

Қалтаева С.А., Баймағанбетов С.Т

**ІСКЕРЛІК ҚАРЫМ ҚАТЫНАС
МӘДЕНИЕТІ**

**«Халықаралық туризм және меймандостық университеті»
КЕАҚ**

Қалтаева С.А., Баймағанбетов С.Т

ІСКЕРЛІК ҚАРЫМ ҚАТЫНАС МӘДЕНИЕТІ

Оқу құралы

Түркістан-2026

УДК
ББК
Қ28

Халықаралық Туризм және Меймандостық университетінің Оқу-
әдістемелік кеңесінде қаралып баспаға ұсынылды

Пікір бергендер:

Әзретбергенова Г.Ж. – экономика ғылымдарының кандидаты, профессор
Байбосынова Г.Ж. экономика ғылымдарының кандидаты,
қауымдастырылған профессор

Қ28

Қалтаева С.А., Баймағанбетов С.Т Іскерлік қарым қатынас мәдениеті.
Оқу құралы. Түркістан: Әсем баспасы, 2026- 192 бет.

ISBN

Осы оқу құралының негізгі мақсаты – білім алушыларға іскер адамға тән басты құзыреттіліктің бірі – коммуникативтік құзыреттілікті меңгеруге көмектесу. Оқу құралының мазмұны интегративтік сипатқа ие: онда іскерлік қарым-қатынас риторикасында қабылданған негізгі ұғымдар мен категориялар; іскерлік қарым-қатынастың әртүрлі жанрлары; іскерлік әңгіме мен пікірталасты жүргізудің негіздері; конструктивті іскерлік өзара әрекеттестіктің стратегиялары мен тактикалары; сондай-ақ іскерлік құжаттаманың түрлері және оларды ресімдеу ережелері қарастырылады. Оқу құралының материалы меңгеруге барынша қолайлы түрде жүйеленіп, құрылымдалған.

УДК
ББК

МАЗМҰНЫ

КІРІСПЕ	7
1.Қарым-қатынас және коммуникация	
1.1 Коммуникация және қатынас ұғымы	8
1.2 Қатынас актісінің құрылымы	9
1.3 Қарым-қатынас мақсаттары, функциялары және механизмдері	14
1.4 Қарым-қатынас стильдері	16
1.5 Қарым-қатынастағы кедергілер	20
1.6 Коммуникативтік құзыреттілік – әмбебап кәсіби қасиет	25
2. Іскерлік қарым-қатынастың жалпы сипаттамасы	
2.1 Іскерлік қарым-қатынастың мәні	30
2.2 Іскерлік қарым-қатынастың мақсаттары	32
2.3 Іскерлік қарым-қатынас принциптері	36
2.4 Іскерлік қарым-қатынас тараптары	36
3. Қарым-қатынас құралдары	
3.1 Қатынас құралдары	42
3.2 Вербалды қарым қатынас жүйесінің мәні	43
3.3 Вербалды коммуникативті әдістер	44
3.4 Вербалды емес қарым-қатынас жүйесінің мәні	46
3.5 Вербалды емес қарым-қатынас құралдары мен техникалары	46
4. Іскерлік қарым-қатынас түрлері	
4.1 Іскерлік қарым-қатынастың негізгі түрлері	52
4.2 Тұлғааралық қарым-қатынас	53
4.3 Топтық қарым- қатынас	54
4.4 Мәдениетаралық қарым-қатынас	56
5. Іскерлік қарым-қатынастағы сөйлеу мәдениеті	
5.1 Іскерлік қарым-қатынастағы сөйлеу	68
5.2 Сөйлеу мәдениетінің нормалары	70
5.3 Сөйлеу стилі мен сапасы	71
5.4 Сөйлеу мәдениеті және оның түрлері	72
5.5 Іскерлік қарым-қатынастағы сөйлеу этикеті	74
6. Әңгіме іскерлік қарым-қатынастың бір түрі ретінде	
6.1 Іскерлік әңгімелесу түрлері	78
6.2 Іскерлік әңгімеге дайындық	78
6.3 Іскерлік әңгіме жүргізу стратегиясын әзірлеу	79
6.4 Іскерлік әңгіме өткізу	80
6.5 Іскерлік әңгімені талдау	87
7. Кеңес (мәжіліс) іскерлік қарым-қатынас нысаны ретінде	

7.1	Іскерлік кеңес және оның түрлері	91
7.2	Кеңесті дайындау	92
7.3	Кеңес (мәжіліс) басшысының міндеттері	93
7.4	Мәжілістерді жүргізу әдістемелері	94
7.5	Іскерлік жиналыс өткізудің ерекшеліктері	96

8. Келіссөздер іскерлік қарым-қатынас нысаны ретінде

8.1	Келіссөздердің түрлері	101
8.2	Келіссөз жүргізу стратегиялары	102
8.3	Келіссөз жүргізуге дайындық	105
8.4	Келіссөздер процесінің кезеңдері	108
8.5	Келіссөздер жүргізу техникасы	111
8.6	Келіссөздердің тактикалық әдістері	115
8.7	Келіссөздер қатысушыларының бірлескен шешім түрлері	117

9. Іскерлік қарым-қатынас нысаны ретінде көпшілік алдында сөйлеу

9.1	Көпшілік алдында сөйлеу ұғымы және принциптері	122
9.2	Көпшілік алдында сөйлеу құрылымы	123
9.3	Көпшілік алдында сөз сөйлеуге дайындық	124
9.4	Тыңдаушылардың зейінін белсендендіру	128
9.5	Оратор сөзіндегі логика	130
9.6	Көпшілік алдында сөйлеген сөздің нанымдылығы	133
9.7	Оратор тұлғасы	134

10. Іскер адамның имиджі

10.1	Имидж ұғымы	139
10.2	Имидждің функциялары	142
10.3	Іскер адамның имиджін қалыптастыру	143

11. Іскерлік қарым-қатынас құжаттары

11.1	Ресми іскери жазбаша сөйлеудің ерекшеліктері	147
11.2	Іскерлік хат алмасуды құрайтын құжаттардың түрлері	148
11.3	Құжаттардың құрылымы мен баяндау стиліне қойылатын талаптар	157
11.5	Құжаттарды рәсімдеуге қойылатын талаптар	159

12. Қақтығыс ұғымы және оны шешу жолдары

12.1	Қақтығыс түсінігі, функциялары, түрлері мен құрылымы	164
12.2	Қақтығыс жағдайында әрекет ету стратегиясы	169
12.3	Қақтығыс жағдайындағы мінез-құлық ережелері	172

13. Іскерлік этика

13.1	Кәсіби этика	177
------	--------------	-----

13.2	Жеке тұлға этикасы және корпоративтік этика	179
13.3	Іскерлік этикеттің негізгі қағидаттары	180
13.4	Іскерлік этикеттің ерекшеліктері мен маңызы	184
	ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР	191

КІРІСПЕ

Қарым-қатынас – адамның өміріндегі ең маңызды салалардың бірі. Адам кез келген жаста өзара іс-әрекет жасау, бос уақытты бірге өткізу, эмоциялармен бөлісу, сезіммен бөлісу және т.б. үшін басқалармен байланыс орнату және оны дамыту қажеттілігін сезеді.

Қазіргі іскерлік тәжірибеде қатынастың ерекше рөлі бар, ол коммуникацияның тиімді шешімдер қабылдауға мүмкіндік беретін техникалары мен технологияларын білуді, ойлы және шебер пайдалануды талап етеді. Мұндай шешімдер өндірістік, психологиялық, этикалық және басқа да проблемаларды шешуге көмектеседі, олар жұмыс коллективінде туындайды. Осындай технологияларды әзірлеу қажеттілігі XX ғасырдың екінші жартысында «іскерлік қатынас» деген ғылымның пайда болуына себеп болды. Бұл ғылымда қатынастың әртүрлі аспектілері – коммуникативтік, психологиялық, этикалық – қарастырылады және талданады.

Оқу құралы іскерлік қарым-қатынасты зерттейтін әдебиеттерге сүйеніп дайындалған және жоғары кәсіби білім беру бағдарламасының студенттері үшін арналған. Оқу құралының негізгі мақсаты – іскер адамға тән негізгі құзыреттілікті – коммуникативтік құзыреттілікті игеруге көмектесу. Коммуникативтік құзыреттілік деп қатынас барысында белгілі типтегі коммуникативтік тапсырмаларды қоя және шеше білу қабілеті түсініледі: қатынас мақсатын анықтау, жағдайды бағалау, іскер серіктестердің ниеттері мен мақсаттарын анықтау және ескеру, коммуникация стратегиясын дұрыс таңдау, оның тиімділігін бағалау және тағы басқа да қабілеттер.

Оқу құралының материалы жүйеленген және тиімді игеру үшін ыңғайлы құрылымда ұсынылған. Оқу құралының ерекшелігі – практикалық бағытталуы. Мазмұн логикалық байланысқан тақырыптарға бөлінген, оларда «іскерлік қатынас» ғылымының негізгі ұғымдары қарастырылады: мәні, ерекшелігі, мақсаты, функциялары, жақтары, құралдары, формалары және т.б. Әр тақырыпта практикум, тесттер және тапсырмалар бар, олардың екі қызметі бар: біріншіден, өз коммуникативтік қабілеттері туралы ақпарат алуға және оларды дамытуға қызығушылық тудыруға мүмкіндік береді; екіншіден, іскерлік қатынас дағдылары мен машықтарын игеруге көмектеседі.

Оқу құралында іскерлік әңгімені оның сөйлеу, логикалық және психологиялық негіздері тұрғысынан сипаттауға, оны вербалды емес қарым-қатынас құралдарын қолдану тұрғысынан сипаттауға, сондай-ақ ауызша іскерлік сөйлеудің негізгі формаларына қатысты ақпаратты қорытындылауға талпыныс жасалды. Оларды игеруді әр тақырыпқа арналған өзін-өзі тексеру тесттері арқылы тексеруге болады, бірақ алынған білімді, дағдыны және қабілеттерді «жанды» қатынаста, іскер серіктестермен тиімді пайдалану жеке күш-жігерге байланысты.

Тақырып 1. Қарым-қатынас және коммуникация

1.1. Коммуникация және қатынас ұғымы

«Қатынас» ұғымына көптеген анықтамалар бар. С.И. Ожегов пен Н.Ю. Шведова құрастырған орыс тілінің түсіндірме сөздігінде қатынас «өзара байланыс, іскерлік немесе достық байланыс» деп анықталған. Психологиялық анықтамаға сәйкес, қатынас – бұл «адамдар арасындағы байланыстарды орнату және дамыту процесі, ол бірлескен қызмет қажеттіліктеріне негізделген және ақпарат алмасуды, өзара әрекеттесудің біртұтас стратегиясын қалыптастыруды, басқа адамды қабылдау мен түсінуді қамтиды» [21].

Кең мағынада қатынас тек бірлескен қызметті ғана емес, сонымен қатар түсіністік, жанашырлық, эмпатия сияқты құбылыстарды да қамтиды; тар мағынада қатынас – ортақ мүдде немесе қажеттіліктері бар адамдар арасындағы өзара әрекеттесу болып табылады.

Шетелдік психологияда қатынас ұғымын сипаттау үшін «коммуникация» термині қолданылады. Шетел сөздері сөздігінде коммуникация «ақпарат алмасу», «байланыс формасы», «қатынас әрекеті, екі немесе одан да көп тұлға арасындағы байланыс; ақпаратты бір тұлғаның екінші тұлғаға немесе бірнеше тұлғаға беру» деп түсіндіріледі. Жаңа иллюстрациялық энциклопедияда коммуникация «адамнан адамға ақпарат жеткізу – адамдардың танымдық-құрылымдық қызмет процесінде жүзеге асатын өзара әрекеттесудің ерекше формасы, негізінен тіл арқылы (кейде басқа таңбалық жүйелер арқылы) жүзеге асады» деп сипатталады.

Қарым-қатынас (байланыс) және коммуникация ұғымдарының бір-біріне ұқсастығына қарамастан, олар бірдей емес. Коммуникация құрылымын қарапайым схема түрінде көрсетуге болады, ол үш компоненттен тұрады: коммуникатор (хабарды жіберуші), хабар (ақпаратты жеткізу процесі) және коммуникант (қабылдаушы). Адамдардың өзара әрекеттесу кезінде мінез-құлық ерекшеліктері мен қолданылатын коммуникативтік құралдар қатынас моделіне байланысты болады.

«Қатынас» және «коммуникация» ұғымдарының өзара байланысы туралы әртүрлі пікірлер бар. Біреулердің пікірінше, қатынас кең ұғым ретінде коммуникацияны қамтиды, ал басқалары коммуникация кеңірек ұғым болып, қатынасты ішіне алады. Дегенмен, барлық зерттеушілер олардың тығыз байланысын мойындайды.

Әлеуметтік психология қатынастың ең маңызды сипаттамалары ретінде мыналарды көрсетеді [10:29]:

1. Қатынас – субъектінің белсенділігінің ерекше формасы;
2. Қатынас – тұлғалар арасындағы өзара әрекеттесудің ерекше шынайылығы;
3. Қатынас әрдайым адамдардың белгілі бір бірлескен қызмет формаларын қамтиды.

Осы сипаттамалар қатынас ұғымының ең толық көрінісін береді, сондықтан біз оны «жұмыс анықтамасы» ретінде қолданамыз. Қатынас – бұл адамдар арасындағы байланыстарды орнату және дамытуға бағытталған көпқырлы күрделі процесс, ол бірлескен қызмет қажеттілігінен туып, ақпарат алмасуды, өзара әрекеттесудің біртұтас стратегиясын қалыптастыруды, басқа адамды қабылдау мен түсінуді қамтиды [21:213].

1.2. Қатынас актісінің құрылымы

«Қатынас» ұғымының күрделілігін ескере отырып, оның құрылымын айқындау қажет, бұл әрбір элементті талдауға мүмкіндік береді.

Қатынас құрылымын үш өзара байланысқан жақты бөліп көрсету арқылы сипаттауға болады: **коммуникативтік, интерактивтік және перцептивтік** [3:10-43].

Коммуникативтік жағы – бұл адамдар арасындағы ақпарат алмасу. Қатынас барысында коммуникация әрдайым оның қатысушылары үшін маңызды, өйткені ақпарат алмасу әрдайым белгілі бір мақсатқа жету немесе белгілі бір қажеттілікті қанағаттандыру үшін жүзеге асады.

Интерактивтік жағы – бұл жеке тұлғалар арасындағы өзара әрекеттесуді ұйымдастыру, яғни тек білім мен идеяларды ғана емес, әрекеттерді де алмастыруды білдіреді. Қатынас мазмұнын сипаттау кезінде біз көбінесе әрекет терминдерін қолданамыз. Мысалы: «сөйлесушіге қысым жасау», «сөйлесушіге икемделу», «ұру» және т.б. Сонымен қатар, біз әріптестің әрекетіне де жауап береміз, мысалы, бізді бірдеңеге «мәжбүрлейді», бірдеңеге «иттереді» деген сияқты сезімдерді білдіреміз.

Әрекеттерді талдау, олардың жағдайға сәйкестігін бағалау үшін келесі сұрақтарға жауап беру қажет:

- Жағдай мен әрекеттерді қалай сәйкестендіруге болады?
- Дұрыс әрекеттерді қалай таңдау керек?

Әрекетке ниет – бұл адам қатынас жағдайын түсінуін бейнелейтін термин, оны «трансакция» деп атайды. Қатынас жағдайын талдау тәсілі – бұл трансакциялық талдау бағыты [17], әлемде кең танымал болған бағыт. Трансакциялық талдаудың негізгі ұғымдарының бірі – трансакциялар (қатынас бірліктері), сондай-ақ Мен-мін күйі – адамның ішкі әлеміндегі эмоциялар, көзқарастар мен мінез-құлық схемаларының салыстырмалы тәуелсіз жиынтығы.

Трансакциялық талдаушы Э. Берн адам қатынасында үш позицияны бөліп көрсетеді, олар адамның мінез-құлқы мен әрекет тәсілдерін анықтайды: ата-ана, ересек және бала.

- Ата-ана – бұл Мен-мін күйі, сезімдері, көзқарастары және әдеттегі әрекеттері ата-ана рөліне қатысты.
- Ересек – шынайы жағдайға бағытталған күй.
- Бала – бала кезден қалыптасқан көзқарастар мен мінез-құлықты іске асыру.

Э.Берн «қосымша трансакциялар» деп, стимул сәйкес, күтілетін және табиғи реакцияны тудыратын, белгіленген позициялар шегінде қатынасқа бағытталған әрекеттерді атайды. Ал «қисайған трансакция» кезінде бір немесе екі қатысушының Мен-мін күйі күтпеген, жағдайға сәйкес келмейтін сипатта болады және коммуникация үзіледі.

Қосымша, қиылысып және жасырын трансакциялар

Қосымша және қиылысып трансакциялардан бөлек, жасырын трансакциялар да бар. Олар екі деңгейлі өзара әрекеттесуді қамтиды: айқын деңгей (сөзбен айтылған) және жасырын деңгей (жанама, меңземе түрде). Мысалы, сатушы мен сатып алушы арасындағы диалогты қарастырайық:

Сатушы: «Бұл модель жақсырақ, бірақ сізге қолжетімсіз».

Сатып алушы: «Міне, мен осыны аламын».

Бұл мысалда сатушы «Ересек» деңгейінде екі фактіні айқындайды: «Бұл модель жақсырақ» және «Бұл сізге қымбат». Әлеуметтік деңгейде сатып алушының сөздері Ересек деңгейіне бағытталған сияқты көрінеді, сондықтан ол былай жауап беруі керек еді: «Сіз әрине дұрыс айтасыз».

Алайда, тәжірибелі сатушы жасырын психологиялық векторды сатып алушының Бала деңгейіне бағыттайды. Сатып алушының берген жауабы біздің талдауымыздың дұрыстығын көрсетеді: «қаржылық қиындықтарға қарамастан, мен осы дақырттыға өзімнің оның сатып алушыларынан кем еместігімді көрсетемін» [17:27-28].

Жасырын трансакцияларды қолдану үшін серіктесті жақсы білу немесе вербалды емес қатынас құралдарына (дауыс ырғағы, интонация, мимика, жест) жоғары сезімталдық қажет, себебі жасырын мазмұн негізінен солар арқылы беріледі.

Қарым-қатынастың перцептивтік жағы

Психологтар әлеуметтік перцепцияны басқа адамды қабылдау және түсіну, яғни сыртқы көрінісі, қылықтары мен әдеттері арқылы «жылдам оқу» деп түсіндіреді. Басқаны қабылдау кезінде не болып жатқанын түсіну үшін келесі сұрақтарға жауап беру қажет:

- Бірінші әсер қалай қалыптасады?
- Ұзақ қатынаста басқа адамды қабылдау және түсіну қалай жүзеге асады?
- Біз серіктестің әрекеттерін қалай түсінеміз?
- Қатынас барысында өзін көрсету (самопрезентация) қалай көрінеді?

Әлеуметтік перцепция - қарым-қатынас үрдісінде бірін-бірі өзін-өзі тану мен түсіну. Бақылаушы бақыланушыны көргенде сыртқы физикалық сипаттарын қабылдайды. Ең алдымен сыртқы түрін (дене мен киім пішімін) және тәртібін (қимыл-қозғалысын) бағалайды. Сыртқы сипаттамасына қарай бақыланушының ішкі қасиеттері туралы да тұжырым жасайды. Бақылаушы өзі берген бағаға орай бақыланушыға белгілі көзқараста болады, оған деген ішкі эмоциялық қатынасын (ұнайды - ұнамайды) орнықтырады. Бақылаушы бақыланушының сыртқы түріне қарай оның психологиялық қасиеттерін

таразылап, одан не күтуге болатынын алдын-ала болжап, ол адамға қатысты өз іс-әрекетін белгілейді.

Әлеуметтік перцепция құрылымы - адамның сыртқы қабылдау арқылы оның тұлғалық психологиялық ерекшелігін бағалау, талдау және оған орай өз эмоциялық қатынасын анық соның негізінде бақыланушының іс-әрекетін болжау. Жалпы айтқан әлеуметтік перцепция барысында өзгеге эмоциялық баға беріліп, оның әрекеттерінің себептерін түсінуге тырысамыз, тәртібін алдын ала жоспарлаймыз, өзтәртібіміздің бағытын белгілейміз.

Әлеуметтік перцепцияның қызметтері:

- өз-өзін тану,
- қарым-қатынас серігін тану,
- түсінісу негізінде өзара іс-әрекет ұйымдастыру,
- эмоциялық қатынас орнату.

Әлеуметтік перцепция механизмдері

Қарым-қатынас барысында өзін-өзі және өзгені тану мен білу механизмдеріне идентификация, симпатия, аттракция, рефлексия жатады.

1. Идентификация

Идентификация – бұл өзгенің орнына өзін қойып, оның ішкі дүниесін түсіну, өзгені тану тәсілі. Бұл механизм арқылы адам өзін өзгеге ұқсатып, олардың құндылықтары, мінез-құлықтары мен әдеттерін өз бойына сіңіреді. Идентификация әсіресе жас өспірімдерге тән. Олар өздерінің идеал немесе кумир ретінде таңдаған тұлғаларының іс-әрекеттеріне ұқсас әрекет жасауға тырысады. Мысалы, кішкентай қыз ойнағанда өзін мамасына теңестіреді; анасы сөйлеген дауыс ырғағымен қуыршаққа сөйлейді.

2. Симпатия

Симпатия – бұл эмоциялық түсіну, өзгенің ішкі жағдайын сезім арқылы қабылдау қабілеті. Симпатия негізінде адамның басқа адамның сезімдері мен дүниетанымын дұрыс елестету қабілеті жатыр. Симпатиясы дамыған адам әртүрлі қабылдаулар мен ойларға төзімді, басқа адамның пікірін түсінуге дайын болады. Симпатиялы қарым-қатынас педагогтар, психологтар және әлеуметтік қызметкерлер үшін кәсіби маңызды қасиет болып табылады. Бұл қабілет психологиялық машықтар арқылы дамиды.

3. Аттракция

Аттракция – өзгені танып білудің ерекше түрі, ол қарым-қатынаста тұрақты жылы сезім қалыптастыруға негізделеді. Бұл серіктеспен достық немесе сүйіспеншілікке негізделген қарым-қатынастың қалыптасуына ықпал етеді.

4. Әлеуметтік рефлексия

Әлеуметтік рефлексия – бұл қарым-қатынас барысында өзін-өзі тану механизмі. Ол басқа адамның мені қалай қабылдайтынын елестету қабілетін қамтиды. Басқалармен байланысы көп, өзгенің ой-пікірін талдай білетін адам өзін терең таниды. Өзгелерге өзін ашу өзіндік танудың маңызды шарты болып табылады.

5. Каузалдық атрибуция (себепті жорамал механизмі)

Қарым-қатынас барысында әр адамның іс-әрекетінің нақты себептерін толық білу мүмкін емес, сондықтан адам жетіспейтін ақпаратты өз жорамалдарымен толықтырады. Каузалдық атрибуцияның негізгі түрлері:

- Тұлғалық атрибуция – әр оқиғаның немесе жағдайдың себепшісін жеке адамға іздейтін тәсіл. Мысалы, мұғалім сыныптағы барлық олқылықты старостаға жүктейді.

- Жағдайлық атрибуция – оқиғаның себебін нақты адамға емес, жағдайға байланыстыратын тәсіл. Мысалы, «газ жоқ болғандықтан тамақ піскен жоқ».

- Стимулдық атрибуция – жетістік немесе сәтсіздіктің себебін өзіне немесе затқа қоятын тәсіл. Мысалы, емтиханды жақсы тапсырса – өзін, тапсыра алмаса – жағдайды немесе оқытушыны кінәлайды.

Атрибуцияларды дұрыс қолдану қарым-қатынастың тиімділігін арттыруға көмектеседі.

Алғашқы әсер

Бейтаныс адамдармен қарым-қатынас кезінде алғашқы әсер маңызды рөл атқарады. Алғашқы әсерге әсер ететін факторлар:

- Артықшылық факторы – бақылаушының басқа адамды маңызды көрсеткіштер бойынша артық деп қабылдауы.

- Ұнамдылық факторы – сыртқы келбеті әдемі адамға ішкі қасиеттерді де жағымды санау.

- Бақылаушыға қатынас факторы – бізбен жақсы қарым-қатынас жасаған адамның іс-әрекетін жоғары бағалау, керісінше, нашар қарым-қатынас жасаған адамның ісін төмен бағалау.

Алғашқы танысу кезінде топаралық қатынастар алғашқы әсерде басым болады, кейін жеке тұлғалық қатынастар іске асады.

Г.В. Бороздина басқа адам образын қалыптастыру схемаларын келтіріп, олар бірінші әсер эффектісін туғызатынын көрсетеді [3].

1. Серіктестер тең емес кезде қабылдау схемасы. Бізден маңызды параметр бойынша бізден асып тұрған адаммен кездескенде, оны бізге тең болса, бағалайтынымыздан сәл жоғары бағалаймыз. Керісінше, егер біз бірдеңеде асып тұрсақ, оны төмен бағалаймыз. Бұл артықшылық факторы деп аталады.

2. Тарту дәрежесіне қарай қабылдау схемасы. Серіктес бізге ұнай ма, жоқ па соған байланысты қабылданады. Егер адам бізге ұнамды болса (сыртқы көрінісі бойынша), біз оны ақылды, жақсы, қызықты деп бағалаймыз. Керісінше, тартымсыз адамды төмен бағалаймыз. Бұл тартымдылық факторы болып табылады.

3. Біздің қатынасымызға қарай қабылдау схемасы. Бізге жақсы қараған адамдар бізге нашар қарағандарға қарағанда әлдеқайда жақсы көрінеді. Позитивті қатынас оң қасиеттерді қосып, терісін елемеуге ынталандырады; керісінше, негативті қатынас серіктестің жақсы қасиеттерін байқамауға және терісін бөліп көрсетуге әкеледі. Бұл «қатынасқа қатысты фактордың» көрінісі.

Осы үш типтік қателіктер бірінші әсерді қалыптастыруда «ореол эффектін» туғызады, яғни белгісіз адамды төмен немесе жоғары бағалауға әкеледі.

Тұрақты қатынаста серіктесті тереңірек және объективті түсіну жүзеге асады. Адамның эмоционалды күйі, негізгі қатынасы (дүниеге, адамдарға, өзіне, меншігіне), құндылықтары, әдеттері, мінезі туралы ақпарат көздері: сөйлеу, жесттер, мимика, экспрессивті мінез-құлық стилі, жүріс-тұрыс, тұру, отыру әдебі, әдеттегі позалар және олардың сөйлесу кезінде өзгеруі – барлығы нақты мазмұнға ие.

Алайда серіктесті түсіну қабілеті үшін тек білім мен тәжірибе жеткіліксіз; ерекше қатынас қажет, ол серіктестің күйін сезіне алу қабілетіне негізделген. Бұл ерекше қабілет – эмпатия, яғни басқа адамның не ойлайтынын, не сезетінін және не қалайтынын түсінуге деген шынайы тілексіз мүмкін емес.

Әлеуметтік стереотип

Әлеуметтік стереотип – белгілі әлеуметтік топ мүшелеріне тән құбылыстар мен адамдар туралы тұрақты пікірлер мен болжамдар. Әлеуметтік стереотиптер заттарды және құбылыстарды әдеттегідей түсінуге көмектеседі. Мысалы, ұлттық немесе кәсіби топтарға қатысты белгілі пікірлер («әртістер жеңіл ойлы», «жігіттер қызғаншақ»). Стереотиптерді дұрыс қолдану арқылы адамдарды тану мен түсіну жеңілдейді, алайда қате түсінулер мен бұрмалануларға әкелуі мүмкін.

Осылайша әлеуметтік перцепцияның маңызды функциясы – бірлескен іс-әрекеттерді ұйымдастырудың психологиялық негізі ретінде өзара түсінушілікті қалыптастыру. Идентификация, симпатия, аттракция, әлеуметтік рефлексия, каузалдық атрибуция, алғашқы әсер және әлеуметтік стереотиптер арқылы адам қарым-қатынас процесінде өзгені дұрыс түсініп, тиімді байланыс орната алады.

Жоғарыда көрсетілгендей, серіктесті қабылдау, түсіну және бағалау бірінші әсер кезінде басталады, ал ұзақ қатынас барысында ол сөйлеу, мимика, жесттерге бақылау жасау, әдеттер мен мінез-құлық ерекшеліктерін тіркеу арқылы кеңейіп, тереңдейді.

Дегенмен, тағы бір маңызды сұрақ бар: біз олардың әрекеттері мен қылықтарын қалай түсінеміз? Әрекеттердің бастаулары мен себептерін түсіну серіктеспен өзара әрекеттесуді құруға айтарлықтай әсер етеді. Психологияда осы үрдістер мен нәтижелерді зерттейтін толық бір бағыт – каузалдық атрибуция дамыған [28].

Каузалдық атрибуцияның негізгі қағидалары:

1. Адамдар бір-бірін танып білуде тек сыртқы бақылау ақпаратымен шектелмей, олардың әрекеттерінің себептерін анықтауға және сәйкес тұлғалық қасиеттері туралы қорытындылар жасауға тырысады.

2. Бақылау арқылы алынған ақпарат әдетте сенімді қорытынды жасауға жеткіліксіз болғандықтан, бақылаушы ықтимал себептер мен тұлғалық қасиеттерді табады және оны бақылауға алынған адамға жүктейді.

3. Осы себептік интерпретация бақылаушының мінез-құлқына айтарлықтай әсер етеді.

Қатынас барысында өзін-өзі көрсету (самопрезентация)

Қатынаста кемінде екі адам қатысады, және әрқайсысы серіктестің қабылдауына белсенді ықпал ете алады. Бұл серіктестің көзқарасына өз бейнеңізді қалыптастыру процесіне араласу қабілеті деп аталады және оны кейбір авторлар өзін-өзі көрсету, самопрезентация деп те атайды.

Өзін-өзі көрсетудің мәні – серіктестің назарын және қабылдауын басқару. Басқару келесі әлеуметтік қабылдау механизмдерін іске қосу арқылы жүзеге асады:

1. Артықшылықты көрсету: кейбір объективті белгілер мен артықшылық таңбаларына сүйенеді – киім, сөйлеу және мінез-құлық мәнері (айқын, ерекшеленген, назар аударатын болуы керек).

2. Тарту қабілетін көрсету: Тарту өзін-өзі көрсетудің ережесі қарапайым: киім, аяқ киім, шаш үлгісі, макияж өздігінен адамды тартымды етпейді. Негізгісі – сыртқы көрініс пен адамның табиғи деректері арасындағы үйлесім мен гармония.

3. Қатынасты көрсету: Серіктеске өзінің оған деген қатынасын көрсету өте маңызды – көбіне жақсы қатынас, бірақ кейде нашар да болуы мүмкін, вербалды және вербалды емес тәсілдер арқылы.

4. Ағымдағы күй мен әрекет себептерін көрсету: «Мен кінәлі емеспін, себебі...», «жағдай осылай дамыды...», «мажбүр болдым...» сияқты жиі қолданылатын тіркестер самопрезентацияның қарапайым құралдары болып табылады. Мұнда серіктестің назары адамның өз әрекеттерінің ең қолайлы деп саналған себебіне аударылады.

Өзін-өзі көрсету әр қатынаста әрқашан бар және оның нәтижесіне әсер етеді, адамдар оны толық түсінсе де, түсінбесе де.

1.3. Қарым-қатынас мақсаттары, функциялары және механизмдері

Адамдар бір-бірімен қарым-қатынас жасау арқылы бір-бірін жақсырақ тануға және түсінуге, психологиялық жағдайын жақсартуға, бір-бірімен қарым-қатынас жасау арқылы ләззат алуға, бірлескен қызметті ұйымдастыруға және тағы басқа мақсаттарға жетеді. Қатынас процесінде белгілі бір дәрежеде тұрақты мақсаттар жүйесі қалыптасады, және осыған байланысты қарым-қатынас келесі функцияларға бөлінеді:

1. Контакттік функция: қарым-қатынасты орнату – ақпаратты қабылдауға және беруге екі жақтың дайын болу жағдайы.

2. Ақпараттық функция: хабарлар, пікірлер, ойлар, шешімдер және т.б. алмасу.

3. Мотивациялық функция: серіктесті белгілі бір әрекеттерді орындауға ынталандыру, оның белсенділігін арттыру.

4. Координациялық функция: бірлескен қызметті ұйымдастыру кезінде әрекеттерді өзара бағыттау және үйлестіру.

5. Түсіну функциясы: серіктестің ниеттерін, ұстанымдарын, сезімдерін, жағдайларын дұрыс қабылдау және өзара түсіну.

6. Эмоциялық (амотивті) функция: серіктесте қажетті эмоциялық сезімдерді тудыру және өз эмоционалдық жағдайын өзгерту.

7. Шешім қабылдау функциясы: өз орнын рөлдік, статустық, іскерлік және жеке қатынастар жүйесінде түсіну және бекіту.

8. Әсер ету функциясы: серіктестің жағдайын, мінез-құлқын, тұлғалық-мағыналық құрылымдарын, оның ішінде ниеттерін, ұстанымдарын, пікірлерін өзгерту.

Осы барлық функцияларды жүзеге асыру үшін қатынас техникасын меңгеру қажет, ал осы техниканы меңгеру дәрежесі қызметкердің кәсіби қабілеттілігінің негізгі критерийлерінің бірі болып табылады.

Дегенмен, қатынас мақсаттары тек практикалық сипатта да болуы мүмкін. Француз социологы Б. Гурней [5] жеке мақсаттардың төрт түрін бөліп көрсеткен:

1. Жеке қауіпсіздікке ұмтылу.
2. Өмір деңгейін арттыруға ұмтылу (жалақыны, демалыс ұзақтығын, тұрғын үй жағдайын, демалыс мүмкіндіктерін қанағаттандыру және т.б.).

3. Билікке ұмтылу (өзіне берілген өкілеттікті кеңейту, автономияға жету, қызметтік сатыда көтерілу, иерархиялық бақылаудан босау және т.б.).

4. Өз беделін көтеруге ұмтылу (көп жағдайда ол атқаратын лауазымның және ұйымның беделін нығайтуға ұмтылумен байланысты).

Қатынас мотивтері

Қатынас мотивтерін коммуникатор мен адресаттың мотивтерімен салыстырғанда, Н.П. Ерастов олардың өзара сәйкестігін үш түрге бөлген:

1. Өзара әрекеттесетін мотивтер: қарым-қатынас барысында бастапқыда әртүрлі болған мотивтер жақындасады.

2. Қарсылас мотивтер: бір-бірін жоққа шығаратын, бағыттары қарама-қарсы мотивтер (мысалы, біреу шындықты білгісі келеді, ал екіншісі оны айтқысы келмейді).

3. Тәуелсіз түрде жүретін мотивтер: қатысушылардың мотивтері әртүрлі, бірақ бір-бірінің мақсатына әсер етпейді.

Қатынас мотивтері іскерлік және іскерлік емес, сонымен қатар қалаулы және қалаусыз болуы мүмкін.

Қатынас бірқатар әлеуметтік-психологиялық механизмдерді туғызады, мысалы: жұқтыру, ықпал ету, еліктеу, сендіру, мәжбүрлеу.

- Жұқтыру (эмоционалдық): бір серіктестен екіншісіне эмоциялық күйді психофизиологиялық деңгейде беру процесі. Бұл процесс мазмұндық ықпалдан бөлек немесе оған қосымша жүреді. Жұқтыру жеке тұлғаның эмоциялық заряды, сезімдері мен құмарлықтары әсерінен тікелей байланыс жағдайында жүзеге асады. Жаппай акцияларда, өнер туындыларын қабылдауда немесе ораторлық сөздерде жұқтыру байқалады. Жаппай паника мен топтың болжамсыз мінез-құлқы осы механизммен түсіндіріледі.

- Ықпал ету (суггестия): адамның психикасына тікелей немесе жанама әсер ету процесі, оның мінез-құлық мазмұнын бағдарламалауға бағытталған. Ықпал ету – қалыпты адам қарым-қатынасының компоненті, бірақ арнайы ұйымдастырылған коммуникация түрі ретінде де қолданылуы мүмкін. Ықпал ету тиімділігі мына жағдайларда артады:

- қабылдаушының санасы мен сыни қабілеті төмен болса;
- хабарланған ақпаратты мақсатты түрде түсіну, логикалық талдау және бағалау жүргізілмесе;
- ықпал етуші тұлға беделді болса.

- Еліктеу: маңызды тұлғаның үлгісін ұстану процесі, басқа адамның қылықтарын, әрекеттерін немесе мінез-құлық үлгілерін өздігінен көшіру. Кей жағдайларда еліктеу ықпал етуден туындайды.

- Сендіру: адамның санасына әсер ету әдісі, оның сыни пайымдауына сүйенеді. Сендіру негізінде фактілерді таңдау, оларды логикалық ретке келтіру, аргументацияны дамыту және қорытынды жасау жатыр. Сендіру әсіресе сендіргіш пен сендірілушінің даму деңгейі мен қызығушылық “резонансы” сәйкес келгенде тиімді.

- Мәжбүрлеу: адамға немесе адамдарға белгілі бір әрекеттерді жасауға, белгілі бір түрде мінез-құлық көрсетуге мәжбүрлеу. Мәжбүрлеудің негізі – жазадан немесе басқа жағымсыз салдардан аулақ болуға деген ұмтылыс.

Қатынас кезінде сендіру, ықпал ету, еліктеу және мәжбүрлеу өзара байланысқан әдістер жүйесі ретінде қолданылады.

1.4. Қарым-қатынас стильдері

Қарым-қатынас стилі деп адамның басқалармен өзара әрекеттесу кезінде таңдаған әрекет әдістері мен мінез-құлық тәсілдерінің жиынтығы түсініледі. Қарым-қатынас стилі адамның жеке ерекшеліктеріне, дүниетанымына, жағдайына, қоғамдағы мәртебесіне және басқа факторларға сәйкес қалыптасады.

Шартты түрде үш негізгі қарым-қатынас стилін бөлуге болады: ритуалды, манипулятивтік және гуманистік [3:44-46].

- Ритуалды стиль топаралық жағдайларда қалыптасады;
- Манипулятивтік стиль іскерлік жағдайларға тән;
- Гуманистік стиль – жеке тұлғалар арасындағы қарым-қатынасқа тән.

Әр адам әртүрлі стильдерде сөйлесе алады, бірақ көбінесе бір стильге бейімдігіне қарап жеке қарым-қатынас стилін анықтауға болады.

Ритуалды қарым-қатынас

Бұл стильде серіктестердің басты мақсаты – қоғаммен байланысын сақтау, өздерін қоғам мүшесі ретінде көрсету. Серіктес ритуалды қарым-қатынаста белгілі бір ритуалды орындаудың атрибуты болып табылады. Мұнда рөлді (әлеуметтік, кәсіби немесе жеке қатынас рөлін) ритуал бойынша орындау маңызды.

Манипулятивтік қарым-қатынас

Бұл стильде серіктес сыртқы мақсаттарға жетудің құралы ретінде қарастырылады. Э. Шостром манипуляторды «өзін және басқаларды толықтай тиімсіз түрде пайдаланып, басқаратын адам» деп сипаттайды. Мұнда адам адам емес, клиент, тапсырыс беруші немесе тұрақты сатып алушы болып көрінеді.

Манипулятивтік қарым-қатынас «Сауда театры мен заманауи нарық қатынастары сахнасында сатылым спектаклі» ретінде қарастырылады. Э. Шостром бірнеше манипулятор типтерін атап көрсетеді:

1. Диктатор – күшін көрсетеді, басқарады, әмір береді, авторитетке сүйенеді. Түрлері: жетекші ана, жетекші әке, деспот, басшы.
2. Жәбірленуші – Диктатордың полярлығы, пассивті және сезімтал. Түрлері: сенгіш, бой беретін, ұялшақ.
3. Есептеуші – бәрін бақылап, басқарғысы келеді, адамдарды алдап, шатастырып, манипуляция жасайды. Түрлері: табанды сатушы, азғырушы, покер ойыншысы, алаяқ, қорқытып-үркітуші.
4. Жабысқақ – есептеушіге қарама-қарсы, бағынышты болуды қалайды. Түрлері: паразит, жылағыш, гипохондрик, назар талап етуші.
5. Тітіркендіргіш – агрессия мен қатыгездікті көрсетеді. Түрлері: кемсітуші, жек көруші, қорқытушы. Әйелдер үшін: айбатты, шайқасушы әйел.
6. Ізгі ниетті жігіт – қамқорлық, сүйіспеншілік, мейірімділікті көрсетеді. Түрлері: ұнағыш, зорлыққа қарсы, ақылды, қайырымды.
7. Сотшы – сыншыл, кейде скептикалық немесе сыншылдыққа ұмтылған. Түрлері: бәрін білуші, сыншыл, сарапшы, кек сақтаушы.
8. Қорғаушы – судьяға қарама-қарсы, серіктестерді қорғайды, тым мейірімді, өз мүддесін елемейді. Түрлері: адвокат, басқаларға алаңдаушы, қорқақ, көмекші, альтруист.

Э. Шостромның байқауы бойынша, манипулятивтік қарым-қатынас кезінде адамдар серіктестерін белгілі бір рөлге орналастырып, оларға бақылау жүргізеді. Мысалы, жылағыш әйелдер көбіне Диктатор күйінде күйеуін таңдайды және оны сол рөлде ұстап, бақылауды жүзеге асырады.

Гуманистік қарым-қатынас

Бұл стиль ең алдымен жеке тұлғаға бағытталған. Адамның түсінуге, жанашырлыққа, эмпатияға деген қажеттілігін қанағаттандырады. Мақсаттар бастапқыда белгіленбейді. Нәтижесі – серіктестердің ұғымдарын бірге өзгерту арқылы жүзеге асады.

Гуманистік қарым-қатынас жағдайлары: интимдік, исповедаальдық, психотерапевтік сөйлесу. Бірақ ақпарат алу үшін телефон қызметінде қысқа сұрақ жеткілікті болса, мұндай қарым-қатынас қажет емес.

Гуманистік қарым-қатынас адамның даралығын ритуалды немесе манипулятивтік қарым-қатынасқа қарағанда әлдеқайда жақсы көрсетеді. Бір ашық, сенімді сөйлесу арқылы біз адамды бірнеше жылдық іскерлік қарым-қатынасқа қарағанда тереңірек түсіне аламыз.

Негізгі әсер механизмі – ықпал ету (суггестия), ол екі тараптың өзара сеніміне негізделеді.

Қорытындылай келе, біз үш стильді қарастырдық:

- ритуалды;
- манипулятивтік;
- гуманистік;

Сонымен қатар әр стильдің ерекшеліктері, серіктестерге әсер ету механизмдері талқыланды. Басқа классификациялар да бар. Мысалы, серіктестердің интерактивті қарым-қатынасын сипаттап, қатысу, қарсыласу, бір бағытты көмек, контрастты өзара әрекет, компромисс сияқты стильдерді ажыратады [5:18-19].

Серіктестік стилі – бұл қатысушылар бір-біріне көмектесіп, жеке және ортақ мақсаттарға жетуге белсенді ықпал ететін қарым-қатынас стилі. Қарсыласу стилі – қатысушылар бір-біріне кедергі жасап, жеке мақсаттардың орындалуына тосқауыл қоятын қарым-қатынас стилі. Ынтымақтастықтан қашу стилі – қатысушылар белсенді серіктестіктен қашуға тырысқан кезде қолданылатын стиль. Бір бағыттағы ықпал стилі – бір серіктес мақсатқа жетуге көмектесуге тырысса, екіншісі ынтымақтастықтан қашуға ұмтылатын қарым-қатынас стилі. Қарама-қайшы өзара әрекет стилі – бір серіктес екіншіге көмектесуге тырысса да, екіншісі белсенді түрде кедергі жасайтын қарым-қатынас стилі. Компромистік өзара әрекет стилі – екі серіктес те бір-біріне жартылай көмектесіп, жартылай кедергі жасайтын қарым-қатынас стилі.

Аталған қарым-қатынас стильдерінің мақсаты – жеке немесе топтық психикалық құбылыстарды (көзқарастар, қатынастар, мотивтер, ұстанымдар, эмоционалдық жағдайлар) өзгерту.

Э. Фромм ұсынған басқа классификацияға авторитарлық, бұзушы (деструктивті) және «автоматтандырылған конформизм» деп аталатын стильдер кіреді.

1. Авторитарлық стиль.

Адамдардың қарым-қатынасындағы авторитаризмнің айқын көріністері тек билік пен үстемдікке ұмтылумен ғана шектелмейді, сонымен қатар бағынуға ұмтылуымен де көрінеді, яғни садистік және мазохистік тенденциялар арқылы.

Мазохистік тенденциялар – бұл адамдарға тәуелділікті білдіреді, өз көзқарастарын бөлісуге, ойлау үлгілерін қабылдауға және олардың талаптарына бағынуға дайын болуды көрсетеді. Мазохистік қасиеттері бар адамдарды әдетте бағынғыш, еріксіз, көнгіш деп сипаттайды.

Садистік тенденциялар – басқа адамды өзіне тәуелді етуге, пайдаланып, үстемдік орнатуға бағытталған. Садизмнің шектен тыс көрінісі – адамдарға физикалық және моральдық зардап келтіру. Әлеуметтік тұрғыдан мазохистік тенденциялар әлдеқайда қауіпсіз, сондықтан садистік қасиеттер: билікшілдік, қатыгездік, агрессивтік кейде санасыз түрде рационализация арқылы

акталып, өз іс-әрекеттерінің себебін дұрыс емес, бірақ ыңғайлы себептермен түсіндіру арқылы көрінеді.

Психологияда бұл – «рационализация» деп аталатын психологиялық қорғау механизмі. Рационализация кезінде садизм басқаларға қамқорлық және шексіз жақсылық ретінде жасырылуы мүмкін: «Мен сізді басқарамын, өйткені мен сізге не жақсы екенін жақсы білемін; сіздің өз мүддеңіз үшін маған бағынуыңыз керек».

Авторитарлық адамдар көбіне мұғалім мен шәкірт, ата-ана мен бала арасындағы қарым-қатынаста кездеседі. Баланы қорғау және қамқорлық маскасының астында үстемдік ету – қатал диктат, қысым және қорқытуға айналады. Авторитарлық тұлға үшін адамдар арасында теңдік ұғымы жоқ: әлем жоғары және төменгі билікке ие адамдардан тұрады.

Э. Фромм пікірінше, әрбір адамда әр түрлі дәрежеде садистік және мазохистік қасиеттерді табуға болады.

2.Бұзушы стиль

Адам мінезіндегі бұзушылық тенденцияларының рөлі шын мәнінде өте үлкен, ал олардың деңгейі жеке адамдар арасындағы қарым-қатынастарда да айтарлықтай байқалады. Бұзушылық адам өміріне (материалдық немесе эмоционалдық) қауіп төнгенде – нақты немесе ойдан шығарылған жағдайда – реакция ретінде пайда болады, және егер қауіптің қайнар көзі нақты адамдармен байланысты болса, онда бұзушылық сол адамдарға бағытталады.

Бұзушылықтың екі мүлде әртүрлі түрін ажырату қажет. Егер бұл тенденциялар өмірге немесе жеке тұлғаның тұтастығына қауіп төндіретін шабуылға адекватты реакция ретінде туындаса, бұл организмнің өзін-өзі қорғауға ұмтылатын табиғи реакциясы болып табылады. Э. Фроммның айтуынша, қорғаныштық агрессия механизмі адамның миына «қондырылған» және оның өмірлік маңызды мүдделерін қауіптен қорғауға арналған.

Тағы бір бұзушылық түрі бар – ол жағдайға байланысты емес, тұрақты түрде байқалады және тек әрекет етуге себеп күтіп тұрады, бұл агрессияда, төбелестерде, қылмыстарда немесе соғыстарда көрініс табады.

Бұзушылыққа ішкі уайым, қоршаған әлемнен қауіп сезімі, шектеулі әрекет ету мүмкіндігі, эмоционалдық, сезімдік және интеллектуалдық қабілеттердің толық ашылмауы тән. Бұзушылық мінезі адамдармен өзара әрекеттесуді қиындататын сипаттарда көрінеді: сенімсіздік, күдікшілдік, жамандыққа бейімділік, қаталдық және т.б.

3. «Автоматтандырылған конформизм» стилі

Авторитарлық мінезде адам өзінің жеке тұлғасын басып, басқа адамдарға билік етуге немесе керісінше, бағынуға ұмтылады; ал бұзушы мінез – басқа адамдарға агрессия көрсету арқылы көрінеді.

Автоматтандырылған конформизм – бұл адамның қоғамда қабылданған үлгілерді, нормалар мен мінез-құлық стандарттарын толықтай меңгеруі; адам бәрімен бірдей болып, басқалар оны қалай көргісі келсе, солай болады. Бұл «қашу» механизмі жануарлардың қорғаныш түске боялуына

ұқсас: олар өз ортасына соншалықты ұқсайды, тіпті одан ажырату мүмкін емес.

Өзіндік «Мен»-ін қалдырудан бас тарту, ортаға «еріту» және роботқа ұқсау – конформдық мінезі бар адамдарға тән. Конформист сырттан енгізілген үлгілерге сүйеніп ойлайды, біреудің беделді пікірін өз пікірі ретінде қабылдайды, белгілі жағдайларда күтілетін эмоцияларды сезінуге үйренеді, қоршағандардың тілектеріне бағынады.

Ойлау, сезімдер мен тілектердің ауысуы адамның жеке басын жалған тұлғаға айналдырады, ол тек жалған өзара әрекеттесу мен жалған қарым-қатынасқа қабілетті болады. Конформисті оңай сендіруге болады: «солай айту дәстүрге айналған», «солай істеу керек». Конформизм таңғаларлық дәрежеде сынға берілмейді: қоршағандардың айтқанының бәрі дұрыс деп саналады және өз пікірін қорғау қабілеті төмен болады (егер ол бар болса).

1.5. Қарым-қатынастағы кедергілер

Қарым-қатынастағы кедергілер деп ақпаратты беру мен қабылдау жолында туындайтын, әңгімелесушілердің бір-бірін түсінбеуіне себеп болатын және нәтижесінде олардың конфликтілік мінез-құлық жасауына ықпал етуі мүмкін кедергілер аталады. Іскерлік қарым-қатынасқа арналған оқу құралдарында [3: 33–35], [5: 10–17], [6: 159–176] келесі кедергілердің типологиясы ұсынылады: коммуникативтік, әлеуметтік және психологиялық кедергілер.

Коммуникативтік кедергілер қарым-қатынас жағдайын бірдей түсінбеуден туындайды, бұл қатысушылардың интеллект ерекшеліктері, әңгіме тақырыбын әртүрлі білуі, лексикалық айырмашылықтар және т.б. факторларға байланысты болады. Коммуникативтік кедергілерге логикалық, стильдік, семантикалық және фонетикалық кедергілер жатады.

Логикалық кедергі. Ақпаратты беру кезінде «ойлады – айтты – тыңдады – декодтады – түсінді – қабылдады» тізбегінің әр кезеңінде ақпараттың жоғалуы немесе бұрмалануы мүмкін (кейбір бағалаулар бойынша, ақпараттың 30%-ға дейінгісі сақталмауы ықтимал). Түсінбеушіліктің негізгі себебі – ойлау ерекшеліктеріндегі айырмашылықтар. Логикалық кедергі көбінесе әртүрлі ойлау түріне ие серіктестер арасында пайда болады: мысалы, біреуі абстрактылы-логикалық, екіншісі бейнелі-суреттегі, үшіншісі көрнекі-іс-қимылды ойлауға бейім.

Адамдардың операциялық әрекеттері әртүрлі, олардың кеңдігі, икемділігі, жылдамдығы, сыни ойлауы және шығармашылық қабілеттері әртүрлі көрінеді. Салыстыру, талдау, жалпылау, абстракция сияқты ойлау операциялары адамдарда әртүрлі тереңдікпен қолданылады. Біреу мәселені терең талдай отырып, шешім қабылдаса, екіншісі беттік ақпаратты жинап, дайын жауап немесе шешім шығарады, бірақ олардың құндылығы кейде жеткіліксіз болады. Логикалық кедергі әрдайым серіктестердің ойлау ерекшеліктері әртүрлі болғанда және олар серіктестің ерекшелігін ескеруге тырысқанда немесе білмегенде пайда болады.

Логикалық кедергіні жеңудің бір ғана жолы бар: «серіктестен бастау», яғни оның ой қорытындыларын қалай құрғанын түсінуге тырысу және айырмашылықтарды анықтау.

Ақпаратты түсінудегі қиындықтар көбінесе біздің ойымызды қаншалықты дұрыс, анық және қысқа жеткізгенімізге де байланысты. Н.М. Тимченконың айтуынша, ақпаратты бір серіктестен екіншісіне жеткізуді қиындататын негізгі себептер:

- айтылымның нақтылы болмауы;
- ойды сөзге (және керісінше) аудару жетілмегендігі;
- кәсіби терминдерді орынды қолданбау;
- әңгімелесушінің ниеттерін дұрыс түсінбеу;
- шет тілдерін тым көп қолдану;
- серіктесті толық ақпараттандырмау;
- ақпаратты жеткізу темпінің тым жылдам болуы;
- ойдағы логикалық үзілістер мен секірулер;
- назардың толық шоғырланбауы;
- әртүрлі қабылдау арналарын жеткілікті қолданбау;
- ойдың күрделілігі;
- тезистегі логикалық қарама-қайшылық;
- сөздермен сәйкес келмейтін интонация, мимика және қимылдар.

Стильдік кедергі. Стиль – бұл ақпаратты ұсыну формасының мазмұнымен қатынасы. Кедергі стилдік сипаттамалардың сөзбен берілген ақпаратты қабылдауға кедергі жасауында көрінеді. Бұл кедергіні жеңу үшін айтылым формасын мазмұнға сәйкес келтіру қажет.

Стиль кейде сәйкес келмеуі, тым ауыр немесе жеңіл болуы, жағдай мен серіктестің ниеттеріне сәйкес келмеуі мүмкін. Ақпаратты дұрыс қабылдану үшін негізгі ойларды, дәлелдерді, оларды қолдайтын аргументтерді нақты жеткізу, ақпаратты құрылымдау қажет, яғни бір ой келесі ойдан шығатындай етіп ұйымдастыру керек.

Екі негізгі ереже бар: іскерлік қарым-қатынаста ақпаратты құрылымдау ережелері – «**шек ережесі**» және «**тізбек ережесі**».

Шек ережесі сыртқы құрылымдауды қамтамасыз етеді және оның мәні – кез келген іскерлік әңгіменің басы мен соңы айқын бөлінуі керек дегенде. Әдетте әңгіме басында мақсаттар, ниеттер, перспективалар мен күтулер, ықтимал нәтижелер айтылады. Соңында қорытындылар шығарылады, орындалған немесе орындалмаған үміттер мен күтулер талқыланады, ретроспектива көрсетіледі. Бұл ереженің негізінде тәжірибелі спикерлер шебер қолданатын психологиялық феномен жатыр: адамдар қарым-қатынастың басы мен соңын ең жақсы есте сақтайды.

Тізбек ережесі ақпараттың ішкі құрылымын анықтайды, яғни ақпарат мазмұнының құрылымын береді. Проблеманы талдау үшін берілетін ақпарат әртүрлі формадағы және мазмұндағы деректердің ретсіз жинағы болмауы керек. Қажетті деректер белгілі бір тәртіппен орналастырылуы қажет, яғни бір-бірімен тізбек арқылы байланыстырылуы тиіс.

Ақпараттық тізбекті байланыстыру әдістері таңдалған критерийлерге байланысты әртүрлі болуы мүмкін:

- Бір жағдайда – «біріншіден, екіншіден, үшіншіден» және т.б.;
- Басқа жағдайда – ақпарат реттілігі бойынша беріледі: алдымен – ең маңыздысын айту; кейін – маңызды негізгі мәселелерді баяндау; соңында – маңызды емес ақпарат.

Іскерлік қарым-қатынастың сюжетін логикалық тізбектерде де көрсетуге болады, мысалы: «егер бұл дұрыс болса, келесі қорытынды шығарылады», «біз бұған келіссек, демек, бұл да дұрыс». Осылайша, тізбек ережесін қолдану ақпарат мазмұнын жүйелеуге, байланыстыруға, ұйымдастыруға және серіктестің оны қабылдауын жеңілдетуге мүмкіндік береді.

Стильдік кедергі хабарламаның дұрыс ұйымдастырылмауынан туындауы мүмкін. Хабарлама келесі тәртіппен құрылғанда қабылдануы оңайырақ:

- назардан қызығушылыққа;
- қызығушылықтан негізгі мәселелерге;
- негізгі мәселелерден қарсы пікірлер мен сұрақтарға;
- жауаптар, қорытындылар, резюмелер.

Стильдік кедергінің тағы бір себебі – қарым-қатынас формасының мазмұнға сәйкес келмеуі. Мысалы, әңгімеге шақырылғанда күтілген диалог орнына біржақты монолог айтылған; немесе митингте, тірі агитациялық сөз айтылуы керек болғанда, дайын мәтін бойынша баяндама жасалған; мерейтой кешінде иесінің кемшіліктері мен жіберілген мүмкіндіктер туралы айтылған.

Сондай-ақ, стильдік кедергі ауызша сөзде ақпарат кітаптық немесе функционалды тілмен берілгенде де туындайды. Ғылыми және ресми стиль оқу кезінде түсінікті, бірақ тыңдау арқылы қабылдау қиын. Сондай-ақ зерттеулер көрсеткендей, ең жақсы есте сақталатын сөйлем – 4–14 сөзден тұратын; 15–18 сөз нашар есте қалады; 18–25 сөз қанағаттанарлық; ал 30 сөзден асқан сөйлем ауызша көбінесе қабылданбайды.

Семантикалық (мағыналық) кедергі. Бұл кедергі қарым-қатынас кезінде бірдей белгілерге әртүрлі мән беру, әртүрлі мағына жүктеу кезінде пайда болады. Мағыналық кедергінің себептері:

- сөздік қордың сәйкес келмеуі;
- бір серіктестің лексикалық қоры шектеулі, екіншісінікі бай;
- әлеуметтік, мәдени, психологиялық, ұлттық, діни және басқа да айырмашылықтар.

Семантикалық кедергі әртүрлі мәдениет өкілдерінің сөйлеу мінезіндегі айырмашылықтардан да туындайды. Қазақстан – көпұлтты мемлекет, сондықтан бүгінгі іскерлік қарым-қатынас серіктестері арасында әртүрлі ұлт өкілдері кездеседі, олардың кейбіреулері орыс тілінде нашар сөйлейді. Сонымен қатар, қарым-қатынас басқа елдердің өкілдерімен де жүреді, олардың көпшілігі бірлескен кәсіпорындардың негізін қалаушылар, акционерлер немесе жай ғана іскерлік серіктестер.

Әр түрлі ұлттық-этникалық топ өкілдерінің тілдік мінез-құлқы вербалды және невербалды қарым-қатынаста айқын көрінеді.

Семантикалық кедергіні жеңу үшін мына ережелерді сақтау маңызды:

- серіктестің ерекшелігін түсіну және оның түсінетін тілімен сөйлеу, түсінікті лексиканы қолдану;
- шет тілдерін немесе кәсіби терминдерді қолданған кезде, олардың мәнін түсіндіру немесе түсінікті сөздермен алмастыру;
- сөйлеу ерекшелігін, айтылған сөз кімге бағытталғанына қарай өзгерту;
- сөйлеу мінез-құлқы қарым-қатынасқа қатысушылардың әлеуметтік рөлі мен статусына сәйкес болуы.

Фонетикалық кедергі. Бұл кедергі сөйлеушінің фонетикалық-фонематикалық ерекшеліктеріне байланысты пайда болып, қарым-қатынас барысында ақпараттың «өтуін» сипаттайды. Тыңдаушыда фонетикалық кедергі әрдайым пайда болады, егер серіктестің сөйлеуінде:

- дикциясы анық емес болса;
- артикуляциясы нашар болса (сөйлеу кезінде еріндер дұрыс ашылмайды немесе тіс қысылады, адам сыбырлап, қысқаша үн шығарып сөйлейді және т.б.);
- дауысында сөйлеуге қатысы жоқ белгілер болса (күлкі, ұрыс, сыбыр, айқай, тыныс алу, ыңырсу, үрей, икем, ұйқы және т.б.),
- екпіндерді, сөздердегі аяқтаулар мен басқа да элементтерді қате қолдану байқалса.

Әлеуметтік кедергілер. Бұл кедергілер серіктестер арасындағы терең әлеуметтік-психологиялық айырмашылықтардан туындайды (ұлттық, әлеуметтік, саяси, діни, кәсіби және т.б.).

Психологиялық кедергілер қатысушылардың жеке психологиялық ерекшеліктерінен немесе олардың арасындағы қарым-қатынастың қалыптасуынан туындайды. Мысалы, қарым-қатынас кедергісі – серіктеске деген жағымсыздық немесе сенімсіздік, ол оның беретін ақпаратқа да әсер етеді. Ақпараттан қорғану келесі кедергілер түрінде көрінуі мүмкін: қашу кедергісі, бедел кедергісі, түсінбеу кедергісі.

1. **Бедел кедергісі.** Адам барлық адамдарды беделді және беделсіз деп бөліп, тек бірінші топқа ғана сенеді, екіншілерге сенімсіздік танытады. Осылайша, сенім мен сенімсіздік дербестендіріліп, берілетін ақпараттың ерекшеліктеріне емес, оны кім айтып тұрғанына байланысты болады. Мысалы, жастар мен қарттар бір-бірінің кеңесіне аз құлақ асады. Беделді адамдар қатарына жатқызу мына факторларға байланысты:

- әлеуметтік статус, нақты «беделді» топқа тиістілігі;
- тартымды сыртқы көрініс;
- адресатқа деген жақсы ниет;
- құзыреттілік;
- шынайылық. Егер тыңдаушы сөйлеушіге сенсе, ол қорытындыларды жақсы қабылдап, есте сақтайды және ойлау жолына көп

көңіл бөлмейді. Егер сенім аз болса, қорытындыларға салқын қараса да, аргументтер мен ойлау жолына мұқият болады.

2. **Қашу кедергісі.** Бұл жағдайда адам әсер ету көздерінен қашады, серіктеспен байланыстан жалтаруға тырысады. Егер жалтару мүмкін болмаса, онда хабарламаны қабылдамауға бар күшін салады (немқұрайлы, тыңдамайды, серіктеске қарамайды, әңгімені тоқтату үшін кез келген сылтау табады). Кейде ақпарат көздерінен ғана емес, белгілі жағдайлардан да қашу байқалады. Осы кедергіні жеңуде ең маңыздысы – серіктестің назарын аудару және оны ұстап тұру. Сонымен қатар, назарымызға ең көп әсер ететін факторларды есте сақтау маңызды: ақпараттың өзектілігі мен маңыздылығы, жаңашылдығы, ерекше ұсынылуы, күтпегендігі, ақпарат беру қарқындылығы, дауыстың күші мен модуляциясы.

Назар аударуды қамтамасыз ететін үш негізгі әдіс:

- **Бейтарап фраза әдісі.** Әңгіме, сөйлеу немесе талқылау басында негізгі тақырыппен тікелей байланысы жоқ, бірақ серіктеске немесе тыңдаушыларға мәні бар фраза айтылады (туған жері, соңғы көрген фильмі, бағдарлама, оқыған кітабы, хоббиі және т.б.).

- **Тартқыш әдіс.** Сөйлеуші ақпаратты қабылдауға қиын түрде жеткізеді: өте жай, монотонды немесе анық емес сөйлейді. Тыңдаушы хабарламаны түсіну үшін арнайы күш жұмсауға мәжбүр болады. Осы әрекеттер арқылы сөйлеуші тыңдаушыны назарын шоғырландыруға ынталандырады, кейін сол тәсілдерді өзінде пайдаланады.

- **Көз контактісі әдісі.** Сөйлеуші аудиторияны көзбен шолып шығады, біреуге назар аударады, бірнеше адамға қаратып басын изейді және т.б.

Назарды сақтау мәселесі де маңызды. Оны шешу үшін бірнеше әдіс қолданылады:

- **Оқшаулау әдісі.** Серіктесті жеке алшақтатады, оқшаулайды; лекция залдарында есік пен терезелер жабылады.

- **Ырғақтау әдісі.** Дауыс пен сөйлеудің сипаттамаларын тұрақты өзгерту: дыбыс күші, сөйлеу темпі және т.б.

- **Акценттеу әдісі.** Назар аударуға арналған әртүрлі қызметтік фразаларды қолдану: «Назар аударыңыз...», «Маңыздысы мынау...», «Әрқашан ескерген жөн...» және т.б.

Біз негізгі қарым-қатынас кедергілерін қарастырдық – коммуникативтік, әлеуметтік және психологиялық, олардың көріністері мен еңсеру жолдарын зерттедік. Келесі қысқаша кедергі типологиясын «Іскерлік риторикада» В.И. Андреев келтірген:

а) Психологиялық үйлесімсіздік (мінез-құлық ерекшеліктері, әдеттері біріне ұнамайды).

б) Бір-біріне шынайы емес немесе адал емес қарым-қатынас.

в) Өте ресми немесе, керісінше, тым таныстыққа негізделген сөйлеу.

г) Серіктес айтқан нәрсеге бейжай, салқын немесе скучный көзқарас.

д) Бір серіктес екіншісін кәсіби тұрғыдан дайын емес немесе құзыретсіз деп санайды.

е) Күлкі сезімінің болмауы.

ж) Өзінің басымдылығын көрсетуге, серіктесті төмендетуге және қорлауға тырысу.

з) Қатыспаушылық және бейқамдық.

и) Көкіректі биік ұстау, әңгімеде оқытушылық немесе тәлімгерлік тон қолдану.

к) Қолайсыз жағдай (шаң, ыстық немесе суық ауа) және қарым-қатынасты полемикаға немесе дауға айналдыру.

1.6. Коммуникативтік құзыреттілік – әмбебап кәсіби қасиет

Тиімді қарым-қатынас барлық оның компоненттерін білуді талап етеді, оларды меңгеру іскер адамның негізгі құзыреттерінің бірі – коммуникативтік құзыреттілікті қамтамасыз етеді.

Коммуникативтік құзыреттілік – бұл жеке тұлғаның белгілі бір саладағы білімдерді игеру процесінің мақсаты және нәтижесі, сондай-ақ сол білімдерді өзара әрекеттесу барысында тиімді алмасу қабілеті [15: 9].

Коммуникативтік құзыреттілік мынадай білімдер, дағдылар мен машықтарды меңгеруді талап етеді:

- қарым-қатынастың функциялары және коммуникативтік процестің ерекшеліктері;
- қарым-қатынастың түрлері және негізгі сипаттамалары;
- қарым-қатынас құралдары: вербалды және вербалды емес;
- тыңдаудың түрлері және оны қолдану әдістері;
- «кері байланыс» – сұрақтар мен жауаптар;
- серіктестердің психологиялық және коммуникативтік типтері, оларға өзара әрекеттесу ерекшеліктері;
- іскерлік өзара әрекеттесудің формалары мен әдістері;
- адамдарға әсер ету технологиялары мен әдістері;
- конструктивті коммуникация үшін идеяларды генерациялау және персоналды біріктіру әдістері;
- өзін-өзі ұсыну және жетістік стратегиялары [6: 144].

Коммуникативтік құзыреттілікті дамыту – кәсіби қызметтің тиімділігін қамтамасыз етудің маңызды шарты. Бұл оқу құралы оның барлық құрамдас бөліктерін егжей-тегжейлі қарастыруға арналған.

Қорытынды

Сонымен, «Қарым-қатынас, коммуникация» тақырыбында біз қарым-қатынас мәселесін жеткілікті дәрежеде қарастырдық және оның негізгі мәндік сипаттамаларын анықтадық:

1. Біріншіден, қарым-қатынас – субъектінің белсенділігінің көрінісі;
2. Екіншіден, бұл тұлғалар арасындағы қатынастардың ерекше бір түрі;

3. Үшіншіден, қарым-қатынас әрқашан адамдардың бірлескен әрекетінің белгілі формаларын болжайды.

Қарым-қатынас әлеуметтік-психологиялық механизмдер арқылы жүзеге асады, мысалы: жұқтыру, внушение (ұғындыру), еліктеу, сендіру, мәжбүрлеу.

Мақсаттарына байланысты қарым-қатынас келесі функцияларды орындайды:

- байланыс орнату;
- ақпарат алмасу;
- ынталандыру;
- үйлестіру;
- түсінуге ықпал;
- эмоциялық әсер;
- шешім қабылдауды қамтамасыз ету;
- әсер ету функциясы.

Біртұтас қарым-қатынас процесінде үш аспект ерекшеленеді:

Коммуникативтік (ақпарат алмасу), интерактивтік (өзара әрекеттесу) және перцептивтік (қабылдау) аспектілер бөлінеді. Осы үш аспектіні бірлікте қарастырғанда, қарым-қатынас адамдарды бірлескен іс-әрекетке және оларға қатысатын қатынастарды ұйымдастырудың бір әдісі ретінде көрінеді.

Қарым-қатынастың құралдары вербалды (сөйлесу) және вербалды емес болып бөлінеді (оптико-кинетикалық, паралингвистикалық, экстралингвистикалық құралдар). Өзара әрекеттесу кезінде серіктестер әртүрлі әрекет ету тәсілдерін таңдайды, бұл олардың қарым-қатынас стилін анықтайды. Белгілі бір қарым-қатынас стилі адамның қажеттіліктеріне, жеке ерекшеліктеріне, дүниетанымына, қоғамдағы мәртебесіне сәйкес қалыптасады және жағдайға байланысты жүзеге асады.

Түсіну, жанашырлық және эмпатия қажеттілігі гуманистік қарым-қатынас стилінде жүзеге асырылады; қоғаммен байланыс орнату міндетін ритуалдық қарым-қатынас атқарады, ал манипулятивтік қарым-қатынаста серіктестің сыртқы мақсаттарына жетуге ұмтылыс байқалады.

Интерактивтік өзара әрекет кезінде серіктестердің мінез-құлқын сипаттағанда әртүрлі типтер ажыратылады: ынтымақтастық, қарсыласу, бір бағытты қолдау, контрасттық өзара әрекеттесу және компромисс арқылы өзара әрекеттесу.

Сәтті өзара әрекетке кедергі келтіретін «қарым-қатынас кедергілері» деп аталатын факторлар бар, тақырыпта олардың көріністері және ең көп кездесетін коммуникативтік, әлеуметтік және психологиялық кедергілерді жеңу жолдары толық қарастырылды. Тиімді қарым-қатынас барлық компоненттерін білу арқылы жүзеге асады, оларды меңгеру іскер адамның негізгі құзыреттерінің бірі – коммуникативтік құзыреттілікті қамтамасыз етеді.

Практикум

Тапсырма 1. Қарым-қатынастың мақсаттары, функциялары және механизмдеріне сүйене отырып, «Адам өміріндегі қарым-қатынастың рөлі» тақырыбында қысқа эссе жазыңыз.

Тапсырма 2. Берілген жағдайларды оқып, қайсысы тұлғааралық, топтық, ұйымдық, жаппай, іскерлік немесе бейресми қарым-қатынас екенін анықтаңыз. Себебін түсіндіріңіз.

Жағдайлар:

1. Басшы бөлім қызметкерлеріне апталық жоспарды түсіндірді.
2. Досыңызбен демалыс жоспарлары туралы әңгімелестіңіз.
3. Университетте оқытушы дәріс оқып тұр.
4. Маркетинг бөлімі жаңа өнімді енгізу туралы жиналыс өткізді.
5. Онлайн пресс-конференцияда министр халықтың сұрақтарына жауап берді.

Тапсырма 3. «Вербалды және бейвербалды құралдарды анықтау»

Төменде көрсетілген мысалдарды вербалды және бейвербалды құралдарға бөліп жазыңыз:

- дауыс ырғағы
- сөйлеу мәдениеті
- хат, құжат
- көзқарас
- ым-ишара
- сөйлеу темпі
- телефон арқылы сөйлесу
- сыртқы келбет

Тапсырма 4. Төмендегі мысалдардың қайсысы коммуникативті, интерактивті немесе перцептивті жаққа жататынын анықтаңыз.

Мысалдар:

1. Серіктесіңіздің сіз туралы пікірін анықтау.
2. Бірлескен іс-әрекет жоспарын жасау.
3. Ақпарат алмасу.
4. Әңгімелесушінің мінез-құлқын бағалау.
5. Қызметкерлерді нұсқаулықпен таныстыру.

Тапсырма 5. Әр мысалды қандай перцептивтік қате екенін анықтаңыз: ореол эффекті, стереотип, бірінші әсер, проекция.

Мысалдар:

- Жаңа қызметкер тартымды болғандықтан, оны өте қабілетті деп қабылдау.
- Ұлттық ерекшелігіне қарап адамға мінездеме беру.
- Өз эмоцияңызды басқа адамның да солай сезінеді деп ойлау.
- Бірінші кездесудегі жағымсыз әсер адамның кейінгі әрекеттерін дұрыс бағаламауға алып келу.

1-тақырып бойынша өзін-өзі бақылау тесті

1. Қарым-қатынас дегеніміз:

- а) субъект белсенділігінің ерекше нысаны;
- б) тұлғааралық қатынастар шындығының ерекше түрі;
- с) адамдардың бірлескен іс-әрекетінің нысаны.

2. Ұғымдар арасындағы сәйкестікті орнатыңыз:

1. Қарым-қатынас	А. жеке тұлғаның белгілі бір саладағы білімді игеру процесінің мақсаты мен нәтижесі және субъектіге қарым-қатынас тиімділігін қамтамасыз ететін өзара әрекеттесу кезінде оларды бөлісу қабілеті
2. Коммуникация	Б. бірлескен іс-әрекеттің қажеттіліктерінен туындайтын және ақпарат алмасуды, өзара әрекеттесудің бірыңғай стратегиясын құруды, басқа адамды қабылдау мен түсінуді қамтитын адамдар арасындағы байланыстардың қалыптасуы мен дамуының күрделі көп қырлы процесі
3. Коммуникативтік құзыреттілік	В. бір адамның басқа адамға немесе бірқатар адамдарға ақпарат беруі

3. Байланыс процесінің қадамдарын дұрыс ретпен реттеңіз:

- 1) әңгімелесушілердің бір-біріне сәлемдесуі, үндеуі.
- 2) мәселені, міндетті шешудің оңтайлы әдісін табу.
- 3) идеяларды, нұсқаларды, гипотезаларды ұсыну, мәселені шешу.
- 4) белсенді тыңдау және ақпарат алмасу.
- 5) бір тараптың мәселені, проблеманы, өтінішті, ұсыныс білдіруін қоюы.
- 6) қарым-қатынасты аяқтау (өзара табыс тілеу, болашаққа ниет білдіру және т.б.).
- 7) шешім қабылдау.

4. Байланыс мақсаттары мен функциялары арасында сәйкестік орнатыңыз:

	Байланыс	Ақпараттық	Ынталандырушы	Үйлестіру	Түсіну	Эмоциялық	Шешімдерді орнату	Әсер ету функциясы
	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З
Ниеттерді, көзқарастарды, тәжірибелерді, күйлерді барабар қабылдау және өзара								

түсіну								
Серіктестің жай - күйін, мінез-құлқын, жеке- семантикалық құрылымдарын өзгерту								
Ақпаратты қабылдауға және беруге өзара дайындық күйі ретінде байланыс орнату								
Рөлдік, мәртебелік, іскерлік, тұлғааралық байланыстар жүйесіндегі өз орнын тану және бекіту								
Бірлескен қызметті ұйымдастыру кезіндегі іс- әрекеттерді өзара бағдарлау және келісу								
Белгілі бір әрекеттерді орындауға бағыттау үшін қарым-қатынас серіктесінің белсенділігін ынталандыру								
Хабарламалар, пікірлер, ойлар, шешімдер алмасу								
Әріптесіңіздегі қажетті эмоционалды тәжірибені қоздыру, сондай-ақ өз тәжірибеңізді өзгерту								

5. Адамның түсіну, мейірім көрсету және сезімталдыққа деген қажеттілігі ең толық қай қарым-қатынас түрінде қанағаттанады?

- а) манипулятивтік қарым-қатынас;
- б) ритуалды қарым-қатынас;
- с) гуманистік қарым-қатынас.

6. Қарым-қатынастағы стилистикалық кедергілер қандай себеппен туындайды?

- а) бір-біріне тым ресми немесе керісінше фамильярлық қарым-қатынас жасау;
- б) сөйлейтін адамдардың сөйлесуден тыс дауыстық әрекеттерінің болуы;
- с) ақпаратты функционалдық-кітап тілінде беру.

7. Психологиялық кедергінің негізгі себебі қандай?

- а) қарым-қатынастағы адамдардың жеке психологиялық ерекшеліктері немесе олардың арасындағы қалыптасқан қатынастар;
- б) сөйлеп тұрған адамның анық естілмейтін дикциясы;

с) сөздердегі, екпіндердегі немесе сөз соңындағы қателіктер.

8. Фонетикалық кедергілерге қандай белгілер жатады?

а) артикуляцияның нашарлығы (сөйлеу кезінде еріндер дұрыс ашылмайды немесе тістер қысылған, адам ыңылдайды, сыбырлайды, және т.б.);

б) бір сұхбаттасушы екінші сұхбаттасушыны біліксіз немесе кәсіби даярлығы жоқ деп санайды;

с) қарым-қатынаста немқұрайдылық пен қызықпаушылық.

9. Қарым-қатынастағы әлеуметтік кедергілер неден туындайды?

а) қарым-қатынастағы адамдардың жеке ерекшеліктерінен;

б) қарым-қатынас серіктестерінің ұлттық, әлеуметтік, саяси, діни айырмашылықтарынан;

с) қалыптасқан тұлғаралық қатынастардан.

10. Жеке адамның коммуникативтік құзыреттілігі қандай мақсат пен нәтиже болып табылады?

а) ұзақ мерзімді қарым-қатынас процесі;

б) кәсіби өзін-өзі дамыту, жеке тұлғаны жетілдіру, өзін-өзі тәрбиелеу;

с) жеке тұлғаның белгілі бір саладағы білімді меңгеру процесі және оны қарым-қатынас барысында тиімді алмастыру қабілеті.

Тақырып 2. Іскерлік қарым-қатынастың жалпы сипаттамасы

2.1. Іскерлік қарым-қатынастың мәні

Қарым-қатынас-бұл жеке адамдардың өзара әрекеттесуі, ақпарат беру, адамдардың бір-біріне қатынасы, бір-біріне әсері, эмпатия, өзара түсіністік және т.б. қамтитын күрделі көп қырлы процесс. Іскерлік қарым-қатынасқа тән ерекшелік-оның мазмұны мен мақсаттары өндірістік және әлеуметтік міндеттерді шешуге бағытталған.

Іскерлік қарым-қатынас ұғымын нақтылайық. Қазіргі оқу әдебиеттерінде оның көптеген анықтамалары бар, олардың кейбірін келтірейік. Мәселен, мысалы, М. В. Колтунова іскерлік байланысты келесідей анықтайды: "әлеуметтік-құқықтық және экономикалық қатынастар саласындағы коммуникативті мақсатты және негізінен кәсіби қызмет" [4: 17], В. Н. Лавриненко іскерлік қарым-қатынастың психологиясы мен этикасы туралы оқулықта "Іскерлік қарым – қатынас-бұл объективті қызметтің белгілі бір түрін ұйымдастыру және оңтайландыру мақсатында тұлғааралық қарым-қатынас: өндірістік, ғылыми, коммерциялық, басқарушылық және т.б." [8: 94], О. В. Баеваның пікірінше, іскерлік қарым-қатынасты "қандай да бір пәндік келісімге қол жеткізуге бағытталған тұлғааралық қарым-қатынас түрі" деп санауға болады [1: 7]. Іскерлік қарым-қатынас адамдар қызметінің әртүрлі салаларымен тығыз байланысты екені анық және оның мақсаты

жемісті ынтымақтастықты ұйымдастыру болып табылады. Іскерлік қарым-қатынастың достық қарым-қатынастан айырмашылығы-оның қатысушылары өздерінің қызметтік міндеттерін орындайтын ресми шенеуніктер болып табылады. Жоғарыда келтірілген анықтамалар іскерлік қарым-қатынасты келесідей қарастыруға болатындығын көрсетеді:

- нысаналы-нысаналы қызмет;
- тұлғааралық қарым-қатынас;
- пәндік қызметтің әртүрлі түрлерін оңтайландыру мақсатында ұйымдастыру тәсілі;
- қандай да бір пәндік келісімге қол жеткізу тәсілі. Осы тәсіл негізінде Л. г. Титова іскерлік қарым-қатынастың негізгі белгілерін анықтады [10: 59-61].

Іскерлік қарым-қатынастың алғашқы маңызды белгісі - іскерлік қарым-қатынас әрқашан адамдардың бірлескен әлеуметтік-маңызды пәндік қызметіне (экономикалық, саяси, құқықтық, педагогикалық және т.б.) енеді және осы қызметті ұйымдастырудың бір түрі болып табылады. Іскерлік қарым-қатынастың екінші белгісі: қарым-қатынас мазмұны қарым-қатынас тақырыбымен анықталады: байланыс субъектілері тікелей айналысатын нәрсе (тауарлар, зияткерлік өнімдер өндірісі, қызметтер құру және көрсету, жобаларды әзірлеу және т.б.). Үшінші белгі-іскерлік қарым-қатынаста іскери серіктестердің өзара психологиялық әсерінің болуы. Төртінші белгі іскерлік қарым-қатынастың ерекшелігін көрсетеді және іскерлік қарым-қатынас кәсіби дағдыларды, білім мен дағдыларды игеру және бекіту тәсілі ретінде қызмет етеді. Бұған іскерлік қарым-қатынастың әртүрлі формалары айтарлықтай ықпал етеді: пікірталастар, баспасөз конференциялары, пікірталастар, келіссөздер, кездесулер, әңгімелер және т.б. іскерлік қарым-қатынастың бесінші белгісі-бұл қарым-қатынас субъектілерінің өзара әрекеттесуінің формальды-рөлдік принципінің болуы, олардың лауазымдық рөлдері мен мәртебелік функцияларын бөлу негізінде жүзеге асырылады. Іскерлік қарым-қатынастың белгілері біртұтас бірлікте және өзара байланыста қарастырылуы керек; олардың негізінде іскерлік қарым-қатынасқа жалпы анықтама беруге болады.

Іскерлік қарым-қатынас-бұл адамдардың бірлескен кәсіптік-пәндік қызметінде жүзеге асырылатын және мазмұны қарым-қатынастың әлеуметтік маңызды пәнімен, қарым-қатынас субъектілерінің өзара психологиялық әсерімен және олардың өзара әрекеттесуінің формальды-рөлдік принципімен анықталатын қарым-қатынастың ерекше түрі.

Адамдардың өндірістік және еңбек қызметі процесінде мінез-құлқы мен қарым-қатынасын реттейтін моральдық нормалардың, ережелер мен идеялардың жиынтығы жалпы моральдық нормаларға негізделген және жалпы этиканың бөлігі болып табылатын іскерлік қарым-қатынас этикасын зерттеу нысаны болып табылады.

Іскерлік әлемде қарым-қатынас жасаудың жоғары деңгейі іскерлік қарым-қатынас мәдениетін анықтайды. Іскерлік қарым-қатынас мәдениеті мыналарды қамтиды:

- 1) жоғары коммуникативті мәдениет, яғни сөйлеу (оның ішінде көпшілік алдында) және тыңдау өнері;
- 2) серіктесті объективті қабылдау және дұрыс түсіну қабілеті;
- 3) кез келген серіктеспен қарым-қатынас орната білу, өзара мүдделер негізінде тиімді өзара іс-қимылға қол жеткізу [1:9].

Іскерлік қарым-қатынас туралы оқу әдебиеттерінде іскерлік қарым-қатынастың келесі негізгі сипаттамалары ерекшеленеді: мазмұны, мақсаты, принциптері, функциялары, жақтары, формалары, құралдары, қарым-қатынас стильдері.

2.2. Іскерлік қарым-қатынастың мақсаттары

Іскерлік қарым-қатынастың мазмұны қоғамның кез-келген саласының (материалдық, рухани, реттеуші) кез-келген әлеуметтік маңызды проблемасы бола алатын қарым-қатынас тақырыбымен анықталады. Мазмұнына байланысты іскерлік қарым - қатынастың мұндай көп пәні іскерлік қарым-қатынастың негізгі түрлерін ажыратуға мүмкіндік береді: белсенді, когнитивті, мотивациялық, материалдық, рухани, реттеуші [10: 61-63].

Іскерлік іскерлік қарым - қатынас адамдардың бірлескен кәсіби және пәндік іс-әрекетінде іс-әрекеттер, әдістер, дағдылар, дағдылармен алмасу түрінде жүзеге асырылады. Когнитивті іскерлік қарым-қатынас іскери серіктестердің танымдық кәсіби және әлеуметтік өмірлік тәжірибесімен алмасуды қамтиды (кәсіби біліммен, идеялармен, идеялармен алмасу). Мотивациялық іскерлік қарым-қатынастың ерекшелігі-бұл іскери серіктестердің іс-әрекеттерінің таңдамалы бағытын қамтамасыз етеді, олардың мінез-құлық белсенділігін ынталандырады және оны белгілі бір деңгейде қолдайды (іскери серіктестердің жеке мотивацияларымен өзара алмасу: ұмтылыстар, тілектер, қажеттіліктер, мүдделер, көзқарастар, импульстар).

Материалдық іскерлік қарым-қатынастың ерекшелігі оның негізінен қоғамның экономикалық саласында, өмірге тікелей материалдық құралдармен, материалдық өнімдер мен қызметтермен алмасумен және іскери серіктестердің шұғыл материалдық қажеттіліктерін қанағаттандырумен байланысты жүзеге асырылатындығында көрінеді. Сондықтан материалдық іскерлік қарым-қатынас іскерлік қарым-қатынастың басқа формаларының арасында шешуші болып табылады, өйткені оның көмегімен барлық басқа формалардың қалыптасуы мен жұмыс істеуі үшін негізгі материалдық негіз құрылады.

Рухани құндылықтарды өндірумен және ғылым, өнер, дін сияқты салаларда қызметтерді құрумен байланысты өзіндік ерекшеліктері мен рухани іскерлік қарым-қатынасы бар. Мұнда іскерлік қарым-қатынастың шығармашылық, психикалық сипаты айқын көрінеді. Ол іскери

серіктестердің әлеуметтік маңызды ғылыми, эстетикалық қызметін жүзеге асырудың нысаны болып табылады және рухани құндылықтармен: ғылыми ақпаратпен, философиялық, эстетикалық идеялармен және идеялармен алмасу ретінде жүзеге асырылады. Осылайша, рухани іскерлік қарым-қатынас іскери серіктестердің рухани, психикалық ішкі әлемін дамытуға үлкен ықпал етеді.

Реттеуші іскерлік қарым-қатынас қоғамның саяси, құқықтық және моральдық салаларында адамдардың бірлескен әлеуметтік маңызды қызметін жүзеге асырудың нысаны болып табылады. Оны іскери серіктестер саяси, құқықтық, моральдық біліммен, идеялармен, идеялармен өзара алмасу ретінде жүзеге асырады. Реттеуші іскерлік қарым-қатынас арқылы іскери серіктестерді әлеуметтендіру, олардың саяси, құқықтық, моральдық нормаларды, құндылықтарды, дәстүрлерді игеруі жүзеге асырылады.

Іскерлік қарым-қатынастың мақсаты іскери серіктестердің іс-әрекеттерінің кез-келген әлеуметтік маңызды мәселені шешуге бағытталғандығын сипаттайды. Іскерлік қарым-қатынастың мақсаттары мыналар болуы мүмкін: жаңа ақпаратты игеру, өнімдер мен қызметтерді құру, фирмалар мен кәсіпорындардың дәстүрлерін нығайту және т.б. бұл мақсаттарды жүзеге асыру Бір-бірінің серіктестерінің психологиялық әсерінсіз және әсерінсіз мүмкін емес. Сондықтан іскерлік қарым-қатынас мақсаттары мен осы мақсаттарға сәйкес қолданылатын психологиялық әсер ету түрлері бойынша эмоционалды, ақпараттық, сендіргіш, конвенциялық, болжамды, императивті, манипулятивті, серіктестік сияқты іскерлік қарым-қатынас түрлері ажыратылады [10: 63-65].

Эмоционалды іскерлік қарым – қатынас іскери серіктесте белгілі бір іскерлік жағдайға қажетті субъективті психологиялық жағдайды-эмоционалды фонды, көңіл-күйді қалыптастыруға бағытталған, бұл оның эмоционалды белсенділігі мен осы жағдайдағы қызметтің сәттілігін арттыруға ықпал етеді. Бұл жағдайда әсер негізінен сенсорлық арналарға әсер етеді: визуалды, ал психологиялық әсердің негізгі механизмі-ынталандыру.

Ақпараттық іскерлік қарым-қатынастың мақсаты-кәсіби ақпаратты немесе инновациялық идеяларды беру арқылы іскери серіктестің ақпараттық қорын кеңейту. Психологиялық әсер мұнда негізінен когнитивті деңгейде болады және есте сақтау және зейін сияқты жоғары психикалық функцияларды ынталандыру арқылы жүзеге асырылады. Сендіретін іскерлік қарым-қатынас іскери серіктестің когнитивті-құндылық бағытын немесе жеке көзқарасын өзгерту мақсатында жүзеге асырылады. Мұнда психологиялық әсер ету механизмі-сендіру, вербализацияланған аргументация мен қарсы аргументацияда жүзеге асырылады.

Конвенциялық іскерлік қарым – қатынастың мақсаты-іскерлік әлемде шарттық-құқықтық қатынастарды сақтау және бекіту: іскерлік хаттаманы, іскерлік этикетті сақтау, ұлттық және кәсіби дәстүрлерді ұстану, жаңа дәстүрлерді құру. Мұнда қолданылатын психологиялық әсердің негізгі механизмдері-еліктеу, мақұлдау, көтермелеу.

Императивті іскерлік қарым-қатынас өзінің мақсаты ретінде іскери серіктестің мінез-құлқын авторитарлық бақылауды немесе оны белгілі бір шешімдерге немесе әрекеттерге ашық түрде мәжбүрлеуді қамтиды. Іскери серіктес мұнда психологиялық әсердің объектісі және бұл жағдайда қолданылатын психологиялық әсердің негізгі механизмдері - ынталандыру, мәжбүрлеу, қорқыту ретінде қарастырылады.

Іскерлік қарым-қатынастың ерекшелігі-оның мотивациясын, құндылық бағдарын немесе мінез-құлқын өзгерту мақсатында іскери серіктеске әсерлі әсер ету. Негізгі психологиялық әсер ету механизмі – суггестия (сендіру, иландыру). Ол беделге сілтеме жасау және идентификация сияқты тәсілдер арқылы жүзеге асырылады.

Манипуляциялық іскерлік қарым-қатынас-қазіргі заманғы іскерлік тәжірибеде өте кең таралған түрі. Оның мақсаты-іскери серіктестің психикасына өзіне тән емес, бірақ манипуляторға қажет көзқарастарды, ниеттерді, тілектерді, мотивацияларды жасырын енгізу арқылы серіктестің мотивациясы мен мінез-құлқын бақылау. Мұнда іскери серіктестің психикасының терең деңгейлеріне психологиялық әсер, соның ішінде бейсаналық психикалық процестер: жасырын ұсыныс пен мәжбүрлеу, жұқтыру және манипулятор үшін қажетті іс-әрекетке сенсорлық жүйені ынталандыру арқылы тарту.

Серіктестік іскерлік қарым-қатынас табиғаты бойынша адамгершілікті және диалогты. Оның мақсаты-іскери серіктестердің мүдделерін, ниеттерін, бір-бірінің эмоционалды жағдайына психологиялық көзқарасты үйлестіру. Психологиялық әсер орналасу, өтініш, қосылу әдістерімен жүзеге асырылады. Қазіргі іскерлік тәжірибеде серіктестік іскерлік қарым-қатынас іскери серіктестерді біріктіру құралы ретінде қарастырылады және іскерлік қарым-қатынастың ең қолайлы моделі болып саналады.

2.4. Іскерлік қарым-қатынас принциптері

Іскерлік қарым-қатынастың тиімділігіне бірқатар маңызды ұйымдастырушылық принциптерді сақтау ықпал етеді: кооперация, сыпайылық, тең қауіпсіздік, орталықсыздандыру, айтылғандарға сәйкес келу [2: 171-176].

Кооперация принципі серіктестердің ынтымақтастыққа дайындығын болжайды. Қарым-қатынастағы кооперацияға ақпараттың санын, сапасын, қатынасын және берілу тәсілін анықтайтын төрт постулатты сақтау арқылы қол жеткізіледі:

1. мәлімдемеде талап етілгеннен кем емес және көп ақпарат болмауы керек;

2. мәлімдеме ақиқат және негізделген болуы керек;

3. мәлімдеме сәйкес болуы керек (орынды);

4. мәлімдеме анық, қажетсіз сөзсіз болуы керек.

Сыпайылық принципі Жд. Н. Личем [20] тұжырымдаған бірқатар ережелердің сақталуын талап етеді:

-Тактілік ережесі: әңгімелесуші үшін әлеуетті түрде қауіпті болуы мүмкін тақырыптарды (жеке өмірі, жеке талғамы және т.б.) қозғамау керек.

-Жомарттық ережесі: серіктесті міндеттемелермен, уәделермен, анттармен және т.б. байланыстыруға, яғни оны қандай да бір түрде ауыртпалыққа салуға болмайды.

-Мақұлдау, өзгелерді оң бағалау ережесі: басқаларды айыптамау және соттамау керек.

-Қарапайымдылық ережесі: әңгімелесу барысында тәкаппарлыққа жол бермеу қажет.

-Келісім ережесі: коммуникативтік мақсаттарға жету үшін жанжалды жағдайлардан барынша аулақ болуға ұмтылу керек.

-Ілтипат (симпатия) ережесі: серіктеске деген ізгі ниет пен жылы қарым-қатынасты көрсету қажет.

Тең қауіпсіздік принципі әңгімелесушінің жеке басына құрметпен қарауды білдіреді. Бұл қағида дөрекі сөздер мен сөз тіркестерін, қорлауды, менсінбейтін және мазақ ететін тонды қолдануға тыйым салады. Өз көзқарасыңызды қорғай отырып, сіз қарсыластың мәлімдемелерімен келіспеуіңіз мүмкін, бірақ сонымен бірге қарым-қатынас серіктесіне психологиялық зиян келтіріп, қорлайтын шабуылдар мен қорлауға жол бермеуіңіз керек.

Орталықсыздандыру принципі іс мүдделеріне немесе тараптар іскерлік қарым-қатынасқа түскен талқылау тақырыбына өзара әрекеттесуді шоғырландыру болып табылады. Іс жүзінде, дау-дамай қызған адамдар оңтайлы шешім табудың орнына бір-бірінің жеке басына назар аударады немесе өздерінің эгоцентристік мүдделерін қорғайды.

Айтылғанға сәйкес келу принципінің мәні қарсыластың айтқанының мағынасын бұрмалауға жол бермеу болып табылады. Кейде қарым-қатынасқа қатысушылар сұхбаттасушының позициясын саналы түрде бұрмалау, оның сөздерін "бұрмалау" немесе екпін дұрыс қоймау арқылы артықшылыққа қол жеткізуге тырысады, бұл келіспеушіліктер мен өзара түсініспеушіліктерге әкеледі. Тиімді іскерлік қарым – қатынастың негізгі шарттарының бірі-оның қатысушыларының моральдық көзқарасы-белгілі бір моральдық нормаларға, қағидаларға, жақсылық пен жамандық туралы, әлеуметтік жауапкершілік, қарыз және т. б. идеяларға сәйкес әрекет етуге дайын болу.

Іскерлік қарым-қатынас принциптерін сақтамау немесе саналы түрде елемеу іскерлік қарым-қатынастың тиімділігіне кедергі келтіреді және сындарлы диалогты деструктивті диалогқа айналдырады. Деструктивті іскерлік қарым-қатынастың себептері оның қатысушыларының жеке ерекшеліктері мен мінез-құлқы болуы мүмкін. Сындарлы іскерлік қарым-қатынасқа психологияда "бақылау локусы" деп аталатын және адамның өз істері мен әрекеттері үшін жауапкершілікті сыртқы күштерге (сыртқы бақылау локусы) немесе өзінің қабілеттері мен күш-жігеріне (ішкі бақылау локусы) жатқызуға бейімділігін сипаттайтын сапа кедергі келтіреді. Іскерлік

қарым-қатынасты қиындататын қасиеттерге өзіншілдік, өршілдік, тәкаппарлық, өзіне деген сенімділік және т. б. жатады.

2.5. Іскерлік қарым-қатынас функциялары

Іскерлік қарым-қатынас коммуникацияның барлық функцияларын қамтиды: коммуникативті, интерактивті және перцептивті. Бұл іскерлік қарым-қатынастың ерекшелігін көрсететін бірқатар функцияларды бөледі: аспаптық, интегративті, өзін-өзі көрсету функциясы, аударма, әлеуметтік бақылау функциясы, әлеуметтену және экспрессивті функция [6: 141].

Аспаптық функция-қарым-қатынасты қандай да бір іс-әрекетті, қабылданған шешімді жүзеге асыру үшін қажетті ақпаратты алуға және беруге мүмкіндік беретін әлеуметтік басқару механизмі ретінде сипаттайды; коммуникативтік ниет.

Интегративті функция-бірлескен коммуникативті процесс үшін іскери серіктестерді, мамандар мен орындаушыларды біріктіру құралы ретінде қолданылады: мәселені шешу, идеяларды қалыптастыру, бірлескен келісім жасау және т. б.

Өзін – өзі көрсету функциясы-өзін-өзі көрсетуге және өзін-өзі көрсетуге, жеке интеллектуалды және психологиялық әлеуетті көрсетуге мүмкіндік береді.

Аударма функциясы қызметтің нақты тәсілдерін, бағалауларды, пікірлерді, пайымдауларды және т. б. беруге қызмет етеді.

Әлеуметтік бақылау функциясы реттеу болып табылады іскерлік қарым-қатынасқа қатысушылардың мінез-құлқы мен қызметі, ал кейбір жағдайларда (мысалы, коммерциялық құпияға қатысты) және сөйлеу әрекеттері.

Әлеуметтену функциясы-іскерлік қарым-қатынас мәдениеті, іскерлік этикет дағдыларын дамыту.

Экспрессивті функция - бұл функция арқылы іскери серіктестер бір-бірінің эмоционалды тәжірибесін білдіруге және түсінуге тырысады, көбінесе вербалды емес құралдар арқылы көрінеді.

2.6. Іскерлік қарым-қатынас тараптары

Іскерлік қарым-қатынастың әлеуметтік-психологиялық талдауы оның құрылымында (қарым-қатынас құрылымындағыдай) бір-бірімен тығыз байланысты үш тарапты бөлуді қамтиды: коммуникативті, интерактивті, перцептивті [10: 73].

Іскерлік қарым-қатынастың коммуникативті жағы вербалды және вербалды емес деңгейде жүзеге асырылатын іскери серіктестер арасында ақпарат алмасуды қамтиды. Ол жіберілген хабарламаларды кодтау және декодтау процесін қамтиды.

Іскерлік қарым – қатынастың интерактивті жағы-бұл интегративті қызмет (кооперация, ынтымақтастық) немесе бәсекелестік (бәсекелестік,

кақтығыс) түрінде көрінуі мүмкін іскери серіктестердің өзара әрекеттесуінің әртүрлі түрлері.

Іскерлік қарым-қатынастың перцептивті жағы іскери серіктестердің өзара тұлғааралық қабылдау процесімен сипатталады, бұл олардың әртүрлі бағалау және семантикалық пайымдауларының пайда болуына, сондай-ақ олардың арасындағы өзара түсіністіктің қалыптасуына ықпал етуі мүмкін. Іскерлік қарым-қатынастың барлық үш жағының өзара байланысы іскери серіктестердің тұлғааралық қарым-қатынас процесінің тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз етуге арналған белгілі бір әлеуметтік-психологиялық механизмдердің көмегімен жүзеге асырылады.

Іскерлік қарым-қатынас ережелері Келесі ережелер тиімді іскерлік қарым-қатынасты қамтамасыз етуге көмектеседі.

Бірінші ереже. Әңгімелесушіні жылы шыраймен қарсы алыңыз. Егер сіз жұмыс үстелінің артында отырып, қабылдауға келуші кірсе, мүмкіндігінше орныңыздан тұрып, оны отыруға шақырған жөн. Қолайлы әрі орынды жағдайларда қол алысып амандасыңыз.

Екінші ереже. Әңгіме басталғанда, әңгімелесушіні толғандыратын істері мен мәселелері туралы сұраңыз.

Үшінші ереже. Қабағыңызды түймеңіз, басқа нәрсеге алаңдамаңыз, ашық әрі қызығушылық танытып отырыңыз.

Төртінші ереже. Асықпаңыз, әбігерлікке жол бермеңіз.

Бесінші ереже. Қажеттілік болмаса, әңгімені созбалаңға салмаңыз.

Алтыншы ереже. Қарым-қатынасқа кедергі келтіретін сөз тіркестерінен аулақ болыңыз:

- «Сіз міндеттісіз...» (бұйрық ретінде қабылданады);
 - «Егер сіз ... болмасаңыз, онда ...» (қоқан-лоққы сияқты естіледі);
 - «Сіздің міндетіңіз (борышыңыз) мынада...» (уағыз іспетті қабылданады);
 - «Сіздің қателігіңіз мынада...» (ақыл айту, тәрбиелеу реңкін береді);
 - «Сізде тым ..., мен сіздің орныңызда болсам...» (айыптау ретінде естіледі).
- Сондай-ақ «Не?», «Қайда?», «Қашан?» деген сөздерден басталатын сұрақтарды тым жиі қолданудан сақ болыңыз, өйткені бұл тергеу жүргізіп жатқандай әсер қалдырады.

Жетінші ереже. Әңгімелесушімен жақындастыратын ортақ мүдделер аймағын табуға тырысыңыз.

Сегізінші ереже. Негізгі мәселеде өз ұстанымыңызды дәлелдеңіз, ал ұсақ-түйекке келгенде ымыраға келіңіз.

Тоғызыншы ереже. Іскерлік әңгімені келесі кездесуге негіз қалатындай етіп аяқтаңыз.

Оныншы ереже. Әңгімелесуші сізден жақсы көңіл күймен кетуіне күш салыңыз.

Қорытынды

Біз қарым – қатынастың ерекше түрінің жалпы сипаттамасын қарастырдық-белгілі бір пәндік келісімге қол жеткізу арқылы объективті қызметтің белгілі бір түрін ұйымдастыру және оңтайландыру мақсатында

адамдардың бірлескен кәсіби қызметінде жүзеге асырылатын іскерлік. Іскерлік қарым-қатынастың ерекшелігі бірқатар белгілермен анықталады: өзара әрекеттесу қарым-қатынас субъектілерінің формальды-рөлдік мәртебесіне сәйкес бірлескен әлеуметтік маңызды қызметте жүзеге асырылады; іскерлік қарым-қатынастың мазмұны қарым-қатынас тақырыбымен анықталады және іскери серіктестердің кәсіби білімін, дағдылары мен дағдыларын игеруге және бекітуге ықпал етеді.

Сонымен қатар, іскерлік қарым-қатынаста жұқтыру, ұсыныс, сендіру, мәжбүрлеу, қорқыту және т. б. сияқты психологиялық әсер ету тетіктерін қолдану арқылы бір-біріне өзара әсер етеді. Іскерлік қарым-қатынастың мақсаты қандай да бір әлеуметтік маңызды мәселені шешу кезінде қандай да бір пәндік уағдаластыққа қол жеткізу немесе қызметті оңтайландыру (ұйымдастыру) болып табылады. Қойылған мақсатқа және психологиялық әсердің қолданылатын түрлеріне байланысты эмоционалды, ақпараттық, сендіргіш, конвенциялық, болжамды, императивті, манипулятивті, серіктестік сияқты іскерлік қарым-қатынас түрлері ажыратылады.

Практикум

Тапсырма 1. Жағдайды оқыңыз. Жағдайға қатысушылардың іскерлік қарым-қатынас тиімділігін талдаңыз және тапсырманың соңындағы сұрақтарға жауап беріңіз.

«Моторлар шығаратын зауытта жұмысшылардың өкілі басқарушыға келеді де: «Сізбен кездесуге уақыт бөлгеніңіз үшін ризамын. Мен сізбен жаңа ережелерге қатысты жұмысшылардың туындаған мәселесі туралы сөйлескім келді. Жұмыс кестесі түнгі ауысымдағы жұмысшылар үшін әділетсіз. Күндізгі ауысымдағы жұмысшыларға қозғалтқыш компоненттерін толық жинауға рұқсат берілген, ал ең қиын әрі қажытатын тапсырма түнгі ауысымға қалдырылған. Біз өндірістік кестені қайта қараудың жолдарын ойластыра алсақ деп отырмыз...»

Басқарушы, сөзді бөліп алып: «Сіз әрі жұмысшыларыңыз өндірістік кесте мен ережелерді жасауда қатысқансыздар. Мен өзім де кесте жөніндегі келіссөздерге қатыстым. Мен сіздердің адамдарды тыңдап, өзім осы ережелерді жасадым. Сіздер менің қате жібергенімді айтқыңыз келе ме?»

«Жоқ, бірақ...»

«Сіз мені әділетсіз деп санайсыз ба?»

«Әрине, жоқ, бірақ мен ойлаймын, қазіргі кесте болжанбаған салдарға әкелді, және...»

«Тыңдаңыз, мен осы зауытқа бірнеше жылдық дағдарыстан кейін өндірісті жөнге келтіру үшін тағайындалдым, және мен оны жүзеге асырдым. Жұмысшыларыңыз жақсы жағдайлар мен артқан жалақыға қанағаттанған, себебі жаңа ережелер зауыттағы еңбек өнімділігін арттырды. Енді сіз бәрін қайта бастап, жеткен жетістіктерімізді бірнеше маңызды емес шағымға байланысты тәуекелге салғыңыз келе ме? Мені ақымақ деп ойлайсыз ба? Ештеңе тыңдағыңыз келмейді!»

Өткізілген іскерлік қарым-қатынастың тиімділігін талдау:

1. Жұмысшы қандай мақсаттарға жетуді жоспарлады, ал басқарушы осы жағдайдағы қандай мақсаттарға ұмтылды?
2. Басқарушы іскерлік қарым-қатынас қағидаларын бұзды ма? Егер бұзған болса, қандай қағидалар бұзылды?
3. Жұмысшы осы әңгімеде қандай қарым-қатынас стилін қолданды? Ал басқарушы қандай стиль көрсетті?
4. Басқарушы мен жұмысшы арасындағы әңгімеде іскерлік қарым-қатынастың қандай функциялары іске асырылды? Жауапты 2.5. тармаққа сүйене отырып негіздеңіз.
5. 2.7. тармаққа сүйене отырып, жұмысшы іскерлік қарым-қатынас ережелерін сақтады ма? Басқарушы сақтады ма? Егер сақталмаса, қандай ережелер бұзылды?

Тапсырма 2. Компанияда жаңа басқару жүйесі енгізілуде. Басшылық қызметкерлерден өзгерістерді қолдауды талап етеді, алайда ұжым ішінде қарсылық, түсінбеушілік және бейресми наразылық байқалады.

1. Жағдайды іскерлік қарым-қатынастың мазмұны, мақсаты және функциялары тұрғысынан талдаңыз.
2. Қандай іскерлік қарым-қатынас түрлері (ақпараттық, сендіргіш, манипулятивті, серіктестік және т.б.) қолданылғанын немесе қолданылуы тиіс екенін анықтаңыз.
3. Басшылық пен қызметкерлер арасындағы өзара әрекеттесуде қандай принциптердің бұзылғанын көрсетіңіз.
4. Жағдайды оңтайландыру үшін іскерлік қарым-қатынастың тиімді моделін ұсыныңыз.

Тапсырма 3. Ұйым басшысы серіктестермен маңызды келіссөз өткізуге дайындалуда. Келіссөз нәтижесі компанияның болашақ дамуына тікелей әсер етеді.

1. Келіссөзге арналған іскерлік қарым-қатынас стратегиясын жасаңыз.
2. Қарым-қатынастың:
 - мақсатын;
 - мазмұнын;
 - қолданылатын психологиялық әсер ету механизмдерін (сендіру, иландыру, серіктестік т.б.) анықтаңыз.
3. Коммуникативті, интерактивті және перцептивті тараптардың өзара байланысын көрсетіңіз.
4. Қандай жағдайда манипулятивті емес, серіктестік іскерлік қарым-қатынас тиімді болатынын дәлелдеңіз.

Тапсырма 4. Іскерлік қарым-қатынастың келесі түрлерін салыстырыңыз:

- императивті

-манипулятивті

-серіктестік

1. Әр түр бойынша:

-мақсатын;

-қолданылатын психологиялық әсер тетіктерін;

-артықшылықтары мен тәуекелдерін сипаттаңыз.

2. Қазіргі кәсіби ортада қай түрі ұзақ мерзімді тиімділікке әкелетінін негіздеп жазыңыз.

3. Өз пікіріңізді лекция мәтініндегі теориялық ұғымдармен дәлелденіз.

Тапсырма 5. Өзіңіз куә болған немесе тәжірибеңізде кездескен іскерлік қарым-қатынас жағдайын сипаттаңыз.

1. Сол жағдайды келесі өлшемдер бойынша талдаңыз:

-іскерлік қарым-қатынастың мазмұны мен мақсаты;

-сақталған немесе бұзылған принциптер;

-орын алған функциялар;

-қарым-қатынас стилі.

2. Егер сол жағдайды қайта өткізу мүмкіндігі болса, іскерлік қарым-қатынасты қалай жетілдірер едіңіз?

3. Ұсыныстарыңызды теориялық негіздермен дәлелденіз.

2-тақырып бойынша өзін-өзі бақылау тесті

1. Төмендегі ережелердің арасында "іскерлік қарым-қатынас" ғылымының проблемалық саласын белгілеңіз:

а) ұлтаралық қарым-қатынастың психологиялық механизмдерін зерттеу;

б) тәрбие мен оқытудың психологиялық тетіктерін негіздеу;

с) кәсіптік-пәндік қызметтегі адамдардың психологиялық және этикалық өзара іс-қимылының ерекшеліктерін зерттеу.

2. "Іскерлік қарым-қатынас" ғылымының пәндік саласы зерттеуді қамтиды:

а) психикалық танымдық процестер;

б) қарым-қатынастың, өзара іс-қимылдың әлеуметтік-психологиялық тетіктері;

с) іскери серіктестердің саяси сенімдері.

3. Іскерлік қарым қатынас талдауды қамтиды:

а) тұлғаның психикалық құрылымының ерекшеліктері;

б) іскери серіктестердің саяси бағыты.

с) іскерлік қарым-қатынастың құрылымы мен ерекшеліктері

4. Іскерлік қарым-қатынас белгілерін орнатыңыз:

- а) серіктестердің ресми-рөлдік өзара іс-қимылы;
- б) достық қарым-қатынас жағдайы;
- с) қарым-қатынас субъектілерінің ынтымақтастыққа дайындығы.

5. Іскерлік қарым-қатынастың мақсаты:

- а) қандай да бір әлеуметтік маңызы бар проблеманы шешу бойынша пәндік уағдаластыққа қол жеткізу;
- б) іскер серіктеспен жақсы қарым-қатынасты сақтау;
- с) қарым-қатынаста бағынуды сақтау

6. Қарым-қатынас мақсатына байланысты іскерлік қарым-қатынастың келесі түрлері бөлінеді:

- а) ұлтаралық;
- б) достық;
- с) ақпараттық.

7. Іскерлік қарым-қатынастың мақсаттары мен түрлері арасында сәйкестік орнатыңыз

Іскерлік қарым қатынас мақсаттары	Серіктестік	Суггестивті	Конвенционалдық	Императивті	эмоционалдық	Сенімділік	Ақпараттық	Манипуляциялық
	А	Б	В	Г	Д	Е	Ж	З
Іскери серіктесте белгілі бір іскерлік жағдайға қажетті субъективті психологиялық жағдайды қалыптастыру								
Іскери серіктестің ақпараттық қорын оған кәсіби ақпарат немесе инновациялық идеялар беру арқылы кеңейту								
Іскери серіктестің когнитивті - құндылық бағдарын немесе жеке көзқарасын өзгерту.								
Іскерлік әлемде шарттық-құқықтық қатынастарды қолдау және бекіту								
Іскери серіктестің мінез құлқына авторитарлық бақылауды сақтау немесе оны белгілі бір шешімдерге немесе әрекеттерге ашық түрде мәжбүрлеу								
Іскери серіктеске оның мотивациясын, құндылық бағдарын немесе мінез-								

күлқын өзгерту мақсатында әсерлі әсер ету								
Іскери серіктестердің мүдделерін, ниеттерін үйлестіру, бір-бірінің эмоционалды жағдайына психологиялық көзқарас								
Серіктестің мотивациясы мен мінез-күлқына жасырын бақылау орнату								

8. Қарым қатынас мазмұнына байланысты іскерлік қарым қатынастың келесі түрлері бөлінеді:

- a) серіктестік;
- b) рухани;
- c) ұлтаралық.

9. Төменде келтірілген іскерлік қарым-қатынас принциптерін атаңыз:

- a) гуманизм принципі;
- b) кооперация принципі;
- c) ұжымдастыру принципі.

10. Іскерлік қарым-қатынастың негізгі функцияларының бірі әңгімелесу барысында ақпаратты жеткізу, мәселені түсіндіру және шешім қабылдауға ықпал ету болып табылады. Бұл қандай функцияға жатады?

- a) контакттық функция
- b) ақпараттық функция
- c) көңіл-күйді білдіру функциясы

Тақырып 3. Қарым-қатынас құралдары

3.1. Қатынас құралдары

Қатынас процесінің құралдары – әртүрлі белгі жүйелері, ең алдымен тіл. Тіл – адам қарым-қатынасының, ойлау қызметінің, тұлғаның өзін-өзі тануының құралы ретінде қызмет ететін белгілер жүйесі [21:420]. Сол себепті, қатынас құралдарының бірінші және негізгісі – адамның сөйлеуі.

Дегенмен, қатынас барысында басқа белгілер де қолданылады. Белгі деп кез келген затты, құбылысты немесе оқиғаны санауға болады, ол ақпарат алу, сақтау, өңдеу үшін нұсқау немесе белгі ретінде қызмет етеді.

Қатынас процесі келесі құралдар арқылы жүзеге асады:

- Қимылдар, мимика, пантомимика (оптико-кинетикалық қатынас құралдары);
- Интонациялар және әртүрлі ұзындықтағы үзіктер арқылы айтылған сөзге мән беру (паралингвистикалық және экстралингвистикалық жүйелер);
- Байланыс ұзақтығы, серіктестің жақындығы немесе алыстығы арқылы қатынас орнатылады (кеңістік және уақыт жүйесі).

Қатынас құралдарына байланысты екі түрі бар:

- Вербалды қатынас: сөз арқылы жүзеге асады;
- Вербалды емес қатынас: ақпаратты сөзсіз белгілер – қимылдар, позалар, мимика, көзқарас және т.б. арқылы жеткізу.

Вербалды емес қатынас құралдары әдетте:

- серіктеспен эмоционалды байланыс орнату және оны сақтау;
- адамның өзін қалай ұстайтынын бағалау;
- басқалардың басқа адамдарға деген ойын анықтау үшін қолданылады.

Вербалды емес құралдар қабілетті:

- қарым-қатынастың маңызды сәттерін көрсету;
- айтылған мазмұнды толықтыру;
- сөйлейтін адамның сезімін көрсету және серіктеске қарым-қатынасты білдіру;
- адамның қазіргі жағдайы мен тұлғалық қасиеттері туралы ақпарат алу.

3.2. Вербалды қарым қатынас жүйесінің мәні

Қарым-қатынастың вербалды емес құралдарының маңыздылығына қарамастан, олар тек мағынаны нақтылайды, нақтылайды, сөйлеу арқылы берілетін нақты ақпаратқа эмоционалды реңк береді. Вербалды байланыс жүйесінде лексика мен фразеология ойдың мазмұнын дәл жеткізуге жауап береді, ал грамматика мен синтаксис сөздерді дұрыс байланыстырып, мағынаның түсінікті құрылымда берілуін қамтамасыз етеді. Дикция сөйлеудің анықтығы мен қабылдануын күшейтіп, айтылған ойдың тыңдаушыға дұрыс жетуіне ықпал етеді.

Лексика (грек тіл. *lexikos*-сөзге қатысты) екі мағынада түсініледі: а) тілдің сөздік қоры және б) сөйлеудің осы нұсқасына тән сөздер жиынтығы (тұрмыстық, әскери, іскерлік және т.б.).

Фразеология (грек. *phrasis*-өрнек және ... *логос*-ғылым, ілім) - берілген тілдің фразеологиялық бірліктерінің жиынтығы. Фразеологиялық бірліктер-тұрақты тіркестер, олардың мағынасы оның құрамдас бөліктерінің мағынасынан алынбайды.

Грамматика (грек тіл. *gramma*-әріп, емле) – тілдің құрылымы, тілдік формалар жүйесі, сөзжасам тәсілдері, тілдік қатынасқа негіз болатын синтаксистік құрылымдар.

Синтаксис (грек тіл. *syntaxis*-құрылыс) - сөздер мен олардың формаларын сөз тіркестері мен сөйлемдерге біріктіру тәсілдері.

Дикция (лат. *dictio*-айтылу) - айтылу, сөздердің айтылу тәсілі.

Тілді меңгеру вербалды қарым-қатынас мәдениетінің болуын, өз ойын нақты тұжырымдап, оны іскер серіктеске түсінікті тілде жеткізуді, оның реакцияларына дер кезінде жауап беруді, әңгімелесушіні сендіруді болжайды.

Вербалды қарым-қатынас мәдениеті тілдің барлық құралдары мен экспрессивті мүмкіндіктерін шебер, еркін қолданудан тұрады. Ол лексикалық, грамматикалық және фонетикалық мәдениеттерден тұрады.

Лексикалық мәдениет адамның сөздік қорының байлығын, қолданылатын сөздердің нақтылығын, мәнерлілігін мен қолжетімділігін көрсетеді.

Адамның *грамматикалық сөйлеу мәдениеті* оның фразалар мен жалпы сөйлеуді дұрыс құра білу қабілетін көрсетеді.

Фонетикалық мәдениет сөздерді дұрыс айтудан, дикцияның анықтығынан, ойдың мағынасын серіктеске жеткізуге мүмкіндік беруден тұрады.

Вербалды қарым-қатынас мәдениеті адамның жалпы және заманауи іскерлік лексиканы меңгеруімен, сондай-ақ оны серіктестің ойлау деңгейі мен өмірлік тәжірибесін ескере отырып орынды қолдана алу қабілетімен айқындалады. Әңгімелесуші үшін тар кәсіби немесе жаргон сөз тіркестері де, сондай-ақ анық кәсіби емес лексиканың қолданылуы да теріс әсер қалдыруы мүмкін.

Вербалды қарым-қатынас процесінде сөйлеудің барлық элементтері маңызды: серіктеске қалай жүгіну, әңгімені неден бастау, ойды қандай сөздермен жеткізу және әңгіме соңын қалай түйіндеу. Сөздердің реті мен таңдалуы әңгімелесудің нәтижелілігіне тікелей ықпал етеді.

Кәсіпкер әңгіме барысында тар кәсіби терминдердің қолданылуы мүмкін екеніне дайын болуы тиіс. Бұл кәсіби сөздікті алдын ала пысықтауды және алдағы кездесудің тақырыбына байланысты негізгі ұғымдар мен анықтамаларды нақтылауды талап етеді.

Тәжірибе көрсеткендей, қысқа әрі нақты фразалар ойды дәл жеткізеді, сөйлеуді қисынды етеді және ақпараттың қабылдануы мен түсінілуін жеңілдетеді.

Сондай-ақ, монолог және диалог сияқты іскерлік қарым-қатынас түрлерін нақты ажырату қажет. Монолог негізінен серіктеске бағытталмаған. Ол ақпарат, хабарлама, нұсқаулық беруге арналған. Іскерлік өзара әрекеттесудің аталған формаларын жүзеге асыру кезде де монологтың коммуникативті тиімділігі 20-дан 50% - ға дейін екенін есте ұстаған жөн. Бұл кері байланыспен қамтамасыз етілмеген ақпараттық әрекеттің орташа тиімділігі.

Диалог тиімдірек. ол монолог пен белсенді тыңдаудан тұрады. Вербалды қарым-қатынастың екі түрі де жеке қарым-қатынаста да, іскерлік қарым-қатынастың қоғамдық нысандарында да қолданылады.

3.3. Вербалды коммуникативті әдістер

Вербалды қарым-қатынастың тиімділігін арттыру үшін арнайы коммуникациялық әдістерді қолдану қажет.

Вербалды коммуникация әдістері - бұл монологтық және диалогтық өзара әрекеттесуде, көпшілік алдында сөйлеуде, тыңдауды түсіну және

белсендіру әдістерінде сөйлеуді қолдана отырып, ақпаратты тиімді беру әдістері.

Вербалды коммуникативті әдістерді тиімді қолдану үшін қарым-қатынас серіктесінің модальдылық өзекті тәсілдерін анықтау әдістерін меңгеру қажет. Модальдылықтардың мәнін және олармен жұмыс істеу әдістерін түсіну үшін келесі ережелерді түсіну маңызды. Адамдарда сана, түпсана бар және олар белгілі бір ортада жұмыс істейтіні белгілі. Адамның мінез-құлқы өткен тәжірибеден туындайтын, сондай-ақ қиял арқылы жасалған және санадан тыс сақталған бейнелермен басқарылады.

Сыртқы әлем және санадан тыс санамен үш модальділік арқылы өзара әрекеттеседі – бейнелер, сезімдер мен көріністердің негізгі жүйелері: визуалды (көру), дыбыстық (есту), кинестетикалық (сезімдік).

Адамда, әдетте, модальділіктің бірі ақпаратты өңдеуде жетекші болып табылады. Мұндай модальділік адамның жетекші репрезентативті жүйесі деп аталады. Басым (үстемдік) модальділікке сәйкес адамдар үш топқа бөлінеді:

- визуалдар (бейнелер түріндегі ақпаратты қабылдау және өңдеу);
- дыбыстар (дыбыстар мен сөздер түрінде ақпаратты қабылдау және өңдеу);
- кинестетика (бейне хабарламалардағы ақпаратты қабылдау және өңдеу).

Іскерлік қарым-қатынаста қажетті ақпаратты беру және қабылдау дәлдігіне бұл ақпарат серіктеске оның басым модальділігіне тән терминдермен ұсынылғанда қол жеткізіледі.

Сонымен, іскерлік қарым-қатынас - белгілі бір нәтижеге жетуді, нақты мәселені шешуді немесе белгілі бір мақсатты жүзеге асыруды көздейтін іс-әрекет, ақпарат және тәжірибе алмасу болатын өзара байланыс пен әрекеттестік процесі.

Іскерлік қарым-қатынас маңызды ақпаратты беру мен қабылдауды, оны барлық тараптармен қабылдануын қамтиды. Адамдар арасындағы өзара түсіністік өте маңызды, өйткені ол өзара әрекеттесудің тиімді нәтижесін береді, бұл ынтымақтастықтың тиімділігін анықтайды.

Қарым-қатынас әлеуметтік өзара әрекеттесудің мағыналық аспектісін көрсетеді. Бұл іскерлік қарым-қатынас процесінің маңызды құрамдас бөлігі болып табылады және серіктестер арасындағы қатынастарды, олардың көзқарастарын, мақсаттарын, ниеттерін ескере отырып, адамдар арасындағы ақпарат алмасу ерекшеліктерін анықтаумен байланысты. Қарым-қатынас процесінің маңызды сипаттамасы оның қатысушыларының бір-біріне әсер ету ниеті, басқа біреудің мінез-құлқына әсер ету, оның қажетті шарты бір тілді қолдану ғана емес, сонымен бірге қарым-қатынас жағдайын бірдей түсіну.

Осылайша, іскерлік қарым-қатынастағы байланыс - бұл вербалды және вербалды емес құралдармен кодталған және визуалды, аудио, кинестетикалық, аудио-визуалды, визуалды-кинестетикалық арналар арқылы берілетін хабарламалар түрінде ақпаратты беру және қабылдау процесін

білдіреді. Байланыс құралдары мен арналарын, байланыс қашықтығы мен қарым-қатынас бұрышын шебер пайдалану іскерлік өзара әрекеттесу мақсатына жетуге мүмкіндік береді.

3.4. Вербалды емес қарым-қатынас жүйесінің мәні

Вербалды емес байланыс жүйесі бірнеше өзара байланысты құрамдас бөліктерден тұрады. Оларға оптикалық-кинетикалық жүйе (ым-ишара, мимика, пантомимика), пара-және экстралингвистикалық құралдар (интонация, сөйлеудегі сөзден тыс дыбыстар мен кідірістер), сондай-ақ қарым-қатынастың кеңістіктік-уақыттық параметрлерін ұйымдастыру және көзбен байланыс жатады.

Вербалды емес, яғни сөйлемейтін байланыс жүйесі іскерлік қарым-қатынастың маңызды құрамдас бөлігі болып саналады. Сарапшылардың пікірінше, дәл осы байланыс түрі қарым-қатынас процесінде ақпараттың негізгі бөлігін жеткізеді және серіктестің шынайы бейнесін қалыптастырудың басты көзі болып табылады.

Көп жағдайда қарым-қатынаста сөз арқылы айтылғаннан гөрі, вербалды емес белгілер арқылы әлдеқайда көп мағына беріледі, бұл іскерлік қатынастың нәтижелілігіне тікелей әсер етеді.

Вербальды емес байланыс құралдарын зерттеушілердің бірі А.Мейерабиан өзара әрекеттесу процесінде ақпараттың 93% - ы вербалды емес жүйенің арналары арқылы берілетінін дәлелдейді (55% - мимика, ым-ишара, позалар және 38% - дауыс интонациясы, биіктігі, тембрі).

Қарым-қатынас процесінде айналымдағы ақпараттың тек 7% - ы ғана вербалды құралдарға жатады. Бұл вербалды емес қарым-қатынас жүйесі 700000-нан астам мимикалық, ым-ишара қимылдары мен позаларды қамтитынына байланысты және бұл біздің тіліміздегі сөздерден әлдеқайда көп. Вербалды емес қарым-қатынас жүйесінің маңыздылығы адамның серіктеспен қарым-қатынасын, болып жатқан оқиғаларға, талқыланатын іскерлік проблемаларға қатынасын көрсететін ақпарат арқылы берілетіндігінде. Бұл құбылыстың негізінде сөйлемейтін «сөздердің» рефлекторлық табиғаты жатыр.

3.5. Вербалды емес қарым-қатынас құралдары мен техникалары

Вербалды емес қарым-қатынас құралдары - танымдық немесе эмоционалды-бағалау ақпаратын беру үшін қолданылатын мимика, дене қимылдары, дауыстың интонациялық сипаттамалары, тактильді әсер. Оның негізгі элементтері - кинесикалық, просодикалық, экстралингвистикалық, проксемикалық және такесикалық құралдар.

Кинесикалық байланыс құралдары – бұл қарым-қатынаста қанық және реттеуші функцияны орындайтын басқа адамның көрнекі түрде қабылданған қимылдары (мимика, пантомимика, позалар).

Просодикалық (паралингвистикалық) қарым-қатынас құралдарына сөйлеудің ырғақты-интонациялық жақтары кіреді (биіктігі, дауыс тонының көлемі, дауыс тембрі, екпін күші).

Экстралингвистикалық қарым-қатынас құралдары сөйлеуге енгізілген үзілістер мен адамның психофизиологиялық көріністерін құрайды (күлкі, жылау, жөтел, күрсіну және т.б.).

Проксемикалық құралдар - бұл байланыс қатысушылары үшін маңызды ақпаратты қамтитын байланыс жағдайының кеңістіктік-уақыттық элементтері.

Такесикалық қарым-қатынас құралдары - бұл қарым-қатынас серіктесіне қол ұстасу, арқасынан қағу, құшақтау, сүйісу және т. б. түрінде динамикалық жанасу.

Жоғарыда аталған байланыс құралдары тек біртұтас байланыс әдістерінің бөлігі ретінде ғана тиімді тартылуы мүмкін.

Қарым-қатынас техникасы (әдісі) – бұл өзара әрекеттестіктің нақты мақсаттарына қол жеткізуді қамтамасыз ететін қарым-қатынас жағдайының элементтерін қабылдау, түсіндіру және әсер ету әдістерінің жиынтығы (серіктестің нақты бейнесін құру, байланыс орнату, басқаны түсіну, ақпарат пен эмоциялар беру, өзара әрекетке қатысушылардың мінез-құлқына әсер ету және оны өзгерту және т.б.).

Вербалды емес қарым-қатынас әдістері өзара әрекеттестіктің кеңістіктік және уақыттық параметрлерін тиімді басқаруға негізделеді. Бұл әдістерге мимика, ым-ишара мен позалар арқылы эмоцияны, экспрессияны және ақпаратты жеткізу жатады.

Сонымен қатар, вербалды емес қарым-қатынас серіктестің экспрессивті көріністерін дұрыс «оқу», яғни оның эмоционалдық күйін, ниетін және көзқарасын түсіну қабілетін қамтиды. Мұндай өзара ықпал ету барысында эмоционалды жұғу (эмоционалды инфекция) құбылысы да орын алады, ол қарым-қатынастың жалпы атмосферасына елеулі әсер етеді.

Мимика - ішкі эмоционалды жағдайды көрсететін бет бұлшықеттерінің қозғалысы ақпаратты беруде ерекше рөл атқарады. Мимика бейнелі қарым-қатынас тілі мәртебесіне ие, әртүрлі сезімдерді, бағалауларды, оқиғалар мен құбылыстарға қатысты қарым-қатынастарды жеткізуге арналған нақты код. Сонымен қатар, ол адамдарға әсер ету құралы болып табылады.

Бет бұлшықеттерінің мәнерлі қозғалыстарының көмегімен көрсетілетін негізгі эмоциялардың қатарына қуаныш, таңданыс, ашу, жеккөрушілік, азап, қорқыныш жатады. Оң эмоциялар (махаббат, қуаныш және т.б.) айқын көрінеді және оңай танылады. Теріс (жағымсыз) эмоциялар (ашуланшақтық, жиіркеніш, қайғы) біршама қиын анықталады.

Мимиканың ең мәнерлі элементтері қас пен ерін болып табылады. Тіпті олардың позициясы мен конфигурациясының шамалы өзгеруі айтарлықтай, кейде ол тек көлеңкені ғана емес, сонымен бірге эмоцияның белгісін де түбегейлі өзгертеді. Осының арқасында адам жүздеген эмоционалды

тәжірибені білдіру мүмкіндігіне ие. Мысалы, Лев Толстой күлкінің 97 реңкін сипаттағаны айтылады.

Кәсіпкерлік ең алдымен адамдармен іскерлік байланыс екенін ескере отырып, кәсіпкер іскер серіктестерінің мимикасын дәл «оқып», дұрыс түсіндіруді, сенімді түрде, өзінің бет-әлпетін шеберлік деңгейіне дейін меңгеруді үйренуі керек.

Адамның мимикалық бұлшықеттерінің қозғалысымен оның көздері тығыз бірлікте жұмыс істейді. Адам іс жүзінде қарашық мөлшерінің өзгеруін, көз айналасындағы бұлшықеттерді басқара алмайтындығын ескере отырып, көздер іскери қарым-қатынастағы серіктестің нақты сезімдері мен тәжірибелері туралы шынайы ақпараттың маңызды көзі болып табылады. Мысалы, егер серіктес әңгімелесу уақытының 1/3 бөлігінен аз уақыт ішінде әңгімелесушінің көзімен байланыста болса, онда ол кез келген ақпаратты жасырғысы келетін немесе кінә, ұят, сенімсіздік және т. б. түрінде жағымсыз сезімдерді сезінуі мүмкін деп саналады.

Бірнеше бейтаныс адамдардың көзімен байланыс ұзақтығы арқылы олардың әлеуметтік мәртебесін анықтауға болады. Жоғары әлеуметтік лауазымға ие адам (басшы, көшбасшы) серіктеске жиі қарайтыны дәлелденді, оның көзқарасы сұхбаттасушыға ұзақ уақыт бойы бекітіледі.

Іскерлік қарым-қатынастағы серіктестің сезімдері, көңіл-күйлері мен қарым-қатынастарының әртүрлі ауқымы оның қимылдарында көрінеді, дене қимылдарының өзіндік тілі, оның ішінде ымдау «сөздер», «сөйлемдер», «тыныс белгілері» болады. Ақылгөйлер қимыл - дененің қимылы емес, жанның қимылы дейді.

Қимылдың «әліпбиі» мен «грамматикасын» білу адамды кітап сияқты оқуға мүмкіндік береді. Бұл мүмкіндік ым-ишара мимикаға қарағанда саналы бақылауға аз ұшырайтындығына байланысты орын алады.

Вербалды емес қарым-қатынас саласындағы мамандар А.Пиз, Дж.Ниренберг пен Г.Калеро қимылдардың егжей-тегжейлі жіктелуін ұсынады. Іскер адам үшін, ең алдымен, қарым-қатынас жағдайына және талқыланатын мәселеге, іскер серіктестің психикалық жай-күйі мен шынайылық дәрежесіне қатысты қимылдар туралы түсінік болуы маңызды. Осыған байланысты ашық қимылдар, жабық қимылдар мен сенімсіздік қимылдары, бағалау және теріске шығару қимылдары, сенімділік, жүйке және белгісіздік қызығушылық тудырады.

«Ашық қимылдар» және «бейімділік қимылдары» алақандардың визуалды бақылауының ашықтығы мен қол жетімділігімен және қолдар мен аяқтардың айқасуының болмауымен, қолды кеудеге қоюмен, серіктеске тигізумен сипатталады. Мұндай қимылдар серіктестің психологиялық ашықтығы мен шынайылығын, оның тең өзара әрекеттесуге дайындығын көрсетеді.

«Жабық қимылдар» және «шынайы емес қимылдар» жоғарыда қарастырылған. Олар қарым-қатынаста екінші, жасырын, контур бар екенін, серіктес қайшылықты психологиялық мәселелерді шешетінін көрсетеді.

«Бағалау қимылдары» (иекті қасу, сұқ саусақты бет бойына созу, қою және сипап өту және т.б.) серіктестің оған берілген фактілер мен дәлелдерге күмәндануын көрсетеді.

«Теріске шығару (мойындамау) қимылдары» (денені артқа бұру, қолдар мен аяқтарды айқастыру, мұрынның ұшына қол тигізу және т.б.) серіктестің күмәндері тұрақты сипатқа ие болғанын және белгілі бір фактілер мен дәлелдерге теріс көзқарас деңгейіне жеткенін көрсетеді.

«Сенімділік қимылдары» (саусақтардың пирамида күмбезіне қосылуы, орындықта тербелу және т.б.) серіктес өзінің мүмкіндіктеріне барынша сенімді, өзін жайлы сезінетінін, жағдайға ие болатындығын және тіпті артықшылық сезімін сезінетінін көрсетеді.

«Жүйке және белгісіздік қимылдары» (бір-бірімен айқасқан саусақтар, алақанды қысу, үстелді саусақтарыңызбен түрту және т.б.) серіктестің өз мүмкіндіктеріне немесе келіссөздердің қолайлы нәтижесіне сенімсіздігі туралы айтады.

«Күту қимылдары» алақандарды бір-біріне ысқылау, дымқыл алақандарды матаға баяу сүрту және т. б. жатады.

Қорытынды

Қарым-қатынас құралдары – адамдар арасындағы өзара әрекеттестікті қамтамасыз ететін негізгі тетіктердің бірі болып табылады. Олар ақпарат алмасу, өзара түсіністікке қол жеткізу, эмоция мен қатынасты білдіру, сондай-ақ іскерлік мақсаттарды жүзеге асыру үшін қызмет етеді. Қарым-қатынас процесінде қолданылатын құралдар әртүрлі белгі жүйелеріне негізделеді, олардың ішінде тіл жетекші орын алады. Тіл адамның ойлау қызметін, өзін-өзі тануын және әлеуметтік өзара әрекеттесуін қамтамасыз ететін әмбебап құрал ретінде вербалды қарым-қатынастың негізін құрайды.

Сонымен қатар, қарым-қатынас тек сөзбен шектелмейді. Вербалды емес құралдар – мимика, ым-ишара, позалар, интонация, көзбен байланыс, кеңістіктік-уақыттық параметрлер – қарым-қатынастың мазмұнын толықтырып қана қоймай, оның эмоционалдық және психологиялық қырын айқындайды. Зерттеулер көрсеткендей, ақпараттың басым бөлігі дәл осы вербалды емес арналар арқылы беріледі, бұл олардың іскерлік қарым-қатынастағы маңыздылығын арттыра түседі.

Вербалды қарым-қатынас жүйесінің тиімділігі лексика, фразеология, грамматика, синтаксис және дикцияның үйлесімді қолданылуына байланысты. Сөздік қордың байлығы, сөйлеудің нақтылығы мен қисындылығы, дыбыстаудың анықтығы серіктеске ақпаратты дұрыс жеткізуге мүмкіндік береді. Вербалды қарым-қатынас мәдениеті адамның жалпы және кәсіби лексиканы орынды пайдалануымен, серіктестің ойлау деңгейі мен тәжірибесін ескеруімен сипатталады. Қысқа әрі нақты фразаларды қолдану ақпараттың қабылдануын жеңілдетіп, іскерлік сөйлесудің нәтижелілігін арттырады.

Вербалды коммуникативті әдістерді тиімді қолдану қарым-қатынас серіктесінің жетекші модальділігін (визуалды, аудиалды, кинестетикалық) ескеруді талап етеді. Ақпаратты серіктестің қабылдау ерекшеліктеріне сәйкес ұсыну өзара түсіністікті күшейтіп, іскерлік өзара әрекеттесудің дәлдігі мен тиімділігін қамтамасыз етеді.

Вербалды емес қарым-қатынас жүйесі де күрделі құрылымға ие. Ол кинесикалық, паралингвистикалық, экстралингвистикалық, проксемикалық және такесикалық құралдардан тұрады. Бұл құралдар адамның ішкі күйін, ниетін, сенімділігін немесе сенімсіздігін, келісу не қарсы болу позициясын айқын көрсетеді. Мимика мен көзқарас, қимылдар мен дене қалпы іскер серіктестің шынайы сезімдері туралы маңызды ақпарат береді.

Қорыта айтқанда, іскерлік қарым-қатынастың тиімділігі вербалды және вербалды емес құралдарды кешенді әрі орынды қолдануға тікелей байланысты. Қарым-қатынас құралдары мен техникаларын саналы түрде пайдалану өзара түсіністікті арттырып, серіктестер арасындағы сенімді нығайтады және қойылған мақсаттарға жетуге мүмкіндік береді.

Практикум

Тапсырма 1. Вербалды емес қарым-қатынас жүйесінің мәнін анықтау

1. Клиенттің көңіл күйін мимика, ым-ишара, поза, қашықтық арқылы қалай анықтауға болатынын сипаттаңыз.
2. Вербалды емес белгілердің қандай ақпарат бере алатынын талдаңыз.
3. Талдауды кесте түрінде көрсетіңіз: *белгі – мағына – әрекет*.

Тапсырма 2. Вербалды байланыстың құрылымын көрсетіңіз:

- кіріспе;
 - негізгі ақпарат;
 - дәлелдер;
 - қорытынды;
 - үндеу немесе ұсыныс.
1. Осы құрылым бойынша 1–2 минуттық сөз мәтінін құрастырыңыз.
 2. Қай жерінде эмоция, қай жерде логика басым болуы керек екенін көрсетіңіз.

Тапсырма 3. Вербалды коммуникативті әдістерді қолдану

1. Клиент пен менеджер диалогын жазыңыз (кемінде 10 сөйлем).
2. Диалогта кемінде 5 вербалды әдісті қолданыңыз:
 - ашық сұрақ;
 - жабық сұрақ;
 - нақтылау;
 - аргументация;
 - эмпатиялық жауап;
 - кері байланыс.

3. Әр әдістің қолданылған жерін белгілеңіз және оның коммуникацияға әсерін түсіндіріңіз.

3 тақырып бойынша өзін өзі бақылау тесті

1. Вербалды қарым-қатынастың негізгі рөлі неде?
 - a) Эмоцияны тек мимика арқылы жеткізу
 - b) Ақпаратты тіл арқылы саналы түрде жеткізу
 - c) Қарым-қатынасты қашықтық арқылы реттеу
2. Вербалды емес құралдардың іскерлік қарым-қатынастағы маңыздылығы неліктен жоғары?
 - a) Олар ресми ережелермен шектелмейді
 - b) Ақпараттың едәуір бөлігін бейсаналы түрде жеткізеді
 - c) Тек эмоциялық әсер қалдыруға арналған
3. Вербалды қарым-қатынас жүйесінің тиімділігін не анықтайды?
 - a) Тек кәсіби терминдерді қолдану
 - b) Лексика, грамматика, синтаксис пен дикцияның үйлесімділігі
 - c) Сөйлеудің ұзақтығы мен күрделілігі
4. Әңгімелесушінің тар кәсіби немесе жаргон лексиканы теріс қабылдауының негізгі себебі:
 - a) Мұндай сөздердің эмоциялық бояуының болмауы
 - b) Олардың түсініксіз немесе орынсыз қолданылуы
 - c) Бұл сөздердің ресми стильге жатпауы
5. Қысқа фразалардың іскерлік қарым-қатынаста тиімді болуының себебі:
 - a) Уақытты үнемдеу үшін
 - b) Қабылдау мен түсінуді жеңілдеткендіктен
 - c) Ресми стиль талаптарына сай болғандықтан
6. Вербалды емес қарым-қатынас жүйесіне кірмейтін элементті көрсетіңіз:
 - a) Интонация
 - b) Синтаксис
 - c) Көзбен байланыс
7. Оптикалық-кинетикалық жүйе нені қамтиды?
 - a) Сөйлеу ырғағы мен дауыс күші
 - b) Ым-ишара, мимика, пантомимика
 - c) Қарым-қатынас уақыты мен орны
8. Вербалды емес байланыс не үшін «серіктестің нақты бейнесін құру көзі» деп есептеледі?

- a) Ол қарым-қатынасты ресмилендіреді
- b) Ішкі күй мен ниетті тікелей көрсетеді
- c) Сөйлеудің мазмұнын қайталайды

9. Вербалды емес қарым-қатынас әдістерінің басты мақсаты:

- a) Ақпарат көлемін арттыру
- b) Экспрессия мен өзара түсіністікті күшейту
- c) Сөйлеуді толық алмастыру

10. Қарым-қатынаста «сөйлегеннен гөрі көп нәрсе айтылады» деген тұжырым нені білдіреді?

- a) Вербалды емес құралдардың ықпалы жоғары екенін
- b) Сөздің маңыздылығы төмен екенін
- c) Ресми стильдің басым екенін

Тақырып 4. Іскерлік қарым-қатынас түрлері

4.1. Іскерлік қарым-қатынастың негізгі түрлері

Іскерлік қарым-қатынас түрлерін әртүрлі белгілерге қарай жіктеуге болады. Сонымен, сөйлеу формасына байланысты іскерлік қарым-қатынас ауызша және жазбаша болып бөлінеді. Іскерлік қарым – қатынастың бір бағыты немесе екі бағыты тұрғысынан ол диалогтық немесе монологиялық болуы мүмкін; делдалдық аппараттың болуы немесе болмауы тұрғысынан тікелей немесе делдалдық. Іскерлік қарым-қатынастың сипаты сонымен қатар коммуниканттардың кеңістіктегі жағдайымен анықталады, оған байланысты байланыс пен қашықтықтағы қарым-қатынас ажыратылады. Алдыңғы тақырыпта іскерлік қарым-қатынастың мақсаттарын қарастыра отырып, біз оның эмоционалды, ақпараттық, сендіргіш, конвенциялық, болжамды, императивті, манипулятивті, серіктестік сияқты түрлерін бөлдік. Сондай-ақ, біз қарым-қатынас мазмұны бойынша іскерлік қарым-қатынас типологиясын қарастырдық және оның негізгі түрлерін бөлдік: белсенді, когнитивті, мотивациялық, материалдық, рухани, реттеуші. Іскерлік қарым-қатынас белгілі бір формальды-рөлдік және кеңістіктік-уақыттық шеңберде жүзеге асырылатындығы қазірдің өзінде айтылды. Қарым-қатынас субъектілерінің санына және олардың кім екеніне байланысты (қайсысы мәртебелік, әлеуметтік рөлдер), іскерлік қарым-қатынастың келесі түрлері ерекшеленеді:

- тұлғааралық-шағын әлеуметтік топтағы қарым-қатынас;
- өкілдік-құқықтық субъектілер деңгейіндегі қарым-қатынас;
- топтық-аудиториямен байланыс немесе топтық байланыс;
- мәдениеттер арасындағы байланыс-әртүрлі құндылықтар жүйесінің, ұлттық сипаттағы тасымалдаушылардың байланысы [4: 11-17]. Іскерлік қарым-қатынастың осы түрлерінің ерекшеліктері және оларды жүзеге асыру нысандары бұдан әрі қарастырылады.

4.2. Тұлғааралық қарым-қатынас

Адамдар арасындағы қарым-қатынас адам қызметінің әртүрлі салаларында жүзеге асырылады және іскерлік қарым-қатынаста жетекші орындардың бірін алады. Ол достық сипатта да, ресми түрде де болуы мүмкін, яғни қандай да бір мемлекеттік ұйымның атынан жүзеге асырылатын қарым-қатынас түрі ретінде көрінеді. Сондай-ақ ол рөлдік, яғни институционалдық сипатта болуы мүмкін (біз қандай да бір ұйымға келгенде «хатшымен» сөйлесеміз де, сұрақтарымызға жауап беріп отырған қыздың басқа барлық рөлдері мен жеке ерекшеліктерін мүлде елемейміз; біз одан өз әлеуметтік рөлін талапқа сай орындауын күтеміз, ал бұл рөлден кез келген ауытқу этикалық мінез-құлық нормаларын бұзу ретінде қабылдануы мүмкін).

Әлеуметтік рөлдерді пайдалану қызметкердің кәсіби міндеттерімен, оның кәсіпорынның ұйымдық құрылымындағы жағдайымен анықталады. Жұмыс уақытында байланыс осы рөлдерді орындау шеңберінде жүреді: "басшы" - "бағынышты", "клиент" - "тапсырыс беруші". Бұл жағдайда бір адам жұмыс күні ішінде әр түрлі рөлдерде – сөйлеу байланыстарының әртүрлілігіне байланысты кезектесіп әрекет етеді. Институционалдық қарым-қатынаста адресат мәртебесі үлкен маңызға ие. Тұлғааралық іскерлік қарым-қатынас сұхбаттасушының әлеуметтік мәртебесіне де, оның жеке басына да бағытталуы мүмкін ("галстуксіз" кездесуді ресми әңгімемен салыстырыңыз). Көбінесе тұлғааралық қарым – қатынас іскерлік қарым-қатынастың келесі формаларымен ұсынылады-әңгіме, нұсқаулық, сұхбат, пікір алмасу және т. б. Тұлғааралық қарым-қатынасты құру әдістерін меңгеру кез-келген заманауи адамның жетістігінің маңызды шарты болып табылады. Сондықтан тұлғааралық қарым-қатынаста мінез-құлық үлгісін таңдау критерийлерімен танысу пайдалы [5: 171-172].

Бірінші критерий-бұл мінез-құлықтың қоғамда белгіленген құқықтық тәртіпке сәйкестігі. Мінез-құлық моделін таңдаудың екінші критерийі-адамгершілік. Адамдардың адамгершілікті субъективті түсіндіруге бейімділігімен оның адалдық, әділеттілік, ар-ождан сияқты негізгі ұғымдарын түсіндірудің жалпы қабылданған тәсілдері бар. Олардың тұрақты сақталуы-адамның таңдаған мінез-құлық үлгісінің дұрыстығына кепілдік. Үшінші критерий-бұл жеке тұлға әрекет ететін немесе жағдайлардың жиынтығы болған нақты жағдайды бағалау. Төртінші критерий-адамның алдына қойған мақсаты. Өзіңіздің мақсатыңыз неғұрлым маңызды болса, оған жету кезеңдері туралы ойлану соғұрлым маңызды болады. Мақсатты дәйекті түрде құрылған міндеттерге бөлу пайдалы, сондықтан оларды жүзеге асыру оған жақындау кезеңдерін білдіреді. Бесінші критерий-белгілі бір мінез-құлық моделін қолданудың өзіндік мүмкіндіктерін өзін-өзі бағалау. Біреудің мінез-құлық үлгісін кез келген көшіру қауіпті. Жеке мінез-құлық үлгісін таңдау арқылы барлық сипаттамаларыңызды Мұқият өлшеген дұрыс. Мінез-құлық моделін таңдаудың алтыншы критерийі-өз мүмкіндіктерін анықтау және нақтылау, қарым-қатынастың әртүрлі технологияларын қолдана білу. Мұндай технологияларға әріптестермен жеке жұмыс, ұжымды

"құру", іскерлік амбицияны ынталандыру, сөйлеу техникасы және т. б. Мінез-құлық моделін таңдаудың жетінші критерийі-қарым-қатынас серіктестері қандай да бір иллюзияларды немесе қалыптасқан стереотиптерді бұзбау және серіктесті ренжітпеу үшін олардың орналасуына мүдделі адамнан күтетін жеке және іскерлік қасиеттерді білу.

Өкілдік қарым-қатынас. Өкілдік қарым - қатынас әрқашан адресаттың әлеуметтік-мәртебелік сипаттамаларына бағытталған. Бұл коммуникация серіктестері белгілі бір әлеуметтік топтардың, ұйымдардың, қоғамдардың өкілдері ретінде әрекет ететін жағдайларға тән. Өкілдік қарым-қатынас өзінің табиғаты бойынша институционалды. Менеджер басқа фирманың өкілімен келіссөздер жүргізгенде, олар ең алдымен серіктес ретінде бір-бірін қызықтырады. Серіктестің қандай проблемалары бар, балалары бар ма, демалысын қайда өткізеді, қандай галстук киеді және т.б., сөйлеушіні қызықтырмайды. Бұл жағдайда қарым – қатынастың міндеті оның ұйымының (мекемесінің) мүдделерін тиімді қорғау болады, сондықтан ол прагматикалық түрде ұйымдастырылады, яғни диалогтың негізгі мақсаты-талқыланатын мәселе бойынша келісімге қол жеткізу төңірегінде тақырыптық құрылымдалған болады. Әлеуметтік салада өкілдік қарым-қатынас іскерлік келіссөздер, консультациялар, әңгімелесулер, презентациялар түрінде өтеді.

4.3. Топтық қарым-қатынас

Топтық қарым-қатынастың ерекшеліктерін қарастыруды "топ" ұғымын нақтылаудан бастайық. Әлеуметтік психологияда "топ" термині ортақ мақсаты бар және бір-біріне әсер ететін бірлескен қызметпен (кәсіби немесе басқа) айналысатын адамдарға қатысты. Топтың тән белгісі-топ мүшелері өздерін осылай қабылдайды "біз", басқалардан айырмашылығы, "олар" ретінде қабылданады. Топтық қарым – қатынас-бұл адамдар топтары арасындағы, топтар арасындағы қарым-қатынас, топ ішіндегі қарым-қатынас-топты құрайтын адамдардың өзара әрекеттесуі.

Әлеуметтік психологтар адамдардың жай ғана басқа адамдардың қатысуының өзі адамның қарым-қатынасы мен іс-әрекетіне әсер ететінін баяғыдан анықтаған (М. Шоу, Д. Тернер, Д. Майерс). Бұл әсер көбіне қозу (сергектік) түрінде байқалады. Кейбір жағдайларда мұндай ықпал оң сипатта болады (мысалы, басқа адамдардың қатысуы өндірістік операцияларды орындау жылдамдығы мен дәлдігіне жағымды әсер етеді), ал басқа жағдайларда, керісінше, кедергі келтіреді.

Бұл құбылыс «әлеуметтік фасилитация» деп аталады және ол төмендегі себептерге байланысты пайда болады:

- жануарлар әлемінің көптеген өкілдеріне тән туа біткен әлеуметтік қозу механизмінің іске қосылуы;
- бағаланудан қорқу (бақылаушылар бізде мазасыздық тудырады, себебі бізді қалай бағалайтыны біз үшін маңызды);

- зейіннің бөлінуі (адамдар аудиторияның қалай қабылдайтыны туралы ойланып, соның салдарынан олардың зейіні шашырайды).

Топ ішіндегі қарым-қатынастың ерекшелігі топтың өз мүшелеріне тигізетін ерекше әлеуметтік әсеріне байланысты және "топтық поляризация", "топтастырылған ойлау" және "азшылықтың әсері [24:334-382].

Топтық поляризация. Поляризация құбылысы топ мүшелерінің әртүрлі көзқарастары бар кез-келген мәселені топтық талқылаудан кейін топ жеке адамдар ұсынған орташа шешімге қарағанда неғұрлым мұқият және қауіпті шешім қабылдауы мүмкін екендігінде көрінеді. Топтар оның жеке мүшелерінің орташа пікіріне қарағанда түбегейлі ұстанымға ие, ал топтық шешім топтың күшейтілген орташа пікірін білдіреді. Топтық поляризацияның себептері топ мүшелерінің ақпараттық әсері (қосымша ақпаратты, дәлелдер мен дәлелдемелерді қабылдау нәтижесі), сондай-ақ нормативтік әсер (басқалардың қабылдауы мен мақұлдауына негізделген әсер) болып табылады.

Топтық ойлау тобының ықпалы топ бірлігін сақтау мүддесінде өзгеше пікірлерді басып-жаншу арқылы көрінетін жағдайларда орын алады. Топтық ойлаудың сегіз негізгі симптомы анықталған:

- қол сұғылмаушылық иллюзиясы (ұйымшыл топ шамадан тыс оптимистік көзқараста болып, өзіне төнуі мүмкін қауіп-қатерді байқамайды);
- топтың адамгершілігіне күмәнсіз сенім (топ мүшелері өздерінің және қабылданатын шешімдердің моральдық дұрыстығына соншалықты сенеді, сондықтан қарсы пікір айтушыларды тыңдамай, олар үшін «интеллектуалдық тұрғыдан жабық» күйге түседі);
- рационализация (қиындықтарды төмен бағалау, шешімдерді ұжымдық түрде ақтау);
- қарсы тарап туралы стереотиптік көзқарастар (қарсыластарын не тым арам ниетті, не жеткілікті деңгейде күшті әрі ақылды емес деп санайды);
- конформизм қысымы (топ мүшелері топтың көзқарастары мен жоспарларына күмән келтіргендерді аргументтер арқылы емес, жекелеген адамға бағытталған мысқыл мен келеке арқылы жоққа шығарады);
- өзін-өзі цензурау (топ шешімдерімен келіспейтінін сезінген мүшелердің өз күмәндерін басып-жаншуы немесе білдірмеуі);
- бірауыздылық иллюзиясы (топтық шешімді қолдайтын жалған келісім көрінісі);
- ақпаратты шектеу (топтың кейбір мүшелері оның шешімдерінің тиімділігіне немесе адамгершілігіне күмән келтіруі мүмкін ақпараттан топты әдейі қорғап қалады).

Азшылықтың әсері. Топтық қарым-қатынаста адамдар топтың күшті әсерін сезінеді, бірақ сонымен бірге оған өздері әсер етуі мүмкін. Өз тобында қандай да бір мәселе бойынша келіспеушіліктерге тап болған адам оны жаңа

көзқарастардан ойластырып, дәлелдей алады және топтың пікіріне "қарсы" шешім ұсына алады. Топтастырылған ойлау бірауыздылық елесін сақтауға және келіспеушілікті басуға ұмтылатындықтан, топқа қарсы тұру үшін жеке батылдық қажет. Әдетте, конформизмді көрсете алатын адамдар кез-келген топта азшылықты құрайды. Алайда, егер азшылық көпшілік қабылдаған шешімдердің даналығына күмәндануды дәйекті, жүйелі және табанды түрде білдірсе, соңғысының өкілдері оны тыңдай бастайды. Топтық қарым-қатынастың ең көп таралған түрлері-жиналыстар, мәжілістер, командалық, өкілдік келіссөздер, қоғамдық және бұқаралық коммуникация. Белгілі бір адамдар тобымен көпшілік алдында сөйлесуден айырмашылығы, бұқаралық коммуникация кең, гетерогенді және анонимді аудиторияға сөйлеу әсерін білдіреді. Бұқаралық ақпарат құралдары компьютерлік байланыста қолданылатын "тікелей эфир", "интерактивті аудиториялық сауалнамалар", "форумдар", "конференциялар", "чаттар" сияқты әдістерді қолдана отырып, аудиториямен қарым-қатынасты барынша арттыруға тырысады.

"Қоғамдық қарым - қатынас кезінде, - деп жазады Н.И. Формановская, - бұқаралық адресат белгілі, сөйлеушінің көзқарасында (оқу процесінің аудиториясы, жиналыс және т. б.), қоғамдық қарым-қатынас сөйлеу, баяндама, діни уағыз, парламенттік сөйлеу және т. б. жанрларда жүзеге асырылады. Бұқаралық коммуникация кезінде (оның құралдары – газет, журнал, радио, телебағдарлама, компьютерлік байланыс және т.б.) адресат мәтін авторының көз алдында емес, ол тек болжанады, есептеледі" [31: 22]. Қазіргі зерттеулер көрсеткендей, қазіргі жағдайда делдалдық қарым-қатынастың үлесі артып келеді, ал тұтынылатын ақпараттың еселенген өсуімен тікелей үлесі азаяды. Бұл мәдениетті өзінің қарабайыр нұсқаларында стандарттауда, бұқаралық идеологиялардың үстемдігін орнатуда, адам санасы мен мінез-құлқындағы жеке принциптің әлсіреуінде көрінетін кемшіліктерге ие [4: 11].

4.4. Мәдениетаралық қарым-қатынас

Мәдениеттер арасындағы қарым-қатынас деп әртүрлі ұлттық мәдениеттердің өзара әрекеттесуі және ұлтішілік мәдениеттердің әртүрлі түрлерінің өзара әсері түсініледі. Жеке басымдықтарды, сұхбаттасушыға деген құрмет белгілерін, қарым-қатынас серіктестерінің сөйлеу әрекеттерін әлеуметтік бағалау жүйесімен байланысты ұлттық айырмашылықтар біз жиі ойлағаннан әлдеқайда терең және қарым-қатынас нәтижелеріне айтарлықтай әсер етеді.

Ұлтаралық қатынастарды үйлестіру құралдарының бірі-ұлтаралық қарым-қатынас мәдениетін қалыптастыру. Ұлтаралық қарым-қатынас мәдениеті деп түсініледі: "әртүрлі этникалық қауымдастықтар өкілдерінің тұлғааралық байланыстары мен өзара әрекеттесуінде көрінетін және ортақ мүдде үшін өзара түсіністік пен келісімге тез және ауыртпалықсыз қол жеткізуге мүмкіндік беретін арнайы білім мен дағдылардың, сондай-ақ оларға барабар әрекеттер мен әрекеттердің жиынтығы" [34]. Ұлтаралық өзара

іс-қимыл мәселесін зерттеуші Р. И. Құсарбаев [23] ұлтаралық қарым-қатынас мәдениетінің көрсеткіштері ретінде олардың көріну сипаты бойынша топтастырылған мынадай белгілерді ұсынады:

I. Ұлтаралық қарым-қатынас мәдениетінің сыртқы белгілері:

- басқа халықтың мәдениетіне, тарихына, әдебиетіне, ғылымына қызығушылық;

- басқа халықтың тілін, тарихын, әдебиетін, мәдениетін, ғылымын меңгеру қажеттілігі;

- басқа ұлттың адамдарымен қарым-қатынасты дамыту.

II. Ұлтаралық қарым-қатынас мәдениетінің ішкі белгілері.

1. Қажеттілік-қарым-қатынас сипаты:

- мемлекеттің көпұлтты халқына деген құрмет және Отанға деген сүйіспеншілік;

- жалпыадамзаттық құндылықтарға, адамзат өркениетінің үздік жетістіктеріне бағдарлану;

- адамдардың ұлттық қадір-қасиеті мен сезімдеріне үндеу, өз бойында халықаралық және азаматтық сана мен сезімдерді тәрбиелеу.

2. Этикалық сипаттағы:

- әдептіліктің, адамға сезімталдықтың көрінісі;

- жанашырлық танытуға, адамдардың жағдайы мен тілектерін, олардың ниеттерін түсінуге дайын болу;

- жанжалды жағдайларды, кішігірім қиындықтарды жеңу қабілетін қалыптастыру.

3. Мінез-құлық сипатындағы іс-әрекет:

- бірлескен қызметке, ұлтаралық некеге оң реакция;

- басқа ұлттағы адамдардың жетістіктерін бағалай білу;

- ұлттық мақтаныш сезімін дамыту.

4. Дүниетанымдық сипаттағы:

- әр түрлі ұлттағы адамдардың бірлескен өмірінің қажеттілігін түсіну;

- шовинизм, ұлтшылдық, нәсілшілдік көріністеріне бітіспес көзқарас;

- жалпыадамзаттық, адамгершілік құндылықтарға, үздіктерге бағдарлану адамзат өркениетінің жетістіктері; әлемдік қоғамдастыққа жататындығын түсіну;

- жердің барлық халықтарына, олардың этноұлттық ерекшеліктеріне терең құрмет;

- адамдардың діни сезімдеріне төзімділік рухы, бейбітшілікті қамтамасыз ету пайда болған конфессияаралық қақтығыстарды шешу.

5. Интеллектуалды-эмоционалды сипаттағы:

- жұмыста, оқу процесінде, тұрмыста басқа ұлттың адамдарына оң көзқарас;

- басқа ұлттағы адамдардың көзқарастарына, сенімдеріне, мұраттарына оң көзқарас пен реакция;

- басқа ұлттың адамдары туралы бағалау пайымдауларына және қалыптасқан стереотиптерге реакция.

Ұлтаралық қарым-қатынас мәдениетінің келтірілген көрсеткіштері әр түрлі мәдениеттер өкілдерінің іскерлік қарым-қатынасының тиімділігі өз азаматтарының және кез-келген басқа ұлттың ұлттық қадір-қасиетін терең құрметтемей, өзінің және басқа мәдениеттің ерекшеліктері мен айырмашылықтарын білмей, басқа ұлттың адамдарымен қарым-қатынасты дамытудың саналы қажеттілігінсіз мүмкін еместігін көрсетеді.

Адамдар арасындағы айырмашылықтарды қабылдау және тану, олардың жеке басы мен өзіндік құндылығын түсіну қарым-қатынас субъектілерінің бір-біріне деген толерантты көзқарасынан көрінеді. Толеранттылық бейбітшілік пен әлеуметтік ортаның көп өлшемді екенін түсінуді қамтиды, яғни кейбір әлеуметтік, этникалық, мәдени және басқа топтар үшін артықшылықтардың, артықшылықтардың кез келген түріне жол бермеу және басқалардың қалауы.

Толеранттылықтың мәні туралы қазіргі түсінікке жүгінейік. Біздің ойымызша, көптеген анықтамалардың ішіндегі ең толық анықтамасы-1995 жылы Біріккен Ұлттар Ұйымы қабылдаған "толеранттылық принциптері туралы декларацияда" көрсетілген анықтама: "толеранттылық дегеніміз-біздің әлем мәдениеттерінің алуан түрлілігін, өзін-өзі көрсету формаларын және адамның даралығын көрсету тәсілдерін құрметтеу, қабылдау және түсіну. Толеранттылық-әртүрліліктегі үйлесімділік. Толеранттылық-бұл жеңілдік, жеңілдік немесе берілгендік емес. Толеранттылық, ең алдымен, адамның әмбебап құқықтары мен негізгі бостандықтарын тану негізінде қалыптасатын белсенді көзқарас. Толеранттылық бұл догматизмнен, шындықты абсолюттендіруден бас тартуды білдіретін және адам құқықтары саласындағы халықаралық құқықтық актілерде белгіленген нормаларды бекітетін ұғым. Адам құқықтарын құрметтеуге сәйкес келетін толеранттылықтың көрінісі әлеуметтік әділетсіздікке деген толерантты қатынасты, өз сенімдерінен бас тартуды (немесе бас тартуды) білдірмейді және басқаларға бірдей құқықты мойындайды. Бұл сондай-ақ бір адамның көзқарасын басқаларға мәжбүрлеу мүмкін емес дегенді білдіреді" [31: 46]. Осылайша, толеранттылықтың мәні туралы қазіргі түсінік айырмашылықты, сондай-ақ диалогқа дайындықты тануға, қабылдауға, түсінуге және құрметтеуге негізделген.

Төзімділіктің келесі критерийлерін ажыратуға болады:

- теңдік (жынысына, нәсіліне, ұлтына, дініне, басқа топқа жататынына қарамастан, барлық адамдар үшін әлеуметтік игіліктерге, басқарушылық, білім беру, экономикалық мүмкіндіктерге тең қол жеткізу);
- топ мүшелерінің немесе қоғамның өзара сыйластығы, әртүрлі топтарға мейірімді және толерантты көзқарас;
- қоғамның барлық мүшелерінің саяси өміріне қатысу үшін тең мүмкіндіктер;
- ұлттық азшылықтардың мәдени бірегейлігі мен тілдерін сақтау және дамыту;

- қоғамдық сипаттағы оқиғалармен, мерекелермен мүмкіндігінше қамту егер бұл олардың мәдени дәстүрлері мен діни нанымдарына қайшы келмесе;

- қоғамда ұсынылған барлық мәдениеттер үшін өз дәстүрлерін ұстану мүмкіндігі;

- діни сенім бостандығы, егер бұл құқықтарға нұқсан келтірмесе және қоғамның басқа мүшелерінің мүмкіндіктері;

- ортақ мәселелерді шешудегі ынтымақтастық пен ынтымақтастық;

- этносаралық, ұлтаралық қатынастардың ең осал салаларындағы, жыныстар арасындағы қатынастардағы оң лексика [31: 46].

Сонымен қатар, толеранттылық сана ерекшелігі немесе тұлғалық қасиет ретінде адамға бастапқыдан тән емес екенін және арнайы тәрбиеленіп, қалыптастырылмаса, мүлде пайда болмауы да мүмкін екенін ескеру қажет. Керісінше, адамға интолеранттылық — өзіне ұқсамайтын адамдарға қатысты сақтықпен қарау, ол көбіне оңай түрде жаулық сезімге ұласады — анағұрлым табиғи түрде тән.

Өзгеше, «басқаша» деп қабылданатын адаммен қарым-қатынас барысында «өзіңдікі — бөгде» қатынасын айқындайтын және «бөгдеден» төнетін қауіп сезімін туындататын бейсаналық механизм іске қосылады. Бейтаныс адамдардан туындайтын осы мазасыз қорқыныш, сондай-ақ біреуге немесе бір нәрсеге қатысты жат, үйреншікті емес дүниелерге деген жеккөрушілік пен төзімсіздік ксенофобия деп аталады.

Ксенофобиядан басқа басқа мәдениеттердің өкілдеріне интолерантты көзқарастың негізі де жатыр:

- жауынгерлік этноцентризм-басқалардың құндылықтары туралы үкім өз, сондай-ақ оларды басқаларға таңу;

- теріс, нақты емес гетеростеротиптер-басқа этникалық қауымдастықтар туралы теріс, дұрыс емес бағалау пікірлерінің жиынтығы;

- этникалық бейімділік — белгілі бір этникалық топ мүшелеріне теріс әсер ету тенденциясы;

- ұлттық алалаушылық, бұл "этникалық қауымдастықтың басқа топтарға қатысты қалыптасқан көзқарастарының жеткіліксіздігі және шындықты бұрмалауы [31: 57].

Іскерлік қарым-қатынастағы этникалық интолеранттылық кең ауқымда көрінуі мүмкін: елемей мен немқұрайлылықтан бастап, басқа мәдениет өкілдерінің немқұрайлылығы мен қорлауына дейін. Сондықтан басқа ұлттың адамдарын құрметтеу, ұлтаралық қарым — қатынастың мәдениеті мен ерекшеліктерін зерттеу-қазіргі менеджердің басым міндеті. Іскерлік қарым-қатынас саласында ұлттық ерекшелік маңызды рөл атқарады. Әсіресе батыс және шығыс елдерінің сөйлеу мәдениеттері өкілдерінің коммуникациялық нормаларының жүйелері арасындағы айырмашылықтар үлкен. Әртүрлі мәдениет өкілдерінің іскерлік стилінің ерекшеліктерін қарастырайық [29].

Ағылшын іскерлік стилінің ерекшеліктері [29: 121–124].

Англияның іскерлік әлемі басқа елдердің іскерлік топтарынан айқын ерекшеленеді. Іскерлік қарым-қатынаста ағылшындар, әдетте, жедел пайда

мен дереу табыс мәселесі көтерілгенде табандылық танытады, ал нәтижесі 5–10 жылдан кейін ғана көрінетін шығындарға өте құлықсыз қарайды. Ағылшындарда әділеттілік сезімі жоғары деңгейде дамыған, сондықтан келіссөздер барысында олар барынша адал болады (олардың берген сөзіне сенуге болады), айлакерлік пен қулықты қабылдамайды.

Кез келген ағылшын компаниясының келіссөздердегі ұстанымы, әдетте, қатаң сипатта болады. Келіссөздер көптеген нақты деректерді, анықтамалық және статистикалық материалдарды пайдалана отырып жүргізіледі. Әрбір ұстаным мұқият есептеледі, әрбір деталь, келісімшарттың әрбір тармағы қатаң түрде тіркеледі. Келісімшартқа қатысты барлық мәселелер ғана емес, сонымен қатар іскерлік ынтымақтастықты одан әрі дамытуға бағытталған қызмет түрлері де алдын ала талқыланып, нақтыланады. Атап айтқанда, болашақта басқа да ықтимал мәмілелер жасау перспективалары, өндірістік саладағы және тұрмыстық қызмет көрсету саласындағы ынтымақтастық мүмкіндіктері қарастырылады.

Ағылшын компанияларымен келіссөздерді мұқият дайындықсыз және алдын ала келісусіз жүргізуге болмайды, мұнда импровизацияға жол берілмейді. Ұлыбританияда қатаң сақталатын ереже – пунктуалдылық. Ағылшындар шешімді асықпай, жоғары деңгейдегі прагматизммен қабылдайды. Олар жеткілікті дәрежеде икемді және серіктестің бастамасына ықыласпен жауап береді. Британдықтарға тән дәстүрлі қасиеттердің бірі – мәселелерді талқылау барысында өткір қайшылықтардан қаша білу.

Америкалық іскерлік стиль [29: 165–168].

Америкалықтар іскерлік қарым-қатынаста белсенді, қарқынды жұмыс істеуге бейім, уақытты үнемдейді және пунктуалдылықты жоғары бағалайды. Америкалықтардың әлемдік келіссөздер стиліне айтарлықтай ықпал еткенін айтуға болады: іскерлік қарым-қатынас тәжірибесіне демократиялық және прагматикалық элементтерді кеңінен енгізген дәл осы америкалықтар.

Америкалықтардың прагматизмі іскерлік әңгімелер мен келіссөздер барысында талқыланатын мәселеге барынша шоғырлануынан көрінеді. Олар мүмкін болатын шешімдердің жалпы бағыттарын ғана емес, сонымен қатар қол жеткізілген келісімдерді іске асыруға байланысты нақты тетіктер мен детальдарды да анықтап, талқылауға ұмтылады. Әңгімелер мен келіссөздерде америкалықтар себеп–салдарлық дәлелдерді артық көреді, яғни қорытынды нақты фактілерге негізделіп жасалады.

Америкалықтардың іскерлік қарым-қатынастағы демократизмі келіссөздер мен іскерлік кездесулерде бейресми ахуал қалыптастыруға ұмтылуынан, қатаң протоколды сақтаудан бас тартуынан байқалады. Америкалық делегация мүшелері арасында серіктестік қатынастар кең таралған. Жасы мен мәртебесіне қарамастан, бір-біріне есімімен жүгіну дәстүрі де осы елге тән.

Іскерлік қарым-қатынас стилінің басты ерекшелігі – жоғары кәсібилік: америкалық делегация құрамында талқыланатын мәселелер бойынша құзыреті жоқ адамды кездестіру қиын. Америкалық іскерлік стильдің

жағымсыз қырларына эгоцентризмнің көрініс беруі, шамадан тыс табандылық, сондай-ақ кейде шектен тыс бейресми қарым-қатынасқа ұмтылу жатады, бұл кей жағдайда орынсыз фамильярлыққа ұласуы мүмкін.

Француздардың іскерлік стилі [29: 208–213].

Француздардың іскерлік қарым-қатынас стиліне дербес әрі сыни ойлай алатын азаматтарды тәрбиелеуге бағытталған білім беру жүйесі елеулі ықпал етеді. Француз кәсіпкерлері келіссөздерге өте мұқият дайындалады, ұсынылып отырған бастамалардың барлық қырларын және олардың салдарын терең зерттейді. Сондықтан олармен келіссөздер, мысалы, ағылшын серіктестерімен салыстырғанда, әлдеқайда баяу қарқынмен өтеді. Америкалық кәсіпкерлерден айырмашылығы, француздар тәуекелі жоғары қаржылық операциялардан қашуға тырысады.

Француз келіссөздер стилі қағидаттарға берік болуымен және ымыраға сенімсіздікпен қарауымен ерекшеленеді. Ымыраға теріс көзқарас француздарға тән интеллектуалдық басымдық сезімімен күшейе түседі. Келіссөздер, әдетте, қатаң түрде жүргізіледі және көп жағдайда балама ұстаным қарастырылмайды. Француз делегациясының өкілдері келіссөздер барысында жиі конфронтациялық қарым-қатынас стилін таңдайды, тараптардың ұстанымындағы күтпеген өзгерістерді ұнатпайды, сондықтан келіссөз процесі кезінде түзетулер мен қосымша ұсыныстар енгізу қолайсыз деп саналады.

Француздар жасасатын келісімшарттар барынша нақты әрі дәл тұжырымдалады, екіұшты түсіндіруге жол бермейді.

Француздар пунктуалдылығымен ерекшеленбейді және мына қағиданы ұстанады: қонақтың мәртебесі неғұрлым жоғары болса, оның келуі соғұрлым кеш болады. Сонымен қатар, әдептілік формаларына үлкен мән береді. Францияда әңгімелесуші өзі сұрамайынша, оған есімімен жүгіну қабылданбаған.

Немістердің іскерлік қарым-қатынасы [29: 229–230]

Германиядағы іскерлік қатынастар жоғары кәсібилікпен, өзіне алған міндеттемелерді сөзсіз орындаумен, берілген уәдеге адалдықпен сипатталады. Бұл ерекшелік неміс фирмаларымен ұзақ мерзімді іскерлік байланыстарды орнатуға және сақтауға қолайлы жағдай жасайды.

Немістер келіссөздер барысында шешім табу мүмкіндігі айқын көрінетін келіссөздерді қалайды. Әдетте келіссөзге қатысушылар өз ұстанымдарын өте мұқият дайындайды, мәселелерді рет-ретімен, бірінен кейін бірін талқылауды жөн көреді. Мәміле жасау кезінде немістер қабылданған міндеттемелердің қатаң орындалуын, ал олар орындалмаған жағдайда жоғары айыппұлдардың төленуін талап етеді.

Келіссөздер барысында немістер өзін қатаң ұстай алады, алайда келіссөз жүргізу үшін өте жақсы жағдай жасайды: ыңғайлы орын-жай, қажетті техникалық құралдармен қамтамасыз етеді. Келіссөз процесінде олар жоғары деңгейде кәсіби әрі ресми болады және серіктестерінен де соны күтеді. Германияда әңгімелесушіге атымен емес, тегімен жүгіну

калыптасқан, мысалы, америкалықтардағыдай атымен емес, «мырза Шмидт» деп сөйлесу әдетке айналған.

Жапон іскерлік стилі [29: 255–260]

Жапон кәсіпкерлері жеке жүзбе-жүз әңгімелерге басымдық береді және маңызды мәселелерді хат алмасу немесе телефон арқылы талқылауға бейім емес.

Жапон мәдениетінде пунктуалдылық пен дәлдікке — келіссөздердің басталу және аяқталу уақытына, сондай-ақ өзіне алған міндеттемелерді орындауға — ерекше мән беріледі. Іскерлік қарым-қатынастың бүкіл тәжірибесі аса жоғары жауапкершілікке негізделген. Жапон бизнесмендерімен алғаш рет кездескен шетелдіктер келіссөздердің баяу қарқынмен өтуіне таңғалады, себебі келіссөздер көбіне кездесудің негізгі тақырыбына қатысы жоқ мәселелерді талқылаудан басталады. Негізгі ресми мәселеге белгілі бір уақыт өткеннен кейін ғана көшеді. Ұсыныстар қаншалықты маңызды болса, соншалықты ұсақ-түйек детальдарға көп көңіл бөлінеді. Мұның астарында негізгі шешімді қабылдауды жеңілдету мақсатында барлық екінші дәрежелі мәселелерді өзара қанағаттанарлық түрде реттеп, «ынтымақтастық қатынастарын» орнату ұмтылысы жатыр.

Жапонияда шыдамдылық басты ізгі қасиеттердің бірі болып саналады, сондықтан жапондармен келіссөз жүргізуде асығыстыққа жол берілмейді. Келіссөздер барысында жапондықтардың «иэ» деген жауабы әрдайым нақты келісімді білдіре бермейтінін ескеру қажет. Жапонша «хай» сөзі «иэ» деп аударылғанымен, кейде ол біздің «иэ-иэ» дегеніміз сияқты, яғни әңгімелесушіні мұқият тыңдап отырғанын білдіруі мүмкін. Жапондар әдетте ашық түрде қарсы пікір білдіруден және әңгімелесушіні ренжітуден қашады, сондықтан тікелей «жоқ» деп жауап бермейді.

Егер жапон іскер серіктесі «жоқ» дегісі келсе, ол көбінесе «бұл қиын» деп айтады. Кейде нақты «жоқ» деуден қашу үшін қарсы сұрақ қояды, содан кейін өз пікірін табанды түрде қорғауды жалғастыру әдепсіздік болып саналады немесе әңгімені басқа тақырыпқа бұрып жібереді. Қарама-қарсы көзқарастардың ашық қақтығысынан қашу жапондардың шешім қабылдау тәжірибесінде де көрініс табады. Шешім, әдетте, өзара ымыралар негізінде қабылданады. Жапон іскерлік этикасы бойынша, өз ұстанымын қатаң қорғаған адам емес (тіпті ол дұрыс болса да), ал ымыраға дайындық танытқан адам ең жоғары бағаланады. Сондықтан жапондар серіктестің елеулі уступкасына дәл сондай жауап қайтарады.

Жапондармен келіссөздерде қоқан-лоқы, қысым көрсету сияқты тәсілдер тиімсіз және жапон кәсіпкерлерінің өздері де оларды іс жүзінде қолданбайды. Жапондар тәуекелге өте сақ қарайды, себебі оны абыройға, ар-намыс пен іскерлік беделге төнген қауіп ретінде қабылдайды. Сондықтан жапондармен іскерлік қарым-қатынаста шыдамдылық пен өзара түсіністік орнатуға ұмтылу конфронтациялық стильге қарағанда әлдеқайда нәтижелі болады.

Қытайдың іскерлік стилі [29: 279–280]

Қытайда шетелдік серіктестермен бейресми қарым-қатынастарды дамытуға үлкен мән беріледі: оларды серіктестің жасы, отбасылық жағдайы, балалары және басқа да жеке мәселелер қызықтырады. Іскерлік кездесулер барысында қытайлық келіссөз жүргізушілер екі мәселеге ерекше назар аударады: келіссөз серіктестері мен талқыланатын мәселе туралы ақпарат жинауға және «достық рухын» қалыптастыруға.

«Достық рухы» қытайлар үшін келіссөздерде айрықша маңызға ие және бұл олардың мәдени дәстүрлері мен құндылықтарымен тығыз байланысты. Қытайлар «достық рухын» серіктестер арасындағы жақсы жеке қарым-қатынастармен теңестіреді.

Қытайлардың келіссөз жүргізу ерекшеліктері

Қытайлықтар келіссөздерді жүргізу барысында оның жеке кезеңдерін айқын ажыратады: бастапқыда тараптардың ұстанымдарын нақтылау, одан кейін оларды талқылау және келіссөздердің қорытынды кезеңі. Олар көбінесе ресми мәртебесі жоғары адамдарға және өздеріне жеке симпатия білдіретін тұлғаларға бағдарланады. Дәл осындай адамдар арқылы қытайлар кейін қарсы тараптың ұстанымына ықпал етуге тырысады.

Қытай тарапымен келіссөздер жүргізгенде «карталарды ашуға», яғни өз көзқарасыңызды бірінші болып білдіруге, ұсыныстарды да алдымен жасауға дайын болу қажет. Егер келіссөздер Қытайда өтсе (қытайлар іскерлік кездесулерді өз аумағында өткізуді көбірек қалайды), олар өз дәстүрлеріне сүйеніп, «қонақ бірінші сөйлейді» деп уәж келтіруі мүмкін. Қытай тарапынан алдымен ақпарат алуға тырысу көбіне нәтижесіз болады, себебі берілетін мәліметтер, негізінен, жалпы сипатта ғана шектеледі.

Қытай тарапы әдетте келіссөздердің соңына қарай, қарсы тараптың мүмкіндіктерін толық бағалағаннан кейін ғана жеңілдіктерге барады. Оның үстіне, келіссөздер тығырыққа тірелгендей көрінген сәтте қытайлар кенеттен жаңа ұсыныстар енгізіп, белгілі бір жеңілдіктер ұсынады. Соның нәтижесінде келіссөздер қайта жанданады. Алайда келіссөз барысында серіктес жіберген қателіктер қытай тарапы тарапынан шеберлікпен пайдаланылады.

Швецияның іскерлік стилі [29: 298–300]

Шведтер әлемде терең орныққан лютерандық іскерлік этикасымен танымал. Ол неміс іскерлік этикасына жақын болғанымен, соншалықты қатаң емес. Бұл этиканың негізгі белгілеріне еңбекқорлық, пунктуалдылық, ұқыптылық, байыптылық, тиянақтылық, адалдық және қарым-қатынастағы сенімділік жатады. Швед бизнесмендерінің кәсіби біліктілік деңгейі өте жоғары, сондықтан олар серіктестерінен де ең алдымен кәсібилікті бағалайды.

Шведтер қатал тәртіпті ұстанатын халық болып саналады, сондықтан оларды өздері рұқсат бермейінше атымен атауға болмайды. Олар істерін алдын ала жоспарлауды ұнатады, сондықтан іскерлік кездесулерді соңғы сәтте емес, алдын ала келісіп қойған жөн.

Шведтер ұстамды келеді және эмоцияларын ашық білдіре бермейді. Олар ұсынылған жобалар мен ұсыныстарды жан-жақты әрі мұқият зерттеп, барлық мәселелерді ең ұсақ-түйекке дейін талқылауды қалайды. Осы себепті шведтермен келіссөздерге өте жақсы дайындық қажет.

Швед бизнесмендері іскер адамның сыртқы келбетіне қатысты дәстүрлі көзқарасты ұстанады және классикалық киім үлгісін жөн көреді. Ер адамдар үшін бұл — әдетте көк түсті ұсақ жолақты немесе сұр түсті классикалық костюм. Әйелдер үшін — қатты ашық түсті емес, қатаңдау стильдегі, сәнді пішіні мен ұзындығы бар костюм немесе аса әшекейленбеген көйлек.

Итальяндық іскерлік стиль [29: 332].

Итальяндықтармен іскерлік байланыстар бірқатар ерекшеліктерімен сипатталады. Серіктестік қатынастарды орнатуда, әдетте, шағын және орта фирмалардың өкілдері белсендірек болады. Итальяндықтар ұйымдастырушылық мәселелерді ұзаққа созбайды, байланыстардың баламалы нұсқаларын оңай қабылдайды. Бұл олардың әкімшілік шешім қабылдауда қатаң бюрократиялық рәсімдердің болмауымен түсіндіріледі. Көп жағдайда іскерлік байланыс орнату үшін фирма туралы қысқаша ақпарат пен іскерлік қызығушылық нысаны көрсетілген ресми хаттармен алмасу жеткілікті болады.

Итальяндық кәсіпкерлер келіссөздер іскерлік ортада немесе қоғамда шамалас деңгейде тұрған адамдар арасында жүргізілуіне үлкен мән береді. Сондықтан іскерлік кездесулердің алдында олар әлеуетті серіктестерінің еңбек жолын, жасын, атқарып отырған қызметін білуге тырысады.

Итальяндықтар іскерлік мәселелерді келіссөз үстелінде емес, бейресми жағдайда, мысалы, шағын мейрамханада шешкенді ұнатады. Итальян кәсіпкерлері «жеңіл қимылдайтын» халық болғанымен, бірлескен іскерлік құжаттарға қол қойылғаннан кейін олармен іскерлік байланысты жалғастыру кейде қиынға соғады. Итальяндықтар онша ұйымдасқан әрі пунктуалды емес халық саналады.

Араб мемлекеттерінің іскерлік стилі [29: 371–374].

Алғашқы танысу кезінде араб сұхбаттасушысы серіктесіне ерекше жылы шырай мен ілтипат көрсетеді. Бұл екіжүзділік емес, дәстүрге деген құрмет: арабтар арасында мұндай мінез-құлық мұсылманға ғана лайық деп есептеледі. Алайда кейінгі әңгіме әрдайым бірқалыпты өрбімеуі мүмкін. Араб сұхбаттасушылары нақтылықтан, «иә» немесе «жоқ» деген нақты жауаптардан барынша қашады. Оның орнына «Алла қаласа» сияқты көмескі тіркестер қолданылады.

Араб этикеті сұхбаттасушыға тікелей, кесімді жауап беруге тыйым салады; арабтар әңгіме барысында асығыстық пен абыр-сабырдан аулақ болып, әрдайым өз абыройын да, қарсы тараптың да абыройын «сақтауға» ұмтылады. Болашақта байланыстарды жалғастыру мүмкіндігін қалдыру маңызды деп саналады. Келісімнен бас тарту көбіне ескертпелермен, талқыланған ұсынысты мақтаумен қатар жүреді. Араб кәсіпкерлері бас тартуды барынша жұмсартып, бүркемелі түрде білдіреді.

Сұхбаттасушылар арасындағы «мәдени қашықтық» әдетте еуропалықтарға қарағанда қысқарак: әңгімелесушілер бір-біріне өте жақын тұрады, бұл өзара сенімнің белгісі болып саналады.

Арабтарға тән негізгі қасиеттердің бірі – ұлттық намыс сезімінің жоғары болуы және өз елінің тарихи дәстүрлерін берік ұстану. Екінші ерекшелік – күшті биліктің қажеттілігін мойындау, ал үшіншісі – қатаң әрі жеткілікті дамыған әкімшілік мінез-құлық нормалары. Бұл ерекшеліктер келіссөз жүргізу барысында айқын көрініс табады. Мысалы, олар ұлттық тәуелсіздікке қатысты мәселелерге өте сезімтал. Ішкі істеріне араласу ретінде қабылдануы мүмкін кез келген әрекет қатаң түрде қабылданбайды.

Серіктестермен өзара әрекеттесу түрлерінің ішінде арабтар саудаласуды ерекше жақсы көреді. Бұл ретте достық, қонақжайлық және көтеріңкі көңіл күйдің көріністеріне үлкен мән беріледі.

Еуропалықтар қарым-қатынас кезінде оң немесе сол қолға ерекше мән бере бермейді. Алайда араб елдерінде бұл мәселеде сақ болған жөн: мұнда біреуге сыйлықты немесе ақшаны сол қолмен ұсыну әдепсіздік болып саналады. Ислам дінін ұстанатындарда сол қол «таза емес» деп есептеледі, сондықтан бұл серіктесіңізді ренжітуі мүмкін. Сондай-ақ арабтар аяққа да таза емес нәрсе ретінде қарайды. Осы себепті мұсылмандарда әңгіме барысында орындықта отырып, аяқты айқастырып тастауға тыйым салынады.

Қорытынды

Бұл тақырыпта іскерлік қарым - қатынас түрлері көрсетілген-тұлғааралық (шағын әлеуметтік топтағы қарым-қатынас); өкілдік (құқықтық субъектілер деңгейіндегі қарым-қатынас); топтық (аудиториямен қарым-қатынас немесе командалық қарым-қатынас); мәдениеттермен байланыс (Өртүрлі құндылықтар жүйелерінің, ұлттық сипаттардың тасымалдаушыларымен байланыс). Тұлғааралық қарым-қатынас іскерлік қарым – қатынастағы жетекші тұлғалардың бірі ретінде мәртебелік-рөлдік сипатқа ие және іскерлік қарым-қатынастың келесі түрлерімен жүзеге асырылады-әңгіме, Нұсқаулық, сұхбат, пікір алмасу және т.б. тақырыпта тұлғааралық қарым-қатынастағы мінез-құлық моделін таңдаудың негізгі критерийлері қарастырылған. Келесі тақырыптарда тиімді тұлғааралық іскерлік қарым-қатынасты құрудың әдістері мен әдістері келтірілген.

Топ ішіндегі қарым-қатынастың ерекшелігі топтың өз мүшелеріне тигізетін ерекше әлеуметтік әсеріне байланысты және "топтық поляризация", "топтық ойлау" және "азшылықтың әсері" сияқты құбылыстарда көрінеді. "Топтық поляризация" құбылысы проблеманы топтық талқылау нәтижесінде қабылданған шешім топтың күшейтілген орташа пікірін білдіретіндігінде көрінеді. Топ, әдетте, бірлікті сақтауға тырысады және өз ортасында келіспеушіліктерді ынталандырмайды, бұл топтастыруға әкеледі ойлау.

Топтастырылған ойлаудың белгілері-қол сұғылмаушылық елесі, сәйкестік қысымы, топ шешімдерінің моральдық сипатына сену және т. б. Топтастырылған ойлаудың монолитін "азшылықтың әсері" деп атауға болады

- өз пікірі бар және оны топтың қатты қысымымен де қорғай алатын конформист емес адамдар. Іскерлік қарым-қатынаста іскери серіктестердің мәдени айырмашылықтары маңызды рөл атқарады. Әр түрлі мәдениеттер өкілдерінің тиімді іскерлік қарым-қатынасы толеранттылық негізінде құрылады, бұл әлем мен әлеуметтік ортаның көп өлшемді екенін түсінуді білдіреді, бұл кейбір әлеуметтік, этникалық, мәдени және басқа топтар үшін артықшылықтардың, артықшылықтардың кез-келген түріне жол берілмейтіндігін және басқалардың артықшылығын білдіреді.

Практикум

Тапсырма 1.

Іскерлік өзара әрекеттесу барысында серіктестер арасындағы тұлғааралық қарым-қатынас тек қана ресми сипатта болуы мүмкін. Алайда белгілі бір жағдайларда қарым-қатынас субъектілері арасында достық қатынастар қалыптасуы ықтимал. Ресми қарым-қатынастың достық қарым-қатынасқа ұласуына ықпал ететін жағдайларды тұжырымдап көріңіз.

2.5-тармақты пайдалана отырып, достық қарым-қатынастың іскерлік қарым-қатынас мақсаттарына қол жеткізудегі оң және теріс ықпалын анықтаңыз.

Тапсырма 2.

Топтық ықпал құбылыстарының (топтық поляризация, топтық ойлау, азшылықтың ықпалы) іскерлік қарым-қатынас мақсаттарына жету тұрғысынан оң және теріс жақтарын талдаңыз.

Тапсырма 3. 3.5-бөлімде алынған мәліметтерге сүйене отырып, еуропалық және араб елдеріндегі іскерлік стильдердің ең тән айырмашылықтарын анықтаңыз.

Тапсырма 4. Халықаралық компанияда батыс елінен келген менеджер мен шығыс елінің серіктесі арасында келіссөз жүргізілуде. Келіссөз барысында тараптар бір-бірінің мінез-құлқын, сөйлеу мәнерін және шешім қабылдау тәсілін дұрыс түсінбей, өзара сенім әлсірей бастайды.

1. Берілген мәтінге сүйене отырып, жағдайдағы мәдениетаралық айырмашылықтардың (құндылықтар, қарым-қатынас нормалары, сөйлеу мәдениеті) кемінде 4 түрін анықтаңыз.

2. Осы айырмашылықтардың іскерлік қарым-қатынас тиімділігіне тигізетін оң және теріс әсерін талдаңыз.

3. Ұлтаралық қарым-қатынас мәдениетінің сыртқы және ішкі белгілерін пайдалана отырып, жағдайды оңтайландыруға бағытталған ұсыныстар жасаңыз.

4. Менеджер үшін мәдениетаралық құзыреттіліктің маңызын негіздеп түсіндіріңіз.

Тапсырма 5. Көпұлтты ұжымда бір қызметкер басқа ұлт өкілдерінің кәсіби қабілетіне күмәнмен қарап, бейсаналық түрде оларды шешім қабылдау процесінен шеттетеді. Бұл ұжым ішіндегі сенімге және жұмыс нәтижесіне кері әсер етеді.

1. Мәтінге сүйене отырып, берілген жағдайда көрініс тапқан интолеранттылық түрлерін (ксенофобия, этноцентризм, стереотиптер және т.б.) анықтаңыз.

2. Толеранттылықтың негізгі критерийлерін пайдалана отырып, осы жағдайдың іскерлік қарым-қатынасқа тигізетін салдарын талдаңыз.

3. Ұжымда толерантты қарым-қатынасты қалыптастыру үшін ұйымдық және тұлғалық деңгейде қандай шаралар қолдану қажет екенін ұсыныңыз.

4. Іскерлік қарым-қатынаста толеранттылықтың менеджердің кәсіби тиімділігіне әсерін дәлелдеңіз.

4 тақырып бойынша өзін-өзі бақылау тесті

1. Тұлғааралық іскерлік қарым қатынас келесі нысандарда жүзеге асырылады:

- а) митинг;
- б) әңгіме;
- с) шай ішу

2. Тұлғааралық қарым-қатынаста мінез-құлық үлгісін таңдау критерийлері болуы мүмкін:

- а) мінез-құлықтың қоғамда белгіленген сәйкестігі құқықтық тәртіп;
- б) келіссөздердің нәтижесіне қызығушылық;
- с) серіктес тарапынан қысым

3. Өкілдік қарым-қатынаста байланыс серіктестері келесідей әрекет етеді:

- а) белгілі бір әлеуметтік топтардың, ұйымдардың, қоғамдардың өкілдері;
- б) одақтастар;
- с) қарсыластар

4. Өкілдік байланыс формада болуы мүмкін:

- а) телефон арқылы сөйлесу;
- б) консультациялар;
- с) көше демонстрациясы

5. Әлеуметтік көмек бұл:

а) басқа адамның немесе адамдар тобының нақты немесе ойдан шығарылған қатысуы салдарынан жеке тұлға қызметінің жылдамдығын немесе өнімділігін арттыру;

- б) бір адамның екіншісіне әсері;
- с) топтың әсерінен адамның пікірін өзгерту

6. Топ қабылдаған шешім әдетте:

- а) топ мүшелерінің көпшілігінің пікірімен сәйкес келеді;

- b) топ жетекшісінің пікірі;
- c) топ мүшелерінің күшейтілген орташа пікірін білдіреді

7. Топтастырылған ойлаудың белгілері деп санауға болады:

- a) топ мүшелерінің бір-бірімен келісімі;
- b) сәйкестік қысымы;
- c) топ жетекшісінің пікірімен келісу

8. Ұлтаралық қарым-қатынас мәдениетінің белгісі:

- a) әр түрлі ұлттағы адамдардың бірлескен өмірінің қажеттілігін түсіну;
- b) өз құндылықтарын негізге ала отырып, бөтен құндылықтар туралы пайымдау;
- c) белгілі бір этникалық қауымдастықтарға деген дұшпандықты басу мүмкіндігі

9. Төзімділік критерийі болуы мүмкін:

- a) іскерлік қарым-қатынас серіктесінің берілуге деген ұмтылысы;
- b) мәдени айырмашылықтарды елемей;
- c) діни сенім бостандығы

10. Араб елдерінің іскерлік стилі мыналарды білдіреді:

- a) жұмсартылған жабық түрдегі бас тартуды білдіру;
- b) келіссөздердің қатаң стилі;
- c) іскери серіктестердің ұйымдастырылмауы

Тақырып 5. Іскерлік қарым-қатынастағы сөйлеу мәдениеті

5.1. Іскерлік қарым-қатынаста сөйлеу

Сөйлеу-халық тілінде тарихи қалыптасқан фонетикалық, лексикалық, грамматикалық және стилистикалық құралдар мен ережелер негізінде жасалған тілдік құрылымдар арқылы жүзеге асырылатын қарым-қатынас түрі [28: 692-696]. Сөйлеу туралы негізгі ілім-риторика. Сөйлеуді қызметтің ерекше түрі ретінде қарастыруға болады және сөйлеу қызметі коммуникативті, индикативті, предикативті, семантикалық және эмоционалды-экспрессивті функцияларды орындайды.

Коммуникативті функция-басқа адамдарға ақпарат беру немесе оларды іс-әрекетке шақыру мақсатында сөйлеуді қолдану. Индикативті функция (индикативті) – сөйлеуді қолдану белгілі бір объектіні айқын немесе жасырын көрсету үшін басқа адамдарға беру. Предикативті функция (айтылым функциясы) – өз пікірін білдіру үшін сөйлеуді қолдану. Семантикалық функция-беру мақсатында сөйлеуді қолдану ойда жасырылған және сыртқы әлемдегі заттардың, құбылыстардың, әрекеттердің және олардың арасындағы қатынастардың мағыналық қасиеттерін көрсететін мағына. Эмоционалды-экспрессивті функция-кез-келген объектіге немесе

жағдайға өзінің эмоционалды қатынасын білдіру үшін, атап айтқанда тыңдаушыларды іс-әрекетке шақыру мақсатында сөйлеуді қолдану.

Адам өмірінде сөйлеудің әр түрлі түрлері дамыды: ішкі сөйлеу (нақты қарым-қатынастан тыс сөйлеу, өзіне бағытталған); дактильді (саусақтардың белгілі бір конфигурациялары мен олардың қимылдары арқылы сөздерді көбейтетін сөйлеу); жест-ишара (жест арқылы байланысу тәсілі); мимикалық-жест-ишара (экспрессивті байланыс құралы сипатын білдіреді); жазбаша, ауызша, делдалдық. Сөйлеудің соңғы үш түрі – ауызша, жазбаша және делдалдық іскерлік қарым-қатынаста қолданылады. Осы сөйлеу түрлерінің ерекшеліктерін қарастырайық.

Ауызша сөйлеу-бұл есту арқылы қабылданатын тілдік құралдар арқылы ауызша қарым-қатынас (ауызша). Ауызша сөйлеу мыналарға тән:

- ауызекі тілде сөйлеу процесі ұрпақты болу процесіне сәйкес келеді;
- ауызша сөйлеуде афоризмдер, әзілдер, метафоралар, мағынасыз фрагменттер бар: міне, сондықтан, шынымды айтсам, табиғи және т. б.;

- "көз контактісі" бар;

- ауызекі тілде паралингвистикалық құралдарды қолдануға болады: интонация, дауыстық сипаттамалар, қимылдар, мимика және т. б.

- ауызша сөйлеудің синтаксистік құрылымы деформациялануы мүмкін (сөйлеуші ойды аяқтамайды, өзін-өзі тоқтатады, бір тақырыптан екіншісіне "секіреді", бір сөйлемге екіншісін енгізеді және т. б.);

- сөйлеу процесінде эмоционалдылықтың көріністері болуы мүмкін. Іскерлік қарым – қатынастағы ауызша сөйлеудің бір түрі-көпшілік алдында сөйлеу-ұжымдық адресатқа бағытталған монологиялық сөйлеу. Көпшілік алдында сөйлеудің негізгі формалары: презентация, аналитикалық сөйлеу, ауызша есеп, ауызша баяндама, құттықтау, пікірталас және т. б.

Жазбаша сөйлеу-визуалды түрде қабылданған жазбаша мәтіндер арқылы ауызша (ауызша) қарым-қатынас. Іскерлік қарым-қатынастағы жазбаша сөйлеудің тән белгілері;

- қарым-қатынас жасаушылар арасында тікелей байланыс жоқ;

- жазбаша мәтін коммуникативті дәлдік талаптарына сәйкес келуі керек: мінсіз синтаксистік құрылымға ие, шындықты жеткілікті түрде көрсетеді, автордың ойын білдіреді;

- жазбаша мәтінде артық ештеңе болмауы керек;

- презентация қисынды, эмоционалды емес;

- жазбаша сөйлеу алдын-ала дайындалады және дайындықтың бірнеше кезеңінен өтеді;

- іскери қағаздар белгілі бір жанрға сәйкес келуі керек (өтініш, өтінім, жадынама және т. б.) және шаблондар, клишеленген стандартты тіркестер және т. б.

Қашықтан байланыс әрқашан байланыс арнасын немесе қағаз, сандық, магниттік медианы пайдаланады. Сөйлеудің негізгі ерекшеліктері мыналар:

- қысқалық;
- регламенттелуі;

- ым-ишараны қолдану мүмкіндігінің болмауы;
- көзбен тікелей байланыс орнатудың жоқтығы.

5.2.Сөйлеу мәдениетінің нормалары

Сөйлеу мәдениеті – бұл әдеби тілдің нормаларын ауызша және жазбаша түрде меңгеру арқылы қарым-қатынас мақсаттарына жетуді қамтамасыз ететін сөйлеу қасиеттерінің жиынтығы. Ол тілдік және этикалық нормаларды сақтауды, сондай-ақ қарым-қатынасқа тиімді қол жеткізуді қамтиды.

Сөйлеу мәдениеті көпқырлы ұғым болып, үш негізгі аспектіні қамтиды:

1. Нормативтік аспект – тілдік нормаларды меңгеру, яғни әдеби сөйлеуде тілдік бірліктерді қолдану ережелерін білу (дұрыс қою, жатпау; инженерлер емес, инженерлер; қоңырау шалу және шақырылмау; кафедра емес, кафедра меңгерушісі; бұйрыққа сәйкес, бұйрық емес; мүмкіндік берілді және ұсынылмады).

2. Коммуникативтік аспект – қарым-қатынас жағдайы мен саласына байланысты сөйлеу стилін, жанрын және хабарламаның көлемі мен түрін таңдау. Коммуникативтік аспект сөйлеудің нақты қасиеттерінде көрінеді, олар қарым-қатынасқа қатысушылардың оңтайлы өзара әрекеттесуін қамтамасыз етеді.

3. Этикалық аспект – қарым-қатынас қатысушыларының қадір-қасиетін төмендетпейтін, сыпайылық пен сөйлеу этикетін сақтай отырып, тілдік мінез-құлық ережелерін білу және қолдану.

Сөйлеу мәдениетінің коммуникативтік қасиеттері

Жақсы сөйлеудің коммуникативтік қасиеттері мыналарды қамтиды:

1. Дұрыстық – әдеби тіл нормаларын сақтау;
2. Логика – ойды презентациялау логикасын білу;
3. Дәлдік – сөздің дәлдігі, ойды нақты жеткізу қабілеті;
4. Лаконизм – қысқа әрі айқын түрде идеяны білдіру;
5. Айқындық – хабарламаның түсінікті болуы;
6. Байлық – тілдік құралдардың әртүрлілігі;
7. Экспрессивтілік – сөйлеудің әсерлілігі;
8. Тазалық – әдеби тілге жат элементтердің болмауы (вульгаризмдер, жаргон, паразит сөздер);
9. Орындылық – қарым-қатынас жағдайына сәйкес келетін тілдік құралдарды таңдау.

Сөйлеу этикеті – мәдени сөйлеу қарым-қатынасының жалпы қабылданған тәртібі, сыпайылық ережелеріне сәйкес келетін тұрақты өрнектерді білу және қолдану (сәлемдесу, қоштасу, танысу, ризашылық білдіру, кешірім сұрау, сұрау және т.б.).

Сөйлеу мәдениеті тілдік, коммуникативтік және этикалық нормаларды сақтай отырып, қарым-қатынасқа тиімділікті қамтамасыз етеді. Ол сөйлеу шеберлігін және коммуникация мақсатында тілді орынды қолдану қабілетін қамтиды.

Нормативтік аспект – тілдік нормаларды сақтау, сөйлеу мінез-құлқының негізгі реттеушісі. Коммуникативтік аспект – қарым-қатынас жағдайында нақты мазмұнды білдіру үшін тілдік форманы таңдау қабілеті. Этикалық аспект – қарым-қатынас қатысушыларының қадір-қасиетін сақтай отырып, тілдік мінез-құлық ережелерін қолдану.

Сөйлеу этикетінің құрамына сәлемдесу, қоштасу, сұрақ қою, өтініш білдіру, ризашылық білдіру формулалары, атаулар мен үндеулерді дұрыс таңдау жатады. Этикалық компонент қатысушыларға жағымсыз сөздер мен мінез-құлықтан аулақ болуға бағытталған.

5.3. Сөйлеу стилі мен сапасы

С.И. Ожегова мен Н. Ю. Шведованың түсіндірме сөздігінде сөйлеу стилі "сөйлеу практикасының әртүрлі жағдайларында белгілі бір идеяларды, ойларды білдіру үшін тілдік құралдарды қолдану әдістерінің жиынтығы" деп түсіндіріледі.

Сөйлеу стилі ойдың сөйлеу әрекетінде қалай көрініс табатынын көрсетеді. Егер адамның сөйлеуін *не айтады, қай жерде айтады және қалай айтады* деп жіктесек, онда бірінші бөлік (*не?*) ойды тудыруға, яғни сөйлеу мазмұнына қатысты болады; екінші бөлік (*қай жерде?*) — ойдың орналасуына, ал үшінші бөлік (*қалай?*) — сөйлеу стиліне жатады.

Стильдік сипаттамалар адамның өзіне қатысты барлық құбылыстарға тән. Ойлау стилі — ойлардың өзіндік ерекшелігін, дербестігін және тосындылығын көрсетсе, мінез-құлық стилі адамның әрекет етуінің негізгі формаларын айқындайды, сондай-ақ киіну стилі және басқа да стиль түрлері бар. Ф. Честерфилдтің дәл айтылған сөзімен айтқанда, сөйлеу стилі — бұл «...біздің ойларымыздың киімі. Бұл ойлар қаншалықты дұрыс болғанымен, егер стилің дөрекі, өңделмеген, тұрпайы болса, ол ойларға да, дәл өзіңнің сырт келбетің кір-қожалақ, жыртық-жамау киіммен жүргендей, сондай жаман әсер қалдырады».

Сөйлеу стилі айқындық, дұрыстық, тазалық, дәлдік, байлық, логика және т. б. сияқты қасиеттермен сипатталады. Сөйлеудің айқындылығы-сөйлеуді қол жетімді және түсінікті ететін стильдің маңызды сапасы. Сөйлеудің дұрыстығы-сөйлеудің әдеби тілдің нормаларына сәйкестігі. Сөйлеудің тазалығы сөйлеуде нормативтік әдеби тілге жат элементтердің болуымен үйлеспейді. Мұндай элементтер-жаргонизмдер, диалектизмдер, ұятсыздық және т.б. "Стиль, хрусталь сияқты, - деп жазды В. Гюго, - оның жылтырлығы оның тазалығына байланысты". Сөйлеудің дәлдігі — қарым-қатынас жағдайына сәйкес ойды жеткізудің ең оңтайлы тілдік құралдарын таңдай білу. Сөйлеудің дәлдігі «керекті сөзді керекті жерде қолдану» дегенді білдіреді (Д. Свифт). Ал оған қарама-қарсы құбылыстар — шешенсөзділікке ұрыну, көпсөзділік, бос сөзге салыну болып табылады. Сөйлеудің байлығы сөйлеудегі ауызша әртүрліліктің болуымен анықталады. Сөйлеудің қисындылығы презентацияның дәйектілігімен, негізділігімен және дәйектілігімен қамтамасыз етіледі.

5.4. Сөйлеу мәдениеті және оның түрлері

Сөйлеу мәдениеті тілдік нормаларды сақтай отырып, сөйлеудің мазмұнына, жағдайына және мақсатына сәйкес келетін тілдің құралдары мен мүмкіндіктерін пайдалануды қамтиды. Іскерлік қарым-қатынастағы сөйлеу мәдениеті келесі дағдыларда көрінеді:

- іскерлік қарым-қатынастың мақсаттары мен міндеттерін тұжырымдау;
- қарым-қатынас тақырыбын талдау, сотталған мәселе бойынша өз пікірін шығару;
- қарым-қатынасты ұйымдастыру, оны реттеу;
- коммуникативтік мақсаттарға жету үшін этикет құралдарын барабар пайдалану;
- таңдалған сөйлеу стратегиясын жүзеге асыру үшін әртүрлі тактикалар мен әдістерді қолданыңыз;
- іскерлік әңгіме, дау, пікірталас, іскерлік кеңес, коммерциялық келіссөздер, телефон байланысы жанрларындағы коммуникативтік мінез-құлықтың рөлдік сипаттамалары мен ережелерін білу;
- қақтығыстарды, дағдарыстық жағдайларды талдау және оларды шешу; - дәлелдеу, негіздеу, дәлелдеу, жоққа шығару, бағалау;
- парафразалау, қорытындылау, тезистеу, анықтау, номинализация, вербализация, авторизация дағдыларын меңгеру;
- ауызша ақпаратты жазбаша, символдық, ауызша және керісінше аудару;
- іскерлік хаттың, сөз сөйлеудің және жиі айналысуға тура келетін құжаттардың мәтінін құрастыру және редакциялау;
- жазбаша және ауызша сөйлеу ерекшеліктерін білу және ескеру;
- сөйлеу техникасын меңгеру;
- көпшілік алдында сөйлеу риторикасының негіздерін білу;
- прагматиканың негіздерін білу және әңгімелесушінің мінез-құлқын түзету мақсатында сөзді меңгеру [4].

Жалпы мәдени және жалпы білім беру деңгейіне байланысты сөйлеушілер мен жазушылар сөйлеу мәдениетінің түрлерін ажыратады: элиталық, ортаңғы, жарконизациялық (оның ішінде кәсіби шектеулі), ауызекі сөйлеу [4].

Элиталық тип - сөйлеу мәдениетінің дамуының ең жоғары деңгейі. Элиталық сөйлеу мәдениетін меңгеру іскерлік қарым-қатынас принциптерін қатаң сақтауды, сұхбаттасушыға құрмет көрсетуді, дөрекі сөздердің жоқтығын және т. б. білдіреді. Элиталық сөйлеу мәдениетінің өкілі әдеби тілдің барлық функционалды стильдерін біледі: ресми іскерлік, ғылыми, публицистикалық, ауызекі және ғылыми баяндама немесе мақала оңай жаза алады; презентациялық сөз сөйлеу; сұхбат беру; құжат жасау; кеңес және келіссөздер жүргізу және т. б. Элиталық сөйлеу мәдениетін анықтамалық деп санауға болады және оқыту пәні болып табылады. Өкінішке орай, оны иеленетін адамдар біздің қоғамның іскерлік орталарында көп емес.

Сөйлеу мәдениетінің орташа әдеби түрі. Ол барлық нормаларды сақтаудың аз қатандығымен сипатталады, бірақ ауызша және жазбаша тілдегі қателіктер жүйелі емес. Орта әдеби сөйлеу мәдениетінің спикерлері, элиталық мәдениеттен айырмашылығы, тілдің бір немесе екі стилін белсенді біледі (мысалы, іскерлік және ауызекі сөйлеу), қалғандары тек пассивті. Орташа әдеби сөйлеу мәдениеті ішінара ауызша және жазбаша сөйлеу нормаларының араласуымен сипатталады: ауызша сөйлеу кезінде кітап мөрлері, қатысушы немесе қатысушы айналымдар және жазбаша сөйлеу, атап айтқанда құжаттар тіліне енген кезде сөйлеу құрылымдары мен жаргонизмдер енеді. Сөйлеу мәдениетінің бұл түрі қоғамдық өмірдің барлық салаларында кең таралған.

Сөйлеу мәдениетінің жаргон түрі. Бұл тип қазіргі мәдениеттегі жаргондардың алуан түрлілігімен ұсынылған: кәсіби (мысалы, бағдарламашылардың жаргоны), жастар, қылмыстық және т.б., жалпы мүдделермен біріктірілген адамдардың белгілі бір тобының санасын, өмір салтын, құндылықтар жүйесін бейнелейді.

Сөйлеу мәдениетінің жаргон түрінің тән белгілері: жаргонизмдерді қолдану, қарым-қатынас аймақтары мен әлеуметтік қашықтықтарды ажыратпау; сұхбаттасушының коммуникативті сұраныстарын елемей; ұмтылыс "әңгімелесушіні өз деңгейіне дейін төмендету. Нақтылық пен дәлдікті талап ететін іскерлік қарым-қатынаста сөйлеу мәдениетінің бұл түрі тиімсіз, бірақ оның өкілдері үкіметтік және қоғамдық ұйымдарда кездеседі.

Қарапайым сөйлеу тілі — оны қолданушылардың жалпы мәдени және жалпы білім деңгейінің төмендігін көрсететін сөйлеу мәдениетінің түрі. Мұндай сөйлеуде қателер жүйелі сипатта болады: ауызша сөйлеуде негізінен акцентологиялық және лексикалық қателер басым болса, жазбаша сөйлеуде грамматикалық, орфографиялық және пунктуациялық қателер жиі кездеседі.

Қарапайым сөйлеу тілінің белгілері:

- шектеулі сөз қоры;
- күрделі сөйлемдер, мәлімдемелер құра алмау (синтаксистік монотондылық);
- экспрессивті құралдардың жоғары жиілігі;
- десемантизацияланған сөйлеу фрагменттерін қолдану (мысалы, жақсы, Жалпы, т. б.)
- қарғыс сөздерді, паразиттік сөздерді, шылауларды қолдану;
- сөздерді олардың лексикалық мағынасын ескермей қолдану;
- балағат сөздер ретінде де, "байланыстырушы" элементтер ретінде де балағат сөздерді қолдану.

Іскерлік қарым-қатынаста қарапайым сөйлеу тілі таза түрінде сирек кездеседі. Айта кету керек, гибридті, маргиналды сорттардың пайда болуымен сөйлеу мәдениеттерінің әртүрлі түрлерінің өзара әсері мен өзара енуі байқалады: орташа әдеби сөйлеу мәдениетінің төменгі түрлерімен өзара әрекеттеседі – кәсіби шектеулі, жергілікті. Бұл құрылымдар іскерлік сөйлеуге де енеді.

5.5. Іскерлік қарым-қатынастағы сөйлеу этикеті

Этикет — адамдарға деген қарым-қатынасты реттейтін және айналамен қатынаста көрініс табатын мінез-құлық ережелерінің жиынтығы: сәлемдесу мен тілдесу формалары, өзін ұстау мәнері, киім үлгісі және т.б. [7: 163–169].

М.А. Поваляева іскерлік этикеттің төмендегі негізгі қағидаттарын тұжырымдап, ғылыми тұрғыда негіздеген:

1. Ұқыптылық (пунктуалдылық) — іс-әрекетте, кез келген істі орындауда дәлдік пен жинақылық (барлық істі уақытында орындау).
2. Құпиялылық (артық сөзге бармау). Мекеме құпиялары немесе нақты мәмілеге қатысты мәліметтер жеке сипаттағы құпиялар сияқты мұқият сақталуы тиіс. Әріптестерден немесе басшылықтан естіген қызметтік не жеке өмірге қатысты ақпаратты таратуға болмайды.
3. Іскерлік серіктестермен қарым-қатынаста ізгі ниеттілік пен сабырлылық.
4. Айналадағы адамдарға көңіл бөлу (тек өзіңіз туралы ғана емес, өзгелер туралы да ойлау).
5. Имидж — сыртқы келбет. Киім киіс пен өзін ұстау мәнерінде іскерлік стильді ұстану қажет.
6. Риторикалық сауаттылық — көркем әрі дұрыс тілде сөйлеу және жаза білу қабілеті [7].

Іскерлік коммуникацияда әңгімелесушіге қатысты белгілі бір тілдік нормалар қалыптасқан: сәлемдесу, тілдесу, алғыс білдіру және басқа да тұрақты этикеттік формалар қолданылады — олар этикеттік формулалар деп аталады. Мысалы, әңгімелесушіге «сен» және «сіз» деп сөйлесу формалары бар. Іскерлік қарым-қатынастың ресми жағдайында әлеуметтік мәртебесі мен жас ерекшелігіне қарамастан, екіжақты «Сіз» түрінде сөйлесу — жағдайға сай келетін жалғыз орынды форма болып саналады.

Іскерлік өмірде маңызды элементтердің бірі — қарым-қатынас серіктестерін бір-біріне таныстыру болып табылады. Этикетте белгілі бір ережелер қарастырылған, олар қашан және қалай таныстырылу керектігін көрсетеді және бұл нормаларды елемеге болмайды. Мысалы, жас кіші адамды үлкен жасқа таныстыру, бойдақ адамды үйленгенге таныстыру, қызметтік деңгейі төменді жоғарыға таныстыру, ер адамды әйелге таныстыру, жас әйелді үлкенге таныстыру сияқты дәстүрлер бар.

Іскерлік әңгіме кезінде әңгімелесушілер арасындағы қашықтықты және байланыс кеңістігінің көлемін ескеру маңызды:

- 1 метрден аз қашықтық жақын деп саналады (мұндай қашықтықтағы байланыс достық қарым - қатынаста болуы мүмкін);
- 1-ден 2,5 метрге дейінгі қашықтық ресми болып саналады;
- 3 метрден қашықтық-бұл немқұрайлылық қашықтығы (аудиториямен қарым-қатынас жағдайларын қоспағанда);
- 8 метр қашықтықта сіз тек бұйрық бере аласыз.

Іскерлік қарым-қатынас үшін 1-ден 1,5 м-ге дейінгі қашықтық оңтайлы болып саналады. Іскерлік қарым-қатынаста қызметтік субординация

сақталуы тиіс — бұл кіші қызметкерлердің үлкендерге бағынуы жүйесі, ол қызметтік тәртіп ережелеріне негізделген. Сөйлеудегі қызметтік этикет эмоциялық бейтараптылық принципін сақтауды талап етеді, яғни барлық қызметкерлерге жеке симпатия мен антипатиядан тәуелсіз тең және сабырлы қарым-қатынас жасау керек.

Қорытынды

Іскерлік қарым-қатынастың маңызды құралы- коммуникативті, индикативті, предикативті, семантикалық және эмоционалды-экспрессивті функцияларды орындайтын сөйлеу болып табылады. Адамның сөйлеуі мазмұнымен (ол не айтады), орналасуымен (қайда сөйлейді) және сөйлеу стилі деп аталатын тілдік құралдарды қолдану әдістерінің жиынтығымен сипатталады (қалай сөлейді). Сөйлеу стилі айқындық, дұрыстық, тазалық, дәлдік, логика сияқты қасиеттермен сипатталады. Сөйлеу мүмкіндіктері шынымен шексіз: оның көмегімен сіз ақпаратты жеткізе аласыз, басқа адамды немесе адамдарды қандай да бір әрекеттерді орындауға, ойдағы жасырын мағынаны ашуға, өз пікіріңізді білдіруге, эмоционалды қатынасты білдіруге шақыра аласыз.

Іскер адамның сөйлеу мәдениеті іскерлік қарым-қатынастың мақсаттары мен міндеттерін тұжырымдау, қарым-қатынас тақырыбын талдау, мәселе бойынша өз пікірін айту, қарым-қатынасты ұйымдастыру, коммуникативтік мақсаттарға жету үшін этикет құралдарын барабар пайдалану және т.б. қабілетінде көрінеді. Сөйлеу мәдениетінің деңгейіне байланысты оның түрлері ажыратылады: элиталық, ортаңғы, жаргондық (оның ішінде кәсіби шектеулі), қарапайым сөйлеу. Дегенмен, дұрыс сөйлеу мінез-құлық стратегиясын дәл таңдау үшін сөйлеу мәдениетінің барлық түрлерінің ерекшеліктерін білу қажет. Сөйлеу қарым-қатынасында іскерлік этикеттің белгілі бір ережелері бар, оларды білу және сақтау қажет. Іскерлік этикеттің негізгі принциптері тұжырымдалған: ұқыптылық, құпиялылық, ізгі ниет пен мейірімділік, басқаларға көңіл бөлу, имидж, риторикалық сауаттылық. Тақырыпта әңгімелесушіге жүгіну ережелері (этикет формулалары), қарым-қатынас серіктестерін ұсыну тәжірибесі, қызметтік бағыну ережелері, әңгімелесушілер арасындағы ұсынылатын қашықтық қарастырылды.

Практикум

Тапсырма 1. Халықаралық компанияда іскерлік келіссөз өтуде. Келіссөзге үш тарап қатысады:

- компания басшысы (элиталық сөйлеу мәдениетінің өкілі);
- орта буын менеджер (орташа әдеби сөйлеу мәдениеті);
- техникалық маман (кәсіби жаргонға бейім).

1. Әр қатысушының сөйлеу мәдениетінің типін анықтаңыз.
2. Қандай коммуникативтік қиындықтар туындауы мүмкін екенін сипаттаңыз.

3. Іскерлік этикет пен сөйлеу мәдениеті тұрғысынан келіссөздің тиімді өтуі үшін ұсыныстар жасаңыз.

4. Сөйлеу мәдениетінің қай түрі жетекші рөл атқаруы тиіс екенін дәлелденіз.

Тапсырма 2. Іскерлік жиналыста айтылған ауызша сөздің стенограммасы (оқытушы немесе студент өзі құрастырады, жаргон, артық эмоция, логикалық үзілімдер болуы тиіс).

1. Мәтіндегі сөйлеу кемшіліктерін анықтаңыз (дұрыстық, тазалық, дәлдік, логика).

2. Мәтінді элиталық сөйлеу мәдениеті талаптарына сай қайта өңдеңіз.

3. Қандай стильдік және этикеттік түзетулер енгізілгенін негіздеп жазыңыз.

4. Ауызша және жазбаша сөйлеудің айырмашылығы қалай ескерілгенін түсіндіріңіз.

Тапсырма 3. Компанияда дағдарыстық жағдай туындап, қызметкерлер арасында қақтығыс пайда болды. Басшы ұжым алдында сөз сөйлеуі қажет.

1. Сөйлеудің қандай функциялары (коммуникативтік, эмоционалды-экспрессивті, предикативті және т.б.) басым болатынын анықтаңыз.

2. Сөйлеу стилін таңдаңыз және оны негіздеңіз.

3. Этикет формулаларын ескере отырып, қысқаша көпшілік алдында сөйлеу жоспарын жасаңыз.

4. Қақтығысты шешуге бағытталған сөйлеу тактикаларын көрсетіңіз.

Тапсырма 4. Іскерлік қарым-қатынастағы ауызша, жазбаша және делдалдық (қашықтан) сөйлеу түрлерін төмендегі өлшемдер бойынша салыстырыңыз:

-сөйлеу мүмкіндіктері;

-этикет талаптары;

-сөйлеу мәдениетіне қойылатын талаптар;

-ықтимал коммуникативтік тәуекелдер.

1. Әр сөйлеу түріне бір нақты іскерлік жағдаят мысалын келтіріңіз.

2. Қай жағдайда сөйлеу мәдениетінің бұзылу қаупі жоғары екенін дәлелденіз.

Тапсырма 5. Өзіңіздің сөйлеу мәдениетіңізді (ауызша және жазбаша) талдаңыз.

1. Сөйлеу мәдениетінің қай түріне жақын екеніңізді анықтаңыз.

2. Іскерлік қарым-қатынаста сөйлеу мәдениетін жетілдіруге арналған жеке даму жоспарын құрастырыңыз (риторика, этикет, стиль, сөйлеу техникасы).

3. Бұл жоспардың кәсіби қызметіңізге ықпалын сипаттаңыз.

5 тақырып бойынша өзін-өзі бақылау тесті

1. Сөйлеу әрекетінің функциясын көрсетіңіз:
 - a) эмоционалды-экспрессивті;
 - b) әлеуметтік бақылау;
 - c) басқару.
2. Іскерлік қарым-қатынаста сөйлеудің қай түрі қолданылатынын анықтаңыз:
 - a) дактиль;
 - b) жестау;
 - c) жазбаша.
3. Сөйлеудің байлығы келесі критерийлермен анықталады:
 - a) сөйлеудің әдеби тіл нормаларына сәйкестігі;
 - b) сөйлеудің қол жетімділігі мен түсінігі;
 - c) сөйлеуде ауызша әртүрліліктің болуы.
4. Сөйлеу мәдениетінің элиталық түрі белгілермен сипатталады:
 - a) тілдің іскерлік және ауызекі стильдерін меңгеру;
 - b) әдеби тілдің барлық функционалдық стильдерін меңгеру;
 - c) кәсіби терминологияны меңгеру.
5. Іскерлік қарым-қатынастың ресми жағдайы таңдауды қажет етеді:
 - a) біржақты"сіз – байланыс";
 - b) екіжақты"сіз – байланыс";
 - c) екі жақты "сен – байланыс".
6. "Эмоционалды бейтараптық" принципі мыналарды талап етеді:
 - a) байланыс серіктестері арасындағы қашықтық 1,5 м аспады;
 - b) қызметтік бағынысты сақтау;
 - c) ұстамды мінез-құлық және барлық қызметкерлерге тең көзқарас.
7. Сөйлеудің дәлдігі нені білдіреді?
 - a) Көп сөйлеп, ойды толық жеткізу
 - b) Қажетті сөзді керекті жерде қолдану
 - c) Сөздерді қайталап айту
8. Дистанттық қарым-қатынастың негізгі ерекшеліктеріне не жатады?
 - a) Қысқалық, регламенттелу, көзбен байланыстың жоқтығы
 - b) Ауызша ым-ишараны қолдану, еркіндік
 - c) Ұзақ монолог, эмоцияларды ашық көрсету
9. Іскерлік сөйлеу этикетінде құпиялылықты сақтау нені білдіреді?
 - a) Басқарушыға әрдайым есеп беру
 - b) Мекеме немесе мәміле құпияларын сақтап, артық ақпарат айтпау
 - c) Барлығына өз ойыңды ашық айту

10. Қызметтік субординация дегеніміз не?

- а) Барлық қызметкерлердің теңдігі
- б) Кіші қызметкерлердің үлкендерге бағынуы, қызметтік тәртіпке негізделген
- с) Жеке пікірді ашық білдіру

Тақырып 6. Әңгіме іскерлік қарым-қатынастың бір түрі ретінде

6.1. Іскерлік әңгімелесу түрлері

Іскерлік қарым-қатынастың бір түрі-белгілі бір мәселені шешуге бағытталған көзқарастармен, пікірлермен, ақпараттармен алмасуды көздейтін тұлғааралық сөйлеу қарым-қатынасы болып табылатын іскерлік әңгіме. Іскерлік әңгіме бірқатар маңызды функцияларды орындайды. Олардың қатарына мыналар жатады:

- бір іскерлік саладағы қызметкерлердің өзара қарым-қатынасы;
- жұмыс идеялары мен шарттарын бірлесіп іздеу, ұсыну және жедел әзірлеу;
- қазірдің өзінде басталған іскерлік іс-шараларды бақылау және үйлестіру;
- іскерлік байланыстарды іздеу және қолдау;
- іскерлік белсенділікті ынталандыру.

Іскерлік әңгіменің басты міндеттерінің бірі-серіктесті нақты ұсыныстарды қабылдауға сендіру. Іскерлік әңгімелерде жұмысқа орналасу және жұмыстан босату мәселелері қарастырылады, сатып алу-сату мәмілелері жасалады, ынтымақтастық және қызмет көрсету туралы шарттар жасалады және т. б. талқыланатын мәселелердің сипаты бойынша іскери әңгімелердің келесі түрлері ажыратылады:

- кадрлық (жұмысқа қабылдау, жұмыстан босату, лауазымы бойынша ауысу):
- тәртіптік (еңбек тәртібін бұзумен, қызметтік міндеттерден жалтарумен және т. б. байланысты);
- ұйымдастырушылық (тапсырманы орындау технологиясын анықтайтын);
- шығармашылық (белгілі бір жобаның тұжырымдамасын жасауға арналған);
- Келушілерді қабылдау кезінде іскерлік әңгімелер [3: 59-60].

6.2. Іскерлік әңгімеге дайындық

Іскерлік әңгіменің тиімділігінің шарттарының бірі-оны алдын-ала мұқият дайындау. Дайындық мыналарды қамтиды: іскерлік ұсынысты негіздеу, серіктес туралы ақпаратты жинау және талдау, серіктеске сұрақтар дайындау, материалдар мен құжаттарды дайындау [1: 273-296]. Іскерлік ұсынысты негіздеу үшін келесі мәселелер туралы ойлану керек:

- өкілімен іскерлік әңгіме өткізу жоспарланып отырған фирма немесе ұйым дегеніміз не. Онда қандай дәстүрлер мен қатынастар бар.
- сіздің ұсынысыңыздың мәні неде? - оның пайда болу себептері?

- сіздің ұсынысыңыз ұйым қызметінің басқа тараптарымен қалай байланысты?

- сіздің ұйымыңыз сіздің ұсынысыңызды қабылдаудан қандай пайда көреді?

- бұл ұсыныстың сіздің ұйымыңыз үшін қандай кемшіліктері бар?

Серіктес туралы ақпаратты жинау және талдау мыналарды қамтиды:

- серіктестің осы мәселені шешудегі құзыреттілігі;

- оның жасы, денсаулық жағдайы, отбасылық жағдайы, хоббиі, білімі, ұйымдағы жағдайы;

- осы мәселе бойынша серіктестің болжамды ұстанымы;

- серіктестің мінезінің ерекшеліктері, оның сөйлесу тәсілі;

- өмірлік көзқарастар, серіктес принциптері;

- серіктестің қажеттіліктері, оның қорқыныштары мен үміттері.

Серіктеске сұрақтар дайындау-бұл танысу сұрақтарын таңдау: "қазіргі жағдайда Сізге не ұнамайды?", "Сіз қандай әсерге сенесіз?", "менің міндеттерімнің шеңберіне не кіреді" және т. б. серіктеске арналған сұрақтар істің барлық аспектілерін қамтуы керек және сонымен бірге анық, өте дәл және нақты, логикалық тұрғыдан дәйекті және негізді болуы керек.

Материалдар мен құжаттарды дайындау. Іскерлік әңгімеде көзделген құжаттар алдын ала дайындалуы керек. Әңгімелесудің қолайлы нәтижесімен серіктеске құжатқа қол қоюды ұсына отырып, қол жеткізілген келісімді дереу бекітуге болады.

6.3. Іскерлік әңгіме жүргізу стратегиясын әзірлеу

Әрбір адам алдымен іскерлік қарым-қатынастың мақсатын айқын түсінуі керек. Мақсатты анықтағаннан кейін, сіз әңгімеден нақты қандай нәтижеге қол жеткізгіңіз келетінін белгілейсіз. Мысалы, әңгіме мақсаты – басшыны сіздің құрылымдық бөлімшенің қызметін қайта ұйымдастыру жөніндегі ұсынысыңызбен қызықтыру. Қол жеткізгіңіз келетін нәтиже – ұсынысыңызды өндірістік кеңесте немесе жиналыста қарау мерзімін нақты белгілеу. Сонымен қатар, серіктесіңіздің іскерлік қарым-қатынастан қандай мақсат көздейтінін және қандай нәтиже алғысы келетінін алдын ала болжау маңызды. Әңгіме мүмкін болатын нәтижелерін алдын ала қарастыру қажет: максималды нәтиже (ұсыныс қабылданды, қарау мерзімі белгіленді), минималды нәтиже (әңгіме кейінге қалдырылды) немесе компромисс (серіктес ұсынысты жақын арада қарастыратынын айтып, нәтижесін хабарлайды).

Іскери әңгіменің құрылымы.

1. Кіріспе бөлім.

2. Ақпараттандыру (іс курсына кіріспе).

3. Дәлелдеу.

4. Сұрақтарға жауаптар, қарсылықтарды бейтараптандыру.

5. Келісімге қол жеткізу, құжаттарға қол қою.

6. Қорытынды бөлім.

7. Іскерлік әңгімені талдау.

Кіріспе бөлім сұхбаттасушымен танысу және байланыс орнату үшін қажет. Өзін-өзі таныстыру формасын алдын-ала ойластырып, сұхбаттасушымен байланыс орнатудың бірнеше нұсқасын жасау керек. Іс немесе ұсыныс туралы хабарлау алдын ала белгіленген жоспар бойынша жүргізіледі және риториканың негізгі ережелеріне сәйкес құрылады, барлық қажетті материалдар мен құжаттарды көрсете отырып, негізгі хабарламаны дәйекті баяндауды қамтиды.

Аргументация-серіктесті оған тарту мақсатында ұсыныстың негіздемесі. Дәлелдер, оларды беру тәртібі, сендіру әдістері қарастырылады. Серіктестің қандай қарсылықтары болуы мүмкін екенін қарастырып, оларды бейтараптандыруға дайындалу пайдалы. Сіз өзіңіздің мінез-құлқыңыз туралы ойлануыңыз керек, егер:

- 1) әңгімелесуші ұсынылған дәлелдермен толық келіседі;
- 2) келіскендей кейіп танытады;
- 3) ешқандай реакция жасамайды;
- 4) жоғары тонға ауысады.

Сұрақтарға жауаптар, қарсылықтарды бейтараптандыру.

Әңгімелесушінің сұрақтары сізді таң қалдырмауы үшін оларды алдын-ала ойластыру керек. Серіктестің мінезінің ерекшеліктерін және оның жұмысының ерекшеліктерін біле отырып, ол қандай нақтылайтын сұрақтар қоятынын, келіспейтінін болжауға және толық жауаптар мен дәлелді қарсылықтар дайындауға болады. Келісімге қол жеткізу оңай, өйткені "қол қою үшін" деп аталатын құжаттарды дайын болса. Келісімді бекіту әрдайым мүмкін емес, бірақ кейбір жағдайларда бұл қажет. Келісімді бекітудің мүмкін болатын ауызша түрі туралы ойлану керек. Максималды нәтижеге назар аударған дұрыс, ол әрқашан дайын болуы керек. Соңғы бөлімге де дайындалу керек, өйткені әңгіменің кез-келген нәтижесімен сіз өзіңіз туралы жақсы әсер қалдыруыңыз керек, сондықтан серіктес сізбен қазір немесе болашақта ынтымақтасуға деген құлшынысын жоғалтпайды. Сәтті болған жағдайда, сәтсіздікке ұшыраған кезде, мәселені саналы түрде шешкен кезде соңғы сөздеріңізді ойлануыңыз керек.

6.4. Іскерлік әңгіме өткізу

Әңгіме белгілі бір құрылымға ие.

Әңгіменің кіріспе бөлігі. Кіріспе бөлімнің міндеттері:

- өз адамына назар аудару;
- әңгімелесушімен байланыс орнату;
- сұхбат тақырыбына қызығушылықты ояту.

Әңгімені бастаудың көптеген нұсқалары бар. Сіздің мінез-құлқыңыз әр жағдайда серіктестің жағдайына және оның іске деген қызығушылығына байланысты болады.

Әңгімені мынадай сөздермен бастаңыз:

«Сізбен кездескеніме қуаныштымын», «Уақыт тауып келгеніңізге қуаныштымын», «Сіздің жұмысыңыз туралы бұрыннан естігенмін», «Сіздің шақыруыңызды естігеніме қуаныштымын».

Кесте-1. Әңгімені бастаудың мүмкін нұсқалары

Әңгімелесушінің қалпы	Сіздің қалпыңыз	Типтік қателіктер
Өз істері мен проблемалары туралы айтады	Сіз оған сөйлеуге мүмкіндік бересіз, негізгі іске кірісуге асықпаңыз	Серіктеске құрметсіздік таныту. Оның проблемаларына немқұрайлы қарау.
Өз істері мен мәселелеріне алаңдайды.	Сіз оны сыпайы түрде сөйлетіп, мұқият тыңдауға тырысасыз.	Шыдамсыздық. Сөйлеушінің сөзін бөлу.
Әңгімеге дайын немесе әңгімеге жағымды көңіл-күйде.	Тікелей тәсіл мүмкін – сіз оған алдағы әңгіменің тақырыбын еске саласыз.	Қыжыл немесе ашуланушылықтың көрінісі.
Әңгімеге дайын емес немесе әңгімеге көңілі жоқ.	Шиеленісті азайту қажет: әңгімені жалпы сипаттағы жағымды сөздермен немесе сыпайы комплиментпен бастайсыз (серіктеске, ұйымға, интерьерге және т.б.).	Шамадан тыс тақуалық. Толық тәуелділікті көрсету. Кешірім сұрау. Өзіңнің артықшылығыңды көрсету. Менмендік.

Ақпарат беру (іс-қимылға енгізу).

Жоғарыда берілген ұсыныстарға сәйкес әңгімелесушіні дайындық күйіне келтіргеннен кейін кездесудің тақырыбына көшуге болады. Іскерлік әңгіменің сәттілігі көбіне тыңдай білу және сұрақ қою қабілетіне байланысты. Іскерлік қарым-қатынастағы тыңдаудың түрлерін қарастырайық.

Бағытталған, критикалық тыңдау. Бұл тыңдау түрінде әңгімелесуші алдымен хабарламаны критикалық талдайды, содан кейін оны түсінуге тырысады. Мұндай тыңдау ситуативті қолданғанда тиімді болады; мысалы, іскерлік жиналыста, пікірталаста, конференцияда, яғни шешімдер, жобалар, идеялар, жаңа тәжірибе, көзқарастар және т.б. талқыланатын жерде пайдалы. Ал жаңа ақпарат талқыланып, жаңа білім берілетін лекция, хабарлама, ақпараттық баяндамалар сияқты жағдайларда критикалық тыңдау тиімділігі төмен болады.

Эмпатиялық тыңдау. Эмпатиялық тыңдауда әңгімелесуші сөздерден гөрі сезімдерді «оқуға» көп көңіл бөледі, яғни адамның айтқанына қалай қарайтынын түсінуге тырысады. Эмпатиялық тыңдау тиімді болады, егер сөйлеуші тыңдаушыда оң эмоциялар тудырса (қуаныш, жақсылыққа үміт,

өзіне сенімділік, болашаққа сенім, ләззат, қанағаттану және т.б.) және тиімді болмайды, егер сөйлеуші сөздері арқылы теріс эмоциялар туғызса (қорқыныш, уайым, қайғы, реніш, көңілсіздік, көңіл қасіреті және т.б.).

Рефлексияланбаған тыңдау. Бұл тыңдау түрі әңгімелесушінің сөзіне минималды араласуды және сөзге барынша шоғырлануды талап етеді. Тыңдаушының сыпайылық пен қолдауды сақтай отырып, үндемей, пікір, ескерту немесе түсініктемелермен араласпай, мұқият тыңдай білуі сөйлеушінің өзін-өзі білдіруін жеңілдетеді және тыңдаушыға ақпараттың мәнін тереңірек түсінуге, сөздердің астарындағы ойды ұғынуға мүмкіндік береді.

Мұндай тыңдау келесі жағдайларда ұсынылады:

1) серіктес өз көзқарасын, бір нәрсеге деген көзқарасын білдіргісі келеді;

2) серіктес ауыр мәселелерді талқылағысы келеді, ол жағымсыз эмоцияларды сезінеді: мазасызданады, бір нәрсеге ренжиді, қанағаттанбайды;

3) серіктеске өзін қызықтыратын нәрсені сөзбен жеткізу қиынға соғады, әңгімеге кез-келген араласу одан да үлкен қиындықтар туғызады;

4) серіктес ұялшақ, өзіне сенімсіз, адамдарға қарағанда техникамен, заттармен "сөйлесу" оңайырақ;

5) серіктес: "мені соңына дейін тыңдаңыз, содан кейін қалай болу керектігі туралы кеңес беріңіз"деп сұрайды.

Рефлексивті емес тыңдау кезінде серіктеске Сіздің түсінігіңіз бен қосылғаныңызды растайтын сигналдар берген жөн, мысалы "жалғастырыңыз, мен сізді тыңдаймын", "түсінемін" және т.б. кейде серіктесті мұқият тыңдау жеткілікті, бірақ егер сіздің көзқарасыңыз сұхбаттасушының пікірінен өзгеше болса, онда сіз әңгімеге кіріп, сөйлеуіңіз керек, яғни рефлексивті тыңдауға көшуіңіз керек.

Белсенді рефлексивті тыңдау. Тыңдаудың бұл түрінде серіктестер бір-бірін жақсы түсінетін коммуникацияны ұйымдастыру жүзеге асырылады: барлығы сөйлейді, өз түсініктерін тексереді және нақтылайды, оның сәйкестік дәрежесін бірлесіп анықтайды. Мұндай тыңдау кезінде сөйлеушімен келесі тәсілдермен жүзеге асырылатын кері байланыс орнатылады: сұрақ қою, парафразалау, сезімдерді көрсету және қорытындылау. Сұрақ қою немесе нақтылау – бұл әр түрлі сұрақтар арқылы жүзеге асырылатын сөйлеушіге тікелей жүгіну (2-кесте).

Кесте-2. Ақпаратты тыңдау барысында сұрау салу

Нақтылау үшін	Нақтылаңыз, өтінемін... Мен сізді дұрыс естідім бе? Қайталаңыз, өтінемін
Қосымша ақпарат алу үшін	Сіз қосымша хабарлай аласыз ба... пікір білдіре аласыз ба... нақтырақ түсіндіре аласыз ба... Не? Қайда? Қалай? Қашан? Неліктен? Қандай?

	Неге?
Қарым-қатынас үшін	Сіз ... туралы қалай ойлайсыз? Сіз ... туралы не ойлайсыз? Сіздің пікіріңізше ... қалай?
Түсіну үшін	Мен сізді дұрыс түсіндім бе? - тезистің толық қайталануы; - айтылғандарды қайталау; - айтылғандардың негізгі ойы; - не айтылғанын, не түсінілгенін және қалай түсінілгенін қорытындылау

Ақпаратты қабылдауда қиындықтар туындаған жағдайда мынадай сөз тіркестерін қолдану пайдалы: «Сіз мұны нақты мысал арқылы түсіндіре аласыз ба?» «Сіз не меңзеп отырсыз?» «Кешіріңіз, мен бәрін дұрыс түсінбедім, түсіндіріп берсеңіз» «Басқа сөзбен айтқанда, сіздің ойыңызша...» «Мәселе дәл осында ма, сіз оны қалай түсінесіз?» Қосымша түсіндірулерден кейін әдетте қарым-қатынас қалпына келеді.

Активті тыңдау процесіндегі кері байланыстың тағы бір әдісі – перефразалау. Перефразалау – бір ойды басқа сөздермен жеткізу дегенді білдіреді. Тыңдаушы сөйлеушінің ойын перефразалайды, яғни хабарламаның мәнін қайта жеткізеді, сөйлеуші өз ойының дұрыс түсінілгенін бағалай алсын. Перефразалауды мына сөздермен бастауға болады:

«Мен сізді дұрыс түсіндім бе,...» «Яғни, сіз ойлайсыз...» «Басқа сөзбен айтқанда, сіздің пікіріңізше...» «Сіздің көзқарасыңыз бойынша, егер мен сізді дұрыс түсінсем...» «Сіз ойлайсыз...» Әдетте перефразалау кері байланыстың тәсілі ретінде тек серіктестің маңызды, негізгі ойларын бөліп көрсету үшін қолданылады.

Кері байланыстың үшінші тәсілі – сезімдерді көрсету. Сезімдерді көрсету кезінде негізгі көңіл хабарламаның мазмұнына емес, сөйлеушінің білдіріп отырған сезімдеріне, оның эмоциялық құрамына аударылады. Бұл тәсілді, әсіресе, адам айтқан сөздері мен оның көрсеткен вербальды емес сигналдарының сәйкес еместігі байқалған кезде қолдану маңызды. Бұл жағдайда тыңдаушының міндеті – әңгімелесушіге оның сезімдері түсініліп, бөлісіліп отырғанын көрсету. Бірақ тіпті серіктес өз сезімдерін бөліспесе де, оған өзіңіздің жанашырлығыңызды көрсету орынды болады. Көп қолданылатын «Мен білемін, сіз не сезіп отырсыз» деген тіркестің орнына мынадай сөздерді қолданған дұрыс:

«Сіз өзіңізді көңілсіз (қиналған, ренжіген, ренжітілген, қиналған және т.б.) сезіп отырсыз...»

«Сіз, көргендей, көңіліңіз түсіп тұрған сияқты...»

«Маған осылай көрінді, сіз сезімталдық танытып отырсыз...»

«Сіз өзіңізді сәл... сезіп отырған жоқсыз ба?»

«Мүмкін, бұл сізді қатты ренжітті...»

«Сізге қаншалықты қиын болғанын елестете аламын...»

«Қайғырып тұрсыз, сізге қиын тиді, мен шын жүректен жанашырлық білдіремін...»

«Сіз қалай күйзеліп отырғаныңызды көріп тұрмын...»

«Мен сіздің сезімдеріңізді түсінемін, бірақ олармен келісемін деп айта алмаймын, себебі...»

Сезімдердің көрінісі сұхбаттасушының психологиялық мәдениеті, дұрыстығы мен нәзіктігі, өзінің барлық түрімен шынайы тәжірибе, эмпатия көрсете білуін болжайды. Белсенді тыңдауды қамтамасыз ететін тағы бір әдісті қарастырыңыз - қорытындылау (айтылғандарды жалпылау). Жалпылау естіген ақпараттың жекелеген бөліктерін біртұтас тұтастыққа байланыстыруға көмектеседі. Осылайша, айтылғандарды қорытындылай келе, серіктес сөйлеушіге оның негізгі ойлары түсініліп, қабылданғанын түсіндіреді. Бұл әдіс әсіресе іскерлік жиналыста, әңгімеде, келіссөздерде қажет.

Қорытындыны өз сөзіңізбен қалыптастыру керек, мысалы, мынадай кіріспе сөздерді қолдана отырып:

«Сіздің негізгі ойларыңыз, мен сізді дұрыс түсінсем, мынадай...»

«Айтылғандарды қорытындыласақ...»

«Сіз айтқандарыңыз мынаған мән беруі мүмкін...»

«Яғни, сіздің ойыңызша...»

«Сіз айтқандарыңызды қорыта келе...»

«Бүгінге дейін біз қарастырғанымыз...»

«Егер мен сізді дұрыс түсінсем, сіз айтқаныңыз мынаған келеді...»

Түйіндеме әсіресе іскери серіктестердің әңгімесінің салдары тыңдаушы тарапынан қандай да бір әрекет болуы керек болған кезде пайдалы. Істің мәнін айта отырып, сұхбаттасушыны мұқият қадағалаңыз. Әңгімелесу кезінде әңгімелесушіге сұрақтар қоюға мүмкіндік бере отырып, мезгіл-мезгіл үзіліс жасау керек. Сұрақтар іскери әңгіме барысын басқаруға және іскери серіктестің көзқарасын анықтауға қызмет етеді.

Іскерлік қарым-қатынаста әр түрлі сұрақтар қолданылуы мүмкін:

- ақпараттық – қажетті мәліметтерді жинау үшін; – бақылау-серіктес сіздің ойыңызды бақылап отырғанын тексеру үшін;
- бағдарлау-серіктестің бұрын айтылған пікірді ұстанатындығын анықтау;
- растау – өзара түсіністікке қол жеткізу, мақұлдауға қол жеткізу;
- таныстыру-серіктестің мақсаттарымен, пікірімен танысу үшін;
- бір полюсті-серіктестің сұрағын қайталау, бұл не туралы екенін түсінгеніңіздің белгісі, сонымен қатар уақытты ұтып алу;
- қарама-қарсы-дұрыс қойылыммен әңгіменің тарылуына әкеледі және серіктесті келісімге жақындатыңыз;
- балама-таңдау мүмкіндігін береді (үш нұсқадан артық емес);
- бағыттаушы-егер серіктес әңгіме тақырыбынан ауытқып кетсе, сұрақтардың көмегімен оны дұрыс бағытқа "қайтарады" ;
- арандатушылық-серіктестің шын мәнінде не қалайтынын және жағдайды дұрыс түсінетіндігін анықтау мақсатында;

- кіріспе-серіктесті әңгімеге қызықтыруға мүмкіндік беретін, серіктестің мәселелерін шешудің мүмкін екендігін көрсете алады;
- қорытынды-іскерлік өзара іс-қимылды қорытындылау үшін[6: 187-202], [7: 81-82].

Дұрыс қойылған сұрақтардың көмегімен сіз ақпаратты тез және дәл ала аласыз, өз ойларыңызды сәтті жеткізе аласыз, қажетті тұжырымдарға қол жеткізуге мүмкіндік беретін тұжырымдар тізбегін құра аласыз. Жауаптарыңызды "бұл өте жақсы сұрақ", "Сіз маған дәл осы сұрақты қойғаныңызға қуаныштымын", "маған осы сұрақты қойғаныңыз...көрсетеді" сияқты куәландыратын ескертулермен алдын-ала айту ұсынылады.

Сұрақты алғаннан кейінгі ең қарапайым реплика: "сұрақ үшін рахмет" сізге жағымды пікірталас атмосферасын құруға мүмкіндік береді. Бақылау сұрақтары: "Сіз бұл туралы не ойлайсыз?", "Сіз бұл құнды нәрсе деп ойлайсыз ба?" серіктес сізді түсінетінін, сіздің ақпаратыңызды қаншалықты қабылдайтынын және т. б. анықтауға көмектеседі.

Сұрақтар ашық және жабық болуы мүмкін.

Жабық сұрақтар-бұл "иә" немесе "жоқ"деп жауап беруге болатын сұрақтар. Олар әңгімелесудің шиеленісті атмосферасын құруға әкеледі, өйткені олар сіздің сұхбаттасушыңыздың "маневр кеңістігін" күрт тарылтады. Мұндай сұрақтарды қоюда сұхбаттасушының одан жауап алынғандай әсер алу қаупі бар. Ауырлық орталығы сіздің бағытыңызға ауысады, нәтижесінде әңгімелесуші өз пікірін айту мүмкіндігінен айырылады. Жабық сұрақтарды ақпарат алу қажет болған кезде емес, бұрын қол жеткізілген келісімнің келісімін немесе растауын тездеткіңіз келетін жағдайларда ғана қою ұсынылады.

Ашық сұрақтар-бұл кеңейтілген жауап немесе түсініктеме қажет сұрақтар. Ашық сұраққа "иә" немесе "жоқ" деп жауап беру мүмкін емес. Олар әдетте "кім", "не", "қалай", "қанша", "неге", "Сіздің пікіріңіз қандай" деген сөздерден басталады. Ашық сұрақтар монологты диалогқа аударуға мүмкіндік береді және сұхбаттасушыға "маневр өрісін" ашады.

Дәлелдеу. Серіктес сіздің ұсынысыңыздың не екенін түсінген кезде ғана сіз оны негіздеуге немесе дәлелдеуге кірісе аласыз. Естеріңізге сала кетейік, сіздің ұсынысыңызға қайшы келетін идеяларға, мәлімдемелерге, сөйлемдерге "қарсы" дәлелдерді қосу тиімді. Оларды "сіз... - ға қарсылық білдіре аласыз" немесе "кейде... - ға сенесіз"деп бастаңыз.

Қарсылықтарды бейтараптандыру. Сіз өзіңіздің ұсыныстарыңызға серіктестің көзқарасы туралы бағдарлау сұрағын қою арқылы біле аласыз: "сіз бұл туралы не ойлайсыз?" немесе "сіз менің айтқанымнан қандай қорытынды жасайсыз?!». Егер сіздің сұхбаттасушыңыз қандай да бір себептермен өз пікірін білгісі келмесе және соңғысына дейін тартса, онда сіз оны арандатушылық сұрақтың көмегімен ашықтыққа шақыра аласыз. Мұндай сұрақтар ашық қиындықты, арандатуды қамтиды және әңгімеге жағымсыз әсер береді. Арандатушылық мәселелерді қолдану басқа әдістер көмектеспеген төтенше жағдайларда ғана ұсынылады.

Егер әңгімелесуші тәуекелден қашу, жаңалыққа, сіздің компанияңыздың беделіне сенбеу сияқты табиғи күмәндерді көрсетсе, оларды сабырлы және нақты түрде жою қажет, серіктес пен оның алаңдаушылығына құрмет көрсетіп.

Егер әңгімелесуші қатты қарсылық білдірсе, бұл қарсылық негізді ме, әлде жай ғана сылтау ма екенін түсіну маңызды. Соңғысын жеңілдету үшін әдетте ұсынысты қабылдаудан бас тартқанда не айтылатынын білу қажет. Мысалы, егер былай десе: «Барлығы керемет, бірақ маған бұл қажет емес», сабырлы түрде, күлімсіреп былай жалғастырыңыз: «Дегенмен, сіз келісіп қойдыңыз деп ойлайық. Бұл сізге қандай пайда мен қандай қолайсыздық әкеледі?»

Қарсылықтарды бейтараптандырудың кейбір әдістерін келтірейік:

1. Егер әңгімелесуші мәні бойынша қарсылық білдірсе, оны серіктестің жағдайына және жағдайына сәйкес келетін тыңдау түрін қолдана отырып, өте мұқият тыңдаңыз. Кейде сөйлегеннен кейін әңгімелесуші енді қарсылық білдірмейді және жақында кедергі деп санаған нәрсеге оралмайды.

2. Қарсылықты сұраққа айналдырыңыз, мысалы: "маған осындай ұсыныстар келіп түсті!" "сіз мейірімділікпен жауап бересіз:" менің ұсынысым осыған ұқсас нәрселерден қалай ерекшеленеді?».

3. Қарсылықты дәлелге айналдыруға болады, мысалы: "бірақ біз жарнама агенттігімен жұмыс істеп жатырмыз" - "ал біз тағы бір сүйікті боламыз!»

4. Жақсы әсер басқа фирмалардың беделіне сілтеме жасайды.

Келісімге қол жеткізу, құжаттарды қол қою.

Серіктесті шешім қабылдауға итермелеу үшін сұрақтар тізбегін қолдануға болады. Алдымен растайтын сұрақтар қойыңыз (осы сұрақтарға әңгімелесуші «иә» деп жауап береді). Мұндай сұрақтар мыналарға ұқсас: «Сіз де осыған қуаныштысыз ба?» «Мен қателеспесем, сіздің ойыңызша...»

Ынтымақтастыққа бағыттайтын сұрақтар – ашық сұрақтар. Мысалы, «Сіз менің шарттарымды қабылдайсыз ба?» (жабық сұрақ, нақты жауапты қажет етеді) дегеннің орнына былай сұраған дұрыс: «Қандай шарттарды қабылдайсыз?» немесе «Бұл қашан мүмкін болады?»

Серіктесті шешім қабылдауға «итермелеу» әдістері:

1. «Мүмкін сізде соңғы бір қарсылық немесе күмән қалды ма? Мен оған жауап беруге дайынмын» деп сұраңыз. Мұндай сұрақ шешім қабылдай алмай жүрген серіктесті «жоқ» деп айтуға мәжбүрлейді, содан кейін ол ұсынысыңызды қабылдайды.

2. Ұсынысты дереу пайдалануға кеңес беріңіз, әйтпесе белгілі бір артықшылықтар жоғалуы мүмкін екенін ескертіңіз.

3. Айтылғандарды қорытындылап, серіктестің сіздің ұсынысыңызды қолданса қандай пайда алатынын және қолданбаса нені жіберіп алатынын көрсетіңіз.

4. Әңгімелесуді келісімге қол жеткізілгендей жүргізіңіз.

5. Серіктеске таңдау мүмкіндігін беретін балама сұрақ қойыңыз (бірақ үш нұсқадан аспауы тиіс). Мысалы: «Құжаттарды дайындауға қанша уақыт қажет: екі апта, он күн немесе бір апта ғана?»

Қол жеткізілген келісімді міндетті түрде тіркеу керек. Әңгімелесуші жағымды көңіл-күйде екеніне көз жеткізген соң, оған дайындалған құжатты қарауды және қол қоюды ұсыныңыз немесе оны өзі құрастыруға мүмкіндік беріңіз.

Қорытынды бөлім (әңгімені аяқтау).

Егер келісімге қол жеткізілсе, сіз серіктесіңізді жалпы тақырыптар бойынша сөйлесулермен кешіктірмеуіңіз керек, бірақ сіз тым асығыс ажырасумен әңгіменің соңын "жинай" алмайсыз. Егер іскерлік әңгіменің мақсатына жету мүмкін болмаса, оны "бет-әлпетін жоғалтпай" соңына дейін жеткізу керек. Іскерлік әңгіменің кез-келген нәтижесімен өзіңіз туралы жағымды әсер қалдырып, "байланыстан әдемі шығу" маңызды.

6.5. Іскерлік әңгімені талдау

Іскерлік әңгіме нәтижелерін талдау пайдалы. Мұны іскерлік әңгімені талдаудың келесі үлгілік схемасын қолданып жасауға болады:

1. Сіз іскерлік әңгіменің мақсатын ұмытпадыңыз ба?
2. Кездесудің нақты нәтижесі қандай болды?
3. Бұл нәтиже сізге немесе ісіңізге тиімдірек бола ала ма еді?
4. Барлық аргументтерді пайдалана алдыңыз ба? Тағы не айтуға болар еді?
5. Серіктестен қажет ақпараттың бәрін алдым ба?
6. Сұрақтарға сенімді жауап бере алдыңыз ба?
7. Қарсылықтарды сәтті жоққа шығардыңыз ба?
8. Әңгіме атмосферасы қандай болды?
9. Серіктес қандай психологиялық позицияда болды? Ал сіз дұрыс позицияда болдыңыз ба?
10. Серіктес кездесуден қанағаттанды ма?
11. Сіз ол серіктеске қандай әсер қалдырдыңыз?
12. Қайталап кездесудің қажеттілігі және мүмкіндігі бар ма?

Іскерлік әңгіме нәтижелерін талдағанда өзіңізді қателіктер үшін кінәламаңыз, қол жеткізген нәтижені бағалап, байланысты жалғастыру мүмкіндіктерін ойластырыңыз.

Қорытынды

Іскерлік қарым-қатынастың бір түрі ретінде әңгімелесу-бұл белгілі бір мәселені шешуге бағытталған көзқарастармен, көзқарастармен, пікірлермен, ақпаратпен алмасуды қамтитын тұлғааралық сөйлеу қарым-қатынасы. Іскерлік әңгімелесудің келесі түрлері бар: келушілерді қабылдау кезінде Кадрлық, тәртіптік, ұйымдастырушылық, шығармашылық, іскерлік әңгімелер.

Іскерлік әңгімелесулердің функционалдық мақсаты бір іскерлік саладағы қызметкерлердің өзара қарым-қатынасын ұйымдастыру; жұмыс

идеялары мен идеяларын бірлесіп іздеу, ұсыну және жедел әзірлеу; қазірдің өзінде басталған іскерлік іс-шараларды бақылау және үйлестіру; іскерлік байланыстарды іздеу және қолдау; қызметкерлердің іскерлік белсенділігін ынталандыру болып табылады.

Іскерлік әңгіменің тиімділігі көбінесе оны алдын-ала дайындаудың сапасына байланысты, оның ішінде іскерлік ұсынысты негіздеу, серіктес туралы ақпаратты жинау және талдау, серіктеске сұрақтар дайындау, материалдар мен құжаттарды дайындау. Алдағы іскерлік әңгіменің стратегиясын әзірлей отырып, оның негізгі кезеңдерін: кіріспе, Іскери серіктесті хабардар ету, ұсынылған идеялар мен ұсыныстарды дәлелдеу, ұсынылған сұрақтарға жауап беру және ықтимал қарсылықтарды бейтараптандыру туралы мұқият ойластыру қажет. Әңгімелесу барысында қол жеткізілген уағдаластықтарды тіркейтін құжаттарды алдын ала дайындау қажет.

Әңгімелесудің соңғы бөлігі әңгімелесу нәтижелеріне қарамастан, серіктестер бір-бірінен жақсы әсер қалдырып, болашақта ынтымақтастыққа деген ұмтылысын жоғалтпайтындай етіп жүргізілуі керек. Әңгімелесуден кейін оның барысын, қол жеткізілген нәтижелерін, серіктестің мінез-құлқы мен мінез-құлқын, одан әрі байланыстарды сақтау мүмкіндігін және т. б. мұқият талдау пайдалы.

Практикум

Тапсырма 1. Жақын арада жоспарлаған іскерлік әңгіме стратегиясын қарастырыңыз және кестені толтырыңыз:

Сұрақтар	Жауаптар
1. Әңгіме соңында қандай нәтиже алғыңыз келеді?	
2. Әңгімелесушінің мақсаттары туралы қандай болжамдарыңыз бар?	
3. Сізде серіктес туралы қандай ақпарат бар?	
4. Сіз қарым-қатынасты қандай сөз тіркестерімен бастайсыз?	
5. Сіз өзіңіздің сұхбаттасушыңызға не туралы хабарлайсыз?	
6. Қарастыруға қандай ұсыныстар ұсынасыз?	
7. Өз ұстанымыңызды растау үшін қандай дәлелдер келтіресіз?	
8. Сіз серіктеске әсер етудің қандай әдістерін қолданғыңыз келеді?	
9. Сіздің сұхбаттасушыңыз қандай қарсылықтарға әкелуі мүмкін?	
10. Қарсылықтарды бейтараптандырудың қандай әдістерін қолдануды жоспарлап	

отырсыз?	
11. Сөйлесу кезінде ешқашан рұқсат етпеу керек нәрсе не?	
12. Қол жеткізілген уағдаластықтар қандай құжаттарда тіркеледі?	
13. Әңгімені қалай аяқтайсыз?	

Тапсырма 2. Аргументтің саяси, экономикалық және әлеуметтік аспектілерін бөліп көрсетіңіз және дәлелдерді келесі тұжырымдарға сәйкестендіріңіз:

Ерлер мен әйелдер кез келген жұмыс үшін тең	
Аргументтер	Дәлелдер
1.	1.
2.	2.
3.	3.

Теледидардағы жарнамаларға тыйым салу керек	
Аргументтер	Дәлелдер
1.	1.
2.	2.
3.	3.

Тапсырма 3.

1.Сценарий дайындаңыз: сіз бір кәсіпкерлік келіссөзге қатысасыз, серіктес жаңа өнімді сатып алу туралы шешім қабылдауға тырысады.

2.Әр түрлі сұрақ түрлерін (ақпараттық, бақылау, бағдарлау, растау, таныстыру, бір полюсті, қарама-қарсы, балама, бағыттаушы, арандатушылық, кіріспе, қорытынды) қолданып, келіссөз жүргізіңіз.

3.Әр сұраққа алынған жауапты талдап, қай сұрақ ақпаратты нақты әрі толық берді, қайсысы уақытты жоғалтты және қайсысы қарсылық тудырды, жазып шығыңыз.

4.Тапсырма нәтижесінде сұрақтарды дұрыс қоюдың келіссөз процесін қалай жеңілдететінін қысқаша қорытындылаңыз.

Тапсырма 4.

1.Сценарий дайындаңыз: серіктес жаңа жобаны іске қосу үшін инвестиция салуға қызығушылық танытады.

2.Сұхбатты жүргізу барысында жабық сұрақтармен (иә/жоқ жауап) нақты келісім немесе растауды жылдам алу, ашық сұрақтармен серіктестің пікірін, ойларын толық ашу стратегиясын қолданыңыз.

3.Әр сұрақ түрінің келіссөз процесіне әсерін талдаңыз: қайсысы қарсылық тудырды, қайсысы серіктесті ынталандырды.

4.Қорытындыда ашық және жабық сұрақтардың тепе-теңдігін сақтау арқылы тиімді коммуникация жүргізу жолдарын сипаттаңыз.

Тапсырма5.

1.Сценарий дайындаңыз: серіктес сіздің ұсынысыңызды қабылдамай, қарсылық білдіреді («Барлығы керемет, бірақ маған бұл қажет емес»).

2.Қарсылықты бейтараптандырудың төрт әдісін қолданып көріңіз:

- мұқият тыңдау (серіктестің жағдайын түсіну);
- сұраққа айналдыру («Менімен салыстырғанда бұл ұсыныстың артықшылығы неде?»);
- дәлелге айналдыру («Басқа агенттікпен жұмыс істеп жатырмыз, бірақ біздің ұсынысымыз ...»);
- басқа фирмалардың беделіне сілтеме жасау.

3.Әр әдістің келіссөз нәтижесіне әсерін талдаңыз.

4.Қорытынды жасаңыз: қарсылықты бейтараптандыру кезінде қандай тәсіл ең тиімді және қай жағдайда қандай әдісті қолданған дұрыс.

6 тақырып бойынша өзін-өзі бақылау тесті

1. Искери әңгімелерге мыналар жатады:

- a) жолаушылар арасындағы пойызбен сөйлесу;
- b) жұмысқа қабылдау кезінде әңгімелесу;
- c) ерлі-зайыптылар арасындағы әңгіме.

2. Искери әңгіме функциясын көрсетіңіз:

- a) қазірдің өзінде басталған іскерлік іс-шараларды бақылау және үйлестіру;
- b) жұмыс идеялары мен идеяларын бірлесіп іздеу, ұсыну және жедел әзірлеу;
- c) барлығы a) және b) тізімінде көрсетілген.

3. Искерлік әңгімелерде сұрақтар қарастырылады:

- a) белгілі бір жобаның тұжырымдамасын жасауға арналған;
- b) қызметкерлердің жеке өміріндегі оқиғаларға қатысты;
- c) қызметкерлердің бейресми тұлғааралық қарым-қатынасына қатысты.

4. Искерлік әңгіменің негізгі міндеттерінің бірі:

- a) серіктестер арасындағы қарым-қатынасты сақтау;
- b) достық атмосфера құру;
- c) серіктесті нақты ұсыныстарды қабылдауға сендіру

5. Искерлік ұсынысты негіздеу үшін сізге:

- a) басшылықтың мақұлдауын алыңыз;
- b) ұйым үшін ұсыныстың пайдалылығын дәлелдеу;
- c) әріптестердің мақұлдауын алыңыз.

6. Әңгімеде қол жеткізілген уағдаластық тіркелетін құжаттар дайындалады:

- a) әңгіме басталғанға дейін;
- b) әңгіме аяқталғаннан кейін;
- c) әңгіме аяқталғаннан кейін, оның барысында уағдаластыққа қол жеткізілді.

7. Серіктес туралы алдын ала ақпарат мыналарды қамтиды:
- a) серіктестің жасы, оның денсаулық жағдайы, отбасылық жағдайы, хоббиі, білімі, ұйымдағы жағдайы;
 - b) осы мәселе бойынша серіктестің болжамды ұстанымы;
 - c) жоғарыда аталған барлық нәрсе.
8. Әңгімелесушіге достық қарым қатынас әңгіме соңында қажет:
- a) егер серіктеспен уағдаластыққа қол жеткізілсе;
 - b) іскерлік әңгіменің кез келген нәтижесімен;
 - c) егер іскери серіктеспен одан әрі байланыс жоспарланса.
9. Іскерлік әңгіменің тиімділігі критерийлермен анықталады:
- a) іскерлік әңгіменің мақсатына жету;
 - b) достық қарым-қатынас;
 - c) жоғарыда айтылғандардың барлығы.
10. Өткізілген іскерлік әңгімені талдау келесі жағдайларда қажет:
- a) әңгіме барысында жанжал туындады;
 - b) кез келген жағдайда, әңгіме барысы мен нәтижесіне қарамастан;
 - c) өзара түсіністікке қол жеткізу мүмкін болмады.

Тақырып 7. Кеңес (мәжіліс) іскерлік қарым-қатынас нысаны ретінде

7.1. Іскерлік кеңес және оның түрлері

Кеңес (мәжіліс) - бұл ұжым (топ) үшін өзекті мәселелер бойынша ақпарат алмасу және ұжымдық шешім қабылдау мақсатында ұжымның (топтың) іскерлік байланысын ұйымдастыру нысаны. Іскерлік қарым-қатынас әдебиеттерінде әртүрлі негіздер бойынша кеңестердің әртүрлі жіктелімдері келтірілген. Өткізу сипаты бойынша олар түрлерге бөлінеді:

– диктаторлық-басшы басты рөл атқарады; қатысушылар тек сұрақтар қоюға құқылы, бірақ өз пікірін білдірмейді; пікірталастар жоқ;

- автократиялық-диктаторлық кеңестердің бір түрі; жетекші қатысушыларға сұрақтар қояды және олардың жауаптарын тыңдайды; шақырылғандардың пікірі талқыланбайды;

- сегрегативті-баяндаманы талқылауға басшы болып тағайындалғандар ғана қатысады; сөйлеу мүмкіндігінен айырылған адамдар кейде төрағалық етушіге және сөз берілгендерге мейірімсіз қарайды;

- пікірталас – еркін пікір алмасу, даму бар басшының кейіннен бекітуімен дауыс беру арқылы қабылдануы мүмкін жалпы шешім; осындай талқылаудан кейін басшының айтылған пікірлер мен ұсыныстарды ескере отырып, дауыс берусіз шешім қабылдауы сирек емес;

- еркін – нақты белгіленген күн тәртібінсіз өткізіледі; еркін алмасуды білдіреді; шешім қабылдау міндетті емес[2: 240-249], [7:160-161].

Басқару функцияларына байланысты мыналар ажыратылады:

- жоспарлау бойынша кеңестер-мақсат қою, ұйым қызметінің стратегиясы мен тактикасы мәселелері талқыланады;

- еңбекті ынталандыру бойынша кеңестер -қызметкерлер қызметінің сапа мәселелері, қызметкерлердің қанағаттану мәселелері, моральдық және материалдық ынталандыру, тәртіп мәселелері және т. б. қарастырылады;

- ұйымды ішкі құрылымдық үйлестіру бойынша кеңестер - ұйымды құрылымдау, құрылымдық бөлімшелердің іс-қимылдарын үйлестіру мәселелері; өкілеттіктерді беру мәселелері, жауапкершілік мәселелері және т. б. талқыланады.;

- қызметкерлердің қызметін бақылау бойынша кеңестер -белгілі бір қызметтің нәтижелері, қойылған мақсаттарға қол жеткізу, тапсырмаларды бұзу мәселелері, қалыптасқан жағдайларға сәйкес жоспарлар мен міндеттерді түзету мәселелері және т. б. талқыланады.

Кеңестің тақырыбы бойынша әкімшілік (басқару мәселелері қаралады), техникалық (техникалық, шаруашылық мәселелер талқыланады), кадрлық (кадрларды орналастыру, жұмысқа қабылдау және жұмыстан шығару проблемаларын талқылау үшін өткізіледі), қаржылық (ұйымның қаржылық-экономикалық қызметі мәселелері талқыланады), технологиялық (технологиялық процестерге байланысты проблемаларды қарау мақсатында өткізіледі) болады.

Кеңестің мақсаты мен міндеттеріне қарай:

- проблемалық-талқыланатын мәселелердің оңтайлы шешімін табу үшін жүргізіледі. Мұндай кеңесте, әдетте, баяндама тыңдалады (не кеңеске қатысушыларға алдын ала жазбаша түрде ұсынылады), баяндама бойынша сұрақтар қойылады, оны талқылау жүргізіледі және дауыс беру арқылы қабылданатын жалпы шешім әзірленеді;

- нұсқаулық кеңес-жеткізу мақсатында шақырылады оларды жедел орындау үшін жоғары тұрған органдардың бағынысты өкімдері. Осы кеңестерде құжаттың жекелеген ережелері нақтыланады, туындайтын мәселелер түсіндіріледі, тапсырмаларды орындау мерзімдері белгіленеді, оларды іске асыру жолдары мен құралдары талқыланады, орындаушылар айқындалады.

- жедел (диспетчерлік) ұйымдағы жағдай туралы төменнен жоғарыға ақпарат алуға мүмкіндік береді. Кеңеске қатысушылар басшылыққа істердің жергілікті жерде қалай жүретінін, қандай проблемалар бар екенін, оларды шешу үшін не қажет екенін және т. б. соңғы уақытта басшылар ақпаратты басқа әдістермен жинап, бағыныштыларға шақырудан гөрі тапсырмалар беруді жөн көреді.

7.2. Кеңесті дайындау

Кездесудің тиімділігі көбінесе оның алдын-ала дайындығына байланысты. Кездесуге дайындалып жатқанда, өзіңізге келесі сұрақтарға жауап беріңіз:

-Сіз не талқылайсыз?

-Қандай проблемалар туындауы мүмкін?

-Оларды шешудің қандай нұсқалары бар?

-Кездесудің сәтті өтуіне не ықпал етуі мүмкін?

-Ымыраға келудің қандай нұсқалары бар?

-Мәселелерді кішігірім мәселелерге бөлуге болмайды ма?

-Асқыну жағдайында мәселенің бір бөлігін шешу мүмкін емес пе?

Кеңесті дайындау келесі әрекеттерді қамтиды:

1) кеңестің тақырыбы мен мақсатын анықтау (кеңес шынымен қажет болған жағдайда, мәселені шешудің басқа жолдары тиімсіз болған жағдайда ғана жиналады).

2) күн тәртібін тұжырымдау (кеңестің тақырыбында айқындалған және оның мақсаттарына жауап беретін мәселелер енгізіледі).

3) өткізу күні мен уақытының мақсаты (алдын ала айқындалады, қатысушылар алдын ала хабардар етіледі).

4) қатысушылар құрамын қалыптастыру (тиісті арнайы білімі бар, ұқсас проблемаларды шешу тәжірибесі бар, шешімді орындайтын, тиісті орындауға жауапты, онсыз жасай алмайтын қызметкерлер шақырылады).

5) негізгі баяндамашыны (баяндамашыларды) тағайындау.

6) орынды дайындау.

7) кеңістіктік ортаны ұйымдастыру (қатысушыларды бір-бірін жақсы көретіндей етіп отырғызу, серіктестердің бет-әлпетін, қимылдары мен қимылдарын байқауға мүмкіндік алу).

8) кеңестің ұзақтығын анықтау (оңтайлы – 1,5 сағат).

9) қажетті құжаттарды әзірлеу.

10) техникалық құралдарды тексеру және т. б.

7.3. Кеңес (мәжіліс) басшысының міндеттері

Басшы кеңесті көрсетілген уақытта бастауы керек. Кіріспе сөзінде ол алдағы кеңестің мақсатын нақты тұжырымдап, күн тәртібін нақтылап, талқыланатын мәселелер шеңберін белгілеуі керек, регламент туралы уағдаласып, кеңестің барлық жаңа белгісіз қатысушыларын ұсынып, хаттамаға жауапты адамды тағайындайды. Кеңес басшысының басты міндеті- күн тәртібіне енгізілген талқыланатын мәселелер барысын реттеу. Ол сөйлеуді үзбей, регламенттің сақталуын, пайымдаулардың дұрыстығын, сынның конструктивтілігін, мәлімдемелердің дұрыстығын және т. б. талап етуі керек. Айтылған пайымдауларды мезгіл-мезгіл қорытындылау; әлі шешілмейтін міндеттерді нақты тұжырымдау; кеңеске қатысушылар арасында туындайтын түсініспеушіліктерді анықтау орынды. Қатысушылардың барлығын белсенді алмасуға тарту маңызды. Осы мақсатта ұялшақ адамдардың сұрақтарымен ынталандыру керек, тек үстемдікке бейім адамдарға сөйлеуге, зейінді бір аспектіден екіншісіне ауыстыруға жол бермеу керек.

Жүргізуші әңгімелесудің дұрыс тонын таңдауы керек, жиналғандарға оң көзқараспен қарауы керек, бағалауда бейтарап және объективті болуы керек, шыдамдылық пен байсалдылықты сақтау керек. Басшы кеңесті уақытында аяқтауға күш салуға міндетті. Талқылауды қорытындылай келе, ол айтылғандардың бәрін қорытындылап, қорытынды жасап, қабылданған шешімді тұжырымдап, кімге, не және қандай мерзімде орындау тапсырылғанын айту, кеңес жұмысына қатысқаны үшін барлығына алғыс айту керек.

Кеңес басшысының мәжіліс кезіндегі коммуникативтік мінез-құлатын өзін-өзі талдаудың үлгілік схемасы:

1. Сіз мәжілістің өту барысына қандай әсер еттіңіз?
2. Қандай тәсілдермен әңгіме жүргізілді және туындаған мәселелерді талқылау қалай басталды?
3. Талқылаудың қарқындылығын сақтау үшін сұрақтар, қорытындылар, тақырыпты ауыстырулар қандай дәрежеде қолданылды?
4. Мәжіліске қатысушылардың дискуссияға тең дәрежеде қатысу мүмкіндігі қамтамасыз етілді ме?
5. Қате түсініктерге, тақырыптан ауытқуға, негізсіз пікірлерге немесе қарсылықтарға, артық қайталауларға сіз қалай әрекет еттіңіз?
6. Іскерлік және шығармашылық атмосфера орнады ма, оны қалай жасауға қол жеткіздіңіз?
7. Айтылған ұсыныстардың қайсысы сізге ең конструктивті болып көрінді?
8. Қорытынды сөз қаншалықты тиімді және мотивациялық болды?
9. Іскерлік мәжілісті ұйымдастырудағы қандай кемшіліктер оның өтуіне әсер етті? Оларды қайтадан болдырмау үшін не істеу қажет?
10. Келесі іскерлік мәжілістен максималды тиімділік алу үшін тағы не істеу қажет? [2: 248–249].

7.4. Мәжілістерді жүргізу әдістемелері

Келесі мәжіліс жүргізу әдістемелерін қарастырайық [2: 240–245].

Номиналды топ әдістемесі – мәжілістерде қатысушылардың бірі басым мінезге ие болып, басқа қатысушыларды басып тастайтын немесе сыртқы әңгімелер арқылы бәрін алаңдататын жағдайларда қолданылады. Бұл әдістемеде мәселенің мүмкін себептерін талдау үшін үш кезең қарастырылады.

Бірінші кезеңде қатысушылардан бір-бірімен сөйлеспеуді сұрайды. Сол себепті «номиналды топ» деген атау алынған, яғни топ мүшелері арасындағы вербалды өзара әрекетке жол берілмейді. Әр қатысушыдан қағазға мәселенің негізгі себептерін өз көзқарасынан жазуы сұралады.

Екінші кезеңде жетекші әр қатысушыдан кезекпен жазған себептерінің бірін оқып шығуын сұрайды және оны құжатқа тіркейді. Кейін жетекші қатысушылардан екінші себептерін айтуын сұрайды, және бұл процесс топ

мүшелерінің барлығы сұралғанша жалғасады. Әр ұсынылған себеп жетекші тізіміне тек бір рет енгізіледі.

Қорытынды кезеңде барлығы дайындалған себептер тізімін мұқият зерттеп, мәселенің себептерін ранжирлейді. Егер себептер көп болса, жабық ранжирлеу арқылы ең маңызды бес себеп таңдалады. Ранжирлеу нәтижелері жинақталып, қорытындыланады. Мұндай процедура талқыланып отырған мәселенің ең маңызды себептерін анықтауға мүмкіндік береді.

Номиналды топ әдістемесінің негізгі артықшылықтары:

- Топтың әр мүшесінің тең әсері бар;
- Идеялар барлығы тарапынан оң қабылданады;
- Топ мүшелері бір-бірімен таныс болмаса да, бұл олардың өнімді жұмысына кедергі келтірмейді;
- Идеяларды алдын ала бағалау мүмкіндігі жоқ, бұл әділдік береді;
- Уақыт тиімді пайдаланылады.

Ми шабуылы

Бұл – кеңінен қолданылатын әдіс, мәселенің кең ауқымында шығармашылық шешімдер табуға арналған. Топ жетекшісі мәселені қояды. Көмекшілер топ мүшелері айтқан ұсыныстарды дереу жазып отырады. Негізгі мақсат – мүмкіндігінше көп ойлы, жаңашыл шешімдер жинау. Қатысушыларға ұсыныстардың іске асырылу деңгейіне қарамастан шығармашылық тәсіл көрсетуге ынталандыру жасалады. Ешкімге айтылған ұсыныстарды түсіндіру, бағалау немесе сынау рұқсат етілмейді. Ұсыныстарды белсенді түрде айту идеялар таусылғанға дейін жалғасады.

Әдістемелік негізі мынада: шығармашылықта бір идея екіншісін тудырады. Тек қатысушылардың шығармашылық әлеуеті таусылғанда, айтылған ұсыныстарды бағалауға рұқсат беріледі. Ми шабуылының негізгі ережелері:

1. Идеяларды сапасына қарамастан еркін айту. Негізгі назар – ұсыныстардың санына.
2. Барлық қатысушылар өз ойын айтқанша идеяларды сынға алу немесе бағалау мүмкін емес.
3. Идеяларды талқылау кезінде сын мен бағалау идеяға бағытталуы керек, авторға емес.
4. Бұрын айтылған ұсыныстарды жетілдіру және біріктіру ынталандырылады.

Шеңбер бойынша жауап беру әдістемесі

Бұл әдіс әр қатысушыға сөз алу мүмкіндігін қамтамасыз етудің идеалды тәсілі болып табылады. Жауап берілетін сұрақ жарияланған соң, жетекші топ мүшелерінің бірінен пікірін сұрайды. Содан кейін сол адамның оң жағындағы (немесе сол жағындағы) көршісіне осылай жасауын сұрайды, және бұл процесс барлық қатысушылар сөз сөйлегенше жалғасады.

Негізгі принцип: барлық қатысушылар сөз сөйлегенше ешкім екінші рет сөйлемейді. Номиналды топ процедурасы сияқты, бұл әдіс де басым мінезді қатысушылардың қысым көрсетуін болдырмайды.

Топтық ойлау әдістемесі.

Көбінесе шағын топтарда топтық ойлау үрдісі байқалады, бұл келісім ең маңызды болған кезде көрінеді. Топтық ойлау кезінде оның бірде-бір мүшесі жеке қабылдамайтын шешім қабылдануы мүмкін. Топтық ойлау сыни ойлауды бұзады— бұл топты жинаудың негізгі себебі. Шешім қабылдаушы топтарда топтық ойлауды болдырмайтын әдісті қолдануға болады. Біріншіден, көшбасшы өз тобының әрбір мүшесін сыни тұрғыдан айтуға міндеттеуі керек. Осылайша, күмән мен қарсылықтар ашылып, ашық талқыланады және басылмайды. Көшбасшы өз идеялары мен ойларын сынға алудың жеке үлгісін көрсетуі керек. Көбінесе бұл оңай емес және оны үйрену керек. Екіншіден, тапсырманы анықтау кезінде көшбасшы бейтарап болуы керек; ол мәселені шешудің бірнеше нұсқасының қайсысына артықшылық беретінін көрсетпеуі керек. Үшіншіден, топ мүшелеріне ұйым ішіндегі өз бөлімшелерінің сенімді қызметкерлерінен кеңес пен ұсыныс сұраған жөн. Бұл мәселені сырттан жаңа көзқараспен көруге мүмкіндік береді.

Кеңестің тиімділігі көбінесе оның қатысушыларының белгілі бір мінез-құлық нормаларын сақтауына байланысты. Олардың кейбірін атайық.

1. Кездесулерге кешікпеу керек. Белгіленген уақыттан сәл ертерек келу ұсынылады.

2. Күн тәртібіне қатысы жоқ ескертулер мен мәлімдемелерден аулақ болу керек.

3. Қолда бар ақпаратты уақтылы ұсыну қажет. Ол дәл, объективті және орынды болуы керек.

4. Талқылау барысында келіп түскен ақпаратты сыни тұрғыдан бағалау маңызды; келтірілген дәлелдерді мұқият өлшеу; алға қойылған ережелердің оң және теріс жақтарын атап өту.

5. Сұраққа сөйлеушінің көзқарасынан қараған жөн; "жолдар" арасында айтылғандарды түсіне білу; кеңестің басқа қатысушыларының проблемасына деген көзқарасын түсіну.

6. Сіз көршіңізбен мәселені талқылауға қатыса алмайсыз.

7. Сіз өз ойларыңыз бен пікірлеріңізді топтың ойының дамуымен байланыстыруыңыз керек, яғни топпен бірге мәселені түсінуді үйрену.

8. Әріптестердің мәлімдемелерін ынталандырған жөн, олардың ұсыныстарын оң қолдаған жөн.

7.5. Іскерлік жиналыс өткізудің ерекшеліктері

Жиналыс — іскерлік қарым-қатынастың кеңеске жақын түрі. Оның мақсаты — жиналғандарды бүкіл ұжым үшін маңызды ақпаратты қабылдауға дайындау, оны тарату, оған оң көзқарас қалыптастыру, сондай-ақ алдын ала қабылданған шешімді жариялау. Іскерлік қарым-қатынастың осы формаларын салыстырайық.

I. Дайындық кезеңі

Жиналыс	Мәжіліс
---------	---------

1.	Ұйымдастырушылар бір немесе бірнеше баяндама дайындайды. Қалған қатысушылардың рөлі-пассивті тыңдау.	Әдетте ұйымдастырушылар да, басқа қатысушылар да алдын ала дайындалады, өйткені кеңес барысында кез келген қатысушыға, ал әсіресе баяндамашыларға, сұрақтар қойылуы мүмкін. Барлық қатысушылардың пікірлері тыңдалады.
2	Баяндаманың мәні, кейде тіпті тақырып алдын-ала белгісіз. Шешім, декларация алдын-ала дайындалады, оны жалпы дауыс беру арқылы бекітуге болады.	Мәжіліс тақырыбы алдын ала жарияланады. Шешімге арналған ұсыныстар алдын-ала жиналуы мүмкін (бірақ әрқашан емес).
3	Адамдардың кең ауқымы - бүкіл кәсіби ұжым қатысады.	Күн тәртібінде көрсетілген проблемаларды шешуге мүдделі тұлғалар қатысады.

II. Өткізу кезеңі

1	Төрағалық етуші регламентті бекітеді, сөз сөйлеуді таныстырады, жиналысты қорытындылайды.	Төрағалық етуші күн тәртібінде жарияланған регламент туралы еске салады, баяндамашыларға сөз береді, қатысушыларға сұрақтар қоюды ұсынады, талқылау модераторы болып табылады, кеңесті қорытындылайды.
2	Баяндамашы залдағы сұрақтарды көздемей, ақпаратты қатысушыларға жеткізеді.	Баяндамашы ақпаратты қатысушыларға жеткізеді, қойылған сұрақтарға жауап береді.
3	Сөйлеу оң немесе бейтарап қабылданады.	Сөйлеуді теріс және оң қабылдауға болады.
4	Залдан сұрақтар қойылмайды, тыңдаушылардың белсенді қатысуы орын алады	Әрбір қатысушыдан сұрақтар, толықтырулар, хабарламалар, сөз сөйлеу нысанында белсенді қатысу күтіледі.
5	Хабарламаның, есептің сипаты бар, кез-келген әрекеттің қажеттілігін, дұрыстығын түсінуге түрткі болуы мүмкін.	Бұл «көпшілікке жұмысқа бағытталған» сипатқа ие: проблемаларды шешуде нақты мерзімдер ұсынылады және нақты адамдардың рөлдері анықталады.
6	Төрағалық етуші іс-шараның барысын, Регламенттің сақталуын бақылайды. Залда жиналғандарға сұрақтар қойылмайды.	Төрағалық етуші сұрақ қоя алады, кез келген қатысушыға сөз бере алады, кеңес барысында түзетулер енгізе алады.
7	Тыңдаушылардың назарына	Кеңес барысында қарар бөліміне

	қорытынды бекіту ұсынылады, шамалы түзетулер енгізілуі мүмкін.	елеулі түзетулер ғана емес, сонымен қатар қорытынды бекітулер де енгізілуі мүмкін.
--	--	--

III. Нәтижелерді талдау

1	Қатысушылардың санын талдау, кворум.	Кез келген мүдделі тұлға кеңеске қатыспай қалмауы керек. Кеңесті елемеу жиналысты елемеуден әлдеқайда теріс қабылданады.
2	Қатысушылардың өндірістік процестен алшақтығы және алынған нәтиже тұрғысынан жиналысты өткізудің тиімділігін талдау.	Белгіленген мерзімдерді ескере отырып, барлық қабылданған шешімдердің орындалуын бақылау. Кеңес өткізудің тиімділігін талдау.

Қорытынды

Сонымен, біз іскерлік қарым-қатынасты ұжымдық түрде ұйымдастырудың кең таралған формаларының бірі – кеңес (жиналыс) түрін қарастырдық. Әдетте ұжымның немесе белгілі бір топтың кеңесі ақпарат алмасу, мәселені талқылау, шешім қабылдау және басқа да басқарушылық міндеттерді орындау мақсатында өткізіледі. Кеңестің мақсатына және оның қатысушылары шешуі тиіс міндеттерге байланысты кеңестер проблемалық, нұсқаулық және жедел болып бөлінеді.

Тақырыпта кеңестің басқа да типологиялары қарастырылған, олардың негізіне басқару функциялары, тақырыптық ерекшеліктері, сондай-ақ өткізу сипаты (кеңесті жүргізуші басшының этикалық мінез-құлқы) алынған. Кеңестің табысты өтуі оның алдын ала мұқият дайындалуына тікелей байланысты. Бұл дайындыққа кеңестің тақырыбын, мақсаттары мен міндеттерін анықтау; күн тәртібін қалыптастыру; өткізу күні мен уақытын белгілеу; қатысушылар құрамын анықтап, оларды шақыру; баяндамашылар мен сөз сөйлеушілерді тағайындау; кеңес өтетін орынды дайындау және кеңістіктік ортаны ұйымдастыру; жиналыстың ұзақтығын белгілеу; қажетті құжаттарды әзірлеу; техникалық құралдардың жұмысқа жарамдылығын тексеру және басқа да ұйымдастырушылық шаралар кіреді.

Кеңестің тиімділігі басшының тыңдай білу, бақылау жасау, сұрақ қоя білу, дәлелдеу, қорытындылау сияқты коммуникативтік дағдыларына тікелей тәуелді.

Іскерлік кеңестің кез келген түрінде мақсатқа жетуге қатысушылардың мінез-құлқы да елеулі әсер етеді. Олар өз пікірін ашық білдіруі немесе үндемей қалуы, кеңес тақырыбына қызығушылық танытуы немесе бейтарап болуы, көзқарастарды жақындату жолдарын іздеуі немесе келіспеушіліктерге ғана назар аударуы, ортақ шешім табуға ұмтылуы немесе тек өз көзқарасын табанды түрде қорғауы мүмкін.

Кеңесті өткізу әдістемесі оның мақсатына және оған қатысушылардың жеке сипаттамаларына сәйкес таңдалады. Бұл миға шабуыл, топтық ойлау әдісі, шеңбер бойынша жауап беру әдісі, номиналды топ әдісі болуы мүмкін.

Практикум

Тапсырма 1. Сіздің іскерлік тәжірибеңізде кездесуді өткізудің қандай әдістерімен бетпе-бет келуге тура келді? Кездесулердің бірін сипаттаңыз?

Тапсырма 2. Төмендегі кеңес түрлерін сипаттаңыз:

- ақпараттық кеңес;
- проблемалық кеңес;
- стратегиялық кеңес;
- жедел (оперативтік) кеңес.

1. Әр кеңес түріне нақты қызметтік жағдайдан мысал келтіріңіз (ұйым, мекеме, компания тәжірибесінен).

2. Әрқайсысында қолданылатын іскерлік қарым-қатынас құралдарын (сөйлеу стилі, сұрақ түрлері, регламент) анықтаңыз.

3. Қорытынды жасаңыз: кеңес түрін дұрыс таңдамау қандай коммуникативтік қиындықтарға әкелуі мүмкін?

Тапсырма 3. Сіз бөлім басшысысыз. Ұйымда қызмет көрсету сапасын арттыру тақырыбында кеңес өткізу қажет.

1. Кеңестің мақсатын нақты тұжырымдаңыз.
2. Күн тәртібін (3–4 мәселе) жасаңыз.
3. Қатысушылар құрамын анықтаңыз және әрқайсысының рөлін белгілеңіз.
4. Мәжіліс регламентін (уақыты, сөз сөйлеу ұзақтығы, сұрақтар қою тәртібі) көрсетіңіз.
5. Мәжілістің күтілетін нәтижесін сипаттаңыз.

Тапсырма 4.

Төмендегі жағдайларды талдаңыз:

1. Бір қатысушы сөзді жиі бөліп, басқаларға мүмкіндік бермейді.
2. Кеңес тақырыбынан ауытқу байқалады.
3. Қатысушылардың бірі ашық қарсылық білдіреді.
4. Мәжіліс соңында нақты шешім қабылданбайды.

Әр жағдай бойынша:

- мәселенің себебін анықтаңыз;
- жетекші тарапынан қолданылатын сөйлеу және басқару тәсілдерін ұсыныңыз;
- іскерлік этикет пен сөйлеу мәдениеті тұрғысынан шешім беріңіз.

Тапсырма 5. Өзіңіз қатысқан немесе шартты түрде берілген бір жиналысты таңдаңыз.

1. Келесі критерийлер бойынша бағалаңыз:
 - мақсаттың айқындығы;

- уақытты тиімді пайдалану;
- қатысушылардың белсенділігі;
- сөйлеу мәдениеті мен этикет сақталуы;
- қабылданған шешімдердің нақтылығы.

2. Жиналысты жақсарту бойынша кемінде 3 ұсыныс жасаңыз.

3. Қорытындыда жиналыстың іскерлік қарым-қатынас нысаны ретіндегі маңызын тұжырымдаңыз.

7 тапсырма бойынша өзін-өзі бақылау тесті

1. Мақсат қою, ұйымның стратегиясы мен тактикасы мәселелерін талқылайтын жиналыс түрін анықтаңыз:

- а) ұйымның ішкі құрылымдық үйлестіру жөніндегі кеңестері;
- б) жоспарлау жөніндегі кеңестер;
- с) қызметкерлердің қызметін бақылау жөніндегі кеңестер.

2. Қызметкерлерді моральдық және материалдық ынталандыру мәселелерін қарастыратын жиналыстың қандай түріне жататынын көрсетіңіз:

- а) қызметкерлердің қызметін бақылау жөніндегі кеңестер;
- б) жоспарлау жөніндегі кеңестер;
- с) еңбекті ынталандыру жөніндегі кеңестер.

3. Жиналыс өткізілетін күн мен уақыт:

- а) туындаған қажеттілікке сәйкес айқындалады, қатысушылар кеңес өткізілетін күні хабардар етіледі;
- б) алдын ала анықталады, қатысушылар алдын ала хабардар етіледі;
- с) а) және б) екеуі де мүмкін.

4. Жиналысқа қатысушыларды отырғызу мынадай талаптарға сай ұйымдастырылады:

- а) жиналысты жүргізуші басшыны жақсы көре алатындай;
- б) бір-бірін анық көріп, серіктестерінің мимикасын, ым-ишарасын және кимыл-қозғалысын бақылау мүмкіндігі болатындай;
- с) жиналыс барысында қойылатын сұрақтар мен қабылданатын шешімдерді жазып алуға мүмкіндік болатындай.

5. Кездесудің ең оңтайлы ұзақтығын көрсетіңіз:

- а) 1,5 сағат;
- б) 2 сағат;
- с) 30 минут.

6. Сіздің ойыңызша, жиналыс басшысының міндеттерінің қайсысы ең маңызды болып табылады?

- а) күн тәртібіне енгізілген талқыланатын мәселелердің барысын реттеу;
- б) сөйлеуді мәні бойынша ұзу;

с) Регламенттің сақталуын талап етуге міндетті.

7. "Миға шабуыл" әдісін қолдану жоққа шығарады:

- а) бір қатысушының бірнеше идеясын енгізу;
- б) жиналыс басшысының идеяларды енгізуі;
- с) айтылған идеяларды алдын ала бағалау және бағалау.

8. Жиналыстың әрбір қатысушысына сөз сөйлеудің ең үлкен мүмкіндігі пайдалану кезінде беріледі:

- а) Миға шабуыл;
- б) шеңбер бойынша жауаптар әдістемесі;
- с) номиналды топтың әдістері

9. Еркін пікір алмасатын, жалпы шешім шығаратын жиналыстар мыналарға жатады:

- а) сегрегативті
- б) диктаторлық;
- с) пікірталас.

10. Жиналысқа қатысушыларды отырғызуды ұйымдастырудың негізгі мақсаты қандай?

- а) қатысушыларды тәртіпке үйрету және уақытты үнемдеу
- б) қатысушылардың бір-бірін және жиналыс жетекшісін көріп, ақпаратты тиімді қабылдауын қамтамасыз ету
- с) қатысушылардың саны көп екенін көрсету

Тақырып 8. Келіссөздер іскерлік қарым-қатынас нысаны ретінде

8.1. Келіссөздердің түрлері

Түсіндірме сөздіктерде "келіссөздер "іскерлік мақсатпен пікір алмасу" деп түсіндіріледі. Әңгімелесу сияқты, келіссөздер де іскерлік қарым-қатынастың бір түрі болып табылады және көзқарастармен, пікірлермен, ақпаратпен алмасуды қамтиды. Іс жүзінде кейде келіссөздер мен іскери әңгімелердің кейбір түрлері арасын қандай да бір бөліп көрсету қиын болуы мүмкін: кез-келген әңгіме келіссөздерге айналуы мүмкін, ал бірлескен іс-әрекетке дайын емес серіктестердің келіссөздері пікір алмасумен шектелуі мүмкін, яғни.әңгімеге көшу. Келіссөздер мен әңгіме арасындағы айырмашылық талқыланатын мәселе бойынша келісімге қол жеткізуге "катаң" бағытталғандығында. Кез-келген келіссөздердің ажырамас атрибуты-кем дегенде екі тараптың диалогы. Егер күнделікті өмірде қарым – қатынаста диалогтың басым мақсаты өзара ақпарат алмасу болса, онда келіссөздер жағдайындағы диалогтың бірқатар ерекшеліктері бар. Келіссөздердің әртүрлі кезеңдеріндегі диалогтың мақсаттары әр түрлі болуы мүмкін. Қатысушылар бір-бірін түсінуге, мәселені шешу жолын талқылауға, жанжалды шешуге, иссалы, өзара қолайлы шешім табуға, өз ұстанымдарын қорғауға ұмтылуы

мүмкін. Келіссөздер барысында әр тарап қандай жағдай болмасын, өз ұстанымын қорғауға және мақсатына жетуге тырысады. Тағы бір ерекшелігі, келіссөздер тақырыбы екі тарап үшін де өзара қызығушылық тудыратын мәселе болып табылады. Келіссөздердің тақырыбы қақтығыс болуы мүмкін. Осылайша, келіссөздер қандай да бір мәселе бойынша біреудің келісіміне қол жеткізу мақсатында талқылауды білдіреді. Жұмыс анықтамасы ретінде біз мыналарды қабылдаймыз.

Келіссөздер-бұл кез-келген мәселенің немесе жанжалдың өзара қолайлы шешімін табу мақсатында екі немесе одан да көп тараптардың диалог нысаны. Келіссөздерді жіктеудің әртүрлі тәсілдері бар.

Келіссөздер жүргізілетін қызмет саласына байланысты олар дипломатиялық, саяси, экономикалық, әскери, өндірістік-техникалық, сауда, әкімшілік және т. б. болуы мүмкін.

Мақсат қою үшін келіссөздердің келесі түрлерін ажыратуға болады:

- келісім жасасу туралы;
- қолданыстағы уағдаластықтарды ұзарту туралы;
- бірлескен іс-қимылдарды үйлестіру туралы;
- шарттағы өзгерістер туралы;
- өзара міндеттемелерді қайта бөлу;
- келісімдерді орындау туралы;
- қарым-қатынасты қалыпқа келтіру туралы;
- жанжалды сәттерді жою;
- мәселені ұзақ уақыт шешкен кезде қарсыластарды тыныштандыру;
- талқыланатын мәселе бойынша жұртшылықтың назарын аудару және

т. б.

Тараптар арасындағы өзара қарым-қатынас сипатына қарай келіссөздердің үш түрі ажыратылады (шартты атаулармен):

- серіктестік келіссөздер (келіссөзге қатысушылар – ынтымақтастық жағдайында жұмыс істейтін серіктестер);
- бәсекелестік келіссөздер (келіссөзге қатысушылар – бәсекелестер, қарсыластар, көбірек пайда мен артықшылықтарға қол жеткізу үшін күреседі);
- қақтығысты келіссөздер (келіссөзге қатысушылар өзара қақтығысты қарым-қатынаста болады).

8.2. Келіссөз жүргізу стратегиялары

В. И. Андреев келіссөз жүргізудің үш стратегиясын бөліп көрсетеді [13]. Бірінші стратегия – «қатаң қысым» (жесткий прессинг) үлгісі бойынша жүргізілетін келіссөздерге тән. Мұнда әр тараптың басты әрі міндетті шарты – қандай жағдай болса да жеңіске жету, яғни кез келген бағамен жеңу.

Екінші стратегия – өзара ымыраға келу стратегиясы. Бұл жағдайда өзара жеңілдіктер мен орынды компромистер бірін-бірі толықтырады. Әр тарап қарсы жақтың күшті және әлсіз тұстарын түсініп, белгілі бір деңгейде оның мүдделерін ескеруге тырысады.

Үшінші стратегия – созбалаңға салынған келіссөздер мен әділетсіз ойындар стратегиясы. Мұнда әр тарап уақыт ұтуға, қарсыластың ең әлсіз тұсын табуға және оның қателік жіберуіне үміттенеді. Аталған стратегиялардың әрқайсысының мәселені талқылауда өзіндік стилі, келіссөз жүргізудің арнайы әдістері мен тәсілдері бар. Аталған келіссөз жүргізу стратегияларының ең кең таралған сипаттамасы келесі кестеде ұсынылған (кесте-1).

Кесте-1. Келіссөз жүргізу стратегияларын салыстырмалы талдау

	«Қатаң қысым көрсету» стратегиясы	«Өзара ымыраға келу» стратегиясы	«Әділетсіз (адал емес) ойын» стратегиясы
Мақсаты	Бір жақтың жеңісі, екінші жақтың жеңілісі	Мәселенің өзара қолайлы шешімін табу	Кез келген жағдайда бір-бірінен асып түсу
Мәселені талқылау стилі	Авторитарлық, қатаң	Сенімді, достық, икемді	Күдікті, сатқын
Келіссөздер жүргізу тәсілдері, әдістері	Өз көзқарастарын таңу, мойынсұнбау, жауды қатал аяусыз сынау және тіпті бір-бірін қорлау	Сенімді қарым-қатынас, бірлескен "миға шабуыл", пікірталас, ашық даулар, өзара қолайлы тәсілді пысықтау	Фактілерді бұрмалау, жалған аргумент, ренжіген және қорланған рөлдерде "спектакльдер" ойнау
Қауіптілігі	Қысымға берілу	Ымыраға көну	Шамадан тыс сенімділік, адал емес ойынға түсу қаупі
Нәтижесі	«Қатаң ұстаным ұстанған бір тараптың жеңісі және екінші тараптың жеңілісі»	Мәселені екі тарап та қанағаттандыратын өзара қолайлы шарттармен шешу	Нәтижені болжау мүмкін емес

Келтірілген әрбір стратегияны қол жеткізілген нәтижелер және болашақтағы ынтымақтастық перспективалары тұрғысынан талдап көрейік. Қатаң қысым көрсету стратегиясында тараптардың бірінің ұстанатын ымырасыз позициясы іс жүзінде жеңіске жетуге мүмкіндік береді, алайда бұл көбіне «кез келген бағаға жеткен жеңіс» болып табылады. Жеңіске жеткен тарап, әдетте, ойластырылмаған біржақты жеңілдіктерге жол берген серіктестермен алдағы уақытта ынтымақтастық орнату мүмкіндігінен айырылады.

Өзара қатаң қысым көрсету тиімсіз болып табылады, өйткені ол тараптар арасында өзара жеккөрушілікті тудырады, келіссөздер барысын күрделендіреді, қақтығысты тереңдетеді және тек келісімге келуді ғана емес, болашақтағы ынтымақтастық жолдарын да толықтай жабады.

Әділетсіз (адал емес) ойын стратегиясы келіссөздердің барысын қиындататын әртүрлі айла-тәсілдер мен манипуляцияларды қолдану арқылы жүзеге асырылады. Манипулятивтік стильдің арсеналында мұндай айдалардың көптеген түрлері бар (В. Панкратов олардың қырық түрін сипаттаған). Төменде солардың кейбіріне қысқаша сипаттама берейік [26: 387–397].

1. «Оппонентті ашуландыру» – қарсы тарапты мазақ ету, айыптау, кінә тағу және басқа да тәсілдер арқылы психологиялық тепе-теңдігін бұзып, оны ашуландыру; нәтижесінде ол өз позициясына тиімсіз, қате мәлімдеме жасап қоюы мүмкін.

2. «Түсініксіз сөздер мен терминдерді қолдану» – бұл айла қарсы тарап бір нәрсені қайта сұрауға ұялатын немесе айтылғанды толық түсінгендей кейіп танытып, келтірілген дәлелдерді қабылдаған жағдайда сәтті іске асады.

3. «Дауды жорамалдар саласына көшіру» – айланың мәні пікірталасты айыптау арнасына бұрып, оппонентті не өзін ақтауға, не талқыланып отырған мәселенің мәніне қатысы жоқ нәрселерді түсіндіруге мәжбүрлеу.

4. «Жоғары мүдделерге сілтеме жасау» (нақтыламай) – бұл айла оппонент әрі қарай келісімге келмей қырсықтық танытса, белгілі бір адамдардың немесе топтардың мүддесіне нұқсан келуі мүмкін деген тұспалды білдіру арқылы жүзеге асады; ал оларды ренжіту немесе тепе-теңдігін бұзу аса қолайсыз деп саналады.

5. «Идеяны утопиялық деп айыптау» – бұл тәсіл серіктесті өз идеясын ақтауға, оның шынайы еместігі туралы айыптауларға қарсы дәлелдер іздеуге мәжбүр етеді. Осылайша, негізгі мәселені талқылаудан ауытқу орын алады.

6. «Қосарланған есеп жүргізу» – бұл айла іскерлік келіссөздердің барлық дерлік жағдайларында кеңінен қолданылады. Оның мәні бір дәлелдер мен уәждерді өз позициясын қорғау үшін айтылғанда сенімді деп тану, ал дәл сол уәждерді қарсы тарап айтқанда мүлде қабылдамау болып табылады.

7. «Фактіні (дәлелді) жеке пікір деңгейіне түсіру». Бұл айланың мақсаты – қарым-қатынас серіктесін өз тезисін қорғау немесе талқыланып отырған ойды теріске шығару үшін келтірген уәждері шын мәнінде тек жеке пікір ғана, ал кез келген адамның пікірі қателесуі мүмкін деп айыптау. Егер әңгімелесуші осы айлаға еріп кетсе, оның қалауына қарамастан, пікірталастың негізгі нысаны айтылған дәлелдердің тек жеке пікір емес екенін дәлелдеуге қарай ауысады.

8. «Рабулистика». Бұл тәсіл оппоненттің айтқан ойларының мағынасын әдейі бұрмалап, оларды күлкілі әрі оғаш етіп көрсетуге негізделеді.

Келіссөздер барысында үндемей қалу, жартылай шындық, жалған ақпарат, нақты бір жауапты мәжбүрлеп таңдату сияқты айла-тәсілдер де кеңінен қолданылады, олар келіссөздердің өту барысын едәуір қиындатады.

Шешім қабылдау кезінде келісімге қол жеткізу және болашақтағы ынтымақтастық перспективалары тұрғысынан алғанда, ең тиімді стратегия – өзара ымыраға келу стратегиясы болып табылады. Алайда орынды және негізделген ымыраларды іздеу мен ұсыну өздігінен жүзеге аспайды, ол мұқият алдын ала дайындықты талап етеді.

8.3. Келіссөз жүргізуге дайындық

Келіссөздерге дайындық ұйымдастырушылық сәттерді де, мазмұнды жағын да пысықтауды қамтиды. Ұйымдастыру процесінде алдағы келіссөздердің барлық егжей тегжейлерін мұқият ойластырып келесі мәселелерді шешу қажет:

- келіссөздерге кім қатысатынын анықтау;
- делегацияны кім басқаратынын шешу;
- делегация мүшелері арасында міндеттерді бөлуді ойластыру;
- кездесу орнын, уақытын белгілеу;
- келіссөздер бағдарламасын жасау;
- жұмыс регламентін нақтылау;
- бөлмені дайындау;
- жұмыс орындарын жабдықтау;
- келіссөздерге қызмет көрсететін қызметкерлерге тапсырма беру.

Келіссөздердің тақырыбына, жұмыс жүргізу жағдайларына, қиындықтардың болуына және басқа да факторларға байланысты келіссөздерді бір адам немесе команда жүргізуі мүмкін. Бұл екі нұсқаның да өз артықшылықтары бар, оларды ескеру қажет. Келіссөздерді бір қатысушы жүргізген жағдайда келесі артықшылықтарды атап өтуге болады:

1. қарсы тараптың сұрақтарды команданың ең әлсіз мүшесіне бағыттауына жол берілмейді;
2. барлық жауапкершілік бір адамның мойнына жүктеледі;
3. команда мүшелері арасындағы пікір қайшылығы салдарынан ұстанымдардың әлсіреуіне жол берілмейді;
4. келіссөз барысында сол жерде шешім қабылдау мүмкіндігі қамтамасыз етіледі: белгілі бір жеңілдіктер жасау немесе, керісінше, оппоненттен жеңілдіктер талап ету.

Келіссөздер командамен жүргізілген жағдайда оның мынадай артықшылықтары бар:

1. команда құрамына әртүрлі мамандық иелері кіреді, олар фактілерді дұрыс қабылдамауды түзете алады;
2. пікірлерді жан-жақты талқылау, салыстыру және келісу мүмкіндігі пайда болады;
3. қарсы тарапқа кеңірек әрі салмақты оппозиция ұсынуға болады.

Кездесу орнын анықтауда келіссөздердің табысына оның қай жерде өтетіні — өз аумағыңызда ма, әлде қарсы тараптың аумағында ма — айтарлықтай әсер ететінін есте ұстау қажет. Бұл туралы Дж. Ниренберг былай деп жазады:

«Егер кездесу сіздің аумағыңызда өткізілсе, сізде келесі артықшылықтар болады:

1. бұрын болжанбаған мәселелер бойынша басшылықтан жедел түрде келісім алу мүмкіндігі;
2. қарсы тарапқа келіссөздерді мерзімінен бұрын аяқтап, кетіп қалуға мүмкіндік берілмейді (олар мұны өз кеңсесінде болған жағдайда жасай алар еді);
3. өзге істермен қатар айналысуға және өз өндірістік құралдарыңызды пайдалану мүмкіндігіне ие боласыз;
4. қарсы тараптың сізге келуі нәтижесінде психологиялық басымдыққа қол жеткізесіз;
5. жол жүруге кететін уақыт пен қаражат үнемделеді».

Келіссөздерді қарсы тараптың аумағында өткізу де өз кезегінде бірқатар артықшылықтарға ие:

1. барлық уақытты келіссөздерге арнап, өз кеңсеңізде туындауы мүмкін алаңдатулар мен үзілістерден арылуға болады;
2. белгілі бір ақпаратты «уақытша қолда жоқ» деп, кейінге қалдыру мүмкіндігі туады;
3. қарсы тараптың басшылығының өкілдерімен тікелей кездесуге мүмкіндік пайда болады;
4. ұйымдастыруға байланысты шаруашылық міндеттер оппоненттің мойнында болады және ол өз қызметтік міндеттерінен толық босай алмайды.

Егер бұл баламалардың ешқайсысы қанағаттанарлық болып көрінбесе, бейтарап аумақта кездесуге болады" [2: 224-225]. Дайындық кезеңінде алдағы кездесудің мазмұнына ерекше назар аудару керек, яғни:

- мәселені талдау, істердің жай-күйін мұқият зерделеу; қажетті ақпаратты жинау (тиісті әдебиеттерді, құжаттарды зерделеу, мамандармен кеңесу және т. б.);

- келіссөздер серіктесі үшін не маңызды екенін, оның құндылық бағдарлары, өмірлік мақсаттары, мінезінің ерекшеліктері, мінез-құлқы, алдағы келіссөздерден қандай пайда көргісі келетінін және білгісі келетінін анықтау.

Қарсыластың өткенін сұрап, оның қазіргі қызметінің нәтижелерімен және т. б. танысқан жөн:

- келіссөздердің мақсаттары мен міндеттерін нақты тұжырымдау;
- команданың жалпы ұстанымын әзірлеу;
- талқылау тақырыбына өз көзқарасыңызды анықтау;
- сенімді дәлелдерді алу;
- мүмкін болатын шешімдерді табу;
- ұсыныстар дайындау;
- қажетті құжаттарды жасау және т. б.

Келіссөздерге дайындық ұйымдастырушылық және мазмұндық болып бөлінеді.

Ұйымдастырушылық дайындық:

- кездесудің орны мен уақытын таңдау;
- күн тәртібін айқындау;
- келіссөздерге қатысушылар құрамын анықтау.

Мазмұндық дайындық:

- мәселені және тараптардың мүдделерін талдау;
- келісімге келудің баламалы нұсқаларын бағалау;
- келіссөз жүргізу ұстанымын анықтау;
- құжаттар мен материалдарды дайындау.

Позициялық сауданың екі негізгі стилін бөліп көрсетуге болады: жұмсақ және қатаң.

Қатаң стиль: келіссөздерге қатысушы таңдалған ұстанымын берік сақтайды және ең аз ғана жеңілдіктер жасауға дайын болады.

Жұмсақ стиль: келіссөздерге қатысушы келісімге қол жеткізу үшін жеңілдіктер жасауға дайын келеді. Жұмсақ стильді ұстанған тарап үшін келіссөздердің нәтижесі әдетте аса тиімді бола бермейді. Алайда егер екі тарап та қатаң стильді ұстанса, келіссөздер сәтсіз аяқталуы мүмкін, мұндай жағдайда ешбір тараптың мүддесі қанағаттандырылмайды.

Осыған байланысты тараптардың мүдделерін ескеруге мүмкіндік беретін принципті (қағидатты) келіссөз жүргізу тәсілін бөліп көрсетуге болады.

Келіссөздер жүргізу тәсілдерінің сипаттамасы

Жұмсақ тәсіл	Қатаң тәсіл	Принципті тәсіл (тараптардың мүдделерін ескере отырып)
Қатысушылар-достар	Қатысушылар - қарсыластар	Қатысушылар мәселені бірге шешеді
Мақсат - келісім	Мақсат- жеңіс	Мақсат-өзара мүдделерді құрметтей отырып қол жеткізілген нәтиже
Жақсы қарым-қатынасты сақтау үшін жеңілдіктер жасау	Қарым-қатынасты жалғастыру үшін шарт ретінде жеңілдіктер талап ету	Жеке қарым-қатынас пен келіссөздердің нәтижесін араластырмау
Адамдармен қарым-қатынастағы жұмсақ стиль	Адамдармен қарым - қатынаста және проблемаларды шешуде қатаң бағытты ұстану	Адамдармен қарым-қатынаста жұмсақ бағытты ұстану, бірақ мәселені шешкен кезде қатаң платформада тұру
Қарсыластарға сену	Қарсыластарға сенбеу	Сенім дәрежесіне қарамастан келіссөздер жүргізу
Өз позицияңызды өзгерту оңай	Өз позицияңызды берік ұстану	Позицияларға емес, мүдделерге назар аудару
Ұсыныс жасау	Қорқыту	Мүдделерді талдау

Өз карталарыңды ашу	серіктесті тығырыққа тіреу	Жанжалды жағдайлардың пайда болуын болдырмау
Келісімді талап ету	Өз ұстанымын талап ету	Объективті критерийлерді қолдануды талап ету
қысымға бой алдыру	өз көзқарасын берік ұстану	қысымға емес, дәлелдерге мойынсұну

Келіссөздер түйыққа тірелген жағдайдағы әрекеттер

1.Келіссөз үстелінен кету

Мұндай жағдайда берілетін ұсынымдар:

- келіссөздерді қатысушылар эмоцияның қатты әсерінде тұрған сәтте аяқтамау;
- қабылданған шешімді туындатқан келіспеушіліктердің мәнін әңгімелесушіге дәлелді түрде түсіндіру;
- егер келіссөздерді қайта жалғастырудың мәні бар болса, бұл туралы қарсы тарапқа хабарлау.

2.Техникалық тәсілді қолдану — келіссөздерде үзіліс жариялау.

Бұл келіссөздердің барысын талдауға, қалыптасқан жағдайды бағалауға, өз тобыңның ішінде немесе сыртқы мамандармен кеңесуге, келіссөздердегі эмоционалдық шиеленісті төмендетуге, сондай-ақ түйық жағдайдан шығудың ықтимал жолдарын ойластыруға мүмкіндік береді. Нәтижесінде келіссөз процесін қайта жандандырудың нақты мүмкіндігі пайда болады.

8.4. Келіссөздер процесінің кезеңдері

Біздің елімізде және шетелде әртүрлі келіссөздер жүргізу тәжірибесі келіссөздер процесінің ең оңтайлы моделін пысықтауға мүмкіндік берді [2: 231]. Оның негізгі құрылымдық элементтерін атайық:

1. Қатысушыларды қарсы алу, тараптарды бір-біріне таныстыру.
2. Келіссөздердің проблемалары мен мақсаттарын көрсету.
3. Қатысушылардың диалогы, оның ішінде нақтылау, талқылау, пікір алмасу, позицияларды баяндау және келісу, өзара мүдделерді нақтылау.
4. Қорытындылау және шешім қабылдау.
5. Келіссөздерді аяқтау.

Коммерциялық келіссөз процесі жалғаспалы 3 кезеңнен тұрады

1. Қатысушылардың позициялары концепцияларын, көзқарастары және мүдделерін өзара анықтау
2. Оларды талқылау (өз көзқарастарын және ұсыныстарын жақтайтын дәлелдерді ұсыну, оларды негіздеу)
3. Өз позицияларын келісу және келісімдер.

Бірінші кезең: келіссөз процесіне қатысушылардың позицияларын өзара анықтау өте маңызды.Өйткені келісімдерді жасау үшін ең алымен бір – бірінің көзқарастарын анықтау және оларды талқылау қажет. Іскер адамдардың келіссөз процесіне деген көзқарастары әрқилы болғандықтан асығыстық әрекет қажет емес. Сонымен қатар жақсы дайындаған нәрселер

болады. Канада зерттеушісі Уинхен бұл кезеңді бір – бірінің позицияларын бірте - бірте анықтау арқылы ақпараттық белгісіздікті жою процесі ретінде қарастырады. Әріптеспен жалпы тіл табу кезінде терминдерді мағынасына әріптесіңіздің де сіз сияқты түсінік беріп отырғанына көз жеткізуіңіз керек. Себебі ана тілінде сөйлесіп отырса да әріптестер бірдей сөздерге әр түрлі мағына беруі мүмкін. Неміс зерттеушілері жасаған келіссөз жүргізу ережелерін қолдану да артық болмайды. Көп сөйлегеннен, аз сөйлеген пайдалы, өте маңызды ойлар мұқият жасақталған болуы қажет:

- ұзақ сөйлемдерге қарағанда қысқы сөйлемдер мағыналы болады (20 сөзден асатын сөйлемдерді әріптесіңіз қабылдамауы да мүмкін);
- сөзіңіз фонетикалық мағынада түсінікті болуы керек;
- сөз сіздің жағдайыңызды әріптесіңізге анықтап беруі мүмкін, мысалы өзіңізге деген сенімсіздікті және ақпараттың дұрыс еместігін (оған дәлелдер екі ұшты сөздер, сөйлемдер арасындағы жиі үзілістер немесе керсінше тез сөйлеуіңіз)
- сонымен қатар тек сөз ғана емес, оның айтылу қарқыны, дауысы және ырғағының маңызы зор екенін білуі керек.

Өзіңіздің көзқарасаңызды жеткізу жұмыстың жартысы ғана, сонымен қатар әріптесіңізді тыңдай білуіңіз қажет. Бұл орайда И.Отватер беретін кеңестерді сақтаған жөн:

- Әріптесіңізге оны тыңдап отырғаныңызды көрсетіңіз оны отырысыңызбен бағытталған көзқарасыңызбен, маңызы сұрақтармен, белсенді эмоцияларыңызбен дәлелденіз;
- әріптесіңіздің пікірінің қисындылығына көңіл аударыңыз;
- олардың айтылған сөздердің мәніне қаншалықты сәйкес келетінін немесе келмейтінін өзіңіз үшін анықтаңыз;
- әріптесіңіздің отырысына, қолдары мен бет қимылдарына назар аударыңыз;
- есіңізде болсын әріптесіңіздің негізгі мақсаты сіздің көзқарасыңызды өз жағына қартату, ойыңызды өзгерту. Сондықтан да өзіңіздің негізін ой – пікіріңізді сақтаңыз;
- қажеті болмаса әріптесіңіздің сөзін бөлмеңіз;
- әріптесіңіздің сөзін түсінгеніңізді және мақұлдағаныңызды көрсетуге тырысыңыз;
- әріптесіңіздің сөзінен асығыс қорытындылар жасамаңыз.

Бұған психолог Лабрюердің келесі сөздері дәлел бола алады. Әріптестің таланты оның сөйлеуінде емес, басқалардың онымен әңгімелесуге құштарлығында. Нәтижесінде әріптесіңіз өзіне де риза, демек сізге де риза.

Екінші кезең: қатысушылардың көзқарастарын және позицияларын талқылау, әріптестердің өз позицияларын мүмкіндігінше іске асыруға бағытталған. Егер әріптестер мәселені шешуде саудаласу жолын қалаған болса, бұл кезеңнің маңызы өте зор. Позицияларды талқылау кезінде

дәлелдеме ерекше мәнге ие болады. Ол әріптестердің өз позицияларын қатаң түрде сақтап қалу үшін қолданылады. Сонымен қатар дәлелдеме әріптесіңізге сіздің не нәрсеге және неліктен келіспейтініңізді көрсетеді. Талас барысында дәлелдемелерді ұсына отырып, бағалаулар мен ұсыныстар беріп әріптестер қорытынды құжатқа не нәрсені енгізуге болмайтынын және неге онымен келіспейтіндігін немесе керсінше не нәрсенің келешектегі талқылаулардың заты бола алатындығын көрсетеді. Дәлелдемелер пәрменділігі тек әріптестердің түсіну деңгейі және білімі ғана емес, сондай – ақ әріптестердің қарым- қатынасына тәуелді.

Төмендегідей кеңестерді ұмытпаған жөн:

- әріптесіңізге тез жеңілдік жасауан бас тартыңыз; егер кейбір талаптар сіз күтпеген болсаңыз оларға «ия» деп жауап бергеннен «жоқ» деп жауап беру дұрыс, уәдеңізді қайта алғанша, кейінірек басқа нәрсе ұсынған оңай болады. Сіз үшін маңызы жоқ нәрсе әріптесіңіз үшін үлкен мағынаға ие болуы мүмкін;
- Келіссөздер барысында әріптесіңізге жеңілдік жасаудың өзі үлкен маңызға ие, сондықтан жеңілдікті жеке «сатуға» тырысыңыз;

Келіссөздерге қатысушылардың позицияларын талқылау кезінде әріптесіңізге қатысты сыпайылықты сақтаудың эмоционалдық шиелініске әкеп соқтыратын ұзақ айтыс – тартысқа араласпаудың маңызы өте зор. Бұл әсерде австрия психологтары Карнелюс пен Фейронның кейбір кеңестерін айта кеткен жөн.

- Өзара симпатия тудыратын сөздерді қолдаңыз;
- Сабырлы болыңыз;
- Өзіңіздің табандылығыңызды ақылмен қолданыңыз;
- Әріптесіңізге зиян келтіретін ой пікірлерден аулақ болыңыз;
- Икемді болуға тырысыңыз бағытыңыздан ауытқығанмен негізгі мақсатыңыздан ауытқымаңыз;
- Әріптестерді сынаудан аулақ болыңыз;
- Әріптертердің пікірлері мен ұсыныстарын жазып отырыңыз;
- Әріптестердің сізді сынау үшін жасалған ескертулеріне жауап қайтармаңыз;
- Асықпай және сеніммен сөйлеңіз;
- Өзіңізді қолдаңыз;
- Ұсынылған шешімнің әділеттілігін дәлелдеуді сұраңыз.

Келіссөз барысында шиелініс болған жағдайда үзіліс жасау мүмкіндігін жібермеңіз. Үзілісті өз командаңыздың мүшелерімен кеңесу үшін демалу әріптесіңізбен бейресми кездесулер үшін және кеңестер үшін пайдаланыңыз. Кей кездерде мұндай бейресми кездесулер шешімнің қажетті варианттарын табу үшін көп көмегін тигізеді. Оның көптеген түрлері бар. Бірлескен түскі тамақтар ұйымдастыру, табиғатқа шығу, мәдени және сауықтыру шаралары болуы мүмкін.

8.5. Келіссөздер жүргізу техникасы

Коммерциялық келіссөздерді жүргізу техникасы келіссөздердің барысын және қабылданатын шешім түрін таңдауды қамтиды.

Коммерциялық келіссөздер үшін екі принциптік тұрғыдан ерекшеленетін тәсіл бар, оларды келіссөз жүргізу әдістері деп қарастыруға болады. Бұл – позициялық сауда әдісі және осыған ұқсас принципті (маңызды мәселелерді шешуге арналған) келіссөздер әдісі. Алдымен позициялық сауда әдісін қарастырайық.

Позициялық сауда әдісінің мәні – тараптар бастапқыда белгілі бір ұстанымдарды алады, содан кейін оларды белгілі бір ретпен жеңілдетеді. Сауда бастапқы талаптарды айтарлықтай асыра көрсетуге негізделген бастапқы позицияларды баяндаудан басталады. Мысалы, шекті ұстаным ретінде максималды тауар бағасы қойылады, оны берік қорғап, тек аз ғана жеңілдіктер жасауға дайын болады.

Қатаң ұстаным мен кішкентай жеңілдіктер жасаған сайын, келісімге келу мүмкін бе, жоқ па, оны анықтау үшін уақыт пен күш қажет болады.

Позициялық сауданың мақсаты – бастапқы, әдетте асыра көрсетілген ұстанымды мүмкіндігінше толық жүзеге асыру, жеңілдіктерді минималды деңгейде жасау. Бұл сауда көбіне ойын сипатында өтеді, онда серіктестің мінез-құлқын манипуляциялау, оларға қысым көрсету сияқты элементтер қолданылады.

Позициялық сауда өзінің жүзеге асырылу әдісіне қарай екі нұсқаға бөлінеді. Бірінші нұсқаның негізінде бір қатысушының жеңісі екінші қатысушының жоғалуына тең деген болжам жатыр. Мұндай келіссөздер «барлығы немесе ештеңе» қағидатына сүйенеді – абсолюттік жеңіс немесе толық жеңіліс.

Коммерциялық келіссөздерде мұндай қарапайым нұсқа өте сирек кездеседі. Көбінесе келіссөздер әлдеқайда «цивилизовандық» сипатта өтеді, дегенмен толық түрде емес. Бұл нұсқа тараптар конфронтациясы аз көрініс тапқан жағдайда және олардың күші шамамен тең болғанда қолданылады. Қатысушылар сауда арқылы көбінесе ортақ «орта шешімге» келеді.

Шетелдік тәжірибе көрсеткендей, сатушылар келіссөз басталар алдында коммерциялық ұсыныстарында бағаны есептелген деңгейден 10–20% асыра көрсетеді, содан кейін оны біртіндеп сатып алушы үшін қолайлы деңгейге дейін төмендетеді («саудаласады»). Ал сатып алушы бастапқыда сатушылардың ұсыныстарынан төмен бағаны айтады, кейін оны сатушыға қолайлы деңгейге дейін көтереді. Көп жағдайда барлық аргументтер таусылып, тараптардың позициялары жақындамаған кезде, серіктестер сатушы мен сатып алушы арасындағы «саудаланбаған» айырманы жартылай бөліседі. Дегенмен, екі тарап та кейде қанағаттанбаушылық сезімін бастан кешіруі мүмкін.

Позициялық сауда – коммерциялық келіссөздерді жүргізудің қатаң әдісі ретінде өнімділігі төмен, себебі оның нәтижесі алдын ала болжанбайды, уақыт шығыны көп, серіктестермен қатынастың нашарлау мүмкіндігі жоғары және болашақта ынтымақтастықтан бас тарту ықтималдығы бар.

Коммерциялық келіссөздерді жүргізудің тиімді әдісі – принципті келіссөздер әдісі. Коммерциялық келіссөздерді жүргізудің тиімдірек әдісі – принципті (маңызды мәселелер бойынша) келіссөздер әдісі, ол АҚШ-тағы Гарвард университетінде жасалған және Роджер Фишер мен Уильям Юри жазған «Келісім жолы, немесе Жеңіліссіз келіссөздер» кітабында толық сипатталған.

Бұл әдістің мәні – тараптар өздерінің мүмкіндігіне немесе мүмкін еместігіне байланысты позицияларды алмастырып саудаласу емес, мәселенің мәнін талдап, өзара тиімділікті табуға тырысу. Қажет жағдайда, олардың мүдделері сәйкес келмесе де, әділ нормаларға сүйене отырып, екі тарап үшін де негізделген шешімге жету.

Келіссөздегі басты мақсат – барлық тараптарды қанағаттандыратын шешімді қабылдау, бұл шешім тең құқылы серіктестер арасындағы өзара қарым-қатынасқа негізделген болуы тиіс. Сондықтан принципті келіссөздерде ашықтық деңгейі жоғары, бастапқы талаптарды асыра көрсету болмайды. Келіссөздерді объективті және әділ ету үшін медиаторлар, бақылаушылар немесе тәуелсіз мамандар шақырылады. Егер позициялық саудада қатысушылар «жабық карталармен ойнайтын болса», принципті келіссөздерде олардың карталары ашық болады.

Принципті келіссөздер әдісі – мәселенің мәнін катал түрде қарастыруды білдіреді, бірақ қатысушылар арасында өзара түсіністікке мүмкіндік береді. Бұл әдісті қолдану арқылы сіз де, сіздің серіктесіңіз де әділ түрде өз құқықтарын ала алады.

Принципті келіссөздер әдісі төрт негізгі қағиданы жүзеге асыруға негізделеді:

1-қағида: келіссөзге қатысушыларды және келіссөз тақырыбын ажыратыңыз. Яғни, қатысушылар мен талқыланатын мәселені бір фактор ретінде қарастырмаңыз. Әйтпесе негізсіз айыптаулар мен реніш туындауы мүмкін. Мысалы, егер мен әйеліме: «Біздің ас үйде тәртіп жоқ» деп айтсам, тек байқалған фактіді айту мақсатында айтқаныммен, ол оны жеке айыптау ретінде қабылдауы мүмкін.

Серіктестердің орнына өзіңізді қойып, мәселені олардың көзқарасымен қарауға тырысыңыз. Серіктестердің ниеттері туралы қорытынды жасау кезінде өз ойыңызға сүйенбеңіз. Өз қауіп-қатеріңізді қарсы тараптың ниеті ретінде қабылдамаңыз. Қатысушыларды ешқашан айыптамаңыз, тіпті олар оны «құрайды» деп ойласа да. Бұл өте өнімсіз, себебі кез келген айыптау қарсы тарапты қорғаныш позициясына мәжбүр етеді.

Принципті келіссөздер кезінде тиімді әрекет ету тәсілдері

1. Мұқият тыңдаңыз және өзіңіздің естігеніңізді көрсетіңіз. Сұрақ қойып, түсінгеніңізді растаңыз («Дұрыс түсіндім бе, сіз айтып отырғаны...?»), қарсы тараптың айтқанын өз сөзіңізбен қайталап көріңіз («Мен сіздің дәлелдеріңізді былай түсіндім...»).

Өз сезімдеріңіз бен ойыңызды жеткізіңіз, серіктестеріңізді айыптамаңыз. Мысалы: «Мен өзімді алданғандай сезінемін» деген дұрыс,

«Сіз уәдеңізді бұздыңыз» деп айту орнына. Яғни, сіз серіктестермен жұмыс істей отырып, мәселені шешуге көңіл бөлуіңіз керек, бір-біріңізді кінәлауға емес.

2-қағида: позицияға емес, мүддеге (интерестерге) көңіл бөліңіз. Келіссөздердің мақсаты – тараптардың жасырын мүдделерін қанағаттандыру. Сондықтан ұстанымдарды емес, мүдделерді үйлестіруге тырысыңыз. Қиындық – әрбір тараптың позициясының артында тұрған нақты мүдделерді көру.

Егер қарсы тарап сіздің мүдделеріңізді ескерсін десеңіз, олардың мәнін нақты түсіндіріп, не үшін маңызды екенін айтыңыз. Бұл сенімділікті арттырады. Сондай-ақ, қарсы тараптың мүдделерін мәселенің бір бөлігі ретінде мойындаңыз. Олардың қажеттіліктерін түсінгеніңізді көрсетіп, соларды түсінуге деген ниетіңізді білдіріңіз.

3- қағида: өзара тиімді баламаларды жасаңыз. Бұл баламалар сіздің мүддеңізді есепке алып, сәйкес келмейтін мүдделерді үйлестіруі керек.

Келіссөздерде қатысушылар көбінесе үш негізгі қателікке жол береді:

- Қателік №1: Сыншыл көзқарас жаңа ұсыныстарға. Кез келген жаңа идеяға қатысты алдын ала сын айту шығармашылыққа кедергі келтіреді, себебі ойлау процесін шектейді.

- Қателік №2: Бір ғана дұрыс шешімді іздеу. Бастапқыда тек бір дұрыс жауапты іздеу бірнеше мүмкін шешімдерді қарастыруға кедергі жасайды.

- Қателік №3: «Олардың проблемасын шешу – олардың ісі» деген көзқарас. Егер сіз келісімге қол жеткізгіңіз келсе, ұсынылған шешім сіздің мүддеңізге де, серіктестердің мүддесіне де сәйкес болуы қажет.

Тиімді шығармашылық шешімдер іздеу үшін келесі ұсыныстарды орындау қажет:

- баламаларды іздеу кезеңін бағалау кезеңінен бөліп қарастыру;
- тек бір ғана шешімді іздемей, баламалар санын көбейту.
- өзара тиімділікті іздеңіз;
- қарсы тарапқа шешімді қабылдауды жеңілдететін баламалар ұсыныңыз.

4-қағида: келіссөздердің нәтижесі объективті бағалауға немесе объективті критерийлерді қолдануға негізделуі тиіс.

Әрдайым атап өту қажет: қайсарлық пен төзімділік жеткілікті аргумент болып саналмайды, келісім белгілі бір нормаларды көрсетуі керек, әр тараптың еркіне тәуелді болмауы тиіс. Бұл шарттар сіз таңдаған нормаларға сүйенуі керек деген сөз емес, керісінше, нәтижені анықтайтын әділ критерийлердің болуы қажет екенін білдіреді. Мұндай критерийлерді талқылағанда, бір тараптың қалауы немесе керісінше, қаламауы шешімге әсер етпейді; екі тарап та әділ шешімге сенім арта алады.

Коммерциялық келіссөздерде объективті критерийлерге мысал ретінде: қалыптасқан нарықтық баға, прецеденттер, сараптамалық бағалар, кеден ережелері және т.б. жатады.

Жоғарыда аталған төрт қағиданы келіссөздерге дайындықтан бастап, олардың аяқталуына дейін, яғни талдау, жоспарлау және тікелей дискуссия кезеңдерінде ескеру қажет.

Талдау кезеңінде келіссөзге қатысушылар алдында тұрған мәселелерді зерттеу, олардың маңыздылығын анықтау, өз мүдделеріңізді және қарсы тараптың мүдделерін белгілеу, талқылау нұсқаларын қарастыру және келісімге жету үшін ұсынылған критерийлерді зерттеу маңызды.

Жоспарлау кезеңінде бірінші кезекте серіктестермен қарым-қатынасты қалай реттеу керектігін, қандай мүдделер ең маңызды екенін, объективті кедергілердің мәнін ойластыру қажет. Сондай-ақ қосымша баламалар мен критерийлерді қарастыру арқылы ең қолайлы шешімді таңдау мүмкіндігін алдын ала жасау ұсынылады.

Дискуссия кезеңінде, серіктестермен сөйлескенде, өзіңіздің наразылық сезімдеріңіз бар-жоғын анықтап, оны талдауға тырысу қажет. Әр тарап қарсы тараптың мүдделерін түсінуі тиіс. Олар бірге өзара тиімді баламаларды ұсына алады және объективті критерийлер арқылы келісімге келіп, қарама-қайшы мүдделерді үйлестіруге тырыса алады.

Осылайша, біз коммерциялық келіссөздердің екі принциптік қарама-қарсы тәсілін қарастырдық, олар іс жүзінде келіссөз жүргізудің әдістері болып табылады:

1. Позициялық сауда әдісі – конфронтациялық тәсіл.
2. Принципті келіссөздер әдісі – серіктестік, ынтымақтастық тәсілі.

Конфронтациялық тәсіл – екі тараптың қарсыласуы, белгілі бір мағынада «арқан тарту» ойыны, ол «барлығы немесе ештеңе» ұранымен жүреді. Мұнда сіздің жеңісіңіз серіктестің жоғалуына тең, керісінше. Әдетте бұл тәсіл ең жақсы жағдайда асимметриялық шешімге, ең нашар жағдайда қатынастардың шиеленісуіне немесе толық үзілуіне әкеледі.

Оған қарама-қарсы серіктестік тәсілі – мәселені бірге талдау және өзара мүдделерге сәйкес шешім табу арқылы жүзеге асырылады. Бұл тәсіл үлкен ашықтық пен сенім деңгейін талап етеді, сондықтан ең нәтижелі болып табылады.

Көрсетілген тәсілдердің кез келгені, біз оларды шартты түрде әдіс деп атадық, қабылданатын шешімнің түрін таңдауды қажет етеді. Мұндай түрлер үшке бөлінеді. Оларды ретімен қарастырайық.

Бірінші түрі – компромисс, яғни тараптар өзара жеңілдіктерге барады. Мұнда «біріктірілген шешім» принципі жұмыс істейді, ол тараптардың мүдделерін шамамен тең деңгейде қанағаттандыруға негізделген.

Екінші түрі – принциптік жаңа шешімді табу, ол нақты мәселені кеңірек контексте немесе басқа құндылықтар жүйесіне енгізу арқылы пайда болады. Құндылықтар – бұл тараптардың өз және қарсы тарап мүдделері мен қажеттіліктеріне қарау тәсілі, белгілі бір «көзқарас нүктесі». Егер осы «диопритияны» өзгертіп көрсеңіз, барлығы мүлде басқа, мүмкін, конструктивті түрде қабылдануы мүмкін.

Үшінші түрі – асимметриялық шешім, мұнда бір тараптың жеңілдіктері екінші тараптың жеңілдіктерінен айтарлықтай көп болады. Мұндай шешімнен аулақ болу керек, тіпті серіктес бастапқыда әлсіз және сізге тәуелді болса да. Бұл шешім әдетте өз еркімен орындалмайды, себебі ол мәжбүрлі болып табылады.

8.6. Келіссөздердің тактикалық әдістері

I. Барлық кезеңдерде кеңінен қолданылатын тактикалық әдістер

1. Шегіну – бұл тәсіл өз ұстанымды жабуға байланысты. Мысалы, қарсы тарап мәселені кейінге қалдыруды немесе оны келесі кездесуге ауыстыруды сұрайды. Шегіну тікелей (мәселені кейінге қалдыру ашық ұсынылады) немесе жанама (жауап анық емес, мәселе назарға алынбайды және т.б.) болуы мүмкін.
2. Созбалаңдату – бір тарап әртүрлі себептермен келіссөздерді созуға тырысады. Бұл тәсіл әртүрлі шегінулер сериясын қамтиды.
3. Күту – қатысушылар алдымен қарсы тараптың пікірін тыңдап, содан кейін өз ұстанымын қалыптастырады.
4. Келіскенін білдіру – қарсы тарап серіктестің айтқан ойымен біртұтас екендігін көрсетуге тырысады.
5. Келіспеушілігін білдіру – қарсы тарап серіктестің пікірінен қашықтық сақтап, өз ұстанымын білдіреді.
6. «Саями» тәсілі – өз ұстанымды біртіндеп, баяу ашу арқылы келіссөзді созу және қарсы тараптан мүмкіндігінше көп ақпарат алу мақсаты бар тәсіл.

II. Барлық кезеңдерге қатысты, бірақ әр кезеңде қолданудың өзіндік ерекшелігі бар тәсілдер

1. Пакеттеу – бірнеше мәселе бір «пакет» ретінде қарастырылады, яғни жеке-жеке емес, олардың кешені талқыланады. Пакетте қарсы тарап үшін тартымды және тартымсыз ұсыныстар үйлестірілуі мүмкін. Мұндай пакет көбінесе сауда немесе келіссөздер аясында қолданылады. Пакет кейде мәселелерді бірлесіп шешу кезінде қарсы тараптардың өзара бас тарту немесе жеңілдік жасауы ретінде де көрініс табуы мүмкін.
2. Соңғы минуттағы талаптар – келіссөздерде барлық мәселелер шешілгеннен кейін бір қатысушы соңғы сәтте талаптар қояды. Егер қарсы тарап қол жеткізілген келісімдерді сақтау ниетінде болса, ол келісіп, жеңілдікке бара алады.
3. Талқыланатын мәселелердің күрделілігін біртіндеп арттыру – келіссөздерді жеңілірек мәселелерден бастау ұсынылады. Бұл тәсіл серіктеспен бірге мәселені талдауға бағытталған.
4. Мәселені жеке құрамдас бөліктерге бөлу – тәсіл мәселені бірден толық шешуге тырыспауға негізделеді.

III. Келіссөздердің белгілі бір кезеңдерінде қолданылатын тактикалық тәсілдер

Позицияларды нақтылау кезеңі

1. Талаптарды үлкейту – позицияны қалыптастыруда кейін оңай алып тастауға болатын тармақтарды қосу. Бұл тармақтарды «жеңілдік ретінде» алып тастау көрінісін жасап, қарсы тараптан да ұқсас қадамдарды талап етуге болады.

2. Өз позициясында жалған акценттер жасау – қатысушы кейбір мәселені өте маңызды етіп көрсетеді, бірақ іс жүзінде ол екінші дәрежелі болып табылады. Кейін бұл мәселе алынып тасталып, шешім маңыздырақ мәселеге байланысты қабылданады.

3. Ұмытшақтық/Сөзі жоқ болу – позицияны жабу, келіссөздің алғашқы кезеңінде белгісіздік тудыру.

4. Алдын ала жалған ақпаратты қолдану.

5. Позицияны ашу – қарсы тарап өз позициясын тікелей баяндайды: сөз сөйлегенде, сұрақтарға жауап бергенде немесе серіктестің позициясын нақтылағанда.

Позицияларды талқылау кезеңі

1. Серіктеске қарсылық білдіру – қарсы тараптың позициясының әлсіз тұстарын көрсету: өкілеттіктің жеткіліксіздігі, жүйкесінің жұқаруы, қозу, мәлімдемелер мен талаптардың қайшылықты болуы, балама нұсқалардың жоқтығы және т.б.

2. Алдын ала дәлелдер келтіру – қарсы тараптың позициясының жарамсыз екенін анықтайтын сұрақ қою.

3. Қарсы тараптың позициясын бұрмалау – қарсы тараптан қажетті жеңілдіктер алу үшін әртүрлі қысым түрлері қолданылады: жағымсыз салдар туралы ескерту; келіссөздерді тоқтату мүмкіндігін көрсету; басқа тараптармен блоктау мүмкіндігін көрсету; экстремалды талаптар қою; ультиматум беру.

4. Жалпы шешім аймағын іздеу – тараптардың позициялары бойынша ортақ нүктелерді табуға тырысу.

Позицияларды келісу кезеңі

1. Ұсыныстарды қабылдау – ұсынылған шешімдермен келісу.

2. Қарсы тараптың кейбір ұсыныстарын қабылдау.

3. Қарсы тараптың ұсыныстарын кері қайтару.

4. Қарсы тарап үшін мүлде қабылдауға болмайтын ұсыныстар енгізу – бұл тәсілді қолдану арқылы, егер шешім қабылданбаса, қарсы тарапты келіссөздерді бұзды деп айыптауға болады.

5. Талаптарды біртіндеп арттыру – қарсы тарап бір нәрседе жеңілдік көрсеткен сайын оған жаңа талаптар қойылады.

6. Шантаж жасау – бір тарап қарсы тарап үшін қажет емес, өзіне бейтарап талап қояды. Мақсаты – бұл талапты алып тастаумен алмасып жеңілдік алу.

7. Ультиматум немесе соңғы сөз – қарсы тараптар өз шешімдерінің дереу қабылдануын талап етеді, әйтпесе келіссөздерден кетеді. Бұл тәсіл тәуекелді, бірақ кейде орынды.

8. Ұсыныстарды қайта қарауға қайтару.
9. Талқылауға қайта оралу – келісім қабылдаудан аулақ болу немесе шын мәнінде кейбір сұрақтар әлі ашық қалған жағдайда қолданылады.
10. Қос мағына беру – келіссөздер нәтижесінде жасалған келісімнің мәтініне бір тарап қос мағына енгізеді, ал қарсы тарап оны байқамайды. Содан кейін келісім өз мүддесіне сай түсіндіріледі, келісімді бұзбай.

Келіссөз жүргізудегі кемшіліктер

Келіссөздер сәтті өтуі үшін, Отто Эрнст өзінің «Сөз сізге берілді» атты кітабында жазған қателіктерден аулақ болу қажет. Негізгі қателіктер:

- «Салқын старт» – серіктес келіссөзге алдын ала мақсаттарын, қажеттілігін, күрделілігін және мүмкін салдарын ойламай кіріседі. Бұл жағдайда инициатива қарсы тараптан шығады, ал өзі тек «реакция жасайды».
- «Бағдарламаның жоқтығы» – серіктестің әрекет жоспары жоқ, максималды және минималды талаптары анық емес. Әрине, түрлі әрекет нұсқалары бар болса, келіссөз жүргізу оңай болады.
- «Маған жараса, жеткілікті» – серіктес өз мүддесін тым алға шығарады, сондықтан қарсы тарап үшін ешқандай пайда көрінбейді. Бұл олардың келіссөз жүргізуге ынтасын төмендетеді.
- «Барлығын өз ағымына қалдыру» – серіктестің нақты ұсыныстары, аргументтері, бағалау критерийлері, позициясы мен қарсы тараптың ықтимал реакциясын білмеуі. Дайындық жеткіліксіз болғандықтан келіссөз тиімділігі төмендейді.
- «Коммуникациялық кемшіліктер» – бір серіктестің дұрыс емес мінез-құлқы келіссөз атмосферасына кері әсер етеді, мақсатына жетуді қиындатады (серіктес тыңдай білмейді, эмоцияға беріледі, сабырсыз; аргумент келтірмей өз позициясын біржақты қорғайды; жаңа фактілер келтірмейді, жаңа ұсыныстар айтпайды, бар мәліметті қайталап, мәселені шешуге кедергі жасайды; жалпы мүдделерді ескермейді және т.б.).

8.7. Келіссөздер қатысушыларының бірлескен шешім түрлері

Келіссөзге қатысушылардың бірлескен шешімдері үш түрге бөлінеді:

- Компромистік немесе «ортаңғы шешім»;
- Асимметриялық шешім, салыстырмалы компромисс;
- Принципиалды жаңа шешім, негізгі қарама-қайшылықтарды жою [2:231-233].

Компромисс – бұл өзара жеңілдіктерге негізделген келісім. Компромистік шешім тек тараптар бір-біріне ыңғайласуға дайын болғанда және өзара мүдделердің кем дегенде бір бөлігін қанағаттандыруға ниет білдірген жағдайда ғана мүмкін болады. Сол кезде тараптардың талаптары заңды болуы керек және берілген жеңілдіктер тең болу қажет. Алайда, әр тарап бір-біріне беруге болатын «ортаңғы нүктені» табу кейде өте қиынға соғады. Мұндай жағдайда «мүдделер алаңын» ескеру ұсынылады. Мысалы,

өзіне аса маңызды емес, бірақ қарсы тарап үшін маңызды мәселе бойынша үлкен жеңілдіктер берсе, келіссөз қатысушысы өзіне маңыздырақ саналатын басқа мәселе бойынша көбірек пайда алады. Нәтижесінде келіссөздерде «жеңілдіктерді айырбастау» жүзеге асады. Компромистік шешім түрлі келіссөздерде ең типтік болып саналады.

Асимметриялық шешімнің мәні – бір тараптың беретін жеңілдіктері екінші тараптың жеңілдіктерінен едәуір асып түседі, бірақ қарсы тарап соған келісуге мәжбүр болады, әйтпесе одан да көп шығынға ұшырайды. Осындай шешімдер арқылы келіссөздерде бір тараптың жартылай жеңілісі бекітіледі.

Қарама-қайшылықтарды тиімді жоюдың құралы – принципіалды жаңа шешім табу, мәселені стандартты емес жолмен қарастыру. Кейде келіссөздер дағдарысқа ұшырағандай көрінуі мүмкін. Бірақ олар бастапқыда үмітсіз болып көрінсе де, шығармашылық тәсіл қолданса, әрқашан жол табуға болады. Американдық мамандар Р. Фишер мен У. Юриі пікірі бойынша мұндай келіссөздерде серпіліс стратегиясы көмектесуі мүмкін. Бұл стратегия қарсы тарапқа деген құрметке негізделген. Маңыздысы – оны шешім қабылдауға мәжбүрлеу емес, өз таңдауын жасауға мүмкіндік беру. Ол үшін жағдайды тиісінше өзгерту, мәселені басқа қырынан қарау, проблеманы трансформациялау және қарсы тарапты конструктивті келіссөздердегі серіктеске айналдыру қажет.

Қорытынды

Келіссөздер – бұл іскерлік қарым-қатынастың диалогтық формасы болып табылады, ол басқа формадағы қарым-қатынастан белгілі бір ерекшеліктерге ие. Мысалы, келіссөздердің пәні – екі тарап үшін де өзара маңызды мәселе болып табылатын проблема. Тағы бір ерекшелігі – талқыланып отырған мәселелер бойынша келісімге жетуге қатты бағытталғандық.

Келіссөздер жүргізілетін қызмет саласына байланысты дипломатиялық, саяси, экономикалық, әскери, өндірістік-техникалық, сауда, әкімшілік және басқа түрлерге бөлінеді. Келіссөздерге келісімге қол жеткізу немесе қолданыстағы келісімдерді ұзарту, бар келісімге өзгерістер енгізу, бірлескен әрекеттерді үйлестіру, өзара міндеттемелерді бөлу немесе қайта бөлу, қоғамдық назарды талқыланып отырған мәселеге аудару сияқты қажеттіліктер туындаған жағдайда жүгінеді.

Тараптар арасындағы қарым-қатынастың сипатына байланысты келіссөздер серіктестік, бәсекелестік немесе конфронтациялық болып бөлінеді. Келіссөздер процесінің оңтайлы моделі келесі құрылымдық элементтерді қамтиды: қатысушыларды қарсы алу, тараптарды бір-бірімен таныстыру; проблемалар мен келіссөз мақсаттарын баяндау; қатысушылар арасындағы диалог; қорытынды жасау және шешім қабылдау; келіссөзді аяқтау.

Басқа іскерлік қарым-қатынас формаларында сияқты, келіссөздерде де алдын ала дайындық маңызды болып табылады – мазмұндық және

ұйымдастырушылық аспектілерде. Келіссөздерді ұйымдастыру кезінде барлық детальдарды мұқият ойластыру қажет: кездесудің уақыты мен орны, қатысушылар арасындағы міндеттерді бөлу, жұмыс регламенты және т.б.

Арнайы назар келесі кездесудің мазмұнына аударылуы керек: келіссөздің мақсаттары мен міндеттерін нақты айқындау, команданың ортақ позициясын әзірлеу, сенімді дәлелдерді таңдау, мүмкін болатын шешім нұсқаларын анықтау, ұсыныстарды дайындау, қажетті құжаттарды әзірлеу және т.б. Келіссөздер процесінде әріптестер әртүрлі стратегияларды қолданады, олардың әрқайсысына мәселені талқылаудың өз стилі, белгілі бір әдістер мен тактика тән, олар келіссөз жүргізу стратегиясын құрайды. Тақырыпта келіссөз жүргізудің үш стратегиясында қолданылатын негізгі тактикалық әдістер қарастырылады: «қатаң қысым» стратегиясы, «өзара компромистік» стратегиясы және «адал емес ойын» стратегиясы.

Сәтті келіссөздің нәтижесі – өзара жеңілдіктерге негізделген бірлескен шешім (компромистік шешім) немесе бір тараптың жартылай жеңілісін бекітетін шешім (асимметриялық шешім). Егер тараптар бар қарама-қайшылықтарды жою үшін стандартты емес тәсілді таба алса, принципіалды жаңа шешім қабылдау мүмкін болады.

Практикум

Тапсырма 1. «Компания мен жеткізуші арасында жаңа жабдықты жеткізу шартын талқылау қажет. Жеткізуші бағаны көтергісі келеді, ал компания тиімді бағаға қол жеткізуді қалайды».

1. Келіссөздер жүргізудегі негізгі принциптерді анықтаңыз;
2. Келіссөздердің қандай түрлері қолданылатынын көрсетіңіз;
3. Жағдайға сәйкес келіссөз түрін таңдаңыз және себебін түсіндіріңіз.

Тапсырма 2. Сөз тіркестері мен сұрақтарды қолдану қандай келіссөздер стратегиясына тән екенін анықтаңыз, оларды кестеге сәйкес бағанға енгізіңіз. Сөз тіркестері:

- Бұл аңғал сұрақ.
- Сіздің айтқаныңызды маған өз сөзіммен айтуға рұқсат етіңіз.
- Сіз менің айтқанымды орындауыңыз керек.

Сұрақтар:

- Бұл сіз үшін нені білдіреді?
- Сіз өзіңіздің сұрағыңызды маңызды деп санайсыз ба?
- Сіздің не туралы сұрағаныңызды түсіне алар емеспін?

	Қатаң қысым стратегиясы	Өзара ымыраға келу стратегиясы	Адал емес ойын стратегиясы
Сөз тіркестері			
Сұрақтар			

Тапсырма 3. Қонақ үй желісі корпоративтік клиентпен (туроператормен) ұзақ мерзімді ынтымақтастық туралы келіссөз жүргізуде. Клиент бөлме бағасын төмендетуді талап етеді, ал қонақ үй қызмет көрсету сапасын төмендетпей табысты сақтағысы келеді. Нарықта балама ұсыныстар бар.

1. Осы жағдайға сәйкес келетін келіссөз стратегиясын анықтаңыз (ынтымақтастық, бәсекелестік, компромисс, бейімделу немесе қашу).
2. Таңдалған стратегияны іскерлік мақсаттар тұрғысынан негіздеңіз.
3. Егер келіссөз барысында қарсы тарап қысым тактикасын қолданса, стратегияны өзгерту қажет пе? Жауабыңызды дәлелдеңіз.
4. Келіссөздің ықтимал нәтижелерін (win–win, win–lose, lose–lose) болжаңыз.

Тапсырма 4. Келіссөз барысында серіктес келесі тактикаларды қолданады:

- келіссөзді созу;
 - соңғы сәтте жаңа талап қою;
 - «бізде басқа ұсыныстар бар» деген қысым;
 - ұсақ мәселелерге шамадан тыс назар аудару.
1. Әр әрекетті нақты тактикалық әдіс ретінде анықтаңыз.
 2. Бұл тактикалардың негізгі мақсатын түсіндіріңіз.
 3. Әр тактикаға қарсы тиімді жауап беру тәсілдерін ұсыныңыз (сөйлеу формулалары мен мінез-құлық үлгілерін көрсетіңіз).
 4. Қай жағдайда қарсы тараптың тактикасын өз пайдаңызға қолдануға болады? Мысал келтіріңіз.

Тапсырма 5. Мейрамхана желісі жеткізушімен жаңа келісімшарт жасасуда. Жеткізуші бағаны көтеруді талап етеді, ал мейрамхана ұзақ мерзімді серіктестікті сақтай отырып, бағаның өсуін шектеуге мүдделі.

1. Келіссөздің жалпы стратегиясын анықтаңыз.
2. Келіссөздің әр кезеңіне (бастапқы, негізгі, қорытынды) сәйкес тактикалық әдістерді таңдаңыз.
3. Ашық және жабық сұрақтарды қолдана отырып, келіссөз диалогының қысқаша сценарийін құрастырыңыз.
4. Егер келіссөз тығырыққа тірелсе, оны жалғастыру үшін қандай тактикалық әдіс қолданар едіңіз? Неліктен?

8 тақырып бойынша өзін-өзі бақылау тесті

1. Келіссөздерді іскерлік қарым-қатынастың коммуникативті процесін жүзеге асыру тәсілі деп санауға бола ма:
 - a) иә;
 - b) жоқ;
 - c) білмеймін

2. Іскерлік келіссөздердің мақсаты болуы мүмкін:
- a) ситуациялық мәселелерді шешу;
 - b) жоғары тұрған органдардың бағынысты өкімдеріне оларды жедел орындау үшін жеткізу;
 - c) қолданыстағы шартты ұзарту.

3. Келіссөздер іскерлік қарым-қатынас нысаны ретінде қажет болған кезде қолданылады:
- a) қызмет нәтижелерін бақылауды жүзеге асыру;
 - b) екі тарап үшін де мүдделі мәселе бойынша келісімге қол жеткізу;
 - c) еңбек өнімділігін ынталандыру

4. Іскерлік келіссөздердің негізгі кезеңдерін дұрыс ретке келтіріңіз:
- a) келіссөздер тақырыбын келісу;
 - b) келісім;
 - c) тараптардың көзқарастарын талқылау.

5. "Қатаң қысым" схемасы бойынша келіссөздер тән:
- a) фактілерді бұрмалау, жалған дәлел;
 - b) бірлескен пікірталастар;
 - c) өз көзқарасын таңу

6. Айла-манипуляциялар стратегияда қолданылады:
- a) қатаң қысым;
 - b) өзара ымыраға келу;
 - c) адал емес ойын.

7. Келіссөздерді сәтті жүргізуге не ықпал етуі мүмкін екенін анықтаңыз:
- a) жылы, сыйластыққа толы сөйлеу мәнері;
 - b) саусақты үстелге соғу;
 - c) көзді ысқылау.

8. Келіссөздердің тактикалық әдістері мен олардың сипаттамалары арасында сәйкестік орнатыңыз

Тактикалық тәсілдердің типтері	Тактикалық тәсілдердің сипаттамасы
1. Компаға келу 2. Пакеттеу 3. Мәселені жеке компоненттерге бөлу 4. Кету	А. мәселені шешуде серіктестердің бір-біріне өзара жеңілдіктері Б. бірнеше мәселелерді бір пакетке байланыстыру В. мәселелерді қарауды кейінге қалдыру немесе оны басқа уақытқа ауыстыру

	Г. мәселеде жекелеген мәселелерді бөліп көрсету және олар бойынша келісімге келу
--	--

9. Компромистік шешім мүмкін болатын жағдай:

- а) тараптар бір-біріне жол беруге дайын болып, өзара мүдделердің кем дегенде бір бөлігін қанағаттандыра алады;
- б) келіссөздер дағдарысқа ұшырады;
- с) бір тараптың берілулері екінші тараптың берілулерінен едәуір асып түседі.

10. Искерлік келіссөздерде қабылданған асимметриялық шешімнің мәні:

- а) бір тараптың берілулері екінші тараптың берілулерінен едәуір асып түседі;
- б) шешім тек бір тарапқа ғана қолайлы;
- с) шешім екі тарапқа да қолайсыз.

Тақырып 9. Искерлік қарым-қатынас нысаны ретінде көпшілік алдында сөйлеу

9.1. Көпшілік алдында сөйлеу ұғымы және принциптері

Искерлік қарым-қатынасқа қоғамдық сөз сөйлеулер (сөз сөйлеу, баяндама, лекция) қатысы бар, олар ораторлық өнер туындысы ретінде қарастырылуы мүмкін. Қоғамдық сөз сөйлеу іскерлік қарым-қатынастың мақсаттарына жетудің құралы болып табылады және ол тек сенімді әрі дәлелді ғана емес, сонымен қатар көркем болуы тиіс. Қоғам алдында сөйлеумен байланысты кәсіпті атқаратын адамның қызметі ораторлық шеберліктің принциптері мен ережелерін терең білуге негізделген.

Қоғам алдында сөйлеу белгілі бір принциптер бойынша құрылады:

1. Қысқалық принципі. Әдетте сөз сөйлеу 10–15 минутқа есептеледі. Бірақ сөйлеудің көлемі негізгі тақырыпты толық ашуға жеткілікті болуы керек.
2. Тізбектілік принципі. Сөйлеудің барлық кіші тақырыптары негізгі тақырыпқа бағынып, барлық бөліктер өзара байланыста және бір-біріне тәуелді болуы қажет.
3. Мақсаттылық принципі. Сөйлеу анық логикаға бағынып құрылуы тиіс. Сөйлеуші мен тыңдаушылар сөйлеудің бағытын түсініп, оның логикалық құрылымы мына тізбекке сәйкес болуын білуі қажет: проблема – тақырып – тезис – дәлелдер.
4. Күшейту принципі. Сөйлеудің әсері басынан аяғына қарай күшейуі керек. Бұл материалдың маңыздығына қарай орналастыру, сөздік және интонациялық құралдар арқылы эмоционалды әсерді арттыру арқылы жүзеге асырылуы мүмкін.
5. Нәтижелілік принципі. Сөйлеу тыңдаушыларға ұсынылатын қорытынды, әрекетке шақыру немесе ұсыныстардан тұруы тиіс. Қорытынды немесе шақыру қысқа, есте қалатындай сөздік формуламен айтылуы керек.

Қоғам алдында сөйлеуді құрудағы аталған принциптер композициялық құрылымға сәйкес жүзеге асырылуы қажет.

9.2. Көпшілік алдында сөйлеу құрылымы

Көпшілік алдында сөйлеу құрылымы көбінесе келесі компоненттерден тұратын дәстүрлі композиция болып табылады:

1. Кіріспе-аудиторияға жүгіну және жиналыстың мақсатын жеткізу және сөйлеудің мақсатын түсіндіру.
2. Негізгі бөлім-ақпаратты ұсыну.
3. Қорытынды-айтылғандарды жалпылау, ынтымақтастыққа шақыру және т. б.

Кіріспе аудиториямен байланыс орнату және тыңдаушыларды тақырыпты қабылдауға дайындау үшін қажет. Тақырыптарға кіріспе барлық сөйлеу уақытының 5-10% -ын береді. Онда сөйлеуге арналған мәселе туралы айтылады, оның міндеті орындалуы мүмкін, ұғымдардың анықтамалары беріледі, кейде сөйлеу жоспары және т. б.

Негізгі бөлімде тақырыптың өзі көрсетілген. Негізгі бөліктің құрамы дәйектіліктің логикалық талабына сәйкес келуі керек. Тақырыпты ұсынудың негізгі тәсілдерін атайық:

- 1) сатылы-кезекті мәселенің материалы алдыңғыға негізделеді.
- 2) концентрлік-бұл құбылысты барлық жағынан қарау.
- 3) спираль-мәселенің жалпы, үстірт баяндалуына қатысты қайталама, неғұрлым егжей-тегжейлі және терең талдауға көшу.
- 4) хронологиялық-қалыптасу процесін немесе құбылысын қарау.
- 5) логикалық-құбылысқа оның тарихына жүгінбей-ақ, оған жүйелі-құрылымдық көзқарас.
- 6) дедуктивті – жалпы ережелерден нақты жағдайға көшу және осының негізінде қорытынды жасау.
- 7) индуктивті-фактілерді, құбылыстарды талдаудан жалпылауға көшу.
- 8) құбылыстарды, процестерді немесе оқиғаларды салыстыру, салыстыру.
- 9) мәселені талдау.

Монолог ретінде айтылған оратор сөзі әртүрлі сөздік амалдарды қолданған жағдайда жеңіл қабылданады: шолу, сипаттау, ақпарат беру, баяндау, әңгімелеу, сипаттама, ойталқы, мысал келтіру, дәйексөз келтіру, диалогизация, негіздеу және т.б. Сонымен бірге материалдың композициялық үйлесімділігін сақтау маңызды: ескі мен жаңаны, теориялық және практикалық материалды, позитивті және негативті ақпаратты, рационалды және эмоционалды бөліктерді ақылмен үйлестіру қажет.

Қорытынды баяндауды аяқталғандай етеді. Онда айтылған нәрселерді жинақтап, жеке және жалпы қорытындылар жасалады. Қорытынды сөйлеудің жалпы уақытынан шамамен 5%-ын алады.

9.3. Көпшілік алдында сөз сөйлеуге дайындық

Сөйлеуді дайындаудың негізгі кезеңдері:

I. белгілі бір жоспар бойынша материалды таңдау. "Не айту керек?» деген сұраққа жауап береді.

II. Қойылымның құрамын ескере отырып, түпкілікті жоспар құру. "Қандай тәртіппен сөйлеу керек?» деген сұраққа жауап береді.

III. Мәтінмен жұмыс. "Қалай жақсы айту керек?» деген сұраққа жауап береді.

Сөйлеуге дайындық тақырыпты анықтаудан басталады. Тақырыпты таңдағанда келесі критерийлерді басшылыққа алу керек:

1) Сіз бұл мәселені тыңдаушыларға қарағанда әлдеқайда жақсы білесіз (оқытушының хабардарлығы тыңдаушылардың хабардарлығынан жоғары болуы керек деп есептеледі);

2) Сіз не туралы сөйлескіңіз келетіні олардың қызығушылығын тудыруы мүмкін (әдетте бұл тыңдаушылардың саналы қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын тақырыптар: денсаулық, өмір сүру жағдайларын жақсарту, материалдық әл-ауқатты арттыру, адамдар арасындағы қарым-қатынас, отбасылық қарым-қатынасты жақсарту, жетістікке жету, яғни өмірлік маңызды тақырыптар, кәсіби, практикалық, танымдық, эстетикалық және т.б. қызығушылықтар).

3) Бұл олар үшін өзекті, маңызды. Сөйлеудің дұрыс атауы маңызды, ол екі талапқа сай болуы керек: сөйлеудің негізгі идеясын көрсету және аудитория үшін қызықты және тартымды болу. Сөйлеудің сәттілігінің кепілдерінің бірі-тыңдаушылар туралы алдын-ала ақпарат жинау: тыңдаушылар бұл мәселеде қаншалықты білімді, ол оларды қалай қызықтыра алады, олардың өзекті мәселелерімен қалай байланысты және т. б.

Тыңдаушылардың мәселеге деген көзқарасына байланысты сөйлеудің мақсаты анықталады. Ежелгі заманнан бері сөйлеудің мақсатына байланысты келесі сөйлеу түрлері ажыратылады:

1. Ақпараттық (баяндау, сипаттау, түсіндіру). Бұл сөйлеулердің мақсаты-тыңдаушыларды бір нәрсе туралы түсіндіру, ақпараттандыру.

2. Үгіт-насихат (жігерлендіретін, сендіретін, әрекетке итермелейтін). Мақсат-қызығушылық таныту, бір нәрсеге сендіру, қандай да бір әрекетке итермелеу).

3. Ойын-сауық.

4. «Жеке ойларға арналған (ойтолғау түріндегі сөз сөйлеулер).

Сөз сөйлеудің мақсаттары бірнешеу болуы мүмкін, алайда әдетте олардың біреуі негізгі болып саналады. Сөз сөйлеу идеясы аудиторияның ерекшеліктеріне қарай материалды ұсыну тәсілін таңдаудан тұрады. Егер сөз сөйлеудің мақсатын ұсынылатын тағам деп алсақ, онда идея – оны тұтынушыға ұсыну рәсімі (ыдыс-аяқ, қасық, дастарқанды безендіру және т.б.).

Сөз сөйлеудің мақсаты мен негізгі идеясын таңдау алдағы бүкіл жұмыстың стратегиясын айқындайды. Бұл әскери термин мәселенің мәнін өте дәл көрсетеді: егер стратегия дұрыс болмаса, атылған оқтар босқа кетеді.

Сөз сөйлеу стратегиясын бір ғана сөйлеммен тұжырымдауға болады, ол сөз сөйлеудің міндеті деп аталады. Міндеттің тұжырымдамасы, әдетте, оның мақсаты мен негізгі идеясын көрсетеді. Мысалы:

«... туралы айтып беру»,

«... екеніне көз жеткізу»,

«... арқылы қызықтыру» және т.б.

Сөз сөйлеудің мақсаты мен негізгі идеясын анықтағаннан кейін, оның жоспарын немесе алдын ала құрылымдық сызбасын жасау қажет.

Әртүрлі сөз сөйлеу түрлерінің сызбалары

Ақпараттық сөз сөйлеулер. Енді баяндау сипатындағы сөз сөйлеудің сызбасын қарастырайық.

1. Баяндаудың басында әдетте оқиғалардың қай жерде, қашан және кімдермен болғаны айтылады немесе әңгіменің негізгі ойы хабарланады.
2. Ортаңғы бөлігі (не болды және қалай өтті). Мұнда оқиғалардың табиғи даму желісін ұстануға болады (басталуы, дамуы, шарықтау шегі) немесе ең ерекше оқиғадан бастап, кейін оған алып келген жағдайларды сипаттауға болады (неге болды).
3. Баяндаудың соңы оқиғаның шешімімен аяқталады.
4. Қорытындыда оратор осы оқиға туралы өз әсерімен немесе оған деген көзқарасымен бөліседі.

Сипаттамалық сөз сөйлеудің сызбасы

Риторикалық сипаттаудың мақсаты – тыңдаушыларға сөз болып отырған нысан туралы түсінік беру ғана емес, сонымен қатар олардың белгілі бір сезімдерін ояту.

1. **Сипаттаудың басталуы** – сіз бұл нысанмен қай жерде, қашан және қандай жағдайда танысқаныңызды айту. Нысан туралы әсерді камера қозғалысындай етіп беруге болады: жалпы көрініс, «жақындау», ірі жоспар.
2. **Сипаттаудың ортасы** – нысанның қандай екендігін ашу. Заттың жекелеген бөліктерін немесе бөлшектерін сипаттау қажет, ал егер тірі нысан болса – оны қызықты ететін қасиеттерін, ерекшеліктері мен белгілерін көрсету маңызды. Бұл нысанның әсерлі бейнесін қалыптастыруға мүмкіндік береді. Мұнда салыстыру әдісі көмектеседі. Сондықтан оратор үшін қиял, елестету, ассоциативті ойлау аса қажет.
3. **Сипаттаудың соңы** – оратор осы нысанға қатысты өз сезімі мен эмоциялық көзқарасын білдіреді.

Түсіндірмелі сөз сөйлеудің сызбасы

Егер тыңдаушыларға сөз болып отырған нысан таныс болмаса, келесі сызбаны қолдануға болады:

1. Нысанның немесе объектінің атауын түсіндіру.
2. Нысанға сипаттама беру.

3. Нысанды сипаттау: оның негізгі қасиеттерін атап, бағалау; ал егер құрылғы болса – оның қызметі мен жұмыс істеу ерекшеліктерін көрсету.

Егер тыңдаушылар «оны қалай жасау керектігін» білмесе, яғни сөз бұрын белгісіз немесе аз таныс процесс туралы болса (мысалы, жаңа жұмыс әдісі, салауатты өмір салты, емтиханға дайындық және т.б.), онда алдыңғы сызбаға тағы бір тармақ қосылады:

4. Мұны қалай орындау керектігін түсіндіру (оратор процестің барлық кезеңдерін рет-ретімен сипаттайды).

Ал егер оратор тыңдаушыларды қандай да бір құбылыспен немесе мәселемен таныстыруды көздесе (мұғалімдердің коммуникативтік даярлығының жеткіліксіздігі, жастардың зиянды әдеттері, туу деңгейінің төмендеуі және т.б.), онда түсіндіру талдау және түсіндіру сипатында болады, яғни себептерін анықтауға, заңдылықтарын түсінуге бағытталады. Бұл жағдайда келесі сызба тиімді:

1. Құбылысты немесе мәселені сипаттау.
2. Мәселенің пайда болу себептерін түсіндіретін тарихы (неге бұл құбылыс немесе мәселе бар деген сұраққа жауап беру, алғышарттар мен факторларды анықтау).
3. Бұл құбылыстың басқа құбылыстармен байланысы (бұл заңды құбылыс па, әлде кездейсоқ па деген сұраққа жауап).
4. Құбылысты талдау: оның әртүрлі жақтарының өзара байланысы мен өзара әрекеті.
5. Негізгі даму тенденциясы және құбылыстың болашағы немесе мәселені шешу перспективалары.

Сендіруші сөз сөйлеудің сызбасы

1. Өз көзқарасыңды (тұжырымды) нақты тұжырымдау.
2. Өз пікірінді кеңірек, толық түсіндіру.
3. Өз тұжырымын дәлелдеу, негіздеу.
4. Қарсы көзқарасты жоққа шығару.

Үгіттік және әрекетке шақыратын сөз сөйлеудің сызбасы

Үгіттік, сондай-ақ әрекетке итермелейтін сөз сөйлеудің құрылымы жағдайды талдаудан, оның даму перспективалары туралы қорытынды жасаудан және тыңдаушылардың алдына нақты практикалық міндеттер қоюдан, оларды нақты іс-әрекетке шақырудан тұруы мүмкін.

1. Қазіргі қалыптасқан жағдайды талдау, оның себептері және өзгерістердің шұғыл қажеттілігі.
2. Жағдайды жақсарту жөніндегі ұсыныстың мәні.
3. Ұсынысты жүзеге асыру нәтижесінде болатын оң өзгерістер.
4. Мүмкін болатын теріс өзгерістер және оларды болдырмау жолдары.
5. Ұсыныстың орындалу мүмкіндігі, оны жүзеге асыру шарттары.
6. Ұсынысты іске асыру тетіктері.

Материалды проблемалық баяндау

Материалды проблемалық түрде баяндауды академиялық шешендікте де (мектеп пен жоғары оқу орнындағы дәрістер, ғылыми конференцияларда сөз сөйлеу), сондай-ақ іскерлік қарым-қатынаста да (кеңестерде, жиналыстарда сөз сөйлеу және т.б.) қолдануға болады.

Проблемалық баяндау барысында оратор тыңдаушыларды жаңа білімді немесе жаңа әрекет тәсілін іздеуге жетелейтін жағдайға қояды, яғни интеллектуалдық қиындық жағдайын тудырады. Мұндай жағдай проблемалық жағдай деп аталады. Оның өзегі, негізгі белгісі – қайшылық. Мұндай қайшылықтар мынадай болуы мүмкін:

- белгілі мен белгісіздің арасындағы қайшылық (ең жалпы түрі);
- бір құбылысқа қатысты әртүрлі пікірлер арасындағы қайшылық;
- әртүрлі ғылыми теориялар арасындағы қайшылық;
- қалыптасқан тұрмыстық түсініктер мен жаңа деректер арасындағы қайшылық;
- бақылаудағы құбылыстар мен оларды түсіндіретін теориялық түсініктер арасындағы қайшылық және т.б.

Проблемалық әдісті қолдана отырып өткізілетін сабақ немесе баяндама сәтті болуы үшін проблемалық жағдайды дұрыс анықтау қажет. Ол тыңдаушылар үшін шынайы әрі өзекті қайшылықтарды ескере отырып жасалады. Мысалы, белгілі әрекет тәсілі мен талап етілетін әрекет тәсілінің арасындағы сәйкессіздік.

Проблемалық жағдай сондай-ақ белгілі әрекет тәсілдері мен олардың жаңа жағдайларда жүзеге асырылуы арасындағы қайшылық ашылған кезде де пайда болады. Проблеманы шешу үшін проблемалық жағдайды талдап, оны нақты бір адамнан жаңа білімді немесе нақты әрекеттерді талап ететін міндет түрінде тұжырымдау қажет.

Міндеттің сөздік тұжырымында берілген (бар, белгілі) және ізделінетін (қажетті, тиіс, белгісіз) элементтер айқын ажыратылады.

Проблемалық әдістегі ең күрделі мәселе – проблемалық сұрақты дұрыс тұжырымдау. Мысалы, сұрақ жағдайдың пайда болу себептеріне, қандай да бір оқиғаның ықтимал салдарына қатысты болуы мүмкін; сондай-ақ белгілі бір құбылыстар тобына ортақ белгілерді табуға бағытталуы мүмкін.

Жалпы жағдайда материалды проблемалық түрде баяндаудың келесі кезеңдері ажыратылады:

1. Сөйлеуші тыңдаушыларды белгілі бір жағдаймен таныстырады. Содан кейін сол жағдайдағы қайшылықты ашатын проблемалық сұрақ қояды.
2. Тыңдаушылар бұл сұраққа бірден жауап таба алмайды. Нәтижесінде проблемалық жағдай туындайды (ол олардың санасында қалыптасады, өйткені бұрын түсінікті болып көрінген нәрсе енді түсініксіз бола бастайды).
3. Сөйлеушімен бірге олар проблеманы нақты тұжырымдап, міндет қояды.
4. Одан кейін мәселені бірлесіп шешуге кіріседі, шешімін табады.

Проблеманың тұжырымы мынадай элементтерді қамтуы тиіс:

1. белгілі нәрсені констатациялау және оған қоса танымдық қайшылықты көрсету;
2. қайшылықты жағдайдан туындайтын сұрақтар түрінде берілген белгісіздік;
3. проблеманы шешу шарттары.

Сөйлеу мәтінімен жұмыс

Сөйлеу мәтінін жазуға барлық материал жиналып, сөйлеудің құрылымы ойластырылып, жоспары жасалғаннан кейін ғана кіріскен жөн. Сөйлеу мәтінін тақырыпқа кіріспеден бастаған дұрыс. Одан әрі негізгі бөлімге өтуді қамтамасыз ететін сөйлемдерді ойластырып, қағазға түсіру қажет. Тыңдаушыларға ойша жүгініп, оларды қызықтыратын баяндау тәсілін және тақырыпқа, аудиторияның ерекшелігіне, сөйлеу жағдайына барынша сәйкес келетін сөйлеу стилін таңдаған жөн.

Негізгі идеяны әсерлі әрі нанымды ашу үшін қандай сандарды, деректерді, мысалдар мен дәйексөздерді қолдану керектігін, оларды қалай ұсыну қажет екенін алдын ала ойластыру керек. Сөйлеудің бір бөлігінен екінші бөлігіне өтетін байланыстарға, яғни өтпелі тұстарға ерекше назар аудару қажет.

Қорытынды бөлімде, әдетте, айтылған ойлар жинақталып, тұжырым жасалады немесе материал қысқаша қайталаынады. Сөйлеуді аяқтау үшін әсерлі дәйексөз, афористік ой немесе кездесу қатысушыларына арналған тілек айтқан тиімді. Алғашқы сөйлемдері қорытындымен өзара байланысқан (яғни, рамкалық құрылымдағы) баяндамалар тыңдаушыларға жақсы әсер қалдырып, есте ұзақ сақталады.

9.4. Тыңдаушылардың зейінін белсендендіру

Аудиторияның ерікті зейінін аудару және оны ұзақ уақыт сақтап тұру, тыңдаушылардың баяндамашының сөзіне қызығушылығын ояту үшін сөйлеуші мәселені (материалды) терең білуі, аудиториямен қарым-қатынас жасай алуы, сөйлеу мәдениетін меңгеруі, оптимистік көңіл күйі мен өмірге құштарлығы, жеке тартымдылығы және жақсы әдебі болуы қажет [4: 244–245].

Тыңдаушылардың зейінін белсендіру келесі тәсілдер арқылы жүзеге асады:

а) Сөйлеу құрылымын көрсететін когезивті құралдарды қолдану арқылы:

алдымен...; енді ... туралы; соңында ... туралы; қорытындылай келе мынаны атап өткім келеді...

Біздің кәсіпорынның құрылу тарихынан бастауға рұқсат етіңіздер...;

Егер қарсы болмасаңыздар, инвестициялық компаниямызды құру жобасынан бастайын...;

Енді жоспарларымыздың жүзеге асырылуы туралы айтып өтейін...;

Бүгінгі жағдайға қатысты...;

Жоспарларымыз жөнінде бірнеше сөз...;

Қорытындылай келе, үміт білдіруге рұқсат етіңіздер...;

Сөз соңында сенім білдіргім келеді...

б) Монологты диалогтандыру.

Диалог формасы ашық та, жасырын да болуы мүмкін. Ашық диалог – аудиториямен сұрақ-жауап түріндегі қарым-қатынас жүйесі. Ол көпшілік алдында сөйлеуде сирек қолданылады. Ал көпшілікке арналған сөздерде диалогтың жасырын түрлері жиі кездеседі: өзіне-өзі қойылатын сұрақтар, жанама және тұспалды сұрақтар.

Мысалы: *Сіздер, сірә, бұрыннан білетін шығарсыздар...; Байланыстың жаңа түрлерінің танымалдығы туралы не айтуға болады – олардың болашағы зор, олар коммуникация нарығын қарқынды түрде жаулап алуда.*

с) Аванстау, яғни тыңдаушыларды қызықтыратын маңызды ойды, идеяны немесе кейбір деректерді әдейі кейінге қалдыру. Бұл жағдайда сөйлеуші алдымен белгілі бір фактіні атап өтіп, кейін былай дейді:

Бірақ бұл туралы сәл кейінірек айтамыз...;

Бұл жөнінде кейінірек толығырақ тоқталамын...;

Бұл мәселеге сәл кейінірек қайта ораламыз...

д) Маңызды ақпаратты акценттеу.

Ақпаратты ерекшелеу сөйлеу қарқынын, ырғағын өзгерту, кідіріс жасау, интонацияны пайдалану арқылы жүзеге асады. Бірсарынды, эмоциясыз баяндау кезінде тыңдаушылардың зейін деңгейі айтарлықтай төмендейді. Көпшілік алдында сөйлеу барысында «вокалдық спиральды» қолдануға болады – яғни сөз соңына қарай дауыс күшін және баяндау темпераментін біртіндеп арттыру.

е) Буклеттерді, өнім үлгілерін, тауарларды көрсету арқылы;

ф) Әзілді қолдану.

Әзілге құрылған шағын ескертпелер жалпы көңіл күйге зиянын тигізбейді, керісінше аудиторияның назарын аударып, шешенге деген симпатиясын арттыруға көмектеседі.

Сөз мәтінін құрастыру кезінде бір жайтты ескеру қажет: тыңдаушыларға сөйлеудің екінші жартысы алғашқы бөлігіне қарағанда екі есе ұзақ болып сезіледі. О. Эрнст атап өткендей, салтанатты сөздің соңғы он минуты алғашқы он минутына қарағанда үш есе ұзаққа созылғандай әсер қалдырады. Сондықтан сөздің екінші бөлігін, баяндаманың жалпы ұзақтығына қарамастан, барынша жандандырып, мазмұнын әртараптандырып, тыңдаушыларға жеңіл қабылданатындай етіп құру қажет.

9.5. Оратор сөзіндегі логика

Ауызша сөйлеуге логиканың қоятын негізгі талаптары – оның айқындығы (анықтылығы), бірізділігі, қайшылықсыздығы және негізділігі болып табылады [1: 35–61].

Айтылымның анықтылық талабы тыңдаушылар баяндамашы қолданған барлық сөздер мен тіркестерді анық түсінуі тиіс екенін білдіреді. Ол үшін екіұшты мағына беретін сөйлемдерді қолданбау, көпмағыналы немесе

аудиторияға түсініксіз сөздердің мағынасын түсіндіру, күрделі ұғымдарға анықтама беру қажет.

Ғылыми анықтаманың негізгі ережелерін қарастырайық:

1. Анықталатын және анықтайтын ұғымдар көлемі жағынан тең (сәйкес) болуы тиіс. Анықтаманың сәйкессіздігі тектік белгінің болмауынан немесе толық берілмеуінен туындайды. Егер тектік белгі мүлде көрсетілмесе, тым кең анықтама қатесі пайда болады, мұндайда анықталатын ұғымды «нақтылау қажет» деп айтылады. Мысалы: *«Пайда – кәсіпорын жұмысының көрсеткіші»*. Ал егер тектік белгі шектен тыс тар берілсе, тым тар анықтама қатесі туындайды. Мысалы: *«Банк – ақша қаражатын жинақтайтын мекеме»*. Бұл қатені анықтаманы толықтыру арқылы түзетуге болады: *«Банк – ақша қаражатын жинақтайтын, несие беретін және ақшалай есеп айырысуларды жүзеге асыратын мекеме»*.

2. Анықтама айқын әрі нақты болуы тиіс (анықтылық). Анықтамада белгісіз терминдер қолданылса (*«Социометрия – қолданбалы социология»*), не болмаса анықтама ретінде салыстыру немесе метафора пайдаланылса (*«Сәулет – қатып қалған музыка»*), анық еместік қатесі орын алады.

3. Анықталатын ұғым анықтайтын ұғым арқылы түсіндірілмеуі керек. Бұл жағдайда «анықтамадағы шеңбер» қатесі пайда болады: бір ұғым екіншісі арқылы, ал екіншісі қайтадан біріншісі арқылы түсіндіріледі. Мысалы: *«Жағымды нәрсе – бұл ләззат алу. Ал ләззат – бізге жағымды әсер сыйлайтын нәрсе»*. Бұл қатенің екінші түрі – «өзін-өзі арқылы анықтау»: *«Кәсіпкер – кәсіпкерлік қызметпен айналысатын адам»*.

Дұрыс ғылыми анықтамалар әдетте энциклопедиялық сөздіктерде беріледі. Алайда сөздік анықтамалар тірі ауызша сөйлеуде әрдайым қолайлы бола бермейді. Мұндай жағдайда ұғымды сипаттау әдісін қолданған жөн, яғни заттың немесе құбылыстың сыртқы белгілерін атау арқылы түсіндіру. Сипаттауды мінездеме берумен толықтыруға болады – нысанның маңызды белгілері мен қасиеттерін атап, оларды бағалау арқылы. Мысалы, компьютерлік курстар тыңдаушылары CD-ROM ұғымын түсінуі үшін алдымен оның сыртқы көрінісін сипаттап, кейін негізгі қасиеттерін атауға болады: жұмыс істеу режимі (оқу – жазу), жылдамдығы, пайдалану мерзімі.

Жаңа құбылыстармен бірге тілімізге оларды білдіретін шетелдік терминдер де енуде. Термин деп ғылымда, техникада, өнерде қолданылатын белгілі бір ұғымның дәл атауын айтамыз. Қазіргі таңда «менеджмент», «акция», «нарық» сияқты сөздер еркін қолданылады, алайда олардың нақты мағынасын бәрі бірдей дәл түсіне бермейді.

Терминнің мағынасын ашу үшін кейде оны қазақ тіліне тікелей аудару жеткілікті: *«перманентті»* – тұрақты, үздіксіз; *«менеджмент»* – басқару. Сондай-ақ терминнің мағынасын оның шығу тегін (этимологиясын) түсіндіру арқылы да ашуға болады. Мысалы, *«инфляция»* сөзі латынның *inflatio* – «ісіну» деген сөзінен, ал *«кредит»* латынның *credere* – «сену» деген сөзінен шыққан.

Терминді түсіндірудің тағы бір тәсілі – оны аудиторияға таныс синониммен алмастыру, мысалы: *«коммуникабельді, яғни қарым-қатынасқа бейім»*. Сонымен қатар әрқашан бір анықтау тәсілін екіншісімен толықтыруға дайын болу қажет, мысалы, ғылыми анықтаманы сипаттаумен немесе нақты мысалмен толықтыру.

Бірізділік талабы

Баяндаудың бірізділігі ең алдымен ойлардың логикалық байланысын білдіреді, яғни бір ой екіншісіне негіз қалайды. Логикалық бірізділік деп мазмұнның белгіліден белгісізге, қарапайымнан күрделіге, тыңдаушыға таныс әрі жақын құбылыстарды сипаттаудан алысырақ, күрделірек мәселелерге қарай өрбуін айтамыз.

Әрбір келесі мәселе алдыңғысынан логикалық түрде туындап отыруы тиіс. Тақырыпты сұрақтарға бөлудің негізгі ережелерін есте сақтайық:

1. Тақырыпты сұрақтарға (қажет болған жағдайда сұрақшаларға) бөлуде бір маңызды белгі табу қажет.

2. Сұрақтар баяндаманың негізгі идеясын ашуы тиіс, артық сұрақтар болмауы керек.

3. Бөлудің үздіксіздігі сақталуы, сұрақтар мен сұрақшалар дұрыс ажыратылуы қажет.

4. Сұрақтар бір-бірімен қабаттаспауға тиіс, яғни бір мәселе әртүрлі сұрақтарда қайталанбауы керек.

Егер тақырып жіктеуге келмейтін затқа немесе құбылысқа арналса, 1-ереже былайша тұжырымдалады: тақырыпты ашудың қолайлы тәсілін табу қажет. Мысалы, тақырып – фирманың қызметі туралы әңгіме болса, келесі тәсілдерді қолдануға болады:

– тарихи тәсіл – фирманың құрылу тарихы, қазіргі қызметі, болашақтағы перспективалары;

– логикалық тәсіл – құрылымы мен қызмет бағыттарын жүйелі түрде баяндау;

– психологиялық тәсіл – ұжым, қызметкерлер арасындағы қарым-қатынас туралы әңгімелеу.

Бір тәсіл аясында тақырыпты ашудың өзге де қырларын ұсынуға болады. Жоспардың негізгі сұрақтары тақырыпты ашудың басты бағытына сәйкес келеді, ал қосымша сұрақтар басқа тәсіл шеңберінде берілуі мүмкін.

Баяндаудың бірізділігі оратордың ойлауын тәртіпке келтіреді, ең күрделі мәселелердің өзін айқын етеді және тыңдаушыларға эстетикалық ләззат сыйлай алады.

Қайшылықсыздық талабы

Баяндаудың қайшылықсыздығы дегеніміз – белгілі бір құбылыс туралы белгілі бір уақытта және белгілі бір тұрғыдан айтылған пікірді кейін теріске шығармау. Мысалы, баяндамашы бір сөзінде: *«Нарыққа көшу үшін жеке меншік қажет емес»* деп айтып, аз уақыттан соң *«Жеке меншіксіз нарықтық реформалар мүмкін емес»* десе, бұл – айқын қайшылық. Мұндай

қайшылықтар баяндамашының беделін түсіріп, оның барлық еңбегін зая кетіреді.

Негізділік талабы

Негізділік талабы тыңдаушыларды бір нәрсеге иландыру немесе белгілі бір әрекетке ынталандыру қажет болған жағдайда ерекше маңызды. Пікірді логикалық тұрғыдан қалай негіздеуге болады? Ол үшін сөзді дәлелдің логикалық құрылымын ескере отырып құру қажет. Дәлелдеу үш элементтен тұрады:

1. **Тезис** – негізделетін ой. Тезис *«Біз нені дәлелдейміз?»* деген сұраққа жауап береді. Тезис барынша нақты болуы тиіс. Жалпылама түрде айтылған тезис қате болуы мүмкін. Мысалы: *«Ғалымдар өмірден алыақ»* немесе *«Барлық кәсіпкерлер – алаяқтар»*.

2. **Аргументтер (дәлелдер)** – тезисті негіздейтін уәждер. Олар *«Немен дәлелдейміз?»* деген сұраққа жауап береді. Дәлелдер ретінде фактілер жиынтығы, статистикалық мәліметтер, теориялық тұжырымдар (заңдар, аксиомалар, постулаттар) және т.б. қолданылуы мүмкін.

3. **Негізділіктің үшінші элементі – демонстрация**, яғни келтірілген аргументтерден тезистің қалай туындайтынын көрсету. Демонстрация *«Қалай дәлелдейміз?»* деген сұраққа жауап береді.

Дәлелдеуді тікелей (бақылау арқылы) және жанама (пайымдау, логикалық қорытындылар жасау арқылы) жүзеге асыруға болады.

Аргументтерге қойылатын логикалық талаптар

Бірінші талап – аргументтер тезиске тікелей қатысты болуы тиіс. Әйтпесе бастапқы ойдан мүлде алыс нәрсені «дәлелдеп» шығу қаупі бар.

Екінші талап – аргументтер шынайы, яғни бұрын дәлелденген болуы қажет. Бұл талап бұзылған жағдайда жалған негіз қатесі (егер аргумент әдейі жалған болса) немесе алдын ала жорамалдау қатесі (егер аргумент ешкім тарапынан дәлелденбеген болса) пайда болады.

Үшінші талап – аргументтер тезистен тәуелсіз түрде негізделуі тиіс. Егер олай болмаса, «дәлелдеудегі шеңбер» қатесі туындайды. Мысалы: *«Педагогикалық жоғары оқу орындары түлектерінің дайындық деңгейінің төмендігі жалпы білім беретін мектептердегі талапкерлердің нашар дайындығымен түсіндіріледі»*. Ал бұл ретте: *«Жалпы білім беретін мектептердегі оқыту деңгейінің төмен болуы педагогикалық жоғары оқу орындарындағы мұғалімдер дайындығының әлсіздігімен байланысты»* деп айту – дәлелдеудегі шеңберге әкеледі.

Төртінші талап – аргументтер қорытынды жасауға жеткілікті болуы тиіс, яғни олардан белгілі бір тұжырым жасау міндетті түрде туындауы керек. Әйтпесе «қорытынды шықпайды» деген қате орын алады. Мысалы, бұрын үлгерімі нашар болған кейбір оқушылардың кейін кәсіпкер атанғаны бизнес саласында табысқа жету үшін білімнің қажет еместігін дәлелдей алмайды.

9.6. Көпшілік алдында сөйлеген сөздің нанымдылығы

Сөйлеудің нанымдылығы қандай құралдар арқылы жүзеге асатынын талдап көрейік. Қоғамдық сөйлеудің нанымдылығы туралы айтқанда, тек оның мазмұнын ғана емес, психологиялық әсер ету деңгейін де ескеру қажет.

Қоғамдық сөздің мазмұндық нанымдылығы сөйлеуді нақты деректермен, фактілік материалмен байыту және стилистикалық құралдарды тиімді қолдану арқылы қамтамасыз етіледі. Алайда сөйлеудің нанымдылығы тек қатаң логикалық дәлелдеулер арқылы ғана жүзеге аспайды. А.И. Герценнің: *«Адам сенгісі келмесе, логикамен қаншалықты аз нәрсе дәлелдеуге болады»* деген сөзі осыны айқын көрсетеді. Демек, тыңдаушыларды иландыру үшін тек ақыл-ойына ғана емес, олардың сезіміне де әсер ету қажет.

Иландыру әсерінің табысты болуы үшін аргументтер мынадай психологиялық талаптарға сай болуы тиіс:

- эмоциялық тұрғыдан маңызды болуы (мысалы, тыңдаушыларда жақсы көріну, заман талабына сай болу сияқты ниеттерді оятуы);
- түсінікті болуы;
- беделді болуы;
- тыңдаушыларға жақын болуы (олардың жеке тәжірибесімен байланысты болуы);
- қабылдауға болатын болуы (олардың көзқарасына, талғамына, әдеттеріне қайшы келмеуі);
- көрнекі болуы.

Ежелгі заманнан белгілі «тұлғаға сүйену аргументі», «көпшілікке сүйену аргументі», «беделге сүйену аргументі» иландыру күшімен ерекшеленеді.

Тұлғаға сүйену аргументі – талқыланып отырған идея немесе ұсыныс иесінің жеке қасиеттеріне, іс-әрекетіне сілтеме жасау (білімі, мол тәжірибесі, ғылыми дәрежесі және т.б.). Мұндай аргументтер өз алдына идеяның маңызын дәлелдемегенімен, нақты фактілермен және басқа логикалық дәлелдермен ұштасқанда күшті психологиялық әсер береді.

Көпшілікке сүйену аргументі (қоғамдық пікірге сілтеме). Логика тұрғысынан *«бәрі солай істейді»* немесе *«бұл ешкімге ұнамайды»* деген уәждер дәлел болып саналмайды, бірақ олар айтарлықтай психологиялық ықпал етеді. Мұндай уәждің әсері адамдардың белгілі бір әлеуметтік топқа кіріп, оның қолдауына ие болуға деген табиғи қажеттілігіне негізделеді.

Беделге сүйену аргументі де иландырушы сипатқа ие. Маңызды тұлғаның тәжірибесіне, пікіріне немесе мінез-құлқына сілтеме жасау тыңдаушылар үшін өте сенімді естіледі.

Ақпараттың нанымды шығуы үшін илантыру тәсілдерін де қолдануға болады. Фактілерді салыстыру және қарама-қарсы қою тәсілі қабылдаудағы «контраст» заңына негізделеді: қарама-қарсы қасиеттерді қатар немесе кезекпен қабылдау әсерді күшейтеді. Сондықтан белгілі бір фактінің ықпалы оны қарсы мәндес деректермен салыстырғанда арта түседі.

9.7. Оратор тұлғасы

Жақсы оратор болу үшін жалпы және арнайы қабілеттер қажет. Жалпы қабілеттер табиғи бейімділіктен қалыптасады. Оларға жүйке жүйесінің ерекшеліктері, ми қызметінің функционалдық мүмкіндіктері, ағзаның құрылысы (дауыс байламдары, қозғалыс аппараты және т.б.) жатады. Жалпы қабілеттер – адамның психикасының интеллектуалды және басқа да ерекшеліктерінің тиімді үйлесуі, бұл көптеген іс-әрекеттер үшін маңызды. Интеллектуалды қабілеттерді дамыту үшін жүйке процестерінің қозғыштығы, қозғалғыштығы, жүйке байланыстарының жылдам түзілуі маңызды.

Ораторға келесі жалпы қабілеттер қажет: дамыған ерікті назар, оның тез ауысуы мен айқын бөлінуі, жоғары концентрация, жақсы көрнекі және логикалық есте сақтау, тапқырлық, икемділік, ойдың тереңдігі мен кеңдігі және т.б.

Ораторға арнайы қабілеттер де қажет:

- Бақылау қабілеті – қоршаған шындықты, оқиғаларды, фактілерді дұрыс және толық қабылдауға, маңыздысын бөліп алуға, аудиторияның жағдайын дұрыс бағалап, соған сәйкес әрекет етуге мүмкіндік береді;
- Дамыған ойлау – ораторға логикалық ойлауға, ақпаратты талдауға, құбылыстың мәніне үңілуге, тақырыпты терең, жүйелі және мақсатты баяндауға мүмкіндік береді;
- Тәуелсіз ойлау – оратордың қажетті қасиеті, ол әртүрлі ақпарат көздеріне сын тұрғысынан қарауға, өз пікірін және бағасын аудиторияның талқысына шығаруға мүмкіндік береді, бұл әрқашан құрметке лайық;
- Шығармашылық қиял – ораторға баяндап отырған жағдайға енуге, оны көрнекі және бейнелі түрде жеткізуге көмектеседі;
- Күшті эмоционалды сезімге қабілеттілік – тақырыпқа қызығушылықты, баяндаудың экспрессивтілігін қамтамасыз етеді, бұл тыңдаушыларға жағымды әсер етеді;
- Сөйлеу қабілеті – оратордың сөз мәдениетін, ойларын жанды, анық және әсерлі жеткізе білуін анықтайды.

Қабілеттер – оратор болудың қажетті, бірақ жеткілікті шарты емес. Басқаларға әсер ету үшін сөз алатын адамнан тұлға көргісі келеді. Шын мәнінде, тек тұлға ғана басқаларға әсер ете алады!

Идеал оратордың тұлғалық ерекшеліктері: ерекше дүниетаным, барлық болып жатқан оқиғалар мен жалпыадамзаттық мәселелерге қатыстылық, адамгершілік, адамдарға бағытталу. Типтік тұлғалық қасиеттер – тәуелсіздік және ойдың даралығы, шындықты шығармашылық қабылдау, ізгі ниет, ашықтық, өзіндік сенімділік, шыншылдық, сымбаттылық, артистизм, сондай-ақ еңбекқорлық, шыдамдылық, мықты ерік және белсенді мінез.

Бұл қасиеттер табиғаттан берілмейді, олар тәрбиелеу және өзін-өзі тәрбиелеу нәтижесінде қалыптасады.

Ораторға қажетті білімдер, дағдылар мен машықтар

Сөз сөйлесуге дайындалғанда ораторға диалектикалық және формальдық логика негіздерін білу қажет, бұл оның баяндамасының мазмұндық тұрғыдан терең, логикалық тұрғыдан дұрыс және негізделген болуын қамтамасыз етеді. Сондай-ақ, дайындық кезінде және сөйлеу барысында ораторға психологиялық білімдер қажет, олар тыңдаушылармен байланыс орнатуға, олардың назарын ұйымдастыруға және басқаруға көмектеседі.

Ойларын аудиторияға жеткізуге, сөйлеудің әсемдігімен әсер етуге ораторға сөз мәдениетін меңгеру көмектеседі. Оратордың дағдылары оған күрделі шығармашылық тапсырмаларды шешуге мүмкіндік береді: баяндаманың жоспарын әзірлеу, аудиториямен әртүрлі әдістемелік құралдар арқылы байланыс орнату және оны қолдау, сөйлеуді уақтылы аяқтау, сұрақтарға жауап беру. Ең күрделі дағдылардың бірі, және дәл осы жерде ораторлық шеберлік көрініс табады – аудиториямен бірлесіп ойлау, яғни аудитория оратордан кейін ойланады, үнсіз қалады, талқылайды, қорытынды шығарады. Бұл сөйлеуді солай жүргізу қабілеті, тыңдаушылар ораторды «ұмытып», сөйлеу аяқталған соң тек оратордың шеберлігін емес, көтерілген мәселені талқылайды дегенді білдіреді.

Оратордың машықтары – бұл көп рет қайталау нәтижесінде қалыптасқан интеллектуалды, қозғалыстық және сенсорлық әрекеттер, оларды орындау есте сақтау мен назарға көп күш салуды қажет етпейді, яғни дерлік автоматты түрде жүзеге асады. Бұл машықтарға мыналар жатады: құбылыстарды талдау, әдебиетті зерттеу, жазбалар жасау, сөйлеу кезінде назарды бөлу, аудитория алдында өзін-өзі бақылау және олардың назарын басқару, уақытты дұрыс пайдалану. Ең қажетті машықтардың бірі – ойларды жылдам қалыптастыру, сөз қорын толық пайдалану, сөздерді дұрыс айту және сөйлем құру.

Сонымен қатар, ораторға қажет коммуникативтік машықтарға кәсіби бақылағыштық, дауыс, мимика және қимылдарды меңгеру, өз мінез-құлқын басқару, эмоцияларын білдіру және басқару қабілеті, өзара әрекеттесу қабілеті жатады. Жалпы айтқанда, оратор болу үшін тұрақты сөйлеу тәжірибесі қажет. Қабілеттер, дағдылар және машықтар тек мақсатты әрекет барысында қалыптасып, жетіліп, дамиды.

Қорытынды

Көпшілік алдында сөз сөйлеудің ерекшелігі – ол бір уақытта адамдардың сана-сезімі мен еркіне әсер етіп, оларды белсенді әрекетке ынталандырады. Көпшілік алдында сөйлеу белгілі принциптерге сәйкес құрылады: қысқалық, тізбектілік, мақсаттылық, күшейту, нәтижелілік.

Дәстүрлі көпшілік алдында сөз сөйлеу құрылымы көбінесе мына бөлімдерден тұрады:

- Кіріспе – аудиториямен байланыс орнату және тыңдаушыларды тақырыпты қабылдауға дайындау үшін қажет;
- Негізгі бөлік – тақырыптың өзін баяндау.

Тақырыпты баяндаудың бірнеше тәсілі бар:

- Қадамдық – келесі сұрақ материалы алдыңғысына негізделеді;
- Концентрлік – белгілі құбылысты барлық қырынан қарастыру;
- Спиральдік – тақырыпты жалпы, салыстырмалы жеңіл түрде баяндаудан бастап, кейін қайтадан тереңдетіп талдау;
- Хронологиялық – процесті немесе құбылысты дамуы тұрғысынан қарастыру;
- Логикалық – құбылысты жүйелі-құрылымдық тұрғыдан қарастыру, тарихына жүгінбей;
- Дедуктивтік – жалпы қағидалардан нақты жағдайға өтіп, қорытынды шығару;
- Индуктивтік – фактілер мен құбылыстарды талдаудан жалпы қорытындыларға өту;
- Салыстыру, сәйкестендіру – құбылыстар, процестер немесе оқиғаларды салыстыру;
- Мәселені талдау.

Көпшілік алдында сөз сөйлеудің соңында айтылғандардың қорытындысы жасалып, жеке және жалпы тұжырымдар белгіленеді.

Көпшілік алдында сөйлеудің тиімділігі, басқа іскерлік қарым-қатынас формалары сияқты, көбіне алдыменгі дайындық сапасына байланысты, оған материал таңдау, композицияны ескере отырып жоспар әзірлеу, мәтінмен жұмыс кіреді.

Материалды жеткізу тәсілі (сөйлеу түрі) сөйлеу мақсатына (сипаттау, түсіндіру, ақпарат беру, сендіру, әрекетке ынталандыру және т.б.) және аудиторияның ерекшеліктеріне байланысты таңдалады. Сөйлеудің келесі түрлері ажыратылады: ақпараттық, агитациялық, ойын-сауықтық, ой қозғаушы сөздер.

Тыңдаушылардың назарын белсендіру үшін құралдарды шебер пайдалану, маңызды ақпаратқа акцент жасау, әртүрлі демонстрациялар, әзілдесу сияқты әдістер қолданылады.

Көпшілік алдында сөз сөйлеу мына логикалық талаптарға сай болуы тиіс: анықтық, тізбектілік, қайшылықсыздық, негізделгендік. Сөйлеудің сенімділігін қамтамасыз ету үшін сөз фактілік материалмен байытылуы, стильдік құралдардың қолданылуы, аргументация (адамға, аудиторияға, беделге), фактілерді салыстыру, ұлы адамдардың өмірінен мысалдар, кейде өз тәжірибесіне сілтеме қолдану қолданылады.

Көпшілік алдында сөз сөйлеу шеберлігін игеру үшін қажет: жалпы және арнайы қабілеттер (көбіне туғаннан бері берілген), ораторлық өнер көздерінен алынатын білімдер, әр адам үйрене алатын дағдылар мен машықтар.

Практикум

Тапсырма 1. Компания басшысы жылдық есеп жиналысында 20 минуттық баяндама жасады, бірақ тыңдаушылардың көпшілігі баяндаманың ортасында назарын жоғалтты.

1. Осы жағдайда қай принциптер сақталмағанын анықтаңыз (қысқалық, тізбектілік, мақсаттылық, күшейту, нәтижелілік).
2. Әр анықталған принцип бойынша нақты дәлел келтіріңіз.
3. Баяндаманы жақсарту үшін кемінде 3 ұсыныс жасаңыз.

Тапсырма 2. Тақырып: «Қонақ үй қызметтерінде цифрлық технологияларды енгізу»

1. Осы тақырып бойынша 10–12 минуттық іскерлік баяндамаға арналған:
 - кіріспені;
 - негізгі бөлімнің жоспарын (кемінде 3 логикалық тармақ);
 - қорытындыны құрастырыңыз.
2. Негізгі бөлімде қолданылатын баяндау тәсілін көрсетіңіз (логикалық, индуктивті, салыстырмалы, проблемалық және т.б.).
3. Қорытындыда қандай нәтижеге немесе әрекетке шақыру болатынын көрсетіңіз.

Тапсырма 3. Төмендегі жағдаяттарды талдаңыз:

- а) Университет оқытушысы студенттерге жаңа пәннің мазмұнын таныстырады.
- ә) Компания басшысы қызметкерлерді жаңа жобаға қатысуға ынталандырады.
- б) Форумда спикер кәсіби тәжірибесімен бөліседі.
 1. Әр жағдаятқа сәйкес сөз сөйлеу түрін анықтаңыз (ақпараттық, сендіруші, үгіттік, ойтолғау және т.б.).
 2. Таңдауыңызды негіздеңіз.
 3. Әр жағдаят үшін бір негізгі идея мен бір негізгі тезис тұжырымдаңыз.

Тапсырма 4. Тыңдаушылардың зейінін белсендірудің кемінде 5 тәсілін мәтіннен анықтаңыз.

1. Әр тәсілге іскерлік сөйлеуде қолдануға болатын нақты мысал сөйлем құрастырыңыз.
2. Егер аудитория шаршай бастаса, қай 2 тәсіл ең тиімді болады деп ойлайсыз? Себебін түсіндіріңіз.

Тапсырма 5. Тақырып: «Кәсіби коммуникация табысты мансаптың негізі»

1. Осы тақырып бойынша:
 - бір нақты тезис;
 - кемінде 2 аргумент;
 - аргументтерден тезистің қалай туындайтынын көрсететін демонстрация құрастырыңыз.

2. Аргументтердің логикалық талаптарға (шынайылық, жеткіліктілік, тәуелсіздік) сай келуін тексеріңіз.
3. Мәтін бойынша қандай логикалық қателерден аулақ болу керектігін атап көрсетіңіз.

9 тақырып бойынша өзін өзі бақылау тесті

1. Көпшілік алдында сөйлеу қандай принципке сүйене отырып құрылады:
 - a) қысқалық;
 - b) гуманизм;
 - c) оптимизм
2. Көпшілік алдында сөйлеудің нәтижелілік принципі нені білдіреді:
 - a) публичтік сөйлеудің нәтижесі қолжетімді болуы керек: құжат қабылдау, қандай да бір әрекет және т.б.;
 - b) сөйлеу тыңдаушыларға ұсынылатын қорытынды, әрекетке шақыру, ұсыныстарды қамтуы тиіс;
 - c) оратор аудиториямен байланыс орнатуы тиіс.
3. Көпшілік алдында сөз сөйлеуде кіріспе не үшін қажет:
 - a) сөйлеушінің психологиялық дайындығы үшін;
 - b) аудиторияның ерекшеліктерін бағалау үшін;
 - c) аудиториямен байланыс орнату және тыңдаушыларды тақырыпты қабылдауға дайындау үшін.
4. Тақырыпты баяндаудың, келесі сұрақ материалы алдыңғысына негізделетін тәсілі қалай аталады:
 - a) концентрлік;
 - b) қадамдық;
 - c) спиральдік
5. Көпшілік алдында сөйлеудің атауы қандай талаптарға сай болуы тиіс:
 - a) негізгі идеяны көрсету және аудитория үшін қызықты әрі тартымды болу;
 - b) ерекше және оригиналды болу;
 - c) қысқа және есте қаларлық болу.
6. Сендіруші сөйлеудің кезеңдерін дұрыс реттілікпен орналастырыңыз:
 - a) өз ұстанымын нақтылау;
 - b) қарама-қарсы пікірді жоққа шығару;
 - c) өз ұстанымын дәлелдеу немесе негіздеу.
7. Тыңдаушылардың назарын белсендіру қандай тәсілдер арқылы жүзеге асады:
 - a) оратордың жақсы әдепі мен сымбатты сыртқы көрінісі;
 - b) козетивтік құралдарды қолдану;

с) аудиториядағы тыныштық.

8. Қайшылықсыз баяндау талаптарының мәні неде:

- а) анықталатын және анықтайтын ұғымдар көлемі жағынан тең болуы тиіс;
- б) белгілі бір құбылыс туралы қандай да бір уақыт пен жағдай үшін айта отырып, оны жоққа шығару болмайды;
- с) ойлар арасындағы логикалық байланыс, бір ой екіншісін дайындайды.

9. Көпшілік алдында сөйлеуде келтірілген аргументтер аудитория үшін психологиялық жағынан сенімді болу үшін:

- а) статистикалық деректерге негізделуі тиіс;
- б) тыңдаушылардың жеке тәжірибесімен сәйкес болуы тиіс;
- с) аудиторияға басқа көздерден белгілі болуы тиіс.

10. Ораторға тән жеке қасиеттерді таңдаңыз:

- а) достық, ашықтық, өзін-өзі сенімділік, шынайылық, тартымдылық, артистизм;
- б) еңбекқорлық, төзімділік, мықты ерік, белсенді мінез;
- с) жоғарыда аталған барлық қасиеттер

Тақырып 10. Искер адамның имиджі

10.1. Имидж ұғымы

Ағылшын тіліндегі “*image*” сөзі қазақшада «кескін, бейне» дегенді білдіреді. Әр адам басқаларда өзіне қатысты белгілі бір түсінік тудырады, яғни жеке имидж деп атауға болатын бейне қалыптасады. Бұл бейне феноменалды, таң қалдыратын немесе жағымсыз болуы мүмкін.

Сонымен қатар, имидж – әлеуметтік құбылыс. Қандай да бір қоғамда белгілі бір әлеуметтік мәртебесі немесе кәсібі бар адамның қалай көрінуі және қалай әрекет етуі керектігі туралы қалыптасқан түсініктер жиынтығы әрдайым бар: мұғалім, кәсіпкер, директор, саясаткер және т.б. Мұндай жағдайда кәсіби және әлеуметтік имидж туралы айтылады. Біз айтамыз: «Бұл сіздің имиджіңізге әсер етеді», «Өз имиджіңізді ойлаңыз» немесе «Сізге имиджіңізді өзгерту қажет» – егер адамның бейнесі оның кәсібі немесе қоғамдағы жағдайынан күтілетін әсерге сәйкес келмесе.

Имидж теориясы мен тәжірибесі арнайы ғылым – имиджология арқылы зерттеледі. Имиджді қалыптастырумен айналысатын мамандар имиджмейкерлер деп аталады.

Имиджология – сүйкімді көріністің негізгі аспектілерін көрсететін ғылым. Ол объектінің қалыптасқан бейнесі негізінде адамдардың белгілі бір тобында (имидж аудиториясында) пікір қалыптастыруға арналған.

Тұлға имиджінің анықтамасы

Тұлғаның имиджі – адамның психикасында қалыптасқан, оның тікелей байланысы немесе басқа адамдардан алынған ақпарат негізінде қалыптасқан адамдар тобындағы пікір. Шын мәнінде, адамның имиджі – бұл басқа адамдардың көз алдында оның қалай көрінетіні немесе ол туралы пікірлері.

Фирманың имиджі – фирмамен тікелей байланыс немесе басқа адамдардан алынған ақпарат негізінде қалыптасқан бейне. Фирманың имиджі – адамдардың көзіндегі ұйымның көрінісі және олар туралы пікір.

Тауардың имиджі – тауарды сатып алу, пайдалану кезінде немесе басқа адамдардың пікірі негізінде қалыптасқан бейне. Тауардың имиджі – бұл адамдардың көзіндегі тауардың көрінісі және ол туралы пікір.

Имидж түрлері

- Айна имиджі – біздің өзіміз туралы идеямызға тән сурет.
- Қалаған имидж – біз ұмтылатын бейне.
- Корпоративтік имидж – ұйымның жалпы имиджі.
- Мифологиялық имидж – қоғамда қалыптасқан мифтерге сәйкес көшбасшының бейнесі мен мінез-құлқын қалыптастыру.
- Жабық имидж – әр адам өзіне жеке нәрсе әкеле алатын, өзінің ерекшеліктерін көрсететін имидж (басшыларға тән).

Имидждің құрамдас бөліктері

1. Көрнекі имидж – дизайн, бренд символикасы және графикалық ақпарат арқылы визуалды сезімдерге мақсатты әсер ету.
2. Әлеуметтік имидж – ұйымның экономикалық, әлеуметтік және мәдени өміріндегі рөлін, әлеуметтік мақсаттарын көпшілікке көрсету.
3. Іскерлік имидж – іскерлік белсенділік субъектісі туралы идеяларды қалыптастыру (бедел, сату көлемі, нарықтағы үлесі, технологиялық инновациялар, тауарлардың әртүрлілігі, баға икемділігі). Іскерлік имидж салыстырмалы тұрақтылыққа ие.

Кескіннің маңызды сипаттамалары

- Белсенділігі және іскери серіктестерге әсер ету қабілеті;
- Ақпараттылығы – субъект туралы нақты ақпарат беру қабілеті;
- Рационалды және эмоционалды аспектілердің синтезі;
- Жеке таңбаларды біріктіру арқылы субъектінің тұтастығы;
- Ұсынудың даралануы;
- Хабардарлық – имидж туралы білім деңгейі;
- Динамизм, икемділік, нақты жағдайларда өзгеру мүмкіндігі;
- Салыстырмалы тұрақтылық және ситуациялық тәуелсіздік;
- Субъектінің жеке басы мен қабылдаушының әлеуметтік күтулеріне сәйкестік;
- Әлеуметтік-мәдени құндылықтармен үйлесім.

Имиджге қатысты ерекшеліктер

- Жас ұлғайған сайын имиджге қызығушылық төмендейді, қолданылатын белгілердің мәні өзгереді.

- Әйелдер ерлерге қарағанда имидж құруға көп көңіл бөледі және мотивациясы жоғары.

- Білім беру ортағында оқытушылар мен студенттер имидж құру мотивациясының иерархиясы, өмірлік құндылықтарды бағалау және имидждік белгілердің арсеналымен ерекшеленеді.

Іскер адамның имиджін құрайтын компоненттер – бұл оның тудыратын әсері және кәсіби қасиеттері [1].

Адамның тудыратын әсеріне мыналар ықпал етеді:

- сыртқы көрінісі;
- адамды қоршаған адамдар мен заттар;
- сөйлеу мәнері;
- әдет-ғұрыптары, қылықтары.

Іскер адамның сыртқы көрінісі маңызды рөл атқарады. Біз қандай әсер қалдырамыз – сол бізге деген қатынасқа әсер етеді.

Зерттеулер көрсеткендей, ең жағымды әсер қалдыратын адамдар – орта немесе ортадан жоғары бойлы, спорттық дене бітімі бар адамдар. Біздің елде тым толық адамдар тым арықтарға қарағанда сенімді серіктес ретінде қабылданады. Жақсы әсер қалдыратын іскер адамның арқасы тік, жүрісі сенімді әрі еркін болады.

Классикалық іскерлік киім және оның стилі

Классикалық іскерлік киімнің түстері белгілі бір гаммаға ие: барлық қоңыр реңктері, беж, сұр, қою көк немесе ашық көк, ақ, кейбір ерекше жағдайларда – қара.

Іскерлік киім үшін тік силуэт ұсынылады. Силуэт тікке қарағанда неғұрлым өзгеше болса (кеңейетін, қоңырау тәрізді), киім иесінің әлеуметтік мәртебесі қоршаған адамдар үшін соғұрлым төмен қабылданады.

Іскер адам костюміне тән қасиеттер: тазалық, матаның және тігістің сапасы, іскерлік стильге сәйкес келу. Іскерлік стильдің негізгі белгілері – талғампаздық, қатаңдылық, ыңғайлылық және практикалықтылық.

Шаш үлгісі тек қана ұқыпты емес, сонымен қатар әдемі болуы, сыртқы келбетке қызығушылықты білдіруі қажет. Іскер адамдар ыңғайлы аяқ киім киеді, әйелдер – орта биіктіктегі өкшелі туфли. Макияж сыртқы келбеттің артықшылықтарын көрсетіп, көзге шалына бермеуі керек.

Іскер әлемінде арзан сәндік әшекейлер жарамайды. Қымбат металдан жасалған қарапайым әшекейлер артықшылықты. Сырға – көзге шалына бермейтін кішкентай тасты болуы тиіс. Адамды қоршаған адамдар мен заттар кездейсоқ емес, олардың таңдауы кейде өзінен де көп нәрсе айтады: өмірлік ұстанымдарын, адамдарға және өзіне деген қатынасын көрсетеді.

Егер сіз сапалы және өзін сыйлайтын адам ретінде әсер қалдырғыңыз келсе, визиткаларыңыз, қолшатыр, портфель, дәптер, қалам сапалы болуы тиіс. Адамды қоршаған заттар оның имиджінің жалғасы болып саналады. Кабинет иесі үшін оның «Мен» бейнесін толықтыратын заттар – орындық, үстел және жалпы интерьер. Сіз қалдыратын әсер жұмыс істейтін кеңсеңіздің

дизайнына, ғимаратқа және тіпті қаланың аудандық орналасуына байланысты.

Іскер адамның сөйлеген сөзі жағымды әсер қалдырады, егер ол ойларын нақты әрі жүйелі жеткізсе, сөз таңдауында қиналмаса, сөздерді дұрыс, жеткілікті дауыс көлемімен және анық, табиғи интонациямен айтса, дауысы жағымды тембр мен биіктікте болса: ер адамдар – төмен тенор немесе баритон, әйелдер – меццо-сопрано немесе альт.

Іскер адамның әдепті манералары – тәрбиелі адамның әдеттері, мәдени мінез-құлық және іскерлік этикет ережелерін табиғи түрде сақтау. Сенімділік әсер қалдырады, бірақ өзін-өзі асыра бағалау немесе еркіндік әсері болмауы керек. Әбігерлік пен нервоздыққа жол берілмейді.

Адам жақсы әсер қалдырады, үйлесімді және табиғи көрінеді, егер оның мінез-құлқы, темпераменті, мінезі, тәрбиесі киіну стилімен және жалпы сыртқы келбетімен үйлессе. Мұндайда белгілі бір стиль туралы айтылады, ол адамның ерекшелігін көрсетеді.

Әйелдердің киім талғамын олардың темпераменті, мінезі және мінез-құлқымен салыстыра отырып, И. Крикунова «Өз имиджіңді жаса» кітабында жеті кең таралған стильді бөліп көрсетті:

- консервативтік;
- классикалық;
- экстраваганттық;
- эротикалық;
- спорттық-еркін;
- жұмбақ;
- пассивті-женственность.

Барлық аталған әйелдік стильдер іскерлік қарым-қатынаста бірдей жарамды емес. Классикалық және консервативтік стильдер іскерлік қарым-қатынас жүйесінде ең қолайлы болып есептеледі.

Іскерлік қасиеттер. Іскер адамның негізгі жағымды қасиеттері-адалдық, әдептілік, құзыреттілік, ұйымшылдық, міндеттілік (сөзге адалдық, ұқыптылық), ұстамдылық, кәсіпкерлік, жауапкершілік, ойлаудың кеңдігі мен жылдамдығы, тәрбиелік, қарым-қатынас, ізгі ниет, ақылдылық. Олардың барлығы бірдей маңызды және мағыналы.

10.2. Имидждің функциялары

Іскер адамдардың, мекеме немесе ұйымды таныстыратын өкілдердің репутациясы мен имиджі келіссөздер, келісімдер және сауда мәмілелерінің тиімділігін анықтайды. Жеке өкілдердің имиджінен фирманың жалпы имиджі қалыптасады (керісінше, жеке өкілдің имиджі фирманың имиджіне сәйкес болуы керек).

Имидж – тұрақты және баяу өзгеретін ұғым. Іскерлік ортада былай дейді: «Алдымен өз имиджіміз үшін жұмыс істейміз, кейін ол біз үшін жұмыс істейді». Бұл жақсы, өйткені оң репутацияға қол жеткізсеңіз, оны ұзақ уақыт

пайдалана аласыз; бірақ теріс жақтары да бар, себебі сәтсіз қалыптасқан имиджді өзгерту қиын.

Имидж келесі функцияларды атқарады:

- Номинативтік функция – фирманы, оның брендін танымал етуге, жағымды бейнені нақты өніммен немесе оның жетекшісімен байланыстыруға арналған.
- Эстетикалық функция – өнімнің (жетекші немесе ұйым арқылы) эмоционалды бейнесін айқындауға, оның сапалық құрамдастарын алдыңғы қатарға шығаруға бағытталған.
- Консервативтік функция – фирмалық кешеннің негізгі идеясын қорғауға арналған (сән үрдістері, жаңа қажеттіліктер мен сұраныстар, жаңа идеялардың әсерінен), дәстүрлі тұтынушылардың жаңа ұрпақтарына бір мақсатты сақтау мүмкіндігін қамтамасыз етеді.
- Адрестік функция – имиджді белгілі бір мақсатты аудиториямен байланыстыруға арналған [7: 193].

Имидждің негізгі міндеттері:

1. Имиджді насихаттау (мақсатты аудиторияда қалыптасқан имиджді жылжыту);
2. Репутацияны түзету (мақсатты аудиторияда қалыптасқан бейнені корректтеу). Идеалды жағдайда имидж бен репутация сәйкес келеді.

10.3. Іскер адамның имиджін қалыптастыру

Жақсы әсер қалдыратын, сенімді және достық қарым-қатынастағы адам болып көріну, бірақ іс жүзінде олай болмау қиын. Имиджді жетілдіру – ең алдымен өзінді жетілдіруді білдіреді. Ішкі дүниесі мен сыртқы бейнесі арасындағы үйлесімсіздік әрдайым байқалады және жалғандық сезімін тудырады. Керісінше, гармония адамға жақындық тудырып, сенім қалыптастырады.

Имиджді жасау үшін бірнеше технологиялар бар, олар жаңа бастағандар мен тәжірибесі барлар үшін де қолданылады [5].

Мысалы, В. М. Шепель имиджді қалыптастыруды алты мини-технологиядан тұратын кезеңдік процесс деп қарастырады:

1. технологияны меңгерудің бастапқы шарттарын растау;
2. сыртқы көріністі «құру»;
3. «флюидтік сәулелену» (адамнан шығатын энергетикалық әсер);
4. риторикалық тәсілдерді жетілдіру;
5. барлық мини-технологияларды біртұтас жүйеге біріктіру.

Л. Браун өз әдістемесін іскер адамның имиджін құруда саладағы БАҚ рөлінің соңғы онжылдықта артқанын ескере отырып жасайды. Ол, ең алдымен, мына аспектілерді ескеруді ұсынады:

- сыртқы көрініс;
- дауыс;
- көпшілік алдында сөйлеу;
- теледидар камерасы алдында мінез-құлық;

- тұрақты форма мен бейнені сақтау.

Имиджді қалыптастыру бағдарламасы бес кезеңде қарастырылады:

1. Өзіңді тану – имидж жасаудан бұрын өзіңнің сыртқы деректеріңді объективті зерттеу.
2. Имидждің түс гаммасын анықтау.
3. Психологиялық портретті сыртқы бейнеге бейімдеу – мінез, темперамент, ішкі әлемін ескеру.
4. Имиджді таңдалған әлеуметтік рөліне сәйкестендіру – кез келген рөл сәйкес антуражды және «сахналық костюмді» қажет етеді. Көпшілігіміз өз өміріміздің «сахнасында» өзіміздің костюмеріміз боламыз.
5. Шаш үлгісі мен макияж жасау.

Зерттелген әдебиеттер негізінде ұсынылатын имидж қалыптастыру технологиясы мына қадамдарды қамтиды:

1. Бастапқы шарттарды анықтау – мақсаттар, уақыт, адамның дайындығы; оған арнайы сауалнама ұсынылады, оның көмегімен адам өз имиджін жетілдіру үшін қандай аспектілерге назар аудару керектігін анықтай алады.
2. Сыртқы бейнені түзету – киім, макияж, шаш үлгісі, қимыл, жүріс, мимиканы таңдау.
3. Коммуникативтік дағдыларды жетілдіру – көпшілік алдында сөйлеу, келіссөз жүргізу, әңгіме жүргізу өнерін дамыту.
4. Тиімді мінез-құлық техникасын меңгеру – мінез-құлық мәдениетін жетілдіру, жақсы әсер қалдыру өнерін меңгеру, даулы жағдайларда әрекет тактикасын зерттеу.
5. Денсаулықты сақтау заңдарын зерттеу – рационалды тамақтану, жүйелі спортпен айналысу, стресс пен кернеуді азайту әдістерін меңгеру.
6. Кәсіби шеберлікті жетілдіру және т.б.

Осылайша, біз имиджді қалыптастырудың бірнеше технологиясын қарастырдық. Әрине, олардың жиынтығы өзгеруі мүмкін, мазмұны толықтырылуы мүмкін. Ұсынылған топтаманы қосымша технологиялар енгізу арқылы кеңейтуге болады: БАҚ өкілдерімен қарым-қатынас әдістемесі, жеке дамуды жаттықтыру, теледидарда сөйлеу ережелері және басқа да аспектілер.

Қорытынды

Жоғарыда айтылғандарды қорытындылай келе, имидж – бұл адамның мақсатты түрде қалыптастырылатын бейнесі, ол басқаларға эмоционалды-психологиялық әсер ету арқылы қажетті әсер қалдыруға арналған.

Имиджді әлеуметтік құбылыс ретінде қарастырған жөн, өйткені әр қоғамда белгілі бір әлеуметтік мәртебесі немесе кәсібі бар адамның қалай көрінуі және қалай әрекет етуі керектігі туралы қалыптасқан түсініктер бар. Сол себепті жеке адамның имиджі оның өкіл болып табылатын фирма немесе ұйымның жалпы имиджімен үйлесуі керек.

Имидж келесі функцияларды атқарады:

- Номинативтік – танымалдық;

- Эстетикалық – эмоционалды бейне құру;
- Консервативтік – қорғау;
- Адрестік – белгілі бір аудиторияға бағытталған.

Іскер адамның имиджі – оның тудыратын әсері мен кәсіби қасиеттерінен тұрады. Басқаларға қалдыратын әсер оның сыртқы көрінісі, сөйлеу мәнері, әдет-ғұрыптары, қоршаған заттар мен адамдарға байланысты. Іскерлік қатынаста классикалық және консервативтік киім стильдері ең қолайлы болып есептеледі. Имидж шаш үлгісі мен макияжға, аяқ киімге және басқа да сыртқы элементтерге талап қояды.

Іскерлік қасиеттерге әдетте мыналар жатады: адалдық, парасаттылық, біліктілік, ұйымдастырушылық, міндеттілік (уәде сөзін сақтау, уақыттылық), өзін-өзі ұстау, кәсіпкерлік қабілет, жауапкершілік, ойлау шапшаңдығы мен кеңдігі, тәрбиелілік, коммуникабельділік, достық қарым-қатынас, мәдениеттілік.

Тартымды іскерлік имиджді қалыптастыру үшін алдымен өз қабілеттерін, жеке қасиеттерін талдап, қай бағытта жұмыс жасау керектігін анықтау қажет; сыртқы бейнені және мінез-құлықты түзету, мінез-құлық мәдениеті мен риторикалық шеберлікті дамыту керек. Қазіргі іскер адамның имиджінің маңызды құрамдас бөлігі – дені сау өмір салты, сондықтан рационалды тамақтанып, спортпен айналысу, зиянды әдеттерден бас тарту қажет.

Имидждің сыртқы құрамдас бөліктерін қалыптастыра отырып, ішкі компоненттерін де ескеру керек: ойлау тәсілі, кәсіби деңгейі, қызығушылықтары, құндылықтары, хобби және т.б. Имидж тек адамға шынайы «мәнін» көрсеткен жағдайда ғана сенімді және әсерлі болады.

Практикум

Тапсырма 1.

1. Іскер адамның имиджін құрайтын сыртқы және ішкі компоненттерді екі топқа бөліп жазыңыз.
2. Әр компоненттің іскерлік қарым-қатынастағы рөліне нақты мысал келтіріңіз.
3. Қандай компоненттер қысқа мерзімде, ал қайсысы ұзақ мерзімде қалыптасады? Неліктен?

Тапсырма 2. Компания халықаралық серіктестермен келіссөз жүргізуге дайындалып жатыр.

1. Осы жағдайда имидждің номинативтік, эстетикалық, консервативтік және адрестік функциялары қалай іске асуы керек?
2. Әр функция бойынша нақты әрекеттерді (киім, мінез-құлық, коммуникация) сипаттаңыз.
3. Егер осы функциялардың бірі ескерілмесе, қандай тәуекелдер туындайды?

Тапсырма 3.

Әйелдердің киім стилдерінің (консервативтік, классикалық, экстраваганттық және т.б.) ішінен:

- іскерлік келіссөзге;
- көпшілік алдында баяндама жасауға;
- бейресми іскерлік кездесуге

ең қолайлысын таңдаңыз.

2. Таңдауыңызды имидж талаптары тұрғысынан негіздеңіз.

3. Таңдалған стильдің қандай элементтері іскерлік қарым-қатынасты қиындатуы мүмкін?

Тапсырма 4. Жас менеджер үшін іскерлік имидж қалыптастыру бағдарламасын құрастырыңыз.

1. Мәтінде берілген кезеңдерді (өзін тану, сыртқы бейнені түзету, коммуникативтік дағдылар және т.б.) пайдаланып, 5–6 қадамнан тұратын жоспар жасаңыз.

2. Әр қадамға нақты әрекеттерді көрсетіңіз.

3. Қай кезең ең күрделі деп ойлайсыз? Себебін түсіндіріңіз.

Тапсырма 5.

1.«Имидж – баяу өзгертін, бірақ ұзақ әсер ететін құбылыс» деген пікірді түсіндіріңіз.

2.Имидж бен репутацияның сәйкес келмеуіне әкелетін кемінде 3 себепті атаңыз.

3.Теріс имиджі қалыптасқан іскер адам үшін репутацияны түзетудің 2 нақты стратегиясын ұсыныңыз.

10 тақырып бойынша өзін өзі бақылау тесті

1. Іскер адамның имиджінің құрамдас бөліктері:

- а) есте сақтау, зейін, ойлау;
- б) бойы, салмағы, қимыл тәртібі;
- с) тудыратын әсері және кәсіби қасиеттері

2. Адамның қалдыратын бірінші әсеріне әсер ететін факторлар:

- а) әсер қалдыруға деген тілегі;
- б) сыртқы көрінісі мен әдет-ғұрыптары;
- с) интеллектуалдық қабілеттері

3. Іскерлік имиджде қолдануға лайықты стильдер:

- а) консервативтік және классикалық;
- б) спорттық-еркін;
- с) экстраваганттық

4. Іскер адамның негізгі жеке қасиеттері:

- а) жауапкершілік және ұйымдастырушылық;
- б) тәрбиелілік және мәдениеттілік;
- с) а) және б) тармақтарында аталған қасиеттер

5. Имидж атқаратын функциялар:

- a) номинативтік;
- b) реттеуші;
- c) ұйымдастырушылық

6. Коммуникативтік дағдылар көмектеседі:

- a) интеллектуалдық қызметті жоғары деңгейде жүзеге асыруға;
- b) үлкен көлемдегі ақпаратты есте сақтауға;
- c) тұлғаралық қарым-қатынастың мәселелерін сәтті шешуге

7. Іскер адамның имиджін қалыптастыруда ең басты қадам:

- a) киім үлгісін таңдау;
- b) өз қабілеттері мен жеке қасиеттерін талдау;
- c) көпшілік алдында сөйлеуді үйрену

8. Іскер адамның сыртқы көрінісін бағалауға әсер ететін факторлар:

- a) дауыс, қимыл, мимика;
- b) тек киімнің бренді;
- c) тек бойы мен салмағы

9. Іскерлік имиджді сенімді ету үшін қажет:

- a) сыртқы бейнеге ғана көңіл бөлу;
- b) ішкі компоненттерін – ойлау стилі, құндылықтар, кәсіби деңгейін ескеру;
- c) тек әлеуметтік желіде белсенді болу

10. Іскер адам үшін зиянды әдеттерден бас тарту қажет, себебі:

- a) ол денсаулыққа және сыртқы көрініске әсер етеді;
- b) тек имиджге қатысты емес, тек өзіне пайдасы үшін;
- c) тек кәсіби шеберлікті арттыру үшін

Тақырып 11. Іскерлік қарым-қатынас құжаттары

11.1.Ресми іскери жазбаша сөйлеудің ерекшеліктері

Іскерлік коммуникация – ұйым қызметінің барлық саласын қамтитын маңызды басқару құралы. Ол құрылымдық бөлімшелердің үйлесімді жұмыс істеуін қамтамасыз етіп, еңбек өнімділігін арттыруға, стратегиялық мақсаттарға қол жеткізуге және іскери серіктестермен, бәсекелестермен, тұтынушылармен, жеткізушілермен және клиенттермен тиімді өзара әрекет орнатуға мүмкіндік береді. Тиімді коммуникациялық жүйе ұйым алдында тұрған көптеген мәселелерді шешуге жағдай жасайды. Сондықтан іскерлік қарым-қатынас дағдыларын меңгеру – кәсіби табыстың маңызды шарты.

Іскер адамның кәсіби қызметінде жазбаша қарым-қатынас ерекше орын алады. Әдетте, жазбаша байланыс адресат аумақтық тұрғыдан қашықта орналасқан және тікелей байланыс орнату қиын болған жағдайда

қолданылады. Қазіргі техникалық құралдар (электрондық пошта, мессенджерлер, факс және т.б.) жедел кері байланысты қамтамасыз етіп, жазбаша коммуникацияның тиімділігін арттырады. Дегенмен, жазбаша мәтін дауыс ырғағы мен ишараны толық жеткізе алмайды. Соған қарамастан, оның бірқатар маңызды артықшылықтары бар.

Біріншіден, жазбаша ақпарат ұзақ уақыт сақталады және қажет болған жағдайда құжат ретінде пайдаланылуы мүмкін. Бұл коммуникация үдерісін бақылауға және ресми дәлел ретінде қолдануға мүмкіндік береді.

Екіншіден, мәтінді дайындау барысында автор өз ойын саралап, құрылымдап, қажет жағдайда түзетулер енгізе алады. Сондықтан жазбаша хабарлама, әдетте, ауызша сөзге қарағанда нақты әрі жүйелі болады. Сонымен қатар адресат мәтінді өзіне қолайлы уақытта оқып, ойланып жауап бере алады, бұл жұмыс уақытын тиімді ұйымдастыруға ықпал етеді.

Үшіншіден, жазбаша қарым-қатынас эмоциялық әсерді азайтып, ақпаратты саналы қабылдауға мүмкіндік береді. Жазбаша мәтін автордың мәдени деңгейін, сауаттылығын және кәсіби құзыреттілігін айқындайды, сол арқылы оның іскерлік бейнесін қалыптастырады.

Сонымен бірге жазбаша коммуникацияның кемшіліктері де бар. Хабарламаның сапасыз құрастырылуы қосымша түсіндіруді қажет етіп, уақыт пен ресурстың артық шығынына әкеледі. Жазбаша мәтінде вербалды емес құралдар (интонация, мимика, ым-ишара) қолданылмайды, бұл кей жағдайда ақпараттың толық қабылданбауына себеп болуы мүмкін. Сондай-ақ хабарламаны дайындау, жіберу, қабылдау және сақтау белгілі бір уақыттық, қаржылық және материалдық шығындарды талап етеді.

Іскерлік қарым-қатынас мәдениетінде дәстүрлі түрде ауызша байланысқа басымдық беріледі, өйткені тікелей қарым-қатынас сенімдірек қабылданады. Алайда Батыс компанияларында жазбаша коммуникация іскерлік өзара әрекеттің негізгі нысандарының бірі болып саналады.

Басқару объектілері мен органдары бір-бірінен белгілі бір қашықтықта орналасқан жағдайда жазбаша іскерлік қарым-қатынасқа, яғни сыртқы іскерлік хат алмасуға қажеттілік туындайды. Сондай-ақ ұйымның ішінде ақпарат алмасуға арналған ішкі іскерлік хат алмасудың да қажеттілігі бар (мысалы, ұйымның құрылымдық бөлімшелері арасында).

Іскерлік хат алмасу арқылы ақпаратты жеткізу, нұсқаулар беру, бұрын берілген нұсқауларды немесе ақпаратты түзету және нақтылау, сондай-ақ ақпаратты жинау, өңдеу, жүйелеу және талдау жүзеге асырылады [9]. Ақпаратты жеткізудің мақсаты – екінші тарапты белгілі бір саладағы жағдай туралы хабардар ету және бұл ақпаратты шешім әзірлеу мен қабылдау процесінде пайдалану болып табылады.

Нұсқауларды жеткізудің мақсаты – екінші тараптың нақты бағыт пен белгіленген мерзімде белгілі бір әрекеттерді орындауын қамтамасыз ету.

Түзету мен нақтылау бұрын берілген ақпарат немесе нұсқаулар арқылы ішінара айқындалған оқиғалардың кейінгі дамуына ықпал ету мақсатында

жүзеге асырылады. Бұл ықпал оң болуы үшін түзету уақтылы жасалып, нақты мақсатқа бағытталуы тиіс.

Ақпаратты жинау, өңдеу, жүйелеу және талдау келесі басқарушылық шешімді немесе белгілі бір әрекеттерді жүзеге асыру үшін қажетті ақпараттың келесі бөлігін дайындау мақсатында жүргізіледі.

11.2. Іскерлік хат алмасуды құрайтын құжаттардың түрлері

Іскерлік хат алмасуды құрайтын қолданыстағы құжат түрлерін әртүрлі белгілер бойынша жіктеуге болады:

- Қолданылу орны бойынша (кәсіпорынның, ұйымның сыртқы және ішкі хат алмасуы);
- Жеткізу (тарату) тәсілдері бойынша: қарапайым немесе курьерлік пошта, техникалық құралдарды пайдалану (электрбайланыс, телефон, телефакс, интернет және т.б.);
- Орындау мерзімдері бойынша (шұғыл, мерзімді, қосалқы және т.б.);
- Функционалдық мақсаты бойынша (жалпы сипаттағы ақпарат алмасу, басқарушылық шешімдерді жеткізу және т.б.);
- Көлемі бойынша (үлкен, орташа және шағын);
- Шығу тегі бойынша (бастамашылық, жауап хаттар; шығыс және кіріс құжаттар; түпнұсқалар, көшірмелер);
- Мазмұнына қолжетімділік дәрежесі бойынша (құпия (жасырын), шектеулі немесе еркін қолжетімді) [9].

Іскерлік хат алмасуда ең көп таралған құжат түрлері төмендегідей.

Хат – кең ауқымды мәселелер бойынша дайындалатын және құжатталған ақпаратты құжат авторынан (әзірлеушіден) оны алушыға (адресатқа) жеткізуге арналған құжаттардың жалпылама атауы болып табылады. Іскерлік хаттардың шамамен 30-ға жуық түрі бар. Олардың қысқаша сипаттамасы келесі кестеде ұсынылады.

Кесте-1. Іскери хаттардың негізгі түрлері және олардың функциялары

Іскери хаттардың функциялары	Хаттардың түрлері
Жалпы іскерлік мақсаттағы ақпаратты беру	Хабарлама хат Ақпараттық хат Ілеспе хат
Нысаналы іскерлік мақсаттағы ақпаратты беру	Өтініш хат Сұрау хаты Растау хаты Ұсыныс хат Тікелей пошта хаты Тапсырыс хат Кепілдік хат Шағым хат (рекламация)
Көмекші іскерлік мақсаттағы ақпаратты беру	Хабарлама Еске салу хат

	Ескерту Құлақтандыру Имидждік хат Ұсыным хат Түйіндеме хат Үлгі хат
Өзге де іскерлік ақпаратты беру	Құттықтау хаты Шақыру хаты Кешірім хат Өкініш білдіру хаты Кету хаты Алғыс хат Теріс мазмұндағы хат Бас тарту хаты
Қатаң белгіленген әрекеттерді орындауға міндетті ақпаратты беру	Директива Бұйрық (өкім) Шешім Ұйғарым

Іскерлік хатты дайындау жөніндегі ұсынымдар

1. Іскерлік хаттың мақсатын алдын ала ойластырып алыңыз (оның қажетті екеніне көз жеткізе отырып).
2. Іскерлік хаттың мазмұнын әзірлеу үшін қажетті анықтамалық, статистикалық және басқа да материалдарды дайындаңыз.
3. Іскерлік хаттың мазмұнын айқындай отырып, оның қай бөлігі негізгі мәтінде, ал қай бөлігі қосымшаларда берілетінін шешіңіз. Қажет болған жағдайда қосымшаларды дайындауды қызметкерлерге тапсырыңыз.
4. Іскерлік хатты дайындау, рәсімдеу және жөнелту мерзімдері туралы осы міндеттер жүктелген қызметкерлерді хабардар етіңіз. Ең маңызды хаттардың орындалу мерзімін бақылауда ұстаңыз.

Қызметтік жазба – құжатталған ақпаратты тек кәсіпорын (ұйым) ішінде жеткізуге арналған хат. Қызметтік жазбаның ерекшелігі – оның бір мезгілде екі құжаттың: іскерлік хат пен өтініштің функцияларын біріктіруінде. Қызметтік жазбаның жалпы функционалдық мақсаты – бір кәсіпорынның қызметкерлері арасында жазбаша ақпаратпен жедел алмасуды қамтамасыз ету болып табылады. Қызметтік жазбалардың әртүрлі түрлеріне қысқаша сипаттама 2-кестеде берілген.

Кесте-2. Қызметтік жазбалардың функционалдық мақсатының ерекшеліктері

Қызметтік жазбаның түрі	Функционалды мақсаттың ерекшеліктері
Түсіндірме жазба	1. Басқа құжатты сүйемелдеу. 2. Құжатта сипатталған шаралар мен әсерлерді дайындау қажеттілігінің негіздемесі.

Ақпараттық жазба	1. Күнделікті қызметтің бірнеше өзара байланысты мәселелері бойынша жедел ақпараттандыру. 2. Басқа құжатқа деректерді дайындау (мысалы, есеп).
Баяндама жазбасы	1. Күнделікті қызметтің жеке мәселесі бойынша жедел ақпараттандыру. 2. Жұмыстағы кемшіліктерді анықтау, оларды жою бойынша ұсыныстар дайындау.
Аналитикалық жазба	1. Күнделікті қызметтің бір немесе бірнеше өзара байланысты мәселелері бойынша жедел хабарлау. 2. Істердің жай-күйін талдау, жағдайдың дамуын болжау.
Нақты жағдай бойынша қызметтік жазба	1. Кәсіпорын (ұйым) қызметінің кенеттен туындаған мәселесі бойынша жедел хабардар ету. 2. Оқиғаны (фактіні) алдын ала бағалау.
Істердің жай-күйі туралы жазба	1. Кәсіпорынның, ұйымның құрылымдық бөлімшесінде (жұмыстың өзге де дербес учаскесінде) істердің жай-күйі туралы жедел хабардар ету. 2. Жұмыс нәтижелерін бағалау, оны жетілдіру бойынша ұсыныстар енгізу.

Қызметтік жазбаның құрылымы

1. **Кіріспе бөлігі.** Мақсаты – құжат тақырыбымен адресатты таныстыру және оны дайындауға себеп болған жағдайларды түсіндіру.

2. **Негізгі бөлік** құрамына кіреді:

- басқарушылық шешім қабылдау, дайындау немесе іске асыруды қолдау (немесе қарсы болу) үшін аргументация, яғни шешімнің негіздемесі;
- аталған шешім қабылдауға, дайындауға және іске асыруға тікелей байланысты мәселелерді зерттеу нәтижелері;
- негіздемені қолдайтын есептеулер;
- ұсыныстар мен қорытындылар, күтілетін әсерді болжау.

Телеграмма

Телеграмма – электрбайланыс арналары арқылы жіберілетін және қабылданатын құжат. Телеграф қызметіне әдетте мына жағдайларда жүгінеді:

- «Жедел таратуды қажет ететін» ақпаратты, аз көлемді және ерекше маңызды ақпаратты дереу жеткізу қажет болғанда;
- күтпеген немесе критикалық жағдай туындаған кезде;

- телеграф байланысы құжатталған ақпаратты жеткізудің жалғыз қолжетімді арналары болғанда (ережелерге сәйкес дайындалып, жіберілген телеграммалар заңдық күшке ие).

Телеграмманың мазмұнын дайындау бойынша практикалық ұсынымдар

Мазмұнды дайындауда келесі ережелерді есте ұстаған жөн:

1. Мәтін көлемі ауыр болмауы тиіс (телеграмма мәтіні 300 сөзден аспауы керек).
2. Телеграмма қатаң ережелер бойынша дайындалады (қатаң формаланған бланк, қарапайым лексика қолданылады – буындар, шақ сөздер, септік сөздер, кіріспе сөздер қысқартылады).
3. Көбіне сөздік қысқартулар қолданылады, ал тыныс белгілері мен сандар жазбаша түрде беріледі.
4. Мәтіннің нақты құрылымы сақталуы тиіс – мекенжай, мәтін, жіберушінің қолы, қайтарым мекенжай.
5. Қолмен жазылады, жақсы оқылатын болуы керек, келісілмеген түзетулер немесе «әріп бойынша» түзетулер болмауы тиіс (мұның соңғысы мекенжай бөлігінде және сандарда мүлдем қабылданбайды).

Телефонограмма-телекс байланысы арналары арқылы берілген және қабылданған құжат. Бұл беруге белгілі бір ережелерді сақтай отырып дайындалған және (немесе) телекоммуникация арналары (оның ішінде радиотелефон байланысы) арқылы арналар арқылы жазылуға қабылданған қысқаша сөйлеу хабарын білдіреді. Белгілі бір мағынада телефонограмма-жеделхаттың бір түрі. Айырмашылық тек ақпаратты беру және қабылдау әдісінде.

Электрондық хат – арнайы құрылғылар (желі адаптерлері, карталар, модемдер) арқылы компьютерлерді бір-бірімен қосатын ақпараттық желі арналары арқылы жіберілетін және қабылданатын құжат.

Қазіргі кезде электрондық пошта іскерлік хат алмасуда әлі де қосалқы рөл атқарады, себебі:

- электрондық құжаттар әлі де заңдық күшке ие деп саналмайды;
- технологиялық тұрғыдан электрондық пошта басқа іскерлік хат алмасу құралдарынан күрделірек, себебі арнайы техникалық және бағдарламалық құралдарды қолдануды талап етеді;
- электрондық хат алмасу үшін делдалдардың (интернет-провайдерлер мен жеткізу қызметтері) көмегіне жүгіну қажет;
- интернетке қосылу қымбатқа түседі, әсіресе жоғары жылдамдықтағы қосылымдар үшін;
- кіріс электрондық пошталарда вирус қауіптері сақталады, бұл адресаттардың компьютеріне және сақталған деректеріне зиян тигізуі мүмкін;
- күтілетін іскерлік хаттармен бірге көп мөлшерде спам – жарнамалық мазмұндағы хабарламалар келеді, оларды сұрыптау көп уақыт алады.

Алайда электрондық поштада айқын артықшылықтар бар:

- уақыт үнемдеу (бірнеше секундта үлкен көлемдегі ақпаратты ұзақ қашықтыққа жеткізуге болады);
- мәтіндік, статистикалық, кара-ақ ақпараттан бөлек, түсті фото және видео құжаттарды, сондай-ақ дыбыстық материалдарды алмасу мүмкіндігі бар;
- электрондық пошта қолжетімді бола бастады – e-mail хабар алмасу үшін жұмыс орнында компьютер болмауы да мүмкін, себебі ноутбук, планшет, мобильді телефон сымсыз технологиялар арқылы виртуалды кеңістікпен өзара әрекеттесе алады.

Электрондық хат мазмұнын дайындау бойынша практикалық ұсынымдар

1. Құпиялықты сақтаңыз

- Хат алмасу барысында пошта жәшігіңізге кіру үшін қолданылатын парольді құпия сақтап, оны мезгіл-мезгіл өзгертіңіз;
- Іскерлік электрондық хаттарда құпия ақпаратты пайдаланудан бас тартыңыз – бұл өзіңізге, ұйымға және іскер серіктестеріңізге өмірді жеңілдетеді.

2. Поштаны спам мен қажетсіз ақпараттан қорғаңыз

- Жұмыс барысында өз кәсіби қызметіңізге қатысы жоқ веб-беттерге кірмеңіз;
- Интернетпен жұмыс істейтін браузер бағдарламасында электрондық сүзгілерді орнатыңыз;
- Электрондық пошта мекенжайын бәріне жарияламаңыз, тек тұрақты іскерлік қатынасы бар адамдарға рұқсат етіңіз.

3. Электрондық мекенжайлар кітапшасын ретте ұстаңыз

- Жаңа адрес жазбаларын уақытында енгізіңіз, e-mail мекенжайдың дұрыс жазылуын тексеріңіз;
- Байланысты тоқтатқан абоненттердің мәліметтерін уақытында жойыңыз;
- Ұқсас қысқартылған атауларды қолданбаңыз, хат адресациясында қателіктер болмас үшін.

4. Ыңғайлы хат алмасу жағдайларын құрыңыз

- Хатты жазуда асықпаңыз, әсіресе адрес, хат тақырыбы мен респондентке сәлемдесуді дұрыс дайындауға көңіл бөліңіз;
- Жедел ақпарат жібергенде адресатқа жауап беруге жеткілікті уақыт қалдырыңыз;
- Ұзын мәтінді хат жазудан аулақ болыңыз, тек қажетті ақпаратты ғана қосыңыз;
- Қосымша файл ретінде тек электрондық пошта арқылы басқа жолмен жіберуге болмайтын ақпаратты жіберіңіз, файл көлемін азайтуға мүмкіндік болса (мысалы, архивтеу бағдарламаларын қолданыңыз).

Электрондық хаттың ерекшелігі – мәтінінде дәстүрлі сөздік бірліктермен қатар, кең таралған тіркестер мен идиомаларды қысқартылған ағылшын тіліндегі нұсқалары арқылы рационалды жазуға мүмкіндік беру.

Анықтама

Анықтама – белгілі бір фактілерді, оқиғаларды сипаттайтын немесе растайтын құжат.

Кәдімгі жағдайда анықтама келесі ақпаратты растайды немесе сипаттайды:

- қызметкер немесе үшінші тұлғалар туралы деректер (аты-жөні, туған күні мен жері, жұмыс өтілі – атқарып отырған қызметінде, аталмыш ұйымдағы немесе жалпы еңбек өтілі),
- білім туралы мәліметтер,
- белгілі бір жеңілдіктерді алу негіздері және т.б.

Барлық жағдайда анықтамада көрсетілген ақпарат шындыққа сай болуы тиіс.

Анықтаманың мазмұны оның функционалдық мақсаттарына байланысты анықталады және нақты расталуы тиіс деректерді қамтиды. Жалпы алғанда, анықтаманың мазмұнында көрсетілуі тиіс:

- құжат берілген қызметкер туралы деректер, оның жеке басын дұрыс сәйкестендіруге мүмкіндік беретін;
- расталуы немесе сипатталуы тиіс ақпарат;
- анықтама берілу негіздері;
- анықтаманың қандай мақсатта берілгені;
- анықтаманы берген тұлға туралы ақпарат.

Жоспарлар мен графиктер

Жоспар – атқарылуы тиіс жұмыстар немесе шаралардың тізімін, олардың орындалу мерзімдері мен орындаушыларын көрсететін құжат.

Жұмыс графигі – жоспарға сәйкес өткізілетін шаралардың негізгі уақыт көрсеткіштерін (күні, басталуы мен аяқталуы) анықтайтын құжат; кейде жеке шаралар үшін де жасалуы мүмкін. Жұмыс графигі тәуелсіз құжат ретінде немесе басқа құжатқа (мысалы, жоспарға) қосымша ретінде әзірленуі мүмкін.

Жұмысты жоспарлау алдын ала жүргізіледі. Бұл құжаттың мазмұнымен барлық мүдделі тараптар алдын ала танысуы керек дегенді білдіреді (жоспарланған шара басталғанға дейін бірнеше күн бұрын). Мысалы, жоспар бойынша нақты тапсырмалар берілетін қызметкерлер.

Жоспар (график) ресми күшіне бекіту күні енеді.

Жоспар (график) дайындау бойынша практикалық ұсынымдар

Жоспарлау үшін бастапқы мәліметтер қажет, соның ішінде:

- жоспарланған кезеңде орындалатын шаралар (тапсырмалар, міндеттер) құрамы мен мазмұны;
- мерзімдер – шаралардың басталуы, аяқталуы, ұзақтығы;
- шара өткізілетін орын;
- шараларды орындауға жауапты тұлғалар;

- шараларға жұмылдырылатын күштер мен құралдар;
- шаралардың орындалуын бақылау ерекшеліктері.

Ресми бекітілген жұмыс жоспарына сүйене отырып, ұйымның құрылымдық бөлімшелерінің жұмысы жоспарланады. Өз кезегінде құрылымдық бөлімшенің жұмыс жоспарына сүйене отырып, жеке (индивидуалды) жұмыс жоспарлары жасалады.

Жұмыс графиктері әдетте төмендегідей жағдайларда әзірленеді:

- басты жоспарланған көрсеткіш – шараны орындауға бөлінген уақыт;
- жоспарланған шараның әр кезеңін орындау уақытында нақтылау қажет болғанда;
- шараларды дұрыс орындау үшін реттілік немесе кезектілік қажет болғанда (мысалы, құрылымдық бөлімшелер немесе қызметкерлер үшін);
- бұл талап ұйым құжаттарында немесе басшылық шешімдерінде көрсетілген;
- жоспар әзірлеу міндетті немесе мақсатқа сай болмаған барлық жағдайларда.

Есептер мен шолулар

Есеп (отчет) – орындалған тапсырмалар, шаралар және олардың жеке кезеңдері туралы мәліметтерді қамтитын құжат, ол ұйым басшысына немесе тиісті жоғары ұйымдастырушы органға ұсынылады.

Шолу (сводка) – қысқаша түрде белгілі бір қызмет түрін қысқа мерзімде (сағаттың бір бөлігі, ауысым, тәулік, апта, онкүндік) орындау нәтижелерін көрсететін құжат. Шолуда тек бір нақты қызмет түрінің немесе бір-бірімен технологиялық байланыстағы бірнеше қызмет түрінің орындалу нәтижелері көрсетілуі мүмкін.

Есептер мен шолуларды дайындау – ең алдымен олардың мазмұны мен рәсімделуі қатаң реттелген және көбінесе стандартты (бірізділенген) үлгілерге сәйкес, бланктерде (есеп формалары) жүргізіледі. Белгілі бір қызметтің орындалуы туралы есептің мазмұнын дайындауда дайын мәтіндік шаблондарды және алдын ала белгіленген кестелерді қолдану тән.

Хаттама

Хаттама – белгілі бір мәселелерді талқылау барысын және кейбір шараларды (мысалы, педагогикалық кеңес, аттестациялық комиссия және т.б. отырыстар) тіркейтін құжат. Шараларды (протокольдық іс-шараларды) хаттамалаудың міндеттілігі заңнамалық, нормативтік-құқықтық актілерге, ұйымдастырушылық және нұсқаулық құжаттарға, ұйым басшылығының нұсқауларына сәйкес анықталады.

Хаттама дайындауға практикалық ұсынымдар

Алдымен, хаттама қандай құжаттар негізінде дайындалатынын нақтылау қажет. Мұндай құжаттарға мыналар жатады:

- Протокольдық іс-шара барысында жасалған жазбалар, оның жалпы барысын көрсететін (аудиожазбалар, стенограммалар және т.б.);

- Анықтамалар – мысалы, қатысушылар саны туралы, шақырылған тұлғалар, сайланған органның персоналды құрамы туралы мәліметтер;
- Шешім жобалары, оларға енгізілген түзетулер (қосымшалар);
- Дауыс беру нәтижелері, есеп комиссиясының құжаттарында тіркелген;

• Протокольдық іс-шараға қатысушылардың өкілеттіктерін тексеру нәтижелері, мандат комиссиясының құжаттарында тіркелген.

Қорытынды нұсқада хаттама іс-шара аяқталғаннан кейін үш күннен кешіктірмей дайындалып, орындаушылардың қолымен бекітілуі тиіс.

Хаттаманың мазмұны кіріспе және негізгі бөліктерден тұрады.

Кіріспе бөлікте әдетте келесі мәліметтер көрсетіледі:

- Протокольдық іс-шараның сайланған органы персоналы – төраға (төрағалық етуші), хатшы (хатшылық), есеп комиссиясы, мандат комиссиясы және т.б.;

- Протокольдық іс-шараға қатысқандар саны (қажет болған жағдайда, қатысушылардың жеке құрамы қосымшада көрсетіледі);

- Күн тәртібі (протокольдық іс-шара бағдарламасы);

- Күн тәртібіндегі әр пункт бойынша баяндаушы.

Негізгі бөлікте протокольдық іс-шараның күн тәртібі бойынша бөлімдер қарастырылады. Әдетте әр бөлімнің мәтіні келесі схема бойынша жазылады: **ТЫҢДАДЫ – СӨЙЛЕДІ – ШЕШІМ ҚАБЫЛДАДЫ.**

Мына жайттарға назар аудару керек:

- Баяндамалар мен сөйлегендердің мазмұны тікелей протокол мәтінінде немесе оған қосымша ретінде беріледі;

- Қабылданған шешімнің мазмұны протокол мәтінінде толық көрсетілуі тиіс;

- Қажет болған жағдайда дауыс беру нәтижелері келтіріледі;

- Протокольдық іс-шара барысында қатысушылардың айтқан ерекше пікірлері тиісті шешімнен кейін протоколда көрсетіледі;

- Іс-шара кезінде қатысушылардың репликалары, сұрақтары және басқа айтқандары күн тәртібіндегі тиісті пункттер шегінде, баяндамалармен үйлестіре отырып көрсетіледі;

- Протоколдың объективті түрде іс-шара барысын көрсету үшін маңызды басқа ақпараттар әдетте құжаттың соңғы бөлігінде тіркеледі.

Шектеулі қолжетімді ақпарат қамтылған хаттамада сәйкес белгі болуы қажет, мысалы: «Қызметтік пайдалану үшін». Хаттамалар нөмірленуі іс-шара түрі бойынша жүргізіледі (кеңес, отырыс, жиналыс және т.б.) және календарлық жыл шегінде сақталады.

Акт

Акт – белгілі бір топ адамдар (мысалы, комиссия) тарапынан тіркелген іс-жағдайды растайтын және олардың жетекшісі (мысалы, комиссия төрағасы) бекітетін құжат.

Актты дайындау процесі келесі талаптармен қатаң реттелген:

- Актты дайындауға кемінде үш қызметкер қатысуы тиіс, олардың бірі жауапты орындаушы болып есептеледі және актіні бірінші болып қол қояды;

- Кей жағдайларда оқиғаға дейінгі жағдайларды тексеру үшін тиісті комиссия тағайындалады, төраға жетекшілік етеді;

- Актты дайындау мерзімі акт түріне сәйкес нақты белгіленген;

- Акт мазмұнында фактілік ақпарат басым (оқиғаның орны, уақыты, мән-жайы, қатысушылар құрамы, жүргізілген іс-қимылдар нәтижесі және т.б.);

- Көптеген акттарды дайындауда бланктер немесе стандартталған үлгілер қолданылады, бұл құжатты дұрыс және тез дайындауға мүмкіндік береді.

Іскерлік құжаттардың мазмұнына қойылатын талаптар

Іскерлік құжаттардың мазмұнына ең маңызды және тән сипаттар мыналар:

- Құжаттың қолданыстағы заңнамаға, нормативтік-құқықтық актілерге, сондай-ақ қызмет бағытын реттейтін ұйымдық-нұсқаулық құжаттарға сәйкестігі;

- Құжаттың дәлелділігі (фактілерге сәйкестігі) – құжаттағы констатациялық бөлім бар болса, оның шындыққа негізделген болуы;

- Мазмұнның бірегейлігі: құжат бұрын шығарылған құжаттардың талаптарын қайталамауы тиіс, бірақ қажет болған жағдайда оларға нақты сілтемелер болуы мүмкін;

- Құжат мазмұнының тілдік нормаларға сәйкестігі – лексика, грамматика және орфография талаптарына сай болуы.

Қажет болған жағдайда құжат мазмұны негізгі мәтін және қосымшалар болып бөлінуі мүмкін.

Негізгі мәтін әдетте кіріспе бөлімді және тікелей құжат мәтінін қамтиды, онда белгілі бір мәселенің (немесе қызмет бағытының) мәні баяндалады, сондай-ақ қорытындылар беріледі.

- Кіріспе бөлім құжатты қабылдаушыны негізгі мәтінді қабылдауға дайындайды.

- Қорытынды бөлім ұсыныстарды, басқарушылық шешім жобаларын және т.б. көрсетеді.

- Кейбір жағдайларда құжат тек мәтіннен тұруы мүмкін.

Барлық мазмұн компоненттері логикалық және стильдік байланыста болуға тиіс. Бұл байланысқа құжатта сөздер немесе сөз тіркестері арқылы «көпір» жасай отырып қол жеткізіледі.

Құжат мазмұны мүмкіндігінше қысқа, анық және түсінікті түрде ұсынылуы қажет.

Құжаттағы ақпаратты тексеру кейде маңызды болып табылады. Тексерудің негізгі түрлері мыналар:

- Техникалық тексеру: құжат мазмұнындағы қателерді (жазу қателері, опечаткалар) анықтау және түзету;

- Заңдық тексеру: құжат мазмұнын қазіргі заңнамаға сәйкестігін талдау;
- Қаржы-экономикалық тексеру: құжатта көрсетілген қаржы-экономикалық шешімдердің тиімділігін бағалау;
- Статистикалық тексеру: құжаттағы статистикалық деректердің дәлдігі, сенімділігі және өзектілігін тексеру;
- Құпиялыққа тексеру: құжаттағы шектеулі қолжетімді ақпарат, мемлекеттік немесе қызметтік (коммерциялық) құпиялардың болуы тексеріледі;
- Қызметтік ақпаратты тексеру: құжат алушылардың мекен-жайлары, реквизиттері және құжат тақырыбында көрсетілетін басқа мәліметтер тексеріледі.

11.3. Құжаттардың құрылымы мен баяндау стиліне қойылатын талаптар

Құжат құрылымы дегеніміз – оның мазмұнын құрайтын компоненттер мен компоненттер арасындағы байланыстар жиынтығы.

Әдетте құжаттың функционалдық мақсаты мен көлеміне байланысты оның мазмұны логикалық байланысты мағыналық бөліктердің тізбегінен тұрады және құжат тақырыбымен біріктіріледі. Көп жағдайда іскерлік хат алмасуға арналған құжаттар монотақырыпты, яғни олар тек бір мәселені (немесе кәсіпорын/ұйым қызметінің бір бағытын) қамтиды.

Құжат мазмұнын дұрыс құрылымдау оны толық, дәл және жылдам оқып-түсіну мен меңгеруге мүмкіндік береді. Мазмұнды құрылымдау үшін құжат бөлініп көрсетілуі мүмкін: бөлімдерге, тарауларға, тараулар ішіндегі параграфтарға, ішкі параграфтарға, тармақтарға және ішкі тармақтарға.

Барлық аталған құрылымдық компоненттер әдетте күрделі және көлемді құжаттарға тән, мұнда кәсіпорын/ұйым қызметінің бірнеше ірі және өзара байланысқан мәселелері қамтылады.

Аз күрделі құрылымы бар құжаттарда мазмұн көбіне тарауларға, параграфтарға және тармақтарға бөлінеді.

Ең қарапайым құрылым монотемалы, көлемі шағын құжаттарға тән – олардың мазмұнын құрылымдау үшін көбіне параграфтарға және жеке сөйлемдерге бөліну жеткілікті болады.

Іскерлік хат алмасуға арналған құжаттардың құрылымы көбінесе құжат түріне сәйкес ерекшеленеді.

Іскерлік хат алмасудың жалпы сипаты мен оны құрайтын құжаттардың функционалдық ерекшелігін ескере отырып, мұндай құжаттарды ресми-іскерлік немесе қызметтік-іскерлік стильде баяндау қажет.

Ресми-іскерлік стильдің ерекшеліктері:

- Бейтарап баяндау тондары;
- Дәлдік және айқындық;
- Қысқалық және нақты баяндау, құжат мазмұнының дұрыс түсінілмеуі немесе екіұдай талқылануы мүмкін жағдайларды болдырмайды.

Ең маңызды норма – бейтараптық. Себебі іскерлік хат алмасу жүргізушілер тарапынан кәсіпорынның (ұйымның) атынан жүзеге асырылады, олар сол сәттегі мүдделерін білдіреді. Сондықтан құжат мазмұнынан эмоциялық немесе экспрессивті мәнге ие сөздер мен сөз тіркестері алынып тасталуы тиіс. Жалпы алғанда, құжат баяндауы толық субъективизмді болдырмайтындай етіп құрылуы қажет.

Дәлдік пен айқындық келесі тәсілдер арқылы қамтамасыз етіледі:

- Кең таралған терминологияны (терминологиялық сөздерді) пайдалану;
- Жазбаша сөйлеудің тұрақты формулаларын қолдану;
- Сөздер мен тіркестерді дәстүрлі үйлесімінен гөрі клише, штамптар және тұрақты сөз тіркестерін қолдануға шектеу қою;
- Қосымша анықтамалар, толықтырулар, кіріспе сөздер мен тіркестерді әдеттегіден белсенді қолдану;
- Мазмұндық жүктемесі жоқ бейнелі сөздер мен тіркестерді қолданбау;

- Сөйлемдер мен құжат мәтінінің құрылымын қатаңдау.

Қысқалық пен нақтылық құжаттарды дайындау кезінде:

- Мазмұн тақырыбын мұқият таңдау және формулировкалау;
- Қосымша, артық сөздерді алып тастау арқылы тілдік құралдарды үнемді қолдану арқылы қамтамасыз етіледі.

Құжаттарды дайындағанда сонымен қатар мына ұсыныстарды ұстану керек:

- Көбінесе қарапайым сөйлемдерді қолдану;
- Сөйлемде сөздердің тікелей тәртібін пайдалану: баяндау бастауыштан басталып, баяндауыш соңынан келуі, анықтауыш анықталатын сөзден бұрын тұруы, кіріспе сөздер сөйлем басында орналасуы тиіс;
- Баяндауышты айту райында (орнатылады, қамтылады, пайдаланылады) немесе бұйрық райында (орындау, шешу, келісу) қолдану;
- Ескірген сөздер мен тіркестерді, архаизмдер мен жергілікті диалектілерден енген сөздерді қолданбау.

Төменде іскерлік хат алмасуға арналған құжаттарды стильдік тұрғыдан дайындауға қатысты практикалық ұсыныстар келтірілген.

Іскерлік хат алмасуға арналған құжаттардың стильдік практикалық ұсыныстары

1. Іскерлік құжаттар бейтарап, ресми тонмен жазылуы қажет: артық сыпайылық немесе салғырттыққа жол берілмейді.
2. Құжат арқылы шешім қабылдауды асықтыру үшін «Шұғыл», «Дереу», «Мүмкіндігінше қысқа мерзімде» сияқты сөздерді қолданбаңыз. Есіңізде болсын: «жылдам» – әрдайым жақсы емес. Оның орнына нақты мерзімді көрсетіңіз: «Өтінемін, осы күнге дейін жауап беріңіз» немесе «Өтініш, өз шешіміңізді дереу хабарлауыңызды сұраймын».
3. Өтініштерде сақ болыңыз, оқиғаларды бағалауда байсалды, фактілерді баяндауда объективті, тәртіптік шараларды қолдануда

адамгершілікті, лайықты адамдарды марапаттауда жомарт, қаражатты жұмсауда ұқыпты, ұсыныстарда нәтижелі, қорытындыларда өте нақты болыңыз.

4. Құжат мазмұны арқылы адресатқа күтілетін шешімді мәжбүрлеп таңдатпаңыз, мысалы: «Мәселені оң шешуді сұраймын» немесе «Осы кандидатураны бекітуіңізді сұраймын». Адресатқа өз шешімін қабылдауға мүмкіндік беріңіз.

5. Адресатқа оның қателігін немесе немқұрайдылығын меңзейтін жолдардан сақ болыңыз. Мысалы, соңғы мәтінде «Мұқият қарауды ұсынамын» деп жазу: адал қызметкер ренжіуі мүмкін, ал бастығыңыз тым катал түсініп, ашулануы мүмкін.

6. Егер сіз біреуге оның тапсырмасын орындау мүмкін еместігін хабарласаңыз, хатқа басында тікелей «жоқ» деп бастамаңыз. Алдымен шешімнің себебін түсіндіріп, белгілі жағдайларда мәселені қайта қарауға болатындығын білдіріңіз.

7. Жақсы жаңалықты хабарлағанда да дипломатиялық тәсіл қолданыңыз: біреудің өтінішін орындау белгілі бір күш жұмсауды қажет етті деп білдіріңіз. Әйтпесе, адресат жаңа, аса қажет емес өтініштермен қайта хабарласуы мүмкін, олардың шешімі сіздің тікелей міндетіңізге кірмесе де.

8. Құжаттағы сілтеме басшылық құжат талаптарына берілген болса, хатқа салмақ береді және сіздің іскерлік беделіңізге оң әсер етеді. «Басшы нұсқаулары» деген абстрактілі сілтемелер адресат тарапынан жауапкершіліктен қашу деп қабылдануы мүмкін.

9. Сіздің хатыңыз заң тұрғысынан таза, мазмұны мен орындалуы мінсіз, сөздері қысқа, ойлары кең болу керек (әсіресе кадрлық және қаржылық құжаттарда).

10. Құжаттарды мүмкіндігінше аз және қысқа жазыңыз. Құжаттар мен сөздер көп болған сайын, мәселені шешу жылдамдамайды, керісінше баяулатады. Егер жазуға бел буған болсаңыз, оны түсінікті тілмен жасаңыз.

11.4. Құжаттарды рәсімдеуге қойылатын талаптар

Іскерлік хат алмасу құжаттарын рәсімдеуге қойылатын ең маңызды талаптарға тоқталайық.

Құжат мазмұнына енгізілетін адресат туралы мәліметтер нақты заңды немесе фактілік деректерге негізделуі тиіс. Жағдайға байланысты адресат ретінде мыналар көрсетілуі мүмкін:

- кәсіпорындар, ұйымдар, мекемелер;
- кәсіпорындар, ұйымдар, мекемелердің құрылымдық бөлімшелері;
- кәсіпорындар, ұйымдар, мекемелердің лауазымды тұлғалары;
- жеке тұлғалар – кәсіпорын қызметкерлері, қызметкерлер мүдделерін заңды және толық өкілдейтін тұлғалар (сенімді өкілдер, отбасы мүшелері және т.б.), сондай-ақ бұрын кәсіпорынға (ұйымға, мекемеге) жазбаша өтініштер, ұсыныстар, сұраулар жіберген тұлғалар.

Кәсіпорынға (ұйымға, мекемеге) құжат жолдағанда көрсетіледі:

- оның толық ресми атауы (кейбір жағдайларда қысқартылған немесе шартты атауы);

- пошта мекенжайы, әдетте индекс, мемлекет атауы, субъекті атауы, елді мекен атауы (қысқаша түрінде – қала, кент, ауыл және т.б.), көше атауы, үй нөмірі және қажет болған жағдайда – корпус, кеңсе нөмірі, кәсіпорын орналасқан мекеме.

Құжатты кәсіпорынның (ұйымның, мекеменің) құрылымдық бөлімшесіне жолдағанда, жоғарыда аталғандарға қоса, сәйкес құрылымдық бөлімшенің толық ресми атауы көрсетіледі (филиал, өкілдік, басқарма, бөлім және т.б.).

Құжатты кәсіпорынның (ұйымның, мекеменің) лауазымды тұлғасына жолдағанда, жоғарыда аталғандарға қоса, адамның лауазымы, инициалы және фамилиясы көрсетіледі. Адресаттың инициалы фамилиясынан бұрын жазылады.

Бірнеше бірдей кәсіпорынға (құрылымдық бөлімшелерге) немесе бірдей лауазымдағы бірнеше тұлғаға бірден жолданатын құжаттарда тиісті атаулар жалпы түрде көпше түрде көрсетіледі, мысалы:

- Көлік министрлігінің кәсіпорындарына, ұйымдарына және мекемелеріне...

- «Казпочта» АҚ филиалдарына...

- Кәсіпорындар, ұйымдар, мекемелердің басшыларына...

Құжатты жеке тұлғаға жолдағанда, алдымен фамилиясы және инициалы көрсетіледі, содан кейін пошта мекенжайы. Инициалдар орнына адресаттың толық аты мен әкесінің атын көрсетуге болады.

Құжат мәтініне тақырып (тақырып міндетті болмаса ерекшелік) құжаттың қысқаша мазмұнын, тақырыптық бағытын нақты көрсетуі тиіс. Тақырып әрдайым құжат түрінің атауына үйлесімді болуы керек, сондықтан дұрыс септікпен көрсетілуі қажет. Ең мұқият рәсімдеуді құжат мәтіні талап етеді, себебі мәтін құжаттың негізгі және ең міндетті реквизиті болып табылады.

Қорытынды

Осы тақырыпта біз іскерлік хат алмасу құжаттарын, олардың әртүрлі іскерлік қарым-қатынас формаларында – жиналыстарда, мәжілістерде, келіссөздерде және т.б. қолданылуын қарастырдық.

Қазіргі іскерлік тәжірибеде таптырмас құрал болып табылатын іскерлік хат алмасу бірнеше маңызды функцияларды орындайды. Оның көмегімен ақпарат пен нұсқаулар беріледі, ақпарат жиналады, өңделеді, жүйеленеді, талданады, түзетіледі және нақтылады.

Іскерлік қарым-қатынас құжаттарының түрлері өте көп және олар әртүрлі сипаттамалар бойынша ерекшеленеді: бағытталу орнына, жеткізу тәсіліне, орындалу мерзіміне, функционалдық мақсатқа және т.б. (тақырыпта іскерлік құжаттарды әртүрлі критерийлер бойынша жіктеу бірнеше классификациямен қарастырылды).

Ең жиі қолданылатын іскерлік хат алмасу құжаттары: хат, қызметтік жазба, анықтама, жоспар, кесте, есеп, хаттама, акт, телеграмма, телефонограмма, электрондық пошта және т.б.

Іскерлік құжаттарды дайындау кезінде белгілі талаптарды сақтау қажет. Барлық құжаттар тексерілген және сенімді ақпаратты қамтуы, қазіргі қолданыстағы заңнамаға, нормативтік-құқықтық актілерге сәйкес келуі тиіс. Іскерлік құжаттарда тек ресми-іскерлік стиль қолданылуы қажет.

Іскерлік құжаттың құрылымы оның түріне, функционалдық мақсатына және мазмұнына сәйкес таңдалады. Құжат мазмұны бөлімдерге, тарауларға, баптарға, тармақтарға, қосымша тармақтарға, пункттер мен қосымша пункттерге бөлінуі мүмкін. Іскерлік құжаттарды рәсімдеу кезінде міндетті түрде адресат туралы мәлімет, құжат мәтініне тақырып, басшы мен орындаушының қолы және күн көрсетілуі қажет.

Практикум

Тапсырма 1. Келесі сұрақтарға жауап беріңіз.

1. Сіз өзіңіздің қызметтік жұмысыңызда қандай іскерлік қарым-қатынас құжаттарын жиі жасайсыз (оқисыз, жібересіз)?
2. Олардың функционалды мақсаты қандай?
3. Олар кімге арналған?
4. Бұл құжаттарға кім қол қояды? Олар кіммен келіседі?
5. Олар адресаттың назарына қандай жолмен жеткізіледі?

Тапсырма 2. Кестенің толықтырыңыз:

	Құжат түрі	Өтініш беру орны	Орындалу мерзімі	Мақсаты	Көлемі	Ақпарат түрі
Оқу сабақтарының кестесі						
Қызметкерлерді босату туралы бұйрық						
Мекеме жарғысы						
Сыйлықақы туралы ереже						

Тапсырма 3.

1. Мәтінге сүйене отырып, іскерлік хат алмасудың негізгі 4 мақсатын анықтаңыз.
2. Әр мақсатқа сәйкес келетін құжат түрін (хат, қызметтік жазба, телеграмма, электрондық хат) көрсетіңіз.

3. Берілген мақсаттардың қайсысы басқарушылық шешім қабылдауда шешуші рөл атқарады деп ойлайсыз? Жауабыңызды негіздеңіз.

Тапсырма 4. Төмендегі жағдаяттарды оқып, қай құжат түрін қолдану қажет екенін анықтаңыз және себебін түсіндіріңіз.

1. Ұйым басшылығына бөлім жұмысындағы кемшіліктер мен оларды жою жолдары туралы хабарлау қажет.

2. Серіктес ұйымға келісімшарт жобасын жолдап, оның қабылданғанын растау керек.

3. Күтпеген төтенше жағдай туралы қысқа әрі жедел ақпаратты алыс қашықтыққа жеткізу қажет.

Әр жағдаят үшін құжаттың атауын, функционалдық мақсатын және артықшылығын көрсетіңіз.

Тапсырма 5. Ұйымда ақпараттық жүйені жаңарту қажеттілігі туындады деген жағдайды негізге ала отырып:

1. Қызметтік жазбаның кіріспе бөлігін жазыңыз (жағдайдың сипаттамасы).

2. Негізгі бөлігінде:

-жаңартудың қажеттілігін дәлелдеңіз;

-күтілетін нәтижелерді көрсетіңіз;

-басшылыққа нақты ұсыныс жасаңыз.

3. Қызметтік жазбаның қай түріне (аналитикалық, баяндама, ақпараттық және т.б.) жататынын анықтаңыз.

11 тақырып бойынша өзін-өзі бақылау тесті

1. Бір ұйымның құрылымдық бөлімшелері арасындағы жазбаша ақпарат алмасу жатады:

a) сыртқы іскерлік хат алмасуға

b) ішкі іскерлік хат алмасуға

c) іскерлік хат алмасуға жатпайды

2. Іскерлік хат алмасу құжаттары орындалу мерзіміне байланысты:

a) жауапты

b) екінші дәрежелі

c) құпия

3. Іскерлік хат алмасу құжаттары шығу тегіне қарай бөлінеді:

a) бастамашыл

b) шұғыл

c) шектеусіз қолжетімді

4. Іскерлік хаттардың негізгі қызметі:

a) ақпарат беру

- b) шешім қабылдау
- c) позицияларды келістіру

5.Іскерлік хатты дайындау кезеңдерін дұрыс ретімен орналастырыңыз:

- a) негізгі мәтін мен қосымшаларды дайындау
- b) анықтамалық және статистикалық материалдарды дайындау
- c) іскерлік хаттың мақсатын анықтау

6.Бір немесе бірнеше өзара байланысты күнделікті мәселелер бойынша жедел ақпарат беру құжаты деп аталады:

- a) қызметтік жазба
- b) аналитикалық жазба
- c) ad hoc жазба

7.Телефонограмма – бұл:

- a) телефон арқылы оқылған қарапайым телеграмма
- b) ақпараттық желі арналарымен жіберілген және қабылданған құжат
- c) телекс арналарымен жіберілген және қабылданған құжат

8.Құрылымдық бөлімшеге қатысты ереже жалпы ережелер, міндеттер, функциялар, құқықтар, өзара қатынастарды қамтиды. Не көрсетілмеген?

- a) жауапкершілік
- b) мүлік
- c) басқару

9.Ресми-іскерлік стильдің ең маңызды нормасы:

- a) түсініктілік
- b) бейнелілік
- c) бейтараптық

10.Құжат мәтініне арналған тақырып (міндетті емес жағдайлардан басқа) былай жасалуы тиіс:

- a) ұйым атауымен сәйкес келуі
- b) құжаттың тақырыптық бағытын көрсету
- c) түсініктілік пен қысқалық талаптарына сай болуы

12-тақырып. Қақтығыс ұғымы және оны шешу жолдары

12.1 Қақтығыс түсінігі, функциялары, түрлері мен құрылымы

Серіктестерді жеткіліксіз түсіну, қарым-қатынас қажеттіліктері, позициялардың сәйкес келмеуі, тыңдай алмау, түсінгісі келмеу көбінесе қарым-қатынастың бұзылуына, яғни қақтығыстарға әкеледі.

Қақтығыс (лат. – соқтығысу) - өткір жағымсыз эмоциялармен бірге жүретін өзара әрекеттесу субъектілерінің қарама-қарсы бағытталған мақсаттарының, мүдделерінің, ұстанымдарының, пікірлерінің немесе

көзқарастарының соқтығысуы. Қақтығыс биполярлық құбылыс ретінде әрекет етеді, яғни екі принциптің қарама-қайшылығы, қайшылықтарды жеңуге бағытталған тараптардың белсенділігінде көрінеді, ал жанжал тараптары белсенді субъект немесе субъектілермен ұсынылған.

Қақтығыстар, әдетте, деструктивті салдарға толы теріс сипатқа ие. Олар адамдар арасында өзара түсіністік орнатуға кедергі келтіреді, шешім қабылдауды қиындатады, тұрақсыздық пен тәртіпсіздікке әкеледі, қарым-қатынастың бұзылуына әкелуі мүмкін. Сондықтан адамдар қақтығысқа теріс баға береді. Алайда, қазіргі тұжырымдамаларда қақтығыс адам өміріндегі қалыпты, табиғи құбылыс ретінде сипатталады, ол әрдайым жойылуға әкелмейді, керісінше бірқатар оң функцияларды орындайды. Қақтығыстар даму көзі, өзгерістерге сигнал бола алады. Қақтығысты шешу қарым-қатынасты жаңа, сапалық жағынан басқа деңгейге ауыстырады, адамдар арасындағы өзара түсіністікті, сенімді нығайтуға, қарым-қатынастағы бірлікті, жақындасуды, тұрақтылықты арттыруға ықпал етеді.

Қақтығыстарды олардың жағымсыз салдарын жеңу және олардың сындарлы әлеуетін пайдалану бағытында басқаруға болады. Қақтығыстың себептері (нашар қарым-қатынас) болуы мүмкін:

- стереотиптер-бұл жеке адамдарға немесе жағдайға қатысты жеңілдетілген пікір беретін нәрсе, нәтижесінде жағдайларды, адамдар мен олардың проблемаларын объективті талдау мен түсіну болмайды;
- "біржақты өкілдік" - өз көзқарастарына қайшы келетін кез келген нәрсені қабылдамауға бейімділік;
- адамдар арасындағы жаман қарым-қатынас;
- әңгімелесушінің назары мен қызығушылығының болмауы;
- фактілерді елемеу, басқаша айтқанда, жеткілікті фактілерсіз қорытынды – қорытынды жасау;
- мәлімдеме құрудағы қателіктер;
- қарым-қатынас стратегиясы мен тактикасын дұрыс таңдау.

Қақтығыс құрылымы. Кез – келген қақтығыстың негізінде қақтығыс жағдайы жатыр-қақтығыстың пайда болуы мен дамуы мүмкін барлық объективті және субъективті жағдайлардың жиынтығы. Жанжалды мінез-құлық бір адамның қажеттіліктері екіншісінің қажеттіліктерін қанағаттандыруға кедергі келтірген кезде пайда болатын жанжалды тудырады.

Қақтығыс жағдайының элементтері - қарсыластар және қақтығыс тақырыбы. Қақтығыстың қарсыластары (субъектілері) – қарама-қарсы тараптар (жеке адамдар, шағын және үлкен әлеуметтік топтар, қауымдастықтар, мемлекеттер және т.б.). Қақтығыстың тақырыбы-оның себебі, оның қозғаушы күші, оның негізінде жатқан қайшылық. Қарсыластар мен жанжалдың тақырыбы болған кезде, қазіргі қақтығыс жағдайы туралы айтуға болады. Жанжал дами бастауы үшін оқиға қажет-қақтығыс тақырыбын игеруге немесе қарсыластың мүдделеріне нұқсан келтіруге және қақтығысты тудыруға бағытталған алғашқы әрекет. Оқиға себеп ретінде

жанжал тақырыбынан ерекшеленеді. Жанжалды өзара әрекеттесу жанжалға қатысушылардың өз мүдделерін қақтығыста жүзеге асыруға бағытталған әрекеттерді жасауымен сипатталады.

Қақтығыстардың жіктелуі, қақтығыстардың жіктелуі мен типологиясының келесі негізгі негіздерін ажыратуға болады:

а) қақтығысушы тараптардың немесе қақтығыстарға қатысушылардың құрамы мен саны бойынша (тұлғааралық қақтығыстар, тұлғааралық, тұлғааралық-топтық, топаралық, ұжымаралық, мемлекетаралық, партияаралық, ұлтаралық және т. б.);

б) проблемалық-белсенділік белгісі бойынша (басқару қақтығыстары, отбасылық, педагогикалық, саяси, экономикалық, шығармашылық және т. б.);

в) қақтығыстар (өткір және созылмалы қақтығыстар; өткінші және ұзақ мерзімді және т. б.);

г) жанжалдардың мазмұны бойынша (мазмұнды немесе проблемалық және "коммуналдық" немесе мазмұнсыз);

д) трансформация тенденциясы мен өзгергіштігінің артында (конструктивті және деструктивті немесе конструктивті емес қақтығыстар);

е) қайшылықтардың өткірлігі дәрежесі бойынша (наразылық, алшақтық, қарсылық, жанжал, араздық, соғыс және т. б.);

ж) қақтығыстардың қарқындылық дәрежесі бойынша (негізгі және негізгі емес, шынайы және шындыққа жанаспайтын және т. б.).

Белгіленген типтерде, аталған классификациялардың әрқайсысы шеңберінде қақтығыстардың түрлері нақтыланады және қақтығыстардың түрлері анықталады.

Қақтығыс түрлері:

1. Қоғамның, мемлекеттің, ұжымның өмірінің алуан түрлі мәселелеріне адамдардың көзқарастары мен көзқарастарындағы қайшылықтарға негізделген идеологиялық қақтығыстар, өмірлік ұстанымдардағы айырмашылықтар.

2. Бір тараптың экономикалық қажеттіліктері екінші Тараптың есебінен қанағаттандырылатын немесе қанағаттандырылуы мүмкін экономикалық қайшылықтардың қақтығысына негізделген экономикалық қақтығыстар.

3. Тұрғын үй мәселелері бойынша топтардың немесе жекелеген адамдардың қайшылықтарына байланысты әлеуметтік-тұрмыстық қақтығыстар, тұрмыстық қызметтерді пайдалану, міндеттерді бөлу, әлеуметтік-тұрмыстық қызметтерді ұсыну кезектілігін белгілеу және т. б.

4. Отбасылық қатынастардың үйлесімсіздігіне, отбасының психологиялық атмосферасындағы проблемаларға негізделген отбасылық-тұрмыстық қақтығыстар.

5. Топтар мен жеке адамдар арасындағы қарым-қатынаста көрінетін әлеуметтік-психологиялық қақтығыстар. Бұл қақтығыстар тобының негізі-қарым-қатынас саласындағы бұзушылықтар.

6. Педагогтардың, оқушылардың, ата-аналардың, басшылардың талаптары, мүдделері қақтығысқан кезде оқу-тәрбие процесінде туындайтын қайшылықтарға негізделген психологиялық-педагогикалық қақтығыстар.

7. Іскерлік қақтығыстар, ұйым мен оның қызметкерлері қызметінің маңызды аспектілерін қозғайтын келіспеушіліктермен байланысты.

Қақтығыстардың түрлері. Жанжал әрқашан тараптардың қатысуын қамтитындықтан, ең жан-жақты және іргелі қақтығыстарды оған қатысатын тараптардың санына қарай жіктеу болып табылады:

-сәйкес келмейтін мақсаттарды көздейтін және оларды іске асыру жолында бір-біріне кедергі келтіретін әлеуметтік топтар қақтығысушы тараптар болған кезде **топтар арасындағы қақтығыстар** (үлкен әлеуметтік топтардағы, ұйымдардағы, шағын топтардағы қақтығыстар) және т. б.; Ұйымдар көптеген формалды және бейресми топтардан тұрады. Тіпті ең табысты ұйымдардың өзінде мұндай топтар арасында қақтығыстар туындауы мүмкін. Өзіне басшы әділетсіз қарайды деп есептейтін бейресми топтар бір-біріне бұрынғыдан да тығыз бірігіп, еңбек өнімділігін төмендету арқылы онымен «есеп айырысуға» тырысуы ықтимал. Топаралық қақтығыстың айқын мысалы ретінде кәсіподақ пен әкімшілік арасындағы қақтығысты атауға болады.

-**тұлғааралық қақтығыстар**, бір топтың мүшелері сәйкес келмейтін мақсаттарды көздейді және қарама-қайшы құндылықтарды жүзеге асырады немесе бір уақытта жанжалды күресте тараптардың біреуі ғана қол жеткізе алатын бір мақсатқа жетуге тырысады. Бұл ұйымдарда ең жиі кездесетін қақтығыс түрі болып табылады. Көбінесе ол басшылардың шектеулі ресурстар — капитал, жұмыс күші, жабдықты пайдалану уақыты немесе жобаны бекіту үшін күресі түрінде көрінеді. Қақтығысқа қатысушылардың әрқайсысы ресурстардың шектеулі екенін ескере отырып, оларды басқа басшыларға емес, өзіне бөлу үшін жоғары тұрған басшылықты көндіруге тырысады.

Тұлғааралық қақтығыс жеке тұлғалардың қақтығысы ретінде де пайда болуы мүмкін. Мінез-құлқы, көзқарастары мен құндылықтары әртүрлі адамдар кейде бір-бірімен тіл табыса алмайды. Әдетте мұндай адамдардың мақсаттары мен ұстанымдары түбегейлі түрде сәйкес келмейді (мысалы, лауазым немесе сыйақы мәселесі бойынша басшы мен оның орынбасары арасында, не болмаса қызметкерлер арасында).

- **тұлға мен топ арасындағы қақтығыс.** Жеке тұлға мен топ арасында қақтығыс туындауы мүмкін, егер бұл тұлға топтың ұстанымынан өзгеше көзқарасты ұстанса. Мысалы, жиналыс барысында сату көлемін арттыру жолдары талқыланғанда, көпшілік оған бағаны төмендету арқылы қол жеткізуге болады деп есептеуі мүмкін. Ал бір адам мұндай тәсілдің пайда көлемін азайтуға әкелетініне сенімді болады.

Топтың пікірінен өзгеше көзқарасты ұстанған бұл адам компания мүддесін шын мәнінде қорғап отырса да, ол топтың ортақ пікіріне қарсы шыққандықтан қақтығыс көзі ретінде қабылдануы мүмкін.

Бұл қақтығыс түрінің тағы бір кең таралған нұсқасы — топ пен басшы арасындағы қақтығыс. Мұндай қақтығыстар әсіресе басшылық стилінің ұжымның жетілу деңгейіне сәйкес келмеуі, басшының кәсіби құзыреттілігінің мамандардың құзыреттілігімен үйлеспеуі, сондай-ақ басшы мен мамандардың адамгершілік келбетін қабылдамау салдарынан аса өткір сипат алады.

- **тұлғайшілік қақтығыстар**-бір адамның күшіне тең, бірақ қарама-қарсы бағытталған мүдделері, қажеттіліктері, тартымдылықтары арасындағы қақтығыс. Қақтығыстың бұл түрі әртүрлі формада көрінуі мүмкін, олардың ең кең тарағаны — рөлдік қақтығыс. Ол бір адамға оның жұмысының нәтижесі қандай болуы тиіс екендігі жөнінде өзара қайшы талаптар қойылған кезде немесе өндірістік талаптар жеке қажеттіліктері мен құндылықтарымен сәйкес келмеген жағдайда туындайды.

Зерттеулер көрсеткендей, мұндай қақтығыс жұмысқа қанағаттану деңгейі төмен, өзіне деген сенімділігі әлсіз адамдарда жиі байқалады. Мысалы, басшының туыстық сезімдері мен қызметтік міндетін орындау арасындағы ішкі қайшылық тұлғайшілік қақтығысқа жатады.

Қақтығыстар бағытына қарай горизонтальдық, вертикальдық және аралас болып бөлінеді. Горизонтальдық қақтығыстар — бұл бір-біріне бағынбайтын тұлғалар арасындағы қақтығыстар. Вертикальдық қақтығыстар — бір-біріне бағынатын тұлғалардың қатысуымен болатын қақтығыстар. Ең көп таралғандары — вертикальдық және аралас қақтығыстар, олар жалпы қақтығыстардың шамамен 70–80%-ын құрайды. Аралас қақтығыстарда бір мезгілде вертикальдық және горизонтальдық компоненттер кездеседі. Мұндай қақтығыстар басшы үшін ең қауіпті, себебі бұл жағдайда оның әрбір әрекеті барлық қызметкерлер тарапынан қақтығыстың шеңберінде бағаланады.

Ұйым үшін қақтығыстар мәніне қарай конструктивтік және деструктивтік болып бөлінеді.

Конструктивтік қақтығыстарға ұйым мен оның мүшелерінің өмірлік қызметінің принципті мәселелерін қозғайтын қарама-қайшылықтар тән. Оларды шешу ұйымдық құрылым мен жеке тұлғаны жаңа, тиімдірек деңгейге көтеруге мүмкіндік береді. Қақтығыс тек сол кезде конструктивтік сипат алады, егер тараптар этикалық нормалардан, іскерлік қатынастардан және ақылға қонымды аргументтерден шықпаса.

Деструктивтік қақтығыс екі жағдайда туындайды:

1. Бір тарап өз позициясына қатты ұстанып, екінші тараптың мүддесін ескергісі келмесе;
2. Бір оппонент этикалық тұрғыдан қабылданбайтын әдістерге жүгініп, психологиялық қысым жасап, серіктесін кемсітуге немесе қаралауға тырысса.

Деструктивтік қақтығыстар теріс, көбіне бұзушылық әрекеттерге әкеледі, бұл топ немесе ұйымның жұмыс тиімділігінің күрт төмендеуіне себеп болады.

Қақтығыстар себептері бойынша объективтік және субъективтік болып бөлінеді. Объективтік қақтығыстар объективтік себептерден туындайды, ал субъективтік қақтығыстар субъективтік факторларға негізделеді.

Жалпы алғанда, қақтығысты үш себеп тудырады:

- Еңбектік процесс бойынша туындайтын факторлар;
- Адамдар арасындағы психологиялық ерекшеліктер (мысалы, симпатиялар мен антипатиялар, мәдени және этникалық айырмашылықтар, басшының әрекеттері және т.б.);
- Топ мүшелерінің жеке қасиеттері (мысалы, эмоцияны басқармау, агрессивтілік, коммуникацияға қабілетсіздік, бестактылық).

Арнайы сипаты мен көптүрлілігіне қарамастан, қақтығыстардың жалпы алғанда бірнеше ортақ кезеңдері бар:

- Қарсылас мүдделер, құндылықтар және нормалардың әлеуетті қалыптасуы;
- Әлеуетті қақтығыстың нақты қақтығысқа айналуы немесе қатысушылардың өз мүдделерін дұрыс немесе бұрыс түсіну кезеңі;
- Қақтығыстық іс-әрекеттер;
- Қақтығысты жою немесе шешу;
- Қақтығысқа дейінгі жағдайдан кейінгі кезең, ол функционалды (конструктивті) немесе дисфункционалды (жойғыш) болуы мүмкін.

Әр қақтығыстың өз құрылымы болады. Кез келген қақтығыста қақтығыс объектісі болады, ол ұйымдық және технологиялық қиындықтар, еңбек ақы ерекшеліктері немесе қақтығысқа қатысушылардың іскерлік және жеке қатынастары спецификасымен байланысты болуы мүмкін.

Қақтығыстың құрылымындағы келесі элемент — мақсаттар, қатысушылардың субъективтік мотивтері, олардың көзқарастары, сенімдері, материалдық және рухани мүдделерімен анықталады. Қақтығыста нақты тұлғалар — оппоненттер қатысады.

Кез келген қақтығыста соқтығыстың себебін шынайы себептерден ажырата білу маңызды, өйткені көбінесе олар жасырын болады. Қақтығыс құрылымындағы барлық элементтер (себептен басқа) сақталса, ол шешілмейді. Қақтығысты күштеп тоқтатуға немесе көндіруге әрекет жасау жаңа адамдар, топтар немесе ұйымдарды тарту арқылы қақтығысты күшейтеді және кеңейтеді. Сондықтан, қақтығысты шешу үшін оның құрылымындағы кем дегенде бір элементті жою қажет.

12.2. Қақтығыс жағдайында әрекет ету стратегиясы

Адамдардың қақтығыс жағдайындағы мінез-құлқының әртүрлі аспектілеріне, сәйкес әрекет ету стратегияларын таңдау мен қақтығысты шешу әдістеріне, сондай-ақ оны басқаруға қатысты көптеген ұсыныстар жасалған. Қақтығыс жағдайында әрекет етудің негізгі, ең қолайлы стратегиялары психологтар К. У. Томасс пен Р. Х. Килменмен әзірленген. Олардың зерттеулері бойынша қақтығыс жағдайында әрекет етудің бес негізгі стилі бар:

- Бәсекелестік немесе күрес;
- Ынтымақтастық;
- Компромисс;
- Бейімделу;
- Елемеу немесе қашу.

Олар атап өткендей, нақты қақтығыста мінез-құлық стилі өз мүдделеріңізді қаншалықты қанағаттандыруға тырысқаныңызға (пассивті немесе активті әрекет ету арқылы) және екінші тараптың мүдделерін ескеру дәрежесіне (ортақ немесе жеке әрекет ету арқылы) байланысты анықталады. Егер бұл графикалық түрде бейнелесек, Томасс – Килменн торын аламыз, ол қақтығысты талдауға және мінез-құлықтың оңтайлы стратегиясын таңдауға мүмкіндік береді. Бұл әр адамға өзінің жеке қақтығысты шешу стилін қалыптастыруға жол ашады.

Енді әр стильді нақты жағдайға және адамның мінез-құлқына байланысты тиімді қолдану бойынша ұсыныстарды қарастырайық.

Бәсекелестік немесе күрес стилі. Бұл стиль қақтығыс жағдайында ең типтік болып табылады. Статистикаға сәйкес, қақтығыстардың 70%-дан астамында бір жақты жеңіске жету, өз мүдделерін бірінші кезекте қанағаттандыру ниеті басым. Бұл стиль серіктеске қысым көрсетуге, өз мүдделерін алға тартып, екінші тараптың мүдделерін елемеуге әкеледі. Мұны күшті ерік-жігерге, жеткілікті беделге және билікке ие адам қолдануы мүмкін. Оны келесі жағдайларда пайдалану тиімді:

- Қақтығыстан шығатын шешім сіз үшін өте маңызды болса;
- Сізде жеткілікті билік пен бедел бар және ұсынылған шешімнің ең тиімді екенін анық білесіз.
- Егер сізде басқа таңдау жоқ деп есептесеңіз және жоғалтар нәрсеңіз болмаса;
- Егер сізге халыққа танымал емес шешім қабылдау қажет болса және осы қадамды жасауға жеткілікті өкілеттігіңіз болса;
- Егер сіз бағынушылармен әрекеттесіп, олар авторитарлық стильді қаласа.

Алайда есте ұстаған жөн, бұл стратегия ұзақ мерзімді нәтижеге әдетте әкелмейді, себебі жеңілген тарап өз еркіне қарсы қабылданған шешімді қолдамай қалуы мүмкін немесе оны әдейі орындамауға әрекет етуі ықтимал. Сонымен қатар, бүгін жеңілген адам ертең ынтымақтастықтан бас тартуы мүмкін.

Бұл стильді жақын, жеке қарым-қатынаста қолдану мүмкін емес, себебі ол тек шеттету сезімін тудырады, басқа ештеңе бермейді. Білгілі, бір тарап екіншісін басып тастайтын некелер шешілмейтін қайшылықтарға немесе толық ажырасуға әкеледі. Бұл стильді сондай-ақ өзіңізде жеткілікті билік жоқ, ал сіздің көзқарасыңыз басшының пікірінен өзгеше болса және оны дәлелдей алатын аргументтеріңіз жоқ жағдайда қолдануға болмайды.

Ынтымақтастық стилі – барлық стильдердің ішіндегі ең қиын, бірақ қақтығысты шешуде ең тиімдісі. Оның артықшылығы – екі тарапқа да

қолайлы шешімді табу және қарсыластарды әріптестерге айналдыруда. Бұл стиль барлық қатысушыларды қақтығысты шешу процесіне тартуды және барлық мүдделерді қанағаттандыруға ұмтылуды білдіреді. Мұндай тәсіл іскерлік істерде және жеке өмірде табысқа жетелейді.

Бұл стратегияны іске қосу үшін мына сөздерден бастау тиімді: «Мен біз екеуіміз үшін әділ шешім табуды қалаймын», «Қалай екеуіміз де қалағанымызға жетуге болатынын көрейік», «Мен сізге келдім, біздің мәселені шешу үшін». Содан кейін қайшылықтардың мәнін тереңірек түсініп, екінші тараптың қалауының артында тұрған қажеттілікті анықтау және өз пікірлеріңіз бен қарсыластың мүдделерін қалай теңестіруге болатынын табу қажет.

Зерттеулер көрсеткендей, екі тарап та жеңіске жеткен жағдайда, олар қабылданған шешімдерді орындауға бейім, себебі олар өздері үшін қолайлы және процесс барысында белсенді қатысқан.

Алайда бұл стиль шешімдерді түсіндіруді, қарсы тарапты тыңдауды және эмоцияны бақылауды білуді талап етеді. Егер бұл факторлардың бірі болмаса, стиль тиімді болмайды.

Бұл стиль келесі жағдайларда қолданылады:

- Егер әрбір тәсіл маңызды және компромисс жасауға мүмкіндік бермесе, бірақ ортақ шешім табу қажет болса;
- Негізгі мақсат – бірлескен тәжірибе жинау, тараптар бір-бірін тыңдай алады және өз мүдделерін айқын жеткізе алады.
- Конфликтке қатысушы тараппен ұзақ мерзімді, берік және өзара тәуелді қарым-қатынас орнатылған жағдайда;
- Қызметкерлердің көзқарастарын интеграциялау және олардың іс-әрекетке жеке қатысуын күшейту қажет болғанда.

Компромисс (ымыраға келу) стилі Томас–Килменнің торында орталықта орналасқан. Оның мәні – тараптардың өзара келісіп, белгілі бір деңгейде бір-біріне бейімделуі арқылы келіспеушіліктерді шешуге тырысуында. Бұл стиль біршама ынтымақтастық стиліне ұқсас, бірақ терең деңгейде емес, өйткені тараптар кейбір мәселелерде бір-біріне басымдық береді.

Бұл стиль ең тиімді, егер екі тарап та бір нәрсеге ұмтылса, бірақ бір уақытта сол тілектерді жүзеге асыру мүмкін болмаса, мысалы, бір қызмет орнын немесе бір кеңістікті қолдануға таласқанда. Бұл стиль қолданылғанда басты назар екі тараптың мүдделерін қанағаттандыратын шешімге емес, былай деп айтуға болатын нұсқаға аударылады: «Біз өз тілектерімізді толық орындай алмаймыз, сондықтан әрқайсымыз келісетін шешімге жетуіміз қажет».

Компромисс стилі келіссөз жүргізу дағдыларын қажет етеді, себебі әр қатысушы белгілі бір нәтиже алуы тиіс, бірақ бұл процесс барысында барлық қатысушылардың қажеттіліктерін толық қанағаттандыру мүмкін емес.

Стильдің бір кемшілігі – бір тарап өз талаптарын артық көрсетуі мүмкін, кейінірек өзін жомарт көріндіріп немесе басқасына ерте басымдық

беру үшін. Мұндай жағдайда ешбір тарап өз қажеттіліктерін толық қанағаттандырмайтын шешімге ұстанбауы мүмкін. Сонымен қатар, егер компромисс басқа мүмкін болатын шешімдер мұқият талданбай жүзеге асырылса, ол конфликт жағдайында ең тиімді нәтиже болмауы ықтимал.

Соңында, компромисс стилін келесі жағдайларда қолдануға болады:

- Екі тарап та бірдей сенімді аргументтерге ие және бірдей билігі бар;
- Бір тараптың тілегін қанағаттандыру оған аса маңызды емес;
- Уақытша шешім қажет болса, яғни басқа шешімдер жасауға уақыт жоқ немесе басқа тәсілдер нәтиже бермеген;
- Компромисс арқылы бір нәрсеге қол жеткізу мүмкін болса, бәрін жоғалтқаннан гөрі.

Бас тарту (жалтару) стилі әдетте келесі жағдайларда қолданылады:

- Қақтығыс тараптардың тікелей мүдделеріне қатысы жоқ немесе мәселе тараптарға аса маңызды емес;
 - Тарап өз құқықтарын қорғаудың қажеті жоқ деп санайды немесе шешімге қатыспайды;
 - Шешімге қатысудың белсенділігі қақтығыстың дамуына әсер етпейді;
 - Тарап уақыт пен күш жұмсағысы келмейді.
- Бұл стиль сондай-ақ мына жағдайларда тиімді:
- Бір тарап үлкен билікке ие немесе өзінің қате екенін сезінеді;
 - Қатынасты жалғастыруға негіз жоқ деп есептейді;
 - Тарап конфликтті тұлғамен кездесуге мәжбүр болғанда қолдануға болады.

Бас тарту (жалтару) стилін қақтығыс қатысушысы келесі жағдайда қолдануы мүмкін:

- Қақтығыстың себебі ұсақ, маңызды емес деп есептейді, басқа аса маңызды міндеттермен салыстырғанда;
- Мәселені өз пайдасына шеше алмайтынын немесе шеше алмайтын ниеті жоқ екенін біледі;
- Мәселені қалаған түрде шешуге жеткілікті билігі жоқ;
- Уақыт ұтып, жағдайды зерттеп, қосымша ақпарат алғаннан кейін ғана шешім қабылдағысы келеді;
- Мәселені дереу шешу қауіпті деп санайды, себебі конфликтті ашып, ашық талқылау жағдайды одан әрі ушықтыруы мүмкін;
- Қосалқы қызметкерлер қақтығысты өздері реттей алады;
- Мәселені шешу сіздің денсаулығыңызды нашарлатуы мүмкін;
- Қақтығысқа қарым-қатынас жасау қиын адамдар қатысып отырса — дөрекілер, шағымшылдар, нәзік мінезділер және т.б.

Бұл стильді проблемадан қашу немесе жауапкершіліктен жалтару деп ойламау керек. Шындығында, уақытша шегіну немесе кідіртпе әрекет конфликт жағдайына лайықты реакция болуы мүмкін, себебі бұл уақытта жағдай өздігінен шешілуі мүмкін немесе сіз оны қажетті ақпаратқа ие

болғаннан кейін немесе оны шешуге ниетіңіз болғанда қолға ала аласыз, немесе бұл сізге қолдау қажет қатынастар емес болып шығуы мүмкін.

Бейімделу стилі — сіз басқа тараппен келісіп жұмыс істейсіз, бірақ өз мүдденізді қорғауға тырыспайсыз, атмосфераны жұмсарту және қалыпты жұмыс жағдайын қалпына келтіру мақсатында әрекет етесіз. Томас пен Килменн кейде бұл конфликтті шешудің жалғыз жолы деп санайды, себебі конфликт туындаған сәтте басқа адамның қажеттіліктері сіздікіне қарағанда өмірлік маңызды болуы мүмкін немесе оның күйзелістері күштірек болуы мүмкін. Мұндай жағдайда сіз өз мүдденізді басқа тарапқа арнайсыз.

Бұл өз мүдденізден толық бас тартуды білдірмейді. Сіз оларды уақытша кейінге қалдырасыз, ал кейін қолайлы жағдайда оларды қанағаттандыруға қайта оралуға болады, мысалы, қарсыластың кейбір жеңілдіктерін пайдалану арқылы немесе басқа жолдармен.

Бейімделу стилін келесі жағдайларда қолдануға болады:

- Ең басты міндет — тыныштық пен тұрақтылықты қалпына келтіру, конфликтті шешу емес;
- Келіспеушіліктің мәні сізге аса маңызды емес немесе сізді қатты алаңдатпайды;
- Басқа адамдармен жақсы қарым-қатынасты сақтау өз пікіріңізді қорғаудан маңызды деп есептейсіз;
- Сіз өзіңіздің жағыңызда екеніңізді білесіз;
- Жеңу үшін жеткілікті билік немесе мүмкіндік жоқ деп сезесіз.

Ешбір басқару немесе конфликтті шешу стилі барлық жағдайға бірдей тиімді бола алмайтыны сияқты, конфликтті шешудің де ешбір стилі ең үздік деп саналмайды. Барлық стильдерді тиімді қолдануды үйрену қажет және нақты жағдайларды ескере отырып, саналы түрде сол немесе басқа стильді таңдау керек.

12.3 Қақтығыс жағдайындағы мінез-құлық ережелері

Қақтығыстар көбінесе ойлау, қорытынды жасау, мәселені шешуге шығармашылықпен қарау қиын болатын эмоционалды жағдайды тудыратындықтан, жанжалды жағдайды шешкен кезде келесі ережелерді ұстаныңыз.

1. Есіңізде болсын, жанжалда адамда ақыл емес, эмоциялар басым болады, бұл сана жай сөніп, адам өз сөздері мен іс-әрекеттеріне жауап бермеген кезде әсер етеді.

2. Көп балама тәсілді ұстаныңыз және өз ұсынысыңызды талап ете отырып, өзіңізге сұрақ қою арқылы серіктестің ұсынысынан бас тартпаңыз: "Мен ешқашан қателеспеймін бе?" деген сұрақ қойыңыз. Екі ұсынысты да қабылдауға тырысыңыз және олардың жақын арада және одан кейін қанша пайда мен шығын әкелетінін көріңіз.

3. Өзіңіз үшін жанжалды шешудің маңыздылығын түсініп, "Егер жол табылмаса не болады?",- деген сұрақты өзіңізге қойыңыз. Бұл ауырлық орталығын қарым-қатынастан проблемаға ауыстыруға мүмкіндік береді.

4. Егер сіз және сіздің сұхбаттасушыңыз ашуланшақ және агрессивті болса, онда сіз ішкі шиеленісті азайтуыңыз керек. Бірақ айналаңыздағыларға төтеп беру-бұл шығу емес, ерсі қылықтар. Бірақ егер олар өздерін бақылауды жоғалтып алса, онда бір нәрсені жасауға тырысыңыз: оны серіктесіңізден талап етпей, өзіңіз үндемеңіз. Серіктестің жағымсыз эмоционалды күйлерін айтудан аулақ болыңыз.

5. Адамның жағымды, жақсы жақтарына назар аударыңыз. Сонда сіз оны жақсырақ болуға міндеттейсіз.

6. Әңгімелесушіні сіздің орныңызға тұруға шақырыңыз және сұраңыз: "Егер сіз менің орнымда болсаңыз, онда сіз не істер едіңіз?" Бұл сыни көзқарасты жояды және әңгімелесушіні эмоциялардан жағдайды түсінуге ауыстырады.

7. Өз еңбегіңізді асыра көрсетпеңіз немесе артықшылық белгілерін көрсетпеңіз.

8. Туындаған жағдай үшін жауапкершілікті серіктеске ғана кінәламаңыз немесе есептемеңіз.

9. Қайшылықтарды шешу нәтижелеріне қарамастан, қарым-қатынасты бұзбауға тырысыңыз.

Қорытынды

Қарым-қатынас процесінде қақтығыстар – бұл ұйымдар мен топтардағы қатысушылар арасындағы мүдделердің, қажеттіліктердің немесе құндылықтардың қайшылығынан туындайтын әлеуметтік және психологиялық құбылыс. Қақтығыс әрдайым теріс немесе зиянды болып саналмайды; керісінше, ол кейде ұйымның дамуында, шығармашылық шешімдер табуда және қызметкерлер арасындағы қарым-қатынасты нығайтуда конструктивті рөл атқара алады. Қақтығыстардың негізгі функциялары: қатысушылардың мүдделерін көрсету, проблемалық жағдайларды анықтау, ұйымдық құрылымды жетілдіру, топ ішінде рөлдерді айқындау және ынтымақтастықты қалыптастыру.

Қақтығыстар бірнеше түрге бөлінеді: ішкі тұлғалық, тұлға аралық, жеке тұлға мен топ арасындағы және топтар арасындағы. Сонымен қатар, олар бағытына қарай горизонтальдық, вертикальдық және аралас болып жіктеледі. Қақтығыстардың құрылымы әдетте объект, мақсат, оппоненттер және себептен тұрады. Динамикасы бірнеше кезеңді қамтиды: потенциалдық қақтығыстың пайда болуы, нақты қақтығысқа көшу, қақтығыс әрекеттері, шешім қабылдау немесе шиеленісті төмендету және соңғы қақтығыстан кейінгі жағдай.

Қақтығысты шешудің стилі мен тәсілдері әртүрлі болып келеді. К. У. Томасс пен Р. Х. Килменнің зерттеулеріне сәйкес, ең көп қолданылатын бес стиль бар: бәсеке, ынтымақтастық, ымыраға келу, бейімделу, жалтару. Әрбір стиль нақты жағдайға байланысты тиімділік көрсетеді. Мысалы, ынтымақтастық стилі қатысушылардың мүдделерін тең дәрежеде ескере отырып, конструктивті шешім табуға мүмкіндік береді, ал жалтару немесе

бейімделу стильдері эмоционалды шиеленіс аз, мәселені уақытша шектеу қажет болғанда тиімді болуы мүмкін.

Іскерлік қарым-қатынас процесінде қақтығыс жағдайында адамның мінез-құлқы ерекшеленеді. Қақтығыс кезінде эмоциялар ойдан басым болуы мүмкін, бұл рационалды ойлауға кедергі келтіреді. Сондықтан қақтығыс жағдайында адам эмоциясын бақылап, серіктестің пікірін тыңдай отырып, шешім қабылдауға тырысуы қажет. Әрбір қызметкер өз мүддесін қорғауға ұмтылса да, кәсіби қарым-қатынас нормаларын сақтау маңызды. Қақтығыстарды тиімді басқару ұйымның өнімділігіне және қызметкерлер арасындағы сенімді қарым-қатынасқа оң әсер етеді.

Қорытындылай келе, қақтығыстар – бұл тек проблемалық жағдай ғана емес, сонымен бірге ұйымдық және тұлғалық даму үшін мүмкіндіктер тудыратын құбылыс. Қақтығысты дұрыс басқару үшін эмоцияны бақылау, әртүрлі шешімдерді қарастыру, серіктестің позициясын ескеру және сәйкес стильді таңдау маңызды.

Практикум

Тапсырма 1. Төмендегі кестені толтырыңыз. Әр қақтығыс түріне нақты сипаттама мен мысал келтіріңіз.

Қақтығыс түрі	Қысқаша сипаттамасы	Негізгі себептері	Қарым-қатынасқа әсері	Нақты мысал
Тұлғаишілік				
Тұлғааралық				
Тұлға мен топ арасындағы				
Топаралық				
Ұйымышілік				

Тапсырма 2. Қақтығысты шешу стильдерін салыстырып, кестені толтырыңыз.

Стиль атауы	Өз мүддесін қорғау деңгейі	Басқа тараптың мүддесін ескеру	Қай жағдайда тиімді	Мүмкін салдары
Бәсекелестік				
Ынтымақтастық				
Компромисс				
Бейімделу				
Жалтару				

Қосымша сұрақ: қай стиль іскерлік қарым-қатынаста ең тұрақты нәтиже береді? Неліктен?

Тапсырма 3. Кестені толтыра отырып, қақтығыстың оң және теріс жақтарын салыстырыңыз.

Салыстыру критерийі	Конструктивті қақтығыс	Деструктивті қақтығыс
Қақтығыстың мақсаты		
Қарым-қатынас сипаты		
Мінез-құлық ерекшелігі		
Ұжымға әсері		
Нәтижесі		
Ұйым дамуына ықпалы		

Қорытынды тапсырма: қандай жағдайда қақтығыс ұйым үшін пайдалы бола алады? 3–4 сөйлеммен түсіндіріңіз.

Тапсырма 4. «Компанияда жаңа жоба басталды. Жобалық топ мүшелері өзара рөлдерді бөлу кезінде келіспей отыр. Біреу жұмыс көлемінің тең бөлінбеуіне наразы, ал екіншісі тапсырмаларды уақытында орындамаған әріптесіне ренжіген».

1. Қақтығыстың негізгі себептерін анықтаңыз
2. Қақтығыстың қай түріне жататынын анықтаңыз
3. Қақтығыстың пайда болу көздерін талдаңыз

Тапсырма 5. «Жобалық топ жаңа қызмет көрсету жүйесін енгізуді жоспарлап отыр. Алдын ала кейбір қызметкерлер жаңа өзгерістерге қарсы».

1. Қақтығыстың алдын алу үшін 5 нақты шара ұсыныңыз
2. Әр шараның тиімділігін қысқаша сипаттаңыз.

12 тақырып бойынша өзін өзі бақылау тесті

1. Тұлғашылық қақтығыстың негізгі белгісін анықтаңыз:

- a) Топ мүшелерінің мүдделерінің қарама-қайшылығы
- b) Ресурстар үшін бәсекелестік нәтижесінде пайда болатын шиеленіс
- c) Жеке адамның ішкі құндылықтары мен рөлдік талаптарының сәйкес келмеуі

2. Ұйымда тұлғааралық қақтығыс көбіне қандай жағдайда туындайды?

- a) Қызметкерлердің кәсіби даярлығы бірдей болғанда
- b) Ресурстарды бөлу мен шешім қабылдаудағы мүдделер қайшылығы кезінде
- c) Ұйымдық құрылым айқын белгіленген кезде

3. Тұлға мен топ арасындағы қақтығыстың мәні неде?

- a) Топтар арасындағы билік үшін күресте
- b) Жеке тұлғаның позициясы топтың ортақ пікіріне қайшы келгенде
- c) Ұйым ішіндегі формалды және бейформалды топтар арасындағы бәсекеде

4. Топаралық қақтығыстың ұйым үшін ең қауіпті салдары қайсы?
- a) Қызметкерлер арасындағы уақытша келіспеушілік
 - b) Ұжымішілік байланыстардың әлсіреуі және өнімділіктің төмендеуі
 - c) Жеке тұлғаның кәсіби дамуының баяулауы
5. Вертикалды қақтығыстың басты ерекшелігі:
- a) Қақтығысқа бір деңгейдегі қызметкерлердің қатысуы
 - b) Қақтығысқа бағынышты және басшы тараптардың қатысуы
 - c) Қақтығыстың тек бейресми ортада орын алуы
6. Конструктивті қақтығыстың деструктивті қақтығыстан негізгі айырмашылығы:
- a) Эмоционалды шиеленістің болмауында
 - b) Ұйым дамуына ықпал етуінде және мәселені жетілдіруге бағытталуында
 - c) Қақтығыс қатысушыларының санының аздығында
7. Томас–Килменн моделіндегі «ынтымақтастық» стилінің тиімділігі немен түсіндіріледі?
- a) Бір тараптың мүддесінің толық қанағаттандырылуымен
 - b) Екі тараптың да негізгі қажеттіліктерін ескеретін шешім табумен
 - c) Қақтығысты уақытша тоқтатумен
8. Қай жағдайда «жалтару» (уклонение) стилін қолдану орынды болып саналады?
- a) Қақтығыс ұйым үшін стратегиялық маңызға ие болғанда
 - b) Қақтығыс мәні маңызды емес және уақыт ұту қажет болғанда
 - c) Тараптар арасында ұзақ мерзімді әріптестік қажет болғанда
9. Қақтығыс құрылымындағы «объект» ұғымы нені білдіреді?
- a) Қақтығысқа қатысушылардың жеке қасиеттерін
 - b) Қақтығысқа себеп болған нақты мәселені немесе ресурсты
 - c) Қақтығыстың эмоциялық көрінісін
10. Қақтығысты күш арқылы басу неге тиімсіз деп есептеледі?
- a) Ол қақтығысты дереу шешеді
 - b) Қақтығыстың жасырын түрге ауысып, кейін күшеюіне әкелуі мүмкін
 - c) Ұйымдағы тәртіпті күшейтеді

13 тақырып. Іскерлік этика

13.1.Кәсіби этика

Алғашқы кәсіби-этикалық кодекстердің пайда болуы еңбектің қолөнершілік негізде бөліну кезеңімен (XI–XII ғғ.) байланысты. Қоғамның барлық мүшелері үшін өмірлік маңызы бар бірқатар кәсіптер терең көне

дәуірлерде қалыптасқан, сондықтан «Гиппократ анты» сияқты кәсіби-этикалық кодекстер, сондай-ақ соттық функцияларды атқарған абыздардың моральдық қағидалары әлдеқайда ертерек белгілі болған.

Кәсіби этиканың пайда болуы уақыт жағынан ғылыми этикалық ілімдердің, оған қатысты теориялардың қалыптасуынан бұрын жүзеге асты. Күнделікті тәжірибе мен белгілі бір кәсіп өкілдері арасындағы қарым-қатынасты реттеу қажеттілігі кәсіби этиканың нақты талаптарының қалыптасуы мен бекітілуіне алып келді.

Кәсіби этика – адамның өзінің кәсіби борышына деген қатынасын айқындайтын моральдық нормалардың жиынтығы. Шынайы кәсібилік борыш, адалдық, өзіне және әріптестеріне талап қоя білу, еңбек нәтижелері үшін жауапкершілік сияқты моральдық қағидаларға негізделеді. Кәсіби этика еңбек саласындағы адамдар арасындағы адамгершілік қатынастарды да реттейді. Әрбір кәсіп үшін белгілі бір кәсіби моральдық нормалардың маңызы ерекше болады.

Кәсіби моральдық нормалар – бұл этикалық идеалдарға сүйенген тұлғаның ішкі өзін-өзі реттеу ережелері, үлгілері мен тәртібі. Кәсіби этиканың түрлеріне дәрігерлік этика, педагогикалық этика, ғалым, актер, суретші, кәсіпкер, баспагер, редактор және басқа да кәсіп иелерінің этикасы жатады.

Кәсіби этиканың әрбір түрі кәсіби қызметтің өзіндік ерекшеліктерімен айқындалып, мораль саласында арнайы талаптарды қамтиды. Мысалы, ғалым этикасы ең алдымен ғылыми адалдықты, жеке шыншылдықты және отаншылдықты талап етеді. Ал сот этикасы адалдықты, әділеттілікті, ашықтықты, адамгершілікті (тіпті айыпталушының кінәсі дәлелденген жағдайда да), заңға беріктікті талап етеді.

Басшыдан функционалдық сауаттылықпен қатар, оны кәсіби шеберлік деңгейіне жеткізетін жоғары моральдық қасиеттер, сабырлылық пен ұстамдылық, сыйластық пен ізгі ниет талап етіледі.

Басшылық стилі адамдарға ықпал етудің сан алуан, кейде бір-біріне қарама-қайшы болып көрінетін әдістері мен формаларының үйлесімінен қалыптасуы тиіс: қатаңдық пен икемділік, дара басшылық пен кең ұжымдық шешім қабылдау, бағыныштылардан талап ете білу және олардың талаптарын орындай алу, бақылау мен сенім, ресмилік пен адами жақындық, сендіру мен ықпал ету, күлімдеу мен қатаңдық.

Көшбасшыға тән негізгі қасиеттердің бірі – білім. Білімсіз мақсатқа жетелейтін жолды жоспарлау мүмкін емес. Дәл осы білім басшыға қойылған мақсаттардың дұрыстығына сенімділік береді.

Қиялдың болуы. Басшы өз қызметінің түпкі нәтижесін нақты елестете білуі тиіс. Өз тәжірибесіндегі ең тиімді тұстарды іріктей отырып, ол қиялында жоспарланған бейнені қалыптастырады. Шынайы нәтиже қиялдағы көрініспен толық сәйкес келмеуі мүмкін, алайда бастапқы кезеңде басшы өзінен не күтетіні мен қандай нәтижеге қол жеткізгісі келетінін анық білуі қажет.

Басқаларды басқара білу қабілеті. Көп жағдайда адам өз ісінің шебері болады: ол өзгелерге қиын немесе қолжетімсіз жұмыстарды оңай орындайды. Алайда ол жеке мүмкіндіктерінің шегінен шығып, өзгелердің еңбегін ұйымдастырғанда, жеке шеберлік екінші орынға ығысады. Ең бастысы – әрбір бағыныштының қабілетіне сай тапсырма беру, олардың кез келген сәтте өзіне жүктелген міндетті нақты білуін қамтамасыз ету. Мұндай басшыда ұйымның да, жеке кабинетінің де жұмысы тәртіпке сай болады. Ол уақытты да, қаржыны да, күш-жігерді де орынсыз жұмсамайды.

Жеке стильдің болуы. Басшының өзіндік басқару стилі болуы тиіс, яғни белгілі бір деңгейде шығармашылық пен әртістік қабілетке ие болуы қажет. Жұмысты тиімді ұйымдастыру дегеніміз – күш-жігерді әділ бөлу, ешкімнің шамадан тыс жұмыс істемеуін де, бос отырмауын да қамтамасыз ету. Ұйымда қарқынды қозғалыс байқалғанымен, оның ортасында тыныштық аймағы болады, онда ең тәжірибелі басшы сабырмен, ашуланусыз және дүрбелеңсіз жұмыс атқарады.

Табандылық (шешімталдық). Бұл қасиет ұжымның қойылған міндетті орындауға қабілетті екендігін түсінуден және істің сәтті аяқталатынына сенуден көрінеді. Шешім қабылдау барысында табандылық аса қажет. Шешім қабылданғаннан кейін басшы әрекеттерінің барлығы ақылға қонымды, байыпты болуы тиіс. Осыдан кейін көшбасшы өз билігін тиімді пайдалана білуді, оны қызметкерлер үшін сенімді әрі қабылдауға оңтайлы етуді үйренуі қажет.

Қаталдық. Бұл қасиет қазіргі ұрпақ тарапынан әрдайым бірдей қабылдана бермейді. Алайда тәжірибе көрсеткендей, шынайы көшбасшы салақтарға, жалқауларға және жұмысқа жанашырлық танытпайтындарға аяушылық танытпауы тиіс. Әйтпесе барлық ауыртпалық адал еңбек ететін адамдардың мойнына түседі. Пайда келтірмейтін қызметкерлері бар ұйымдарда қалған ұжым мүшелері өзара қолдау мен ынтымақтастық сезімін тез жоғалтады.

Тартымдылық. Басшы өзгелерді өзіне тартатын тұлға болуы қажет. Оның харизмасы өзін-өзі ұстау мәдениетіне, бағыныштылармен сыпайы әрі орынды сөйлесуіне, жоғары моральдық және кәсіби қасиеттеріне, сондай-ақ көпшілік алдында көріну жиілігіне байланысты қалыптасады.

13.2. Жеке тұлға этикасы және корпоративтік этика

Қазіргі іскерлік әлемде этикалық кодекстердің алуан түрі бар. Орта ғасырлар — цехтық, корпоративтік этиканың гүлдену дәуірі. Ол кезеңдегі кәсіби этикалық кодекс белгілі бір цехқа біріккен қолөнершілерге арналған формалды және формалды емес ережелер жүйесі болды. Олардың мінез-құлқы өзіндік «кәсіподақтық» жарғылармен реттелді. Бұл жарғылардың негізгі мақсаттары: біріншіден, дәстүрлер арқылы одақтың тұтастығын сақтау; екіншіден, өнім сапасының жоғары стандартын ұстап тұру; үшіншіден, өндірістен тыс жерде, әсіресе басқа сословиелер мен кәсіп өкілдерімен қарым-қатынаста қолөнершілердің мінез-құлқын реттеу болды.

Ғасырлар бойы корпоративтік этика тек ортағасырлық цехтық ұйымдармен ғана байланыстырылып келді. Алайда 1960–1970 жылдары АҚШ-та корпоративтік этика өнеркәсіптік корпорациялардың қоғамда қабылданған құндылықтық стандарттар тұрғысынан ұстанымдарын айқындау құралы ретінде қолданыла бастады. Корпоративтік этика кеңірек контексте қарастырылып, оның негізгі ұғымы ретінде «әлеуметтік жауапкершілік» аталды.

Қазіргі уақытта корпоративтік этика саласындағы жұмыс экономикалық тұрғыдан дамыған елдерде менеджменттің ажырамас бөлігіне айналды. Бұл қызмет өзара тығыз байланысты екі мақсатты көздейді: біріншіден, компанияның мінез-құлық стандарттарына сәйкестігін қамтамасыз ету. Өйткені компанияда этикалық мәдениеті әртүрлі адамдар жұмыс істейді және оларды біріктіретін ортақ ұстанымдар қажет. Екіншіден, бәсекелестіктің аса жоғары деңгейінде өміршең болу мен қажетті пайдаға қол жеткізудің маңызды стратегиялық кілті ретінде күшті корпоративтік мәдениет пен этиканың маңыздылығын іске асыру.

Корпорациялардың экономикалық қызметі барысында туындайтын моральдық-этикалық мәселелерді қарастыра отырып, бұл проблемалар пайда болатын бірнеше ірі саланы атап өтуге болады. Олар: табиғатқа деген қатынас, өнім сапасына көзқарас, билікке қатынас, персоналға (жұмысшылар мен қызметкерлерге) қатынас, әлеуметтік мәселелерге, жаһандық проблемаларға және іскерлік қарым-қатынас серіктестеріне деген көзқарас.

АҚШ-тың жетекші 116 корпорациясының этикалық кодекстерін зерттеу нәтижелері бойынша, кодекстерде мәтін көлемі мен назар аудару деңгейі жағынан алғашқы үш орынды келесі қарым-қатынастар иеленген: а) үкіметпен (шенеуніктермен және заңдармен); ә) іскерлік серіктестермен; б) ұйым ішіндегі қызметкерлер арасындағы қарым-қатынастар.

Кәсіпкер көбінесе шешім қабылдауда ақылға қонымды пайым мен ар-ұжданның жетегіне сүйенуге мәжбүр болады. Ар-ожданға, моральдық қағидалар мен құндылықтарға сүйенбеген адам өзін жеке күйреуге, экономиканы — құлдырауға, ал қоғамды — дағдарысқа ұшыратады.

I. Жеке тұлға қағидаттары

1. Адамның ар-намысы мен қадір-қасиеті, шешім қабылдау еркіндігі — бәрінен жоғары. Оларға деген құқық өзіне және өзгелерге қатысты қабылданған міндеттемелерді орындау арқылы беріледі және қамтамасыз етіледі.

2. Іс жүргізуге қатысушы өзге адамдарды құрметтеу — олармен қарым-қатынастың және өзін-өзі құрметтеудің негізі.

3. Жақсылықтың қайтарымы болады. Жамандық таратпа, жақсылықты көбейт.

II. Кәсіби маман қағидаттары

4. Іскерлік табыстың негізгі көрсеткіші — пайда. Пайданың кепілі — тауарлар мен қызметтердің жоғары сапасы, іскерлік қарым-қатынастың

заманауи тәсілдерін меңгеру, сенімді, білікті әрі адал серіктес ретіндегі бедел.

5. Искерлік өзара әрекеттестіктің ең берік негізі — өзара сенім; ең сенімді серіктес — мәміледен екі тарап та ұтатын серіктес. Өзің қандай серіктесті көргің келсе, өзің де сондай бол.

6. Бәсекелестік істі алға жылжытады, ынтымақтастыққа бағдарлану оны нығайтады, ал бәсекелесті жоюға ұмтылу істі құрдымға әкеледі.

13.3. Искерлік этикеттің негізгі қағидаттары

Искерлік этикет ережелерінің бүкіл жүйесі төменде келтірілген қағидаттарға негізделеді:

- құрмет қағидаты;
- жасы үлкенге басымдық беру қағидаты;
- әйел адамға басымдық беру қағидаты;
- эстетика қағидаты;
- гигиена қағидаты.

Құрмет ұғымы әдептілікті, мәртебелік айырмашылықтарды сақтауды, сондай-ақ теңдік (паритет) пен артықшылықтың (басымдықтың) үйлесімін қамтиды. Нормативтік талаптардың қатандық деңгейі жағдайға байланысты айқындалып, мәдени-тарихи контекстке қарай едәуір өзгеруі мүмкін. Этикет талаптары әрбір адам басқа адамдарға қатысты өз еркімен қабылдайтын міндеттер ретінде ғана көрініс табады.

Искерлік өзара әрекеттестікке қатысушылардың мінез-құлқы көбіне олардың мәртебелерінің арақатынасымен айқындалады. Бұл ретте басшының бағыныштыға қатысты, жасы үлкеннің жасы кішіге қатысты, әйел адамның ер адамға қатысты, тәжірибесі мол адамның жаңадан келгенге қатысты, сондай-ақ топтың жеке адамға қатысты мәртебесі жоғары болып саналады. Мәртебесі жоғары адам басымдыққа, артықшылыққа ие болады. Кей жағдайларда мәртебелік қатынастар өзара қайшылыққа түсуі мүмкін.

Практикада жасы үлкенге басымдық беру қағидаты мен әйел адамға басымдық беру қағидаты жиі бәсекелес қатынаста көрінеді. Бұл қайшылық нақты жағдайға, мәртебе айырмашылығына, қалыптасқан қарым-қатынастарға және лауазымы жоғары адамның жеке еркіне байланысты шешіледі. Неғұрлым ресми жағдайда және қызметтік деңгейдегі айырмашылық айқын болғанда ер адам-басшының мәртебесі әйел адам-бағыныштының мәртебесінен сөзсіз жоғары болады. Ал бейресми жағдайда басшы ілтипат ретінде әйел адамға басымдық беруі мүмкін, мысалы, есіктен өту кезінде алдымен өткізу арқылы. Осылайша ол өзінің тәрбиелілігі мен ізеттілігін көрсетеді.

Әйел адам өзінің мәртебелік артықшылығы туралы шешімді өз бетінше қабылдамауы тиіс, алайда басшы тарапынан көрсетілген жеңілдіктер мен артықшылықтардан бас тартпауы да қажет.

Искерлік этикет нормаларын сақтау белгілі бір күш-жігерді, өзін-өзі бақылауды және өзін-өзі шектеуді талап етеді, сонымен қатар ол қоғамның

тұлғадан тыс талаптары, шарттары мен міндеттерін жеке тұлғаның мінез-құлқы мен іс-әрекеттерімен үйлестіруді қамтамасыз етеді. Осылайша, іскерлік этикет іскерлік қарым-қатынастың маңызды құрамдас бөлігі болып табылады және мінез-құлық деңгейінде оның барлық қатысушыларының мүдделерін үйлестіруге мүмкіндік береді.

Іскерлік этикет ережелерінің негізінде ортақ алғышарттар мен негізгі қағидаттар жатыр. Алғашқылары төмендегі постулаттардан тұрады:

— іскерлік салада қарым-қатынас жасалатын кез келген адамға бірдей ілтипатпен және құрметпен қарау қажет;

— этикеттік мінез-құлық ережелері ер адамдарға да, әйел адамдарға да бірдей қолданылады.

Сонымен қатар, жалпыға бірдей қабылданған әдеп ережелері де сақталады, алайда олардың кейбірі қазіргі уақытта міндетті сипатынан айырылып келеді. Мысалы, «рыцарлық» мінез-құлықтың жекелеген элементтері: мейрамханада есепшотты төлеу, әйел адам үшін есікті ашып беру, кешігіп келген әйел адам кірген кезде орнынан тұру, лифттен шығарда әйел адамды алдымен өткізу сияқты дәстүрлер, өкінішке қарай, біртіндеп өткеннің еншісіне айналуға.

Қазіргі іскерлік этикет есікке жақынырақ тұрған адамның алдымен шығуын ұсынады. Ер адам да, әйел адам да сырт киімін өз бетінше киеді, алайда бұл кезде біреуіне қиындық туындаса, екінші тарап міндетті түрде көмектесуі тиіс. Басқа адамның тарапынан көрсетілген ілтипат белгілерін әрдайым қабылдай білу қажет. Әйел адамдар қажет болған жағдайда есікті өздері ашып қана қоймай, өзгелерді де өткізуі тиіс, бұл ретте оның ер адам немесе әйел адам екеніне қарамастан.

Ілтипаттылық, әдептілік, өзара сыйластық, қажет жағдайда көмек көрсету және көмекті қабылдай білу — жынысына қарамастан барлық адамдарға ортақ іскерлік этикеттің негізгі белгілері болып табылады.

Сыпайы адам — өзіне өзгелердің көзімен, яғни сырттай қарай алуды меңгерген адам. Алайда тек сыпайы, ізгі ниетті болу жеткіліксіз. Іскерлік этикеттің жалпы дұрыс мінез-құлық қағидаттары оның төмендегі негізгі ұғымдарында көрініс табады:

— Барлық істі уақытында орындау.

— Артық сөз айтпау.

— Тек өзінді ғана емес, өзгелерді де ойлау.

— Тиісті түрде киіну.

— Сауатты әрі көркем тілде сөйлеу және жазу.

1. Барлық істі уақытында орындау

Бұл міндеттің мәні — жұмысқа уақытында келу қажеттілігін білдіреді және мұны күн сайын сақтау талап етіледі. Егер қандай да бір күні жағдайға байланысты жұмысқа уақытында келу мүмкін болмаса, кеңсеге хабарласып, басшыңызды алдын ала ескерту қажет. Тек осылай ғана сіз өзіңізді сенімді қызметкер ретінде көрсете аласыз. Кешігу тек жұмыс процесіне кедергі келтіріп қана қоймайды, сонымен қатар адамға сенуге болмайтынын, оның

жауапкершілігі төмен орындаушы екенін көрсетеді. Міндеттемелерді уақытында орындамау сияқты жағымсыз қасиеттің болуы қызметтік өсуге теріс әсер ететіні анық.

Барлық істі уақытында орындау талабы өзге де кәсіби және қызметтік қызмет түрлеріне қатысты. Әрбір тапсырма белгіленген мерзімде орындалуы тиіс. Сондықтан ықтимал қиындықтарды алдын ала ескере отырып, жұмысты орындауға қажетті уақытты дұрыс жоспарлай білу аса маңызды.

2. Артық сөз айтпау

Бұл қағидаттың мәні — қызметкер өз ұйымының құпияларын сақтауға міндетті. Мұнда ол жұмыс істейтін фирма немесе мекеменің технологиялық, кадрлық және өзге де барлық мәселелері туралы ақпараттар қамтылады. Сол сияқты қызметтестер арасында айтылатын жеке өмірге қатысты мәліметтерді де жария етпеу қажет.

3. Тек өзінді ғана емес, өзгелерді де ойлау

Бұл қағидатсыз қандай да бір табысқа жету мүмкін емес. Сатып алушының, клиенттің немесе серіктестің пікірі мен мүддесін елемей — вакуумда қанат қағып ұшуға тырысумен тең. Кәсіпкерлердің бірі бұл туралы былай деген: «Барлық келеңсіздіктер өзімшілдік пен тек өз мүддесіне ғана шектен тыс берілудің салдарынан туындайды. Мысалы, кейбіреулер әріптестеріне зиян келтіруге тырысады, осылайша қызметтестер арасындағы бәсекеде артықшылыққа ие болуды немесе өз ұйымының ішінде жоғарылауды көздейді».

Әрқашан әр адамның өз мүддесі бар екенін және кез келген көзқараста, тіпті сізге қарсы пікір айтқан адам мүлде қателесіп тұрғандай көрінсе де, шындықтың белгілі бір үлесі болатынын ескеру қажет. Сондықтан іскерлік этикеттің басты талаптарының бірі — өзгенің пікірін құрметтеу және оны түсінуге ұмтылу болып табылады.

4. Тиісті түрде киіну

Бұл қағидаттағы ең басты талап — қызмет орнындағы ортаға, ал сол ортаның ішінде өз деңгейіңіздегі қызметкерлер контингентіне сай болу қажеттілігі. Ортаға үйлесу жеткіліксіз, киіміңіз талғаммен таңдалып, сән талаптарына фасоны мен түс үйлесімі жағынан сәйкес болуы тиіс. Бұл талап аяқкиімге және өзге де аксессуарларға да қатысты.

Егер жұмыс күнінен кейін бірден іскерлік кешкі ас жоспарланған болса, кешкі салтанатты киім кию ұсынылмайды. Әйтпесе адамдар сіздің олармен қарым-қатынасыңыз кәсіби емес, жеке сипатта деп ойлауы мүмкін (әсіресе, егер кездесуге қарсы жыныс өкілімен барсаңыз).

5. Сауатты әрі көркем тілде сөйлеу және жазу

Бұл қағидат сіз айтатын және жазатын барлық нәрсенің — жазбалар, хаттар және басқа да құжаттардың — мазмұны айқын, мақсатты болуымен қатар, сауатты әрі көркем тілде рәсімделуін талап етеді. Сонымен бірге барлық жалқы есімдер қате жіберілмей айтылып, дұрыс жазылуы тиіс. Егер грамматика мен емлеге қатысты қиындықтар туындаса, сөздіктерді,

оқулықтарды пайдалану немесе сауаттырақ әріптестердің көмегіне жүгіну қажет.

Өзіңізге балағат және әдепсіз сөздерді қолдануға қатаң тыйым салуыңыз керек — тіпті оларды біреудің сөзін келтіріп айту кезінде де. Кез келген жағымсыз көзқарасты жеткізе алатын көптеген бейтарап «сөз алмастырғыштар» бар. Сонымен қатар, тым қағидатшыл басшы (әсіресе әйел басшы) бейәдеп лексика үшін сізді жұмыстан босатуы да мүмкін.

Қарым-қатынастың жоғары мәдениеті сөйлеу мен тыңдай білудің, әңгіме жүргізудің дамыған дағдыларын талап етеді. Ақыл-ойды және қарым-қатынас мәдениетін дамытудың әңгімеден артық құралы бар деу қиын. Әңгіме — адамдардың бір-бірін тануына, өзара түсіністік табуына, түрлі мәселелер бойынша өз көзқарастарының дұрыстығына немесе қателігіне көз жеткізуіне мүмкіндік беретін тұтас өнер.

Адамдар арасындағы қарым-қатынас үдерісінде ақпараттың басым бөлігі ым-ишара, дене қалпы, серіктестердің орналасуы және арақашықтықты сақтау арқылы беріледі. Адамдар арасындағы коммуникацияның қалай жүзеге асатынын түсіну және осы құбылыстарды басқару серіктестердің іс-әрекеттерін тереңірек тануға, соның нәтижесінде өзгелермен қарым-қатынасты жақсартуға мүмкіндік береді.

Кейде мынадай келеңсіз жағдай орын алады: біз дұрыс сөздер айтамыз, бірақ бізге сенбейді. Бұл көбінесе қарым-қатынас сәтіндегі мимикамыз, қимыл-қозғалысымыз, дене қалпымыз айтқан сөздерімізге сәйкес келмеген кезде болады.

Іскерлік салада адамдардың әлеуметтік мінез-құлқы көптеген формалды және формалды емес әлеуметтік нормалар арқылы реттеледі. Оларға құқықтық, экономикалық, әкімшілік, техникалық-технологиялық және әлеуметтік нормалар жатады. Сонымен қатар бұл нормалар өндірілетін өнімнің немесе көрсетілетін қызметтің сапалық және сандық көрсеткіштеріне, қызметкерлер мен бөлімшелердің бірлескен қызметінің сипатына, сондай-ақ кәсіпорынның сыртқы ортамен — жеткізушілермен, тұтынушылармен, мемлекеттік құрылымдармен және жалпы қоғаммен өзара іс-қимылына қатысты талаптарды қамтиды.

Әрбір қызметкердің, жекелеген бөлімшелердің, олардың басшыларының және кәсіпорынның тұтастай мінез-құлқы формалды және формалды емес әлеуметтік нормалармен реттеліп, бақылауға алынады. Формалды нормаларға құжат жүзінде бекітіліп, санкциялармен қамтамасыз етілген ережелер жатады. Кәсіпорын ішіндегі формалды нормалар басқарудың барлық жүйелері мен деңгейлерін қамтитын басқару регламенттерінің жиынтығы ретінде көрініс табады, ал кәсіпорынға қатысты сыртқы формалды нормалар рөлін федералдық, өңірлік және ведомстволық деңгейдегі құқықтық, әкімшілік және техникалық нормалар атқарады.

Ал формалды емес нормалар — адамдардың өзара әрекеттесу үдерісінде қалыптасып, қоғамның (немесе топтық нормалар туралы сөз болғанда — белгілі бір топтың) санасында көрініс табатын мінез-құлық

эталондары, ережелері мен талаптары. Олар формалды нормалармен қатар барлық осы өзара әрекеттестіктерді реттеуде маңызды рөл атқарады.

13.4. Іскерлік этикеттің ерекшеліктері мен маңызы

Этикеттің бірнеше түрі ажыратылады, олардың негізгісі мыналар болып табылады:

- сарайлық этикет — монархтар сарайында белгіленген, қатаң реттелетін қарым-қатынас тәртібі мен нысандары;

- дипломатиялық этикет — дипломаттар мен басқа да ресми тұлғалардың әртүрлі дипломатиялық қабылдаулар, сапарлар мен келіссөздер кезінде өзара қарым-қатынас жасау ережелері;

- әскери этикет — әскери қызметшілердің қызметінің барлық саласында сақталатын, әскерде жалпы қабылданған мінез-құлық нормалары мен ережелерінің жиынтығы;

- жалпыазаматтық этикет — азаматтардың бір-бірімен қарым-қатынасында сақтайтын ережелердің, дәстүрлердің және шарттылықтардың жиынтығы.

Дипломатиялық, әскери және жалпыазаматтық этикет ережелерінің көпшілігі белгілі бір дәрежеде өзара ұқсас келеді. Олардың арасындағы айырмашылық дипломаттар үшін этикет ережелерін сақтауға ерекше маңыз берілуінде, өйткені бұл ережелерден ауытқу немесе оларды бұзу мемлекеттің немесе оның ресми өкілдерінің беделіне нұқсан келтіріп, мемлекеттер арасындағы қатынастардың күрделенуіне әкелуі мүмкін.

Сонымен бірге этикет талаптары абсолютті сипатқа ие емес, оларды сақтау орынға, уақытқа және жағдайға байланысты болады. Этикет нормалары мораль нормаларынан өзгеше түрде шартты сипатқа ие, яғни адамдардың мінез-құлқында ненің жалпы қабылданған, ал ненің қабылданбаған деп саналатыны жөніндегі бейресми келісім іспетті. Әрбір мәдениетті адам этикеттің негізгі нормаларын біліп, сақтап қана қоймай, адамдар арасындағы қарым-қатынасты реттейтін белгілі бір ережелердің қажеттілігін де түсінуі тиіс.

Әдеп пен мінез-құлық көп жағдайда адамның ішкі мәдениетін, оның адамгершілік және зияткерлік қасиеттерін көрсетеді. Қоғамда өзін дұрыс ұстай білу аса маңызды, өйткені ол байланыс орнатуды жеңілдетеді, өзара түсіністікке қол жеткізуге ықпал етеді және жағымды әрі тұрақты қарым-қатынастардың қалыптасуына жағдай жасайды.

Қазіргі заманғы этикет адамдардың тұрмыста да, қызмет барысында да, қоғамдық орындарда да, көшеде де, қонақта да, сондай-ақ әртүрлі ресми іс-шараларда — қабылдауларда, рәсімдерде, келіссөздерде — өзін қалай ұстауы керектігін реттейді.

Іскерлік этикет — бұл іскерлік қызметті қалыпты жүргізуге кедергі келтіретін мінез-құлық бұзушылықтарына жол бермейтін, жазбаша және жазбаша емес мінез-құлық ережелерінің жиынтығы.

Іскерлік этикет мінез-құлық өнерінде ерекше орын алады. Егер тұрмыста немесе қоғамда белгілі бір мінез-құлық нормаларын бұзу негізінен тәрбиелі адам ретіндегі беделіңізге ғана қауіп төндірсе, бизнес саласында мұндай қателіктер үлкен қаржылық шығындарға және мансаптық өсудің тоқтауына әкелуі мүмкін.

Іскерлік қарым-қатынас саласындағы ұлы ұстаз әрі шебер Дейл Карнеги адамның қаржылық істердегі табысының он бес пайызы оның кәсіби біліміне, ал сексен бес пайызы адамдармен қарым-қатынас жасай білу қабілетіне байланысты екенін айтқан. Шынында да, кез келген бизнес — көптеген адамдардың үйлестірілген іс-әрекеті, ал бұл әрекеттердің тиімділігі олардың бір-бірімен дұрыс қарым-қатынас орната алу қабілетіне тікелей тәуелді.

Қызметтік этикет — кеңседе және іскерлік өзара іс-қимыл саласында мінез-құлықтың белгіленген тәртібі. Белгілі болғандай, фирманың кез келген қызметкері — компанияның бет-бейнесі, сондықтан бұл бейне бір мезгілде тартымды әрі кәсіби, ізетті әрі табанды, қызмет көрсетуге дайын әрі дербес болуы маңызды. Қазіргі заманғы қызметтік этикет — әдеп нормаларын терең білу, ұжымда өзін баршаға құрметті болатындай ұстау және өз мінез-құлқымен өзгелерді ренжітпеу қабілеті.

Іскерлік этика компанияның имиджін қалыптастырудағы негізгі «құралдардың» бірі болып табылады. Қазіргі бизнесте фирманың бейнесіне айрықша мән беріледі. Қызметтік этикет сақталмайтын ұйымдар көп нәрседен ұтылады. Ал іскерлік этикет өмір салтына айналған ұйымдарда еңбек өнімділігі жоғары, нәтижелер де әлдеқайда жақсы болады.

Әлемнің түкпір-түкпіріндегі кәсіпкерлер бизнестің басты қағидатын жақсы біледі: жақсы әдеп — табыс әкеледі. Іскерлік этикет сақталатын компаниямен жұмыс істеу әлдеқайда жағымды. Қалыптасқан адамгершілік нормалары — адамдар арасындағы қарым-қатынастың ұзақ тарихи дамуының нәтижесі. Бұл нормаларды сақтамай саяси, экономикалық және мәдени қатынастардың болуы мүмкін емес, өйткені өзара құрметсіз және белгілі бір шектеулерді мойындамай өмір сүру мүмкін емес.

Этикет — француз тілінен енген сөз, ол мінез-құлық мәнерін білдіреді. Оған қоғамда қабылданған ілтипаттылық пен сыпайылық ережелері жатады.

Қазіргі заманғы этикет көне дәуірден бүгінгі күнге дейінгі көптеген халықтардың салт-дәстүрлерін мұра еткен. Негізінен бұл мінез-құлық ережелері әмбебап сипатқа ие, себебі олар тек белгілі бір қоғам өкілдерімен ғана емес, қазіргі әлемде өмір сүріп отырған әртүрлі әлеуметтік-саяси жүйелер өкілдерімен де сақталады. Әрбір елдің халқы этикетке өз елінің қоғамдық құрылымына, тарихи даму ерекшеліктеріне, ұлттық дәстүрлері мен әдет-ғұрыптарына байланысты түзетулер мен толықтырулар енгізеді.

Өзін тиісінше ұстай білу, яғни этикет талаптарын сақтау, бүгінде бизнесте алға шығудың және көшбасшылықты сақтаудың маңызды шарттарының бірі болып отыр. Басқаша айтқанда, іскерлік этикетті сақтау — кәсіби стратегияның құрамдас бөлігі.

Тек сыпайы әрі тәрбиелі болу жеткіліксіз. Бұл саладағы қарым-қатынастың нәзік қырларын терең білуді талап етеді. Мұндай білімнің түрлері өте көп: қашан және қалай орынды сөз айту немесе керісінше үндемеу, оқиғаға сай сыйлық таңдау, пайдалы іскерлік байланыстар шеңберін қалыптастыру, іскерлік ас қабылдауды ұйымдастыру және онда өзін дұрыс ұстау және тағы басқа. Мұның барлығы іскерлік байланыстар мен жеке әрекеттердің компанияның және өзіңіздің істеріңізге оң әсер етуіне бағытталуы тиіс.

Этикет ережелері жекелеген компанияларда және өндіріс салаларында әртүрлі болуы мүмкін, сондықтан әрбір нақты жағдайда осы ерекшеліктерді білу қажет. Сонымен қатар экономикалық байланыстардың жаһандануы басқа елдердің әдеп ережелерін меңгеруді талап етеді. Бұл ережелерді бұзу іскерлік байланыстардың үзілуіне және өткізу нарықтарынан айырылуға алып келеді.

Қорытынды

Іскерлік этика – бұл кәсіпкерлік және ұйымдық қызметте мінез-құлық нормалары мен моральдық қағидаларды сақтау жүйесі. Ол тек заңға бағынумен шектелмей, қызметкерлер мен басшылар арасындағы өзара сенім, адалдық және әділдік қағидаларын да қамтиды. Іскерлік этиканың негізгі элементтері – жауапкершілік, адалдық, кәсібилік, корпоративтік мәдениет және кәсіби стандарттарға бағыну.

Қазіргі уақытта іскерлік этика ұйымның имиджін қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Этикалық нормаларды ұстанатын компаниялар клиенттер мен серіктестердің сенімін арттырады, қызметкерлердің мотивациясын және ұйым ішіндегі ынтымақтастықты күшейтеді. Сонымен қатар, этикалық қағидаларды сақтамау корпоративтік даулар мен құқықтық мәселелерге алып келуі мүмкін.

Қорытындылай келе, іскерлік этика – бұл ұйымның тұрақты дамуы мен бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ететін маңызды құрал. Ол тек сыртқы қатынастарды ғана емес, ішкі мәдениетті де реттейді, қызметкерлер мен басшылық арасындағы қарым-қатынастың сапасын арттырады, нәтижесінде ұйымның тиімділігі мен беделін нығайтады.

Этикет – бұл қоғамдағы адамдардың өзара қарым-қатынаста қолданатын мінез-құлық және рәсімдік нормалардың жиынтығы. Ол жеке тұлғаның мәдениетін, сыпайылығын, әдептілігін көрсетіп, қоғамдық және іскерлік қатынастарды үйлестіруге қызмет етеді. Іскерлік және ресми ортада этикет қағидаларын сақтау ұйымдағы өзара сыйластықты, сенімді қарым-қатынасты қалыптастырады, қызметкерлер мен серіктестер арасындағы байланыстардың сапасын арттырады.

Этикет тек сыртқы көрініс немесе формальдық рәсімдер жиынтығы емес, ол адамның кәсібилігі мен мәдени деңгейінің айнасы болып табылады. Әдептілік, дұрыс сөйлеу, киім мәдениеті, құжаттарды рәсімдеу, кездесулер мен келіссөздерде мінез-құлық нормаларын сақтау – барлығы этикеттің

маңызды құрамдас бөліктері. Этикеттің дұрыс қолданылуы ұйымның имиджін нығайтып, адамдар арасындағы қарым-қатынаста түсінушілік пен үйлесімділікті қамтамасыз етеді.

Қорытындылай келе, этикет – бұл қоғам мен іскерлік ортада тиімді және мәдениетті қарым-қатынастың кепілі. Ол жеке тұлғаның мәдениетін көрсетіп қана қоймай, ұйымның беделін арттырып, жұмыс процесін жеңілдететін маңызды құрал болып табылады.

Практикум

Тапсырма 1. «Orion Group» компаниясында жаңа қызметкер жұмысқа қабылданды. Ол кәсіби білікті, бірақ:

- электронды хаттарға қысқа әрі дөрекі жауап береді;
- жиналыстарға кешігіп келеді;
- әріптестермен ресми емес стильде сөйлеседі;
- басшылықпен сөйлескенде іскерлік иерархияны сақтамайды.

1. Қызметтік этикеттің қандай қағидалары бұзылды?
2. Бұл мінез-құлықтың компания имиджіне ықтимал әсерін сипаттаңыз.
3. Қызметкерге арналған 5 нақты этикет ережесін ұсыныңыз.
4. Егер сіз HR-менеджер болсаңыз, мәселені қалай шешер едіңіз?

Тапсырма 2. Компания шетелдік серіктестермен келіссөз жүргізуде. Қабылдау барысында қызметкерлердің бірі:

- телефонмен сөйлесіп отыр;
- серіктестерді уақытында қарсы алмады;
- ресми киім үлгісін сақтамады.

Сұрақ:

1. Қандай этикет нормалары сақталмады?
2. Бұл жағдай іскерлік қатынасқа қалай әсер етуі мүмкін?
3. Осындай жағдайлардың алдын алу үшін ішкі қызметтік этикет ережелерінің 5 тармағын құрастырыңыз.

Тапсырма 3. Компанияда қызметтік этикетке қатысты нақты ішкі ережелер жоқ. Әр қызметкер өзінше әрекет етеді: кейбірі іскерлік стильді сақтаса, басқалары бейресми қарым-қатынасты жөн көреді; хат алмасуда бірізділік жоқ; клиенттермен сөйлесу барысында кей қызметкерлер кәсіби шекараны сақтамайды; жиналыстарда өзара сыйластық жиі бұзылады. Нәтижесінде клиенттердің шағымдары көбейіп, қызметкерлер арасында түсінбеушілік туындаған.

Сұрақ:

1. Мәтін бойынша негізгі проблемаларды анықтаңыз (кемінде 4).
2. Әр проблеманың себептері мен салдарын талдаңыз.
3. Қызметтік этикет неге бұл ұйым үшін стратегиялық маңызды фактор екенін дәлелдеңіз.

4. Ұйымдағы жағдайды жақсарту үшін нақты 5 басқарушылық ұсыныс жасаңыз.
5. Егер қызметтік этикет енгізілсе, қысқа және ұзақ мерзімді нәтижелерін болжаңыз.

Тапсырма 4. Төмендегі көрсеткіштер бойынша салыстырыңыз:

Көрсеткіш	Этикет сақталған ұйым	Этикет сақталмаған ұйым
Компания имиджі		
Қызметкерлер арасындағы қарым-қатынас		
Клиент сенімі		
Еңбек өнімділігі		
Іскерлік байланыстар		

Қызметтік этикеттің бизнеске әсері туралы 5–6 сөйлеммен қорытынды жазыңыз.

Тапсырма 5. Өз болашақ кәсіби салаңызды (қонақ үй, мейрамхана, кеңсе, банк, білім беру ұйымы және т.б.) таңдаңыз.

1. Сол салаға тән қызметтік этикет ерекшеліктерін сипаттаңыз.
2. Қызметкерлер үшін «Қызметтік этикет бойынша 7 алтын ереже» құрастырыңыз.
3. Осы ережелердің ұйым беделіне қалай әсер ететінін түсіндіріңіз.

13-тақырып бойынша өзін-өзі бақылау тесті

1. Қызметтік этикеттің негізгі мақсаты қандай?
 - а) Қызметкердің жеке қалауына сай әрекет етуін қамтамасыз ету
 - б) Ұйымдағы мінез-құлықты стандарттау және кәсіби бейнені қалыптастыру
 - с) Клиентке тек материалдық пайда әкелу
2. Қызметтік этикет нормалары қайдан шығады?
 - а) Тек компанияның ішкі ережелерінен ғана
 - б) Қоғамдық дәстүрлер мен халықаралық тәжірибеден, сонымен қатар ішкі ережелерден
 - с) Жеке қызметкердің мінез-құлқынан
3. Қызметтік этикет сақталмаған жағдайда қандай салдар болуы мүмкін?
 - а) Компанияның имиджі мен іскерлік байланыстарға зиян келуі
 - б) Қызметкерлердің біліктілігінің төмендеуі
 - с) Тек жеке қызметкердің моральдық жағдайына әсер ету
4. Қызметтік этикеттің кәсіби маңызды ерекшелігі қандай?
 - а) Ол тек мәдениеттілікке бағытталған

- b) Ол ұйым имиджін қалыптастырып, бизнес тиімділігін арттыруға әсер етеді
- c) Ол тек ресми іс-шараларда ғана қолданылады

5. Дипломатиялық этикет пен жалпыазаматтық этикет арасындағы басты айырмашылық неде?

- a) Дипломатиялық этикетте тек қана ресми киімге көңіл бөлінеді
- b) Дипломатиялық этикетке сәйкессіздік елдің немесе ресми өкілдердің беделіне зиян келтіруі мүмкін
- c) Жалпыазаматтық этикет тек бизнес үшін қажет

6. Қызметкер жиналысқа кешігіп келгенде қандай әрекет дұрыс болады?

- a) Кешігіп келгенін елемей, жұмысты жалғастыру
- b) Алдын ала хабарлап, кешігу себептерін түсіндіру
- c) Басшылықтың алдында кешігуге мән бермей қалу

7. Іскерлік этика мен қызметтік этикеттің айырмашылығы неде?

- a) Іскерлік этика моральдық принциптерге негізделген, ал қызметтік этикет мінез-құлықтың нақты стандарттары
- b) Қызметтік этикет тек этикалық тұрғыдан қарастырылады
- c) Іскерлік этика тек құжаттарда жазылады

8. Қызметтік этикеттегі «статус бойынша басымдық» қағидасы нені білдіреді?

- a) Басшының әрқашан дұрыс екенін білдіреді
- b) Жоғары статус иесіне іскерлік қарым-қатынаста белгілі бір артықшылық беріледі
- c) Қызметкер өз қалауы бойынша басымдық жасай алады

9. Іскерлік хат алмасуда қандай мінез-құлық дұрыс болып саналады?

- a) Барлық ақпаратты ашық және шектеусіз беру
- b) Ресми, сыпайы стильде жазу, құпия ақпаратты жарияламау
- c) Хатты қысқарту үшін қысқа сөздер мен жаргон қолдану

10. Қызметтік этикетті сақтамау нәтижесінде: (күрделі себеп–салдарлық сұрақ)

- a) Тек ұйым ішінде қарым-қатынас бұзылады
- b) Ұйым имиджі төмендейді, клиенттермен және серіктестермен байланыс әлсірейді
- c) Қызметкерлердің жалақысы төмендейді

ҰСЫНЫЛАТЫН ӘДЕБИЕТТЕР

Негізгі әдебиеттер

- 1.Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение: учебное пособие. –М.: Новое знание, 2015
2. Белолипецкий В.К., Павлова Л.Г. Этика и культура управления: Учебно-практическое пособие. – М.: ИКЦ МарТ, 2014
3. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М.: ИНФРА-М, 2005
4. Колтунова М.В. Деловое общение: Нормы, риторика, этикет: Учеб. Пособие. – М.: Логос, 2015.
5. Кузнецов И. Н. Деловое общение: Учебное пособие. – М.: Дашков и К, 2016
6. Панфилова А.П. Коммуникативная компетентность специалиста / Психология делового общения: Хрестоматия / Сост. Райгородский. – Самара, 2016.- С.124-209
7. Поваляева М.А. Деловое общение: Учебное пособие. – Ростов-н/Д: Феникс, 2016
- 8.Психология и этика делового общения: Учебник для Вузов / Под ред. В.Н.Лавриненко. – М., 2007
9. Рогожин М.Ю Документы делового общения. – М.:РДД, 2016
10. Титова Л.Г. Деловое общение: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИДАНА, 2015
11. Фишер Р., Юрии У Переговоры / Психология делового общения: Хрестоматия / Сост. Райгородский. – Самара, 2016. – 698-757
12. Цепцов В. Переговоры через языковой и культурный барьеры / Психология делового общения: Хрестоматия/ Сост. Райгородский. – Самара: Бахрах-М, 2016. – С.678-697

Қосымша әдебиеттер

- 13.Андреев В.И. Деловая риторика: Учебное пособие. – М.:2016
14. Аннушкин В.И. Риторика и стилистика: Учебное пособие. – М.: Академия труда и социальных отношений, 2014
15. Барахович И.И. Формирование коммуникативной компетентности в процессе профессиональной подготовки учителя: Учебное пособие. – Красноярск: РИО КГПУ, 2013
16. Батаршев А.В. Психодиагностика способности к общению, или Как определить организаторские и коммуникативные качества личности. – М.: Владос, 2018
17. Берн Э.Игры, в которые играют люди: Психология человеческих взаимоотношений; Люди, которые играют в игры: Психология человеческой судьбы. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2019

18. Гарнер А., Пиз А. Метаязык или как читать между строк / Психология делового общения: Хрестоматия / Сост. Райгородский. – Самара, 2006. – С. 550-572
19. Громова О.Н. Конфликтология: Курс лекций. – М.: Экмос, 2010
20. Ключев Е.В. Речевая коммуникация: Учебное пособие. – М., 2008
21. Краткий психологический словарь / Под ред. А.В. Петровского. – М., 2015
22. Кузин Ф.А. Невербальные средства в деловой разговорной практике / психология делового общения: Хрестоматия/ Сост. Райгородский. – Самара: Бахрах-М, 2016. – С. 217-295
23. Кусарбаев Р.И. Формирование культуры межнационального взаимодействия студентов высших учебных заведений: Дисс. на соиск.уч.ст. к. п. н. – М., 2010
24. Майерс Д. Социальная психология.-СПб: Питер, 2015
25. Панасюк А.Ю. Психологические приемы достижения расположенности подчиненных / Психология делового общения: Хрестоматия/ Сост.Райгородский. – Самара: Бахрах-М, 2016. – С.625-674
26. Панкратов В. Психологические уловки-манипуляции и их нейтрализация практике / Психология делового общения: Хрестоматия/ Сост.Райгородский. – Самара: Бахрах-М, 2016. – С. 387-398
27. Педагогика межнационального общения: учебное пособие / Под ред. Д.И.Латышиной. – М.: Гардарики, 2014
28. Словарь психолога-практика / сост. С.Ю. Головин. – М.: АСТ, 2010
29. Сухарев В. О., Сухарев М.В. Психология народов и наций. – Д. Сталкер, 2007
30. Формановская Н.И. Коммуникативно-прагматические аспекты единиц общения. – М., 2008.
31. Формирование толерантной личности в полиэтнической образовательной среде: Учебное пособие / Под ред. В.Н. Гурова, - М.: Педагогическое общество России, 2014
32. Фромм Эрих Бегство от свободы. Человек для самого себя. – М.: Изда, 2014
33. Шостром Э. Человек-манипулятор. – М.: ЭКСМО-ПРЕСС, 2012
34. Этнопсихологический словарь / Под ред. В.Г. Крысько. – М., 2019