

<https://doi.org/10.62837/2025.8.13>

YUSİFOVA NAILƏ YUSİF QIZI
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC)
nailayusifova@yahoo.com

**İŞGÜZAR ÜNSİYYƏTİN MİLLİ VƏ BEYNƏL
XALQ XÜSUSİYYƏTLƏRİ**
Xülasə

Milli mədəniyyətlərin inkişaf perspektivlərinin, mədəniyyətlərarası münasibət və əlaqələrin öyrənilməsi bütün dövrlərdə mühüm əhəmiyyət kəsb edən məsələlər olmuşdur. Lakin xalqlar, dövlətlər, ölkələr arasında siyasi, iqtisadi, mədəni əlaqələrin getdikcə genişlənməsi və qloballaşma, inteqrasiya proseslərinin daha da dərinləşməsi ilə səciyyələnən müasir dövrümüzdə bu məsələlər daha da aktual xarakter daşımağa başlamışdır. Bu, işgüzar kommunikasiyalara da öz təsirini göstərir.

İnsanın digər adamları, ətrafdakı hal və hadisələri özünün etnik və mədəni qrup dəyərləri prizmasından qəbul etmək və qiymətləndirmək meyilləri işgüzar ünsiyyədə əsl sınaqlara gətirib çıxarır. Etnosentrizm təzahürü tərəfdaşlıq münasibətlərini dağıtmaq, tərəfdaşların etibarını korlamaq və işgüzar nüfuza qara ləkə salmaq iqtidarındadır. Yeri gəlmişkən, etnosentrizm, bir mədəniyyəti başqa bir mədəniyyətin standartları, dəyərləri və baxış bucağı əsasında qiymətləndirməkdir. Mədəniyyətlərarası kommunikasiyanın iştirakçıları üçün etnosentrizmlə mübarizə və işgüzar etiketə ciddi riayət etmək xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bəs mədəniyyətlərarası kommunikasiya zamanı səhvlərdən necə qorunmaq olar? Bunun üçün beynəlxalq işgüzar ünsiyyətin iştirakçıları, məsələn, göndərilən məktubun məzmununun və ya telefon danışığında işlədilən ifadələrin məğzinin öz xarici tərəfdaşları tərəfindən necə qəbul edildiyini dəqiq başa düşməlidirlər.

İnsanın digər adamları, ətrafdakı hal və hadisələri özünün etnik və mədəni qrup dəyərləri prizmasından qəbul etmək və qiymətləndirmək meyilləri işgüzar ünsiyyədə əsl sınaqlara gətirib çıxarır. Etnosentrizm təzahürü tərəfdaşlıq münasibətlərini dağıtmaq, tərəfdaşların etibarını korlamaq və işgüzar nüfuza qara ləkə salmaq iqtidarındadır. Yeri gəlmişkən, etnosentrizm, bir mədəniyyəti başqa bir mədəniyyətin standartları, dəyərləri və baxış bucağı əsasında qiymətləndirməkdir.

Cəmiyyətdə hər birimizin ən böyük mənəvi tələbatı ünsiyyətdir. Xüsusən də insanlarla işgüzar əlaqələr, yeni tanışlıqlar zamanı ünsiyyətin rolu əvəzəedilməzdir. Mədəniyyətlərarası kommunikasiyanın iştirakçıları üçün etnosentrizmlə mübarizə və işgüzar etiketə ciddi riayət etmək xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Mədəniyyətlərarası kommunikasiya zamanı səhvlərdən qorunmaq üçün beynəlxalq işgüzar ünsiyyətin iştirakçıları, məsələn, göndərilən məktubun məzmununun və ya telefon danışığında

işlədilən ifadələrin məğzinin öz xarici tərəfdaşları tərəfindən necə qəbul edildiyini dəqiq başa düşməlidirlər. Mədəniyyətlərarası kommunikasiya linqvistik, mədəni və texnoloji amillərin təsirinə məruz qalır. Bundan başqa, işgüzar ünsiyyətin qaydası sosial təşkilədən, kontekstdən, nüfuz risklərindən, qeyri-verbal kommunikativ davranışdan və s. asılılığını geniş aspektdə göstərir.

Açar sözlər: milli, ünsiyyət, beynəlxalq, işgüzar, xüsusiyyətləri

Fərqli peşə və təhsil sahibi olan insanlar arasında getdikcə daha çox marağa səbəb olan ünsiyyət problemləri mövcuddur. Bu, mütəxəssislərin bütün fəaliyyət sahələrində peşəkar səlahiyyətlərinin zəruri bir hissəsidir. Müasir mütəxəssis ünsiyyət tərəfdaşlarını başa düşmək, onlarla əlaqə qurmaq, işgüzar söhbətlər, danışıqlar aparmaq və kütləvi nitqin əsaslarını mənimsəmək üçün işgüzar və akademik kommunikasiya sahəsində biliklərə sahib olmalıdır (1, 2020).

Yazı həyatımız boyu müxtəlif situasiyalarda bizdən tələb olunan bacarıqdır. Şəxsi məzmunlu yazışmanın, yəni dost-taşıqlara ünvanlanan yazının bir xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, bu cür yazı, adətən, qeyri-formal olur. Bu isə o deməkdir ki, burada orfoqrafiya qaydalarını, punktuasiyanı (durğu işarələrinin yerli-yerində işlənməsi) və yaxud qrammatik qaydaları gözləməyə o qədər də ehtiyac duyulmur (hərçənd ki, əməl etsək, oxucumuz bizə minnətdar ola bilər).

Qeyri-formal yazı üslubu şəxsi tanışlıqlar üzərində qurulan münasibətlər fonunda olduğundan və siz də yazınızı ünvanladığınız şəxsi tanıdığınız üçün sözləri qısa yazı, hətta dialekt sözlərdən belə istifadə edə bilərsiniz. Şəxsi məzmunlu yazışmadan fərqli olaraq, akademik yazıda proses xeyli fərqli olur. Birincisi, burada konkret yazı strukturu tələb olunur. Məsələn, giriş, əsas hissə və nəticə (2, 2020). Bu sadə strukturu bütün akademik yazı formalarında görmək olar.

Əslində, digər müəlliflərin işlərindən sitat gətirmək akademik yazının əsas şərtlərindən biridir, çünki bu, sizin mövzu ilə əlaqədar ədəbiyyatı oxuduğunuzu, ideyaları anladığınızı, bu ideyalar və digər müxtəlif perspektivlərdən öz yazı işinizdə istifadə etdiyinizi göstərir.

Eyni zamanda akademik yazıda siz hər zaman orfoqrafiya qaydalarına, punktuasiyaya və qrammatik standartlara əməl etməlisiniz. Çünki həmkarınızdan fərqli olaraq, oxucunuz böyük ehtimal ki, sizdən fərqli bir şəxsdir və sizin nəyə işarə etdiyinizi heç də hər zaman bilməyə bilər. Bu səbəbdən də, fikirlərinizi yazıda aydın ifadə etməyiniz çox önəmlidir. Düşüncənin ifadə olunmasında fikir aydınlığını qoruyub saxlamaq və ikimənəlikdən uzaq olmaq üçün punktuasiya, eyni zamanda qrammatik qaydalar akademik yazıda vacib amillərdəndir.

Ənənəvi olaraq, akademik mövzular konkret və fiziki forması olmayan ideya və anlayışlar kimi mücərrəd məfhumlara əsaslanır.

İnsan psixologiyasına xas cəhətlərdən biri də, ancaq ünsiyyət prosesində mövcudluğunu təsdiq edə bilir. Odur ki, təfəkkür və düşüncəsini çatdırmaq bacarığı ictimai həyatın təməlini təşkil edir. Bəşər övladının hiss və fikirlərinin bölüşmək imkanının məhdudlaşdırmaq yaxud tərəqqisi onun həyat tərzinin dəyişməsinə səbəb olur. Cəmiyyətin modernləşməsi və inkişafı ilə yanaşı insan əlaqələrinin də sayı artmışdır. Kütləvi ünsiyyət vasitələrinin inkişafı əlaqə həddlərini genişləndirdi və kənd, şəhər, ölkə çərçivəsindən kənara çıxan münasibətlərin qurulmasını mümkün etdi. Bir sıra akademik mövzuların mücərrəd strukturuna baxmayaraq, siz yenə də konkret sözlərdən istifadə etməklə, mücərrəd ideyaları və onlar arasındakı münasibətləri izah edə bilərsiniz (3, 2017). . Akademiya və elmi müəssisələr sisteminə, beynəlxalq konfrans, simpozium, trening və sairədə edilən məruzələr, çıxışlar, verilən elmi məlumatlar və s. akademik nətiqliyə aid edilir. Bu, elm adamlarının, alimlərin, yüksək hazırlıqlı ziyalıların, müəllimlərin elmi-praktik konfranslarda, ali məktəb auditoriyalarında, radio və televiziya verilişlərində, müdafiə sovetlərində və s. yerlərdəki nitqidir. Elmi nitq öz məntiqiyyəti, fikirlərin ardıcılığı, söylənilənlərin sübutla, dəlillərlə əsaslandırılması, ümumiləşdirmələri, nəticələri və s. ilə digər nitq növlərindən fərqlənir. Nitqin bu növü vasitəsilə yaradıcı insanlar, alimlər və b. öz tədqiqatlarından, araşdırmalarından alınmış nəticələri həm yazılı (məqalələr, əsərlər, monoqrafiyalar şəklində), həm də şifahi yolla başqalarına çatdırırlar. Bu nitq o zaman yararlı sayıla bilər ki, insanlar onu başa düşsünlər, orada şərh olunanlara inansınlar. Müəhazirəçinin söylədikləri reallığa əsaslanmalı, dinləyicilər tərəfindən qəbul olunmalıdır. Universiteti müxtəlif illərdə bitirib respublikanın məktəblərində, digər tədris müəssisələrində işləyənlərin çoxu eyni zamanda nitq kimi də fəaliyyət göstərirlər. Şübhə yoxdur ki, bu keyfiyyətə yiyələnənlər elmi nətiqliyi, bəlağətli nitqi ali məktəb auditoriyalarında müəhazirələr oxuyan müəllimlərdən (professor və dosentlərdən) öyrənir, bu söz ustalarının danışığını, nitqlik məharətini – aydın tələffüzünü, parlaq, qəti, kəsərli nitqini, güclü məntiqini, gözəl avazını, fikrin ifadə tərzini və sairəni əxz (4, 2014).

Ünsiyyət mübadiləsinin spesifik xüsusiyyətləri, tərafləri və vasitələri mövcuddur: İnformasiya mübadiləsinin spesifik xüsusiyyətləri haqqında anlayış. Ünsiyyət təraflərinin bir-birinə şüurlu münasibət bəsləmələrinin zəruriliyi. Ünsiyyət prosesində təraflərin bir-birinin davranışına təsir etmək imkanına malik olması. İnformasiya mübadiləsi zamanı təraflərin oxşar kodifikasiya və dekodifikasiyasına malik olmalarının zəruriliyi Adətən, akademik yazı sizdən mücərrəd ifadələri və onların komponentlərini, onların digər mücərrəd ifadələrlə əlaqəsini aydın təsvir etməyi tələb edir (10, 2016). Hətta iqtisadiyyat, kompüter elmləri kimi praktik yönümlü fənlər belə, akademik öyrənmə və praktikada sizdən proses və hadisələrin təməlinə duran müxtəlif nəzəriyyələrə, anlayışlara və digər mücərrəd ideyalara baş vurmağınızı tələb edəcək. Buna görə də, akademik yazının mahiyyəti də bir çox praktik və sosial yönümlü yazı işlərindən fərqlənir. Bu, ona görədir ki, akademik yazı

tapşırıqları sizdən onların mahiyyətində dayanan, hadisələrin təməlinə yatan prinsip, nəzəriyyə və anlayışlara baxmağı tələb edir.

Ünsiyyət *formal* və *qeyri-formal* xarakter daşıya bilər. *Formal ünsiyyət* hər kəsin müəyyən bir təşkilatda, müəssisədə olan rəsmi statusu ilə şərtlənən ünsiyyətidir. Məsələn, rəhbər-işçi münasibəti. *Qeyri-formal ünsiyyət* isə şəxsi xarakter daşıyır, əlverişli şərait olduqda, öz-özünə təşəkkül edir. Məsələn, bir müəssisədə işləyən 89 nəfərin hamısının yalnız formal ünsiyyətdə olduğunu düşünmək düzgün deyil. Bu işçilərlə yaxından tanış olduqda, onların bir çoxunun asudə vaxtlarını və hətta fürsət düşdükdə ailə mərasimlərində də birlikdə iştirak etdiklərini görmək olar. Formal və qeyri-formal ünsiyyətlər adətən bir-birini üzvi şəkildə tamamlayır və kollektivin iş həyatını da səmərəli edir. Formal ünsiyyət: şəxsin hər hansı müəssisədə rəsmi statusu ilə şərtlənir. İnsanlar arasında qarşılıqlı məlumat və fikir mübadiləsidir. Qeyri-formal ünsiyyət: şəxsi xarakter daşıyır və əlverişli şəraitdə öz-özünə yaranır. Ünsiyyət mədəniyyətinin əhəmiyyətini xüsusilə qeyd etmək lazımdır. Ünsiyyət mədəniyyəti insan münasibətlərinin daxili gözəlliyində öz ifadəsini tapır. Nəzakətlik, təmkinlilik, mehribanlıq, xeyrxahlıq, tərəf-müqabilini dinləmək bacarığı və başa düşmək arzusu, onun zövqünə, fikirlərinə, ovqatına hörmətlə yanaşmaq, sevinc və kədərini anlamaq, dərdinə şərik olmaq – bütün bunlar ünsiyyətin əlifbasıdır. Hamı bu əlifbanı öyrənməli və mənimsəməlidir. İşgüzar dairələrin nümayəndələri nəinki etiketin və işgüzar ünsiyyətin milli xüsusiyyətlərini yaxşı bilməli, həm də öz təcrübi fəaliyyətlərində onlara sözsüz əməl etməlidirlər (5, 2014). Beynəlxalq işgüzar etiketin ən əsas xüsusiyyətlərindən biri qeyri-verbal davranışda ortaya çıxan fərqlərdir. Beynəlxalq ünsiyyət təcrübəsində jestlərdən ehtiyatla istifadə etmək tələb olunur, çünki onlar sizin düşündüyünüzdən fərqli mənada anlaşıla bilər. Bu da nəinki ötürülən informasiyanın düzgün anlaşılmasına, hətta etiket qaydalarının pozulmasına səbəb olar. Beynəlxalq səviyyədə də inkişaf etməmiş ölkələr güclü dövlətlər qarşısında öz maraqlarını daha yaxşı qorumaq üçün birliklər yaradırlar. Beləliklə, dünənə qədər seyrçi mövqeyində olan dövlətlər indi dünyanın siyasi həyatına təsir göstərməyə başlayırlar (6, 2019). Başqa sözlə desək, inkişaf etməkdə olan ölkələrin daxili və xarici üfüqləri genişlənir, kütləvi kommunikasiya vasitələri də "inkişaf etmiş üfüqlərdən" xəbər tutmaq və bu xəbəri çatdırmaq vəzifəsini öz öhdəsinə götürür.

Bəzən eyni jest nəinki müxtəlif, hətta tam əks mənə da ifadə edir. Məsələn, amerikalılar və bir çox başqa xalqların nümayəndələri baş və şəhadət barmaqlarını birləşdirərək halqa əmələ gətirməklə, bizə hər şeyin əla olması barədə məlumat çatdırırlar (7, 2015). Həmin jest Yaponiyada söhbət puldan gedərkən istifadə edilir, Yunanıstan-da başdan etmək, saymazlıq göstərmək əlamətidir, Fransada isə sifir deməkdir. Müxtəlif xalqların nümayəndələrinin real və nitq davranışındakı milli-mədəni xüsusiyyətlərlə bağlı biliklər çox böyük əhəmiyyətə malikdir. Başqa xalqların adət və ənənələrinə hörmətlə yanaşmaq nəinki mədəniyyətlərarası maneələrin dəf

edilməsinə, eləcə də uzunmüddətli səmərəli əməkdaşlıq münasibətlərinin bərqərar olmasına kömək edər (6, 2013).

Milli mədəniyyətlərin inkişaf perspektivlərinin, mədəniyyətlərarası münasibət və əlaqələrin öyrənilməsi bütün dövrlərdə mühüm əhəmiyyət kəsb edən məsələlər olmuşdur. Lakin xalqlar, dövlətlər, ölkələr arasında siyasi, iqtisadi, mədəni əlaqələrin getdikcə genişlənməsi və qloballaşma, inteqrasiya proseslərinin daha da dərinləşməsi ilə səciyyələnən müasir dövrümüzdə bu məsələlər daha da aktual xarakter daşımağa başlamışdır. Bu, işgüzar kommunikasiyalara da öz təsirini göstərir.

Ədəbiyyat

1. T.Ə.Əbdülhəsəni, T.Ə.Xəlilova, M.B.Əmrahova .“Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti” (interaktiv dərslik). Bakı, 2020.
2. N.Məmmədli, “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti” I cild. Bakı, 2020.
3. Z. Qafarlı. “Nitqin kommunikativ registrlərinin tədqiqi”. Bakı, 2017.
4. T.Əbdülhəsəni, Zülfüqarlı, A.Rzai. “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti”. Bakı, 2014.
5. F.Şiriyev. “Azərbaycan dilinin nitq mədəniyyəti və ritorika”. Bakı, 2014.

Rus dilində ədəbiyyat:

6. Н. Д. Десяева. «Академическая коммуникация». Москва, 2019.
7. Е. Б. Деревянкин .«Деловое общение» . Екатеринбург, 2015.
8. О. А. Казакова. А. Н. Серебренникова. «Деловая коммуникация» , 2013.
9. Э.А. Науменко «Деловые коммуникации» (учебное пособие). Тюмень, 2013.
10. И.А. Журавлева. «Деловые коммуникации» (учебное пособие). Иркутск 2016.

Yusifova Nailə Yusif

NATIONAL AND INTERNATIONAL FEATURES OF THE BUSINESS COMMUNITY

Summary

The study of the development prospects of national cultures, as well as intercultural relations and connections, has been of great importance in all periods. However, in our modern era—characterized by the continuous expansion of political, economic, and cultural relations among peoples, states, and countries, along with globalization and deeper integration processes—these issues have gained even greater relevance. This also affects business communications.

A person’s tendency to perceive and evaluate other people, surrounding situations, and events through the prism of their own ethnic and cultural group values

often leads to real challenges in business communication. The manifestation of ethnocentrism can disrupt partnership relations, undermine trust between partners, and damage business reputation. It should be noted that ethnocentrism is the evaluation of one culture through the standards, values, and perspectives of another culture. For participants of intercultural communication, combating ethnocentrism and strictly adhering to business etiquette are of particular importance. But how can one avoid mistakes during intercultural communication? For this, participants of international business communication—for example, when sending a letter or during a phone conversation—must clearly understand how the content or expressions they use will be perceived by their foreign partners.

A person's tendency to perceive and evaluate other people, surrounding situations, and events through the prism of their own ethnic and cultural group values often leads to real challenges in business communication. The manifestation of ethnocentrism can disrupt partnership relations, undermine trust between partners, and damage business reputation. It should be noted that ethnocentrism is the evaluation of one culture through the standards, values, and perspectives of another culture. The greatest moral need for each of us in society is communication. In particular, during business interactions and new acquaintances, the role of communication is irreplaceable. For participants of intercultural communication, combating ethnocentrism and strictly adhering to business etiquette are of special importance. To avoid mistakes in intercultural communication, participants of international business communication must, for instance, clearly understand how the content of a letter or the expressions used in a phone conversation are perceived by their foreign partners.

Intercultural communication is influenced by linguistic, cultural, and technological factors. Moreover, the rules of business communication broadly depend on social organization, context, reputation risks, non-verbal communicative behavior, and so on.

Key word: national, communication ,international, business, specifics

Наиля Юсифова

НАЦИОНАЛЬНЫЕ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОСОБЕННОСТИ БИЗНЕС СООБЩЕСТВА

Резюме

Изучение перспектив развития национальных культур, межкультурных отношений и связей во все времена имело важное значение. Однако в современную эпоху, характеризующуюся всё большим расширением политических, экономических и культурных связей между народами, государствами и странами, углублением процессов глобализации и интеграции, эти вопросы стали ещё более актуальными. Это затрагивает и деловые коммуникации.

Склонность человека воспринимать и оценивать других людей, ситуации и события через призму ценностей своей этнической и культурной группы приводит к серьёзным испытаниям в деловом общении. Проявление этноцентризма способно разрушить партнёрские отношения, подорвать доверие партнёров и нанести очернить деловую репутацию. Кстати, этноцентризм — это оценка одной культуры на основе стандартов, ценностей и взглядов другой культуры. Для участников межкультурной коммуникации борьба с этноцентризмом и строгое соблюдение делового этикета имеют особое значение. Как же избежать ошибок во время межкультурной коммуникации? Для этого участники международного делового общения должны четко понимать, например, как воспринимаются их зарубежными партнерами содержание отправленного письма или смысл выражений, используемых в телефонном разговоре.

Важнейшей нравственной потребностью каждого из нас в обществе является общение. Особенно во время деловых отношениях с людьми и в новых знакомствах роль общения незаменима. Для участников межкультурной коммуникации особое значение имеют борьба с этноцентризмом и строгое соблюдение делового этикета. Чтобы избежать ошибок в межкультурной коммуникации, участники международного делового общения должны чётко понимать, например, как воспринимается их иностранными партнёрами содержание отправленного письма или суть выражений, используемых в телефонном разговоре.

На межкультурную коммуникацию влияют лингвистические, культурные и технологические факторы. Кроме того, порядок делового общения может меняться в зависимости от социальной организации, контекста, репутационных рисков, невербального коммуникативного поведения и т. д.

Ключевые слова: национальный, общение, международный, деловой, особенности

Rəyçi: Professor Marifə Hacıyeva