

Kommunikation



Vad är egentligen kommunikation?

- Vi människor kommunicerar hela tiden, det finns inte en dag i våra liv när vi inte gör det, om det så bara är med oss själva.
- Ordet kommunikation kommer från latinets *communicare* som betyder “göra gemensamt”.
- Vi använder också ordet kommunikation när det handlar om förflyttning, t ex i trafiksammanhang.
- I det här sammanhanget (den här kursen) menar vi istället förflyttning av information eller budskap, med avsikt att göra något gemensamt.
- Kommunicera är ett verb, alltså något som man gör.
- Alltså något som man kan bli bättre på, genom träning.
- Genom att öka vår medvetenhet kring hur vi själva och andra kommunicerar, kan vi bli bättre på det.

Orsaker till kommunikation?

Det finns fler mänskliga drivkrafter till kommunikation än att överföra information

Inom akademien är det vanligt att dela upp kommunikationsområdet i tre huvudsakliga områden:

- **Intellektuellt** – förmedla och ta emot information
- **emotionellt/psykologiskt** – få utlopp för känslor, uttrycka vår identitet, behov och personlighet
- **socialt** – upprätthålla relationer, känna oss sedda och uppskattade, påverka, komma nära, mm

Det är uppenbart att olika människor lägger olika vikt vid aspekterna.

- Utifrån situation
- Utifrån personlig preferens

Normala människor tillämpar alla tre områdena dagligen.

Orsaker till kommunikation?

Det finns fler mänskliga drivkrafter till kommunikation än att överföra information

Inom akademien är det vanligt att dela upp kommunikationsområdet i tre huvudsakliga områden:

- **Intellektuellt** – förmedla och ta emot information
- **emotionellt/psykologiskt** – få utlopp för känslor, uttrycka vår identitet, behov och personlighet
- **socialt** – upprätthålla relationer, känna oss sedda och uppskattade, påverka, komma nära, mm

Det är uppenbart att olika människor lägger olika vikt vid aspekterna.

- Utifrån situation
- Utifrån personlig preferens

Normala människor tillämpar alla tre områdena dagligen.

Diskussion två och två:

Har ni någon egen preferens kring de tre områdena? Generellt eller i olika situationer.

Kan ni komma på exempel där människor i samma situation har olika fokus mellan områdena?

Olika sätt att kommunicera

Det finns många sätt att kommunicera på, men än så länge är vi människor begränsade av våra sinnen: primärt hörsel och syn (men även de övriga).

Närmast till hands ligger den **verbala kommunikationen**, dvs att vi pratar med varandra.

Hur den verbala kommunikationen är beskaffad skiljer sig mellan olika kulturer, sammanhang, män och kvinnor, högutbildade och lågutbildade, socioekonomisk tillhörighet, unga och gamla, mm.

Verbal kommunikation är bland det vi lär oss först i livet, tillsammans med kroppsspråket. Senare i livet utvecklar vi den **visuella kommunikationen**: vi lär oss tolka symboler, sedan bokstäver, ord och meningar. För den visuella kommunikationen finns flera olika *medier* vi använder oss av som lappar, böcker, tidningar, skyltar, telefoner, datorer, etc, etc

Det är intressant att fundera kring att vi idag exponeras för mellan 3000-20000 'reklambudskap' varje dag. (enligt en studie från 2013) De allra flesta via visuell kommunikation. Detta kan ställas i relation till att den genomsnittliga människan tänker 50.000 tankar på en dag.

Diskussion

Vad finns det för slags kommunikation som inte sker via hörsel eller syn?

Kan vi använda oss aktivt av sådan kommunikation? hur?

Grebners modell för kommunikation

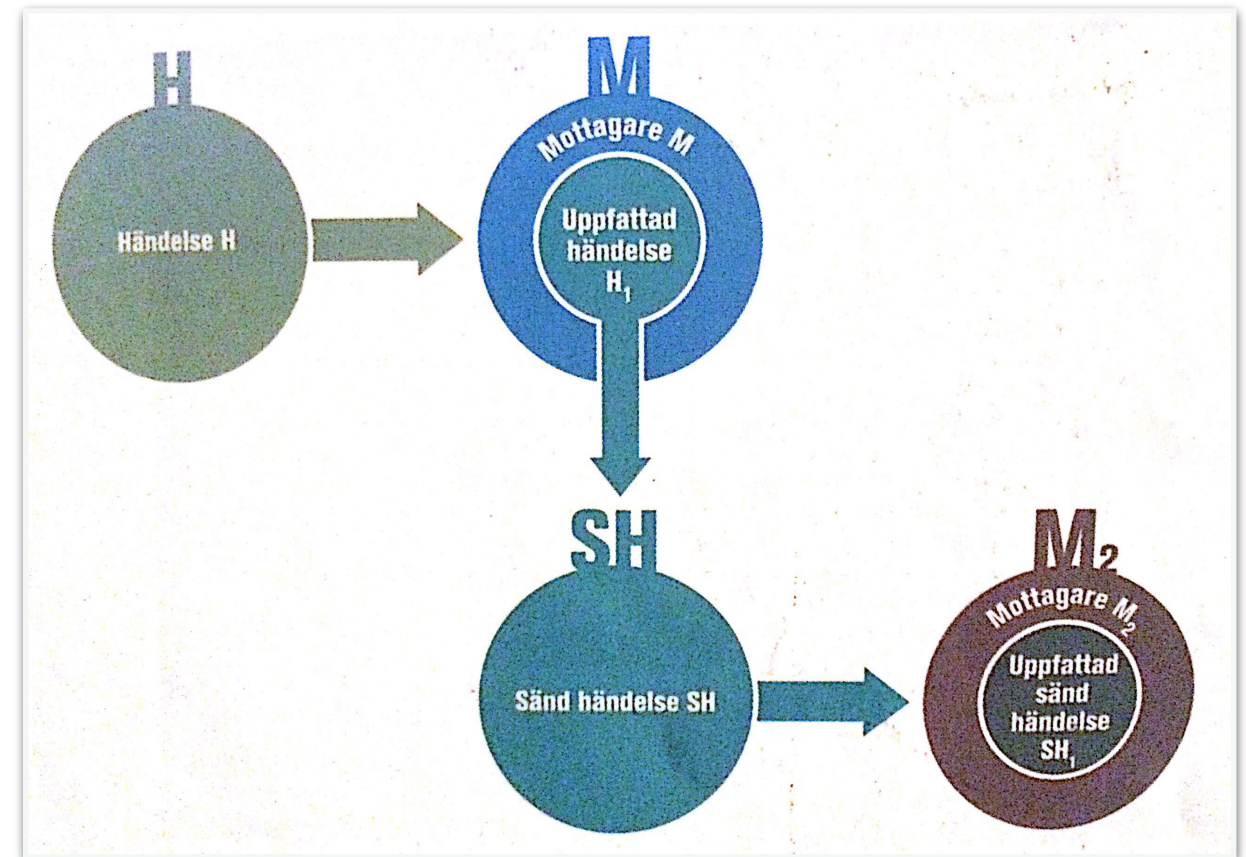
För att bättre kunna tala om kommunikation kan vi ta hjälp av en modell. Grebners modell från 1950-talet har två dimensioner, en *perceptiv* och en *kommunicerande*.

I första ledet tänker sig Grebner en händelse (H) som i sin tur uppfattas av en mottagare (M). Händelsen kan vara ett budskap eller information som skickas ut.

Hos mottagaren sker nu en viss filtrering av händelsen, till följd av uppmärksamhet, syn, hörsel, situation, tolkning, mm så att en Uppfattad händelse (H_1) lagras hos mottagaren M.

Nästa steg i modellen går in i den kommunicerade dimensionen, när händelsen nu skall kommuniceras vidare (eller vidare-tillbaka till ursprungsavsändaren i tvåvägskommunikation). Nu omvandlas den uppfattade händelsen (H_1) till en signal (SH) som sänds på något sätt, genom tal, text, gest, etc.

Nästa steg är återigen i den perceptiva dimensionen när signalen (SH) når en ny mottagare (M_2) som nu får sin version av händelsen.



Modellen belyser hur komplex kommunikationen av även ett relativt simpelt budskap kan vara. Det händer mycket på vägen...

Brus i kommunikationen

Grebners modell visar hur många steg, tolkningar, omformationer som sker i vår kommunikation. Dessutom är den ständigt utsatt för brus av olika slag. Detta brus utgör kommunikationsstörning och vi skall betrakta några sådana:

- *Språkhinder*
- *Dubbla budskap*
- *Otydlighet*
- *Inlindade budskap*
- *Tankeläsning*
- *Självhävdande*
- *Försvarsmekanismer*
- *Haloeffekt och andra missuppfattningar*

Brus i kommunikationen (1)

Grebners modell visar hur många steg, tolkningar, omformationer som sker i vår kommunikation. Dessutom är den ständigt utsatt för brus av olika slag. Detta brus utgör kommunikationsstörning och vi skall betrakta några sådana:

Språkhinder – I översättningar eller vid kommunikation med annat än modersmål för en eller flera inblandade finns stor risk för störningar till följd av språkliga missuppfattningar. Det kan vara ren oförståelse, ett ord man inte känner, eller olika uppfattning om graden av ett ords betydelse, ex är Engelskans “hell” inte lika grovt som svenskans “helvete”. Det kan även uppstå språkhinder mellan olika socioekonomiska grupper eller av geografisk uppdelning (dialekter, slang, mm).

Dubbla budskap – När vi säger en sak och kroppspråk, tonfall eller handling antyder något annat. “Det här var jättegott” säger någon och lämnar mycket kvar på talriken.

Otydlighet – Det uppstår störningar när budskapet sänds otydligt, ex) “Jag kommer hem senare” eller “det behövs mycket”.

Inlindade budskap – När vi inte säger rakt ut det vi menar, utan försöker dölja det, av olika hänsyn. “Jag behöver tid för mig själv” istället för “jag vill inte träffa dig mer”

Brus i kommunikationen (2)

Grebners modell visar hur många steg, tolkningar, omformationer som sker i vår kommunikation. Dessutom är den ständigt utsatt för brus av olika slag. Detta brus utgör kommunikationsstörning och vi skall betrakta några sådana:

Tankeläsning - uppför sig såväl sändare som mottagare som om de kunde läsa den andres tankar, särskilt om de känner varandra väl. Detta kan leda till att sändaren skickar ofullständiga budskap (och förväntar sig att den andre skall förstå) eller att mottagaren slutar lyssna på riktigt, eftersom den tror den vet vad den andra ska säga. Detta stör inte bara kommunikationen utan ger ofta även upphov till missförstånd och konflikter.

Självhävdande - Vissa är så angelägna att dela med sig av sitt eget budskap att de inte lyssnar på den andre. Att höja rösten, avbryta eller 'stänga av öronen' stör kommunikationen.

Försvarsmekanismer - Försvarsmekanismer kan störa kommunikationen eller leda till oärlighet. (Svagheter i egot kan bland annat yttra sig i bortförklaringar eller förnekande.)

Haloeffekt och andra attributionsmisstag - Haloeffekten uppstår när en människa har flera goda (eller dåliga) egenskaper och andra därmed tillskriver dem fler av samma sort. Detta stör i regel kommunikationen då tolkningen, filtreringen, blir felaktig oavsett hur budskapet sänts ut.

Brus i kommunikationen (3)

- *Språkhinder*
- *Dubbla budskap*
- *Otydlighet*
- *Inlindade budskap*
- *Tankeläsning*
- *Självhävdande*
- *Försvarsmekanismer*
- *Haloeffekt och andra missuppfattningar*

Diskussion (två och två)

Försök hitta verkliga exempel på kommunikationsstörningar ni haft, gärna i en arbets- eller studiemiljö.

Kan ni identifiera vilken sorts störning det var fråga om?

Diskutera hur ni skulle kunna minska risken/förekomsten av sådana störningar

Affärskommunikation

Kommunikation i arbetet är delvis annorlunda än i vardagen eller privatlivet. (Gränsen kan dock vara hårfin och förflyttas ständigt).

Affärskommunikation sker mellan kunder, leverantörer, myndigheter och andra i omvärlden. Till affärskommunikationen räknar vi även den interna kommunikationen på arbetsplatsen, som till exempel personalmöten och information till de anställda.

Den affärsmässiga kommunikationen skiljer sig från den privata på flera sätt;

- Affärskommunikation har alltid ett syfte – ex) jämfört med privat som kan vara av rent social natur
 - Det kan gälla något konkret som vi vill sälja, köpa eller informera om.
 - Det kan vara att vilja etablera en kontakt eller underhålla en relation.
- Det är i regel viktig kommunikation, som då ska ske på ett korrekt och professionellt vis.

Anpassa språket efter mottagaren

Det finns flera orsaker till att vi i affärskommunikation uttrycker oss på ett korrekt sätt.

När man i sitt arbete pratar med människor utanför arbetsplatsen, representerar man alltid sin organisation. I det läget uttrycker man sig som en företrädare, inte som privatperson.

Dels handlar det om att vara artig och trevlig, men det är också viktigt att den vi kommunicerar med förstår vad det gäller och uppfattar budskap på ett riktigt sätt.

Tre speciella lägen:

- Mot kollegor har man ofta en vänskaplig ton när man jobbar ihop, men på möten vårdar man i regel språket och skämtar inte lika mycket eller alls. Det är utmärkande att man visar respekt för varandra.
- I Sverige har vi ofta ett jämlikt förhållande till våra chefer. Men en chef är alltid överordnad och man ska ha det i åtanke när man pratar med sin chef. Det flesta tjänar på att noga tänka igenom vad de vill säga, särskilt om man t ex framför ett klagomål. (Vetskapen om detta påverkar i sin tur allas förväntningar på hur samtalsstilen är)
- När man pratar med kunder är det viktigt att lyssna in mottagaren. Om kunden har ett lättsamt sätt att uttrycka sig, kan man gärna vara sådan själv, men utan överdrifter. Är kunden mer allvarlig och seriös i sitt sätt att kommunicera, bör man respektera det genom att tala och agera korrekt.

I stort kan det kännas som sunt förnuft, vilket tyder på en utvecklad känsla för våra kommunikationsmönster. Trots detta är det många som inte följer dessa mönster, med onödiga konflikter och problem som följd...

Faktorer som påverkar hur kommunikationen blir

Vem vi kommunicerar med påverkar hur vi gör det. Olika faktorer hos mottagaren påverkar det sätt du ska uttrycka dig på. Det kan vara:

- ålder
- kön
- språk
- yrke
- utbildning
- befattning
- kunskaper i ämnet
- tidigare erfarenhet
- personlighet

Alla dessa faktorer, och fler, kan påverka hur kommunikationen blir. Ju mer du vet om personen du kommunicerar med, desto mer kan du anpassa ditt sätt att uttrycka dig på, så att budskapet går fram och störningarna minskas.

Det är inte så lätt. Men att vara lyhörd och lyssna in underlättar och gör kommunikationen bättre.

Faktorer hos dig själv...

Som om det inte var nog med att mottagaren i din kommunikation påverkar hur kommunikationen blir, eller bör vara, så påverkar du själv också i högsta grad.

Dina tidigare erfarenheter, värderingar och attityder kommer lägga sig i och påverka ditt sätt att kommunicera.

Hur du mår och känner för tillfället spelar också roll när du kommunicerar.

Därtill kommer dina drivkrafter, mål och ambitioner med kommunikationen eller sammanhanget.

Precis som det lönar sig att lyssna in mottagaren kan det även vara en hjälp att bli bättre på att lyssna till sig själv. Det finns risk att du agerar oprofessionellt eller uppträder fördomsfullt om du inte har bra självkännedom, och rent av överaskas av din egen reaktion på någon eller något.

Om du möter en (för dig) ny människa och på något vis märker att du reagerar negativt inför denne, fundera på vad det kan bero på.

En del av att utveckla och använda en professionell kommunikationsstil är att bemästra sitt inre och inte låta fördomar och andra känslor ta överhand. Genom ökad självkännedom och träning kan man nå långt på rätt kort tid i detta avseende.

Muntlig eller skriftlig affärskommunikation?

En del av att finna sin stil inom affärskommunikationen är att lära sig välja mellan muntlig eller skriftlig kommunikation.

Det beror på situationen och vilket budskapet är, men även hur relationen och praxis är.

Vad finns det för fördelar/nackdelar med:

Muntlig kommunikation

Skriftlig kommunikation

Muntlig eller skriftlig affärskommunikation?

En del av att finna sin stil inom affärskommunikationen är att lära sig välja mellan muntlig eller skriftlig kommunikation.

Det beror på situationen och vilket budskapet är, men även hur relationen och praxis är.

Vad finns det för fördelar/nackdelar med:

Muntlig kommunikation

- mottagaren kan ställa frågor
- sändaren kan kontrollera (med frågor)
- realtid
- stor risk för störningar (buller, feltolkningar, lyssnaren hinner inte med, tappar tråden)
- Svårstyrt (sändaren kan tappa kontrollen)
- kan bli stressigt

Skriftlig kommunikation

- gott om tid att formulera sig noggrant
- mottagaren kan läsa flera gånger
- mottagaren 'väljer' tidpunkt
- budskapet består oförvanskat över tid
- långsamt, mottagaren kan inte ställa frågor under tiden.
- risk för misstolkningar som inte korrigeras

Affärskommunikationskanaler

Idag har vi fler tillgängliga kanals för affärskommunikation än någonsin förr, mycket tack vare internet och social media. Några exempel;

- muntligt, direktkontakt (ex möte hos kund/leverantör)
- muntligt, telefon / video
- e-mail
- facebook
- linkedin
- twitter / X
- instagram
- hemsida - livechat
- tidningar (papper eller online)
- brev
- sms
- tv - video - youtube - etc

Affärskommunikationskanaler

Idag har vi fler tillgängliga kanaler för affärskommunikation än någonsin förr, mycket tack vare internet och social media. Några exempel;

- muntligt, direktkontakt (ex möte hos kund/leverantör), muntligt, telefon / video, e-mail, facebook, linkedin, twitter, instagram, hemsida - livechat, tidningar (papper eller online), brev, sms, tv - video - youtube - etc

I takt med att olika medier, eller kanaler, för kommunikation uppkommit har fler specialistroller dykt upp för att hantera val av, utformning av information och budskap, strategi, mm. I den vardagliga yrkesrollen har många dock fortfarande att välja mellan;

Träffa - ringa - messa - maila

Genom att analysera både den man skall kommunicera med, vad man skall kommunicera och vilken relation man har blir valet lättare. Även den egna avsikten med kommunikationen spelar roll, samt mottagarens förväntade reaktion och behov.

Ändå gör vi olika. En del föredrar att ringa en kund om något gått fel där andra är mer bekväma med ett utförligt och förklarande e-mail. En del tycker att ett sms är lagom för en kortare, professionell kommunikation som andra bara kan tänka sig som e-mail eller telefonsamtal.

Att bli duktig inom affärskommunikation handlar mycket om att vara lyhörd och tänka igenom sina egna avsikter.