**MÖVZU 6**

**Şəxsiyyət anlayışı, işgüzar tərəfdaşların temperamenti və xarakteri. İşgüzar kommunikasiya prosesində özünü təqdimetmənin əhəmiyyəti.**

**VI Mühazirə**

**PLANI**

**1. Şəxsiyyət işgüzar kommunikasiyanın subyekti kimi.**

**2. Şəxsiyyətin strukturu.**

**3. Şəxsiyyətin temperamenti və onun tipləri.**

**4. Şəxsiyyətin xarakteri və onun işgüzar kommunikasiya prosesinə təsiri.**

**5. İşgüzar kommunikasiya prosesində özünü təqdimetmənin əhəmiyyəti.**

*Bu mühazirəni dinlədikdən sonra tələbə şəxsiyyət anlayışı və onun strukturunu, işgüzar tərəfdaşların temperamenti və xarakteri, onların kommunikasiya prosesinə təsiri və s. barədə məlumatları biləcək. Eyni zamanda, onlar şəxsiyyətin xarakteri və müxtəlif temperamentli insanlarla ünsiyyət qurmağı, bədən dilindən istifadə etməyi bacaracaqlar.*

*Tələbə istənilən modeldə olduğu kimi, psixoloji strukturda da şəxsiyyətin ən əhəmiyyətli xarakteristikasını, etikada insanın mənəvi dəyərlərin, borc və məsuliyyət hissinin daşıyıcısı kimi çıxış etməsini, pedaqogikada şəxsiyyətin eyni zamanda həm pedaqoji təsirin yönəldiyi obyekt, həm də bu prosesin subyekti kimi təqdim olunmasını öyrənəcək.*

İştənilən kommunikasiya modelində informasiyanı ötürən və qəbul edən in-san və ya insanlar qrupu kommunikasiyanın əsas elementləridir. İşgüzar kommu-nikasiyanın uğurlu olması üçün digər amillərlə yanaşı, iki amilin də olması vacib-dir: insanın özünü və işgüzar tərəfdaşını tanıması.

Apollonun Delfadakı məbədi üzərində yazılmış, yunan mütəfəkkiri Hilona məxsus "Özünü dərk et" ifadəsini başqa bir yunan müdriki Sokrat bütün fəaliyyə-tinin rəhbər prinsipi elan etmişdi. Bəs qədim yunan müdrikinə aid bu ifadənin iş-güzar kommunikasiyaya nə aidiyyəti var? İlk baxışdan heç bir əlaqəsi yoxdur. Lakin bu, yalnız ilk baxışda belədir. Sokrata görə "Özünü dərk et" ifadəsi obyek-tiv özünü qiymətləndirmə üçün fərdi bacarıq və imkanları dərk etmək demək idi. Sokratın şagirdi Ksenofont onun aşağıdakı sözlərin müəllifi olduğunu bildirir: “Özünü tanıyan onun üçün nəyin faydalı olduğunu bilir və nəyi bacardığını, nəyə qadir olmadığını yaxşı başa düşür. Bildiyi işlə məşğul olub öz ehtiyaclarını ödəyir və xoşbəxt yaşayır, bilmədiyi işə baş qoşmur, səhvlərə yol vermir və bədbəxtliklər-dən qaçır. Bunun sayəsində o, digər insanların da dəyərini təyin edə bilir və onlar-dan istifadə edərək faydalanır, özünü bədbəxtliklərdən qoruyur”.

Diqqət yetirin, deməli, insan özünü dərk etməklə digər insanları daha yaxşı anlayır ki, bu da ona kommunikasiya maneələrini aradan qaldırmağa və insanları, o cümlədən işgüzar tərəfdaşları tanımaq bacarığını inkişaf etdirməyə, onlara fərdi yanaşmağa imkan verir.

**Şəxsiyyət işgüzar kommunikasiyanın subyekti kimi**. İnsan şəxsiyyəti çox rəngarəng və müxtəlifdir. Məşhur rus yazıçısı və mütəfəkkiri F.M. Dostoyevski bu barədə belə deyirdi: “İnsan bir sirrdir. Bu sirri açmaq lazımdır və əgər bütün həyatın boyu bu sirri açmaqla məşğul olsan belə, söyləmə ki, vaxt itirmisən".

Şəxsiyyəti tədqiq edən elmlər şəxsiyyət haqqında təsəvvürləri öz tədqiqat predmetlərinə uyğun formalaşdırır.

İnsanın mənəvi, əxlaqi keyfiyyətlərinə böyük əhəmiyyət verən **fəlsəfə** elmi şəxsiyyəti onun dünyadakı təyinatı və varlığının mənası baxımından nəzərdən keçirir.

**Sosiologiya və sosial psixologiyada** şəxsiyyətin sosial keyfiyyətləri müəy-yənləşdirilir.

**Etikada** insan mənəvi dəyərlərin, vəzifə borcu və məsuliyyət hissinin daşıyı-cısı kimi çıxış edir.

**Pedaqogikada** şəxsiyyət eyni zamanda həm pedaqoji təsirin yönəldiyi ob-yekt, həm də bu prosesin subyekti kimi təqdim olunur.

**Kommunikasiya nəzəriyyəsində** və onunla əlaqəli elmlərdə isə şəxsiyyət kommunikasiya subyekti kimi nəzərdən keçirilir.

Bu elmlərin şəxsiyyət haqqında əldə etdiyi biliklərin sintezi və kommunika-siya təcrübəsinin ümumiləşdirilməsi əsasında kommunikasiya iştirakçılarının psi-xoloji xüsusiyyətləri, kommunikasiya prosesində onların bir-birinə qarşılıqlı təsiri, şəxsiyyətin kommunikativ davranışının optimallaşdırılması yolları və vasitələri araşdırılır.

**Şəxsiyyətin strukturu.** Şəxsiyyətin strukturunu araşdırmazdan əvvəl, ”Şəx-siyyət” anlayışının özünü dəqiqləşdirməyə ehtiyac vardır. Psixoloqların fikrincə, şəxsiyyət o adamdır ki, onun bir sıra psixoloji keyfiyyətləri olsun. Onları aşağıdakı kimi xarakterizə edə bilərik:

1.Şəxsiyyət o adamdır ki, başqalarını qavrayıb qiymətləndirməklə bərabər, öz mənliyini də dərk edib qiymətləndirsin.

2.Şəxsiyyət o adamdır ki, mühitə aydın dərk olunmuş münasibəti olsun:

-cəmiyyəti təşkil edən insanlara münasibəti;

-onu əhatə edən əşyalara münasibəti;

-əməyə münasibəti;

-öz məninə münasibəti;

-adət – ənənəyə münasibəti.

3.Şəxsiyyət o adamdır ki, özünün əqidəsi, sərvət meyli var.

4.Şəxsiyyət fəal insandır. O, cəmiyyəti dəyişə bilir, təkmilləşdirə bilir, özünü də təkmilləşdirir, özünə nəzarət edir.

Fəlsəfə və psixologiyada şəxsiyyətin ümumi bir tərifi yoxdur. Bu, yalnız şəxsiyyət fenomeninin mürəkkəbliyi ilə deyil, həm də insana və onun dünyada varlığının mənasına verilən müxtəlif təriflərlə izah olunur. Əksər psixoloji kon-sepsiyalarda şəxsiyyət insanın sabit psixoloji keyfiyyətlərinin məcmusu kimi nəzərdən keçirilir və bunlar da onun fərdiyyətini təşkil edir. İnsanın şəxsiyyəti bioloji, sosial, psixi və mənəvi amillərin qarşılıqlı təsiri nəticəsində formalaşır.

Kommunikasiya prosesində iştirak edən insanlar yaşına, cinsinə və psixoloji xüsusiyyətlərinə görə bir-birindən fərqlənirlər. Şəxsiyyətin psixi strukturunda tem-perament, xarakter, qabiliyyətlər, motiv və tələbatlar, emosiyalar və s. bu kimi komponentlər fərqləndirilir. Psixi struktura inteqrasiya edən bu komponentlər onun fərdiyyətini ifadə edir və onun müxtəlif situasiyalarda, o cümlədən işgüzar kommunikasiya situasiyalarında düşüncə və hərəkət tərzini təyin edir.

İşgüzar kommunikasiya təcrübəsi üçün psixologiya sahəsində əldə edilən biliklər daha əhəmiyyətlidir. Şəxsiyyətə psixoloji yanaşmanın xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, insanın şəxsiyyəti, hər şeydən əvvəl, psixi strukturun analizi nöqteyi-nəzərindən tədqiq olunur.

Şəxsiyyətin psixoloji strukturu şəxsiyyətin davamlı komponentlərinin (tərəflə-rinin) qarşılıqlı əlaqə və təsirini ifadə edən bütöv bir modeldir.

İstənilən modeldə olduğu kimi, psixoloji strukturda da şəxsiyyətin ən əhəmiy-yətli xarakteristikaları fərqləndirilir. Bunlara aşağıdakılar aiddir:

• şəxsiyyətin yönümü (müəyyən sahələrə maraq və meyilləri);

• temperamenti (davranışın dinamik xarakteristikası);

• xarakteri (dünyaya və insanlara münasibəti);

• iradi keyfiyyətləri (davranışı iradi tənzimləmə bacarığı);

• qabiliyyətləri (bu və ya digər sferada uğur qazanmağa hazırolma);

• emosiyaları (bu və ya digər emosiyalara meyillilik, ümumi emosionallıq);

• motivasiyaları (bu və ya digər tələbin, motivlərin üstünlük təşkil etməsi).

Bütün bu komponentlər işgüzar kommunikasiyanın müxtəlif situasiyalarında konkret insana xas olan düşüncə və davranış tərzini müəyyən edir. Qeyd edək ki, şəxsiyyət ayrı-ayrı xüsusiyyətlərin toplusunu deyil, davamlı bir sistemi təcəssüm etdirir. Burada hər bir xüsusiyyət digərləri ilə sıx bağlıdır. Kommunikasiya prose-sində şəxsiyyətin psixoloji xarakteristikalarının təzahürünə nəzər salaq:

**Şəxsiyyətin tеmperamenti və onun tipləri.**

Kommunikasiya prosesində insanın temperamenti (latınca “temperamentum” hissələrin lazımi nisbəti, “mütənasiblik” sözündəndir) təzahür edir.

Temperamentin dörd əsas tipinin (sanqvinik, xolerik, fleqmatik və melanxo-lik) fərqləndirilməsinin əsasında **ekstraversiya və introversiya** kimi xarakteristi-

kalar durur**.** Bu anlayışları izah edək:

**Ekstraversiya** (ingiliscə extraversion; latınca extra - kənar + versae versie - dönüş) özünü şəxsiyyətin səciyyəvi xassəsi olub, onun qavrayışının, yaşantılarının, maraqlarının ətraf aləmə yönəlməsində büruzə verir.

**İntroversiya** (ingiliscə introversion; latınca intro - içinə + versae, versie - dönüş) özünü şəxsiyyətin səciyyəvi xassəsi olub, onun öz şəxsi problemləri və ya-şantılarına qapanmasında, ətraf aləmə diqqətinin zəifləməsində göstərir.

Qərb psixoloqu Karl Yunqun “Psixoloji tiplər” kitabında ekstravertlərdən (“xaricə” meyilli) və introvertlərdən (“daxilə” meyilli) danışılır. Müəllifin fikrincə, ətraf aləmə uyğunlaşmağın 2 variantı var. Onlardan biri ekspansiyadır - daim ünsiyyətdə olmaq; əlaqələri, iş münasibətlərini genişləndirmək, həyatın bəxş etdiyi hər bir şeyi qəbul etmək. Ekstravert tipə aid olanlar başqa insanlarla ünsiyyətdən və yeni təəssüratlardan enerji alırlar. Onlar diqqət mərkəzində olmağı xoşlayır, ictimai çıxışlara can atır, insanların iştirak etdiyi şənlik və mərasimlərdə özlərini çox rahat hiss edirlər. Ekstravert insanlar optimist olur, lətifə danışmağı və dinləməyi sevir, çox vaxt şən olurlar. Ekstravert tipə daha çox xolerik və sanqvinik temperament tipləri aiddir.

İntrovertlər isə əksinə, əlaqələrini məhdudlaşdıraraq özlərinə qapanırlar. İntrovertlərin enerjili olması üçün sakitliyə, təkliyə ehtiyacları var, onlar rahat yaşamağa, tənha qalmağa üstünlük verirlər. Bu tip insanlar daxili fikir və həyəcanlarına qapılır, yaradıcılıqla məşğul olur və ya hansısa prosesi müşahidə edirlər. İntrovertlər yaxşı alim, ixtiraçı, yazıçı və ya sahibkar ola bilərlər. Ekstravertə yaxşı işləmək üçün başqa insanların iştirakı vacibdirsə, introvert tək halda daha rahat işləyəcək. Onlar utancaq və qapalı olur, real ünsiyyətdənsə, kitab oxumağa üstünlük verirlər. İntrovertlər yad insanlarla ünsiyyətə meyilli deyillər. İntrovertlər qərar qəbuluna həmişə ciddi yanaşır, öz hərəkətlərinə, davranışlarına nəzarət edirlər. Nadir hallarda münaqişəyə girir və başqalarına qarşı aqressiv davranırlar. Hər şeydə qayda xoşlayırlar. Bu tipə fleqmatik və melanxolik temperament tiplərini aid etmək olar.

Psixoloq Adam Qrant isə digər şəxsiyyət tipi - ambivertlər haqqında yazır. Ambivertlər hadisələrdən, vəziyyətdən asılı olaraq dəyişə bilirlər. Tənhalığa qapılıb kitab oxumağı sevsələr də, ictimai çıxışlardan, insanlar arasında məntiqli söhbətdən qaçmırlar. Hesab olunur ki, ambivert tip ekstravert və introvert tipin bir

növ “arasında” formalaşır və “qızıl orta” hesab oluna bilər. İntrovertlər həyat fəaliyyətlərinin daxili aləminə istinadən, ekstravertlər xarici amillərin təsiri altında yaşayırlarsa, ambivertlərdə harmoniya qorunur. Onlar fəaliyyətlərini həm daxili, həm də xarici amillərin təsiri altında istiqamətləndirirlər. Onlar üçün sosial əlaqələrin çoxluğu deyil, möhkəmliyi əsasdır. Bu da onların ən güclü tərəfidir. Ümumiyyətlə, müasir həyatda daha çox bu tip insanlar dəyişkən, hər kəsə uyğunlaşan xasiyyətlərinə görə uğurlu olurlar. Hərdən ambivertləri “sentrovert” də adlandırırlar. Qeyd edək ki, insanların əksəriyyəti bu tipə aid edilir.

İndi isə güclü və zəif tərəflərini ayırmaqla temperamentlərin əsas tiplərinin qısa xarakteristikasını verək:

**Sanqvinik:** ekstravertdir, güclü, tarazlı, hərəki sinir sisteminə malikdir. O, emosional cəhətdən stabildir, aktivdir, enerjilidir, yeni şəraitə asanlıqla uyğunlaşır, maraq göstərdiyi işdə məhsuldardır, yeni fəaliyyət növlərinə asanlıqla keçid edir, ünsiyyətcildir. Bu tipə aid insanlar zirək və diribaş olurlar.Həmişə hara isə tələsir-lər. Oturaq iş onlar üçün deyil. Ətrafda olan heç nə onların diqqətindən kənarda qalmır. Hər şeyə maraq göstərirlər və onların maraq obyektləri tez-tez dəyişir.

Zəif tərəfləri: hərəkətlərində və davranışınlarındakı qərarsızlıq özünü işin sona çatdırılmamasında, öz imkanlarını həddindən artıq yüksək qiymətləndirməkdə, dağınıqlıqda, yüngül xasiyyətlilikdə, iradənin zəifliyində büruzə verir. Sanqvinik çox məhsuldardır, amma yalnız onu həvəsləndirən maraqlı işi olduqda. Belə iş olmadıqda isə o, darıxdırıcı və süst olur. Son dərəcə emosional olsalar da, yaddaşları zəifdir. Onlar üçün sanki hər şey bir anlıqdır, tez sevinib tez də kədərlənirlər. Sanqvinik tiplər üçün   yalnız  bu gün, bu saat, bu an var. Eyni zamanda bu tip insanlar təsir altına tez düşürlər.

**Xolerik**: ekstravertdir, güclü, müvazinətsiz, hərəki sinir sisteminə malikdir. O, emosional cəhətdən qeyri-stabildir, reaksiyaları sürətlidir, enerjilidir, hökm-ranlığa meyillidir, mürəkkəb məsələlərin həllini öz öhdəsinə götürməyi, insanlara rəhbərlik etməyi bacarır, fəallığı dövri xarakter daşıyır. Xoleriklərin son dərəcə coşqun xarakteri var. Başladıqları işi, bir qayda olaraq, sona çatdırırlar.İstənilən problemlə üzləşdikdə özlərini itirmir, asanlıqla vəziyyətdən çıxış yolu tapırlar.

Xolerik tipə aid olan insanlar sadiqdirlər, ətrafına son dərəcə bağlı olduqlarına görə onlar üçün mühiti dəyişmək çox çətindir. Düşdükləri yeni mühitə uzun müddət alışa bilmirlər.

Zəif tərəfləri: hərəkətlərində həddən artıq tələskənlik, impulsivlik, ünsiyyətdə həddən artıq kəskinlik, vaxtaşırı yaranan aqressivlik, münaqişəlilik qeydə alınır. Kəmhövsələdirlər.Həmişə istənilən məsələyə  birinci reaksiya verənlər  sırasında-dırlar. Bu xasiyyətləri ucbatından xolerik tipli insanlar ətrafdakılarla asanlıqla yola

gedə bilmir, tez-tez  münaqişəyə girirlər.Ona  görə  də xoleriki adətən səbirsiz,

tündməcaz insan kimi tanıyırlar.

**Fleqmatik:** introvertdir, güclü, müvazinətli, amma ətalətli sinir sisteminə malikdir. O, məqsədinə çatmağı, uzun müddət inadla işləməyi bacarır, dözümlüdür, güclü iradəyə malikdir, emosional olaraq davamlıdır, etibarlıdır. Heç bir tip fleqmatik  qədər təmkinli ola bilməz. Onları həyəcanlandırmaq və yaxud hirsləndirmək  elə də asan məsələ deyil. Psixoloqların fikrincə, fleqmatik tip insan-lar mehriban, istiqanlıdırlar.

Zəif tərəfləri: emosiyaları azdır, işə ləng qatılırlar, yeni şəraitə çətinliklə uy-ğunlaşırlar, təşəbbüssüzdürlər. Bu tip istənilən halda hər şeyə hamıdan gec reak-siya verir. Söhbətcil deyillər. Çox çətinliklə söhbətə qoşulurlar.

**Melanxolik:** introvertdir, zəif, müvazinətsiz sinir sisteminə malikdir. O, inad-kar deyil, tez yorulur. Onun iş qabiliyyətliliyi zəifdir, uzun müddət müxtəlif hadi-sələrin təsiri altında yaşayır, xeyirxahdır, onun qəlbini qırmaq asandır. O, yaxınına kömək etməyə hazırdır. Heç bir tip onlar qədər "yüz ölç, bir biç" məsləhətinə riayət etmir. Bu dünyada ən çox özlərindən narazıdırlar. Özlərinin heç bir bacarığını də-yərləndirmirlər.Özlərinə tənqidi yanaşırlar.

Zəif tərəfləri: iş qabiliyyətinin zəifliyi, qərarsızlıq, özünə və öz gücünə inam-sızlıq, psixikanın depressiv vəziyyətlərinə meyillilik. Bədbin fikirlər onları tez ruh-dan salır. Bir qayda olaraq, başladıqları iş yarımçıq qalır.

Melanxolik temperament sinir sisteminin açıq-aşkar ləng tipidir. Melanxolik üçün, görünür, hər bir həyat hadisəsi onu tormozlayan bir vasitəyə çevrilir, çünki o, heç nəyə inanmır, heç nəyə ümid etmir, hər şeydə yalnız pis, təhlükəli tərəfi gö-rür və gözləyir.

Müxtəlif insanlarda temperamentlər müxtəlifdir, müvafiq olaraq, eyni hadi-səyə də müxtəlif reaksiyalar verilir. Alman filosofu A.Şopenhauer bu barədə belə bir fikir söyləmişdir: “Sanqvinikin yalnız maraqlı hadisə kimi, fleqmatikin isə diq-qətə layiq olmayan bir şey kimi qiyməyləndirdiyini melanxolik faciə kimi qəbul edəcək”.

Temperamentin tipi test və müşahidə yolu ilə təyin edilir.

Ən məşhur testlərdən biri Hans Yurgens Ayzenkin testidir. Burada tempe-ramentin tipi ekstraversiya–introversiya və emosional davamlılıq kimi parametrlər əsasında təyin edilir. Arzu edən hər kəs internetdə bu testdən onlayn keçə bilər.

Temperament tipinin müəyyən edilməsinin başqa yolu kommunikasiya pro-sesində tərəfdaşların nitqinin tempi, üz ifadəsinin, mimikanın hərəkətliliyinin, mövcud əhval-ruhiyyənin və s. müşahidə edilməsidir. Temperamentin əsasında sinir sisteminin fəaliyyəti dayanır ki, bu da mütləq zahirən təzahür edir.

Məsələn, güclü, müvazinətli, hərəki sinir sisteminə malik sanqvinikdə mimika

canlıdır; güclü, müvazinətli, lakin ətalətli sinir sisteminə malik fleqmatikdə üz zəif hərəkətlidir. Melanxolikin əhval-ruhiyyəsinin düşük olması üz ifadəsində öz əksini tapır. Bu hal tez-tez təkrarlandığından, üz əzələlərində iz salır. Belə müşahidələr yüz faizli dəqiqliklə olmasa da, kommunikasiya üzrə tərəfdaşın temperamentinin tipini müəyyən etməyə imkan verir. Müşahidələr insanın öz xüsusi davranışını korreksiya etməsi, üz ifadəsinə nəzarət etməsi üçün də faydalıdır. Həmişə nədənsə narazı olan bir həmsöhbət heç kimin xoşuna gəlməyəcək.

Temperamentin tipini dəyişmək mümkün deyil, çünki sinir sisteminin xüsu-siyyətləri genetika ilə əlaqədardır. İnsan yalnız öz davranışını korreksiya edə bilər. Temperamentin pis və ya yaxşı tipi yoxdur.

Dünya mədəniyyətinə daxil olmuş görkəmli şəxsiyyətlərin temperamentləri müxtəlif olmuşdur.

İnsanın psixika və davranışının dinamik xüsusiyyətlərində təzahür edən tem-peramentin hər tipinin öz üstünlükləri və çatışmazlıqları var. İnsanın temperamen-tinin tipini o hallarda nəzərə almaq zəruridir ki, iş prosesində göstərilən dinamik xüsusiyyətlər böyük əhəmiyyətə malik olsun.

Temperamentin xüsusiyyətləri bu və ya digər şəkildə peşə fəaliyyətində və iş-güzar kommunikasiyada təzahür edir. Belə ki, temperamentin bu və ya digər xa-rakteristikası peşə fəaliyyətində uğur əldə etməyə imkan yarada, yaxud əksinə, ona mane ola bilər. Peşə insanın qarşısına müəyyən tələblər qoyur. Bu, insanlarla işləyən peşə sahiblərinə daha çox aiddir. Xolerik temperamentli bir şəxsi, yəni

öz sahəsində mütəxəssis olan, lakin ünsiyyətdə tez özündən çıxan, səbrsiz bir in-sanı menecer, müəllim, satıcı, kadrlar şöbəsinin əməkdaşı, sosial işçi (peşələrin siyahısını davam etdirmək olar) kimi təsəvvür edin. Yəqin ki, öz peşə sahəsində bütün dərin biliklərinə baxmayaraq, bir mütəxəssis kimi, onların peşəkarlığı aşağı səviyyəli sayılacaq, çünki müvafiq peşələr təmkinliliyi, səbrliliyi, yüksək ünsiyyətcilliyi, nəzakətliliyi tələb edir. Lakin bu, o demək deyil ki, xolerik tem-peramentli insanlar peşəkar ola bilməzlər. Təbii ki, öz temperamentinin təzahür-lərinə nəzarət etməklə, öz fərdi peşə fəaliyyəti üslubunu formalaşdırmaqla, peşəkar ola bilərlər.

İnsanın öz temperamentini idarə edə bilməməsi, əksinə, temperamentin insanı idarə etməsi kommunikasiyanın davam etdirilməsinə mane olur. Buna konkret bir

misal gətirək. Məşhur bir yazıçı "Exo Moskvı" radiostansiyasının birbaşa yayımın-da çıxış zamanı Fransada prezident seçkilərinin gedişini şərh edir . Ürəklə, ruhla danışır. Proqramın aparıcısı isə ona öz səriştəsizliyini sübut edən suallar verməyə başlayır. Yazıçı ondan sözünü kəsməməyi xahiş edir, amma aparıcı hesab edir ki,

son söz onun olmalıdır. Özünü saxlaya bilməyən yazıçı mikrofonu yerə çırpır və

studiyadan gedərkən aparıcı tərəfə su atır. Nəticədə radiostansiyanın redaksiyası bildirir ki, yazıçıya bir daha efir vaxtı verməyəcək, yazıçı isə deyir ki, onun ayağı bir daha bu radiostansiyanın studiyasına dəyməyəcək. Bu qalmaqallı müsahibənin videosu internetə də qoyulmuşdu.

İşgüzar kommunikasiyanın bütün formaları, yəni işgüzar söhbətlər, danışıqlar, müşavirələr, mətbuat konfransları və s. zamanı nəinki işgüzar tərəfdaşın tempera-mentini nəzərə almaq, həm də təmkinlilik, səbrlilik, nəzakətlilik nümayiş etdirmək-lə fərdi temperamentin təzahürlərini idarə etmək lazımdır.

Temperament kommunikativ davranışa da öz təsirini göstərir: müxtəlif tem-peramentli insanların ünsiyyətcilliyi müxtəlif olur.

Kommunikativ qabiliyyətlər sanqviniklərdə daha ifadəlidir. Onlar ünsiyyət tərədaşları ilə psixoloji əlaqəni asanlıqla qurur və onlarla aktiv dialoqa girirlər.

Sanqviniklərlə müqayisədə fleqmatiklər insanlarla o qədər də asanlıqla əlaqə qura bilmirlər, lakin sanqviniklərdən fərqli olaraq, onlar tərəfdaşlarla möhkəm işgüzar münasibətləri uzun müddət davam etdirməyi bacarırlar, hərçənd ki, onların ünsiyyət dairəsi sanqviniklərdə olduğu qədər geniş olmur.

Melanxoliklər ünsiyyətdə yeni situasiyalar və yeni insanlar qarşısında daxili qorxu ilə bağlı olan spesifik çətinliklər keçirirlər. İşgüzar kommunikasiya prose-sində melanxoliklər çox vaxt özlərini itirir və utanırlar. Onlara həmkarları tərəfin-dən psixoloji dəstək tələb olunur.

Xolerik ünsiyyətdə psixoloji olaraq mürəkkəbdir: o, ünsiyyət qurmaqda çə-tinlik çəkir, onunla da ünsiyyət qurmaq çətindir. Xolerikin tündməzaclığı və təm-kinsizliyi onun həmkarları və işgüzar tərəfdaşları ilə yaxşı və uzunmüddətli psi-xoloji əlaqələr qurmasına mane olur. Xolerik daim şəxsiyyətlərarası münasibət-lərdə liderliyə can atır ki, bu da digər tərəfdaşların əks təsirinə səbəb olur. Nəzərə almaq lazımdır ki, insan yaşlandıqca və peşə təcrübəsi artdıqca, işgüzar ünsiy-yətdə temperamentlərin təzahür xüsusiyyətləri hamarlanır, ünsiyyət vərdişləri əldə edilir ki, bunların da köməyi ilə insan şəxsi temperamentinin neqativ tərəflərinə nəzarət edir, vəziyyətə uyğun ünsiyyət qurub hərəkət edir.

Bunu da qeyd edək ki, bütün insanlar bir-birinə uyğunlaşmaq üçün böyük imkanlara malikdirlər və bu məqsədlə davranışlarında xeyli dəyişiklik edə bilirlər ki, bu da onlara bir-birinə daha yaxşı uyğunlaşmaqda kömək edir. İngilis filosofu

D.Yum yazır: "O insan xoşbəxtdir ki, öz temperamentinə uyğun olan şəraitdə yaşa-yır, amma o kəs daha kamildir ki, öz temperamentini istənilən şəraitə uyğunlaşdıra bilir". İnsanların bir-birinə qarşılıqlı uyğunlaşmasının son nəticəsi onların tempera-mentlərindəki ilkin təbii fərqlərdən daha çox, ümumi dil tapmaq arzusundan ası-

lıdır.

Qətiyyətlə söyləmək olar ki, temperament hökm deyil.

Kommunikasiya prosesində bunları etmək çox vacibdir:

• öz temperamentinin xüsusiyyətlərini, onun güclü və zəif tərəflərini müəyyənləş-dirmək;

• işgüzar tərəfdaşın temperament xüsusiyyətlərini nəzərə almaq və onun tempera-mentinin işgüzar kommunikasiyanı çətinləşdirən təzahürlərinə açıq-aydın reaksiya verməmək;

• öz hisslərini cilovlamaq bacarığını formalaşdırmaq;

• qeyri-ixtiyari reaksiyaları tənzimləmək bacarığına yiyələnmək.

**Şəxsiyyətin xarakteri və onun işgüzar kommunikasiya prosesinə təsiri.**

İnsanları bir-birlərindən fərqləndirən, şəxsiyyətin davamlı fərdi psixi xassələ-rindən biri də xarak­terdir. Adətən, insanları bir-birilərindən fərqləndirərkən  onların xasiyyətini ön plana  çəkirlər. Yunancadan tərcümədə “xarakter” sözü “möhür”, “naxış” mənasını bildirir. Xarakter bir növ insanın  özünəməxsus davranış formasını əks etdirir. Onun ən mühüm cəhəti bundan ibarətdir ki, xarakter şəxsiyyətin müxtəlif xüsusiyyətlərini deyil, mühüm və davamlı fərdi xüsusiyyət-lərinin  məcmusunu özündə əks etdirir.  Digər tərəfdən, xarakteri bir psixi fenomen kimi fərq­ləndirən başlıca cəhət ondan  ibarətdir ki, o həmişə fəaliyyət və ünsiyyət prosesində, insanın onu əhatə edən gerçək aləmə və insanlara münasibətində təzahür edir. Xarakter həyatda  qaza­nılmış davranış formasıdır. Heç kim anadan  tənbəl və ya işgüzar, kobud və ya mehriban, qəddar və ya humanist, səliqəli və ya pinti, təvazökar və ya xudbin doğulmur. Bu kimi keyfiyətlər həyat prosesində, tipik şəraitin, təlim və tərbi­yənin təsiri altında əldə edilir. Həmin keyfiyyətlər insanın  xarakterini təşkil edən tipik əlamətlər kimi formalaşır və tipik şəraitdə dərhal özünü göstərməyə başlayır. Bütün bunlarla yanaşı, insan xarakteri onun  dünyagörüşü və əqidəsilə də sıx bağlıdır. İnsanın  müna­sibətlər sistemini təşkil edən dünyagörüşü və əqidəsi istər-istəməz onun xarakterik  əlamətlərinin formalaşmasına zəmin yaradır. Adətən, xarakter formalaşdıqdan sonra bu və ya digər davranış tərzini həyata keçirməyə təhrik edir.

Qeyd edildiyi kimi, insanın xarakteri bioloji və sosial amillərin qarşılıqlı təsiri nəticəsində onun tərbiyəsi prosesində formalaşdırılır. Tərbiyə olunan mücərrəd

fərd deyil, bioloji xüsusiyyətlərlə (cins, bədən quruluşu, göz və saçların rəngi və s.) yanaşı, həm də qabiliyyət və temperamenti müəyyənləşdirən təkrarolunmaz gen dəstinə malik olan insandır. Beləliklə, xarakteri bu insanın tərbiyəsinin və gen dəstinin vektoru hesab etmək olar.

Xarakter insanın şəxsiyyəti ilə bağlıdır, hərçənd insanın şəxsiyyəti və onun

xarakteri eyni şey deyil. Eyni bir insanın şəxsiyyətinə və xarakterinə verilən qiy-

mətləndirmələr nəinki bir-birinə uyğun gəlməyə, həm də bir-birinə zidd ola bilər. Görkəmli şəxsiyyətlər, xüsusilə də yaradıcı insanlar, çox vaxt ağır xarakterə malik olurlar və onların qiymətləndirilməsi üçün xarakterin qüsurları əhəmiyyət kəsb etmir.

Buna misal kimi rus zadəganlarından biri qraf A.İ. İqnatyevin xatirələrindən bir parçanı diqqətinizə çatdıraq. O, yazırdı: "Mən Parisdə Martınovla qarşı-laşdım. Biz o zaman gənc idik. Onu mühasirəyə aldıq, sataşmağa, ittiham etməyə başladıq: "Siz rus poeziyasının günəşini öldürdünüz! Siz vicdan əzabı çəkmirsi-niz?" O, dedi:"- Cənablar, siz bilsəydiniz ki, o, necə bir insan idi! O, dözülməz idi. Əgər dueldə gülləm boşa çıxsaydı, mən onu sonra öldürərdim. O, cəmiyyət arası-na çıxanda, yeganə məqsədi hamının əhval-ruhiyyəsini korlamaq idi. Hamı rəqs edir, şənlənirdi, o, isə bir küncdə oturub kimisə ələ salır, ona iyrənc epiqramlar göndərirdi. Qalmaqal düşürdü, kimsə hönkür-hönkür ağlamağa başlayırdı, hamının əhval-ruhiyyəsi pozulurdu. Bax, onda Lermontov özünü qaydasında hiss edirdi". Ağır xarakteri Lermontova dahi yazıçı olmağa mane olmadı, amma onu duelə gətirdi. Belə bir məsəl var: "Vərdişi əkərsən – xarakter biçərsən, xarakteri əkərsən – tale biçərsən".

Xarakter insanın bütün hərəkətlərinə və davranışına iz qoyan, həyatın çətinlik-lərinə qarşı onun tipik reakisya üsullarını müəyyən edən əsas psixi xassədir.

Psixologiyada humanist cərəyanın nümayəndəsi A. Maslov psixi cəhətdən yetkin və yetkin olmayan şəxsiyyət anlayışlarını aydınlaşdırmışdır. İnsanın şəxsiyyəti ilə onun xarakteri nə kimi münasibətdədir? Öz xarakterini idarə etmək, ona nəzarət etmək bacarığı psixi cəhətdən yetkin şəxsiyyətlər üçün səciyyəvidir. Əksinə, xarakterin bu və ya digər xüsusiyyətlərinin təhrik etdiyi məntiqə uyğun hərəkət etmək psixi cəhətdən yetkin olmayan şəxsiyyətlər və psixopatlar üçün tipikdir. Hələ qədim yunan mütəfəkkiri Heraklit demişdir ki, xarakter biri üçün xeyirxah dahidirsə, başqası üçün qəddar dahidir.

Xarakter yalnız tərbiyə prosesində deyil, həm də özünütərbiyə prosesində for-malaşır. Şəxsiyyət öz xarakterinin neqativ təzahürlərini şüurlu olaraq korreksiya edə bilər.

**Xarakterin müxtəlif təzahürləri dörd qrupa bölünür:**

• fərdin yönümü, cəmiyyətdəki münasibətlər sistemi;

• iradi tənzimləmənin xüsusiyyətləri;

• emosional xüsusiyyətlər;

• intellektual xüsusiyyətlər.

**Şəxsiyyət yönümünün** təhlilindən başlayaq. Bu, şəxsiyyətin həyata və

fəaliyyətə münasibətinin, tələblərinin, maraq və ideallarının təmsil olunduğu apa-rıcı psixoloji xüsusiyyətdir.

Şəxsiyyətin yönümü onun əsas davranış tendensiyalarını şərtləndirir ki, bun-lar da onun xarakteri vasitəsilə üzə çıxır. Şəxsiyyətin xarakterinin müəyyən

altsistemləri də vardır ki, onlar özünü aşağıdakı kimi büruzə verir:

• əməyə münasibətdə (zəhmətsevərlik və ya tənbəllik, təşəbbüskarlıq və ya təşəb-büssüzlük, məsuliyyətlilik və ya məsuliyyətsizlik və s.);

• başqa insanlara münasibətdə (ədəblilik və ya ədəbsizlik, nəzakətlilik və ya ko-budluq, həssaslıq və ya biganəlik və s.);

• özünə münasibətdə (təvazökarlıq və ya lovğalıq, qürurluluq və ya mütilik, özünü-tənqid və ya özündən razılıq və s.).

**Xarakterin iradi xüsusiyyətləri** davranışın şüurlu tənzimlənməsinin elə da-vamlı fərdi-tipoloji xüsusiyyətləridir ki, məqsədə çatmaq üçün çətinliklərin aradan qaldırılması bacarığında özünü büruzə verir.

İşgüzar kommunikasiyalarda şəxsiyyətin məqsədyönlülük, qətiyyətlilik, inad-karlıq, dözümlülük, səbrlilik və s. bu kimi iradi keyfiyyətləri əhəmiyyət kəsb edir. İnsanın dözümlülük və səbrlilik kimi keyfiyyətləri xüsusilə əhəmiyyətlidir. Bu keyfiyyətlər özünü fərdin mürəkkəb münaqişəli şəraitlərdə öz davranışına nəzarət etmək, lazımsız hərəkətlərdən çəkinmək, emosiyalarını cilovlamaq, impulsiv hərəkətlərə yol verməmək, əhval-ruhiyyəni tənzimləmək, çətin, hətta təhlükəli vəziyyətlərdə belə ruhdan düşməmək kimi qabiliyyətlərində büruzə verir.

İradi xüsusiyyətlər xarakterin tamlıq, güclülük, möhkəmlik və müvazinətlilik

kimi əsas keyfiyyətlərini müəyyənləşdirir.

• **Xarakterin tamlığı** müxtəlif situasiyalarda mövqe və baxışların sabitliyi, söz və əməlin bir-biri ilə uzlaşmasıdır;

• **Xarakterin gücü** insanın enerjili olmasında, mürəkkəb situasiyalarda uzun müddət gərginliyə, çətinliklərin dəf edilməsinə dözmək bacarığının olmasındadır;

• **Xarakterin möhkəmliliyi** isə şəxsiyyətin prinsipiallığı ilə xarakterin gücünün bir araya gəlməsidir;

**• Xarakterin mütəvaziliyi** davranışın düzgünlüyü, təmkinliliyi, şəxsiyyətin emo-sional-iradi dözümlülüyüdür.

**Fərdin xarakterinin emosional xüsusiyyətləri** onun psixi xassələrinin ən əyani, bilavasitə görünən indikatorudur. İnsan xarakterini onu güldürən və sevindirən, valeh edən və kədərləndirən, onda qəzəb və stresə səbəb olan, onu sakitləşməyə və ya riqqətə gəlməyə məcbur edən situasiyalarda büruzə verir.

**Emosiyalar** (fransızca *emotion*, latınca *emovere* – “oyandırmaq, həyəcan-

landırmaq” deməkdir) orqanizmin fizioloji halları olub, insanın bütün hiss və həyə-can növlərini əhatə edir. Fərdin emosional əhval-ruhiyyəsi onun bütövlükdə həyat fəaliyyəti tonusunun göstəricisidir.

Müsbət emosiyalara maraq, sevinc, məmnunluq, heyranlıq, ümid, həzz və s. bu kimi hisslər aiddir. Müsbət emosiyalar işgüzar tərəfdaşların həyat tonusuna yaxşı təsir göstərir, birgə fəaliyyəti stimullaşdırır, şəxsiyyətlər arasında münasibət-lərin formalaşmasına və inkişafına səbəb olur. Müsbət emosiyalara səbəb olan in-sanla əməkdaşlıq etmək, mürəkkəb işgüzar situasiyada problemin optimal həllini onunla birlikdə tapmaq istəyirsən.

Mənfi emosiyalar da insana lazımdır, amma az dozada. Mənfi emosiyalara qorxu, həyəcan, nifrət, qıcıqlanma, qəzəb, məyusluq və s. aid edilir.Onlar insan fəaliyyətinin lazımi nəticələr vermədiyi situasiyalarda yaranır. Mənfi emosiyalar stimulyator rolunu oynayır, yeni yanaşmaları, metodları, problemin həllinin yeni yollarını axtarmağa vadar edir. Çoxlu miqdarda mənfi emosiya işgüzar kommuni-kasiya prosesində təşkilatçılığa neqativ təsir göstərir, səmərəli qarşılıqlı təsir im-kanını bloklayır, iş qabiliyyətini aşağı salır.

**Xarakterin intellektual xüsusiyyətləri** intellektin davamlı fərdi-tipoloji xü-susiyyətləridir.

Fərdin intellekti onun əqli keyfiyyətlərinin davamlı strukturudur. Şəxsiyyətin

intellektual quruluşunu xarakterizə edən keyfiyyətlər arasında ağlın məhsuldarlığı,

orijinallığı, ümumiləşdirilmiş düşüncə tərzinə yiyələnmə, şəxsiyyətin sabit intel-lektual yönümü, düşüncəlilik və s. qeyd edilir.

Beləliklə, hər bir insanın xarakteri onun şəxsiyyətinin təkrarolunmaz, unikal xüsusiyyətidir. Bir insanda xarakter xüsusyyətlərinin özünəməxsus kombinasiyası onu müəyyən tipə aid etməyə imkan verir. Xarakterlərin tipologiyasının əsasında belə bir fikir durur ki, ən tipik xüsusiyyətləri ayırmaqla insanları qruplaşdırmaq və davranışı proqnozlaşdırmaq mümkündür.

**İşgüzar kommunikasiya prosesində özünü təqdimetmənin əhəmiyyəti.**

Hər şeydən öncə bunu qeyd edək ki, hər birimizin ən böyük təlabatı ünsiyyət-dir. Xüsusən də insanlarla işgüzar əlaqələr, yeni tanışlıqlar zamanı ünsiyyətin rolu əvəzedilməzdir. Biz həmişə bu barədə fikirləşirik: Necə edək ki, yeni tanış olduğu-muz insanların xoşuna gələk?

İnsanların bir-biri ilə ünsiyyətində təməl faktorlardan biri özünü təqdim- etmədir. İnsan “sirli qutu”dur. Bu qutunu açmaq, özünü başqalarına necə təqdim etmək insanın özündən asılıdır. Siz əksəriyyətin sahib olmadığı peşəkar davranış və qabiliyyətlərə sahib ola bilərsiniz. Çox maraqlı və fərqli

düşüncələrə sahib insan da ola bilərsiniz. Amma özünüzü təqdimetmə ba-carığınız yoxdursa, demək olar ki, sahib olduğunuz davranış və qabiliy-yətlərin də bir anlamı yoxdur. İlkin görüşdə siz sözlər və hərəkətlərinizlə özünüzü necə təqdim edirsinizsə, insanların yadında o cür qalırsınız, onlar si-zi elə tanıyır.

İlk tanışlıqlarda təqdimat çox önəmlidir. Belə ki, yenicə tanış olduğun adam ilk 10-15 saniyədə sənə necə təsir bağışlayırsa, bu, sonadək sənin hafizəndə elə qalır. Hər birimiz kiminləsə tanış olanda çalışırıq özümüzün müsbət keyfiyyətlərimizdən söz açaq. Heç bir insan ilk tanışlıqda özünün mənfi xüsusiyyətlərindən danışmır. Əgər danışırsa, inanın ki, qarşısındakı şəxs sonrakı görüşlərdə onunla ünsiyyətə can atmayacaq.

Biz gündəlik həyatımızda da belə hallarla, demək olar ki, tez-tez rastlaşırıq. Belə ki, biri özünü olduğundan daha yaxşı göstərir, məsələn, savadlı olmasa da, elə hey savaddan, təhsilin vacibliyindən danışır. Başqa birisi çox savadlı olsa da, özü- nü olduğu kimi ifadə edə bilmir.

Özümüzü necə ifadə etmək dedikdə, biz heç də özümüzü olmadığımız kimi göstərməyi, ətrafa xoş gəlmək üçün tamamilə başqa bir cilddə görünməyi nəzərdə tutmuruq. Olduğun kimi görün, göründüyün kimi ol. Gəlin, necə varıqsa, əslində necəyiksə, elə də görünək, yəni dürüst olaq.

Ümumiyyətlə, insan həyatında, xüsusilə də iş həyatında özünü təqdimet-mə bacarıqları çox önəmlidir. Bu gün iş həyatında özünü təqdimetmə baca-rıqları ilə bağlı tez-tez müsahibələr aparılır. İlk baxışda insanın özü haqqında danışması nə qədər sadə görünsə də, əslində göründüyü kimi sadə deyildir. Çünki, burada əsas məqsəd təkcə özünüz haqda məlumat vermək deyil, həmin məlumatların hansı ardıcıllıqla, nə zaman və hansı mimika, jestlər və səs tonundan istifadə etməklə verməyinizdir və bu, çox önəmlidir. Unutmaq olmaz ki, istər şəxsi tanışlıq, istərsə də iş həyatında müsahibələr verdiyiniz zaman və ya iş görüşmələrində ilkin təqdimat zamanı özünüzü necə təqdim edirsinizsə, yaddaşlarda da o cür qalırsınız. Sonradan bunu dəyişmək mümkün olsa da, bu, çox çətin bir işdir.

Yaxşı təqdimat bacarıqları yaxşı reklam deməkdir. Özünü təqdimetmə də bir növ reklamdır. Hamı nəyisə reklam edir. Kimisi biliyi, kimisi xarici və ya zahiri görünüşünü, kimisi istedad və bacarıqlarını, kimisi isə əslində heç nəyi reklam etmədiyini göstərsə belə, yenə də reklam edir. Necə deyərlər, reklamın özü də bir

reklamdır. Amma bu reklam ifratçılığa varmamalıdır, cünki daim özündən danışan insanlara “özündənrazı” ləqəbini qoyurlar.

Özünü təqdimetmə saatlarla özündən danışmaq demək deyil. Lazımi yerdə,

müəyyən dərəcədə reklam vacibdir. Yəni, harada nəyi, necə etməli olduğumuzu

bilməliyik. Bu isə əsl ustalıq tələb edir. Onu deməyə çalışırıq ki, hər hansı bir tədbirdə və ya yığıncaqda özümüzdən qat-qat savadlı adama nəyisə diktə etsək, onun yanlış olduğunu desək, yəqin ki, bu hərəkətimiz yaxşı qarşılanmaz. Amma imtahanda və ya işə götürüləndə bütün potensialımızı ortaya qoymağımız vacibdir. Yunan filosofu Sokratın belə bir fikri var: “Bir insanın özünə verə biləcəyi ən böyük zərər bacarıqlarından tamamilə istifadə etməməsidir”.

Daha öncə də qeyd etdiyimiz kimi, biz insanların beynində onlarda formalaşdırdığımız ilk təəssüratla qalırıq. Əksəriyyətimiz müəyyən tanışlıqdan sonra öz-özümüzə deyirik ki, filankəs maraqlı insandır, filankəs isə savadlı insan olsa da, özünü təqdim edə bilmir.

Bəs nə üçün bəzi insanlar özünü təqdim edə bilir, bəziləri isə yox? Zənni-mizcə, insan özünü olduğundan daha aşağı səviyyədə təqdim edirsə, deməli, o insanın özünə güvəni, inamı azdır. Bu cür insanlar özlərinə inam hissini daha qətiyyətlə aşılamalıdırlar. Özünə inamsızlıq isə daha çox komplekslərlə bağlı ola bilər.

Aşağıdakı tövsiyələr özünü təqdimetmə zamanı həyatınızda, xüsusilə də işgüzar kommunikasiya prosesində köməyinizə gələ bilər:

**İşgüzar nitq üslubunu seçin**. Həyəcanınızı nəzarət altında saxlamaq bacarığınız və səlis nitqiniz özünü təqdimetmə zamanı uğurlu başlanğıcın təməlini qoyacaq. Müsahibə aparanlar içərisində sizin şəxsi tanışınız olsa belə, işgüzar ünsiyyət formasından istifadə edin.

**Bədən dilindən istifadə edin.** Özünü təqdimetmə zamanı yalnız nitqdən deyil, bədən dilindən də istifadə edin. Elmi araşdırmalar nəticəsində sübut olunmuşdur ki, bir mesajın çatdırılması 7% şifahi nitqin , 38% səsin (səs to-nu, səsin yüksəlib alçalması və s.), 55% isə bədən dilinin öhdəsinə düşür. Odur ki, nə danışdığınızla bərabər hansı hərəkətləri etdiyiniz və səs tonunuz da çox önəmlidir.

**Özünü təqdimetmə zamanı sizdən hansı məlumatların gözlənildiyini təxmin edin.** Daha çox danışmaq, daha yaxşı tanınmaq demək deyil. Ona görə də, qısa və dolğun danışmağa cəhd edin. Müsahibənin gedişatına əsasən, hansı məlumatları deməyin sizin lehinizə olacağını təxmin edin və sizdən gözlənilən məlumatları verin.

**Keçmişdə həyata keçirdiyiniz uğurlu layihələrinizi xatırladın.**

Bu, sizin məktəb və ya tələbəlik illərinizdə və ya keçmiş işinizdə həyata keçirdiyiniz hər hansı bir uğurlu layihə və ya təşəbbüs ola bilər.

**Gələcək planlarınız haqqında danışın**. Gələcək planlarınızın olması

sizin hədəflərə bağlı insan olduğunuzu göstərir. Nəzərə alın ki, bu planların hansı məzmunda olması çox önəmlidir.

Unutmayın ki, müsahibə prosesində özünü təqdimetmə zamanı həddən artıq səmimi olmaq, eyni zamanda daha çox məlumatın verilməsinə çalışmaq sizin xeyrinizə olmaya bilər. Ona görə də, işinizə yarayacaq dolğun məlumatlar və uğurlarınız haqqında danışmağa çalışın.

**İşgüzar görüşə gedərkən nələri bilməliyik?**

İşgüzar görüş hər kəsin həyatında vacib olan görüşlərdən biridir. İşə qəbul olunmaq üçün özünü təqdimetmə böyük önəm kəsb edir. Bəzən həyəcanlı, stresli oluruq, bu da bizim işimizə təsir edir. İşgüzar görüşə gedərkən bu sahədə müəyyən təcrübəsi olan, işin mütəxəssisləri ilə məsləhətləşmək lazımdır.  İşgüzar görüşə  gedən gənclər əsasən nələri  bilməli, hansı nüanslara fikir verməlidirlər?

İşgüzar görüş iş həyatına yeni addım atan gənclər üçün xüsusi əhəmiyyət daşıyır: Belə görüşlərə getməzdən əvvəl, seçdiyiniz işi istəyib-istəmədiyinizi bilməniz önəmlidir. Ünvan dəqiq olaraq araşdırılmalı və şirkət haqqında məlumat əldə edilməlidir. Yəni, şirkətin missiyasını, dəyərlərini öyrənmək lazımdır. İş görüşməsi zamanı ilkin təəssürat çox önəmlidir. Günlük həyat tərzinizin nə olduğundan asılı olmayaraq, görüşə gedərkən bu məsələyə xüsusi önəm verdiyinizi əks etdirən geyimlər seçməlisiniz. Belə görüşlər zamanı insan resursları əməkdaşı yer göstərmədən öncə əyləşməyin. Cavabını bilmədiyiniz sual versələr belə, həmin an "bilmirəm” deməyin, zaman qazanmaq üçün "bir az həyəcanlıyam” deyib, düşünmək üçün zaman qazanın. Ən əsası, özünüz kimi olun. Gülümsəməyi unutmayın.

Bəs işgüzar görüşdə özünü təqdimetmə necə olmalıdır? Tərcümeyi-halınızda xüsusi əhəmiyyət kəsb edən məqamlara toxunmaq, verilən suallara açıq və aydın şəkildə cavab vermək lazımdır. Görüşün ilk 30 saniyəsində görünüşünüz, üslubunuz qarşınızdakı insan tərəfindən mənfi və ya müsbət dəyərləndiriləcəkdir. Buna görə də, görüşün başlanğıcından etibarən pozitiv olmalısınız və özünə inamınız  yerində olmalıdır. Özünüzü gərgin hiss etsəniz belə, gülümsəyin. Müsahibə götürən məsul şəxs sizin bu iş üçün doğru insan olub-olmadığınızı bilmək istədiyi kimi, eyni zamanda, siz də bu vəzifə üçün doğru insan olub-olmadığınızı bilmək istəyərsiniz. Belə görüş əslində iş, şirkət mədəniyyəti və daha bir çox məsələ ilə bağlı məlumat almaq üçün fürsətdir. Düzgün təqdimetməmə işə götürməyə mane ola bilər. Müsahibə zamanı uzun müddət səssiz qalmaq, çəkingənlik səbəbi ilə ifadə etmək istədiklərinizi deyə bilməmək, özünüzü doğru təqdim etmək baxımından sizə mane ola bilər. Görüş zamanı duruşunuzu, göz kontaktınızı, danışıq tərzinizi, bədən dilinizi çox professional şəkildə idarə etməlisiniz.

Gənclərin işgüzar görüşlərdə nələri yanlış etdiklərindən, görüşməyə gedən zaman həyəcanı dəf etmək və özünə inamı bərpa etmək üçün nələri etməli olduqlarından da danışaq. İşgüzar görüşlər zamanı bəzən yaxşı CV olduğu halda belə, gənclər uğur qazana bilmirlər. Bunun səbəblərinə görüşə gecikmək, geyimə diqqət etməmək, müsahibəyə hazır olmamaq, telefonu söndürməmək, CV-ni unutmaq, bir öncəki iş yeri haqqında neqativ fikirlər söyləmək və s. kimi nümunələr göstərə bilərik. İstər ilk işgüzar görüş olsun, istər onuncu, hər kəs müsahibədə həyəcanlanır. Önəmli olan həyəcanlanmamaq deyil, həyəcanı doğru idarə edə bilməkdir. Streslə mübarizə aparmağın başlıca yollarından biri pozitiv düşünməkdir. Gedəcəyiniz yerdə həyəcanlanırsınızsa, öncədən yaxın dostlarınızdan biri ilə məşq edin. Müsahibə zamanı sakit, təsirli çıxış nümayiş etdirin. Hər görüşdən sonra sizə verilən sualları və bu suallara verdiyiniz cavabları qeyd edin. Daha sonrakı işgüzar görüşlərdə bu sualların cavablarını inkişaf etdirməyə çalışın.

**Özümüzü necə təqdim edək?**

İlk öncə onu qeyd edək ki, hər birimizin ən böyük təlabatı ünsiyyətdir.İnsanlarla əlaqədə, yeni tanışlıqlarda ünsiyyətin rolu əvəzedilməzdir. Biz həmişə bu barədə fikirləşirik: Necə edək ki, yeni tanış olduğumuz insanların xoşuna gələk. Fikrimizcə, əksər insanlar sevilməyi sevməkdən daha çox xoşlayırlar. Ətrafımızdakıların bizi sevməsi, bizə dəyər verməsi adama xüsusi bir zövq verir. Əhatəmizin bizə olan rəğbətini görmək üçün nə etməliyik? Necə edək ki, ətrafa özümüzü olduğu kimi təqdim edək?

İlk tanışlıqlarda təqdimat çox önəmlidir. Belə ki, yenicə tanış olduğun adam ilk 10-15 saniyədə sənə necə təsir bağışlayırsa, bu sonadək sənin hafizəndə elə qalır. Hər birimiz kiminləsə tanış olanda çalışırıq özümüzün müsbət keyfiyyətlərindən söz açaq. Heç bir insan ilk tanışlıqda özünün mənfi xüsusiyyətlərindən danışmır. Əgər danışırsa, inanın ki, qarşıdakı şəxs sonrakı görüşlərdə onunla ünsiyyətə can atmayacaq.

Biz gündəlik həyatımızda belə hallara demək olar ki, tez-tez rast gəlirik. Belə ki, biri özünü olduğundan daha yaxşı göstərir, məs: savadlı olmasa da, elə hey savaddan, təhsilin vacibliyindən danışır. Başqa birisi çox savadlı olsa da, özünü olduğu kimi ifadə edə bilmir.

Özümüzü necə ifadə etmək dedikdə, biz heç də özümüzü olmadığımız kimi göstərməyi, ətrafa xoş gəlmək üçün tamamilə başqa bir cilddə görünməyi nəzərdə tutmuruq. Olduğun kimi görün, göründüyün kimi ol. Gəlin, necə varıqsa, əslində necəyiksə, elə də görünək, yəni dürüst olaq.

Yəqin ki, hamımız məktəb illərini xatırlayırıq. Gəlin, bir neçə dəqiqəlik 15 sentyabrı, bizə yad olan müəllimlərin sinfə necə daxil olması, özünü necə göstərməsini yadımıza salaq. Bəziləri sinfə girəndə özünü təqdim edəndə, çox ciddi və tələbkar olduğunu aşkarca bizə çatdırır. Bəziləri isə zarafatcıl bir formada, daha mülayim, xoşgörüşlü tərzdə özünü təqdim edir. Şagirdlər hansı müəllimin dərsini daha yaxşı və məsuliyyətlə oxuyacaqlar?

Böyük ehtimalla ciddi və tələbkar müəllimin dərsini yaxşı oxuyacaqlar, digər tipli müəllimlərin dərsinə haradasa etinasız şəkildə yanaşacaqlar. Məktəb illərindən söz düşmüşkən, bu misalı da göstərək. Şagirdlər hansı müəllimlərin savadlı olub-olmaması barədə müzakirələrdə belə deyirlər.Filan müəllim savadlı olsa da, dərsi əhatəli çatdıra bilmir, filan müəllim isə o qədər savadlı olmasa da, bildiyini yaxşı izah edir. Bu göstərdiyimiz nümunələr özünüifadə bacarığına aiddir.Nə üçün bəzi insanlar özünü təqdim edə bilir, bəziləri isə yox? Zənnimcə, insan özünü olduğundan daha aşağı təqdim edirsə, deməli, o insanın özünə güvəni, inamı azdır. O insanlar özlərinə inam hissini daha inamla aşılamalıdırlar.Özünə inamsızlıq isə daha çox komplekslərlə bağlı ola bilər.

**Özünü təqdimetmə – reklam**

Özünü təqdim də bir növ reklamdır. Hamı nəyisə reklam edir. Kimisi biliyi, kimisi xarici və ya zahiri görünüşünü, kimisi istedad və bacarıqlarını, kimisi isə əslində heç nəyi reklam etmədiyini göstərsə belə, yenə də reklam edir.Necə deyərlər, reklamın özü də bir reklamdır. Amma bu reklam ifratçılığa varmamalıdır. Çünki, daim özündən danışan insanlara “özündən razı” ləqəbini qoyurlar.

Özünü təqdimetmə saatlarla özündən danışmaq demək deyil. Lazımi yerdə, lazımi dərəcədə reklam vacibdir. Yəni, harada nəyi, necə etməli olduğumuzu bilməliyik. Bu isə əsl ustalıq bacarığıdır. Onu deməyə çalışırıq ki, hər hansı bir tədbirdə və ya yığıncaqda özümüzdən qat-qat savadlı adama nəyisə diktə etsək, onun yalnış olduğunu desək, yəqin ki, bu hərəkətimiz yaxşı qarşılanmaz. Amma imtahanda və ya işə götürüləndə bütün potensialımızı ortaya qoymağımız vacibdir.  Sokrat demişkən: “Bir insanın özünə verə biləcəyi ən böyük zərər bacarıqlarından tamamilə istifadə etməməsidir”.

**Seminar dərsi üçün tapşırıqlar:**

1. **“Şəxsiyyət işgüzar kommunikasiyanın subyekti kimi” mövzusunda çıxış hazırlayın.**
2. **Şəxsiyyət strukturu haqqında məlumat verin.**
3. **Şəxsiyyətin temperamenti və onun tipləri barədə 10 test yazın.**
4. **Şəxsiyyətin xarakteri və onun işgüzar kommunikasiya prosesinə təsiri haqqında məlumat verin.**
5. **İşgüzar kommunikasiya prosesində özünü təqdimetmənin əhəmiyyəti ilə bağlı təqdimat hazırlayın.**
6. **Ekspansiya nədir? Bu haqda bildiklərinizi yazın.**
7. **Ekstraversiya və introversiya arasındakı fərqləri izah edin.**
8. **Ətraf mühitə uyğunlaşma variantlarını sadalayın.**

**Mühazirə mövzusu üzrə ədəbiyyat siyahısı**

1. T.Ə.Əbdülhəsənli, T.Ə.Xəlilova, M.B.Əmrahova. “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti” (interaktiv dərslik). Bakı, 2020.
2. N. Abdullayev. “Nitq mədəniyyətinin əsasları”. Bakı, 2013.
3. T.Əbdülhəsənli, S.Zülfüqarlı, A.Rzai. “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti” Bakı, 2014.
4. T.Əbdülhəsənli, A.Hüseynova . “İşgüzar yazışmalar” (dərslik). Bakı, 2015.
5. T.Əbdülhəsənli, A.Hüseynova, M.Əmrahova. “İşgüzar yazışmalar” (dərs vəsaiti). Bakı, 2018.

**Əlavə ədəbiyyat**

1. N.Məmmədli. “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti”. I cild. Bakı, 2020.
2. F.Şiriyev. “Azərbaycan dilinin nitq mədəniyyəti və ritorika”. Bakı, 2014.
3. T.Əbdülhəsənli, A.Hüseynova. “İşgüzar yazışmalar” (dərs vəsaiti). Bakı, 2014.
4. T.Əbdülhəsənli, F.Kazımova, C.Allahverdiyev. “İşgüzar yazışmalar” (dərs vəsaiti) . Bakı, 2017.
5. E. Musayev. “Kargüzarlığın təşkili”. Bakı, 2008.

**Rus dilində ədəbiyyat:**

1. Н. Д. Десяева. «Академическая коммуникация». Москва, 2019.
2. Е. Б. Деревянкин . «Деловое общение» . Екатеринбург, 2015.
3. О. А. Казакова, А. Н. Серебренникова, Э. М. Филиппова. «Деловая коммуникация». Тюмень, 2013.
4. А.Я. Большунов, Н.И. Кисилева, Г.И. Марченко и др. «Деловая коммуникация». Москва, 2018.
5. Э.А. Науменко. «Деловые коммуникации» (учебное пособие). Тюмень, 2013.
6. И.А. Журавлева. «Деловые коммуникации» (учебное пособие). Иркутск, 2016.
7. А.М. Сосновская. «Деловая коммуникация и переговоры» . Санкт-Петербург, 2011.

**Seminar dərsinə hazırlıq üçün tövsiyə edilən ədəbiyyat siyahısı**

1. T.Ə.Əbdülhəsənli, T.Ə.Xəlilova, M.B.Əmrahova. “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti” (interaktiv dərslik). Bakı, 2020.
2. N.Məmmədli. “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti” .I cild. Bakı, 2020.
3. T.Əbdülhəsənli, S.Zülfüqarlı, A.Rzai. “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti” Bakı, 2014.
4. T.Əbdülhəsənli, A.Hüseynova . “İşgüzar yazışmalar” (dərslik). Bakı, 2015.
5. T.Əbdülhəsənli, A.Hüseynova, M.Əmrahova. “İşgüzar yazışmalar” (dərs vəsaiti) .Bakı , 2018.
6. E. Musayev. “Kargüzarlığın təşkili”. Bakı, 2008.

**Rus dilində ədəbiyyat:**

1. Н. Д. Десяева. «Академическая коммуникация». Москва, 2019.
2. Е. Б. Деревянкин, «Деловое общение», Екатеринбург , 2015.
3. О. А. Казакова, А. Н. Серебренникова, Э. М. Филиппова . «Деловая коммуникация». Тюмень , 2013.
4. А.Я. Большунов, Н.И. Кисилева, Г.И. Марченко и др. «Деловая коммуникация». Москва, 2018.