

Muomalada axborotni qabul qilishning o'ziga xos xususiyatlari

Reja:

- 1. Ma'lumotni buzib ko'rsatish*
- 2. Biznes faoliyati etiketi. Xatti-harakat va tashqi ko'rinishga nisbatan talablar*
- 3. Omma oldida so'zga chiqishga tayyorlanish va so'zga chiqish*
- 4. Dalillash texnikasi*
- 5. Muloqot to'siqlari*

1. Ma'lumotni buzib ko'rsatish

Birinchi marta qabul qilinayotgan axborotni buzilish sabablarini tushunish va unga qarshi choralar ko'rish masalasi 1581 yilda F.Bekon tomonidan uning "Uchenie ob oproverjenii lojnix tolkovaniy" nomli kitobida ko'rilgan edi. Yolg'onchi tasavvur yaratayotgan kishining ongini u "sharpalar", va "idollar" deb nomladi. Olim ularni "urug' idol-lari", "g'or idollari" va "teatr idollari" deb mayda guruhlarga bo'ldi. F.Bekonning fikricha, tasavvurga asoslangan bilim, umuman olganda, yolg'on ham bo'lishi mumkin. U bunday holat bilan ratsional usullar yordamida kurashish kerak deb uqtirgan edi. Idol(adashish)larning tasnifi turli xil miqyosdagi sotsiumda ularning ko'p yoki oz umum-lashish tamoyiliga asoslangan. Bid'atlar manbayi kishi aqlida ekanligini F. Bekon isbotlab berdi. Kishi aqli bir marta sodir bo'lgan faktga katta ahamiyat beradi va tabiatda bir-biridan mutlaqo farqlanuvchi yagona voqeliklarning mavjudligiga qaramasdan, uning har bir holatidan qonuniyat izlaydi. F. Bekonning fikricha, muloqot vaqtida ishlatilgan oddiy so'z o'z-o'zidan tasavvurning buzilishiga olib kelishi mumkin. Tadqiq etish uchun toqat yo'qligi, sog'lom tushuncha umidni yo'qqa chiqarishi mumkinligi, oddiylikdan ko'ra noma'lum murakkablikka qiziqish ko'pligi, tajriba natijalari xususiylik tomonidan inkor etilishi, paradokslar intellektual harakatsizlik tomonidan rad etilishi tufayli tushinilishi qiyin bo'lgan voqelik rad etiladi. Eski qadriyatlar o'z ahamiyatini yo'qotgan vaqtlarda yoki eski ramzlar tili umumiste'moli-dan chiqish holatlarida ko'rsatilgan buzilishlar yuzaga keladi. Ayni shu davrda reallikka va aqlga aloqasi bo'lmagan tushunchalar ma'lum guruh kishilarning bir-birini tushunishiga yordam beradi. Ma'lumot qabul qilinishi nafaqat ushbu davrdagi ijtimoiy-iqtisodiy sharoitga bog'liq, balki mazkur vaqt va kishilarning kayfiyati ham katta ahamiyatga ega. I.Atvater ayrim kishilarga aytilgan gap nima uchun qiyin qabul qilinishi sabablarini tahlil qilgan. Tadqiqotchi asosiy sabablarni asab, charchash, qiziqish yo'qligi, boshqa narsa haqida o'ylash, tinglash madaniyati yo'qligi va tinglashni xohlamaslik kabilar bilan bog'laydi.

Materialni tinglab, tushunish qiyin va u katta kuch talab qiladi. Gap shundaki, og‘zaki nutq va aqliy faoliyat tezliklari har xil bo‘ladi. Aqliy faoliyat tezligi og‘zaki nutq tezligiga nisbatan ancha tezdir. Buning natijasida “ichki pauzalar” hosil bo‘ladi. Muhimi, ushbu bo‘sh-liqlarni boshqa turli xil xayollar bilan to‘ldirmasdan faqat tinglashga mo‘ljallash kuchli iroda talab qiladi. Biror bir ma’lumotni qabul qilishda uning ishonchliligi muhim ahamiyat kasb etadi.

Ishonchlilik ishonchni shakllantirish qobiliyati, ya’ni shaxsning anglab olgan talablaridir. Bu talablar shaxsni o‘zining ishonchi asosida harakat qilishga undaydi. Ma’lumotning ishonchliligini oshiruvchi omillar ijtimoiy psixologiya sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan bir qancha olimlar tomonidan tadqiq etilgan. Shved olimi K.Asp tadqiqotlari ma’lumot ishonchliligini oshirish usullariga quyidagicha nazariy asos yaratib bergan:

1. Ma’lumotning relevantligi. Barcha fakt va dalillar ma’lumot man-basi bo‘lgan g‘oyaga aloqador bo‘lishi lozim. Ma’lumki, birinchi navbatda dalillashtirilgan isbotlar, keyin faqat faktlar esda qoladi. Umumiy gap va fikrlar xotiraga uncha yaxshi muhrlanmaydi. Relevant ma’lumotlarning boshqa ma’lumotlarga bo‘lgan nisbati uning zichligini belgilab beradi. K. Asp quyidagi ma’lumotlar zichligi indeksini taklif qilgan: ma’lumotdagi relevant miqdorining ma’lumotdagi so‘zlar miqdoriga bo‘lgan nisbati.

2. Turli xil nisbatlarda berilgan ma’lumotning kengligi.

3. Nafaqat mantiqiy, balki ilmiy asoslangan ma’lumot kengligi.

Olimlar tomonidan qabul qilinayotgan ma’lumotga bo‘lgan ishonchni oshirishga yordam beruvchi bir qator omillar ishlab chiqilgan:

1. *Xohish xususiyati*. Shaxs ko‘p hollarda o‘zi yoqtirgan narsalarga yoki o‘ziga yoqqan kishilarga ishonch bildiradi.

2. *Mantiqiy yo‘ldan borish*. Agar dastlabki hukm shaxs tomonidan chin deb qabul qilinsa, xulosa jiddiy mantiqiy ehtiyoj bilan yaratilsa, xulosaning mantiqiy halqasi qancha kam bo‘lsa va shaxs uchun tushunarli bo‘lgan tasavvurlarni ifoda etuvchi tushunchalarda xulosa shakllangan bo‘lsa, shaxs xulosaning chinligiga shuncha ko‘p ishonadi.

3. *Emotsionallik xususiyati*. Nutqiy ma'lumotning ishontiruvchi kuchi uning hissiyot bilan to'laligiga proporsionaldir. Quyidagilar his-siy jihatdan kamayib boradi – bir kishi bilan yuzma-yuz gaplashish, ma'ruza, kino yoki televizor, radio, nashr matni yoki qo'lyozma matni.

4. *Kommulyativ xususiyat*. Ishonch uchun asos bo'lgan faktlar qancha ko'p bo'lsa, ishonch shuncha yuqori bo'ladi.

5. *Bevositalik xususiyati*. Bevosita o'z boshidan o'tgan voqealarni hikoya qilganda hikoya qiluvchiga nisbatan ko'proq ishoch paydo bo'ladi.

6. *Rozilik xususiyati*. Bilimdon kishilar keltirilgan faktlarga rozilik bildirsa, ishonch oshadi. Ishonch darajasida rozilik bildirganlar soni norozi bo'lganlar soniga proporsionaldir. Va aks holatda bilimdon kishilar rozi bo'lmasa, ishonch shubhaga aylanadi.

7. *Assotsiativlik xususiyati*. Agar bir necha fikrlar ishontiruvchi kuchga ega bo'lib, bir-biri bilan bog'lanib, mantiqiy tizimda birlashgan bo'lsa, unda bu kuch yanada oshadi.

8. *Befarqlik xususiyati*. Agar bayon etilgan faktlar tinglovchi uchun ahamiyatsiz bo'lsa, unda mazkur faktlar, odatda, uncha ishonchli bo'l-maydi.

P.Mitsich¹ ma'lumot uzatishda quyidagi qiyinchiliklarga duch kelish mumkinligini ta'kidlagan edi:

1) Boshqa kishiga so'z yoki boshqa narsa orqali o'z fikrini etkazib beruvchi kishining tasavvur chegarasi;

2) “Miyadagi fikr” va “aytilgan fikr” o'rtasidagi farqlarni aniqlab beruvchi faol til filtri;

3) Tinglovchi eshitgan ma'lumotning hajmi va mazmuniga ta'sir etuvchi til to'sig'i;

4) Qabul qilinayotgan ma'lumotning kodini yechish va unga maz-mun ato etish jarayoni bilan bog'liq tasavvur va xohishning passiv filtri;

¹ Мицич П. Как проводит деловие беседи. – М.: Экономика, 1983.

5) Ma'lumot bilan bog'liq bo'lgan holatlarni subyektiv baholanishi va tinglovchining o'ziga xosligiga qarab, uning xotirasida ma'lum obrazni eslab qolish hajmi.

P. Mitsichning yetkazilgan ma'lumoti qabul qiluvchi xotirasida to'raligicha saqlanadi. Chunki bir tomonlama muloqotda ma'lumotning yo'qotilishi 76%dan oshib ketadi. Ya'ni aytilayotgan ma'lumotning fa-qat chorak qismi eshituvchining xotirasida qoladi, xolos.

4.2. Biznes faoliyati etiketi. Xatti-harakat va tashqi ko'rinishga nisbatan talablar

Turli jamiyat, davlatlar, diplomatik, diniy va boshqa doiralarda qabul qilingan qoidalar majmuasiga (muloqot usullari, kiyinish va boshqa) etiket deyiladi. Bu qoidalarni buzgan kishi ularni qabul qilgan guruh doirasidan chiqarib yuboriladi.

Etiketning bir necha turlari farqlanadi. Ya'ni:

– umuminsoniy etiket (muloqot paytida jamoa a'zolari tomonidan rioya qilinadigan qoida, an'ana va shartlar yaxlitligi); diplomatik etiketi (muloqotda diplomat va boshqa rasmiy kishilarning xatti-harakati bilan bog'liq bo'lgan qoidalar);

- Biznesmenlik etiketi (biznesga xos bo'lgan xatti-harakat qoidalari va an'analar yaxlitligi).

Biznesmenlik doirasida qabul qilingan tartib va muomalaga **biz-nes etiketi** deyiladi. Bu etiket yuqorida aytilgan barcha faktlarga asoslanadi. Kishilarning bir-birini tushunishiga qaratilgan qoidalarni shakllantirish, shuningdek, kutiladigan harakat va o'zaro munosabatlar-ning maqsadga muvofiqligi va amaldagi talablarga javob berishi biznes etiketining asosiy vazifasidir.

Shaxsiy aloqalardan qat'iy nazar, sherik, hamkasblarga yaxshi munosabatda bo'lish umumiy talablarni tashkil qiladi. Turli sharoitda kishilar orasidagi biznes munosabatlarining ma'lum darajada rasmiy kechishi va reglamentga bo'ysunishi

biznes etiketining umumiy ta'rifidir. Qabullar biznes (rasmiy) aloqalarini o'rnatish va ularni rivojlan-tirishning asosiy shakllari bo'lib hisoblanadi. Ertalabki nonushta, tushlik va bir piyola choy ustida suhbat qabullarning keng tarqalgan turidir.

Tushlik – bu cheklangan kishilar uchun mo'ljallangan, uzoq vaqtni olmaydigan (1,5 soatgacha) qabul. U, odatda, soat 12.00 dan 15.00 ga-cha amalga oshiriladi. Ishtirokchilar sipo kiyimda bo'ladi. Taklif etilgan-larga bitta yoki ikkita sovuq va issiq ovqat beriladi. Yaxna ichimliklar ham taklif etilishi mumkin.

Kechki ovqatlanish – bu qabulning eng tantanali turi hisoblanadi. U voqelik muhim ekanligini bildirish uchun amalga oshiriladi. Kechki ovqatlanish, odatda, soat 19.00 dan 21.00 oralig'ida boshlanadi. Erkaklar ayollari bilan birga taklif qilinadi. Erkaklar qora kostyum (smoking, frak), ayollar sipo libosda bo'ladi.

Ovqatlar turli-tuman bo'lib ovqatlanish 2-3 soat davom etishi mumkin. Ovqatdan keyin shirinlik, choy yoki qahva, turli mevalar das-turxonga tortiladi.

Har qanday qabul ham juda puxta tayyorgarlikni talab qilib, unda quyidagilar amalga oshiriladi:

- 1) qabul turini tanlash;
- 2) taklif etilgan kishilar ro'yxatini tuzish;
- 3) oldindan taklifnomalar yuborish;
- 4) kim qaysi joyda o'tirishini aniqlab olish;
- 5) qanday ovqatlar tortilishini oldindan belgilash;
- 6) qabulning ko'ngilli o'tishini ta'minlash.

Taklifnomalar qabul kunidan 1-2 hafta oldin tarqatiladi. Agar erkaklar ayollari bilan taklif qilinsa, unda bu hol taklifnomada ko'rsatilishi kerak. Taklifnoma firma nomiga yuborilganda taklif qilingan-larning umumiy soni ko'rsatiladi. Taklifnomalarni tipografik usulda nashr etib, maxsus blankalarda yuborish maqsadga muvofiq.

Taklifnoma matnida, odatda, quyidagilar ko'rsatiladi:

- 1) qabul sababi;

2) qabul uyushtiruvchining ismi-sharifi, lavozimi. Agar qabulga er-xotin taklif qilingan bo'lsa, unda qabul tashkil qiluvchining xoti-ning ismi-sharifi ham ko'rsatiladi;

3) qabul turi, kuni, vaqti va o'tkazish manzili;

4) qabul o'tkaziladigan manzilga borish bo'yicha mo'ljal ko'rsatiladi;

5) taklif etilganlar yig'ilib, bir vaqtda tashrif buyuradi;

6) qabulga ko'rsatilgan vaqtda etib borish kerak;

7) agar firmadan bir necha kishi taklif qilingan bo'lsa unda quyi lavozimdagi xodim birinchi bo'lib keladi.

Salomlashish tartibi. Birinchi bo'lib kichik yoshdagi kishi katta yoshdagi kishiga, kirib kelgan kishi hozir bo'lgan kishilarga, kechikkan kishi kutayotgan kishilarga salom beradi. Ketayotgan kishi qolayotgan kishilar bilan birinchi bo'lib xayrlashadi.

Kelgan kishi taklif qilinganlar turgan xonaga kirib, har bir kishi bilan birma-bir so'rashib chiqadi yoki hamma bilan "ko'rganimiz-ko'-rishganimiz" tarzida so'rashadi. Agar kishi kechikib kelgan bo'lsa, unda u dasturxon atrofida gilar bilan birma-bir qo'l berib so'rashishi shart emas. Yig'ilganlardan uzr so'rab, joyiga o'tirgandan so'ng, yonidagilar bilan og'zaki so'rashadi.

Agar taklif qilinganlar soni kam bo'lsa, unda birinchi navbatda qabul egalari, keyin yoshiga qarab ayollar va ularning erlari bilan so'rashish kerak. Ayol yoki katta yoshdagi kishiga salom berganda o'r-nidan turish lozim.

Tanishish. Tantanali va etiketni jiddiy saqlashni talab qiluvchi qa-bullarda kichik yoshdagi shaxsni katta yoshdagi kishi tanishtirishi, quyi lavozimdagi xodimni yuqori lavozimdagi xodim tanishtirishi kerak bo'ladi. Bir kishini ikki kishiga yoki bir guruh kishilarga, erkak kishini ayol kishiga tanishtiriladi.

Dasturxon(stol) atrofiga o'tqazish. Eng hurmatli joy qabul egasi ayolining o'ng tomonidagi o'rin, ikkinchi hurmatli joy qabul egasining chap tomonidagi o'rindir. Qabul egasining xotini yo'q paytda uning o'ng tomonidagi o'rin eng hurmatli joy hisoblanadi. Hurmatli mehmonni qabul egasining qarshisiga ham

o‘tqazish mumkin. Ayolni ayol yoniga, xotinini eri yoniga o‘tqazilmaydi. Stolning oxirida erkak kishi o‘tirma-gan bo‘lsa, u erga ayol kishi o‘tqazilmaydi.

Qabuldan chiqib ketish. Belgilangan vaqtdan tashqari qabulda qolib ketilmaydi. Vaqtingiz cheklangan bo‘lsa, bu haqda qabul egasiga gapirish kerak emas. 30-40 daqiqa o‘tgandan keyin qabul egasiga bu haqda ohista bildiring, kechirim so‘rab, boshqalarning e‘tiborini jalb qilmasdan, davradan chiqib keting.

3. Omma oldida so‘zga chiqishga tayyorlanish va so‘zga chiqish

Omma oldida so‘zga chiqish – bu auditoriyaga ta’sir etish maqsadi-da amalga oshirilgan og‘zaki monologli nutq. Biznes faoliyati sohasida, odatda, ma’ruza, ma’lumot, tabriklash va reklamali nutq ishlatiladi.

Omma oldida so‘zga chiqish 5 bosqichga bo‘linadi:

- yig‘ilish mavzusiga mos material tanlanadi;
- so‘zga chiqishning shakli aniqlanadi;
- reja tuzilishi, yig‘ilgan materialni ma’lum mantiqiy ketma-ketlikda joylashtirish va materialga adabiy ishlov berish;
- matni eslab qolish va repetitsiya;
- so‘zga chiqish.

Material tanlash. So‘zga chiqish, ma’ruza, nutq mazmunli bo‘lishi uchun materiallarni yig‘ishda bir necha manbadan foydalanish maqsadga muvofiqdir. Materiallarning manbalari bir necha guruhlarga bo‘linadi:

1. Bevosita: hayotni kuzatish va shaxsiy tajriba asosida muallif tomonidan yig‘ilgan material:

- bilim, amaliyot;
- shaxsiy muloqot, suhbatlar, intervyu;
- tasavvur-hayolan yangi rasmlar, siymolar, loyihalarni o‘tmish tajribalari asosida, ijodiy unsurlar yordamida yaratish.

2. Bilvosita:

- rasmiy hujjatlar;

- ilmiy va ilmiy-ommaviy adabiyotlar;
- badiiy adabiyot;
- gazeta va jurnallardagi maqolalar;
- radio va televidenie eshittirishlari;
- ma'lumot beruvchi adabiyotlar; ensiklopediya va lug'atlar;
- sotsiologik so'rovnomalar natijalari.

Shuni esda tutish kerakki, hayotiy tajriba tinglovchilar tomonidan doimo yaxshi qabul qilinadi va u haqiqiy bo'lganligi sababli, unga ishonishadi.

Omnia oldida so'zga chiqish. Materialning u yoki bu turini ko'p yoki kam ishlatilishi nutq janriga bog'liq bo'ladi. Masalan, hisobot ma'ruzada tinglovchilarni ishontirish uchun ko'proq faktik material qo'llanilishi kerak. So'zga chiqish materiali ishonarli bo'lishi lozim. Dastlab ma'lumotning aniqligi, raqamlar, sana, iqtiboslar, ism va fa-miliyalar to'g'riligi tekshiriladi.

So'zga chiqishning shaklini tanlash: yoddan aytish, matndan o'qib berish, tezislarni o'qib berish. Xotirasidagilarni aytib berish.

Har bir yig'ilishning o'z mavzusi bor va ularda so'zga chiqishda to'g'ri kelganda mavzudan tashqariga chiqib ketilmaydi. Bunday nutqlarga diplomatik, tantanali, rasmiy mazmunga ega bo'lgan ma'ruza-lar kiradi. Boshqa holatlarda og'zaki yoki matnga vaqti-vaqti bilan qarab nutq so'zlanadi. Ba'zida majlis, yig'ilish, uchrashuvlarda tayyor-garliksiz, xotiraga ishonib, gapirishga to'g'ri keladi. Bunday holatlarda iroda, bilim, xotira, kuchlarini sarflashga to'g'ri keladi. Improvizatsiya faqat kuchli bilim, nutq san'ati malakasiga ega bo'lganlarga xosdir.

Reja tayyorlash. Notiq so'zga chiqish kompozitsiyasi, mantig'ini chuqur o'ylab ko'radi, matnni tayyorlab, tahrir qiladi. Yozma matnning tayyorlanishi ustuvor jihatlari bilan ajralib turadi. Yozilgan nutqni o'zgartirish mumkin, u osonroq esda qoladi va xotirada uzoqroq saqlanadi. Nutqni alohida qog'ozning bir tomoniga yozish lozim. Tajribali notiq tezis, konspekt tuzish yoki kengaytirilgan reja bilan cheklanishi mumkin.

Repetitsiya. Bu nutq matnini ovoz chiqarib, o'z ichida yoki oyna oldida aytishdir. Oldindan sizga qulay bo'lgan holatni tanlab, uni eslab qolish lozim.

Yuzni o'rganish, xo'mraygan qoshlarni yoyish kerak, peshanadagi ajinlarni iloji boricha yo'qotish, xatti-harakatlarni topish lozim bo'ladi. Tajriba shuni ko'rsatadiki, har bir notiq so'zga chiqish uchun 20-25 daqiqa tayyorlanishi kerak. Agar nutq har tomonlama pux-ta o'ylanib, tayyorlangan bo'lsa, notiq nutq so'zlagan vaqtida o'zini yo'qotib qo'ymaydi.

So'zga chiqish. Tinglovchilar bilan aloqa o'rnatish, notiq va auditoriya o'rtasida umumiy psixologik muhit yaratish ommaviy chi-qishning eng yuqori san'ati hisoblanadi. Bunday birdamlik o'zaro aqliy faoliyat va bir-biriga o'xshash hissiy holatlar yuzaga kelishi bilan izohlanadi. Notiqning o'zi gapiradigan obyektiga bo'lgan munosabati, uning qiziqishi, ishonchi tinglovchilarda javob munosabatini uyg'otadi. Notiqning chiqishiga ijobiy munosabat, tinglovchilarning tashqi xatti-harakatlari (ularning o'tirish holati, diqqat bilan tinglash, qiyqiriqlar, bosh irg'ashlar, tabassum, kulishlar, qarsaklar) notiq bilan tinglovchilar o'rtasida munosabat o'rnatilganidan darak beradi. O'zaro aloqa o'rnatish o'zgaruvchan tushuncha. U notiqning chiqish qilishida to'liq yoki qisman, barqaror va beqaror bo'lishi mumkin.

Nutqni boshlashdan oldin 5-7 daqiqada psixologik pauza yaratish lozim. Bu esa auditoriya diqqatini notiqqa jalb qilishdir. Mavzu qancha qiziqarli bo'lmasin, vaqt o'tgan sayin auditoriyaning diqqati so'na boshlaydi. Bunday holatni bartaraf etish uchun quyidagi usullarni qo'llash kerak:

- Savol-javob usuli. Notiq savol qo'yib, o'zi unga javob beradi. Har xil taxminlarni oldinga suradi, ularni aniqlaydi va ma'lum xu-losalarga keladi.
- Monologdan dialogga o'tish. Muhokama jarayoniga ba'zi tinglovchilarni jalb etishga yordam beradi va ularda qiziqish uyg'otadi.
- Muammoli sharoitni yaratish usuli. Tinglovchilarga "nima uchun?" degan savol uyg'otuvchi sharoit yaratiladi. Bu esa ularning qiziqishini orttiradi.
- Axborot, faraz qilish usullarining yangiliklari tinglovchilarni fikrlashga, taxmin qilishga undaydi.
- Shaxsiy tajriba va fikrga asoslanish doimo tinglovchilarda qiziqish uyg'otadi.

- Amaliy ahamiyatga ega ma'lumotlarni ko'rsatish.
- O'rinli hazil ishlatish tinglovchilar e'tiborini jalb qilishga yordam beradi.
- Mavzudan biroz chekinish tinglovchilarning dam olishi uchun imkon beradi.
- Asta gapirib, ovozni pasaytirish nutqning muhim joylariga alohida e'tibor qaratish uchun kerak.

Maxsus so'zlar, iboralar teskari aloqani ta'minlovchi aloqa o'rnatishning muhim omillaridan hisoblanadi. Bularga 1 va 2 shaxsda ishlatiladigan olmoshlar (men, siz, biz, biz va siz) 1 va 2 – shaxsdagi fe'llar (tushunishga urinib ko'ramiz, shubhalanamiz, qayd etamiz, sizdan iltimos, eslab qolinglar, o'ylab ko'ringlar, aniqlab olaylik va b.), murojaatlar (hurmatli kasbdoshlar!), ritorik savollar aloqa o'rnatishda to'la-tilimdan o'tishga, ma'ruza tinglovchi bilan birlashtirishga yordam beradi. Gavda holati, imo-ishoralar, xatti-harakatlar individual uslubga xosdir. Kinetik tizimning bu unsurlari tasavvurning ko'rish kanallariga ta'sir etadi, e'tiborni ma'lumot mazmuniga qaratadi, his-tuyg'uni oshiradi va shu sabab aytilgan fikrlarni yaxshiroq tushunib olishga imkon beradi. Mutaxassislarning aytishiga qaraganda nutqning 25% ko'z orqali qabul qilinarkan.

Notiq tinglovchilar oldida barqaror holatni yaratishi, muvozanatni saqlashi, yengil, harakatchan va tabiiy bo'lishi muhim ahamiyatga ega. Uzoq vaqt davomida bir joyda turib qolgan kishi taassurotni siyqa-lashtiradi, tinglovchilarni charchatadi. Uzoq vaqtga cho'zilgan ma'ruza-da tajribali notiq holatini o'zgartirib turadi. Oldinga bir qadam tashlash nutqning eng muhim joyini yanada ta'sirchanroq ko'rsatadi, diqqatni bir joyga to'plashga yordam beradi. Orqaga qaytib, notiq tinglovchilarga biroz dam olishga imkon beradi va o'z nutqini davom ettirishga sharoit yaratadi. Biroq nutq vaqtida u yoqdan bu yoqqa tinimsiz yurmaslik kerak. Imo-ishoralar, xatti-harakatlar orqali ta'sirni kuchaytirish notiqlik san'atiga kiradi. Ortiqcha harakatlar tinglovchilarga yoqmaydi va u kulgi, istehzoga sabab bo'lishi mumkin.

Notiqning his-hayajonlarini bildirib turuvchi narsalar uning imo-
ishoralaridir. Ular nutqning mazmuniga hamohang bo‘lishi kerak. Notiq-ning yuzi,
kiyimi tinglovchilarning e’tiroziga sabab bo‘lishi kerak emas.

4. Dalillash texnikasi

Biznes etikasi va ma’naviyatiga bag‘ishlangan adabiyotlarda ko‘p holatlarda
P. Mitsichning ishi misol sifatida keltiriladi. Bu olim dalil-lashning 12 ritorik
uslubini keltiradi:

1. *Fundamental*. Bu uslubning mohiyati dalillashning asosi bo‘lgan aniq fakt
va voqealar bilan tanishtirilayotgan tinglovchilarga qaratilgan murojaatdir. Bunda,
odatda, statistik ma’lumotlar, hisob-kitoblar, jadval-lar keltiriladi.

2. *Qarama-qarshilik*. Bu uslubda hamsuhbatning fikri, dalillaridagi qarama-
qarshilikni aniqlash va ularga e’tiborni qaratish amalga oshiriladi.

3. *“Foyda olish”*. Bu uslub aniq dalillashga asoslanadi, izchillik bilan
xulosaga kelib, yakuniy xulosa chiqaradi.

4. *Qiyoslash uslubi*.

5. *“Yon bosish”*. Agar dastlab tinglovchi qattiq turib e’tiroz bildirsa, unda
uning dalillarini qabul qilib olib, keyin esa o‘zingizning fikringizni isbotlab, keyin
uning fikrini rad etishingiz mumkin.

6. *“Qismlar”*. So‘zga chiqishni “bu aniq”, “bu esa shubhali”, “bu esa xato”
deya qismlarga bo‘lib olinadi.

7. *Kuchaytirish*. Ushbu uslubga muvofiq notiqqa eng muhim bo‘lgan holatlar
birinchi o‘ringa chiqishi kerak.

8. *“Bumerang”*. Raqibning dalillarini o‘ziga qarshi ishlatish.

9. *Rad etish*. Agar raqibning keltirgan dalilini inkor qilib bo‘lmasa, unda
uning gapi rad etiladi va bu dalillarning ahamiyati susayadi.

10. *O‘zgartirish*. Ish mohiyatini asta-sekin subyektiv o‘zgartirishga
asoslanadi.

11. *Yuzaki yordam berish uslubi.* Raqibga qandaydir yordam ko'rsatilgandan keyin u biroz bo'shashadi va navbat qattiq zarbalarga keladi.

12. *So'rov.* Notiq auditoriya kayfiyatini savollar berib, o'rganadi va shu vaqtning o'zida qarshi dalillar keltira boshlaydi.

O'z nuqtayi nazarini rahbarga isbotlash bilan birga, u bilan munosabatni yomonlashtirmaslik uchun nima qilish kerak?

O'z fikrini to'g'ri ekanligini isbotlash rahbarning bilimi pastligi yoki uni shoshirib qo'yish uchun emas, balki muhim ish bilan bog'liq masalani yechishdir. Bundan tashqari, rahbar bilan uchinchi shaxs oldida bahslashmaslik kerak. Rahbarning fikriga qarshi chiqishda eng muhimi, quyidagilarni esda tutish lozim:

- qachon o'z fikrini himoya qilish va qachon bu haqda gapir-maslikni bilish;
- qanday masalalarni muhokama qilish yoki qilmaslikni bilish;
- qanday qilib e'tiroz bildirish va e'tiroz bildirmaslikning yo'lini topib, rahbarning g'ashiga tegmaslik yo'llarini bilish.

Agar rahbaringizga e'tiroz bildirmoqchi bo'lsangiz, unda bu ishni odob bilan, nizo chiqarmasdan bajarishingiz lozim.

Bahsdagi qarama-qarshilik xususiyati ko'p holatlarda muhokama etilayotgan masalaga, yuzaga kelgan psixologik muhit, bahslashuvchi-larning shaxsiy munosabatlari, kasbiy munosabatlarning mustahkam-ligi va tarjibasiga bog'liq bo'ladi.

Bahsda yutqazib qo'ysangiz, rahbar dalillaringizni tushunmagan bo'lsa, bundan jahlingiz chiqmasin. Rahbarga jahlingiz chiqqanini, bahsga nisbatan noroziligingizni bildirsangiz, unda rahbarda sizga nisbatan ishonchsizlik paydo bo'lib, sovuqlashadi.

G'alaba qozongan bo'lsangiz, bu haqda ortiqcha ovoza qilmang. Hech qachon "Men buni aytgan edim-ku!" degan gap qilmang. Gapin-gizni tinglab, fikringizga tushunganligi uchun rahbarga minnatdorchilik bildirish lozim.

A. Petrenko “Безопасност в коммуникации делового человека” kitobida o‘z nuqtayi nazarini himoya qilish va sherikni ishon-tirish texnikasi bilan bog‘liq quyidagi amaliy tavsiyalarni keltiradi.¹

1. Oddiy, tushunarli va aniq-lo‘nda qilib gapiring.

2. Sherikka dalillarni ehtiro, intizom doirasida taqdim eting:

- agar u to‘g‘ri gapirsa, uning haqligini tan oling;
- sherigingiz qabul qilgan dalil va tushunchalardan foydalanishda davom eting;

- oldin sherikning dalillarini e‘tibor bilan tinglab, javob berib, keyin o‘z dalillaringizni oldinga suring;

- har qanday sharoitda ham o‘z qadringiz, hurmatingizni yo‘qot-mang.

3. Sherigingizni shaxsiy xususiyatlarini e‘tiborga oling:

- o‘z fikringizni sherigingizning maqsad va fikrlariga qarating;
- fakt va dalillarni sanab o‘tirmasdan, ularning afzalliklarini ochib berishga harakat qiling;

- sherigingiz tushunadigan so‘zlarni ishlating;

- dalillaringiz sherik tomonidan qabul qilinayotganligiga qarab ularni kuchaytirib boring.

4. Iloji boricha sherigingizga o‘zingizning g‘oyangiz, fikrlaringiz, isbotlaringizni tushuntirib berishga harakat qiling, shu bilan birga sherigingizni strategiyasi va maqsadlarini esdan chiqarmang.

5. Shuni esda tutish lozimki, ezmalik va gapni cho‘zish sherigingiz tomonidan salbiy qabul qilinishi mumkin. Ammo qisqa va yorqin dalillar katta samara beradi.

6. Dalillashning quyidagi maxsus usullaridan foydalaning:

Holatni o‘zgartirish. Sherik bilan birga muammoni echa turib, bosqichma-bosqich boshqa xulosalarni ham chiqarishga harakat qiling.

“Salyami”. Sherikni oldin bosh masalada fikringiz to‘g‘riligiga ishontirib, keyin esa mayda masalalarda ham uni tarafdosh qilib olish.

¹ Petrenko A. Bezopastnost v kommunikatsii delovogo cheloveka. – M., 1994.

Ajratib tashlash. Sherikning dalillarini noto‘g‘ri, shubhali va xato deb bilib, ularni bir-biridan ajratib, bo‘lib tashlang va keyin uning umumiy pozitsiyasi e‘tiborga molik emasligini isbotlab berish.

Ijobiy javoblar. Sherigingiz bilan suhbat shunday kechishi kerakki, u sizning birinchi savollaringizga “ha, ha” deb javob berishi kerak. Keyingi bosqichda u boshqa muhim masalalarda ham sizning fikringizga qo‘shilishi oson kechadi.

Klassik ritorika. Sherigingizning aytganlariga qo‘shilgan holda, kutilmaganda bitta kuchli dalil bilan uning isbotlarini yo‘qqa chiqarasiz. Agar sherigingiz juda hujumkor bo‘lsa, bu usul juda qo‘l keladi.

Sur‘atni sekinlashtirish. Gapni ataylab sekinlashtirish, sherikning isbotidagi eng kuchsiz joylarni ovoz chiqarib takrorlash.

Ikki tomonlama dalillash. Sherigingizga o‘zingizning taklifingizni kuchli va kuchsiz tomonlarini aytasiz. Bunday usulni oqil sherik bilan bahs yuritganda qo‘llash ma’qul.

5. Muloqot to‘siqlari

Sherikka qarshi aytiladigan gaplar uning asabiga tegadi, fikrlash yo‘nalishiga halaqit beradi. Sherik himoyaga o‘tadi, o‘zining nuqtayi nazarini yoqlaydi yoki uni yashirishga o‘tadi.

Ma’lum gap aytiladigan intonatsiyadan tashqari muloqotni buzadigan oddiy formulalar mavjud. I. Atvater quyidagi ana shunday o‘n ikkita formulalarni aniqlagan¹.

1. Ko‘rsatma buyrug‘i, (“Yana bir marta qaytaring!”, “Sekinroq gapiring!”, “Men bilan bu tarzda gaplashma!”, “Men bilan bunday ovozda gaplashmang!” va boshqa).

2. Tahdid (“Siz hali pushaymon bo‘lasiz!”, “Agar yana bir marta qaytarsangiz, o‘zingizdan ko‘ring!”).

¹ Atvater И. Я вас слушаю... – М.: Наука, 1988.

3. Aql o'rgatish ("Siz xato qildingiz", "Siz bunday qilmasligingiz kerak edi", "Bularning hammasi noto'g'ri").

4. Maslahat yoki qaror ("Mana bunday qilib ko'ringchi ...", "Men sizga mana buni tavsiya etgan bo'lardim ...").

5. Mantiqiy dalillash ("Mana bunday qiling ...", "Bunga boshqa nuqtayi nazardan qarang ...").

6. Ayblash ("Men sizni ogohlantirgan edim ...").

7. Maqtash ("Siz har doimdagidek, haqsiz ..."),

8. Kamsitish ("Hamma xotinlar bir xil", "Sizning yoshingizda ko'p narsalarni bilish kerak edi...").

9. Diagnostika ("Nima uchun bu ishni qilganingizni endi tushundim, ...").

10. Hamdardlik ("Hamma ham xato qiladi...").

11. Aniqlash ("Sizga kim aql o'rgatdi? ...").

12. Muammodan qochish, hazil ("Siz bu narsani xayolingizdan chiqarib tashlashingiz kerak").

Tinglash malakasi biznes etikasi va ma'naviyatining eng muhim vositasidir. Bunday holatda tinglashning turlari tipologiyasiga bir necha yondashuvlar mavjud. L.D. Stolyarenko sust, faol va empatik tinglash turlarini ajratadi:

* faol tinglash - bunda axborot birinchi o'rinda aks etadi. Faol tinglash biznes etikasida katta ahamiyatga ega. Agar sherigingiz sizga teng yoki sizdan kuchli bo'lganda yoki u o'zini tajovuzkorona tutganda yoki ustuvorligini namoyish qilmoqchi bo'lganda faol tinglash turi qo'llaniladi.

* sust tinglashda faqat jimgina tinglash muhim ahamiyatga ega. Unga u bir o'zi emasligini, siz uni tinglashingizni va uni qo'llab-quvvatlashingizni eslatish lozim bo'ladi. Ammo doimo jim o'tirish kerak emas. Chunki jim o'tirish ham asabga tegadi. Hayajonga tushgan kishining asabi yanada taranglashadi. Agar sherigingizning his-hayajoni sizga qaratilgan bo'lsa, siz ham hayajonlanmang. Aks holda, muhit yanada keskinlashib, kim haq va kim nohaq ekanligini aniqlashga o'tish mumkin.

Empatik tinglash sherikning his-hayajonini sezish, bu hayajonni aks ettirishga, uning holatini tushunish va unga yordam berishga imkon beradi. Empatik tinglashda gapirayotgan kishiga maslahat, baho berilmaydi, tanqid qilinmaydi va aql o'rgatilmaydi.

I. Atvater refleksiv va norefleksiv tinglashni farqlab, ko'rsatadi¹.

Refleksiv tinglashda sherikning gapini eshitish paytida luqma tashlab turiladi. Luqmalar muloqotga to'sqinlik qilmaydigan, o'zaro munosabatga sovuqlik solmaydigan, gapirayotgan kishini gapidan adashtirmaydigan yoki chalg'itmaydigan bo'lishi, maksimal darajada ma'lumot olishga qaratilishi kerak. Refleksiv tinglash: aniqlash, gaplar-ga qayta ishlov berish, xis-hayajonlarni aks ettirish, xulosa chiqarish kabi turlarga bo'linadi.

Aniqlashda aytilgan gap aniqlab olinadi ("Gapingizni yana bir marta qaytara olmaysizmi?", "Men sizni tushunmay qoldim", "Siz batafsil tushuntira olmaysizmi ..." va b.).

Gapga qayta ishlov berish - bu gapirayotgan kishining vazifasi bo'lib, bu gap boshqa so'zlar yordamida ifodalanadi.

Gapga qayta ishlov berishning maqsadi suhbat maromini tartibga solish ("Boshqacha qilib aytganda, siz shunday demoqchimisiz", "Agar men sizni to'g'ri tushungan bo'lsam ...").

Xulosa sherik tomonidan so'zga chiqish vaqtida aytilgan gaplarga oraliq xulosadir ("Shunday qilib, biz siz bilan quyidagilarni muhokama qildik ...").

Refleksiv javoblar uzoq cho'zilgan suhbatlarda, nizo sharoitdan chiqib ketishda, majlis yoki telefon orqali gapning oxirida qo'llaniladi. Sherigingiz sizni tinglashga toqati yo'qligini sezdirganda, qandaydir qaror qabul qilish ehtiyoji tug'ilganda va sizning jim turishingiz rozilik alomati deb qabul qilish xavfi yuzaga kelganda, so'zlayotgan kishi sizdan faol yordam olmoqchi bo'lganda refleksiv tinglash ishlatiladi.

Norefleksiv tinglash deganda quyidagilar tushuniladi:

¹ Atvater I. Ya Vas slushayu ... – M.: Nauka, 1988.

- gapga aralashmasdan, jim turish (agar hamsuhbatingiz asabiyla-shib, bor dardini aytib, sizning maslahatingizga quloq solmaganda);

- minimal javob berish;

- betaraf qaydlar (“Tushunaman, davom ettiring, iltimos”);

- savollar (“Nimadandir bezovta bo‘layapsizmi?”).

Norefleks usullar quyidagi holatlarda ishlatiladi: ishga qabul qilishda kishi haqida barcha ma’lumotlarni bilish maqsadida, vaziyat taranglashganda, shikoyat o‘rni kelganda (norefleks muloqot mas’uliyatni kamaytiradi), mijozlar talabini aniqlash sharoitida, sizni qiziqtirmagan narsa haqida gap borganda.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Karimov I.A. Istiqlol va ma'naviyat. O'zbekiston, 1994 y.
2. Karimov I.A. Yuksak ma'naviyat-yengilmas kuch. -T.: Ma'naviyat, 2008 y.
3. Averyanov L.A. Iskusstvo zadavat voprosi, -M.: Moskovskiy rabochiy.
4. Avrintsev S.S. Poetika ranney vizantiyskoy literaturi. -M., 1977.
5. Agapova E.G. Konfliktologiya, -Samara, 2003.
6. Akshieva A.A., Formanovskaya N.I. Russkiy rechevoy etiket. – M.: Russkiy yazik 1982.
7. Alyaprinskiy B.S. Obschenie i ego problemi. – M.: 1982.
8. Ananov B.G. O problemax sovremennogo chelovekoznaniya. – M.: 1977.
9. Andreeva G.M. Sotsialnaya psixologiya – M.: MGK. 1988.
10. Andreeva V.I. Konfliktologiya (Iskusstvo spora, vedeniya peregovorov, razresheniya konfliktov) – M.: 1995.
11. Andreeva I.V. Etika delovix otnosheniy. Sankt-Peterburg «Viktor», 2005.

