

---

**KULTURA IN ESTETIKA PRI  
POSLOVNEM KOMUNICIRANJU**

---

## KAZALO:

KULTURA IN ESTETIKA PRI.....	1
POSLOVNEM KOMUNICIRANJU.....	1
1.SPOROČILA TELESNA PRI KOMUNICIRANJU.....	3
1.1. SREČANJA.....	3
1.2. GOVOREC SE PRIPRAVLJA.....	3
1.3. SPOROČILA ROK V GIBANJU.....	4
1.4. KAJ NAM POVEDO OČI.....	5
2.ZUNANJI VIDEZ.....	5
1.5. OBLEKA IN VIDEZ.....	5
1.6. BRADA – SIMBIL MODROST.....	5
1.7. OBRAZ.....	6
1.8. VONJI IN KAJENJE.....	6
1.9. DOTIK.....	6
1.10. TELESNA PRIPRAVLJENOST.....	7
3.POMEN KOMUNICIRANJA.....	7
1.11. PO TELEFONU, V LETALU.....	7
1.12. O ČEM JE POGOVOR NEZAŽELJEN.....	7
1.13. KAKO PIŠEMO PISMO.....	7
4.DEJAVNIKI USPEŠNOSTI V KOMUNICIRANJU.....	8
1.14. IZBIRA PROSTORA, LOKALA.....	8
1.15. PREDSTAVLJANJE IN NAGOVARJANJE OSEB.....	8
1.16. IZREKANJE KRITIKE.....	8
1.17. POSLOVNA ŽENSKA IN MOŠKI.....	9
1.18. ZMAGOVALEC, PORAŽENEC.....	9
5.KULTURNE RAZLIKE V KOMUNICIRANJU.....	10
6.POT V EVROPO, SVET.....	10
7.PRAVILA MEDSEBOJNEGA SPORAZUMEVANJA.....	10
8.NEKAJ PRAVIL IN NAPOTKOV.....	11
9.POVZETEK POGLAVJA.....	12

---

# 1. SPOROČILA TELESA PRI KOMUNICIRANJU

## 1.1. SREČANJA

Začetek komuniciranja je lahko trenutek **neposrednega** srečanja z drugimi ali pa **posredno**, kot npr. po telefonu, v pisni obliki, z video posnetkom, po telefaksu, po internetu in podobno.

Srečujemo se vsepovsod, ob različnih priložnostih z različnimi ljudmi od malih nog pa do zadnjega trenutka življenja. Ravno ta prvi stik z drugimi je večinoma odločilen za naše skupne poznejše odnose.

V vseh kulturnih okoljih (različne civilizacije) ima vsako srečanje svoja pravila, svoje oblike in zahteve. Tako začetek srečanja ni vedno verbalen pozdrav, temveč tisto kar se običajno zgodi že prej.

Na primer:

- srečanje z očmi,
- mimika obraza (nasmeh),
- govornica telesa (drža, gibi),
- izkazovanje čustev,
- obleka in zunanji videz,
- ipd

Srečanje se običajno prične z govornico telesa.

### **GOVORICA TELESA NAM JE KRATKO IN MALO DANA!**

**Vsa pravila in zahteve obnašanja pa temeljijo na upoštevanju in spoštovanju drugih ljudi ter so osnova in pogoj za boljšo in uspešnejšo medsebojno komunikacijo.**

Medsebojna srečanja (priloga):

## 1.2. GOVOREC SE PRIPRAVLJA

Od osebe, ki je vključena v sodobno poslovno življenje, se pričakuje, da se zna obvladati, da se zaveda sebe in svoje vloge v poslovnem življenju in da se na to vlogo zna pripraviti.

**Pravi poslovneži ne bi smeli nikoli izražati jeze, razočaranja, presenečenja, niti cinizma, sarkazma in podobno.**

---

**Prvi vtis:**

PRVI VTIS	PRVI VTIS
NIKOLI NE BOSTE IMELI DRUGE PRILOŽNOSTI, DA NAPRAVITE PRVI VTIS.	<ul style="list-style-type: none"><li>• stik z očmi</li><li>• nasmeh</li><li>• miren glas</li><li>• hitrost govora enakomerna</li><li>• pokazati vidno spoštovanje partnerja,</li><li>• pokazati mir, gotovost, samozaupanje</li><li>• pomembnost zunanjega videza</li></ul>

### 1.3. SPOROČILA ROK V GIBANJU

Prek naših rok nas ljudje, s katerimi komuniciramo v živo »slišijo« tudi kadar ne govorimo.

**Sporočila rok v gibanju so vedno zelo prepričljiva – veliko bolj kot besede.**

Dokler svojih rok ne poznamo in se jih ne naučimo obvladovati, bomo z njimi pripovedovali tudi tisto, kar bi sicer radi zamolčali.

Govorica rok:

Hkrati s spremljajočimi kretnjami in položajem drugih delov telesa naše roke izdajajo:

**Dolgčas:** glava težko pada na dlan, ki je mehko iztegnjena ob eni strani obraza, oči dalj časa zrejo v isto smer...

**Laž:** kretnje rok so kratke, nemirno menjavajo položaj, približujejo se ustom, nosu, gladijo hrbet ali konico nosu, med govorjenjem prsti krožijo okrog ustnic...

**Dvom:** dlan je v bližini oči, ki so večkrat priprte; prsti gladijo veke, glava se s počasnimi gibi obrača vstran, pogled ni usmerjen v sobesednika, temveč je nemiren, »preskakuje«...

**Nestrpnost:** prsti ponavljajo enakomerne gibe, največkrat v ritmu, roka se dotika drugih delov telesa, druge roke, telo se »trdo« premika.

**Nestrinjanje:** glava je rahlo sklonjena roke pogosto na tilniku gladijo, praskajo vrat ob straneh, pogled »od spodaj«; »postrani« ...

**Presojanje:** pomembna je vloga kazalca; ki se dotika ali gladi predel senc, glava je mirna usmerjena v sobesednika, pogled ni usmerjen naravnost v sobesednikove oči, veke se počasi spuščajo in odpirajo...

**Odklonilno stališče:** glava je mirna, podprta ali naslonjena na iztegnjen kazalec in palec ob obrazu, pogled ni usmerjen v sobesednika, telo je odmaknjeno od mize...

**Pred odločitvijo:** palec in kazalec ponavljata ritmične kretnje glajenja v bližini ust, po bradi, brkih, telo je napeto, mirno..

**Frustracija:** vsa dlan pomaga pri kretnjah glave, da se oči izognejo direktnemu srečanju s sobesednikovimi očmi, prsti so sklenjeni, členki stisnjeni...

**Nesodelovanje:** roke so v višini ust, nosu, spodnje polovice obraza ali vratu, roka z roko v medsebojnem dotiku, kretnje počasne, prsti obeh rok se rahlo dotikajo...

---

## 1.4. KAJ NAM POVEDO OČI

Pri neposrednem komuniciranju v »živo« med ljudmi je zelo pomemben stik z očmi.

**Oči so ogledalo duše, oči so izraz razuma. Oči povedo drugim, kakšni smo, kako smo, ali smo iskreni, pošteni, odkriti. Naš pogled pa drugim pove tudi ali smo sproščeni in samozavestni.**

Sindrom slovenske matere.

**Ko bomo razumeli govorico oči, bo naš pogled topel, iskren.**

## 2. ZUNANJI VIDEZ

### 1.5. OBLEKA IN VIDEZ

Poslovno življenje managerjev ima nič koliko pravil, zahtev, zakonitosti – katerim se pač mora prilagajati in jih sprejemati, če želi biti pri svojem delu uspešen

**Obleka** predstavlja odnos do drugih ljudi, poklica in sebe.

**Vtis, ki ga poslovnež naredi s svojo zunanostjo ima pomemben vpliv na uspešnost njegovega nastopa in dela.**

**Kravata** je sestavni del poslovnega človeka in še lep čas ne bo odstopila svojega mesta drugim nadomestkom.

Kravata (priloga):

### 1.6. BRADA – SIMBIL MODROST

Ali je brada res simbol modrosti?

Ali se želimo skriti za svojo brado?

**Pri odločitvi – nositi brado in brke ali samo brke – je osnovno to, da oblika brade ali brkov pristaja obliki obraza, glave in pa seveda tudi, kakšna je naša vloga v poslovnem življenju.**

---

## 1.7. OBRAZ

»Vsak človek ima takšen obraz, kakršnega si zasluži«.

Vse kar živi gre skozi proces staranja – tudi obraz.

Kozmetika ni več privilegij temveč vsakodnevna potreba tako za žensko kot moškega.

**Lepota je pristnost, je naravnost, lepota je doživetje. Lepota je čustven odziv in naš odziv na to doživetje.** Popolnost pa je verjetnost le sen.

Moj obraz – to sem jaz (priloga):

## 1.8. VONJI IN KAJENJE

**Posiljevanje z vonjavami!** Vonj neke osebe nas lahko spremlja leta in leta.

**Fantazijski ženski nos!** Ženske so za vonj bolj dojemljive, ker imajo močnejšo domišljijo kot moški.

**Kajenje in poslovnost!?**

Kajenje (priloga):

## 1.9. DOTIK

Dotik je mati vseh čustev. Dotik je dejavnost pri kateri zaznavamo nekaj z rokami, s prsti, z deli telesa.

Rokovanje in stisk roke. **Stisk roke naj bo čvrst, trden in zanesljiv.**

Dotik in pomen:

<b>DOTIK</b>	<b>POMEN</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- božanje, lizanje (telo, obraz, lasje)</li><li>- trepljanje po roki, hrbtu, ramenih</li><li>- rokovanje, poljub na lice</li><li>- objem</li><li>- daljši objem, zadrževanje rok</li><li>- dotikanje rok, ramen, hrbta</li><li>- ob pripovedovanju kratek dotik</li><li>- potegovanje, porivanje, vodenje</li><li>- profesionalni dotik, zdravnik na primer</li><li>- ščegetanje, žgečkanje</li><li>- udarec z roko, z dlanjo, klofuta, brca</li></ul>	<p>spolna privlačnost, naklonjenost prijateljstvo, hrabrenje, zaščita pozdrav, slovo, poslavljanje intenzivnejši pozdrav, poslavljanje čestitanje, ožje prijateljstvo, sočustvovanje povečevanje vplivnosti, družabnosti zbujanje pozornosti direktno usmerjanje raziskovanje telesa, igra agresivnost</p>

---

## **1.10. TELESNA PRIPRAVLJENOST**

Tako kot zunanji videz oziroma izgled je tudi telesna – fizična pripravljenost in izgled pomembna sestavina poslovnega človeka.

Kako pridobiti telesno pripravljenost?

Vaja, redoljubnost, prehrana!

## **3. POMEN KOMUNICIRANJA**

### **1.11. PO TELEFONU, V LETALU**

Glas je del govora in daje dodaten pomen vsebini, ki jo izražamo, izdaja pa tudi naše energetske, čustvene in zdravstvene stanje.

Glas je proizvod gibanja našega telesa.

Besede izgovorjene s človeškim glasom so nenadomestljive. To ni samo tekst, ki ga izgovarjamo, temveč je del osebe, ki ga izgovarja.

**Če bo naš glas in način govora prežet z iskrenimi, resničnimi občutki, pozitivnim odnosom do človeka in dobro voljo, bo to naš prvi glas.**

### **1.12. O ČEM JE POGOVOR NEZAŽELJEN**

Poslovni človek naj ne govori o svojih osebnih, zasebnih in intimnih problemih.

Če ste bolni ali se vam kako drugače ne posreči obraza naravnati tako, kot bi bilo potrebno je bolje, da ostanete doma v postelji.

Bolje bo za vas, za vaše zdravje in za vaš posel.

### **1.13. KAKO PIŠEMO PISMO**

Iskren, spoštljiv, vljuden, pozitiven in ustvarjalni pristop k pisanju pisem.

---

## 4. DEJAVNIKI USPEŠNOSTI V KOMUNICIRANJU

### 1.14. IZBIRA PROSTORA, LOKALA

K tradiciji poslovnosti povsod po svetu spada tudi poslovno kosilo.

**Poslovno kosilo zblizuje poslovne partnerje, in če so pravilno vodena, pripeljejo do še tesnejših stikov ali celo po poslovnega prijateljstva.**

Glede na to, kateri lokal bomo izbrali za svojega poslovnega partnerja, bo le-ta začutil kako ga cenimo.

»Sproščeno ozračje« (priloga):

### 1.15. PREDSTAVLJANJE IN NAGOVARJANJE OSEB

Predstavljanje je pomemben del vsakodnevnega komuniciranja v zasebnem in tudi v poslovnem življenju.

Ko se predstavljamo sami je naša dolžnost povedati svoje ime in priimek ter ime podjetja, ki ga zastopamo.

Kadar predstavljamo druge je treba vedeti, da mlajšo osebo predstavimo starejši, moškega predstavimo ženski, nadrejenim predstavimo podrejene, pomembnejše osebe predstavimo manj pomembnim, svoje sodelavce predstavimo tujim poslovnim partnerjem, privatno osebo predstavimo uradni osebi.

Če ima oseba akademski naslov, ta naslov sodi k njegovemu imenu in ga moramo uporabljati tako v pisni kot ustni komunikaciji.

### 1.16. IZREKANJE KRITIKE

Izredno pomemben je način, kako kritiko izrekamo.

**Kritika se izreka vedno na samem, prisotni je ali so samo tisti, katerim je kritika namenjena.** Paziti moramo, da ne bi s tem, ko izrekamo kritiko, prizadeli ali ranili te osebe.

**Nujno je, da se poslovni človek nauči sprejemati kritiko.**

Tako kot kritike je potrebno izrekati tudi **pohvale**, če zato obstajajo vzroki.



---

## 1.17. POSLOVNA ŽENSKA IN MOŠKI

Uspešne ženske srečujemo skozi vso zgodovino. Razvrščamo jih v tri tipe poslovnih žensk:

- **Ženska mačka ali ženska lutka**
- **Ženska kaplarica**
- **Poslovna ženska**

## 1.18. ZMAGOVALEC, PORAŽENEC

Uspešen poslovni svet pozna samo poslovnost ne glede na spol. Tu najdemo le zmagovalce in poražence.

Zmagovalec, poraženec:

ZMAGOVALEC	PORAŽENEC
<p>Zmagovalec gre naravnost k bistvu problema Zmagovalec dela trdo - in ima več časa. Zmagovalec izpolnjuje obljube. Zmagovalec se čuti dovolj močnega, da je lahko prijazen. Zmagovalec ve, kdaj se je treba bojevati in kdaj popustiti. Zmagovalec zna poslušati. Zmagovalec spoštuje moč drugih. Zmagovalec se uči od drugih. Zmagovalec pojasnjuje. Zmagovalec se počuti odgovornega za več, kot je samo njegovo delo. Zmagovalec je umirjen. Zmagovalec uporablja čas za napredek. Zmagovalec se ne boji napraviti napake. Zmagovalec se osredotoči na možnosti rešitve.</p>	<p>Poraženec kroži okrog problema ali pa ga sploh ne rešuje. Poraženec je vedno prezaposlen. Poraženec prehitro obljublja. Poraženec je redkokdaj ljubezniv, pogosto je zajedljiv in aroganten. Poraženec odneha pri pomembnih stvareh in se oprijema nepomembnih. Poraženec čaka na čas, ko bo govoril. Poraženec se usmeri na slabosti drugih. Poraženec se opravičuje. Poraženec pravi: to ni moje delo - to ni v opisu mojega delovnega mesta. Poraženec obvlada samo dve hitrosti: z : največjo hitrostjo naprej ali po polževo. Poraženec uporablja čas, da bi odpravil kritiziranje. Poraženec se boji napraviti napako in tega, kaj bodo rekli drugi. Poraženec se osredotoči na probleme in nerešljive stvari.</p>

---

## 5. KULTURNE RAZLIKE V KOMUNICIRANJU

Če se želimo približati ljudem, ne obsojajmo vnaprej, opustimo vrednotenje in poskušajmo se znebiti predsodkov, ki smo jih ustvarili in se jih priučili. Ravno predsodki so ena priznanih ovir pri medsebojnem sporazumevanju.

## 6. POT V EVROPO, SVET

Besede, ki jih slišimo vsak dan. Kaj pomenijo?

Evropo, svet moramo najprej spoznati, se ji poskušati prilagoditi, prevzeti in obvladati tisto, kar ima že desetletja in stoletje in kar jih je pripeljalo do uspešnosti.

Poznati in razumeti moramo te ljudi, način dela, njihove navade, kulturo, religijo, pravila in načine obnašanja kajti to je edina pot, da se jim lahko približamo.

Pot v Evropo (priloga):

## 7. PRAVILA MEDSEBOJNEGA SPORAZUMEVANJA

Pravila medsebojnega sporazumevanja:

<b>PRAVILA MEDSEBOJNEGA SPORAZUMEVANJA</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Kultura obnašanja je prvi pogoj za uspešno poslovanje in osnovna prvina pri medosebnem komuniciranju. Obnašanje je del osebe in celostnega izražanja.</li><li>2. Upoštevajmo pravila ob prvem stiku s poslovnim partnerjem (predstavljanje, rokovanje itn.)!</li><li>3. Spoštujmo svojega sobesednika. Pozoren sobesednik »čuti« nas in naš dejanski odnos do njega in do vsebine razgovora.</li><li>4. Pazljivo poslušajmo sobesednika. Iščimo sporočila »med vrsticami«. Z naglasi, poudarki, s tonom bomo odkrili več kot s poslušanjem besed. Med poslušati in slišati je velika razlika.</li><li>5. Med komuniciranjem ne počenjajmo ničesar drugega. Komuniciranje zahteva celega človeka.</li><li>6. Razmišljajmo pozitivno - vplivajmo pozitivno, če vedno iščemo pozitivne stvari, tudi takrat, kadar gre vse narobe, jih tudi najdemo.</li><li>7. V sporazumevanje spada tudi sprejemanje in poznavanje drugačnosti, potrjevanje enakosti; je odkrivanje novega in pripovedovanje o samem sebi.</li></ol>

---

## 8. NEKAJ PRAVIL IN NAPOTKOV

NEKAJ PRAVIL IN NAPOTKOV
Kdor ne ve, da ne ve - JE NEVAREN - izogibajmo se ga. Kdor ve, da ne ve - JE OTROK - poučimo ga. Kdor ve, pa ne ve, da ve - TA SPI - zbudimo ga. Kdor ve in ve, da ve - TA JE MODER - sledimo mu.

---

## 9. POVZETEK POGLAVJA

1. Sporočila telesa pri komuniciranju so izredno pomembna. Pomemben je prvi vtis; nikoli več ne bomo imeli priložnosti, da znova napravimo prvi vtis. Pri tem so pomembni glas, način in hitrost govora, sporočila rok, kretnje, gibanje oči in naš obraz.
2. Primeren zunanji videz je temelj našega samozavedanja o vlogi na delovnem mestu in pri poslovnem komuniciranju. Pomembni so obleka, zunanja urejenost, brada, ličila, vonjave, nakit in tako naprej...
3. Poslovno komuniciranje poteka po telefonu, v letalu, ob srečanjih, z dopisovanjem itd. Pri tem moramo paziti, kakšna so pravila in priporočila za uspešno sporazumevanje.
4. Dejavnikov, ki vplivajo na uspešnost komuniciranja je več: vsebina pogovora, način oslavljanja oseb; izbira prostora za komuniciranje, pa tudi spol, kadar govorimo npr. o poslovni ženski.
5. Pomembne so kulturne razlike v komuniciranju, ki se tesno povezujejo z vrednotami, navadami in samim načinom življenja določenega naroda, npr. Američanov, Švedov itd. To je pomembno za vsakega tistega, ki hoče iti v svet.