

Effektiv kommunikation

Det viktiga är inte det som sägs – utan vad mottagaren hör

Kommunikationen förekommer på flera plan såväl medveten som omedveten, avsiktlig som oavsiktlig. Kommunikation handlar därför minst lika mycket om *hur* något tas emot och uppfattas som *vad* som faktiskt sägs.

Hur ett budskap tas emot kan bero på faktorer som:

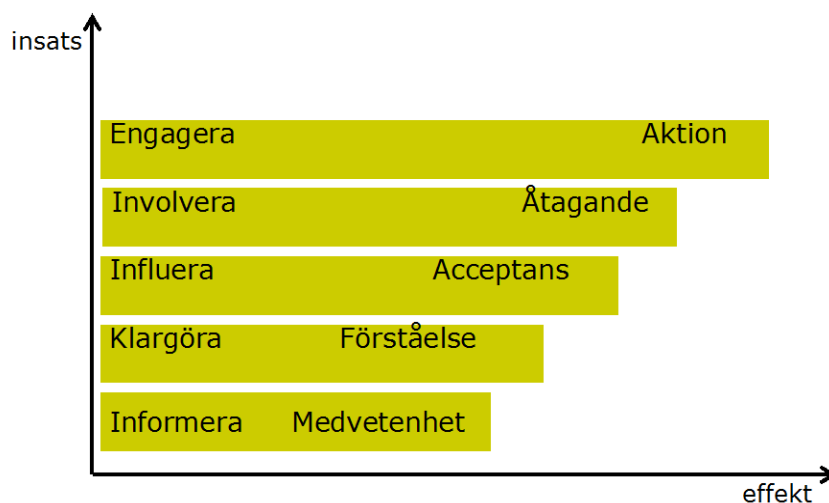
- Hur det sägs, vilka ord och uttrycksätt som används.
- Begriplighet och anpassning till målgruppen.
- Vilka kommunikationskanaler och medier som används.
- Hur den eller de personer som står bakom och/eller kommunicerar ut informationen uppfattas.

Endast cirka 10-20% av det som sägs används av mottagaren för att tolka informationen. Detta innebär att upp till 90% av det som sägs tolkas utifrån andra faktorer, bland annat:

- Talarens kroppsspråk, attityd och trovärdighet.
- Mottagarens psykiska och emotionella tillstånd.
- Mottagarens övriga sinnen, förutom hörseln och synen.

En persons sätt att kommunicera och hur det uppfattas av omgivningen kan påverkas av personens personlighet, människosyn och attityd. Personens trovärdighet är viktig för att budskapet ska nå fram och tolkas på önskvärt sätt av mottagaren.

Hur du kommunicerar avgör effekten



Förberedelser och genomförande

En väl mottagen kommunikation är ofta förberedd genom:

- Genomgång av vad som ska sägas och hur det ska sägas.
- En logisk ordning av innehållet.
- Anpassning av innehållet till mottagarens erfarenhet och begreppsvärld.
- Stöd av till exempel bilder och illustrationer.
- En intresseväckande inledning.
- En avslutning som sammanfattar det budskap som mottagaren ska förstå.

Fortlöpande uppmuntran till frågor minimerar risken för missförstånd. Mottagaren uppfattar och tolkar sannolikt en större del av kommunikationen utifrån det som sägs och lägger mindre vikt vid faktorer som personlighet eller kroppsspråk.

För att nå fram med sitt budskap till mottagaren kan det hjälpa att:

- Ge sig själv rätten att säga det som behöver sägas.
- Säga det viktiga i budskapet tidigt.
- Vara tydlig med vad man vill ha sagt.
- Använda jag-budskap.
- Använda ordet "och".
- Undvika orden "men", "aldrig" och "alltid".
- Fråga andra vad de uppfattat eller be dem upprepa det som sagts med egna ord.

Val av utformning och kanaler för informationen

Information kan sammanställas och framföras på olika sätt. Vanligt är att kommunikationen sker muntligen eller skriftligen, ibland används båda former för att förstärka budskapet. Att använda bilder har blivit allt vanligare.

Den digitala tekniken ger möjligheter att kombinera olika redskap för att föra fram ett budskap, till exempel:

- Text och bildspel.
- Digital uppläsning.
- Film.

De verktyg som används när människor inte befinner sig på samma plats är ofta telefon och e-post. Även här kan tekniken i form av bilder eller videosamtal förbättra förutsättningarna för en effektiv kommunikation.

Muntlig information

Fördelarna med att överföra budskapet muntligen, öga mot öga, är bland annat:

- Att kroppsspråk och ansiktsuttryck underlättar tolkning av budskapet.
- Möjlighet till omedelbar återkoppling på det som sägs.
- Tillfälle att förklara eller utveckla vidare.

En omedelbar *kvittens* på att mottagaren har förstått informationen kan fås genom att be mottagaren själv berätta och bekräfta vad han eller hon har uppfattat. Viktigt att tänka på är att ju färre dimensioner eller informationsbärare som används, desto större risk för missförstånd eller att budskapet inte når fram som avsett.

När kommunikationen sker på distans, det vill säga att de som kommunicerar inte befinner sig på samma plats, är risken för missförstånd större. Då kroppsspråk och ansiktsuttryck inte finns tillgängliga för tolkning av informationen är det viktigt att uttrycka sig tydligt och nyanserat i skriftspråket. Foto och film är ett bra komplement vid kommunikation på distans.

Råd för att underlätta mottagarens tolkning av skriftlig information:

- Fundera över vem mottagaren är. Överskatta inte mottagarens kunskaper men underskatta inte heller hans eller hennes förstånd.
- Skriv rakt på sak! Börja med det viktigaste för att fånga intresset. Använd gärna ett avvikande teckensnitt till den viktiga inledningen.
- Avvik från det vanliga. Finn fyndiga rubriker som fångar intresset, undvik gamla mallar och försök att hitta på något nytt uttryckssätt.
- Använd moderna ord och uttryck.
- Försök undvika långa och krångliga ord.
- Undvik ålderdomliga uttryck.
- Skriv korta meningar. Text blir enklare att läsa om meningarna är korta, det vill säga mellan 5-20 ord per mening.

Kroppsspråket

Som ledare är det bra att med tiden kunna använda sig av kroppsspråket för att genom detta tolka vad andra människor kommunicerar och därmed tänker.

Citat hämtat ur Ledarnas Chefsguide:

Vi kan aldrig vara säkra på om våra tolkningar av en annan människas kroppsspråk är riktiga, såvida vi inte kontrollerar det genom att fråga. Det är bra att vara uppmärksam på kroppsspråkets inverkan vid kommunikation. Mena vad du säger, för du läcker vad du tänker!

När du själv är uppriktig behöver du över huvud taget inte fundera över ditt eget kroppsspråk. Miner, gester och hållning kommer att förstärka det du säger. Försöker du däremot dölja vad du känner kommer ditt kroppsspråk att visa tveksamhet. Du kan också medvetet skapa positiva känslor genom att inta en viss kroppshållning. Tänk också på att kroppsspråket är olika i olika kulturer.

Ögonkontakt är för oss naturligt, men i vissa andra kulturer tittar man inte en överordnad i ögonen. Gesten "tummen upp" som hos oss betyder att det är "toppen" betyder något helt annat i mellanöstern. Avståndet mellan två människor som samtalar är ett annat exempel där vi nordbor har ett helt annat avstånd än många andra.

Läs mer: <http://www.ledarna.se/sv/Chefsguider/Medarbetarsamtal/Kroppsspraket1/>