SOCAR

ÜNSİYYƏT



2-ci nəşr

Ünsiyyət tərzinizi daha yaxşı anlamağa və təkmilləşdirməyə kömək edəcək məsləhət və üsullar

Şon Misteyl

"Çoxdilli və çoxmədəniyyətli mühitdə işləyən biri olaraq, hər gün effektiv ünsiyyət qurmağa çalışarkən çətinliklərlə üzləşirəm. Bu kitab aydın və yığcam yazılıb – ünsiyyətdə də məhz bu keyfiyyətlərə nail olmağa çalışırıq. Burada öyrəndiklərimi həmkarlarımla münasibətlərimə mütləq tətbiq etməyə çalışacağam".

Emer Dali,
Avropa Komissiyasının baş inzibatçısı

"Bu kitab hər zaman məşğul və gərgin işləyən rəhbər şəxslərə ünsiyyətin vacibliyini və əsaslarını xatırladan olduqca faydalı bir vəsaitdir".

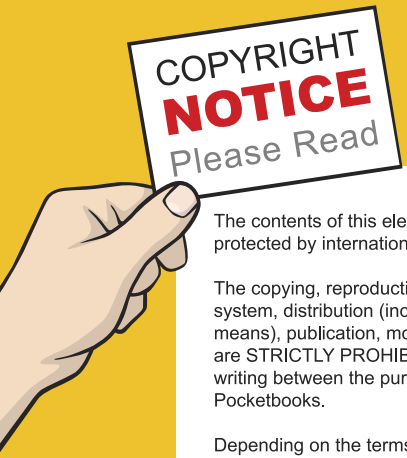
Syuzan Li Doyl,
"LeighDoyle & Associates" şirkətində təlim və araşdırma üzrə məsləhətçi

"Praktiki məsləhətlərlə zəngin mükəmməl bir kitabdır. Bu kitabdan hər kəs nəsə öyrənəcək, əksər insanlar isə kifayət qədər məlumat əldə edəcəklər. Onu, sadəcə, masaüstü bir bəzək əşyasına çevirən bəziləri isə çox şey itirdiklərini anlayacaqlar".

Maykl C. Gibni,
"Nutriscan Ltd" şirkətinin direktoru

ÜNSİYYƏT

First published as the Communicator's Pocketbook by Sean Misteil. (c) Sean Misteil, 2010.
Azerbaijani translation published by arrangement with Management Pocketbooks Ltd.



The contents of this electronic book (text and graphics) are protected by international copyright law. All rights reserved.

The copying, reproduction, duplication, storage in a retrieval system, distribution (including by email, fax or other electronic means), publication, modification or transmission of the book are STRICTLY PROHIBITED unless otherwise agreed in writing between the purchaser/licensee and Management Pocketbooks.

Depending on the terms of your purchase/licence, you may be entitled to print parts of this electronic book for your personal use only. Multiple printing/photocopying is STRICTLY PROHIBITED unless otherwise agreed in writing between the purchaser and Management Pocketbooks.

If you are in any doubt about the permitted use of this electronic book, or believe that it has come into your possession by means that contravene this copyright notice, please contact us.

SOCAR

MANAGEMENT POCKETBOOKS

Wild's Yard, The Dean,
Alresford, Hampshire
SO24 9BQ UK

Tel: +44 (0)1962 735573
Fax: +44 (0)1962 733637
sales@pocketbook.co.uk
www.pocketbook.co.uk

Azerbaijani translation published by arrangement with Management Pocketbooks Ltd.

MÜNDƏRİCAT



ÜNSİYYƏT: ƏSAS ÇƏTİNLİK NƏDƏN İBARƏTDİR 5
Çətinliyin qəbul edilməsi; uğursuzluğun səbəbləri; balansın düzgün qurulması



İRƏLİ SÜRDÜYÜMÜZ FƏRZİYYƏLƏR 13
Özünüzün və başqa fərziyyələrin təsirinin başa düşülməsi; çıxarılacaq dərslər



ÜNSİYYƏTİN DİNAMİKASI 21
Sadəlik və mürəkkəblik; məlumat qəbul edilməsi; düzgün vurğulama; formallıq; yumor; emosiya; nəzarəti əldən buraxmamaq



İDARƏÇİ MƏLUMATVERƏN ROLUNDA 33
Kanal, yoxsa körfəz; məlumatı təmin, yoxsa təhrif edən; başqalarının ünsiyyətə cəlb edilməsi



EFFEKTİVLİYİN QARŞISINDAKI MANEƏLƏR 41
Effektiv ünsiyyət nədir; şəxsi, müəssisədaxili və proseslə bağlı maneələr; şayiə; maneələrin aşılması



ÜNSİYYƏT KANALLARININ İDARƏ EDİLMƏSİ 71
Söylənən söz; yazılan söz; uğurlu ünsiyyət üçün məsləhətlər; vizual və qeyri-verbal ünsiyyət; texnologiya və multimedia



MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ 87
Şüurlu məlumatverənlər və yaxşı məlumatı verənlər; fərd və qruplarla ünsiyyət



YOXLAMA SİYAHILARI 97
Fərd, qrup və müəssisələr üçün ünsiyyət bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi üzrə praktiki təkliflər

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



ÜNSİYYƏT: ƏSAS ÇƏTİNLİK NƏDƏN İBARƏTDİR?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



ÜNSİYYƏT NƏDİR?

İş mühiti əsl ünsiyyətin mahiyyəti ilə bağlı öz qanunlarını yaradır.

Ünsiyyət haqqındakı nəzəriyyələrin bəzilərində əsas diqqət bir şəxsin (məlumatverənin) məlumatı müəyyən bir şəxsə (məlumatalana) göndərmək üçün istifadə etdiyi prosesə yönəlir. Məlumatın hədəf şəxsə çatdırılmasını ehtiva edən bu prosesdəki addımlara məlumatalanın ünsiyyətə cavab verməsini təhrik edən siqnal və stimullardan istifadə də daxildir.

Sözügedən nəzəriyyələr məlumatverənlərə ideya və məlumat mübadiləsində, həmçinin bu mübadilə və ünsiyyətin meydana gətirdiyi işləri və ya reaksiyaları daha yaxşı idarə etməkdə kömək edə bilər.

İnsanlarla əlaqəli olan bütün nəzəriyyələr hər kəsə yalnız öz təcrübəsi əsasında istiqamət verə bilər. Hamı bu nəzəriyyələrdən eyni səviyyədə bəhrələnmir.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏT: ƏSAS ÇƏTİNLİK NƏDƏN İBARƏTDİR?

MÜNASİBƏTLƏR



Ünsiyyət – məlumatverən və məlumatalan(lar) (məlumatı qəbul edən auditoriya və ya fərd) arasındakı **münasibət** əsasında yaranır. Məlumatı alan auditoriyanın cavabı və ya reaksiyası məlumatverənin məlumatı nə dərəcədə uğurla ötürdüyünü əks etdirir.

Ünsiyyət modelləri, yaxud "qaydaları" əksər hallarda aşağıdakıların izahını asanlaşdırır:

- ümumilikdə, ünsiyyətə **ehtiyac** nədən yaranır;
- insanların onlara ünsiyyətdə yardım edəcək **bacarıqları** hansılardır;
- insanların istifadə edə bildikləri mövcud alət, metod və ya **vasitələr** hansılardır;
- insanlar öz bacarıqlarından və mövcud vasitələrdən istifadə edərək **necə** ünsiyyət qururlar?

Ünsiyyət dividendə – effektiv planlaşdırma, investisiya, ağır zəhmət, müvəffəqiyyət və bir az da bəxt nəticəsində qazanılan və bölünən mənfəətə bənzəyir! Təbii ki, fərziyyələrin irəli sürülməsi də bu siyahıya daxildir.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏT: ƏSAS ÇƏTİNLİK NƏDƏN İBARƏTDİR?

ÇƏTİNLİK



Bir məlumatverən olaraq, hər bir idarəçinin qarşılaşdığı çətinlik eynidir; səy göstərməsəniz, uğur qazana bilməzsiniz. Səy göstərməli, sonra yenə səy göstərməlisiniz – bir sözlə, nə qədər lazımdırsa, o qədər səy göstərməlisiniz.

Ünsiyyət:

- müəssisəni birlikdə və bütöv saxlayan hörgü, eyni zamanda isə dayanmadan sökülən ipdir;
- təşkilati effektivliyə ən böyük təsir göstərən amildir;
- əksər hallarda göstəriləndən daha artıq səy və həssaslıq, yaxud xüsusi diqqət tələb edir;
- fərziyyələrə əsaslanır və fərziyyələr əsasında da əhəmiyyəti gözardı edilir (nə qədər səylə çalışmağınızdan asılı olmayaraq!);
- mükəmməl və qüsursuz şəklə salınması qeyri-mümkündür.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏT: ƏSAS ÇƏTİNLİK NƏDƏN İBARƏTDİR?

ACI HƏQİQƏTLƏR

İş yerinizdə ünsiyyətlə bağlı, həqiqətən də, nəyəsə nail olmaq istəyirsinizsə, qarşılaşacağınız ilk çətinliklərdən biri də aşağıdakı **acı həqiqətləri** qəbul etmək olacaq:

- əksəriyyətimiz məlumatı çatdırmağı və ya dinləməyi heç də yaxşı bacarmırıq;
- məlumatımızı başqalarına çatdırmaq üçün cidd-cəhd göstərənlərimizin sayı çox azdır;
- əksəriyyətimiz məlumatlandırma zamanı müxtəlif ünsiyyət vasitələrinin üstünlükərindən çox az faydalanırıq;
- sürətli kütləvi ünsiyyət dövründə hələ də dəyərli olan yazı bacarıqlarımızı təkmilləşdirə bilərik.

Həqiqət bundan ibarətdir ki, aşağı səviyyəli ünsiyyətin mənfi nəticələri çoxşaxəli olur; buna baxmayaraq, nə dərəcədə xərc və israfa yol verdiyimizi bilə-bilə fəaliyyət sahəmizdə ünsiyyətin aşağı standartlarını qəbul edir və bu vəziyyətə təmkinlə yanaşırıq.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



UĞURSUZLUĞUN SƏBƏBLƏRİ

Diqqətimi çəkməkmi istəyirsiniz? Bunun üçün çox səy göstərməli, diqqətimi qorumaq üçün isə ondan da daha çox səy göstərməli ola bilərsiniz!

- Başqa yerlərdə olduğu kimi, iş yerində də diqqətimizi digərlərinin dediyinə cəmləşdirmək bacarığımızı məhdudlaşdıran bir çox diqqətyayındırıcı amillər mövcuddur.
- Belə uğursuzluqlara görə biz, adətən, müasir həyat tərzlərini və rəqabətdən irəli gələn təzyiqləri qınayırıq.
- Əksəriyyətimiz ünsiyyət qurmağı, yəni məlumatları ötürməyi və almağı yaxşı bacardığımızı düşünürük; başqalarının qüsurlarını özümüzünkülərdən daha tez müəyyən edirik.
- Ünsiyyət qurmağı yaxşı bacarırsınızsa, bəlkə də, hələ yolun başındasınız; ünsiyyət bacarıqlarınızı təkmilləşdirdikcə gözləntilər daha da böyüyəcək.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

DÜZGÜN BALANS

- Əksər işçilər sizin qarşınıza ziddiyyətli tələblərlə çıxırlar; onlar hər şey barədə tam məlumatlandırılmaq istəyirlər və deyilənlərə çox diqqətlə qulaq asırlar – amma bu, müvəqqəti olur.
- İnsanlar daha çox məlumat almağa və ya daha çox ünsiyyət saxlamağa başlayanda isə mövcud qaydalardan narazılıqları artmağa başlayır.

"Nə edə bilərəm?
Az məlumat verəndə düşünürlər ki, onlardan nəyisə gizlədirəm, çox şey söyləyəndə isə yadda saxlaya bilmirlər".



- Rəy aldığınız zaman çox gec ola bilər – üstəlik, bu rəyi yanlış mənbədən ala bilərsiniz.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏT: ƏSAS ÇƏTİNLİK NƏDƏN İBARƏTDİR?



DÜZGÜN BALANS

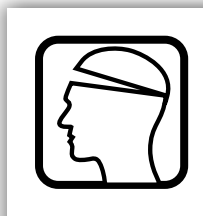
Ünsiyyət ehtiyacı barədə hər bir idarəçi əksər hallarda yalnız öz nöqteyi-nəzərindən və çox asanlıqla mühakimə yürüdür.

İdarəçilər effektiv ünsiyyətə başqalarından daha çox ehtiyac duyurlar, çünki işlərin lazımi səviyyədə yerinə yetirilməsi ünsiyyətin effektivliyindən asılıdır. İdarəçilər, adətən:

- hamımızın qarşılaşdığı çətinliyi və ya problemi görə bilmirlər; yəni ünsiyyət qurmadığımız hallarda belə, ünsiyyət dayanmır – heç vaxt dayanmır;
- onların qərarlarının təsirinə məruz qalan şəxslərlə məsləhətləşmək ehtiyacı duymurlar; əvəzində, insanların fikrindən və ürəyindən keçənləri başa düşmək qabiliyyətlərinə güvənirlər.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



İRƏLİ SÜRDÜYÜMÜZ FƏRZİYYƏLƏR

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



GİRİŞ

Günün hər anında bu və ya digər işlə əlaqədar fərziyyələr irəli sürür və onların kimdəsə şübhə yaradacağına, yaxud mühakimələrə məruz qalacağına heç vaxt inanmırıq.

Ünsiyyət belə fərziyyələrlə doludur. Bəziləri mahiyyətçə kiçik olsa da, bəziləri işimizə və başqalarının işlərinə ciddi təsir göstərir. Əslində, iş yerindəki bütün münasibətlərimizi ünsiyyətlə bağlı fərziyyələr formalaşdırır.

Bəzi fərziyyələr zərərsiz ola bilər... amma narazılıq və ya hiddətə səbəb olur.

Bəzi fərziyyələr cəsur ola bilər... amma incikliyə səbəb olur.

Bəzi fərziyyələrin əmək dünyasına təsirləri nəticəsində bütün münasibətlər formalaşır.

Bəzi fərziyyələrin işlə əlaqəsi ya çox azdır, ya da heç yoxdur...

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İRƏLİ SÜRDÜYÜMÜZ FƏRZİYYƏLƏR

NÜMUNƏLƏR



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

NÜMUNƏLƏR



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İRƏLİ SÜRDÜYÜMÜZ FƏRZİYYƏLƏR

DİNLƏMƏ

Başqalarının deyilənlərə qulaq asdıqlarını fərz edirik. Lakin çox vaxt yanılırıq.

Məlumat əldə edildiyi anda bizə çatdırılarkən onun üzərində işləmədən, daha dəqiq desək, beynimizin qəbul edəcəyi şəklə salmadan heç 1-2 dəqiqə də dinləmək olmur. Bəzilərimiz diqqəti yayındıran amillərlə dolu səciyyəvi iş mühitində müəyyən dəyişiklik və ya düzəliş etmədən 20-30 saniyə gözləyə bilirik. Lakin digər həmkarlarımız üçün bu müddət daha uzun ola bilər!

Ən pisi isə odur ki, bəzilərimiz danışanı sonadək dinləmədən sual-cavaba başlamaqla digər dinləyiciləri qabaqlamağa meyilliyik.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

SUSQUNLUQ



Susqunluq dəqiq anlaşılmayan, lakin güclü bir ünsiyyət vasitəsidir. İnsanları çaşbaş sala, məyus edə və ya heyran qoya bilər, amma istənilən halda, susqunluq **ünsiyyətdir**. Susmuş bir insan xəyal qurmuş və ya başqasını dinləməkdə ola bilər, yaxud diqqəti yayınmış, ya da, sadəcə, qısa ara vermiş ola bilər.

Kim bilir?

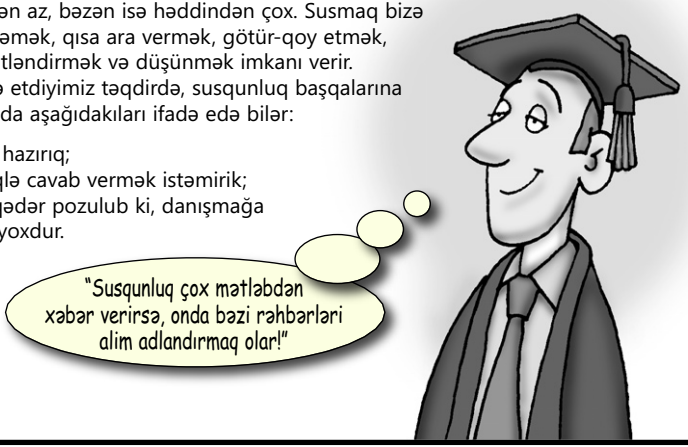
Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İRƏLİ SÜRDÜYÜMÜZ FƏRZİYYƏLƏR

SUSQUNLUQ

Hamımızın susqunluğa ehtiyacı var. Susqunluqdan hamımız istifadə edirik – bəzən həddindən az, bəzən isə həddindən çox. Susmaq bizə başqalarını dinləmək, qısa ara vermək, götür-qoy etmək, vəziyyəti qiymətləndirmək və düşünmək imkanı verir. Düzgün istifadə etdiyimiz təqdirdə, susqunluq başqalarına bizim haqqımızda aşağıdakıları ifadə edə bilər:

- dinləməyə hazırıq;
- hələ ki nitqlə cavab vermək istəmirik;
- kefimiz o qədər pozulub ki, danışmağa həvəsimiz yoxdur.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İRƏLİ SÜRDÜYÜMÜZ FƏRZİYYƏLƏR



ÇIXARILACAQ DƏRSLƏR

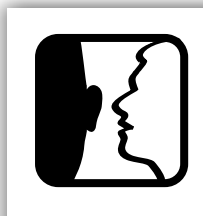
1 Fərziyyələr və ya mülahizələr deyil, faktlar əsasında çalışmaq lazımdır. Ünsiyyətin yeganə sarsılmaz təməlini istifadə etdiyiniz məlumatın dəqiqliyi, həmçinin auditoriyanızı yaxşı tanımağınız və onların sizə olan hörməti təşkil edir.

2. Mülahizələr irəli sürürsünüzsə, fikir verin ki, digərləri onları fakt kimi qəbul etməsinlər.

3. Bacardığınız qədər çox məlumat paylaşmağa çalışın. Əsas faktları paylaşarkən auditoriyanızın sizin qeyri-səmimi, fəndgir olduğunuzu və ünsiyyəti sevmədiyinizi düşünməsinə səbəb yaranarsa, bir məlumatverən kimi reputasiyanız zərər görə bilər.

4. Məlumatverən rolunda irəli sürə **biləcəyiniz** yeganə fərziyyə budur ki, hər kəsi məmnun edə bilməzsiniz.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



ÜNSİYYƏTİN DİNAMİKASI

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



GİRİŞ

Özünün ən effektiv formasında ünsiyyət son dərəcə dinamikdir. Belə də olmalıdır.

Bu **dinamikanın** bir hissəsi aşağıdakı amillərlə əlaqəlidir:

- sadə və ya mürəkkəbliyindən asılı olmayaraq, ünsiyyətin mövzusu;
- ünsiyyətin həyata keçirilməsi üçün seçilən və istifadə edilən vasitələr;
- ünsiyyətin formal və ya qeyri-formal təqdimatı;
- məlumatverən tərəfindən əldə edilən cavabın təfərrüatları.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏTİN DİNAMİKASI

SADƏLİK VƏ MÜRƏKKƏBLİK



"Sadə dillə ifadə et" cümləsini tez-tez eşidirik; çatdırmaq istədiyiniz məlumatda lazımsız qəliz ifadə və ya üsullardan istifadə etməyin. **Amma onu da qeyd etmək lazımdır ki, əldə etdiyimiz və digərlərinə çatdıracağımız hər hansı məlumata, ən azı, öz "möhürümüzü" vurmağı hamımız sevirik.**

İstənilən ünsiyyətdə qarşıdakına təsir göstəririk. Məlumatı həddən artıq sadələşdiririksə, özümüz də bilmədən tamamilə fərqli məlumat ötürə bilərik. Digər tərəfdən isə, bir **məlumat** nə qədər sadə olursa-olsun, insanlar onu mürəkkəbləşdirməyə meyilli olurlar.

Məlumatverən olaraq, bir məsələyə də etinasızlıq göstərə və ya yaddan çıxara bilmərik ki, bəzi insanların nəzərində "əhəmiyyətli" və "vacib" məlumatlar mürəkkəb olmalıdır!



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏTİN DİNAMİKASI

SADƏLİK VƏ MÜRƏKKƏBLİK

Başqaları sizə hər hansı məlumatı verən zaman:

- sadə təsir bağışlayan bir məlumat, əslində, ilk baxışda göründüyündən daha mürəkkəb məqamlar ehtiva edə bilər;
- əksinə, mürəkkəb təsir bağışlayan bir məlumatın isə çox sadə olması da istisna deyil.

Özünüz başqalarına məlumat verən zaman:

- məlumat mürəkkəbdirsə, onu mümkün qədər qısa və aydın şəkildə çatdırın;
- "sadə" məlumatı elə sadə şəkildə də saxlaya, o cümlədən auditoriyanın diqqətini istədiyiniz şəkildə cəlb edə bilmək üçün məlumatın quruluşuna, keyfiyyətinə, münasibliyinə fikir verin; bu məqsədlərə çatmaqda sizə kömək edəcək ünsiyyət vasitəsi və ya vasitələrindən istifadə edin.

Hətta sadəliyi qoruya bilməsəniz də, eyni qaydalar tətbiq edilməlidir. İstənilən halda, məlumatı çatdırarkən mübaliğəyə və ya bəsitləşməyə yol verməklə nə özünüzü, nə də başqalarını aldadın. Məlumatı mümkün qədər sadələşdirmək üçün əlinizdən gələni edin!



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏTİN DİNAMİKASI

AUDİTORİYANIZ SİZİ BAŞA DÜŞÜRMÜ?



Ünsiyyəti qurma **tərzimiz** – üz-üzə, canlı və rəngarəng, yazılı şəkildə, təkbətək, üç saniyə və ya dəqiqələr ərzində baş tutan, yaxud hər hansı tərzdə olursa-olsun – başqalarına güclü təsir göstərə bilər. Lakin ən başlıca məsələ auditoriyanın sizi başa düşməsidir. Kiminsə məyus halda "heç nə başa düşə bilmirəm" dediyini neçə dəfə eşitmisiniz?

Ünsiyyət bu prosesdə iştirak edən **hər kəs** tərəfindən başa düşülməlidir:

- məlumatın **məqsədi** və **məzmunu** başa düşülmürsə, bu o deməkdir ki, həmin məlumat tam **çatdırılmayıb** və ünsiyyət ya qurulmayıb, ya da natamamdır;
- vacib olan sizin (məlumatverənin) başa düşməyiniz deyil, qarşı tərəfin (məlumatalanın) başa düşməsidir: qəbul edilən istənilən məlumata məna və anlayış **yükləyən tərəf** – məlumatalandır.
- məlumatverənin istifadə etdiyi ünsiyyət vasitələri məlumatın başa düşülməsinə həm yardım edə, həm də mane ola bilər.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÖZÜNÜZ BAŞA DÜŞÜRSÜNÜZMÜ?



- Məlumatverən olaraq, özünüzə sual verin: "Başqalarına söyləməyə çalışdıqlarım özümə tam aydındırmı?" Özünüzə qarşı dürüst olun! Başqalarının eşitməsini və ya bilməsini istədiyiniz məlumatı özünüz anlamırsınızsa, bu məlumatı effektiv şəkildə çatdırmağı necə bacara bilərsiniz? Başqa sözlə desək, bu halda effektiv ünsiyyət qurmaq mümkün ola bilərmi?
- Mövcud ünsiyyət vasitələri arasından birini və ya bir neçəsini seçməmişdən əvvəl mümkün qədər çox götür-qoy edin; bəllidir ki, bəzi ünsiyyət vasitələri məlumatın başa düşülmə "şansı"nı artırır – lakin buna heç kim tam zəmanət verə bilməz.

Məlumatı necə başa düşürsünüzsə, o şəkildə də, yəni öz sözlərinizlə bir neçə variantda ifadə edin – sonra isə ən yaxşı variantı seçin!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏTİN DİNAMİKASI

VURĞU VƏ EMOSİYA

Xarakterimiz və söylədiyimiz fikirlərdə nəyi necə vurğulamağımız başqaları ilə ünsiyyətimizin həlledici hissəsini təşkil edir.

Vurğularımız və emosiyamız sözlərimizə hiss qatmaqdan əlavə, **ruh** da qatırlar.

İstər "səsli düşünək", istərsə də "fikrimizdən keçənləri olduğu kimi söyləyək" – fərq etməz, bütün bunları öz bədənimiz vasitəsilə ifadə edirik. **Sizi** – başqalarını deyil – ünsiyyətə vadar edən də məhz budur.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



CAVAB VƏ YA REAKSİYA DÖVRƏSİ

Cavab (reaksiya) olmadan ünsiyyətdən söhbət gedə bilməz. Reaksiya, nə az-nə də çox, aşağıdakıları əhatə edir:

- bədən dili (və təmas);
- insanların verilən məlumatdan məmnun və ya qeyri-məmnun qaldığını göstərən verbal və ya fərqli ifadə üsulu;
- susqunluq;
- məlumatın ötürülməsinin təsdiqi!

Cavab və ya reaksiya dövrəsi hədəf auditoriyanıza müraciət etdiyiniz andan başlaya bilər:

- gözlədiyinizdən və ya istədyinizdən ləng və ya sürətli ola bilər;
- sizə gözlədiyinizdən və ya istədiyinizdən çox və ya az şey "deyə bilər".

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏTİN DİNAMİKASI

FORMAL VƏ QEYRİ-FORMAL ÜNSİYYƏT



- Rəsmi, müəyyən quruluşa malik və yazılı ünsiyyət, adətən, formal hesab edilir.
- Rahat, şifahi və spontan ünsiyyət çox vaxt qeyri-formal hesab edilir.
- Ünsiyyət nə qədər formal olursa, həm məzmun, həm də diqqətin auditoriyaya yönəlməsi nöqteyi-nəzərindən tam dəqiqlik tələbi bir o qədər yüksək olur.
- Ünsiyyət nə qədər formal olursa, uyğunlaşma və reaksiyavermə səviyyəsi bir o qədər azalır.
- Ünsiyyət nə qədər qeyri-formal olursa, məlumatın dəqiqliyi və nizamlanma səviyyəsi bir o qədər aşağı olur.
- Effektiv ünsiyyət hər bir görüşün (və ya təmasın) konkret ehtiyac və tələblərinin qarşılanması məqsədilə həm "formal", həm də "qeyri-formal" dinamikanın "mütənasib qarışığını" və ya bir-birinə uyğunlaşdırılmış kombinasiyasını ehtiva edir.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YUMORU CİDDİ QƏBUL EDİN



- Yumor mədəniyyət, vəzifə və ya susqunluq maneələrini aradan qaldırır.
- Yumor təqdim etməyə çalışdığımız maraqsız məlumata yüngülvari zarafat və şuxluq qata bilər.
- Yumor cansıxıcı bir mühitə və ya məlumata həyəcan gətirə bilər.

İstənilən vacib məsələ yumorun toxunuşu ilə daha cəlbedici, izlənməsi və başa düşülməsi daha asan hala gəlir. Düzgün istifadə edilən yumor məlumata məna və dərinlik qatır, ünsiyyəti daha effektiv edir. Pis xəbərlər, bir qayda olaraq, dəqiq və vicdanla təqdim edilməlidir. "Ciddi bir situasiya" üçün tələb olunan xüsusiyyət isə etimad və gerçəkliyə sadiqlikdir.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ÜNSİYYƏTİN DİNAMİKASI

RƏĞBƏT VƏ EMPATİYA



Bəyəndiyimiz insanlara daha çox qulaq asırıq. Fikirlərinə hörmətlə yanaşdığımız, anladığımız, həmçinin bizi anlayan və fikirlərimizə hörmətlə yanaşan insanları bəyənirik. Söylədiklərinin səmimiyyətinə və ciddiyyətinə inandığımız insanlara diqqət yetiririk.

Ünsiyyət heç vaxt yalnız söz və təsvirlərdən ibarət olmur, həm də ifadə edilən sözlərin necə səslənməsi, ağızdan çıxan kimi bizim eşitməyimizlə canlanması, hər dəfə biz onları oxuyanda yenidən dəyər qazanması, bu söz və təsvirlərin yaddaşımıza həkk olub sonradan bizə təsir etməsi kimi amilləri də ehtiva edə bilir.

Ünsiyyət, sadəcə, təbii və gözlənilməz bir hərəkət, yaxud jestin bizdə yaratdığı təəssüratdan da ibarət ola bilər.

Dürüstlük ünsiyyətə həssaslıq, səmimiyyət, spontanlıq, hətta zəriflik qatır.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

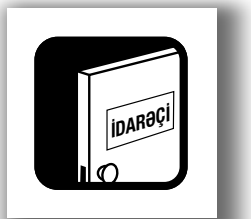
NƏZARƏTİ ƏLDƏN BURAXMAYIN



Lazımi dinamikanı tənzimləyə bilmək üçün aşağıdakı başlıca məqamları yadda saxlayın:

- ünsiyyətə girməmişdən əvvəl mümkün qədər hazırlıqlı olun: ünsiyyət başladıqdan sonra onu dayandırmaq asan olmur;
- istifadə etdiyiniz ünsiyyət vasitəsi və ya vasitələrindən lazımi dərəcədə xəbərdar olun: bu vasitələrlə ətraflı tanış olmasanız, bütün nəzarəti bir anda itirə bilərsiniz;
- unutmayın ki, əksər məlumatlar ünvanına planlaşdırdığınızdan daha tez çatır; cümlələrinizi başqaları sizdən əvvəl tamamlaya bilər;
- elə bir sadə məlumat yoxdur ki, onu mürəkkəbləşdirmək mümkün olmasın, xüsusilə də başqaları tərəfindən: qoyun onlar bunu sizin yardımınız olmadan etsinlər(!);
- ünsiyyət heç də həmişə seçim və ya vaxtla bağlı olmur; hər zaman istədiyiniz kimi hazır ola bilməzsiniz.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



İDARƏÇİ MƏLUMATVERƏN ROLUNDA

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İDARƏÇİ MƏLUMATVERƏN ROLUNDA

İŞİNİZİN "MAHİYYƏTİ"



İşdə istənilən ünsiyyət forması əhəmiyyət daşıyır, **xüsusilə də onun ən az əhəmiyyətə malik olduğunu hesab etdiyimiz vaxtlarda.** Bu səbəbdən də idarəçilər "məlumatverən" rolunu icra etməkdən boyun qaçıra bilmirlər. Başqaları ilə ünsiyyətdə olmadan hər hansı cavabdehliyinizi necə yerinə yetirə bilərsiniz?
İşdə kimsənin xəbəri olmadan nə etmək olar ki?!

İdarəçi-məlumatverən olaraq, aşağıdakıları yaddan çıxarmamalısınız:

- bütün işlər ünsiyyətin nəticəsində baş tutur;
- siz məqsədli şəkildə başqaları ilə ünsiyyətə girməsəniz belə, **işləriniz** onlarla "əlaqə yaradır";
- adətən, ən effektiv nəticələr effektiv ünsiyyət üçün göstərilən məqsədli səylərdən irəli gəlir;
- ünsiyyətdə uğursuzluq və ya anlaşılmazlıqlar əksərən çox baha başa gəlir;
- insanların hər şeyi sizin istədiyiniz kimi bilməsi və başa düşməsi, o cümlədən sizin istədiyiniz kimi hərəkət etməsi üçün birbaşa ünsiyyət (təbii ki, mümkün olan hallarda) ən effektiv üsuldur.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İDARƏÇİ MƏLUMATVERƏN ROLUNDA

KANAL, YOXSA KÖRFƏZ?



İdarəçilər çox vaxt ünsiyyət prosesinin tən ortasında "ilişir" və çaşıb qalırlar. Bəzi idarəçilər özlərini ünsiyyət kanalı və vasitəçi kimi görür, bəziləri isə özlərini paylaşılmazdan əvvəl diqqətlə saf-çürük ediləsi həssas məlumatların himayədarı olaraq qəbul edirlər. Hər iki halda baş tutan ünsiyyət natamam, qeyri-effektiv və qeyri-münasib ola bilər.

Bu məsələnin öhdəsindən gəlməyin başlıca yolu müəssisə daxilində önəliklər, dəyərlər, maraqlar və insanlar arasındakı toqquşma və ziddiyyətləri idarə edə bilməkdir.

- **Kanallar** məlumata çıxışı təmin edir, məlumat axınına imkan yaradır, istiqamət verir, hətta axını sürətləndirir. **Kanal funksiyasını yerinə yetirirsinizmi?**
- **Körfəzlər** "oyunpozanlıq" edir: məlumatları udur, axını dayandırır və ya, sadəcə, itirir. **Belə körfəzlər yaradırsınızmı?**
- **Kanallar və körfəzlər** – onlar hər formada və hər ölçüdə ətrafınızda mövcuddur: həmkarlarınız arasında belə adamlar varmı, onları müəyyən edə bilirsinizmi?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İDARƏÇİ MƏLUMATVERƏN ROLUNDA



KANAL, YOXSA KÖRFƏZ?

QISA SORĞU

İş yerinizdəki profilinizə və ya imicinizə nəzər salın. Aşağıdakı sualları cavablandıran zaman dürüst və gerçəkçi olun, həmçinin özünüzə tənqidi yanaşın:

- İşdə sizi məlumat kanalı olaraq qəbul edirlərmi?
- Səhnə arxasında nə baş verdiyini bilmək istəyənlər sizə sual verirlərmi?
- Başqalarının sizdən dürüst olmaq və aktual məlumat paylaşmaq istəyinə necə cavab verirsiniz?
- Bu istəyi məxfiliyi qorumağa tez-tez yaranan tələblə tarazlaşdırırsınızmı?
- Məlumatı açıqlayarkən nəzakətli və təmkinli davranırsınızmı?
- Özünüzü ünsiyyət zəncirinin "fəal həlqəsi", yoxsa heç nəyin "keçmədiyi" təsirini bağışlayan böyük "qara dəlik" kimi görürsünüz?
- İş yerinizdə ünsiyyət "kanalları" yaradırsınızmı?
- Anlaşılmazlıq "körfəzləri"nin yaranmasına imkan verirsinizmi?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İDARƏÇİ MƏLUMATVERƏN ROLUNDA

MƏLUMATI TƏMİN, YOXSA TƏHRİF EDƏN?



İdarəçilərin istəyib-istəmədiklərindən asılı olmayaraq, **məlumatverən və məlumatötürən** funksiyası onların roluna "bərkidilmiş yarlıqlar"dır.

Məlumatı "ötürə" bilərsiniz, amma məlumatötürən funksiyasını başqasına "ötürə" bilməzsiniz.

Söhbət ünsiyyətdən gedəndə heç kim "qara dəlik" adını qazanmaq istəmir. Amma etibarlı məlumat mənbəyi olaraq ad qazanmaq istəyirsinizsə, bunun üçün səy göstərməlisiniz.

Ünsiyyət prosesində nümayiş etdirdiyiniz hərəkət və ya hərəkətsizliyiniz, adətən, sizi başqalarının gözündə məlumatı "təmin edən "və ya "təhrif edən" idarəçi qələminə verir.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İDARƏÇİ MƏLUMATVERƏN ROLUNDA

MƏLUMATI TƏMİN, YOXSA TƏHRİF EDƏN?



Ünsiyyət axını ilə əlaqədar yerinə yetirmək və ya aşa bilmək üçün əlinizdən gələni etməyəcəyiniz gözləntilər yaratmayın.

Bir düşünün, kimin gözləntilərini doğrultmağa çalışırsınız? Bəlkə, yalnız öz gözləntilərinizi? İnsanlar məlumatları etibarlı ötürücülərə etimad edirlər.

Bəzi idarəçilər məlumatı bu və ya digər dərəcədə dəyişir, yeni və fərqli formaya salırlar. Şəxsi mənfəət, şəxsi məmnuniyyət, yaxud konkret auditoriyaya xitab etmək naminə məlumatlara öz "möhürü"nü vururlar. Hətta məlumatı alanları bilərək səhv istiqamətləndirir və ya çaşdırırlar.

Beləliklə məlumatın mənasını təhrif etməklə və ya dəyişməklə işə ziyan verir, bir növ, təxribatla məşğul olurlar. Əgər bu cür hərəkət edirsinizsə, sonradan insanlar sizə bir məlumatverən olaraq etibar etməyəndə təəccüblənməyin.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İDARƏÇİ MƏLUMATVERƏN ROLUNDA

BAŞQALARININ CƏLB EDİLMƏSİ



Ünsiyyət məlumatın başqalarına ötürülməsini tələb edir. Bu isə o deməkdir ki, prosesə başqaları da cəlb olunurlar. Başqalarını cəlb etmək isə asan iş deyil, vaxt və zəhmət tələb edir. Ünsiyyət sizin, mənim və başqalarının ehtiyac və istəklərindən irəli gəlir.

İşlərin görülməsinin ən yaxşı üsulu (adətən) bu işə başqalarının cəlb edilməsidir. Lakin bunun üçün həmin insanlara tapşırıq vermək və nə edəcəklərini söyləmək kifayət deyil: onlarla danışmaq və onları dinləmək lazımdır.

İnsanları tapşırıqdan kənarlaşdırmaqla onlara təcrübələrinin, ideya və ya fikirlərinin münasib olmadığını demiş olursunuz. Töhfə verə **biləcəkləri** halda, başqalarının tapşırıqdan kənarlaşdırılması bu töhfənin dəyəri ilə bağlı ayrıca bir məlumat ötürür!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

İDARƏÇİ MƏLUMATVERƏN ROLUNDA

BAŞQALARININ CƏLB EDİLMƏSİ



İdarəçi-məlumatverən olaraq, aşağıdakıları yadda saxlayın:

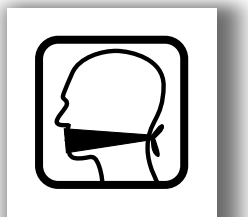
- müasir dövrdə işçilər necə performans göstərdiklərini bilmək istəyirlər;
- işçilər istək nümayiş etdirməsələr belə, müəssisənin performansı haqqında onlara məlumat verilməlidir.

Ünsiyyət zamanı başqalarını aşağıdakı üsullarla prosesə cəlb edin:

- onların ehtiyac və istəklərini nəzərə alın;
- bu adamları dinləyin və onların "öz dilində" danışın;
- onları həvəsləndirin;
- bu adamların maraqlarını, ən azı, özünüzünkülərlə eyni səviyyədə nəzərə alın;
- onların hisslərini başa düşün və anlayış göstərin.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



EFFEKTİVLİYİN QARŞISINDAKI MANEƏLƏR

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

EFFEKTİV ÜNSİYYƏT NƏDİR?



Vacib məlumatları, təlimatları, o cümlədən xahiş və ya istəkləri çatdırmalı olanda effektiv ünsiyyətə can atır və bu işə həvəslə yanaşırsınız. Bütün bunlar məhz məlumatverənin istədiyi qaydada, yəni elə hazırlandığı formada və əslinə uyğun şəkildə tam və aydın başa düşülürsə və cavablandırılırsa (reaksiya verilirsə), deməli, effektivliyə nail oluruq.

Effektiv ünsiyyət "yaxşı nəticə verən" ünsiyyətdir.

Belə effektivlik və ya mükəmməlliyi heç də həmişə axtarmır və ya tələb etmirik. Əksər hallarda səylərimizə və niyyətlərimizə baxmayaraq, effektivliyin daha aşağı səviyyəsi ilə kifayətlənməli oluruq.

"İdeal səviyyədə" effektiv ünsiyyətə böyük səy və şans nəticəsində (işlərin nə dərəcədə qaydasında getməsindən asılı olaraq) nail olmaq mümkündür. Əslində, həmkarlarınız sizdən tam mükəmməllik gözləmirlər, amma bir məlumatverən olaraq sizin davamlı səy və yüksək standartlar nümayiş etdirməyinizi istəyirlər.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

EFFEKTİV ÜNSİYYƏT NƏDİR?

ÜNSİYYƏT HAVA-SU KİMİ VACİBDİR

Effektiv ünsiyyət hamımız üçün su kimi həyati əhəmiyyət daşıyır:

- zəruri ehtiyaclarımızdan biridir;
- bizi xilas edir;
- az olanda dəyərini daha çox anlayırıq;
- çox olanda isə dəyərini başa düşmürük; sanki elə belə də olmalıdır;
- çox vaxt "təchiz" edildiyindən daha tez "istehlak" edirik;
- bizə gəlib çatan hissəsi "süzgəc"dən keçirilir;
- "suyun axmadığı"nı təsəvvür edə bilirsinizmi?



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



EFFEKTİV ÜNSİYYƏT NƏDİR?

MÜKƏMMƏL AXIN

Effektiv ünsiyyət su kimidir:

- getdikcə azalan və keyfiyyətli təchizatı baha başa gələn bir resursa çevrilir;
- böyük hissəsi biz **istehlakçılara** görünməz olan mürəkkəb təmizləmə və paylaşdırma prosesi nəticəsində **istehal** və **təchiz** edilir;
- müntəzəm qulluq və sazlama tələb edən **süzgəc qatlarına** malikdir.

Dağlardakı bulaqlardan faydalanmaq və yüksək keyfiyyətli su axınını təmin etmək getdikcə, demək olar ki, xəyala çevrilir. Bir qayda olaraq, istehlakçılar (ünsiyyət prosesində isə məlumatı qəbul edənlər), yəni biz həmin **axını** mümkün qədər effektivləşdirməyə yönəlmiş işi nadir hallarda görə və ya qiymətləndirə bilirik.

İşlər qaydasında getməyəndə və ya təchizat baş tutmayanda isə həyəcan təbili çalınır və xəbərdarlıq edilir!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



EFFEKTİV ÜNSİYYƏT NƏDİR?

NƏTİCƏLƏR ƏSASINDA QİYMƏTLƏNDİRMƏ

Effektiv ünsiyyət:

- keyfiyyətli sudan daha çətin əldə edilir;
- nəticələr və ya işlərlə ölçülür;
- başqalarını məlumatlandırmaq və ya onların davranışını dəyişmək məqsədi daşıyır;
- bir şəxsin ötürdüyü ideya, təlimat və ya məlumatın hər hansı fərd və ya qrup tərəfindən **müvəffəqiyyətlə qəbul edilməsinin** nəticəsi şəklində özünü göstərir;
- ideya və sözlərlə "üst-üstə düşən" işdən asılı olur;
- mürəkkəb olmasına ehtiyac yoxdur.

Verdiyiniz məlumatı alanlar ünsiyyətin nə dərəcədə effektiv olduğunu tezliklə sizə bildirəcəklər.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

EFFEKTİVLİYİN QARŞISINDAKI MANEƏLƏR

PROBLEMİN MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ



Ünsiyyət cəhdləriniz baş tutmayanda və ya nəsə qaydasında getməyəndə problemin mənbəyini müəyyən edə bilirsinizmi? Problemin səbəbi aşağıdakılarla bağlı ola bilərmi:

- ünsiyyətin (məlumatın) mənbəyi və ya hədəfi kimi, özünüzlə;
- məlumatı ötürən **və ya** qəbul edən tərəf kimi, başqaları ilə;
- sizin/onların tamamilə və ya qismən nəzarətinizdən kənar amillərlə?

Ünsiyyətin qarşısındakı bu maneələri aşağıdakı başlıqlar altında təsnif etmək olar:

- şəxsi maneələr;
- müəssisədaxili maneələr;
- proseslə əlaqəli maneələr.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

EFFEKTİVLİYİN QARŞISINDAKI MANEƏLƏR



1. ŞƏXSİ MANEƏLƏR

SİZİN TƏRZİNİZ

- Hərəmizin öz ünsiyyət tərzi var və bu tərz yaxamıza sancdığımız döş nişanı kimi ümumi tərzimizin bir hissəsini təşkil edir; tam "neytral" ünsiyyət tərzi mövcud deyil.
- Seçdiyiniz (və ya tanındığınız) **tərz** auditoriyanıza təsir göstərir: istər müsbət, istərsə də mənfi mənada.
- Ünsiyyət tərzinizdən daha yaxşı istifadə etmək və ya onu fərqli auditoriyaların ehtiyaclarına uyğunlaşdırmaq üçün tərzinizi və onun təsirini başa düşməlisiniz.
- Tərziniz artıq sizin işiniz və ya tutduğunuz vəzifə sayəsində, bir növ, qazandığınız reputasiyanız ola və iş yerinizdəki ünsiyyət mədəniyyətinin təsirinə məruz qala bilər.

Həmkarlarınız və sizi yaxşı tanıyan başqa insanlar ünsiyyət tərzinizdəki maneələri müəyyən etməyə kömək edə bilərlər. Onlardan soruşun! Onlara qulaq asın!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



1. ŞƏXSİ MANEƏLƏR

HAZIRLIQ VƏ TƏQDİMAT

Dəqiq, ətraflı hazırlıq və peşəkar təqdimat ünsiyyətin effektiv olacağına zəmanət vermir.

Lakin bu amillər effektiv ünsiyyətin təməlini təşkil edir.

Təəssüf ki, əksər hallarda ünsiyyət, sadəcə, "öz-özünə baş verir": təsadüfən, "necə gəldi" və planlaşdırılmadan.

Ünsiyyətin effektivliyi əsasən sizdən, yəni məlumatverəndən, müəyyən dərəcədə isə auditoriyadan asılıdır. Bəzən isə hər şey tamamilə plana uyğun gedir!

Ünsiyyəti necə planlamağınız və ünsiyyətə necə hazırlaşmağınız birinci növbədə həvəsiniz və tərzinizdən asılıdır. İnsanların fikirləriniz və işiniz nəticəsində nə düşündüyü və nə etdiyi sizi maraqlandırırsa, niyə **hər şeyi** şansın ixtiyarına buraxasınız ki?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



1. ŞƏXSİ MANEƏLƏR

HAZIRLIQ VƏ TƏQDİMAT



Maneələri aşmağın yolları

- Təqdimatı hazırlayan zaman:
  - söyləmək istədiklərinizin üzərində düşünün;
  - auditoriyanızı tanıyın (hansı məlumata malikdirlər vənə öyrənmək istəyirlər);
  - səsinizin tonunu və ucalığını konkret vəziyyətə uyğun olaraq tənzimləyin;
  - mümkün qədər sadə və münasib üslubda danışın;
  - təcrübəsiz və ya qeyri-peşəkar təəssüratı bağışlamamaq üçün söyləmək istədiklərinizi əvvəlcədən məşq edin.

Təqdimat zamanı diqqət yetirəcəyiniz məqamlar

- Özünüzə qulaq asmayın; qoyun söylədiklərinizi sizə başqaları desin.
- Unutmayın ki, normal şifahi nitq çox sürətlidir, ona görə də çox yavaş hesab etdiyiniz bir temp seçin və çox uzun hesab etdiyiniz aralar verin.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



1. ŞƏXSİ MANEƏLƏR

AYDIN VƏ ARDICIL NİTQİN ÜSTÜNLÜKLƏRİ

- Aydın və ardıcıl nitq effektiv ünsiyyətin əsasını təşkil edir.
- Çatdırmaq istədiyiniz məlumat aydın deyilsə, həmin məlumat, ümumiyyətlə, qəbul edilməyə bilər.
- Məlumat nə qədər aydın ifadə edilərsə, **nəzərdə tutulduğu kimi** başa düşülmək və hərəkətə təşviq etmək ehtimalı bir o qədər yüksək olar.
- Ünsiyyət fəaliyyətimizə ardıcıl yanaşma özümüzə inamımızı və aidiyyəti insanların bizə etimadını artıra bilər.
- Məlumatınız auditoriyanıza aydın deyilsə və insanlar nitqinizin ardıcıllığından narazıdırsa, o halda **sizin** nə düşündüyünüzün heç bir önəmi yoxdur!
- Aydın və ardıcıl nitq ayrılıqda **ünsiyyəti formalaşdıra bilməsə də**, bu iki amildən çox şey asılıdır!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

EFFEKTİVLİYİN QARŞISINDAKI MANEƏLƏR



1. ŞƏXSİ MANEƏLƏR

ETİMADSIZLIQ

İnsanlar sizə inanmasa və ya etibar etməsə, effektiv ünsiyyət qura bilməzsiniz.

Bir anlıq düşünün: uğurlu satış təmsilçisi olmaq üçün nə lazımdır? Amillərdən biri konkret və cəlbedici məlumatın uğurla ötürülməsi, digəri isə etimaddır.

- Bizə olan etimadı ilkin olaraq öz sahəmiz üzrə bilik və səriştəmizin əsasında formalaşdırırıq.
- Bu etimadı səriştəmizin aidiyyəti olduğu insanlarla yaşadığımız təcrübə vasitəsilə daha da möhkəmləndiririk.
- İnsanların sizin sözlərinizə olan etimadını uzun müddət ərzində qazansanız da, onu bircə anlıq çılğınlığa qurban verə və tamamilə itirə bilərsiniz (fırıldağa əl atmaqla, yanlış məlumat verməklə və ya yalan danışmaqla – bəli, yalan danışmaqla!)

VACİB məlumat: Heç vaxt zənn etməyin ki, etimad öz-özünə yaranır və insanların sizə olan etimadı təbii və adi haldır!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



1. ŞƏXSİ MANEƏLƏR

MƏLUMATIN HƏDƏFİ

İş yerində hər saat və hər an olmasa da, hər gün digərlərinin başlatdığı ünsiyyətin hədəfi oluruq.

- Əksər auditoriyalar əsl **auditoriya** hesab edilə bilməz: çox vaxt onlar verəcəyiniz məlumatı dinləməyə **hazır olmur**, yaxud bu məlumatı **gözləmirlər**.
- Bəzi auditoriyalar isə məlumatınızı dinləməyə hazır olsalar da, həddən artıq məşğul ola bilərlər.
- Müəyyən auditoriyalar isə əsəbi ola bilər, yaxud fikirləri dağınıq ola bilər və ya, sadəcə, verəcəyiniz məlumatla maraqlanmaya bilərlər.

Bəs **siz özünüz** ünsiyyətin hədəfi olan zaman marağınızın olmadığını və ya hazır olmadığınızı heç hiss etmisinizmi?

Hədəf auditoriyanızın verəcəyiniz məlumat üçün hazır olub-olmadığını mümkün dərəcədə hər zaman yoxlayın.

Hər kəsin işi diqqəti yüz yerə bölməyi tələb edir, çünki eyni vaxtda bir neçə məsələ ilə məşğul olmaq lazım gəlir. Elə isə, görəsən, niyə idarəçilərin çoxu zənn edir ki, başqalarının işi-gücü yoxdur, sadəcə, oturub onların məlumatını gözləyirlər?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

1. ŞƏXSİ MANEƏLƏR

ZAMANLAMA



Bacarıqlı məlumatverənlər münasib zamanı yaxalamağa çalışırlar. Onlar elə bir vaxt seçməlidirlər ki, həmin anda hədəf auditoriya diqqəti cəmlənmiş halda məlumatı dinləməyə hazır olsun.

Bir məlumatverən olaraq, özünüzdən soruşun: auditoriyanızın verdiyiniz məlumatı mənimsəyə bilməsi üçün lazımi vaxt və ya diqqət ayırırsınızmı?

Səhv zamanlama riskini azaltmaq istəyirsinizsə:

- dinləyicinizin özünüz olduğunu təsəvvür edin – sanki özünüzə qulaq asdınız; indi isə müraciət etdiyiniz insanlar, onların ehtiyacları, məlumatı dinləməyə hazırlığı və sizin onları dinləmə bacarığınız haqqında düşünün;
- ünsiyyətə başlamazdan əvvəl məlumatın verilmə müddətini və zamanlamasını dinləyicilərinizin vəziyyətinə maksimal dərəcədə uyğunlaşdıra bilmək üçün müəyyən qədər vaxt ayırın.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

EFFEKTİVLİYİN QARŞISINDAKI MANEƏLƏR



1. ŞƏXSİ MANEƏLƏR

ZAMANLAMA

Özünüzdən soruşun:

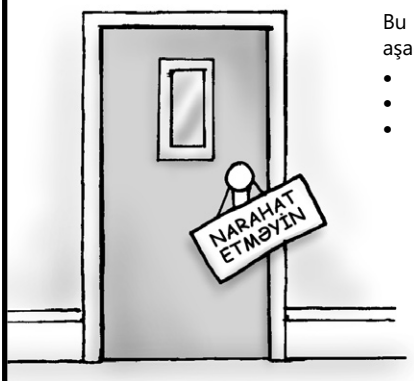
- Seçdiyiniz ünsiyyət vasitəsi zamanlamaya necə təsir edər?
- Bəs təyin etdiyiniz vaxt seçdiyiniz ünsiyyət vasitəsinə necə təsir edər?
- Ünsiyyət üçün yeganə və ya ən yaxşı vaxt budurmu?
- Auditoriyanıza qulaq asmağa hazırsınızmı?
- Bu ünsiyyət zamanı qalan bütün problem və qayğıları bir kənara qoymağa hazırsınızmı?
- Auditoriyanıza eyni addımı atmaqda kömək edə bilərsinizmi?
- Bu mübadilənin nə qədər vaxt apara biləcəyi hər kəsə aydındırmı?
- Ehtiyac olarsa, təsirini itirmədən məlumatı qısalda və ya situasiyaya uyğunlaşdıra bilərsinizmi?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



2. MÜƏSSİSƏDAXİLİ MANEƏLƏR

Əksər müəssisələrdə effektiv ünsiyyət cəhdlərinin qarşısında maneələr yaradan həddən çox real və potensial problemlər var.



Bu müəssisədaxili maneələrə, adətən, aşağıdakı kimi ifadə edilən amillər təsir edir:

- müəssisədaxili mədəniyyət;
- fiziki mühit;
- müəssisənin ölçüsü.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



2. MÜƏSSİSƏDAXİLİ MANEƏLƏR

MƏDƏNİYYƏT

Əsrlər boyu bəşəriyyət kod və simvollardan istifadə etdiyi kimi, müasir müəssisələr də öz kodlarını, daha dəqiq desək, öz qaydalarını və ünsiyyət ənənələrini yaradırlar.

Necə düşünməyimiz, necə davranmağımız, o cümlədən müəssisə heyətinin bir üzvü olaraq dəstəklədiyimiz dəyərlər, əməl etdiyimiz gündəlik rejimlər müəssisə daxilindəki həyatımızı formalaşdırır.

İstər-istəməz, öz müəssisənizdə də effektiv ünsiyyətə mane ola biləcək belə xüsusiyyətlərlə mütləq rastlaşacaqsınız.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



2. MÜƏSSİSƏDAXİLİ MANEƏLƏR

MƏDƏNİYYƏT

Müəssisənizdə aşağıdakılarla əlaqədar fərqli mövqe, fikir və davranışları nəzərdən keçirin:

- məsləhətləşmə və iştirak;
- münaqişə;
- qərar qəbuletmə;
- toplantılar;
- güc və nəzarət;
- mükafatlandırma sistemləri.

Effektiv məlumatverənlər effektiv ünsiyyət qura bilmək üçün bu və ya digər sahələrdə mövcud və ənənəvi təcrübələrə etirazlarını bildirmək zərurəti ilə üzləşə bilərlər.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



2. MÜƏSSİSƏDAXİLİ MANEƏLƏR

İŞ TEMPİ

Planlaşdırma və hazırlığa diqqət ayırmağınızdan asılı olmayaraq, ünsiyyətin zamanlaması üzərində nəzarət hər zaman mümkün olmur.

- İşlər o qədər tələsik görülür ki, heç kimin başqasına ayıracaq vaxtı qalmır?
- Hər bir məlumatın 30 sözlə çatdırılması və 30 saniyədə mənimsənilməsi mütləqdir?
- İndi insanlardan daha çox məlumatı hətta kompüterdən də sürətlə emal etmək gözlənilir?



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



2. MÜƏSSİSƏDAXİLİ MANEƏLƏR

ÖLÇÜ VƏ STRUKTUR

İri müəssisələrdə ünsiyyətlə bağlı yadlaşma və anonimlik asanlıqla meydana gəlir. İyerarxiya, fəaliyyətin çeşidliliyi və miqyası kimi amillər şəxslərarası əlaqələrdə yeni çətinliklər yaradır.

Bir halda ki insan sosial varlıqdır, deməli, ünsiyyət də "sosialdır". Bu isə o deməkdir ki, nisbətən kiçik müəssisələrdə idarəçilər ünsiyyətlə bağlı o qədər də ciddi maneələrlə üzləşmirlər. Dəqiq olmasa da, belə bir ehtimal var ki: **kiçik müəssisələrdəki məlumatverən-idarəçilər nisbətən iri müəssisələrdəki həmkarları ilə müqayisədə heç də daha böyük uğur əldə etmirlər!**

Reallıq budur ki: kiçik fəaliyyət bölmələri eşitmək və ya dinləmək üçün heç də daha çox zamana malik olmurlar. Buna baxmayaraq, ünsiyyətlə bağlı, adətən, daha çox səy və uğur gözləyirlər!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



2. MÜƏSSİSƏDAXİLİ MANEƏLƏR

FİZİKİ MÜHİT

Yəqin, deməyə ehtiyac yoxdur ki, mühitlə bağlı çoxsaylı amillər məlumatın tam qəbul edilməsinə maneə törədə bilər.

Bu amillərə aşağıdakılar daxildir:

- diqqəti yayındıran amillər, müdaxilələr və səs;
- ünsiyyəti dəstəkləyəcək resurs və ya avadanlıqların çatışmazlığı;
- peşə stresi;
- iş məkanı, yerləşmə, rahatlıq, istilik və s.

Bütün bu maneələri aradan qaldıra bilməzsiniz. İş mühitinizdəki maneələri müəyyən edin. Fiziki mühitin ünsiyyətə mənfi təsirini azaltmaq üçün məlumatı və çatdırılma qaydasını bu maneələri nəzərə alaraq uyğunlaşdırın.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



3. PROSESLƏ ƏLAQƏLİ MANEƏLƏR

Proseslə əlaqəli manea – istifadə edilən ünsiyyət metodundan, yaxud fikir, məlumat, xahiş və ya istəklərin çatdırılması üçün seçilmiş ünsiyyət vasitəsindən törəyən hər hansı bir əngəldir.

Çatışmazlıqlar çox vaxt aşağıdakı sahələrdə meydana çıxır:

- istifadə edilən ünsiyyət kanalları;
- məlumat yükləməsi;
- cavab (reaksiya) və ya rəy;
- başqaları ilə əlaqələrimizdə suallardan istifadə.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



3. PROSESLƏ ƏLAQƏLİ MANEƏLƏR

ÜNSİYYƏT KANALLARI

İstifadə edilən ünsiyyət kanalları və ya vasitələri əlverişsiz, qeyri-effektiv və ya, sadəcə, səhv ola bilər. Hətta biri digəri ilə ziddiyyət də təşkil edə bilər.

Unutmayın:

- xarici görünüşümüz hədəf auditoriyamıza təsir göstərir;
- səs tonumuzun söylədiyimiz sözün təsir gücündə necə rol oynadığını hiss etməyə bilərik;
- bədən dilimiz söylədiyimiz hər şeyi dəyişə bilər;
- spikerin vəzifəsi və ya statusu məlumatda müəyyən şeyləri "artıra" və ya "əskildə" bilər.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



3. PROSESLƏ ƏLAQƏLİ MANEƏLƏR

MƏLUMAT YÜKLƏMƏSİ

Bir sıra ziddiyyətli, diqqəti yayındıran və ya fərqli məlumatlar eyni vaxtda ötürüləndə "məlumat yükləməsi" meydana gəlir. Nəticədə bəzi məlumatlar itirilir və ya qəbul edilmir.

- İstənilən auditoriya üçün başlıca tələb – yeni məlumat daxil olana qədər mövcud məlumatın "öhdəsindən gəlmək", yəni onu mənimsəməkdən ibarətdir.
- Effektiv məlumatverənlər bu "tələbi" onların haqqı olaraq qəbul etməli və hörmətlə yanaşmalıdırlar.
- Effektiv məlumatverənlər hədəf auditoriyaların fərqli məlumatların "öhdəsindən gəlmək" bacarığına həssaslıqla yanaşırlar.
- Ünsiyyət "dövrəsi" yüklənəndə vacib və ya təfərrüatlı məlumatların qəbuledilmə effektivliyi azalır.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



3. PROSESLƏ ƏLAQƏLİ MANEƏLƏR

SUALLAR

Cavablara ehtiyac duymasaq belə, tez-tez sual vermək, bir növ, adətimizə çevrilib. Məsələn, "Necəsən?" sualına cavab olaraq çox vaxt elə "Necəsən?" sualı ilə də reaksiya veririk. Düzgün qurulmamış, vaxtsız və yersiz suallar münasibətlərimizdə maneələr yaradır. Məsələn, təsəvvür edin ki, cümə günü axşam idarəçiiniz "Problem yoxdur ki?" sualını verir, halbuki əşyalarını qablaşdıraraq həftəsonu istirahətinə hazırlaşdığı göz qabağındadır.

Sualların faydası o qədər çoxdur ki, onlardan istifadəni yalnız müsahibə və ya məlumatın alınması məqsədləri ilə məhdudlaşdırmaq olmaz. Suallar aşağıdakı məqsədlərlə də istifadə edilə bilər:

- şikayət və ya tənqid etmək;
- həvəsləndirmək;
- inandırmaq;
- öz biliyimizi göstərmək;
- aldatmaq və ya mane olmaq;
- müdaxilə etmək və ya qorxutmaq;
- narahatlıq və ya maraq nümayiş etdirmək;
- məyus etmək və ya kefi pozmaq.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



3. PROSESLƏ ƏLAQƏLİ MANEƏLƏR

CAVAB (REAKSİYA) PROBLEMLƏRİ

"Cavab"ın (reaksiyanın) əsl mənasını nəzərdən qaçıra bilərik.

Məlumatı ötürənlər:

- məlumatın mənasının nədən ibarət olduğunu müəyyən etmirlər, bunu məlumatı qəbul edənlər qərarlaşdırırlar;
- məlumatın doğuracağı reaksiya, duyğu və ya fikirləri idarə edə bilmirlər;
- seçdikləri ünsiyyət vasitələri və zamanlama ilə əksər hallarda qarşı tərəfin cavab (reaksiya) vermək həvəsini zəiflədirlər;
- bəzən isə hər hansı cavab (reaksiya) almağa heç də çalışmırlar.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



4. ŞAYİƏLƏR

Şayiə* və ya dedi-qodu hər zaman olub və olacaq.

- Şayiələr – "qeyri-rəsmi mənbə"lərdən davamlı olaraq gələn "rəy", "fakt", "pis xəbər", əsasən də, "dedi-qodu" axınıdır.
- Şayiə nə qədər inanılmaz və qalmaqallı olursa, bir o qədər diqqət cəlb edir.
- Şayiəyə maraq hər bir müəssisədə, hər bir fərdin ürəyində və zehnində mövcuddur.
- Şayiələrin kökünü kəsmək mümkün deyil, sadəcə olaraq, onunla yaşamalı olursunuz.
- Müdaxilə etməklə şayiələrə və onun mənbələrinə təsir edə, hətta müəyyən qədər "cilovlaya" bilərsiniz, amma nəzarətdə saxlaya bilməzsiniz.



* "Şayiə" sözünün ingilis dilindəki obrazlı qarşılığı "grapevine" sözü "üzüm tənəyi" mənasını ifadə etdiyinə görə mətn müvafiq şəklin fonunda verilmişdir.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



4. ŞAYİƏLƏR

ŞAYİƏLƏRİ NECƏ "QƏBUL ETMƏLİ"?

Şayiələr şərab kimidir:

- yavaş-yavaş və qurtum-qurtum içilməlidir;
- dadı bir çox qurmanların damağında qalır;
- çöküntüləri çox olur – həm də təkcə qədəhin dibində deyil;
- dadına baxdıqdan sonra ehtiyatlı olun – mühakimə və ya fikirləriniz tezcə dəyişə bilər, illüziya və ya "qarabasmalar"dan əziyyət çəkə bilərsiniz;
- çalışın, vərdişə çevirməyəsiniz, aludəçilik yarada bilər!



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



MANEƏLƏRİN AŞILMASI

CAVABLANDIRILMALI SUALLAR

- İş yerinizdə ən çox nəzərəçarpan və çoxlarının da qəbul etdiyi ünsiyyət problemləri hansılardır?
- Hər bir problemi müəyyən etdikcə özünüzə bu sualları verin:
  - problemin həlli üçün nə edə bilərəm?
  - problemin həlli üçün nə etmək istəyirəm?
- Bu və bənzər problem(lər)in həllinə başqa kimlər cəlb edilməlidir?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



MANEƏLƏRİN AŞILMASI

PRAKTİKİ ADDIMLAR

- Müəyyən dərəcədə (az da olsa) cəlb olunduğunuz son ünsiyyət "uğursuzluqlarının" səbəb və ya mənbələrini müəyyənləşdirin.
- Səbəbləri aşağıdakı başlıqlar altında qruplaşdırın:
  - insanlarla əlaqələr;
  - texnologiya;
  - vaxt;
  - özünüz.
- Hər bir sahədə ölçülə bilən təkmilləşməyə nail olmaq üçün real tədbirlər planı hazırlayın. Planınıza aşağıdakı səpkidə bəndlər daxil ola bilər:
  - iş yerində başqaları ilə keçirəcəyiniz toplantıların planlaşdırılması;
  - vaxtın idarə edilməsi bacarıqları;
  - e-poçtunuzdan istifadə;
  - dinləmə və ya təqdimat bacarıqları.
- Planınızı gözdən keçirmək üçün tarix (deyək ki, 3 ayı keçməmək şərtilə) təyin edin.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

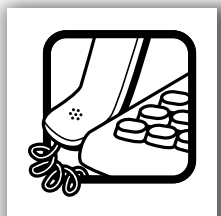


MANEƏLƏRİN AŞILMASI

PRAKTİKİ ADDIMLAR

- Çalışın ki, çatdırdığınız hər bir məlumat aydın, qısa, mümkün qədər sadə olsun və birbaşa ünvanlansın.
- Kifayət qədər vacib məlumatdırsa, şəxsən ünsiyyət qurun.
- Birbaşa iştirakınızı tələb edəcək qədər vacib məlumat deyilsə, yaxşı bir "məlumatötürən" seçin.
- Kifayət qədər vacib məlumatdırsa, bir deyil, bir neçə ünsiyyət vasitəsindən, o cümlədən məlumatınızın başa düşülməsini və lazımi təsirini təmin edəcək dəstəkləyici vasitələrdən istifadə edin; yeri gəldikdə isə, məlumatı bütövlükdə və ya qismən təkrarlayın.
- Kifayət qədər vacib məlumatdırsa, bütün bu addımları dəfələrlə təkrar edin...

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



ÜNSİYYƏT KANALLARININ İDARƏ EDİLMƏSİ

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

HƏDDƏN ÇOX SEÇİM?



Hazırda idarəçilərin öz işçiləri, həmkarları və müştəriləri ilə ünsiyyət üçün daha çox seçim imkanı var. Müəssisələr daha effektiv ikitərəfli ünsiyyət mühitinin yaradılmasında şirkətin veb-saytından əlavə, sosial mediadan geniş istifadənin əhəmiyyətini qəbul edirlər. Bu seçim bəziləri üçün çətinlik yaratsa da, yaxud çaşqınlığa səbəb olsa da, digərləri üçün cəlbedici və əlverişlidir.

Bu, doğrudanmı, problemdir?

Seçimlərin çox olması öz-özlüyündə, bir məlumatverən olaraq, idarəçinin işini asanlaşdırmır. idarəçilər ünsiyyət vasitəsi və ya vasitələrini, məzmunun quruluşunu, sürətini, tonunu və dərinliyini konkret auditoriyalara uyğun şəkildə seçməlidirlər.

Bu qədər iş görmək mümkündür – bəs niyə yenə də problem var?

Səbəb çox sadədir, çünki səhvlərə yol veririk! Şifahi və yazılı nitqimiz, bədən dilimiz, istifadə etdiyimiz ünsiyyət vasitələri çox vaxt arzuedilən mükəmməllikdən uzaq olur. E-poçt, yazılı mesaj və ünsiyyət sahəsindəki başqa yeniliklərin həyatımızda mövcud olmasına baxmayaraq, məlumatverənlərin gündəlik işçi alətləri, demək olar ki, dəyişməz qalır.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

SÖYLƏNƏN SÖZ



Məlumatverənlər üçün birinci və yəqin ki, ən sadə və asan ünsiyyət kanalı olan şifahi nitqin öz problemləri var.

Söylənən söz:

- biri üçün cəlbedici olsa da, digərini qıcıqlandıra bilir;
- asanlıqla tələffüz edilsə də, bəzən asanlıqla bağışlanmır, yaxud unudulmur;
- rahatca ağızdan çıxır və israf edilir;
- bəzən faydalı ola biləcəyi halda, qulaqardına vurulur;
- zərər verəcəyi bəzi hallarda isə, yaxşı ki, eşidilmir;
- hərdən sadə olsa da, incə məna daşıyır;
- hərdən isə problemli və dərin olur;
- tez-tez sui-istifadə edilir və qarışıq salınır;
- qəlbləri oxşayır və ya yaralayır, qəzəbləndirir və ya ruhlandırır;
- adətən, yazılan söz qədər konkret və dəqiq olmur;
- tez-tez istifadə edilsə də, həmişə "tutarlı" olmur;
- məqsədli, hiyləgər, müdrik və möhtəşəm ola bilir.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

SÖYLƏNƏN SÖZ



Şayiə yayan "uzun dillər" vaxt itirmir.

- Danışmaq və ya başqalarına cavab vermək istəyi o qədər təbiidir ki, çox vaxt sözdə mənadan çox "ağız köpüyü" olur.
- Özünüzə hakim olmağı bacarın; ağzınızdan çıxanlara fikir verin və lazım gəldikdə, susmağı üstün tutun!
- Yenicə eşitdiyiniz dedi-qodunu təkrar edərək şayiələrə daha da rəvac vermək istəyindən uzaq olun; bir səbir edin, görün həmin şayiəni başqa birisinin sizə (yenə) söyləməsi nə qədər çəkəcək.

Az danışan çox qazanar.

- Daha az sözlə ünsiyyət qura bilmək üçün məşq edin.
- Hətta sözsüz ünsiyyət qura bilmək üçün məşq edin.
- Az sözdən istifadə etmək dediklərinizin xalis dəyərini artıra bilər. Az danışmaq başqalarına özlərini ifadə etmək, sizə isə daha çox dinləmək üçün vaxt qazandırır!

Uzunçuluq insanı hörmətdən salır.

- Əsasən, qısa danışmağa çalışın; doğrudur, asan deyil, amma çalışmağa dəyər!
- Söyləyəcəklərinizi məşq edin və ya qeydlər götürün – başqa birindən xahiş edin ki, məzmunu sadə sözlərlə yenidən yazsın; onları oxuyanda hətta özünüz belə daha çox şey başa düşəcəksiniz!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YAZILAN SÖZ





Müasir dövrün sürətlə dəyişən iş yerlərində yazı, hər zaman olduğu kimi, müəssisədaxili ünsiyyətin vacib elementi olaraq qalır. Hazırda yazılı məlumatların həcminin və çeşidliliyinin getdikcə artdığını hamımız görürük və onların böyük qismi verilənlərin qorunması haqqında qanunla tənzimlənir.

Verilənlərin saxlanılmasına və əldə edilməsinə olan tələbat artmaqda davam edir. Eləcə də bu verilənlərin idarə edilməsi ilə bağlı idarəçilərin üzərinə qoyulan cavabdehliklər çoxalmaqdadır.

Bütün bu amilləri nəzərə alaraq, idarəçilər yazılı ünsiyyətin müxtəlif formalarına daha diqqətlə yanaşmalı, dəqiq və məqsədəuyğun seçim etməyə səy göstərməlidirlər.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YAZILAN SÖZ



Yazılı ünsiyyətin qarşısında dayanan tələb sadə və konkretdir: məlumatı mümkün qədər qısa, aydın və sadə formada çatdırmaq lazımdır.

Effektiv məlumatverənlər, adətən, yazıdan ən yaxşı istifadə üsulunu tapmağa can atırlar. Onlar yazılı mətnlərin bir çox başqa növlərinin cəlb etdiyi diqqət səviyyəsi ilə rəqabətə girdiklərinin fərqinə varmalı, həmçinin dərk etməlidirlər ki, oxucular daha yüksək standartlar gözləyirlər.

Yazılı ünsiyyətin qızıl qaydası:

Özünüzə rəva görmədiyinizi başqalarına da rəva görməyin. Məsələn, "səliqəsiz" və "başdansovdu" bir yazını qəbul edirsiniz? Başqalarının işində orfoqrafiya səhvləri və ya müəyyən qüsurları görəndə qıcıqlanırsınızsa, bəlkə, özünüz də həmin səhvləri təkrar etməməyə çalışasınız?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

UĞURLU ÜNSİYYƏT ÜÇÜN MƏSLƏHƏTLƏR



Effektiv məlumatverənlər:

- ünsiyyəti düzgün qururlar: məlumatlar mümkün qədər qısa və aydın olur;
- mümkün qədər az sözlə kimə nəyi nə üçün və necə deyəcəklərini yaxşı bilirlər(!);
- oxucularını hər zaman nəzərdə saxlayır, onların dil bacarıqları, ehtiyacları, gözləntiləri, eləcə də ünsiyyətə maraq və hazırlıq səviyyələrinin fərqli olduğunu bilirlər;
- yazdıqlarının necə təfsir ediləcəyini nəzarətdə saxlamağın qeyri-mümkünlüyünü bilir və bu gerçəkliyi əvvəlcədən nəzərə alırlar;
- yaxşı bilirlər ki, əksər oxucular diqqəti cəmləməklə bağlı məhdud qabiliyyətə malikdirlər, yaxud diqqətləri asanlıqla yayınır; odur ki, təsirlə mükəmməllik arasında düzgün nisbət yaradırlar.
- bacardıqları qədər çox üsuldan istifadə edərək cavab və reaksiya əldə etməyə çalışırlar.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



VİZUAL ÜNSİYYƏT

RƏQABƏT

Vizual ünsiyyətin bütün elementlərinin: xarici görünüş, jest və hərəkətlərdən başlayaraq rəqəm, şəkil və simvollara qədər hamısının özünəməxsus rolu var. Bəzən müəyyən vizual elementlərin, məsələn, rəng, forma və s. əskikliyi auditoriyanıza öz təsirini göstərə bilir.

Məlumatverən olaraq, medianın (televiziyadan başlayaraq yazılı mesaja, tvitə qədər) müəyyən etdiyi və dayanmadan dəyişən gözlənti və standartlarla davamlı olaraq rəqabət aparmalı olursunuz.

Qalib gəlib-gəlməyəcəyinizdən asılı olmayaraq, müxtəlif ünsiyyət vasitələri ilə və ya onların daxilində rəqabət aparmalısınız. Yaradıcı səylər göstərməklə, heç olmasa, vizual məlumatın yaratdığı effektə təsir edə bilərsiniz.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



VİZUAL ÜNSİYYƏT

RƏNG

İş yerində vizual ünsiyyət məlumatınıza "don geyindirir". Məsələn, diaqramlar və ya illüstrasiyalar rəqəmsal verilənlərlə birlikdə açar sözləri və ya mətnin vacib hissələrini önə çıxarmağa kömək edə bilər.

Rənglər məlumatı ötürən üçün başlıca üstünlükləri təmin edir. Rəngli diaqram, şəkil və simvollar mürəkkəb məlumatları başa düşüləcək səviyyədə çatdırır. Bəzi rənglər müəyyən məlumatların koduna çevrilə və effektiv nəticə verə bilər (məsələn, Britaniya etiketləmə standartlarına əsasən, təhlükəni bidlirmək üçün sarı rəngdən istifadə edildiyi kimi).

Rəngin köməkçi xüsusiyyətlərinə aşağıdakılar aiddir:

- diqqəti cəlb etməyə və saxlamağa kömək edir;
- daha sadə və daha konkret məna bildirir;
- nəhəng auditoriyalara xitab edərkən adi ağ və qara sözlərlə müqayisədə daha tez və böyük təsir gücünə malik olur.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

VİZUAL ÜNSİYYƏT



Rəng vizual ünsiyyətin bir çox məhdudiyyətlərini əks etdirir.

Rənglərə, bir növ, aludə olmaq və onlardan ifrat dərəcədə istifadə aşağıdakı riskləri daşıyır:

1. Eynilə darıxdırıcı nitqlər kimi diqqəti azaldır, hissləri keyləşdirir.
2. Çərçivənin şəkli kölgədə qoyması kimi ifratavarma amilləri diqqəti yayındırır.
3. Yanlış təfsirə yol açа bilir: məsələn, qara rəng matəmin universal simvolu deyil.

"Vizuallıq"la bağlı başlıca tələblər aşağıdakılardan ibarətdir:

- mövcud vizual elementlərdən ən yaxşı formada istifadə etmək;
- auditoriyanızla fikir və ya məlumat mübadiləsini istədiyiniz səviyyədə nəzarət altında saxlamaq.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

QEYRİ-VERBAL ÜNSİYYƏT



Yazılı və şifahi nitqin, eləcə də vizual elementlərin kifayət qədər inkişaf etməsinə baxmayaraq, bu ünsiyyət formaları ilə yanaşı, hamımızın istifadə etdiyi bir çox işarə və siqnallar da mövcuddur.

Qeyri-verbal, yəni sözlərin istifadəsini istisna edən ünsiyyət alətləri ünsiyyət modellərimizə güclü və əksərən dominant təsirini qoruyub saxlayır.
Üz ifadəsindən səsin tonuna, bədən hərəkətlərindən məkanın istifadəsinə qədər hər vasitə ilə bir-birimizlə daim qeyri-verbal ünsiyyət qururuq.

Bəzi müşahidəçilər hesab edirlər ki, qeyri-verbal ünsiyyətin (məsələn, bədən dilinin) rolu həddən artıq şişirdilir. Amma bu mövzu yenə də qeyri-müəyyənliyin, sözün əsl mənasında, "ən qəliz yeri" olaraq qalır. Əhəmiyyət verilmədiyi təqdirdə, qeyri-verbal ünsiyyət ümumilikdə ünsiyyətin məqsədini tamamilə heçə endirə bilər.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

QEYRİ-VERBAL ÜNSİYYƏT



Ünsiyyət zamanı aşağıdakı məqamlara diqqət yetirin:

- başqaları ilə söhbət zamanı nə dərəcədə tez-tez göz təması qurursunuz;
- entuziazm, narahatlıq və ya təşviş kimi hisslərinizin fiziki təzahürü nə dərəcədə tez-tez və ardıcıl olaraq baş tutur;
- bu işarə və siqnallar necə dəyişir və dəyişməyə davam edir;
- hətta eyni mühit daxilində belə, ünsiyyət modelləri fərdlərə və qruplara nə dərəcədə fərqli təsir edir (sizin üçün uyğun olan və "işə yarayan" model başqaları üçün eyni nəticəni verməyə bilər);
- şəxsi məkan, müəyyən edilmiş sərhədlər və davranış normaları sizin üçün nə dərəcədə zəruridir;
- başqalarının fiziki təmasa yüklədiyi məna nədən ibarətdir?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

OFİS TEXNOLOGİYASI VƏ MULTİMEDİA



Əksər müəssisələrdə işgüzar ünsiyyət alətləri və sosial mediadan istifadənin sürətlə artması nəticəsində ünsiyyət və rabitə sistemi yenidən formalaşır. Müasir ünsiyyət texnologiyaları ilə tanışlıq və onlardan səmərəli istifadə bacarığı hazırda işimizin effektivliyi üçün son dərəcə vacibdir.

Bu gün əksər müəssisələr sosial medianın yalnız şəxsi məqsədlər üçün istifadəsi ilə kifayətlənmir və əsas platformalarda korporativ mövcudluğa, həmçinin ən müasir sosial media alətlərindən istifadəyə doğru irəliləyirlər.

Hər bir işçi bütün bu alətlərdən müəssisənin ümumi mənafeyi naminə səmərəli şəkildə istifadə etməlidir.

Aydındır ki, bu texnologiyalar üz-üzə ünsiyyətin mümkün olmadığı hallarda köməyə çatsa da, onu əvəz edə bilməz. Belə texnologiyalar həyatı asanlaşdırır, fiziki sərhədləri aradan qaldırır və bir-birimizlə əlaqəmizi təmin edir.

Lakin bu texnologiyalar biz məlumatverənlərin əlində ünsiyyət aləti olaraq qalır.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

OFİS TEXNOLOGİYASI VƏ MULTİMEDİA



İnformasiya texnologiyalarının davamlı irəliləyişi iş yerində ünsiyyəti asanlaşdırır və təkmilləşdirirmi?

Başlıca məqsədi xatırlayaq: işdə daha effektiv və sürətli ünsiyyət qurmaq istəyirik. Bu məqsədimizə nail olmaq üçün müxtəlif ünsiyyət alətlərinin bütün imkanlarını öyrənməyə davam edirik. Yeni çıxan sosial media alətləri ilə ünsiyyət daha sürətli və ucuz başa gəlir. Bu alətlərin köməyilə konkret hədəf auditoriyalara "əlimiz çatır", əlaqə saxlamaq istədiyimiz şəxslərin hər zamankından daha hərəkətli olduğu hallarda belə, yəni istənilən yerdə onlarla ünsiyyət qura bilir və onların məhz hazır olduqları, yaxud maraq göstərdikləri və ya dinləmək istədikləri variantlara seçici yanaşa bilirik.

Bəli, bütün bu irəliləyişlər ünsiyyəti sürətləndirsə və daha ucuz başa gətirsə də, heç də hər zaman asanlaşdırmır!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

SÜRƏT



Bir məlumatverən olaraq unutmayın ki:

- məlumatın sürəti məlumatın yalnız sürətli çatdırılması demək deyil; risk ondan ibarətdir ki, məlumatın qəbul edilməsi bu məlumata verilən reaksiyadan, yəni cavab və ya hərəkətdən fərqləndirilməyə bilər;
- necə hərəkət etməyinizdən və hansı tədbiri görməyinizdən asılı olmayaraq, mövcud ünsiyyət kanallarından istifadə etməklə bütün prosesi tam nəzarət altında saxlaya bilməzsiniz;
- rəqəmsal və ya vizual texnologiya sürətli və məhsuldar, lakin "şəxsən ünsiyyət" amilindən uzaq ola bilər.

Məlumatı sürətlə "çatdırmaq" bəzi məlumatverənlər üçün həlledici əhəmiyyət daşıyır. Lakin sizin üçün vacib, məqsədəuyğun və aktual olan seçim başqaları üçün belə olmaya bilər. Beləliklə, hansını seçirsiniz? Telefonu? E-poçtu? Yoxsa veb-konfransı? Vizual, üz-üzə, lakin daha ləng və bahalı variantlardansa sürətli, səmərəli, ucuz, lakin "şəxsən ünsiyyət" amilini istisna edən seçimi tərcih edirsiniz?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

SÜRƏT

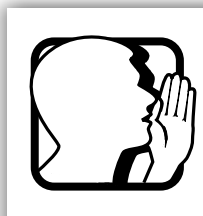


Nəzərə alın ki, ixtiyarınızda olan bütün ünsiyyət alətlərinə baxmayaraq, ünsiyyətinizin əsasını insanlarla – rəhbərləriniz, həmkarlarınız, müştəriləriniz və müəyyən qruplarla maksimum dərəcədə qarşılıqlı əlaqə təşkil edir.

Yadda saxlayın:

- istifadə edilən ünsiyyət vasitələrinin seçimi və sayı məlumatın çatdırılmasını sürətləndirə və ya yavaşlada, məzmununu sadələşdirə və ya mürəkkəbləşdirə bilir;
- müasir ünsiyyət vasitələrinin sürəti və çeşidliliyi insan təmasını əvəz edə bilməz;
- ünsiyyətinizin sürətini nəzərdə tutduğunuz dinləyicinin ehtiyac və gözləntilərinə uyğun şəkildə "tənzimləməlisiniz";
- söylənən söz düşünmə sürətimizin orta hesabla ¼-nə bərabər sürətlə qulaqlarımıza çatır;
- hədsiz məlumat yükləməsi diqqəti cəmləşdirmə səviyyəsini zəiflədə bilir!

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ

ÖZÜNÜZÜ TANIYIN



Qurduğunuz ünsiyyətin effektiv olub-olmadığını sizə kim deyə bilər? Özünüz? Yoxsa başqaları?

Bir məlumatverən olaraq, çox vaxt yalnız özünüzə güvənir və güvənəcəksiniz. Texnologiya və ya köməkçi vasitələr bir yana, öz fikirlərinizin çatdırılmasına görə məsuliyyəti, birinci növbədə, **siz özünüz** daşıyırsınız. **Özünüzü, niyyətlərinizi, gözləntilərinizi və ehtiyaclarınızı məhz özünüz "çatdırmalısınız"**.

Ünsiyyət zamanı, hər şeydən əvvəl, özünüzə inamınızı "çatdırırsınız". Özünüzə inanır və təmkininizi qoruya bilirsinizsə, effektiv ünsiyyət qurmaq bacarığınız getdikcə təkmilləşəcək. Çox güman ki, öz tərzinizə yaxşı bələd olduğunuzu zənn edir və bir məlumatverən olaraq, özünüzlə bağlı yeni bir şey "kəşf etmək" istəmirsiniz.

Başqalarından özünüz haqqında öyrənəcəkləriniz özünüz haqqında bildiyinizi **düşündüklərinizdən**, adətən, çox dəyərli olur. Özünüz haqqında nə düşünə biləcəyinizdən asılı olmayaraq, ünsiyyət tərziniz heç kimə sirr deyil. Başqaları necə bir məlumatverən olduğunuzu, daha dəqiq desək, hansı məlumatverən növünə aid olduğunuzu söyləyə bilərlər. Növbəti səhifələrdə iki cür: **şüurlu məlumatverənlər və yaxşı məlumatı verənlər** haqqında danışacağıq.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ

ŞÜURLU MƏLUMATVERƏNLƏR



- İstənilən ünsiyyətdə nə kimi problemlərin yaranacağını bilir və nəzərə alırlar.
- Çatdırmaq istədiklərini ətraflı götür-qoy edirlər.
- Başqaları ilə effektiv dialoqun qarşısındakı istənilən mümkün maneəni aşmağa çalışırlar.
- Başqaları ilə qarşılıqlı əlaqə zamanı müntəzəm şəkildə rəy öyrənməyə çalışır və bu rəylərdən istifadə edirlər.
- Dinləmək ehtiyacını mütləq nəzərə alırlar.

BU SİZ OLA BİLƏRSİNİZ?!
ŞÜURLU MƏLUMATVERƏN?!

Səbirli olun! Oxumağa davam etdikcə mənzərə sizin üçün daha aydın olacaq.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

ŞÜURLU MƏLUMATVERƏNLƏR



- Ayrı-ayrı fərdlərlə və ya qruplarla olan fərqli ünsiyyət formalarını bilir və müvafiq formaya uyğunlaşırlar:
  - şəxsən və ya;
  - dolayı kanallardan istifadə etməklə.
- Düzgün məlumatı çatdırmaq üçün səy göstərirlər.
- Ünsiyyət bacarıqlarını təkmilləşdirmək üçün davamlı olaraq səy göstərirlər.
- Ünsiyyətin zamanlamasına xüsusi diqqət yetirirlər.
- Məlumatverənlərin bu növünə çox az rast gəlinir.

TƏSVİR EDİLƏN XÜSUSİYYƏTLƏRİ ÖZÜNÜZDƏ GÖRÜRSÜNÜZMÜ?

Effektiv ünsiyyət qura bilmək üçün şüurlu məlumatverən olmalısınız və bunun necə çətin olduğunu sübut edə bilən çox insan var.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ

YAXŞI MƏLUMATI VERƏNLƏR



- Əsasən, "xoş hisslər oyadan" məlumatları çatdırmağa can atır və "şad xəbər carçısı" kimi tanınmaq istəyirlər.
- Pis xəbərləri çatdırmağı başqalarına həvalə etməyi tərcih edirlər.
- Dinləməməyə meyilli olduqları üçün məlumatı dəqiq və dolğun çatdırmaq bacarıqları zəif olur; əsas səbəb isə birinci növbədə odur ki, deyilənləri eşitmirlər!
- "**Düzgün** başlıq verməyi" xoşlayırlar.
- Məlumatı nəzarətdə saxlamağı xoşlayırlar.
- Məlumatı vaxtında verməyə xüsusi diqqət göstərir, yaxşı xəbərləri "isti-isti" çatdırmağı sevirlər.



Özünüzü tanıdınız?
Susmaq razılıq əlamətidir! Afərin sizə!
Heç olmasa, artıq "inkar" mərhələsini arxada qoydunuz.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ

FƏRDLƏRLƏ ÜNSİYYƏT



Son dərəcə əhəmiyyətsiz olanın əhəmiyyətini az bilməyin.

Həmin o "son dərəcə əhəmiyyətsiz" sözlərin mənası böyük ola bilər. Təsadüfi qarşılaşmalar zamanı həmkarlar, idarəçilər və ümumiyyətlə, işçilər arasındakı salamlaşmalar çox vaxt təsəvvür etdiyimizdən çox məna daşıyır. Bu salamlaşmalar hətta xeyli dərəcədə gizli mənalar da ehtiva edə bilir.

Çox vaxt sözlər müəyyən qədər mənasız səslənsə də, salamlaşma qarşı tərəfə olan diqqət və hörmətin göstəricisi olaraq qəbul edilir, bu isə o deməkdir ki, diqqət axtaranlar üçün salamlaşma əhəmiyyət kəsb edir.

Salamlaşmadan başqa, adət halını almış müəyyən ünsiyyət elementləri də vardır ki, riskə getdiyimizi hiss etmədən bəzən onlara da əhəmiyyət vermir və ya lazımsız hesab edirik.



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ

FƏRDLƏRLƏ ÜNSİYYƏT



Hamımız ara-sıra bizə göstərilən fərdi diqqətdən xoşhal olur və bunu təqdir edirik. Çox vaxt etiraf etməsək də, belə diqqətə ehtiyac duyuruq.
Fərdi diqqət göstərmək ünsiyyət qurmaq deməkdir.

Başqalarını söhbətimizə cəlb etmək onları təqdir etməyin başlıca göstəricisidir.
Təqdir etmək ünsiyyət qurmaq deməkdir.

İdeya, rəy və düşüncələrimizi başqa fərdlərlə bölüşmək əlaqələrimizi möhkəmləndirir.
Əlaqə yaratmaq ünsiyyət qurmaq deməkdir.

Bu və ya digər işi bizim adımızdan görməsi üçün başqalarını dilə tutmaq çətin ola bilər. Amma bunu bacarırıqsa, deməli, təsir edə bilirik.
Təsir etmək ünsiyyət qurmaq deməkdir.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

QRUP VƏ KOMANDALARLA ÜNSİYYƏT



Qrup və komandalar daxilində ünsiyyət bir sıra başlıca tələblərə cavab verir.

Ünsiyyət müəyyən formal və qeyri-formal üsullarla:

- qrup və ya komandaların bir araya gətirilməsi prosesinə yardım edir;
- qrup və ya komandanın məqsəd və hədəflərini aydınlaşdırmağa kömək edir;
- gözlənti və standartların müəyyən edilməsində bir vasitə rolunu oynayır;
- qrup və ya komandanın kimlik və mənsubiyyət hissini gücləndirir;
- fərdi kimlik (özünüdərk) və (qrup və ya komanda tərəfindən) qəbuledilməni gücləndirir.

Həqiqətənmi, idarəçi qrup və komandalar daxilində baş verən hər şeyə görə cavabdeh hesab edilə bilməz?

İdarəçi kimi, öz cavabdehliyinizin hüdudları çərçivəsində bu cür qrup və ya komandaların üzvü olmasanız belə, ünsiyyət cəhdlərinizin qeyd olunan başlıca tələblərə cavab verməsinə görə məsuliyyət daşıyırsınız.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ

QRUP VƏ KOMANDALARLA ÜNSİYYƏT



Qrup və komandalar daxilində ünsiyyət onların üzvləri arasında yekdillik yaradan münasibətlər şəbəkəsini dəstəkləyir və möhkəmləndirir.

Bu cümləni təkrar söyləyə bilərsinizmi?

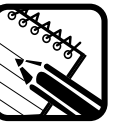
Öz qurduğunuz və ya başqasından təhvil aldığınız qrup və komandaları həvəsləndirmir və dəstəkləmirsinizsə, ünsiyyəti çətinləşdirmiş olursunuz. Qrup və ya komanda üzvləri ilə ünsiyyət qurmur, aydın təlimatlar vermirsinizsə, onların işinə maneə yaradırsınız.

Qrup və komandaların mövcudluğunun səbəbi konkret bir tapşırığı yerinə yetirmək və ya müəssisə üçün xüsusi bir məqsədə nail olmaqdır. Ünsiyyət üzvləri bir araya gətirir, dəstəkləyir və onların mövcudiyyətini formalaşdırır. Əksər layihələrin uğuru onların təsisçilərinin təmin etdikləri resurslardan irəli gəlir.

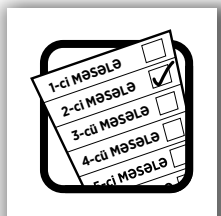
Bir idarəçi kimi, layihələrin və sizinlə müntəzəm ünsiyyətdə, yaxud tabeliyinizdə olan komandaların resurslarla təmin edilməsi və dəstəklənməsi ilə bağlı əldə etdiyiniz uğurlara görə etibar qazana və təqdir edilə bilərsiniz.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

QEYDLƏR



Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd



YOXLAMA SİYAHILARI

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YOXLAMA SİYAHILARI

GİRİŞ



Yoxlama siyahılarının üç məqsədi var:

I) bir məlumatverən olaraq, özünüzlə bağlı fikirləşməyə və götür-qoy etməyə kömək etmək;

II) ünsiyyət bacarıqlarınızı təkmilləşdirməyin praktiki üsulları barədə düşüncələrinizi istiqamətləndirmək;

III) ünsiyyət standartlarının təkmilləşdirilməsi üzrə işlərinizə kömək etmək.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YOXLAMA SİYAHILARI

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ (1)



1. İşdə ünsiyyətə nə qədər (həftədə neçə saat) vaxt sərf edirsiniz?
2. Bu vaxtın nə qədər hissəsi a) danışmağa və b) dinləməyə sərf edilir?
3. Məlumatverən olaraq, müntəzəm şəkildə istifadə etdiyiniz 3 ünsiyyət vasitəsini sıralayın.
4. Ünsiyyət vasitələrindən birinə digərlərindən daha çoxmu etibar edirsiniz?
5. Ünsiyyət qurmaq ehtiyacı ilə bağlı çoxmu düşünürsünüz?
6. Ünsiyyət qurmazdan əvvəl, bir qayda olaraq, hazırlaşırsınızmı?
7. Adətən, verəcəyiniz məlumatı və ya nə deyəcəyinizi planlaşdırırsınızmı?
8. Söyləyəcəklərinizi məşq edirsinizmi?
9. Ünsiyyət bacarıqlarınızla bağlı rəy və fikirləri öyrənirsinizmi?
10. Arzuolunmaz və mənfi rəyləri normal qarşılayırsınızmı?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YOXLAMA SİYAHILARI

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ (2)



1. Hədəf auditoriyanızı müəyyən etmək üçün kifayət qədər çalışdığınıza əminsinizmi?
2. Auditoriyanızın sizdən gözlədiyi və ya başa düşdüyü "dili" bilirsinizmi?
3. Hədəf auditoriyanızın hansı əhvalda olduğunu və dinləməyə hazır olub-olmadığını dəqiqləşdirirsinizmi?
4. Xüsusilə də məyusedici xəbərlər verməli olanda auditoriyanızın emosiyalarını necə "cilovlayacağınızı" planlaşdırırsınızmı?
5. İlk cəhdiniz çox ciddi uğursuzluqla nəticələnərsə, eyni məlumatı təkrar edərsinizmi?
6. Ehtiyac olarsa, ünsiyyəti qısaltmağa və ya qəfildən dayandırmağa hazırsınızmı?
7. Məlumat tam ötürülmədikdə bunu:
   i) özünüz anlayırsınız, yoxsa
   ii) başqaları sizə deməlidir?
8. Ünsiyyət qurmaq istədiyiniz mühiti hər hansı üsulla nəzarətdə saxlamağa çalışırsınızmı?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YOXLAMA SİYAHILARI

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ (3)



1. Hər kəsin nə vaxtsa "kəşf ediləcək" gizli yumor hissinə malik olduğunu düşünürsünüzmü?
2. Ünsiyyət zamanı yumordan istifadə edirsinizmi?
   a) bəzən;
   b) şüurlu şəkildə və seçici yanaşaraq;
   c) tez-tez;
   d) çox nadir hallarda.
3. Ən yaxşı məlumatverənlərin hazırlıqsız və spontan hərəkət etdiyini düşünürsünüzmü?
4. Başqalarına qulaq asan zaman:
   a) bütün diqqətinizi deyilənlərin təfərrüatlarına yönəldirsiniz, yoxsa...
   b) əsasən, ümumi arqument və ya məlumatı diqqət mərkəzində saxlayırsınız?
5. Ən çox kimləri dinləyirsiniz?
   a) birbaşa tabeliyinizdə olanları;
   b) eyni səviyyəli həmkarlarınızı;
   c) sizdən yüksək vəzifəli şəxsləri;
   d) ailəniz və ya dostlarınızı;
   e) müəssisədənkənar başqa şəxsləri.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YOXLAMA SİYAHILARI

MƏLUMATVERƏN OLARAQ – SİZ (4)



1. Qrup və ya komandalar daxilində fəallıq nümayiş etdirirsinizmi?
2. Başqaları sizi yaxşı dinləyici hesab edirmi?
3. Özünüzü yaxşı dinləyici hesab edirsinizmi?
4. Başqaları kütlə qarşısında əminliklə çıxış edə bildiyinizi düşünür və sizi "mahir natiq" olaraq qəbul edirmi?
5. Bu sizin özünüz haqqında şəxsi fikrinizdirmi?
6. İşdəki ünsiyyət tərziniz işdənkənar ünsiyyət tərzinizlə oxşardırmı?
7. Bir məlumatverən olaraq, qeyri-verbal vərdiş və maneralarınızdan xəbərdarsınızmı?
8. "Pis xəbər" verməkdən yayınır və ya ötürməkdə tərəddüd edirsinizmi?
9. "Pis xəbər"in verilməsini başqalarına həvalə edirsinizmi?
10. İşlərinizi problemlərə səthi yanaşaraq və ya açıq-aşkar müzakirə edilməli məsələləri "birtəhər həll edərək"mi idarə edirsiniz?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YOXLAMA SİYAHILARI

QRUP VƏ KOMANDALAR (1)



1. Qrup və ya komanda görüşləri zamanı üzvlərin müzakirələrdəki "iştirak səviyyəsi"ndə qeyri-bərabərlik böyükmü olur?
2. Çox az danışan və ya heç danışmayan üzvlər varmı?
3. Bu "məhdud iştirak"ın səbəbi nə ilə bağlıdır?
   a) üzvlərin öz seçimidir;
   b) danışmaq üçün az fürsət verilir;
   c) danışmaq üçün onları həvəsləndirmək lazımdır;
   d) başqa səbəblər var.
4. Danışan həddən çox, qulaq asan azdırmı?
5. Danışan həddən çox, "hərəkət edən" və ya "konkret fikir irəli sürən" azdırmı?
6. Qrup və ya komanda üzvləri qeyri-formal ünsiyyəti yüksək qiymətləndirir və təşviq edirlərmi?
7. Müəssisənizdə qrup və komandalar daxilindəki ünsiyyət açıq müzakirə edilirmi?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YOXLAMA SİYAHILARI

QRUP VƏ KOMANDALAR (2)



1. Həm sözdə, həm də əməldə fəal və bərabərsəviyyəli (mütənasib) iştirakı siz təşviq edirsiniz, yoxsa digər qrup və komanda üzvləri?
2. Layihə üzrə qrup və ya komandalar təşkil edilən zaman ünsiyyət bacarığı öncəlik təşkil edirmi?
3. Qrup və ya komanda koordinatorları müəyyən edilən zaman ünsiyyət bacarığı başlıca amil hesab edilirmi?
4. Qrup və komanda görüşləri zamanı müzakirələrin (və ya toplantının) gedişatına şərait yaratmaq üçün lazımi otaq və ya məkan, o cümlədən ləvazimat və avadanlıqlar hər zaman təmin olunurmu?
5. Öz cavabdehliklərinizin hüdudları daxilində qrup və komandalarla necə ünsiyyət saxlayırsınız?
   a) bütün qrup/komanda ilə üz-üzə görüşürsünüz;
   b) qrup/komanda koordinatoru və ya lideri ilə görüşürsünüz;
   c) adətən, yazılı ünsiyyəti tərcih edirsiniz;
   d) hesabat və təqdimatlar zamanı bir araya gəlirsiniz.

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YOXLAMA SİYAHILARI

MÜƏSSİSƏ DAXİLİNDƏ (1)



1. Siz "danışan", yoxsa "dinləyən" müəssisəsiniz?
2. Bir-birinizlə əlaqə saxlayarkən düzgün ünsiyyət vasitələri və ya onların düzgün kombinasiyasından istifadə etdiyinizi düşünürsünüzmü və bu seçimdən məmnunsunuzmu?
3. Auditoriyalarınızın hansı ünsiyyət vasitələrini bəyəndiyini və bunun səbəbini bilirsinizmi?
4. Müəssisənizin neçə əməkdaşı formal ünsiyyət kanallarını qeyri-formal kanallarla müqayisədə daha yüksək qiymətləndirər?
5. Ünsiyyət, adətən, tez-tələsikmi baş tutur?
6. Müəssisə daxilində ünsiyyətin zamanlaması vacibdirmi?
7. Müəssisənizin sizə "söylədikləri"nə qulaq asmaq üçün, həqiqətən də, vaxtınız varmı?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

YOXLAMA SİYAHILARI

MÜƏSSİSƏ DAXİLİNDƏ (2)



1 Müəssisəniz öz performansı ilə bağlı məlumatları ehtiyatla və ləngmi təqdim edir?
2 Müəssisəniz tənqidə necə cavab verir?
   i) rəhbərliyin vasitəsilə tam, birbaşa və tez;
   ii) ictimaiyyətlə əlaqələr və ya hüquq şöbəsinin əməkdaşları vasitəsilə dolayı və qısa;
   iii) əhəmiyyət verməməyə çalışır;
   iv) ləng cavab verir və ya mümkün qədər çox gözləyir.
3. Müəssisəniz qeyri-müəyyənliyin öhdəsindən necə gəlir?
4. Problem yarananda onun öz-özünə "yat-küt" olmasını və ya "zərərsizləşməsi"nimi gözləyir?
5. Problemlərin öz-özünə həll olacağına ümid edirmiş kimi onlara laqeydmi yanaşır?
6. Müəssisənizin ünsiyyətlə bağlı imicindən məmnunsunuzmu? Məmnun deyilsinizsə, bununla bağlı nəsə edə **bilərsinizmi**?

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd

Müəllif haqqında

Şon Misteyl (BSocSc* NDPM M Sc (Mgmt) NDip Mediation Studies***)**
Şon İrlandiyada 35 ildən çox dövlət qulluğunda, əsasən də, insan resursları və təşkilati inkişaf sahələri üzrə çalışmışdır. Bir sıra dövlət idarələrində və Dövlət Qulluğuna Hazırlıq Mərkəzində işlədikdən sonra İrlandiya Telekommunikasiya Xidmətləri və İrlandiya Torf Şurasının böyük dəyişiklik təşəbbüslərində yaxından iştirak etmişdir. Növbəti illərdə müstəqil təlimçi və məsləhətçi olaraq fəaliyyət göstərmiş, daha sonra keçmiş Yoxsulluqla Mübarizə Agentliyində və Vətəndaşların Məlumatlandırılması Şurasında çalışmışdır.



Son zamanlar, əsas etibarilə, tərcüməşünaslıq sahəsində çalışır, həmçinin təhsil sektoru və ictimai sektorda kouçinq və mentorluq fəaliyyəti göstərir.

Əlaqə
Müəlliflə aşağıdakı ünvanlar və telefon nömrəsi vasitəsilə əlaqə saxlaya bilərsiniz:
İrlandiya, Dublin, Sidney Avenyu, 14, "Blackrock Co."
Tel: 00353 1 2886652 E-poçt: sean.misteil@gmail.com

* Sosial elmlər üzrə bakalavr ("Bachelor of Social Sciences")
** İdarəetmə üzrə dəqiq elmlər magistri ("Master of Sciences (Management)")
*** Mediasiya üzrə milli diplom ("National Diploma on Mediation studies")

Copyright protected – Management Pocketbooks Ltd