

İŞGÜZAR KOMMUNİKASIYANIN FORMA VƏ NÖVLƏRİ

Kommunikasiya insanın həyatı boyu onun üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edən amillərdən biri və belə demək olar ki, birincisidir. İnsan yarandığı gündən ölmünə kimi ünsiyyət qurmağa can atır, bütün maddi və mənəvi dünyasını onunla təmin edir. Ünsiyyətin sayəsində insanlar bir-biri ilə eləcə də ətrafındakı insanlarla əlaqə qurur, daha uzaq məsafələrə məlumat göndərilir. Məhz bu əlaqələrin sayəsində insanlar yeni kəşflər edir özlərini ətrafa təqdim etməyə çalışır, nəticədə işgüzar münasibətlər formalaşır. Bu baxımdan işgüzar kommunikasiyanın forma və növlərinin araşdırılması mühüm əhəmiyyət kəsb edən məsələlərdəndir.

İşgüzar kommunikasiya insanlar arasındakı fəaliyyətin əsas təzahür formalarından biri, onun həyatının zəruri bir hissəsidir. İşgüzar kommunikasiya ona görə vacibdir ki, insanlar arasında mövcud olan münasibətlərin əsas tənzimləyici faktorudur. İşgüzar kommunikasiya peşəkar ünsiyyət hesab olunur. İşgüzar ünsiyyətin bu cəhətinə diqqət yetirən N.Məmmədli yazır ki, “İşgüzar kommunikasiya peşəkar fəaliyyətdə ofis, menecer, marketinq və s. statusa malik insanlar arasında xüsusi bir ünsiyyətdir, əsasən, rəşional əsaslarla qurulur, tərəflər arasında məlumatın şüurlu, hədəfli və məqsəduyğun təşkilidir. İşgüzar kommunikasiyanın iştirakçıları və ya subyektləri həm fərdi, həm də birgə fəaliyyətdə iştirak edən və ya etmək istəyən şəxslər ola bilər” (1, s. 58). İşgüzar ünsiyyətin iştirakçıları həm fərdi, həm də birgə fəaliyyət göstərmək niyyətində olan insanlar ola bilər. Həmin insanların niyyətindən və fəaliyyət dairələrindən asılı olaraq işgüzar ünsiyyətin formaları və növləri yaranır. Aydın məsələdir ki, həmin formalar və növlər iş vəziyyətindən asılı olaraq fərqli şəkildə təzahür edir ki, buna əsasən də növ və forma seçilir.

İşgüzar kommunikasiyanın növləri haqqında müxtəlif fikirlər irəli sürülsə də, biz onun iki böyük qrupa ayrılmasının tərəfdarıyıq: şifahi və yazılı işgüzar kommunikasiya. Hər növün də özünəməxsus formaları vardır.

İşgüzar kommunikasiyanın şifahi formaları müxtəlifdir və fərqli məqsədlər üçün istifadə edilir. Biz bura işgüzar söhbətlər, danışqlar, kütləvi çıxışlar, telefon danışqları, mətbuat konfransları, müzakirələr, diskussiyalar, mübahisələr, təqdimatlar, diskussiyalar, telefon danışqları və s. daxil edilir. Qeyd edək ki, sadalanan formalar məkan, məsafə və üsullarına görə fərqlənir.

“İşgüzar söhbət müəyyən məsələlər və ya problemlər üzrə informasiya ötürülməsi və ya fikir mübadiləsidir. İşgüzar söhbətlərin yekununda qərarların qəbul edilməsi, sazişlərin imzalanması heç də vacib deyil” (2). İşgüzar söhbətlər müəyyən məlumatların ötürülməsinə, qəbuluna, eləcə də fikir mübadiləsinə əsaslanır. İşgüzar söhbətlər adətən iki şəkildə müşahidə olunur. Birinci telefon danışqları şəklində, ikinci üz-üzə görüş zamanı söhbətlər və s. İşgüzar söhbətlər bir-dən-birə baş vermir, söhbətin məzisi, gedişi və sonu əvvəlcədən planlaşdırılır. Belə ki, tərəflər söhbətin gedişini əsas hansı məsələləri müzakirə edəcəklərini və nəticə olaraq hansı qənaətlə gələcəklərini, eləcə də hansı təklifləri irəli sürəcəklərini müəyyənləşdirirlər. Bunun üçün onlar söhbətə başlamazdan öncə müəyyən sənədlər hazırlayırlar və əvvəlcədən hazırlanmış bu sənədlər görüş zamanı təqdim olunur.

İşgüzar söhbətlər tərəflərdən yüksək hazırlıq tələb edir və bu da iştirakçılarda psixoloji üstünlük qazandırır. Tərəflər çalışır ki, konflikt yaradacaq məsələlərə toxunmasınlar və əsas diqqəti mühüm problemlərin həllinə yönləndirsinlər. Əvvəlcədən hazırlıq o deməkdir ki, tərəflər özləri üçün maraqlı olacaq sualları hazırlayırlar, görüşün reqlamenti, hansı nəticələrin əldə olunması hər biri qabaqcadan planlaşdırılır. Qabaqcadan planlaşdırılan məsələlər içərisinə görüşün keçiriləcəyi məkan, zaman da daxil edilir.

İşgüzar söhbətlər zamanı tərəflər mütləq müəyyən məsələləri diqqətdə saxlamalıdırlar. Unutmaq olmaz ki, hazırlıq olmadan, görüşə getmək olmaz. Hər bir səmərəli nəticə üçün müəyyən detalları öncədən müəyyənləşdirmək lazımdır. Ola bilər ki, tərəflər öz bacarıq, qabiliyyət və təcrübələrinə arxayın olsunlar, ancaq bu onlara əsas vermir ki, yüzdə yüz müsbət nəticə əldə etmək imkanları olacaq. Ona görə məsləhətdir ki, tərəflər ən incə və kiçik detalları belə nəzərdə saxlasınlar.

Hal-hazırda öz aktuallığı ilə seçilən işgüzar kommunikasiya formalarından biri də mətbuat konfranslarıdır. “Mətbuat konfransı və press-konferensiya hər hansı bir vacib informasiyanın ictimaiyyətə çatdırılmasıdır. Bunlar xüsusi statusu olan tədbirlərdir. İşgüzar ünsiyyətin bu forması lider, siyasətçi, dövlət məmuru, hət hansı bir sahə üzrə mütəxəssis və iş adamlarının media nümayəndələri ilə görüşməsidir. Mətbuat konfransının özünəməxsus bir sıra cəhətləri vardır. Burada hər hansı bir sənəd və ya məlumat yayımlanmır, bəzi lazımi informasiyaların cəmiyyətin bütün nümayəndələrinə çatdırılması məqbul hesab edilmir” (4, s. 217).

Mətbuat konfranslarının təşkilatçıları müxtəlif siyasi xadimlər, biznesmenlər və b. ola bilər. Onların əsas məqsədi insanları məlumatlandırmaqdır. Bunun üçün onlar mətbuat konfransı təşkil edən zaman radio, televiziya və müxtəlif xəbər saytlarının nümayəndələrini dəvət edirlər və onlara mühüm informasiya çatdırırlar. Mətbuat konfransı da digər görüşlər kimi xüsusi məkanlarda və zamanda təşkil olunur. “Mətbuat konfransını xüsusi yerlərdə: görüşlər, iclaslar və müşavirələr üçün nəzərdə tutulmuş otaqlarda təşkil etmək tövsiyə olunur. Çıxış edənlər üçün onların adı, soyadı yazılmış və aydın oxunan vizit kartları hazırlanmalıdır. Mütəxəssislər mətbuat konfransını 60 dəqiqədən çox olmayan bir müddət ərzində keçirməyi tövsiyə edirlər. Onun müddəti qabaqcadan elan edilməlidir ki, jurnalistlər mətbuat konfransına nə qədər vaxt sərf edəcəklərini və sual vermək üçün nə qədər vaxtları olacağını bilsinlər. Mətbuat konfransının sonuna doğru, növbəti sualın axırıncı olacağını elan etməklə, auditoriyanı konfransın başa

³⁰ BDU-nun Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti kafedrasının müəllimi. iradamaharramova@gmail.com

çatması barədə məlumatlandırmaq lazımdır” (2). Mətbuat konfranslarının təşkili məkan və zamandan başqa ciddi hazırlıq tələb edir. Onun müəyyən müddəti, məkanı, zamanı və ciddi strukturu olmalıdır.

Son dövrlərdə mətbuat konfransları kimi brifinqlərdən də geniş istifadə edilir. Brifinqlər mətbuat konfranslarından fərqli olaraq daha qısa müddət ərzində baş verməsi ilə seçilir. Brifinqləri təşkil edənlər xüsusi dövlət adamları, partiya, təşkilat nümayəndələri olurlar. Biz brifinqlərə İkinci Qarabağ müharibəsi zamanı daha çox rast gəlirdik. Belə ki, torpaqlarımız düşmən işğalından azad olduqca Müdafiə Nazirliyinin xüsusi nümayəndələri əhalini məlumatlandırırdı.

Son dövrlərdə elm və texnikanın sürətli və davamlı inkişafı telefon danışqlarının da işgüzar kommunikasiyada rolunu artırmışdır. Telefonla danışqları o qədər önəm kəsb edir ki, şifahi işgüzar kommunikasiyadan bəhs edərkən ondan danışmamaq mümkün deyildir. Telefonla danışq bizə imkan verir ki, ani və tez məlumatları çatdıraq və ya qarşı tərəf bizə lazımı informasiya göndərsin. Telefonla danışq sadəcə məlumat məlumatı göndərməklə tamamlanmır, o, mövcud münasibətləri davam etdirmək imkanı da qazandırır.

Telefonla danışqlar müxtəlif forma və məzmunla həyata keçirilir. Burada müxtəlif görüşlər təyin olunur, məsləhətləşmələr aparılır, müəyyən xahişlər edilir, bayramlar, ad günləri və ya nailiyyətlər münasibətilə təbrik edilir və s. Telefonla bu qədər mühüm mövzuların müzakirəsi aparılsa da, hər məsələni də telefonla müzakirə etmək doğru deyildir. Telefona həddindən çox bağlanmaq, hər işi onun vasitəsilə həyata keçirməyə çalışmaq xoş olmayan nəticələrə səbəb ola bilər. Məhz bu səbəbdən yalnız vacib və zəruri hallarda telefonlardan istifadə məsləhətlidir. Bu haqda F.Şiriyev yazır ki, “Gün ərzində aparılan telefon danışqlarını mümkün qədər tənzimləmək çox önəmlidir. Zəng edilə bilən saatları müəyyənləşdirmək məqsədəuyğundur. Bununla əsas işimizə vaxt ayırmaq imkanı əldə edərsiniz. İş yoldaşlarınız və tabeliyinizdə çalışanlar bilməlidir ki, təxirəsalınmaz işlərlə məşğul olduğunuz zaman sizi telefon zəngilə əsas işinizdən ayırmaq olmaz” (3, s. 316).

Telefon danışqlarına adi söhbət kimi yanaşılmamalı, danışan tərəf əvvəlcədən nəyi və necə söyləyəcəyini bilməlidir. Unutmaq olmaz ki, telefonla danışq zamanı da ilkin təəssürat çox önəmlidir, çünki adresantın səsinin tonu, temri, intonasiyası və s. mühüm rola malikdir. Məsələn, bəzən elə hallar ola bilər ki, telefonla danışan adam səsinin tonunu, tembrini, intonasiyasını düzgün seçməlidir. Telefonla yüksək tonla danışmaq doğru deyildir, çünki bu şəkildə qurulan ünsiyyət heç zaman xoş nəticələrə gətirib çıxara bilməz. “Telefonla danışığın bir özəlliyi də danışanın geyimi, üz cizgiləri, jestlərinin qarşı tərəf üçün bir növ “gizli” qalmasıdır. Burada manipulyasiya imkanları da mövcuddur, o, fasilə, sükut, müəyyən intonasiya ilə bağlıdır. İnandırma metodundan istifadə etməklə həmsöhbəti özünə cəlb etmək, onda qarşı tərəfə məhəbbət, inam yaratmaq mümkündür” (4, s. 215-216). Doğrudan da, telefonla danışqlar zamanı biz qarşı tərəfin geyimini, üz cizgilərini, jestlərini, mimikalarını görmürük. Bu zaman tərəflər yalnız fasilə, sükut, intonasiya, tembr, temp və s. kimi vasitələrdən istifadə edirik.

İşgüzar kommunikasiyanın formalarından biri də disputlar hesab olunur. Disputlar digər formalardan daha açıq olması ilə seçilir. “Disput açıq mübahisədir. Onun sualları aparıcı tərəfindən müəyyənləşdirilir. Əgər məsələlər açıq qalarsa, bu zaman müxtəlif səviyyəli məlumata və nətiqlik məharətinə bələd olan şəxs tərəfindən ictimai çıxış yerinə yetirilir və informasiya geniş auditoriyaya ötürülür” (4, 217). Deməli, disput mahiyyət etibarı ilə açıqdır və prosesdə suallar aparıcı tərəfindən ünvanlandırılır, əgər sonda açıq məqamlar olarsa, nətiq onları yerinə yetirir və geniş kütləyə göndərir.

Mahiyyət etibarı ilə açıq müzakirə kimi dəyərləndirilən formalardan biri də diskussiya hesab edilir. Burada da disputda olduğu kimi tərəflər, dinləyicilər olur. Tərəflərdən bir aparıcı olur və o digər tərəflərə reqlamentə əməl etməyi tövsiyə edir və nizamlayır. “Diskussiya iştirakçılarının sosial rolları müxtəlifdir. Aparıcı reqlamentləşdirici vəzifəni yerinə yetirir: mövzunu elan edir, mövqeləri dəqiqləşdirir, opponent tərəfləri təqdim edir, prosesin gedişini izləyir, yekunlaşdırır” (3, s. 269). Diskussiyada aparıcının rolu mühümdür və belə demək olar ki, prosesin düzgün şəkildə qurulub, davam edib yekunlaşması ondan çox asılıdır. Qeyd edək ki, diskussiyada iştirak edən hər bir tərəf və ya iştirakçı müzakirə edilən məsələdən xəbərdar olmalı, eləcə də həmin mövzuda müəyyən biliyə sahib olmalıdırlar. Onlar müxtəlif üsul və vasitələrlə öz fikirlərini irəli sürür və dinləyiciləri söylədiklərinin doğruluğuna inandırmağa çalışır.

Şifahi işgüzar kommunikasiyanın formalarından kifayət qədər danışmaq mümkündür, lakin bir məqalə həcmində bir onların hamısını ifadə edə bilmədiyimiz üçün sadəcə bir neçə əsas forma haqqında ümumi məlumat verdik.

İşgüzar kommunikasiyanın yazılı formalarına məktub, ərizə, tərcümeyi-hal, arayış, xasiyyətnamə, əmr, akt, müqavilə, arayış, təqdimat və s. kimi işgüzar sənədlər adi edilir. Bundan başqa işgüzar kommunikasiyada xüsusi dövlət əhəmiyyəti kəsb edən rəsmi sənədlər də vardır.

Məktublar işgüzar sənədlər içərisində daha çox istifadə olunması ilə seçilir. “Əməli yazının ən geniş yayılmış növlərindən biri məktubdur. Bu yazı növünə təhsildən asılı olmayaraq, hər bir insanın gündəlik həyatında daha çox təsadüf edilir... Məktub yazışmanın ən qədim növlərindəndir. Məktubun yazanı və alanı olur. Habelə məktubun yazılma vaxtı və yeri olur. O, monoloji daxili, yazılı nitq formasında olur. Məktubda onun məzmunundan asılı olaraq müxtəlif söz və söz birləşmələrindən istifadə olunur” (5, s. 113). Bir sözlə, məktublar ən qədim yazışma növlərindən biri olmaqla bərabər, eyni zamanda gündəlik həyatımızda daha çox rast gəlinir, eləcə də mövzu, məzmun baxımından fərqlənir. Məktublar yazılan zaman müəyyən qaydalara əməl etmək gərəkdir. İlk növbədə məktubun müraciət hissəsi olur. Bu hissədə məktubu göndərən şəxs ünvanlandığı şəxsin adını, soyadını qeyd edir. Məktubun müaricət hissəsi onun növlərindən çox asılıdır. Məsələn, hər hansı bir məişət mövzusunda yazılan müraciət hissə

daha sadə olması ilə seçilir. Ancaq rəsmi məktublar təntənəli başlığı ilə seçilir. Məktublar rəsmi, işgüzar, intim, məişət, ədəbi, açıq olmaqla müxtəlif tiplərə bölünürlər.

İşgüzar yazışmalardan biri də ərizələrdir. Ərizələr də məktublar kimi geniş şəkildə istifadə edilməkdədir. “Əməli yazıların sadə formalarından biri də ərizədir. Ərizə sözü “ərz” sözündən olub, “ərz etmək”, “müraciət etmək” mənasını ifadə edir. Ərizə müəyyən formaya malik rəsmi şəkildə yazılmış müraciət formasında tərtib olunur. Məzmununa görə ərizənin iki formasına təsadüf olunur: 1)Şikayət xarakterli ərizələr 2)Xahiş etmək məqsədilə yazılan ərizələr” (6, s. 42). Ərizə ən rahat yazılan əməli yazı nümunəsi hesab edilir və müraciət şəklində yazılır. Ancaq bu o demək deyildir ki, ərizəni necə istəyiriksə, o cür də yazmalıyıq. Ərizənin də digər işgüzar sənədlər kimi öz yazılma qaydası vardır. “Ərizəyə verilən tələblər aşağıdakılardır:

1. Ərizənin başlığı, yəni kimə və kimdən yazılması dəqiq olmalıdır.
2. Ərizənin məzmunu qısa və konkret olmalıdır.
3. Ərizəni ərizəçi öz xətti ilə yazmalıdır.

4. Ərizənin sonunda il, ay, gün və ərizəçinin şəxsi imzası qoyulmalıdır (6, s. 43). Deməli, ərizə yazarkən ilk növbədə onun özünəməxus başlığına əməl etmək lazımdır. Burada ərizənin kimə və kimdən yazıldığı qeyd olunmalıdır. Daha sonra ərizənin məzmunu qısa olmaqla, konkret və dəqiq olmalıdır. Yadda saxlamaq lazımdır ki, ərizəni yazan mütləq öz xətti ilə yazmalı və sonda yazıldığı gün, il, ay verilməli və mütləq şəxsi imzasını qoymalıdır.

İşgüzar sənədlərin digər geniş yayılmış formalarından biri də arayış hesab olunur. Arayışı müəyyən təşkilat verir və verdiyi şəxsin kim olduğunu göstərmək məqsədi daşıyır. “İdarə, məktəb, ictimai təşkilat və s. tərəfindən müəyyən bir şəxsin kim olduğunu və eləcə də digər faktları təsdiq etmək üçün verilən əməli yazı növüdür. Arayışda aşağıdakılar olmalıdır: sol tərəfin üst küncündə idarənin ştamplı, ortada sərlövhə, məzmun, arayışı təsdiq edən idarə rəhbərinin imzası və möhürü” (7, s. 366). Arayış verilən idarə tərəfindən şəxsin kim olduğunu və həmin şəxsə nə məqsədlə verildiyini göstərir. Arayışda mütləq idarənin ştamplı, arayışı verən müəssisənin rəhbərinin imzası və möhürü olmalıdır.

İşgüzar sənədlərdən biri də izahatdır. İzahat müəyyən bir hadisə ilə bağlı yazılır və onun əsas mahiyyəti hər hansı bir məsələyə aydınlıq gətirməkdən ibarətdir. İzahatın mahiyyətinə bəhs edərkən A.Babayev yazır ki, “İzahat sözü ərəbcə “izah” sözündəndir. İzah ərəbcə açıq, aydın, ətraflı surətdə anlatma, ifadə etmə deməkdir. İzahat isə izahın cəmidir. Hər hansı bir hadisəyə açıqlama vermə, aydınlıq gətirmə, ətraflı surətdə anlatma üçün izahat tələb olunur. Bəzən yazılı olduqda buna izahatnamə də deyilir. Amma ən çox izahat şəklində işlədilir. İzahat yazılı və ya şifahi ola bilər. Müdiriyyətin və ya vəzifəli şəxsin tələbindən asılı olaraq izahat müxtəsər və müfəssəl ola bilər. İzahata hüquqi sənəd deyil. Amma lazım gəldikdə şahidlərin izahatından bir mənbə kimi istifadə edilir” (8, s. 528). İzahat forma baxımından ərizə ilə müqayisə edilə bilər. İlk növbədə onların hər ikisində ünvanlanan şəxsin soyadı, adı qeyd olunur. Sonra izahatı yazanın adı, soyadı da qeyd olunur.

İşgüzar sənədlərinin növlərindən biri də tərcümeyi-haldır. Tərcümeyi-hal şəxsin həyat və fəaliyyəti haqqında qısa məlumatdır. Burada şəxsin ailə üzvləri haqqında da qısa məlumat verilir.

İşgüzar sənədlərin növləri çoxdur və onlar haqqında geniş yazmaq olar, burada ancaq müəyyən qismi haqqında məlumat verməklə kifayətlənirik.

Rəsmi sənədlərə sərəncam, nota, bəyanat, qərar, fərman və s. daxil edilir. “Sərəncam” fars mənşəli sər (baş) və əncam (son, nəhayət, aqibət) sözlərinin birləşməsindən düzəlmişdir. Əmr, göstəriş, tədbir görmə, həll etmə anlamındadır” (9, s. 371). Sərəncamı müxtəlif şəxslər verə bilər. Müəyyən idarənin, müəssisənin rəhbəri və b. sərəncam verə bilərlər. Ancaq fərmanı yalnız ölkənin rəhbər şəxsi – prezident verə bilər.

Nota bir hökumətin başqa bir hökmətə yazılı şəkildə etdiyi müraciətdir. Nota düzgün olmayan hərəkətlərinə qarşı digər dövlətin etiraz şəklidir.

Bəyanat da rəsmi sənədlərin bir növü hesab olunur, müxtəlif dövlət qurumlarının, müəyyən təşkilatların birgə münasibətini ifadə etmək üçün tərtib olunaraq yayımlanır.

Deyilənlərdən belə qənaətə gəlmək olar ki, işgüzar kommunikasiyanın şifahi və yazılı formaları insanların işgüzar həyatında mühüm əhəmiyyətə malikdir və bir çox səbəblərdən həyatımızın mühüm bir hissəsi onlardan asılı olur.

İstifadə edilmiş ədəbiyyat

1. Məmmədli, N. Azərbaycan dilində akademik və işgüzar kommunikasiya. Bakı: Elm və təhsil, 2021, 512 s.
2. <https://www.studocu.com/row/document/mingecevir-politeknik-institutu/matematika/adiak-2-okey/96422115>
3. Şiriyev, F. Azərbaycan dilinin nitq mədəniyyəti və ritorika. Bakı: Nurlar, 2014, 400 s.
4. Hacıyeva, İ.H. Seyidova, S.M. Məmmədova, N.K. Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya. Bakı: Füyuzat, 2002, 302 s.
5. Ədülhasəni, T. Hüseynova, A. İşgüzar yazışmalar. Bakı: İqtisad Universiteti Nəşriyyatı, 2015, 370 s.
6. Həsənzadə N.Ə., Pənəhova G.Ə, Abbasov Ə.M. Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti (dərslər). Bakı: Ecoprint, 2016. 256 s.
7. Abdinova, R., Hüseynova, N. Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti. (Orta ixtisas təhsili müəssisələrinin tələbələri üçün dərslər). Bakı: Elm və təhsil, 2021, 448 s.
8. Babayev, A. Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti. (ali məktəblər üçün dərslər). Bakı: Gəndlik, 2015, 572 s.
9. Hüseynov, S., Qaracayeva, E. Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti (dərslər). Bakı: Elm və təhsil, 2016, 408 s.

Açar sözlər: işgüzar kommunikasiya, yazılı işgüzar kommunikasiya, şifahi işgüzar kommunikasiya

Ключевые слова: деловое общение, письменное деловое общение, устное деловое общение

Key words: business communication, written business communication, oral business communication

İşgüzar kommunikasiyanın forma və növləri

Xülasə

İnsanların həyatında işgüzar kommunikasiyanın mühüm rolu vardır. Ümumiyyətlə, ünsiyyət olmadan insanların həyatını təsəvvür etmək çox çətindir. İşgüzar kommunikasiya insanlar arasındakı fəaliyyətin əsas təzahür formalarından biri olmaqla, onların həyatının zəruri bir parçasıdır. İşgüzar kommunikasiya ona görə vacibdir ki, insanlar arasında mövcud olan münasibətlərin əsas tənzimləyici faktorudur. İşgüzar kommunikasiya peşəkar ünsiyyət hesab olunur və bu baxımdan çox mühüm vasitə hesab olunur.

Forms and types of business communication

Summary

Business communication plays an important role in people's lives. In general, it is very difficult to imagine people's lives without communication. Business communication is one of the main forms of manifestation of interpersonal activity, and is a necessary part of their lives. Business communication is important because it is the main regulating factor of relationships between people. Business communication is considered professional communication and is considered a very important tool in this regard.

Формы и виды делового общения

Резюме

Деловое общение играет важную роль в жизни людей. Вообще, очень трудно представить жизнь людей без общения. Деловое общение является одной из основных форм проявления межличностной активности, и является необходимой частью их жизни. Деловое общение важно, поскольку оно является основным регулирующим фактором взаимоотношений между людьми. Деловое общение считается профессиональным общением и считается очень важным инструментом в этом отношении.

RƏYÇİ: dos. S.Abbasova