

DOI: <https://doi.org/10.36719/2706-6185/05/5-9>

Nərmin Əfqan qızı Verdiyeva
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
magistrant
nerrmin.verdiyeva97@gmail.com

TURİZM ÜZRƏ TƏHSİL ALAN TƏLƏBƏLƏRİN ÜNSİYYƏT BACARIQLARI

Xülasə

Bu gün hər bir biznesdə olduğu kimi, əmək tutumlu turizm sektorunda da insan resursları çox önəmlidir. Peşə təhsilinin davam etdirilməsi təhsil prosesində turizm tələbələrinin ünsiyyət bacarıqlarının mənimsənilməsinə və inkişaf etdirilməsinə yönəlmiş mühüm məsələdir. Bu baxımdan bu dövrdə insanların ünsiyyət bacarıqlarının müəyyən edilməsi çox vacibdir. Bu tədqiqatın məqsədi turizm səviyyəsində təhsil alan tələbələrin ünsiyyət bacarıqlarını müəyyən etməkdir.

Açar sözlər: *ünsiyyət, ünsiyyət bacarıqları, turizm, turizm tələbələri, kommunikasiya*

Narmin Afghan Verdiyeva
Azerbaijan Tourism and Management University
master student
nerrmin.verdiyeva97@gmail.com

Communication skills of students studying tourism

Abstract

Today, as in any business, human resources are very important in the labor-intensive tourism sector. Continuation of vocational education is an important issue in the educational process aimed at mastering and developing communication skills of tourism students. In this regard, it is very important to determine people's communication skills during this period. The purpose of this study is to determine the communication skills of students studying at the tourism level.

Keywords: *communication, communication skills, tourism, tourism students, communication*

Giriş

Fərdlər həyat boyu digər fərdlərlə qarşılıqlı əlaqədədirlər. Sağlam sosial münasibətlər qurmaq, düzgün başa düşmək və özünü ifadə etmək üçün güclü ünsiyyət bacarıqlarına sahib olmaq qaçılmazdır. Sosial varlıq kimi qəbul edilən insanlar üçün ünsiyyət nəfəs almaq qədər vacibdir.

Fərdlər, həyatlarının hər anında şifahi, yazılı və ya bədən dili ilə digər fərdlərlə qarşılıqlı əlaqə qururlar. Sosial həyatda olmağın yolu təsirli ünsiyyət bacarıqlarına sahib olmaqdır (Akdu, 2018: 124).

Fərdlərin sosial və fizioloji ehtiyaclarının ortaya çıxması ilə bir sosial proses kimi ünsiyyət; Bütün insan cəmiyyətlərində mövcuddur və insan davranışının nəticəsi kimi meydana çıxır.

Ünsiyyət, daha çox sosial varlıq kimi yaşayan və digər fərdlər və topluluqlarla ünsiyyət qurmağı bacaran, eyni zamanda yerləşdikləri təşkilat daxilində başa düşülən və qəbul edilən insanlar baxımından rəşional təsir göstərir (Ashton, 2018: 14). Bu kontekstdə fərdi inkişafın tamamlanması potensial ünsiyyət ziddiyyətlərini və fərdlərin düzgün davranış qabiliyyətini minimuma endirmək üçün təsirli bir amildir. Bu səbəbdən təsirli ünsiyyət üçün ilk addım fərdi inkişafın tamamlanmasıdır.

Socratin "özünü tanı" ifadəsi sübut edir ki, insan özünüdərk sənətinə yiyələnmə bilirsə, sosial ünsiyyətə və şəxsi fəlsəfi məmnuniyyətə hazırdır. Bu forma tamamlandıqdan sonra, insan digər fərdlər kimi özünü ifadə etmək azadlığına sahib olduğunu başa düşür və insan təsirli ünsiyyətə hazır olur. Həqiqətən də bu formalaşma mərhələsində təhsil müəssisələrinin rolu çox yüksəkdir.

Fərdlər peşə təhsili səviyyələrini artırmaq üçün təhsil müəssisələrinə getməyə ehtiyac duyurlar. Bir cəmiyyətin sosial-mədəni quruluşunu nəzərdən keçirərkən, universitetlər fərdi öz üzərlərinə götürdükleri məsuliyyətlə əldə etdikləri biliklərdən maksimum dərəcədə istifadə etməyə təşviq edirlər.

Ölkənin inkişaf səviyyəsi ilə təhsil səviyyəsi arasındakı əlaqəni nəzərə alaraq, təhsil müəssisələrində verilən təhsilin çox spesifik olduğunu söyləmək olar. Bu səbəbdən, universitetlərin bacarıqlı işçi qüvvəsinə olan tələbatın ödənilməsində daha çox məsuliyyət gətirmələri lazımdır.

Universitet tələbələrinə verilən təhsil prosesində ünsiyyət bacarıqları ilə əlaqəli məsələlər ətraflı nəzərdən keçirilməlidir. Rəhbər araşdırmalar göstərir ki, universitetdə verilən məlumatlar tələbənin ünsiyyət bacarıqlarının inkişafına müsbət kömək edir (Əlirzayev, 2019: 58).

Bu mənada gələcəyə hazırlaşan universitet tələbələri üçün təhsil müddətində peşəkar işçilərdən ünsiyyət bacarıqları təhsili almaq vacibdir. Əldə olunan təhsil fərdlərin özünü ifadə etmək imkanlarını artırır. Beləliklə, tələbələrin gündəlik həyatlarında və gələcək peşə həyatında faydalı olacaq və müvəffəqiyyətlərinə böyük töhfə verəcək ünsiyyət bacarıqları barədə məlumatlılığı artırmaq mümkündür. Turizm sənayesinin zəhmət tələb etdiyini nəzərə alaraq, ünsiyyət bacarıqları, insan resurslarının strateji əhəmiyyətindən asılı olaraq xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsində və sənayedə uğur qazanılmasında təsirli bir rol oynayır.

Turizm sahəsində tələbələrin ünsiyyət bacarıqları: Turizm sahəsində tələbələrin ünsiyyət bacarıqlarına dair ətraflı məlumat turizm sahəsində peşə həyatına davam etmək və nəticələrin dəqiq təhlili ilə nəticə çıxarmaq istəyən tələbələrin mövcud ünsiyyət bacarıqlarını qiymətləndirməklə əldə edilir.

Turizm tələbələrinin ünsiyyət bacarıqlarının qiymətləndirilməsi və əldə edilmiş nəticələrin birləşdirilməsi ilə bağlı araşdırmaların olmaması bu araşdırmanın aparılmasında mühüm amildir. Bununla birlikdə, ilk növbədə, tədqiqat ünsiyyət anlayışını vurğulamaqla ünsiyyət bacarıqları və insanlararası ünsiyyətin əhəmiyyəti barədə məlumat əldə etməyə imkan verir.

Ünsiyyət anlayışı Latınca "Communis" sözündən qaynaqlanan "ünsiyyət" anlayışına ekvivalent olaraq tərəfdaşlıq, sosiallaşma, birgəyaşayış əhatə edir. Bu mənada fərdlərin sosiallaşması ünsiyyət prosesinin əsasını təşkil edir (Əlirzayev, 2019: 66). Bu səbəbdən ünsiyyət fərdlər vasitəsi ilə həm şəxsiyyətlərarası bir proses, həm də sosial səviyyədə bir proses olaraq ifadə edilə bilər.

Ünsiyyət ilk növbədə özünü bir insan kimi dərk etmək və sosial proseslərdə iştirak etmək baxımından vacibdir. Bəşəriyyət əmək bölgüsü və ixtisaslaşma oxu üzərində qurulmuş sosial həyatı, təbiətə və digər canlılara hakim olma qabiliyyəti ilə dünyanın ağası olmuşdur.

İnsanı bütün canlılardan ayıran və onu kainatın sahibi səviyyəsinə qaldıran iki əsas xüsusiyyət vardır. Bu keyfiyyətlərdən biri danışmaq, digəri düşünmək qabiliyyətidir. Buna görə danışmaq və düşünmə bacarıqlarının insanlara vacib şeylərə nail olmasına imkan verdiyi danılmaz bir həqiqətdir.

Fərdlərin ünsiyyət qurmasının bir çox səbəbi var. Bu məqamda ünsiyyətin sosial bir zərurət olduğu vurğulanmalıdır. Cəmiyyətdə yaşayan və digər canlılarla qarşılıqlı əlaqədə olan bütün canlıların bir ünsiyyət sistemində ehtiyacı var.

İnsanlar təbiətinə və sosial qruplarda yaşamaq xüsusiyyətlərinə görə bütün canlılar arasındakı ünsiyyətdən ən təsirli şəkildə istifadə edən varlıqdır. İnsanlar həyatlarının hər anında davamlı ünsiyyət qururlar. Qurduqları əlaqə bəzən şüurlu, bəzən də şüursuz olur (Sokolov, 2017: 111). Ünsiyyət insanların yaşamaq üçün istifadə etdiyi ən vacib vasitələrdən biridir.

Bu sahədə yaxşı təhsil almış tələbə gələcəkdə nümunəvi bir bələdçiə çevrilə bilər. Turist bələdçisinin mədəniyyətlərarası qarşılıqlı əlaqədə böyük rolu var. Yerli və turistlər arasındakı mədəni boşluğu dolduran turizm bələdçisi ev sahibi ölkə ilə kəşf həvəskarı olan ziyarətçi arasındakı vasitəçidir.

Tanınım səfiri kimi fəaliyyət göstərən turizm bələdçisi, turisti tanımadığı bir mühitdə özlərini təhlükəsiz hiss edir. Turizm sahəsində çalışan digər işçilərlə müqayisədə, turizm bələdçisi turistlə ən çox təmasda olan şəxsdir. Turun sonunda turistin perspektivi və bilik səviyyəsi tur rəhbərinin tur boyu göstərdiyi performans əsasən formalaşır.

Turist məmnuniyyətinə və ölkənin imicinə təsir göstərən bu təəssüratlar yenidən ziyarət etmək qərarını vermə və ətraf mühitə müsbət açıqlamalar verməkdə təsirli olur. Jurnal, kitablar və broşuralar kimi statik bələdçilərdən fərqli olaraq, turizm bələdçiləri məlumat ötürülməsini şərh gücü ilə zənginləşdirərək beş hissə də toxunurlar; bu məlumatın yadda qalanlığını artırır.

Tur operatorları və turizm agentlikləri turistik xidmətləri bir araya gətirərək turistlərin istehlakı üçün təklif edirlər. Bununla birlikdə, bir tur proqramı məzmun baxımından nə qədər mükəmməl olsa da; Bu turu uğurlu edən əsas şəxs turizm bələdçisidir.

Digər tərəfdən, zəif hazırlanmış bir tur proqramı, turist bələdçisinin sərəfəsi sayəsində problemsiz gedə bilər. Çünki hər qrup və ya qonaq quruluş baxımından bir-birindən fərqlidir. İnsanlar arasında harmoniya və tarazlığı təmin etmək bələdçinin vəzifəsidir.

Turist bələdçilərini turistlə ev sahibi ölkə arasında sosial və mədəni vasitəçi kimi qiymətləndirir. Çünki turist üçün bələdçi yalnız dildə danışan bir tur yoldaşı deyil, həm də bilinməyənləri daha anlaşıqlı edən vasitəçidir.

Turist bələdçisi turistin yerli xalqla və ya ölkəyə məxsus dəyərlərlə qarışmasına kömək edən şəxsdir. Turist ziyarət etdikləri mədəniyyətdən xəbərsizdir. Mədəni boşluğu dolduraraq, turistin ev sahibi cəmiyyətin mədəni xüsusiyyətlərini idrak olaraq qavramasına imkan yaratmaq bələdçinin vəzifəsidir.

Mədəni dəyərlərin paylaşılmasında ünsiyyətin təmin edilməsi, tərəflərin iki tərəfin qaynaşmasını təmin edərək bir-birlərini düzgün qiymətləndirməsi və anlamaları üçün vacibdir (Sokolov, 2017: 191). Güclü bir sosial əlaqənin formalaşması və turistin doğru şeyi öyrənməsi üçün turizm bələdçisi haqqında kifayət qədər məlumat və məlumatın effektiv ötürülməsi lazımdır.

Turistin fərdi səyahət etmək əvəzinə bələdçi turu seçməsinin səbəbi, ziyarət təcrübəsini asanlaşdıracaq və problemsiz bir təcrübə keçirməsini mümkün edəcək bir bələdçiyə ehtiyacı olmasıdır.

Bu məqamda, təşviq etdiyi turistik məhsulun hər tərəfini bilmək və anlamaq, həm də turist bələdçisinin kokadında göstərilən xarici dili mənimsəmək və xidmət etmək zərurətindən kənar bir zərurətdir. Turist bələdçisinin bilik, bacarıq, münasibət və davranışlarının turistə təsirini nəzərə alsaq, aldığı təhsilin biliyi, təcrübəsi və məzmunu əhəmiyyət qazanır.

Ünsiyyət bacarıqları ilə turizm müəssisələri arasındakı əlaqəni vurğulayaraq, əmək tələb edən insan münasibətlərinin birinci yerə çıxdığı dinamik bir quruluşa sahib olan turizm menecmentində ünsiyyət bacarıqlarının səmərəli istifadəsinin müştəri ehtiyaclarını qarşıladığını qeyd etməliyik.

Ünsiyyətdə dil amilinin rolu: Dil təsvirinin əsas vəzifəsi dilçilər qarşısında ortaya çıxan çoxsaylı praktik məsələlərin həlli üçün zəmin yaradan dilin belə bir təmsilçiliyinə nail olmaqdır.

Mədəniyyətlərarası təmaslara və mədəniyyətlərarası anlayışa artan diqqət, lingvistik elmi paradigmanın sistemətilik dilçilikdən ünsiyyət zamanı dil öyrənilməsinə dəyişməsi səbəbindən fonetik-qəsdən nitq dizayn qaydalarını təsvir etmək üçün praktik ehtiyac tapıldı.

Bu müddətdə iki cəhəti nəzərdən keçirmək vacibdir: lingvistik və ekstralingvistik. Şifahi və ya nitq (lingvistik, semantik) məlumat bir sözdə təcəssüm olunur və ekstralingvistik və ya dildən kənar səsli nitq sözün semantikasından, yəni şəxsin dediklərindən asılı olmayaraq dinləyiciyə məlumat çatdırır (Sokolov, 2017: 154).

İnformasiya daşıyıcısı haqqında qəti fikir formalaşdırmağa imkan verən ekstralingvistik amillər (psixoaustik və emosional, yaş və cins, səs və nitqin sosial-grup və tibbi xüsusiyyətləri ilə yanaşı) niyyətləri, yəni müəllifin niyyətlərini əhatə edir.

Mövcud dillərdən hər hansı birində söhbət çox mürəkkəb bir qayda kimi davranış formasıdır, bu səbəbdən bir dili mənimsəmək bu cür davranış qanunlarına yiyələnməyi nəzərdə tutur.

Nitq çağırışı, spesifik ekstralingvistik təbiətinə baxmayaraq, dildə spesifik texnika və metodlar şəklində təcəssüm etdirilən nitq fəaliyyətinin ən vacib elementidir. Praqmalingvistika dil vahidləri arasındakı əlaqə və bunların danışan / yazıcı, dinləyici / oxucunun qarşılıqlı əlaqələndirildiyi müvafiq kommunikativ-pragmatik məkanda və onların istifadəsi şərtləri arasındakı əlaqə ilə ifadə edilə bilən bir dil araşdırması sahəsi olaraq təyin edilir. Deməli, şifahi ünsiyyət vahidi sözlər və

cümlələr deyil, ayrı bir simvol deyil, nitq aktının icrası zamanı müəyyən bir danışmaq vahidinin istehsalıdır (Sokolov, 2017: 134).

Bir sıra dilçilərin nəticələrinə əsasən, tədqiqat obyektlərinin - nitq və dilin funksional və struktur keyfiyyətləri şifahi şifahi ünsiyyətdə daha ətraflı ifadə olunur. Fonetik bilik təməldir, çünki bir obyektin - dil və nitqin idrak prosesi ondan başlayır. Eyni zamanda, fonetik və fonoloji tədqiqat sahəsi əsasən immanent strukturlaşdırılmışlığı baxımından işlənmişdir.

Digər dil səviyyələrinin dil anlayışları ilə bu əlaqə ətraflı öyrənilmiş və təsvir edilmişdir. Beləliklə, bütün digər dil səviyyələrinin konsepsiyalarının qurulduğu fonetik biliklər, ilkin mərhələdə modelləşdirməyin məqsəduyğundur.

Bu cür bacarıqlar lokativ aktın mexanizmləri və artikulyasiya fonetikasının əsas konsepsiyaları ilə əsas mənbələri və onların xüsusiyyətləri barədə fikirlər vasitəsilə və interaktiv qarşılıqlı təsir qabiliyyəti sayəsində insan eşitmə qavrayışının (perseptik fonetika) əsas normaları ilə birləşdirilməlidir (Əlirzayev, 2010: 392).

Bu əsasda artikulyasiya prosesləri ilə nitqin akustik xüsusiyyətləri arasındakı əlaqəni, səslərin artikulyasiya və akustik sistemləşdirilməsi, koartikulyasiya və akustik korrelyasiya ilə əlaqəsini, həmçinin davamlı nitqin əsas parametrlərini: ritm, temp, intonasiya, qarşılıqlı əlaqəni öyrənmək mümkün olur.

Bu bilik həm hər hansı bir dilin fonetik sistemi haqqında təsəvvürlərin formalaşması üçün, həm də dili kommunikativ-praqmatik aspektdə mənimsəmək üçün zəruri artikulyasiya və qavrayış bazasını formalaşdırmağın optimal yolunu seçmək üçün əsasdır. Bundan əlavə, bu məlumat ekstralinqvistik bir potensial daşıyır (6).

Artıq iyirminci əsrin 70-ci illərinin sonunda, dilin səs məsələsinin təşkili ilə bağlı məlumatların sisteməlik təsviri üçün yetərli olduğu qeyd edildi (Bu, mədəniyyətlərarası ünsiyyət və mədəniyyətlərarası anlaşmanın daha optimal metodlarının axtarışı ilə əlaqədar olaraq dilin səs quruluşuna və səsli nitqə olan marağın artması ilə əlaqələndirilir).

Nəticə

Turizm sektoru insan münasibətlərinin gərgin olduğu bir sektordur. Bu çərçivədə işçilərlə müştərilər arasındakı ünsiyyət prosesi, təşkilatın iş baxımından uğur qazanması üçün vacibdir. Əslində bu vəziyyət əsasən xidmət sektorunda fəaliyyət göstərən turizm müəssisələri üçün də vacibdir (7).

Turizm sənayesi insanlarla münasibətlərin vacib olduğu əmək tələb edən bir sahədir. Bu çərçivədə sektor əməkdaşları ünsiyyət fəaliyyətində fəal iştirak edirlər. Həm turizm müəssisələrində həm rəhbərlikdə, həm də işçi vəzifələrində çalışanların uğurlu ünsiyyət bacarıqlarına sahib olma qabiliyyəti daxili və xarici hədəf qrup münasibətlərinə müsbət təsir göstərir və bu da onların təşkilati fəaliyyətinə səbəb olur.

Ünsiyyət o qədər vacibdir ki, yalnız iş sahibi, menecer, həmkar və s. İşçi məmnuniyyəti və müştəri məmnuniyyəti digər münasibətlərdə olan hər kəsə sevgi və hörmət sayəsində əldə edilə bilər.

Bütün bunlar işçilərin və turistlərin davranışında həlledici rol oynayır. Lakin bunlardan ən əsası dostluq münasibətləri və təsirli ünsiyyətdir. Dünyanın ən tanınmış və ən böyük turizm biznesmeni olsanız da, daxili və xarici hədəf auditoriya ilə yaxşı ünsiyyət qurmasdıqda, təşkilati fəaliyyətiniz lazımı səviyyədə olmayacaqdır (8).

Ədəbiyyat

1. Akdu, U. (2018). "Eastern Black Sea Region Sustainable Tourism Congress" Proceedings book. 412 p.
2. Ashton, R. (2018). An introduction To Sustainable Tourism (Ecotourism) in Central America: Paseo Pantera Ecotourism Program. Gainesville, F: Wildlife Conservation International, 321 p.
3. Əlirzayev, Ə. (2019). Sosial sferanın iqtisadiyyatı və idarə edilməsi. Dərs vəsaiti, Bakı: Mürəcim, 375 s.
4. Sokolov, V., Filonov, K., Nukhimovskaya, Yu., Shadrina, G. (2017). Ecology of protected areas in Russia. Janus-k, 324 p.
5. Əlirzayev, Ə. (2010). Turizmin iqtisadiyyatı və idarə olunması. Bakı: İqtisad Universiteti Nəşriyyatı, 392 s.
6. <https://tourism.gov.az/news/turizm-sahesinde-dual-tehsil-proqrami-nin-gelecek-perspektivleri-muzakire-olunub>
7. <https://rating.edu.az/index.php/az/welcome/99-ati/115-az%C9%99rbaycan-turizm-institutunun-sor%C4%9Fu-anketi>
8. <http://atmu.edu.az/az/fakulte-umumi-melumat>

Rəyçi: b.m. Əlixan Mürvətov

Göndərildi: 17.09.2021

Qəbul edildi: 13.11.2021