



# AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNIVERSİTETİ UNEC

- ***KAFEDRA: AZƏRBAYCAN DİLİ***
- ***FƏNN: Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya***
- ***MÖVZU: İşgüzar kommunikasiyanın formaları: işgüzar söhbət, danışıqlar, mətbuat konfransları, müşavirələr, diskussiyalar, telefon söhbətlərinin aparılma qaydaları.***

**2020-2021**



# Plan

1. *İşgüzar kommunikasiyanın formaları*
2. *İşgüzar söhbət- söhbətin başlanğıcı: əlaqə yaratma, problemin irəli sürülməsi və informasiyanın ötürülməsi, əsaslandırma, həmsöhbətin fikirlərinin təkzib edilməsi*
3. *İşgüzar danışıqlar*
4. *İşgüzar iclas və müşavirələr*
5. *Mətbuat konfransları*
6. *İşgüzar diskussiya*

# *Ədəbiyyat*

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. Z. Qafarlı. “Nitqin kommunikativ registrlərinin tədqiqi”. Bakı, 2017.
4. T.Əbdülhəsənli, S.Zülfüqarlı, A.Rzai. “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti”. Bakı, 2014.
5. F.Şiriyev. “Azərbaycan dilinin nitq mədəniyyəti və ritorika”. Bakı, 2014.
6. E. Musayev. “Kargüzarlığın təşkili”. Bakı, 2008.
7. T.Ə.Əbdülhəsənli, A.Hüseynova “ İşgüzar yazışmalar” (dərslik). Bakı,2014
8. T.Ə.Əbdülhəsənli, A.Hüseynova “ İşgüzar yazışmalar ” (dərslik). Bakı,2015



# *Rus dilinda 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



# ***İşgüzar kommunikasiyanın formaları***

İşgüzar kommunikasiyanın müxtəlif növləri olduğu kimi, formaları da müxtəlif və rəngarəngdir.

İşgüzar ünsiyyətdə dialoq qarşılıqlı işgüzar əlaqələrin ən geniş yayılmış üsullarından biridir. Şifahi işgüzar ünsiyyətin dialoji növlərinə aid edilir :

**İşgüzar söhbət**

**İşgüzar danışıqlar**

**İşgüzar iclas və  
müşavirələr**

**Mətbuat konfransı**

**Diskussiya**

- **İşgüzar söhbət** — bir şəxsin və ya şəxslər qrupunun başqa bir şəxsə və ya şəxslər qrupuna söz vasitəsilə təsir etməklə mövcüd vəziyyəti dəyişmək və ya söhbət iştirakçıları arasında yeni münasibətlər yaratmaq çabasıdır.

- Müasir anlamda işgüzar söhbətlər elə tərəfdaşlar arasında şifahi əlaqəni nəzərdə tutur ki, onlar həmin söhbətləri aparmaq və konkret məsələləri həll etmək üçün öz təşkilatlarının verdiyi zəruri səlahiyyətlərə malik olurlar.



İşgüzar söhbət müəyyən məsələlər və ya problemlər üzrə informasiya ötürülməsi və ya fikir mübadiləsidir. İşgüzar söhbətlərin yekununda qərarların qəbul edilməsi, sazişlərin imzalanması heç də

# *İşgüzar söhbətin əsas funksiyaları bunlardır:*





- *İşgüzar ünsiyyət prosesində işgüzar söhbətin növü*
- *Uz-üzə görüş zamanı söhbət*
- *Telefon danışmaları*



# İşgüzar söhbətin ümumi strukturu :

**İşgüzar söhbətə hazırlıq.  
Görüşün yerinin və  
vaxtının  
müəyyənləşdirilməsi.**

**Söhbətin başlanğıcı:  
əlaqə yaratma.**

**Problemin irəli  
sürülməsi və  
informasiyanın  
ötürülməsi.**

**Əsaslandırma.**

**Tərəfdaşın  
arqumentlərinin təkzib  
edilməsi.**

**Alternativlərin təhlili,  
iştirakçılar arasındakı  
qarşıdurmanın optimal  
və ya güzəştli həlli  
variantının axtarışı.**

**Qərar qəbul edilməsi.**

**Razılıqların əldə  
edilməsi.**

**Söhbətin  
yekunlaşdırılması .**

**Söhbətin nəticələrinin  
və ünsiyyət taktikasının  
təhlili.**

## *İşgüzar söhbətə hazırlıq:*



- İşgüzar söhbətə hazırlığın özü bir psixoloji üstünlük yaradır. Hazırlıq prosesində mübahisəli və həssas məsələlərin, başqa sözlə konfliktlərin, ticarətlə bağlı danışıqların, iqtisadi və siyasi razılaşmalar və sazişlərlə əlaqədar problemlərin həllinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Söhbətin əsas məqsəd və vəzifələrini müəyyənləşdirmək, bu vəzifələr əsasında söhbətin planını tərtib etmək və onların müvafiq həlli yollarını tapmaq vacibdir.

***İşgüzar söhbətin yerinin və vaxtının müəyyənləşdirilməsi tərəfdaşa münasibətdən və tutulan mövqedən asılı olaraq müxtəlif səviyyələrdə həyata keçirilə bilər.***

**Yuxarı  
səviyyə**

“Yuxarıdan” yanaşma mövqeyi təxminən belə görünür:  
“Mən sizi filan vaxt öz kabinetimdə gözləyirəm”.

**Aşağı  
səviyyə**

“Aşağıdan” yanaşma mövqeyi isə xahiş kimi səslənir:  
“Mən sizinlə danışmaq istərdim, nə zaman və haraya gəlim?”.

**Bərabər  
səviyyə**

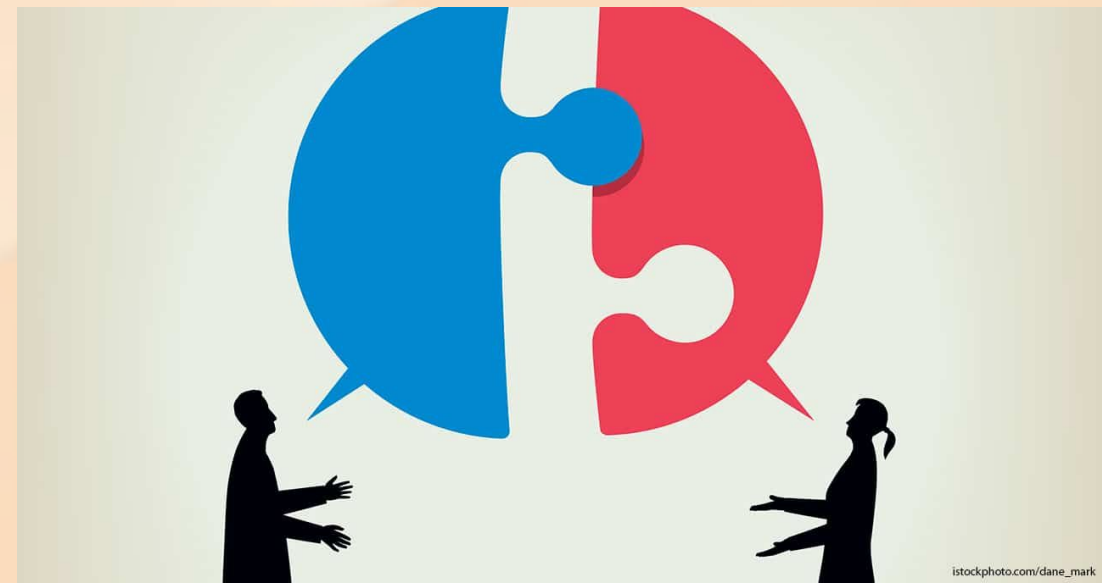
“Bərabər səviyyəli” yanaşma mövqeyi isə təxminən belədir:  
“Biz filan məsələ barədə danışmalıyıq”.

# *Söhbətin başlanğıcı: əlaqə yaratma*

Söhbətin əvvəlində istənilən halda tərəfdaşla təmas yaratmaq lazımdır. Burada çox şey ilk ifadələrdən asılıdır. Məhz həmin ilk ifadələr tərəfdaşın sizinlə danışib-danışmayacağını həll edə bilər.

Gərək lap əvvəldən söhbət üçün əlverişli şərait yaradasan, tərəfdaşın diqqətini söhbətin mövzusuna cəlb edə biləsən.

Həmsöhbət həmişə nə isə yeni, maraqlı, mühüm bir şey eşitmək ümidilə ilk ifadələrə, frazalara diqqətlə qulaq asır. Əgər ilk frazalar o qədər də əhəmiyyət kəsb etmirsə, xüsusən də həmsöhbətlərin sosial vəziyyəti və təhsili arasında hiss olunacaq dərəcədə fərq özünü göstərsə, söhbət başlanmadan belə bitə bilər.



# ***Problemin irəli sürülməsi və informasiyanın ötürülməsi***



- Əgər söhbətdə bir neçə təklifə razılıq almaq tələb olunursa, ən asan təklifdən başlamaq lazımdır. Söhbətə müzakirə məsələsi ilə başlamaq lazım deyil. Fikirlərinizi qısa və aydın şəkildə izah etmək gərəkdir. Bütün mülahizələrinizi elə əsaslandırmalısınız ki, qarşı tərəf sizinlə razılaşsın. Birmənalı olmayan söz və ifadələrdən çəkinmək lazımdır, yoxsa onlar səhv anlaşıla bilər.

# ***Əsaslandırma***

Əsaslandırmanı daha müvəffəqiyyətli edən bir sıra qaydalar mövcuddur.

Əsaslandırma zamanı istifadə edilən arqumentləri :

***Güclü***

***Zəif***

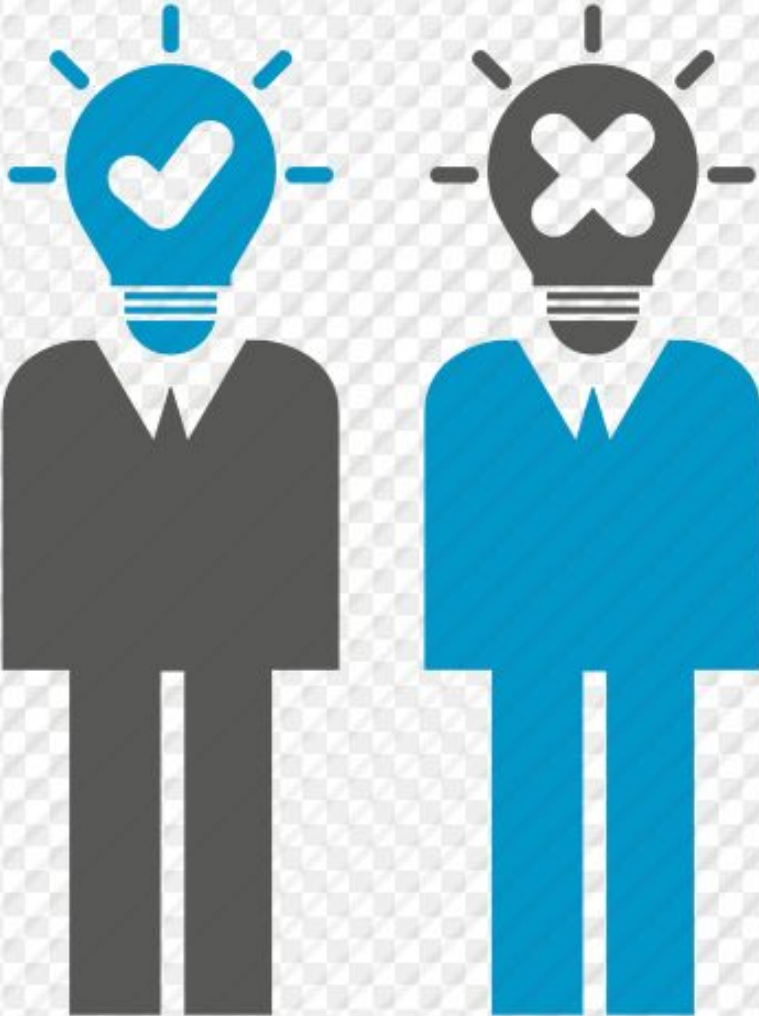
***Əsassız***

**Güclü arqumentləri təkzib etmək, gözdən salmaq, etinasız yanaşmaq mümkün deyil.** Güclü arqumentlərə bunlar aid edilir: dəqiq müəyyənləşdirilmiş və təsdiqlənmiş faktlar və fikirlər; real həyatda istifadə edilən qanunlar, nizamnamələr, rəhbər sənədlər; tanınmış ekspertlərin gəldiyi nəticələr; tanınmış mənbələrdən gətirilmiş sitatlar; yoxlanılmış statistik informasiyalar və s.

Opponentlərin şübhə ilə yanaşdığı arqumentlər **zəif arqumentlər** hesab edilir. Bunlara az tanınan müəlliflərin fikirlərinə istinad; şəxsi xarakterli mülahizələr; ehtimallar, hisslər əsasında formalaşdırılmış fikirlər, ümumiləşdirmələr; natamam və yoxlanılmamış statistik məlumatlardan çıxarılan nəticələr və s. daxildir.

**Əsassız arqumentlər** onlardan istifadə edən qarşı tərəfi ifşa etməyə, gözdən salmağa imkan verir. Bunlara saxta faktlara söykənən fikirlər; şübhəli, yoxlanılmamış mənbələrə istinad etmə; qanuni qüvvəsini itirmiş qərarlar; saxta sənədlərdən çıxarılan nəticələr; yalan bəyanatlar, saxta dəlillər və s. aiddir.

# Həmsöhbətin fikirlərinin təkzib edilməsi



Qarşı tərəfin səhvlərini və fikirlərindəki qeyri-dəqiqlikləri göstərərəkən sözləri ehtiyatla seçmək lazımdır. İstənilən adam səhvə yol verə bilər. **“Bu, tamamilə səhvdir” və ya “Siz səhv edirsiniz”** tipli kəskin replikalar həmsöhbətin şəxsi ləyaqət hissinə toxunur və səmərəli əlaqələri məhv edir.

Siz haqlı olduğunuza əmin olsanız belə, qarşı tərəfə ondan daha ağıllı olmanızı açıq şəkildə nümayiş etdirmək lazım deyil. Həmsöhbətə onu incidəcək sözlər demək olmaz. Bu, qarşı tərəfdə yalnız cavab aqressiyası yaradacaq, amma işin gedişinə heç bir kömək etməyəcək.



İşgüzar söhbətin uğurlu olmasına yardım edən bir çox faktorlar vardır. Həmin faktorlara bunları aid etmək olar:



# ***İşgüzar söhbət prosesində bunları etmək olmaz:***

**Həmsöhbətin  
sözünü kəsmək;**

***Həmsöhbətin  
fikirlərinə  
neqativ  
münasibət  
sərgiləmək;***

**Həmsöhbətin  
həyəcanlanm  
asına  
əhəmiyyət  
vermədən  
məsələnin  
müzakirəsinə**

**Özü ilə  
həmsöhbəti  
arasındakı fərqi  
vurğulamaq;**

***Həmsöhbətin  
şəxsi zonasına  
müdaxilə  
etmək;***

**Söhbətin  
tempini qəsdən  
sürətləndirmək  
;**

***Sözbət zamanı  
tərəfdaşın psixi  
vəziyyətini  
anlamaq  
istəməmək.***

# *Telefonla iřgüzar danıřıq*



**Telefonla iřgüzar danıřıq** — xüsusi bilik və vərdislərə yiyələnməyi tələb edən ən sürətli iřgüzar əlaqədir.

Hesablamalara görə, hər telefon danıřığı təxminən 3-5 dəqiqə davam edir. Rəhbər vəzifəli řəxs gün ərzində orta hesabla 2 saatdan 4,5 saata qədər vaxtını telefon danıřıqlarına sərf edir.

3 dəqiqəlik telefon danışığının vaxt bölgüsü təxminən belədir:

Tərəfdaşı işlərin gedişatı Vəziyyətin,

Qarşılıqlı təqdim  
— 20-25 saniyə

barədə  
məlumatlandırmaq

problemin  
müzakirəsi

Yekun xülasə  
— 20-25 saniyə

- **Telefonla işgüzar söhbətə hazırlıq o deməkdir ki, siz aşağıdakıları bacarmalı və yerinə yetirməlisiniz:**
  - **Danışığın məqsədini və onun aparılma taktikasını dəqiq müəyyənləşdirmək;**
  - **Danışığın planını tərtib etmək;**
  - **Sualları və onların təqdim olunmasını dəqiqliklə düşünüb müəyyənləşdirmək;**
  - **İşə aidiyyəti olan zəruri sənədləri, həmçinin təqvim və qeyd kitabçasını hazırlamaq.**

# ***İşgüzar danışıqlar***

**İşgüzar danışıqlar** işgüzar kommunikasiyanın elə bir spesifik formasıdır ki, özünəməxsus qaydalar və qanunauyğunluqlar əsasında həyata keçirilir. İşgüzar danışıqlar daha rəsmi və konkret xarakterə malik olur və adətən, tərəflərin qarşılıqlı öhdəliklərini müəyyənləşdirən müqavilə, saziş və s. sənədlərin imzalanmasını nəzərdə tutur.

□ **İşgüzar danışıqların məqsədi :**

***Əlaqələrin  
yaradılması***

***Qərarların  
qəbul edilməsi***

***Müxtəlif  
müqavilələrin  
bağlanması***

***Müştərək  
fəaliyyətlərin,  
əməkdaşlığın  
koordinasiyası***

***Tədbirlər  
keçirilməsinin  
razılaşdırılması  
və s.***

- ***İstənilən danışıqlar, adətən, üç əsas mərhələdən keçir:***
  - ***Danışıqlara hazırlıq;***
    - ***Təşkilati məsələlərin həlli***
  - ***Danışıqların əsas məzmununun hazırlanması***
- ***Danışıqların keçirilməsi;***
- ***Danışıqların nəticələrinin təhlili.***

# ***İşgüzar iclas və müşavirələr***

- Fərdi işgüzar ünsiyyətlə yanaşı, işgüzar məsələlərin qrup şəklində müzakirəsinin də müxtəlif formaları mövcuddur. Bunların içərisində iclas və müşavirələr ən geniş yayılmış formalardır. Menecment nəzəriyyəsi iclas və müşavirələri təyinatına görə daha sadə və ümumiləşdirilmiş şəkildə təsnif etməyi təklif edir:

**İnformativ  
müşavirə.**

**Qərarlar qəbul  
edilməsi məqsədilə  
keçirilən  
müşavirələr.**

**Yaradıcı  
müşavirə.**



İclasın, müşavirənin düzgün tərtib olunmuş gündəliyi onun təşkil olunmasının əsas elementlərindən biri sayılır. Gündəlik, bir qayda olaraq, qabaqcadan iştirakçılara göndərilən və özündə bir sıra məlumatı əks etdirən yazılı sənəddir.

Həmin məlumata bunlar aid edilir:

***İclasın mövzusu;***

***İclasın məqsədi;***

***Müzakirə ediləcək məsələlərin siyahısı;***

***İclasın başlanma və bitmə vaxtı;***

***Onun keçirilmə yeri;***

***Əsas informasiya üzrə çıxış edən məruzəçilərin, irəli sürülən məsələlərin hazırlanmasına məsul olan şəxslərin soyadı və vəzifəsi;***

***Hər məsələyə ayrılan vaxt;***

***Hər bir məsələyə aid materiallarla tanış olmaq üçün ayrılan yer.***

# Mətbuat konfransları

Müasir dövrün işgüzar mühitində qrup şəklində əməkdaşlığın geniş yayılmış formalarında biri mətbuat konfransıdır.

**Mətbuat konfransı** rəsmi şəxslərin aktual məsələlərlə bağlı ictimaiyyəti məlumatlandırmaq məqsədilə mətbuat, televiziya və radio işçiləri ilə təşkil olunan görüşüdür. Bu, mətbuata informasiya təqdim etməyin elə effektiv və hamı tərəfindən qəbul edilmiş vasitəsidir ki, firmanın, təşkilatın, şəxsiyyətin ictimailəşməsinə və ictimai münasibətlərin zəruri səviyyəsinin qorunub-saxlanmasına xidmət edir. Adətən, hökumət orqanları, təşkilatlar, “mühüm” şəxslər, eləcə də bu və ya digər hadisələrin peşəkar şərhində maraqlı olan jurnalistlərin özləri mətbuat konfransının təşəbbüskarı kimi çıxış edirlər.



**Mətbuat konfransını xüsusi yerlərdə:** görüşlər, iclaslar və müşavirələr üçün nəzərdə tutulmuş otaqlarda təşkil etmək tövsiyə olunur. Çıxış edənlər üçün onların adı, soyadı yazılmış və aydın oxunan vizit kartları hazırlanmalıdır. Mütəxəssislər mətbuat konfransını **60 dəqiqədən çox olmayan** bir müddət ərzində keçirməyi tövsiyə edirlər.

Mətbuat konfransının strukturu, quruluşu təxminən belədir:

*Giriş hissə  
(davamı 3-4  
dəqiqə);*

*Salamlama;*

*Tədbirin  
keçirilməsi  
səbəbinin izahı;*

*Görüşün  
proqramı;*

*Çıxış edənlərin  
təqdim olunması;*

*Mətbuat  
təqdim edilən  
materiallar  
haqqında  
informasiya;*

***Məruzəçi, adətən, mətbuat konfransı keçirilməsinin səbəbləri açıqlanmış bəyanatın qısa mətnini oxuyur.***

**1**

***Jurnalistləri məruzəçiyə sual verməyə dəvət edirlər.***

**2**

***İstənilən mətbuat konfransının təşkili və keçirilməsi zamanı aşağıdakı qaydalara riayət etmək zəruridir:***

**4**

***Suallar növbə ilə verilir.***

**3**

***Peşəkar standartlara uyğun olaraq, müxbirlər elan edilmiş mövzudan kənara çıxmamalıdırlar.***

# ***Mətbuat konfransının aparıcısı bunları bacarmalıdır:***

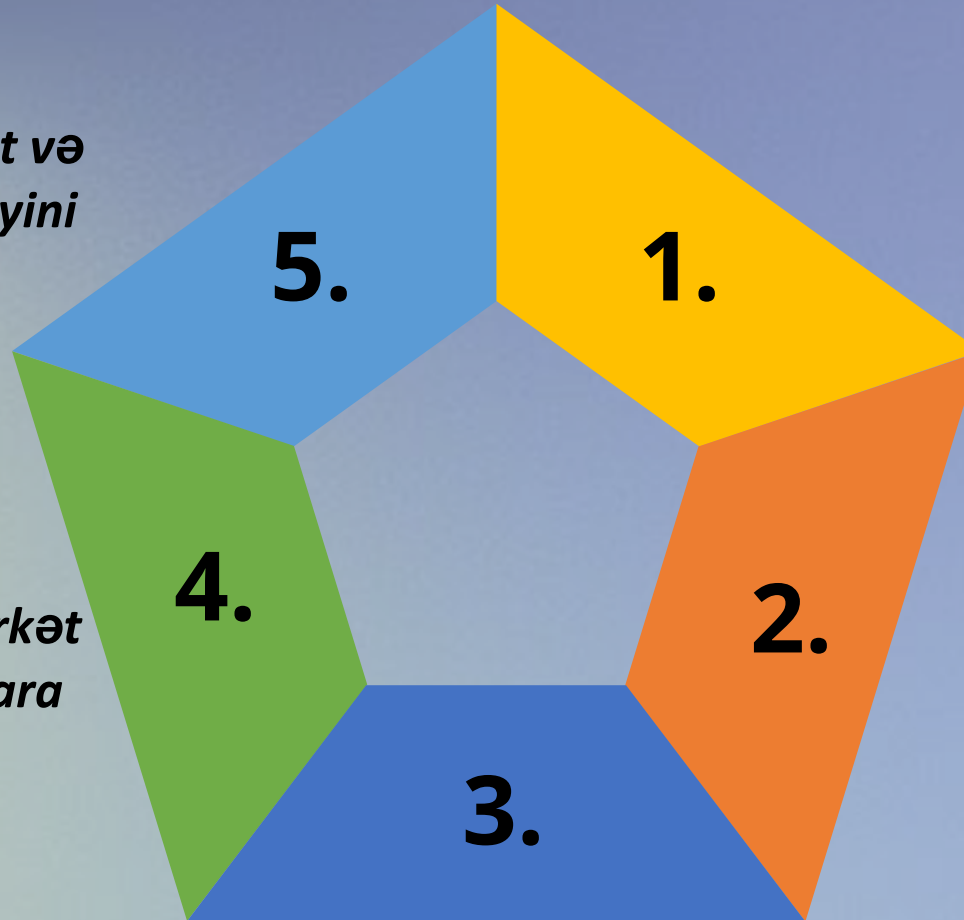
***Qonaqlardan kiməsə müsbət və ya mənfi münasibət bəslədiyini bürüzə verməməyi və s.***

***Mətbuatda işıqlandırılması şirkət üçün arzu olunmayan mövzulara toxunmağa mane olmağı;***

***Mübahisələrə rəvac verməməyi, eləcə də sualları eynitipli "bəli" və "xeyr" sözləri ilə cavablandırmaqdan qaçmağı;***

***Şişırtmələrə yol verməməyi, hər şeyi öz adı ilə çağırmağı;***

***Rəqiblərinə,siyası opponentlərinə, bədxahlarına hörmət sərgiləməyi;***



# ***İşgüzar diskussiya***

**İşgüzar diskussiya** — ünsiyyətdə iştirak edənlərdən bəzilərinin və ya hamısının müəyyən məsələ üzrə fikir mübadiləsidir. Bir çox işgüzar iclaslar və müşavirələr diskussiya formasında keçirilir. Kütləvi diskussiyalarda, sədr istisna olmaqla, bütün iştirakçılar bərabər mövqeyə sahib olurlar. Burada hazırlanmış mövzular üzrə çıxış edən məruzəçilər olmur, eyni zamanda iştirakçılar da yalnız dinləyici qismində çıxış etmirlər.



Qrup şəkilli diskussiyada opponent qismində, aparıcı istisna olmaqla, 3-dən 8-10-a qədər adam iştirak edə bilər. Qrup şəkilli diskussiya iştirakçılarının sayı vaxtdan, problemin mürəkkəbliyi və aktuallığından, səlahiyyətli mütəxəssislərin mövcudluğundan asılı olaraq dəyişə bilər. Diskussiyada iştirak etməyə dəvət olunan mütəxəssislər yarım dairə şəklində üzü auditoriyaya, aparıcı isə ortada oturur. Diskussiya mühitinin bu cür təşkili hər bir iştirakçıya bir-birini daha yaxşı görmək və eşitmək imkanı verir.



Diskussiya iştirakçılarının yüksək səviyədə hazırlıqlı olması, statistik məlumatlardan, zəruri materiallardan bəhrələnmələri vacib şərtidir. Onların danışmaq tərzi, nitq ünsiyyəti mədəniyyətinin nümayişi çox böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Çıxış edənlər diskussiyanı müşahidə edən auditoriyanı daim diqqət mərkəzində saxlamalı, onunla nəinki qeyri-verbal, həm də verbal əlaqə yaratmalıdırlar. Diskussiyanın aparıcısı isə onun gedişatını, bütün prosedurları idarə edir, mövzunu və çıxış edənləri təqdim edir, rəqlamentə nəzarət edir, fikir mübadiləsini tənzimləyir, sonda yekun sözü söyləyərək diskussiyanı başa çatdırır.