# Azərbaycan Respublikası Elm və Təhsil Nazirliyi Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti

Fakültə: Memarlıq

Kafedra: Azərbaycan dili və pedaqogika

Fənnin adı: Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya

Mövzu: Ünsiyyət, kommunikasiya və işgüzar kommunikasiya anlayışları

Mühazirəçi: Nəcibə Mirzəyeva

#### Mühazirənin planı

- 1. Ünsiyyət nədir?
- 2. Kommunikasiya və ünsiyyətin fərqi
- 3. İşgüzar kommunikasiya anlayışı

#### **ƏDƏBİYYAT**

- 1. N.Məmmədli, Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya, Bakı, 2021
- 2. M.İsmayılova, Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya, Bakı 2023
- 3. N. Salayeva, G.Fərəcova, Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya, Bakı 2024

Bakı - 2024

## Ünsiyyət, kommunikasiya və işgüzar

## kommunikasiya anlayışları

<u>Ünsiyyət</u> real fəaliyyətdir, əsas göstəricisi və vasitəsi nitqdir – daim şifahi və ya yazılı nitq şəklində təzahür və inkişaf edir. Bu fəaliyyət təkcə hər hansı birgə işin əməli və praktik həllini yox, eyni zamanda mənəvi tələbatı əhatə edir, nəticədə mənəvi-informasiya mübadiləsi baş verir. Ünsiyyət fəaliyyət kimi şüurlu məqsədə-uyğunluq – qarşıya qoyulan məqsədə çatmaq üçün müvəffəqiyyət vasitəsi, tərəf müqabilləri ilə süni mühitdir; bu fəaliyyət nəticəsində nəzərdə tutulan zəruri davranış qaydaları nizamlanır, məhz qarşılıqlı münasibətdə səmərəli münasibətlər mədəniyyət göstəricisi olur.

Ünsiyyət prosesi mənəvi məzmun qazanaraq digər şəxslərlə qarşılıqlı əlaqələrə zəmin yaradır, bütövlükdə cəmiyyətin həyat fəaliyyətini səciyyələndirir. Ünsiyyət insan amilidir (fenomenidir desək, yanılmarıq), bütün göstəriciləri sosial kontekstlə – insanla bağlıdır, əsas mənbəyi insan təfəkkürü, intellektidir, idrakdan, davranış norması və hissi təsəvvürlərin məcmusundan asılı olaraq düşüncələri büruzə verir. Lakin o şüurun tam surəti deyil, qaydaya salınmış fikirlərin assosiasiyasıdır, cəmiyyətdə intuisiyaya əsaslanan təfəkkürə, düşüncəyə, mənəvi təkmilləşməyə tələbat yaradır. Sonralar bu rasional münasibətə, şəxsi davaranış qaydalarına – dostluğa, əməkdaşlığa və s. çevrilə bilir.

## Ünsiyyət anlayışının üç səviyyəsi vardır:

- 1) fərdin həyat tərzini təmin edir (maksimal səviyyə);
- 2) müxtəlif fərdi əlaqələrə əsaslanır (söhbət, mübahisə orta səviyyə);
- 3) psixoloji durumu təyin edir (mikro səviyyə)

Ünsiyyətin formulu belədir: insanlar ünsiyyətlə bir-birilərini tanıyırlar! Bu formulda insanların qarşılıqlı əlaqələrinin vacibliyi və hər birinin ünsiyyət fərdiliyi ehtiva olunur, belə yanaşma ünsiyyətin həm də mədəniyyətin əsas elementi, atributu

olduğuna işarədir, lakin onunla qarşılıqlı münasibətlərinə görə məhdudlaşmır; mədəniyyət bütövlükdə birlik və təklik anlamında, sosiallaşmada və özünəməxsusluqda bütün ünsiyyət iştirakçılarının hərəkətverici qüvvəsidir. "İnsan insanı yalnız ünsiyyət, qarşılıqlı əlaqə vasitəsi ilə kəşf edir və bu üsulla özünü də tanıyır". Bu səbəbdən şəxsiyyətin varlığı üçün vacib olan "başqası" anlamı ünsiyyəti bütövlükdə mədəniyyətin əsas amili edir.

İnsanın sosial statusu ünsiyyət mədəniyyəti ilə birbaşa bağlıdır; həyatda effektiv ünsiyyət qura bilmək bacarığı, bu bacarıqlara yiyələnmək və onu inkişaf etdirmək, hər şeydən əvvəl, ünsiyyət mədəniyyətinin səviyyəsinə təsir edir. Ünsiyyətdə səmimiyyətə yüksək dəyər verilir – fikir qarşılığı rəqabət yox, sağlam düşüncəyə, inandırmaya, o da öz növbəsində ümumi nəticələr çıxarmağa əsaslanır. Belə nitq strategiyası üçün ifadə planı olmasa da, hər bir fərd danışıq məqsədini özlüyündə aydınlaşdırmalıdır: pis – yaxşı, kobud – incə və s. Danışıq tərzi, mədəni nitqin keyfiyyətləri mənəvi sağlamlığın göstəricisidir. Ünsiyyətin əsas məqsədi təkcə informasiya ötürmək və ya almaq deyil, həm də ona dəstək vermək, onu qurmaq, insanlar arasında qarışlıqlı anlaşmanın daha yüksək səviyyəsinə çatdıra bilməkdir. Bu da mədəniyyət amili ilə həyata keçirilir.

Lüğətlərdə latın mənşəli *kommunikasiya* sözü iki mənada izah olunur: rabitə (əlaqə) və ünsiyyət. *Rabitə* texniki vasitələrin köməyi ilə müəyyən məsafədə əlaqə saxlayan sistem, *ünsiyyət* isə qarşılıqlı münasibət, yaxınlıqdır (hətta ülfətdir). Onların hər ikisini kommunikasiya "əlaqə, rabitə, qarşılıqlı münasibət, yaxınlıq" anlayışı ilə birləşdirir və əsas mənaları belə sistemləşdirilir: *universal*, geniş mənada istənilən maddi və mənəvi aləmin obyektinin əlaqə vasitəsi; *texniki* mənada məlumat vermə yolu, bir yerin digəri ilə əlaqəsi, informasiya və digər maddi, ideal obyektlərin birindən başqasına ötürülməsində informasiya vasitəsi; *bioloji* mənada biologiyanın etologiya bölməsində heyvanların, quşların, həşaratların və s. əlaqəsinin siqnal üsulu; *sosial* mənada insan cəmiyyətində baş verən müxtəlif növlü rabitə və münasibət, onların arasında ünsiyyət forması kimi həyata keçirilən sosial qarşılıqlı əlaqə.

Kommunikasiya təşkilatlarda baş verən ən mühüm proseslərdən biridir. Effektiv kommunikasiya ayrı-ayrı insanlara, qruplara və təşkilatlara öz məqsədlərinə nail olmağa və yüksək səviyyədə işləməyə imkan verir və bu, təşkilati davranışın demək olar ki, bütün aspektlərinə təsir göstərir. **Kommunikasiya** müəyyən işarələr vasitəsi ilə fikir, məlumat, ideya və s. maddi daşıyıcılarla mübadiləsi, bu və ya digər məzmunun bir şüurdan digərinə (kollektiv və ya fərdi) ötürülməsidir. Kommunikasiya ünsiyyət anlayışına çox yaxındır, ilk baxışda eyni təəssürat yaradır, yaxud eyni bir təzahür müxtəlif sözlərlə adlanır. Eynilik həm kommunikasiya, həm də ünsiyyətdə informasiya mübadiləsi prosesinin baş verməsidir. Ünsiyyət sosial xarakter daşıyır, insanların qarşılıqlı əlaqəsinin ayrılmaz hissəsi, birgə fəaliyyətin tələblərindən yaranan əlaqələrin qurulması və inkişafının mürəkkəb, çoxplanlı prosesi, idrak və ya emosional-qiymətləndirmə xarakterli məlumat mübadiləsidir. İnsan həmçinin başqa canlılar, məsələn heyvanlarla ünsiyyət qura bilər: ünsiyyət kommunikativ proseslərdən daha zəngindir, insanları bir-birinə yalnız informasiya ötürülməsi deyil, həm də praktik hərəkətlər, qarşılıqlı anlaşma, hiss və emosiyalar bağlayır. Ünsiyyət, eyni zamanda, insanın həyat fəaliyyəti və mənəvi məqsədlərinin əvəzolunmaz biostimuludur. Kommunikasiya informasiyanın ötürülməsidir, mövcudluğu yalnız rabitə zamanı aşkara çıxır – informasiya əlaqəsi kəsilirsə, kommunikasiya da pozulur. Ünsiyyət kommunikasiyanın mütləq elementlərindən biridir, amma onun eyni deyil.

İşgüzar kommunikasiya və kommunikasiya terminləri arasında real anlaşmada məzmun, məna fərqi vardır. Oxşarlıq özünü daha çox kommunikasiya anlayışında göstərsə, elmi ədəbiyyatda bu terminlər sinonim işlənsə də, onların hər birinin özəlliyi vardır. İşgüzar kommunikasiya kütləvi, lakin sosium arasında çox mürəkkəb peşəkar ünsiyyətdir, istər iqtisadi, hüquqi, diplomatik, kommersiya, istərsə də adminstrativ sahədə onsuz keçinmək mümkün deyil; insanın mədəni fəaliyyətinin bütün sahəsini əhatə edir, məqsədli forma olduğu üçün qarşılıqlı münasibətlərə xüsusi önəm verilir. Bu anlayış özündə ümumi dil, ümumi yaddaş, ümumi düşünmək meyarının estetik tələblərini, fikir və təfəkkür mədəniyyətini, onların nəsillərə ötürülmə mexanizmini ehtiva edir. İşgüzar kommunikasiya ünsiyyətə

əsaslanır, zəruri əhəmiyyət kəsb etdiyi üçün dəyərini daim qoruyub saxlayır, lakin onlar həm də müstəqil anlayışlardır.

İşgüzar kommunikasiya yalnız şəxsiyyətlərarası deyil, həm də qrup səviyyəsində baş verdiyi üçün, sosial psixologiyanın, insanların davranış və fəaliyyət qaydalarını öyrənən bir elmin nəticələri də bura tətbiq oluna bilər.

İşgüzar kommunikasiyanın məqsədi tərəf müqabillərinin ünsiyyətə qoşulmaq təşəbbüsünə istiqamət vermək və onların arasında qarşılıqlı münasibət yaratmaqdır. Bu, tərəf müqabillərin birgə prosesə qoşulmağı, dialoqlaşma fəaliyyəti ilə ünsiyyətdə iştirak edənlərin qarşılıqlı özünüdərkini və özünüifadəsini təmin edir; onlardan biri öz üzərinə təşəbbüskar rolu götürür, tərəf müqabillərinin qarşılıqlı münasibətini tənzimləyir.

İşgüzar həyatın sürəti insanlar arasında kommunikasiya vərdişlərinin olmasını zəruri edir. *Kommunikasiya* latın sözü olub (communicatio) "ümumi iş, əlaqə qururam, ünsiyyət qururam" deməkdir, subyektin bu və ya digər obyektlə informasiya əlaqəsidir — insanların bir-birilə, eləcə də texniki vasitələrin (mediya, radio, televiziya, internet və s.) köməyi ilə informasiya almaq və ötürmək vərdişlərinin məcmusudur və bu, böyük auditoriya üçün nəzərdə tutulur.

<u>İşgüzar kommunikasiya</u> — işgüzar münasibətlərin qarşılıqlı təzahürüdür. Bu anlayış informasiyanın müxtəlif forma və məzmununda insanları və xidmətləri əlaqələndirən nitq sözünün sinonimidir.

Kommunikasiya və işgüzar kommunikasiya iştirakçıların aktivlik dərəcəsinə görə də fərqlənir. Kommunikasiyada həmişə bir nəfər aktiv olur, digəri və ya digərləri informasiya almaqda passiv rol oynayırlar; rollar dəyişə bilər, qanunauyğunluq isə dəyişmir. İşgüzar kommunikasiyada eyni zamanda bütün tərəf müqabilləri az və ya çox dərəcədə aktiv ola bilir, danışan (və ya yazan) nitqini, sadəcə, dinləməklə (və ya yazmaqla) ifadə etmir və bu təkcə informasiya qəbul etməyə (və ya ötürməyə) yönəlmir, həm də növbəli şəkildə şərhinə qarşılıqlı, aktiv reaksiya verir. Bu aktivlik şəxsi düşüncənin və sərbəstliyin nəticəsidir; ünsiyyət bir

proses kimi şəxsiyyətdən ideya zənginliyi, öz fərdiliyini dərk və ifadə etməyi tələb edir, bu iştirakçıların nitq fəaliyyətinin vacib şərtidir.

Kommunikasiya bir istiqamətli prosesdir, adətən, müəyyən plan üzrə tərtib edilir. Əgər siz kiməsə və ya nə barədəsə xəbər çatdırmalısınızsa, bunun üçün bütün mümkün imkanlar vardır – texniki vasitələrlə dinləmək və ya yazılı məlumatı oxumaq olar, yəni, kommunikasiya bütün hallarda öz vəzifəsini icra edir.

İşgüzar kommunikasiya qarşılıqlı əlaqələr prosesi olduğu üçün hər zaman improvizasiya olunur, o əvvəlcədən müəyyən edilmir. Məsələn, siz hər hansı məsələni işgüzar dostlarınızla müzakirə etdikdə, birgə qərar çıxara bilərsiniz, yaxud ünsiyyət zəminində tərəf müqabilləriniz sizin verdiyiniz təkliflə razılaşmaya, fikrinizdən daşındırmağa, onu qeyri-münasibliyə, ümumiyyətlə bu problemlə bağlı narahat olmamağa inandıra bilər. Belə müzakirələrin sonunu, necə nəticələnəcəyini qabaqcadan bilmək mümkün deyil.

Kommunikasiya şəbəkə funksiyasındadır — informasiya eyni zamanda işarələnmiş ünvan sahiblərinə göndərilir, bu halda informasiya alanların sayı kommunikasiyanın xarakterinə təsir göstərmir. İnformasiya alanlar böyük bir kollektiv olsalar da onlar bu məlumatı individual, tək-tək qəbul edirlər. İşgüzar kommunikasiyada isə informasiya tərəf müqabilləri arasında qarşılıqlı dəqiq ünvanlanma tələb edir. İşgüzar kommunikasyanın formaları: yazılı (işgüzar yazışma və sənədləşmə); şifahi (işgüzar nitq).

# İşgüzar kommunikasiyanın yarandığı şərait, müzakirə zamanı şifahi (işgüzar nitqin) təzahür formaları bunlardır:

- 1. işgüzar söhbət;
- 2. kollektiv müzakirə;
- 3. müşavirə;
- 4. diskussiya
- 5. işgüzar danışıqlar;
- 6. press-konferensiya;
- 7. prezentasiya (təqdimetmə).

İşgüzar kommunikasiya və kommunikasiya müəyyən informasiya prosesində dərketmənin nəticəsinə görə də bir-birindən fərqlənirlər. Kommunikasiyada effektivlik informasiyanı göndərmək və almaq dərəcəsi ilə qiymətləndirilir, əvəzində informasiya alana onu mütləq dərk etmək tələbi qoyulmur; informasiya verən hər zaman ötürdüyünün fərqinə varmır. Məsələn, tələbənin dərs zamanı çətin mövzunu ucadan, bəlağətlə oxuması hələ onun mövzunu mənimsəməsinə, dediklərinin mənasını dərk etdiyinə dəlalət etmir. Deməli, kommunikasiyada informasiya dərk edilməyə də bilər.

İşgüzar kommunikasiyada isə effektivlik, ilk növbədə, tərəf müqabillərin birbirini necə anlamasıdır. *Anlamaq* həm ünsiyyətə, həm də tərəflərə aid edilir, danışıqda informasiyanı qəbul etmək olar, anlamağın bir səviyyəsi də insanın həm özünü anlamağı, həm də hansısa bir məsələdə mövqeyini anlatmağı, informasiya ünvanlanmış adamların bunu başa düşə bilməsidir. Anlamağın nəticəsi son instansiyada gerçəkləşir, eyni xəbəri müxtəlif səviyyədə başa düşmək olar və bundan asılı olaraq, cavab da fərqli olacaq. Anlaşıqlıq olmdığı halda işgüzar kommunikasiya baş tutmaya bilər, tərəf müqabilləri arasında ya fikir ümumiliyi baş verəcək, ya da verməyəcək. Demək, anlamaq kommunikasiya üçün *fakültətiv* (təxmini), işgüzar kommunikasiya üçün isə *mütləq* əhəmiyyət daşıyır.

Aydın olur ki, işgüzar kommunikasiya və kommunikasiya anlayışları arasındakı fərq bu prosesdəki nomenklatur atributlardır; hərəsinin nitq prosesində öz üstünlüyü vardır. Formal mövqeləri iştirakçıların və danışanların sayına görə fərqlənməsidir: işgüzar kommunikasiyada monoloq, işgüzar ünsiyyətdə isə dialoq. Ancaq bu onların arasındakı kəskin fərq deyil.

İşgüzar kommunikasiyanın təbiətinin əsası onun dialoq formasında olmasıdır, bu mövqedən yanaşdıqda monoloq təkcə nitq forması kimi mövcud olmur, nitqi təmin edən tərəf müqabillərinin növbəliyi olmadan təşəkkül tapır, bu da tərəf müqabilsiz daxili dialoqun replikasından asılıdır (hətta cavab forması susmaq olsa belə). İşgüzar kommunikasiyanın başlıca vəzifəsi informasiyanı ötürmək və ya qəbul etməkdir, fərqli olaraq, kommunikasiya hər zaman cavab reaksiyası ilə müşayiət olunmur, əks halda, bu informasiyaya ünvanlanan suala, ya da yeni

informasiya sorğusuna verilən cavabı ifadə edir, bu zaman informasiya mübadiləsi də dialoq kimi qarşılıqlı şəkildə, növbəlilik prinsipi ilə davam edir ki, bu da monoloqa yox, dialoqa xas xüsusiyyətdir. Müvafiq qaydada, kommunikasiya öz təbiətinə görə, ünsiyyətdən fərqli olaraq, monoloqludur.

Mətn qurmaq və onu dərk etmək qabiliyyəti danışıq tərzinin, münasibətlərin düzgün qurulmasını təmin edir və bütün bunlar insanların peşəkar fəaliyyətində ən vacib məsələlərdəndir. Bu bacarıqların inkişafı nitq mədəniyyətinin səviyyəsinin formalaşdırmaqdan başlayır və işgüzar kommunikasiyanın inkişafını təmin edir.

Nitq ünsiyyət vahididir, spesifik xüsusiyyətləri, bu prosesdəki rolu etik, estetik və kommunikativ normalardır. İşgüzar kommunikasiya zamanı səsin və intonasiyanın əhəmiyyətinə diqqət yetirmək, normalara əməl etmək vacibdir; bu atributlarla nitq mədəniyyətinin məzmunu, mahiyyəti açıqlanır, müxtəlif səviyyələrdə əhəmiyyəti və təsirliyi önə çəkilir.

### Yoxlama sualları:

- 1. Ünsiyyət nədir, səviyyələri hansılardır?
- 2. Kommunikasiya anlayışı, kommunikasiyanın formaları
- 3. İşgüzar kommunikasiya nədir?
- 4. İşgüzar kommunikasiyanın səciyyəvi xüsusiyyətləri, formaları