინება შეეძლება. ადამიანებს ფზიზელი გონება უნდა ჰქონდეთ, რომ არ დაუშვან შეცდომები და კრიზისი კიდევ უფრო არ გაამწვავონ. ამ გამოწვევის გასაცნობად 36-საათიანი სავარჯიშო კარგი საშუალებაა.

სხვა ინსტიტუტებში საჭირო ადამიანებთან კომუნიკაციის ხაზები კრიზისამდე უზრუნველყავით. კრიზისის დროს ყველაზე ღირებული რამ წინასწარი სამზადისია (მაგალითად, კარგი მზადყოფნის შედეგად 9/11 თავდასხმისას ბევრად მეტი ადამიანის დაღუპვა აირიდეს თავიდან).

მომზადებისას გააანალიზეთ, თუ როგორ გაუმკლავდნენ კრიზისს სხვები. ასევე, შეისწავლეთ შემთხვევები, როდესაც კრიზისი უკონტროლო გახდა. გააანალიზეთ თქვენი გამოცდილება. გუნდთან ერთად უყურეთ ფილმებს დიდი პოლიტიკური კრიზისების შესახებ და განიხილეთ, რა დასკვნების გამოტანა შეიძლება მათგან. ეს, ისევე და ისევე, სახელმძღვანელოდაც გამოდგება და გუნდის უკეთ შესაკრავადაც. გუნდი, რომელიც კრიზისისათვის მზადაა, ყოველდღიურ საქმიანობაში უფრო თავდაჯერებულია, შესაბამისად, ამაზე რესურსების დახარჯვა ღირს.

დასკვნა

ამ სახელმძღვანელოს მიზანი იყო, თქვენთვის გადმოეცა ოთხი პრინციპი, სამი სტრუქტურა, ორი ფორმულა და ერთი პროცედურა. ეს ყველაფერი უფრო ეფექტურ კომუნიკაციაში უნდა დაგენმაროთ. თუ 4321 ჩარჩოს სისტემატურად გამოიყენებთ, კარგ დოკუმენტებს დაწერთ. რთული პროცესის ცალკეულ ნაბიჯებად დაყოფით, თქვენი პირადი საჭიროებებისათვის პრაქტიკული გადაჭრის გზების შემოთავაზება გვსურდა.

ფორმატი და პროცედურები თქვენს საჭიროებებს უნდა მოარგოთ, რადგანაც ამ წიგნში ბევრი შესაძლო ვარიანტიდან მხოლოდ რამდენიმეა განხილული. პრინციპები დაგენმარებათ გადაწყვიტოთ, თუ როდისაა საჭირო ადაპტირება: მაგალითად, როდესაც თქვენი მიზანი ან მკითხველები ფორმატის შეცვლას ითხოვენ.

გადაწყვეტილების მიღების საჭიროება ნიშნავს, რომ თქვენი აქტიური მონაწილეობაა საჭირო. თქვენ და თქვენმა შესაძლებლობებმა ყოველთვის შეიძლება რაიმე შეცვალონ.

თუ უნარების კიდევ უფრო გაუმჯობესება გსურთ, ერთ პრაქტიკულ სავარჯიშოს შემოგთავაზებთ. ამ სახელმძღვანელოზე დაყრდნობით, თქვენი დოკუმენტებისათვის საჭირო კომპონენტების სია ჩამოწერეთ. ამ სიაზე მუშაობა აუმჯობესებს თქვენს უნარებსა და შესაძლებლობას, მნიშვნელოვანზე კონცენტრირდეთ. თქვენი სია რეგულარულად გამოიყენეთ, მათ შორის, სხვებისათვის უკუკავშირის მიცემისას.

შეგიძლიათ, თქვენი სია გამომიგზავნოთ. მე კი შემიძლია, საპასუხოდ საკუთარი სია გადმოგცეთ. ამ სახელმძღვანელოში ის არ შემიტანია, რადგან ყველაზე უკეთ სიის თავად შექმნით ისწავლით.

კარგი ტექსტის წერა ბევრ შრომას მოითხოვს. წერის დაწყებამდე ბევრი უნდა იფიქროთ. Думай, дитя, думай. ახლა ბევრი უნდა იმუშაოთ, რომ პრინციპები, პროცედურები და ფორმატები კარგად აითვისოთ. კარგი ის არის, რომ ეს მძიმე შრომა დაგიფასდებათ. ნახავთ, ამის შემდეგ, საბოლოოდ, რა მარტივი იქნება კარგი ტექსტების წერა.

წყაროები და სამადლობელი სიტყვა

ამ წიგნის სრულყოფისათვის ძირითადი ნიმუშები მოცემულია ბმულზე: <http://bit.ly/HandbookSamples>. სია მოიცავს დოკუმენტებს, რომლებიც წლების განმავლობაში ამ ტექნიკების საფუძველზე დავწერე და, შესაძლოა, მათი გადახედვა გამოგადგეთ.

ეს სახელმძღვანელო, ნაწილობრივ, გამოცდილების საფუძველზე (აკადემიურ სფეროში, ადვოკატირებაში, ფონდების მოძიებაში, პროექტის მენეჯმენტში, უმაღლესი განათლების მენეჯმენტსა და ბიზნესში) დაიწერა, ნაწილობრივ კი არსებული პრაქტიკის შესწავლისა და გამოცდილ პრაქტიკოსებთან კონსულტაციების შედეგად.

ამ ვერსიის გამოცემა შესაძლებელი გახდა ნატო-საქართველოს პროფესიული განვითარების პროგრამის (თბილისი, საქართველო) მხარდაჭერით, განსაკუთრებით კი მერი გაბაშვილისა და ნატალი ნოზაძის ძალისხმევის შედეგად. განსაკუთრებული მადლობა მათ.

ტექსტის მომზადებისათვის მადლობას ვუხდით რამდენიმე ადამიანს: განსაკუთრებით მარკ მალენსა და თამარ ქაროსანიძეს, რომლებსაც ამ სახელმძღვანელოს შექმნის იდეა დიდი ხნის წინ, „საერთაშორისო გამჭვირვალობა - საქართველოში“ მუშაობისას გაუჩნდათ. ასევე, სალომე წერეთელს, კოტე ვეკუასა და ნინო ძოწენიძეს, რომელიც მაშინ AFP-ში მუშაობდა. ყველა მათგანი თბილისიდანაა. მადლობას ვუხდით ანდრეას ტიგელკამპსა და კევინ კენტს ბერლინიდან, ასევე უამრავ სტუდენტს. მეგი ოსბოდი კატცი ძალიან ყურადღებიან მკითხველი იყო და მეორე გამოცემისათვის ღირებული რჩევები მომცა. ჯონ მეისონის შემოთავაზებამ, თუ როგორ უნდა შეიმუშაონ სტუდენტებმა თეზისი, ჩემი მიდგომა შეცვალა და მისი რჩევა ამ წიგნში ავსახე. სტეფან ენგელმა აზიის სხვადასხვა კომპანიაში კრიზისულ კომუნიკაციაზე მუშაობის გამოცდილება გამიზიარა. ენდრიუ ბენეტმა ძალიან სასარგებლო რჩევები მომცა პრესრელიზებთან დაკავშირებით. ბევრი რამ ვისწავლე ჩემი კოლეგებისგან Transparify-დან, თინათინ ამბროლაძის უდიდესი პრაგმატულობისა და ტილ ბრუკნერის კომუნიკაციის შესანიშნავი ინსტინქტის წყალობით. განსაკუთრებული მადლობა ჩემს მშობლებს, მერიან და კარლ გუტბროდებს. მამაჩემმა, არაპირდაპირ, ამ საკითხებთან დაკავშირებით ბევრი რამ მასწავლა, მიზიარებდა რა სხვადასხვა ქვეყნის კომპანიაში მიღებულ გამოცდილებას. ყდისათვის მადლობა მელანი ეტენს კიოლნიდან. მიღწეულ წარმატებაში წვლილი ყველამ შეიტანა, შეცდომები კი, რა თქმა უნდა, ჩემი პასუხისმგებლობაა.

ამასთან, მსურს მოვიხსენიო მთარგმნელები და რედაქტორები: მირანდა ბერიშვილი და ნანა დანელია, თბილისი; კრასიმირა მიტევა, ვარნა, ბულგარეთი; ულზიიბაიარ ვანგანსუნენი,

ულან ბატორი, მონღოლეთი; ზოლტან ბერენი, დებრეცენი, უნგრეთი; ალექსანდრ ბელიაკოვი, კიევი, უკრაინა; მერუზან გალსტიანი, ერევანი, სომხეთი. ფაქტობრივად, ყველა მათგანი თანაავტორია. მათ წიგნი საკუთარ ქვეყნებს მოარგეს და მომცეს უკუკავშირი, რომელიც ამ გამოცემაში ავსახე. თუ ამ სახელმძღვანელოში პირველი რიცხვის მრავლობითში ვსაუბრობდი, ეს იმიტომ, რომ მიმაჩია, საბოლოოდ ეს წიგნი საერთო ძალისხმევის შედეგია.

ინტერნეტით არაერთი მასალა მოვიძიე. მათი უმეტესობა არც ისე სასარგებლო იყო, როგორც ვიმედოვნებდი, ამიტომ ვებსაიტები არ მოვიხსენიე. მსურს რამდენიმე წიგნს გავუწიო რეკომენდაცია. მნიშვნელოვანი შთაგონების წყარო იყო ბარბარა მინტოს The Pyramid Principle, პრენტის ჰოლი, ლონდონი, 1995. ეს იყო ჩემ მიერ მოძიებული საუკეთესო შეჯამება იმისა, თუ როგორ დავალაგოთ აზრები ლოგიკურად. კიდევ ერთი გამორჩეული წიგნი, რომელშიც მოცემულია რჩევები დაგეგმვის შესახებ - კარგად წერა სწორედ დაგეგმვა - არის რიჩარდ სტუტლის The Definitive Business Plan, პრენტის ჰოლი, ლონდონი, 1999. საუკეთესო წიგნი ინგლისური ენის სტილის შესახებ, როგორც უკვე ვთქვი არის უილიამ ზინსერის On Writing Well: the Classic Guide to Writing Nonfiction, ჰარპერ კოლინსი, ნიუ იორკი, 2001. ედუარდ ტაფტმა წიგნების შესანიშნავი სერია დაწერა. მათგან ყველაზე მნიშვნელოვანია The Visual Display of Quantitative Information, გრაფიკს პრესი, ჩეშირი, კონექტიკუტი, 2001. ჩიპ და დენ ჰითების Made to Stick ბრწყინვალე წიგნია საინტერესო მესიჯების წერის შესახებ. ეს წასაკითხად შესანიშნავი წიგნია, თუ უკვე შეგიძლიათ ინფორმაციის სტრუქტურირება. არა მგონია, რომ კომუნიკაციის შესახებ ამაზე მეტი წიგნი დაგჭირდეთ, თუმცა, რა თქმა უნდა, ცნობისმოყვარეობა დაგეხმარებათ.

მათთვის, ვისთვისაც ინგლისური ენა მშობლიური არაა და სურთ აკადემიური ინგლისური გაიუმჯობესონ, რეკომენდაციას ვუწევ ჯონ სვეილისა და კრისტინ ფიკის Academic Writing for Graduate Students: a Course for Non-Native Speakers of English, მიჩიგანის უნივერსიტეტი, ენ ჰარბორი, 2004. ეს წიგნი შეიცავს ბევრ პრაქტიკულ სავარჯიშოსა და რჩევას გრამატიკისა და ფრაზეოლოგიის ნიუანსების შესახებ, მაგალითად, როგორ გამოვხატოთ დამაჯერებლობის სხვადასხვა ხარისხი. მიუხედავად იმისა, რომ წიგნი მაგისტრ სტუდენტებზეა გათვლილი, ის დაეხმარება ადამიანებს, რომლებსაც უწევთ პროფესიული დოკუმენტების წერა მათთვის უცხო ენაზე.

რაც მთავარია, მინდა მადლობა გადავუხადო ყველა ქართველს, ვისთანაც წლების განმავლობაში მიმუშავია. ამ წიგნს ყველა მათგანს ვუძღვნი.

თვალი მადევნეთ Twitter-ზე http://bit.ly/Twitter_HG ან გამომიგზავნეთ ელექტრონული წერილი მისამართზე hfgutbrod+subscribe@gmail.com, რათა ჩემგან პერიოდულად მიიღოთ კომუნიკაციის შესახებ საინფორმაციო წერილები.

იმ შემთხვევაში, თუ ამ სახელმძღვანელოში ასახული პრაქტიკის თქვენ ორგანიზაციაში დანერგვის შესახებ პრაქტიკული რჩევების მიღება გსურთ, მომწერეთ: hgutbrod@gmail.com.

ჰანს გუტბროდი სხვადასხვა სფეროში პოლიტიკის კვლევისა და ადვოკატირების მიმართულებით საქმიანობს. *Transparify*-ს მეშვეობით მსოფლიოს გარშემო ათობით კვლევითი ორგანიზაცია დაარწმუნა, უფრო გამჭვირვალეები ყოფილიყვნენ დაფინანსების წყაროებთან დაკავშირებით. ის, ასევე, მუშაობდა კვლევით ორგანიზაციებში ლათინურ ამერიკაში, აფრიკასა და სამხრეთ აზიაში. წლების განმავლობაში იყო კავკასიის კვლევითი რესურსების ცენტრის რეგიონული დირექტორი. მანამდე ასწავლიდა და მუშაობდა ტრენერად სხვადასხვა ინსტიტუტში. ჰანსი დაიბადა ბრაზილიაში და გაიზარდა გერმანიაში. სწავლობდა ტიუბინგენსა და ლონდონის ეკონომიკის სკოლაში, სადაც დაიცვა დოქტორის ხარისხი საერთაშორისო ურთიერთობებში.



ნატო-საქართველოს პროფესიული განვითარების პროგრამა

წინამძღვრიშვილის ქ. 162
0112 თბილისი, საქართველო
+995 32 2933801 (115)
<http://natopdp.ge/>
<https://www.facebook.com/NATOPDP/>