Caucasus Journal of Humanities and Social Sciences

Qafqaz Hümanitar və Sosial Elmlər Jurnalı

p-ISSN: 3135-9981 e-ISSN: 3135-999X

November 2026; volume: 1; issue: 1; serial: 1 Noyabr 2026; cild: 1; say: 1; nömrə: 1

İŞGÜZAR KOMMUNİKASİYA MÜHİTİNDƏ ÖZÜNÜTƏQDİMATİN LİNQVİSTİK VƏ ETİK ƏSASLARİ

https://doi.org/10.69043/1kj3b356

Aidə ABDULLAYEVA

fil.f.d. dos. Azərbaycan Dövlət Rəssamlıq Akademiyası
Assoc. Prof. Azerbaijan State Academy of Fine Arts

Baku | Azerbaijan
aida.sff@mail.ru
https://orcid.org/0009-0005-2884-4242

Research article **Araşdırma əqaləsi**

Date of Submission: 29.09.2026
Date of Acceptance: 20.10.2026
Date of Publication: 20.11.2026
Plagiarism Checks: Yes
Conflicts of Interest: The author(s) has no conflict of interest to declare.
Ethical Statement: It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.

Copyright & License: Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0.

Müraciət tarixi: 29.09.2026
Qəbul tarixi: 20.10.2026
Nəşr tarixi: 20.11.2026
Plagiat yoxlaması: Bəli
Maraqların toqquşması: Bildirilməyib.

Etik bəyan: Bu çalışmanın ərsəyə gəlməsi prosesində elmi və etik prinsiplərə riayət olunduğu və istifadə olunan bütün mənbələrin ədəbiyyat bölməsində göstərildiyi müəllif (lər) tərəfindən bəyan olunmuşdur.

Müəllif hüquqları: Müəlliflər jurnalımızda dərc olunan məqalələrinin müəlliflik hüquqlarına CC-BY-NC 4.0. lisenziyası əsasında sahibdirlər.

Citation/İstinad: Abdullayeva, A. (2026). İşgüzar kommunikasiya mühitində özünütəqdimatın linqvistik və etik əsasları. *Caucasus Journal of Humanities and Social Sciences*, 1(1), 71-82. https://doi.org/10.69043/1kj3b356

İşgüzar kommunikasiya mühitində özünütəqdimatın linqvistik və etik əsasları

Xülasə: Müasir işgüzar münasibətlər sistemində insanın peşəkar fəaliyyəti yalnız onun bilik və bacarıqları ilə deyil, özünü müxtəlif kommunikativ situasiyalarda təqdim etmək qabiliyyəti ilə də səciyyələnir. İşgüzar ünsiyyət zamanı fərdin nitqi, davranışı, xarici görünüşü, ünsiyyət tərzi və qarşı tərəfə münasibəti onun haqqında müəyyən təsəvvürün yaranmasına səbəb olur. Bu baxımdan özünütəqdimat şəxsiyyətin kommunikativ mühitdə məqsədyönlü şəkildə təqdim olunması, peşəkar və sosial keyfiyyətlərinin qarşı tərəfə çatdırılması prosesi kimi xarakterizə edilə bilər. Özünütəqdimatın mühüm komponentlərindən biri verbal davranışdır. Şəxsin söz seçimi, müraciət formaları, nitqin məntiqi ardıcıllığı, intonasiya, danışıq tempi, nəzakət ifadələri və situasiyaya uyğun kommunikativ strategiyalardan istifadə etməsi onun işgüzar obrazının formalaşmasına əhəmiyyətli təsir göstərir. Məqalədə işgüzar kommunikasiya şəraitində özünütəqdimatın mahiyyəti, verbal və qeyri-verbal komponentləri, nitq etiketi ilə əlaqəsi, müsbət kommunikativ obrazın yaradılmasında dil vasitələrinin rolu araşdırılır. Eyni zamanda vizit kartından istifadə, müraciət formalarının seçilməsi, salamlaşma və tanışlıq qaydaları, geyim və davranışın kommunikativ əhəmiyyəti, tərəfdaşla əlaqənin qurulması və danışıqlar zamanı istifadə edilən kommunikativ strategiyalar təhlil olunur. Araşdırma göstərir ki, effektiv özünütəqdimat yalnız xarici görünüş və nitq texnikası ilə məhdudlaşmır; burada kommunikativ məqsəd, etik normalar, situativ uyğunluq, qarşılıqlı hörmət və peşəkar davranış vahid sistem daxilində çıxış edir. Özünütəqdimatın linqvistik əsası ilk növbədə Azərbaycan ədəbi dilinin normalarına riayət olunması ilə bağlıdır. Fonetik, leksik, qrammatik və üslubi normaların gözlənilməsi şəxsin nitqinin düzgünlüyünü və anlaşıqlılığını təmin edir. Nitq mədəniyyəti yalnız sözlərin düzgün tələffüzü və cümlələrin qrammatik baxımdan düzgün qurulması demək deyil; burada fikrin dəqiq, məntiqli, yığcam, məqsədəuyğun və etik formada ifadə olunması da mühüm əhəmiyyət daşıyır.

Açar sözlər: işgüzar kommunikasiya, özünütəqdimat, nitq mədəniyyəti, verbal kommunikasiya, qeyri-verbal kommunikasiya, nitq etiketi, kommunikativ strategiya, peşəkar imic.

Linguistic and ethical foundations of self-presentation in the business communication environment

Abstract: In the modern system of business relations, an individual's professional activity is characterized not only by their knowledge and skills but also by their ability to present themselves in various communicative situations. In business communication, an individual's speech, behavior, appearance, communication style, and attitude toward others contribute to the formation of a certain perception of that

person. From this perspective, self-presentation can be characterized as the purposeful presentation of an individual within a communicative environment and the process of conveying their professional and social qualities to others. One of the important components of self-presentation is verbal behavior. An individual's choice of words, forms of address, logical coherence of speech, intonation, speaking pace, expressions of politeness, and use of communicative strategies appropriate to the situation have a significant influence on the formation of their professional image. The article examines the essence of self-presentation in the context of business communication, its verbal and non-verbal components, its relationship with speech etiquette, and the role of linguistic means in creating a positive communicative image. At the same time, the use of business cards, the selection of appropriate forms of address, rules of greeting and introduction, the communicative significance of clothing and behavior, the establishment of contact with business partners, and communicative strategies employed during negotiations are analyzed. The research demonstrates that effective self-presentation is not limited to appearance and speech techniques; rather, communicative purpose, ethical norms, situational appropriateness, mutual respect, and professional conduct function as an integrated system. The linguistic foundation of self-presentation is primarily associated with adherence to the norms of the Azerbaijani literary language. Observance of phonetic, lexical, grammatical, and stylistic norms ensures the correctness and comprehensibility of an individual's speech. Speech culture does not merely mean the correct pronunciation of words and the grammatically accurate construction of sentences; it also involves expressing ideas accurately, logically, concisely, appropriately, and ethically.

Keywords: business communication, self-presentation, speech culture, verbal communication, non-verbal communication, speech etiquette, communicative strategy, professional image.

Giriş

İşgüzar kommunikasiya insanların peşə fəaliyyəti çərçivəsində informasiya mübadiləsini, qarşılıqlı münasibətlərin tənzimlənməsini və müəyyən məqsədlərin həyata keçirilməsini təmin edən mürəkkəb kommunikativ prosesdir. Bu prosesdə tərəflər yalnız məlumat ötürmür, eyni zamanda özlərinin sosial və peşəkar xüsusiyyətlərini də nümayiş etdirirlər. Buna görə də işgüzar münasibətlərin nəticəsi çox zaman söylənilən informasiyanın məzmunu ilə yanaşı, həmin informasiyanın hansı formada təqdim edilməsindən də asılı olur. Kommunikasiya iştirakçısının ilk görüş zamanı yaratdığı təəssürat onun sonrakı münasibətlərinə təsir göstərə bilər. İlk təəssürətin formalaşmasında nitqin məzmunu, danışıq tərzi, müraciət forması, səs tonu, davranış, üz ifadəsi və xarici görünüş kimi amillər qarşılıqlı şəkildə iştirak edir. Bu səbəbdən işgüzar kommunikasiya prosesində özünütəqdimat təsadüfi davranış deyil, müəyyən kommunikativ məqsədə istiqamətlənən proses kimi qiymətləndi-

rilməlidir. Özünütəqdimat anlayışı şəxsin özünü başqalarına müəyyən şəkildə təqdim etməsini ifadə edir. İşgüzar mühitdə bu proses daha sistemli xarakter daşıyır (Həsənov, 2003, s. 67). Çünki burada insanın şəxsi xüsusiyyətləri ilə yanaşı, onun peşəkar mövqeyi, kommunikativ kompetensiyası və təmsil etdiyi təşkilat haqqında yaratdığı təsəvvür də mühüm əhəmiyyət kəsb edir. İşgüzar özünütəqdimatda sintaktik quruluş da kommunikativ məqsədə uyğun olmalıdır. Həddindən artıq uzun və çoxsaylı budaq cümlələrdən istifadə dinləyicinin informasiyanı qavramasını çətinləşdirə bilər.

İşgüzar kommunikasiya və özünütəqdimat anlayışı

İş mühitində insanın özünü təqdim etməsi yalnız adını, vəzifəsini və fəaliyyət sahəsini bildirməsi ilə məhdudlaşmır. Kommunikasiya iştirakçısının istifadə etdiyi dil vasitələri, fikirlərini ifadə etmə üsulu, qarşı tərəfi dinləmək bacarığı və situasiyaya münasib reaksiyası onun kommunikativ portretini formalaşdırır. Şəxsin kommunikativ portreti onun müxtəlif situasiyalarda nümayiş etdirdiyi nitq və davranış xüsusiyyətlərinin məcmusudur. Məsələn, tərəfdaşa müraciət zamanı uyğun titul və ya ad-soyad formasının seçilməsi, söhbətə nəzakətli ifadə ilə başlanması, qarşı tərəfin fikrinin bölünməməsi və cavabların aydın şəkildə verilməsi peşəkar kommunikasiya mədəniyyətinin göstəriciləridir. İşgüzar ünsiyyətdə özünütəqdimatın əsas məqsədi qarşı tərəfdə süni və şişirdilmiş obraz yaratmaq deyil (Həsənov, 2011, s. 32). Əksinə, şəxsin peşəkar keyfiyyətlərinin, kommunikativ hazırlığının və etibarlılığının təbii şəkildə nümayiş etdirilməsi daha məqsədəuyğundur. Bu baxımdan özünütəqdimat kommunikativ davranışla nitq mədəniyyətinin kəsişməsində meydana çıxan hadisə kimi səciyyələndirilə bilər.

Şəxsin işgüzar mühitdə yaratdığı obrazın formalaşmasında verbal vasitələrin xüsusi rolu vardır. Danışıq zamanı seçilən sözlər, cümlələrin quruluşu, müraciət formaları və fikrin təqdim edilmə ardıcıllığı kommunikasiya iştirakçısının hazırlıq səviyyəsi haqqında təsəvvür yaradır. Aydın və məntiqli nitq qarşı tərəfin informasiyanı düzgün qəbul etməsinə şərait yaradır. Əksinə, fikirlərin nizamsız ifadə olunması, sözlərin qeyri-dəqiq seçilməsi, həddindən artıq danışmaq və ya kommunikativ situasiyaya uyğun olmayan ifadələrdən istifadə etmək ünsiyyətin səmərəliliyini azalda bilər. İşgüzar nitqdə sadəlik və dəqiqlik mühüm prinsiplərdən hesab olunur. Peşəkar ünsiyyət iştirakçısı mürəkkəb fikirləri mümkün qədər anlaşıqlı şəkildə ifadə etməli, qarşı tərəfin bilik səviyyəsini və kommunikativ vəziyyəti nəzərə almalıdır. Nitqin həddindən artıq emosional və ya qeyri-rəsmi xarakter alması da müəyyən situasiyalarda kommunikativ məqsədə mane ola bilər. Bununla yanaşı, effektiv kommunikasiya yalnız danışmaq bacarığından ibarət deyil. Dinləmə bacarığı da özünütəqdimatın mühüm komponentidir (Yusifov, 2019, s. 48). Qarşı tərəfin fikrini diqqətlə dinləmək, onun sözünü kəsməmək və verilən məlumata uyğun cavab vermək ünsiyyət iştirakçısının qarşı tərəfə hörmət etdiyini göstərir.

Nitq etiketi və özünütəqdimat

İşgüzar kommunikasiya zamanı nitq etiketi xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Salamlaşma, tanışlıq, müraciət, təşəkkür, üzrxahlıq, xahiş və vidalaşma formalarının situasiyaya uyğun seçilməsi ünsiyyətin sosial və etik çərçivəsini müəyyənləşdirir. Müraciət formasının düzgün seçilməsi xüsusilə vacibdir. Rəsmi münasibətlərdə şəxsin adı, soyadı, vəzifəsi və ya uyğun titul əsasında müraciət edilməsi kommunikativ məsafənin qorunmasına imkan verir. Qeyri-rəsmi ifadələrin rəsmi mühitdə həddindən artıq istifadəsi isə tərəflər arasındakı sosial münasibətlərin xarakterinə uyğun gəlməyə bilər. Şəxsin adının düzgün tələffüz edilməsi də kommunikativ baxımdan əhəmiyyətlidir. Həmsöhbətin adını düzgün və hörmətlə səsləndirmək ona fərdi münasibətin göstəricisi kimi qəbul olunur. Bu səbəbdən işgüzar görüşlərdə tanışlıq mərhələsi formal prosedur kimi deyil, gələcək əməkdaşlığın kommunikativ başlanğıcı kimi qiymətləndirilməlidir. İşgüzar münasibətlərdə vizit kartı şəxsin peşəkar identifikasiyasını təmin edən vasitələrdən biridir. Vizit kartında şəxsin adı, soyadı, vəzifəsi, təşkilatı və əlaqə vasitələri haqqında məlumat təqdim edilə bilər. Onun təqdim edilməsi zamanı müəyyən etik qaydalara riayət olunması qarşılıqlı hörmətin ifadəsidir. Vizit kartının qarşı tərəfdən alınması, üzərindəki məlumatların diqqətlə nəzərdən keçirilməsi və sonrakı söhbət zamanı həmin məlumatlardan düzgün istifadə edilməsi işgüzar ünsiyyətin səmərəliliyini artırır. Xüsusilə xarici tərəfdaşlarla münasibətlər zamanı adların və vəzifələrin düzgün tələffüz edilməsi kommunikativ anlaşmanın mühüm şərtlərindən biridir. Nadir Abdullayev nitq mədəniyyətinə dair tələbləri izah edərkən mədəni nitqin formalaşmasında düzgünlük, ifadəlilik və etik normaların əhəmiyyətini xüsusi qeyd edir; müəllif nəzakətli danışmağı savadlı və mədəni insanın mühüm keyfiyyətlərindən biri hesab edir (Abdullayev, 2014, s. 98).

İşgüzar mühitdə özünü təqdim edən şəxsin nitqi, ilk növbədə, aydın və konkret olmalıdır. Qarşı tərəfin şəxs haqqında əsas məlumatları qısa müddətdə qavraması üçün təqdimat zamanı artıq sözlərdən, mənasız təkrarlardan, həddindən artıq mürəkkəb konstruksiyalardan və situasiyaya uyğun olmayan ifadələrdən istifadə edilməməlidir. Məsələn, işgüzar görüş zamanı "Mən müxtəlif sahələrdə müəyyən işlər görmüşəm və bu istiqamətdə kifayət qədər təcrübəm var" kimi ümumi ifadə əvəzinə "Azərbaycan dili üzrə ali təhsil müəssisəsində pedaqoji fəaliyyət göstərirəm və elmi-tədqiqat istiqamətində də çalışıram" formasında konkret ifadə daha informativdir. Burada məqsəd şəxsin özünü şişirdilmiş formada təqdim etməsi deyil, peşəkar fəaliyyətini aydın və dəqiq şəkildə ifadə etməsidir.

Özünütəqdimat zamanı leksik seçim xüsusi əhəmiyyət daşıyır. İşgüzar kommunikasiya qeyri-rəsmi, məişət və emosional danışıqdan fərqli olaraq daha ölçülü və standartlaşdırılmış dil vasitələrinə üstünlük verir. "Salam, necəsiniz?", "Sizinlə tanış olduğuma şadam", "Vaxt ayırdığınız üçün təşəkkür edirəm", "Məsələ ilə bağlı fikrinizi öyrənmək istərdim", "Təklifinizi nəzərə alacağam" kimi ifadələr kommu-

nikativ münasibətin nəzakətli və işgüzar xarakterini müəyyənləşdirir. Bu cür ifadələr nitq etiketi vahidləri kimi ünsiyyət iştirakçıları arasında sosial məsafənin və qarşılıqlı hörmətin qorunmasına xidmət edir. Əksinə, həddindən artıq qısa, əlaqəsiz və yarımçıq cümlələr şəxsin fikrini sistemli ifadə edə bilmədiyi təəssüratını yarada bilər. Buna görə də işgüzar nitqdə sadə və mürəkkəb cümlələr arasında optimal nisbət qorunmalı, fikir məntiqi ardıcıllıqla qurulmalıdır. Şəxs əvvəlcə özünü təqdim etməli, sonra fəaliyyət sahəsini, zəruri olduqda isə konkret məqsədini bildirməlidir. Belə struktur qarşı tərəfin təqdim olunan informasiyanı asanlıqla qavramasına imkan yaradır.

Nitq etiketinin düzgün seçilməsi xüsusilə status fərqinin mövcud olduğu işgüzar münasibətlərdə əhəmiyyətlidir. Rəhbər–əməkdaş, müəllim–tələbə, işəgötürən–namizəd, dövlət qurumu–vətəndaş, həmkar–həmkar münasibətlərinin hər birində müraciət forması eyni ola bilməz. "Siz" formasının istifadəsi, vəzifə və statusa uyğun müraciət, salamlaşma və sağollaşma formalarının düzgün seçilməsi, qarşı tərəfin sözünü kəsməmək və ona münasibətdə hörmətli ifadələrdən istifadə etmək işgüzar etiketin əsas komponentlərindəndir. Nadir Abdullayevin fikirlərində də nitqin etik normaları ilə düzgün və mədəni danışıq arasında sıx əlaqə göstərilir (Abdullayev, 2014, s. 56).

Özünütəqdimatda üslubi uyğunluq da mühüm prinsipdir. Rəsmi görüşdə məişət danışıq üslubuna aid ifadələrin, həddindən artıq emosional sözlərin və jarqonların işlədilməsi kommunikativ situasiyanın tələbləri ilə ziddiyyət təşkil edə bilər. Eyni zamanda, bütün işgüzar situasiyalarda həddindən artıq rəsmi və stereotip ifadələrdən istifadə də ünsiyyətin təbiiliyini zəiflədə bilər. Buna görə də işgüzar nitqdə rəsmiliklə təbiilik, dəqiqliklə ifadəlilik, yığcamlıqla informasiya zənginliyi arasında tarazlıq yaradılmalıdır. Fikrət Şiriyevin nitq mədəniyyəti və ritorikaya dair tədqiqatında da mədəni və işgüzar nitq, nitq normaları, şifahi ünsiyyət ustalığı və mübahisə qaydaları kimi məsələlərin qarşılıqlı əlaqəsi xüsusi əhəmiyyət daşıyır (Şiriyev, 2014, s. 64).

İşgüzar özünütəqdimatın mühüm komponentlərindən biri də şəxsin öz peşəkar keyfiyyətlərini təqdim etmə üsuludur. Burada əsas problem özünüreklam ilə özünü təqdimetmə arasındakı sərhədin qorunmasıdır. Şəxs öz nailiyyətlərini gizlətməməli, lakin onları qarşı tərəfdə mənfi təəssürat yarada biləcək formada şişirtməməlidir. "Mən bu sahədə ən yaxşı mütəxəssisəm", "Mənim kimi bu işi heç kim bacarmır" tipli ifadələr obyektiv informasiyadan daha çox özünüqiymətləndirmə xarakteri daşıyır. Bunun əvəzinə "Bu istiqamətdə bir neçə il təcrübəm var", "Layihənin həyata keçirilməsində iştirak etmişəm", "Bu sahədə bir sıra elmi və praktik nəticələr əldə etmişəm" kimi ifadələr konkret faktı ön plana çıxarır. Belə təqdimat həm linqvistik, həm də etik baxımdan daha münasibdir.

Etik baxımdan özünütəqdimatın əsas prinsiplərindən biri həqiqilikdir. Şəxsin təhsil, iş təcrübəsi, vəzifəsi, elmi fəaliyyəti və digər peşəkar göstəriciləri haqqında

verdiyi məlumatlar həqiqətə uyğun olmalıdır. İşgüzar münasibətlərdə etibarın formalaşması uzunmüddətli proses olduğundan yanlış və ya şişirdilmiş məlumatın sonradan müəyyənləşməsi şəxsin peşəkar nüfuzuna mənfi təsir göstərə bilər. Buna görə də özünütəqdimatın etik əsası dürüstlük, məsuliyyət və qarşı tərəfə hörmət prinsiplərinə əsaslanmalıdır.

Etik özünütəqdimatın digər mühüm şərti qarşı tərəfin şəxsiyyətinə hörmətlə yanaşmaqdır. İnsan özünü təqdim edərkən digər şəxsləri kiçiltməklə və ya onların fəaliyyətini mənfi qiymətləndirməklə öz üstünlüyünü göstərməyə çalışmamalıdır. "Mən əvvəlki iş yerimdə hamıdan daha bacarıqlı idim", "Digərləri bu məsələdən baş çıxarmırdı" kimi ifadələr şəxsin özünü yüksək qiymətləndirmək cəhdindən daha çox kommunikativ etikasının zəifliyini göstərə bilər. Peşəkar özünütəqdimatın məqsədi başqasını aşağı salmaq deyil, şəxsin öz kompetensiyasını obyektiv şəkildə göstərməkdir.

İşgüzar kommunikasiya mühitində dinləmə mədəniyyəti də özünütəqdimatın ayrılmaz hissəsidir. İlk baxışda özünütəqdimat yalnız danışmaqla əlaqəli proses kimi görünə bilər. Halbuki insanın qarşı tərəfi dinləməsi, suallara diqqətlə cavab verməsi, müsahibin sözünü kəsməməsi və verilən informasiyaya uyğun reaksiya göstərməsi onun kommunikativ mədəniyyəti haqqında mühüm təsəvvür yaradır. Bu səbəbdən uğurlu özünütəqdimat monoloq xarakterli deyil, dialoji kommunikasiya prinsiplərinə əsaslanmalıdır. Nadir Məmmədlinin işgüzar və akademik kommunikasiya üzrə dərsliyində işgüzar söhbət, danışıqlar, görüş, telefon danışığı, müzakirə və digər kommunikativ janrların öyrənilməsi ilə yanaşı, özünü təqdimetmə bacarığına da diqqət yetirilir (Məmmədli, 2021, s. 75).

Özünütəqdimat zamanı suallara cavabvermə bacarığı ayrıca əhəmiyyət daşıyır. İşgüzar görüşdə qarşı tərəfin verdiyi sualı tam dinləmədən cavablandırmaq, suala aid olmayan məlumatlar vermək, mövzudan yayınmaq və ya qeyri-müəyyən ifadələr işlətmək kommunikativ effektivliyi azaldır. Sualın məzmununu düzgün müəyyənləşdirmək, zəruri olduqda dəqiqləşdirici sual vermək və cavabı konkret faktlarla əsaslandırmaq peşəkar ünsiyyətin əsas göstəricilərindəndir. Bu prosesdə "düşünürəm ki", "mənim təcrübəmə əsasən", "mövcud məlumatlara görə", "bu məsələ ilə bağlı dəqiq məlumatı əlavə olaraq təqdim edə bilərəm" kimi ifadələr informasiyanın dərəcəsini və mənbəyini düzgün göstərməyə imkan verir.

İşgüzar özünütəqdimat yalnız şifahi nitqlə məhdudlaşmır. Elektron poçt, rəsmi məktub, müraciət, CV, motivasiya məktubu, elmi təqdimat və sosial-professional platformalarda yazılan məlumatlar da şəxsin özünü təqdimetmə vasitələridir. Yazılı kommunikasiyada dil normasının pozulması, durğu işarələrinin düzgün işlədilməməsi, qeyri-rəsmi ixtisarlar, həddindən artıq emosional ifadələr və yazı üslubunun situasiyaya uyğun seçilməməsi peşəkar imicə təsir edə bilər. Çinarə Qəhrəmanovanın 2025-ci ildə dərc olunmuş tədqiqatında Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya sahəsində terminoloji qeyri-dəqiqlik, yazı

mədəniyyəti, rəsmi yazışmalarda üslub pozuntuları və elektron kommunikasiya etikası kimi məsələlər problem istiqamətləri kimi nəzərdən keçirilir (Qəhrəmanova, 2025, s. 91).

Elektron özünütəqdimatda mövzu sətrinin düzgün seçilməsi, müraciətin uyğun formada yazılması, əsas fikrin ilk abzaslarda aydın ifadə olunması və məktubun nəzakətli yekunlaşdırılması mühüm əhəmiyyət daşıyır. Məsələn, "Salam, sənə bir məsələ ilə bağlı yazıram" formasında qeyri-rəsmi müraciət yaxın münasibətlər üçün uyğun ola bilər, lakin rəsmi işgüzar yazışmada "Hörmətli professor…", "Hörmətli cənab…" və ya "Hörmətli xanım…" kimi müraciət formalarından istifadə daha məqsədəuyğundur. Məktubun sonunda "Əvvəlcədən təşəkkür edirəm", "Əməkdaşlığınıza görə minnətdaram", "Hörmətlə" kimi etik və standart ifadələrin işlədilməsi kommunikativ münasibətin xarakterini müəyyənləşdirir.

İşgüzar kommunikasiya mühitində qeyri-verbal vasitələr də özünütəqdimat prosesinə ciddi təsir göstərir. Baxış, üz ifadəsi, bədən duruşu, əl hərəkətləri, danışıq tempi, səs tonu və şəxslərarası məsafə qarşı tərəfdə müəyyən təəssürat formalaşdırır. Buna görə də şəxs düzgün sözlər seçməklə yanaşı, həmin sözlərin qeyri-verbal davranışla ziddiyyət təşkil etməməsinə diqqət yetirməlidir. Məsələn, "Sizi dinləyirəm" deyən şəxsin eyni zamanda telefonla məşğul olması verbal və qeyri-verbal siqnallar arasında uyğunsuzluq yaradır. Bu cür uyğunsuzluq kommunikativ etibarı zəiflədə bilər.

İşgüzar özünütəqdimatın etik komponentlərindən biri də kommunikativ məsafənin qorunmasıdır. Hər bir insanın şəxsi sərhədləri, fərdi xüsusiyyətləri və sosial statusu nəzərə alınmalıdır. Qarşı tərəfin şəxsi həyatı haqqında icazəsiz suallar vermək, onun xarici görünüşünü müzakirə etmək, şəxsi məlumatlarını digər insanlarla paylaşmaq və ya işgüzar mühitdə həddindən artıq səmimi davranmaq etik baxımdan məqsədəuyğun deyil. İşgüzar ünsiyyət şəxsi münasibətlərin müəyyən elementlərini özündə ehtiva edə bilsə də, onun əsasını peşəkar məqsəd və qarşılıqlı hörmət təşkil edir.

Azərbaycan kommunikasiya mədəniyyətində müraciət formalarının seçimi də xüsusi sosial-linqvistik əhəmiyyət daşıyır. "Xanım", "cənab", "müəllim", "professor", "doktor", "cənab direktor", "hörmətli həmkar" kimi formalar müxtəlif kommunikativ situasiyalarda şəxsin statusunu və qarşı tərəfə münasibətini ifadə edə bilər. Lakin müraciət formalarının mexaniki şəkildə deyil, konkret situasiyaya uyğun seçilməsi vacibdir. İşgüzar ünsiyyətin etikası yalnız formal sözlərin işlədilməsi deyil, həmin sözlərin kommunikativ məqsədə uyğun və səmimi şəkildə istifadə edilməsidir.

Özünütəqdimatın linqvistik və etik əsasları bir-birindən ayrı təsəvvür edilməməlidir. Düzgün dil etik davranışı avtomatik şəkildə təmin etmədiyi kimi, nəzakətli davranış da dil normalarına əməl olunmadıqda tam kommunikativ effekt

yarada bilməz. Məsələn, şəxs qarşı tərəfə nəzakətlə müraciət etsə də, fikrini qrammatik və məntiqi baxımdan qeyri-dəqiq ifadə edirsə, onun kommunikativ fəaliyyəti tam səmərəli olmayacaq. Eyni şəkildə, dil baxımından düzgün danışan şəxsin qarşı tərəfin sözünü kəsməsi və ya onu dinləməməsi də işgüzar kommunikasiya baxımından problem yaradır (Hüseynov, 2010, s. 89). Buna görə də işgüzar özünütəqdimat dil və etikanın vəhdətinə əsaslanmalıdır.

Bu baxımdan Azərbaycan nitq mədəniyyətinin müasir inkişafında linqvostilistik normaların xüsusi rolu vardır. Nizami Cəfərov, Samirə Mərdanova və Aysel Qəriblinin birgə hazırladıqları "Azərbaycan nitq mədəniyyəti" əsərində Azərbaycan nitq mədəniyyətinin tarixi inkişafı, linqvostilistik prinsipləri və müasir ədəbi dilin mədəni səviyyəsi ilə bağlı məsələlər sistemli şəkildə təqdim edilir (Cəfərov, Mərdanova, Qəribli, 2018, s. 38). Bu yanaşmadan çıxış etdikdə işgüzar mühitdə özünütəqdimatın da ədəbi dil normaları, üslubi uyğunluq və kommunikativ məqsədəuyğunluq prinsipləri əsasında qurulmasının vacibliyi aydın görünür.

İşgüzar kommunikasiya şəraitində özünütəqdimat həm də sosial identikliyin ifadə formasıdır. İnsan öz peşəsi, elmi fəaliyyəti, vəzifəsi, maraq dairəsi və kommunikativ davranışı vasitəsilə müəyyən sosial-peşəkar obraz yaradır. Bu obrazın formalaşmasında dil xüsusi rol oynayır. Şəxsin söz seçimi, cümlə quruluşu, müraciət formaları, terminlərdən istifadə səviyyəsi, nitq tempi və fikri əsaslandırmaq bacarığı onun kommunikativ kompetensiyasının göstəricisinə çevrilir (Hüseynov, 2010, s. 105). Buna görə də peşəkar mühitdə özünütəqdimatın inkişaf etdirilməsi yalnız kommunikasiya texnikasının deyil, həm də dil mədəniyyətinin davamlı şəkildə təkmilləşdirilməsini tələb edir.

Xüsusilə akademik və elmi mühitdə özünütəqdimat daha yüksək dəqiqlik və obyektivlik tələb edir. Elmi konfransda çıxış edən tədqiqatçı özünü təqdim edərkən elmi dərəcəsini, fəaliyyət göstərdiyi müəssisəni, tədqiqat istiqamətini və çıxışının mövzusunu aydın ifadə etməlidir. Burada emosional və subyektiv ifadələrdən daha çox elmi terminologiyaya, məntiqi ardıcıllığa və faktlara əsaslanan nitqə üstünlük verilir. İşgüzar və akademik kommunikasiyanın qarşılıqlı əlaqəsi də məhz bu məqamda üzə çıxır. Nadir Məmmədlinin dərsliyində işgüzar kommunikasiya ilə yanaşı, akademik kommunikasiya məsələlərinin də sistemli şəkildə təqdim edilməsi bu iki sahənin müasir peşəkar fəaliyyət üçün qarşılıqlı əhəmiyyətini göstərir (Məmmədli, 2021, s. 94).

Beləliklə, işgüzar kommunikasiya mühitində özünütəqdimat çoxkomponentli kommunikativ proses kimi qiymətləndirilə bilər. Bu prosesdə dilin düzgünlüyü, dəqiqliyi, aydınlığı, yığcamlığı və üslubi uyğunluğu linqvistik əsasları, hörmət, dürüstlük, məsuliyyət, nəzakət, qarşı tərəfin hüquq və şəxsi sərhədlərinə münasibət isə etik əsasları formalaşdırır. Effektiv özünütəqdimat şəxsin özünü süni şəkildə üstün göstərməsinə deyil, peşəkar keyfiyyətlərini obyektiv, anlaşıqlı və məqsədəuyğun formada ifadə etməsinə əsaslanır (Yusifov, 2019, s. 75). Bu baxımdan özü-

nütəqdimatın uğuru yalnız danışılan sözlərin məzmunu ilə deyil, həmin sözlərin hansı şəraitdə, hansı məqsədlə, hansı üslubda və hansı etik münasibət çərçivəsində işlədilməsi ilə müəyyənləşir.

Müasir işgüzar münasibətlərdə kommunikativ kompetensiyanın əhəmiyyətinin artması Azərbaycan dilində peşəkar ünsiyyətin dil və etik normalarının daha sistemli şəkildə öyrənilməsini zəruri edir. Xüsusilə rəqəmsal kommunikasiya vasitələrinin genişlənməsi şəraitində insanın özünü yalnız üzbəüz deyil, elektron məktub, onlayn görüş, videokonfrans, sosial-professional platformalar və digər rəqəmsal mühitlərdə də təqdim etməsi bu məsələyə yeni tələblər yaradır. Bu səbəbdən müasir mütəxəssis üçün yüksək səviyyəli özünütəqdimat bacarığı Azərbaycan ədəbi dilinin normalarını bilməklə yanaşı, müxtəlif kommunikativ situasiyalarda etik və üslubi baxımdan düzgün davranmaq qabiliyyətini də nəzərdə tutur. Çinarə Qəhrəmanovanın araşdırmasında elektron kommunikasiya etikası və yazı mədəniyyətinin işgüzar kommunikasiya üçün aktual məsələlər sırasında göstərilməsi də bu tendensiyanın Azərbaycan dilində peşəkar ünsiyyət üçün əhəmiyyətini təsdiqləyir (Qəhrəmanova, 2025, 48).

Nəticə etibarilə, işgüzar kommunikasiya mühitində özünütəqdimatın linqvistik və etik əsaslarının vəhdəti peşəkar ünsiyyətin keyfiyyətini müəyyən edən mühüm amillərdən biridir. Şəxsin özünü necə təqdim etməsi onun yalnız şəxsi üslubunu deyil, eyni zamanda dilə, qarşı tərəfə və peşəkar münasibətlərə yanaşmasını nümayiş etdirir. Azərbaycan ədəbi dilinin normalarına riayət etmək, fikri dəqiq və yığcam ifadə etmək, uyğun müraciət formalarından istifadə etmək, dinləmə və cavabvermə mədəniyyətini qorumaq, qeyri-verbal davranışa diqqət yetirmək, şəxsi və peşəkar məlumatları dürüst təqdim etmək işgüzar özünütəqdimatın əsas prinsipləridir (Cəfərov, 2009, s. 76). Beləliklə, linqvistik düzgünlük və etik məsuliyyət bir-birini tamamlayan iki əsas komponent kimi çıxış edir və onların vəhdəti peşəkar şəxsiyyətin kommunikativ təqdimatını daha ardıcıl, etibarlı və səmərəli edir.

Qeyri-verbal vasitələrin özünütəqdimatda rolu

Özünütəqdimatın formalaşmasında verbal vasitələrlə yanaşı, qeyri-verbal elementlər də mühüm rol oynayır. Üz ifadəsi, göz təması, jestlər, bədən duruşu, əl sıxma forması, danışıq zamanı fiziki məsafənin qorunması və səsin intonasiyası qarşı tərəfin kommunikasiya iştirakçısı haqqında ilkin təsəvvürünə təsir göstərə bilər. Məsələn, həmsöhbətlə göz təmasının tamamilə qarşısının alınması qeyri-müəyyənlik və ya maraqsızlıq kimi qəbul edilə bilər. Eyni zamanda həddindən artıq sərt baxış və ya intensiv jestlər də kommunikativ komfortu poza bilər. Buna görə qeyri-verbal davranışın əsas prinsipi onun konkret situasiyaya uyğunlaşdırılmasıdır. Təbəssüm, nəzakətli baxış, uyğun əl hərəkətləri və sakit bədən dili işgüzar münasibətlərdə kommunikativ rahatlığın yaranmasına kömək edə bilər. Lakin bu vasitələr süni xarakter daşımamalıdır. Təbii və situasiyaya uyğun davranış daha effektiv kommunikativ nəticə yaradır.İşgüzar mühitdə xarici görünüş də özünütəqdima-

tın elementlərindən biri hesab olunur (Əliyev, 2001, s. 134). Geyimin seçimi fəaliyyət sahəsinə, tədbirin xarakterinə, təşkilati mühitə və auditoriyanın xüsusiyyətlərinə uyğunlaşdırılmalıdır. Peşəkar görünüşün əsas göstəriciləri səliqə, təmizlik, uyğunluq və ölçülülükdür. Xarici görünüş şəxsin peşəkar bacarıqlarını əvəz edən amil deyil, həmin bacarıqların təqdim olunduğu ümumi kommunikativ mühitin tərkib hissəsidir. Bu səbəbdən işgüzar münasibətlərdə xarici görünüşlə peşəkarlıq arasında balansın qorunması vacibdir. İşgüzar münasibətlərdə özünütəqdimat yalnız ilk görüş mərhələsi ilə məhdudlaşmır. Danışıqların aparılması, mübahisəli məsələlərin müzakirəsi və razılaşmaların əldə olunması zamanı da kommunikativ davranışın xarakteri şəxsin və təmsil etdiyi qurumun obrazına təsir göstərir.Danışıqlar zamanı tərəflərin məqsədlərinin nəzərə alınması, qarşılıqlı maraqların müəyyənləşdirilməsi və mümkün kompromislərin araşdırılması konstruktiv kommunikasiya üçün əlverişli şərait yaradır (Məmmədli, 2020, s. 121). Bu prosesdə qarşı tərəfin mövqeyini tamamilə rədd etmək əvəzinə, ortaq maraqların müəyyənləşdirilməsi daha məhsuldar kommunikativ yanaşma hesab olunur. Məsələn, "Məsələyə başqa tərəfdən yanaşaq", "Bu məsələdə ortaq maraqlarımızı müəyyənləşdirə bilərik", "Təklifinizin bu hissəsini nəzərə almaq mümkündür" kimi ifadələr dialoqun konstruktiv istiqamətdə davam etdirilməsinə şərait yaradır. Belə ifadələr qarşı tərəfin mövqeyini tam qəbul etmək anlamına gəlmir; onlar müzakirənin qarşılıqlı anlaşma əsasında davam etdirilməsinə imkan verən kommunikativ vasitələrdir. Əksinə, qarşı tərəfi daim təzyiq altında saxlamaq, ardıcıl və aqressiv suallarla danışıq iştirakçısını cavab verməyə məcbur etmək, onun sözünü kəsmək və mövqeyini kiçiltmək işgüzar münasibətlərdə kommunikativ gərginliyin artmasına səbəb ola bilər.

Nəticə

Beləliklə, işgüzar kommunikasiya şəraitində özünütəqdimat çoxkomponentli kommunikativ hadisədir. Onun formalaşmasında nitq mədəniyyəti, dil vasitələrinin məqsədəuyğun seçilməsi, nitq etiketi, qeyri-verbal davranış, xarici görünüş və kommunikativ strategiyalar qarşılıqlı əlaqədə çıxış edir. Effektiv özünütəqdimat şəxsin özünü süni şəkildə olduğundan fərqli göstərməsini deyil, mövcud peşəkar və şəxsi keyfiyyətlərini kommunikativ baxımdan düzgün təqdim etməsini nəzərdə tutur. Aydın nitq, düzgün müraciət forması, diqqətli dinləmə, situasiyaya uyğun davranış və qarşılıqlı hörmət işgüzar münasibətlərin davamlılığına müsbət təsir göstərən əsas amillərdəndir. Müasir işgüzar mühitdə kommunikativ kompetensiyanın əhəmiyyətinin artması özünütəqdimat məsələsinin də aktuallığını yüksəldir. Peşəkar fəaliyyətin müxtəlif sahələrində çalışan şəxslərin yalnız öz ixtisaslarını deyil, həmin ixtisası kommunikasiya vasitəsilə təqdim etmək bacarıqlarını da inkişaf etdirmələri zəruridir. Bu baxımdan özünütəqdimat nitq mədəniyyəti, kommunikativ etika və peşəkar davranışın birləşdiyi mühüm kommunikativ bacarıq kimi qiymətləndirilə bilər.

Ədəbiyyat

Abdullayev, N. (2014). *Nitq mədəniyyətinin əsasları*. ADPU nəşriyyatı.

Cəfərov, N., Mərdanova, S., & Qəribli, A. (2018). *Azərbaycan nitq mədəniyyəti*. Şərq-Qərb.

Cəfərov, V. (2009). *Diplomatik etiket və nitq mədəniyyəti*.

Eminli, B. İ., & Paşayeva, G. B. (2021). *Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya*. SDU-nun nəşri.

Əliyev, K. (2001). *Nitq mədəniyyəti və üslubiyyatın əsasları*.

Hacıyeva, İ. (2011). *Nitq mədəniyyəti: Qeyri-filoloji fakültələr üçün*.

Həsənov, H. (2003). *Nitq mədəniyyəti və üslubiyyatın əsasları*. Elm.

Hüseynov, S. (2010). *Nitq mədəniyyəti*. Yazıçı.

Məmmədli, N. (2020). *Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti*.

Məmmədli, N. (2021). *Azərbaycan dilində işgüzar və akademik kommunikasiya*. Elm və təhsil.

Şiriyev, F. (2014). *Azərbaycan dilinin nitq mədəniyyəti və ritorika*.

Yusifov, M. (2019). *Nitq mədəniyyəti*.