**Ünsiyyət, kommunikasiya və işgüzar kommunikasiya**

Ünsiyyət 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 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. Ünsiyyətin formulu belədir: ***insanlar ünsiyyətlə bir-birilərini tanıyırlar!***

Ü*nsiyyət* sosial xarakter daşıyır, insanların qarşılıqlı əlaqəsinin ayrılmaz hissəsi, birgə fəaliyyətin tələblərindən yaranan əlaqələrin qurulmasıdır. 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. Ünsiyyətdə səmimiyyətə yüksək dəyər verilir – fikir qarşılığı rəqabət yox, sağlam düşüncəyə, inandırmaya, o da öz növbəsində ümumi nəticələr çıxarmağa əsaslanır. 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). 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*** 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. ***İşgüzar kommunikasiya*** *–* işgüzar münasibətlərin qarşılıqlı təzahürüdür*.* İşgüzar kommunikasiyakütləvi, 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.

İşgüzar kommunikasiya birgə fəaliyyətdə məqsədə çatmaq üçün iştirakçıların intellektual informasiya mübadiləsi, qarşılıqlı əlaqədə münasibətlərin formalaşmasıdır. Kommunikasiya ilə işgüzar kommunikasiya arasında fərqlər aşağıdakılardır:

**1. *Kommunikasiya*** informasiya prosesidir, o təkcə insanlarla yox, texniki vasitələr, hətta süni dillərlə də həyata keçirilə bilər, işgüzar kommunikasiya isə insanlar arasında olur, həm praktik, həm də mənəvi informasiya xarakteri daşıyır;

**2. *Kommunikasiya*** subyektin bu və ya digər obyektlə əlaqəsidir, bu zaman təkcə insan yox, hər hansı canlı (heyvan) və ya maşın (texniki vəsait) obyekt rolunda eynilə insan kimi çıxış edə bilər. İşgüzar kommunikasiya isə yalnız fərdi subyektlər – insanlar arasında baş verir;

**3. *Kommunikasiya*** informasiya ötürmə prosesidir, bu funksiyada o, birtərəflidir – monoloqludur, işgüzar kommunikasiya qarşılıqlı əlaqə, münasibətlər prosesidir, iki tərəflidir – dialoqludur.

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. 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 bir-birini 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 olmadığı halda işgüzar kommunikasiya baş tutmaya bilər, tərəf müqabilləri arasında ya fikir ümumiliyi baş verəcək, ya da verməyəcək. Demək, anlamaq kommunikasiya üçün ***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.