

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

## **AKADEMİK YAZI MƏDƏNİYYƏTİNİN PRİNSİP ETİBARİLƏ FƏRQLƏNMƏSİ**

### **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, integrasiya 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 ünsiyyətdə əsl sınaqlara gətirib çıxarır. Etnosentrizm təzahürü tərəfdaşlıq münasibətlərini dağıtmaq, tərəfdaşların etibarını kəmərləmək 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 ünsiyyətdə əsl sınaqlara gətirib çıxarır. Etnosentrizm təzahürü tərəfdaşlıq münasibətlərini dağıtmaq, tərəfdaşların etibarını kəmərləmək və işgüzar nüfuza qara ləkə salmaq iqtidarındadır. Yeri gəlmişkən, etnosentrizm, bir mədəniyyəti başqa bir mədəniyyətin standartları, dəyərləri və baxış bucağı əsasında qiymətləndirməkdir.

İnsanın digər adamları, ətrafdakı hal və hadisələri özünün etnik və mədəni qrup dəyərləri prizmasından qəbul etmək və qiymətləndirmək meyilləri işgüzar ünsiyyətdə əsl sınaqlara gətirib çıxarır. Etnosentrizm təzahürü tərəfdaşlıq münasibətlərini dağıtmaq, tərəfdaşların etibarını kəmərləmək 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 əvəzəlməzdir. 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 təşkildən, kontekstdən, nüfuz risklərindən, qeyri-verbal kommunikatativ davranışdan və s. asılılığını geniş aspektdə göstərir.

**Açar sözlər:** mədəniyyətlərarası, şifahi, yazılı, işgüzar, nitq mədəniyyəti

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.

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, integrasiya 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 ünsiyyətdə 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. Mədəniyyətlərarası kommunikasiya linqvistik, mədəni və texnoloji amillərin təsirinə məruz qalır. Bundan başqa, işgüzar ünsiyyətin qaydası sosial təşkildən, kontekstdən, nüfuz risklərindən, qeyri-verbal kommunikatativ davranışdan və s. asılıdır.

Nitq mədəniyyəti mövzusu müzakirə edilərkən, adətən, onun (nitqin) şifahi forması nəzərdə tutulur, yazılı nitq bu anlayışa daxil edilmir. Əslində isə nitq mədəniyyəti problemlərini nitqin səlis qurulması, dil vahidlərinin məqsədəuyğun, dəqiq, ahəngdar, aydın, məzmunlu və lakonik ifadə edilməsi və digər bu kimi məsələlərlə məhdudlaşdırmaq düzgün olmazdı. Nitq mədəniyyəti problemi bunlarla yanaşı, əyani, konkret ifadə vasitəsi olan yazılı dillə də son dərəcədə bağlıdır. Dil sisteminin həm şifahi, həm də yazılı formalarında ədəbi dil normalarının

gözlənilməsi dilin hərtərəfli inkişafı, onun sosial funksiyasının genişlənməsi baxımından başlıca şərtidir. Nitq mədəniyyətindən, ədəbi dilin normaları əsasında fəaliyyət göstərən nümunəvi nitqdən, a)onun düzgünlüyü, b)aydınlığı, c)saflığı, d)səlisliyi və s. söhbət gedirsə, o zaman yazılı nitqin orfoqrafiya və durğu işarələri qaydalarına əməl etmək də normativlik sayılmalıdır. Nitq inkişafı üzrə aparılan təlim işlərində onun yazılı və şifahi formaları vəhdət şəklində götürülməlidir. "... ancaq şifahi nitqə diqqət yetirib, yazılı nitqi unutmaq nitq mədəniyyətini birtərəfli inkişaf etdirmək deməkdir"(2,48). Ədəbi dilin şifahi və yazılı formalarının hər birinin özünəməxsus xüsusiyyətləri, bu səbəbdən irəli gələn fərqli cəhətləri vardır. Həmin fərqlər dilçilik ədəbiyyatında aşağıdakı şəkildə göstərilir:

Yazılı nitqin ifadə vasitələri hərf və yazı, şifahi nitqin ifadə vasitələri səs və sözdür; Yazılı nitq sərbəst və müfəssəl bir ünsiyyət formasıdır. Burada həmsöhbətlə əks əlaqə olmur. Yazan fikrini başqalarına nə dərəcədə çatacağını, aydın olub-olmayacağını daim diqqət mərkəzində saxlayır, bacardığı qədər şərhini aydın, anlaşılıqlı qurmağa çalışır. Bunun üçün nitqin bu növündə daha münasib və yararlı dil vasitələrindən istifadə olunması lazım gəlir. Yazı prosesində dil vahidləri və formalarından, danışqda az işlənən ifadələrdən, cürbəcür sintaktik quruluşlardan, dilin ifadəlilik vasitələrindən ( a) emfatik vurğu, b) epitet, c) inversiya, d) ellipsis, e) anafora, f) ritorik sual və s.) daha tutarlısını fikirləşib tapmaq və yerində işlətmək, fikri səlis, aydın, düzgün ifadə etmək üçün şifahi nitqə nisbətən müəyyən vaxt imkanı vardır. Şifahi nitqdə isə belə bir imkan olmadığından, danışan fikrini a) yığcam və b.) üslubi cəhətdən düzgün qurmaqda çətinlik çəkir, qüsuralara yol verir. Həyatda rəhbətsiz və məntiqsiz danışqlara təsadüf etmək o qədər də çətin deyildir.

Şifahi ədəbi dilin leksikasında hamıya aydın, ümumişlək sözlərə geniş yer verilir, yazılı ədəbi dildə isə elmi, texniki, siyasi və digər terminlər daha çox işlədilir.

Ədəbi dilin şifahi formasında cümlələr, əsasən, qısa və quruluşca sadə olur, yazılı dildə isə əksinə, uzun və mürəkkəb cümlələrdən daha çox istifadə edilir.

Şifahi ədəbi dildə yarımçıq cümlələrə, qısa replikalara, yazılı ədəbi dildə isə bütöv, mürəkkəb cümlələrə daha geniş yer verilir. Buna görə də yazılı dilin sintaksisi daha mürəkkəb olar.

Şifahi ədəbi dil fikrin əsas incəliklərini, müxtəlif intonasiya çalarlarını özündə əks etdirən canlı dildirsə, yazılı nitq bir növ sünidir, bu keyfiyyətə istənilən səviyyədə malik deyildir. "Söz özünün ən güclü təsirini, öz əlvan qiyafəsini yalnız şifahi nitqdə tapmağa qadirdir. Əgər o yazılı nitqdə açılmamış bir qönçədirsə, şifahi nitqdə ətirli bir çiçəyə çevrilir".

Ədəbi dilin şifahi formasında fikrin ifadəsi üçün yardımçı vasitələrdən

-mimika, jest və bədən hərəkətlərindən istifadə olunur. Yazılı ədəbi dildə isə həmin vasitələrin ifadə etdiyi məna çaları müəyyən təsvir yolu ilə oxucuya çatdırılır.

—Şifahi ədəbi dil müəyyən vasitə olmadan bu və ya digər fikri gələcək nəslə çatdırı bilmir. Lakin yazılı nitq bu funksiyanı yerinə yetirə bilir. Yazılı nitq insanların öz bilik və informasiyalarını bir-birinə ötürmək ehtiyacından yaranmışdır. Bu

nitq xüsusi təlim yolu ilə formalaşır. Lap qədimdə yazılan ədəbiyyat – Nizami, Füzuli, Nəsimi və başqalarının əsərləri yazılı dilin köməyi ilə gəlib bizə çatmışdır.

–Şifahi ədəbi dilin tempi sürətli, yazılı ədəbi dilin tempi isə aşağıdır, zəifdir. Deyilənlərdən aydın olur ki, yazılı nitq tam, dəqiq, subyekt və predikatı olan nitqdır, müfəssəl və böyük quruluş mürəkkəbliyinə malikdir. Yazıdan istifadənin çətinlikləri də bununla bağlıdır. Nitqdənkənar vasitələrlə zənginləşdirilən şifahi nitq isə daha müxtəsər, şəraitlə şərtlənən ünsiyyət formasıdır. Hazırda işlədiyimiz yazılı nitq dövlət tərəfindən təsdiq olunmuş, rəsmiləşdirilmiş, müəyyən qaydalara – orfoqrafiya qaydalarına əsaslanır ki, onları gözləmək a)bu dilin daşıyıcıları, həm də b) onu öyrənmək istəyənlər üçün vacib sayılır. Yazı həyatımız boyu müxtəlif situasiyalarda bizdən tələb olunan bacarıqdır. Şəxsi məzmunlu yazışmanın, yəni dost-tanışlara 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, bunlara 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 yaza, 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. Bu sadə strukturu bütün akademik yazı formalarında görmək olar. Akademik yazıda giriş paraqrafı oxucunu mövzunun ümumi xarakteri ilə tanış edir, daha sonra isə müzakirə edilən mövzu yazının əsas hissəsində müzakirə edilir və qiymətləndirilir. Girişdə siz çox qısa və aydın şəkildə mövzu ilə bağlı mövqeyinizi, məsələyə münasibətinizi bir - iki cümlə ilə bildirir, daha sonra tutduğunuz mövqeni yazınızın əsas hissəsində bir neçə paraqrafda işıqlandırır və ya ətraflı şəkildə izah edirsiniz. Nəhayət, son paraqrafda - nəticədə siz qeyd etdiyiniz əsas məqamları, fikirləri yekunlaşdırmalısınız. Əlbəttə ki, bütün məqamları əhatə etməyə də bilərsiniz. Nəticə ilə əlaqəli tövsiyə xarakterli paraqraf isə yazınızı müraciət edilən mövzu ilə bağlı gələcək fikirlərə yönəltmək, akademik yazı işinizin gələcəkdə daha fərqli aspektlərdə işlənməsi üçün önəmli rol oynayır. Ümumiyyətlə, bir qayda olaraq, ali təhsil müəssisələrində yazılan akademik işlərdəki formatlara qısaca nəzər salsaq, aydın olur ki, onlar formal struktura riayət edirlər. Akademik yazı ilə digər yazı janrları arasında ikinci fərq isə nəşr edilmiş yazılardan gətirilən sitatlarla bağlıdır.

Əgər siz akademik yazıda hər hansı bir argument irəli sürürsünüzsə, fikrinizi mövzu üzrə yazı nəşr etdirmiş bir və ya bir neçə müəllifin mövqeyi ilə əlaqələndirərək, əsaslandırmağınız. 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.

Üçüncüsü, akademik yazıda siz hər zaman orfoqrafiya qaydalarına, punktuasiyaya və qrammatik standartlara əməl etməlisiniz. Çünki dostunuzdan 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 ikimənəlilikdən uzaq olmaq üçün punktuasiya, eyni zamanda qrammatik qaydalar akademik yazıda böyük önəm daşıyır.

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

Bir sıra akademik mövzuların mücərrəd strukturuna baxmayaraq, siz yenə də konkret sözlərdən istifadə etməklə, mücərrəd ideyaları və onlar arasındakı münasibətləri izah edə bilərsiniz. Adətən, akademik yazı sizdən mücərrəd ifadələri və onların komponentlərini, onların digər mücərrəd ifadələrlə əlaqəsini aydın təsvir etməyi tələb edir. 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 duran, hadisələrin təməlinə yatan prinsip, nəzəriyyə və anlayışlara baxmağı tələb edir.

Bəhs etdiyimiz bu bölməni yekunlaşdıraraq qeyd etmək istərdik ki, akademik yazı öz qayda və təcrübələrini diqtə edən xüsusi bir yazı janrıdır.

1. Bu qayda və təcrübələr istifadə edilən ədəbiyyatlardan gətirilmiş sitatlarla dəstəklənən ideyaların təqdimatında müəyyən bir formal ardıcılıq və ya struktura əsaslanmağa kömək edə bilər.

2. Akademik yazıda punktuasiya, qrammatika və orfoqrafiyanın ənənəvi qaydalarına əməl edilir.

3. Nəhayət, akademik yazı bir sıra digər şəxsi yazı formalarından fərqlidir, çünki o təməl nəzəriyyələrlə bağlıdır, gündəlik həyatda idarəedici proseslərə və təcrübələrə səbəb olur.

Gündəlik həyatda biz müxtəlif şəraitlərdə və müxtəlif insanlarla ünsiyyətdə oluruq. İnsanlar arasında qarşılıqlı məlumat mübadiləsinə ünsiyyət deyilir. Ünsiyyət zamanı biz başqalarından məlumat alır, öz hiss və düşüncələrimizi onlara çatdırırıq. Ünsiyyət nitq vasitəsi ilə baş verir. Biz başqalarını dinləyir, onların yazdıqlarını oxuyur, öz fikirlərimizi yazır və danışmaqla ifadə edirik. Demək, ünsiyyət zamanı bu dörd nitq bacarığından istifadə edilir:

Dinləmək və oxumaq bacarığı başqalarını anlamaq, məlumat almaq üçündür. Danışmaq və yazmaq bacarığı isə düşüncələrimizi başqalarına çatdırmağa kömək 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 80 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 yararır.Ünsiyyət mədəniyyətinin əhəmiyyətini xüsusilə qeyd etmək lazımdır.Ünsiyyət mədəniyyəti insan münasibətlərinin daxili gözəlliyində öz ifadəsini tapır. Nəzakətlik, təmkinlilik, mehribanlıq, xeyirxahlıq, 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. Beynəlxalq işgüzar etiketin ən əsas xüsusiyyətlərindən biri qeyri-verbal dav-ranışda ortaya çıxan fərqlərdir. Beynəlxalq ünsiyyət təcrübəsində jestlərdən ehti-yatla istifadə etmək tələb olunur, çünki onlar sizin düşündüyünüzdən fərqli mənada anlaşıla bilər. Bu da nəinki ötürülən informasiyanın düzgün anlaşılmasına, hətta etiket qaydalarının pozulmasına və ya təhqirə belə səbəb olar. Eyni jestlər müxtəlif ölkələrdə tamamilə müxtəlif mənalar ifadə edə bilər. Məsələn, əgər siz Hollandiyada kiminsə səfehliyini göstərmək məqsədilə şəhadət barmağınızı gicgahınıza toxundurub o tərəf-bu tərəfə tərptəsəniz, sizi düzgün başa düşməyəcəklər, çünki orada bu işarə kiminsə öz fikirlərini çox ağıllı tərzdə ifadə

etməsinin göstəricisidir. Özü haqqında danışan avropalı əlini sinəsinə vurursa, yaponiyalı burnuna toxundurur. Bir çox Afrika ölkələrində gülüş heç də şənlik, xoş əhval-ruhiyyə göstəricisi deyil, təəccüb, hətta özünüitirmə, karıxma əlamətidir.

Eyni jest bəzən 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. Həmin jest Yaponiyada söhbət puldan gedərkən istifadə edilir, Yunanıstanda başdan etmək, saymazlıq göstərmək əlamətidir, Fransada isə sıfır deməkdir.

Fransada və ya İtaliyada kimsə kiminsə ideyasını səfehlik kimi qəbul edərsə, adətən, mənalı şəkildə öz başını taqqıldadır. Alman öz növbəsində ovcunun içi ilə alnına vuraraq sanki deyir: “Ağlın çasıb”. Britaniyalı və ya ispaniyalı eyni jestlə özündən razılığını ifadə edir. Əgər hollandiyalı əlini alnına vurandan sonra şəhadət barmağını yuxarı qaldırırsa, bu o deməkdir ki, o sizin ağlınızı layiqincə qiymətlən-dirir. Fransızlar da öz hissələrini emosional şəkildə ifadə edirlər. Fransız valeh ol-duğu zaman üç barmağının ucunu birləşdirərək dodaqlarına toxundurur və çənəsi-ni yuxarı qaldırıb havaya zərif busə göndərir. Əgər o, şəhadət barmağı ilə burnunun yuxarı hissəsini sürtürsə, demək xəbərdarlıq edir ki, “Ehtiyatlı olun”, “Burada nə isə bir iş var”, “Bu adamlara etibar etmək olmaz”. Eyni məzmunlu informasiyanı, yəni “Ehtiyatlı ol, qarşıda təhlükə var” tipli məlumatı italiyalılar

şəhadət barmaqlarını burunlarına bir neçə dəfə vurmaqla çatdırırlar. Hollandiyada eyni jest “Mən sərxoşam” və yaxud “Sən sərxoşsan” mənasında başa düşülürsə, ingilislər onu konspirasiya və məxfilik anlamında qəbul edirlər.(

Barmağın bir tərəfdən digər tərəfə hərəkət etdirilməsi jesti də bu baxımdan xarakterikdir. Bu jest ABŞ və İtaliyada müvafiq olaraq, yungül qınaq, məzəmmət, ya da deyilənlərə diqqətli olmaq xəbərdarlığı kimi anlaşılırsa, Hollandiyada rədd etmək kimi dəyərləndirilir. Rusiyalılar işgüzar əməkdaşlıq prosesində sağ və ya sol əldən istifadəyə əhəmiyyət vermədikləri halda, Yaxın Şərqdə sol əllə kiməsə pul və ya hədiyyə vermək olmaz, islam dininə görə sol əl natəmiz sayıldığından, bu hərəkətlə işgüzar tərəfsizlik üzrə mütəxəssislərin fikrincə, istənilən xalqın mədəniyyətində qeyri-səmimilik bildirən jestlər, bir qayda olaraq, sol əllə bağlı olur. Adətən, sağ əl lazım olanı, sol əl isə sahibinin gizli hissələrini faş etməklə onun istədiyini edir. Buna görə də, əgər işgüzar ünsiyyət zamanı sizin tərəfdaşınız sol əli ilə hərəkətlər edərsə, ehtimal var ki, o, hiylə işlədir, ya da sadəcə olaraq baş verənlərə mənfi mü-nasibət sərgiləyir.(8,12) 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 ün-siyyətdə əsl sınaqlara gətirib çıxarır. Etnosentrizm təzahürü tərəfdaşlıq münasibətlərini dağıtmaq, tərəfdaşların etibarını kəmələndirmək və işgüzar nüfuz qəbul etməyə qərar verəndir. Yeri gəlmişkən, etnosentrizm, bir mədəniyyəti başqa bir mədəniyyətin standartları, dəyərləri və baxış bucağı əsasında qiymətləndirməkdir. Mədəniyyətlərarası kommunikasiyanın iştirakçıları üçün etnosentrizmlə mübarizə və işgüzar etikətə ciddi riayət etmək xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bəs mədəni-

yətlərarası 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. Mədəniyyətlərarası kommunikasiya linqvistik, mədəni və texnoloji amillərin təsirinə məruz qalır. Bundan başqa, işgüzar ünsiyyətin qaydası sosial təşkilətdən, kontekstdən, nüfuz risklərindən, qeyri-verbal kommunikativ davranışdan və s. asılıdır.(6.33)

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.

## **Ədəbiyyat**

1. Т.Ə.Əbdülhəsənли, А.М.Һüseynова “İşgüzar yazışmalar” (dərslіk). Bakı, 2015
2. N.Məmmədli, “Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti” I cild. Bakı, 2020.
3. Z. Qafarlı. “Nitqin kommunikativ registrlərinin tədqiqi”. Bakı, 2017.
4. Т.Əbdülhəsənли, 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.

## **ПРИНЦИПЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ КУЛЬТУРЫ АКАДЕМИЧЕСКОГО ПИСЬМА**

### **Резюме**

Изучение перспектив развития национальных культур, межкультурных отношений и связей всегда было важной проблемой. Однако в нашу современную эпоху, характеризующуюся растущим расширением политических, экономических и культурных связей между народами, государствами и странами, а также углублением процессов глобализации и интеграции, эти вопросы стали еще более актуальными. Это касается и деловой коммуникации. Склонность человека воспринимать и оценивать других людей, ситуации и события в окружающей среде через призму ценностей своей этнической и культурной группы приводит к реальным проблемам в деловой коммуникации. Проявление этноцентризма способно разрушить партнерские отношения, подорвать доверие партнеров и запятнать деловую репутацию. К слову, этноцентризм — это оценка одной культуры на основе стандартов, ценностей и взглядов другой культуры. Для участников межкультурной коммуникации особенно важно бороться с этноцентризмом и строго соблюдать деловой этикет. Но как избежать ошибок в межкультурной коммуникации? Для этого участники международного делового общения должны четко понимать, как содержание отправленного письма или суть выражений, используемых, например, в телефонном разговоре, воспринимаются их зарубежными партнерами.

Склонность человека воспринимать и оценивать других людей, ситуации и события вокруг себя через призму ценностей своей этнической и культурной группы приводит к реальным проблемам в деловой коммуникации. Проявление этноцентризма способно разрушить партнерские отношения, подорвать доверие партнеров и запятнать деловую репутацию. К слову, этноцентризм — это оценка одной культуры на основе стандартов, ценностей и взглядов другой культуры. Наибольшая моральная потребность каждого из нас в обществе — это общение. Роль общения незаменима, особенно в деловых отношениях с людьми, новыми знакомыми. 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 четко понимать, как содержание отправленного письма или суть выражений, используемых в телефонном разговоре, воспринимаются их зарубежными партнерами. На межкультурную коммуникацию влияют лингвистические, культурные и технологические факторы. Кроме того, порядок деловой коммуникации во многом зависит от социальной организации, контекста, репутационных рисков, невербального коммуникативного поведения и т. д.

**Ключевые слова:** межкультурное, устное, письменный, деловой, культура речи

## **PRINCIPLES OF DIFFERENTIATION OF ACADEMIC WRITING CULTURE**

### **Summary**

The study of the development prospects of national cultures, intercultural relations and connections has always been an important issue. However, in our modern era, characterized by the increasing expansion of political, economic, and cultural relations between peoples, states, and countries, and the deepening of globalization and integration processes, these issues have become even more relevant. This also affects business communications.

A person's tendency to perceive and evaluate other people, situations, and events in the environment through the prism of his own ethnic and cultural group values leads to real challenges in business communication. The manifestation of ethnocentrism is capable of destroying partnership relations, damaging the trust of partners, and tarnishing business reputation. By the way, ethnocentrism is the evaluation of one culture based on the standards, values, and viewpoints of another culture. For participants in intercultural communication, it is of particular importance to combat ethnocentrism and strictly adhere to business etiquette. But how to avoid

mistakes during intercultural communication? To do this, participants in international business communication must clearly understand how the content of a sent letter or the essence of the expressions used in a telephone conversation, for example, is perceived by their foreign partners.

A person's tendency to perceive and evaluate other people, situations, and events around them through the prism of their own ethnic and cultural group values leads to real challenges in business communication. The manifestation of ethnocentrism is capable of destroying partnership relations, damaging the trust of partners, and tarnishing a business reputation. By the way, ethnocentrism is the evaluation of one culture based on the standards, values, and viewpoints of another culture.

The greatest moral need of each of us in society is communication. The role of communication is irreplaceable, especially during business relations with people, new acquaintances. For participants in intercultural communication, combating ethnocentrism and strictly observing business etiquette are of particular importance. In order to avoid mistakes during intercultural communication, participants in international business communication must clearly understand how the content of a sent letter or the essence of the expressions used in a telephone conversation is perceived by their foreign partners. Intercultural communication is influenced by linguistic, cultural and technological factors. In addition, the order of business communication largely depends on social organization, context, reputation risks, non-verbal communicative behavior, etc.

**Key word:** intercultural, spoken, writing, business, culture of speech

**Redaksiyaya daxil olma tarixi: 04.04.2025**

**Çapa qəbul olunma tarixi: 07.10.2025**

**Rəyçi: Professor Nailə Vəliyeva  
tərəfindən çapa tövsiyə olunmuşdur**