**10-Дәріс тақырыбы:**Іскерлік әңгімелесу.

Қарастырылатын мәселелер:

1.Ауызша және жазбаша коммуникация.

2.Көпшілік алдында сөйлеу.

3.Пікірталасқа қатынасу.

4.Интервьюге дайындық.

5.Іскерлік хат текстін жасаудағы этикалық нормалар.

Пікірлесудің қандай түрлері болса да, сөйлеу формалары арқылы жүзеге асып отырады. Пікір алысудың нақтылы мақсаты мен жеке жағдайларына қарай сөйлеу түрлі ерекшеліктермен көрінеді. Осы айтылғандар тұрғысынан сөйлеу бірнеше түрлерге бөлінеді. Алдымен сыртқы және ішкі сөйлеу болып үлкен екі топқа жіктеледі.

Сыртқы сөйлеу ауызша (бұл тілдің ең көп және кең тараған түрі) және жазбаша сөйлеу болып, ал ауызша сөздің түрлі дыбыстарын белгілейді. Былайша айтқанда, жазу сөзі ауызекі сөздің қағаздағы таңбасы, оның ерекше бір варианты.

Ауызша сөйлеудің негізгі бір түрі – диалогтық сөйлеу. Диалогтық сөйлеу дегеніміз екі немесе бірнеше адамның тілдесуі. Диалог сөздің кейбір ерекшеліктері төмендегідей:

1. Диалог сөз бөгелмей еркін айтылады, ол ойды кең жайып жатуды тілейді;

2. Үнемі кезектесіп айтылатындықтан ықшам келеді, тек әңгімелесуші адамдардың өздеріне ғана түсінікті болады. Мәселен, «келе жатқан тоғызыншы» деген сөйлемді осындай нөмірлі автобусты күтіп тұрған адамдар ғана түсіне алады.

3. Диалогтық логикалық жағы (жоспарлылығы, дәлелділігі т.б.) кемдеу болады.

4. Диалог сөз ым-ишаралармен, бет пен көздегі мәнерлі қозғалыстармен (қолдың, ауыздың, көздің, қабақтын қозғалысы т.б.) толықтырылады.

Монологтық сөйлеу дегеніміз бір адамның сөзі, яғни баяндамашының, лектордың сөздері. Монолог сөзге тән кейбір психологиялық ерекшеліктері төмендегідей:

1. Монолог сөз үнемі белгілі жоспарға сәйкес құрылады, бұл алдын ала даярлықты тілейді.

2. Монолог сөздерге логикалық жағынан қатаң талаптар (мәселен, баяндамашы мен лектор сөзінің мағыналылығы мен түсініктілігіне ерекше көңіл бөледі).

3. Монолог сөз мәнерлі, адамға әсер ететін моменттерді (сөзді сазына келтіріп айту) көбірек қажет етеді.

Диалог және монолог сөздер көбінесе беттің мимикасының өзгеруімен, ымдау сипатындағы түрлі қозғалыстармен қосарланып отырады. Орынды ымдар біздің сезімімізді мәнерлі етумен қатар, оның өзімізге де, жұртқа да түсінікті болуына жағдай тұғызады. Бірақ, осындай ым-ишаралардың дербес күйінде аса үлкен маңызы жоқ. Адам мұны көмекші құрал ретінде ғана пайдаланады.

Ауызша сөйлеуде (оның диалог және монолог түрлерінде де) актив және пассив сөздер болады. Актив сөздер күнбе-күнгі жиі қолданылатын сөздер. Пассив сөздер тілімізде сирек пайдаланатын, мағынасына түсінгенмен күн сайын айтылмайтын сөздер. Мұндай сөздерге көбінесе ғылыми-техникалық атаулар және ескірген сөздер жатады. Актив сөздің мол болуы адамның сөйлеу әрекетіне, айналысқан кәсібіне байланысты. Егер ересек адамдардың актив сөздері орта есеппен 6000-7000 болып келсе, жазушылар мен ақындар, ғылымдардың актив сөздері 10000-13000 сөзге жетіп отырады. Мәселен, Шекспирдің сөздік қоры 12000 дай болған.

Сөйлеудің ерекше бір түрі – жазбаша сөйлеу. Жазбаша сөйлеу арнаулы әдістер арқылы меңгерілетін сөйлеудің түрі. Мұны игеру адамға арқылы оңайлықпен түспейді. Жазбаша сөйлеу адам баласы хат таңырлықтай дәрежеге жеткенде, ауызша сөйлеудің біршама дамыған кезінде ғана пайда бола бастайды.

Жазбаша сөйлеудің кейбір ерекшеліктері:

1. Жазатын адамның қасында сөйлесетін адам болмағандықтан, мұнда ым-ишара қолданылмайды.

2. Жазбаша сөйлеудің логикалық жағына аса қатаң талап қойылады. Мәселен, белгілі тақырыпқа шығарма жазған кезде адам осындай талаптарды орындауға тырысады, көп ойланып, толғанады. Өтпейінше, бұдан нәтиже шығару қиын.

3. Жазуда грамматиканың ережелері де қатты ескеріледі.

4. Жазу кезінде адам қатты зейін қойып, әр сөзін ойлап құрастырады, мағыналы сөз іздейді. Бұл үлкен ой жұмысын қажет етеді. Мәселен, адам өзінің туысқандарына, таныстарына хат арқылы ойын білдіргенде осы жағдай байқалады. Жазбаша сөйлеудің түрлері мен стильдері әр алуан. Олардың бастылары ғылыми, публицистика, көркем әдебиет, іс-қағаздық т.б. сөздер.

Сөйлеудің жеке бір түрі – ішкі сөйлеу. Ішкі сөйлеу деп тілдік материалдар негізінде дауыстамай-ақ сөйлей алушылықты айтады. Әр ұлттың өкілі қандай бір нәрсе туралы ойласа да, алдымен өз тілінде ойлайды. Осындай кезде адам ішкі сөйлеуді пайдаланады. Ішкі сөйлеу адамдармен тікелей қарым-қатынас жасауға арналмаған. Оны адам өзінің ойлау әрекетінің ішкі мақсаты үшін пайдаланады. Ішкі сөйлеуді сөйлеу сөйлеу аппаратының жасырын жұмысы жөнді еленбейді. Тек тиісті аспаптармен зерттегенде ғана сөйлеудің осы түрінің де кинестезиялық тітіркенгіштерге орай туып отыратындығы аңықталған. Ішкі сөйлеу жөнінде И. М. Сеченов былай дейді: «Бес жастағы баланың ойы сөзбен немесе сыбырлап сөйлеумен немесе тіпті тілдің қозғалуы, еріннің жыбырлауымен айтылады. Мұның өзі ересек адамдарда да (тек түрлі дәрежеде болуы мүмкін) жиі кездеседі. Мен тіпті өзімнен де білемін: ойымның ауыздың жабық, қозғалмайтын күйінде тілсіз сөйлеумен, яғни ауыз қуысында тілдің бұлшық еттерінің қозғалуымен, қоса қабатасуы өте жиі болады. Барлық жағдайда да басқалардың алдында бір ойға баса назар аудырғым келсе, оны алдымен дереу сыбырлап аттып аламын». Өйткені адам әр кез өз ойлацының мазмұнын жақсы біліп отырады, сондықтан ішкі сөйлеуге ұзақ тұжырым жасап жатудың кажеті де болмайды.

Бейвербалді қарым-қатынасдегеніміз, бейвербалді деңгейде берілетін ақпараттарды айтамыз, оның көмекшілері: дене қимылы, кейіп, көзқарасы, мимика, екпін және үзіліс. Бейвербалді қатынастың бөлігіне мыналарды жатқызады: иістер, киімдер, қоршаған жағдай, күн мерзімі.

Джозев Коннердің айтуы бойынша ақпараттың 93 пайызы (55 пайызы тіл қимылдары, 38 пайызы дауыс ырғағы) бейвербалді қатынастан, 7 пайызы сөйлеу қатынасынан беріледі. Бір сөзді әр түрлі түрде айтылуы мүмкін, мағынасы жағынан бұл түрлі ақпараттарды береді, кей кезде қарама қайшы да болуы мүмкін. Сондықтан бейвербалді қатынас тілін жетік меңгеру қажет және де оны практика да қолдана білу қажет.

Бейвербалді қатынас сезім қатынасын береді. Сөйлеу қатынасына қарағанда бейвербалді қатынасы жақсы нәтиже беруі мүмкін. Сонымен қатар бейвербалді қатынасын жасауды ұмытпау қажет, бұл клиентпен қарым-қатынас құруда көмек беруі мүмкін немесе керісінше қатынасты бұзуы мүмкін.

· Ара қашықтық

Біз және біздің клиенттер үшін адам арасындағы қашықтықтың жақындық пен алыстық жайлылығын білуіміз қажет. Ара қашықтық қажеттілігі адамның жынысына, ұлтына, тұрмыс жағдайына байланысты.

· Кейіп

Адамның кейіпі оның қатынасын көрсетеді. Аяқ-қолдарымызды айқастырмай, әңгімелесуге бетімізбен қарап тұрып ашық қараста біз өзіміздің жағымды қатынасымызды көрсетеміз. Мұндай кейіп біздің клиентке деген ашықтығымызды және көңіл аудару сезімімізді білдіреді.

· Жанасу

Жанасу – бейвербалді қатынасының басқа көрінісі, ол клиентке байланысты түрлі мағынаны білдіреді. Ара қашықтық қатынасы секілді жанасу қатынасының колданылуында мәдениет айырмашылықтары бар. Отбасы жұмысында констексттік айырмашылықтар мағыналары да ерекше орынға ие. Жанасу мүмкіншілігінен айырылған адамдармен жұмыс жүргізген кезде жанасу қатынасы маңызды мағынаға ие, бұл біздің ондай адамдарға деген ашықтығымызды және қолдауымызды білдіреді.

· Визуалды байланыс

Көзбен байланыс терең жеке ерекшелік болып табылады. Кейбір адамдарға көзбен байланыс ұнайды, басқалары оны қорқынышты және жайсыз деп есептейді. Клиентпен көз байланысына түскен кезде олардың дұрыс сезінуін анықтау қажет. Алайда көз байланысының жалпы ережелері де бар:

- клиентпен әңгімелесу кезінде оған қарап отыруыңыз қажет – бұл сіздің ашықтығыңызды білдіреді;

- көзқарасыңызбен, өзіңіздің тыңдау ықыласыңызды, назарыңызды білдіруіңіз қажет

- клиентке тік қарап отыруыңыз үрей туғызады, анда-санда қысқа уақытқа назарыңызды басқа жаққа аударып тұрыңыз

- клиенттің тек көз бен жүзіне қарап отырмай, жалпы клиентке қарап отырғаныңыз жөн, бұл клиенттің қызбалылығын туғызбайды.

· Бет әлпеттің түрі

Бет әлпеттің түрі әңгімелесушіге деген қатынасты білдіреді. Тұнжыраған бет әлпеттің түрі скептицизм тудыруы мүмкін. Барлық уақытта күлімсіреу достық және жағымды қатынасты білдіреді. Күлімсіреу әлеуметтік сыпайылықты немесе өзін жақсы жағынан көрсетуді білдіреді.

Ауыспайтын бірқалыпты бет әлпетінің түрі әлсіз немесе ықылассыз адамдарға сай келеді.

· Киім

Өзін клиентке көрсете білу қажет. Бірінші әсер үлкен мәнге ие, киім оның маңызды бір бөлігі. Егер сіз қымбат киімде болсаңыз, клиент өзін ыңғайсыз сезінуі мүмкін. Сонымен бірге егер сіздің киіміңіз таза емес, ұқыпсыз болса, клиент сыйламағандықты сезінуі мүмкін. Бұл жерде баланс сақтау қажет, киімді дұрыс таңдау сізге жәрдем етеді.

· Дәлділік пен сенімділік

Клиенттер үшін сенімді және дәл болуыңыздың маңызы зор. Кездесуді жою сіздің ең соңғы әрекетіңіз болуы тиіс, ондай болған жағдайда клиентке толық себептерін айқындап беру қажет. Жаңа кездесуді ең қысқа мезгілде тағайындау қажет. Кездесуге кешігіп келу клиентті сыйламағыныңызды білдіреді. Егер ондай оқиға болған жағдайда алдын ала клиентіңізге хабар беруіңіз жөн.

· Басқа факторлар

- Бөлме жағдайы

- Бөлме жайлы болуы тиіс

- Қолайлы құралдар

Кемтар адамдармен, балалармен қарым-қатынаста болған жағдайда өзіңізге керекті материалдардың, ойыншықтардың, кітаптардың бар екендігіне көзіңізді жеткізуіңіз қажет, ол сізге нәтижелі қатынасқа жетуіңізге жәрдемін тигізеді.

Клиенттің бейвербалді жауап қайтаруы оның сізге деген қатынасының қандай дәрежеде екендігін айқындайды. Мысалы, көзқарасы, әрдайым күлімсіреуі немесе кейпін ауыстыра беруі қатынастың, әңгіменің, қарым-қатынас мақсатының немесе құрылымның оған жайсыз болып тұрғанын білдіреді.

Диалогиялық түрi:

- iскер сөйлесу. Тек қана бiр тақырыпқа байланысты қысқа уақыттық байланыс;

- iскер әңгiме - шешiм қабылдауда қолданылатын ұзақ уақытқа созылатын ақпаратпен алмасу;

- байланыстар - кез келген сұрақты ашу мақсатында оны талқылау;

- интервью - мөрлерде, радио, телевиденияларда тiлшiлермен сөйлесу;

- пiкiр сайыс;

- кеңес (жиналыс);

- пресс конференция;

- іскер байланыстық әңгiме - үздiксiз «тiрi» диалог;

- телефондық әңгiме (дистантты) вербалды емес коммуникациядан тұрады.

**Ұсынылатын әдебиеттер:**

1.Лукашук И.И. Искусство деловых переговоров. М., 2002.

2.Мартин Дж. Язык делового общения: Искусство коммуникации с помощью электронных средств связи. М., 2001.

3.Спивак В.А. Современные бизнес коммуникации. СПб.,2002.

4.Мелентьева Н. И, Организация и планирование бизнес-коммуникаций: методология и методика. М., 2005.

5.Перминова С.В. Культура в системе развития деловой активности. СПб., 2001.

6.Шатин Ю.В. Искусство переговоров. М., 2002.