

N İ G A R V Ə L İ Y E V A

**MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQ YA
QLOBAL KOMMUNİKASIYA ŞƏRAİTİNDƏ
TƏHSİLİN DİLİ
VƏ
DİLİN TƏHSİLİ**

**MƏDƏNİYYƏTLƏRARASI DİALOQ YA
QLOBAL KOMMUNİKASIYA ŞƏRAİTİNDƏ
TƏHSİLİN DİLİ
VƏ
DİLİN TƏHSİLİ**

Nigar Çingiz qızı Vəliyeva

BAKİ - 2016

Elmi redaktor:

siyasi elmlər üzrə doktor, professor

Elman Xudam oğlu Nəsirov

Monoqrafiya qloballaşan dünyada mədəniyyətlərarası kommunikasiyanın intensiv inkişafını nəzərə alaraq keyfiyyətli təhsil dilinin təkmilləşməsinin spesifik xüsusiyyətlərinin öyrənilməsi, təsnifi, təhlili, tətbiqi üsullarının aşılmasına və həmçinin müxtəlif sistemli dillərin səviyyəli və effektiv tədrisinin özəlliklərinin izahına həsr olunur.

Monoqrafiya müasir təhsil işçiləri, dil mütəxəssisləri, ali məktəb tələbələri, aspirant və dissertantlar, geniş oxucu auditoriyası üçün nəzərdə tutulmuşur.

Monoqrafiya pedaqogika, psixologiya, leksikologiya, linqvokulturologiya, sociolinqvistika, üslubiyyat, pragmatika, məntiq, linqvodidaktika, ölkəşünaslıq sahələri ilə maraqlanan mütəxəssislər, oxucular üçün faydalı mənbə ola bilər.

M Ü N D Ə R İ C A T

Ön söz.....	5
Fəsil I Ünsiyyət nədir?.....	8
Fəsil II Ünsiyyət - qarşılıqlı əməkdaşlıq kimi.....	33
Fəsil III Kommunikasiya yaranmasının və inkişafının zəminləri.....	58
Fəsil IV Kommunikasiya nəzəriyyəsinin əsasları (modelləri, funksiyaları, növləri).....	88
Fəsil V Kütləvi kommunikasiyaların genezisi.....	110
Fəsil VI Sosial kommunikasiyanın mənbələri və əsas paradigmaları.....	135
Fəsil VII Kommunikasiya sistemində Şəxsiyyətin faktoru.....	155
Fəsil VIII İnsan – İnformasiya – Kommunikasiya.....	178
Fəsil IX Etnik şüurun variativliyi: elitar, professional və kütləvi subkulturlarının qarşılıqlı əlaqələri.....	207
Fəsil X Mədəniyyətlərarası dialoq vasitəsilə dilin inkişafı.....	221
Xülasə.....	242
Bibliografiya.....	247

Ö N S Ö Z

Azərbaycan Respublikası Prezidenti İlham Əliyevin 2013-cü il 24 oktyabr tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası”nın strateji istiqaməti təhsil sahəsində insan resurslarının müasirləşdirilməsini nəzərdə tutur. Bu istiqamət innovativ təlim metodlarını tətbiq edən, təhsilin məzmununun səmərəli mənimsənilməsini təmin edən səriştəli təhsilverənin formalaşdırılmasına xidmət edir və özündə təhsilverənlərin peşəkarlığının yüksəldilməsi, təhsilənlərin nailiyyətlərinin qiymətləndirilməsi üzrə yeni sistemlərin qurulmasını, təhsilənlərin istedadının aşkar olunması və inkişafı ilə bağlı təlim metodologiyasının yaradılması, təhsilənlərdə müasir tələblərə və şəraitdə uyğunlaşmasını, rəqabət qabiliyyətinin formalaşmasını, informasiya cəmiyyətində yaşayıb fəaliyyət göstərməsini, ünsiyyət yaratmaq bacarığını formalaşdırmasını ehtiva edir (Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası, Azərbaycan məktəbi № 5, 2013 : 6-17.)

“Təhsilin dili” və “dilə təhsil” problemlərini analiz edərək ilk öncə “dil daşıyıcısı” (языковая личность, носитель языка) və “kommunikativ şəxsiyyət” (коммуникативная личность) anlayışlarını təhlil etmək zəruridir. Çağdaş dövrümüzdə “dil daşıyıcısı” bir dilin daşıyıcısı, “kommunikativ şəxsiyyət” isə neçə dil bilirə o qədər müasir yüksək səviyyəli şəxsiyyət kimi sayılır.

Şübhəsiz ki, biz, azərbaycanlılar, və Azərbaycan Respublikasının bütün vətəndaşları kimi öz dövlət və ana dilimiz olan Azərbaycan dilini mükəmməl səviyyədə bilməliyik. Və şəxsən biz hesab edirik ki, evladlarımız da bu dildə təhsil almalıdır. Çünki qloballaşan dünyada Azərbaycan dilinin taleyi bir neçə faktorlardan asılıdır. Məsələn: Azərbaycan Respublikasının ərazisində dövlət dili kimi Azərbaycan dilinin inkişafını təmin edilməsi; ədəbi və standart Azərbaycan dili dünya azərbaycanlıları arasında əsas ünsiyyət orta dil kimi geniş yayılması, nəhayət, dünyada Azərbaycana günü-gündən artan maraq - faktorı. Bu faktorlar

Azərbaycan dilinin statusunu möhkəmləndirir. Bununla yanaşı Azərbaycanda yetişən gənc nəslin nümayəndələri ana dilini mütləq bilməlidir, bu dildə düşünməlidir, hiss-həyəcanlarını ifadə etməlidir, bu dildə yaşamaq və bu dili yaşatmalıdır.

Məlum olduğu kimi, dil insanlar arasında ünsiyyətin ən mühüm, ən ümdə, ən kamil vasitəsidir. Əmək prosesində və əməklə birlikdə meydana gələn, insanlar arasında ən mühüm ünsiyyət vasitəsi olan dil təfəkkürün elə bir vasitəsidir ki, onunla fikirlərin canı ifadə olunur. Dil eyni zamanda ən güclü silahdır. Yüzlərlə nəsillərin birgə səyi, birgə fəaliyyəti nəticəsində yaranan, cəmiyyətin bütün üzvləri tərəfindən inkişaf etdirilən, əsrlərin və nəsillərin dəyişməsi ilə dəyişməyən, öz kökü üzərində inkişaf edib təkmilləşən dilin gücü, sözün təsiri böyük bir ordunun gücündən də qat-qat artıqdır.

Qloballaşan dünyada geniş yayılmış altı beynəlxalq dil mövcuddur: rus, ingilis, alman, fransız, ərəb və çin. Müasir zamanda baş verən qlobalizasiya prosesi həyatımızın bütün sferalarını əhatə edərək universal sayılır. Bu gün Azərbaycan dilinin artan nüfuzu təkzib edilməz bir reallıqdır.

Ana dili ilə yanaşı xarici dillərin öyrədilməsi təhsil siyasəti aspektində bu günün aktual və təxirəsalınmaz tələbidir. Yəni biz Vətənimizin maraqları üçün yalnız “dil daşıyıcısı” yox, “kommunikativ şəxsiyyəti”ni formalaşdırmalıyıq. Bu məsələnin aktuallığı onunla şərtlənir ki, Azərbaycan Respublikası Avropaya, həmçinin Avropanın ölkələri Azərbaycana inteqrasiya edir. İnkişaf, tərəqqi və qarşılıqlı anlama şəraitində əmin-amanlıq şəraitində yaşamaq üçün mədəniyyətlərarası dialoqun əvəzolunmaz əhəmiyyəti var. Hər mədəni ünsiyyətin, insanlararası, təşkilatlararası, dövlətlərarası, mədəniyyətlərarası dialoqun yeni pozitiv mənası var. Mədəniyyətlərarası dialoq - qabaqçıl bəşəriyyətin ayrılmaz hissəsidir.

Oxucuların diqqətinə təqdim olunmuş monoqrafiyanın on fəslində: ünsiyyət nədir?; ünsiyyət - qarşılıqlı əməkdaşlıq kimi; kommunikasiya yaranmasının və

inkişafının tarixi zəminləri; kommunikasiya nəzəriyyəsinin əsasları (əsas aspektləri, modelləri, struktur komponentləri: tipləri, növləri, funksiyaları, vasitələri); kütləvi kommunikasiyaların genezisi; sosial kommunikasiyanın mənbələri və əsas paradigmaları; kommunikasiya sistemində şəxsiyyətin faktoru; “insan – informasiya – kommunikasiya” sistemi; etnik şüurun variativliyi: elitar, professional və kütləvi subkulturlarının qarşılıqlı əlaqələri; mədəniyyətlərarası dialoq vasitəsilə dilin inkişafı, bir sözlə, “dil – ünsiyyət – mədəniyyət – cəmiyyət – müasir təhsil”, multikulturalizm kimi problemlər təhlil edilir.

Həmçinin müasir cəmiyyətdə insanların həyatında ünsiyyət hansı funksiyaları icra edir; ünsiyyətin strukturu nədir və əsas növləri hansılardır?; sosial persepsiyasının qanunauyğunluqları və effektləri hansılardır?; münaqişənin əsas mərhələləri və mübahisə vəziyyətində davranış strategiyası necə olmalıdır?; kiçik qrup, onun spesifik xüsusiyyətləri; qruplararası münasibətlərinin fenomeni, özəl cəhətləri; “dil daşıyıcısı”nın təyini; nəzəri-qnoseoloji modelinin əsas xarakterik cəhətləri; “kommunikativ şəxsiyyət” sosial fenomen (hadisə) kimi və onun koqnitiv xarakteristikaları, əsas (motivasiyalı, funksional) parametrləri; “dil daşıyıcısı” və “kommunikativ şəxsiyyət”in allomorf və izomorf xüsusiyyətləri; “kommunikativ şəxsiyyət”in tipləri və sosial kommunikasiya sistemində onun əvəzsiz rolu kimi məsələlərin analizi aparılır.

Monoqrafiya müasir təhsil sisteminin təmsilçiləri və tələbələri üçün nəzərdə tutulub. Burada dil nəzəriyyəsinin, kommunikasiyanın əsasları və ünsiyyət şəxsiyyətinin spesifik xüsusiyyətləri müxtəlif aspektlərdə tədqiq edilir.

I Fəsil

Ünsiyyət nədir?

İlk dəfə “filogeniya” termini 1866-cı ildə alman evolyusionisti E.Hekkel tərəfindən işlənilmişdir. Filogeniya (yunan dilindən “phylon” – “tayfa, nəsil, növ” deməkdir) – orqanizmin tarixi inkişafıdır. Bu canlıların təkamül inkişafı çərçivəsində baş verən və xarici mühitlə qarşılıqlı əlaqəsinin mürəkkəbliyi ilə şərtlənən psixikanın keyfiyyətə olan dəyişiklikləridir.

Bəşər evladı dünyaya gözünü açan məqamdan daima ünsiyyətdədir. Sosial mühit, fiziki mühit kimi hər an insana öz təsirini göstərir. Bundan başqa fiziki mühit etdiyi kimi, insanlara və yaxud soslumlara cəmiyyət sadəcə təsir göstərmir, o həmçinin onları müəyyən həyat tərzini, konkret sosial təsəvvürlərini və dəyərlərini, gündəlik normalarını və davranış qaydalarını qəbul etməyə vadar edir və külli miqdarda öhdəliklərlə onları yükləyir.

Müasir Amerika psixoloqları belə qeyd edirlər: “Şübhəsiz ki, biz seçim etdikdə azadıq, lakin, başqaları kimi, solumun üzvü olaraq, bizim qərarlarımızı bu və ya digər dərəcədə dəyişən bizi əhatə edənlərin kiçik və yaxud böyük təsirindən qaça bilmərik. Bundan savayı, əksər hallarda biz özümüz müdrik, düz, haqlı olanların təsirindən boyun qaçırdırıq” (Зимбардо, Ляйппе, 2000 : 15).

Simvolik interaksionizmin konsepsiyasında (C.Mid, Q.Blumer, M.Kun, E.Qoffman), sosial bixeviorizmdə (A.Bandura, N.Miller, D.Dollard, D.Tibo, Q.Kelli, Q.Xomans), sosial-perseptiv koqnitivizmdə (K.Levin, F.Xayder, T.Nyukom, L.Festinqer), həmçinin psixoanalitik oriyentasiya nəzəriyyələrində (Q.Salliven, E.Bern, V.Shuts, M.Klyan) və humanistik psixologiyada və psixoterapiyada (K.Rojers, D.Moreno, V.Satir, D.Byujental) qarşılıqlı təsir ideyası ünsiyyətin interaktiv təbiəti haqqında təsəvvürlərinin əsasını təşkil edir.

Bəllidir ki, müasir dünya dilçiliyinin konsepsiyalarının paradiqmasında koqnitiv linqvistika öz dəyərli yerini tutub. Xüsusilə koqnitiv linqvistikanın yaranması və müasir mərhələdə olan çoxsahəli inkişafı dilçiliyin xarakterik cəhətini təşkil edir.

V.Z.Demyankovanın və Y.S.Kubryakovanın təyininə görə, koqnitiv linqvistika dili koqnitiv mexanizm kimi öyrənir. Bu mexanizm isə kodlaşmada və informasiyanın transformasiyasında (ötürülməsində) müstəsna rol oynayır (Краткий Словарь Когнитивных Терминов : 53-55).

Koqnitiv linqvistikada biz dil və təfəkkür münasibətlərinin öyrənilməsinin yeni dövrünü müşahidə edirik. Nəzəri dilçilik üçün bu problem kifayət qədər xarakterikdir.

Bu gün Azərbaycanda koqnitiv tədqiqatlar aparılır və aktualıq kəsb edir ona görə ki, dil və təfəkkür, dilin əsas funksiyaları, dildə insanın rolu və insan üçün dilin rolu kimi problemlərin aşılmasına həsr edilir.

Belə tədqiqatların bünövrəsini neyrofizioloqlar, psixoloqlar qoyub, məsələn: P.Broka, K.Vernike, İ.M.Seçenov, V.M.Bexterev, İ.P.Pavlov və başqaları. Tədricən neyrofiziologiyanın əsasında neyrolinqvistika yarandı. Buna sübut, məsələn, L.S.Viqotskiynın, A.R.Luriyanın əsərləri ola bilər. Sübut oldu ki, dilin fəaliyyəti insanın beynində baş verir, yəni dilin fəaliyyətinin müxtəlif növləri (dilin öyrənilməsi, qulaq asma, danışma, oxuma, yazma və s.) beynin fərqli şöbələri ilə bağlıdır.

Materializm baxımından, psixika özü hiss-həyəcanın qabiliyyəti kimi canlıların qıcıqlanma qabiliyyətindən əmələ gəlib və onların əsəb sisteminin yaranması və inkişafı ilə əlaqədə formalaşib. Öz təkamül inkişafında psixika bir neçə mərhələlər keçib: sensor, perseptiv, intellektual, və şüurun formalaşması mərhələsini.

Şüur - insan psixikasının cəhəti kimi insan cəmiyyətinin ictimai-tarixi inkişafının nəticəsidir. Onun mövcudluğu əmək alətlərinin, dil elementlərinin, biliklərin, davranış normalarının istifadəsi və yaranması ilə şərtlənir.

Ünsiyyət – insanlar arasında olan mürəkkəb qarşılıqlı təsir etmək prosesidir. O informasiya mübadiləsi və partnyorlar tərəfindən bir-birini qəbul etmək, qavramaq və anlamaq prosesindən ibarətdir. Ünsiyyətin subyektləri canlılar, insanlardır. Prinsip etibarilə ünsiyyət bütün canlılar üçün xarakterikdir, yalnız insan səviyyəsində ünsiyyət prosesi verbal və qeyri-verbal aktlarla bağlı dərk edilmiş olur.

Nitq – insanın kommunikativ fəaliyyətinin növüdür, müəyyən qaydalar əsasında yaranan dil konstruksiyaları vasitəsilə tarixi formalaşan insanların ünsiyyət formasıdır. İnsanın heyvan aləmindən əsas fərqli cəhətlərindən biri, fizioloji, psixiki, sosial inkişafının qanunauyğunluqlarını əks etdirən xüsusi psixiki prosesin mövcududur, o da nitq adlanır. Danışmaq və başqasının nitqini başa düşmək üçün dil bilmək və onu yaxşı istifadə etmək lazımdır.

Psixologiyada “dil” və “nitq” anlayışlarını fərqləndirirlər.

Dil – şərti simvolların sistemidir, insanlar üçün müəyyən məna və məzmun daşıyan səslərin birləşməsidir. Dil cəmiyyət tərəfindən inkişaf edir və o insanların şüurunda ictimai varlığın təzahür formasıdır. Dil insanların ünsiyyət prosesində formalaşaraq, ictimai-tarixi inkişafın nəticəsidir. Dilin fenomenlərindən biri də odur ki, hər insan hazır dil ilə rastlaşır, yəni onun ətrafında olan insanlar artıq həmin dildə danışır, insan da öz inkişaf prosesində onu mənimsəyir. Lakin dil daşıyıcısı olaraq, insan dilin inkişafının və modernləşməsinin potensial mənbəyinə çevrilir.

Nitq isə - verbal ünsiyyət prosesidir. O müxtəlif formalarda (mesaj, göstəriş, sual, əmr və s.) həyata keçir. Psixoloji nəzər nöqtəsindən dil vasitəsilə ünsiyyət – mürəkkəb hadisədir, nəyinki dil özü. Nitq vasitəsilə istənilən informasiyanı

çatdırmaq üçün, müəyyən mənə daşıyan müvafiq sözlər seçmək və onları konkretləşdirmək lazımdır.

Qeyd etdiyimiz kimi, hər bir söz – ümumiləşmədir. Buna görə də nitqdə o müəyyən səviyyəyə və yaxud dar mənaya qədər məhdudlaşdırılmalıdır. Bu müəyyən kontekstə daxil olmaya görə alınır.

Söz mənaları vasitəsilə çatdırılan məzmunndan başqa, nitqdə danışanın emosional münasibəti ifadə edilir. Bu hadisə nitqin emosional-ifadəli tərəfi adlanır və səslənən frazanın deyilişi zamanı istifadə edilən sözlərin səslənməsinin tonu ilə şərtlənir.

Nəhayət, nitqin psixoloji tərəfi mövcuddur, ona görə ki, əksər hallarda nitqdə mətnaltı mənə olur. Mətnaltı mənə isə nitqin məqsədini, motivini əks etdirir. Lakin bu həmişə olmur. Hər frazada mətnaltı mənə müəyyən informasiya yükü kimi istifadə olunmur. Müəyyən hallarda mətnaltı mənə gizli (latent) mənə daşıya bilər.

Beləliklə, nitq ünsiyyəti – mürəkkəb və çoxtərəfli prosesdir. Nitqin hər aktı özünəməxsus psixoloji vəzifənin həllidir. O, nitqin forması və növündən, konkret vəziyyətdən və ünsiyyət məqsədindən asılı olaraq, müxtəlif nitq vasitələrinin yaranmasını və istifadəsini tələb edir. Təbii ki, bu nitqin anlamasına da aiddir.

İnsan nitqini universal ünsiyyət vasitəsi kimi hazırkı vəziyyətinə çatdırmaq üçün uzun filogenetik inkişaf prosesini keçib. Xüsusi qeyd etmək lazımdır ki, nitq - spesifik insan fəaliyyətidir. Nitq və dil yalnız insan cəmiyyətində ilk dəfə yarandı. Yəqin ki, nitqin yaranması şəxsin işləmək qabiliyyəti ilə bağlı idi, ona görə ki kollektiv əmək prosesi zamanı işçilərin birgə söylərini koordinasiya etmək zəruriyyəti yarandı.

Müasir elmdə belə fərziyyə var ki, ilk rabitə vasitəsi kompleks şəkildə olan kinetik nitq olub. Ehtimal edilir ki, belə nitq forması ibtidai təsəvvürlü düşüncə tərzilə bağlıdır, və bu forma insanlar ikinci buzlaq dövründə yaşayanda artıq

mövcud olub, yəni təxminən yarım milyon il əvvəl. Kompleks kinetik nitq deyəndə bədən hərəkətlərini istifadə edərək informasiya ötürülməsinin sadə sistemini başa düşürük. Bu ünsiyyət forması heyvanların ünsiyyət dilinə çox yaxındır. Belə ünsiyyət vasitəsilə ibtidai insan öz təhdidini, hədəsini və yaxud opponentinə xoş münasibətini, inciklik və qəhrini, habelə bir sıra sadə hal-əhvalını ifadə edə bilirdi. Əlbəttə ki, ünsiyyət birgə iş zamanında da istifadə edilirdi, lakin ünsiyyət hərəkətləri və əməklə bağlı hərəkətlər arasında, çox güman ki, aydın differensiasiya mövcud deyildi.

Nitq inkişafının növbəti mərhələsi insanın danışq zamanı olan hərəkətlərinin əmək fəaliyyəti prosesində etdiyi hərəkətlərindən tədricən ayrılması və ünsiyyət vasitəsi kimi onların ixtisaslaşma, yəni onların jestlərə çevrilməsi ilə bağlıdır. Nitq və əmək hərəkətlərinin belə fərqlənməsi insanların iş fəaliyyətinin artan mürəkkəbliyi ilə bağlı idi. Nəticədə ixtisaslaşdırılmış (əl-qol ilə) dil və kinetik nitq yarandı. Beləliklə, insanın əli ünsiyyətin və əmək fəaliyyətinin əsas vasitə oldu. Onun hakimiyyəti yüz minlərlə il davam etdi, o vaxta qədər ki, insan ünsiyyət üçün jestlər əvəzinə səsləri istifadə etməyə başladı. Lakin, şübhəsiz ki, bu müddət ərzində insanın əli maksimum inkişaf etmişdir və insan üçün universal vasitə olmuşdur.

Çox güman ki, səsli nitqinə keçid, faktiki olaraq, 100.000 (yüz min) il əvvəl, dördüncü buzlaq dövründə başladı. Yəqin ki, bu istehsalın inkişafı və əməyin əsas bölgüsü ilə bağlı idi. Parçalanmış anlayışlar sistemində obyekt və hadisələrinin daha dəqiq işarələnməsini edən nitqə böyük bir ehtiyac yarandı. Bu ehtiyacı nəzərə alaraq əl-qol vasitəsilə həyata keçən nitq ödəyə bilmirdi, və buna görə daha çox əl jestləri ilə bağlı səslərin rolu artmağa başladı.

Ehtimal oluna bilər ki, səsli sədaların inkişafı səslər vasitəsilə ünsiyyət ehtiyacından əvvəl başladı. Bu ona görə baş verib ki, ünsiyyət prosesində əl jestləri ilə bərabər müəyyən qarışıq vokal səslər müşayiət edilirdi. Tədricən səs sədaları inkişaf edib və daha aydın şəkildə səslənirdi. Zamanla, nitq səsləri kinetik nitqin funksiyalarını yerinə yetirməyə başladı və bundan savayı insan nitqini gələcək

inkişafını təmin etdi. Nəticədə dil və nitq yeni inkişaf səviyyəsinə yüksəldi – səs-lər vasitəsilə həyata keçirilən aydın nitq səviyyəsinə, bu isə bəşəriyyətin inkişafında əsl inqilab idi, mahiyyəti isə səsli nitqi və təfəkkürü birbaşa əmək fəaliyyətindən ayırmaq mümkünlüyündə idi.

Səs-lər vasitəsilə həyata keçirilən ilk nitq müasir olan nitqlə müqayisədə mükəmməl deyildir. Çox güman ki, onun yaranmasından sonra uzun müddət səsli nitq məzmun baxımından kinetik nitqinə yaxın olub. İlk vaxtlarda sözlər, əl jestləri kimi çox ümumi, anlaşılmaz mənalara malik idi. Eyni bir söz mənalarına görə müxtəlif predmetləri adlandırmaq üçün istifadə edilirdi. Belə bir fenomen ibtidai polisemantizm və ya sözlərin polisemiyası adlanır.

Müəyyən əminliklə düşünmək olar ki, ilk sözlər bütöv cümlələri əvəz edirdi. Ehtimala görə, səsli nitqin yaranmasının və inkişafının ilkin mərhələsində nə fəllər və ya isimlər, nə də digər nitq hissələri mövcud deyildi. Buna görə də, ilk nitq formaları çox primitiv idi. Onlarda hər hansı bir gizli mənə və ya kontekst yox idi. Nitq yalnız hər hansı bir məlumat ötürülməsi üçün istifadə edilirdi, və natiqin emosional vəziyyəti ilə bağlı deyildi. Sonra isə, əməyin təsiri altında sözlərin mənaları inkişaf etdi. Sözlər yalnız daha konkret semantik mənalara malik deyildi, həm də qrammatik formalarına görə də fərqlinirdi. Bütün bunlar dilin mürəkkəb morfologiya və sintaksis ilə formalaşmasına səbəb oldu.

Nitq inkişafının növbəti mərhələsi yazının yaradılması idi. Yazılı nitq, şifahi nitq kimi öz inkişaf dövründə bir sıra mərhələlər keçmişdir. İlk yazılı işarələr kinetik nitq təsiri altında yaranıb və inkişaf edib. Sonralar isə, nitq səslərinin yaranması ilə onlar səslərin mənasını əks etdirməyə başladı. Bu da müasir hərf-fonetik növlü yazının yaranmasına gətirdi. Beləliklə, insan nitqi təfəkkürü kimi ictimai-tarixi inkişafının nəticəsidir, və bunun sayəsində nitq bir sıra funksiyaları yerinə yetirir və insanın psixiki və sosial həyatında ən mühüm yerlərdən birini tutur.

Dil və təfəkkür əlaqələri problemin inkişafının növbəti mərhələsi psixolinqvistikanın yaranması oldu. Psixolinqvistika çərçivəsində nitqin yaranması və qavranması prosesləri, insanın şüurunda saxlanılan işarələrin sistemi kimi dilin təhlili prosesləri, dil sistemi və onun istifadəsinin, funksionallığının nisbəti öyrənilirdi. Bizə Amerika psixolinqvistləri Ç.Osqud, T.Sebeok, C. Grinberg, C.Kerrol və Rusiyanın linqvistləri A.A.Leontyev, İ.N.Qorelov, A.A.Zalevskaya, Y.N.Karaulov, N.A.Kobrina kimi alimlərin əsərləri məlumdur.

Dünyanın dərk edilməsində dilin iştirakı haqqında düşüncələrə antik dövrdən ta müasir zamana qədər müxtəlif dövrlərin və fərqli xalqların mütəfəkkirlərin əsərlərində rast gəlmək olar.

Halbuki linqvokoqnitiv problemlərin əsaslı tədqiqatı XX əsrin son onilliklərinə təsadüf edir. Bu dövrdə koqnitiv linqvistikaya aid ən ciddi publikasiyalar işıq üzü görür.

Müasir koqnitiv linqvistika bir sıra elmlərə aiddir ki, onlar öz spesifik üsullar vasitəsilə vahid ümumi predmeti – idrakı, dərkətməni (cognition) tədqiq edir.

Müasir zamanda bununla əlaqədar demək olar ki, koqnitiv elm mövcuddur. O fənnlərəarasıdır və bir sıra elmlər üçün “çətir” rolunu oynayır, məsələn: koqnitiv psixologiya, koqnitiv linqvistika, koqnisiyanın fəlsəfi nəzəriyyəsi, dilin məntiqi təhlili, süni intellekt nəzəriyyəsi, neyrofiziologiya üçün.

Y.S.Kubryakova bu haqda yazır: “indi belə fənnlər formalaşır ki, misal üçün koqnitiv antropologiya, koqnitiv sosiologiya və hətta koqnitiv ədəbiyyatşünaslıq kimi, yəni, demək olar ki, hər humanitar elmdə belə xüsusi sahə formalaşır ki, o koqnitiv yanaşmanın tətbiqi ilə və həmin elmin müvafiq obyektlərə koqnitiv analizlə bağlıdır” (Кубрякова, 2004 : 7-11).

İndiki dövrdə müasir elmdə “koqnisiya” - dərkətmə prosesi deməkdir, insanın şüuru vasitəsilə ətraf mühitin təzahürü və bu informasiyanın şüurda dərkə kimi

geniş mənada başa düşülür. Əvvəllər bu termin sadəcə “idrak prosesi” və yaxud “dərək etməyə aid” idi, tədricən bu termin “daxili”, “mental” mənalarını alır.

Koqnitiv elmin vəzifələri aşağıdakılardır:

- bilik, anlayışlar sisteminin, informasiyanın təkmilləşdirilməsi prosesinin öyrənilməsi və təsnifi;
- eyni zamanda insanın koqnitiv qabiliyyətlərinin və onların vahid mental mexanizminə formalaşmasının ümumi prinsiplərinin tədqiqi,
- həmçinin onların qarşılıqlı əlaqələrinin və təsirinin təyini.

Beləliklə, koqnitiv linqvistika - fənnlərarası koqnitiv elminin bir istiqamətidir.

Bizcə, bu gün koqnitiv linqvistikada aşağıdakı istiqamətlərdən danışmaq olar:

1) **Kulturoloji** – müxtəlif elmlərin nəticələrinə əsaslanaraq mədəniyyət elementləri kimi konseptlərin tədqiqi. Belə tədqiqatlar adətən fənnlərarası olur, onlar yalnız linqvistika ilə bağlı deyil, baxmayaraq ki, əksər hallarda tədqiqatları linqvistlər aparır. Bu halda dil yalnız konseptlər barədə biliklərin mənbələrindən biri kimi çıxış edir. Məsələn, konseptin təsnifi zamanı sözün etimologiyası haqqında məlumat istifadə edilir (bu konsepti adlandırmaq üçün). Azərbaycan alimlərdən: F.T.Məmmədovun, A.A.Alizadənin, V.İ.İsmaylovun, xarici alimlərdən: Y.S.Stepanovun bu sahədə əsərləri mövcuddur.

2) **Linqvokulturoloji** – “dil vahidləri” adlandırılan konseptlərin, milli linqvokulturologiyanın elementləri kimi tədqiqi, onların milli mədəniyyət dəyərləri və milli spesifik cəhətləri ilə bərabər, yəni “dildən mədəniyyətə” doğru istiqamətdə aparılan tədqiqatlar. Azərbaycan alimlərdən: R.B.Hüseynov, M.Y.Qazıyeva, N.Ç.Vəliyeva, xarici alimlərdən: V.İ.Karasik, S.Q.Vorkaçev, Q.Q.Slışin, Q.V.Tokarev kimi dilçilərin bu sahədə çox saylı elmi əsərləri işıq üzü görüb.

3) **Məntiqi** – dil formalarından bilavasitə asılılıqdan xaric məntiqi üsullarla konseptlərin analizi, məsələn, R.İ.Pavilyonisin elmi əsərləri.

4) **Semantik-koqnitiv** – dilin leksik və qrammatik semantikasının tədqiqi konseptlər məzmununun saxlanılmasının, dilin semantikasından konseptosferanın modelləşdirilməsinin vasitəsi kimi. Bu sahəyə Y.S.Kubryakovanın, N.N.Boldırevın, Y.V.Raxilinanın, Y.V.Lukaşeviçin, Z.D.Popovanın, İ.A.Sterninin elmi işləri aiddir.

5) **Fəlsəfi-semantik** – işarəviliyin koqnitiv əsasları tədqiq edilir, məsələn, A.V.Kravçenkonun əsərləri.

Bu istiqamətlərdən hər birisini müasir linqvistikada artıq formalaşmış istiqamət kimi dəyərləndirmək olar. Onlardan hər birisi öz metodoloji prinsiplərini formalaşdırıb və onların öz tərəfdarları – linqvist-koqnitoloqları var, onları kifayət qədər tanınmış elmi məktəblər təmsil edir. Demək lazımdır ki, ilk öncə onları şüurun vahidi kimi konsept barədə nəzəri anlayış birləşdirir.

Şübhəsiz ki, təklif olunan istiqamətlərin bölgüləri və bu elmi istiqamətlərə aid edilən alimlərin adları şərti xarakter daşıyır, çünki bu dilçilər elmi fəaliyyətinin müxtəlif dövrlərində fərqli konsepsiyaların çərçivəsində işləyib. Zənnimcə, belə təsnifat müasir koqnitiv linqvistikada cərəyan edən əsas istiqamətləri təzahür edir. Beləliklə, koqnitiv linqvistika müasir linqvistik elminin müstəqil sahəsi kimi koqnitiv elmdən formalaşmış. Koqnitiv linqvistikanın son vəzifəsi şüur fəaliyyətindən məlumat almaqdır.

Koqnitiv linqvistikanın başqa koqnitiv elmlərdən fərqi əsasən onun materialındadır. O şüurun tədqiqatını dilin materialında aparır. Başqa koqnitiv elmlər şüurun tədqiqatını fərqli, öz material əsasında aparırlar. Digər təfəvütü ondan ibarətdir ki, o, koqnitiv prosesləri də həmçinin müxtəlif linqvistik üsullar (metodlar) vasitəsilə təhlil edir. Linqvistikada mövcud olan analizin linqvistik metodlarının dilə tətbiq etmək əsasında insan şüurunda olan mental representasiyaların növləri barədə nəticələr çıxardır və sonradan bu tədqiqat nəticələrinin koqnitiv interpretasiya edir.

Linqvokoqnitiv analizin material rolunu dil oynayır, və koqnitiv linqvistikanın müxtəlif konkret istiqamətlərində belə tədqiqatların məqsədləri fərqli ola bilər: koqnitiv kateqorial-terminoloji aparat vasitəsilə dilin alt qatının öyrənilməsindən təmənin və milli şüurun vahidləri (konseptosferası) kimi ayrı-ayrı konseptlərin strukturunun konkret modelləşməsinə qədər.

Linqvokoqnitiv tədqiqatlara yanaşma biz **semantik-koqnitiv** kimi fərqləndiririk, bununla tədqiqatın əsas istiqamətini sanki ifadə edirik, yəni dilin semantikasi və xalqın konseptosferası arasında olan qarşılıqlı münasibətlərin, semantik proseslərin koqnitiv ilə əlaqələrin tədqiqı.

Koqnitiv linqvistika psixolinqvistikanın nəzəri postulatlarının formalaşmasından sonra mümkün oldu. Məhz psixolinqvistlər qeyri-verballıq konsepsiyasını, insanların şüurunda təfəkkür vahidlərindən ibarət olan, daima dəyişən və yeniləşən konseptlərdən - konseptosferanın mövcudluğunu əsaslandırırlar.

Bəllidir ki, dilin işarələri insanlar tərəfindən yaradılıb vacib informasiya mübadiləsi məqsədilə, yəni daha ümumi geniş yayılmış və kommunikativ lazımı konseptlər üçün. Belə ki, dilin işarələri yalnız konseptual mənalara sahəsində punktirdir, konseptosfera isə daha həcmli və genişdir nəinki onun dil üsulları ilə işarələnən hissəsi. Psixolinqvistikanın bu nəzəri nailiyyətləri koqnitiv linqvistikanın metodologiyasının yaranması üçün bünövrə rolunu oynayır.

Bu metodologiyanın əsas müddəası ondan ibarətdir ki, dil işarələrinin semantikasının öyrənilməsilə **xalqın konseptosferasını** təsnif etmək olar. Konseptin sözlə və yaxud verbalizasiyanın başqa dil vasitələri ilə mütləq əlaqəsi yoxdur. Konsept dil vasitələri ilə verbalizəyə uğraya bilər, həmçinin olmaya da bilər.

Nitq aktında konseptin relevant hissəsi kommunikativ şəkildə verbalizə edilir. Konsepti verbalizə edən dil vasitələrinin semantikasının tədqiqı – konseptin verbalizə olunan hissənin təsnifinə yoldur.

Konseptin verbalizasiyasının səbəbləri və yaxud onun olmaması – kommunikativdir (konseptin kommunikativ relevantlığı). Konseptin verbalizasiyasının olub-olmaması onun təfəkkür vahidi kimi şüurda mövcudluğunun reallığına təsir göstərmir. Şüurda külli miqdarda qeyri-verballaşmış konseptlər mövcuddur. İndividual şüurda mövcud olan konseptlərin əsas hissəsi ümumiyyətlə verbalizasiyaya uğramır.

Bu və ya digər konseptin böyük sayda nominasiyaların mövcudluğu dil sisteminin həmin sahəsinin nominativ sıxlığına dəlalət edir (Карасик, 2004 : 111), belə ki, o da, öz növbəsində, xalqın şüuru üçün verballaşmış konseptin aktuallığını təzahür edir.

Əgər kommunikativ ehtiyac duyulsa konsept müxtəlif üsullarla (leksik, frazeoloji, sintaktik və s.), dil vasitələrinin bütöv kompleksilə verbalizasiyaya məruz qala bilər. Onların sistemləşməsi və semantik təsnifi imkan yaradır ki, konseptin modelləşməsində koqnitiv cəhətlər və koqnitiv təsnifçilər istifadə edilsin.

Konseptin müəyyən strukturu mövcuddur, o da konseptin varlığının və konseptosferaya daxil olmasının əsas şərtidir.

Konseptin strukturu müxtəlif dərəcədə koqnitiv cəhətlərlə formalaşır. Bu cəhətlər onları şüurda daşıyanların aydınlıq dərəcəsi ilə fərqlənir, və sahə xüsusiyyəti ilə konseptin strukturunda qaydaya salınır .

Konseptin milli, sosial, qrup şəklində və individual spesifikasi müəşahidə edilir. Konseptlərin məzmununun və strukturunun milli özünəməxsus xüsusiyyətləri var, endemik konseptlər də ola bilər, həmçinin konseptin lakunarlığı (boş sahəsi) da müşahidə olunur.

Semantik-koqnitiv analiz metodu nəzərdə tutur ki, mənaların məzmununun linqvo-koqnitiv təhlil prosesindən biz tədricən keçək konseptlərin məzmununun təsnifinə - koqnitiv interpretasiyasına. Koqnitiv interpretasiya – sementik-koqnitiv analizin elə mərhələsidir ki, onsuz tədqiqat qalır linqvistik semantika çərçivəsində.

Z.D.Popova və İ.A.Sternin “Konseptlərin antologiyası” kitabında qeyd edirlər ki: “Müvafiq konseptlərin üzə çıxarılmasını və təsnifini təmin etməklə, semantik-

koqnitiv yanaşma tədqiqatçıları üçün gələcəkdə əldə olunan məlumatın istifadəsinə iki imkan yaradır:

dilə qayıdış – dilin semantikasındakı hadisələrin və proseslərin izahı üçün əldə olunan koqnitiv biliklərin işlənməsi, leksik və qrammatik semantikanın dərinlən öyrənilməsi; tədqiqatın belə istiqaməti *koqnitiv semasiologiyayı* təqdim edir;

şüura hərəkəti – milli konseptosferanın, milli mədəniyyətin vahidləri kimi konseptlərin modelləşməsi; bu istiqamət *lingvokoqnitiv konseptologiyayı* təqdim edir” (Попова, Стернин, 2007 : 9).

Koqnitiv semasiologiyada belə konseptlərin komponentləri tədqiq edilir, qlobal düşüncə vahidi dilin semantik sahəsinə daxil olub (yəni vahidlərin semantikasına, dil vahidlərinin semaları olub), məsələn, koqnitiv proseslər müvafiq dil vahidlərinin semantikasının formalaşmasını və inkişafını təyin edib və edir. Dil hadisələrinin və proseslərinin izahı üçün koqnitiv terminoloji aparat istifadə edilir.

Y.S.Kubryakova qeyd edir ki: “Dil formalarının və onların koqnitiv analogları, müxtəlif koqnitiv strukturları ilə əlaqələndirilməsi - bu ilk öncə və sadəcə onların özünəməxsus xüsusiyyətlərinin və funksional xarakterik cəhətlərinin bir izah üsuludur” (Кубрякова, 2004 : 13).

Koqnitiv semasiologiya “konsept” anlayışını fərqli məqsədlərlə istifadə edir. Birincisi, tədqiq olunan materialın məhdudlaşdırılması üçün vasitə kimi, həmçinin daxili vahidliyin aşkarlanması və müxtəlif ipostasiyalarda (maddiləşmiş ideyalarda, formalarda) olan bir konseptin representasiyası ilə birləşən dilin leksik-frazeoloji və sintaktik sistemlərinin əsas sahələrinin strukturlaşması məqsədilə. İkincisi, dil vahidlərinin semantikasının izahı və ətraflı təsnifi vasitəsi kimi.

Linqvokoqnitiv konseptologiya “konsept” anlayışını milli konseptosferanın modelləşməsi və təsnifi məqsədilə milli koqnitiv şüurun vahidini linqvistik vasitələrlə modelləşmiş işarə kimi istifadə edir.

Linqvokoqnitiv konseptologiyanın vəzifəsi aşağıdakılardan ibarətdir:

- maksimum dərəcədə tədqiq olunan konsepti representasiya edən (yəni verbalizasiyanı, obyektivləşməni ifadə edən) dil vasitələrinin tərkibini aşkar etmək;

- linqvistik təhlilin nəticələrinin koqnitiv interpretasiyasının metodikasını tətbiq etməklə tam şəkildə bu vahidlərin semantikasını (sözləri, söz birləşmələrini, paremiyaları, mətnləri) təsnif etmək;
- milli (həm də sosial, yaş, tender, ərazi cəhətdən) özünəməxsusluğu ilə fərqlənən qlobal mental (düşüncə) vahidi kimi tədqiq edilən konseptin məzmununu modelləşdirmək;
- milli konseptosferada konseptin yerini təyin etmək.

Linqvokoqnitiv tədqiqatlarda semantik-koqnitiv yanaşma dəlalət edir ki, “dildən konseptə” tədqiqat yolu daha etibarlıdır və dil vasitələrinin analizi sadə və effektiv üsul vasitəsilə konseptlərin əlamətlərini aşkarlanmasına və konseptin modelləşməsinə şərait yaradır. Bunu sübut etmək üçün incəsənətin (musiqinin, rəssamlığın, memarlığın, heykəltəraşlığın) qeyri-dil vasitələrlə ifadə edilən konseptləri ilə müqayisə edə bilərik.

Dil vasitələri dil şüurun materializasiyasının (maddiləşdirmənin) vasitəsi kimi çıxış edir.

Moskva psixolinqvistik məktəbi çərçivəsində dil şüuru nitq ünsiyyət prosesində dil vasitələrlə formalaşmış şüur kimi təhlil olunur. O dil vasitələrinin sayəsində tədqiq edilir. Bu konseptdə dil vasitələrinə ayrı-ayrı sözlər, söz birləşmələr, frazeologizmlər, paremiyalar, mətnlər və assosiativ sahələr aiddir.

Y.F.Tarasov qeyd edir: “Dil şüuru – dil vasitələri ilə, yəni ayrı-ayrı leksemlər, söz birləşmələri, frazeologizmlər, mətnlər, assosiativ sahələr və assosiativ tezauruslarla formalaşan şüurun obrazlarıdır, bu sahələrin məcmusu kimi. Dil şüurun obrazları özündə əksər hallarda nitq prosesi zamanı subyekt tərəfindən formalaşan əqli, zehni bilikləri və perseptiv biliklərin yenidən işlənməsi nəticəsində şüurda yaranan, müəyyən fəaliyyətdə hiss-həyəcan orqanları tərəfindən əldə olunan duyğulu bilikləri integrasiya edir” (Тарасов, 2003 : 3).

Linqvistik konseptologiyanın tədqiqat predmeti bu və ya digər konsepti obyektivləşdirən dil vahidlərinin mənalarıdır, yəni dil şüuru, son məqsədi isə -

dilin materialına görə fikir vahidi kimi konseptin modelləşdirilməsidir, yəni koqnitiv şüurun rekonstruksiyasıdır.

Semantik-koqnitiv tədqiqatın bu vacib mərhələsilə əlaqədar dil vahidlərinin semantikasının təsnifi nəticələrinin koqnitiv interpretasiyası – linqvokoqnitiv tədqiqat prosedurun məhz o mərhələsidir ki, dil məlumatını koqnitivə “tərcümə” edərək konseptin modelləşməsinə imkan yaradır.

Koqnitiv linqvistikanın başqa istiqamətləri həmin mərhələni nəzərdə tutmur və yaxud metodikanın ayrıca mərhələsi kimi fərqləndirmirlər. Bu mərhələni semantikanın analizində nəzərdə tuturlar.

Linqvistik konseptologiyada tədqiq edilən konseptin nominativ sahəsinin linqvistik təsnif nəticələrinin koqnitiv interpretasiyası – tədqiqatın ən vacib və zəruri mərhələsidir.

“Koqnitiv interpretasiya” dedikdə konsepti nominallaşdıran dil vahidlərinin mənalarının təsnifi nəticələrinin yüksək səviyyədə abstraksiyası, bu və ya digər mənalarla və yaxud bu dil vahidlərinin semantik komponentləri ilə reprezentasiya olunan koqnitiv əlamətlərin aşkarlanması və sözlə formulə edilməsi üçün, yekunda konseptin məzmununu modelləşdirilməsi məqsədilə fikirdə olan ümumiləşmə nəzərdə tutulur.

Koqnitiv interpretasiyaya qədər alınan bütün semantik təsniflər – konseptin məzmununun və strukturunun təsnifi deyil. Onlar ayrı-ayrılıqda və yaxud cəmdə koqnitiv əlamətlərini adlandıran, bu və ya digər dil vasitələrlə verbalizasiyaya uğrayan nominativ vahidlərin mənalarıdır.

Koqnitiv interpretasiyanın mərhələsi olmadan konseptin modelinin yaranması mümkün deyil. Əgər biz bu mərhələdən keçməsək konseptin konseptlə modelləşməsi sadəcə vahidlərin mənalarının eyniyyətinə gətirəcək. Bu da koqnitiv şüurun vahidi kimi real konsept haqqında təsəvvürü təhrif edəcək, yəni neqativ tərəfə dəyişəcək.

Koqnitiv interpretasiya metodikasının assosiativ eksperimentinin nəticələrini təhlil edək. Assosiasiyalar konseptin məzmununu formalaşdıran müəyyən koqnitiv əlamətlərinin dil representasiyaları kimi interpretasiya edilir. Interpretasiyanın son məqsədi koqnitiv əlamətlərinin formalaşmasıdır.

Öz semantik mənasına görə yaxın assosiasiyalar vahid inteqral koqnitiv əlamətə ümumiləşirlər, o da tədqiqatçı (interpretator) tərəfindən şifahi formulə edilir. Formulə edilən koqnitiv əlamətin adlandırılması üçün adətən təkrarlanma reaksiyası və yaxud üslubi cəhətdən daha neytral olan söz seçilir.

Məsələn, əlli beş nəfərlə sərbəst assosiativ eksperiment zamanı aydın oldu ki, “Yer” sözünün assosiasiyaları belədir: “böyük” – 20, “iri” – 3, “çox böyük” – 2, bunlar interpretasiya olunur “böyük” ümumi koqnitiv əlamətin obyektivasiyası kimi. Assosiasiyaların ümumi təkrarlanması – 25-dir. “Dairəvi” – 24, “Yer kürəsi” – 4, “şar kimi” – 2, cəmdə 30 ümumiləşir “dairəvi” koqnitiv əlamətə.

“Azərbaycan dili” anlayışı ilə 325 nəfərin arasında aparılan assosiativ eksperiment zamanı koqnitiv interpretasiya nəticəsində həmin konseptin aşağıdakı koqnitiv əlamətləri aşkar olundu:

“zəngin” -132 (rəngarəng, müxtəlif, ifadəli, ibarəli, dəyərli, qiymətli, miqyaslı);

“yaxşı” – 90 (gözəl, ahəngli, ən yaxşısı, normal, əla, yayılan);

“mürəkkəb” – 57 (çətin, ağır, qəliz);

“asan” – 46 (sadə, yüngül, anamlı, asan anlaşılan, tez yadda qalan) və s.

Qeyd etmək lazımdır ki, koqnitiv interpretasiya prosesində konseptin koqnitiv əlamətləri kimi bütün əldə olunan assosiasiyalar interpretasiyaya uğrayır. Məsələn, “həqiqət” sözünü deyəndə koqnitiv əlamətləri kimi “Həqiqət” qazeti, “həqiqəti (sözü) üzə demək”, “həqiqət həyatda real hadisələri təzahür etməlidir”, “acı həqiqət”, “həqiqət (düz söz) acı olur”, “acı həqiqət, şirin yalandan yaxşıdır”, “həqiqəti deyəndə altını çəkirsən”, “həqiqət acı yaşadır”, “həqiqət - illüziya ola bilər”, “haqq-ədaləti bərpa etmək”, “haqq-ədalətlə hərəkət etmək”, “haqq söz acı

olar”, “həqiqət budur”, “həqiqətdən uzaq”, “həqiqətə yaxın”, “həqiqəti gözünün içinə demək” kimi dil vahidləri.

Koqnitiv interpretasiyada hər əldə olunan nəticə - konseptin strukturunda əlaməti - parlaqlığı, aydınlığı və rəngarəngliyinə görə düzülə bilər.

Koqnitiv əlamətin obrazlıq indeksi – onun koqnitiv parlaqlığıdır, yəni assosiativ eksperiment zamanı koqnitiv şüurda əlamətin dərk edilməsi, həmin əlamətin obyektivləşməsi tezliyində aktuallaşan konsept.

Koqnitiv əlamətin parlaqlıq indeksi eksperiment zamanı həmin əlaməti obyektivləşdirən tədqiq edilənlərin sayı ümumi sayda təhlil olunanlarla nisbini təyin edilir.

Psixolinqvistik eksperimentlərin nəticələrinin koqnitiv interpretasiyası göstərir ki, konseptin strukturunda parlaq şəkildə və bir-birinə zidd olan koqnitiv əlamətlər seçilə bilər. Məsələn, “ingilis dili” və “alman dili” konseptlərində – “çətin, asan” – koqnitiv əlamətlər mövcuddur. Bu konsept və sözün mənası arasında olan prinsipial fərqliliyin əsaslı dəlillərindən biridir. Sözün mənasında zidd olan əlamətlər istisna haldır.

Konseptin təsnifi nəticəsinin koqnitiv interpretasiyasının ikinci mərhələsi müxtəlif koqnitiv əlamətlərinin ümumiləşdirilməsidir və həmin hadisənin konseptuallaşması üçün istifadə edilən koqnitiv əlamətlərinin əsasında təsnifi əlamətlərinin (koqnitiv klassifikatorların) aşkarlanmasıdır.

Yaxın koqnitiv əlamətlər bir konseptin təsnifi əlamətinin dil representasiyaları kimi interpretasiya edilir, onların təkrarlanması isə konseptin strukturunda bu və ya digər təsnifi koqnitiv əlamətlərinin - parlaqlıq, aydınlıq, aktuallıq təyini məqsədilə cəmlənir.

Belə ki, “Azərbaycan dili” konseptində seçilən “zəngin” və “kasıb” koqnitiv əlamətlər təsnifi əlamətə görə ümumiləşir – “lüğət tərkibinin zənginliyi”; koqnitiv əlamətlər – “yaxşı”, “pis” – təsnifi əlamət “ümumi qiymət”; koqnitiv əlamətlər –

“mürəkkəb”, “asan” – “dilini mənimsənilməsinin, öyrənilməsinin mümkünlüyü”; koqnitiv əlamətlər – “gözəl, qeyri-gözəl” – estetik qiymətin əlamətidir; əlamətlər – “geniş yayılmış, tanınmış, dünyanın 50 million azərbaycanlıların ana dili, çoxmillətli” – təsnifi əlamət – “yayılan, geniş işlənən”, əlamətlər “ahəngli, melodik, lirik, ifadəli, gözəl səslənən” – təsnifi əlamət “səs obrazı” və s.

Bütün aşkarlanan əlamətlər müəyyən koqnitiv təsnifi əlamətlərinin obyektivləşməsi kimi interpretasiya edilir, bu da öz növbəsində koqnitiv şüur vasitəsilə konseptin denotativ konseptləşməsinin spesifik özünəməxsus xüsusiyyətlərinin üzə çıxarılmasına imkan yaradır.

Lakin onu da vurğulamaq lazımdır ki, müxtəlif linqvistlər tərəfindən eyni konseptlərin təsnifi, hətta oxşar metodikalar əsasında da, bir-birindən fərqlinir. Belə halda konseptin strukturunda koqnitiv əlamətin parlaqlığı, aydınlığı, həmçinin konseptin spesifikasiyalarının yaşı, sosiallığı, professionallığı, genderliyi haqqında məlumat əldə etmək vacibdir.

“Ünsiyyət nədir?” sualına cavab vermək üçün kommunikasiyanın məzmunu, vasitəsi və dilini təhlil etmək zəruriyyəti aşkar edilir.

Simvolik kommunikasiya bir obyekt və ya hadisə haqqında məlumat almaq üçün sözlərdən, hərflərdən, simvollarından və ya oxşar vasitələrdən istifadə kimi müəyyən edilir. Belə geniş tərif bir sıra tərkib anlayışları daxil edir: kommunikasiyanın semantikasi söz və simvolların mənasını ifadə edir; kommunikasiyanın sintaksisi istifadə edilən simvollar arasında əlaqələrə aiddir; kommunikasiyanın pragmatikasi isə müəyyən məqsədlərə nail olanda onların effektivliyini və səmərəliliyini göstərir.

Bir tərəfdən, rəmzlər hadisələrin mahiyyəti, məzmunu və obrazı, sensor qavrayışdan uzaq olan ideyaları arasında vasitəçi rolunu oynayır, digər tərəfdən isə, reallıqda onların birbaşa hiss orqanlarına təsiri zamanı obyektlərin və hadisələrinin təzahürüdür.

Bəzi alimlər simvolları, yalnız ifadə, formaları baxımından tək tərəfli mahiyyət kimi qiymətləndirməyə meyl edir, məsələn, V.M. Solntsev, A.A.Vetrov və s. Avstriya alimi-pozitivist R.Karnap semiotikada məntiqi-riyazi istiqamətini inkişaf etdirib.

Simvolların tipologiyaları müxtəlif əsaslara söykənir. İşarənin ümumi nəzəriyyəsinin anlamasına müvafiq olaraq Ç.Pirs üç növ simvolları fərqləndirir:

1) ikonik, onun hərəkəti faktiki oxşarlıq əlaməti əsasında keçirilir, məna verən və məna əks edən (insanın şəkli və insanın özü),

2) indeks, onun hərəkəti məna verən və məna əks edən real yanaşılığın əsasında keçirilir, (tüstü odun indeksidir, solğun üz ifadəsi nasazlığın və yaxud qorxunun indeksidir), və

3) simvol, onun hərəkəti şərti olur, məna verən və məna əks edən əlaqəsinə əsasən baş verir (başla əymə, bir qayda olaraq, “razılıq” mənasında, bolqarlarda isə tərsinə “mənfi, razı olmamaq” mənasında).

Simvol, çox güman ki, ayrı bir obyektə və əşyaya işarə etmir, onun növünə işarə edir.

Ən sadə simvol ikonikdir; o özü məlumat ötürə bilmir və keçmiş təcrübəyə məxsusdur. İndeks öz təbiətinə görə indiki təcrübədə mövcuddur və məlumatı ötürə bilər. Nə ikonik nişanlar, nə də indekslər heç nəyi israr edə bilməz. Ümumi mənaya görə yalnız simvollar mülahizə formalaşdırı bilər və ona münasib olaraq tərəfdaşın müəyyən formada gələcək (addım, reaksiya və s.) proqramlaşdıraraq, fikirlərinə və davranışına təsir edə bilər.

Sosial kommunikasiyanın ən mühüm funksiyası - pragmatikdir. Simvol özünə oxşar elementləri ilə münasib olaraq məzmunu aktuallaşdırır, əgər o məzmunun sosial cəhətdən müəyyən edilmiş (bu və ya digər kollektiv tərəfindən qəbul olunan və başa düşülən) interpretasiyanı təqdim edir. Başqa sözlə desək, simvol kommunikasiya məqsədlərinin həyata keçirilməsi üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Praqa Linqvistik məktəbi simvolun sosial şərtlənməsi probleminin nəzəri inkişafı ilə məşğul olub. Burada işarə cəmiyyətin üzvləri arasında vasitəçi rolunda çıxış edir və ictimaiyyət tərəfindən qəbul edilən zərurətlərdən irəli gələn yalnız bütün mənalar sisteminin əsasında anlamı təmin edən sosial varlıq kimi qəbul olunur. Sosial problemlərinin tədqiqi ilə, onların simvolik təqdimatında, simvolik interaksionizm məşğul olur.

Müasir elmdə işarənin sosial şərtlənməsi məsələləri ilə əsasən dil, nəsr və poetika nəzəriyyəsi, müxtəlif sənət formaları sahəsində həm qnoseoloji, həm də ümumi metodoloji baxımından öyrənilir.

Sosioloqlar tərəfindən sosial işarə bir əşyada, sözdə, jestdə, hərəkətdə və ya obrazda realizə oluna bilən simvol kimi təhlil edilir. Sosial psixologiyada simvollara fərdin sosial vəziyyəti, onun hər hansı bir hərəkət, təşkilat və ya qrup mənsubluğu haqqında məlumat verən müxtəlif şərti işarələri (məsələn, rəmzləri, ordenləri, döş nişanları, üzükləri) aid edirlər. Sözdən tərtib olunan və müəyyən obyektlərə və ya əşyalara işarə verən rəmsiz sosial simvol kimi fəaliyyət göstərə bilər və bu funksiya ilə o cəmiyyətin sosial dəyərlərini əks etdirir. Müxtəlif cəmiyyətlərdə işarənin sosial interpretasiyası fərqli ola bilər (məsələn, avtomobil anlayışı sosial simvol kimi bizim və amerikan cəmiyyətlərində).

Kommunikantların sosial statusu və ya sosial rolları barədə informasiyanı bildiren, məlumat verən jestlər və ya hərəkətlər, sosial simvollar kimi, çıxış edə bilər. Şüurlu dərk olunmayan, lakin cəmiyyət üçün vacib sayılan hadisələr, məsələn, “doğum” və “ölüm” faktları, sosial simvollar kimi sayıla bilər. İnsanın gündəlik fəaliyyətində cəmiyyətin ən yüksək sosial dəyərləri sayılan “azadlıq, həqiqət, dürüstlük, yaxşılıq, sevgi” - simvollar kimi çıxış edir.

Semiotika səviyyəli şəkildə düzgün məlumat göstərə bilən maddi-ideal formasiya kimi işarə barədə postulatı təqdim edir. O, işarəni ümumiləşdirilmiş konsept kimi göstərir (yaxşılıq - pislilik, baş - əsas olmayan).

Y.S.Stepanov, semiotikanın müasir vəziyyətini analiz edərək, izah edir ki, niyə “əlamətin prinsipi” “ifadə (bəyanat) prinsipi” ilə əvəz edilib, yalnız əlamətlərdən ibarət olan və ifadələri olmayan sistemləri ayırmağa nə şərait yaradır və necə, məsələn, heyvanların kommunikativ signallar sistemində və ya memarlıq rəmzlər sistemində, və işarələrdən ibarət olan sistemlərdə. Eyni zamanda, bu semiotikanı insan cəmiyyətində mövcud olan kommunikasiya problemlərinə yaxınlaşdırır və semiotik tədqiqat üçün xüsusi sahə (sfera) ayırmağa imkan yaradır: verbal kommunikativ sistemlər kimi - dil və ədəbiyyat.

Problem burasındadır ki, işarələri necə başa düşmək lazımdır, məsələn: “kəllə və xaç kimi düzülən sümüklər”- təhlükə işarəsi və ya göstərici və qadağan edici yol işarələrini və yaxud nitqdə aktuallaşan ifadələr “Dur!, Yavaş!, Asta ol!”. Əlbəttə ki, həmin işarələr obyektiv daimi və subyektiv dəyişən komponentlərini daxil edərək və propozisional funksiya əsasında abstraktlaşan “semiotik özək” kimi ifadənin təyininə cavab vermir. Birinci komponentlərə məlumat (informasiya), ikinci komponentlərə isə - reallığa münasibət, məlumatın dəqiqliyinin, kommunikativliyin olmasının, məlumata natiqin emosional münasibətinin qiymətləndirilməsi də aiddir (Степанов, 1983 : 5-10).

Verbal (nitq) kommunikasiyası adı altında verbal ünsiyyət başa düşülür. Həmsöhbətlərinin fikir, informasiya, emosiya mübadiləsi prosesi ünsiyyət deməkdir. Sosiologiya ünsiyyət prosesini insanların sosial cəhətdən şərtlənən fəaliyyət növü kimi təhlil edir. Psixologiya insanlar arasında məlumat mübadiləsi məqsədilə yaranan və inkişaf edən əlaqələrinin prosesini araşdırır. Dilçilər isə ünsiyyət prosesini bu və ya digər nitq vəziyyətlərində (situasiyalarında) dilin kommunikativ funksiyasının aktuallaşması kimi təqdim edirlər.

Verbal kommunikasiyasının əsas elementi elə mexanizmdir ki, sosial əhəmiyyətli nəticə kimi şəxsi və kütləvi təsir nəticəsində onun (mexanizmin) vasitəsilə məlumatın ötürülməsi və qavranılması proseslərinin tərcüməsi baş verir. Başlıca olaraq, kütləvi sosial kommunikasiya kontekstində dilin funksional xüsusiyyətlərini sosial-lingvistik aspektdən tədqiq etmək lazımdır.

Mətbuatda təqdimatın müxtəlif üslub xüsusiyyətləri mövcuddur, məsələn: Akif Əlizadənin, Anarın, Çingiz Abdullayevin, Rafael Hüseynovun, Baba Vəzir oğlunun, Aqil Abbasın, Hüseynbala Miraləmovun, Sabir Rüstəmخانlının, V.Q.Kostomarovun, A.L.Şveitserin, V.P.Muratın, radio və televiziya proqramlarında - Salehin, Elgizin, Zaurun, İlkin Həsən oğlunun, N.N.Boqomolovanın, S.V. Sveşananın, M.V. Zarvanın.

Üslubun seçimi nitqin predmetindən də, ünsiyyət baş verdiyi ümumi vəziyyətindən də asılıdır. Adət olunan, gündəlik vəziyyətə *neytral üslub*, təntənəli hallar üçün isə *yüksək üslub* xasdır, səmimi dostluq şəraitində daha çox aşağı tonda olan üslub xarakterikdir.

Qeyd etmək lazımdır ki, əsasdan başqa əlavə məlumat da dil vahidləri vasitəsilə ötürülür:

- a) ünsiyyət baş verdiyi həyat sahələri barədə (funksional-üslubi məna);
- b) həmin dil vahidləri daha çox işlənən vəziyyətlərin növləri barədə (ekspressiv-üslubi məna);
- c) həmin dil vahidləri vasitəsilə işarələnən hadisələrin ictimai qiymətləndirilməsi barədə (qiymətləndirici-üslubi məna).

Kütləvi informasiya şəraitində (kontekstində) dilin ictimai funksiyalarını şərtləndirən sosial və linqvistik amillər arasında qarşılıqlı mexanizmlərini aşkar edərək təhlil edən fransız dilində yazmış görkəmli İsveçrə dilçisi Şarl Balli (1955) hesab olunur. O yazırdı ki, üslubiyyatın əsas vəzifələrindən biri ünsiyyətin sahələrində və ya sferalarında dil vasitələrinin bölüşdürülməsinin tədqiqidir və insanların fərqli durumlarını və duyğularını ifadə edən nitqin müxtəlif emosional rəng çalarlarının öyrənilməsidir. O, ifadəli, emosional, duyğusal dil vasitələrinin üç mənbəsini təsvir edib: a) emosional çaları xarakterizə edən (məsələn, “cılız” (щуплый) sözün yerinə “arıq” (худой) sözünün işlənməsi); b) sosial çalara malik olan (məsələn, “mən batdım” və ya “mən öldüm” (я накрылся, мне хана)

ifadələrinin əvəzinə ümumişlək “mən ifşa olundum” və ya “mən iflasa uğradım” (я пропал) ifadələrinin işlənməsi).

“Ünsiyyət nədir?” sualına cavab vermək üçün dilin semiotikasını, o cümlədən sintaktikasını, semantikasını və pragmatikasını təhlil etmək zəruridir. Kütləvi kommunikasiyanın metodikasının tədqiqi üçün əsas məqamlar dil variativliyinin sosiolingvistik ölçmələrin (lingvistik, informasiya-məzmunlu və kommunikativ) prinsiplərinin öyrənilməsidir və ölçmənin üçtərəfli modelinin əsaslandırılmasıdır [mən - başqası - üçüncüsü (kimsə və ya nəşə)].

Nitq normalarının formalaşması zamanı informasiya ötürülməsində şifahi kanallarının rolunun tədqiqi xüsusi maraq kəsb edir. Qeyd olunan problemlərin kütləvi kommunikasiyasının həyata keçirilməsinin sosio-kommunikativ aspektilə bilavasitə əlaqəsi var. Kütləvi kommunikasiyasının xarakterik xüsusiyyətləri kimi funksional oriyentasiyanı və pragmatika ilə sıx əlaqələri qeyd etmək olar.

Birinci cəhət kommunikativ prosesinin spesifikasi ilə izah edilir – fikrin formalaşması sözlərin deyilişindən əvvəl olur, və kommunikativ vahidlər (söyləm və diskurs), dil vahidlərindən – sözlərdən fərqli olaraq (birsözlü söyləmlərlə qarışdırmamaq şərti ilə) – və ifadələrdən kommunikasiya prosesində formalaşır. Kommunikativ prosesinin bu xüsusiyyəti ilə kommunikasiyanın ikifazlı, digər halda isə üçfazlı nəzəriyyəsi bağlıdır: kommunikativdən öncə - kommunikativ – kommunikativdən sonra (Конецкая : 216).

Fazalararası sərhədlər şərtidir çünki fikrin və onun ifadəsinin kommunikativ vasitələrinin qarşılıqlı əlaqəsi kifayət qədər mürəkkəb prosesdir, “fikrin sözə münasibəti, ilk öncə - bir şey deyil, lakin proses, bu münasibət – fikirdən sözə olan hərəkətdir və tərsinə - sözdən fikrə ... fikir sözdə ifadə olunmur, lakin sözdə formalaşır” (Выготский, 1934 : 264).

Pragmatika, kütləvi kommunikasiyasının xarakterik cəhəti kimi, özünü orada göstərir ki, məhz kommunikasiyada onun iki əsas funksiyası aktuallaşır – qarşılıqlı əməkdaşlıq və təsir. Pragmatika – “individlər tərəfindən istifadə olunan işarələr və

işarə sistemlərinin münasibətlərinin öyrənilməsinə həsr edilən semiotikanın bölməsidir; dilin işlənməsinin nəzəriyyəsidir; dil daşıyıcıları tərəfindən dilin istifadəsini təyin edən amillərin kompleksidir” (ФЭС : 503).

İlk dəfə elmi terminologiyaya “praqmatika” terminini Çarlz Moris gətirmişdir.

Mətnlərin adekvat qavrayışı və anlaması üçün əsaslı sayılan praqmatik xüsusiyyətlər və əlaqələr adətən təhlil olunan işarə sisteminin vasitələri ilə ifadə olunmur.

Sırf linqvistik və məntiqi metodlardan başqa, dilin praqmatik xüsusiyyətlərinin və münasibətlərinin öyrənilməsi psixologiyanın (xüsusilə, sosial psixologiyanın, mühəndis psixologiyanın, və başqa elmlərin) anlamlı və metodoloji aparatının tətbiqini tələb edir.

Dilin anlamasının dəqiq nəzəriyyəsinin yaranması praqmatikanın semantika ilə nisbi münasibətlərinin təyini tələb edir. Semantika, semiotikanın (və məntiqin) bölməsi olaraq, bir-birilə bağlı olan anlayışlar kompleksinin analizi ilə məşğuldur. Semantika dil vahidlərinin (sözlərin, söz birləşmələrinin) mənalarını öyrənir. Tədqiq olunan obyektlərə qarşı mənə və məzmun barədə sual qoyulur.

“Anlayış (termin), söyləmə, fikir, düşüncə nə deməkdir?” sualında semantikanın problematikası ifadə olunur. Analizin obyektı - işarədir, mətnin bir parçası. Hər hansı ad üçün predmetli mənənin (denotatın) varlığı bu ad barədə əsaslı informasiya verir, lakin, buna baxmayaraq, semantik problematikanı çözmür. Predmetli mənə həmin adla deyilən anlayışın həcminə işarə edir, lakin onun məzmununu izah etmir.

Semiotikanın digər bölməsi – sintaktika sintaksisin nöqtəyi nəzərindən işarələr sistemlərinin sırf struktur xüsusiyyətlərini təhlil edir (işarələr sistemlərinin mənalarına və funksiyalarına nisbi yanaşaraq). İşarələr konstruksiyasının qeyd

olunan mənasının formalaşması əlifba (hərflərin, işarələrin birləşməsi), təhsil qaydaları və islahatlar (reformasiya) vasitəsilə baş verir .

İşarələr sistemlərinin qeyd olunan üç səviyyədə öyrənilməsi (praqmatika, semantika, sintaktika) işarəli sistemlərinin xüsusiyyətlərini tədqiq edən elmi nəzəriyyələrinin kompleksini təşkil edir və onların hərəsinə müəyyən bir şəkildə müvafiq bir dəyər verilir. İşarələr sistemlərinin nümunələri kimi təbii (danışıq) dilləri, süni dilləri, vasitəçi rolunu oynayan dilləri (Morze dili, kodların digər dilləri)ni misal gətirmək olar.

Digər işarələr sistemlərinin misalları kimi təsviri incəsənət, teatr, kino, musiqi dillərini təqdim etmək olar. Müxtəlif işarələr sistemləri insanların idrakı və təcrübi fəaliyyətinin prosesi zamanı formalaşan xarici dünyanın müəyyən fraqmentlərinin modelləri kimi təhlil oluna bilər.

Sadə cümlənin daxilində mövcud olan sintaktik əlaqələr bir-birilə bilavasitə bağlı olan sözlər zənciri kimi formalaşır. Belə əlaqələr tabelilik və tabelsizlik əlaməti əsasında qurulur. Mürəkkəb cümlələr eyni zamanda həm tabelilik, həm də tabelsizlik əlaqələri əsasında qurula bilər və yaxud yalnız bir əlaqə əsasında, məsələn: mürəkkəb tabelsiz cümlə və ya mürəkkəb tabeli cümlə. Tabelilik homogen (coherent) ola bilər, cümlənin iki tabeli hissəsi eyni səviyyədə olur, və ya heterogeneous (incoherent), bir neçə tabeli cümlələr bir baş cümləni təyin edərək, ona aid olur.

Kommunikasiyanın semio-sosioloji konsepsiyasında (ünsiyyətdə işarələrin və işarələr sistemlərinin işlənməsi) “kommunikasiya” anlayışı “informativ təsir” anlayışının sinonimi deyil. Bundan başqa, “subyekt - subyektiv” münasibət ideyasının həyata keçməsi (realizasiyası) ünsiyyəti dialoq şəklində nəzərdə tutur, yəni digər (geriyə olan) əlaqəsinin mövcudluğu.

Ünsiyyət – sosial subyektlərin (qrupların, şəxsiyyətlərin) sosial cəhətdən şərtlənən qarşılıqlı əlaqə və təsir prosesidir. Müxtəlif sahələrinin əmək və yaradıcılıq fəalliyətində özünü büruzə edən, kommunikasiyanın verbal

vasitələrinin vasitəsilə əsaslı surətdə realizə olunan insanlararası fikir və hisslər mübadiləsi ünsiyyət prosesinə daxildir.

Ünsiyyətin vasitəçi elementləri ideyalar, dəyərlər, fikirlər, ideallar, hisslər və əhval-ruhiyyələrdir. Sosial dəyərlərinin təcəssümü maddi-fiziki elementlərin vasitəsilə həyata keçirilir, və bu mənada ünsiyyətin müəyyən formalarında maddi dəyərlər həmçinin vasitəçi rolunu oynayır. Ünsiyyət prosesində yalnız məlumatın parçaları, hissələri (fragmentləri) ötürülmür, həmçinin sosial təcrübə də ötürülür; qarşılıqlı təsir edən subyektlərin mahiyyətinin dəyişilməsi, şəxsiyyətin ictimailəşməsi (fərdinin sosiallaşması) baş verir.

Ünsiyyət üsulunun seçimi qarşılıqlı təsir edən insanların individual-tipoloji imkanlarından asılıdır. Buraya insanın kommunikativ imkanlarının xüsusiyyətləri, konkret insanlar və kollektivlərlə formalaşmış münasibətlərinin xarakteri aiddir. Ünsiyyət üsullarının arasında yaradıcı-produktiv, dost, distantlı, təsir edən, işgüzar və başqalarını qeyd edirlər.

Ünsiyyət prosesində şifahi nitq və müəyyən sosial mənaları ifadə edən məlumatın paralingvistik sistemi (mimika və jestlərin dili – body language) xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Cəmiyyət tərəfindən qəbul olunmuş, nitqin qaydalarına və normalarına müvafiq olan, sosial mənalı situasiyalarında insanların motivləşmiş danışq hərəkətlərinin sistemi ***nitq fəaliyyəti*** adlanır. Yəni nitq fəaliyyəti ***hərəkətlər sisteminin*** mövcudluğunu nəzərdə tutur.

“Nitq fəaliyyəti” və “şifahi ünsiyyət” (nitq kommunikasiyası) anlayışları dar mənada eyni məna yükü daşıyır. Halbuki bu anlayışlar sinonim deyil, baxmayaraq ki, bir sıra hallarda onlar qarşılıqlı əvəz oluna bilər. Şifahi ünsiyyət elə prosesdir ki, nitq fəaliyyətinin normalarına müvafiq olaraq konkret vəziyyətlərdə realizə olunan məqsədyönlü ünsiyyəti nəzərdə tutur. Belə bir dar mənada o, sosial cəhətdən şərtlənən dialoqda və ya poliloqda verbal və qeyri-verbal kommunikativ vasitələrin köməyi ilə baş verən məlumatın ötürülməsi və qavranılması prosesi kimi təqdim olunur.

II Fəsil

Ünsiyyət - qarşılıqlı əməkdaşlıq kimi

İctimaiyyətlə əlaqələrdə mütəxəssis işinin müvəffəqiyyəti əksər hallarda onun kommunikativ qabiliyyəti, konfliktdən uzaq olmaq bacarığı, sosial təsirin psixologiya prinsiplərinin biliyi ilə və onları təcrübədə tətbiq etməklə xarakterizə edilir. Belə bacarıqlarının formalaşmasında və inkişafında böyük rol insanlararası kommunikasiya oynayır.

Ünsiyyətin təyində əsas məqam – “informasiyanın çatdırılması” deyil, kollektiv həyatının daxili mexanizmi kimi başqa insanlarla qarşılıqlı təsiridir. Burada qarşılıqlı təsir - ideyalarının, maraqlarının mübadiləsi, konseptlərin formalaşması, ictimai-tarixi təcrübənin mənimsənilməsi kimi başa düşülür.

A.A.Leontyev vurğulayır ki, qarşılıqlı təsir (interaksiya) ünsiyyət vasitəsilə baş verir və onun sayəsində insanlar bir-birinə qarşılıqlı təsir edir (Леонтьев, 1974 : 33).

Bunlar hamısı insanlararası kommunikasiyasının özünəməxsus xüsusiyyətlərinin öyrənilməsinin zəruriliyinə bir daha dəlalət edir.

Qarşılıqlı əməkdaşlıq məqsədinə çatmaq üçün düzgün ünsiyyət qurmaq lazımdır. Bunun üçün də fərdlərarası və qruplararası qarşılıqlı təsirin psixologiyasını öyrənmək zəruridir. Belə ki, ünsiyyətin funksiyaları, növləri və strukturu xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, tanınmış fransız yazıçısı və mütəfəkkiri A.Sent-Ekzüperi, “Balaca şahzadə” haqqında nağılın müəllifi, insan həyatında ünsiyyətin rolunu və əhəmiyyətini qiymətləndirərək, onu “insanda mövcud olan yeganə qiymətli bir varlıq” kimi təyin edib. Ünsiyyətin reallığı və zəruriliyi insanların

birgə fəaliyyəti ilə təyin edilir. Məhz ünsiyyət zamanı və yalnız ünsiyyət prosesində insanın mahiyyəti aşkar olunur.

Psixologiyada təyin edilib ki, uşağın inkişafı, onun sosiallaşması – “ictimailəşməsi” – ictimai insan olması – ona yaxın olan insanlarla ünsiyyətindən başlayır, ilk növbədə anası ilə. Ünsiyyətin subyektı kimi uşağın anası ilə sırf emosional ünsiyyəti – onun fəaliyyətinin ilkin növüdür.

Uşağın sonrakı inkişafı insan münasibətlərinin sistemində mövcud olan onun yeri və mövqeyi ilə təyin edilir. Ünsiyyətsiz şəxsiyyətin formalaşması, ümumiyyətlə, mümkün deyil. Məhz başqa insanlarla ünsiyyət prosesində uşaq ümumbəşəri təcrübə yığır, bilik toplayır, vərdiş və bacarıqlara malik olur, təfəkkürünü və özünüdərkini, həmçinin fikirləri, idealları və əqidəsini inkişaf etdirərək formalaşdırır və s. Yalnız ünsiyyət prosesində uşağın mənəvi-ruhani və əxlaqi tələbatı, estetik hisslər yaranır, onun xasiyyəti formalaşır. Uşağın inkişafı bilavasitə ünsiyyət dairəsi və xarakterindən asılıdır.

Ünsiyyət yalnız bir fərdinin yox, bütün cəmiyyətin inkişafında böyük əhəmiyyət kəsb edir. Ünsiyyətsiz insan cəmiyyətini təsəvvür etmək mümkün deyil. Cəmiyyətdə ünsiyyət individlərin bir-birilə bağlanması üçün fundamental şərti kimi çıxış edir, həmçinin o həmin individlərin inkişaf üsuludur.

İnsanların həyatı və fəaliyyəti üçün ünsiyyətin əhəmiyyəti günü gündən ona (ünsiyyətə) artan psixoloqların marağını təyin edir. Psixologiyada “ünsiyyət” kateqoriyası “şəxsiyyət”, “şüur”, “fəaliyyət” anlayışları ilə birgə əsas sayılır. “Şəxsiyyətə”, “şüura” və “fəaliyyətə” bənzər, ünsiyyət yalnız psixoloqların yox, həmçinin sosioloqların, kommunikasiya sahəsində çalışan mütəxəssislərində tədqiqat predmetidir. Bu müxtəlif alimlər tərəfindən anlayışların fərqli anlamasını və vahid təyininin formalaşmasının çətinliklərini şərtləndirir. Ümumi halda psixologiyada ünsiyyəti insanlar arasında qarşılıqlı təsir prosesi kimi təyin edirlər. Bu proses zamanı insanlararası münasibətlər yaranır, formalaşır və inkişaf edir, fikir, hiss, təcrübə mübadiləsi baş verir.

Ünsiyyət əhəmiyyətinin daha dərin dərk olunması üçün onun fəaliyyət prosesi ilə əlaqəsinin xarakterini təyin etmək vacibdir. Psixologiyada “ünsiyyət - insani münasibətlərinin reallığı” kimi anlamından irəli gələn, ünsiyyət və fəaliyyətin vəhdəti barədə tezis qəbul edilib. Bu tezisə müvafiq olaraq ünsiyyətin istənilən formaları insanların birgə fəaliyyətinin spesifik formalarıdır. Halbuki ünsiyyət və fəaliyyət arasında mövcud olan əlaqənin xarakteri tədqiqatçılar tərəfindən birmənalı başa düşülmür. Bəzi hallarda fəaliyyət və ünsiyyət insanın sosial varlığının, həyat tərzinin iki tərəfi kimi təhlil olunur. Başqa hallarda ünsiyyət fəaliyyətin müəyyən bir tərəfi kimi başa düşülür: o istənilən fəaliyyət növünə aiddir, yəni onun elementidir. Eyni zamanda fəaliyyət özü ünsiyyətin şərti və əsası kimi təsəvvür edilir. Nəhayət, ünsiyyət - fəaliyyətin xüsusi növüdür, müstəqil çıxış edən kommunikativ fəaliyyətdir.

Hal-hazırda fəaliyyət və ünsiyyət əlaqəsinin geniş anlamı məqsədəuyğun sayılır: ünsiyyət birgə fəaliyyətin həm tərəfi, həm də nəticəsi kimi də təhlil olunur. Tanınmış sosial psixoloqu Q.M.Andreyeva hesab edir ki, fəaliyyət ünsiyyət vasitəsilə formalaşır və inkişaf edir. Birgə fəaliyyətinin planlaşdırılması onun hər iştirakçısından fəaliyyətin məqsədlər və vəzifələrinin optimal anlamasını, obyektinin spesifikasiyasının izahını və hər iştirakçının imkanlarının düzgün qiymətləndirilməsini tələb edir. Həmin prosesə iştirakçıların daxil olunması onların fəaliyyətinin “uzlaşmasını” və “pərakəndliyini” həyata keçirtməyə imkan yaradır. Bu təsir funksiyasına görə mümkündür, çünki onda ünsiyyətin fəaliyyətlə əlaqəsi büruzə olunur. Beləliklə, Q.M.Andreyeva nəticə çıxardır ki, ünsiyyət vasitəsilə fəaliyyət sadəcə formalaşmır, məhz zənginləşir, onda insanlar arasında yeni əlaqələr və münasibətlər yaranır.

Başqa insanlarla ünsiyyət quraraq, şəxs ümumbəşəri təcrübə: tarixi baxımından formalaşan sosial normalar, dəyərlər, varlıqlar, biliklər və fəaliyyət üsullarını əldə edir, həmçinin o (fərd) şəxsiyyət kimi də formalaşır. Ünsiyyət insanın psixiki inkişafının əsas amili kimi çıxış edir. Belə ki, ünsiyyət insanın

bütün həyat boyu daxili aləmində yaranan, inkişaf edən və ifadə olunan universal reallıq kimi çıxış edir.

Öz missiyasına görə ünsiyyət çoxfunksionaldır. Ünsiyyətin əsas beş funksiyalarını qeyd etmək olar:

1) Ünsiyyətin pragmatik funksiyası insanların birgə fəaliyyətlərinin prosesində qarşılıqlı təsiri zamanı realizə olunur.

2) Ünsiyyətin formalaşan funksiyası insanın psixiki inkişafı prosesində büruzə olunur. Məlumdur ki, inkişafın müəyyən mərhələlərində uşağın davranışı, fəaliyyəti, dünyaya və özünə münasibəti yaşlı (özündən yaşda böyük) insanlarla ünsiyyət ilə şərtlənir. Gələcək inkişaf zamanı xarici, ünsiyyətlə şərtlənən uşağın və böyüyün qarşılıqlı təsir formaları daxili psixiki funksiyalarına və proseslərinə transformlaşır. Böyük insan ilə ünsiyyət zamanı uşaq nəinki mexaniki olaraq bacarıqlar, biliklər və vərdislər kompleksini mənimsəyir, həm də qarşılıqlı təsir, zənginləşmə və dəyişikliklərə məruz qalma mürəkkəb prosesində iştirak edir. Uşaq ziddiyyətli olmayan dünya mənzərəsini formalaşdırmaq məqsədilə ona təklif olunan özgənin təcrübəsini istifadə etmək üçün onu fəal və tənqidi şəkildə olaraq yenidən mənimsəməyə başlayır.

3) Təsdiqedic funksiya. Başqa insanlarla ünsiyyət zamanı fərdin özünü dərk etmək, öyrənmək, təsdiq etmək və öz dəyərini dəqiqləşdirmək imkanı yaranır. Hələ U.Cems qeyd edirdi ki, insan üçün “ən dəhşətli cəza - cəmiyyətdə yalnız qalmaqdır və orada tamamilə görünməməkdir, gözə çarpmamalıdır”.

4) İnsanlararası münasibətlərinin formalaşması və saxlanılması funksiyası. Fərqli insanların qəbul olunması və onlarla müxtəlif münasibətlərinin saxlanılması – özəl-şəxsidən ta sırf işgüzara qədər – istənilən şəxs üçün müəyyən emosional münasibətlərinin formalaşması ilə bağlıdır. Müasir insana xas olan emosional fərdlərararası münasibətlər – sosial əlaqənin yeganə növü deyil, halbuki bu cür əlaqələr qarşılıqlı münasibətlərin bütün sistemini əhatə edir, çünki məhz emosionallıq ünsiyyətin spesifikasiyasını təyin edir.

5) Ünsiyyətin şəxs daxili funksiyası insanın özü-özü ilə tamasda realizə olunur (daxili və ya xarici dialoq vasitəsilə). Bu cür ünsiyyət insan təfəkkürünün universal üsulu kimi təhlil oluna bilər.

Ünsiyyət növləri fərqli olduğu üçün artıq dərəcədə şəxslənir. Vasitələrin istifadəsi əlamətinə görə bilavasitə təbii və məqsədli vasitəli ünsiyyəti fərqləndirirlər.

Tarixi baxımından kommunikasiyanın ilk forması - bilavasitə təbii ünsiyyət, “üz-üzə” tamasdır. Sivilizasiyanın daha son dövrlərində onun əsasında vasitəli ünsiyyətin müxtəlif növləri yaranırdı.

Məqsədli vasitəli ünsiyyət kommunikasiya iştirakçılarının qarşılıqlı əlaqəsinin qəbulunu mürəkkəbləşdirən və yaxud zamanda ayıran yazılı və ya texniki cihazlar (telefon, teleqraf, internet) vasitəsilə tam olmayan psixoloji kontaktı (əlaqəsi) kimi təhlil oluna bilər.

Həmçinin fərdlərarası və kütləvi ünsiyyət növlərini də fərqləndirirlər.

Fərdlərarası ünsiyyət qruplarda və ya cütlülərdə insanların bilavasitə əlaqələri ilə bağlıdır.

Kütləvi ünsiyyət isə kütləvi informasiya vasitələrinin müxtəlif növləri ilə keçirilən kommunikasiyasını təqdim edir.

Bundan başqa şəxsiyyətlərarası və rollu ünsiyyət növlərini də qeyd edirlər.

Birinci halda ünsiyyətin subyektləri kommunikasiya və birgə fəaliyyətinin təşkilatı (hazırlanması) zamanı büruzə olunan unikal şəxsi keyfiyyətlərinə malik olan konkret şəxslərdir.

İkinci halda isə, ünsiyyətin iştirakçıları müəyyən rolların daşıyıcıları kimi çıxış edirlər (müəllim – şagird (tələbə), elmi rəhbər – dissertant, rektor – professor-müəllim heyəti, alıcı – satıcı). Rollu ünsiyyətdə insan müəyyən dərəcədə öz davranışının kortəbii ifadəsindən məhrum olur, çünki bu və ya digər hərəkətlər

onun ifa etdiyi rol ilə diktə edilir. Belə ünsiyyət zamanı insan fərd kimi artıq çıxış etmir, hansısa mənada ona tapşırılan funksiyalarını icra edən sosial vahid kimi hərəkət edir.

Sosial psixologiyada həmçinin fərdlərarası kommunikasiyasının üç ünsiyyət forması da xüsusi qeyd olunur: **imperativ**, **manipulyativ** və **dialogi**.

İmperativ ünsiyyət həmsöhbət edən şəxs ilə qarşılıqlı təsirinin avroritar, direktiv formasıdır. Bu formanın məqsədi həmsöhbətçil insan davranışının, fikirlərinin, onun müəyyən hərəkətlər etməyə və qərarlar qəbul etməyə nəzarət olunmasına çatmaqdır. Belə halda həmsöhbətçil (ünsiyyətdə iştirak edən şəxs) təsirə məruz qalan obyekt kimi təhlil olunur və passiv (qeyri-fəal) tərəf kimi çıxış edir. İmperativ ünsiyyətin özəl xüsusiyyəti odur ki, son məqsəd - həmsöhbətçilin məcburiyyət qarşısında qalması aşkar olur, yəni gizli formada həyata keçirilmir. Təsiredici vasitələr kimi əmrilər, göstərişlər, tələblər istifadə olunur. İmperativ ünsiyyətin istifadəsi kifayət qədər effektiv olur. Məsələn, orduda “komandir - əsgər” və ya işdə “rəhbər – tabe olanlar” münasibətləri mövcuddur. Lakin insanlararası münasibətlərinin elə sahələri var ki, orada imperativ ünsiyyətinin işlənməsi yersiz və ya münasib deyil. Misal üçün, şəxslərarası intim və həyat yoldaşı ilə, uşaq-valideyn, dost münasibətlərində və s.

Manipulyativ ünsiyyət fərdlərarası elə ünsiyyət formasıdır ki, bu proses zamanı danışan insan öz niyyətlərini həyata keçirtmək məqsədilə həmsöhbətçilə gizli formada təsir göstərir. İmperativ kimi, manipulyasiya başqa insanın davranışını və fikirlərini nəzarətdə saxlamaq istəyini nəzərdə tutur. Ünsiyyətin manipulyativ üslubu təbliğat və reklam sahələrində geniş istifadə olunur.

İmperativ və manipulyativ ünsiyyət formaları – monoloji ünsiyyətin növləridir. İnsan başqa adamı öz təsir obyektini kimi təhlil edəndə, həqiqi həmsöhbətçili qəbul etmir, ona məhəl qoymur, onu saymır, sanki özü-özülə danışır, öz məqsəd və vəzifələrini düşünür.

Dialogi ünsiyyət həmsöhbət edənlərin qarşılıqlı anlaşıma və özünüdərək məqsədilə aparılan tam hüquqlu subyekt-subyektli qarşılıqlı təsir edən ünsiyyət forması kimi təyin oluna bilər. Dialogi ünsiyyət formasını bəzi müəlliflər humanistik adlandırır. Bu ünsiyyət forması daha dərin və qarşılıqlı anlama, həmsöhbət edən insanların öz daxili dünyalarını açmağa, həmçinin qarşılıqlı surətdə şəxsiyyətin püxtələşməsi üçün imkan və şərait yaradır.

Psixologiyada qeyd olunur ki, ünsiyyət – mürəkkəb və çoxşahəli prosesdir, o elə strukturdur ki, onun daxilində müxtəlif tərəflər ayrı-ayrılıqda təqdim oluna bilər, yəni strukturu təsnif edilə bilər.

Q.M.Andreyeva ünsiyyət strukturunu xarakterizə edəndə üç bir-birilə sıx bağlı olan tərəflərinin (kommunikativ, interaktiv və perseptiv) qeyd olunmasını təklif edir. Ünsiyyətin üç tərəfi: informativ-kommunikativ, nizamlanan-kommunikativ (tənzimlənən) və affektiv-kommunikativ (emosional, təsiredici) insanların birgə yaşayış və fəaliyyət prosesləri zamanı realizə olunan funksiyalarına müvafiq təyin olunur.

1) Ünsiyyətin kommunikativ tərəfi və ya kommunikasiya həmsöhbətçil insanların arasında məlumat (informasiya) mübadiləsindən ibarətdir.

2) Ünsiyyətin interaktiv tərəfi həmsöhbətçil insanların arasında qarşılıqlı təsirinin təşkilatından ibarətdir, yəni yalnız bilik və ideya mübadiləsi deyil, həmçinin hərəkətlərinin mübadiləsini də nəzərdə tutulur.

3) Ünsiyyətin perseptiv tərəfi - tamasda olan tərəfdaşların bir-birini dərk etmə və bunun zəminində qarşılıqlı anlamanın yaranması prosesi deməkdir.

Reallıqda ünsiyyətin hər bir tərəfi bir-birindən pərən-pərən (əlaqəsiz) mövcud olmur və onların qeyd olunması yalnız elmi təhlilin prosesi zamanı mümkündür.

Şübhəsiz ki, ünsiyyəti – qarşılıqlı əməkdaşlıq prosesi kimi təhlil edəndə, sosial persepsiyasının qanunauyğunluqlarını və effektlərini nəzərdə saxlamaq lazımdır.

Bir insanın digəri ilə qəbul olunması prosesi ünsiyyətin mütləq olan və ayrılmaz tərkib hissəsi kimi çıxış edir. O, şərti olaraq ünsiyyətin perseptiv tərəfi kimi adlandırıla bilər.

İlk dəfə olaraq “sosial persepsiya” termini 1947-ci ildə qavrayışa (dərək etməyə) “yeni baxışın”ın işlənməsi prosesi zamanı C.Bruner tərəfindən qeyd olunub. Müasir zamanda “sosial persepsiya” termini altında sosial obyektlərinin (yəni müxtəlif insanların, sosial qrupların, böyük ictimai birliklərin) dərək olunması prosesi başa düşürülür. Sosial persepsiyasının subyekt kimi yalnız bir fərd (individue) deyil, bütün qrup çıxış edə bilər.

İnsan həyatında xüsusi əhəmiyyət daşıyan insanlararası persepsiyadır və ya fərdlərarası qavrayış, çünki məhz bu proses bilavasitə ünsiyyətə daxil olunub.

Davranışın xarici tərəfinin əsasında biz, S.L.Rubinşteynin sözünə görə, sanki başqa insanı “oxuyuruq”, onun xarici göstəricilərinin mənasını açırıq. Bununla əlaqədar yaranan təəssüratlar ünsiyyət prosesində vacib nizamlayan (regulyativ) rol oynayır – birinci, ona görə ki, başqasını dərək edərək individ (fərd) özü formalaşır, ikinci isə, başqa insanın “oxunulmasının” dəqiqlik dərəcəsindən onunla razılaşdırılan hərəkətlərinin təşkilinin müvəffəqiyyəti asılıdır.

Fərdlərarası qavrayışın məzmunu həm subyektin, həm də obyektin qavranılması səciyyələndirilməsindən asılıdır. Fərdlərarası qavrayış prosesinə subyektin dünyaya baxışları (normativləri) və keçmiş təcrübəsi əhəmiyyətli təsir göstərir. Gündəlik ünsiyyətdə insanlar başqa fərdlərin davranışının real səbəblərini bilmədən və ya kifayət qədər dərək etmədən, məlumatsızlığın üzündən davranış səbəblərini, bəzən isə davranış qaydalarını başlayırlar başqasına yozmağa və ya təqdim etməyə.

Bu proses ya qavrayış subyektinin keçmiş təcrübəsində mövcud olan, qavrayan fərd tərəfindən başqa fərd ilə davranış oxşarlığın əsasında, ya da analogi vəziyyətdə düşünülmən öz şəxsi motivlərin analizi əsasında realizə olunur. Beləliklə, belə prosesin üsullarının bütöv sistemi yaranır və sosial psixologiyada o ***kauzal atribusiya*** adını alıb.

İnsanın başqa insan tərəfindən qavranılması prosesində cəmiyyətdə müəyyən qəbul olunmuş normativlər (baxışlar, qaydalar, təlimatlar, direktivlər) əhəmiyyətli rol oynayır və onlar müxtəlif sosial-psixoloji effektlərin yaranmasına gətirir. Mükəmməl səviyyədə ən çox üç effekt tədqiq olunub: oreolun effekti (“qaloeffekt”), yeniliyin və ilkin effekti, həmçinin stereotipizasiyasının effekti.

“Oreol effektinin” mahiyyəti ondan ibarətdir ki, hansısa insan haqqında alınan məlumat müəyyən tərzdə “kateqorizasiyaya” məruz qalır, qabaqcadan artıq formalaşan məhz o obraza tətbiq olunur. Bu artıq mövcud olan obraz, obyektin qavrayışı üçün real əlamətləri və təzahürləri görməyə mane olan oreolun rolunu oynayır. Fərd barədə ilkin təəssüratın formalaşması zamanı oreol effekti bürüzə olunur. Oreol effekti ondan ibarətdir ki, ümumi xoş təəssürat qavranılanın tanınmayan keyfiyyətlərinin pozitiv qiymətləndirilməsinə gətirir, və tərsinə, ümumi xoş olmayan təəssürat neqativ qiymətlərin çoxluğuna əsas yaradır.

Eksperimental tədqiqatlarda aşkar olundu ki, oreol effekti ən çox aydın şəkildə o halda bürüzə olunur ki, qavrayan fərdin qavranılan obyekt barədə minimal məlumatı olsun, ələlxüs normativlər mənəvi keyfiyyətlərlə və etik qaydalarla bağlı olanda. Misal üçün bu sahədə A.A.Bodalevanın eksperimentləri kifayət qədər məşhurdur. Bu eksperimentlər zamanı iki qrup tələbələrə bir adamın şəkli göstərilmişdir. Birinci qrupa məlumat verildi ki, şəkildə olan insan qəti cinayətkardır, ikinci qrupa isə deyildi ki, şəkildəki insan böyük alimdir. Bundan sonra tələbələrə təklif olundu ki, şəkildə olan insanın şifahi portretini versinlər. Fərqli qruplarda eyni xarici görünüşünün əlamətləri bir-birinə zidd olan tərzdə interpretasiya edildi. Birinci halda dərinlə yerləşən gözlər daxildə olan kinə, hirsə, küdurətə, pisliklərə, diqqəti çəkən çənə isə - cinayətdə “axıra qədər getmək”

istəyinə dəlalət edirdi və s. Müvafiq olaraq, ikinci qrupda həmin dərində yerləşən gözlər fikrin dərinliyindən, diqqəti cəlb edən çənə isə bilikləri qazanmaqda qarşıya çıxan çətinlikləri fəth etmək yolunda bürüzə olunan böyük iradə barədə xəbər verirdi və s.

İlkinliyin və yeniliyin effektləri təəssürat yaratmaq üçün fərd barədə məlumat tədqimatının müəyyən qayda-qanunlarının mahiyyəti ilə bağlıdır. Tanımadığın insanla tanış olduğun zaman daha çox onun barədə ilkin məlumat təsir göstərir, yəni bu zaman ilkinliyin effekti bürüzə olunur. Belə deyim var: “İlkin təəssürat ən doğru olur”. Əksinə, tanıdığın insanın qavranılması vəziyyətlərində yeniliyin effekti işləyir, yəni axırıncı, son məlumat daha yeni və əhəmiyyətli sayılır.

Geniş planda yuxarıda sadalanan effektlər fərdin başqa fərd ilə qavranılması xüsusi prosesinin təzahürləri - stereotipizasiya hadisələri kimi təhlil oluna bilər. Stereotip – bir hadisə və ya fərd ilə ünsiyyət zamanı tanınmış “qısaltma” kimi istifadə olunan, hansısa hadisənin və ya fərdin müəyyən sabit obrazıdır. Fərdlərarası qavrayış zamanı yaranan stereotiplər spesifik kökə və spesifik mənaya malikdir. Bir qayda olaraq, stereotip kifayət qədər məhdudlaşdırılmış keçmiş təcrübə əsasında yaranır. Əksər hallarda o fərdin sosial statusuna dair formalaşır, məsələn, fərdin istənilən peşəsinə aid. Bu halda keçmişdə rast gələn müəyyən peşənin nümayəndələrində müşahidə edilmiş aydın şəkildə bürüzə olunan professional cəhətlər, həmin sənətin nümayəndələrinə xas olan əlamətlər kimi təhlil olunur. Misal üçün bütün müəllimlər həmişə öyrədir, bütün mühasiblər həmişə xırdaçı olur. Burada keçmiş təcrübədən “məna çıxartmaq”, oxşarlığa görə nəticə çıxartmaq belə bir tendensiya müşahidə olunur.

Fərdlər arasında bir-birini tanıma zamanı stereotipizasiyanın iki fərqli nəticəsi ola bilər. Bir tərəfdən, o başqa fərdin qavrama prosesinin müəyyən sadələşməsinə gətirir. Belə ki, stereotip mütləq şəkildə özündə qiymətləndirmə yükünü daşıyır: fərdin qavramasında həmişə onun emosional qəbulu və ya qeyri-qəbulu tərəfinə “dəyişiklik” olmur. Burada sadələşmiş yanaşma mümkündür. Belə

yanaşma başqa obrazın formalaşmasına təsir göstərmir, lakin buna baxmayaraq müəyyən mənada o lazımdır, çünki dərk etmə prosesinə kömək edir. Digər tərəfdən, stereotipizasiya müəyyən normativlərin və əqidənin yaranmasına şərait yaradır. Əgər fikir keçmiş məhdudlaşdırılmış təcrübə əsasında formalaşır və bu təcrübə neqativ olub, onda həmin qrupun yeni nümayəndəsinin istənilən qavranılması xoşagəlməz bir rəy yaradır. Xüsusilə də geniş yayılmış etnik stereotiplərdir ki, hansısa etnik qrupların ayrı-ayrı nümayəndələri barədə məhdudlaşdırılmış məlumat əsasında bütöv qrup haqqında subyektiv fikirlər, rəylər formalaşır.

Fərdlərarası persepsiya problemlərin xüsusi dairəsi həmin prosesə spesifik emosional nizamlayıcıların (tənzimləyicilərin, regulatorların) daxili ilə əlaqədar yaranır. İnsanlar sadəcə bir-birini qəbul etmir, onlar müəyyən əlaqələr də formalaşdırır. Çıxarılan qiymətlərin əsasında hisslərin müxtəlif qamması yaranır – istənilən insana xoşagəlməz münasibətdən ta xoşagəlməz münasibətə qədər və hətta ona sevgiyə qədər. Bununla əlaqədar insanların səmərəli ünsiyyəti üçün attraksiya (cazibə gücü) böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Attraksiya – həm qavrayan insan üçün hansısa fərdin cazibəsinin formalaşması prosesidir, həm də həmin prosesin nəticəsidir. Attraksiya, emosional komponentinin çoxluğu ilə, əksər hallarda affektiv qiymətlərə xas olan kateqoriyalarda başqasının qiymətləndirilməsi ilə xarakterizə olunan, digər fərdin sosial normativin (nəzərinin, münasibətinin) xüsusi növü kimi təhlil oluna bilər.

Bəlli olduğu kimi, ünsiyyətin iki növü mövcuddur: verbal (nitq vasitəsi ilə) və qeyri-verbal (jestlər vasitəsi ilə).

Ünsiyyət zamanı insanlar bir-birilə müxtəlif təəssüratlarla, ideyalarla, fikirlərlə, maraqlarla, əhval-ruhiyyə ilə, hisslərlə, nəzər nöqtələri ilə bölüşürlər. Bunların hamısını məlumat kimi təhlil etmək olar, və onda ünsiyyət prosesi özü informasiya mübadiləsi prosesi kimi qəbul edilə bilər. Fərdlərarası ünsiyyət zamanı informasiya nəinki ötürülür, həm də formalaşır, dəqiqləşdirilir, inkişaf etdirilir.

İstənilən informasiyanın ötürülməsi yalnız işarələr sistemi vasitəsilə mümkündür. Kommunikativ prosesində istifadə olunan işarələr sistemləri ünsiyyətin iki ənənəli xüsusi qeyd olunan növlərinin əsasında yerləşir: verbal (işarələr sistemi kimi nitq vasitəsilə) və qeyri-verbal (müxtəlif işarələr sistemləri kimi nitqsiz, danışqsız).

Nitq ünsiyyətin ən universal vasitəsidir. O, təbii dil vasitəsilə icra olunan fərdlərarası ünsiyyətin tarixi baxımından formalaşmış kommunikasiya formasıdır.

Dil ictimai lazımı, sosial cəhətdən fiksaj (qeyd) olunmuş və tarixi şərtləndirilmiş sistem kimi çıxış edir: rəngarəng leksikanı və dilin quruluşunu fərqli ictimai şərtlər, müxtəlif inkişaf yolları yaradır. Nitq və dil mürəkkəb dialektik vəhdət yaradır. Öz inkişaf prosesində, yaşlı insanlarla ünsiyyətdə, uşaq ana dilini öyrənir və özəl nitqində onu istifadə etməyə vərdiş edir.

Psixologiyada və psixolinqvistikada xarici, başqalarına istiqamətləndirilmiş, və daxili, subyektin özü üçün nəzərdə tutulmuş, nitqlər fərqləndirilir. Öz növbəsində xarici nitq şifahi və yazılı ola bilər. Şifahi nitq monoloji (mühazirə, məruzə və s.) və dialoji formalarında olur. Hər qeyd olunan nitqin növü öz sosial-psixoloji xüsusiyyətlərinə malikdir. Ünsiyyətin əhəmiyyətli üsulu dialoji nitqdir, yəni birlikdə müzakirə edən və məsələlərinin həllini axtaran həmsöhbətçil tərəfindən aparılan danışiq. Dialoq nəzərdə tutur və daxil edir:

- tərəfdaşların unikallığını və bərabər hüquqluğunu;
- onların nəzər nöqtələrinin fərqliliyini və orijinallığını;
- hər birinin anlaşılmaya istiqamətliyini və deyilənin interpretasiyasını;
- cavabın gözlənilməsini;
- ünsiyyət iştirakçılarının mövqelərinin qarşılıqlı tamamlanmasını, çünki onların mövcudluğu dialoqun məqsədidir.

Dialoji nitqinin açıqlığı, bütövlüyü və bölünməsi müxtəlif olur. Nitq o dərəcədə qısaldılmış ola bilər ki, həmsöhbətçil olanlar bir-birini sadəcə “bir

sözdən” başa düşə bilər. Bu onda baş verir ki, həmsöhbətçil olanlar bir-birini başa düşməyə can atırlar, o vaxt ki, onların arasında çoxlu ümumi məqamlar var. Əksinə, həmsöhbətçil olanların arasında daxili kontaktın mövcud olmaması, nitqin obyektinə yanaşmasında olan fərqlilik nitq zamanı anlama prosesində çətinliklər yarada bilər və ona görə nitqin daha tam və bütöv olmasını tələb edir.

Kommunikasiya prosesində nitq bir sıra funksiyalar yerinə yetirir:

a) İstənilən məlumat verəndə fərd müəyyən bir əşyaya (predmetə) işarə edə bilər – bu funksiya işarəverici (göstərici) və ya ya indikativ adlanır.

b) Müəyyən məlumat verəndə, subyekt istənilən məsələ ilə əlaqədar öz fikirlərini söyləyə bilər – bu funksiya predikativ və ya bəyanat adlanır.

c) İstənilən hallar, hadisələr barədə məlumatdan savayı tez-tez nitq həmsöhbətçildə müəyyən hərəkətlərə, fikirlərə, hisslərə, istəklərə səbəb olmağa istiqamətləndirilir - bu funksiya hərəkətə həvəsləndirən, motivləşdirən adlanır.

Nitq düşünməyə, istənilən hal-hadisəyə müəyyən tərzdə yanaşmağa, təəssüf, təəccüb, sevinc və s. hisslərini yaşamağa vadar edir. Nitqin həvəsləndirici, təkanverici gücü onun ifadəliliyindən asılıdır. Öz növbəsində nitqin ifadəliliyi cümlə strukturunun düzəlməsi və söz seçimindən asılıdır. Bununla yanaşı dilin canlılığı, obrazlılığı, anlamlı olmağı üçün yeri gələndə sadəliyi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Baxmayaraq ki, nitq ünsiyyətin universal üsuludur, o lazımi halda ünsiyyətin qeyri-verbal üsulları ilə əlavə edilir, və, bir çox alimlərin fikrinə görə, kommunikasiya üçün onlar verbal üsullar ilə müqayisədə daha çox əhəmiyyət kəsb edirlər.

Psixologiyada qeyri-verbal kommunikasiyanın dörd formasını fərqləndirirlər: kinesika, paralingvistik, məkan-zaman təşkili (organizasiya) və vizual ünsiyyət. Ünsiyyətin hər qeyd olunan forması öz işarə sistemini istifadə edir.

Kinesika – jestləri, mimikanı, pantomimikanı tərkibinə daxil edən ünsiyyət üsullarının sistemidir. Kinetik sistem qəbul olunmuş ümumi motorikanın, bədən

müxtəlif hissələrinin (əl – jestikulyasiya; üz – mimika, poza (duruş-oturuş) - pantomimika) xüsusiyyəti kimi aydın şəkildə təqdim edilir. Bədənin müxtəlif hissələrinin bu ümumi motorikası fərdin emosional reaksiyalarının və hallarının ifadəsidir. Kommunikasiya vəziyyətinə kinetik sisteminin daxil olunması ünsiyyətə elə məqamlar əlavə edir ki, müxtəlif milli mədəniyyətlərdə onlar (jestlər) istifadə zamanı birmənalı olmur. Məsələn, ruslarda və bolqarlarda baş əymə əks mənə kəsb edir: ruslarda razılıq, bolqarlarda isə narazılıq deməkdir.

S.L.Rubinşteynə görə, ifadəli hərəkətlər “mətnaltı” mənə daşıyır və baş verənləri düzgün dərk etmək üçün bu mənanı bilmək zəruridir. Hərəkətlərin dili xarici hərəkətdə daxili məzmunu açır.

İşarələr paralingvistik və ekstralingvistik sistemləri verbal kommunikasiyaya “ələvələrin” növbəti növünü təqdim edir.

Paralingvistik sistem – vokalizasiya sistemidir, yəni səsin keyfiyyəti, diapazon, tonallıq bura aiddir.

Ekstralingvistik sistem – nitqə fasilənin (pauzanın), başqa xırıltıların, məsələn, öskürməklər, ağlamaqlar, gülməklər, həmçinin bura nitqin tempi də aiddir.

Kommunikativ prosesinin məkan-zaman təşkili də (organizasiyası da) xüsusi işarələr sistemi kimi çıxış edir. Məkan və zaman əhəmiyyətli mənə yükü daşıyaraq kommunikativ vəziyyətlərinin (situasiyalarının) komponentləridir. Belə ki, həmsöhbətçil insanların üz-üzə yerləşdirilməsi kontaktın yaranmasına zəmin yaradır, danışan fərdə diqqəti simvolikləşdirir. Arxadan çağırış, əksinə, kommunikasiya prosesi üçün neqativ mənə daşıya bilər. Kommunikasiya zamanı həm iki həmsöhbətçil fərdlər, həm də kütləvi auditoriyalar üçün ünsiyyətin təşkilinin bəzi məkan formalarının üstünlüyü eksperimentlərin nəticəsində sübut olunub.

Müxtəlif mədəniyyətlərdə işlənilmiş normativlər ünsiyyətin nisbətən zaman xüsusiyyətlərinə münasibətində semantik mənalı məlumatla bir növ əlavələr kimi çıxış edir. Ünsiyyətin məkan və zaman təşkili ilə məşğul olan psixologiyanın sahəsi **proksemika** adlanır.

Bu sahədə mövcud olan bir sıra tədqiqatlar kommunikativ vəziyyətlərinin məkan və zaman konstantların spesifik öyrənilməsi ilə bağlıdır. Belə qeyd olunan tədqiqatlar “xronotoplar” adlanır. Belə xronotoplar təsnif olunub ki, məsələn, “xəstəxana palatasının”, “qatar vaqonunda həmyoldaşın” xronotopu və s. Ünsiyyət situasiyasının spesifikasiyası hərdənbir gözlənilməz təsir effektlərini yaradır: məsələn, təsadüfi qabağına çıxan insana qarşı həmişə izahedici olmayan səmimiyyət, əgər bu “qatar vaqonunda həmyoldaş”dır.

Vizual ünsiyyət – göz vasitəsilə icra olunan kontaktdır. Onun ilkin tədqiqatını intim ünsiyyət ilə bağlayırdılar. Bir çox tədqiqatçılar hesab edir ki, həmsöhbətçillərin fərdlərarası ünsiyyətində göz vasitəsilə olan kontakt simpatiya dərəcəsinin ölçüsü kimi ola bilər. Bir çox hallarda bu amil mədəni ənənələrdən asılıdır: bir sıra ölkələrdə hörmətdən irəli gələrək gözlərin kontaktından qaçıb yayınırlar. Bəzi xalqlarda isə göz-gözə birbaşa baxış çağırış və təcavüz kimi qiymətləndirilir.

Kommunikasiyanın yuxarıda təsnif olunan qeyri-verbal sistemlərindən hər biri özəl işarələr sistemini, öz kodunu istifadə edir. Düzgün qarşılıqlı anlaşma üçün bu sistemlərin kodifikasiyası və dekodifikasiyası ünsiyyət prosesinin bütün üzvlərinə məlum olmalıdır. Nitqin halında əgər bu kodifikasiya sistemi hamıya az-çox məlumdur, onda qeyri-verbal kommunikasiya zamanı hər bir halda nəyi kod hesab etmək olar və ən əsas başqa həmsöhbətçili həmin koda malik olmasını necə təmin etmək - bunları təyin etmək əhəmiyyətlidir. Kommunikativ prosesdə kifayət olmayan xəbərdarlıq anlaşılmazlıqlara, və nəhayət, ünsiyyətin tamamilə pozulmasına səbəb ola bilər.

Şübhəsizdir ki, ünsiyyət prosesi - qarşılıqlı əməkdaşlıqdır. Ünsiyyətin interaktiv tərəfi daha çox insanların birgə əməyinin təşkili zamanı büruzə olunur. Belə fəaliyyətdə qaçılmaz surətdə bilik və ideya mübadiləsi nəzərdə tutulur, qazanılan qarşılıqlı anlaşma birgə əməyin təşkilatı zamanı yeni cəhdlərində realizə olunur. Bu birgə əməyin təşkili kimi qarşılıqlı əməkdaşlığın interpretasiyası üçün şərait yaradır.

Birgə fəaliyyətinin psixoloji strukturu ümumi məqsədlərin və motivlərin, birgə hərəkətlərin mövcudluğunu və ümumi nəticəni özündə əks etdirir. Birgə fəaliyyətinin ümumi məqsədi - strukturunun mərkəzi komponentidir. Məqsəd kimi ideal şəkildə təqdim olunmuş, qrup can atdığı ümumi nəticə başa düşülür. Ümumi məqsəd özəl və konkret vəzifələrə bölünə bilər, və onların mərhələləli həlli kollektiv subyektə məqsədə yaxınlaşdırır. Birgə fəaliyyətin psixoloji strukturunun icbari komponenti ümumi motivdir. Bu fəaliyyətin növbəti komponenti – müştərək hərəkətlərdir, yəni onun cari (operativ və kifayət qədər sadə) vəzifələrin icra olunmasına istiqamətləndirilmiş elementləridir. Müştərək fəaliyyətin strukturunun sonu onun iştirakçıları tərəfindən qazanılan ümumi nəticədir. Psixologiyada fərdlərarası qarşılıqlı əməkdaşlığın bütün rəngarəngliyini aşağıdakı növlərə bölürlər:

1) əməkdaşlıq: qarşılıqlı əməkdaşlığın hər iki tərəfdəşi bir-birinə fəal şəkildə kömək edir, hərənin individual və ümumi məqsədlərinə nail olmaq üçün şərait yaradır;

2) qarşıdurma: hər iki tərəfdəş bir-birinə qarşı gedir və hərənin individual məqsədlərinə nail olmaq üçün mane olur;

3) qarşılıqlı əməkdaşlıqdan boyun qaçırtma: hər iki tərəfdəş fəal birgə əməkdaşlıqdan çalışır uzaq olsun;

4) birtərəfli təsir: birgə fəaliyyətinin iştirakçılardan biri başqasının individual məqsədlərinə nail olmağa öz köməyini əsirgəmir, ikinci isə onunla əməkdaşlıqdan boyun qaçırır;

5) birtərəfli qarşudurma: tərəfdaşlardan biri o birinin məqsədlərinə çatmasına mane olur, ikinci isə birinci ilə əməkdaşlıqdan uzaq olur;

6) təzadlı qarşılıqlı əməkdaşlıq: tərəfdaşlardan biri o birinə kömək etməyə çalışır, ikinci isə birinciyə qarşı fəal qarşudurma strategiyasını tətbiq edir (belə hallarda bu növ qarşudurma maskalanmış formada baş verir);

7) kompromisli-qarşılıqlı əməkdaşlıq: hər iki tərəfdaş həm əməkdaşlığın, həm də qeyri-əməkdaşlığın ayrı-ayrı elementlərindən istifadə edir.

Yuxarıda sadalanan növlərinin ümumiləşdirilməsi imkan yaradır ki, qarşılıqlı əməkdaşlığın iki əsas növünü qeyd edək:

1) sıx əməkdaşlığa və kooperasiyaya istiqamətlənmiş;

2) rəqabətə və cihada əsaslanan, və bir çox hallarda ziddiyyətli qarşılıqlı münasibətlərə, münaqişəyə gətirən.

“Münaqişə” latın dilindən – “toqquşma, mübahisə, ziddiyyət” deməkdir və əks istiqamətdə olan opponentlərin və ya əməkdaşlığın subyektlərin məqsədlərinin, maraqlarının, mövqelərinin, nəzər nöqtəylərinin, fikirlərinin toqquşmasıdır. İstənilən münaqişənin əsasında belə bir vəziyyət yaranır ki, tərkibində tərəflərin ya ziddiyyətli mövqelərinin, ya da mübahisəli məqsədlərinin, maraqlarının, istəklərinin və yaxud onlara çatmasının vasitələrinin toqquşması baş verir. Beləliklə, münaqişəli vəziyyət mübahisə subyektlərini və onun obyektini öz tərkibinə daxil edir. Lakin mübahisənin inkişafı üçün mütləq hadisə, səbəb (insident) lazımdır, o vaxt ki, bir tərəf o biri tərəfin maraqlarını sıxışdıraraq hərəkətə başlayır. Əgər əks tərəf həmin tərzdə cavab verir, münaqişə potensialdan fəal, aktuala keçir.

Sosial-psixoloji təhlil imkan yaradır ki, münaqişənin dörd növünü qeyd edək:

1) Şəxsiyyətdaxili münaqişə: belə növ münaqişənin tərəfləri kimi eyni bir şəxsiyyətin iki və daha çox tərkib hissələri çıxış edə bilər, məsələn, ayrı-ayrı əlamətlər, tiplər və ya instansiyalar. Belə halda şəxsiyyətin və davranış xüsusiyyətlərinin münaqişəyəli toqquşması baş verir;

2) Şəxsiyyətlərarası münaqişə: belə növ münaqişə iki və daha çox fərdlər arasında baş verir. Belə halda ehtiyacların, motivlərin, məqsədlərin, dəyərlərin və ya normativlərin konfrontasiyası müşahidə olunur;

3) Şəxsiyyətlər qruplarının münaqişəsi: daha çox belə növ münaqişə fərdin davranışının qrupun normaları və intizarı ilə uyğunsuzluq nəticəsində yaranır;

4) Qruplararası münaqişə: belə halda davranış qaydaları, normalar, məqsədlər və ya dəyərlər stereotiplərin toqquşması baş verir.

Münaqişənin dinamikasında aşağıdakı dörd əsas mərhələləri fərqləndirirlər:

- 1) Obyektiv münaqişə vəziyyətinin yaranması. Bu vəziyyət dərhal insanlar tərəfindən dərk olunmur. Bu səbəbə görə onu “potensial münaqişə mərhələsi” adlandırmaq olar.
- 2) Obyektiv münaqişə vəziyyətinin dərk olunması. Münaqişənin dərk olunması üçün mütləq əsas (insident) lazımdır, yəni elə vəziyyət ki, tərəflərdən biri bilavasitə hərəkətə başlayır, o biri tərəfin məqarlarını sıxışdıraraq.
- 3) Münaqişə davranışına keçid. Münaqişə dərk olunduqdan sonra, tərəflər ziddiyyətli münasibətlərə keçir, belə davranış qarşı tərəfin nailiyyətlərinin, istəklərinin, məqsədlərinin, niyyətlərinin bloka salınmağa istiqamətləndirilir.
- 4) Münaqişə potensialdan fəala keçəndə o, birbaşa konstruktiv, stabilləşmiş və ya qeyri-konstruktiv kimi inkişaf edə bilər.

Konstruktiv fərdlərarası münaqişə zamanı opponentlər iş ilə bağlı olan arqumentlərin, işgüzar münasibətlərinin çərçivəsindən çıxmır və əks tərəfin şərəf

və ləyaqətinə toxunmur. Bununla belə davranışın müxtəlif strategiyaları müşahidə oluna bilər. K.U.Tomas və R.X.Kilman davranışın münaqişə vəziyyətində aşağıdakı müxtəlif strategiyalarını qeyd ediblər:

* bütün tərəflərin maraqlarına cavab verən, istənilən problemin həllinə istiqamətlənmiş *əməkdaşlıq*;

* ***kompromis*** (sazişçilik) – qarşılıqlı güzəşt vasitəsilə mövcud olan fikir ayrılığını aradan qaldırmaq;

* münaqişə vəziyyətindən çıxmaq cəhdində özünü bürüzə verən, lakin problemi həll etmədən, güzəştə getmədən, amma öz dediyində ısrarla durmayaraq, toqquşmadan yayınma, mövcud olan vəziyyəti *yola vermə*;

* öz maraqlarına ziyan edərək, ziddiyyətləri aradan qaldırmaq tendensiyası, meyli – *uyğunlaşma* (adaptasiya);

* ***rəqabət*** (çəkişmə) – öz maraqları naminə açıq mübarizə.

Qeyri-konstruktiv fərdlərarası münaqişə zamanı opponentlərdən biri mənəvi tərəfdən qınalınan mübarizə metodlarına müraciət edir və çalışır tərəf müqabilini nüfuzdan salaraq (diskreditasiya edərək) əhatə edən başqa insanların gözündə onu əskiltsin. Adətən bu digər tərəfin qarşıdurmasına səbəb olur və dialoq qarşılıqlı təhqirlərlə keçirilir, problemin həlli mümkün olmur, fərdlərarası münasibətlər tamamilə pozulur.

Münaqişənin həlli onun mövcudluğunun axıncı mərhələsidir. O, münaqişə vəziyyətinin obyektiv dəyişiklikləri və opponentlərdə olan obrazlarının reformasiyası hesabına mümkündür. İcazə xüsusi (ziddiyyətli hərəkətlər istisna olunur, lakin münaqişəyə meyl qalır) və şərtsiz də ola bilər (münaqişə zahiri davranış səviyyəsində və daxili istək səviyyəsində aradan qaldırılır). Beləliklə, münaqişə həllinin mümkün olan dörd növünü adlandırmaq olar:

a) obyektiv səviyyədə münaqişə vəziyyətinin həllinə tam icazə, məsələn, məkan, məsafə və ya sosial cəhətdən tərəflərin uzaqlaşdırılması, onlara defisit resursların təqdim olunması, əks halda onların (resursların) mövcud olmaması yeni bir toqquşmaya gətirəcək;

b) obyektiv səviyyədə münaqişə vəziyyətinin həllinə xüsusi icazə, məsələn, münaqişə vəziyyətinə maraqlı olmamağının istiqamətində;

c) subyektiv səviyyədə münaqişə vəziyyətinin həllinə tam icazə, münaqişə vəziyyətinin obrazlarının əsaslı dəyişikliklərinin sayəsində;

ç) subyektiv səviyyədə münaqişə vəziyyətinin həllinə xüsusi icazə, obrazların dəyişilməsi ziddiyyətlərinin müvəqqəti dayandırılması üçün məhdud, lakin kifayətli.

Qeyd etmək lazımdır ki, insanların sosial birləşməsinin əsas forması kiçik qrup təşkil edir və fərdlərin kiçik qruplarının strukturu və müxtəlif növləri mövcuddur.

Kiçik qrup – bir-birilə bağlı olan və bilavasitə qarşılıqlı əməkdaşlıq edən, ölçüsünə görə böyük olmayan fərdlərin birliyi. Onun aşağı və yuxarı sərhədləri keyfiyyət əlamətləri ilə təyin olunur, əsas cəhətləri isə ünsiyyətçilik (kontaklıq) və bütövlük təşkil edir.

Ünsiyyətçilik, qabiliyyət kimi - qrupun hər üzvünün daimi bir-birilə əlaqə saxlamaq, bir-birini qəbul etmək və qiymətləndirmək, məlumat, qarşılıqlı qiymət və təsir mübadiləsini aparmaq imkanı deməkdir.

Bütövlük - qrupa daxil olan individlərin sosial və psixoloji birliyi ilə təyin olunur, həmçinin onu vahid bütöv kimi də qəbul etməyə imkan yaradır.

Əksər mütəxəssis tərəfindən kiçik qrupun ölçülərinin aşağı sərhədi ən azı üç nəfər götürülür, çünki iki nəfərdən ibarət olan qrupda (diadada) sosial-psixoloji fenomenlər xüsusi tərzdə keçirilir. Kiçik qrupun ölçülərinin yuxarı sərhədi 20-30

nəfərdən çox götürülmür, baxmayaraq ki, bəzi mütəxəssislərə görə 50 nəfər də ola bilər və keyfiyyət əlamətlərilə təyin olunur. Kiçik qrupun optimal ölçüsü birgə icra olunan fəaliyyət xarakterindən asılıdır və 5-12 nəfərdən ibarət olur.

Kiçik qrupun strukturu – fərdlər arasında mövcud olan əlaqələrin kompleksindən ibarətdir. Kiçik qrupların tədqiqatı zamanı, orada individlərin fəallığının əsas sferaları birgə fəaliyyət və ünsiyyət olduğundan, müştərək fəaliyyət nəticəsində yaranan əlaqələrinin (funksional, təşkilatı, iqtisadi, idarəçilik) və ünsiyyət vasitəsilə olan psixoloji münasibətlərinin strukturunu (kommunikativ, emosional, rollu və qeyri-formal statuslu strukturlar) daha çox qeyd edilir.

Formal qrupların və təşkilatların tədqiqatı zamanı, E.Meyodan sonra, qrupun formal və qeyri-formal strukturlarını fərqləndirilir. Kiçik qrupun qeyri-formal strukturunun öyrənilməsi üçün D.Moreno tərəfindən təklif olunan sosiometriya metodu daha çox istifadə olunur. Kiçik qrupun qeyri-formal strukturunun əsas xarakterik əlamətləri aşağıdakılardır:

- a) qrup üzvlərinin sosiometrik statusu, yəni üstünlüklərin və çatışmazlıqların fərdlərarası sistemində tutduqları mövqeləri;
- b) qarşılıqlı üstünlüklərin və çatışmazlıqların xarakteristikası;
- c) mikroqrupların mövcudluğu, qrup üzvlərinin bir-birilə bağlı olan qarşılıqlı üstünlüklər münasibətləri və belə əlaqələrinin xarakteri;
- ç) qarşılıqlı üstünlüklərin nisbi kəmiyyəti (qrupun sosiometrik birliyi).

Kiçik qrupun kommunikativ strukturu – qrup üzvlərinin arasında mövcud olan əlaqələrinin kompleksidir. Bu strukturda kommunikasiya sistemində individlər tutduğu mövqe (qrupun həyatı və fəaliyyəti üçün vacib olan daima məlumatın qəbul edilməsi və ötürülməsi imkanı), qrupdaxili kommunikasiyalarının istiqamətlənməsi və intensivliyi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Kiçik qrupun rollu strukturu – indvidlərarası münasibətlərinin kompleksindən ibarətdir. Həmin strukturun ən əhəmiyyətli tərkib hissəsi qrup rollarının bölünməsidir, paylanmasıdır, yəni qrup şəklində olan proses üzvlərinin tərəfindən təyin edilən, gözlənilən və realizə olunan davranışın tipik üsulları. Belə ki, qrup şəklində olan vəzifə qərarının analizi zamanı “ideyalarının generatoru”, “tənqidçi”, “motivator” rolları fərqləndirilir. Daha ümumi halda qrup daxilində qarşılıqlı təsir prosesinin təhlili zamanı müəyyən məsələlərinin həlli ilə bağlı olan rollar və qrupun başqa üzvlərinə kömək göstərməklə bağlı olan rollar qeyd olunur. Kiçik qrupun rollu strukturunun tədqiqatı qruplu qarşılıqlı təsirinin üzvləri tərəfindən hansı konkret rollu funksiyalarının və nə dərəcədə realizə olunmasını təyin etməyə imkan yaradır.

Kiçik qrupda sosial hakimiyyətin və təsirinin strukturu – qarşılıqlı təsirin istiqaməti və intensivliyi ilə xarakterizə edilən indvidlər arasında mövcud olan əlaqələrin kompleksindən ibarətdir. Təsirin həyata keçirilməsi üsulundan asılı olaraq sosial hakimiyyətinin müxtəlif növləri qeyd olunur: təltiflər, mükafatlar, məcburiyyətlər, qanuni (legitim), ekspertli və referent.

Ölçüsünə görə kiçik qruplarda sosial toxluğun fenomeni yaranır, ölçüsünə görə böyük qruplar sıx əlaqələrlə bağlı olan indvidlərin kiçik qruplarına asanlıqla bölünür. Bununla əlaqədar amerikan psixoloqu Ç.Kuli **ilkin**, yəni ölçüsünə görə kiçik və bir-birilə sıx əlaqədə olan bölünməyən birliklər, və formal cəhətdən bütöv birlik kimi olan, lakin bir neçə ilkin qrupları tərkibinə daxil edən **ikinci qrupları** xüsusi qeyd etməyə təklif edir.

E.Meyo, digər amerikan tədqiqatçısı, bütün qrupları **formal** və **qeyri-formal** qruplara bölür. Formal qruplarda üzvlük və qarşılıqlı münasibətlər əksər hallarda formal xarakter daşıyır, yəni formal təyinat və razılıq ilə təyin olunur. Formal kiçik qruplar, ilk öncə, ictimai təşkilatlar və institutlar bölmələrinin ilkin kollektivləridir. Təşkilatların və institutların kiçik qrupları cəmiyyətin sosial strukturunun elementləridir və onlar ictimai tələbatı ödəmək üçün yaranır. Fəallığın aparıcı sahəsi və təşkilatların və institutların kiçik qrupları çərçivəsində

individd birləşmələrinin əsas psixoloji mexanizmi birgə fəaliyyətdir. İnsanlar daxili, indvidlərə xas olan ünsiyyətə, məxsusluğa, anlamaya, simpatiyaya və sevgiyə tələbatın əsasında qeyri-formal qruplara birləşir.

Müəllifi Q.Xaymen olan üçüncü təsnifata görə, qruplar **üzvülük** və **referent** qruplara bölünür. Referentlıq - individ üçün qrupun dəyərlərinin, normalarının, qiymətlərinin mahiyyətidir. C.Kelli referent qrupunun əsas funksiyaları kimi **müqayisəli** (qrupda qəbul olunmuş davranış standartları fərd üçün etalon nümunə (norma) kimi çıxış edir və o (fərd) qərar qəbul edəndə və nəyəsə qiymət verəndə onlara istiqamətlənir) və **normativ** (qrupun dəyərləri fərdə qiymətləndirməyə imkan yaradır, yəni nə dərəcədə onun davranışı qrup normalarına müvafiqdir) funksiyalarını fərqləndirib.

Mövcudluq zamanına görə **müvəqqəti** (çərçivəsində indvidlərin birləşməsi zamanla məhdudlaşır, məsələn, qrup şəklində olan müzakirənin iştirakçıları və ya qatarın kupesində olan qonşular) və **stabil / sabit** (missiyası və funksionallığının uzunmüddətli məqsədləri ilə təyin olunan mövcudluğunun nisbi daimiliyi: ailə, iş və tədris qrupları) qruplar fərqləndirilir.

Individ tərəfindən verilən bu və ya digər qrupa daxil olma, onun həyat və fəaliyyətində iştirakı və qrupu tərk etmə barədə məsələlər həllinin ixtiyarı dərəcəsindən asılı olaraq qruplar **açıq** və **bağlı** qruplara bölünür. Bağlı qrupların parlaq nümunəsi sektalardır.

Qruplararası qarşılıqlı təsirin psixologiyasının tədqiqat predmeti davranışın psixoloji qanunauyğunluqları və bu və ya digər (böyük yaxud kiçik) sosial qruplara aid olan fərdlərarası qarşılıqlı əməkdaşlığıdır. Qruplar arasında mövcud olan münasibətlərinin psixoloji qanunauyğunluqlarına xüsusi diqqət yetirən ilk alimlərdən biri U.Samner idi. O, etnosentrizm fenomenini təsnif edib.

Etnosentrizm – etnik qrupa xas olan xarakterik cəhətlərinin müsbət qiymətləndirilməsinin şişirtməyi ilə bağlı olan etnik qrupun şüurunun xüsusiyyətidir. Bütün digər qrupların qiymət kriteriyası olaraq onun

(etnosentrizmin) dəyərləri və normaları mərkəz kimi çıxış edir. Etnosentrizm öz etnik və mədəni qrupun üstünlük hissində və eyni zamanda başqa qruplara qarşı münasibətində nifrət, düşmən, ədavət hisslərində büruzə olunur.

Qruplararası münasibətlərinin fərqləndirici xüsusiyyətləri qruplararası qavrayışının subyektivliyi, qərəzi və qiymətləndirilməsidir. Bu xüsusiyyətlər xüsusi fenomen kimi öz təzahürünü stereotiplərdə, mövhumatda və qərəzli fikirlərdə tapır. Qruplararası qərəz öz qrupuna qarşı xoşniyyətli, əlverişli münasibəti tendensiyasındadır (meylindədir), bu da müxtəlif əlamətlər üzrə (ırqı, cinsi, dini, professional məxsusluq, təhsil, yaşayış yeri və s.) ümumi identiklik (eyniyyət) hissi ilə birləşmiş “biz” – qrupuna və insanlar öz şəxsi qrupa oxşamayan və ondan ayrı olan “onlar” – qrupuna ziddiyyətliyinə zəmin yaradır.

Q.Adorna qeyd edir ki, başqa etnik qrupların nümayəndələrinə neqativ, mənfi, hətta düşmən münasibəti avtoritar bir şəxsiyyətə xas olan, psixoloji əlamətlərinin müəyyən çeşidi və kompleksi ilə bağlıdır:

- a) qrupdaxili avtoritetlərinə böyük ehtiram normativi;
- b) status və hakimiyyət məsələləri ilə bağlı artıq dərəcədə qayğıkeşlik;
- c) fikirlərin və qiymətlərin stereotipliyi;
- ç) qeyri-müəyyənliyə dözümsüzlük;
- d) hakimiyyəti və səlahiyyəti olan insanlara meyllilik;
- e) aşağı statuslu olan insanlara dözümsüzlük, neqativ yanaşma.

Sahəli eksperimentlər zamanı M.Şerif göstərdi ki, maraqların obyektiv münaqişəsi əsasında olan rəqabətli qarşılıqlı əməkdaşlığın vəziyyəti qruplararası qərəzli yanaşmanın (təcavüzün), düşmənçiliyin təzahürlərinin və eyni zamanda qrupdaxili birliyinin gücləndirilməsinə gətirir.

Qruplararası favoritlik fenomeninin Q.Tecfel və D.Terner tərəfindən keçirilən eksperimental tədqiqatları (başqa qrupların maraqlarına zidd olan öz

qrupuna üstünlük vermək tendensiyaları) göstərdi ki, azəhəmiyyətli əlamətinə görə oxşar qruplarda sınılanan yalnız bir fakt söyləməyə kifayət edir. İndividlər daha müsbət rəyləri özlərinin qrupuna daxil olanlara nümayiş etdirirdi, və əksinə, digər qruplarda olan insanlara yanaşı neqativ rəylər bildirirdilər.

Q.Tecfelin və D.Ternerin sosial eyniyyət nəzəriyyəsi qrupdaxili favoritliyin və qrupxarici diskriminasiya (“öz” və “yad” qruplarına fərqli qiymətlərin verilməsi tendensiyaları, bir qayda olaraq, “öz” qrupun xeyirinə) fenomenlərini izah edir. Belə fenomenlər bir sıra koqnitiv proseslərin nəticəsi kimi müxtəlif sosial qruplarının nümayəndələri arasında oxşarlığın və fərqliliyinin təyin olunması ilə bağlıdır: sosial kateqorizasiya, sosial identifikasiya və sosial müqayisə.

Sosial kateqorizasiya – sosial obyektlərin paylanması vasitəsilə individ tərəfindən öz sosial əhatənin nizamlanmağın koqnitiv prosesidir, o cümlədən individ üçün əhatədə olan insanların və özünün əhəmiyyətli kriteriyalarının oxşarlığı olan qruplara (kateqoriyalara) bölünməsi.

Sosial identifikasiya – individin özünün bu və ya digər sosial kateqoriyalarına aid etməsi, öz sosial qrupuna aidiyyətliyinin subyektiv araşdırılması prosesidir.

Sosial müqayisə - müxtəlif sosial qruplarının keyfiyyət əlamətlərinin tutuşdurulması prosesidir, və onun nəticəsi qruplararası müxtəlifliyinin təyini, yəni qruplararası differensiasiya.

Qrupdaxili favoritlik və qrupxarici diskriminasiya – koqnitiv proseslər silsiləsinin sonuncu mərhələsidir, onların labüdlüyü şəxsiyyətin “mən” pozitiv obrazın saxlanması üçün lazımi olan, müsbət sosial eyniyyəti tələbatı ilə diktə olunur.

III Fəsil

Kommunikasiya yaranmasının və inkişafının zəminləri

Elmlər sistemində kommunikasiya nəzəriyyəsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Xüsusi qeyd etmək lazımdır ki, “kommunikasiya” dedikdə geniş mənada həm qarşılıqlı təsir göstərən sistem, həm də qarşılıqlı əməkdaşlıq prosesi və müxtəlif şəkili məlumatı yaratmağa, ötürməyə və qəbul etməyə imkan verən ünsiyyət üsulları başa düşülür.

“Kommunikasiya” latın dilində “communication” sözündən “communicate” əmələ gəlib, və mənası “müştərək, ümumi, birləşdirən, qarşılıqlı, ikitərəfli, məlumat vasitəsi, əlaqə forması; bilik və dəyərlərin mübadiləsini nəzərdə tutan; ümumi etmək, bağlamaq” deməkdir. Bu anlayış bir çox fənnlərdə geniş istifadə olunur. Həmçinin belə fikir var ki, *orqanizmin* istənilən *reaksiyası* kommunikasiya deməkdir.

Hal-hazırda bu söz iki mənada istifadə olunur:

- 1) məlumat yolu, bir yerin digər yerlə əlaqəsi, məsələn: nəqliyyat kommunikasiyası, yeraltı kommunikasiyası;
- 2) ünsiyyət, bir insandan (qrupdan) digərinə məlumatın ötürülməsi, həyat və fəaliyyət prosesində dil və əlaqənin başqa signal formalarının vasitəsilə onların qarşılıqlı əməkdaşlığının spesifik forması.

Kommunikasiyanın bu və ya digər aspektlərini yaxud kommunikasiya problemləri ilə əlaqədar olan məsələlərini öyrənən hər bir elm və ya elmi istiqamət kommunikasiyadan öz tədqiqat predmetini xüsusi qeyd edir.

Kommunikasiya bir çox elmlərin tədqiqat obyektidir, məsələn: semiotikanın, sosiologiyanın, etnoqrafiyanın, psixologiyanın, ritorikanın, həmçinin kibernetikanın, informasiyologiyanın və bir sıra təbii elmlərin fənnlərində.

A.Flerix interaksiyanı – sosial qarşılıqlı təsiri – kommunikasiyaya aid edir. Əgər onun bu fikri ilə razılaşsaq, onda kommunikasiya – individlərin ikitərəfli ünsiyyətidir və onun əsasında mənalı işarələrin ötürülməsi mövcuddur. Bununla belə istifadə olunan simvolların növü, həmsöhbətçil ifadə edilən fikirləri başa düşürmü kimi, kiçik rol oynayır. Bu ümumi tərif imkan yaradır ki, verbal, səsli və qeyri-səsli vasitələri kommunikasiya vasitələrinə aid edək. Bu zaman həmişə nəzərdə saxlamaq lazımdır ki, işarələrin növü və məzmunu modifikasiyaya uğraya bilər.

Kommunikasiyanın yaranması və inkişafı tarixinin tədqiqi üçün sosial kommunikasiya funksionallığının əsas tərifləri və konsepsiyaları, kommunikasiyanın kütləvi kommunikasiyasına keçidinin şərtləri, Azərbaycan və xarici alimlər tərəfindən təhlil olunmuş kütləvi kommunikasiya və informasiya nəzəriyyələri, şəxsiyyətdaxili, fərdlərarası və sosial kontekstlərində ikitərəfli proses kimi kommunikasiyanın tərfi, kütləvi informasiya vasitələri kimi mətbuatın, radionun və televiziyanın spesifikasiyasının izahı verilməlidir.

İlk dəfə olaraq 1969-cu ildə Fransada J.D’Arsi “kommunikasiya” anlayışına kommunikasiyanın maddi və mənəvi şərtlərinin təminini ehtiva edərək, ictimaiyyətin diqqətini *kommunikasiyaya insan hüququnun* qəbul edilməsi zəruriyyətinə yönəldib (Терин : 197).

Kommunikasiya nəzəriyyəsi fənnlərarası istiqamət kimi formalaşmış. “Onun yaranması “məlumat partlayışı” şəraitində olan kütləvi kommunikasiya vasitələrinin nümayəndələrinin şəxsi fəaliyyəti səbəbinə görə refleksiyanın zəruriyyəti ilə bağlıdır və bu da həmin sahədə jurnalistlərin və lingvistlərin biliklərinin dominantlığını (üstünlüyünü), həmçinin informativ yanaşmanın ümumelmi prinsiplərinin nəzəri əsasları kimi seçimini şərtləndirib” (Василькова, Демидова : 348).

Semiotika cəmiyyətdə (təbii və süni dillər, bəziləri mədəniyyət hadisələrinin işarələrinə aid olan), insanın özündə (görmə (vizual) və dinləmə qavrayışı və s.),

təbiətdə (heyvanlar aləmində kommunikasiyalar) işarələrin və işarə sistemlərinin xüsusiyyətlərini tədqiq edir.

Sosiologiya qarşılıqlı əməkdaşlıq təqdim edən müxtəlif sosial qrupları arasında mövcud olan ünsiyyətinin funksional xüsusiyyətlərini öyrənir: əməkdaşlığa, həmçinin müəyyən təşkilatların və ümumilikdə cəmiyyətin sosial dəyərlərə münasibətinə təsir göstərmək məqsədilə məzmunlu və qiymətləndirici məlumatlarının ötürülməsi və qəbulu.

Ünsiyyət, subyektlərin qarşılıqlı əməkdaşlıq prosesi kimi, iqtisadi, professional, sosial və başqa maraqlarla təyin olunur. Bundan başqa, sosiologiya qrupdaxili, fərdlərarası və kütləvi kommunikasiyasının sosial amillərin və kommunikativ faktorlarının qarşılıqlı əməkdaşlığının tədqiqatı ilə məşğul olur. O, həmçinin kommunikasiyanın səviyyələrini, kommunikativ sistemlərinin növlərini, onların vahidlərini, sosial kommunikasiyasının kateqoriyalarını və özəl funksiyalarını tədqiq edir. Sosial cəhətdən şərtləndirilmiş bir proses kimi kommunikasiyanın tədqiqi sosioloq üçün çox əhəmiyyətlidir, çünki onun çərçivəsində verbal davranışın individual və qrup normativləri yaranır, qarşılıqlı əməkdaşlıq prosesində ikitərəfli anlama əsasında *kommunikativ məqsədlərinə* çatmasını təmin edən hərəkətlərin, tədbirlərin kompleksi formalaşır.

Sosiologiyada fərdlərarası kommunikasiya ilə yanaşı kütləvi kommunikasiya hərtərəfli öyrənilir, ictimai rəyin formalaşmasına kütləvi kommunikasiyalarının təsirini şərtləndirən sosial amillər tədqiq olunur.

Etnoqrafiya etnik icmalarında ünsiyyət kimi kommunikasiyanın ictimai və kulturoloji xüsusiyyətlərinin tədqiqatı ilə məşğul olur.

Sosiolinqvistika “dilin sosial təbiəti ilə və müxtəlif sositumlarda xüsusiyyətləri, həmçinin fərqli sosial qruplarının nümayəndələri arasında əlaqələri şərtləndirən sosial və dil amillərinin qarşılıqlı əməkdaşlıq mexanizmi ilə bağlı olan problemlərlə məşğul olur” (Конечкая : 5-6).

Psixologiya və **psixolinqvistika** məlumatın ötürülməsinə və qəbul olunmasına şərait yaradan amilləri, şəxsiyyətlərarası və kütləvi kommunikasiyalarına kömək edən amilləri və bu prosesi mürəkkəbləşdirən səbəbləri, həmçinin kommunikantların verbal davranışının motivasiyasını təhlil edir.

Linqvistika verbal kommunikasiyasının (şifahi və yazılı nitqdə söz və söz birləşməsi), ünsiyyət vasitəsi kimi dilin müxtəlif funksiyaları problemləri ilə məşğul olur. Burada qəbuledən tərəfindən məlumatın qavrayışının tədqiqi ikinci plana keçir ona görə ki, o, kommunikasiyanın ekstralingvistik amillərinə aiddir.

Paralingvistik qeyri-verbal kommunikasiyanın (jestlər, mimika və kommunikasiyanın digər sözsüz vasitələri) üsulları üzrə ixtisaslaşır.

Kibernetika kifayət qədər müstəqil bölmələri ehtiva edir: informasiya nəzəriyyəsi, alqoritmlərin nəzəriyyəsi, avtomatların nəzəriyyəsi, əməliyyatlarının tədqiqatı, optimal idarəçilik nəzəriyyəsi, obrazların bilinməsi nəzəriyyəsi. O, idarəçilik sistemlərin yaranmasının ümumi prinsiplərini və əqli əməyin avtomatizasiyası üçün sistemlərini müəyyən edir.

Biliyin ayrı-ayrı sahələri xüsusi kodların və simvolların sistemlərinin formalaşması ilə məşğul olur və qaydaların köməyi ilə məlumat mübadiləsi həyata keçirilir. Bir sıra texniki fənnlər texniki sistemlər vasitəsilə məlumat ötürülməsinin, emalının və saxlanılmasının imkanlarını və üsullarını öyrənir.

Tətbiqi tədqiqatlarda kommunikasiya ilə bağlı olan vəzifələr xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Məsələn, “insan-kompüter” tipində dialoji sistemlərin işlənməsi, informativ məlumat analizin statistik üsullarının təkmilləşdirilməsi, süni intellektin yaranması, maşın tərcüməsinin realizasiyası. Bu vəzifələr müxtəlifdir: xarici dildə kommunikativ vərdişlərinin mənimsənilməsi üçün tədrisi proqramların yaranmasından tə tibbi problem kimi nitq pozulmasının aradan qaldırılması üsullarına qədər.

Hər bir sahədə olduğu kimi, kommunikasiya tipologiyasına da müxtəlif yanaşmalar mövcuddur. Onların təsnifatları mənalı əsaslara görə aşağıdakı kimi verilir:

1) İstifadə olunan işarələr sistemlərindən asılı olaraq kommunikasiyalar **verbal** və **qeyri-verbal** olanlara bölünür.

Verbal kommunikativ vasitələr tərəflərin söz vasitəsilə ünsiyyətini təqdim edir. Verbal kommunikasiyalar işarələr sistemləri, simvollar vasitəsilə həyata keçirilir, və onların arasında ən əhəmiyyətli olanı dildir. Dil işarələr sistemi kimi insan şüurunun ifadəsinin ən optimal vasitədir və eyni zamanda ünsiyyət vasitəsidir. Dil işarələrinin funksionallığı yalnız sisteməlik şəkildə ilkin işarələrdən işarə sıralarının düzülüşünü nizamlayan qaydaların əsasında mümkündür. Şəxsiyyətlərarası nitq kommunikasiyası həmişə sosial qarşılıqlı əməkdaşlığı, dialoqu təqdim edir. Nitq kommunikasiyasında iştirak edərək, insan fikirlərini səsləndirir və başqa fərdlər tərəfindən deyilən sözləri eşidir. Bir şəxs tərəfindən dil vasitələri ilə ifadə olunan məlumat, başqası tərəfindən mənimsənilir, və beləliklə, dialoqda anlama baş verir. Dialoqda, kommunikativ prosesdə ki kimi, şəxslər söz vasitəsilə fikirlərini ifadə edərək əməkdaşlıq edir. Dialoqda fikir işgüzar, siyasi, etik, estetik və digər meyarlarına müvafiq olaraq qiymətləndirilir və mənimsənilir. Belə ki, dialoq dil ünsiyyətinin ayrılmaz tərkib hissəsidir.

Dil təfəkkürə, şüura və davranışa güclü təsir göstərir. Verbal kommunikasiyasının vahidləri sözlər və diskursdur. Nitq aktı qəbul olunmuş qaydalara müvafiq olaraq məqsədyönlü danışıq davranışını təqdim edir. Nitq aktı konkret kommunikativ təlimat kimi *niyyəti*, məlumatın ötürülməsi və qiymətləndirilməsi ekspressiv vasitələrinin köməyi ilə həmsöhbətçilə təsir etmək istəyi kimi *məqsədyönlüyü*, həmin cəmiyyətdə qəbul olunmuş və nitq normalarına müvafiq kimi *konvensionallığı (şərtliliyi)* xarakterizə edir.

Söyləmin verbalizəyə uğramış nəticə, nitq aktının məhsulu ifadədir. Formasına, sırası xarakteristikalarına görə sözlər, əsaslı surətdə, cümləyə təsadüf

edir. Lakin söyləm, cümlə ilə müqayisədə, daha geniş kommunikativ imkanlara malikdir. Bu intonasiya, məntiqi vurğu, ifadənin pauza, tonallıq, nitqin tempi, səsin ucalığı, tembri kimi qeyri-verbal vasitələrinin işlənməsi nəticəsində baş verir. Söyləm - verbal (dil) səviyyəsinin kommunikativ vahididir. Söyləm situativlik, sosial şərtlilik, variativlik, seçimlilik, qeyri-sabitlik vasitəsilə xarakterizə olunur.

Diskurs – nitqdə modelləşdirilmiş ardıcıl və hadisəli planda təhlil olunan bütöv mətn. Diskursda həm verbal, həm də qeyri-verbal vasitələr mövcuddur. Dil amilləri sözlərin uyğunluğunu, söyləmlərin ardıcılığını, intonasiya məqamlarını, nitqə suallara reaksiya elementlərinin daxil olunmasını, yenidən verilən suallarını, həmsöhbətçinin nitqinə müdaxilə etmələrini nəzərə alır. Diskursun qeyri-verbal amilləri, işgüzar etiketinin vasitələri həyati vəziyyətlərində nitqin aktuallaşmasına şərait yaradır.

Sosial kommunikasiyasını diskurs nitq fəaliyyəti, məlumatın ötürülməsinin, qəbulunun və mübadiləsinin vasitəsi kimi maraqlandırır. Onun köməyi ilə solumun hissəsini təqdim edən indvidlərin qarşılıqlı kommunikativ əməkdaşlığı təşkil olunur.

Diskursların da müxtəlif tipləri mövcuddur. Diskursun modelləşməsi - mental modeli, freymlər, ssenarilər, situasiya modeli, “situativ tip” modelindən ibarətdir. Bu səpkidə, şübhəsiz ki, sözün dilin əsas vahidi kimi semiotik xarakteristikaları, sözün semantik strukturası, dilin kommunikativ funksiyaları, auditoriyaya verbal təsirin mümkünlüyü xüsusi tədqiqat obyektləridir.

Qeyri-verbal kommunikativ vasitələr kimi insan bu günə kimi bayrağın, tüstünün və s. dillərini; simvollarla və işarələrlə assosiasiya olunan tikmələri, ornamentləri, naxışları, folklor nümunələrini istifadə edir. Şəxsiyyətlərarası ünsiyyətdə pozaya, jestlərə, mimikaya, üzün ifadəsinə, baxışa və s. böyük əhəmiyyət verilir. Yəni, ünsiyyətin verbal formasının zənginliyinə baxmayaraq, kommunikasiyanın qeyri-verbal vasitələrinə kifayət qədər tez-tez müraciət olunur. Sözdən (cümlədən) fərqli olaraq qeyri-verbal vasitələr insan tərəfindən bilavasitə

qəbul olunur və münasibətin nüanslarını (incəliklərini) ifadə edərək güclü şəkildə təsir edir.

Kommunikasiyanın qeyri-verbal vasitələri, verbal vasitələri kimi, əsas (informativ, pragmatik və ekspressiv) funksiyaları icra edir. Qeyri-verbal işarələr (jestlər, mimika) daha çox qeyri-motivləşmiş, indeksləşmiş, kodlaşdırılmış işarələrdir və onlar hissləri, emosiyaları, qiymətləndirici münasibəti ifşa edir. Pragmatik funksiya kontaktın, əks əlaqənin, sosial oriyentasiyasını, həvəsləndirici və nizamlayıcı motivlərin qurulmasını ehtiva edir. Ekspressiv funksiyalar adaptiv, emotiv (emosiyaları doğuran) və empatik (istənilən fraqmentin emosional ifadəsini) ehtiva edir.

2) Kommunikasiya prosesinin əhatə dairəsinə və kütləvisinə görə:

a) **kütləvi** (sosium sistemi səviyyəsində), **orta səviyyəli** (sosial qrupların və təşkilatların miqyası məhdudlaşdırılmış) – **təşkilatdaxili kommunikasiyalar**;

b) **lokal** (ailədaxili, triadlı və s.), **qrupdaxili** (qarşılıqlı əməkdaşlıq müəyyən qrup çərçivəsindən çıxmır), **qruplararası** (müxtəlif qruplar arasında və ya böyük qrupla onun kifayət qədər müstəqil yarımqruplar arasında) kommunikasiya tipləri mövcuddur.

3) Qruplararası qarşılıqlı əlaqələrinin hər bir xarici subyektlərinə görə kommunikasiyalar xarici xarakter daşıyır:

a) **xarici kommunikasiyalar**;

b) **şəxsiyyətlərarası** (müxtəlif fərdlər arasında - diadlı);

c) **şəxsiyyətdaxili** (özü özü ilə ünsiyyət).

Məkanından, vəziyyətindən, sosial statusundan asılı olmayaraq (məsələn, KİV, internet) külli miqdarda insanların təcrübə olaraq sosial məzmunlu məlumatlara eyni zamanda çıxış əldə etməyə imkan yaradan qarşılıqlı əlaqələr sistemini **kütləvi kommunikasiyalar** təqdim edir. Məlumatın genişləndirilməsi və

ötürülməsi üçün istifadə olunan texniki vasitələr əsasında kommunikasiyanın belə növü inkişaf edir. Bir qayda olaraq, kütləvi kommunikasiyalar ixtisaslaşdırılmış təşkilatlar (nəşriyyatlar, agentliklər, redaksiyalar, studiyalar) vasitəsilə istifadə olunur.

“Kütləvi kommunikasiyalar” termini altında eyni vaxtda məhdudlaşdırılmış məkanda külli miqdarda insanların müəyyən “fikirlərin, nöqteyi-nəzərlərin liderləri” ilə (məsələn, mitinqlər, yürüşlər, prezentasiyalar, açıq və bağlı salonlarda, stadionlarda konsertlər) qarşılıqlı əməkdaşlığı (kommunikasiyanı) həyata keçməyə imkan yaradan əlaqəni başa düşə bilərik. Kütləvi kommunikasiyalarının hər iki növü üçün ümumi kriteriyası (meyarı) külli miqdarda insanların tərəfindən eyni zamanda alınan kütləvi məlumatdır.

Təşkilat çərçivəsində interaksiyaları ***təşkilatdaxili kommunikasiyalar*** təqdim edir. Təşkilat üzvünün onun struktur bölmələri ilə, həmçinin struktur bölmələri arasında mövcud olan qarşılıqlı əməkdaşlığı belə kommunikasiyalara aid etmək olar.

İstənilən sosial sisteminin xarici sosial birlikləri ilə xaricində mövcud olan əlaqələri - ***xarici kommunikasiyalardır***. İstənilən sosial təşkilat ətraf mühit ilə əlaqəsiz mövcud ola bilməz və buna görə xarici kommunikasiyalar istənilən sosial sisteminin (təşkilatın, institutun) funksionallığının icbari komponenti olur.

Qrupdaxili kommunikasiya bir qrupda baş verən prosesdir. Nisbətən böyük olmayan qrupda ünsiyyətdə iştirak etməyə hər üzv təxmini bərabər şansa (imkana) malikdir. Üzvlər 10-12 nəfər olan qruplarda müzakirə iştirakçıları arasında birbaşa və əks əlaqə yaratmaq olar. Bu sayda tələbələrle tədris prosesi keçirilən auditoriyada fəal diskussiyalar, müzakirələr, mühazirələr, danışqlar aparmaq olar. Burada birbaşa əlaqə kanalı daha strukturlaşmış, nəinki şəxsiyyətlərarası kommunikasiya zamanı, lakin əks əlaqə şəxsiyyətlərarası kommunikasiya zamanında olanlar kimi həmin imkanlara malikdir.

Şəxsiyyətlərarası kommunikasiya iki nəfər arasında baş verir. Hər iki tərəf həm məlumatı ötürən, həm də onu qəbul edən kimi çıxış edir. Bir tərəfin ismarıcı səs kimi (əlavə kanal – baxış, jest, mimika) kommunikasiya kanalı vasitəsilə ötürülür. Əks əlaqə hər kommunikasiya iştirakçısının cavabıdır.

Şəxsiyyətdaxili kommunikasiya individumun daxilində yaranır o halda ki, əgər insan öz-özünə problemləri müzakirə edir, həllini axtarır, özünə suallar verir və özü də onlara cavab verir. Burada əks əlaqə kimi təqdim olunan məsələdə məlumatın təkzibi və ya yeniləməsi (korreksiyası) faktı çıxış edir.

Kommunikasiyalar *kontaktın yaranması və saxlanılması üsuluna* görə ***bilavasitəli (birbaşa, düz)*** və ***distantlı (məsafəli)*** olanlara bölünür.

Bilavasitəli (birbaşa, düz) olan kommunikasiya – verbal və qeyri-verbal vasitələrlə vizual qavrayışın çərçivəsində (məsələn, söhbət, ictimaiyyətin qabağında çıxış) birbaşa həyata keçirilən kommunikasiyadır.

Distantlı (məsafəli) olan kommunikasiya – vasitəçi tərəfindən və ya müxtəlif kommunikasiya vasitələri (kütləvi informasiya vasitələri və reklamlar) və texniki vasitələrlə (reproduktor, telefon, radio, videoəlaqə, lokal və ya qlobal xarakterli kompüterli kommunikasiya əlaqələri) həyata keçirilən qarşılıqlı əməkdaşlıqdır.

Kommunikatorların təşəbbüsünə görə kommunikasiya ***fəal*** və ***passiv*** kommunikasiyalara bölünür. Əgər kommunikator resipiyentə təsir edir, hansı ki ismarıcı heç bir reaksiya vermir, onda axırıncı qeyri-fəal rol oynayır, həmin kommunikasiya isə bütövlükdə passiv olur. Kommunikasiya fəal olur, əgər ünsiyyət prosesində iştirak edən bütün kommunikatorlar ismarıcıların təşəbbüskarları olur və qəbul edilən məlumata dərhal öz hərəkətləri ilə reaksiya verir.

Təşkilatçılıq dərəcəsinə görə kommunikasiyalar ***təsadüfi*** və ***qeyri-təsadüfi*** (təşkil olunmuş) olanlara bölünür. Təsadüfi kommunikasiyalar kortəbii yaranır. Fərdlər arasında planlaşdırılmamış məlumat mübadiləsi baş verir. Təsadüfi

görüşlərdə işgüzar məsələlər müzakirə olunur, və hətta kifayət qədər məsuliyyətli qərarlar qəbul olunur. Təsadüfi kommunikasiyalarının belə növləri sistemin öztəşkilatçılığının dərəcəsini gücləndirir.

Məlumat axınının istiqamətindən asılı olaraq kommunikasiyalar **üfüqi** və **şaquli** kommunikasiyalara bölünür. Şaquli istiqamət, öz növbəsində, **enən** və **qalxan** kommunikasiyalara bölünür. Qrupda və ya təşkilatda bir səviyyədən digər aşağı səviyyəyə hərəkət edən kommunikativ axın *enən istiqamət* adlanır. O, qrupların rəhbərləri tərəfindən vəzifələrin qoyuluşunda, işlərin təsnifində, prosedurların məlumatında mövcud olan problemləri xüsusi qeyd etmək, işin nəticələrinə əsasən əks əlaqə variantlarının təklif etmək üçün istifadə olunur. Bununla belə məlumat nə qədər çox səviyyələr keçir, o qədər az o dəyişikliyə məruz qala bilər. Daha xarakterik misal: rəhbərin ona tabe olan işçilərlə olan ünsiyyətdir.

Qalxan istiqamət: aşağı səviyyədən yuxarı səviyyəyə qalxan məlumat iş nəticələri və mövcud olan problemlər haqqında məlumat vermək məqsədilə tabe olan işçilərdən rəhbərə əks əlaqə üçün istifadə olunur. Belə məlumat sadəcə işçilərin fikirlərini rəhbərliyə çatdırmaq üçün vasitə kimi xidmət etmir, o, həmçinin rəhbərliyə kollektiv fikrində baş verən dəyişikliklərə dərhal reaksiya göstərməyə imkan yaradır. Rəhbərlik düzgün qərar qəbul etmək məqsədilə bu məlumatı təhlil edir. Yuxarı qalxan informasiya müəyyən səviyyədə olan rəhbərliyi məlumatlandırmaq üçün aşağı səviyyədə olan rəhbərlər tərəfindən istifadə olunur. Bu yuxarı səviyyədə olan rəhbərliyə hesabatların, məruzələrin, ayrı-ayrı layihələr üzrə olan yekun sənədlərin təqdimatı vasitəsilə həyata keçə bilər.

İstehsal prosesində hələki “yuxarıdan aşağı” sxem üzrə təşkil olunmuş kommunikasiya sistemləri üstünlük təşkil edir. Belə sistemlərdə əsas istehsal əlaqəsi rəhbərliyin və funksional rəhbər strukturlarının göstərişlərini icra edən mərhələ qəbul olunur. Belə təşkilatın iş mərhələlərinin razılaşması rəhbərlik vasitəsilə həyata keçir, o da onlarla ünsiyyətdə vasitəçiyə çevrilir. İcra edənin psixologiyası işçilərdə tərbiyyə olunur. Bu səbəbə görə istehsal və ya sosial

məsələlərinin həll olunmasında ortaya çıxan istənilən problem rəhbərliyin narazılığına gətirə bilər.

Belə sistemdə idarəçilik təcrübəsi əməyin bölünməsi və spesifikasiyası prinsiplərinə, onun unifikasiyasına, idarəçiliyin administrativ, hüquqi və iqtisadi üsullarına əsaslanır. Rəhbərliyin köhnə strukturlarında tərbiyə olunmuş müasir rəhbərlər, belə sistemə üstünlük verir və həmişə kommunikasiyanın yeni sistemlərinə uyğunlaşa bilmirlər.

Üfüqi istiqamətli kommunikasiyalar eyni səviyyədə olan qrup üzvlərinin arasında və ya bərabərhüquqlu qruplar arasında həyata keçir. Üfüqi istiqamətli kommunikasiyalar bir halda idarəçiliyin müəyyən alqoritmin realizasiyasının mütləq atributudur, digər halda isə - bu kortəbii baş verir.

Böyük amerikan meneceri (idarədarı) Li Yakokka, “Kraysler” firmasında baş direktor vəzifəsinə təyin olunanda, “inana bilmirdi ki, konstruktor şöbəsini rəhbərlik edən menecer, istehsal şöbəsinin rəhbəri ilə daimi əlaqə saxlamır. Heç kəs “Kraysler” korporasiyasında elə bil başa düşmürdü ki, şirkətdə müxtəlif funksiyalarının qarşılıqlı əməkdaşlığı mütləq halda zəruridir”.

Başqa misal: avtomobillərinin satışı və istehsalı bir vitse-prezidentinin tabeçiliyində olub. “Mənim üçün bu anormal haldır, çünki biz ağır işlə məşğulluq, burada tamamilə müxtəlif funksiyalar mövcuddur və bunların aralarında, çox təəssüf ki, heç bir sıx əlaqə yoxdur” (Ли Якокка : 179).

Beləliklə, kommunikasiyanın müxtəlif **tipləri** mövcuddur: şəxsiyyətdaxili (şəxsi), şəxsiyyətlərarası, qrupdaxili, qruplararası, kütləvi və s. Onlar fərqli sahələrdə və sferalarda həyata keçirilə bilər, məsələn:

a) mənəvi-mədəni, elmi, istehsal, rekreasyon (istirahət), tədris zamanı olan kommunikasiyalar;

b) müxtəlif yaşa, cinsə, fərqli xalqlara, etnoslara, irqlərə aid olan fərdlər arasında, məsələn: gerontokommunikasiyalar, genderli, milli-etnik, irqlərarası kommunikasiyalar;

c) əhalinin müxtəlif kateqoriyaları arasında mövcud olan kommunikasiyalar, məsələn: gənclər, qadınlar arasında, dini;

ç) planetlər, qitələr (kontinentlər), ölkələr, xalqlar, ərazilər arasında mövcud olan kommunikasiyalar, məsələn: planetlərarası, qitələrarası, dövlətlərarası, xalqlararası, ərazilərarası və başqaları.

Bəzi kommunikativ proseslər, məlumatın mübadilə prosesləri kimi, xüsusi təşkil olunur, digərləri isə kortəbii baş verir. Əgər ünsiyyət qarşılıqlı anlaşma istəyi və məlumat mübadiləsinin effektivliyi üzərində qurulur, onda o optimal olur. Kommunikasiyanın təşkil olunmuş sistemlərinin effektivliyi məlumat mübadiləsi sisteminin strukturundan asılıdır. Kommunikativ sisteminin işi düzgün təşkil olunması olsa bir çox məlumatı tətikləməklə, ötürməklə və qəbul etmək ilə bağlı olan çatışmazlıqlar əsaslı surətdə zəiflənmiş ola bilər.

“Əgər nəzərə alsaq ki, kommunikasiya fiziki məkanda baş verir, ona enerjinin (təşkilatın) aşağı səviyyəli siqnallarının mübadiləsi prosesi kimi baxmaq olar, və nəticədə enerjinin (təşkilatın) yüksək səviyyəli siqnallarının mübadiləsi yaranır” (Почепцов,2001:15). Kommunikasiya prosesinin müxtəlif mərhələlərində qeyri-verbal siqnallar verbal olanlara çevrilir, və əksinə.

Məlumatın yayılması sxeminin seçimi ya iddiaçı, ya da bu məqsəd üçün yaranan xüsusi xidmətlər tərəfindən həyata keçirilir. Hər bir halda onlar kommunikasiya kanallarının mövcudluğunu və resipiyentin qəbul etmək imkanlarını, ona ünvanlanmış məlumatını dərk etməsini nəzərə almağa məcburdur. Kommunikator (məlumatı göndərən və kommunikasiya sisteminin işini təşkil edən) kimə, məlumatın hansı hissəsini və hansı kanal vasitəsilə ötürülməsini təyin edir. Həm kommunikatora, həm də resipiyentə son mərhələyə informasiyanın ötürülməsi zamanı məlumatın bir hissəsi keçid mərhələlərlə “əlinir”, yəni ayrılı,

seçilə bilər. Keçid mərhələlərində yuxarıdan aşağı və aşağıdan yuxarı məlumatların müəyyən axınları idarə olunur. Halbuki, məlumatın seçimi təhlükəlidir, çünki keçid mərhələnin nümayəndəsinin subyektiv fikrinə görə vacib informasiyanı itirə bilər. Texniki vasitələri və sistemləri ilə təşkil olunan kommunikasiya kanallarında məlumat itirilə və dəyişdirilə bilər.

Ən geniş anlamda ünsiyyətin texniki vasitələrinə kommunikasiya sisteminin funksionallığı zamanı və ya kommunikasiya prosesində tətbiq edilən bütün xüsusi yaranan maddi elementlərini aid edirlər. Kommunikasiyanın texniki vasitələrinə telefon, teletayp, teleqraf, faksimil aparat, qüvvətləndirici aparatura (mikrofonlar, dinamiklər), videoəlaqə (telekonfrans), ikitərəfli radioəlaqə, elektron poçt (internet) aiddir. Bu texniki vasitələr müəyyən adresatların arasında bilavasitə kommunikasiya şəbəkələrinin kommutasiyasını təmin edir və eyni zamanda yaxud zaman fərqlilikləri ilə ikitərəfli əlaqənin aparılmasına şərait yaradır.

Digər texniki vasitələr belə imkanı təqdim etmir, lakin subyekt və qeyri-müəyyən obyekt arasında kommunikasiyaları təmin edir. Onlara misal üçün nəşriyyat (qəzetlər, jurnallar, başqa nəşr materialları), televizor, radio- və kinoaparatura aiddir. Belə texniki vasitələrlə adresatın (informasiyanı qəbul edən) təyin olunmaması ilə məlumat kifayət qədər geniş auditoriyaya (ictimaiyyətə) ötürülür, translyasiya edilir. Auditoriyadan (oxucudan, tamaşaçıdan) kimə məlumat ünvanlanıbsa, informasiyanı qəbul edən insanların müəyyən hissəsi ona reaksiya verir və öz cavabını kommunikatora ötürür, məsələn, redaksiya heyətinə. Beləliklə, auditoriyanın bir hissəsi ilə, yəni informasiya kimə ünvanlanıb, kommunikasiya prosesi təmin edilir.

Televiziya vasitəsilə keçirilən kommunikasiyalarında proseslər kinofilmdən, yəni kommunikatív kanal vasitəsilə həyata keçən kommunikasiya proseslərindən fərqlənir. Telekommunikasiyalarda kommunikator müəyyənləşdirilir və asan tanınır, kinokommunikasiyalarla müqayisədə onun sabit auditoriyası mövcuddur. Kommunikasiya prosesinin keçirilməsində mətbuat (kommunikasiyanın yazılı kanalı) və radio və ya televiziya və şifahi kommunikasiyasının ictimai kanalları

arasında mövcud olan fərqliliklər aydındır. Kommunikasiyanın müxtəlif kanallarında informasiya ötürülməsinin dinamikası kəskin sürətdə fərqlənir.

Kommunikasiya prosesi daha effektiv olur əgər o müxtəlif populyar mü sahibələr və söhbətlər özündə ehtiva edir. Şəxsiyyətlərdaxili kommunikasiyalarında baş verən proseslər daha ifadəli olur, əgər onlar təklif olunan telemətnlər və videomətnlər vasitəsilə yaranır. Teletekst məlumat ilə maraqlanan və xüsusi adapterlərlə onu əldə etməyə məcbur olan seçilən resipiyent tərəfindən informasiyanın əldə olunmasına kömək edir. Kompüter hafızəsinə daxil edilən videotekst kabel əlaqəsinin köməyi ilə çatdırılır, həmçinin ehtiyac olsa informasiyanın subyektə ilə əks əlaqə həyata keçirilir. Kompüter videooyunları və proqramları individual istifadəsi üçün nəzərdə tutulub. Kommunikativ proseslərdə lazer texnikasından istifadə edən videodisklər kommunikasiyanın texniki yarımsistemlərinin funksiyalarını genişləndirir.

Belə ki, kommunikativ proses məlumatın istehsalını, cizgini, yayılmasını, qəbulunu, fərqlənməsini, istifadəsini özündə ehtiva edir.

Stenford Universitetinin (ABŞ) elmi-tədqiqat mərkəzinin tanınmış mütəxəssisləri hesab edir ki, alimlər “kommunikasiya prosesinin adekvat şəkildə zamanla dəyişilən aspektlərini tədqiqatlarında nəzərə almırlar” aşağıdakı səbəblərə görə:

1) Biz, həqiqətən də kommunikasiyanın bir proses kimi təhlilinin konsepsiyalarına və nəzəri əsaslarına malik deyilik.

2) Müvəqqəti sıraların yaranması üçün məlumatın toplanması böyük xərclər tələb edir, istisna hal isə, tədqiqatçı təhlil olunan şəxsiyyətlərinin xatirələrinə əsaslanmasıdır. Lakin bu məlumat mənbəsi metodoloji planda tez-tez qənaətbəxş olmur.

3) Məlumatın təkrar toplanması yeni sorğuya respondentin mənfi reaksiyasının artırılması ilə bağlı olan zaman ilə əlaqədar problemlər yaradır

(yalnız əgər bununla belə insanı yoran ölçmə metodlarından istifadə edilmir), ona görə ki, tədqiqat özü respondent və tədqiqatçı arasında kommunikasiya prosesini təşkil edir.

4) Kommunikasiya tədqiqatçıları tez-tez sifarişçilərin tələblərinə, fondların məhdudiyyətinə, elmi-tədqiqat işlərinin yazılması həvəsinə və digər amillərinə müvafiq nəticəni sürətli şəkildə cəhd edib əldə etməyə məcburdur. Bu amillər isə uzunmüddətli tədqiqatlarının aparılmasına maneələr törədir (Роджерс, 1989 : 35).

Qeyd etmək zəruridir ki, axırıncı iyirmi ildə kommunikasiyanın bir proses kimi tədqiqində yenilik müşahidə olunmur. Tanınan çaplarda kommunikasiya prosesinin elementləri arasında mövcud olan səbəb-nəticə əlaqələri təhlil edilmir.

Kommunikativ proses – müxtəlif kommunikasiya subyektlərin arasında olan məlumat mübadiləsinə özündə ehtiva edən qarşılıqlı əməkdaşlıq prosesidir. Kommunikativ proses kommunikantların qarşılıqlı əməkdaşlığının hər iki istiqamətlərində məlumatın formalaşması, ötürülməsi, qəbulu, aydınlaşdırılması və istifadəsinin mərhələlərin dinamik dəyişilməsini özündə ehtiva edir. Məlumat mübadiləsi prosesi onun *formalaşmasından* başlayır. Məsələn, müəyyən auditoriya üçün ünvanlanmış istənilən mal barədə reklam xarakterli məlumatı hazır etmək üçün, analoqlardan köklü surətdə fərqlənən onun obrazının yaranması zəruridir. Sonra isə alıcının istehlak prosesinə daxil olmasına qədər reklamın ideyasını həyata keçirtmək lazımdır. Bundan irəli gələrək, satıcı və alıcı arasında mövcud olan kommunikativ prosesində istifadəsi üçün nəzərdə tutulan məlumat, mala sosial dəyər verməyə kömək edən həm aşkar görünən (real), həm də simvolik (obrazlı) məlumatları özündə ehtiva etməlidir.

Məlumatın ötürülməsi üslubu kommunikasiya məqsədi, kommunikasiya kanallarının formalaşması, kommunikasiya tərəfləri üçün ümumi olan işarə sisteminin (ünsiyyət dilinin, simvollar sisteminin) mövcudluğu ilə təyin olunur. Ünsiyyət dili şifahi və yazılı nitq formalarının janrları ilə xarakterizə edilərək kommunikasiyanın hər kanalı üçün formalizə olunmalıdır. Kommunikasiya dilinin

standartlaşması üslubun, məlumat ötürülməsinin mexanizminin standartlarından irəli gələrək həyata keçirilir. Mənalı və qiymətləndirici məlumatın ötürülməsi üçün müvafiq verbal və qeyri-verbal vasitələr seçilir.

Ötürülən məlumat adekvat şəkildə onu qəbul edən tərəfindən qarşılanmalıdır. Bu səbəbdən kodlaşma və dekodlaşma bir zəncir yaradır. O halda ki, kommunikasiya texniki vasitələrinin köməyi ilə həyata keçirilir, kütləvi kommunikasiya vasitələrinin müxtəlif kanalları ilə məlumatın kodlaşması və dekodlaşması (kommunikasiya kanalının girişi və çıxışına identik, eyni olan müvafiq aparaturanın köməyi ilə) təmin olunur.

Belə kommunikativ amillər dil kodunun seçimi, istifadə qaydaları və normaları və özəl kommunikativ funksiyalarının üslubları kimi, kommunikativ normativi formalaşdırır.

Dil kodu mövcud olan kommunikativ vasitələrinin və kommunikasiya kanallarının həcmindən, tezliyindən seçilir. Dil kodunun seçiminə mövzu, publikasiyalarının janrı, radio və tele verilişlərinin növü təsir edir. Kodun seçimi mətbuatda, radioda və televiziya da real şəraitdə funksionallıq göstərən dil növləri ilə təyin olunur. Özəl dil kodu müvafiq savadlı və mədəni səviyyələrində olan insanlar üçün seçilir. Milli regionlarda KİV-də, təhsil ocaqlarında, elmi tədqiqat idarələrində yerli əhalinin dilinin istifadəsi qanunla nəzərdə tutulur. Əgər şifahi şəxsiyyətlərarası kommunikasiyasında məlumatın ötürülməsi bilavasitə kortəbii baş verir və zəif şəkildə fiksasiyaya uğrayır, texniki vasitələri ilə olan kommunikasiyalar isə, əks olaraq, asan qeydə alınır, və məlumat daşıyıcısı vasitəsilə həyata keçirilir.

Kommunikativ sistemlərində *kodlaşma* və *dekodlaşma* məlumatın əldə olunmasının istisnası və tələb olunan adresatına çatdırılması məqsədilə həyata keçirilir. Məlumatın gələcək işlənməsinə qəbul edilən formaya salınması üçün və qəbulu zamanı – qəbul edən üçün anamlı formasına düşməsi üçün texniki sistemlərində bu prosedur birləşdirici, qovuşdurucu olur.

Məlumatı qəbul edən bacarmalıdır:

- a) açar sözlərinə görə məlumatın tematikasını dərhal qeyd etməlidir;
- b) məlumatın əvvəlini düzgün interpretasiya etməlidir, və müvafiq olaraq, onun təfərrüatlarını hiss etdirməlidir;
- c) buraxılan elementlərinə baxmayaraq məlumatın məzmununu bərpa etməlidir;
- ç) söyləmin (diskursun) əsas fikrini düzgün təyin etməlidir (Конечная, 1997 : 230).

Bu bacarıqlar kommunikasiyanı təmin edən kodlaşma və dekodlaşma sistemlərinə müvafiqdir.

Nitqin məlumatı giriş, əsas hissələri və nəticəni özündə ehtiva edən strukturuna malikdir. Nitqin daxili strukturu nitq hissələrinin arasında mövcud olan münasibətləri, hissələr və bütövün əlaqələrini, məlumatın dinamikasını (əsas fikir, kulminasiya, aydınlıq və s. məqamları) əks etdirir.

“Psixoloji xüsusiyyətləri və insanın individual təcrübəsi ilə şərtlənən subyektiv amillərə aiddir:

- a) məlumatın identikliyinə qiymətini nəzərdə tutan qavrayışın duyulması, yəni real və təsnif edilən hadisələrin arasında münasibət, məlumatı göndərənə qiymətləndirici münasibətinin anlaması – kommunikatorun və onun kommunikativ normativinin;
- b) məlumat axınının bölünməsi, analizi və birləşməsi nəticəsində məlumatdan “əsas məqamları” qeyd etmək insanın xüsusiyyəti ilə bağlı olan qavrayışın diskretliyi;
- c) insanın keçmiş təcrübəsi ilə qavranılanın şərtlənməsi, gələcək məlumatı ona qabaqcadan hiss etmək, sevinmək, proqnoz etmək imkanını yaradan – appersepsiya (özünüdərk olunması);

ç) qavrayışın qabaqlayıcı xarakteri öncə olan amil ilə bağlıdır, bu insanın qabaqcadan gələcəyi bilməyidir – antisipativdir (latın dilindən “anticipio” – “qabaqlamaq, qabağını almaq” deməkdir).

O, P.K.Anoxin tərəfindən formulizə olunan ətraf mühitinin əks təsirini qabaqlamaq qanununa əsaslanır. Məlumatı qəbul edərək, insan artıq əvvəlcədən lazımi biliyi əldə edir və kontekstin əsasında söyləmin (diskursun) son hissəsini başa düşə bilər” (Анохин, 1978 : 42).

Məlumatı hazırlayanda radio və teleproqramlara qoyulan tələbləri nəzərə almaq lazımdır. Bütün radioverilişlər üç hissəyə bölünür: giriş, bir qayda olaraq, 35 saniyədən artıq olmur və dörd müxtəlif məlumata malik olur; əsas hissə adətən 7-8 dəqiqəlik olur və 10 artıq yeni xəbəyə malik olmur; xülasədə 4-5 əsas xəbərlər ümumiləşdirilir, və davamiyyətinə görə o girişə müvafiq olur və yaxud 10-20 % ondan artıq ola bilər. İstənilən məlumatın daha yaxşı başlanğıc ilə sonu yadda qalır, üç dəfə onun təkrarı maksimum dərəcədə hafizədə həkk olunur.

Kommunikativ prosesinin ən geniş yayılan forması - ictimai formada və ya radio- yaxud televerilişlərində keçirilən dialoqdur. Kütləvi kommunikasiya şəraitində aparılan dialoq yalnız şəxsiyyətlərarası ünsiyyəti imitasiya etmir, həm də bir çox hallarda kommunikativ prosesinin strukturunu əks etdirir. Kommunikasiya prosesində kommunikator müəyyən təqdimat və ya dinləyicilərə bilavasitə müraciət vasitəsilə öz nitqini özünükləşdirməyə çalışır.

Nitq formasında keçirilən kommunikativ prosesinə ən ümumi sintaktik tələblər bunlardır:

- a) sadə qrammatik strukturlu olan qısa söyləmlərin, ifadələrin istifadəsi;
- b) sözlərin düzgün sırasının istifadəsi;
- c) çoxsözlü və çoxsəviyyəli ifadələrin məhdudlaşdırılması;
- d) məzmunlu mənaların durğu və intonasiya vasitəsilə xüsusi qeyd olunması.

Əgər məlumat radio- və ya telekanal vasitəsilə verilir onda tələffüzə xüsusi tələblər irəli sürülür. Məlumatın normativ tələffüzünə, məna vurğusunun edilməsinə, tonallığına, tempinə və ritminə xüsusi diqqət vermək lazımdır. Bütün bu nüanslar kommunikatorun məlumata olan qiymətləndirici münasibətini ifadə edir və ötürülən informasiyanın ifadəliyinə şərait yaradır. Kommunikatorun tempi və ritmi dinləyicinin tempi və ritmi ilə üst-üstə düşəndə məlumat qavrayışının effektivliyi əsaslı şəkildə çoxalır.

Nitq kommunikativ prosesinə irəli sürülən estetik tələblərinin arasında - ahəngsiz və nadir hallarda işlənən formalarının istifadəsinin məhdudlaşdırılması və ya tamamilə təcrid olunması; bir söyləmdə eyniköklü və eyni məzmunlu sözlərinin, yersiz təkrarların, durğuların icazə verilməməsi zəruridir.

Kommunikativ prosesinin effektivliyi tanınmış adlara, avtoritetlərə müraciəti çoxaldır. İnsanlar özlərini daha əmin hiss edir, əgər onların fikirləri tanınmış şəxsiyyətlərin nəzər nöqtələri ilə üst-üstə düşür. Dinləyicini və ya tamaşaçını sirr ilə dolu və əsrarəngiz dünyaya daxil etmək məqsədilə tez-tez kommunikativ prosesdə ekzotik terminlərinin istifadəsi müşahidə edilir. Eyni zamanda məlumatın artıq dərəcədə işlənən, başa düşülməyən sözlər anlaşılmazlıq baryerini, maneəni yarada bilər.

Tərəf müqabilin intizarını pozmaq üslubunu istifadə edəndə müəyyən mövzu ortaya qoyulur, gələcək inkişafı barədə partnyor proqnozlar edəndə isə, məlumat verilir ki, bu sadəcə giriş idi və onun müzakirə mövzusu ilə uzun əlaqəsi mövcuddur. Bu sadəcə əlaqəni pozmur, əksinə partnyorda maraq oyadır.

Bir sıra hallarda yalançı personajın təsnif edilən hadisələrdə real iştirakçı kimi əlavə edilmə üslubunun istifadəsi mümkündür. O, tarixi hadisələr barədə mövcud olan məlumatları canlandırmaq üçün tətbiq edilir. Dinləməyə vadar edən, vasitəsiz müraciət üslubundan istifadəsi, partnyorların ictimai münasibətlərindən asılı ikna (fitva) məcburi, arzulanan və ya mümkün ola bilən məsələni nəzərə almaq lazımdır. Bu da, öz növbəsində, əlaqənin yaranmasına mane ola bilər.

Kommunikativ prosesində tez-tez olaylara, ictimai hadisələrə, sosial mənalı faktlara müraciətlərinin istifadəsini qeyd etmək olar. Burada yalnız aktual informasiya istifadə edilmir, həm də kommunikantın dəyərli oriyentasiyası da əhəmiyyət kəsb edir.

Kommunikativ proseslərinin fəallaşması realizasiyaya və kommunikasiyanın digər funksiyalarına, məsələn, apelyativ, sövqedici, idarəedici, iradə ifadə edən, ritual, performatif, özünü təqdim etmə funksiyalarına təkan verir. Məlumat çatdırılmasının kommunikativ normaları və qaydalarının formalaşması üçün seçilmiş kommunikasiya kanalının spesifikasiyası təsir göstərir. Verbal kommunikativ vasitələrinin təsviri vasitələr ilə (fotolar, karikaturalar, grafik sxemlər, və s.) əlavə olunması məlumatın kütləvi auditoriyaya köklü surətdə təsirini gücləndirir.

Beləliklə, kütləvi kommunikasiya vasitələrinin individlərə və sosial qruplara əsaslı təsir göstərməyinə kömək edən kommunikativ prosesin və amillərin saxlanması müxtəlif üslublarının istifadəsi kommunikanta məlumat mübadiləsi prosesini lazımi tərəfə istiqamətləndirməyə və qarşıya qoyulan məqsədlərə çatmağına şərait yaradır.

Lid Universitetinin Kommunikativ Tədqiqatları İnstitutunun direktoru Filip Teylor xüsusi məqsədlə ideya və ya fikrin çatdırılmasının kommunikativ prosesini təbliğat kimi təhlil edir. Bu halda kommunikasiya kommunikatorun maraqlarına xidmət etməyə istiqamətləndirilir.

Kommunikativ sisteminin elementlərindən məlumatın gedişi keçirilir. Kommunikasiya zəncirinin elementləri arasında ***kodlaşma, signalın ötürülməsi, kanal*** (çatdırılma mexanizmi), ***qəbul*** və ***dekodlaşma, əks əlaqə, maneələr*** təhlil edilir.

Kodlaşma signalın müəyyən kommunikasiya kanalı üzrə optimal çatdırılmasını təmin edərək, signalın formaya salınması məqsədini qoyur. Signalın forması simvolların çeşidi növündə, özündə bütün qeyd olunan kommunikasiya

elementlərini ehtiva edən kommunikativ sistemin spesifikasiyasından asılı olaraq seçilir.

Kanal kommunikatordan resipiyentə mövcud olan vasitəçi mexanizm rolunu oynayır. Bu həm şifahi müraciətdir, telefon və interaktiv (ikitərəfli teleəlaqədir), həm iclaslar, mitinqlər, yürüşlərdir, həm də məlumat mübadiləsi aparılan ofisdir, küçədə və ya başqa bir məkanda olan reklamdır ki, onun vasitəsilə reklamverici reklamı əldə edənlərlə ünsiyyət yaradır və s.

Signalın ötürülməsi kommunikasiya kanalının vasitəsilə həyata keçirilir. Signalın növü həyata keçirilən kommunikasiya və istifadə edilən kanalın tipindən asılıdır.

Signalın qəbulu və dekodlaşması. İstənilən resipiyent kommunikasiya sistemində tam şəkildə fəaliyyət göstərə bilər əgər o ona çatdırılan məlumatı düzgün anlaya bilər. Əgər kommunikasiya kanalı səsdən ibarətdirsə, onda anlamlı sözləri və cümlələri təşkil edən səs simvollarının sistemini başa düşərək, nitq kommunikasiyasını həyata keçirtmək olar. Morze əlifbası tipində siqnalların ötürülməsi zamanı resipiyent qısa və uzun siqnallarının (nöqtə və tire) kombinasiyalarından ibarət olan radiosiqnalı qəbul etməlidir və onları durğuların arasında olan simvolların çeşidi vasitəsilə dekodlaşdırmalıdır. Signalın şifrə salınmaqdan əvvəl olan ilkin formaya dekodlaşdırılmasını və dəyişilməsini xüsusi texnologiyalar həyata keçirir. Onlar “dekoderlər” adlanır.

Mütəxəssislər hesab edir ki, məlumatın mənbəsi və qəbul edəni arasında mövcud olan kommunikasiyalarında “ümumiliyi” pozan ən əsas amil - kodlaşma və dekodlaşma proseslərində baş verən dəyişikliklərdir. Ən effektiv kommunikasiyalar o halda baş verə bilər ki, məlumatın kodlaşması və dekodlaşması prosesləri bərabər obrazlı, eynixarakterli olsun. Bu proseslər müxtəlif cür olanda, kommunikasiyalar “dağılır”, pozulur. N.Viner bu problemi “entropiya” adlandırır, yəni insanların ünsiyyəti proseslərinin xırdalıqlara meyli (Винер, 1968 : 77). Belə tendensiya o halda baş verir ki, təşkilatın işçiləri istifadə

etdikləri fərqli təcrübəyə, leksikaya, biliklərə, maraqlara, və s. malik olur, və nəticədə effektiv kommunikasiyalar üçün maneələr yaranır.

Siqnalların ötürülməsi zamanı müəyyən *baryerlər* və *maneələr* yaranır. Müxtəlif millətli insanların arasında dialoq zamanı, məsələn, dil baryeri yarana bilər, radiosiqnalın ötürülməsi zamanı isə - radiomaneələr mövcud ola bilər. İdarə edən və tabe olanlar arasında olan kommunikasiyalarında baryerlər və maneələr kimi müdir və işçilərin status fərqlilikləri ola bilər, və ya nə eşitmək istəyirsənsə yalnız onu eşitmək istəyi dura bilər. Danışiq zamanı fikir dağınığı, resipiyent tərəfindən qəbul olunan məlumatın səhv interpretasiyası, semantik problemlər (eyni sözlərə fərqli mənaların verilməsi) düzgün anlama prosesində maneələr törədə bilər.

Bütün baryerlər və maneələr ötürülən siqnalı dəyişir. Bu səbəbə görə kommunikator əmin olmalıdır ki, resipiyent məlumatı düzgün başa düşübmi. Belə problemi aradan qaldırmaq məqsədilə kommunikasiya sisteminə əks əlaqəsinin kanalı daxil edilir. Danışiq zamanı əks əlaqə kimi, məsələn, resipiyent tərəfindən eşidilən qısa söhbət, hekayə ola bilər.

Morze əlifbası vasitəsilə keçirilən radioteleqrafistlərin kommunikasiyalarında – bu məlumatın bütöv həcmnin qəbulunun təsdiqidir (beş işarədən ibarət olan qrupların müəyyən sayı). Kommunikator əks əlaqə vasitəsilə kommunikasiya nə dərəcədə effektiv keçirilir qiymətləndirə bilər.

Kommunikasiya kanallarının seçimi xüsusi əhəmiyyətlidir. Reklamı verən üçün, istənilən digər kommunikant kimi, keçirilən optimal kommunikativ proseslərin kanalının seçimi son dərəcə məsuliyyətlidir. KİV-nin istifadəsi zamanı kommunikasiyanın reklam kanalı kimi aşağıdakı məqamlar nəzərə alınmalıdır:

a) məlumatın bölünmə sistemi (nə qədər insan bu kanal vasitəsilə informasiya alır);

b) konkret kanal üzrə informasiyanın ötürülməsinin tezliyi və periodikliyi (təkrarlanması);

c) konkret kanalı istifadə edən auditoriyasının spesifikasiyası;

ç) KİV-nin müxtəlif növlərinin istifadəsinin qiyməti.

İnformasiyanın çatdırılmasının ən effektiv kanallarından biri böyük tirajların sayəsində və insan həyat və yaradıcılığın əksər sahələrinin əhatə etdiyinə görə qəzetlərdir. Jurnallar maraqlanan istehlakçıya məlumat çatdırır və qəzetlərlə müqayisədə aşağı periodikliyinə, dövrinə görə daha kiçik imkanlara malik olur.

Radio vasitəsilə həyata keçirilən kommunikativ prosesinin effektivliyi kanalın rəqabət qabiliyyətindən, rəqabətdavamlılığından asılıdır. Televiziya isə kütləvi auditoriyaya təsirinin ən effektiv kanalıdır. Burada kommunikasiya prosesinin həyata keçirilməsi intensiv və interaktiv şəkildə olur.

Kinodan fərqli olaraq televiziya kommunikasiya imkanlarını kifayət qədər genişləndirir. Kanallar və verilişlər öz sabit tamaşaçılarına malikdir. Onlar isə, öz növbəsində kifayət qədər fəal şəkildə əks əlaqəyə daxil olur. İnteraktiv televiziya əsaslı şəkildə bu imkanları çoxaldıb. Əksər aparıcı kommunikatorlar identifikasiyaya uğrayıb, yəni eyniləşdirilib və asan şəkildə tanınır, öz tamaşaçılarına malikdir, eyni zamanda onlar kommunikatora bağlı deyil. Mətbuat, yazılı kommunikasiyanın kanalı kimi, öz kommunikativ imkanlarına görə şifahi və audiovizual kommunikasiya kanalları olan radiodan və televiziyaadan ciddi fərqlənir. Eyni zamanda məlumatın görmək və eşitmək qavrayışlarının televerilişlərinin situativ təqdimatı ilə birləşməsində dərk etməni çox yüksəldir, “deyilməyənləri” istisna edir.

Mətbuat nömrəsinin davamiyyətini təmin edərək kütləvi tiraj və öz oxucusuna ünvanlılıq böyük auditoriyaya güclü təsir mexanizminə malikdir. Lakin əks əlaqəsinin “işlənmə” mərhələsi interaktiv radio- və televerilişlərindən yüksəkdir. Tədricən televiziya və radio şəxsiyyətlərarası kommunikasiyalarının istifadə

imkanlarını axtarmağa başladılar. Onlar tanınmış şəxsiyyətləri populyar mü sahibələrə, “bir stəkan çaya”, “qalstuksuz söhbətlərə” və digər verilişlərinə dəvət etdilər. Bu da, öz növbəsində, şəxsiyyətlərarası kommunikasiyaya daxil olmasının effektini onların pərəstişkarlarında yaradır.

Beləliklə, kommunikasiyanın müxtəlif kanallarında kommunikativ proseslər ciddi şəkildə fərqlənir və auditoriyaya, məlumatın istifadəçiləri kimi, istiqamətləndirilir. Onlar yalnız fərqli istiqamətlərdə məlumatın çatdırılması mərhələlərinin ardıcıl dəyişilməsini təqdim etmir, həm də kommunikativ sistemlərində dəyişikliklərin dinamikasını da əyani şəkildə göstərir. Kommunikativ proseslərin effektivliyi kommunikasiyanın həyata keçməsinin bütün mərhələlərində məlumatı saxlamaq imkanlarından və kommunikativ sisteminin bütün keçidlərində maneələrin olmamasından asılıdır.

İstehsal prosesində müxtəlif dərəcəli rəhbərlər daha çox bilavasitə öz müavinlərinə müraciət edirlər, konkret həll etməni tələb edən müəyyən informasiyanı onlara çatdırırlar. Öz növbəsində, müavinlər informasiyanın toplanmasını həyata keçirirlər, yəni məlumatın hansı hissəsini müvafiq istiqamətlərdə digər yerlərə çatdırmaq lazımdır təyin edirlər.

Məsələn, universitetin rektoru rektorata xəbər verir ki, müəyyən məsələlərə görə gələn ildən ştatların azalması gözlənilir. Prorektor dekanlara, dekanlar isə kafedra müdirlərinə bu informasiyanı çatdırırlar. Kafedra müdirləri isə keçirilən iclaslarında rəhbərlik etdikləri müəllim kollektivinə bu haqda məlumat verir. Buna səbəb kadrların elmi-pedaqoji səviyyəsinin qaldırılması, dərs yükünün azalması, maaşların qaldırılması, müəllimlərin attestasiya olunması və s. məsələlər ola bilər. Və dərhal bu proses başlayır.

Məlumatın çatdırılması mərhələlərin sayı beşdən çox olanda, bu proses ağır gedir, qeyri-operativ olur, informasiyanı düzgün çatdırılmaması müşahidə edilir. Buna görə təcrübədə, belə mərhələlərin sayı üç və ya dörd olmalıdır. Bundan savayı informasiya müxtəlif formal və qeyri-formal kanallar üzrə təkrarlanmalıdır.

Qeyri-formal (qeyri-iyerarxik) kanallar şəxsi qeyri-formal kommunikasiyalar sistemini istifadə edir. Ayrı-ayrı hallarda onlar sadəcə olaraq rəsmi iyerarxik kanallarını səsləndirmirlər, onlardan keçən informasiyanı əsaslı şəkildə nizamlayır, düzəldir, qaydaya salır və nəzarət funksiyalarını icra edirlər.

Bəzi hallarda informasiyanın dayandırılması başqa səbəbə görə baş verir: məlumatın dayandırılmasının səbəbi ötürülən məlumatın xəttindən artıq böyük həcmə malik olması və ya xırdalanan məlumatın tez-tez və artıq həcmdə eyni ünvana göndərilməsi də ola bilər. Misal üçün Vaşinqtonun işlə təmin olunma idarəsinin fəaliyyət nümunəsi ola bilər. Adı çəkilən idarə güclü iradəsini göstərərək təşkilatı strukturunu rasionallaşdırıb və iş prosedurlarını səmərələşdirib. Bu idarənin bütün əməllərini, xəbərdarlıqlarını, təlimatlarını, göstərişlərini, instruksiyalarını, formalarını və təşkilı sxemlərini sistemləşdirib.

Bütün bu sənədlər islahlarla bir yerdə əvvəlcədən bir qovluqda yerləşirdi, sonra isə iki qovluqda, il yarımından sonra – on səkkiz qovluqda. Bunlar hamısı tədricən məlumatın bütöv həcmiə əhatə edə bilmədi. Vaşinqtonda həmin idarənin qasidləri hər gün xidməti binalarını gəzirdi və son əlavələri və islahatları paylayırdı. Materiallar o dərəcədə təfəsilatlı olurdu ki, onların yoxlanılması üçün külli miqdarda qovluqlar lazım idi. Bu qovluqların yerləşdirilməsi üçün əlavə üç işçi tələb olunurdu. Əks halında təyin olunmuş sistem üzrə məlumatı vaxtında yığmaq, ümumiləşdirmək və yaymaq mümkün deyildi. Materiallar o dərəcədə həcmli olurdu ki, özünəməxsus rəhbər kitab kimi sənədlərin toplusunu - tematik göstəricini çap etməyə zəruriyyəti yarandı, sonradan isə bu böyük həcmdə “Sənədlərin toplusu” oldu. Əmək sosial təminat idarəsinin regional şöbələrindən birinin direktoru etiraf etdi ki, çap olunan külli miqdarda təlimatlarında məna axtarıb tapmağa çalışırdı, lakin bunun üçün vaxt çatmırdı (Macmahon, 1941 : 218).

İstənilən məlumatın mənbəsindən resipiyentinə qədər gedişatı yollarını izləyərək formaldan başqa qeyri-formal kanallarını aşkar etmək olar, bu isə, öz növbəsində, sistemi mürəkkəbləşdirir. Hər halda kommunikasiya təminatının mürəkkəbliyi ilə üzləşməmək nə çoxlarına, nə azlığına, nə sadələrinə, nə

qəlizlərinə kommunikativ sistemlərinə nail olmaq qismət olmur. Mənbəsindən gələn məlumat qərarların qəbul olunması mərkəzinə gedir, oradan isə qeyd edilmiş ünvanlar üzrə çatdırılır.

Məlumat mübadiləsinin effektivliyi kommunikasiya sxemləri seçiminin əsas kriteriyalarından, meyarlardan biri olur. İnformasiya mübadiləsinə üç növə ayırmaq olar:

- 1) Qəbul edən tərəfindən tətiklənmiş məlumat mübadiləsi;
- 2) Mənbədən məlumatın ötürülməsi, onun təşəbbüsü əsasında;
- 3) Qabaqcadan qoyulan qaydalar üzrə standartlaşmış informasiya mübadiləsi.

Averyanov L.Y. hesab edir ki, “qarşılıqlı əməkdaşlığa olan tələbat - obyekt və subyektin fəaliyyətlərinin nəticələrini əldə etmək tələbatındadır, eyni zamanda da o onların fəaliyyət sahəsinə çevrilir. Qarşılıqlı əməkdaşlıq – hər dəfə öz şəxsi probleminin həlli üçün hər birinin fəaliyyət nəticələrinin istehlakıdır və nəticədə ümumi məqsədə çatmasının reallaşmasıdır” (Аверьянов, 2000 : 22).

Müəllif “Öz ideyanın axtarışında” adlanan kitabında yazır ki, “Bir-birindən ayrı mövcud olmaq imkanı olmadığına görə onlar daimi ziddiyyət və qarşıdurma vəziyyətində olur, bu da onların progressiv, mütərəqqi inkişafını şərtləndirir. Tam xoşməramlılıq və düşmənçilik bütün mümkün olan qradasiyaları (əvəzlənmələri) və nüansları (xırdalılıqları) ilə - başqa insana olan münasibətin mövcudluğunu və o özünü necə aparmalıdır nümayiş edən işarə sistemidir. Münasibətləri dəyişdirmək – ilk öncə ya öz konsepsiyayı, ya başqa insanın bir obyekt kimi hərəkətlərini dəyişdirmək, onları bu və ya digər dərəcədə bir-birinə adekvat, müvafiq etmək deməkdir. Əksər hallarda, demək lazımdır ki, öz şəxsi konsepsiyayı dəyişdirmək, bu konsepsiyayı obyektiv reallığa müvafiq etmək insanın özü üçün daha əlverişlidir, yəni obyektin hərəkətinə müvafiq, və beləliklə, öz şəxsi maraqlarına onu gətirmək, bununla da müvəffəqiyyətlə öz məqsədinə çatmaq” (Аверьянов, 2000 : 23-24).

Beləliklə, informasiya mübadiləsi prosesi planlaşdırılmış, formalaşdırılmış şəkildə yaxud qeyri-planlaşdırılmış, qeyri-formal sxem üzrə keçirilir. Təşkilatlarda məlumatı toplayan, formalizə edən (rəsmiləşdirən) və ünvanına çatdıran rəsmi strukturlar mövcuddur. Bu sistemə təbii kanallar üzrə qeyri-formal şəkildə məlumatın ötürülməsi əlavə edilir.

Qeyd etmək zəruridir ki, bir çox hallarda informasiya mübadiləsi rəsmiləşdirilmiş kanallar üzrə baş verir. Dövlət, ictimai, kommersiya, ticarət strukturlarında kimə, kimlə, hansı zamanda və şəkildə məlumat mübadiləsini aparmaq inzibati təlimatlar təyin edir. Struktur nə qədər ciddi şəkildə rəsmiləşdirilib və bağlıdır, o qədər çox təlimatlı sənədlər işlənir, müəyyən edilmiş formalara malik olan kanallar üzrə məlumatın planlaşdırılması və istiqaməti təşkil edilir. Hərbi təşkilatlarda, məsələn, informasiya ötürülməsinin mürəkkəb sxemləri xüsusi, ayrı-ayrı olanlar isə - gizli təlimatlarda izah olunur.

Məlumatın rəsmiləşdirilməsi üslublarından biri olan düzgün doldurulan və müəyyən edilmiş tarixlərdə ünvanına göndərilən blanklar, formalarlardır. Blankların doldurulması qaydaları həm blankların özündə, həm də xüsusi təlimatlarda qeyd edilir. Orada aşağıdakı məsələlər göstərilir: hansı formalar istifadə olunmalıdır, doldurulan nümunələrin sayı, göndərilən ünvanlar, bölmələrin və ya bütün blankların doldurulmasına məsuliyyət daşıyan şəxslər, əlavə məlumat. Həm məlumatın təşəbbüskarları üçün, həm də onları istifadə edənlər üçün blankların rahatlığı təcrübi şəkildə onları bütün fəaliyyət sahələrində geniş yayılan edib. Onların çatışmazlığına yalnız yumşaqlığının, elastikliyinə mövcud olmamasını aid etmək olar.

Təşkilatların əksəriyyəti informasiya mübadiləsinin planlarını hazırlayır və onun yayılma kanallarının təfəsilatını işləyir. Müxtəlif şöbələr, xidmətlər və vəzifəli şəxslər üçün nəzərdə tutulmuş icbari xarakter daşıyan belə planlar informasiya mübadiləsinin həyata keçməsinin həqiqi alətinə çevrilir. Təşkilatda onlar idarə səlahiyyətlərin rəsmi sistemlə bir-birinə sıx bağlıdır. İnformasiya mübadiləsini və

məlumatın ötürülməsi kanallarının idarə olunmasını nəzarət etməyə səlahiyyəti olan iyerarxik struktur köklü şəkildə öz hakim funksiyalarını gücləndirir.

Kommunikativ sistemin strukturunda (subyektlərində, kommunikasiya kanallarında), həmçinin onu əhatə edən sosial, iqtisadi, hüquqi və digər sferalarında baş vermiş dəyişiklikləri nəzərə alaraq informasiya mübadiləsinin rəsmiləşdirilmiş sxemləri onun əsas hissəsini azaldır və bu səbəbə görə vaxtaşırı onu düzəltmək lazım gəlir.

Qeyri-rəsmi kanalların vasitəsilə informasiya mübadiləsi də keçirilir. Qeyri-rəsmi sistem məlumatın bir hissəsinin itkisi (çatdırılmaması) boşluğunu əsaslı surətdə doldura bilər. Belə informasiya mübadiləsinin kifayət qədər çoxlu keçirilməsi üslubları mövcuddur. Misal üçün, bir qurumun bir neçə işçiləri dost olaraq hər şənbə nahar etməyə yığılır. İstirahət zamanı onlar böyük məmnuniyyətlə öz şöbələrinə aid bildiyi məlumatlarla, yeniliklərlə bir-birilə bölüşür. Birinin həyat yoldaşı ictimaiyyətlə əlaqələr şöbəsinin mütəxəssisidir və öz yoldaşı, əri ilə əldə etdiyi informasiyaları paylaşır. Onun əri (həyat yoldaşı) isə, öz növbəsində, dostlarına məlumatları ötürür. Bu növ informasiya mübadiləsi həm pozitiv, müsbət, həm də neqativ, mənfi rolunu oynaya bilər.

İnformasiya mübadiləsinin qeyri-rəsmi kanalları müsbət rol oynayır əgər onlar formal məlumatın strukturunu tamamlayır və təşkilatı strukturuna və ya bütün təşkilata öz vəzifələrini çevik və keyfiyyətli şəkildə icra etməyə kömək edir. Əgər informasiya mübadiləsinin qeyri-rəsmi kanalları iyerarxik imkanlarının tarazlığına fikir ayrılığını bir nifaq kimi daxil edir və onların idarə etməsini çətinləşdirir, həmçinin əsas struktur və funksional vəzifələrinin icrasına da mane olur, onda onların mənfi nəticələri göz qabağında olur.

Əlaqələrin rəsmi qurulmasının xəttləri və onların vasitəsilə məlumatın çatdırılması bu halda kommunikasiyalarının qeyri-rəsmi kortəbii kanallarıdır. Məlumatı qeyri-rəsmi kanallar vasitəsilə yaymağa şirkətin tamamilə istəmədiyi halda, bu hal qaçılmaz olur.

İnformasiyanın qeyri-rəsmi mübadiləsi təşkilatın yalnız daxili strukturunda baş vermir, həm də ondan kənarda da baş verir. Şəxsi ünsiyyət qeyri-rəsmi sosial qruplarının öz strukturunu formalaşdırır. Onun fəaliyyət göstərməyində yalnız qeyri-işgüzar, istirahət, əyləncə maraqların əsasında qurulan şəxsiyyətlərarası kommunikasiyasını iştirak etmir, həmçinin işgüzar maraqların əsasında qurulan ünsiyyətdə olur. Bu hal ona görə baş verir ki, kommunikasiya zamanı işlə bağlı məlumat hər ünsiyyət növündə istifadə edilir. Xidməti informasiyaya malik olan işçilər, onun aşkarlanması hissəsinə də cavabdehliyini dərk etməlidir.

Bir çox hallarda qeyri-rəsmi ötürülən məlumat “subyektivliyi” ilə seçilir və, təbii olaraq, müvafiq şəkildə nisbətən dəyişdirilmiş olur. İnformasiya çatdırılmasının rəsmi sistemi pozulanda, məlumat mübadiləsinin ümumi sistemində qeyri-rəsmi tərkib güclənir. Belə halda əlaqənin qeyri-rəsmi kanalları ilə istifadə edən insanlar daha böyük təsir etmək qüvvəsinə malik olur, çünki informasiyanın əldə olunması onları iyerarxik strukturunun daha böyük pillələrinə qaldırır.

Sosial kommunikasiyalar individuumlar və insan qruplarının arasında qarşılıqlı əməkdaşlıq prosesini təqdim edir, və beləliklə, informasiya mübadiləsi baş verir. Şəxsiyyətlərarası kommunikasiyalarında kommunikasiya kanalının rolunu sözlər və cümlələr oynayır.

Q.Q.Şpetin fikrincə, söz fikrin obrazı, forması, zahiri, ideal cismi və mahiyyətidir. Sözü eşidərək insan onu fərqləndirir:

- 1) istənilən insanın səsini;
- 2) konkret insanın səsini;
- 3) insanın xüsusi vəziyyətinin işarəsini;
- 4) müəyyən sosisuma insanın aid olunmasının işarəsini;
- 5) müəyyən dilin hissəsini;

- 6) müəyyən mənanı;
- 7) sözün mədəni formasını;
- 8) tələffüz edilənə insanın münasibətini (Шпет, 1989 : 384).

Təbii ki, ünsiyyət zamanı həmsöhbətçil olanlar sözün bütün əlamətlərini istifadə edir. “Fikir yaranır sözdə və onunla bir yerdə. Hətta bu da azdır – fikir sözdə yaranır. Buna görə də “ölüdoğan” fikirlər mövcud deyil, yalnız ölü sözlər, boş fikirlər olmur, yalnız- boş sözlər olur, ayıb fikirlər olmur, ayıb sözlər olur, dünyanı titrədən fikirlər olmur, yalnız sözlər olur” (Шпет, s.403). Şpetə görə, söz, dili inkişaf edərək və stabilləşdirərək, vacib sosial funksiyaları icra edir. Bu mənada sözləri söz-obraz və söz-terminə bölmək olar. Birinci halda söz azad formada əlamətlə ifadə oluna bilər, “təsadüfi gözə girən” – bu hal daha çox poeziyada olur, və beləliklə, söz yeni təcrübəni qeydə alır. Söz-termin dil-anlayışlı sistemində yerləşir və nitqin mədəni strukturunun sıralanmağına və saxlanılmağına xidmət edir.

Nitq fəaliyyətində sözlərin təşkil olunmuş sistemi istifadə edilir. Nitq insanın kommunikativ fəaliyyətinin bir növüdür. Nitq birgə fəaliyyətinin idarə olunma vasitəsi kimi və yaranan təfəkkürün təzahür formalarından biri kimi yaranıb. Başqaları arasında (ifadənin, təsirin, təfəkkürün və s.) ən böyük əhəmiyyət nitqin kommunikativ funksiyasına verilir. İnsanların şüuruna və fəaliyyətinə təsiri və qarşılıqlı sosial əməkdaşlığı məqsədilə nitqin kommunikativ istiqamətliyi başqa insanların anlaması oriyentasiyasını götürür.

IV Fəsil

Kommunikasiya nəzəriyyəsinin əsasları (modelləri, funksiyaları, növləri)

İlk öncə fərdlərarası xüsusişdirilmiş, şəxsiyyətlərarası və kütləvi kommunikasiyalarının yaranması və inkişafının xüsusiyyətlərini öyrənmək lazımdır.

Şəxsiyyətlərarası kommunikasiyalarda ayrı-ayrı individlər həm məlumatı göndərən, həm də qəbul edən olur. Şəxsiyyətlərarası kommunikasiyalar ünsiyyətin subyektləri arasında mövcud olan bilavasitə kontaktların vasitəsilə realizə olunur. Belə növ kommunikasiyaya ünsiyyətin gedişinə təsiri nizamlayan sıx əks əlaqəsi xasdır, yəni eyni zamanda ikitərəfli məlumat müşahidə olunur.

Ünsiyyətin psixoloji aspekti kommunikasiya prosesini əsaslı şəkildə zənginləşdirir. Bəzi hallarda kommunikasiyada iştirakın özü dominant (əsas) əhəmiyyət kəsb edir, digər hallarda isə kommunikasiya öz təzahürlərində formalizəyə uğrayır, forma və məzmun ünsiyyət zamanı tərəflərin rollar funksiyaları ilə təyin edilir. Şəxsiyyətin formalaşmasında və sosiallaşmasında kommunikasiyanın belə növü əhəmiyyətli rol oynayır. Şəxsiyyətlərarası kommunikasiya növü kütləvi kommunikasiya forması ilə müqayisədə daha ənənəli, rəşional və instrumental xarakter daşıyır.

Şəxsiyyətlərarası kommunikasiyanın informativ, ekspressiv, pragmatik və sosial funksiyalar arasında sosial əhəmiyyətli funksiyalar böyük məna kəsb edir. Şəxsiyyətlərarası kommunikasiyanın nəzəri əsaslandırılması üçün əsas nitq fəaliyyətinin nəzəriyyəsidir. Bu nəzəriyyə fəaliyyətin ümumpsixoloji əsasında L.S.Vıqotskiy və A.N.Leontyev tərəfindən işlənilib. Onlar nitq kommunikasiyasının əsas amilləri kimi motiv və məqsədi hesab edirlər. Motiv

kommunikativ fəaliyyət ilə əlaqələndirilir. Motiv subyekti fəaliyyətə imrəndirmək (yönəltmək, yola gətirmək) funksiyasını icra edir. Demək olar ki, məqsəd həmişə düşünülmüş olur, motiv isə həm başa düşülən, həm də başa düşülməyən ola bilər. Əsas fikrin realizasiyası zamanı motiv və məqsəd üst-üstə düşə bilər. Şəxsiyyətlərarası kommunikasiya prosesinin həyata keçməsi zamanı həmsöhbətçinin motivini, xüsusilə də ifadələrinin mənası aydın olmayanda, anlamaq çox əhəmiyyətlidir.

Şəxsiyyətlərarası kommunikasiya məlumat mübadiləsində iştirak edən individlərin fikirlərinin və sosial cəhətdən qəbul olunmuş normativlərinin dəyişilməsinə təkan verərək kömək edir. İstənilən əhəmiyyətli məlumatı qəbul edərək bəzi insanlar fərdlərarası kommunikasiya zamanı informasiyanın qəbul olunmasını yoxlayır, və nəticədə ya o fikirdə qala bilərlər ya da reklam olunan mala yaxud liderin siyasi imicinə münasibətinin əsaslı şəkildə dəyişilməsi baş verir.

Sistemyaradan amil kimi çıxış edən ictimai münasibətlər motivlərin sosial əsasıdır. Şəxsiyyətlərarası kommunikasiya realizə olunan çərçivəsində fərdlərarası qarşılıqlı hərəkətlərinin funksiyaları və motivləşmiş mahiyyəti - sosial kommunikasiyada əsas prinsipdir. Onları tələbatın tarazlığının motivləşdirici nəzəriyyələri və tələbatın ödənilməsinin motivləşdirici nəzəriyyələrinə bölmək olar.

Tarazlıq nəzəriyyəsini koqnitiv balans barədə F.Xayderin nəzəriyyəsi əsaslı şəkildə izah edir. T.Nyukom kimi amerikan alimi F.Xayderin tədqiqat aspektlərindən biri insanların davranışına təsir edən qrup şəkildə yaşayış tərzinin öyrənilməsi idi. Belə nəzəriyyənin nəzərdə tutulması insanların ümumi talehinə və pozitiv yaxud neqativ çərçivədə dəyişən insani reaksiyalarına, uyğunlaşmağa olan ümumbəşəri qaçılmazlığına əsaslanıb. Belə üçhissəli model “mən – digəri - üçüncüsü” sistemində qarşılıqlı əməkdaşlığı təhlil edir. Üçüncü tərəf kimsə və ya nəsə olur. Şəxsiyyətlərarası kommunikasiyada harmoniyanın yaranmasına və

konfliktin formalaşmasına təsir göstərən, daima növdəyişən situativ şərtlər nəzərə alınmır.

Psixanalitik nəzəriyyələrinin ayrı-ayrı aspektlərini L.Festinqer, D.Kreç, R.S.Kretçfidd öyrənilməsi ilə məşğul olublar. Dissonansın koqnitiv nəzəriyyəsi, Festinqerin nəzəriyyəsi kommunikantların koqnitiv strukturlarının uyğunsuzluğunu tədqiq edir. Şəxsiyyətlərarası münasibətlərinin uyğunluğu üçün lokalizasiyaya və, hətta münaqişə, konflikt vəziyyətinin aradan qaldırılmasına istiqamətləndirilən xüsusi kommunikativ hərəkətlər məsləhət görülür.

Amerikan sosioloqlar İ.Qoffman, K.Berk, X.Danken ictimai həyatı “dramatik” metaforanın realizasiyası kimi izah edən, simvolik interaksionalizmə qoşulan istiqamətləri (“təəssüratla idarə etmə”) inkişaf etdiriblər. Həmin istiqamətə müvafiq olaraq ünsiyyət prosesi baş verən ictimai vəziyyətlərinin nəzəriyyəsi yaxşı təəssürat yaratmaq və saxlamaq üçün cəmiyyətdə olan insanlar tərəfindən istifadə edilən “aktyorlar”, “maskalar”, “səhnə”, “ssenari” köməyi ilə yaranan vəziyyət daha çox dramatik tamaşaları xatırladır. Belə müqayisə onunla əlaqədar aparılır ki, şəxsiyyətlərarası kommunikasiya müəyyən dərəcədə mini-ssenarini ehtiva edən dialoji diskurslarda aktuallaşır. Real həyatda isə insanların kommunikativ rolları mövcuddur və onları sosial statusuna müvafiq olaraq icra edirlər.

Amerikan sosioloqu olan A.Maslounun motivasiyalı nəzəriyyəsini ikinci qrupa (tələbatların ödənilməsinin motivasiyalı nəzəriyyələrinə) aid etmək olar. Bu nəzəriyyələrinin əsasında şəxsi tələbatın ödənilməsinin artırılmasına olan meyldir. A.Maslouya görə, insanın əsas tələbatları daimidir, aşağı səviyyədə olan maddiyyatdan yuxarı səviyyədə olan mənəviyyata qədər iyerarxiya prinsipinə uyğun yerləşir, törədici tələbat isə daima dəyişir. Belə ki, tələbatların artırılması prosesi aşağı səviyyəli tələbatın yuxarı səviyyəli ilə əvəzlənməsi kimi baş verir. Nəticədə şəxsiyyətlərarası kommunikasiyasının effektivliyi individlərin, kommunikativ şəxsiyyətlər kimi, parametrləri ilə təyin olunacaq.

Kommunikasiyanın istənilən modelinin dərk etməsinin üsulu kimi abstrakt (müərrəd) nəzəriyyəsinin anlayışlarında real dünya hadisələrinin təzahürlərinin bir cəhdidir. Əslin müəyyən tərəflərini model təzahür etməli olduğu üçün, belə halda, təbii olaraq, modellərin qurulması onların xüsusiyyətlərinin daha dəqiq əks etdirmək vəzifəsinə xidmət edir. Real mövcud olan hadisələr modellərinin qurulması və öyrənilməsi predmetli, işarəli, strukturlu, davranışlı əsaslarda həyata keçirilir.

Sosial sistemlərin modelləşdirilməsi müəyyən abstraktlaşmanı, ideallaşmanı və digər ümumelmi və xüsusi üsullarının kompleksində tətbiqini nəzərdə tutur. Kommunikasiyalı sistemlərinin modelləşməsi həmçinin tədqiqatçıyı maraqlandıran obyektin xarakterik cəhətlərinin təyininə və yaxşılaşdırılmağına tabedir.

Belə bir fikir mövcuddur ki, kommunikasiyanın birinci modelini Aristotel fikirləşib tapıb. “Natiq – nitq - auditoriya” xəttli zənciri o kommunikasiya aktının əsas elementləri kimi təhlil edib.

Predmetli modellər obyektin müəyyən funksional xarakterik cəhətlərinin təsvirini nəzərdə tutur. Xüsusilə də, analoqlu modellərdə əsl müəyyən əlaqələrlə təsnif olunur.

Təbii və süni dil əsasında qurulan **işarəli modellərdə** əsas işarəli konstruksiyalarının reformasiyası və onların anlamıdır. Modelləşməyə ya obyektin strukturu, ya da davranışı məruz qalır.

Müxtəlif səviyyəli (lokaldan ta qlobala qədər) informativ-kommunikasiyalı sistemlərinin uçqunabənzər inkişafı model tədqimatı üsullarının tətbiqini və kommunikasiya sistemlərinin və kommunikativ proseslərinin tədqiqini tələb edir. Kommunikasiya təhlilinə fərqli yanaşmalar bir-birindən çox fərqli olan modellərin əsasında öz təzahürünü tapır.

Kommunikasiyalar nəzəri tədqiqatlarda ya *hərəkət* (əks istiqamətə həyata keçirilməyən əlaqə şəraitində siqnalların ötürülməsinin birtərəfli prosesi) kimi, və

ya *qarşılıqlı əməkdaşlıq* (məlumat mübadiləsinin ikitərəfli prosesi) kimi, ya da ki, kommunikanlar növbə ilə və fasiləsiz məlumat mənbəsi və qəbuledicisi rollarında çıxış edən *kommunikativ proses* kimi təhlil olunur. Belə hal kommunikasiya modellər təsnifatının əsas meyarlardan biri sayılır. Sadə modellər qurulan təsnifatın əsasında kommunikasiyanın dörd əsas komponentləri fərqləndirilir: mənbə, məlumat, kanal, qəbul edən (Роджерс, 1989 : 24).

Müxtəlif səbəblərə görə kommunikasiya modelləri (məsələn sosioloji, psixoloji, semiotik) tədqiqatçılar tərəfindən qurulur. Q.Q.Poçeptsov fərqli kommunikasiyaları qeyd edir, məsələn: ədəbi, teatrı, germeneytik, folklorlu, kulturoloji, pragmatik, narrativ, mətnli, fəlsəfi, oyun kimi, antropoloji, əşyalı, dekonstruktiv, poststrukturalist, cəbrli, kibernetik, kəşfiyyatlı, konfliktli və s. Aydındır ki, bütün təhlil olunan *kommunikasiya modelləri funksiyalarına, məzmununa, məqsədlərinə və vəzifələrinə* görə strukturlaşdırmaq olar.

Beləliklə, kommunikasiya – bir tərəfdən, sistemdir, digər tərəfdən isə - hərəkət, qarşılıqlı əməkdaşlıq və proses. Hər kommunikasiya üçün öz modelləri qurulur.

Kommunikasiyanın **sadə modelində** hərəkət kimi kommunikasiya mənbəsi signal göndərir, onu da adresat qəbul edir. Kommunikasiyanın bu növündə əks əlaqə mövcud deyil.

Amerikan politoloqu Q.Las-suellanın kommunikasiyanın **klassik modelində** kommunikasiya elementləri suala cavab kimi modelə daxil edilib: “Kim – məlumat verir Nə - hansı Kanal ilə - Kimə - hansı Effekt ilə?”

Klod Şennon və Uorren Uiverin **xəttli modeli** çox məşhurdur. Onlar “Bell – Telephone” firmasının mühəndisləri olub. Bu model yuxarıda qeyd olunan həmin prinsip üzrə qurulub. O, telefon kabelində radiodalğaların və siqnalların genişlənməsi effektivliyinin öyrənilməsinin əsasında modelləşdirilib. Model məlumat mənbəsini işə salır, sonra ötürücü, signal, kanal, qurğu, məlumatın məqsədi, maneələrin (əngəllərin) mənbəsi gəlir. Klod Şennon və Uorren Uiverin

“Kommunikasiyanın matematik nəzəriyyələri” kitabında qeyd olunan model sosial kommunikasiyalarına aid edilib. Müəlliflər kommunikasiya prosesi analizinin üç səviyyəsini qeyd ediblər: texniki, mesajların semantikasi, qəbul edən tərəfindən mesaj anlamasının effektivliyi. Müəlliflər kommunikasiya prosesinin yaxşılaşdırılması məqsədilə texniki səviyyədə kodlaşma prosesin təsirini, əngəllərin aradan qaldırılmasını və s. məsələləri təhlil edir. Semantik problemlər qəbul edən tərəfindən mesajın interpretasiyası ilə bağlıdır. Qəbul edilən mesajın davranışa göstərilən təsirin müvəffəqiyyəti kommunikasiyanın effektivliyini xarakterizə edir.

Uilbur Şrammin kommunikativ modelində signal mesaja çevrilərək sosial mühit ilə qarşılıqlı əməkdaşlıq edir. U.Şramm mesajın köməyi ilə kommunikasiyanı göndərən və qəbul edən arasında olan kontaktın qurulmasının aktı kimi təyin edir. Bununla belə nəzərdə tutulur ki, məlumatı ötürən və qəbul edən ümumi şifrə malikdir, və o da kodlaşmanın aparılmasına və mesajın göndərilməsinə icazə verir, bu mesajı da adresat qəbul edib və anlamağa qadirdir. U.Şramm modellərinin birinə interpretatoru və əks əlaqəni əlavə edir, modeli özünü idarə edən edərək. Kommutator və resipiyent arasında əks əlaqə kanalının işə düşməsi axırncıya qəbul edilən signal barədə cavab mesajını göndərməyə imkan verir. Ehtiyac olsa məlumatı qəbul edən öz təşəbbüsü ilə mesajı göndərə bilər, bu an kommunikasiya subyektdən fəal obyektinə çevrilərək. Belə vəziyyətdə hərəkət qarşılıqlı əməkdaşlığa çevrilir, və xəttli kommunikasiya *qarşılıqlı əməkdaşlıq* kimi təhlil olunur.

Norbert Vinerin məşhur kibernetik modelində idarə olunan məlumat, mənbəyə qayıdaraq, idarə olunan ölçünün idarə edən tərəfindən rədd edilməsinə qarşı durmağa can atır. Viner stabilləşmiş sistemləri yalnız texniki səviyyədə deyil, həm də ictimai səviyyədə də təhlil edir. İctimai sistem həmçinin optimal sürətdə funksionallığını göstərir, əgər doğru məlumat əks əlaqə kanalı vasitəsilə çatdırılır. O da arzuolunmaz çatışmazlıqlara qarşıdurmasına malikdir.

Amerikan alimləri M.Yanovitsa və U.Dileni tərəfindən aparılan tədqiqatlar göstərdiyi kimi, əks əlaqə kanalı vasitəsilə gələn mesajlar müxtəlif səbəblərə görə aşağı səviyyəli kommunikantlar tərəfindən daha çox məqsədyönlü təhrifə məruz qalırlar. Nəticədə daha yüksək təbəqədə olan rəhbərlər idarə edilən məlumat tabe olunan strukturlara hansı təsir göstərir - aydın olmayan təsəvvürünə malikdir. Bundan əlavə, əks əlaqə kanalı vasitəsilə qəbul edilən məlumatın bir hissəsinin məqsədyönlü qarşısı alınır və ya məqsədli dəqiq interpretasiya olunmur. Əks əlaqə kanalı vasitəsilə maksimum tam məlumat almaq üçün təşkilatların əksəriyyəti təkliflər qutularından, inam telefonlarından və s. istifadə edir.

Con Rili və Matilda Bayt öz modelərində kommunikasiya prosesinin üç komponentini xüsusi qeyd edirlər: kommunikatoru, resipiyenti və mesajı. Bu komponentləri onlar üçsəviyyəli sosial struktura daxil edir – sosial qrup, sosial institut və solum bütövlükdə.

David Berlo mesajın mənbəyini və qəbul edənini əks əlaqə vasitəsilə mesajın məzmununa təsir edən sosial cəhətdən mədəni mühitə yerləşdirir. O, kommunikasiyanın beş mümkün olan kanallarını (görmə, eşitmə, toxunma, dad-tam, iynəmə) fərqləndirir. Onun fikrincə, kommunikasiyanın müvəffəqiyyəti mənbənin və adresatın təlimatların, normativlərin və biliklərin oxşarlığı ilə təyin olunur. Bu model mesaj məzmununun təhlili üçün əlverişlidir (Berlo, 1960 : 44).

Semiotika üzrə rus mütəxəssisi Yuriy Vorontsov on beş komponentindən ibarət olan kommunikatıv prosesinin xəttli modelinə müxtəlif filtrləri və sahələri əlavə edib: 1) kommunikasiyanın mənbəyi; 2) kommunikator; 3) mesaj; 4) kommunikatıv kanal; 5) kommunikant; 6) mesajın ekstralingvistik parametri; 7) mexaniki əngəllərin mənbəyi; 8) semantik əngəllərin mənbəyi; 9) sinifli və sosial filtrləri; 10) şəxsi-individual filtrləri; 11) semantik sahələr; 12) kommunikatıv vəziyyətinin sahələri; 13) məlumatın itirilməsi; 14) “kommunikant-kommunikator”un əks əlaqəsi; 15) “kommunikant-məlumat mənbəyi”nin əks əlaqəsi.

Annenberq kommunikativistika məktəbinin rəhbəri Corc Qerbnər modelin dörd komponentini təhlil edir: hadisələri, qəbul edəni, mesajı, signalı. Bilavasitə və əks əlaqələri – bu növ formalar kommunikasiya kanallarına çıxış, mesaj məzmununun seçimi, mediakontrol kimi hərəkət edir. Belə model uğurla mesajın generasiyasının ilkin mərhələsini əks etdirir.

Kommunikasiya prosesinin orta mərhələsini Kurt Levinin “informativ qapıçılar” modeli təsnif edir. “İnformativ qapıçılar” – elə insanlardır ki, öz kiçik qrupu üçün xəbərləri qəbul və interpretasiya etməsinə xidmət edir. İnformativ qapıçılar xəbərlərin vaciblik səviyyəsini şəxsi meyarların əsasında daxil olunan məlumat axınını qiymətləndirir.

Bu nəzəriyyə sonradan Stüart Xud tərəfindən inkişaf etdirilib. Xudun düşündüyünə görə kütləvi kommunikasiya vasitələrində və cəmiyyətdə informativ qapıçıların mövcudluğunun vacibliyi onların vasitəsilə orta sinfin siyasi maraqlarını realizə etməsinin mümkünlüyünü ehtiva edir. Sadələşmələr sayəsində xəttli modellər hadisələrin ardıcılığının anlamasını asanlaşdırır. Halbuki realıqda kommunikasiya mürəkkəb çoxsəviyyəli və məlumat mübadiləsini aparan subyektlərin həmişə ardıcıl olmayan hərəkətlərini təqdim edir. Məlumat bir yerdə həmişə yaranmır, sonradan, müəyyən vaxt keçdikcə digər yerdə qəbul edən tərəfindən qəbul olunur, məsələn, texniki vasitələr köməyi ilə məlumat mübadiləsi baş verir. Əksər hallarda xəttli modellər sistemin real vəziyyətini əks etmir. Təcrübədə isə tez-tez sadəcə ardıcıl məlumat mübadiləsi baş vermir, fikirləri, hissləri, münasibətləri, sosial təcrübəni, insanların emosional-psixiki vəziyyətini öz strukturuna cəlb edən daha mürəkkəb proseslər cərəyan edir. Başqa sözlə desək, kommunikantlar arasında fəal sosial vəziyyət yaranır.

Ən çox geniş yayılan kommunikasiyanın **qeyri-xəttli modeli** Teodor Nyukomb tərəfindən işlənilib. Model eynitərəfli üçbucağın görünüşünə malikdir, başında kommunikant, kommunikator və sosial vəziyyət yerləşir. Kommunikantın kommunikatorla qarşılıqlı əməkdaşlığı həm sosial vəziyyətini nəzərə almaqla, həm də almamaqla həyata keçirilir. Əgər kommunikantlar bir-birinə müsbət yanaşır,

onda təhlil olunan vəziyyətə onlar baxışlarının üst-üstə düşməyinə can atır. Əgər kommunikanlar bir-birinə müsbət yanaşmır, onda təhlil olunan vəziyyətə onların baxışları üst-üstə düşməyəcək.

Uestli-MakLininin modelində həndəsi fiqurun dördüncü zirvəsi kimi kommunikasiyanın redaktə funksiyası təhlil olunur. Onlar modelə ayrı-ayrı rolların fərqliliyini əlavə edərək əks əlaqənin və xarici ictimai mühit ilə məlumat mübadiləsinin mənasını qeyd ediblər. Əks əlaqə funksiyasının əlavə olunması modeli sirkulyar (dairəvi, dövrəvi) edir.

Sirkulyar kommunikasiyada, xəttli modelindən fərqli olaraq, insan eyni zamanda həm məlumatın daimi mənbəsi kimi, həm də qəbul edicisi kimi çıxış edir. Burada xəttli model daimi kommunikasiya prosesinə transformalaşır.

Kommunikasiyanın sirkulyar modelini ilk dəfə təqdim edən alman kommunikativisti Q.Maletske olmuşdur. O, kommunikasiyanın ənənəvi komponentlərindən (kommunikator, məlumat, qəbul edən, medium) biri olan “medium” anlayışı altında həm kommunikasiyanın kanallarını, həm də məlumat daşıyıcısını nəzərdə tutur. Q.Maletske “kommunikatorun imici” və “qəbul edənin imici”, yəni “obrazı” anlayışlarını istifadəyə gətirir. O, əks əlaqələr sahəsində məlumat məzmununun kommunikatorunun media, və mediumun – məlumatı qəbul edənə olan təzyiqi təhlil edir.

Məlumatı qəbul edənin nəzər nöqtəyisindən o, analizin dörd səviyyəsini xüsusi qeyd edir: a) strukturlu; b) sosial mühitin; c) auditoriyaya məxsusluğu; ç) özünün imici (obrazı). Q.Maletske kommunikator üçün əlavə olaraq media-kontekstin xarakterinin təsirini və kommunikator komandasının fəaliyyətinin analizini təhlil edir.

Dairələrin ikisəviyyəli sistemlərindən ibarət olan digər sirkulyar model Elizabet Anders, Lorin Staats və Robert Bostrom tərəfindən təqdim edilib. Dairənin birinci səviyyəsində göndərən və sistemin ikinci səviyyəsində olan qəbul edən arasında “mesaj - cavab” rejimində mübadilə üçün stimullar yaranır.

Təcrübədə kommunikatorlardan resipiyentə bütün məlumatı qəbul edənlərə tez-tez kütləvi informasiyasının çatdırılması dərhal baş vermir. İlk öncə, bir sıra keyfiyyətlərin mövcudluğu gücünə liderlər kütlədən qabaq məlumatı qəbul edir, dərk edir. O biri pillədə liderlər özləri ictimaiyyət arasında qəbul edilən məlumatı fəal yaymağa başlayırlar. Nəzərə alaraq ki, onların fikri ilə əhatənin çoxluğu hesablaşır, mənbədən (kütləvi informasiya vasitələrindən) onu qəbul edənlərinə qədər kütləvi informasiyasının çatdırılması zamanı liderlərin vasitəçiliyi ictimai rəyin, fikrin formalaşmasında əsas aləti olur.

Kommunikasiyanın belə **ikipilləli (çoxpilləli) modeli** ilk dəfə 1940-cı ildə ABŞ-nın Oqayo ştatında seçki kampaniyasının keçirilməsi zamanı formalaşmış, sonralar isə 1955-ci ildə İllinoys ştatının Dekatura şəhərində ictimai fikrin formalaşması mexanizmlərinin öyrənilməsi zamanı daha da təkmilləşib (Cooley, 2005 : 150).

Sosioloqlar P.Lazarsfeld və R.Merton hesab ediblər ki, auditoriyadan göndərilən məlumat əvvəl qrupun ən nüfuzlu üzvünə çatır. Tədqiqatlar göstərdi ki, qəbul olunan məlumatın məzmununun dərk olunması zamanı insanlar ilk öncə nüfuzlu və kompetent (səlahiyyətli) olanlara qulaq asmağa meyllidir. Belə liderlər daha çox qeyri-formal olan liderlər olub. Kütləvi informasiya vasitələri tərəfindən təklif olunan müəyyən fikir, əksər hallarda, şəxsiyyətlərarası kommunikasiyaların mexanizmi vasitəsilə konkret hərəkətə gətirir. Bununla belə qərarın qəbulu üçün ən böyük təsir liderlər göstərir. Onlar, öz növbəsində, həmçinin öz “fikir liderlərinə” malikdir və lazımi məlumatı əldə etmək üçün müraciət edirlər. “Fikrin liderləri” kütləvi kommunikasiyanın müxtəlif vasitələri və kütlə arasında birləşdirici bağlantı rolunu oynayır, vasitəçi mərhələ olur. Mass-media istifadəsi zamanı onlar çox fəal olmaqla yanaşı, siyasi partiyaların və təşkilatların fəaliyyətində sadəcə aktiv iştirak edir.

Kütləvi kommunikasiyalar sistemində istiqamətlənmiş məlumatların formalaşması zamanı onun müəllifləri auditoriyanın “yedəyində” - tələbatına uyğun gedirlər. Yəni auditoriyaya elə məlumat verilir ki, onun ona ehtiyacı olur və

məlumat aydın olur. Əks halda o kommunikasiya sisteminə daxil ola bilməz. Belə tərzdə auditoriya öz homogenliyini (birnövlüyünü) göstərir, ilkin məlumat isə kütlə ilə və kütlənin ayrı-ayrı üzvləri ilə qarşılıqlı əməkdaşlığa başlayır. Kütlənin üzvləri kimi insanların birnövlüyü onların davranışı ilə realizə olunur. Eyni zamanda insanlar cəmiyyətin müxtəlif sosial təbəqələrin, qruplarının, institutlarının tərkibinə daxildir, yəni strukturca müxtəlif növlü cəmiyyətini təşkil edir. Buna baxmayaraq, “insanlar, kütlə üzvləri olanda, özlərini sosial vəziyyəti ilə müəyyənləşmiş rollarından asılı olmayaraq kimi aparırlar... Beləliklə, kütləvi kommunikasiya auditoriyası sosial qruplarla eyni deyil, kifayət qədər spesifik birlikdir, bu və ya digər sosial strukturunun çərçivəsində öz təzahürünü tapır” (Терин, 2000 : 24-25).

Həcmli modellər arasında L.Beykerin **mozaik modeli** müəyyən yayılmaya malikdir. Mozaik model kiçik kublardan ibarətdir, onun dörd tərəfi kommunikasiyanın mənbəsinə, qəbul edənə, mesajına və kanalına müvafiqdir. Həcmli sisteminin bütün kubları dörd qırağı ilə toxunurlar.

Həcmli kommunikasiyanın digər modeli Frenk Denisin **spirallı modeli** təqdim edir. Onda kommunikasiyalı dövrü bitmir, inkişafın keçmiş mərhələlərini yeni səviyyədə təkrar edərək kommunikasiya qabağa gedir.

Həcmli modellər arasında E.Rocersin **diffuzlu modeli** xüsusi yer tutur. Model müəllifinin fikrinə görə, kütləvi kommunikasiya sistemində hamıya dərhal təsir göstərməyə ehtiyac yoxdur. İlk öncə kritik beş faizi inandırmaq əhəmiyyətlidir. Təbliğat olunan fikir əhalinin beş faizi tərəfindən qəbul edilirsə, sonradan o özü bütün həcmli sosial strukturuna geniş yayılır və bu prosesin qarşısını artıq saxlamaq olmur.

İstənilən yeni fikir altı mərhələdən keçir: diqqət, maraq, qiymət, qəbul etmə, dərk etmə, təsdiq etmə. E.Rocers innovasiyaların qavrama dərəcəsinə görə resipiyentləri beş növə bölür: innovatorlar; ilkin qəbul edənlər; ilkin çoxluq; sonradan olan çoxluq; sonradan qəbul edənlər.

Innovatorlar, yeni fikirləri dərhal qəbul edənlər, əhalinin 2,5% təşkil edir. Fikir liderlərinin çoxluğu tez *qəbul edənlərdən* formalaşır, əhalinin 13,5% təşkil edir. Bu kateqoriyadan olanlardan istənilən qərar qəbul ediləndə məsləhət alırlar. Əhalinin 34% təşkil edən *ilkin çoxluq* yeni ideyaları nisbətən tez qəbul edir, nəinki ortastatistik vətəndaş. Yalnız bundan sonra, ortastatistik vətəndaş yeni ideyanı qəbul edən kimi, *sonradan təşkil olunan çoxluq* - 34% skeptiklər onu qəbul edir. Və nəhayət, əhalinin 16% *sonradan qəbul edənlər* yeni fikirlərə ehtiyatla yanaşırlar.

Auditoriyanın eyniliyi kütləvi kommunikasiyaların və kommunikasiyanın ***homogen modelinin*** formalaşması üçün zəmin yaradır. Homogen modeli klassik individualizmə müvafiq yaranır. Kütləvi kommunikasiya vasitələri auditoriyaya müəyyən ismarıclar formasında yaranmış konkret məlumatı təqdim edir. Sonradan şəxsiyyətdaxili və şəxsiyyətlərarası kommunikasiyalar sistemində bu ismarıç ya qəbul olunur ya da olunmur. Homogen modelində diskretlik təşkil edən, lakin kütlənin homogenliyini pozmayan, istənilən məsələ ilə əlaqədar öz fikirlərini ifadə edən individuumlar şəklində atomik strukturunun mövcudluğu deməkdir.

Müəllif tərəfindən işlənilmiş kütləvi kommunikasiyalar sistemində ***sosial atomizm modeli*** bütövlülük və kommunikativ sisteminə daxil olan elementlərin konstruktiv bitkinliyi prinsiplərin əsasında yaranır. İstənilən sosial qruplar və ya formalizə olunan strukturlar arasında olan sabit qarşılıqlı əməkdaşlıq sosial atomizm modeli kimi təqdim oluna bilər, əgər kommunikatorlar kifayət qədər strukturlaşmış və müstəqil formanı onun vasitəsilə təqdim etsələr.

K.Barnlund tərəfindən şəxsiyyət səviyyəsində kommunikasiyanın ***transaktiv modeli*** təhlil edilib. Onun fikrincə, kommunikasiya prosesi eyni zamanda həm məlumat məzmununun evolyusiyası, həm də qeyri-müəyyənlik dərəcəsinin azaltmağı məsələlərini gündəmə gətirir. Modelin tərkib hissələri kimi şəxsiyyət, məlumat, kodlaşma-dekodlaşma prosesləri və siqnalın dörd növü xüsusi qeyd olunur: ictimai səviyyənin, şəxsi səviyyənin, verbal və qeyri-verbal.

İctimai səviyyəsinin siqnalları – şəxsiyyətə əhatədə olan sosial mühitin amillərin təsiridir, *şəxsi siqnallar* şəxsiyyətin digər insanlarla qarşılıqlı əməkdaşlığını xarakterizə edir. *Davranış siqnalları* verbal və qeyri-verbal reaksiyaları əks etdirir, kommunikasiyanın intrapersonal mərhələsinə keçidini - kommunikasiyanın sonuncu mərhələsini müvəffəqiyyətlə açır.

Kommunikasiyanın xüsusi bir modeli **reklamdır**. Reklam həmçinin kommunikasiyanın növü və kanalı sayılır. “Reklam” sözü fransız dilindən “reclame” və latın dilindən “reclamare” sözlərindən götürülüb və “qışqırmaq, ucadan demək” mənasında işlənir. Reklam fəaliyyət növü kimi ictimai əlaqələr və münasibətlər sahəsinə aiddir.

Hələ qədim zamanlardan reklam proobrazının ilkin daşıyıcıları tələbatı stimullaşdırmaq məqsədini qoyurdular. Reklamın adı çəkilən vəzifəsi bu günə qədər əsas dəyişməz kimi qorunub saxlanılır. Müasir insan bütün həyatı boyu reklamla üz-üzə gəlir, reklam özü isə bu gün çox rəngarəngdir və müxtəlif növlərin, janrların, texnologiyaların, instrumentlərin və funksiyaların fərqliliklərinə malikdir. İnsan həyat və yaradıcılığının müxtəlif aspektləri: sosial, mədəni, iqtisadi, ekoloji, siyasi, hüquqi və s. reklam dünyasında öz əksini tapır. Bu gün biz artıq reklamı spesifik mədəniyyətinin aydın hadisəsi (bəzən bir o qədər də arzuolunmayan) kimi qəbul edirik.

Çağdaş dövrümüzdə sosiuma olan reklamın təsirinin nəticəsi artıq insanların istehlak davranışının nizamlanması, məhsullara və xidmətlərə tələbatın dinamikası ilə məhdudlaşmır. O özündə müəyyən mədəniyyəti və biliklərin məcmuəsini daşıyır. Uşaq şüuruna reklam xüsusi tərzdə təsir göstərir. O, uşaqlara daha çox təhsil xarakterli öyrənmə təsirini göstərir, nəinki reklam xarakterli.

Reklam xüsusi tərtib olunmuş mətnlərin və vizual materiallarının yaranması və interpretasiyası əməliyyatlarının mübadiləsi vasitəsilə həyata keçirilən sosial kommunikasiyasının xüsusi növüdür. Kağız daşıyıcısına köçürülmüş və ya audiovizual növündə mövcud olan reklamın mətni (sloqanı), şəkli –

motivləşdirilmiş bütöv, məzmunlu-mənalı, iyerarxik təşkil olunmuş bir varlıqdır. O, həm ünsiyyət vahididir, həm də daşıyıcılarda fiksasiyaya uğrayan mədəni obyektidir. Müəyyən ictimai reallığı əks etdirərək, reklam daha çox istifadə olunan davranış, fəaliyyət, ünsiyyət, qarşılıqlı əməkdaşlıq çeşidinin nümunələrini təqdim edir.

Reklam ictimai şüurun institusiyalı formaları ilə fəaliyyət göstərir. Müəyyən işarə sistemlərini özünə məkan daxil edən reklam ölçüsünə yerləşdirərək, o yerdə ki, eyni zamanda reklamın materialı və təsirin obyektı mövcuddur, reklamverən həmin məkana davranış və qarşılıqlı əməkdaşlıq modellərini translyasiya edir. Bu sintezləşmiş məkan insanların fikir və hərəkət obrazlarına öz təsirini göstərir.

Bu davranış və qarşılıqlı əməkdaşlıq modelləri digər səviyyədə yenidən institusiyalı formalarını yaradır. Məhsul və xidmət istehlak prosesinə insanlar tərəfindən bürüzə olunan təşəbbüslərinin nəticəsində ictimai münasibətlərin formalaşması baş verir.

Kütləvi kommunikasiyalarının tənqidi təhlili ilə məşğul olan Frankfurt məktəbinin nümayəndəsi Q.Markuze hesab edir ki, məhsullar və xidmətlər sosial sistemini bütövlük kimi satır və ya vadar edərək insanlara onu qəbul etdirir. Bu sistem qoyulan münasibətləri və vərdisləri, sabit intellektual və emosional reaksiyalarını ehtiva edir və bunların vasitəsilə istehlakçıları istehsalçılara bütövlüklə bağlayır. Mallar yeni sosial siniflər üçün əlverişli olduqda, onların göstərdiyi şüura təsir artıq reklam olmur. O, həyat tərzinə çevrilir (Маркuze, 1994 : 10-16).

Kommunikasiyanın **semiotik modelləri** informativ, ekspressiv və pragmatik funksiyalarını realizə edir. Informativ funksiya əşyalar, hadisələr, hərəkətlər və proseslər barədə məlumatı bildirmək qabiliyyətini əks etdirir. Ekspressiv funksiya bizi əhatə edən gerçəkliyin realiyaları barədə həm məzmunlu, həm də qiymətləndirici məlumatı ifadə edir. Pragmatik funksiya isə sosial nitq normalarına

müvafiq resipiyentin adekvat reaksiyasını nəzərə alaraq kommunikativ ustanovkanın ötürülməsinə istiqamətlənib.

Qustav Şpettin modelində “məzmun” anlayışına predmetli-obyektiv, və ya psixoloji-subyektiv məna verilir. Predmetli-obyektiv məna bir işarə kimi sözə aid edilir, psixoloji-subyektiv tərkib isə yalnız kommunikatorun iddiasına, istəyinə, anlayışına işarə edir. Şpett “məzmun” və “məna” anlayışlarını fərqləndirir: birincinin altında lüğətlərdə qeydə alınan mənaların bütün müxtəlifliyini nəzərdə tutur, ikincidə isə - yalnız yeganə bir anlam ki, konkret nitq kontekstində yaranır. O, hesab edir ki, məlumat – dərk etmənin elə mühitidir ki, orada anlama yaşayır və hərəkət edir.

Semiotik nəzər nöqtəyisindən söz işarənin spesifik tipi kimi təhlil olunur. Həmin modeldə hərəkətlər və əməliyyatlar səbəblərin nəticəsi kimi yox, məlum mənası olan işarələr kimi tədqiq edilir, yəni həmin hərəkətin qabaqcadan məkanını və zamanını təyin edən vəziyyətin kontekstinə onlar daxil olur. Şpettin modelində söz çoxmənalı qəbul olunur oraya qədər ki, o, mənanın ifadəsi üçün istifadə olunmayıb. “Sözün işarə kimi nəzəriyyəsi – formal ontologiyanın, və ya əşya barədə elmin, semiotikanın şöbəsinin vəzifəsidir. Söz istənilən digər işarənin funksiyalarını icra edə bilər, və istənilən işarə sözün funksiyalarını icra edə bilər. İstənilən həcmdə və uzunluğunda istənilən məkan və zaman formalarının istənilən hissli qavrayışının işarəsi kimi təhlil oluna *bilər*, və nəticədə, dərk olunan işarə, söz kimi qəbul olunur” (Шпетт, 1989 : 381-382).

Sosial işarələrindən fərqli olaraq, “ikinci kateqoriyalı işarələr” emosiyanın, hiss-həyəcanının tərkib hissələri kimi təhlil olunur. “Müəllifin hər sözünün arxasında biz onun səsinə eşitməyə başlayırıq, onun fikirlərini oxuyuruq, onun davranışını düşünürük. Sözlər öz mənalarını saxlayır, lakin bizi maraqlandıran müəyyən dərəcədə xüsusi bir gizli, intim formaları olan, gizli, intim məzmundur” (Шпетт, 1989 : 370).

Roman Yakobson nitq kommunikasiyasının modelini dilin altı funksiyaları şəklində qurur. Kommunikator və resipiyent arasında o konteksti, məlumatı, kontaktı, kodu yerləşdirir. Bu modelin altı elementi dil funksiyaları ilə müxtəlif növ əlaqələrində və münasibətlərində olur.

Ekspressiv funksiya kommunikator ilə bağlıdır və onun söylənən nitqə olan münasibətini ifadə edir. Eyni olan məzmun rəngarəng intonasialı-emosional çalarlarına malik ola bilər.

Metadil funksiyasının kod ilə birbaşa əlaqəsi mövcuddur. Sözü bilmədən, kodun köməyi ilə, məzmunun təsnifi vasitəsilə sözün mənasını bilmək olar, məsələn, əşyanı göstərərək.

Koqnitiv funksiyasının oriyentasiyası kontekstə yönəlib və barəsində məlumat verilən obyektə birbaşa müraciət vasitəsilə realizə olunur.

Konativ funksiya məlumatı qəbul edən tərəfinə birbaşa təsirini ifadə edir, məsələn, əmr şəklini istifadə edərək.

Fatik funksiya məzmununa heç bir fikir vermədən kontaktı, ünsiyyətə saxlamaq məqsədini realizə edir.

Poetik (ritorik) funksiya daha çox formaya, nəinki məzmunə oriyentasiyasını götürüb.

Halbuki italiyalı semiotik Umberto Eko hesab edir ki, yalnız semiotik kateqoriyalarını istifadə edərək bütün kommunikativ hadisələrini izah etmək mümkün deyil. Əgər linqvistik kateqoriyaların vasitəsilə reallıqda olmayanı təsnif etmək olar, U.Ekonun fikrincə, onda yalan yaranır. U.Eko və Y.Lotman qeyd edirlər ki, vizual kommunikasiyalarında diskretli məzmun yaradan elementlərini qeyd etmək olmaz. Onların komponentləri öz-özünə məna kəsb etmir, onlar yalnız kontekstdə büruzə olunur.

Tartusko-Moskva semiotik məktəbinin görkəmli nümayəndəsi olan estoniyalı Yuriy Lotmanın modeli tamamilə eyni kodların və nitq söyləyən ilə ona qulaq asanın hafizəsinin eyni həcmnin mövcudluğunun mümkünlüyünü onların qeyri-ekvivalentliyinə görə inkar edir.

Kommunikasiya iştirakçılarının kodları yalnız çoxlu sayda kəsişmələrə malikdir. Bədii mətn kodların belə fərqliyini xüsusi aydın şəkildə aşkar edir. Belə ki, eyni bir bədii mətnə çoxlu sayda müraciət edəndə yeni biliklər formalaşır. Y.Lotman individin və ya kollektivin məlumat həcmnin çoxalmasının iki halını təhlil edir. Bir halda o xaricdən daxil olur, digər halda isə katalizator rolunu oynayan məlumatın yalnız müəyyən bir hissəsi xaricdən daxil olur və resipiyent şüurun daxilində məlumat həcmnin çoxalmasına səbəb olur. Məsələn, folklorda məlumat qəbul edən tərəfindən passiv şəkildə qavranıla bilməz – o, eyni zamanda, həm müşahidəçidir, həm də məlumat həcmi çoxalda bilən yaradıcıdır.

Y.Lotman qeyd edir ki, folklor kommunikasiyasında, “yüksək incəsənət”dən fərqli olaraq, bədii-kommunikativ prosesinə məlumatı qəbul edən fərd nəyisə özününkünü əlavə edir.

Kütləvi kommunikasiyasının funksiyalarını və ümumi xarakteristikasını təhlil edəndə amerikan politoloqu Q.Lassuall yada düşür. O, kommunikasiyanın üç funksiyasını qeyd edib:

- 1) onu əhatə edən dünyaya baxış - ***informativ funksiya***;
- 2) cəmiyyətin sosial strukturları ilə korrelyasiya - ***əks əlaqə vasitəsilə cəmiyyətə təsir***;
- 3) mədəni başlanğıcın ötürülməsi - ***kognitif-kulturoloji funksiya***.

1960-cı ildə amerikan tədqiqatçısı Çarlz Rayt qeyd olunan funksiyalarına ***əyləndirici funksiyasını*** da əlavə etdi (Wright, 1986).

Amsterdam universitetinin kütləvi kommunikasiya üzrə mütəxəssisi Mak-Kveyl adı çəkilmiş funksiyaların siyahısına birini də əlavə edir – ***mobilizə edən*** (səfərbər edən, hərəkətə cəlb edən) ***funksiyasını***.

Kütləvi kommunikasiyasının sosial mənalı funksiyaları şərti şəkildə üç qrupa birləşdirmək olar: informativ, idarəedici və kulturoloji.

İnformativ funksiya cəmiyyət və individin arasında mövcud olan münasibətlərinin harmonizasiyasına, uyğunlaşmasına kömək edir. O, kütləvi auditoriyaya həyat, fəaliyyət və yaradıcılığın müxtəlif sferaları barədə aktual məlumatın təqdimatını nəzərdə tutur.

İdarəedici funksiya ictimai şüurun, ictimai fikrin və sosial normaların formalaşmasına təsirini nəzərdə tutur və bununla sosial kontrol, nəzarət funksiyası realizə olunur.

Kulturoloji funksiya mədəniyyətin və incəsənətin, mədəni ənənələrinin saxlanılması sferasında koqnitif vəzifəni icra edir.

Müasir psixolinqvistikada radio və televiziya ünsiyyətinin dörd funksiyası xüsusi qeyd edilir:

- a) cəmiyyət fəaliyyətinin optimizasiyası;
- b) kontakt funksiyası;
- c) sosial nəzarət funksiyası;
- d) şəxsiyyətin sosiallaşmasının funksiyası (Леонтьев, 1974 : 46-48).

L.Y.Zemlyanova cəmiyyətdə mövcud olan kütləvi kommunikasiyasının üç funksiyasını xüsusi qeyd edir:

- 1) “ətraf mühitə nəzarət və onun dağıntı təhlükələri barəsində cəmiyyətə xəbərdarlıq;
- 2) cəmiyyət və mühit elementlərinin korrelyasiyası;

3) sosial-mədəni irsin saxlanması və ötürülməsi” (Землянова, Зар.ком., 1999 : 215).

Müasir fransız alimləri B.Katlya və A.Kode kütləvi kommunikasiyasının beş funksiyasını vurğulayırlar (Дейян, 1993 : 31-33):

- 1) antena funksiyası – müxtəlif növlü məlumat ilə cəmiyyətin təminatı;
- 2) qüvvətləndirici funksiyası – faktların şişirdilməsi, hadisələrin dramatikləşməsi;
- 3) fokus funksiyası – kütləvi informasiya vasitələri sosiomədəni cərəyanlarının dəyişilməsinin fokusudur;
- 4) prizma funksiyası – davranışın yeni modellərinin formalaşması;
- 5) exo (əks-səda) funksiyası – kütləvi informasiya vasitələri müəyyən sosial strukturunun saxlanması funksiyasını yerinə yetirir, müəyyən sosial qaydanın simvolları kimi xidmət edir.

Tanınmış rus psixoloqu A.A.Leontyev kütləvi kommunikasiyasının dörd funksiyasını ayırır:

- 1) kollektiv fəaliyyətə təsir edən ünsiyyətə oriyentasiyası hesabına cəmiyyət aktivliyinin optimizasiyası;
- 2) qrupun şüurunun formalaşmasında rol oynayan kontakt funksiyası;
- 3) ictimai normalarının vasitəsilə sosial nəzarət funksiyası;
- 4) şəxsiyyətin sosiallaşması funksiyası.

Digər sosioloq B.M.Firsov kütləvi kommunikasiyasının xarakteristikası kimi biliyi, mənəvi dəyərləri, əxlaqi və hüquqi normalarını xüsusi qeyd edir.

Bəzi alimlər kütləvi kommunikasiyasının yeddi funksiyasını vurğulayır:

- 1) kütləvi kommunikasiya mürəkkəb formal təşkilatı strukturda formalaşır;

- 2) kütləvi kommunikasiya böyük auditoriyalarına istiqamətləndirilib;
- 3) kütləvi kommunikasiya ictimai xarakter daşıyır;
- 4) auditoriyalar sosial-mədəni müxtəlifliyə malikdir;
- 5) bir-birindən uzaq məsafədə olan böyük sayda insanlar ilə eyni zamanda kontakt yaradılır;
- 6) kommunikator və kommunikant arasında mövcud olan qarşılıqlı münasibətlər əsasən qurulur ona görə ki, kommunikant kommunikatorun sosial statusu haqqında məlumatlıdır;
- 7) kommunikasiya auditoriyanı ümumi dəyərlərinə, siyasi baxışlarına, istehlak modellərinə və s. görə birləşdirir.

Vladimir Propp “Nağılın morfologiyası” kitabında həmin nağılın qəhrəmanlarına aid funksiyalarını qeyd edir. Həmin funksiyalar başqa əsərdə digər personaja aid edilə bilər. Məsələn, funksiyalar kimi, işburaxma, qadağa, qayda pozuntusu və s. qeyd oluna bilər. Bununla belə kommunikasiyanın aksiomatikası müəyyən məhdudlaşdırmalarını tələb edir: funksiyaların sayı ciddi şəkildə məhdudiyyət qoyulmalıdır, say sabit olmalıdır, funksiyaların ardıcılığı saxlanılmalıdır.

İşgüzar ***kommunikasiya növlərinə*** diskussiyaları, söhbətləri, iclasları, görüşləri, danışıqları, brifinqləri, mətbuat-konfransları, prezentasiyaları (təqdimatları), şəxsi məsələlərlə əlaqədar olan qəbulları, telefon vasitəsilə icra olunan danışıqları, işgüzar yazışmanı aid edirlər.

İdarəçiliyin bir çox təcrübəçiləri və nəzəriyyəçiləri hesab edirlər ki, formalarda həyata keçirilən kommunikasiyalar ondan asılıdır ki, məlumat qəbul edən (lər) haqqında nə məlumdur. Bu o deməkdir ki, rəhbər məlumatı qəbul edən insana oriyentasiyanı götürməlidir, onun mənbəsinə yox. Rəhbər məlumat mənbəsi olanda o, əmin olmalıdır ki, məlumat qəbul edənlə bir dildə danışır və

kommunikasiyanın forması düzgün seçilib. Əhəmiyyətlidir ki, kommunikator məlumat qəbulunun formasını və əks əlaqənin mənasını düzgün qiymətləndirsin.

Dialog dar mənada bu insanlar arasında mövcud olan həm açıq, ictimaiyyət üçün, həm də mass-media vasitəsilə icra olunan ikitərəfli informasiya mübadiləsidir; geniş mənada isə, kommunikator və resipiyent eyni dərəcədə iştirak edən məlumatın üfüqi ötürülməsi prosesidir.

Diskussiya – söz güləşi kimi mübahisənin bir növüdür. Diskussiya aparmaq – açıq şəkildə mübahisəli məsələni müzakirə etmək deməkdir. Disputda iştirak etmək – ictimaiyyət qabağında istənilən məsələ ilə əlaqədar mübahisə aparmaq deməkdir. Debatda iştirak etmək – istənilən mövzuda debatları, mükəllimələri təşkil etmək deməkdir. Polemika aparmaq – başqalarının fikirlərini təkzib etmək məqsədilə açıq şəkildə öz fikrini söyləyərək və mövqeyini müdafiə edərək etirazla çıxış etmək deməkdir. Beləliklə, əgər diskussiya – müxtəlif rəyləri tutuşdurub müqayisə etmək vasitəsilə həqiqəti aşkar etmək məqsədilə ictimaiyyət qarşısında olan mübahisədirsə, polemika – öz nəzər nöqtəsini, fikrini, mövqeyini müdafiə etmək məqsədilə və opponentin fikrini təkzib etmək üçün ictimaiyyət qarşısında olan mübahisədir (Ножин, 1989 : 240).

Söhbət – müəyyən məqsədlə aparılan müxtəlif problemlər müzakirəsinin kollektiv şəkildə sual-cavab formasıdır. İclaslar, toplantılar diktator (avtokratlı), seqretativli, diskussiyalı və azad olanlara bölünür. Avtokratlı iclasda rəhbər hər bir iştirakçıya növbə ilə suallar verir və cavabları dinləyir. İnformasiyalı toplantılarda işçilərin nəzərinə yeni işlə bağlı məlumat çatdırılır.

Seqretativli iclasda rəhbər və ya xüsusi şəxs məruzə edir, sonradan isə müzakirələr olur. Rəhbərin seçimi ilə bir və ya bir neçə nəfər müzakirələrdə iştirak edir. Diskussiyalı iclas azad fikir mübadiləsinə və ümumi qərarın çıxarılmasına gətirir. Diskussiyalı iclasda iştirakçılar açıq və aydın şəkildə rəhbərin fikrinə qarşı fikir söyləyə bilər. Azad iclas qabaqcadan hazırlanmamış gündəliksiz keçirilir. Orada, bir qayda olaraq, məsuliyyətli qərarlar qəbul olunmur.

Danışqlar – tərəflərin mövqelərini öyrənmək və qərar qəbul etmək məqsədilə aparılan fikir mübadiləsidir.

Mətbuat-konfrans – məlumatın onu çap etmək və mənbəsini açmaq və ya açmamaq (bağlı mətbuat-konfrans) hüququ ilə eksklüziv çatdırılmasıdır.

Brifinq – sözü ingilis dilindən “briefing” sözündən götürülüb – “qısa” deməkdir. O, rəhbər orqanlarının (parlament, hökumət, milli məclis və s.) fəaliyyəti və həmin orqanların, əhəlinin maraqlarını əhatə edən cari hadisələr barədə qısa məlumat vermək məqsədilə jurnalistlərlə xüsusi hazırlanan görüşdür.

Prezentasiya (təqdimat) – latın dilindən “praesentatio” sözündən götürülüb və “təsəvvür, anlayış, təqdimat” deməkdir. O, dəvət olunan fərdlər arasında rəsmi şəkildə keçirilən yenidən yaradılan müəssisənin, firmanın, layihənin, malın, işin təqdimatıdır.

Şəxsi məsələlərlə əlaqədar qəbul işçilərdə yaranan qeyri-xidməti sualları öyrənmək məqsədilə rəhbər tərəfindən keçirilir.

Telefon danışqları, faksimil aparatlarının istifadəsi ilə işçi yazışma, elektron poçt, internet və digər vasitələr – işgüzar kommunikasiyasının vasitələridir.

Kommunikasiya prosesində məlumatı çatdıran şəxs kommunikator adlanır, informasiyanı qəbul edən isə resipiyent.

V Fəsil

Kütləvi kommunikasiyaların genezisi

Cəmiyyətin ilkin inkişaf dövründə insan müxtəlif kommunikasiya və əlaqə vasitələrini istifadə edirdi. İnsan, sosial məxluq kimi, başqa insanlarla qarşılıqlı əməkdaşlıq göstərməyə daima cəhd göstərib. İctimai kommunikasiyalar sferalarının intensivləşməsi və genişlənməsi üçün böyük məsafələri fəth etmək tələb olunurdu, və o, müəyyən uzaq məsafədə olan insanlarla ünsiyyət qurmaq üçün yeni vasitələrini axtarmaq məcburiyyəti qarşısında qalırdı.

Ən birinci daha çox fəal və effektiv şəkildə istifadə edilən, kütləvi kommunikasiyalarının tezliklə formalaşmasına təkan verən vasitə olub at. Atlı, müqayisədə böyük məsafələri fəth edərək, çoxlu sayda insanlarla kommunikasiyalarının yaranmasını təmin edirdi. Çarxın ixtirası və onun arabası konstruksiyasının tətbiqi *xarici ictimai kommunikasiyalarının* formalaşmasına can atan subyektlərin sayını çoxalmasına imkan yaratdı.

Kommunikasiya vasitələrinin təkmilləşməsinə meyl bütün mümkün olan nəqliyyat vasitələrinin, uçan qurğularının, həmçinin kosmik sistemlərinin yaranmasına gətirib. Burada kommunikasiya subyektlərinin uzaqlaşdırılmış xarici kommunikativ mühitə köçürülməsi vasitəsilə xarici ictimai kütləvi kommunikasiyalarının həyata keçirilməsi barədə söhbət gedib. Belə kommunikasiyaların təşkili meylinə səbəblərindən biri olan funksionallığının sahəsini və malların, informasiyanın, sonradan isə maddi istehsalın vahidləri sistemlərinin inkişafını genişləndirmək istəyidir.

Qədim Yunanıstanda və Romada ictimaiyyətlə münasibətlər cəmiyyət tərəfindən idarəçilik sisteminin orqanik hissəsini təşkil edirdi. Sonradan Amerikada Benjamin Franklin, Aleksandr Qamilton, Tomas Ceferson ictimaiyyətlə mövcud olan fəal kommunikasiyalarının sayəsində ictimai fikirlə idarə edirdilər. Onlar

mətbuatda fəal çıxış edirdilər, auditoriyanın qarşısında açıq şəkildə öz inqilabi fikirlərini yayırdılar.

Vaxt keçdikcə *kommunikasiyaların intensivləşdirilməsi* üçün lazımi kommunikasiyaları həyata keçirtməyə imkan yaradan və *ictimai əlaqə* olmadan əlaqə vasitələrinin ixtirası tələb olunurdu.

Belə ki, *işarəli siqnallar* sistemi vasitəsilə (bayraqlar, odlar – görünmə məsafəsində; səs siqnalları – eşitmə məsafəsində) nisbətən uzaq məsafələrdə kommunikasiyaların həyata keçirilməsi prosesi başladı.

Hüduqlarında *məqsədli birdəfəlik kommunikasiyalarını* yaratmaq zəruriyyəti olan, məsafənin böyüdülməsi üçün *individual kommunikasiya vasitələri* olan *elçi, carçı, qasid, xəbər daşıyıcısı* istifadə olunurdu.

Distantlı (məsafəli) kommunikasiyalar sahələrinin genişləndirilməsi üçün və onların kütləvi kommunikasiyalarına keçməsi üçün ictimai sistemin əlaqə saxlayan elementləri arasında mövcud olan *kütləvi ünvanlı əlaqəni* kifayət qədər təmin edən poçt rabitəsi ixtira olunub.

Belə sistemdə *məlumatın kommunikativ mübadiləsinin fazası* kifayət qədər yüksək olduğuna görə, qəbul olunan məlumatın aktuallığı azalırdı, və tədricən yoxa çıxırdı; əks əlaqə vasitəsilə çatdırılan məlumat isə aktuallığını itirirdi, köhnəlirdi və bununla əlaqədar olaraq *kommunikativ əlaqələr* sistemi amorflu olurdu, *kommunikativ mühit* isə - qeyri-intensifikasiyalanmış.

XIX əsrdə ixtira olunan teleqraf yeni *kütləvi distantlı (məsafəli) qeyri-ictimai kommunikasiyalar* erasının başlanğıcına dəlalət edir.

Teleqraf kommunikasiyalar sisteminin yaranması ilə kommunikasiyaların sürəti minqat artdı, başlıcasıda odur ki, kommunikativ qarşılıqlı əlaqələr iştirakçıların - kommunikantlarının sayı çox artdı.

Radionun ixtirası və onun *qlobal kommunikativ şəbəkəyə* tətbiqi ilə *kommunikativ mübadilə* prosesində məlumatın ötürülməsinin sürəti işıq sürətinə çatdı – məlumat və həmin kommunikasiya vasitəsi kütləvi oldular.

K. Şteynbuxun fikrincə, həqiqətən də urbanizasiyaya uğramış regionların ümumi telefonizasiyası məlumatın keçirtmə qabiliyyətini 333 dəfə artıq artırır (Штейнбук, 1967). Buradan da məntiqi cəhətdən elə nəticə çıxartmaq olar ki, o qədər də kommunikasiyaların intensivliyi artır. Telefon aparatların mobil xüsusiyyətlərinin (qeyri-stasionarlığı, aparatların xətsiz olmağı) çoxaltması ən azı 5-6 dəfə belə imkanı artırır.

Televiziya, dərhal kütləvi hadisə olaraq, kütləvi auditoriyaya məlumatın ötürülməsinin sürətinin artırılmasında yeni mərhələ açdı və teleqrafla müqayisədə 550 min dəfə artıq kommunikasiya kanalını ötürülmə qabiliyyətini artırdı (Штейнбук, 1967). Kommunikasiya mənbəsindən kommunikativ sistemin resipiyentlərə ötürülən məlumatın həcmi kəskin böyüdü. Bundan savayı televiziya yazıdan qabaq olan mədəniyyətinə xas insanlara təbii görmə-eşitmə təsirini qaytarmağa başladı. Resipiyentdən məlumat mənbəsinə həyata keçən əks əlaqə televiziya gələn məktublar, teleqramlar, telefon zəngləri, faksların sistemi vasitəsilə həyata keçirilir.

İnteraktiv televiziya məlumat ötürülməsinin kanalını ikitərəfli intensiv kommunikasiyalarının tamhüquqlu şəbəkəsinə çevirdi. Herbert Marşal Maklünün nəzəriyyəsinə görə, bəşəriyyət inkişafının bu mərhələsi Qutenberq erasının sonu deməkdir, baxmayaraq ki, bəşəriyyət tərəqqinin bütün digər mərhələlərində mədəniyyətin inkişafında kitab nəşriyyatı əhəmiyyətli rol oynamağa davam edir.

Audiovizual kommunikasiya, xüsusilə də onun interaktiv mərhələsində, belə kommunikativ sisteminin hər səviyyədə yaranan çoxlu təhlükələrlə, pozuntularla və maneələrlə doludur. Bəzi hallarda onlar fəvqəladə nəticələrə gətirir. “Təşkilatlarda olan idarəçilik” kitabında təsnif edilən vəziyyət misal rolunu oynaya bilər (Герберт, 1995 : 169).

Kommunikasiya sistemində baş verən problemlərə görə 1941-ci ildə Pirl-Xarborda amerikalılar tərəfindən yaşanan faciələr baş verməyə də bilərdi, əgər məlumat ötürülməsinin sistemində iki dəfə qəza olmasaydı. Birinci avariya planlaşdırılmış hücum barəsində “Küləklər” mesajını alanda baş verdi. Lakin yüksək hərbi rəhbərlik bu əldə olunmuş məlumata heç bir diqqət yetirmədi. İkinci avariya isə Havay adalarında yerləşən hərbi rəhbərliyə Pirl-Xarbora radar qurğuların vasitəsilə ifşa olunan mənşəyi bilinməyən təyyarələrin yaxınlaşması barədə məlumatı vermək imkanı olmadığına görə baş verdi.

Yaxın zamanlara qədər kompüterlər məlumatın yenidən işlənməsinin və analizinin şəxsi vasitəsi olub. Bu gün internet qlobal informasiya şəbəkəsinə daxil olmaqla yanaşı, kompüterlər - kütləvi kommunikasiyalar sisteminə daxil olunmasının ən əhəmiyyətli vasitəsidir.

1909-cü ildə Carlz Kuli kommunikasiyanı insan fikrinin aktualizasiyasının vasitəsi kimi qeyd edib. 1931-ci ildə C.Herbert Mid yazırdı ki, qarşılıqlı əməkdaşlıq prosesində individ başqasının rolunu icra edir, bəşəriyyətin qazanılmış təcrübəsi isə hamı üçün ümumtanınan, məlum və əlçatan olur. Kütləvi kommunikasiya kommunikator və auditoriya arasında mövcud olan, kommunikativ məlumata eyni mənə verən ünsiyyətin növü kimi təqdim olunub (Mead, 1934).

İnteraktiv televiziya məlumat yayımının həmin kanalını ikitərəfli intensiv kommunikasiyalarını tamhüquqlu şəbəkəsinə çevirib.

Beləliklə, kommunikasiya inkişafının tarixi üç kommunikasiyalı inqilabına məruz qalıb: 1) yazının ixtirası; 2) çap maşınının istehsalı; 3) elektron mass-medialarının tətbiqi.

İnternetin tətbiqi kommunikasiya inkişafında yeni era açır. Bu gün ümumdünya “məlumat hörümçəyi” nə fiziki, nə coğrafi, nə administrativ-dövləti, nə də senzura sərhədlərinə malik deyil. Məlumat sahəsi “dördüncü dalğa”ya məruz qalır və eyni zamanda kommunikasiyaların intensivliyini artırır və

şəxsiyyətlərarası kommunikasiyalarını virtual müstəviyə çevirərək, onları məhdudlaşdırmağa başlayır.

Çağdaş dövrümüzdə müasir kommunikasiyalar yalnız ABŞ-da inkişaf etmir, həmçinin bu proses digər ölkələrdə də baş verir, bəzi hallarda isə daha intensiv nəinki Amerikada. Belə ki, 2001-ci ilin mart ayında dünyada ən informatizivləşmiş ölkə İsveç elan olunub. Bu nəticəyə müxtəlif ölkələrdə məlumat yayımının və qəbulun imkanlarını öyrənəndən sonra YUNESCO-nun, Dünya Bankının və Beynəlxalq Telekomunikasiya İttifaqının nümayəndələri gəlib. Bu siyahıda ikinci yeri Norveç tutur, üçüncünü isə Finlandiya. ABŞ ikinci yerdən dördüncü yerə nail olublar. Bu sahədə mobil rabitənin sürətli tətbiqinə görə İngiltərə böyük sıçrayış edib. O, on ikinci yerdən altıncı yerə yüksəlib. Bununla belə internet ən yaxşı İsveçdə, Singapurda və Avstraliyada inkişaf edib, ABŞ isə kompüter infrastrukturasının inkişafına görə dünyada birinci yeri tutur.

XX əsrdə kütləvi kommunikasiyaların və informasiyanın inkişafı cəmiyyətimizin danılmaz bir faktıdır. İctimai hadisə kimi kütləvi kommunikasiyalarının tədqiqi XX əsrin 20-ci illərində başlayıb.

Hesab olunur ki, kütləvi kommunikasiyalarının tədqiqinin başlanğıcını alman sosioloqu M.Veber (1864-1920) tərəfindən qoyulub. O, anlamlı sosiologiya elminin və sosial hərəkət nəzəriyyəsinin banisidir. M.Veber sosioloji aspektdə mətbuat öyrənilməsinin zəruriyyətini, mətbuat analizinin üslubunu əsaslandırır və müxtəlif sosial strukturlarının dövrü nəşrlərinin oriyentasiyasına və şəxsiyyətin formalaşmasına diqqəti yönəldərək jurnalistə sosial tələblərini formulizə edib.

Amerikan politoloqu Harold Lassuellin (1902-1978) fikrinə görə kommunikasiyanın klassik paradigması məlumat ötürülməsinə aid olan bir sıra ardıcıl suallarına əsaslanır: kim dedi, nə dedi, hansı kanal vasitəsilə, kimə və hansı nəticə oldu (effekti nə oldu). Sosial kommunikasiyada kütləvi kommunikasiyasının kommunikativ aspekti dominantlığı təşkil edir, məlumat-məzmunlu element isə köməkçi funksiyanı icra edir. Yəni ictimai kommunikasiyalarının həyata

keçməsində yalnız *nə* istifadə edilir əhəmiyyətli deyil, lakin qarşılıqlı əməkdaşlıqda *kim* iştirak edir, məlumat və əlaqələr *necə* istifadə edilir, məlumat *kimə* ünvanlanır və kommunikatív əlaqələr *hara* istiqamətləndirilir çox vacibdir.

Bununla əlaqədar V.P.Konetskaya KİV-nin kommunikatív funksiyasına önəm verərək, “kütləvi informasiya vasitələri” (KİV) anlayışını “kütləvi kommunikasiya vasitələri” (KKV) terminlə əvəz edir. O, kütləvi kommunikasiyasının aşağıdakı problemlərini qeyd edir:

- a) kütləvi kommunikasiya mahiyyətinin və funksiyalarının əsaslanması;
- b) əks əlaqəsinin mexanizmi;
- c) kütləvi kommunikasiyasının modelləşdirilməsi;
- ç) kütləvi kommunikasiyasında sosioloji dominantlarının rolu;
- d) nitqin sosial normativliyinə kütləvi kommunikasiyasının təsiri;
- e) kütləvi kommunikasiya vasitələri kimi mətbuatın, radionun və televiziyanın spesifikasi (Конечкая, 1997 : 217).

Kommunikasiyalarının yeni strategiyası 1990-cı ildə YUNESCO-nun 25-ci baş (ümumi) konfransında qəbul olunub. O, dünya cəmiyyətinin diqqətini zəifinləşəf eləmiş ölkələrə özəl informasiyalı sistemlərinin yaranmasında, informasiya texnologiyalarını inkişaf etdirmək qabiliyyətinə malik olan kadrların hazırlanmasında, həmçinin vətəndaşların məlumata olan hüquqlarının tədbirlərin işlənməsində və onların həyata keçirilməsində kömək göstərmək zəruriyyətinə yönəldir.

Kütləvi informasiyasının mahiyyətinin anlamasına funksional yanaşma konkret dominant funksiyanın təhlilinə əsaslanır. Bu nəzəriyyədə dominant həm ideoloji, həm də maddi-iqtisadi amil ola bilər. Siyasi hökumətin konsentrasiasının ifadəsi olan, siyasi nəzarət funksiyalarına əsaslanan nəzəriyyələr böyük marağa səbəb olur.

Carlz Raytın fikrinə görə müasir kommunikativ sistemlərinin əsas integrativ keyfiyyəti onların ictimai-kütləvi xarakteridir. Marksizm institutlarında (nümayəndələri: ingilis sosioloqlar Q.Merdok və P.Qoldinq) daha da ardıcıl sürətdə istifadə olunan, siyasi nəzəriyyədə ilk yerə kütləvi informasiya vasitələrinin funksiyalarını təyin edən, siyasi amillərin rolu çıxır.

Kütləvi cəmiyyətin nəzəriyyəsi tarixdə xalq kütlələrinin yüksələn rolu nəzər nöqtəyisindən ictimai və şəxsi münasibətləri cəmiyyətin patologiyasını kimi təsnif və izah edir. O, həmçinin müxtəlif ictimai institutlarının qarşılıqlı əməkdaşlığını təhlil edir, və nəticədə, KİV onlara integrasiya edərək hökumət orqanları tərəfindən qəbul edilən siyasi qərarlara böyük təsir göstərir. Bu nəzəriyyə ictimai fikrin formalaşmasında KİV-in rolunu xüsusi qeyd edir. Analizin ilkin mərhələsində kommunikativ sistemlərinin siyasi xüsusiyyətləri tədqiqata cəlb olunur, ikinci mərhələsində - siyasi şərtlərinin tipologiyasından asılı olaraq onların funksional təzahürləri, üçüncü mərhələsində - bu və ya digər formalarının, strukturlarının, informativ proseslərinin istifadəsinin nəticələri.

XVIII-XIX əsrlərdə E.Berk, J.de Mestr, L.Q.A.Bonald ictimai birləşmələrinin, qrupların və korporasiyalarının dağıdılmasına qarşı çıxış etdilər. Onların fikrincə, çünki bu cəmiyyəti təcrid edilmiş individlərinin kütləsinə çevirir. Kütləvi cəmiyyət problematikasının pionerlərindən biri Blumer Herbert olub (1900, Sent-Luis, ABŞ). O, kütləni təsadüf nəticəsində yaranan kollektiv qruplaşması kimi xarakterizə edib. Bu kütləvi kommunikasiyalar təyinlərinin konseptuallaşmasını gücləndirib və kütlə auditoriyasının tədqiqatlarının nəzəri oriyentasiyasına metodoloji əsas verib.

XX əsrin 20-ci – 30-cu illərində faşizmin yaranması kütləvi cəmiyyət nəzəriyyəsinin məzmununu dəyişdirdi. Onda hüdudsuz hökmdarlıq edən elitadan demokratik hüquqlar müdafiəsinin elementi güclənir. Onun tərəfdarları, məsələn, K.Manxeym, E.Lederer, X.Arendt olub.

İkinci Dünya Müharibəsindən sonra Mills Rayt (ABŞ, Nyu York), Fromm Erix (İsveçrə), Risman David (ABŞ, Filadelfiya) iqtisadi, siyasi və sosial yadlaşmanı, qəribsəməyi, hakimiyyətin mərkəzləşməsini, kütləvi insanın konformizmini, standartlaşmış mədəniyyətinin yayılmasını, müvəqqəti muxtar təşkilatların dağılmasını tənqid edirlər.

*Kütləvi cəmiyyət nəzəriyyəsi*ndən başqa maddi-iqtisadi amilin dominantlığına əsaslanmış nəzəriyyələrinə kütləvi informasiya vasitələrinin rolunun klassik anlamına əsaslanan nəzəriyyə variantlarını aid etmək olar. Simasız fərdləri ehtiva edən sosial strukturu “kütləvi” adlandırırlar.

Sosial-iqtisadi sahədə kütləvi cəmiyyət sənayeləşdirmə və urbanizasiya, istehsalın standartlaşması və kütləvi istehlakı ilə əlaqəlidir, kommunikasiya sahəsində isə - kütləvi kommunikasiyasının müxtəlif vasitələrinin geniş yayılması ilə sıx bağlıdır.

David Risman ictimai qurumun analogi növlərinə müvafiq olaraq xarakterin üç növünü təhlil edir. Birinci - ənənəvi-istiqamətlənmiş, konformlu. İkinci – daxildən istiqamətlənmiş, sənayələşən cəmiyyətdə formalaşmış, kütləvi kommunikasiyaların zəif inkişafı ilə xarakterizə olunan qrupdaxili kommunikasiya. Üçüncü - harada ənənə zəifləyir, ilkin qruplar tərəfindən nəzarət.

Erix Fromm individ psixikası və cəmiyyətin sosial strukturu arasında mövcud olan əlaqələrin forması kimi sosial, ictimai xarakterlər barədə nəzəriyyəni işləyib.

Rayt Mills Parsonsunun süni dilini ciddi sürətdə tənqid edib, çünki o onu real məzmunun kasıblığını gizlədən şirna hesab edirdi.

Amerikan sosioloqları Tolkott Parsons (1979), Etsioni Amitay Verner (1929), Bell Daniel (1919) yuxarıda qeyd olunan tənqidçilərin ilkin qrup və təşkilatların, eləcə də individlərin dəyərli qabiliyyətlərinin kifayət qədər qane etməyən qiymətləri ilə razı deyil. Onlar həmçinin individ oriyentasiyasının kifayət

qədər qiymətləndirilməyən yanaşma ilə də razı deyil, çünki kütləvi kommunikasiya vasitələrinin qavrayışı bu növ prizma vasitəsilə keçirilir.

Tolkott Parsons insan hərəkətini özünü təşkil edən, idarənin simvolik mexanizmlərindən (dil, dəyərlər və s.), normativ dəyərlərindən (individual hərəkətin ümumqəbul edilmiş normalarından asılılığını ehtiva edən) və irrasionallıq qanununa tabe olandan istifadə edən sistem kimi təhlil edir.

D.Martindeyl, amerikan sosioloqlar D.Bell (1919) və E.Şile (1911) ictimai və mədəni institutlarını təhlil edərək hesab edirlər ki, kütləvi istehsalın və istehlakın, kütləvi kommunikasiya vasitələrinin təsiri altında cəmiyyətin birnövlü olmağı yaranmasının prosesi baş verir.

Kommunikativistikada insanların kütləvi birləşməyi kimi sənayeləşdirməyinin belə nəticələri təhlil olunur ki, o, kütləvi kommunikasiya vasitələrinin köməyi ilə həyata keçirilir. Kütləvi cəmiyyət nəzəriyyəsinə bu cür baxılması “xalq kapitalizmi”, “ümumi rifahın hakimiyyəti” və xüsusilə də “ümumi orta sinif” nəzəriyyəsinin doktrinası tərəfindən təsirinin sayəsində mümkün olub.

Tənqidi nəzəriyyə cəmiyyətdə ictimai proseslərin təhlilinə neomarksist (daha çox qeyri-marksist) yanaşmanın müxtəlifliyini ehtiva edir. Bu nəzəriyyə Frankfurt məktəbinin ilkin dövründə İctimai Tədqiqatlar İnstitutunda Frankfurt-na-Mayne şəhərində 1930-cü illərdə yaranıb. Oranın nümayəndələri M.Xorkxaymer, Q.Markuze və T.Adorno olub. Bu nəzəriyyə K.Marksın cəmiyyətin yaxşılaşdırılmasında fəhlə sinfin inqilabi imkanları ideyasını təkzib edib. KİV-nin manipulyativ funksiyalarını araşdıraraq, eyni zamanda hakim sinfin maraqları çərçivəsində onların iqtisadi bazisin ideologizasiyasında aparıcı rol oynamağını qəbul edir.

Daha sonralar Frankfurt məktəbi sənayeləşən və postsənayeləşən cəmiyyətinin və kütləvi kommunikasiyanın kulturoloji funksionallığının nəticəsi kimi kütləvi mədəniyyətinin araşdırılmasına öz diqqətini cəmlədi. O, K.Marksın burjuaziya mədəniyyətinə tənqidi yanaşmanın elementlərini Heqel dialektikasının

və Z.Freydin psixoanalizinin ideyalarını mənimsəyərək fəlsəfi “cəmiyyətin tənqidi nəzəriyyəsini” uzlaşdırmağa çalışırdı. Ziddiyyətlərin dərinləşməsinin səbəbinə görə 1970-ci illərin əvvəllərində Frankfurt məktəbi bağlandı.

Kütləvi kommunikasiyasının hegemonluğu nəzəriyyəsi – kütləvililiyi və insanlara bilavasitə və dolayısı, latent formasında təsiri nəticəsində cəmiyyətdə kütləvi kommunikasiyasının hakim rolunu aşkar edən qaydalar sistemidir. Həmin nəzəriyyənin əsasını cəmiyyətdə dəyişiklikləri etməyə malik olan güclü mexanizm kimi KİV barədə tənqidi nəzəriyyəsinin bəndləri qoydu. Bu, öz növbəsində, informasiya biznesində monopolizmə icazə verməyən, *korporativ informasiya etikasının* inkişafını və tətbiqini tələb edir. Bu nəzəriyyənin nümayəndələri – yunan mənşəli fransız sosioloq-siyasətçi N.Pulantzəs və fransız filosof L.Alytüsser olub. Cəmiyyət üçün mənalı olan məlumatın təzahürlərinin müxtəlif formaları, həmçinin kütlə şüurunun formalaşmasını və dəyərli, məzmunlu nəzəri postulatlarının möhkəmləndirilməsini təmin edən mexanizmləri də tədqiq olunur.

Eqalitar kütləvi kommunikasiyasının nəzəriyyəsi – müəllif tərəfindən hazırlanır, istənilən məlumatı almaq üçün hamıya, bütün vətəndaşlara kommunikasiya kanalının seçiminə eyni hüququnun verilməsi postulatından irəli gəlir. Eqalitar kütləvi kommunikasiya nəzəriyyəsinin digər variantı yuxarıda qeyd olunan kommunikasiya kanallarına müraciət etmək imkanından və maraqlandıran məlumatla əlaqədar KİV-də çıxış etmək imkanından savayı istənilən qeyri-standart, mübahisəli və hətta ziddiyyətli nəzər nöqtələri, digər kütləvi informasiya vasitələrində müxtəlif istiqamətləri nəzərində tutan *eyni imkanlar modelidir*. Qeyd olunan hüquqların müdafiəsi üçün kütləvi kommunikasiyalarının eqalitarlığını təmin etmək məqsədilə Federal Komissiyasının yaradılması təklif olunub. Fransada 1969-cu ildə J.D’Arsi ilk dəfə olaraq *kommunikasiyaya insan hüququnun* qəbul edilməsi zəruriyyəti barədə bəyan edib.

Ölkəmizin sovet dövründə sosioloji məktəb ictimai ünsiyyətin növü kimi kütləvi kommunikasiyalar nəzəriyyəsini hazırlayıb. Alimlərin əksəriyyəti kommunikasiyanı sənayələşdirmə və urbanizasiya dalğasında yaranan kütləvi

ünsiyyət kimi tədqiq ediblər. Kütləvi kommunikasiya iri sosial-iqtisadi sistemlərin (iri şəhərin, ölkənin) çərçivəsində individlərin ünsiyyəti kimi başa düşülür. Kütləvi kommunikasiya nəzəriyyələri o fikrə əsaslanıb ki, kütləvi kommunikasiya insanlar ifadəli ümumi sosial hisslərə və təcrübəyə malik olan hallarda realizə olunur. İdeoloji təbliğata yuxarıdan aşağıya gedən kommunikasiyanın vasitəsi kimi böyük diqqət yetirilir. Kütləvi kommunikasiyanın sosioloji aspekti B.A.Qruşın tərəfindən fəal tədqiq olunub, telekommunikasiyanı isə B.M.Firsov ciddi araşdırıb.

Sosiologiyada Amerikan sosioloqlar olan T.Parsonsun və R.Mertonun sayəsində struktur-funksional istiqamətlər ciddi nəzəriyyəyə çevrilir. R.Mertona görə, cəmiyyətdə baş verən bütün hərəkətlər onun tələbatları ilə şərtlənib. Bununla yanaşı ideoloji amillər təhlil olunmur, KİV isə müəyyən qoyulan siyasi çərçivələr hüdudlarında funksionallığını göstərən, özünü təşkil edən və özünü nəzarət edən yarım sistem kimi təqdim edilir. T.Parsonsa görə, hər sosial sistem adaptasiya (uyğunlaşma), məqsədə çatma, integrasiya, istehsal və strukturun saxlanması zəminlərinə malikdir. Q.Spenser hesab edib ki, strukturun hər hissəsi yalnız bütövlük çərçivəsində mövcud ola bilər. Struktur funksionalistlərin nəzər nöqtəyisindən, cəmiyyət çoxlu individlərdən, onların sosial əlaqələrindən, qarşılıqlı əməkdaşlığından və münasibətlərindən formalaşır. İndividual əlaqələr, hərəkətlər və münasibətlər bütöv sistemdə yeni, sistem keyfiyyətini yaradır.

Kommunikativistikada kütləvi kommunikasiyasının strukturu və funksiyaları sistem yanaşmasının mövqeyindən təhlil olunur. Bu konsepsiyaya müvafiq olaraq cəmiyyətdə mövcud olan kommunikativ prosesinin üç əsas funksiyası qeyd olunur:

- 1) ətraf mühitin nəzarəti və ekoloji sistemində mümkün ola bilən dağıntılar barədə cəmiyyətin xəbərdarlığı;
- 2) cəmiyyət və təbiət qarşılıqlı əlaqələrin saxlanması;
- 3) sosial-mədəni irsin qorunması və növbəti nəsillərə ötürülməsi.

Kommunikativistikada strukturalist ideyalar və üsullar təbii, ictimai və avtomatlaşdırılmış texniki sistemlərində məlumat ötürülməsi və qavranılması mexanizmlərin müqayisəli analizinə əsaslanıb. Axırncı mədəni tədqiqatlarında struktur funksionalizm mətnlərin, onların işarəli ifadələrinin və strukturlarının çoxmənalılığını aşkar edən üsul rolunu oynayır.

Dekonstruksionalizm – kommunikativistikada avanqard istiqamətdir. Bəzi tədqiqatçılar tərəfindən bu post-strukturalizm adlanır, çünki nəzəri konsepsiyalar strukturalizmin transformasiyaya uğrayan metodoloji əsasında formalaşmış. Dekonstruksionalistlər ədəbi və digər bədii əsərlərə müəllif hüquqlarının ələhinə çıxış edir, belə əsaslandıraraq ki, bu yaradıcılıq prosesini məhdudlaşdırır. Onlar “hər şeyə icazə var” və azad reinterpretsiya ideyalarına tərəf çıxır, aloqizm prinsiplərinə, kortəbiiyyətinin absolyutizasiyasına və eksperimentlərinin proqnozlaşdırılmamasına müraciət edir.

“Kütləvi kommunikasiya” anlayışına və KİV-nin roluna müasir sosiokulturoloji yanaşma insanın şəxsiyyətinə olan marağın, onun mənəvi və sosial tələbatlarının və elmlərin humanitarlaşmasına olan ümumi meylinin pozisiyasından təsnif olunur. Bu problemlərlə məşğul olan elm sosionomikadır.

“Sosionomika” latın dilindən “societas” – “cəmiyyət” və yunan dilindən “nomos” – “qayda, qanun” sözlərindən əmələ gələn sözdür. Sosionomika – sosiologiyada mövcud olan istiqamətdir. Bu elmin predmeti bütün humanitar elmlər üçün vahid nəzəri-metodoloji əsasın yaradılması və onun insanların sosial sferasının formalaşmasında və inkişafında təcrübi istifadəsi və ictimai tələbatlarının ödənilməsi məqsədilə ümumi olan qanunlar, nəzəriyyələr, kateqoriyalar, üsullar, metodikalar sisteminin öyrənilməsidir.

Sosionomikanın vəzifəsi bütün humanitar elmlərdə yalnız ümumi olanı aşkar etmək deyil, həmçinin onu yeni elm kimi formalaşdırmaq və transformlaşdırmaq, elmlərin arasında kommunikativ rol oynamaqdan ibarətdir. Beləliklə, perspektivada sosionomika inteqral humanitar elm olmağa iddialıdır.

Məlumatın azad axını konsepsiyasının müəllifləri Yeni beynəlxalq məlumat və kommunikasiya qaydanın tərəfdaşlarıdır. Onlar məlumata maddi istehlak və ticarət predmeti kimi deyil, sosial nemət və mədəniyyət məhsulu kimi yanaşmaq çağırışı ilə çıxış ediblər. Bu doktrinanın müəllifləri hesab edir ki, müxtəlif sosial qruplara məlumatın təsirini öyrənilməsindən əvvəl cəmiyyətin mədəni sferasında istənilən qrupun hansı mövqeyi tutmasının analizini aparmaq lazımdır.

Kulturoloji sfera ardıcıl surətdə öz təzahürünü T.Adornonun işlərində tapıb. İncəsənətin müxtəlif növlərinin nəzəriyyəsində ixtisaslaşaraq T.Adorno kütləvi mədəniyyət stereotiplərinin genişlənməsinin kütləvi kommunikasiya vasitəsilə şəxsiyyətə olan təsirini göstərdi. O, televiziya verilişlərin stereotiplərinin təsiri altında şəxsiyyət tiplərinin mobilliyini ölçmək cəhdini göstərdi.

Cəmiyyətdə kütləvi mədəniyyətin rolu haqqında *Birmingem məktəbinin* fərqli nəzər nöqtəyi mövcuddur. Bu məktəbin nüfuzlu nümayəndələrindən biri S.Xolldur. S.Xollun əsərlərində və onun davamçılarının elmi işlərində kütləvi mədəniyyətin və gəncliyi, işçi və etnik azlıqlarını və s. təqdim edən müxtəlif sosial strukturlarının qarşılıqlı əməkdaşlığı prosesində KİV-nin rolunu ciddi tədqiq etmək cəhdi müşahidə olunur. Bununla belə pozitiv, integrasiyaya uğrayan kütləvi mədəniyyətin rolu hiss olunur.

Metodoloji kollektivism – mədəniyyət və incəsənət nümayəndələrinə müraciət deyil, mətn modellərini təhlili vasitəsilə mədəniyyətin inkişafında əsas tendensiyaları, meylləri aşkar edən konsepsiyadır.

Kommunikasiyanın kulturoloji nəzəriyyəsini kanadalı sosioloq və publisist H.Mak-Lüen (McLuhan) və fransız sosioloq A.Mol təqdim edirlər. Mak-Lüen Herbert Marşall (1911-1980) hesab edirdi ki, kütləvi kommunikasiya vasitələri cəmiyyətin xarakterini formalaşdırır, “kütləvi mədəniyyət” isə mənəvi dəyərlərinin inkişafına kömək edir. “Global kənddə” elektron kommunikasiya vasitəsilə insanların azad ünsiyyəti təşkil olunur. Tarixi baxımından inkişaf edən mədəniyyət sistemlərini Mak-Lüen şifahi, yazılı və audiovizual olana bölürdü. İnsanların

müvəffəqiyyətli qarşılıqlı əməkdaşlığını təşkil etmək vəzifəsinin həlli üçün o, kommunikativ vasitələrinin öyrənilməsini hesab edirdi. Mak-Lüen həmçinin deyirdi ki, kitab oxuyanda insanlar ardıcıl surətdə düşünürlər, elektron məlumat oxuyanda isə, onlar intervallar vasitəsilə “mozaik” formada fikirləşir. Bu vərdiş kök salır həm də kitab oxumaq zamanı, o vaxt ki, maraqlı məlumat əldə etmək məqsədilə mətn diaqonal üzrə nəzərdən keçirilir. KİV-nin vasitəsilə formalaşan mədəniyyətin “mozaikliyi” A.Mol tədqiq edib. Beləliklə, H.Mak-Lüenin və A.Molin nəzəriyyələri kütləvi kommunikasiyaları və onların vasitəsilə yaranan mədəniyyəti sosial, ictimai ünsiyyətin yeni mərhələsi kimi təhlil edir.

*Kommunikativistika*da kulturoloji istiqamət qlobal informasiya məkanında kommunikasiyanın məlumat vasitələrinin mədəni-tərbiyələndirici funksiyalarının dəstəyi üçün müxtəlif hadisələr kompleksinin öyrənilməsi, milli mədəniyyətlərinin müxtəlifliyində dil və ədəbi dəyərlərinin saxlanılmasında onların rolunun artırılması, yüksəlməsi məqsədini və vəzifəsini qarşısına qoyur. Mədəni plüralizm konsepsiyası mədəni kolonializmə əks olaraq etnik mədəniyyətlər çoxluğunun saxlanılması zəruriyyətini əsaslandırır. Destruksionalist oriyentasiyalı kulturoloqlar *non-kommunikasiya nəzəriyyəsinin* tərəfdarlarıdır. Onlar müasir KİV-in kommunikativ imkanlarını pessimist şəkildə qiymətləndirir. Nonkommunikasionistlər müasir KİV-ini auditoriyanı miraj halına salmaqda suçlayır, onu inert iradəsiz kütləyə, manipulyasiya obyektinə çevrilməkdə, kommunikativ proseslərində onu istəkləri, yenilikləri rədd etmək vadar olunmaqda günahlandırır.

“İnformativ cəmiyyət” termini bəşər sivilizasiyası inkişafının yeni dövrünün, yəni postsənaye cəmiyyətin müxtəlifliyinin ictimai formasıyının xüsusi növünün işarəsi üçün istifadə olunur. Bu istiqamətin ən parlaq nümayəndələri A.Turen, P.Servan-Şrayber, M.Ponyatovski (Fransa); M.Xorkxaymer, Yu.Xabermas, N.Luman (Almaniya); M.Mak-Lyuen, D.Bell, A.Toffler (ABŞ); D.Masunda (Yaponiya) və başqaları olub. Onların fikrincə, informativ cəmiyyətin formalaşmasının əsas şərti qlobal miqyasda hərəkət edən yüksəktexnoloji

informativ şəbəkələrdir. Onlar məlumatı cəmiyyətin əsas ictimai dəyəri, spesifik mal kimi təhlil edir.

“İnformativ cəmiyyət” nəzəriyyəsinin əsası postsənaye cəmiyyətinin konsepsiyasıdır. Həmin nəzəriyyə amerikan sosioloqu D.Bell tərəfindən işlənib. İnformativ cəmiyyət nəzəriyyəsi kimi doktrina 1970-1980-ci illərdə kompüter bumu dövründə geniş şəkildə yayılıb.

Amerikan kulturoloqu Olvin Toffler “Üçüncü dalğa” kitabında yazır ki, dünya sivilizasiyasının yeni, üçüncü mərhələsinə daxil olur. Və onun talehində əsas həlledici rol özəl, şəxsi evləri kommunikasiyaların bütün maraqlandıran subyektlərlə birləşdirən, kompüter sistemlərinə əsaslanan informasiya dekütləviləşən vasitələri oynayacaq. Məlumat ən bahalı əmtəə rolunu oynayır, kommunikasiya vasitələri inqilabi şəkildə dəyişir, məlumatın istifadəsi və qiymətləndirilməsi, həmçinin kommunikatív texnologiyaların inkişafı üçün KİV güclü həvəsləndirici gücə malik olur, stimula çevrilir (Тоффлер, 2004 : 171).

Məlumat mübadiləsinin və kommunikasiyanın bütöv prosesinin effektivliyi daha çox kommunikasiya subyektlərinin müzakirə predmetini tanıma bildiyindən və kommunikatív kompetensiyalarından asılıdır. İlk öncə bu elmi məlumat ilə mübadilə məqsədini qarşısına qoyan kommunikasiyalara aiddir, yəni elmi kommunikasiyalarına. Eyni predmet üzrə eyni obyektin anlama imkanları elmi kommunikasiyasının müxtəlif tərəfləri üçün eyni deyil.

İdrak fərdlərin dərk etmə fəaliyyəti çərçivəsində mövcuddur. Qavrama prosesində fərdlər keçmiş nəsillər tərəfindən işlənmiş bilik sistemindən obyektiv surətdə istifadə edir. Halbuki biliklərin qavrama prosesində ünsiyyət saxlayan tərəflərdə dərk etmə bütün hiss, düşüncə, empirik və nəzəri səviyyələrində əsaslı şəkildə fərqlənə bilər. Bəziləri, böyük nisbətdə, qazanılan biliyi, məlumatı qavrama vasitəsilə qəbul edir, yəni obyektivləşmiş mexanizmlər tərəfindən subyektdən ayrılmaz kimi qavranılır. Başqaları isə, müvafiq olaraq, daha çox mətn informasiyasına və ya əşyalar vasitəsilə əldə olunan, fərddən uzaq yerləşən, lakin

özündə sosial-mədəni məna daşıyan məlumatlarına üstünlük verir və inanır. Hər iki qrup bu və ya digər dərəcədə bilik kimi kognitif nəticəni təhlil etməyə imkan yaradan və reallığı ifadə edən müəyyən ehtimallar etməyə məcburdur.

Empirizm reallıq və onun xüsusiyyətləri barədə müəyyən ehtimallar ilə birləşməsində zənn etməyə şərait yaradır ki, qavranılan obyekt barədə qəbul edilən və dərk olunan məlumat subyektin psixiki həyəcanının nəticəsi deyil, o bəzi mövcud olan varlıqlarının obyektiv əksidir.

Son illərdə *kommunikativ kompetensiya (səriştəlilik) nəzəriyyəsi* ciddi surətlə işlənilir. Nəzəriyyənin əsasında kognitif (dərk olunan, idraka müvafiq) aspektlər öz yerini tapır. Müasir alimlər, məsələn, Y.N.Yemelyanov, Y.N.Jukov, N.Y.Xryaşeva (Емел.; Жуков, Петр., Раст.; Хрящ) kommunikativ kompetensiyasının qiymət kriteriyaları, meyarları kimi məqsədyönlü istiqamətliyi, psixoloji bilikləri, perseptiv (“perceptio” – “anlayış, qavrama”, “percipio” sözündən – “hiss edirəm, qavrayıram”) qabiliyyətləri xüsusi qeyd edirlər.

Tanınmış psixoloq A.A.Bodalev kompetensiyanın differensiasiyasını “əks olunmada”, “müraciətdə”, “münasibətdə” aparır, bu da müvafiq olaraq idrak, davranış və emosional sferalarına xasdır (Бодалев).

Psixoloqlar V.Q.Zazıkin, A.P.Çernişev hesab edirlər ki, menejerin elmi-professional keyfiyyətləri “xüsusi təhsil, geniş və özəl erudisiyanın, mərifətin, onların elmi-professional hazırlığının daimi yüksəlməsinin mövcudluğunu ehtiva edir” (Зазыкин, 1992).

Bu təyini menejerə tətbiq edərək İ.İ.Sereqina yazır ki, “axıncısı yalnız müəyyən qayda-qanun və imkanlara (*kompetensiyaya*) malik olan vəzifəli şəxs statusunun daşıyıcı deyil, həmçinin lazımi professional biliklərə, bacarıqlara və qabiliyyətlərə, erudisiyaya, intellektə malikdir, onların sırasına insanlarla ünsiyyət qurmaq bacarığı da daxildir. Bu son halda söhbət menejerin kompetensiyasının əhəmiyyətli tərəfindən gedir” (Серегина, 2000, : 79).

Ünsiyyət qurmaq bacarığı – kommunikativ kompetensiyasının əsas tərkib hissəsi, yəni insanlarla zəruri əlaqələri yaratmaq və onları saxlayıb inkişaf etdirmək qabiliyyəti, şəxsiyyətin ünsiyyətə, müvafiq dəyərlərin, normalarının və bacarıqlarının inkişafına hazırlığıdır. Bu və ya digər hərəkətlərinə səbəb olan məlumat mübadiləsinin effektivliyi kommunikativ kompetensiyasından asılıdır. Bununla belə insanların ictimai qarşılıqlı əməkdaşlığın əsas mexanizmi cəmiyyət sosiomədəni təşkilatının bütün səviyyələrində özünü göstərir (Дридзе, 1996).

“Beləliklə, kommunikativ kompetensiyasının tərkib hissələri kimi: birincisi, başqa insanlarla ünsiyyətə girmək qabiliyyətini (ünsiyyətçilliyi), daimi onlara lazımi əlaqələri saxlamaqla yanaşı, ikincisi isə, fəaliyyət növündən və sferasından asılı olmayaraq idarə edənin həm ümumi, həm də professional erudisiyasını xarakterizə edən bu məzmunlu məlumata malik olmaq və istifadə etmək bacarığını hesab etmək olar” (Серегина, 2000 : 80).

İdrakın mahiyyəti və təbiəti sosial xarakter daşıyır və predmetli-təcrübi fəaliyyətdə dərk edilir, ictimai həyata daxil olan insan isə, idrak fəaliyyətinin ictimai işlənmiş formalarını istifadə edir. Hətta qazanılan empirik faktlar təcrübə məzmununun təsnifi üçün nəzəri əsasların istifadəsinin nəticəsində formalaşır. Eyni zamanda təcrübə aktiv praktik, hiss-predmetli fəaliyyətinin nəticəsidir.

Bunlar hamısı ictimai təcrübəyə əsaslanaraq, ilkin ehtimalların, fərziyələrin, postulatların, aksiomların çoxluğundan irəli gələrək bütöv sistemə şəkildə reallığın qanunauyğunluqları barədə inkişaf edən bilik haqqında məlumat verməyə tələb edir. Elmi-kommunikativ proseslərin bütün tərəflərini ümumi məxrəcə gətirməyə şərait yaradan belə ehtimallardan biri minimal idrakın nəzəriyyəsidir.

Minimal idrakın nəzəriyyəsi – kommunikativ prosesdə bütün subyektlərin qarşılıqlı maraqların obyektini təqdim edən öyrənilən hadisənin dərk olunması sərhədinin təyini üçün tətbiq edilən kognitif nəzəriyyəsinin bölməsidir (Шапков, 2002).

Minimal idrakın nəzəriyyəsi idrakın minimal sərhədini təyin etmək üçün imkan yaradan əsaslarını analiz edir. Onun sərhədləri çərçivəsində hadisələrin real vəziyyətini ifadə etmək nəticəsini əldə olunan nəticə kimi çıxartmaq mümkün deyil.

Beləliklə, kommunikativ prosesə daxil olaraq tərəflər ehtimal edirlər ki, tamamilə doğru məlumat mövcud deyil və kommunikasiya subyektləri özləri üçün dəyər dərəcəsinə görə bu bilikləri qiymətləndirməyə imkan yaradan ilkin müddəa seçirlər. Qarşılıqlı anlama vəzifəsinin həlli yollarının seçimi minimal sərhəd saxlanması şərti ilə məlumat mübadiləsi prosesinin bütün tərəfləri üçün tətbiq edilən idrak üsullarının seçimini təqdim edir. Dərk etmənin ilkin şərtlərinin üst-üstə düşməsi prinsipi reallıq və onun xüsusiyyətləri (ontologizm) və obyektin qavranılması (qnoseologizm) barədə olan ehtimalların identikliyi ehtiva edir. İdrak prinsiplərinin ontoloji məzmunlu nəzəri anlayışlarının birləşməsində qnoseoloji interpretasiyasının adekvatlığı ehtimalla ki, kommunikantlar lazımi səviyyədə minimal anlayışlara malikdir, kommunikativ prosesi şərait yaradır ki, o elmi əsaslanmış, elmi kommunikasiyalarının nəticəsi isə obyektiv olsun.

Şübhəsiz ki, kiçik qruplarda kommunikasiyaların öz spesifikasiyası mövcuddur. Kütləvi kommunikasiyalardan fərqli olaraq kiçik qrupların üzvləri elə gücə malikdir ki, onlar öz şəxsi fikirlərini açıq şəkildə söyləyə bilər, bu da onların potensial qabiliyyətlərinin imkanlarının aşkar edilməsini artırır. Kiçik qrupda məlumatın müzakirəsi zamanı rəhbər kommunikasiya effektivliyinin yüksəlməsi məqsədilə arqumentləşmiş fikirləri, söyləmələri ruhlandırılmalıdır, dəyərli təklifləri şövqləndirməlidir, məlumatın dəqiqliyinə və obyektivliyinə can atmalıdır. Müxtəlif ideyaları və təklifləri tənqid edərək, tənqidi şəxsiyyətə ünvanlandırmaq, xüsusilə də onların şəxsi keyfiyyətlərini müzakirə etmək olmaz. Başqa insanların, o cümlədən qrupların fikirlərinə hörmət ilə yanaşmaq lazımdır, ələlxüsus əgər onların dəyərli fikirləri ya tövsiyələri var.

Təşkilatlarda kommunikasiyalar eyni zamanda yuxarıdan aşağı, aşağıdan yuxarı, həmçinin üfüqi şəkildə həyata keçirilir. Rəhbərlər və təbə olanlar arasında

mövcud olan kommunikasiyalar yuxarıdan aşağı keçirilir. Bu növ kommunikasiyada məlumat təsiri onların biliyini, istifadəsini və müvafiq təcrübənin əldə olunmasını nəzərdə tutan həm ümumi, həm də spesifik prinsiplərə və qaydalara görə formalaşır. O təşkilatlarda daha düzgün yaranan kommunikasiyalar sistemi mövcuddur həddə ki, bütün işçilər təşkilatı kommunikasiyalarda iştirak edir. Burada kommunikasiya proseslərinin bütün iştirakçıları tərəfindən bərabər şəkildə məlumat axını ilə idarə olunması nəzərdə tutulmur. Rəhbər işçi həm özünün, həm də qarşı tərəfin motivlərini, qarşılıqlı ehtimalları, fərziyələri nəzərə almalıdır və şərik olmağa bacarmalıdır.

Rəhbərin rütbəsi və ya elmi dərəcəsi yuxarı olsa belə, bir o qədər çox məlumat ona çatdırılır. Lakin rəhbər də, öz növbəsində, təmin etməlidir ki, bu və ya digər məlumat kommunikativ zəncirin bütün zəruri mərhələlərindən keçsin. Rəhbər işçi mimikaya, jestlərə, intonasiyaya, öz xarici görkəminə ciddi diqqət yetirərək mütləq ünsiyyətin psixotexnikasına malik olmalıdır. Ələlxüsus onda nailiyyətləri və inandırmaq, əminlik yaratmaq, xahiş etmək, əmr etmək bacarıqları birləşdirmək qabiliyyəti çox əhəmiyyətlidir.

Bəzi rəhbər işçilər *idarəçiliyin liberal üslubuna* üstünlük verir. Onlar əksər hallarda qeyri-formal çoxkanallı kommunikasiya sistemindən istifadə edir. Həmçinin onlar bütün istiqamətlər üzrə əlaqələrin genişlənməsini dəstəkləyir. Buradan da kommunikativ əlaqələr representativ şəkildə təşkilatın strukturunu əks etdirir, məlumat isə tam şəkildə onu qəbul edəndə çatdırılır və işlərin vəziyyətini adekvat formada göstərir.

İdarəçiliyin konservativ (avtoritar) üslubu əməllərin yaxşı strukturlaşmış sırasını dəstəkləyir. Əlaqələrin kəmiyyəti məhdudlaşır, kommunikasiyalar daha çox yuxarıdan aşağı istiqamətdə keçirilir. Kommunikasiyanın keyfiyyəti təşkilatın tələblərinə həmişə müvafiq olmur. Bir çox məlumat dəyişdirilir, olduğu kimi çatdırılmır, təhrif edilir, ya birbaşa və əks əlaqə kanallarında itirilir.

Təşkilatlarda işçilərin arasında əməyin və şöbələrin arasında funksiyaların bölgüsü əhəmiyyətli dərəcədə kommunikasiyaları sadələşdirir. Təşkilatlar məlumat axınlarını və hər mərhələdə kommunikativ prosedurlarının realizasiyasının dəqiqliyini dərhal nəzərə alan kommunikasiya sistemlərinin üzərində işləyir. Təşkilatda kommunikasiyalarının strukturlaşmış şəbəkəsinə paralel olaraq istər-istəməz qeyri-formal şəbəkə yaranır. Həmin bu qeyri-formal şəbəkə əsas şəbəkə sisteminə ya kömək edir, ya da əksinə olaraq, mane olur.

Kommunikasiyaların avtoritar sistemində tez-tez qeyri-formal şəbəkə əsas şəbəkəsinin işinə maneələr törədir, kommunikasiyaların liberal (demokratik) şəbəkəsində isə, tərsinə, daha çox qeyri-formal şəbəkələr optimal kommunikativ əlaqəsinin həyata keçməsinə və maksimal şəkildə məlumatın dəqiq çatdırılmasına yardım göstərir.

Rəhbər işçilər üçün kommunikasiyaların əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, onlar funksiyaların icra olunmasında müxtəlif səbəblərə görə əsas alətlərdir:

- düzgün təşkil olunan kommunikasiyalar idarəçiliyin effektivliyinin artırılmasına dəstək olur;
- kommunikasiyalar rəhbərin nüfuzunun bir daha təsdiqinə yardım edir;
- kommunikasiyalar təşkilatın bütün həyat və fəaliyyət sferalarının funksionallığının effektivliyini çoxaldır.

Bu səbəblərə görə rəhbər işçilər öz vaxtlarının dördədən üç hissəsini həm təşkilat daxili, həm də təşkilat xarici qarşılıqlı əməkdaşlığının formalaşmasına sərf edirlər.

Kommunikativliyinin dörd əsas funksiyalarını qeyd etmək olar:

- a) nəzarət (kontrol);
- b) motivasiya;
- c) emosional ifadə;
- d) məlumatın ötürülməsi.

Kommunikativlik qrup üzvlərinin davranışının nəzarəti funksiyasını yerinə yetirir. Təşkilatların iyerarxik strukturu və tabeliçiliyi ona riayət etməsini işçilərdən tələb edir. Öz hərəkətləri ilə təşkilatın strategiyasını pozan işçidən xahiş edirlər ki, o, fəaliyyətini idarənin siyasətinə, kursuna müvafiq inkişaf etdirdsin və, beləliklə, kommunikativlik nəzarət funksiyasını həyata keçirdir.

İşçilərə nə etmək lazımdır, nə üçün, hansı tarixə qədər məlumatlarının çatdırılması vasitəsilə hərəkətlərin dərk olunmasını artıraraq kommunikativlik orada motivasiyanı gücləndirir.

Əksəriyyət işçilər üçün qarşılıqlı sosial əməkdaşlığın ilkin mənbəsi onların işidir. Kommunikativlik vasitəsilə insanlar olanlara öz münasibətlərini ifadə edir. Kommunikativlik işçilərin emosional hisslərinin ifadəsinə kömək edir və onların sosial tələbatlarını realizə etməyə şərait yaradır. Kommunikativlik funksiyası məlumat ötürülməsi və qərarların qəbul olunması proseslərinin birləşməsində oynadığı rolu ilə bilavasitə bağlıdır. Ayrı-ayrı şəxsiyyətlərə və müəyyən insan qruplarına qərar qəbul edilməsi üçün lazım olan məlumatı təqdim edərək, və qiymətləndirmək və alternativ qərarın axarını seçimi üçün onun identifikasiyasını edərək kommunikativlik funksiyası realizə olunur.

Kütləvi kommunikasiyaların sistemində kütləvi kommunikasiyaların funksionallığının ümumi şərtləri qeyd etmək lazımdır:

- a) müəyyən ümumi dəyərli oriyentasiyaya malik olan *kütləvi auditoriya*;
- b) kütləvi kommunikasiyaların yaranmasına, yayılmasına və funksionallığının saxlanılmasına şərait yaradan *məlumatın sosial əhəmiyyəti*;
- c) kütləvi kommunikasiyaların funksionallığı prosesinə yardım göstərən *müvafiq vasitələr*;
- ç) həyata keçirilən kommunikasiyaların *çoxkanallılığı* və kommunikativ vasitələrin variativliyi.

Kütləvi auditoriya kütləvi kommunikasiyasının komponentidir. Kütləvi auditoriya çoxnövlü struktura malikdir, müəyyən ərazidə mövcuddur və anonim kütlədir. “Kütlə” anlayışı sosiologiyada birmənalı başa düşülmür. “Kütlə” - həm “camaatın izdihamı” kimi, həm “auditoriya” kimi, həm də “heterogen sistem” kimi başa düşülür.

Alman filosofu və sosioloqu Karl Mann-heyms (1893-1947) kütləni maşın texnikasının produktu və “xüsusi təşkil olunmuş” bürokratik cəmiyyət kimi təhlil edib.

“Kütlə” termini çoxlu individlər üzrə müşahidənin nəticəsi kimi formalaşmış, məsələn, küçədə kütlənin davranışı, stadionlarda azərkeşlərinin özünün aparılması və s. Tədqiqatçılar o fakta fikir verirlər ki, istənilən hər bir halda kütləni təşkil edən insanlar özlərini fərqli aparırlar, ayrı-ayrılıqda olan zamanlarla müqayisədə.

K.Berk insanların bu növ toplanmasını “kütlə” adlandırırdı. Kütləvi cəmiyyət konsepsiyasının ilk müəlliflərindən biri olan fransız sosioloqu Q.Lebon (1841-1931) da kütləni insanların yığılması ilə eyniləşdirərək bərabər tuturdu. O, hesab edirdi ki, sənaye inqilabının və kütləvi kommunikasiyalar vasitələrinin inkişafının nəticəsində həyat getdikcə kütlənin davranışından daha çox asılı olur. Bu kütlə isə kor, dağıdıcı gücə malikdir.

Kütlələrə məcburi şəkildə həyata keçirilən ideyalara görə liderlər kütləni qızıqdırırlar, bu da sonda ictimai inkişafa gətirir. Sosial psixologiyasının banilərindən biri olan fransız sosioloqu Q.Tard (1843-1904) hesab edirdi ki, kütləni və publikanı qarışdırmaq olmaz. Birincidə insanlar fiziki cəhətdən birdirlər, onların birliyi, həmrəyliyi müşahidə olunur, ikincidə dağınıqdılar, birinci – daha çox səbirsizdir, ikinci isə - daha çox qeyri-fəaldır, passivdir.

Kütləvi cəmiyyət problematikasının pionerlərindən biri olan amerikalı sosioloqu və sosial psixoloqu Q.Blumer kütləni təbii şəkildə yaranan elementar kollektiv qruplaşması kimi təhlil edirdi. Bu kütləvi kommunikasiyasının təyininə və kütləvi auditoriyalarının tədqiqatları zamanı nəzəri oriyentasiyasında böyük rol

oyladı. Q.Blumer ilk növbədə hesab edirdi ki, kütlənin əsas xarakterik cəhətləri anonimlik və onun üzvlərinin izolyasiyasıdır, onların arasında zəif şəkildə olan qarşılıqlı əməkdaşlığıdır, ictimai genezisin və vəziyyətinin təsadüflüdür, yəni təbiiliyidir, təşkilatçılığın mövcud olmamasıdır.

Digər amerikan tədqiqatçısı D.Rismen (1909) istehlak cəmiyyətini xarakterizə edərək kütlə insanını simasız, standartlaşmış, manipulyasiya obyektinə olan, təcrid olunmasının qurbanı kimi təsnif edir. Kütlə strukturunda insan kifayət qədər simasızlaşaraq öz səviyyəsini itirir, “kütlə psixologiyasına” tabe olur.

Kütləvi kommunikasiyasının funksionallığının yaranmasına, yayılmasına və saxlanılmasına təkan verən ***məlumatın sosial dəyəri, önəmliyi, əhəmiyyəti*** kütləvi kommunikasiyaların funksionallığının əsas şərtlərindən biridir.

İndividlər real ictimai münasibətlərinin və əlaqələrinin şəbəkəsinə daxildir, bu da məlumatın yayılmasına kömək edir. Kütləvi kommunikasiyalarına görə şəxsiyyətlər geniş sosial mühit ilə münasibətlər saxlayır. Kütləvi auditoriyaya məlumat o dərəcədə “maraqlıdır” ki, o kütləvi auditoriyasının gözlədiklərinə müvafiq olsun. Mənalı yükdən başqa məlumat mütləq qiymətləndirici funksiyasını yerinə yetirməlidir. Kütləvi oxucu, dinləyici, tamaşacı KİV-dən baş vermiş hadisələrinin, real olanların qiymətini gözləyir, məlumatı qəbul edən kütlənin əksəriyyəti də ona inanır. Beləliklə, qiymətləndirici məlumat daha çox ictimai fikrin formalaşmasına yardım edir.

Hər bir insan, müəyyən məlumat qəbul edəndən sonra, ondan əsas olan elementlərini, əhəmiyyətli məqamlarını seçir. Kütləvi məlumat isə bütün auditoriya üçün sosial əhəmiyyətə mütləq malik olmalıdır. Bu kütləvi kommunikasiyasının bütün sisteminin funksionallığına kömək göstərməyinə imkan yaradır. Kütləvi auditoriyası üçün məlumatın əhəmiyyəti ictimai zəruriyyətdən asılıdır, yəni lazımı məlumatın kifayət qədər mövcudluğu, (məhdudiyyətsiz hamıya və ayrı-ayrılıqda hər kəsə müraciət olunan) demokratikliyi, (fikirlərin, qiymətlərin, mövqələrin çoxluğu) plüralizmi, operativliyi, innovativliyi, fəallığı ilə səciyyələnir. Kütləvi

auditoriyaya məlumatın təsir forması qeyd olunan xüsusiyyətləri, həmçinin kütləvi auditoriya tərəfindən qarşısını alan amillərin mövcud olmaması ilə şərtlənir.

Kütləvi kommunikasiya vasitələri, bir tərəfdən, kütləvi və şəxsi sosial oriyentasiyasını fərqləndirir, digər tərəfdən isə, birləşdirirlər. İstənilən bir məlumat eyni zamanda həm hamıda, həm insanların konkret qrupunda, həm də ayrı-ayrı individlərdə maraq oyada bilər. Və yaxud məlumatın sosial oriyentasiyası həm cəmiyyətə, həm də şəxsiyyətə güclü təsir göstərir.

Kütləvi informasiya vasitələri “sahiblərin” maraqlarını qoruyur, buna görə də hökumət ilk öncə qanuni tədbirlər vasitəsilə kütlələrə təsir sferalarının bölüşdürmə prosesi ilə idarə etməlidir. KİV-nə monopoliya heç bir halda formalaşmamalıdır. Nə hökumətin, nə də ayrı-ayrı fərdlər qruplarının KİV-nə monopoliyasına icazə vermək olmaz.

Çağdaş dövrümüzdə kütləvi kommunikasiyalarının funksionallığı prosesini dəstəkləyən ***müvafiq vasitələrinin mövcudluğu*** müşahidə edilir. Kütləvi kommunikasiya bilavasitə ünsiyyət ilə realizə olunur. Bununla da onun vasitələri təyin edilir. Kütləvi kommunikasiyasının əsas vasitələri kütləvi informasiya vasitələridir: media, radio, televiziya, internet.

Qloballaşmış dünyada ***kommunikasiyanın çoxkanallığı*** aydın şəkildə müşahidə olunur. Kütləvi kommunikasiya əksər hallarda birtərəfli istiqamətliyi ilə xarakterizə edilir, çünki əks əlaqə praktiki mövcud deyil. İnteraktiv televiziya, radio, redaksiyaya dərhal birbaşa canlı yayıma zənglərin fəal istifadəsi, xüsusilə də internet şəbəkələrinin imkanlarının sürətli genişlənməsi ilə əlaqədar kütləvi kommunikasiyalar qarşılıqlı istiqamətli olur. Belə ikitərəfli rabitə kütləvi kommunikasiyalarının təşkilinə güclü təsir göstərir.

Radio və televiziya verilişlərində gizli əks əlaqəsinin istifadəsi mümkündür. Kommunikator, dinləyicinin yaxud tamaşaçının ona göndərilən məlumata reaksiyasını proqnozlaşdıraraq və məlumatı ünsiyyət şərtlərinə uyğunlaşdıraraq kommunikasiya prosesini istiqamətləndirir. Diktor diskursunun düzgün qurulması

və kommunikativ vasitələrinin (sözlərin, ünsiyyət formalarının, danışığ davranışının stereotiplərinin) seçimi, konkret sosial təbəqələrinə bilavasitə ünvanlanan verilişlər məlumatı göndərən və qəbul edən arasında mövcud olan məsafəni azaldır.

Kütləvi kommunikasiyasının çoxkanallığı vizual, audio və audio-vizual kanallarının paralel istifadəsi ilə təmin olunur. Kütləvi kommunikasiyasının müstəqil kanalı ənənəvi danışığ dili vasitəsilə kütləvi auditoriyada ictimai kommunikasiyanı təqdim edir. Radio və televiziyada danışığ nitqinin elementlərini ehtiva edən şifahi kommunikasiya formaları da qəbul edilir. Hal-hazırda media üçün ümumdəbi yazılı dil xasdır. Dilin variativliyi nitq mətnlərinin variantlarına idarə etməyə və eyni zamanda sosial differensiasiası ilə şərtlənən funksional üslublarını fərqləndirməyə şərait yaradır.

Məlumat tematikası ilə şərtlənən kommunikativ mühit müəyyən sosial qrupuna oriyentasiyası mövcud olan kommunikasiyanın funksional üslubunu formalaşdırır. Gənclər, qadınlar, dini və ya professional qruplar müxtəlif söz ehtiyatı ilə istifadə edir, fərqli tərzdə fikirlərini ifadə edir və öz nitqlərini qururlar.

VI Fəsil

Sosial kommunikasiyanın mənbələri və

əsas paradigmaları

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi “kommunikasiya” termini latın dilindən “communication” sözündən əmələ gəlib və elmi ədəbiyyatda XX əsrin əvvəllərində yaranıb. Amerikan sosiologiyasının banilərindən biri olan Çarlz Kuli qeyd edirdi: ““kommunikasiya” dedikdə elə mexanizm başa düşülür ki, onun vasitəsilə insan münasibətlərinin mövcudluğu və inkişafı mümkün olur – şüurun bütün simvolları onların məkanda ötürülməsi üslubları və zamanda saxlanması ilə bərabər. O, mimikanı, ünsiyyəti, jestləri, səsə tonunu, sözləri, yazını, möhürü, dəmir yollarını, teleqrafı, telefonu, məkan və zaman üzrə əldə olunan ən son nailiyyətlərini ehtiva edir. Kommunikasiya vasitələri və qalan xarici ətraf arasında dəqiq sərhəd mövcud deyil. Lakin xarici ətrafın yaranması ilə bərabər fikrin ötürülməsi üçün nəzərdə tutulan standart simvollar sistemi formalaşır və bununla belə kommunikasiyanın ənənəvi inkişafı başlayır” (Кули, 1994 : 379).

Bu gün kommunikasiya - ünsiyyət, fərddən fərdə, bir sistemdən digərinə məlumatın ötürülməsi deməkdir. Kommunikasiya həmçinin əlaqə, mesaj, xəbər, qarşılıqlı əməkdaşlıq, cəmiyyətdə informasiya mübadiləsi, məlumatın yaranması və yayılması, habelə əlaqə vasitəsidir.

Bundan başqa, bu termin maddi və mənəvi dünyaların istənilən obyektlərinin əlaqəsinin işarəsi üçün istifadə edilir. Zoopsixologiyada və etologiyada informasiyanın bir varlıqdan digərinə ötürülməsi vasitələrinin vahid bir sırası aşkar olunub. “Heyvanlar dilinin” əsasını genetik şərtlənən siqnallar sistemləri: səslər, pozalar, hərəkətlər, iylər təşkil edir.

Sosial kommunikasiya – bir sıra sosial mənəli qiymətlərlə, konkret situasiyalarla, cəmiyyətdə, solumda qəbul edilmiş kommunikativ sferaları, sahələri və ünsiyyət normaları ilə şərtlənən insanların qarşılıqlı əməkdaşlığıdır. Sosial kommunikasiya və ya sosiokommunikasiya sosiologiyasının xüsusi sahəsinin predmetidir, yəni kommunikasiyanın sosiologiyası.

“Kommunikasiyanın sosiologiyası” və “sosial kommunikasiya” anlayışları sinonim deyil. Kommunikasiyanın sosiologiyası nəzəri və empirik sosioloji tədqiqatlarının vasitəsilə kommunikasiyanın sosial aspektini öyrənir. Sosial kommunikasiya isə mexanizmi və qanunauyğunluqları sosial və digər amillərlə şərtlənən ünsiyyət prosesini təqdim edir.

Fərdlərarası kommunikasiyalar qarşılıqlı kommunikasiyanı icra edən biliklər, fikirlər, ideyalar, qiymətli oriyentasiyalar, emosional vəziyyətlər, tərəflərin fəaliyyət proqramları fiksasiyaya uğrayan və təyin edilən ünsiyyət formasında mesajların mübadiləsi kimi həyata keçir.

Li Yakokka qeyd edir: “Həttindən artıq insanlar dərk edə bilmir ki, əsl ünsiyyət – proses qarşılıqdır” (Якокка, 1991 : 79).

Kommunikasiya şəbəkələrinin konfigurasiyası tapşırılan funksiyalarının realizasiyası üçün irəli sürülən tələblərdən asılıdır, məsələn, keyfiyyətdən, həcmdən, məlumatın keçməsi sürətindən. Ümumiyyətlə, daha geniş yayılan şəbəkə növlərinin aşağıdakı xüsusiyyətlərini qeyd etmək zəruridir.

1) Kommunikasiyalarının şəbəkəsi dairəvi bağlıdır, fəaldır, liderə malik deyil, zəif formalizə edilib, qeyri-stabildir, sabit deyil.

2) “Çarx” şəbəkəsi elə konfigurasiyaya malikdir ki, onun elementlərindən biri (lider) digər elementlərlə əlaqəsi mövcuddur. Belə şəbəkə az hərəkətə məruz qalır, liderlə möhkəm əlaqəsi var, qənaətbəxş təşkil olunub, daha davamlıdır, qaydaya riayət edəndir.

3) “Çarxın” digər forması çoxkanallı şəbəkədir. O, sadə “çarx” şəbəkəsinin elementindən fərqli olaraq, liderə tabedir, və öz aralarında olan əlaqəyə malikdir.

Kommunikasiyalar şəbəkəsinin strukturu qəbul edilən məlumatın dəqiqliyinə təsir edir. O, eyni zamanda təşkilatların daxilində qarşılıqlı əməkdaşlığın növünü formalaşdırır. Yuxarıda qeyd olunan şəbəkələrinin effektivliyi fərqlidir.

Sosial kommunikasiyanın strukturu kommunikatorun (kommunikatorların) məqsədindən asılıdır. Ümumi halda bu struktur kommunikasiya subyektlərini (kommunikatoru, kommunikantları), kommunikativ fəaliyyəti, kommunikativ mesajları və kommunikativ fəallığı özündə ehtiva edir. Kommunikasiya sistemləri tərəfindən realizə olunan kommunikativ texnologiyalar kommunikantların nəzər nöqtəsindən sosial əlaqələrinin ən optimal sistemini qurur və yaradır. Mürəkkəb sistemlərdə kommunikativ strukturlar üst-üstə düşür, kommunikativ əlaqələr isə çərçivəsində kommunikasiyalar həyata keçən ictimai birliyin sosial strukturunun əsasını təşkil edən iri şəbəkələri formalaşdırır.

Ümumi anlayışların və ya ümumi maraqların aşkarlanması və qarşılıqlı anlaşmanın əldə olunması məqsədilə sosial subyektlər arasında həyata keçən kommunikasiyaların təzahürü üçün “ictimaiyyət ilə əlaqələr” anlayışını tətbiq edirlər. Hesab olunur ki, “ictimaiyyət ilə əlaqələr” termini ilk dəfə ABŞ-ın prezidenti Tomas Ceferson 1908-ci ildə “konqresə yeddinci müraciətində” istifadə edib. Bu dövrdə sosial kommunikasiya isə bixeviorizmin, simvolik interaksionizmin, personalizmin, ekzistensializmin ümumnəzəri əsasları kontekstində təhlil edilib.

Bixeviorizmin banisi Con B. Votson (1878-1958) kommunikasiyanın əsasına konstruksiya, sistem kimi dili yox, insana təsir göstərmək fürsətini verən manipulyasiyası mümkün olan nitqin siqnallarını hesab edir. İnsan davranışını o, “stimul-reaksiya” sxemi kimi görünən və latent reaksiyaları sistemi ilə eyniləşdirirdi (Watson, 1925).

Bixevioristlər bütün ictimai hadisələri və prosesləri insan orqanizminə təsir edən və reaksiya verən stimullar arasında qarşılıqlı əməkdaşlığa radikal formada gətirirdi. O hesab edir ki, reaksiyaların möhkəmlənməsi “tapşırıq qanununa” tabe olur (eyni stimullara cavab olaraq eyni reaksiyaların çoxlu sayda təkrarlarının həmin reaksiyaları avtomatlaşdırır).

Simvolik interaksionizmin nümayəndələri hesab edirlər ki, məsələn: Corc Herbert Mid (Джордж Герберт Мид, 1863), şəxsiyyətlərarası ünsiyyət nəticəsində sosial struktur sıralanır, formalaşır, kommunikativ formalarının inkişaf prosesi ictimai inkişaf deməkdir. C.H.Midin sosial psixologiyasında mərkəzi olan “individlərarası qarşılıqlı əməkdaşlıq” anlayışdır. Qarşılıqlı əməkdaşlıq proseslərinin çeşidi cəmiyyəti və sosial individi eyni zamanda təşkil edərək formalaşdırır. İndividin hərəkəti başqa insanlar tərəfindən mənalı qəbul edilir. Məna isə - individlərin təcrübəsində mövcud olan, redusiyaya uğrayan qarşılıqlı əməkdaşlıqdır. Corc Mid yazırdı ki, dünya kommunikasiya aktları kimi sosial qarşılıqlı əməkdaşlıq proseslərinin cəmində formalaşır (Mead, 1934 : 11).

Personalistlər kommunikasiyanı şəxsiyyətin özündə başqasının hissini kəşf etmək daxili metafizik qabiliyyətini kimi təhlil edir. Onlar ünsiyyəti iştirakçılar yalnız öhdəliklərlə idarə olunan müqaviləyə zidd tutaraq, qarşılıqlı anlaşma aktı, intim əlaqələr və düşünülmən mənəvi yaxınlıq kimi təhlil edir (Яценко, 1930). Məsələn, K.Yaspers (1883-1969) zaman və məkanda mövcud olan ümumbəşəri kommunikasiyasının mümkünlüyünə inanırdı.

Onun tələbəsi, alman alimi, filosof-sosioloqu Yurgen Xabermas (1929) “Kommunikativ hərəkətin nəzəriyyələri” iki cildli kitabında nəzəri sosiologiyanın evolyusiyasına interaksiyanı öz konsepsiyasına daxil edir və kognitiv nəzəriyyədə kommunikasiyanın yerini təyin edir. Kommunikasiyanın interaksiya problemini təhlil edərək o, öz diqqətini “həqiqi” kommunikasiyasının “yalançı” kommunikasiyadan fərqi və insanlararası həqiqi kommunikasiyanı təmin edən şərtlər məsələlərində cəmləşdirirdi. O, bəşəri mövcudluğunun iki sferasının dualist bölüşdürülməsinə əsaslanan – insanların təbiət və fərdlərarası (interaksiyanı)

sahələr ilə qarşılıqlı əməkdaşlıq sferalarını konsepsiyasını formalaşdırdı. Mədəni kommunikasiyaların maneələrin, onun fikrincə, fəlsəfi ənənələrinin “hissi”, bütün zamanların mütəfəkkirlərinin qardaşlığı vasitəsilə qarşısı alınır. Yurgen Xabermas “reklamli kommunikasiya” anlayışını əsaslandırır, həm siyasətdə, həm də biznesdə hərəkətin mexanizmlərini aşkar edir.

Ekzistensialist, Nobel mükafatının laureatı Alber Kamyu (1913-1960) individlərin ünsiyyətini “səmimi” kimi yox, hərənin tənhanılığını qabarıq surətdə göstərən akt kimi təhlil edir. Yəni Kamyuya görə, insanlar arasında mövcud olan “səmimi” ünsiyyət mümkün deyil. O hesab edir ki, “səmimi” ünsiyyətin yeganə üslubu – “absurd” dünyaya qarşı etirazında individlərin birliyi. İnsanın ən yüksək mərdliyinin təcəssümünü o, həyatın mənasızlığı ilə mübarizəni hesab edirdi.

Marsel Gabrial Onoreyə (1899-1973) görə, həyata insan münasibətinin proobrazı Allahın qarşısında nümayiş olunan başqa insana şəxsi münasibətdir. Marselin diqqətinin mərkəzində individual təcrübədən, fərdin həyat və fəaliyyətindən keçən varlıq problemi yerləşir. Ekzistensialistlərin nəzəriyyəsinə (mövcudluğun fəlsəfəsinə) görə, həqiqi kommunikasiya, yaradıcılıq kimi, faciəli xarakter daşıyır: obyektivlik dünyası daima ekzistensialist kommunikasiyanı dağıtmağı ilə hədələyir.

XX əsrin 40-cı və 50-ci illərində kommunikasiyanın tədqiqində iki yanaşma üstünlük təşkil edirdi.

Birinci, texnoloji determinizmin konsepsiyasına əsaslanan *rasionalist yanaşmasıdır* (informasiyalı cəmiyyət nəzəriyyəsi). Belə yanaşma kütləvi informasiya vasitələrinə yeganə stimulye və sosial inkişaf amilinin rolunu havale edir. Məlumat mədəniyyətin və bütün mədəni dəyərlərinin əsası kimi daha geniş şəkildə təhlil olunur.

İkinci, *irrationalist yanaşma* anamlı sosiologiya vasitəsilə təqdim olunur. Onun əsasında qarşılıqlı anlaşma konsepsiyası yerləşir, yəni insanların bir-birini

anlaması. Burada kommunikasiyanı özünə məqsəd qoyan (yəni şüurlu şəkildə işarələri istifadə edən) və belə məqsəd qoymayan hərəkətlər təhlil edilir, məsələn, A. Şüz.

Müxtəlif sosial qruplarında kommunikasiya proseslərinin öyrənilməsi zamanı britaniyalı (C.Barnz, E.Bott, K.Mitçel) və amerikalı sosial antropologiyasında sosial şəbəkələrinin analizi metodu geniş yayılıb. Sosial şəbəkələrinin analizi sosial qarşılıqlı əməkdaşlığı zamanında yaranan müxtəlif intensivliyinə və gücünə malik olan kommunikasiya əlaqələrinin (şəbəkələrin) təsnifinə və tədqiqinə öz diqqətini yönəldir.

“Pozitivist metodologiyasının tələblərinə müvafiq olaraq onlar obyektiv müşahidə olunan davranış formalarının – sosial kommunikasiyasının proseslərinin öyrənilməsinə təkid edir. Sosiologiyada belə yanaşmanın istifadəsi müəyyən dərəcədə *Moreno sosiometriyasının* ənənəsi ilə bağlıdır. Sosial şəbəkələrinin tərəfdaşları tərəfindən o strukturalist və bixeviorist gücünə malik olur çünki subyektiv-psixoloji amillər nəzərə alınmır, insan davranışının kommunikasiya zamanı yaranan struktur birlikləri ilə şərtlənməsi qeyd edilir” (Современная западная социология, 1990 : 16-17).

Qeyd etmək lazımdır ki, kommunikasiyanın təyinləri çoxdur. Amerikan alimləri F.Dene və K.Larson “kommunikasiya” termininin 126 təyinlərini analiz ediblər (Dance, 1976).

İndiki zamanda “kommunikasiya” termini üç əsas interpretasiyasına malikdir:

1) Kommunikasiya maddi və mədəni dünyaların istənilən obyektlərinin əlaqə vasitəsi kimi təqdim olunur, yəni müəyyən struktur kimi.

2) Bu - insanlar məlumat mübadiləsini həyata keçirdən ünsiyyət prosesidir.

3) “Kommunikasiya” dedikdə cəmiyyətə və onun tərkibi komponentlərinə təsir etmək məqsədilə məlumatın ötürülməsi və kütləvi mübadiləsi başa düşülür.

Xüsusi qeyd etməliyik ki, cəmiyyətimizdə **sosial normalar** və **sosial nəzarət** böyük əhəmiyyət kəsb edir. Adətən birgə fəaliyyət və ünsiyyət zamanı qarşılıqlı təsir müvafiq sosial normalar və sosial nəzarət əsasında həyata keçirildikdə özünün səmərəli nəticəsini verir. Sosial normalar insanların qarşılıqlı təsir və qarşılıqlı münasibətlərinin tənzim etmək üçün cəmiyyət tərəfindən qəbul edilmiş normalardır.

Cəmiyyət spesifik sosial davranış normaları sistemi nümunələrini hazırlayır və müvafiq şəraitdə həmin normalara əməl etməyi özünün bütün üzvlərindən tələb edir. Bu normalar pozulduqda sosial nəzarət mexanizmi işə düşür (bəyənməmək, danlamaq, cəzalandırmaq şəkildə) və davranışın korreksiyasına gətirib çıxarır. Burada həmin normaların cəmiyyətin bütün üzvləri tərəfindən qəbul olunması, həmin normaları etalon kimi qəbul etmələri və öz davranışlarını etalona uyğun qurmağa çalışmaları əsas şərtidir. Lakin bu hələ kifayət deyildir. Həmin normalara əməl olunmasına sosial nəzarət edilmədən bu normaların işləyəcəyi şübhə doğurur. Bunu gündəlik həyati faktlar da sübut edir. Sosial nəzarət zəif olduqda və ya ikili münasibət xarakteri daşıdıqda sosial normaların pozulmasını halları tez-tez özünü göstərir.

Ünsiyyət prosesində rol və rol gözləmələrinə də fikir vermək lazımdır. Qarşılıqlı təsir prosesində sosial nəzarət ünsiyyətdə olan adamların rollarına uyğun şəkildə həyata keçirilir. Psixologiyada “rol” altında kimin bu və ya digər mövqedən asılı olaraq hansı davranış modelini yerinə yetirməsi nəzərdə tutulur. Subyekt müəllim və ya tələbə, bacı və ya qardaş, həkim və ya xəstə, müdir və ya işçi, ev yiyəsi və ya qonaq və s. rolunu yerinə yetirə bilər. Hər bir rol tamamilə müvafiq tələbə və ətrafdakılarının müvafiq gözləmələrinə cavab verməlidir. Adətən, ünsiyyətdə olan adamlar bir-birindən öz rolunu onun gözlədiyi kimi yerinə yetirməsini istəyirlər. Məsələn, tələbələr gözləyirlər ki, müəllim onlara yaxşı dərs desin, yüksək qiymət versin, onların istəyini yerinə yetirsin və s. Müəllim isə gözləyir ki, tələbələr dərsə yaxşı hazırlaşsın, intizamı pozmasın, müəllimin tapşırıqlarını yerinə yetirsin. Məhz buna görə də müxtəlif rolları yerinə yetirən

adamların qarşılıqlı təsiri onların rol gözləmələri ilə tənzim olunur. İnsanın istəyib-istəməməsindən asılı olmayaraq onu əhatə edənlər ondan müvafiq nümunəyə uyğun davranış gözləyirlər. Rolun bu və ya digər şəkildə yerinə yetirilməsi mütləq sosial qiymət alır, roldan hər hansı bir kənara çıxma halı bəyənilmir.

İnsanın, başqalarının ondan eşitmək istədiklərini və onda görmək istədiklərini, səhsiz, dəqiq çatdırmaq qabiliyyəti və bacarığı *mərifət* adlanır. Lakin əgər subyektin prinsip və inamı ondan gözlənilənə ziddirsə onun başqa cür hərəkət etməsini mərifətsizlik adlandırmaq olmaz!

Beləliklə, sosial kommunikasiyanın öyrənilməsi müxtəlif istiqamətlərə, elmi məktəblərə, nəzəriyyələrə əsaslanır. Onları şərti *sosial*, *dil* və *kommunikativ* əsaslarında formalaşdıraraq kommunikasiyanın üç qrupuna birləşdirək.

Sosial kommunikasiya - “kommunikasiya” termininin bütün üç təyini özündə ehtiva edir. Birinci yanaşma kommunikasiyaya aid olan sosial funksiyalarının realizasiya üçün onların istifadəsi məqsədilə kommunikatív vasitələrinin tədqiqinə istiqamətlənib. İkinci yanaşma sosial kommunikasiyaya aiddir və şəxsiyyətlərarası problemləri ilə bağlıdır. Üçüncü yanaşma isə, ictimai əlaqələrinin inkişafına kütləvi kommunikasiyasının təsiri problemləri ilə məşğul olur.

Verbal kommunikasiyasının sosioloji tədqiqi dili ictimai hadisə kimi təhlil edən insanların cəmiyyətdə tutduğu mövqe, həyat və yaradıcılıqlarının şəraitləri ilə bağlı, ünsiyyət vasitəsi konsepsiyasında əsaslanır.

Bu haqda N.M.Şanski yazıb: “Hər yerdə (Hamletin məşhur replikası yadınızdadır?) “sözlər, sözlər, sözlər”. Məlum olduğu kimi, hal-hazırda bu ifadənin ya “söz vermək” mənası var, əsla heç bir real hərəkət ilə bunu təsdiq etməyən, ya o, “boş söhbət” mənasına malikdir. Lakin burada bu ifadə həqiqi, ilkin, qeyri-frazeoloji mənasında istifadə olunur. Heç bir neqativ məna özündə daşımır, sadəcə işgüzar, məlumatlı xarakter daşıyır...” (Шанский, 1978 : 3).

Hələ XVIII əsrdə Fransada D.Didro (1713-1784) və J.J.Russo (1712-1778), A.Meye (1866-1936), Russeyada isə M.V.Lomonosov (1711-1765) kimi alimlər tərəfindən dilin sosial təbiəti tədqiq olunub.

Dilçilik üzrə fransız sosioloji məktəbin başçısı A.Meye fransız filosof və sosioloq-pozitivistlərin O.Konta (1798-1857) və E.Dürkqeymin (1858-1917) nəzəriyyələrinə əsaslanırdı. Onlar dildə baş verən dəyişiklikləri yalnız ictimai səbəblərlə izah edirdilər. O zaman İsveçrədə, ABŞ-da dil vasitəsilə həyata keçən kommunikasiyalarının öyrənilməsində müxtəlif sosioloji istiqamətlər formalaşmağa başladı.

Russeyada dilin sosioloji tədqiqatları XX əsrin 20-ci və 30-cu illərində başladı. V.V.Vinoqradov (1895-1985), E.D.Polivanov (1891-1938), B.A.Larin (1893-1964), Q.V.Stepanov (1919-1986), L.P.Yakubinski (1892-1945), V.M.Jırmunski (1891-1971) kimi tanınmış dilçilər və başqaları ictimai əlaqələrinin tarixi-materialist prinsiplərinin analizi əsasında dili ünsiyyət vasitəsi kimi təhlil edir. Onlar fransız məktəbinin (sosiologizmin) dilin sosial funksiyasına sadələşmiş yanaşmanı və “dil haqqında yeni öyrənmə” davamçılarının N.Y.Marrın (1864-1934) “vulqar” yanaşmasını (vulqar sosiologizmin) aradan qaldırmağa bacardılar.

Sosioloji istiqamət çərçivəsində nitq fəaliyyətinin, ünsiyyətin, kommunikasiyanın sosial aspekti ilə bağlı olan dilin kommunikativ funksiyası araşdırılıb. Sosial kommunikasiyasının digər mənbəsi dilin ifadə vasitələrinin məqsədyönlü sistemi kimi öz anlamını əsaslandıran *funksional linqvistikadır*. Sosial kommunikasiya üçün kommunikasiyanın müxtəlif sosial funksiyaları ilə olan münasibətində dil vasitələrinin funksional differensiasiyası böyük maraq doğurur. Kommunikativ situasiyalarında dil vasitələri ilə variativlik həyata keçir.

XX əsrdə 60-cı illərin ortalarında dilin sosial təbiəti, ictimai funksiyaları, dilə sosial amillərin təsiri mexanizmi və cəmiyyətdə oynadığı rolu ilə bağlı olan məsələləri öyrənən sosiolinqvistika fənni formalaşib. Öz növbəsində sosiolinqvistika sosial (ictimai) kommunikasiyasının inkişafı üçün əsas yaradıb.

XX əsrin əvvəllərində sosial kommunikasiyasının kommunikativ əsasının öyrənilməsində iki yanaşma seçilməyə başladı.

Birinci istiqamət texnoloji determinizmin konsepsiyasında əsaslanırdı. Onlardan daha məşhuru – Bell Daniel (1919, Nyu-York), Zbiqnev Kazimierc Bzejnski (1928, Varşava) tərəfindən təbliğ edilən informativ cəmiyyətinin nəzəriyyəsidir. Burada informasiya vasitələri sosial inkişafının stimulu və mənbəsi kimi təhlil olunur.

D.Bellin tərəfindən işlənən *postsənaye cəmiyyətinin* konsepsiyası, onun fikrincə, sosial inqilabı artıq hesab edir. Bzejnski “İki əsrin arasında. Texnotron erada Amerikanın rolu” (1970) kitabında texnobürokratik utopizm mövqedən postsənaye cəmiyyətinin öz variantını təklif edir. Burada o, müasir dünyanın sosial-iqtisadi və elmi-texniki modernizasiyasını amerikanizasiya ilə eyniləşdirir. Həmçinin Bell “texnotron cəmiyyətdə” siyasi hakimliyinə “yeni intellektual elitanın” iddialarını əsaslandırır.

XX əsrin 80-cı illərində elmi-texniki inqilabın güclü tərəqqinin təsiri altında, öz sosial-iqtisadi məzmununu dəyişmədən, “informativ cəmiyyətin nəzəriyyəsi” inkişaf edir. Həmin nəzəriyyə məlumatın istehsalını, paylanmasını və istifadəsini cəmiyyətin iqtisadi fəaliyyətinin üstünlüyünü təşkil edən sahəsi kimi təhlil edir. Burada iqtisadiyyatın “informativ sektorunun” rolu şişirdilir, qiymətin informativ nəzəriyyəsi qiymətin əmək nəzəriyyəsinə qarşı qoyulur.

İkinci istiqamət, *anlaşılan sosiologiya* adını qazanan, kommunikasiyanın əsas nəticəsi kimi qarşılıqlı anlaşmanı təklif edir.

Sosial konstruktivizmin ideyaları amerikan alimi olan Piter Lüdviq Berqerin və alman sosioloqu Tomas Lukmanın elmi işlərində əsaslandırılıb.

Konstruktivistlər avstriyalı filosof və sosioloqu olan Alfred Şüzun fenomenoloji sosiologiyasına əsaslanırdı. A.Şüz hərəkəti kommunikasiyaların həyata keçməsinin məqsədi kimi təhlil edir. O, elə prosesləri və mexanizmləri

araşdırır ki, onların vasitəsilə reallıq özü həyata keçirilir. A.Şüza görə individual təcrübənin məhdudluğu gündəlik təcrübəyə xas olan idealizasiyalarına görə aradan götürülür. Bu növ proses obyektlərin qavramasının standartlaşmış tipoloji strukturunun formalaşmasına gətirir. Sosial kommunikasiyanın yaradılması üçün əsas mexanizm (lakin yeganə olmayan) – dil istifadə edilir.

Tomas Lukman Piter Lüdviq Berqerlə birlikdə “Reallığın sosial konstruktlaşması” kitabında biliyin sosiologiyasının fenomenoloji versiyasını işləyib. Biliyin sosiologiyası isə elə prosesləri və mexanizmləri araşdırır ki, onların vasitəsilə cəmiyyətdə biliklər (məlumat) yaranır, fəaliyyət göstərir, yayılır.

Bu qrup mənbələrinin başqa istiqaməti kommunikasiyanın etnologiyasıdır. O bəzi hallarda etnik sosiologiyasının (etnososiologiyasının) bir bölümü kimi araşdırılır. Etnososiologiyanın predmeti insanlar arasında mövcud olan sosial kommunikasiyanın gizli, dərk olunmayan, qeyri-refleksli mexanizmləridir və interpretasiyaların prosedurlarıdır. Sosial kommunikasiyanın bütün formaları verbal kommunikasiya, gündəlik nitq ilə birləşdirilir. Kommunikasiyanın etnososiologiyası çərçivəsində sosiomədəni biliklərin və nitq vahidlərinin əlaqələri tədqiq olunur. Sosioloji istiqamətdə kommunikasiyanın sosioloji dominantları xüsusi qeyd olunur, etnoloji istiqamətdə isə kommunikasiyada mövcud olan sosial differensiasiyanı şərtləndirən etnoloji amillər analiz edilir.

Etnososioloqlar diqqət yönəldir ona ki, insanlararası kommunikasiya daha mahiyyətli məlumatı özündə ehtiva edir, nəinki verbal formada olan kommunikasiya. Onların fikrincə, kommunikasiyanın gizli fonolu mənası mövcuddur, yəni kommunikasiya iştirakçıları tərəfindən icra edilən sözsüz olan hərəkətlərin nəzərdə tutulan mənalıdır. Etnososioloqların fikrinə görə, sosial reallıq mənə əldə edir çünki verbal (nitq) kommunikasiya prosesində insanlar fikirlərinin mənalarını reallığın obyektiv xüsusiyyəti, keyfiyyəti kimi təqdim edirlər. O, təkrarolunmaz, unikal situasiyalarının axını kimi təhlil olunur.

Gündəlik ünsiyyətin hər situasiyasının unikallığını xüsusi qeyd edərək, etnososiologiya “idrak aparatının işində refleksiya mexanizmlərinə böyük yer ayırır: refleksiya, həqiqətən də, müxtəlif səviyyəli kognitiv strukturları və ictimai realıq barəsində olan gündəlik təsəvvürləri, adi gündəlik anlayışların əsasında yaranan sosioloji nəzəriyyələri formalaşdırır. Etnometodologiya müəyyən nəzəri ehtimallara əsaslanır:

1) qarşılıqlı ictimai əməkdaşlığın verbal kommunikasiya ilə eyniləşdirilməyinə;

2) başqa həmsöhbətçilin hərəkətlərinin və nitqinin izahı və interpretasiyasının araşdırılmasının eyniləşdirilməyinə;

3) interpretasiyada iki layın – anlaşımanın və danışığın qeyd olunmasına;

4) danışığın struktur organizasiyasının gündəlik nitqin sintaksisi ilə eyniləşdirilməyinə” (Огупцов, 1990 : 422).

Sosial kommunikasiyasının mənbələri sosial biliyin və kommunikasiyanın qiymətləndirici kateqoriyalarının formalaşmasına kömək edən ictimai amillərin araşdırılması ilə bağlıdır. XX əsrin sosiologiyası üçün mərkəzi olan ən əsas anlayış “sosial kommunikasiyalar” çoxlu dəyişikliklərə məruz qalıb. Bu gün o üç metodoloji kontekstlərdə tətbiq olunur. Bu üç yanaşma müəyyən aspektlərdə hətta bir birinə zidd olur. Və bu səbəbdən müasir kommunikasiya nəzəriyyəsi tam formalaşmayıb.

Birinci metodoloji yanaşma subyekt-obyekt dispoziyalarının klassik pozitivist metodologiyasına əsaslanır. O, struktur funksionalizmin, sistemli yanaşmanın, informasiyalı cəmiyyətinin, texnoloji determinizmin, kompüter futurologiyasının və s. konsepsiyaları vasitəsilə təqdim olunub. Sosial kommunikasiyalarının ontologiyası bu yanaşmada sistemli əlaqələrə və funksiyalarına əsaslanır. Kommunikativ texnologiyalar arzu olunan müəyyən subyektin obrazının və sistemdə sosial əlaqələrinin konstruktlaşması vəzifəsini

qarşısına qoyur. İdarəetmə aspektində həmin yanaşmanı sistem işinin ciddi nəzarəti nəzərdə saxlayan və onun sayəsində bütün lazım olmayan əlaqələr istisna olunan klassik kibernetikasının prinsipi ilə müqayisə etmək olar.

Qeyri-klassik metodologiya obyektə görə subyekt-obyekt münasibətlərinin kognitiv modelinə əsaslanır. Öz mənbələrinə görə fenomenoloji metodologiya interaksiya (kommunikasiya) sferasını xüsusi ontoloji obyekt kimi qeyd edir. Onun araşdırılması mənalara germeneytik interpretasiyası, tənqidi refleksiyası, rəşional rekonstruksiyası kimi belə üslubların, metodların tətbiqini tələb edir. Belə metodologiyaların müəllifi, alman filosofu Yurgen Xabermas (1929) sosial subyektlərinin öyrənilməsində pozitiv elminə üstünlük verirdi. İnsanların arasında mövcud olan “interaksiyaları” o, fərdlərin təcrübi maraqlarının realizasiyasının aləti kimi, emansipasiya üslubu, kommunikasiyaları təhrif edən və məcburiyyət latent rolunu oynayan iqtisadi, siyasi və digər təsirlərdən azadlığı kimi təhlil edir.

Onun fikrincə, “emansipasiyaya uğramış cəmiyyətin” formalaşması imkan yaradır ki, hamı hamı ilə ağıllı-kamallı, idraklı dialoq aparsın. Bu da kommunikativ münasibətlərinin inkişafının vasitəsilə vətəndaş cəmiyyətinin formalaşması və kütləvi kommunikasiyalar sistemlərinin rəşionalizasiyası üçün əsasdır. Yurgen Xabermas “həqiqi” və “yalançı” kommunikasiyalarını fərqləndirir, “texniki rəşionallığı” əsaslandırmağa, yəni texniki vasitələrini və insanlararası interaksiyalarının metodlarını yenidən yaratmağa cəhd göstərir.

Üçüncü, postqeyri-klassik yanaşma sosial təbiəti subyektlə-subyekt münasibətlərinə gətirir, yəni intersubektivlik prinsipinə, obyektivliyi istisna edərək. Burada cəmiyyət kommunikasiyalarının şəbəkəsi kimi təhlil edilir, kommunikasiyalar isə cəmiyyətə özünü təsnif etmək və özünü ifadə etmək (özünü referentliyini və Niklas Lumannın (1927) autopoezisinin prinsiplərinin) mümkünlüyünü təqdim edir.

Kommunikasiya administrativ qərarların sözsə qulaq asan obyektini kimi təqdim olunmur, fəal özünü təşkil edən mühit kimi çıxış edir. Ən sadə sosial sistemlər –

“interaksiyalar” – ünsiyyət iştirakçılarının hərəkətlərinin və hiss-həyəcanlarının qarşılıqlı uzlaşması vasitəsilə formalaşır. Cəmiyyət kommunikasiyada bir-birilə əldə olunan bütün hərəkətləri əhatə edir. Hərəkət, kommunikasiyanın başqa hərəkətlər-hadisələr ilə müqayisədə cəmiyyətdə yaranan və yenidən formalaşan sosial sisteminin həqiqi elementi kimi anlanılır. Kommunikasiya təbiətinin təhlilinə belə yanaşma onu yeni səviyyəyə çıxardır və ona ictimai rolunu verir.

Kommunikasiya nəzəriyyəsi bilavasitə nitq (kommunikativ) aktların nəzəriyyəsi ilə bağlıdır. Kommunikativ aktların nəzəriyyəsindən öncə dilin çoxluq funksiyalarının və onun həyat ilə qarşılıqlı əməkdaşlığı ideyası mövcud idi. Bu ideyanın banisi avstriyalı filosof və məntiqçi Lüdviq Vitqenşteyn (1951) idi. O, süni dil yaranmasının proqramını təqdim etdi. Bu dilin proobrazı riyazi məntiqin dili idi. XX əsrin 50-ci illərin ortalarında ingilis filosofu, lingvistik fəlsəfənin nümayəndəsi Con Ostin (1911) bu nəzəriyyənin əsasını qoymuşdu.

Öz konsepsiyasında Con Ostin nəzər nöqtəyini mükəmməlləşdirirdi. Bu nəzər nöqtəyə görə fəlsəfi tədqiqatın əsas məqsədi – adi gündəlik dilin ifadələrinin aydınlaşdırılması idi. O, ayrı-ayrı sözlərin və ifadələrin düzgün olmayan istifadəsinin ələhinə qarşı çıxış edirdi. “Performatif ifadələri” sözü altında o, müəyyən iddiaların konkret icrasını başa düşürdü, “konstatlaşmış (sabitləşmiş) ifadələr” dedikdə isə o, həqiqi və məcazi mənaları daşıyan ifadələri nəzərdə tuturdu.

Sonradan nitq kommunikasiyasının sosial amillərin inkişafını bir sıra alimlər davam etdirirdi, məsələn C.Serl, M.Baxtin və başqaları. Onlar elə ifadələri öyrənirdi ki, onlarda həmsöhbətçilin təlimatı realizə edilirdi, bu da öz növbəsində, nitq kommunikasiyalarının sosial amillərini aşkar etməyə imkan yaradırdı.

“Diskursun tənqidi analizi” adını alan istiqamət, İngiltərədə 70-80-ci illərdə formalaşan tənqidi lingvistikasının nəzəri əsasında yaranıb. O, “sosial təcrübə”nin növlərindən biri kimi dili izah edir. Tənqidi lingvistika nəzəriyyəsinin nümayəndələri R.Fauler, Q.Kress, Y.Xabermas kimi alimlərdir.

O ki qaldı diskursa, “diskurs” qədim latın dilindən “discursus” – “mühakimə, dəlil, arqument, əsas” deməkdir. Diskurs bütöv mətn kimi təyin olunur. Onun aktualizasiyası bir çox amillərlə, o cümlədən sosial da, şərtlənir. Diskurs iştirakçıların hərəkətlərinin, fikirlərinin və ifadələrinin istənilən mənalı aspektlərinin müzakirəsinə və əsaslandırmasına istiqamətlənən nitq kommunikasiyasının növüdür.

“Diskursun tənqidi analizi” o faktdan irəli gəlir ki, mətnlər müəyyən sosial mühitdə funksionallığını göstərən insan fəaliyyətinin nəticəsidir. Kommunikator və resipiyent münasibətlərini adətən insanların ictimai əlaqələrinin müxtəlif modelləri əks etdirir. Funksionallığın istənilən səviyyəsində kommunikativ vasitələr həmçinin sosial cəhətdən şərtlənir.

Diskursun məntiqi cəhətdən bütöv, vasitəli, sosial şərtlənən kommunikasiya vahidi kimi təhlili “qeyri-verbal dillərin”, (məsələn, reklam, mimika, jestlər) bu istiqamətinin nümayəndələrinə, insanlararası kommunikasiyasının əsas üslubu kimi, ünsiyyətin dil ilə qarşılıqlı əlaqədə olan vəhdətini araşdırmağa imkan yaradır. Bu verbal və qeyri-verbal kommunikativ vasitələrinin təhlilini özündə ehtiva edən sosial kommunikasiyanın vahid nəzəriyyəsinin formalaşmasına əsas yaradır. Kommunikasiya prosesinə sosiomədəni amillərin təsiri situativ modellərin köməyi ilə tədqiq oluna bilər. Belə yanaşmanı müasir alimlər istifadə edir, misal üçün P.Vunderlix, Y.Karaulov, V.Petrov və başqaları.

Mövcud olan eksperimentlərin nəzəri əsaslarının və nəticələrinin integrasiya vəzifəsi sosial kommunikasiyalarının üç əsas tərkib hissələrinin (sosial strukturun, kommunikativ sistemlərin və kommunikasiyanın üslublarının) qarşılıqlı əməkdaşlığının izahını almaq çərçivəsində yalnız vahid nəzəriyyənin əsasında müvəffəqiyyətlə realizə oluna bilər.

Kommunikasiya nəzəriyyəsi müxtəlif növ və tipdə olan kommunikasiyalarında dilin qanunauyğunluqları və mövcud olan mahiyyətli əlaqələrinin barəsində vahid anlayışını izah etməlidir. Nəzəriyyənin metodoloji

əsaslandırılması strukturun açılmasını, biliyin yaranmasının prinsiplərini, idrakın formaları və üslublarını, fəaliyyətin metodları və vasitələrini özündə ehtiva edir.

Empirik tədqiqatlarda xüsusi yer faktiki materialın analizi metodlarının seçimi tutur. Kommunikasiya problemlərinin tədqiqatında ilk öncə sosioloji və psixoloji metodlar və vasitələr, həmçinin yaxın olan elmlərin materialları istifadə olunur.

Kommunikasiya nəzəriyyəsinin bütün aspektlərinin (nəzəri-metodoloji, pragmatik, tətbiqi) zəif işlənməsi bu günə qədər kommunikasiya barədə bir struktur, hadisə və proses kimi vahid anlayışı formalaşdırmağa imkan vermir.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, sosial kommunikasiyada, bütün kommunikasiya növlərindəki kimi, ən birinci və əsas amil mədəniyyətdir. Ümumiyyətlə, mədəniyyət hadisəsi media kontekstində olduqca nadir hallarda izah edilir. Ona görə ki, əksər hallarda media aparıcı müstəqil ictimai institut kimi nəzərdən keçirilir və kommunikativ funksiyası ilə xatırlanır. Ancaq media obyektivlik, operativlik, tərəfsizlik və s. kimi prinsiplərə sadıq qalmaqla yalnız ünsiyyət, dialoq, xəbər ötürmə vasitəsi deyil, həm də bir mədəniyyət vasitəsidir.

Bəs mədəniyyət nədir ki, bu sözü az qala bütün fəaliyyət sferalarına şamil edirlər?

Mədəniyyət bəşər tarixinin inkişaf prosesində əldə etdiyi maddi və mənəvi dəyərlərinin məcmusudur. Maddi mədəniyyət dedikdə daha çox əllə tuta bildiyimiz, fiziki nümunələr başa düşülür. Mənəvi, yaxud ruhi mədəniyyət dedikdə elə bu sferadakı dəyərləri başa düşürük. Belə olduqda medianı xüsusi mənəvi institut kimi təsvir etmək bəzi hallarda müəyyən çətinliklər yaradır, çünki media özü mədəniyyət hadisəsi olmaqla bərabər, həm də mədəniyyət istehsalçısıdır, cəmiyyətdaxili mədəniyyəti formalaşdıran əsas vasitələrindən biridir. Bu mənada biz media mədəniyyəti ilə medianın özünü bir-birini qidalandıran iki əsas vasitə kimi görə bilərik. Bu bir növ fəlsəfədir, özü-özünü qidalandırır. Hər bir cəmiyyətin mediası təbliğ etdiyi, tərənnüm etdiyi və ya doğulduğu cəmiyyətin mədəniyyətini özündə əks etdirməklə yenidən cəmiyyətə qayıdan, ona ünvanlanan unikal dialoq

formasıdır. Buradakı qarşılıqlı əlaqə daxili dövriyyə təşkil etməklə bir-birini bəsləyir.

Media mədəniyyəti deyəndə ilk olaraq ağılımıza olduqca ümumi, bəlkə də, abstrakt bir mədəniyyət nümunəsi gəlir. Ancaq diqqət etsək, görərik ki, media deyilən ictimai institutu təşkil edən ayrı-ayrı fərdlərdir. Ona görə də, biz media mədəniyyətindən danışanda jurnalist mədəniyyəti, jurnalist etikasını məsələlərinin üzərinə gəlmiş oluruq. Jurnalistin peşə mədəniyyətini formalaşdıran üç əsas komponent isə nitq mədəniyyəti, yazı mədəniyyəti və etik mədəniyyətdir. Buna jurnalist etikasını da deyirlər. Bunların üçü birlikdə mənəvi, yaxud ruhi mədəniyyətin xüsusi formasını təşkil edir. Bu üçlük birlikdə elə mənəvi keyfiyyət təşkil edir ki, birinin yoxluğu digərinin natamamlığına səbəb olur.

Onu da xüsusi qeyd edək ki, medianın dili və üslubu olur. Təbii ki, hər bir milli medianın mədəni keyfiyyətinin formalaşmasına təsir göstərən əsas komponentlərindən biri də medianın dili və üslubudur. Dil özü ayrıca bir mədəniyyətdir. Dil nə qədər zəngindir, həmin dildə ifadə olunan çap materialları da o qədər zəngin olur. Azərbaycan mediasının mədəniyyət keyfiyyətlərinin, göstəricilərinin əsas vasitələrindən biri də Azərbaycan dilidir. Dilimiz dünyanın ən zəngin dillərindən biridir. Bu səbəbdən də Ulu öndərimiz Heydər Əliyevin 2001-ci ildə imzaladığı “Dövlət dilinin təkmilləşdirilməsi” haqqında Fərmanda göstərilirdi ki, “Azərbaycan dili bu gün dərin fikirləri ən incə çalarlarınadək olduqca aydın bir şəkildə ifadə etmək qüdrətinə malik dillərindəndir”. Hesab edirik ki, Azərbaycan dilinə verilən çox böyük qiymətdir.

Amma bugünkü media dili, üslubu, mədəniyyəti yuxarıda səsləndirdiyimiz məzmunla uzlaşa, ayaqlaşa bilirmi?

“Yox” deməyə adamın dili gəlmir, lakin çox hallarda bu suala ürəyimizdə hamımız elə “yox” cavabı veririk. Ona görə də biz indiki mərhələdə Azərbaycan jurnalistikasının mədəni keyfiyyətlərindən danışanda mütləq şəkildə bu məsələyə də diqqət yetirməliyik.

Nəzərə alaraq ki, media özü-özlüyündə ictimai institut olmaqla bərabər, həm də xüsusi funksional vahiddir. Deməli, medianın keyfiyyəti onu öz yaradıcılıq nümunələri ilə təmin edən ayrı-ayrı fərdlərin, jurnalistlərin dil, nitq və etik mədəniyyətinin keyfiyyətinin səviyyəsindən asılıdır. Jurnalistlərin dil, nitq və mədəni intellektual səviyyəsi nə qədər yüksək olarsa, medianın da səviyyəsi bir o qədər yüksək olacaq.

Yüksək şüur və istedad mədəniyyəti formalaşdıran vasitələrdəndir. Sual yarana bilər: Şərti götürülmüş cəmiyyətdə mədəni dəyərləri, o cümlədən, mənəvi mədəniyyəti formalaşdıran əsas komponentlər nələrəndən ibarətdir?

Mədəniyyətin formalaşmasında yüksək rol oynayan komponentlər yüksək şüur, istedad, nümunəvi həyat fəaliyyəti, təşəbbüskarlıq və s. kimi keyfiyyətlərdir. Bu keyfiyyətlərisə özlüyündə hər bir sistemin mədəni komponentlərini formalaşdırır.

Mədəniyyətin formalaşmasının üç səviyyəsini qeyd etmək lazımdır: fərd, cəmiyyət və dövlət. Mədəni dəyərlərin formalaşması isə müxtəlif səviyyələrdə baş verir: fərdi, cəmiyyət və dövlət səviyyəsində. Hər üç səviyyənin özü bir-biri ilə sıx bağlıdır. Çünki fərdlər birləşərək sosial sistemi formalaşdırırlar, sosial sistem isə öz daxili tələbinə uyğun şəkildə dövləti formalaşdırır. Dövlət sinfi cəmiyyətin, siyasi sistemin əsas institutu kimi çıxış edir. Belə olanda hər şey, yəni mədəni dəyərlərin formalaşmasını təmin edən hər üç səviyyə nəticə etibararı ilə baza olaraq yenə də fərdin keyfiyyətlərinə söykənir. Media mədəniyyətinin yüksəldilməsi üçün peşə sahiblərinin fərdi keyfiyyətlərinin və fərdi mədəniyyətinin yüksəldilməsi şərt kimi qarşıya çıxır.

Ortaya başqa bir sual çıxa bilər: Cəmiyyətdə ayrıca götürülmüş halda hər hansı bir peşə sahiblərinin mədəni keyfiyyətlərini yüksəltmək və ya buna nail olmaq mümkündürmü? Və ya – Hansısa ictimai institutu cəmiyyətdən kənar şəkildə inkişaf etdirmək mümkündürmü?

Bildiyimiz kimi, mədəniyyətin şaquli və üfüqi istiqamətlərini fərqləndirirlər. Cəmiyyətdaxili dinamizmlərin hamısı yaxşı təşkilatlanmış, yaxud tam təşkilatlanmamış halda mövcuddur. Onların bir qismi institutlaşmış formada da ola bilər. Necə olursa olsun cəmiyyətdə funksional vahid kimi müəyyən missiya yerinə yetirən və ya yetirməyən institutlaşmalar hamısı bütöv bir sistem içində olduğu üçün onun şərtlərindən birlikdə bəhrələnir. Bu şərtlər yüksək mədəni ictimai zəmin formalaşdırmayana qədər ayrılıqda cəmiyyətdaxili qrupların heç birinin inkişafından danışa bilmərik.

Digər əsas məsələ ondan ibarətdir ki, adını çəkdiyimiz bütün institutlaşmalar cəmiyyətdaxili dialoqu təmin edən vasitələr olduğu üçün həm də bir-birinin keyfiyyətinə təsir göstərir. Nəticə etibarı ilə belə bir qənaətə gələ bilərik ki, bütövlükdə cəmiyyətdaxili ictimai, sosial, siyasi, mədəni institutlar inkişaf etmədikcə konkret bir sahənin inkişafında danışmaq bir qədər çətindir.

Mədəniyyət hadisəsini cəmiyyətdaxili proseslərdə şaquli və üfüqi prizmadan qiymətləndirmək lazımdır. Sual yarana bilər: Mədəniyyətin şaquli və üfüqi istiqamətləri nədir? Təsvir etdiyimiz həndəsi konfigurasıyanın özü elə öz məzmununu diktə edir. Yəni şaquli yüksəlişdir, yuxarıya doğrudur, üfüqi isə cəmiyyətə paraleldir, yana doğrudur. Deməli, cəmiyyətdə keyfiyyət dəyişiklikləri yarada biləcək mədəniyyət hadisəsi mədəniyyətin şaquli formasıdır və ya mədəniyyətin şaquli inkişafıdır.

Şaquli inkişaf özlüyündə ardıcıl olaraq üç mərhələdən keçir: birincisi inkaretmə, ikincisi şübhə etmə, üçüncüsü təsdiq etmə. Inkaretmə cəmiyyətin ənənəvi, bir qədər geri qalmış və ya passiv mövcudluqla müşahidə edilən mədəni dəyərlərini inkar etməkdir. Daha modernist mədəni əlaqənin yaradılması ilə bağlı şübhə etmək. Üçüncü mərhələ şübhələrin doğruluğunu təsdiq etməkdir. Təsdiq etdinizsə, artıq, demək, köhnəni inkar etməklə yenini qəbul edir və təsdiq edirsiniz.

Beləliklə də, cəmiyyətə yeni mədəni keyfiyyət gətirmiş olursunuz. Amma burada paralel olaraq başqa bir proses də baş verir. Mədəniyyətin üfüqi forması

özlüyündə mühafizəkar mahiyyət daşıdığı üçün gələn yeniliklərə qarşı ya passiv neytral olur, ya da onu rədd edir. Belə olanda mədəniyyətin şaquli hadisəsinin mənimsənilməsi və kütləviləşməsi ciddi problemlər yaradır. Bu halda xüsusən mühafizəkar cəmiyyətlərdə şaqulinin üfüqiyyə çevrilməsi hadisəsinin şahidi oluruq.

Hər bir cəmiyyət özünün tənzimləmə və yeniləmə prosesində şaquli mədəniyyət hadisəsinin baş verməsi üçün münbit zəmin hazırlamağı bacarmalıdır. Yalnız belə cəmiyyət inkişaf edə bilər.

Yuxarıda artıq qeyd etdik ki, mədəniyyətin, xüsusən media mədəniyyətinin formalaşması prosesində müxtəlif ictimai institutlar müxtəlif formada iştirak edir. Onların hər birinin bu münasibətlərə gətirdiyi keyfiyyətlər fərqli olur. Bax burada biz medianın multidisiplinar istiqamətlərindən danışa bilərik. Bu mərhələdə media artıq mədəniyyət daşıyıcısı statusunda deyil, mədəniyyət yaradıcısı statusunda qarşımıza çıxır. Bu prosesdə mədəniyyət yaratmaq hadisəsi çoxşaxəli olduğu üçün artıq həm də medianın multidisiplinar funksiyasında danışa bilərik.

Media mədəniyyəti yaradan, istehsal və istehlak edən xüsusi institut kimi dəyərləndirilir. Cəmiyyətin mədəni münasibətlər sistemində diqqət yetirsək görürük ki, media ictimai institut kimi mədəni dəyərləri yaradan, həm onu daşıyıcısı olan, həm də onun kütləviləşməsinə təmin edən vasitədir. Ona görə də indiki mərhələdə yeni media mədəniyyətinin, yaxud multidisiplinar istiqamətlərin hansı keyfiyyətdə olması milli medianın davranışlarından və məsələyə münasibətindən xeyli dərəcədə asılıdır. Bu mənada media həm də müxtəlif cəmiyyətdaxili institutlar arasında körpü yaradan vasitədir. Media bu körpü funksiyasını da layiqincə yerinə yetirməyi bacarmalıdır.

VII Fəsil

Kommunikasiya sistemində Şəxsiyyətin faktoru

XXI əsr - NANA texnologiyalarının inkişaf dövrüdür. Müasir zamanda “effektiv kommunikasiyalar” dedikdə - “informasiya mübadiləsinin əsasında rəhbərlik edən insan effektiv qərarlar qəbul edilməsi imkanını əldə edərək işçilərinə bu haqda məlumatlandırılmasını” başa düşürük.

Yüksək texnologiyaların və müxtəlif növ kommunikasiyaların cərəyan etdiyi vaxtda kommunikasiyalar – təşkil etmənin məqsədlərinə nail olmaq üçün böyük əngəl törədir. Belə qənaətə meneyjmentin bir çox nəzəriyyəçiləri və praktikləri gəlirlər. Təşkilatlarda rabitənin aşağı səviyyəsinin əsas səbəbi - “kommunikasiya – mübadilədir” faktın unudulmasıdır.

Şübhəsiz ki, kommunikasiyanın subyektləri kommunikatorlar və kommunikantlardır. Mübadilə zamanı hər iki tərəf fəal rol oynayır: informasiyanı sadəcə çatdırmaq kifayət deyil, əsas məsələ odur ki, o biri tərəf onu düzgün qavrasın. Beləliklə, kommunikasiya – informasiya mübadiləsinin prosesi və nəticəsidir.

Kommunikasiya prosesinin əsas məqsədi çatdırılan informasiyanı lazımi səviyyədə dərk edilməsinin təminindədir. Kommunikasiya sistemində məlumatı göndərən və qəbul edən ümumi qaydalara cavab verməlidir:

- a) humanitar biliklərin ən azı minimal səviyyəsinə malik olmalıdır;
- b) ümumi simvolik dili (kodu) başa düşməlidir;
- c) kodlaşma üçün və kodlaşmış məlumatın dekodlaşması üçün açarları bilməlidir;

ç) kommunikasiyanın yaranmasına və saxlanılmasına qarşılıqlı surətdə can atmalıdır;

d) həmçinin kommunikanların fon biliklərinə malik olmalıdır, məsələn, ətraf mühitə aid biliklər, cəmiyyətin sosial dəyərləri, mədəniyyətin incəliklərini barədə biliklər və s.

Konkret auditoriyanın diqqətini cəlb etmək məqsədini qarşısına qoyan kommunikator onun sosial oriyentasiyasını, biliklərini və maraqlarını təyin etməlidir. Bundan asılı olaraq informasiyanın forması, həcmi, strukturu, həmçinin çatdırılma və ötürülmə vasitələri seçilir. Xüsusilə də hər istənilən informasiya kommunikasiyasının əsas məqsədinin – mənalı, məzmunlu məlumatın çatdırılmasının realizasiyası üçün xidmət etmir. İnformasiyanın bir hissəsi fonlu olur, digəri isə emosional çalar daşıyır, üçüncüsü isə nələrisə yada salaraq və həmin hal üçün lazımi assosiasiyalarına şərait yaradaraq assosiativ funksiya daşıyır.

Kommunikativ rolun dəqiqləşdirilməsi üçün rol və status arasında mövcud olan qarşılıqlı əlaqələrini təyin edək. Sosial (ictimai) status müəyyən dərəcədə kommunikanların rol münasibətlərini şərtləndirir: kommunikanların sosial statusunu bilərək, biz müəyyən əminliklə onların rol funksiyalarını və ifadə vasitələrini proqnozlaşdırı bilərik. Eyni zamanda kommunikativ rollarına görə kommunikanların sosial (ictimai) statusu barədə fikir söyləmək olar.

“Status” və “rol” terminləri müəyyən dərəcədə “ictimai stereotip” anlayışı ilə bağlıdır. 1922-ci ildə amerikan tədqiqatçısı U.Lippman sosial obyektlərin və hadisələrin sabit obrazlarının adlandırılması və işarəsi üçün bu anlayışı ilk dəfə istifadə edib. Sabit obrazın misalı kimi konservatoru, polisi, fermeri, işsizi və s. gətirmək olar. Sosial obyektlərin stereotipləri həm pozitiv, həm də neqativ tərəflərinə malik ola bilər. Son halda onlar həm şəxsiyyətlərarası, həm də ümummilli səviyyələrində xoşa gəlməz hisslərin yaranmasına səbəb yaradır. Kommunikanların obrazlarının formalaşmasına stereotiplər kommunikativ

normativlərinə, daimiliyinə, sabitliyinə və təkrarlanmasına görə böyük təsir göstərir.

Kommunikasiya prosesi, onun əsas komponentini daxil edərək – kommunikantlar arasında keçirilən informasiya mübadiləsini, kommunikativ sferada həyata keçirilir.

“Kommunikativ sfera” dedikdə biz “müəyyən məlumatın, mesajın çatdırılmasını və qəbul edilməsini özündə ehtiva edən insanın kommunikativ fəaliyyətinin sahəsini” başa düşürük. Kommunikativ sferada: mənəvi, siyasi, iqtisadi, istehlak sferalarında insanların ictimai fəaliyyəti həyata keçir. Kommunikativ sfera kommunikasiyanın bir sıra sosial mənalı xarakteristikalarını integrasiya edir, məsələn, mənalı məlumat, kommunikantların ictimai statusu, onların kommunikativ rollarını və informasiya mübadiləsində motivləşmənin dərəcəsini və bununla belə o, özünə kommunikativ sistemində dominant rolunu təyin edir.

Kommunikativ sfera mesajla, məlumata müxtəlif tərzdə reaksiya göstərir. Hadisələrin (məlumatların) subyektinə görə o özünü “mülayim” - pozitiv, neytral və ya neqativ aparır. Bu mühitin reaksiyası informasiyanın keyfiyyət parametrlərindən asılıdır. Belə ki, məsələn, neqativ məlumat dost mühitin tərəfindən düzgün, yəni şəfqət, rəhm ilə qəbul edilir, düşmən tərəfindən isə - qərəzli, qəsd-qərəz ilə.

“Pozitiv hadisəyə dost mühit tərəflərlə cavab verər, reaksiya göstərər, düşmən tərəf isə - etibarsız, inamsız. Bu reaksiyaların tipləri kommunikativ kampaniyaların planlaşdırılması zamanı modelləşməlidir və nəzərə alınmalıdır ” (Почепцов, 2000 : 23).

Kommunikativ sfera cəmiyyətin ictimai-iqtisadi və mədəni inkişafının səviyyəsi ilə təyin edilir. Kommunikativ sferaları təsnifatının əsas meyarı diskursun informasiya sahəsidir, köməkçi meyarı isə - informasiyanın üsulu və ifadə vasitələridir. Gündəlik-məişət, işgüzar, elmi, ixtisas və bədii-sənət

kommunikativ sferalarını fərqləndirirlər. Bu sferalar, konkret kommunikativ sistemində istifadə olunan dil elementlərinin funksional-üslubi xüsusiyyətləri ilə fərqlənir.

Kommunikasiya sistemində şəxsiyyətin faktorunu düzgün qiymətləndirmək üçün insanlararası kommunikasiyalarının yolunda olan əsas maneələri tədqiq edək, bu maneələri aradan qaldırmaq üçün effektiv qulaq asmanın qaydalarının təhlilini aparaq, həmçinin bu kommunikasiyalarının effektivliyini yüksəltmək vasitələrini nəzərdən keçirdək.

Kommunikasiya prosesinin **əsas səkkiz kateqoriyaları** mövcuddur:

1) informasiyanı göndərən – insan və ya bir qrup insanlar ki, informasiyanı çatdırmaq istəyir;

2) mesaj – informasiyanı göndərən tərəfindən çatdırılan məlumat, məna və ideya;

3) kanal – informasiya çatdırılan vasitə növü: şifahi, yazılı, qeyri-verbal, telefon, internet və s. vasitələrilə;

4) kod – işarə və simvolların sistemi vasitəsilə mesajın mənasının çatdırılması; kod kimi səslənən sözlər, yazılan mətnlər, jestlər, mimika, şərti siqnallar ola bilər;

5) kontekst – fərqli individual mənalara və assosiasiyalara dolu xarici mühit, situasiya, atmosfera, mənzərə;

6) informasiyanı qəbul edən - insan və ya bir qrup insanlar ki, onlara informasiyanı göndərən məlumatı çatdırmaq istəyir;

7) səs-küy, xırıltılar – məlumatın mənasını təhrif edir, pozur, korlayır, dəyişir;

8) qarşı, müqabil əlaqə - çatdırılan məlumata informasiyanı qəbul edənin reaksiyası, cavabı.

Beləliklə, kommunikasiya prosesinin bir neçə **mərhələləri** mövcuddur:

- 1) göndərən insan tərəfindən məlumatın formalaşması – ideyanın düsturlaşdırılması, formulirovkası, məlumatı çatdırmaq ehtiyacının dərk edilməsi;
- 2) əlaqə kanalının seçimi və kod sistemin vasitəsilə informasiyanı göndərən insan tərəfindən kodlaşmış mesajın çatdırılması;
- 3) informasiyanı qəbul edən insan tərəfindən kodlaşmış mesajın qavranılması;
- 4) kodun başa düşülməsi və mesaj ideyasının formulə edilməsi;
- 5) qəbul olunan mesaja reaksiyası.

Qeyd etmək lazımdır ki, kodun mükəmməl olmadığına görə, kontekst interpretasiyasının fərqliliyi və müxtəlif səs-küylərin nəticəsində kommunikativ prosesinin hər mərhələsində qəbul olunan mesajın mənası ilkin mənadan əsaslı şəkildə fərqlənə bilər.

Kommunikasiyanın bir sıra spesifik amilləri mövcuddur. Şəxsiyyətin özünəməxsus xüsusiyyətlərini və kommunikasiya proseslərinə olan təsirlərini qiymətləndirərək, əsas cəhətlərini rəsmi-şəxsi əlamətləri, ələlxüsüs cins, yaş, ailə vəziyyətini qeyd etmək lazımdır. Hər bir sositumda (kişi, qadın, uşaq) öz qaydalar mövcuddur. Bu xüsusiyyətlərdən başqa kommunikasiyaya mahiyyətli təsir xarakterin individual psixoloji cəhətləri göstərir. Onlara aiddir:

- 1) Ünsiyyət qabiliyyəti – insanın başqa insanlar ilə müxtəlif əlaqələrə, kontakta girmək tələbatında ifadə olunur. Ünsiyyət qabiliyyəti temperamentin növü ilə təyin edilir.
- 2) Kontakta girmək qabiliyyəti – qarşılıqlı razılıq və inam əsasında münasibətləri formalaşdırmaq.
- 3) Kommunikativ uyğunluq – bir-birilə qarşılıqlı məmnunluq səmimi mühiti, atmosferanı yaratmağa hazırlıq və bacarıq.
- 4) Uyğunlaşma, adaptasiya – adət olunan anlayışların və qərarların yenidən baxılmasına hazırlıq, dəyişilən hallarla, vəziyyətlərə, hadisələrə dərhal, çevik

reaksiya vermək bacarığı. Yaxşı adaptasiya ünsiyyət zamanı şəxsi azadlığın ən yüksək dərəcəsi deməkdir.

- 5) Özünü nəzarət etmək qabiliyyəti – ünsiyyət zamanı sosial adekvatlığı əldə etmək məqsədilə keçirilən özünü müşahidə və özünü analiz etmək qabiliyyətidir.
- 6) Şəxsiyyətin özünü dərk etmək qabiliyyəti – ətraf mühitdə baş verən olayları öz şəxsi daxili və ya xarici hərəkətlərinə istiqamətləndirmək individin sabit xüsusiyyətidir. Özünüdərk üç aspekti mövcuddur:
 - a) şəxsi idrak – özünə və fikirlərinə xarici olan;
 - b) özü haqqında bir subyekt kimi kənar insanların ictimai fikri;
 - c) ictimai narahatçılıq – başqa insanların yanında diskomfort hissi.

Fərqli mədəniyyətlərdə adı çəkilən üç aspekt müxtəlif prioritetlərə malikdir.

- 7) Kommunikativ anlama – ünsiyyətin müəyyən üslubuna istənilən şəxsiyyət üçün tipik olan oriyentasiya. Kommunikativ anlama onda yüksək olur nə vaxt ki, insan tənhalığa meyli olur, ictimai izolyasiyada qalır. Başqa sözlə desək, bağlı, qapalı, konservativ, təcrid olunmağa meyli olan insanlar fərdi daha düz və dəqiq hiss edir, nəinki sosial cəhətdən müvəffəqiyyət qazanmış individlər.

Xüsusi qeyd etmək lazımdır ki, kommunikasiyanın situativ amilləri mövcuddur. İnsanların ünsiyyəti spesifik situasiyada və ya konkret sosio-mədəni mühitdə baş verir. Bundan başqa, bizə o ünsiyyət forması təsir edir ki, orada çoxlu iştirakçılar olsun. Sosial qrup dedikdə ümumi maraqları, mədəni normaları və dəyərləri olan iki və ya daha çox individlərinin birləşməsini nəzərdə tuturuq.

Bir insan müxtəlif qrupların (rasanın, ailənin, tələbələrin, cinsin) üzvü ola bilər. Kommunikativ rola müvafiq olaraq hər fərddən davranışın müəyyən tipi və ya modeli gözlənilir. Müxtəlif mədəniyyətlərdə bu tiplər ya modellər fərqli ola bilər. İstənilən mədəniyyətdə məhdudlaşdırılmış məna cinsdən asılı olan rola malikdir. Hesab olunur ki, individual mədəniyyətlərdə üfüqi əlaqələr (bərabərlik prinsipinə riayət edərək), kollektivdə isə şaquli əlaqələr (müdür və təbə olanlar

prinsipi) daha mahiyyətlidir. Buradan da inkulturasiya və sosializasiya məsələləri irəli gəlir.

Hər bir insan cəmiyyətdə yaşayır və buna görə sosial integrasiya böyük məna kəsb edir. Uşaqlıqdan insan cəmiyyətdə qəbul olunmuş davranış qaydalarını, düşüncə tərzlərini öyrənir, ta onlar adət halına çevrilməyinə qədər. Yəni individ tərəfindən lazımi dərəcədə biliklərin, bacarıqların, vərdişlərin və mədəniyyətin ictimai həyatın normalarının mənimsənilməsi humanitar elmlərdə “inkulturasiya” və “sosializasiya” terminləri ilə işarələnir. “**Pattern**” isə - təfəkkür, davranış, hərəkətlərinin ardıcıl olması və düşüncələrin formalaşması, realıq barədə müəyyən anlayışları əks etdirən müxtəlif mədəni formalar və simvolların texnologiyalarının sabit birləşmələridir.

Sosializasiya – individin sosial mühitə harmonik şəkildə daxil olunmasıdır, cəmiyyətin bir üzvü kimi sərbəst hərəkət etməyə imkan yaradan dəyərlər sisteminin qavranılmasıdır. Hər bir mədəniyyətdə qəbul olunmuş davranışa müvafiq özlərinə uyğun öyrətmə üslubları formalaşır.

Sosializasiyadan fərqli olaraq “inkulturasiya” anlayışı müəyyən mədəniyyətdə fərdin ənənələrə və davranış normalarına öyrənilməsini nəzərdə tutur.

İnkulturasiya əsas insani amillərin formalaşmasını özündə ehtiva edir, məsələn, fərqli insanlarla ünsiyyət formaları, davranış normaları, ətraf mühitin müxtəlif hadisələrinə qiymətləndirici münasibət.

İnkulturasiya prosesi sosializasiya prosesindən daha mürəkkəbdir və uzunmüddətlidir çünki mədəni normaların, dəyərlərin, ənənələrin, qaydaların mənimsənilməsi daha gec olur.

İnkulturasiya prosesinin mahiyyəti aşağıdakı biliklərin və bacarıqlarının öyrənilməsini özündə ehtiva edir:

1) həyat üçün təminat – ixtisas üzrə fəaliyyət, ev işləri, əmlakın əldə olunması və istifadəsi, xidmətlər;

2) şəxsi inkişaf – ümumi və ixtisas üzrə əldə olunan təhsil, ictimai fəallıq, xoşladığı məşğullıyyət (hobbi);

3) sosial (ictimai) kommunikasiya – formal və qeyri-formal ünsiyyət, səyahətlər, idman;

4) təbii enerjinin yenidən bərpa olunması – qidanın istifadəsi, şəxsi gigiyenaya riayət edilməsi, passiv istirahət və yuxu.

Şübhəsiz ki, inkulturasıya və sosializasiya proseslərinin müəyyən məqsədləri mövcuddur. Amerikan alimi Nid “inteqrasiya” dedikdə ümumiyyətlə sosial elmi başa düşür, “inkulturasıya” isə spesifik mədəniyyətdə başlanğıcların öyrənilməsinin real prosesidir.

Demək olar əksəriyyət hesab edir ki, sosializasiya daha universaldır, inkulturasıya isə konkret olaraq spesifikdir.

İnkulturasıyanın nəticəsində insan onu əhatə edən sosial mühitdə oriyentasiyasını sərbəst şəkildə seçməyə, həmçinin ondan əvvəlki nəsillər tərəfindən yaradılan mədəniyyət predmetlərindən istifadə etməyə, fiziki və əqli əməyinin nəticələri ilə mübadilə etməyə malik olur.

Sosializasiya nəticəsində sərbəst şəkildə tələb olunan sosial roları icra edərək insan cəmiyyətin tamhüquqlu üzvünə çevrilir. Bununla belə mədəni spesifikliyinə diqqət yetirmək lazım deyil.

Onu da qeyd etmək zəruridir ki, inkulturasıyanın psixoloji mexanizmləri də məlumdur. İnsan yaşadığı həyatı boyu öz baxışlarını, vərdişlərini, adətlərini, zövqünü vaxtaşırı dəyişir. Bütün dəyişikliklər bilavasitə sosial mühitin təsiri altında baş verir, əks halda inkulturasıya mümkün ola bilməz. Belə ki, istənilən məlumatın ötürülməsinin üslubları aşağıdakılardır:

- a) Şaquli transmissiyanın nəticəsində sosiomədəni məlumat valideynlərdən uşaqlara ötürülür;

- b) Üfüqi transmissiyanın nəticəsində mədəni təcrübənin mənimsənilməsi, yaşlılarla, tay-tuşlarla ünsiyyət zamanı baş verir;
- c) Dolayı, gizli transmissiyanın nəticəsində individ onu əhatə edən insanlardan (qonşulardan, müəllimlərindən, və s.) məlumatı qəbul edir.

İnkulturasiya prosesində böyük sayda insanlar və ictimai institutları iştirak edir. Onlar, öz növbəsində, agent və institutların adlarını müvafiq olaraq əldə edib. İcra olunan funksiyasından asılı olaraq onları bir neçə qruplara bölmək olar:

- 1) Himayəçilər – uşağın fiziki və emosional tələbatını ödəyənlər, ona baxanlar;
- 2) Avtoritetlər, ağsaqqal funksiyasını icra edən – öz şəxsi nümunəsində uşağa mədəni normalarını və dəyərlərini öyrədənlər;
- 3) Nizam-intizama öyrədənlər – cəzalarla məşğul olanlar;
- 4) Tərbiyəçilər – sosiomədəni biliklərin və verdişlərin məqsədyönlü ötürülməsi;
- 5) Şəriklər – müştərək, birgə fəaliyyət göstərən, insan ilə eyni mövqeyə malik olan agentlər və institutlar;
- 6) Bir yerdə yaşayanlar – yəni individ ilə bir evdə, mənzildə, eyni bir damın altında yaşayanlar.

Bütün bu funksiyalar ailə, məktəb, KİV, marağa görə qrupların vasitəsilə icra edilir. Həyat yolunun müxtəlif mərhələlərində bu funksiyalar fərqli realizasiya olunur (icra edilir).

Beş yaşına qədər ailə ilə münasibətlər təyinedici olur. İnkulturasianın erkən dövrünün əsas məqsədi – digər insanlara bağlılığın motivasiyasının formalaşmasıdır. Bunlar inamda, qulaq asmaqda, kiməsə xoş olsun deyə formalarında ifadə olunur.

Beş və on beş yaş arasında olan uşağa inkulturasianın digər amilləri təsir edir - yaşlılarla ümumi olanlar, məktəb, tanımadığı insanlarla kontaktlar. Belə əlaqələrin nəticəsində uşaqlar təcrübi nəticə almaq məqsədilə fərqli əşyalar ilə

əmaliyyat aparmağa öyrənir, abstrakt təfəkkürə malik olur, emosional sferaları inkişaf edir.

İnkulturasiya prosesinin psixoloji mexanizmləri məlumdur:

1) İmitasiya (təqlid etmə) – davranışın müəyyən modellərinə uşağın süurlu şəkildə yamsılamaq cəhdidir. Nümunə kimi valideynlər, sonradan müəllimlər, kənardan olan insanlar çıxış edir. İllər keçdikcə o, öz uşaqlarını belə tərzdə öyrədəcək.

2) İdentifikasiya – uşaqların valideynlərinin davranışı, müəyyən normaları və dəyərlərinin mənimsənilməsinin üslubudur.

3) Həya, abır hisslərinin yaranması, əgər xoşagəlməyən hərəkətin tutulması, ifşa olunması baş verir.

4) Təqsir hissi – onun yaranması üçün vicdan əzabı kifayətdir. İnsanın özü özünü cəzalandırmağından söhbət gedir.

Burada **mədəni dinamika** və onun əsas formaları müşahidə edilir. Mədəni dinamika – istənilən xalqın mədəniyyətində baş verən dəyişikliklər. Mədəni dinamika xarici və daxili amillərin təsiri altında mədəniyyətdə və insanda baş verən bütün növ dəyişiklikləri özündə ehtiva edir.

Mədəni antropologiyada mədəni dinamikanın aşağıdakı mənbələrini qeyd etmək lazımdır:

1) İnnovasiyalar – insanların həyat şəraitlərinin dəyişikliklərə və təfəkkürünün yeni növünün formalaşmasına və ya dünyanın qavranılmasına istiqamətləndirərək yeni obrazların, simvolların, normaların və davranış qaydaların, fəaliyyətin yeni formaların ixtirası, icadı.

2) Mədəni irsə müraciət – yeni şəraitdə cəmiyyətin və onun tarixi təcrübəsinin mədəni nailiyyətlərinin yenidən qiymətləndirilməsi və həyata keçməsi.

3) Mədəni alınmalar – fərqli mədəniyyətlərdə yaranan və qiymətləndirilən predmetlərin, davranış normalarının, dəyərlərin istifadəsi. Mədəni dinamikasının bu növü o hallarda inkişaf edir ki, bir mədəniyyət digər mədəniyyətinin təsiri altına düşür. Mədəni alınmalar vasitəli və vasitəsiz əlaqələr prosesində baş verir (KİV, istifadə olunan məhsullar, yaranan təşkilatlar). Lakin alınma prosesi zamanı xalq-resipiyent hər şeyi mənimsəmir, yalnız öz mədəniyyətinə yaxın olanı, ona aşkar və ya gizli formada fayda, mənfəət gətirəni və nəticədə digər xalqların qabağında ona üstünlük verəni mənimsəyir. Mədəni alınmalarının xarakterini, səviyyəsini və effektivliyini aşağıdakı amillər təyin edir:

- a) əlaqələrin intensivliyi;
- b) beynəlxalq əlaqələrin şərtləri (könüllü və ya məcburi şəkildə baş verənlər);
- c) cəmiyyətin differensiasiya dərəcəsi, yəni yenilikləri qəbul etməyə hazır olan sosiomədəni qruplarının mövcudluğu;
- d) dəb.

4) Sintez – müxtəlif mədəni elementlərinin qarşılıqlı əməkdaşlığı və birləşməsi nəticəsində tərkib komponentlərindən fərqlənən və özəl, özünəməxsus xüsusiyyətlərinə malik olan yeni mədəni hadisənin yaranmasıdır. Əgər istənilən mədəniyyətin bəzi sahələrində yüksək nailiyyətləri, uğurları mövcud deyil, onda o, öz spesifikliyini qoruyub saxlamaq şərti ilə onları digər mədəniyyətdən mənimsəyir və bu halda sintez baş verir, məsələn, Sinqapur, Tayvan, Cənubi Koreya, Makao.

Çağdaş zamanda **mədəni diffuziya** və onun müasir kontekstləri mövcuddur. Mədəni diffuziya – qarşılıqlı əməkdaşlıq nəticəsində mədəniyyət hadisələrinin və ya bir mədəniyyətdən digərinə bütöv mədəni komplekslərinin qarşılıqlı daxil olunmasıdır. Mədəni qarşılıqlı əməkdaşlıq – ya təsirsiz keçən prosesdir, ya da əməkdaşlıq edən mədəniyyətlərinin güclü təsiri ilə olan mədəni əlaqədir, məsələn, Avropa Şurasına daxil olan ölkələrin mədəniyyətləri. Mədəni diffuziya kanalları – miqrasiya, turizm, missionerlərin fəaliyyəti, ticarət, müharibə, elmi konfranslar, yarmarkalar, mütəxəssis mübadiləsidir və s. Mədəni diffuziya iki növdə olur:

- a) şaquli – stratifikasiya, bu halda bir mədəniyyət digərinə tabe olur;
- b) üfüqi – bu halda mədəniyyətlər eynihüquqlu münasibətləridə olur.

Xüsusi qeyd etmək lazımdır ki, XX əsrin əvvəllərində amerikan antropoloqları – Redfild, Linton və Xerskovits tərəfindən akkulturasiya proseslərinin tədqiqi başlanıb. Beləliklə, “akkulturasiya” anlayışını və mahiyyətini izah etmək zəruridir.

Əvvəllər akkulturasıyanı müxtəlif mədəniyyətləri təqdim edən qruplarının uzunmüddətli ünsiyyətinin nəticəsi kimi təhlil edirdilər. Belə halda hər iki qruplarda ilkin mədəni modellərinin dəyişiklikləri vasitəsilə akkulturasıya ifadə olunurdu.

Hesab olunurdu ki, bu proseslər avtomatik şəkildə baş verir, mədəniyyətlər qarışır və mədəni və etnik birnövlülük vəziyyəti əldə olunur. Başqa sözlə desək, akkulturasıya qrupun fenomeni, hadisəsi kimi başa düşülürdü.

Hal-hazırda akkulturasıyanı individin psixologiyası səviyyəsində təhlil edirlər. Beləliklə, **akkulturasıya** – müxtəlif mədəniyyətlərinin qarşılıqlı təsirin prosesidir və bir mədəniyyətin bütün və ya bəzi nümayəndələri tərəfindən “donor” adlanan digər mədəniyyətin normalarını, dəyərlərini və ənənələrini mənimsəməyin nəticəsidir.

Akkulturasıyanın assimilyasiya, separasiya, segreqasiya, marginalizasiya, integrasiya kimi əsas formaları mövcuddur.

Assimilyasiya – akkulturasıyanın variantıdır. Bu hal baş verəndə individ öz mədəni identikliyindən (eyniyyətindən, normalarından, dəyərlərindən) imtina edərək digər mədəniyyətin normalarını, dəyərlərini və ənənələrini qəbul edir.

Separasiya (aralama) - yalnız öz mədəniyyətinin identifikasiyasının saxlanması ilə yanaşı digər mədəniyyətinin inkarıdır.

Separasiyanın növlərindən biri segreqasiyadır. **Segreqasiya** olanda dominant mədəniyyət asılı mədəniyyətinin nümayəndələrini izolyasiya (təcrid) edir. Segreqasiya məcburi şəkildə olan separasiyadır.

Marginalizasiya – öz mədəniyyət identikliyinın itirilməsindən xəbər verən və üstünlüyü təşkil edən mədəniyyət identikliyinın olmamasının hadisəsidir. Bu hal mədəniyyətin dominantlığına görə baş verir, çünki dominant mədəniyyət digər mədəniyyətlərinə görə zorakılıq edir.

İnteqrasiya – həm öz, həm də yeni mədəniyyətlərinin identifikasiyasıdır.

Akkulturasiyanın əsas məqsədi və nəticəsi özgə mədəniyyətinə uzunmüddətli adaptasiyasıdır. Akkulturasiya aşağıdakı aspektlərdə təhlil olunur:

a) psixoloji – özgə mədəniyyətinin çərçivəsində psixoloji məmnunluğunun əldə olunmasını nəzərdə tutur;

b) sosiomədəni – yeni mədəniyyətdə sərbəst şəkildə hərəkət etmək, ailədə, məişətdə, iş yerində gündəlik problemlərini həll etmək bacarıqlarını özündə ehtiva edir;

c) iqtisadi – iş fəaliyyətini nəzərdə tutur.

Uyğunlaşmanın (adaptasiyanın) bütün növlərinin mövcudluğu olanda individ tam məmnunluğu hiss edir.

Akkulturasiyanı kommunikasiya kimi təhlil edirlər. Ünsiyyətin uzunmüddətli təcrübəsindən irəli gələrək insanlar yeni şəraitdə nə lazımdırsa onu tədqiq edir. İstənilən ünsiyyətin üç aspekti mövcuddur:

- 1) kognitif – öyrənilən;
- 2) affektiv – bir-birinə individlərin təsiri;
- 3) davranış – özgə mədəniyyətinə xas olan normalarının, dəyərlərinin, ənənələrinin qəbulu.

Biz tədrisçən müxtəlif bilikləri və bacarıqları əldə edirik. Məsələn, texniki – dilin öyrənilməsi, telefon vasitəsilə əlaqənin yaranması, alış-veriş bacarığı, vergilərin ödənilməsi; sosial (ictimai) – özgə mədəniyyətinə xas olan qaydaların və normaların sisteminə riayət edilməsi.

Özgə mədəniyyətinə tamamilə uyğunlaşma (adaptasiya) o deməkdir ki, kommunikasiyanın üç aspekti eyni zamanda və yaxşı səviyyədə balanslaşdırılıb (tarazlanıb).

Şübhəsiz ki, dil və mədəniyyətin, onların qarşılıqlı münasibətlərinin xüsusi rolu var. Dell Hathavey Xayms dil və mədəniyyətin qarşılıqlı münasibətlərinə olan dörd əsas yanaşmanı birləşdirir və xüsusi qeyd edir:

1) Dil – ilkindir, yəni o mədəniyyətin yaranmasının və inkişafının mənbəsidir, səbəbidir, amilidir.

2) Mədəniyyətin qalan hissəsi (dildən savayı) ilkindir, yəni dil ikinci dərəcəlidir.

3) Nə dil, nə mədəniyyətin qalan hissəsi ilkin deyil, onlar qarşılıqlı təyinedici kimi təhlil olunur.

4) Nə dil, nə mədəniyyətin qalan hissəsi ilkin deyil, hər birisi əsasında olan amil vasitəsilə təyin edilir, məsələn, milli xarakterə baxış amil kimi ola bilər (Hymes, *Language in Culture and Society*, 1964, p.71.).

Əksəriyyət tərəfindən daha əlverişli Alfred Nors Uaytxedin nəzər nöqtəsidir: “Bəşəri sivilizasiya inkişaf edilən sivilizasiyanın nəticəsidir”.

Kommunikasiya prosesinin əsas **tipləri** aşağıdakılardır: *insanlararası* və *təşkilatı*.

Nəzərə alsaq ki, insanlararası kommunikasiyalarının problemləri insanların özünəməxsus individual xüsusiyyətlərində və mesajın çatdırılmasının kontekstində

cəmləşir, təşkili kommunikasiyalarının əsas fokusu isə mesajların çatdırılmasının effektiv sisteminin yaradılmasıdır.

İnsanlararası kommunikasiyalarının yolunda olan əsas maneələr aşağıdakılardır:

a) **qavrayış maneələri** – mesajın məna interpretasiyasının birmənalı olmamağından irəli gəlir, o da, öz növbəsində, individual kontekstlərin fərqliliyindən asılıdır; çox hallarda bu özünü kompetentlik və insanlar tərəfindən şərtləndirilən maneələr sferaları arasında konfliktlər kimi büruzə verir;

b) **semantik maneələri** – sözlərin məna çalarlarının başa düşülməsinin birmənalı olmamağından, nitqin paralingvistik (intonasiya, ton, sürət) və qeyri-verbal (jestlər, mimika, poza, duruş, baxış) faktorlarından irəli gəlir;

c) **qarşı əlaqənin maneələri** – informasiyanı göndərən insana onun mesajının düzgün qavranması haqqında kifayət qədər məlumat verməyən qeyri-effektiv müqabil əlaqə;

d) **qulaq asmaq qabiliyyətinin yoxluğu** – insanlar daha çox öz daxili dünyanın ekspressiyasına meyl göstərir, nəyinki xarici informasiyanın qavranmasına və yaxud analizinə.

Məsələ ondadır ki, effektiv qulaq asmağın on qaydası mövcuddur:

- 1) ilk öncə susmaq lazımdır;
- 2) danışan insana sakit olmağa şərait yaradın;
- 3) göstərin ki, siz qulaq asmağa hazırsız;
- 4) qıcıqlandırıcı məqamları aradan qaldırın;
- 5) danışan insana həmrəylinizi göstərin;
- 6) dözümlü, səbirli olun;
- 7) xarakterinizi tənzimləyin;
- 8) mübahisənin və tənqidin qarşısını alın;
- 9) danışan insanın sözünü kəsməyin;

10) söhbətə olan marağınızı göstərin.

Şəxsiyyətlərarası münasibətlərinin effektivliyini qaldıran kifayət qədər üslublar mövcuddur. Məsələn:

- 1) öz ideya və fikirlərinizi başqa insanlara səsləndirməkdən öncə aydın şəkildə dərk edin;
- 2) mümkün olan semantik problemlərinə qarşı açıq, başa düşən olun;
- 3) üzünüzün, jestlərinizin, pozanın, intonasiyanın ifadəsinə nəzarət edin;
- 4) başa düşmək hazır olmağınızı ifadə edin;
- 5) müxtəlif üsulların vasitəsilə, misal üçün: suallar verin, xahiş edin həmsöhbətçil sizin fikirlərinizi təkrar etsin - əks əlaqəni yaratmağa çalışın;
- 6) həmsöhbətçilin pozasını (oturuşunu-duruşunu), jestlərini və intonasiyasını düzgün qiymətləndirin çünki onlar istənilən fikrin başa düşülməməsinə, çətinliyinə işarə edə bilər;
- 7) söhbətin ilkin nəticələrinə nəzarət edin;
- 8) həmişə müxtəlif suallara cavab verməyə hazır olun.

Təşkilatı kommunikasiyalarının yolunda olan əsas maneələr aşağıdakılardır:

1) **Mesajların düzgün çatdırılmaması** – səbəblər müxtəlif ola bilər:

a) təsadüfən, şəxsiyyətlərarası kommunikasiyalarında müəyyən çətinliklərə görə;

b) məqsədyönlü, istənilən şəxs mesajdan narazı olanda öz maraqlarına uyğun olaraq bilərəkdən mesajın məzmununu dəyişdirir;

c) filtrasiya, təhlil nəticəsində;

ç) təbəqə fərqliliklərinə görə;

d) cəza almağının qorxusuna görə;

e) kommunikasiyanın mənasız olduğuna görə.

2) *İnformasiyanın artıq dərəcədə olan yüklənməsi* – sistemin və ona daxil olan insanların məlumatı dərk etmək real imkanlarının artıq dərəcədə artırılması;

3) *Təşkilatın qeyri-effektiv strukturu* – təşkilatda nə qədər yüksək hakimiyyət olsa (iyerarxik səviyyələrinin sayı), bir o qədər məlumatın dəyişilməsinin yeri ola bilər;

4) *Personalın qeyri-kompetent olmağı* – kommunikativ, professional və metodoloji;

5) *İş təşkil olunmasının və vəzifələrinin bölünməsinin qeyri-effektiv üslubu*;

6) *Şöbələrin və insanların arasında mövcud ola bilən konfliktlər, münaqişələr, mübahisələr, ziddiyyətlər.*

Təşkilatı kommunikasiyalarının effektivliyini qaldıran yollar mövcuddur:

- a) əks əlaqə sistemlərini yaratmaq;
- b) məlumat axınını idarə etmək;
- c) üfüqi və şaquli istiqamətlərində məlumat mübadiləsinin asanlığına kömək edən və idarə etmə ilə əlaqədar tədbirlər görmək;
- ç) təkliflərin qəbul olunması sistemini yaratmaq;
- d) təşkilatdaxili məlumat sistemlərini, korporativ nəşriyyatları, qəzetləri, stendləri, interneti və s. istifadə etmək;
- e) yeni informasiya texnologiyalarının nailiyyətlərini tətbiq edin.

Ünsiyyət zamanı arqumentasiya (dəlillərin gətirilməsi) kommunikativ üsul kimi individə göstərilən güclü təsirə malikdir. “Arqumentasiya” termini latın dilindən “argumentum” sözündən götürülüb və fikrin (konsepsiyanın, nəzəriyyənin) doğru olmasının təsdiqi üçün gətirilən dəlillər deməkdir. Arqumentasiya – nəyisə sübut edən subyektin şəxsi anlamının və digər tərəfin anlamı və müəyyən fikri qəbul etməsi məqsədilə gətirdiyi arqumenti, dəlilləri öz nəzər nöqtəsini əsaslandırmağına xidmət edən üsuldur. Şəxsi anlam üçün və resipiyenti (məlumatı qəbul edən tərəfi)

inandırmaq üçün argument, dəlil gətirən şəxs belə vəziyyətdə əsaslı məqamları (bəraəti, sübutları, faktları) axtarır. Məişət səviyyəsində olan əsaslardan başqa tezis dinə, ənənənin gücünə, nüfuzlu insanın fikrinə, hətta kütlələrin əhvali-ruhiyyəsinə əsaslanı bilər.

“Kommunikativ planda argumentasiya – resipiyentə argumentatorun tezisində qeydə alınmış məlumatın ötürülməsi, izahı və inandırılması prosesidir. Bu prosesin son nəticəsi – müəyyən inamın, əqidənin formalaşmasıdır. Argumentasiya o halda bu məqsədə nail ola bilər ki, əgər resipiyent: a) dərk edib, b) başa düşüb, c) argumentatorun tezisini qəbul edib” (Логика, 1994 : 217).

Kommunikativ subyekt-obyekt münasibətlərində qarşılıqlı əməkdaşlıq prosesi ilkin, argumentləşdirilmiş ikinci qəbul edən tərəfə doğru gedir və argumentatorun həqiqi dəlillərinin axtarışı, əldə edilən informasiyanın ötürülməsi və resipiyent tərəfindən qəbul edilməsi ilə bağlıdır. Kommunikativ prosesdə argumentasiyadan başqa resipiyentin təxəyyülünə, emosiyalarına, süuraltına tematik obrazlı, ritmik, səsli, rəngli, duyğulu, iylərlə bağlı və digər assosiasiyalar fəal təsir göstərə bilər. Belə təlqinin effektivliyi obyektin inandırılmasının spesifik xüsusiyyətlərindən asılıdır. Kommunikativ prosesdə məntiqi və təlqinli əsaslar sıx əlaqədə çıxış edir, obyekt ilə subyekt isə daima yerləri ilə dəyişir.

Argumentasiya strukturunun bütün elementləri (məntiqi və təlqinli hərəkətlərinin komponentləri) kommunikativ prosesində iştirak edir. Tezis və əsaslar məntiqi əsaslandırılmasının ən vacib tərkib hissələridir. Tezisi formalaşdırmaq üçün aşağıdakı suala mütləq cavab vermək lazımdır: “Nəyi əsaslandırmaq lazımdır?” Argumentasiya prosesində iştirak edən dəlillər tezis ətrafında birləşir və onun təhlili üçün xidmət edir.

Məntiqdə tezis, yunan dilindən götürülən “thesis” sözüdür, - sübutu, təsdiqi tələb edən söyləmdir. Kommunikativ prosesdə hər tərəf öz tezisinin tərəfini saxlaya bilər. Resipiyentin təhlili üçün təqdim olunan istənilən fikir tezis kimi çıxış edə bilər. Tezis kimi kiminsə fikri və ya hansısa nəzəriyyənin əsasları öz

mövqeyini əsaslandırılması üçün təqdim oluna bilər. İstənilən tezis müvafiq arqumentasiyasını tələb edir.

Əsaslar suala cavab verir: “Təqdim edilən vəziyyət nə ilə əsaslanır?” Dəlil kimi müəyyən konkret fikir istifadə oluna bilər. Onların seçiminə arqumentatorun subyektivizmi təsir göstərir, buna görə əsas kimi seçilmiş arqumentlər, hamıya aydın ola bilməz. Elmi sahədə əsas kimi qanun götürülür, məişətdə isə kult xidmətçisinin nüfuzu, liderin ifadələri, ənənəvi tərif, izahat, interpretasiya, ictimai fikir və s. ola bilər.

Şəxsiyyətlərarası kommunikativ proseslərinin effektivliyi köklü sürətdə düzgün və vaxtında olan arqumentasiyanın müxtəlif növlərinin həm ayrı-ayrılıqda, həm birləşmədə tətbiqindən asılıdır.

Kommunikativ xüsusiyyətlərinin nəzər nöqtəsindən təhlil olunan arqumentasiyalı proseslər çox fərqlidir. “Müzakirə nitqlərin işi (məhiyyəti) – boşboğazlıq etmək və ya yayındırmaqdır.... O ki qaldı məhkəmədə olan nitqlərə, onların işi – təqsirləndirmək və ya bəraət qazandırmaqdır...Epideytik nitqin işi – tərifləmək və ya tənbeh etməkdir....” (Аристотель, 1978 : 25).

Nitqin hər növünün arqumentasiyasının öz spesifikasiyası mövcuddur və, müvafiq olaraq, arqumentasiyanın müxtəlif növlərinin tətbiqini tələb edir. Dialogi kommunikasiyalarında tez-tez dəlillər, sübutlar istifadə edilir.

Dəlil – arqumentasiyanın bir növüdür ki, gətirilən tezis sübut olunan arqumentlərindən çıxarılır. Beləliklə, tezis həqiqi olması qəbul edilir. Dəlil eyni zamanda söyləmin, fikrin, nəzəriyyənin həqiqiliyinin sübut olunması prosesini təqdim edir. Sübutların əsasında *bilavasitə gətirilən dəlildə* birbaşa tezis düzlüyü aydın olur. *Bilvasitə (dolayısı ilə) gətirilən dəlil* olanda tezis barədə bütün mövcud olan və onu inkar edən fikirlər təkzib edilir, bu da onu həqiqi tezis hesab etməyə imkan yaradır.

Bilvasitə (dolayısı ilə) gətirilən apaqoqik (latın dilindən “apagoge” – mətləbdən uzaqlaşdıran, qaçırdan) dəlildə əvvəlcədən həqiqət kimi qəbul olunan antitezisdə nəticələr çıxarılır. Yalan təyin ediləndə, heç olmasa nəticələrdən biri antitezisi yalnız qəbul edir, tezis isə, müvafiq olaraq, həqiqi kimi müəyyənləşir. Məsələn, sükan arxasında əyləşən sürücü necə polisə tezisi sübut edə bilər ki, o, alkoqol (spirtli) içkilərindən istifadə etməyib? İnspektor, sürücü içkili ola bilər faktını təxmini düşünsə, mütləq alkoqolun müəyyən konsentrasiyanı nəfəs vermək prosesində və ya sürücünün qanında spirtin mövcudluğunu yoxlamalıdır. Əgər qeyd olunan göstəricilər normasındadır, o deməkdir, sürücü alkoqoldan istifadə etməyib, yəni antitezis (mümkün olan içkinin təxmin olunması) düz deyil, halbuki tezis ki, sürücü ayıqdır – həqiqətdir.

Təsdiq o hallarda böyük rol oynayır ki, kommunikativ münasibətlərdə fərziyyələr istifadə edilir. Problemlə vəziyyətlərinin yaranması zamanı müxtəlif fərziyyələr irəli sürülür, lakin onların həqiqi olması hələ ki sübut olunmur. Fərziyyə mövqeyindən həqiqi nəticələr çıxarılır. Faktlar fərziyyələri təsdiq edir, əgər onlar fərziyyədən deduktiv şəkildə çıxarılır və ona zidd olmur.

Müəyyən praktiki və əqli, zehni (mental) hərəkətlərinin *bəraəti* mənəvi və ya hüquqi normalarının, qiymətlərinin, razılaşmalarının, maraqlarının, motivlərinin sübutları kimi gətirilməkdədir. Bəraət təyinedici və qiymətləndirici formada təqdim olunur və “yaxşı”, “pis”, “bərabər şəkildə”, “fərqi yoxdur”, “düzdür” kimi sözlərlə müşayiət edilir. Bəraət üsulları tez-tez tərbiyəverici söhbətlərdə, iclaslarda və mitinqlərdə çıxış zamanı istifadə edilir. Müəyyən bir sosial mühitdə qəbul edilən bəraətli səbəblər, digər sositumda qəbul olunmaya bilər.

İzahat istənilən hadisə nəyin nəticəsində olur və onun işarəsi vasitəsilə, həmçinin onun mahiyyətli xüsusiyyətlərinin nümayişinin köməyi ilə həyata keçirilir. İzahatın bəraətdən fərqi ondan ibarətdir ki, sübut prosesinin əvvəlində tezis həqiqiliyi hələ də təyin edilməyib, izahat ərzində isə tezis əvvəldən həqiqi kimi qəbul edilir, yəni şübhə altına qoyulmur.

İnterpretasiya termini latın dilindən “interpretatio” sözündən əmələ gəlib və arqumentasiyanın növü kimi istənilən cümlənin, tarixi mənbənin, əsərin mənasını, məzmununu izah etmək vəzifəsini qarşıya qoyur. *İnterpretasiya* bu mənada kommunikasiyalarının lazımi komponentidir. O, təyin edilmiş sistemin müəyyən məzmunlu mənanın yükləməsi vasitəsilə həyata keçirilir. Əgər interpretasiya edilməyibsə, istənilən nəzəriyyə əsaslandırılmayan kimi hesab edilə bilər. İstənilən sosioloji tədqiqatın proqramı həmin tədqiqatda tətbiq olunan anlayışlarının interpretasiyasını özündə ehtiva edir. Bunsuz həmin sənədin müxtəlif istifadəçiləri öz bildikləri kimi tətbiq edilən anlayışlarını izah edəcəklər.

Təzkib antitezisin sübut olunması və ya tezisdən irəli gələn nəticələrin düz olmaması vasitəsilə tezisə yanlışlığını təyin edir. Məsələn, “Bütün məşhur olan sosioloqlar ölkəni tərk edib” bəyanatını təzkib etmək məqsədilə “Bəzi məşhur olan sosioloqlar ölkəni tərk etməyib” antitezisi sübut edilir. Sonuncu tezisə düz olması “İlham Məmmədşad, Aytən Mustafayeva, Sədaqət Vəliyeva ölkəni tərk etməyiblər” ifadə təsdiq edə bilər.

Tezisdən irəli gələn nəticənin yanlışlığını təyin olunması üçün təzkib olunan tezisə həqiqiliyinə ehtimal edilir. Əgər heç olmasa nəticələrdən biri yanlış olsa, hesab olunur ki, tezis yanlıştır.

Şəxsiyyətlərarası kommunikasiyaların həyata keçməsi prosesində yalnız opponentin tezisi təzkib olunmur, həmçinin onun əsaslandırılması üçün istifadə edilən arqumentlər və nümayiş kimi də belə vasitələr ola bilər. Halbuki, baxmayaraq ki, arqumentlər və nümayiş təzkib edilir, demək olmaz ki, tezis də təzkib olunur, o sadəcə zəifləyir. Yalnız təcrübəsiz polemist, arqumentlərin və nümayişin təzkib olunmasını əldə edərək, öz məğlubiyyətini etiraf edir, lakin təcrübəli mübahisə edən şəxs yeni arqumentlər və ya onların tətbiqinin yeni üsullarını tapar.

Etiraz (mübahisə) tezisə zəiflənməsinə istiqamətlənib. Etirazı arqumentasiyanın növü kimi aşağıdakı yolla ilə realizə etmək olar:

- a) tezisi təsdiq edən arqumentlərin təkzibi;
- b) tezis arqumentlərlə birləşməsi funksiyasını icra edən nümayişin təkzibi;
- c) antitezisin təsdiqi.

Kommunikatorun kütləvi auditoriya ilə qarşılıqlı əməkdaşlığı sistemində əks əlaqəsi mövcuddur. İnformasiya idarəçilik fəaliyyətində xüsusi əhəmiyyətinə malikdir. Burada onun qəbul edilməsinin, yenidən işlənməsinin və istifadəsinin təşkili xüsusi, yalnız özünəməxsus fəaliyyət xarakterini əldə edir. İnformasiya bütün idarəçilik prosesinin mərhələlərini əhatə edir. Bəziləri isə, ümumiyyətlə, idarəçilik fəaliyyətini informasiyanın yenidən işlənməsi kimi başa düşür (Виноградова З., Виноградова И., Щербакова В., 1998 : 171).

Belə yanaşma xüsusi olaraq kibernetika kimi elmi biliyin sahəsinə aid mütəxəssislərə məxsusdur. V.M.Qluşkova görə “kibernetika – mürəkkəb idarəçilik sistemlərində informasiyanın yenidən işlənməsinin ümumi qanunları barədə elmdir” (Информатизация правовой системы России, 1998, : 83).

Əks əlaqəsi mexanizminin sosial sistemin strukturuna daxil olunması onun inkişafında mənfi tendesiylərinin (meyllərinin) yaranması zamanı, ona səbəb olan amillərin neytrallaşdırılmağına imkan yaradır. Həmin sistemdə əks əlaqə subyektin icra edilən idarəçilik hərəkətinə reaksiya kimi özünü büruzə verir, idarə olunan obyektin vəziyyəti və verilən proqrama müvafiq onun dəyişilməsi barədə bir növ informasiya sistemi kimi.

Belə əks əlaqəsinin mövcudluğu ictimai inkişafının idarə olunması prosesində idarəçilik hərəkətlərinə düzəliş etməyə şərait yaradır. Əks əlaqə vasitəsilə idarəçiliyin obyektə subyektə təsir edir və dərhal qəbul olunan qərarların effektivliyi qiymətləndirilir. Sosial proseslərin inkişafı halında istənilən istiqamətdə (müsbət əlaqənin mövcudluğu halında) idarəçiliyin subyektə idarə olunan obyektinə qeyd edilən təsir sxemini qoruyub saxlayır. Bir sözlə, əks əlaqə kommunikatorlardan əldə olunan mesajın qəbul edənə reaksiyası kimi özünü büruzə edir.

Müsbət əks əlaqə funksionallığın nəticələrini gücləndirir, çünki mənbəyə xəbər verir ki, istənilən mesaj məqsədinə çatıb, mənfi isə - onu zəif edir. O halda ki, sosial sistemin transformasiyası idarəçiliyin məqsədidir, müsbət əks əlaqəsi tətbiq edilir. Halbuki, kommunikasiya effektivliyin yüksəlməsi üçün kommunikativ sisteminə əks əlaqəsinin daxil olunması tələb olunur. Mənfi əks əlaqə sanki məlumat mənbəsinə xəbər verir ki, istənilən nəticə məqsədinə çatmayıb, və bununla belə o, kommunikativ prosesləri ilə idarəçiliyi intensivləşdirir.

Beləliklə, kommunikasiya sistemində şəxsiyyət faktorunun tədqiqi zamanı kommunikasiya auditoriyasını, kommunikasiyada olan baryerləri (semantik, statuslu, fonetik), məlumatın dəyişilməsini, mənfi və müsbət əks əlaqəsini, maneələri, kommunikasiyanın nəticəsini nəzərə almaq lazımdır.

VIII Fəsil

İnsan – İnformasiya – Kommunikasiya

Kommunikativ şəxsiyyət olmaq - müasir dünyanın tələbidir. Şübhəsiz ki, kommunikatorun keyfiyyətlərinə müəyyən tələblər mövcuddur. Çağdaş dövrümüzdə sosial kommunikasiya sistemində şəxsiyyət faktoru ciddi sürətdə tədqiq olunmalıdır.

Alimlər və praktikerlər həyat və yaradıcılığın müxtəlif şəraitlərində “şəxsiyyət nədir?” – sualına cavab axtarıblar. Cavablar fərqli olub: “homo sapiens” – “ağıllı-kamallı insan”; “homo politicus” – “ictimai insan”; “homo consumers” – “insan istehlakçı”; “homo liber” – “azad insan”; “homo loguens” – “danışan insan”.

Kommunikasiya problemlərinin həlli üçün özünü kommunikativ şəxsiyyət kimi realizə edən insan ən çox maraq doğurur (Конецкая, 1997 : 164).

Kommunikativ şəxsiyyətin öyrənilməsi üçün başlanğıc “şəxsiyyət” anlayışıdır. “Şəxsiyyət” kateqoriyası fəlsəfi, sosioloji, psixoloji və linqvistik anlayış kimi individin ictimai mənalı keyfiyyətlərini aşkar edir. Yanaşmaların çoxluğu, nəzəriyyələrinin və konsepsiyalarının rəngarəngliyi şəxsiyyətin sosial mənalı əlamətlərinin əsaslandırılması probleminin mürəkkəbliyini aydın edir. Nəzəriyyələrin çoxu şəxsiyyəti spesifik varlıq kimi təhlil edir.

Bəllidir ki, XIX əsrin axırı – XX əsrin əvvəllərində şəxsiyyətin sosioloji konsepsiyası formalaşmış. “Mən” əksətdirici nəzəriyyəsi, rollar nəzəriyyəsi, neobixəviyozmin şəxsiyyət konsepsiyaları, referent qrupun nəzəriyyələri əsaslı şəkildə işlənib və ictimaiyyətə təqdim olunmuşdur.

“Mən” əksətdirici nəzəriyyəsi amerikan sosioloqu Ç.Kuli tərəfindən işlənib. İndividual “Mən” potensial idrakı təbiəti, onun fikrincə, yalnız kommunikasiyada ictimai əlamətə malik olur, yəni şəxsiyyətlərarası ünsiyyət zamanı ilkin qrup

daxilində. Mikrosəviyyədə “sosial” individual psixoloji təcrübəyə yönəlir, lakin makrosəviyyəsində isə insan həyatının funksionallığını təmin edən vasitəçisi kimi çıxış edir. Kommunikasiyada insanın funksionallığı onun ictimai xarakterini xüsusi qeyd edir.

Amerikan filosof – mütəfəkkiri, sosioloqu olan C.Mid başqasının (başqalarının) rolunu (rollarının) qəbulu mərhələlərini təhlil edir, yəni fizioloji orqanizmin refleksiv sosial “Mən”ə keçməsi mərhələlərini. “Sadə oyun fazasında” individ birinin rolunu gücləndirir, “mürəkkəb oyun fazasında” individ bəzi rolları və başqalarının normativlərini mənimsəyir, “ümumiləşdirilmiş başqasının” fazasında isə individ özünü bütün birlik (kollektiv) ilə eyniləşdirir. C.Midə görə, “Mən”in mənşəyi tamamilə sosialdır, onun əsas xarakteristikası (xasiyyətnaməsi) – özü üçün obyekt olmaq qabiliyyətidir, bu isə onu cansız əşyalardan və canlı orqanizmlərindən fərqli edir. Individual “Mən” reaksiyası kommunikasiya sistemlərinin rəngarəngliyi və genişliyindən asılıdır.

Şəxsiyyətin formalaşması prosesinin mərhələlərinə verilən rollarından asılı olaraq, şəxsiyyətin tədqiqatında müxtəlif yanaşmalar fərqləndirilir. İdrakın inkişafı nəzəriyyəsində kognitiv bacarıqlarının yaranması təhlil olunur (J.Piaje tərəfindən işlənilib), mənəvi inkişaf nəzəriyyəsində - başqa insanların hisslərinin anlaması (L.Kolberq tərəfindən işlənilib), psixanalitik nəzəriyyələrində (Z.Freyd, E.Erikson tərəfindən işlənilib) – öz “Mən”in idrakında gərginliyinin aradan qaldırılması, individual idrakın dinamik mənalı sistemlərinin nəzəriyyəsində – reallığa şüurlu münasibət və dünyaya şəxsiyyətin individuallaşdırılmış münasibət kimi şəxsiyyətin mənasının formalaşması (Konetskaya tərəfindən işlənilib).

Rollar nəzəriyyəsinin tərəfdarları hesab edirlər ki, şəxsiyyət - cəmiyyətdə individ icra edən sosial rollarının kompleksindən olan funksiyadır. Amerikan psixiatri Y.Moreno kiçik qruplarda insanların qarşılıqlı emosional, şəxsiyyətlərarası münasibətlərinin aşkar edilməsinin və cəmiyyət ölçülərinin üsulların sistemini işləyib.

Amerikan sosioloqu-nəzəriyyəçi T.Parsons insan hərəkətinin anlamasına özünüidarədən sistem kimi yanaşır, onun spesifikasiyası isə fiziki və bioloji hərəkətin sistemindən fərqli olaraq, o, simvolikliyində (idarə etmənin simvolik mexanizmlərinin – dil, dəyərlər və s. mövcudluğu), normativliyində (ümumqəbul edilən dəyərlərindən və normalarından individual hərəkətin asılılığı), volyuntaristliyində (mühitin şəraitlərindən asılı olmayan irrasionallığı) tədqiq edir.

Neobixeviorizmin şəxsiyyət konsepsiyaları şəxsiyyətin hərəkətini sosial stimullarına ictimai cəhətdən münasib olan cavablarının kompleksi kimi təhlil ediblər.

Amerikan sosiopsixoloqu Q.Xaymen şəxsiyyətin hərəkətini individ öz davranışını istiqamətləndirən sosial qrupdan asılı olaraq araşdırıb. Belə referent qruplar kimi o, ailəni və digər sosial qrupları tədqiqatına cəlb edib. Komparativ (müqayisəli) referent qrupu standartı təqdim edir və onun köməyi ilə individ özünü və başqalarını qiymətləndirir. Normativ referent qrupu individə qarşı idarəçilik rolunu oynayır.

Belə ki, müxtəlif vaxtlarda şəxsiyyəti kommunikasiya sistemində tədqiq ediblər. Nitqin, ekspressivlik mexanizmlərinin, individual nitqin xüsusiyyətlərinin formalaşması proseslərində şəxsiyyətin rolunun öyrənilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Nitqin mətnlərini yaratmaq və qavramaq qabiliyyəti olan şəxsiyyətləri bəzi müəlliflər “dil daşıyıcısı” kimi adlandırırlar. Belə ki, Y.N.Karaulov “dil daşıyıcısı” (языковая личность) ifadəsi altında “nitq əsərlərinin (mətnlərin) yaranmasını və qavranılmasını şərtləndirən insanın qabiliyyətlərinin və xüsusiyyətlərinin kompleksini” başa düşür. Bu şərtlər: a) struktur-dil mürəkkəbliyinin dərəcəsi, b) reallığın əks olunmasının dərinliyi və dəqiqliyi, c) müəyyən məqsədyönlüyü ilə fərqlənir (Карaulов, 1987 : 3). Y.N.Karaulov dil daşıyıcısı modelində üç səviyyəni qeyd edir: verbal-semantik, linqvo-koqnitiv və motivləşmiş.

V.P.Konetskayanın fikrinə görə isə, belə model dil daşıyıcısının müxtəlif keyfiyyət əlamətlərini verbal-semantik, koqnitiv və praqmatik xüsusiyyətlərinin çərçivəsində təhlil etməyə imkan yaradır.

Verbal-semantik, yəni dil xarakteristikası təbii verbal kommunikasiyasında şəxsiyyət tərəfindən istifadə edilən bütün söz və söz birləşmələri ehtiyatının təyini özündə ehtiva edir. Burada sosial differensiasiya və variativliyin normalarına, funksional-üslubi dəyərlərinə və sözyaradıcılığının, qrammatikanın və tələffüzün normativ qaydalarının pozulması hallarına müvafiq olaraq verbal vasitələrindən düzgün istifadə etmək bacarığına diqqət yönəlir.

Koqnitiv (idrakı) xarakteristika şəxsiyyətin intellektual potensialı və idrakı fəaliyyəti ilə bağlıdır. Hər individuumun şüurunda ideyalar dəyərlər sisteminin iyerarxiyasında təqdim olunub. Şəxsiyyət özünü sevdiyi danışiq formulalar, müəllif nitq ifadələri vasitəsilə göstərir.

Praqmatik xarakteristika kommunikasiyanın məqsəd və vəzifələrini, maraqlarını, motivlərini və kommunikativ normativlərini aşkar edir. Praqmatik xarakteristika şəxsiyyətin kommunikativ fəaliyyət tələbatlarının böyük siyahısı ilə təyin olunur. Psixoloqlar, sosioloqlar, linqvistlər tərəfindən edilən tipik (səciyyəvi) vəziyyətlərinin və kommunikativ normativlərinin təyini üçün cəhdlər, onların sistemləşdirilməsi hələ ki şəxsiyyətin praqmatik xarakteristikasının strukturunun düzgün əsaslandırılmasına gətirməyib. Buna baxmayaraq dil daşıyıcısı modelinin əsaslandırılması sosial kommunikasiyasının nəzəri və tətbiqi aspektlərinin işlənilməsinə əhəmiyyətli töhfədir.

Kommunikasiya nəzəriyyəsində müxtəlif sosial strukturlarının üzvü kimi “dil daşıyıcısı” (языковая личность) anlayışı “şəxsiyyət” anlayışı ilə korrelyasiyasının təyini vacibdir. Nəzərə alsaq ki, “dil daşıyıcısı” kommunikasiyanın bütün növlərində iştirak edir, onun təsnifi zamanı yalnız individual xarakteristikanı yox, həm də müvafiq sosial qrupun nitq fəaliyyətinin normalarını nəzərə almaq lazımdır. Çoxtərəfli kommunikativ fəaliyyətinin prosesində dil daşıyıcısının

kommunikativ funksiyasının öyrənilməsi əhəmiyyətlidir (Конечкая, 1987 : 166-168).

“Kommunikativ şəxsiyyət” anlayışı “dil daşıyıcısı” anlayışından genişdir. Kommunikativ şəxsiyyət müəyyən özünəməxsus xüsusiyyətlərinə malikdir. Kommunikativ şəxsiyyətin təzahürü individual cəhətlərin və xüsusiyyətlərinin kompleksi ilə şərtlənir, onlar isə müəyyən situasiyada informasiya ötürülməsinin sxemini seçmək, məlumatı adekvat, lazımi şəkildə qəbul etmək bacarıqlarını təmin edir.

Kommunikativ şəxsiyyət *motivləşmiş, koqnitiv və funksional* parametrləri ilə xarakterizə edilir. Tamamilə aydındır ki, dil və kommunikatativ şəxsiyyətlərin xarakteristikalarının sırası üz-üzə gəlir. Buna baxmayaraq onlar şəxsiyyətin formalaşmasında müxtəlif rol oynayır.

Kommunikativ tələbat ilə təyin edilən motivləşmiş parametr dil və kommunikatativ şəxsiyyətlərinin strukturunda mərkəzi yer tutur. O, kommunikatativ fəaliyyət üçün güclü stimül verir və eyni zamanda individin kommunikatativ şəxsiyyət kimi xarakteristikası olur.

Amerikan psixoloqu A.Maslou tərəfindən təqdim olunan şəxsiyyətin tələbatları iyerarxiyasında şəxsiyyətin böyüməsinə təkan verən və şəxsiyyətin kommunikativ (sosial, nüfuzlu, mənəvi) tələbatlarını şərtləndirən motivlər əsaslandırılır. Kommunikativ tələbat individlərin həyat və yaradıcılıq prosesində mənalı və qiymətləndirici informasiyalar mübadiləsinə zəruriyyəti ilə təyin edilir. Bu tələbat kommunikativ normativlərlə qarşılıqlı bağlıdır. Kommunikasiyanın motivi isə psixoloji şərtləndirilmiş hiss-həyəcan tələbatı ola bilər. Bunun əsasında formalaşmış kommunikativ normativi kommunikasiyanın verbal və qeyri-verbal vasitələrinin əsasında formalaşır. Beləliklə, müəyyən mexanizmlərin vasitəsilə keçirilən motivasiya kommunikativ fəaliyyətə təsir edir.

Koqnitiv parametr individin koqnitiv təcrübəsinin əldə olunması prosesində formalaşır. Kommunikativ sistemlərinin biliyi məlumatın adekvat şəkildə qavrayışı

üçün təkan verir və kommunikativ normativə müvafiq olaraq müəyyən vəziyyətə təsir etməyə şərait yaradır. Öz “şüurunu” (языковое сознание) dərk etmək bacarığı, həmçinin belə şüurun faktını anlamaq və tərəfdaşın (partnyorun) koqnitiv diapazonuna adekvat qiymət vermək - kommunikativ şəxsiyyətin əsas xarakteristikalarıdır. Koqnitiv parametr motivləşmiş və funksional parametrlərini sanki əlaqələndirir.

Funksional parametr kommunikativ səriştəni (peşəkarlığı) xarakterizə edir. Verbal və qeyri-verbal vasitələrinə malik olması, kommunikasiya prosesində kommunikativ vasitələrilə dəyişilmək bacarığı, seçilmiş kommunikativ kodun normalarına və “nitq etiketinin” qaydalarına müvafiq olaraq söyləmlərin, ifadələrin və diskursların yaradılması peşəkar səriştənin xarakteristikalarıdır.

Kommunikativ şəxsiyyət spesifik sosial fenomenini (hadisəni) təqdim edir. Qarşılıqlı ədəkdaşlıq və təsir kimi belə sosial mənalı funksiyalarının icrası üçün kommunikativ şəxsiyyət bir sıra individual xarakteristikalarına (ünsiyyətçilik, xarizma və s.) malik olmalıdır. “Kommunikativ” anlayışı məzmununa görə “ünsiyyətçil, söhbətçil” mənalarına müvafiqdir, formasına görə isə “məlumatlandırıcı, ötürən” mənalarına yaxındır. “Şəxsiyyətin ünsiyyətçil olması” dedikdə onun əlaqələri qurmaq və saxlamaq bacarığı başa düşülür. İnsanın ünsiyyətçil olmağı yalnız onun psixoloji növündən yox, həm də sosial təcrübəsindən də asılıdır.

“Xarizma” yunan dilindən “charisma” sözündən götürülüb və “mərhəmət, lütf, iltifat” deməkdir. Xarizma insanın yalnız onun xarici görkəmi ilə yox, həm də müdrikliyi, hikməti, qəhrəmanlığı, ülviliyi, hərəkətlərinin məqsədyönlüyü, məqsədlərinin aydın anlaması, liderliyə meylliliyi, qətiyyəti, ekspressiyası, ifadə azadlığı və s. kimi individual xarakteristikaları ilə şərtlənən müstəsna valehedicilik qabiliyyəti, şəxsi cazibəsi, məlahəti, fitri istedadı kimi başa düşülür. Bütün sadalanan keyfiyyətlər “xarizmatik şəxsiyyəti” xarakterizə edir. “Xarizmatik şəxsiyyət” – bütöv hakimiyyətə iddia edən liderlərə münasibətdə kütləvi informasiya vasitələrinin köməyi ilə formalaşan və saxlanılan obrazdır.

Hər kommunikantın öz şəxsi “kommunikativ üslubu” olur: dominant (hakim), dramatik, argumentativ, sakit, diqqətli, açıq və s. Funksiyalarının sosial mənasına görə kommunikativ şəxsiyyətinin iki növünü qeyd etmək olar: dominant və demokratik.

Kommunikatora yalnız kommunikativ bacarıqlar yox, həm də şəxsi keyfiyyətləri də özündə ehtiva edən professionallığın ən yüksək tələbləri irəli sürülür. Şifahi ünsiyyət sistemində hərəkət edən kommunikator düzgün diksiyaya, məlahətli səs tembrinə, mesajın tonallığını və ekspressiyasını ifadə edən fon kommunikativ vasitələrinə malik olmalıdır.

Kontaktın qurulması və saxlanılması imkanları ünsiyyətin müxtəlif (məkan, zaman, psixoloji, sosial, ictimai) şərtlərinin qarşılıqlı əməkdaşlığı ilə şərtlənib. Şəxsiyyətlərarası və kütləvi kommunikasiyalarının əsası ünsiyyətin sosial şərtləridir, ilk öncə isə, kommunikantlar arasında kontaktın mövcudluğunu və ya mövcud olmasını təyin edən sosioloji dominantdır, kommunikasiya iştirakçılarna qarşı qiymətverici münasibəti nəzərində saxlayan dəyərli oriyentasiyalardır.

Kommunikativ səriştə (peşəkarlıq) bir sıra koqnitiv amillərlə qiymətləndirilir: ətraf mühit, sosial dəyərlər barədə biliklərlə, informasiyanın adekvat şəkildə qavranılması qabiliyyəti ilə. Kommunikativ səriştə (peşəkarlıq) kommunikasiyanın konkret sosial şərtlərini nəzər almaqla aktuallaşır. O, sosial (ictimai) statusun (nüfuzun) tərkib komponentidir. Kommunikativ səriştəsinin səviyyəsinə görə individin ictimai statusunun bəzi əlamətlərini qeyd etmək olar. Kommunikativ peşəkarlığın mahiyyətli, əsas koqnitiv xüsusiyyətləri aşağıdakılardır:

- a) ətraf mühitin çoxölçülü qavrayışının ümumiləşdirilməsi və sistemləşdirilməsi qabiliyyəti;
- b) “dilin statusuna” adekvat qiymət verilməsi qabiliyyəti;
- c) mənalı və qiymətləndirici informasiyanın düzgün anlaması qabiliyyəti.

Kommunikativ sistemlərində informasiya mübadiləsinin təmini çox əhəmiyyətlidir, çünki burada kütləvi informasiyanın təhlükəsizliyi, informatizasiya prosesi, informativ infrastruktur, informativ peşəkarlıq, informativ sfera, kommunikativ şəbəkənin informativ tərkib hissələri, müxtəlif məlumat, kommunikativ mühit, informasiyanın kommunikativ funksiyası, monitoring məlumatı, kütləvi məlumat, informasiyanı göndərən və qəbul edən kimi məsələlər mövcuddur.

Kommunikativ sistemlərinin əsas elementi informasiyadır. İnformasiyanın istehsalı və istifadəsi daima olan prosesdir. Bu kontekstdə kommunikativ sisteminin müvəffəqiyyətli funksionallığı üçün lazım olan informasiya məlumatların kompleksi kimi başa düşülür. Tanınmış fransız sosioloqu olan A.Molin fikrinə görə informasiyanı keyfiyyətcə yeni vəziyyətə çevirən dərin amillər mövcuddur.

Biliklərin strukturu informasiyanın strukturundan daha mürəkkəbdir. Məzmununa görə sosial informasiya cəmiyyətin müxtəlif institutlarının vəziyyəti və qarşılıqlı əməkdaşlığı barədə biliklərin toplusudur və ictimai şüurun ictimai təcrübəyə olan təsiridir.

Sosial informasiya – cəmiyyət üçün aktual və istifadədə mövcud olan biliyin bir hissəsidir. O, müxtəlif sosial qrupların maraqlarına və tələbatlarına əsaslanan proseslər, motivlər, hisslər, əhvali-ruhiyyə, faktlar barədə obyektiv və subyektiv sosial reallığı əks etdirən məlumatları özündə ehtiva edir. Cəmiyyətdə dövriyyə edən informasiya axınları müxtəlif sosial birliklərinə (sosial institutlar, təşkilatlar, qruplar və s.) xidmət göstərir. Xüsusiləşmiş informasiya konkret adresata malikdir. Belə informasiya normaların və tələblərin sistemində qeyd edilir və ya əks olunur.

Kütləvi informasiya öz məzmununa görə universaldır, onun adresatı “açıq sərhədlər” sistemini təqdim edir. Yaxud, başqa sözlə desək, kütləvi informasiya sosial informasiyanın növüdür və insanların böyük kütləsi onun həm istehsal, həm də yayılması və istifadəsi mərhələlərində istifadə edir. Kütləvi informasiya

növlərinə, səviyyəsinə, tədqiq edilən sistemlərinə, işarələrin növlərinə və tematikasına (mövzularına) görə universaldır.

Bununla əlaqədar bu gün daha aktual “insan – informasiya - kommunikasiya” sistemində əlaqəsinin izahı problemidir. Yalnız üç komponentinin qarşılıqlı əlaqəsində kommunikativ münasibətlərinin dərinliyi, onların təşkilatı formalarının və tiplərinin genişlənməsi mümkündür. Məhz kütləvi informasiyaların sayəsində informasiya ümumiləşdirilmiş olur və qeyd olunan sistemin funksionallığının intensivləşməsinə təmin edərək insanı qlobal cəmiyyətinin dünyasına çıxardır.

Kütləvi kommunikasiya sosial kommunikasiyasının növü kimi kütləvi informasiyasının yayılması prosesini təqdim edir. Bu həm böyük kollektivlərdə ünsiyyət prosesidir, həm çoxlu sayda tərəflərin qarşılıqlı əməkdaşlığıdır ki, böyük həcmdə informasiyanın intensiv mübadiləsi prosesi keçirilir. Axıncısı külli miqdarda istehlakçılara eyni zamanda informasiyanı ünvanlandırmağa imkan yaradan texniki vasitələrlə keçirilən kütləvi kommunikasiyanı təqdim edir. Beləliklə, informasiya, proseslərin və hadisələrin qavrayışının yeganə aləti kimi, elmi-texniki tərəqqinin və bütün bəşəriyyətin inkişafının qlobal milli resursudur (vəsaitidir).

İnformativləşmiş cəmiyyətin formalaşması olmasa inkişaf etmiş dövlətin yaradılması mümkün olmur. Qlobal problemlərin həlli bilavasitə yeni texnoloji nailiyyətlərinə əsaslanan informasiyasından bacarıqlı istifadəsindən asılıdır. Qlobal dəyər kimi informasiya insanı əhatə edən dünyanın qavranılmasına və dəyişməsinə təsir göstərir, və sosial-mədəni yaradıcılığında ona kömək edir.

Biliklərin müxtəlif sahələrində informasiyanın müvəffəqiyyətli istifadəsi üçün məlumatın birmənalı qavranılmaması, kütləvi şüurun inersiyası (ətaləti) problemlərinin tədqiqatını aparmaq; informasiyalı mühitin sosiotexniki modellərini yenidən işləmək lazımdır. Belə modelləşmənin və analizin digər növlərinin keçirilməsi üçün informasiya mühitini şərti olaraq beş sahələrə ayıraq:

- 1) İnformasiyanın istehsalı (yaradılması), onun reformasiyası;

- 2) İnformasiya məhsullarının alınması və yayılması;
- 3) İnformasiya xidmətlərinin təqdim olunması;
- 4) İstifadəçilər tərəfindən informasiyanın axtarışı, alınması və istifadəsi;
- 5) İnformasiya təhlükəsizliyinin mexanizmlərin və vasitələrinin yaranması və tətbiqi.

Daima dəyişən cəmiyyətin qarşıya qoyduğu vəzifələrinə adekvat olan informasiya sferasının mövcudluğu solumun və onun sosial institutlarının sabit və dinamik inkişafının zəruri şərtidir. Belə informasiya sferası mütləq müxtəlif sistemləri özündə ehtiva etməlidir:

- a) müxtəlif təbiətli əlaqə kanallarının (kabel radioreleləri, sputnik və s.) əsasında müasir kommunikatıv informasiya infrastrukturunu;
- b) İnternet informasiya məkanına daxil olan və dövlətin, hökumətin, yerli idarəçilik orqanlarının, təşkilatların və firmalarının informasiya sistemlərini birləşdirən paylayıcı iyerarxik kompüter şəbəkəsini;
- c) müəyyən texnologiyasına müvafiq yaradılan milli informasiya resurslarının sistemini, registrləri, kadastrları, bankları daxil edən digər informasiya sistemlərini;
- ç) sistemin qalan komponentlərini əhatə edən və sistemin dağılması təhlükəsinin və ictimai təhlükəli məlumatın yayılmasının icazə verilməməsinin qarşısını alan informasiya təhlükəsizliyinin kompleks sistemini.

İnkişaf etmiş paylaşıdırıcı kompüter şəbəkəsi telekommunikasiyanın infrastrukturunu və informasiya resursları ilə birlikdə informasiya cəmiyyətinin formalaşmasında aparıcı rol oynayır. Lakin eyni zamanda informasiya cəmiyyətinin xarakteristikası inkişaf etmiş kompüter şəbəkəsinin, telekommunikasiyalarının və informasiya resurslarının mövcudluğu ilə bitmir. İnformasiya cəmiyyətinin subyektləri kimi indıvıdlər və fəaliyyət növləri (bura istirahət, istehsal və məişət əlaqələri daxildir), müxtəlif təşkilatlar, idarələr və s. çıxış edir.

Bu gün global informasiya infrastrukturunun inkişafının texnoloji amilləri, ilk öncə, internet, intranet və digər global kompüter şəbəkələri, sputnik sistemləri xüsusi əhəmiyyətli rol oynayır. Qeyd olunan şəbəkələrinin audiovizual vasitələri ilə birləşməsi yeni perspektivlərə yol açır. Halbuki informasiyaya sosial cəhətdən uyğun olmayan məzmunun əlavə olunma təhlükəsi yaranır, məsələn milli düşmənçiliyin, zorakılığın, işğal siyasətinin, müharibənin təbliğatı.

Şübhəsiz ki, insanın idarəçilik fəaliyyətində və kommunikativ sistemlərinin funksionallığı prosesində informatizasiyanın rolu əvəzsizdir. Müasir zamanda aydın, aşkar faktdır ki, hər insan mütəmadi şəkildə informasiyanın böyük axını ilə qarşılıqlı əməkdaşlıq edir. İnformasiya, demək olar ki, hamı tərəfindən qəbul edilən reallıqdır, insan fəaliyyətinin bütün sferalarının tərkib hissəsidir. İnformasiya – idarəçiliyin əsasıdır, həyat və yaradıcılıq prosesinə daxil edilən menejer (idarə edən) və mühit arasında bağlayıcı, birləşdirən əlaqədir. “İnformasiya – dünyanın ilk əsasıdır. Hər şeyin əsasında informasiya durur. Hətta informasiya bizim daxilimizdə də mövcuddur” (Газета Международной академии информатизации и информационно-народной партии “Информатизация общества”, № 3 (35), 1992).

Təsadüfi deyil ki, bir sıra elmlər və elmi bilik sahələri informasiyanın yaranması, əldə olunması, toplanılması, formaya salınması, saxlanması, ötürülməsi, yayılması qanunauyğunluqlarını öyrənir. Onların arasında informatika, informasiologiya, kibernetika, sosionika elmlərin müstəsna rolu vardır. Məsələn, informatika informasiyanın əldə olunması, saxlanması, ötürülməsi və istifadəsi ilə bağlıdır, elmi biliklər sahəsidir (Информациология, 1996 : 22, Проблемы информатиологии и мирового информационного сообщества, 1997 : 39); informasiologiya - informasiyanın yaranmasının qanunauyğunluqlarını, xüsusiyyətlərini, strukturunu, məlumatın ötürülməsi və toplanılmasını, həmçinin bizi əhatə edən dünyanın fundamental qanunlarının təzahüründə olan rolunu tədqiq edən elmdir (Астафьев, 1997 : 100); kibernetika – mürəkkəb idarə olunan sistemlərində informasiya transformasiyasının ümumi qanunları barədə elmdir

(Информатизация правовой системы России, 1998 : 83); sosionika isə – formal-məntiqi və riyazi aparatının köməyi ilə cəmiyyətdə cərəyan edən informasiya proseslərini öyrənən biliklərin sahəsidir (Энциклопедический социологический словарь, 1995 : 270).

Müasir cəmiyyət belə bir növə transformallaşır ki, onu kifayət qədər düzgün “informasiya cəmiyyəti” kimi xarakterizə etmək olar. A.İ.Arnoldov qeyd edir: “İnformasiya – tərəqqinin əsas mexanizmidir, mühərrikidir, ona yeni sivilizasiyasının əsas, aparıcı, magistral gücü və onun daima inkişafının mənbəsi olmaq qismət olub. Məhz o, dünyanı və insanı açır və mahiyyətini ifşa edir; həyatın mənzərəsini, “zamanın obrazını”, onun fikirlərini, hisslərini, əhvali-ruhiyyəsini ifadə edir. O, bəşəriyyətə, bir bütöv proses kimi, dünyanı fəth etməyə yol göstərir, və informasiya biliyi bu prosesin tərkib hissəsidir. İnformasiya tərəfindən işlənən mövcudluğun ümumi modeli – dünyanın görünüşü, insan haqqında anlayış, ictimai ideal – onun vasitəsilə *dünyanın panorama mənzərəsinə* çevrilir, onun mərkəzində isə insan dayanır” (Арнольдov, 1997 : 75).

Üçüncü minillikdə informasiya - təbiət hadisələrinin və proseslərinin qavrayışı vasitəsi kimi elmi-texniki tərəqqinin global resursudur. O, sosial məsələlərini, dövlət quruculuğun, tibbin, elmin, mədəniyyətin, idmanın problemlərini optimal şəkildə həll etməyə imkan yaradır (Юзвншин, 1997 : 74).

Beynəlxalq İnformatizasiya Akademiyasının akademiki R.F.Abdееv hesab edir ki, “dünyada cərəyan edən tendensiyaları informatizatorlar mütləq müşahidə etməlidirlər, nəzərə almalıdırlar ki, üçüncü minillikdə iqtisadiyyatda, ekologiyada və fəlsəfədə kursların, istiqamətlərin dəyişilməsi baş verir. Buna əsas yaradan məhz informasiyadır, biliklərin çoxluğudur və onların təcrübədə istifadəsinin tələbatıdır” (Абдеев, 1997 : 85.).

Üçüncü minillikdə informasiya dünyanın “yiyəsi”, yeni sivilizasiya inkişafının daima mənbəsi olacaq. Bu o deməkdir ki, informasiyaya ümumbəşəri fəaliyyətinin bütün sahələrində üstünlük veriləcək. Minilliklərlə toplanan yeni

biliklərin sintezi XXI əsrin global problemlərini həll etməsinə qadir olan fəaliyyətin metodologiyasını formalaşdırmağına şərait yaradacaq.

Sistemli yanaşmanın əsasında informasiya cəmiyyətinin fəlsəfəsi dünya cəmiyyətinin inkişafına, idarəçiliyin optimizasiyasına və geniş şəkildə informatizasiyasına zəmin olacaq. İnsan fəaliyyətinin bütün sferalarının geniş şəkildə informatizasiyası şəxsiyyətin özünü realizasiyası, ən yeni informasiya texnologiyalarının əsasında sosial kommunikasiyalarına və informativ banklarına daxil edilən istənilən informasiyaya rahat əldə olunması şəraitində individin orijinal, kreativ, yaradıcı imkanlarının və bacarıqlarının aşkar olunması üçün şərait yaradacaq.

“İnformasiya” termini latın dilindən əmələ gəlib, “information” sözünün mənası – “ifadə, izah” deməkdir. İnformasiya o zaman yaranır ki, hansısa dəyişikliklər baş verir. Ən ümumi halda informasiya – ötürən və qəbul edən sistemlərin arasında mesajların çatdırılmasıdır. O isə, bir qayda olaraq, qəbul edən sistemin vəziyyətinin dəyişilməsinə gətirir.

XX əsrin 20-ci illərin sonunda və 30-cu illərin əvvəllərində informasiyanın səviyyəli şəkildə təhlilinə həsr edilmiş ilk elmi işlər işıq üzü gördü. Məsələn, M. Levidov “informasiya” terminini öz işlərində istifadə edib.

XX əsrdə 40-cı illərin axırından informasiyanın riyazi nəzəriyyəsi intensiv şəkildə işlənilib. Bu dövrün tədqiqat işlərində texniki sistemlər arasında mövcud olan informasiya çatdırılması məsələləri araşdırılıb. Bilik sahəsindən asılı olaraq informasiyanın çoxlu sayda təyini var. Məsələn, N.Viner informasiyanı – ətraf mühitdən alınan məzmunun işarəsi kimi adlandırır (Винер, 1968 : 201); Z.L.Brillüen hesab edir ki, informasiya – entropiyanın inkarıdır (Бриллюэн, 2010 : 94); K.E.Şennona görə, informasiya – kommunikasiyadır, və əlaqədir və onların proseslərində qeyri-müəyyənlik aradan qaldırılır (Шеннон, estohard.narod.ru/InfoTeory/1/11/112.htm : 17).

İ.İ.Yuzvişin informasiyanın orijinal təyini verib: “İnformasiya kainatın mikro və makrodinamik proseslərinin generalizasiyalı fundamental əsasıdır” (ЮЗВИШИН, 2000 : 357). Bu halda informasiya məşğulun atributu və yaranmanın materiyası, enerjisi, məkan-zaman ilə birlikdə fundamental xarakteristikalarından biri kimi təhlil olunur. İnformasiya materiyanın əks olunma, struktur, müxtəliflik kimi cəhətləri ilə sıx bağlıdır. İnformasiya mövcudluğunun forması – hərəkətdir, çünki informasiya – miqrasiyaya uğrayan strukturdur. Daima fiziki və ya sosial mühitdə dairələr vuraraq, o, insanların ünsiyyətdə və qarşılıqlı əməkdaşlıqda olan tələbatlarını ödəyir.

Sosial mühitdə informasiyanın rolu onunla müəyyənləşir ki, o, qərarların seçimi prosesini təyin edən komponentlərin arasında vacib yer tutur. Cəmiyyətdə səbəb əlaqəsinin inkişafının xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, o, informasiyalı əsasına malikdir (Гаврилов, 1998 : 10).

Ümumi mənada informasiya – mesajda mövcud olan gözlənilməzliyi təşkil edən miqdardır. Müasir Azərbaycan cəmiyyətinin, dövlətimizin elmi cəhətdən əsaslandırılmış, effektiv və humanist informasiya siyasətini aparmaq üçün gözlənilən məlumat ehtiyacı var. Buradan da doğru nəticə çıxartmaq olar ki, informatizasiya, informasiya siyasətinin və insanın informasiya savadının kompleks proqramı, ümummilli proqramların işlənməsi zəruriyyəti meydana gəlir. Bir sözlə, bu gün cəmiyyətin dəqiq, effektiv informasiya siyasətinə, insanın isə informasiya ilə ünsiyyət prosesində aşkarlanma, seçim, qavrayış, qəbul etmə, istifadə, mənimsəmə, işlənmə, dərk etmə, tətbiq etmə mərhələlərini özündə ehtiva edən sistemə hazırlığına ehtiyacı var. İnformasiya ilə ünsiyyət qurmaq bacarığı çoxlu sosial və mədəni amillərindən, şəxsiyyətin individual xüsusiyyətlərindən, onun dəyərli oriyentasiyasından asılıdır.

Çağdaş dövrümüzdə monotonlu informasiya axını insanı az maraqlandırır, və müvafiq olaraq, ona az təsir göstərir. Eyni zamanda orijinal informasiya axınları böyük maraq doğurur. Bir sözlə, cəmiyyətin yeni informasiya məşğulunun yeni səviyyəsinə keçidi baş verir.

XX əsrin axıncı onilliklərində informasiya axınının çoxalması və strukturunun keyfiyyətli dəyişikliyi müşahidə olunur. Bu şəraitdə insan yalnız informasiya dəyərlərini mənimsəməyə və özünküləşdirməyə öyrənməli deyil, həm də onları biliyə çevirə bilməlidir. Buna görə də informasiya istehlakı fəal, seçici, qiymətləndirici və insanın intellektual inkişafını təmin edən olmalıdır.

XX əsrin sonu göstərdi ki, informasiya resursu həm ölkənin, həm də ayrı idarənin, təşkilatın, individin istənilən formada olan mülkiyyətinin, əmlakının əsas sərvətidir. A.İ.Arnoldov qeyd edir ki, “İnformasiyanın global səslənməsi onda özünü göstərir ki, o, həqiqi mənada həm planetin sosial makrokosmunu əhatə edir, həm də hərənin individual mikrokosmunu” (Арнольдов, 1997 : 81).

İnformasiya iqtisadiyyatı və insanların həyat və yaradıcılığının bütün sferalarını əhatə edir - əməyi, məişəti, istirahəti, siyasəti. Təbii və həyatı mühitin tərkib hissələrini təşkil edən, kommunikativ şəbəkələrin vasitəsilə şəxsləri bir-birilə ilə bağlayan informasiya sferası insanların həyat və yaradıcılıq şərtlərinin ayrılmaz komponentinə çevrilib. Təhsil, mədəniyyət, elm ilə bağlı olan insanların tələbatları həmçinin informasiya vasitəsilə realizə olunur.

Müasir zamanda informasiyanın müxtəlif növlərini təhlil edirlər. Bəzi növləri (istehsal, iqtisadi, sosial, siyasi və s.) idarə edənlərə lazımdır, digərləri (aktual, akkumulyativ - yığım) isə fəaliyyət prosesində yığılır, üçüncü (müasir texniki vasitələrlə: fakslar, stasionar və mobil telefonlar, peyjerlər, audio-cihazlar və videoaparaturalar, kserokslar, elektron poçt və internetlə bağlı olan biliklər, bacarıqlar, qabiliyyətlər) menejerlərə lazımdır.

İqtisadiyyatın və sosial fəaliyyətinin müxtəlif sferalarının informatizasiyası elmi istehsalın inkişafını və xalq təsərrüfatına informasiya texnologiyalarının tətbiqini, həmçinin təhsilin, elmin və mədəniyyətinin inkişafını intensivləşdirir.

Bir çox müəlliflər öz elmi-tədqiqat işlərində informatizasiya aspektinə xüsusi diqqət ayırırlar. Məsələn, A.İ.Demin qeyd edir: “İqtisadiyyatda informasiyalı yanaşma, bir tərəfdən, istənilən insan əməyinin informasiya xarakterinə, digər

tərəfdən isə, informasiya modellərini istifadə edərək dinamik rejimdə iqtisadi prosesləri ilə idarə etmənin mürəkkəb çoxsəviyyəli sistemi kimi iqtisadiyyatın təhlilinin zəruriyyətinə əsaslanır” (Демин, 1997 : 118).

N.N.Potrubaç hesab edir ki, “Cəmiyyətin informatizasiyası və onun təbiət ilə qarşılıqlı əməkdaşlığı həm elm-texnika sistemində, həm xalq təsərrüfatı və mədəni-humanitar sferalarında baş verməli olan intensivləşdirilmiş proseslərin bünövrəsidir” (Потрубач, 1999 : 272). “Siyasi hakimiyyətinə informatizasiya təsirinin məsələsi və onun paylaşması Qərbin siyasi həyatının mərkəzindədir. Tədqiqatçılar hesab edir, ki informasiya konsentrasiyası hesabına və onun istifadəsinin geniş imkanlarına görə, dövlət aparatının hakimiyyəti seçici nümayəndələrinin hakimiyyəti ilə müqayisədə, icra hakimiyyətinin gücləndirilməsi baş verir. Kompüter şəbəkələrinin istifadəsi kütlələrlə manipulyasiyasında aparatın imkanlarını genişləndirir” (Потрубач, 1999 : 267-268).

İcra və qanunverici hakimiyyət orqanlarının öz rolunun gücləndirilməsi məqsədilə informatizasiya istifadəsinin bərabər olmayan imkanları barədə nəticəsinin mübahisəli olduqda, eyni zamanda, müxtəlif istifadəçilərin lazımi olan informasiyaya yanaşmasının bərabər olmayan imkanları problemin mövcudluğunu inkar etmək olmaz. Cəmiyyətin təhlükəsiz, sabit inkişafına keçidi şəraitində çatışmazlıqları aradan qaldıran yeni informasiya alətlərinin tətbiqi xüsusi zəruridir. Bunun üçün belə bir sistem yaratmaq lazımdır ki, texnoloji qərarların əsasında o bütün ölkə ərazisində informasiya resurslarına effektiv və nisbətən bərabər keçidini və regionlararası informasiya mübadiləsini təmin etməyə imkan yaradır.

Diaxronik planda (sosial zaman aspektində) informasiya mənəvi dəyərlərinin saxlanılmasını və ötürülməsini təmin etməlidir, çünki sosial həyatının və sosial münasibətlərinin dinamikliyi ictimai həyatın dəyişilməsinə müvafiq olaraq oriyentasiyasının daima yeniləşməsinə tələb edir.

İnformasiya-kommunikasiya texnologiyaların inkişafı məqsədi ilə respublikamızda informasiyalaşdırma sahəsində ciddi və uğurlu addımlar

atılmışdır. Ümummilli lider Heydər Əliyev 17 fevral 2003-cü il tarixli 1146 nömrəli Sərəncamı ilə respublikamızda informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının geniş tətbiq olunması və inkişaf etdirilməsi haqqında “Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya-kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiya (2003-2012-ci illər)”nı təsdiq etmişdir.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyev həm ölkəmizdə, həm də xarici ölkələrdə səfərlərdə olarkən dövlətin bu sahəyə olan diqqətini, görülən və gələcəkdə görülməli işlər haqqında dəfələrlə söyləmiş, İKT-ni inkişaf etdirməklə maraqlı olduğunu bəyan etmişdir.

Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin 2004-cü il 21 avqust tarixli 355 nömrəli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “Azərbaycan Respublikasında ümumtəhsil məktəblərinin informasiya və kommunikasiya texnologiyaları ilə təminatı Proqramı (2005-2007-ci illər)”nın həyata keçirilməsi nəticəsində ölkəmizin ümumtəhsil məktəblərində informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi sahəsində böyük işlər görülmüşdür.

Prezidentin 2008-ci il 10 iyun tarixli Sərəncamı ilə təsdiq edilmiş “2008-2012-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında təhsil sisteminin informasiyalaşdırılması üzrə Dövlət Proqramı” ölkəmizdə müasir İKT-in geniş tətbiq etməklə vahid ümummilli təhsil mühitinin yaradılması və əhalinin bütün təbəqələri üçün keyfiyyətli təhsil almaq imkanlarının təmin edilməsi məqsədi güdür.

Məlumdur ki, ilk addımlar məktəb səviyyəsində atılmalıdır. Düzdür, respublikamızda fəaliyyət göstərən bəzi özəl məktəbəqədər müəssisələrdə kiçikyaşlı uşaqlar kompüterlə tanışlığa başlayır, onların təlimində kompüter vasitəsilə aparılan məntiqi oyun və tapşırıqlarla rastlaşırıq. Əgər əvvəllər kompüterdə işləməyi bacarmaq kompüter savadı hesab olunurdusa, artıq bu indi ümumi savad hesab olunur. Kompüterini bilməyən üçün təhsil almaq, elmi yaradıcılıqla məşğul olmaq çətindir.

Müasir dövrümüzdə İKT yalnız təhsil prosesini təmin edən üsul deyil. İKT məktəblinin müstəqil qavrama qabiliyyətini təmin etmək üçün yeni imkanlar açır. Bununla əlaqədar olaraq müəllimin rolu da dəyişir: o, təhsil prosesinin konsultantı, koordinatoru olur. Onun məqsədi məktəblilərdə, tələbələrdə qərar qəbul etmə bacarığını dəstəkləmək və inkişaf etdirmək, öyrənilən mövzuların məqsədini anlamaq və mühakimə etməkdir. Bu yetərinə çətin pedaqoji tapşırıqlardır – onların mənasını qiymətləndirməmək olmaz. Burada İKT katalizator rolunu oynayır, onlar uşaqları yeni biliklərə sövq etməyə kömək edir. Əgər şagirdə və ya tələbəyə bu və ya digər mövzunun məzmunu aydınsa, onun sualı yarana bilər: məhz nə və nə üçün öyrənmək lazımdır. Biliyə həvəsin kökündə həyati maraq dayanır: hansı biliklər mənə daha çox lazımdır, hansı metodların köməyi ilə mən bu bilikləri əldə edə bilərəm.

Beləliklə, İKT biliyə can atmaqla digər həyati vacib məsələlərin qərarı arasında bənd rolunu oynayır. Şagird və ya tələbə təhsilin onun həyatında rolu oynadığını başa düşə kimi, o, təhsili davam etdirməyə böyük həvəs edir. Şagird və ya tələbələrin fasiləsiz təhsilə yolu müəllimlərin fasiləsiz təhsilindən keçir. İKT-nin orta və ali təhsil ocaqları praktikasında istifadəsi ilə bağlı olaraq müəllimin rolu dəyişilir. Müəllimin rolu informasiyanın ötürülməsi ilə məhdudlaşmamalıdır. O, tələbələrə tənqidi və yaradıcı təfəkkürü dəstəkləməli və stimullaşdırmalı, kompüter savadının inkişafına kömək etməli, birgə fəaliyyəti tərbiyə etməli, onlara effektiv ünsiyyət qurmağı və müxtəlif vəziyyətlərdə uğurla hərəkət etməyi öyrətməlidir. Xüsusi vurğulamaq lazımdır ki, onlayn test sistemi müəllimə tələbələrin bilik səviyyəsini adekvat qiymətləndirməyə kömək edir.

N.N.Potrubaç qeyd edir ki, “müasir informasiya modelinin kökləri bəşəriyyətin sosiomədəni inkişafının obyektiv birliyindədir, bu da informasiyanın universal olduğunu və onun praktik ümumiliyini nəzərdə tutur” (Потрубаç, 1999 : 76).

İnformasiyanın kommunikativ funksiyası cəmiyyət, bütün ictimai və dövlət strukturlarının üzvlərini birləşdirmək məqsədini güdür. İnsan dünyası, o cümlədən

də dövlət-hüquqi reallıq, informasiya modellərinin və sistemlərinin iyerarxiyası halında təqdim edilir.

R.F.Abdəyev vurğulayır: “İnformasiya resursunun, biliklərin çoxalan istifadəsi və kommunikasiyaların qlobalizasiyası iqtisadiyyat dinamizminə və inkişaf etmiş ölkələrin, demək olar ki, bütün dünyanın sosial vəziyyətinin dəyişilməsinə zəmin yaratdı. Bizim gözüümüzün önündə iki sosial sistemlərinin təhlükəli qarşıdurması sona çatdı, bəşəri sivilizasiyasının inkişafında yeni progressiv meyllərinə yol açılır, ümumbəşəri dəyərlərin və idealların prioritetinin yüksəlməsi, təbiətin qorunması, həmçinin dövlətlərin tərk-silah olmaları və onların iqtisadiyyatının, mədəniyyətinin integrasiyası, ən yüksək dəyərlər kimi bəşəriyyətin tərəqqisi naminə xalqların əməkdaşlığı və biosferanın saxlanılması müşahidə olunur” (Абдеев, 1997 : 84).

İ.İ.Yuzvişinə görə: “İnformasiya elmin, texnikanın, xalq təsərrüfatının müxtəlif sahələrinin sürətli inkişafına yalnız əsaslı şəkildə təsir etmir, həm də ictimai nizam-intizamın təmin olunması, əmlakın saxlanılması, gənc nəslin tərbiyəsi və təhsili, insanlararası mədəni ünsiyyətin və digər sosial sahələrinin proseslərində aparıcı rol oynayır” (Юзвизин, 1996 : 15).

Kommunikasiya sistemlərinin informasiya təhlükəsizliyinin təmini müasir zamanın tələbidir. İnformasiya axınının çoxalması şəraitində informasiya sistemlərinin sabitliyi və etibarlılığı cəhətindən azalması və onların təhlükəsizliyinin təmini dərəcəsinin zəifliyi müşahidə olunur.

İnformasiya təhlükəsizliyi – sabit həyat və yaradıcılıq, fəaliyyət və inkişaf naminə dövlətin, cəmiyyətin, sosial qrupun, şəxsiyyətin informasiya resurslarının və axınlarının qorunmasını təmin etmək bacarığıdır.

İnformasiya təhlükəsizliyinin təmini individual və ictimai şüura və insanların psixikasına, həmçinin kompüter şəbəkələrinə və informasiyanın digər mənbələrinə neqativ təsirinə qarşıdurmanı nəzərdə tutur.

İnformasiya təhlükəsizliyinin sistemi qanunverici, administrativ və proqram-texniki ölçülərinin kompleksi kimi müdafiə tədbirlərini özündə ehtiva edir və kütləvi informasiyanın məxfiliyini təmin edir. Bundan başqa bu sistem şəxsi və qrup qazanılan bacarıqlarını, səriştələrini və təhlükəsiz davranışın cəhətlərini işləməyə, “informasiya müharibəsinə” daima adekvat ölçülərinin hazırlığını saxlamağa məqsədlərini qoyur.

Təhlükəsizlik siyasəti informasiyaya münasibətdə davranış qanunlarının, qaydalarının və normalarının çeşidi vasitəsilə realizə olunur. Orada informasiyanın təşkili, işlənməsi, müdafiəsi və yayılması təyin edilir. Məsələn, qaydalar təyin edir ki, hansı hallarda istifadəçinin müəyyən çeşidlərlə əməliyyat aparmağa hüququ var.

1998-ci il 3 aprel tarixli “İnformasiya, informasiyalaşdırma və İnformasiyanın mühafizəsi haqqında” qanunun qəbulu informasiya təhlükəsizliyinin təmininin hüquqi bazasını gücləndirdi. Həmin qanun ilk dəfə “məxfi informasiya” anlayışını tətbiq etdi. O, sənədləşmiş informasiya kimi təhlil edilir və onun əldə olunması qanunvericilik orqanına müvafiq məhdudlaşdırılır. Bununla belə informasiya təhlükəsizliyinin təşkilinə ümumi hüquqi tələblər qoyulur, əsas da onun işlənməsi, saxlanması və texniki qurğularında, informasiya və telekommunikasiya sistemlərində və komplekslərində dairəvi istifadəsi zamanı.

Həmin qanun informasiya təhlükəsizliyinin əsas məqsədlərini təyin edir:

- informasiyanın sızması, oğurlanması, itirilməsi, dəyişilməsi və saxtalaşdırılması təhdidlərinin qarşısının alınması;
- şəxsiyyətin, cəmiyyətin və dövlətin təhlükəsizliyinin təhlükələrinin qarşısının alınması;
- informasiyanın məhv olunması, modifikasiyası, dəyişilməsi, təkrarlanması, dondurulması sanksiyalaşdırılmamış hərəkətlərinin qarşısının alınması;

- şəxsi sirrlərinin və məlumatlarının qorunması ilə əlaqədar vətəndaşların konstitusiyə hüquqlarının mühafizəsi;
- dövlət sirrlərinin mühafizəsi və informasiyanın məxfiliyi.

Təminatın etibarlılığı – bahalı tədbirdir. Sistem etibarlılığının təmini ilə bağlı tələb olunan səviyyə yüksək olduqca, dərhal sxem mürəkkəbləşir və, müvafiq olaraq, təhlükəsizliyin təmininin qiyməti də qalxır. Bununla belə, informasiyanın etibarlılığı və düzgünlüyü (representativliyi) ilə əlaqədar irəli sürülən tələblərə fikir verməmək olmaz. Formalaşmış siyasətdən asılı olaraq sistemin təhlükəsizliyini təmin edən konkret mexanizmlərini seçmək olar.

Təhlükəsizliyin təmini mümkün olan məlumatın itirilməsi, dəyişilməsi, sızması, yersiz istifadəsi və ya tərsinə, informasiyanın istisnası, xəbərdarlıq, əks təsirin ölçülərin seçimi, həmçinin ehtiyac olsa informasiya resurslarının və axınların mühafizəsinin təmini mexanizminin yeniləşməsi səbəblərinin analizini özündə ehtiva edir.

Müasir zamanda kütləvi informasiya təhlükəsizliyinin təmininin üç yanaşması formalaşmışdır. Onlardan birincisi kütləvi informasiyanın təmini ilə bağlı özəl, fərdi vəzifələrin həllini, ikincisi – vahid proqram üzrə vəzifələr kompleksinin həllini, və nəhayət, üçüncüsü – metodoloji və metodik yanaşmalarının əsasında təhlükəsizliyin müxtəlif yarım sistemlərinin vahid sistemə inteqrasiyasını özündə ehtiva edir.

İnformasiya təhlükəsizliyinin təmininə inteqral yanaşma daha effektiv və etibarlıdır. O, kütləvi informasiya təhlükəsizliyinin təmini prosesinin məcburi davamlılığını, həm zamanda, həm də məkanda nəzərdə tutur. Bu problemə inteqral yanaşma daha perspektivdir, halbuki onun tətbiqi inkişaf etmiş infrastruktursuz, böyük maddi və intellektual xərclərsiz və texniki vasitələrinin yüksək səviyyəsiz mümkün deyil. Bu məsələlər inteqral təhlükəsizlik sisteminin inkişafına mane olur.

İnformasiya təhlükəsizliyin təmininin əsas prinsiplərini qeyd edək: şəxsiyyətin və cəmiyyətin maraqlarının qanuniliyi və balansı (tarazlığı), beynəlxalq sistemlərlə inteqrasiyası, iqtisadi effektivlik, komplekslik.

İnformasiya təhlükəsizliyin təmininin ən əhəmiyyətli və effektiv aspekti fiziki vasitələrlə təhlükəsizliyin təminidir. Fiziki təhlükəsizliyin sisteminin yaranması üçün indiki zamanda mövcud olan və gələcəkdə yarana bilən informasiya mühafizəsinin itirilməsi riski ilə bağlı səbəblərinin analizi aparılır. Risklərin analizi informasiyanın konkret növünün optimizasiyası vasitələrinin və konkret mühitdə obyektin istifadəsi vasitəsilə həyata keçirilir. Bütövlükdə, informasiya və informasiya sistemlərinin təhlükəsizliyin fiziki təmininin sistemi özündə ehtiva edir: girişə idarə etmə; daxil olmanın aşkarlanması; mühəndis-texniki müdafiəsi; vəziyyətin əks olunması və qiymətləndirilməsi; narahat vəziyyətlərdə tədbirlərin görülməsi; ekstremal vəziyyətdə məlumatlandırılmasının təşkili; informasiyaya yaxın olan heyətin şəxsi təhlükəsizliyi.

İndiki zamanda respublikamızda informasiya, informatizasiya, informasiya təhlükəsizliyi sferalarına aid qanunlar mövcuddur və onlar işləyir.

Müstəqil Azərbaycan Respublikasında informasiya sahəsində milli təhlükəsizliyinin təmin olunması (Maddə 20) haqqında qanun qəbul edilib. Bundan başqa “Reklam haqqında” (03.10.1997), “İnformasiya, informasiyalaşdırma və İnformasiyanın mühafizəsi haqqında” (03.04.1998), “Kibercinayətkarlıq haqqında” konvensiyasının təsdiq edilməsi barədə (23.11.2001), “Televiziya və radio yayımı haqqında” (25.06.2002), “Elektron imza və elektron sənəd haqqında” (09.03.2004), “Elektron ticarət haqqında” (10.05.2005), “Telekommunikasiya haqqında” (14.06.2005), “İnformasiya əldə etmək haqqında” (30.09.2005), “İnformasiya əldə etmək haqqında” (07.07.2012) və digər qanunlar qəbul edilib (Rabitə və yüksək texnologiyalar nazirliyinin elektron təhlükəsizlik mərkəzi - cert.az).

O şəraitdə ki, informasiyanın yayılması sahəsi Azərbaycan Respublikası sərhədlərindən kənar çıxır, informasiya təhlükəsizliyi ilə əlaqədar beynəlxalq əməkdaşlığı mütləq təşkil etmək lazımdır. İstər MDB, AŞPA, TÜRKPİA, İslam əməkdaşlığı ölkələri, istərsə də Amerikanın, Afrikanın ya Şərqlin ölkələri olsun.

İnformasiya təhlükəsizliyi ilə əlaqədar beynəlxalq əməkdaşlıq ideyası bir çox imzalanmış müqavilələrdə öz əksini tapıb. Bu müqavilələrə müvafiq olaraq tədbirlər sistemi informasiya mübadiləsinin və, eyni zamanda, təhlükəsizliyinin təminini nəzərdə tutur.

Bir həqiqətdir ki, xüsusi mühafizəni qlobal informasiya sistemləri tələb edir. İnternet, onu yaradanlar tərəfindən nəzərdə tutulmamış, öz şəxsi qaydaları üzrə yaşamağa başlayır. Özünü inkişaf edən sisteminə çevrilərək, o müəyyən zaman məqamında tamamilə insanın nəzarətindən çıxıb bilər. İnsan üçün sanki “qara qutuya” çevrilərək o, informasiya vasitəsilə insanların böyük kütləsini özünə cəlb edir. İstifadəçi yalnız şəbəkədən götürülən məlumatla tanış olur, lakin informasiya hansı mexanizm vasitəsilə əldə olunub, o bilmir və bilə də bilməz. Yəni istifadəçi sistemə daxil olma tələbini irəli sürür və çıxışda məlumatı əldə edir, bununla da insan kommunikasiya sxemi ilə məmnun olur.

“Süni intellekt” də insan üçün həmin funksiyaları icra edir. İnsanın informasiya-kommunikasiya sistemləri ilə idarə etməsinin (onlara tabe olunmasının) ən böyük təhlükəsini qlobal informasiya sistemlərinin təcəkkür-manipulyasiya sistemlərinin özünü-təşkil edən modelləri ilə mümkün olan birləşməsi təqdim edir. Belə sistem həm insana, həm də noososietal sisteminə, yəni qlobal planetar sosietal sistemin noosfer sferasına da rəqabət təşkil edə bilər.

Müxtəlif sosioloji, statistik və digər metodlarının vasitəsilə əldə edilən informasiya idarə olunan obyekt haqqında tam mənzərəni yaratmalıdır. Obyekt haqqında informasiya onun inkişafının vəziyyətini, proseslərini və meyllərini əks etdirməlidir. Lakin təcrübədə əksər hallarda müxtəlif səbəblərə (zaman çatışmazlığı, lazımi kəmiyyətdə kanalların olmamağı, və s.) görə bu və ya digər

qərar qəbul etmək məqsədilə obyekt (obyektlər) haqqında tam şəkildə informasiya əldə etmək olmur.

Bununla əlaqədar Li Yakokka bir dəfə “Ford” kompaniyasına rəhbərlik edən Filip Kolduelə gedişindən sonra demişdir: “Sizin probleminiz ondadır ki, Fil, Siz Harvardı bitirmisiz, və orada faktlar aşkar olmasa Sizi hərəkətə keçməyə öyrətməyiblər. Sizin əlinizdə faktların 95%-ı var, lakin Siz 5% əldə etmək üçün altı ay da sərf edirsiniz. O zaman ki, Siz nəhayət onları əldə edirsiniz, bilinir ki, onlar artıq köhnəlib, çünki bazar vəziyyəti kifayət qədər çox dəyişilib” (ЛН, 1991 : 75).

İnformasiya əldə edilməsinin iş vaxtı və onun baha olması bir çox hallarda məlumatı idarə edən orqanları tərəfindən tətbiq olunan təmsilinin etinasızlığına gətirir. Hərdən idarə edənlər, qəbul edilən qərarların effektivliyi ilə risk edərək, yalnız başa düşdükləri və tətbiqi üçün onlara rahat olanları istifadə edirlər. Tətbiq edilən informasiyanın təhrifi, dəyişilməsi və ya tam olmadığı böyük iqtisadi itkilərə gətirərək baha başa gəlir.

İnformasiya sistemləri belə qurulmalıdır ki, onlar məlumatı nəzəri və empirik səviyyələrində ümumiləşdirməyə imkan yaratsınlar. Tam aydındır ki, istənilən layihəyə nə qədər çox maddi xərclər və zaman tələb olunursa, qabaqcadan verilən məlumat bir o qədər düzgün və təfərrüatlı olmalıdır.

“Əlbəttə ki, bütün faktlar barədə informasiyanı əldə etmək və istənilən konkret proqramın etibarlı realizasiyasına zəmanət verərək onun tam tədqiqatına can atmaq istəyi - təbii haldır... Nəzəriyyədə bunlar hamısı gözəl görsənir, lakin real həyat sadəcə belə sxemə yerləşmir. Təbii olaraq, menejer mümkün qədər çox məlumatları və proqnozlaşdırılmış qiymətləri toplamalıdır. Amma elə bir məqam olur ki, intuisiyaya etibar etmək, riskə getmək lazımdır. Birincisi, çünki, hətta doğru qərar sonda yalnız ola bilər, əgər o gec qəbul olunubsa. İkincisi, çünki, bir qayda olaraq, absolyut, mütləq, tam əminlik mövcud deyil. Siz dünyada ən son, müasir kompüterlərindən istifadə edə bilərsiniz, bütün mümkün olan sxemləri və

məlumatları yığa bilərsiz, lakin sonda siz bütün məlumatları bir yerə yığmalısınız, özünüze işlərin siyahısını tutmalısınız və hərəkət etməlisiz” (Ли, 1991 : 74-75).

Beləliklə, sosial idarəçilikdə informasiyanın rolu böyük və əvəzsizdir. Bundan irəli gələrək bir çox tədqiqatçılar öz işlərində ümumi nəticəyə gəlmək məqsədilə idarəçilik prosesini informasiyanın yenidən işlənilməsi prosesinə gətirirlər (Виноградова З., Виноградова И., Щербакова В., 1998 : 112).

İdarəçilik fəaliyyəti təcrübəsində sistemdə baş verən proseslərinin yalnız bir hissəsi idarəçilik hərəkətinə məruz qalır. İdarə etmənin təsir obyektinə nə dərəcədə düzgün seçilibsə, idarəçilik prosesinin effektivliyi ondan asılı olur. Müvafiq olaraq, bütün sosial informasiya idarəçilik proseslərinə cəlb olunmur. “Sosial informasiya istənilən sosial təzühürünün aspekti və nəticəsi kimi çıxış edir və “şüurun işığı ilə” mütləq işıqlandırılır” (Урсул, 1975 : 196-198).

İnformasiyanın qavranışı subyektiv şəkildə baş verir, onun yenidən işlənilməsi həmçinin subyektiv amillərindən asılı olur. “... Bütün bizim psixiki fəaliyyətimiz proqram məqsədlərinə çatmaq üçün yönəlir və təşkil olunur: həm seçim, həm informasiyanın filtrasiyası, həm də onun hafizədən götürülməsi və yenidən işlənilməsi – hamısı qərəzli keçirilir” (Траве, 1973 : 50).

Bundan irəli gələrək, effektiv idarəçiliyin şərti onun əldə edilməsinin məqsəd və vasitələrin seçiminin nəzarətidir. Belə sosial nəzarət şüurlu və şüursuz səviyyələrində həyata keçirilir. Bu səviyyələr qarşılıqlı surətdə bir-birinə daxil olur və bir-birini əlavə edir. Buradan, idarəçiliyin subyekt tərəfindən qavranılmayan informasiya özünü nizamlayan proseslərində latent halında istifadə edilir.

Bu gün idarə obyektləri və keçirilən sosial prosesləri barədə informasiya qıtlığı şəraitində bir çox idarəçiliklə bağlı qərarlar qəbul olunur. Bəzi hallarda isə informasiyanın mənasını dərk etmədən bu baş verir.

A.İ. Arnoldov qeyd edir: “Belə təsəvvür yaranır ki, cəmiyyət özünün mükəmməl olması üçün informasiyanın məzmununu dərk etmir, onun pozitiv, kreativ, lakin, eyni zamanda, təhlükəli, dağıdıcı başlanğıclarını başa düşmür. Dövlətin informasiya siyasəti kütləvi informasiya vasitələrinin ağılsız üzdəngedən idarəçilikdə özünü büruzə verir. Bu gün informasiya strukturu idarə etmənin və ya ictimai şüurun manipulyasiya vasitəsi və siyasi vasitəsi kimi təhlil olunur” (Арнольдov, 1997 : 81). İnformasiya strukturunun stabilliyi cəmiyyətin sabitliyinə də təsir göstərir.

Tez-tez idarə orqanları və rəhbərlər informasiya sisteminin rolunu düzgün qiymətləndirmir. Bu subyektin informasiya mənimsəməsinin məhdudlaşdırılmış qabiliyyətinə görə baş verir. “Mesajın faydalı olmasının qiymətinə qəbul edən şəxsin məqsədi, norması, iddiası, maraqları, kvalifikasiyası, subyektin fiziki vəziyyəti əsaslı təsir göstərir” (Толстой, 1995 : 175). Bir çox rəhbərlər isə gələn informasiyanı müvafiq halda qəbul etmək və tənqidi mənimsəmək lazımı qabiliyyətinə malik deyil.

Qarşıya qoyulan məqsədlərindən asılı olaraq dəyişən və idarə olunan obyektin vəziyyətinin təhlili yalnız sağlam şüura və intuisiyaya, həmçinin elmi məlumatlarına əsaslanaraq situasiyanın obyektivcəsinə qiymətləndirilməsinə imkan yaradır. Zamanın müxtəlif intervallarında obyekt vəziyyətinin müqayisəsi göstəricinin ölçüsünü və mövcud olan sosial prosesin istiqamətini təyin etməyə şərait yaradır.

Obyekt haqqında sistem informasiyası onun inkişafının vəziyyətini, proseslərini və meyllərini əks etdirməlidir. Sistem ilə bağlı informasiya, bir tərəfdən, həmin sistemin komponentlərini (struktur informasiyasını) əks etdirir, digər tərəfdən isə, sosial inkişafının proseslərini (fəal informasiyasını). Qarşıya qoyulan məqsədlərindən asılı olaraq toplanan informasiyasının strukturu dəyişilir, o da obyektin bu və ya digər keyfiyyətləri barədə qiymətləndirməyə imkan yaradır. Bunun üçün idarəçilik funksiyaların icrası effektivliyinin xarakterizə edən sosial

göstəricilərini və indikatorlarını işləmək lazımdır. Bu göstəricilər sosial-iqtisadi və idarəçilik vəziyyətinin qiyməti üçün əsas formalaşdırır.

Sosial monitoring (nəzarət) həmin göstəricilərin dinamikasını izləməyə şərait yaradır. Onun tətbiqinin metodikası informasiyanın yığılması və qiymətləndirilməsinin bəzi xüsusiyyətlərini nəzərə almağa tələb edir: müxtəlif zaman dövrlərində sosial sistemin bütövlükdə mənzərəsini göstərən, təkrar olunan göstəricilərinin müəyyən məhdudlaşdırılmış çeşidin istifadəsini. Monitoringin təşkili zamanı bu və ya digər hadisələri, prosesləri, obyektin vəziyyətini xarakterizə edən indikatorlar tərtib olunur. Indikatorlar obyektin xüsusiyyətlərini təsnif edir, onlar isə külli miqdarda bir-birilə bağlı elementləri təqdim edir (Уёмов, 1972 : 7).

Sosial indikatorlar kimi tətbiq olunan göstəricilər müəyyən tələblərə cavab verməlidir (tədqiq olunan obyektə müvafiq əks etdirməlidir, ümumiləşdirilmiş xarakter daşmalıdır, müqayisə olunan, əlavə edilən, müəyyən formaya sahib olmalıdır, və s.).

“Monitoring indikatorları nəticə etibarlı ilə çoxlu qarşılıqlı əməkdaşlığın təzahür formalarını təqdim edir, keyfiyyət əlamətləri və onların ölçüləri ilə müəyyən münasibətdə olur, bu da əvvəlcədən görünən informasiya mənbəsi kimi belə indikatorların istifadəsi üçün nəzəri-metodoloji əsasını yaradır, həmçinin onları proqnozlu axtarışın obyektinə və proqnozlu modellərinin konstruktlaşması elementləri kimi təhlil etməyə imkan yaradır” (Кривобобов, 1994 : 28).

“Monitoring indikatorları” anlayışı çoxobrazlı formalarının, tədqiq olunan sosial hadisənin qavrayış vasitələrinin qarşılıqlı əməkdaşlığını özündə ehtiva edir. Monitoring indikatorları – zamanda sabit olan, kəmiyyət və keyfiyyət xarakteristikaları ilə səciyyələnən informasiya formalarıdır. Onlar əsas amillərin və şərtlərin nəticədə olan hərəkətini əks etdirir və qanunauyğunluq, tarixi əhəngdarlıq, ritmlik xüsusiyyətlərinə malikdir.

Sosial indikatorları kimi, tədqiq (müşahidə) olunan obyektə adekvat şəkildə əks etdirən statistik göstəricilər və ya onların sistemi istifadə edilir. Monitoring indikatorlarının tələblərinə statistik qanunauyğunluqlarının uyğunluğunun əsas meyarı birlik, ümumilik, identilik (eyniyyət), müqayisə olunma cəhətləri ilə seçilən həmcins komplekslər prinsipinin istifadəsidir.

Eynicinslilik tədqiq olunan proseslərin keçirilən şəraitində şərtlərin həmin birliyində və müqayisə olunmada inkişafının daxili və əsas səbəblərinin oxşarlığını nəzərdə tutur.

Həmcins komplekslərini xüsusi qeyd etməyə imkan yaradan, statistik qanunauyğunluqlar müvafiq sosial obyektində real səbəb-nəticə əlaqələrini əks etdirməyə imkan verir, həmçinin baş verən prosesini şərtləndirən müxtəlif amillərini sadalayıb nəzərə almağa şərait yaradır. Halbuki informasiyanın qəbulu və istifadəsi həmcins (oxşar) statistik komplekslərin xüsusi qeyd olmasının əsasında zəruridir, lakin monitoring tədqiqatlarında kifayət deyil. Oxşarlığın qeyd olunan cəhəti həmişə səbəb-nəticə əlaqələrin müvafiq həmcinsliyi barədə birmənalı danışmağa imkan yaratmır. Sosial sistemlərinin həmcinsliyi meyarlarının və onların dinamikliyinin işlənilməməsi statistik komplekslərin əsasında qurulan indikatorların xüsusi seçimini tələb edir.

Keçirilən monitoringin xüsusiyyətlərinin statistik metodlarına münasib olduğuna baxmayaraq, sosial monitoringdə bütün statistik göstəricilər istifadə edilə bilməz. Təhlil olunan prosesin törəməsi olaraq monitoring indikatorları konkret hadisələri əks etdirə və say göstəriciləri və ya tədqiq olunan obyektin mahiyyətinin təzahürünü özündə ehtiva edən digər abstraksiyalar kimi təqdim oluna bilər.

Monitoring prosesində statistik qanunauyğunluqların istifadəsinin zəruri şərtləri statistik qanunauyğunluqların və onların tərkibində olan standartlaşmış statistik say göstəricilərin real tendensiyalara, hadisələrə və onları formalaşdıran amillərə münasibliyi məsələsinin qoyuluşu və həllidir, onların fiksasiyası (qeyd edilməsi) və proqnozlaşdırılması isə sosial monitoringin əsas funksiyasıdır.

“Əgər statistik ölçüsü ilə ifadə edilən monitoringin indikatoru səbəb amillərin nəticə etibarlı ilə qarşılıqlı əməkdaşlıq xarakterini daşıyır və müəyyən inkişaf tendensiyasını əks etdirir, onda həmin tendensiya ölçüsünün axtarışı, əlamətin çoxalan miqdarının ölçmək prosesi, dərəcə mənasının nail olmaq məqamının proqnozlaşması və yeni keyfiyyətin yaranması göstəricilərin dinamikasının müqayisəli analiz, onların mənalılarının ardıcıl yaranmasının müşahidəsi vasitəsilə həyata keçirtmək olar” (Кривобок, 1994 : 75).

Monitoring indikatorları kimi statistik məlumatların istifadəsi imkanlarını və sosial monitoringin metodik təminatında statistik metodlarını təhlil edərək tədqiqatçılarla tamamilə razılaşmaq olmaz, çünki onlar, bir qayda olaraq, idarə edən statistik orqanların rəhbərliyinin nümayəndələri olur. Onlar şəxsi sahə metodik və informasiya bazasını istifadə edərək monitoringi təşkil edirlər. Baxmayaraq ki, rəsmi statistika ictimai-iqtisadi münasibətlər tərəflərinin çoxluğunu özündə ehtiva edir, çətin əmin olmaq olar ki, həmin baza tamamilə əhatəli olsun. Digər tərəfdən isə, statistik metodlar, monitoring tədqiqatları geniş şəkildə öz predmetinə daxil edən, motivləri, fikirləri, normaları ölçə (nəzərə ala) bilməz (Шапков, 1989 : 51).

Monitoring strukturunda tətbiq edilən sosial indikatorları üç səviyyəyə bölmək olar. Birinci səviyyədə göstəricilərin analizi üçün seçilmiş tam kompleksi təşkil edən ilkin sosial indikatorlar istifadə olunur. İkinci səviyyəsinin indikatorları situasiyanı əks etdirən və qeyd edilən blokun çərçivəsində konkret mühitdə ümumiləşdirilir. Üçüncü səviyyədə tədqiqat predmeti nəzərindən müşahidə olunan obyektini xarakterizə edən inteqrallaşmış göstərici alınır.

Bundan savayı, monitoring tərəfindən keçirilən və tələb olunan bütün statistik göstəricilər statistikanın orqanları tərəfindən izlənilir. Bu hallarda onları monitoring proqramına əlavə daxil etmək lazımdır. Təbiidir ki, monitoring indikatorları kimi statistik göstəricilərin istifadəsi zamanı yarana bilən bütün suallara cavab vermək bir elmi-tədqiqat əsərində mümkün deyil. Sosial monitoring

nəzəriyyəsinin işlənməsində statistik qanunauyğunluqların funksionallığının ümumnəzəri əsaslarının qeyd olunması əhəmiyyətlidir.

IX Fəsil

Etnik şüurun variativliyi:

elitar, professional və kütləvi subkulturlarının qarşılıqlı əlaqələri

Elitar, professional və kütləvi subkulturlarının qarşılıqlı əlaqələrinin, yəni etnik şüurun variativliyinin təhlili üçün Azərbaycan cəmiyyətinə nəzər salaq.

Müasir cəmiyyətdə insani münasibətlər, səmimi ünsiyyət – insanları zənginləşdirən amillərdir. İndiki zamanda məhz belə münasibətlərinin sayəsində Azərbaycanda gözəl və izzətli bir mühit yaranıb.

Azərbaycan çoxmillətli ölkədir. Azərbaycanda yaşayan və ya Azərbaycana, Bakıya, bölgələrə təşrif buyuran istənilən şəxs, əgər obyektivdirsə, qərəzsizdirsə, bu faktı təsdiqləyə bilər: bizim ölkəmiz dünyada yeganə ölkədir ki, burada həm milli, həm də dini tolerantlıq müşahidə edilir. Bu danılmaz bir həqiqətdir, müasir Azərbaycan cəmiyyətimizin realıyasıdır.

Çağdaş zamanda Azərbaycan həyatının bütün sferalarında, xüsusilə də iqtisadiyyat, siyasət, dünyada Azərbaycan mövqesinin möhkəmləndirilməsi işində, ictimai proseslər sahəsində, idman sahəsində tərəqqi, inkişaf, irəliləyiş, yüksəliş, kifayət qədər pozitiv tendensiyalar, müsbət meyillər, rifah müşahidə edilir. Bu siyasətin indiki vəziyyətinin əsasında təməlini qoyan ulu öndər, ümummilli lider Heydər Əliyevin uzaqgörən siyasəti dayanır. Heydər Əliyev siyasəti Azərbaycanda bütün sahələrdə yaşayır və uğurla davam etdirilir. 90-cı illərin əvvəllərində onun

müdrikliyi, uzaqgörənliyi, siyasi təcrübəsi sayəsində Azərbaycan böyük bələlardan qutararaq inkişaf yoluna çıxarılmışdır.

Bu gün Azərbaycanın sürətli inkişafı, bir çox amillərlə yanaşı, bu amildən də asılıdır. Azərbaycanın hərtərəfli inkişafı, vətəndaş cəmiyyətinin formalaşması və möhkəmləndirilməsi üçün mütləq millətlərarası, dinlərarası dialoq gücləndirilir. Ölkəmizdə bütün xalqların və dinlərin nümayəndələri rahat yaşayırlar, demək olar ki, bir ailə kimi. Bu ölkənin tərəqqisi üçün əhəmiyyətli amildir. Bu amil – Azərbaycan xalqının qəlbinin dərinliyindən gələn böyük istəyin, insanpərvərliyin əsasına arxalanan dövlət tərəfindən keçirilən siyasətdir, həmçinin bütün dinlərin nümayəndələrinin fəaliyyətidir.

Şübhəsiz ki, dünyada cərəyan edən müxtəlif proseslər, bu və ya digər dərəcədə, Azərbaycana da öz təsirini göstərir, və müvafiq olaraq, bununla əlaqədar müxtəlif vəzifələr daima yaranır. Belə ki, Azərbaycanın gücləndirilməsi, onun mövqeyinin möhkəmləndirilməsi ona şərait yaradır ki, ölkəmizdə baş verən proseslər bölgəyə öz təsirini göstərir. Azərbaycan müstəqil ölkə kimi gündən günə güclənir. Bu müstəqillik dönməz xarakter daşıyır. İqtisadi müstəqillik, enerji təhlükəsizliyi, müstəqil siyasət aparmaq qabiliyyəti bütün qarşıda duran problemlərin həlli vasitəsidir və yoludur.

Bu gün ölkə qarşısında duran ən başlıca vəzifə - Ermənistan-Azərbaycan, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin həll olunmasıdır. Torpaqlarımız iyirmi ildən artıqdır ki, işğal altındadır. Bu ədalətsizlik əfsuslar olsun ki, uzun illərdir hökm sürür. Baxmayaraq ki, bütün beynəlxalq hüquq normaları, tarixi həqiqət bizim mövqeyimizi dəstəkləyir, çünki Dağlıq Qarabağ tarixi, əzəli Azərbaycan torpağıdır, Azərbaycan xalqı isə beynəlxalq münasibətlərinin yüksək səviyyəsini göstərir və münaqişənin sülh həllinin tərəfdarıdır, torpaqlarımızın qaytarılması şərti ilə. (Lakin xalqımızın dözümlüyünü bu dərəcədə sınamaq lazım deyil!...)

İndiki zamanda Azərbaycanın mövqeyi bölgədə kifayət qədər güclüdür, təsir imkanları da günü-gündən genişlənir. Bu imkanlar uğurlu əməkdaşlığın və

regionda mehriban qonşuluq münasibətlərinin gücləndirilməsinə xidmət edir. Belə vəziyyət bölgə üçün müsbət bir amildir. Bu gün Azərbaycan regionda sabitləşdirici rol oynayır və bu rol getdikcə artır. Azərbaycanda bütün azadlıqlar mövcuddur. Fəxr və qürur hissi ilə deyə bilərik ki, Azərbaycan xalqı – azad xalqdır. Ən böyük sərvət və nemət – din azadlığı, vicdan azadlığı, söz, fikir, siyasi fəaliyyət, mətbuat azadlığıdır.

Azərbaycan beynəlxalq arenada böyük nüfuza malikdir, çünki düzgün, səmimi, açıq siyasət aparır, həm beynəlxalq təşkilatların içində, həm ikitərəfli formatda. Məsələ bundadır ki, siyasətdə, həyatda olduğu kimi, insanın ***bir üzü*** olmalıdır. Yalnız belə halda insana hörmət edəcəklər. Azərbaycan bu hörməti qazanıb, onu yüksək qiymətləndirir, və gələcəkdə bu amil xüsusi rol oynayacaq.

Dünya tarixindən bəllidir ki, yalnız o ölkə inkişaf edə bilər - harada xalq və hökumət arasında birlik və böyük inam var. Azərbaycanda xalq və hakimiyyət arasında belə birlik mövcuddur. Buna əyani misal ölkəmizdə 2015-ci ilin 12-28 iyun tarixində keçirilən Birinci Avropa Oyunları ola bilər. İlkin hazırlıq mərhələsindən tutmuş, bütün keçirilmə proses zamanı, açılış və bağlanış mərasimlərində, ta qonaqları qarşılamaq, istiqamətləndirmək, yerləşdirmək və yola salmağına qədər, ümumiyyətlə, oyunların bütün mərhələlərində fəal iştirak edənlər könüllülərin böyük ordusu, demək olar ki, bütün Azərbaycan xalqı, bir varlıq kimi, dünyaya mədəniyyətimizin və qonaqpərvərliyimizin yüksək səviyyəsini açıq şəkildə nümayiş etdirdi.

Şahidi olduğumuz, bir məqamı da xüsusi qeyd etmək istərdim. Milyonlarla tamaşaçıların gözü qabağında Birinci Avropa Oyunlarının mükafatları təqdim etmə mərasimində (91 kilo çəki kateqoriyası olan) qızıl medalı Abdulkadir Abdullayev qazandı, gümüş medalı isə qazanan erməni idmançısı Qevorq Manukyan – Ukraynanın idman yığmasının nümayəndəsi olub. Zalda iştirak edənlər özünəməxsus tərzdə idmançıya reaksiya verdilər, çünki Azərbaycan ərazisinin 20% torpaqları hələ ki Ermənistanın işğalı altındadır. Azərbaycanın Prezidenti, çoxhörmətli İlham Əliyev cənabları, təqdimat mərasimində iştirak edənlərə sözsüz

şəkildə, bir əlini qaldıraraq işarə ilə müraciət etdi ki, biz bir xalq olaraq, mədəniyyətimizin yüksək səviyyəsini nümayiş etdirməliyik. Və cənab Prezident erməni idmançıya yaxınlaşanda, tamaşaçılar gurultulu alqışlarla onu dəstəklədilər. Bu Azərbaycan xalqının və cənab Prezidentin birliyinin, qarşılıqlı anlamasının və dəstəyinin, Prezident siyasətinin xalqın tərəfindən tam bəyənməsinin bariz nümunəsidir.

Azərbaycanın islam dünyasında öz mövqeyini möhkəmləndirir, çünki islam bizim dinimizdir, 2017-ci ildə Azərbaycanda Birinci İslam Həmrəyliyi İdman Oyunları keçiriləcək. İslam həmrəyliyinə möhkəmləndirilməsinə Azərbaycan məqsədyönlü şəkildə öz töhvəsini verir.

Danılmaz faktdır ki, Azərbaycanda bütün dinlərə aid olan abidələr daima bərpa edilir, təmir olunur, yeni məbədlər, ibadətqahlar, gicgahlar ucalır. Bibi Heybət məscidinin, Təzə Pir məscidinin, Əjdər bəy məscidinin, İçəri Şəhər məscidinin lazımi bərpa və təmir işləri aparılır, Qafqaz müsəlmanlarının yeni inzibati binasının tikintisi gedir. Bununla yanaşı, xristian kilsələrində bərpa-təmir işləri gedir, yeni katolik kilsə tikilir. Reallıq bundan ibarətdir. Sadalanan işlərin hamısı xalqın əminamanlığına, sakitliyinə, sülhünə, rifahına, ölkənin gücləndirilməsinə, həmçinin Azərbaycanda yaşayan bütün xalqların və dinlərin nümayəndələri özlərini rahat hiss etməyinə xidmət edir.

Bu gün dünyada millətlərarası, dinlərarası, sivilizasiyalararası dialoqun keçirilməsi və fəallaşması haqqında çox danışılır. Bu böyük zəruriyyətdir! Lakin, həqiqətdə, biz fərqli bir mənzərə ilə qarşılaşırıq – dialoq yerinə qarşıdurma, əməkdaşlıq yerinə - ədavət, ziddiyyət, düşmənçilik, süni yaradılan təxribatlar. Bunlar hamısı dəhşətli təhlükənin mənbəsidir.

Azərbaycan isə dünya miqyasında dinlərarası, millətlərarası, sivilizasiyalararası dialoqun aparılması üçün artıq bir ünvana, bir məkana çevrilmişdir. Təkcə burada coğrafi vəziyyətimiz, yaxud da, müxtəlif dinlərin

nümayəndələrinin əsrlər boyu Azərbaycanda bir ailə kimi yaşaması amilləri rol oynayır.

Hökm edən gözəl ictimai mühit, rahat şərait, vətənpərvərlik, əməkdaşlıq, həmrəylik hissləri, xalqın tələbi ilə keçirilən dövlətin daxili və xarici siyasəti müasir Azərbaycanın uğurlu uzunmüddətli inkişafını təyin edir.

Ölkənin gücünü təkcə sərvətlər, təbii ehtiyatlar, yaxud da ki, maliyyə imkanları müəyyən etmir. Hər bir ölkənin gücü onun hərtərəfli inkişafındadır. Azərbaycanın gücü ondan ibarətdir ki, ölkəmizdə bütün xalqların, bütün dinlərin nümayəndələri rahat, dostluq, qardaşlıq şəraitində yaşayırlar. Bütün dini bayramlarında və yas mərasimlərində mövcud olan bütün dinlərin nümayəndələri bir yerdə olur. Möhkəm formalaşmış dini və milli tolerantlıq – bu bizim xalqımızın sadəcə şüarı deyil, bu bizim həyat tərzimizdir. Biz belə yaşayırıq, və belə yaşamağımızla özümüzə, bütün regiona, bölgəyə və dünyaya sübut edirik ki, multikulturizm yaşayır.

Multikulturizm nisbətən yeni bir anlayışdır. Əslində bu, müxtəlif mədəniyyətlərə, fərqli dinlərə mənsub olan insanların birgə yaşaması deməkdir. Yəni, əsrlər boyu Azərbaycanda bu anlayış yaşayıb, bu gün də yaşayır və möhkəmlənir. Azərbaycan xalqı müxtəlif dövrlərdə fərqli ictimai-siyasi quruluşlar çərçivəsində yaşamışdır. Buna baxmayaraq, bütün dövrlərdə və xüsusilə müstəqillik dövründə bu müsbət meyillər gücləndirilib və bu gün də möhkəmləndirilir. Misal kimi Azərbaycanda külli miqdarda mövcud olan qarışıq nigahları qeyd edək. Bununla da Azərbaycan mədəniyyətinin unikallığı və böyüklüyü təyin edilir.

Müxtəlif subkulturların qarşılıqlı əlaqələrinin özünəməxsus xüsusiyyətlərini öyrənmək üçün assosiativ eksperimentlərinə nəzər salaq.

İndiki zamanda assosiativ eksperimentlərin materialları əsasında dil daşıyıcıları kollektivinin müxtəlif fenomenlər barədə biliklərin və anlayışlarının öyrənilməsi - öz aktuallığını itirməyən psixolinqvistikanın ənənəvi istiqamətlərindən biridir.

Assosiativ eksperimentin məhdud olmasına baxmayaraq (keçirilməsinin şərtlərindən asılı olaraq), əldə olunan nəticələrin interpretasiyasının müəyyən subyektivliyi (assosiativ reaksiyalarının təsnifatlarının qeyri-möhkəm olmağı), söz-stimul assosiasiyalarının paylanması, dil şüuru üçün (для языкового сознания) söz-stimulun semantikasının dərəcəsini, lüğətin və konseptlərin digər vahidləri ilə qarşılıqlı əlaqələrinin dəqiqləşdirilməsinin tipik üslubunu, həmçinin konkret leksemlərin əlaqələrinin qabaqcadan bilinməsini təyin etməyə şərait yaradır.

Assosiativ lüğətlərin məlumatlarının interpretasiyası əsasında rusların etnik şüurunun mahiyyətli xarakteristikaları aşkar edilib (N.V.Ufimtseva, Y.N.Karaulov), söz mənasının dərk olunması prosesinin yaş xüsusiyyətləri təyin olunub (V.E.Qoldin, A.P.Sdobnova; T.V.Sokolova; İ.Q.Ovçinnikova), rus və amerikan yeniyetmələrin dil şüurunda fərqli cəhətlər təsnif edilib (A.Fedçenko; T.İ.Dotsenko).

Ümumilikdə, türklərin etnik özünüdərkində avtostereotiplər erkən formalaşır, baxmayaraq ki, müəyyən transformasiyalarına məruz qalır. Məsələn, N.V.Ufimtseva artıq məktəbəqədər dövrdə ruslarda dil şüurun “başqa sentrikliyini” aşkar edib. A.Fedçenko isə yazır: “dil şüurunun mədəni stereotiplərin refleksləşmiş səviyyəsində rus yeniyetmələri ənənəvi rus mədəniyyətinə xas olan milli dəyərlərinə və arxitiplərinə sadıq qalır” (Федченко, 2006 : 107). Başqa sözlə desək, ontogenez prosesində leksik semantika barədə anlayışlar transformasiyaya məruz qalır, eyni zamanda isə mədəniyyətlə şərtlənən dərin mənalar nüvə (tezlik) assosiasiyalarında əks olunur və dil kollektivi üçün daimi olur.

Buna baxmayaraq hələ ki həll olunmayan etnik özünüdərk prosesində mədəni və sivilizasiyalı komponentlərin münasibətləri problemi qalır, nəzərə alaraq ki, sivilizasiyalı komponentlər yalnız rus mədəniyyətinin ənənələri ilə təyin edilmir.

Milli mədəniyyətdə bir neçə subkulturlarının fərqləndirilməsi qəbul edilib (M.M.Baxtin, 1990). Mədəniyyət növləri müxtəlif sosial sferalarına, mühitlərə yayılır. Mədəniyyət və dil qismən strukturca izomorfludur.

Dilin və mədəniyyətin müəyyən izomorflu olduqlarını özünəməxsus şəkildə N.İ.Tolstoy təsnif edib. O, dil və mədəniyyət strukturlarının nisbi izomorfluğuna, XIX əsrin sonu – XX əsrin əvvəllərində milli mədəniyyət çərçivəsində subkulturlarının nisbi muxtariyyətinə diqqət yetirib (Tolstoy, 1995 : 6). Başqa sözlə desək, subkulturların nisbi muxtariyyəti sivilizasiyalı amil ilə şərtlənir: sənaye cəmiyyətinin formalaşması ilə əlaqədar subkulturların (ənənəvi, peşə, elitar və kütləvi) muxtariyyəti də formalaşır.

Bu halda indiki zamanda dil şüurunun mədəni komponentlərin variativliyinin təyini xüsusi aktuallıq kəsb edir, yəni peşə, ənənəvi və kütləvi tərkib hissələrin mənalarının variativliyi. Təbii ki, həmçinin milli dilin subkulturları və idiomları arasında mövcud olan münasibətlərin müəyyənləşməsi də aktuallıq kəsb edir. Belə münasibətlər assosiativ eksperiment zamanı bədii dilin, sosiolektlərin, dialektlərin, şivələrin və adi danışiq dilinin leksik elementləri kimi təqdim olunub.

Aktual hadisələri bildirən leksemlərin assosiativ əlaqələrinin variativliyinə nəzər salsaq görürük ki, müxtəlif peşə sahibləri olan gənc azərbaycanlıların şüurunda fərqliliklər mövcuddur. Qarşıya qoyduğumuz məqsədin asanlaşdırılması üçün peşə-sənət əlaməti üzrə binar ziddiyyəti qəbul edək: dilçilər, filoloqlar və dilçi, filoloq olmayanlar. Bizim assosiativ eksperimentimizdə Azərbaycan Dillər Universitetinin və Azərbaycan Dövlət İqtisad Universitetinin tələbələri fəal iştirak edib. Onların arasında gələcək dilçi, filoloqlar və kommersant, ticarət işçiləri olub. Eksperimentə cəlb edilən tələbələrin yaşı 20-25 arasında idi. Azərbaycan Universitetlərinin 270 tələbələrindən 37 söz-stimullarından doqquz minə yaxın (9000) assosiativ reaksiya müşahidə olunub. Əldə edilən materialın analizinə müraciət edək.

İlk öncə respublikamız üçün aktual sosial hadisə olan işarələrin xarakteristikasından başlayaq. Bu anlayışlar filoloqlarda və ticarət işçilərində üst-üstə düşür. Məsələn, assosiativ eksperimentə cəlb olunan tələbələrində *“Qaçqın”*, *“Köçkün”* sözləri *“Qarabağ, İrəvan xanlığı, didərgin, evsiz, obasız, müharibə, yoxsul”* sözlər ilə assosiasiyalar yaradır.

“Bomj” sözü – **“çirk, kirli, evsiz, yoxsul, avara, küçə, zirzəmi, zibillik”** sözlər ilə assosiasiyalar yaradır.

“Özbaşınalıq”, “Qarmaqarışıqlıq” söz-stimul tələbələr **“hərc-mərclik, xaos, hərkilik, anarxiya, yox, basqın, dəhşət, qanunsuzluq, zorakılıq”** sözləri ilə əlaqələndirirlər.

“Azərbaycanlı” söz-stimula **“Vətən, dil, islam, idman, namus, kişi, Əhməd, Məmməd, ruh, xarakter”** - belə reaksiyalar aşkar olunub.

Tək-tək assosiasiyaları təhlil edəndə **“bomj, dəhşət, dərin, fəxr, qürur, can, qəlb, mentalitet, vətənpərvər, islam, bəxti gətirib”** sözləri aşkar edirik. Beləliklə, müasir gənclik öz şəxsi aidiyyətini normal şəkildə qiymətləndirərək Azərbaycana və azərbaycanlıya soyuqluğu müşahidə etmir.

Bütövlükdə filoloqların və ticarət işçilərin reaksiyaları bir-birinə oxşardır. Buna baxmayaraq, filoloqlarda verilən stimullara assosiasiyalar ümumi şəkildə daha az fərqlənir, nəinki kommersantlarda.

Assosiasiyaların heterogenlik indeksinin variativliyi onlarda dardır. Bu o deməkdir ki, filoloq olmayanlar assosiativ reaksiya kimi müxtəlif leksemləri daha çox yaradır. Dil və mətn yaratmaq kompetensiyalarına görə, leksik vahidlərin mahiyyətli dildaxili və mətn əlaqələri barədə mövcud olan anlayışın sayəsində, formalaşan filoloqların assosiasiyaları homogen olur.

Filoloqlarda və ticarət işçilərində yaranan assosiativ əlaqələrində mövcud olan verilən söz-stimuların fərqliliklərini interpretasiya edək.

1. Filoloqların və ticarət işçilərinin tez-tez üst-üstə düşən assosiasiyalarının stimulları bütün söz-stimullarından 57,43% təşkil edir. Başqa sözlə desək, ilkin söz-stimul siyahısından olan sözlər yarıdan çox müxtəlif tez-tez işlənən assosiasiyalar yaradır. Cədvəl vasitəsilə ən parlaq nümunələrinə nəzər salaq.

İlk öncə ticarət işçilərinin reaksiyalarından imtinanın tezliyi nəzərə çarpır. Kommersantlar *“Məhəbbət, İntelligent (ziyalı, ağıllı, zəkali, kamallı), Musiqi, O (orta cins), Reklam, Televiziya”* kimi belə növ sözlərinə öz assosiasiyalarını qeyd eləmişlər. Bir qayda olaraq, yazılı assosiativ testində cavab olaraq “sükut”, tire olur, bu da o deməkdir ki, leksemin aktual əlaqələrinin mövcud olmamasıdır, həmçinin ağıla gələn assosiasiyalarını qeyd etməmək istəyidir.

Bundan düzgün nəticə çıxarda bilsək, belə bir qənaətə gəlirik ki, ticarət işçiləri abstrakt semantikasi olan söz-stimullarına reaksiya vermirlər. Həmçinin onlarda professional mənalı söz-stimullarına da reaksiya qeyd olunmur, məsələn, “Reklama” sözünə. Aşkardır ki, cavablara imtinanın səbəbləri fərqlidir: yəqin ki, kiçik tezliyə malik olan sözlərin halında, məsələn, bir çox eksperiment iştirakçılarında “İntelligent” sözünə reaksiyalarının olmaması, sözün semantikasi barədə mövcud olan anlayışın diffuzluğu (yayılması) ilə şərtlənir.

Eyni zamanda isə, tezlik və professional mənalı söz-stimullarına reaksiyanın mövcud olmaması aktual assosiasiyalarının rəqabəti ilə şərtlənə bilər. Onların isə heç birinin qeydə alınmasına eksperiment iştirakçısı cürət eləmir. Onu da qeyd edək ki, ümumilikdə yazılı assosiativ testində reaksiyalarının mövcud olmaması aşağı səviyyəli dil qabiliyyəti (kompetensiyası) olan iştirakçılarının anketlərinə xarakterikdir.

Üst-üstə düşməyən tezlik reaksiyaları aşağıdakılardır:

Söz-stimul	Filoloqların ən çox tez-tez işlənən reaksiya	Ticarət işçilərinin ən çox işlənən reaksiya
Qaçqın / Köçkün	Müharibə, Qarabağ	cavabın olmaması
Qəzet	Kağız	Məlumat
Pul	Hakimiyyət	Mal-dövlət
Jarqon	Slenq	Söyüş
Yaşamaq	Sevmək	Mövcud olmaq
İdxal olunan	Mal	Bahalı
İntelligent	Ağıllı	cavabın olmaması
Kompüter	İnternet, monitor	Maşın
Məhəbbət	Ürək, Xoşbəxtlik	cavabın olmaması

Musiqi	Rok	cavabın olmaması
O	Uçan Nəlbəki	cavabın olmaması
Reklam	Televizor	cavabın olmaması
Qoca	Nənə	Baba
Qarı	Nov, Təknə	Nənə
Televiziya	Reklam	cavabın olmaması
Özgə	Film	Düşmən
Mən	Sən	İnsan

Filoloqların assosiasiyaları ilə üst-üstə düşməyən ticarət işçilərinin tezlik reaksiyaları həm daha emosionaldır, məsələn “düşmən”, həm də neytraldır, məsələn, “mövcud olmaq”. Kommersantlarda tezlik reaksiyası kimi paradigmatik assosiasiyaları yaratmaq tendensiyası müşahidə olunur. Xüsusilə də, adətən, bu assosiasiyalar sinonimlər olur. Leksik sistemin assosiativ münasibətlərində söz-stimulun identifikasiyasının (müəyyənləşdirilməsinin, eyniləşdirilməsinin), maksimal sürətdə mənasına yaxın olan söz-reaksiyasının axtarışının aktuallığı öz təzahürünü tapır. Filoloqların tezlik (частотные) assosiasiyaları əksər hallarda metaforikdir, məsələn, “pul – hakimiyyət, məhəbbət – ürək”.

Düzgün nəticə çıxartmaq üçün əldə etdiyimiz materialların əsasında müşahidə edirik ki, tezlik assosiasiyalarında olan leksemlərin semantik əlaqələrində fərqliliklər mövcuddur. Həmin fərqliliklər filoloq olmayanların daha müxtəlif koqnitiv və kommunikativ təcrübəsi ilə şərtlənir. Eksperimentə cəlb edilən tələbələrin şüurunda müxtəlif leksemlər aktuallaşır, bunlar da eksperimentin materiallarının müqayisəsi zamanı nisbətən aşağı tezlik assosiasiyalarında öz təzahürünü tapır.

2. Filoloq olmayanların assosiasiyalarında az sayda aktual mətn əlaqələrini və geniş şəkildə mədəni sözlərin qarşılıqlı əlaqələrini görmək olar. Filoloqlar bədii və folklor mətnlərinə bənzər reaksiyaları yaradır, məsələn: “Qarı - nov, təknə, balıq, sınımış köhnə təknə, dəniz, nağıl; Qoca – dəniz, qızıl balıq; Həqiqət – çaxır, ədəbiyyat, şərab; Gözəllik – Dünyanı xilas edəcək...”.

Bundan savayı filoloqların assosiasiyalarında personajlar və tarixi realiyalar qeyd olunur, məsələn: “İntelligent – ziyalı, ağıllı, inqilab, hökumət; Musiqi – Üzeyir Hacıbəyov, Bülbül, Müslüm Maqomayev, Qara Qarayev, Tofiq Quliyev, Süleyman Ələsgərov; Biz – tələbələr, professor-müəllim kollektivi; o – Səməd Vurğunun kitabı; Mən – Freyd, freydizm”.

Nəhayət, filoloqların bəzi assosiasiyalarının yaranması publisistik diskursla şərtlənir, məsələn: “Qəzet – Xalq qəzeti, Azərbaycan qəzeti, Bakı qəzeti, Azərbaycan müəllimi qəzeti, 525-ci qəzet, Ədalət qəzeti, Azadlıq qəzeti, İki Sahil qəzeti, Kəpi qəzeti, Olaylar qəzeti, Oyzu qəzeti, Səs qəzeti, Üç Nöqtə qəzeti, Xəbər qəzeti, Yeni Çağ qəzeti, Zaman Azərbaycan qəzeti, Qutb jurnalı, ; YAP – partiya, Musavat – partiya, Yeni Musavat – partiya, Kommunist – partiya”...

3. Filoloq olmayanlar qeyri-bədii leksika vasitəsilə daha çox reaksiya göstərirlər, məsələn, slenqin və jarqonun elementləri ilə, hətta tabu sözlərlə. Qeyri-bədii leksika eksperimentə cəlb olanların işarə edilən söz-stimuluna və eksperimentin mövcud olan vəziyyətinə emosional münasibətlərini əks etdirir.

Ticarət işçilərinin assosiasiyalarında mənfi emosional qiymət üstünlük təşkil edir, baxmayaraq ki, müsbət çalarlı cavablar da olur. Xüsusilə də, emosional-qiymətləndirici münasibətində neytral leksikası ilə yanaşı müsbət-qiymətləndirici konnotasiyalı (mənalı) sözlər-reaksiyalar rast gəlinir, məsələn, “Alma, Region, Musiqi, Məhəbbət, Almaq, Həqiqət, Yaşamaq”.... “Qoca, Ailə, Biz, Kişi, Güzəllik, Kompüter, İdxal, Qəzet” sözlərinə reaksiyanın emosional-qiymətləndirici aspekti praktik olaraq neytral olur. Qalan stimullar neqativ çalarlı assosiasiyalar yaradır. Onu da xüsusi qeyd etmək ki, neqativ emosional qiyməti əks etdirən assosiasiyalar azışlənən olur. Stimullara ən çox sayda assosiasiyaları yaradan aşağıdakılardır:

Qaçqın, Köçkün – dilənçi, bomj, zəhləm getmiş, zəhlə tökən, qəmiş;

Özbaşınallıq – dəlixana, dəhşət, pis, biabırçılıq, mərəkə;

Bomj – alkaş, piyaniskə, axmaq, səy, gic, iyvermiş, göyərən, alçaq;

Axmaq – gic, tupoy, şüursuz, ağılsız, taxta, qoyun, mal, geri-zəkalı, baran;

İntelligent – qotur, pijon, yetim, ac, başı dolu – qarnı ac ya cibi boş;

Oliqarx – oğru, rüşvətxor, əclaf, cibidolu, mafioz;

Reklam – boş söhbət, cəfəngiyyat, vaxt itirmə, dəhşət, təngə gətirən, zibil;

Televiziya – hədyan, sayıqlama, boğaza gətirən, zərər, ziyan, düşmən;

Ögey – qulyabanu, canavar, vəhşi, şpion, əleyhdar, qənim, düşmən, zibil.

Əldə edilən nəticələrinə görə, mənfi emosiyalar aktual sosial hadisələri bildirən söz-stimullarına olan assosiasiyalarda öz təzahürünü tapır. Hadisənin qavrayışını mənfi çalarlı emosiyaları ilə əks etdirən assosiasiyalarında kütləvi şüura xas olan stereotiplər müşahidə olunur: yerli əhalinin nümayəndələri olmayanlarının, yaxın şərqdən olan miqrantların qəbul olunmaması, həyatda öz yerini tutmayan (bəxti gətirməyən) insanlara mənfi qiymətin verilməsi, bəzi sosial qrupların nümayəndələrinə (oliqarxa, milyonçuya, ziyalıya) yaltaq münasibət.

Qeyd edək ki, filoloqların assosiasiyaları emosional qiyməti az sayda əks etdirir.

Beləliklə, respublikamızın universitetlərində təhsil alan tələbələrin, yəni gələcək filoloqların və ticarət işçilərinin assosiativ reaksiyalarının müqayisəli analizinin nəticələrinə gələk.

1. Aktual sosial hadisələri ilə bağlı olan və azad assosiasiyalarında öz əksini tapan şəxsi mənalar, filoloqlarda və ticarət işçilərində əlaqəlidir, ümumilikdə bir-birilə uzlaşır. Assosiativ eksperimentinə cəlb olunanlar multikulturalizmə meyllidir.

2. Assosiasiyalarının yaxşı səviyyədə uzlaşmasına baxmayaraq, fərqliliklər kifayət qədər əsaslıdır.

Birincisi, fərqliliklər reaksiyaların tezliyinə aiddir. Filoloqların və ticarət işçilərinin cavabları əsasında adətən üst-üstə düşən assosiasiyalar ümumilikdə müxtəlif tezliyə malikdir. Bu tələbələrin mental leksikonunda olan leksik vahidlərin üst-üstə düşən əlaqələrinin müxtəlif mənalərini əks etdirir.

İkincisi, bədii və mədəni şərtlənən mətnlərdə olan assosiasiyaların fərqlilikləri büruzə olunur. Filoloqlara mədəni şərtlənən assosiasiyaların rəngarəngliyi xasdır. Leksikonun vahidləri müxtəlif diskursları aktuallaşdırır, fəallaşdırır; bədii diskurs, KİV-nin diskursu vasitəsilə əks etdirən fikirlərin və ideyaların müəyyən sisteminin aktualizatoru, gerçəkləşdirici güvvə kimi çıxış edir.

Üçüncüsü, ticarət işçilərinin assosiasiyalarında milli dilin müxtəlif idiomlarına aid olan leksik vahidləri rast gəlir. Göründüyü kimi, kommersantların şüurunda kommunikasiya sferalarına aid müxtəlif frazeoloji vahidlərin dəqiq müəyyənləşdirilməsi, dilin variativliyi barədə anlayışları mövcud deyil və leksik vahidlərin kommunikativ məqsədyönlüyü kifayət qədər diffuzludur (yayılır, dəqiq deyil). Filoloq olmayanlar assosiativ eksperimentinin vəziyyətini rəsmi ünsiyyətin variantı kimi hesab etmir, bu da bədii olmayan leksikasına aid olan söz reaksiyaların yaranmasına şərait yaradır.

3. Düzgün nəticə çıxartsaq, dil daşıyıcısının peşə-sənətindən asılı olaraq etnik şüurun mədəni komponenti variasiyaya uğrayır. Filoloqların dil şüuru üçün elitar subkultur mahiyyətlidir, bu da bədii diskursda assosiativ əlaqələrinin aktuallaşmasında büruzə olunur.

Filoloqların aid olan peşə subkulturası assosiasiyaların homogenliyində, bədii dilin çərçivəsində leksemlərin qarşılıqlı əlaqələrinin fəallaşdırılması əks olunur. Öz növbəsində, ticarət işçilərini milli dilin müxtəlifliyinin variativliyi barədə diffuzlu anlayışı özünəməxsus tərzdə fərqləndirir. Peşə-sənət subkulturu praktik olaraq assosiativ reaksiyalarında əks olunmur. Yəqin ki, söz-stimulları danışiq dilinin variantının vahidləri kimi qəbul olunur, danışiq diskursun çərçivəsində leksik əlaqələr fəallaşır, aktuallaşır. Qeyd edək ki, danışiq diskursda bədii dilin şifahi

variantı o qədər də funksionallığını göstərmir, nəinki danışq dili, “küçə dili”. N.İ.Tolstoyə görə isə, subkulturların sistemində danışq dili kütləvi mədəniyyətlə, böyük şəhərin mədəniyyəti ilə müqayisə edilir. Ehtimal ki, ticarət işçilərinin şüurunda sivilizasiyalı komponent mədəniyyətlə müqayisədə daha böyük əhəmiyyət kəsb edir.

4. Ümumiyyətlə, əldə edilən nəticələr məlum olan publikasiyalarına görə individin nitq fəaliyyətində peşə-sənətin təzahürü qanunauyğunluqları ilə üst-üstə düşür (Харченко, 2000).

Təbii ki, assosiativ eksperimentində peşə-sənət amili az əhəmiyyət kəsb edir, nəinki təbii nitqdə, çünki assosiasiyalar vahidlərin mətnxarici və vəziyyətxarici əlaqələrini əks etdirir, xüsusilə də - təhlilin əsasında leksik vahidlərin və onların arxasında duran konseptlərin qarşılıqlı əlaqələrin interpretasiyaya da məruz qala bilər.

X Fəsil

Mədəniyyətlərarası dialoq vasitəsilə dilin inkişafı

Mədəniyyətlərarası dialoq şəraitində yaşadığımız dövüdə kütləvi informasiya vasitələri əsas kommunikatıv şəbəkəni təşkil edir.

Müasir zamanda informasiya texnologiyalarsız həyatı təsəvvür etmək mümkün deyil. İnteraktiv televiziya, multimedia, televiziya da kompüter texnikasının istifadəsi informasiya yayılmasının intensivliyini və insanlara olan təsirini yüksəldir. Elektron informasiyasının çatdırılma vasitələri daima təkmilləşir, və bunun sayəsində elektron KİV digər kütləvi informasiya vasitələri arasında birinci plana çıxıb.

Kommunikasiyanın kosmik sputnik sistemlərinin, İnternet informasiya şəbəkəsinin tətbiqi ilə qlobal informasiya infrastrukturu formalaşır, informasiya mühiti əsaslı şəkildə dəyişir. Bu gün ilkin mərhələdə digər funksiyalarının icrası üçün nəzərdə tutulmuş dünya kompüter informasiya sistemləri məlumatın tamamilə yeni daşıyıcısının əsasında güclü kütləvi informasiya vasitələri oldular. KİV-nin informasiya sahəsində belə inqilab yeni beynəlxalq hüquqi məsələlər ortaya qoyur.

1995-ci ildə YUNESCO ortamüddətli informasiyanın azad axını təmininin strategiyasını və 1996-2001-ci illəri üçün nəzərdə tutulmuş telekommunikasiyalarının inkişafını bəyənib.

1997-ci ildə Ümumdünya Ticarət Təşkilatının 68 ölkə tərəfindən imzalanmış telekommunikasiya bazarların liberallaşması haqqında pakt (müqavilə, müahidə) qlobal informasiya magistralının gələcək inkişafı üçün hüquqi əsas verir.

Beləliklə, güclü inkişaf və baş verən audiovizual, telekommunikasiya və kompüter bölmələrin konvergensiyası (uyğunlaşması) KİV-nin bazarlarının yeni

vəziyyətinin formalaşmasına, onun inkişafı prinsiplərinin dəyişilməsinə, dövlətin və cəmiyyətin qarşılıqlı əməkdaşlığına gətirdi.

Bununla əlaqədar kütləvi informasiya vasitələrinin ictimai fikrinə, ictimai şüuruna və insanların kütləvi davranışına olan təsiri mexanizmin təhlilinin aparılması tələb olunur. Bir çox alimlər tərəfindən kütləvi informasiya vasitələri tədqiq olunur.

Kütləvi auditoriyaya KİV-nin təsiri prosesinin sisteməlik müşahidə metodikası, vəziyyətin qiymətləndirilməsi hələ ki kifayət qədər işlənilməyib, müxtəlif KİV-nin tərəfindən istənilən təsirə kütləvi auditoriyasının göstərdiyi reaksiya xarakterinin nəzarətinin həyata keçirilməsi tam şəkildə öyrənilməyib.

KİV-nin öyrənilməsi ilə məşğul olan çoxlu alimlər və fərqli məktəblər olub. 1959-cu ildə yaranan Pensilvan Universitetinin nəzdində Annenberg məktəbi, öz tədqiqatlarını üç istiqamətlərdə aparır: “obrazların və mesajların kodların və strukturlaşma formaların analizi, kommunikasiya prosesi zamanı müxtəlif qrupların davranışının təhlili və kommunikasiya sistemlərinin, institutlarının və siyasətin öyrənilməsi. Müxtəlif tədqiqatlarda və publikasiyalarda bu yeni konsepsiya, onun məhsuldarlığı öz dəyərli töhvəsini verdi, kommunikasiyaların öyrənilməsi elmi qavrayışın akademik təşkilatının tərkib hissəsinə çevrilmə tendensiyasına keçdi” (Gerbner, Schramm, 1989).

1967-ci ildə həmin məktəbin müəllifləri tərəfindən aparılan televiziya verilişləri məzmununun tədqiqatları çox məşhurdur. Televiziya mövcud olan ictimai münasibətlərin və strukturların bütövlüyünün saxlanılması vasitələrindən biri kimi təhlil olunurdu.

Tədqiqatçılar əmin idi ki, “televiziya sistemi həyat dəyərləri və qaydaları haqqında formalaşmış öz anlayışları ilə kütləvi tamaşaçını xüsusi şərti mədəniyyət dairəsinə daxil etməyə bacaran sabit və qapalı strukturdur.... Annenberg məktəbinin metodologiyası televiziya mövzuları, süjetləri və obrazları sisteminin öyrənilməsinin iki səviyyəsini nəzərdə tutur: televiziya məkanının əsas sahələrinin

strukturlarını aşkar edən **sistemli** və ictimai normalar və dəyərlər kimi televiziya tamaşaçılarının şüuru tərəfindən qəbul olunanı konkret şəkildə müəyyənləşdirən **kultivasiyalı**... Bu indikatorun (göstəricinin) vasitəsilə sosial sistemləri tərəfindən yaranan ictimai şüurun vəziyyəti və psixologiyası, fikirləri, zövqü, istəkləri və tələbatları təyin edilir və onlara cavab olaraq təsir göstərir. Cəmiyyətdə bu vasitələrə mülkiyyətçiliyin xarakterindən KİV-nin yerinin və rolunun qanunauyğun asılılığı həmçinin dəqiqləşdirilir” (Землянова, 1999 : 18-19).

Telekommunikasiyaların və informasiya texnologiyaların kütləvi informasiya audiovizual vasitələri ilə sintezi məlumatın yayılmasına elmi yanaşmasının inkişafında yeni imkanlar açır. Eyni zamanda eynitipli informasiya məhsullarını və xidmətlərini yayaraq telekommunikasiyaların qloballaşması mədəni müxtəlifliyinin saxlanması və qorunması problemini ortaya çıxardır.

Kütləvi informasiya vasitələrindən əldə olunan məlumatı müxtəlif insanlar və ya sosial qruplar eyni tərzdə başa düşmür və eyni cür qiymətləndirmir. Kütləvi auditoriyanı bir çox məlumatlar mediahadisələrin sferasına cəlb edir. Bu mediahadisələr isə, sosial sistemində kifayət qədər müstəqil yarım sistemini formalaşdırır. Bu hadisələr qeyri-real da ola bilər, yəni psevdohadisələrin sferasında yerləşə bilər və bununla tamaşaçılara hadisələr və proseslər haqqında yanlış anlayışları təlqin edə bilər. Bu və ya digər dərəcədə yarım sistem sosial sistemindən tam asılı vəziyyətindədir. Müasir tədqiqatçılar tərəfindən belə məlumatların yayılması və kütləvi sürətdə onların möhkəmləndirilməsi səbəblərini aydınlaşdırmaq yeni vəzifəsini qarşılarına qoyurlar.

Danılmaz faktdır ki, kütləvi kommunikasiya ictimai əlaqələr və münasibətlər sferalarında da xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Kütləvi kommunikasiya ictimai əlaqələrlə (public relations, qısalmış forması - PR) sıx bağlıdır. Belə ictimai əlaqələr 1903-cü ildə ABŞ-da yaranıb.

Bu gün ABŞ-ın üç yüz ən böyük şirkətlərinin 80% “ictimai əlaqələr” şöbəsini özündə ehtiva edir və bu adda olan fənn 350 kolleclərdə tədris olunur.

Azərbaycanda bu fəaliyyət sosial-iqtisadi reformalarla idarəçilik və ümumbəşəri sahəsində sosial dəyərlərinin və ekologiya, etika, din, təhsil, mədəniyyət və s. sahələrində olan global problemlərin ictimai strukturlarının arasında qarşılıqlı əməkdaşlığın aktivizasiyası (fəallaşması) ilə bağlı yeni impuls, təkan alıb. “İctimai əlaqələr və münasibətlər” anlayışında fəaliyyətin kognitiv və pragmatik səviyyələrinin spesifikasiyası əks olunur.

Ənənəvi olaraq “ictimai əlaqələr və münasibətlər” dedikdə idarəetmə ilə bağlı fəaliyyət başa düşülür. Onun məqsədi isə dövlət və ya özəl strukturlarla ictimaiyyətin arasında mövcud olan qarşılıqlı əlverişli münasibətlərinin qurulmasıdır, çünki bundan həmin strukturların funksionallığının müvəffəqiyyəti asılıdır. Pragmatik aspektdə firmanın maraqlarına müvafiq olaraq ictimai fikrinə təsir etmək bacarığı xüsusi qeyd edilir. Beləliklə, o istehlakçını əmin edir ki, firmanın fəaliyyəti, ilk öncə, onun rifahı üçün həyata keçirilir.

İlk baxışda, ictimaiyyətlə əlaqələr – firma imicinin, simasının (təsvirinin) formalaşmasına istiqamətlənən reklam fəaliyyətidir, yəni imicin reklamıdır. Digər mütəxəssislər hesab edir ki, ictimai əlaqələr və reklam yalnız geniş auditoriyaya təsir funksiyası, yəni qarşılıqlı əlverişli və harmonik əməkdaşlığın əminliyi ilə bağlıdır. Fərqlilik ondan ibarətdir ki, ictimai əlaqələrinin əsas funksiyası idarəetmədir və şəxsiyyətlərarası kommunikasiyaya prioritet verilir. Ayrı-ayrı təşkilatlarda daxili kommunikasiyanın həyata keçməsi üçün radio və televiziyanın qapalı sistemləri yaranır (Конецкая, 1997 : 240).

Kommunikasiyanın nəticəsi bir çox komponentlərin sayəsində formalaşır. Kommunikasiyanın effektivliyi ünsiyyətin işgüzar sferasında qəbul olunan sözlərin və nitq vahidlərinin seçimindən və kommunikasiyanın tipinə (şəxsiyyətlərarası, qrupdaxili və ya kütləvi) düzgün oriyentasiyasından asılıdır. Nitq kommunikasiyasında əhəmiyyətli rol informasiyanın xarakterinə uyğun gələn ton (neytral, empatik, istehzal, örnəkli tərz), temp oynayır. Kommunikasiyanın effektivliyi mesajın qəbulu nəticəsində biliklərdə, normativlərdə, təlimatlarda və davranışda dəyişikliklərlə təyin edilir.

İctimaiyyətlə əlaqələrinin kommunikativ sferası ictimai münasibətlərin dar mənasına enmir. O, insanların koqnitiv fəaliyyəti ilə bağlı olan xüsusilə ekologiya, etika, elm, mədəniyyət və s. sahələrində mənəvi inkişafını və texnoloji tərəqqini təyin edən cəmiyyətin ən yüksək sosial dəyərləri ilə müxtəlif tipli (dövlət və özəl) sahələrində ictimai və idarəetmə strukturlarının qarşılıqlı əməkdaşlığını təqdim edir. Həmin kommunikativ sferasının çərçivəsində yalnız qarşılıqlı əlaqələr qurulmur, həmçinin sonuncu məqsədi cəmiyyətin sosial inteqrasiyası və cəmiyyətin rifahı üçün sosial dəyişikliklər olan harmonik ictimai münasibətlər də formalaşır.

Kommunikasiya sahəsində tanınan Amsterdam universitetinin professoru D.Mak-Kveylin fikrinə görə, belə məqsədlər kütləvi kommunikasiya səviyyəsində realizə olunur. Reklamın funksiyası kütləvi informasiya vasitələrinin köməyi ilə kütləvi kommunikasiyasına əsaslanaraq məhsulun bazara təqdimidir, bundan savayı, maliyyələşmənin kanalları da müxtəlifdir.

Beləliklə, ictimaiyyətlə əlaqələrin kommunikativ sistemində fəaliyyətin iki əsas istiqaməti fərqləndirilir – menejment (idarə) və marketinq. Geniş mənada başa düşülən idarə - optimal işgüzar münasibətlərinin və subyektin iyerarxik strukturunda ictimaiyyətlə yaradıcı əlaqələrinin qurulmasını və saxlanılmasını nəzərdə tutur. İctimaiyyətlə əlaqələrin sistemində marketinq informasiyanın əsaslı şəkildə öyrənilməsinin və ictimai fikrin formalaşmasının, yaradılan imicin populyarlaşdırılmasının vasitəsilə ictimaiyyətlə əlaqələrin obyektinə təsir üslublarının planlaşdırılmasının əsasında bazarda imicin (təsvirin) formalaşmasına istiqamətlənən bu əlaqələrin subyektlərinin fəaliyyəti kimi təhlil olunur.

İctimai əlaqələrinin müxtəlif işlənilmiş funksiyaların arasında xüsusi yer kommunikasiyaya ayrılır. İş vaxtının 80% rəhbər ünsiyyətin müxtəlif formalarına sərf edir, və vaxtın çox hissəsi kommunikasiyanın şifahi forması alır. Şəxsiyyətlərarası ünsiyyət zamanı məkan və zaman maneələri aradan qaldırılır. Burada əks əlaqəsi büruzə olunur, tərəfmüqabil isə məlumdur. Həmçinin kommunikativ, yəni verbal və qeyri-verbal vasitələrinin bütöv kompleksini istifadə

etmək, məntiqi və ya emosional arqumentlərinə düzgün oriyentasiyanı etmək imkanı var. İşgüzar söhbətlərin keçirilməsi üçün münaqişə, mübahisə vəziyyətlərində nitq davranışı üçün xüsusi məsləhətlər mövcuddur (Невзлин, 1993 : 119-120, 130-132).

Sosial idarəetmədə kütləvi informasiya vasitələri olan qəzetlərin, jurnalların, broşürələrin, plakatların vasitəsilə həyata keçirilən ikitərəfli kommunikasiya istifadə olunur.

Mədəniyyətlərarası dialoq vasitəsilə dilin inkişafını təhlil edəndə nəzərə almaq lazımdır ki, ünsiyyət zamanı informasiyanın təhrifi baş verir və kommunikasiyanın ötürülməsi zamanı müxtəlif maneələr yaranır.

Kommunikasiya maneələri – kommunikator və resipiyent arasında mövcud olan kontaktların və qarşılıqlı əməkdaşlığın kontaktların həyata keçirilməsinə mane olan əngəllərdir. Kommunikativ əlaqələrinin həyata keçməsi prosesində onlar mesajların müvafiq qəbulunu, anlamayı və mənimsəməsini çətinləşdirir. Maneələr həm texniki sistemində, həm də ünsiyyət mexanizmində yaranır.

Kommunikasiya maneələrinin təsnifatını mövcud olan əngəllərin xarakterinə görə vermək olar:

1) **Texniki əngəllər.** Bu növ əngəllərin mənbəsi kommunikasiya kanalının (faks, telefon) özüdür, kommunikasiya kanalında keçən siqnala əngəllər yarananda bu baş verir. Əngəllər informasiyanı qismən dəyişdirərək və ya azaldaraq tamamilə kommunikasiya kanalını bağlaya bilər.

2) **Psixoloji əngəllər** kommunikator və resipiyent arasında mövcud olan münasibətləri ilə, onların məlumat kanalına, üslublarına, məzmununa və formasına olan əlaqələri ilə bağlıdır.

3) **Psixofizioloji əngəllər** sensor (duyumsal) qabiliyyətlərinə, insan qavrayışının xüsusiyyətlərinə, informasiyanın beyində yadda saxlanması və yenidən işlənilməsi qabiliyyətinə görə yaranır.

4) **Sosial əngəllər** kommunikantların müxtəlif sosial qruplarına aiddiyyətində ifadə olunur; onlar informasiyanın əldə olunmasında sosial (ictimai) normaları, qadağaları, məhdudlaşdırmaları ilə şərtlənir.

5) **Milli-mədəni səbəblər.** Millətlərarası kommunikasiyaların özünəməxsus xüsusiyyətləri ənənələrdə, normalarda, dəyərlərdə, kommunikasiyanın müxtəlif formalarının qiymətləndirilməsində, əldə olunan informasiyaya reaksiyasında mövcud olan fərqliliklərlə şərtlənir.

Sosioloqlar tərəfindən kommunikasiya əngəllərinin öyrənilməsi məqsədi yaranma və sosial sistemlərində informasiya əlaqələrin effektivliyinə təsir üslubların səbəblərin aşkarlanmasıdır. Psixoloqlar isə kommunikasiya əngəllərini ünsiyyət psixologiyası, informasiyanın psixoloji qavrayışının fərqlilikləri nəzərindən təhlil edir. Kommunikasiyanın müxtəlif modellərində təhlil edilən əngəllər birləşə bilər, həmçinin şəxsi, spesifik, darprofilli əngəllər də yarana bilər.

Kommunikasiya kanallarında əngəllərin mövcudluğu və ya mövcud olmaması kanalın girişi və ya çıxışında informasiyanın müqayisəsi vasitəsilə yoxlanılır. Bu informasiyanı həmişə yoxlamaq olmur. Kommunikasiya sistemində əks əlaqəsinin mövcudluğu belə yoxlamanın həyata keçməsinə imkan yaradır. Kommunikasiyanın texniki şəbəkələrində belə müqayisələri keçirdən və təhrif edilən informasiyanı axtaran xüsusi qurğular, cihazlar, bloklar qurulur.

İnformasiyanın ötürülməsi yolunda yaranan əngəllər kommunikativ əlaqələrdə ciddi problemlər yaradır. Əngəllər məlumatın qəbulu, çatdırılması, ötürülməsi və əldə olunması mərhələlərində yarana bilər. Yaxud, başqa cür, informasiyaya malik olan insanlar (və ya sistemlər) onu (məlumatı) çatdırmaq lazım olanda, adresata onu çatdırı bilmir; o, insanlar ki, məlumatın çatdırılmasını təşkil etməlidir, bu və ya digər səbəblərə görə o imkana malik olmaya bilər; məlumatı əldə etməli olanlar digər insanlar isə, həmçinin belə vəziyyətdə ola bilər ki, məlumatı əldə etməyə və ya anlamaya bilər.

Şəxsiyyətlərarası kommunikasiyalarında **dil əngəlləri, maneələri** tez-tez rast gəlir. Dilin tətbiqinin çətinlikləri hətta hər iki tərəfin kifayət qədər o dilin yaxşı istifadəsinin şəraitində də yaranır. Əgər bir tərəf nəzərdə tutur ki, ünsiyyətin tərəfmüqabili xüsusi terminləri başa düşmür, onda o, onları digər anlaşıqlı sözlərlə əvəz edir, gələcəkdə isə onları istifadə etməməyə çalışır. Rəsmi nitq ciddi şəkildə gündəlik nitqdən fərqlənir. Verbal ünsiyyət zamanı hərbiçilər dəqiq müəyyən edilmiş, anlaşıqlı və birmənalı terminlərdən istifadə edir. Əgər filosofa hərbiçilər danışdığı dildə danışmaq təklif olunsay, əmin ola bilərsiniz ki, fəlsəfənin mahiyyəti həmçinin ciddi sürətdə dəyişəcəkdir.

Bir sözlə, kommunikantların üsullarının və ya məzmunun yaxud üslubun uyğunsuzluğu ilə bağlı olan **üslubi maneələr**, bəzi hallarda dil (verbal) kommunikasiyada iştirak edən tərəflərin tamamilə anlaşılmaqlığına gətirə bilər.

R.Fişer və U.Yuri tərəfindən gətirilən maraqlı misal yerinə düşə bilər: “Təcrübəçilərin (tikinti və yol proramaların – iş tapşırıqlarının) iclasında hesabat verilir ki, elmi işin nəticələri – yeni çəkiç olmaqdır. Hesabatdan sonra qulaq asan sual verdi: “Çəkiç insanı güclü sərbəlləyir?” Alim-tədqiqatçı sualı başa düşmədi. Ondan daha təcrübəli olan elm nümayəndəsi sualı anlaşıqlı elmi dilə tərcümə etdi: “Hansı dərəcədə qurğunun əhəmiyyətli xarakteristikalarından biri – vibrasiyalı konstant – vibroamilin icra edənə neqativ təsirini istisna edən tətbiqi şəraitinə müvafiqdir?” Hesabat verən alim başa düşdü və suala cavab verdi: “Keçirilən eksperimentlərin nəticəsində aşkar olundu ki, işlək üstün əyilmənin ortakvadratlı qeyri-dəqiqliyin tezlik amplitudası psevdohəndəsənin oxun nəticənin riyazi gözləmə ilə üst-üstə düşür və buna görə elə əsas yaranır ki, həmin münasibliyin həqiqi yeri var”. Bu zaman isə fəhlə heç nə başa düşmədi. Tərcüməçi başa salmağa çalışaraq dedi: “Çəkiçi işlətmək olar”. ”. (Фишер, 1992).

Əgər (şifahi və ya yazılı) ünsiyyətə daxil olaraq bir çox **semantik maneələr** (sözlərin mənasının anlaması) yoxa çıxır, nadir hallarda istifadə edilən ikimənalı sözlərin və terminlərin mütləq interpretasiyasını da etmək lazımdır. İşarə sistemlərin (semiotikanın) xüsusiyyətlərini düzgün təyini, hətta kifayət qədər

mürəkkəb işarə konstruksiyaları istifadə edərək, mütəxəssislərə bir-birini başa düşməyə və həmçinin “abrakadabralardan” (sözlər düzülüşünün anlamlı olmayan sırasından) qurtulmağa imkan yaradır.

Kommunikasiyalarda istifadə olunan simvolların (sözlərin, şəkillərin, hərəkətlərin) düzgün olmayan mənaların verilməsinin səbəbinə görə, yəni kommunikasiya tərəfləri ilə istifadə edilən kodların uyğunsuzluğuna görə semantik maneələr yaranır.

Beləliklə, mümkün olan bir neçə mənalardan kommunikatora yalnız birini seçmək lazımdır ona görə ki, o, birmənalı resipiyent tərəfindən qəbul edilsin. Müxtəlif mədəniyyətlərinin nümayəndələri arasında mövcud olan kommunikasiya zamanı çoxlu sayda problemlər yaranır. Belə halda hər iki tərəf nitdə istifadə edilən sözlərin və ifadələrin mənalarını həmişə yaxşı bilmir, ələlxüsus müvafiq tərzdə intonasiyanı, səsi, durğuları, müşahidə olunan qeyri-verbal jestləri nəzərə alaraq onları kontekstdə düzgün interpretasiya edə bilmir.

“Hər dəfə, bizim düşüncələrimizin əsasında faktları yox, simvolları interpretasiya edəndə, biz elə qənaətə gəlirik ki, onlar kommunikasiyanın mahiyyətli hissəsidir. Adətən, biz onlardan vaz keçə bilmirik, çünki tam həcmdə mesajın əldə olunmasını və qəbulunu gözləyərək şüurun işi dayana bilməz. Nəzərə alaraq ki, mülahizələr yalnız signal verə bilər, biz həmişə bunu yadda saxlamalıyıq və onlara ehtiyatla yanaşmalıyıq. Tərəddüdlər yaransa, əlavə məlumatla ehtiyac var” (Ньюстром, 2000 : 60).

İki səbəbə görə “abrakadabra” olur. Birincisi, sözləri düzgün istifadə etməməyə, onların mənalarını başa düşmədiyinə görə, həmçinin onların formalaşması zamanı qrammatik və məntiq qaydalarını çaşdırmamaq şərti ilə işarələr sistemlərini düzgün qurmaq bilmədiklərinə görə belə hal baş verir. İkincisi, dil mühitinə köhnəlmiş və spesifik “formulirovkaları” olan ifadələrin gətirilməsi nəticəsində, həmçinin hədsiz dərəcədə ifadələrin maksimal dəqiqliyinə cəhdin sayəsində “abrakadabra” ola bilər, çünki belə halda ya sözlərin itirilməsi ya da

digər istənilən səhv söz ifadəsinin məzmunlu konstruksiyasını absurda, cəfəngə qədər gətirə bilər.

Belə növ faktlarla əlaqədar V.A.Spivak bir misal gətirir. Məhkəmədə bir nəfərə gətirilən ağır bədən xəsarəti barədə işə baxılırdı. Aşağıdakılar baş vermişdir: orta məktəb şagirdi tikintidə işləməyə gəlmişdir. O, ziyalı ailəsindən idi və bu işin spesifikasi barədə heç bir anlayışı yox idi. Onu təcrübəli fəhləyə köməkçi kimi göndərdilər. Balkonun divarını düzəltmək lazım idi. Fəhlə köməkçiyə çəkici verdi və dedi: “Qabırğaya vur!”. İnsan və heyvanların qabırğalarından başqa cavan köməkçinin “qabırğa” anlayışı belə yox idi. Mahiyyəti, məzmunu dərk etmədən, cavan köməkçi əmri həqiqi mənada başa düşdü və anlaşılmaz vəziyyətdə fəhlənin qabırğalarına çəkil vasitəsilə ağır bədən xəsarəti gətirmişdir” (Спивак, 2001 : 240).

Başqa bir misal. Professor cavan aspirantı ilə danışan zaman söhbəti çox uzatmamaq məqsədi ilə və professional slenqdən istifadə edərək ona müraciətdə dedi ki, o, yay tətildən sonra ona “balıq” gətirsin və söz verdi ki, tədqiq olunan problemləri onunla müzakirə edəcək. Aspirant gələndə professor ondan soruşdu: “Balığı gətirdin?” Aspirant isə çantasından bir dənə balıq çıxartdı. Burada aydın oldu ki, aspirant professoru qəti surətdə anlamayıb və müzakirə üçün təqdim edilən dissertasiyanın ilkin variantını (“balığı”) hazır etməyib.

Semantik problemin təzahürü ilə bağlı olan az qala inanılmaz hadisələr təcrübədə kifayət qədər çox sayda və tez-tez rast gəlinir.

Linqvistik təhlildə kommunikasiyanın maneələrindən biri “ölü”, işlək olmayan süni dillərin rədd edilməsi ilə bağlıdır, çünki “diri, canlı” dil – danışq dili, yalnız işarələr sistemi deyil, həm də müəyyən millətə, etnik, sosial qrupuna aiddiyyətinin təzahürüdür.

Yazılı mətnlər əsaslı şəkildə şifahi mətnlərindən fərqlənir. Əgər şifahi nitqdə həmsöhbətçil nəyisə yenidən soruşa bilər, anlamayan sözü dəqiqləşdirə bilər, yazılı mesaj alanda bunu təcrübə olaraq etmək mümkün deyil. Mətnlərin köməyi ilə

həyata keçirilən *məsafəli kommunikasiyalarının* çatışmazlıqlarına baxmayaraq, müasir sivilizasiyanı yazılı mesajlar mövcud olmasa təsəvvür etmək olmur.

İnformasiya mübadiləsi prosesi subyektiv səbəblərinə görə pozula bilər (təfəkkür, qavrayışın psixoloji xüsusiyyətləri və s.). Müəyyən informasiyaya qərəzli münasibət bir çox hallarda mətdən kommunikasiya iştirakçısına xoşagəlməyən məlumatı olan xəbərin çıxarılmasına gətirir. Informasiyaya belə münasibətinin nəticəsi olaraq, məsələn, 1944-cü ilin dekabr ayında Ardennada müttəfiqlərin məğlubiyyətinə gətirdi. Bu hal aşağı səviyyəli kəşfiyyatçı xidməti vasitəsilə əldə olunan məlumatlara laqeyd münasibətinin daha yüksək səviyyəli kəşfiyyat işçiləri tərəfindən lazımi diqqət göstərmədiyinin sayəsində yalnız baş verdi, çünki axırıncılarda artıq fərqli fikir yaranmışdır. Analoji maneələr tərəfmüqabil ilə kontaktdan yayınmaq səbəbinə görə yarana bilər.

İnformasiya mübadiləsi prosesində pozuntular həmçinin “ixtisaslaşdırma effektinə” görə də baş verə bilər. Mütəxəssislərin bir qrupu, bir qayda olaraq, əldə olunan informasiyaya az reaksiyalar verir və artıq formalaşmış anlayışları pozmamak üçün tez-tez adət formada olanlarına yaxın onu təhlil edir. Onlar məlumatları dekodlaşdırır və əllərində mövcud olan vasitələr çərçivəsində istifadə edir.

İnformasiya mübadiləsi zamanı maneələr həmçinin işçilərin müxtəlif statuslu vəziyyətlərinə görə də yaranır. Belə kommunikasiyalarında informasiya təhlil olunur həm aşağıdan yuxarı, həm də yuxarıdan aşağı. Informasiya aşağıdan yuxarı gələndə aşağı pillələrdə duran işçilərdə rəhbər işçilərin hörmətini, marağını qazanmaq üçün məlumatı “bəzəyib”, dəyişdirib çatdırırlar. Bir çox hallarda rəhbər işçi nə eşitmək istəyir, ona onu da deyirlər. Yuxarı pillələrdə duran rəhbərlər isə, onlara göstərilən ehtiramlı, nəzakətli münasibəti real münasibət kimi qəbul edir, baxmayaraq ki, ünsiyyətin bu forması sadəcə vəzifəyə, statusa göstərilən hörmətdir. Rəhbər işçini tutduğu vəzifədən azad edən kimi, ona tabe olan işçilərin münasibətinin xarici göstəriciləri dərhal birmənalı dəyişir.

Aşağıdan yuxarı gələn informasiya rədd edilməsinin əsas səbəblərindən biri rəhbər işçilərin təcrübəsizliyindən, ambisiyalı olduqlarından, rəyasətpərəstliyindən irəli gəlir. Bir çox məmurlar heç kəsə qulaq asmamaq hüquqları ilə məmnun olur və tutduqları vəzifəyə görə onlara tabe olan işçiləri qulaq asır.

Kommunikasiyalarda *status maneəsinin* mövcudluğu müsbət tərəflərinə də malikdir. Status azəffektli, azəhəmiyyətli və mənasız kommunikasiyalara görə rəhbər işçisinin vaxtının boş keçməsinə yol vermir. Belə növ kommunikasiyaları aşağı səviyyədə olan vəzifələri tutanlar da apara bilər.

Fonetik maneələr perseptiv (latın dilindən “perceptio” - “qavrayış” sözündən əmələ gəlib) və siqnifikativ (latın dilindən “significate” - “təyin etmək” sözündən əmələ gəlib) səviyyələrində yaranır. Perseptiv amil (qavrayış obyektı olmaq qabiliyyəti) səslərin fərqlənməməsinə görə kommunikasiya maneəsi ola bilər. Siqnifikativ amil isə (yuxarıda dayanan, mənalı vahidlərini – dil elementlərini: morfemləri, sözləri, cümlələri fərqləndirmək qabiliyyəti) sözlər, morfemlər, cümlələr vasitəsilə işarələrin məzmununun başa düşülməməsi səbəbinə görə kommunikasiya maneəsi ola bilər.

Kommunikasiya kanalı üzrə informasiyanın keçməsinin istənilən maneələrini kommunikatıv sistemin işini pozur. Buna görə də sistem vəziyyətinin müntəzəm diaqnostikasının mexanizmini nəzərə alınmalıdır. Bu mexanizm ilkin mərhələlərində maneələrin yaranma yerinin təyini üçün imkan yaradır. Bu onun işində mövcud olan müxtəlif pozuntulara görə itkilərin azalmasına gətirər.

Kommunikativ sisteminin funksional pozuntuları kommunikasiya kanallarının informasiyanı ötürülməsi qabiliyyətinin azalmasına görə baş verə bilər. Hər iki istiqamətə informasiyanın ötürülməsi tam dayananda, yəni hətta bir kommunikasiya kanalının tamamilə “tutulması” - daha təhlükəlidir. Belə hallarda pozulan kommunikasiya kanalının bərpası çox lazımdır, pozulan sahəyə paralel olaraq yeni kanal salmaq zəruridir. Pozulan kanalı (və ya onun müəyyən bir sahəsini) eyni kanal ilə əvəz etmək lazım deyil.

Məsələn, firmanın agenti, bəzi məqamları aydın etmək üçün çətin və uzaq yerə gedib və o yerdə kommunikasiya vasitələri zəif təmin olunub. Əgər vəziyyət yaxşı olsa müqavilə bağlanacaq idi. Mobil rabitə, firmanın rəhbəri (kommunikasiya kanalı) ilə əlaqə saxlamaq üçün o zaman yeganə rabitə vasitəsidir, və o işləmir, yəni kanalın tutulması baş verib. Əsas kommunikasiya kanalına müvəqqəti vasitə kimi agent teleqramı istifadə etdi. Elektron poçtanı tapandan sonra isə o, effektiv şuntu tapdı. Kommunikasiya şuntu paralel kommunikasiya kanalından fərqli olaraq əsas kommunikasiya kanalı düzəlməyə qədər, müvəqqəti istifadə edilir.

Kommunikasiya sistemlərində *informasiyanın təhrifi* kifayət qədər tez-tez rast gəlinən hadisədir. İnformasiyanın məzmunu dəyişildə, onun təhrifi müşahidə olunur. İnformasiyanın itirilməsi bütün mesajın ya da onun müəyyən hissəsinin çatdırılmaması ilə müşayiət edilir.

Məlumdur ki, hətta nazirin, baş direktorun, ümumiyyətlə, rəhbər işçinin həmişəki gündəlik qeydləri, iradları onlara tabe olan işçilər tərəfindən təkrar olunur, interpretasiya edilir, hərdən tamamilə məzmunları dəyişilir. İnformasiya ötürülməsinin mərhələləri nə qədər çox olsa, bir o qədər onun təhrifinin mümkünlüyü çoxdur.

Misal üçün, auditoriyada istənilən informasiya 2-5 mərhələdən keçəndən sonra, onun məzmunu tamamilə dəyişilir. Burada informasiyanın təhrifi sxemi aydın görsənir. Yarım səhifəlik mətni danışanda beş nəfərdən sonra mətnin məzmunu inanılmaz dərəcədə dəyişir.

Məsələn, bir vərəqdə yerləşən üç-dörd şəkillərin məzmununu təsnif etmək cəhdində artıq ikinci mərhələdə rəsmlərə subyektiv qiymətindən irəli gələn maneələrlə rastlaşırıq. Tələbələr tez-tez mahiyyətli məqamı nəzərdən buraxaraq, mənasız nüanslara fikir verirlər. Müqayisə edək: qızlar bəzək əşyalarının elementlərini nəzərdən qaçırmırlar, lakin rəsmdə olan kommunikasiyanın əsas iştirakçılarına fikir vermirlər. Oğlanlar isə, xanımların bədənlərinin hissələrini,

konfigurasiyasını və ya kişi bədəninin gücünü nəzərdə saxlayır, lakin insanları əhatə edən landşaftın elementlərinə lazımi diqqət yetirmirlər. Bununla belə, istənilən elementin təsnifi xırdalıqları tamamilə onların maraqlarına, zövqünə, tələbatına müvafiqdir, amma heç bir halda informasiyanın əsas elementlərinə diqqət yönəltmək məqsəduyğunluğu ilə əsaslanmayıb, onlara yalnız müəllim diqqət yetirir.

Belə ki, informasiya ötürülmə prosesinin çoxlu sayda mərhələlərini və böyük məsafələrini keçəndə daha çox təhrif edilir. Lakin son halın heç bir məsafələrə aiddiyyəti yoxdur, o, texniki vasitələrlə dərhal mənimsənilir, əldə edilir. Texniki vasitələr coğrafi məsafəni fəth etməyə kömək etdi və bununla kommunikasiya subyektlərini yaxınlaşdırdı. Bu kommunikasiya kanalları vasitəsilə keçirilən informasiya ötürülməsinə aid nəzarətin imkanlarını gücləndirir. Halbuki texniki vasitələrin köməyi ilə mövcud olan kommunikasiyaların həyata keçirilməsi iştirakçıları “canlı ünsiyyətdən” məhrum edir. Hətta telefon, bilavasitə ünsiyyətin müəyyən dərəcədə analoqu olaraq, “canlı nitqin” çalarlarını, mimikanı, jestləri hiss etməyə imkan vermir. İkitərəfli videointeraktiv əlaqə bilavasitə ictimai ünsiyyəti tamamilə əvəz edə bilməz. Hətta monitorun ekranında həmsöhbətçilin üzü, əlləri və jestləri görsənsə də, buna baxmayaraq işarə olunan elementlərdən başqa fluidləri (insanın bioenerji sahəsini) hiss etməyə imkan verən, tam əlaqənin olmaması hiss edilir.

Kommunikasiyanın texniki sistemlərinin maneələrini E.Leym belə təsnif edir: “Eyni bir şəhərdə, binada və ya otaqda azad fikir mübadiləsi prosesində maneələri aradan qaldırmaq kifayət qədər çətinidir. Mərkəzi idarə və şöbələrin arasında mövcud olan məsafə artıqca onlar daha da çətin aradan qaldırılan problemlərə çevrilir. Eyni bir mühitdə – coğrafi, sosial və professional – ümumi əhatə hərdənbir hətta sözlər ifadə edə bilmədikləri müəyyən anlayışa aid çoxlu işarələr verir. Böyük məsafələrdə informasiya ötürülməsi zamanı belə element mövcud olmur!” (Latham, 1947 : 8-9).

Yazılı mesaj daha da çox dərəcədə qarşılıqlı anlaşma yolunda maneələri yaradır. Yazılı qarşılıqlı əməkdaşlığın adresatları bir-birini tanımırsa, onda mətn tamamilə şəxssizləşir. İstənilən heç bir məktub, hətta yazılı sözlərin və ifadələrin bütün mənə çalarlarını anlayan, xatirələrə və müəyyən anlayışlarının yaranmasına əsas da yaratsa, yaxın insana ünvanlanan da olsa, “canlı ünsiyyəti” tamamilə əvəz edə bilməz.

Mesaj məzmununun yalnış və ya tam olmayan anlaması məlumatın azlığı və ya çoxluğu ilə əlaqədar ola bilər. İnformasiyanın azlığı təkrar sualların tətbiqi vasitəsilə tamamlanır və ya o təxmini tapılır, zənn edilir. Artıq məlumatı bir çox hallarda tamamilə işləyə, ötürə və anlaya bilmirlər. Lüzumsuz məlumat bir sıra kanalların vasitəsilə verilən eyni bir mesajın vaxtaşırı müxtəlif formalarda təkrarına görə alınır.

İnformasiyanın düşünülmüş və ya təsadüfi təhrifi yazılı mesajların ötürülməsi zamanı üfüqi istiqamətdə yuxarıdan aşağı baş verir. Çatdırılması aşağı pillələrə nəzərdə tutulmuş sənədlərdə, informasiyanın bir hissəsi ki, rəhbərlik onu aşkar bəyan olunmasını istəmir, buraxılır, bir hissəsi bəzənilir, digər hissəsi isə lazımı səviyyədə işıqlandırılır.

Yuxarı istiqamətə yazılı mesajların ötürülməsi zamanı neqativ informasiya ya buraxılır ya da öz mənfəətinə komentariya verilir; müsbət informasiya əlverişli məqamda daha da güclənir. Əgər rəhbər işçidə şübhə yaranır ki, çatdırılan məlumat düz deyil, qərəzli elementinə malikdir, fərqli nəzər nöqtəsinə malik olan digər mənbədən həmin məlumatı təkrar əldə etmək lazım gəlir, ona görə ki, gələcəkdə bu iki məlumatı müqayisə edərək, tendensiya səbəbini təyin etmək mümkün olsun.

Dövlət, hərbi, qanunu mühafizə edən idarələr öz fəaliyyətlərini təmin etmək məqsədilə informasiya ötürülməsi zamanı məqsədyönlü şəkildə maneələr yaradır. Qeyd olunan idarələr və ictimaiyyət arasında informasiya axınının məhdudlaşdırılmamış yayılması çoxlu inzibati çətinlikləri yarada bilər, bəzi hallarda isə hətta onların işini dayandıra da bilər. İstənilən obyektə və ya prosesi

xarakterizə edərək təqdim olunmuş informasiyanın ötürülməsi zamanı bir çox maneələr bəzi işçilərin xidmət yerlərindən şəxsi mənfəət əldə etmək istəyinə görə yaranır.

Belə misallardan birini Li Yakokka yada salır: “Çoxdan olan hadisə yadıma düşür. Ford şirkəti marketinq şöbəsinin işini təkmilləşdirmək üçün baş menejeri dəvət etmişdir. O insanı bir müddət keçəndən sonra işdən azad etdilər, güya ki, o pis iş görüb – ictimaiyyətlə əlaqələr üzrə özünə şəxsi köməkçi götürüb, onu məsləhətçi vəzifəsinə rəsmiləşdirərək. Halbuki həqiqət tez üzə çıxdı. Həmin menejerin ən istədiyi o idi ki, qəzetlərdə onun böyük müvəffəqiyyətləri haqqında çoxlu məlumatlar olsun. Təəccüblü deyil ki, o öz vəzifəsində uzun müddət qala bilmədi” (Ли, 1991 : 83).

Belə hallarla əlaqədar öz şəxsi təcrübəmdən də misal gətirmək istəyirəm. Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisinə millət vəkllərin seçki kampaniyası zamanı bəzi namizədlər seçkidə kifayət qədər səs toplamaq üçün xüsusi fəaliyyətə başladılar. Onlar istər yuxarıdan aşağı, istərsə də aşağıdan yuxarı gedən informasiya axınına nəzarət edərək, təxmini gələcək rəqiblərini tanıyaraq, mətbuat strukturlarına özlərinə yaxın insanları daxil edərək neqativ, bəzi hallarda isə yalnız məlumatları öz rəqibləri haqqında yaymağa başladılar. Bundan başqa təxribat xarakterli fəaliyyətlərində onlar KİV-nin vasitəsilə tez-tez öz rəqiblərini şərləməklə məşğul olublar, düşünərək ki, həqiqəti aşkar etmək üçün uzun zaman keçəcək və seçki kampaniyasında onlar uğur qazanacaq. Beləliklə, idarə olunan informasiya axınına tamamilə nəzarət edərək yaranan vəziyyəti öz şəxsi maraqlarına tabe etmək istəyiblər. Şübhəsiz ki, belə fəaliyyət və qərəzli informasiya aşkar olundu və həmin insanlar seçkidə kifayət qədər səs toplaya bilmədilər.

Bu növ halların baş verilməməsi üçün KİV-nin kütləvi auditoriyaya təsirinin monitorinqini daimi aparmaq lazımdır. İşin effektiv təşkili üçün aşağıdakı tədbirlər zəruridir:

- monitorinqin bütün tədbirlərinin kompleks şəkildə həyata keçirilməsi;

- monitoringin məlumat yığımının digər üslubları ilə birləşməsi;
- kütləvi informasiya vasitələrinin azadlığın hüquqi aspektlərinin nəzərə alınması;
- monitoringin keçirilməsi zamanı kütləvi auditoriyanın kritik vəziyyətinin xüsusi məqamlarının nəzərə alınması;
- sosial indikatorlarının mənə ölçülərinin təyin olunması;
- monitoring prosesinin keçirilməsi zamanı əks əlaqəsinin nəzərə alınması.

Kütləvi auditoriyaya kütləvi informasiya vasitələrinə təsiri ilə bağlı monitoringin keçirilməsi üçün bir sıra mərhələləri keçərək müəyyən tədbirləri realizə etmək lazımdır. Birinci mərhələdə tədqiqat predmetinin dəqiqləşdirilməsinin zəruriyyəti və həmçinin məlumatın toplanılmasını və təhlilini təmin edən instrumentariyanın (vasitələrinin) işlənilməsi ilə bağlı olan vəzifələr qarşıya qoyulur.

Monitoringin tədqiqat predmetinin dəqiqləşdirilməsi üçün ekspert qiymətinin üslubu tətbiq olunur. Onun realizasiyası üçün aşağıdakı məsələləri aydınlaşdırmaq lazımdır:

- KİV-nin xarakterini, onların siyasi oriyentasiyasını, regional və yerli hakimiyyət orqanlarına və müxtəlif sosial institutlarına münasibətini;
- əhalinin müxtəlif laylarının elektoral (seçici) davranışını;
- kütləvi informasiya vasitələrinin irimiqyaslı aksiyalarının nəticələrini;
- kütləvi auditoriyanın bu və digər KİV-nə inamını;
- müxtəlif oriyentasiyalı KİV-nin prioritetləri;
- elektron və nəşriyyat KİV-nin təsiri altında insanların elektoral (seçici) davranışının dəyişikliklərini.

Formal suallara cavabdan başqa ekspertlər əhalinin müxtəlif laylarının davranış xarakterinə konkret KİV-nin təsirinin ümumi qiymətini verir. Ekspert qiymətinin obyektivliyi təklif olunan vasitələrin keyfiyyətindən asılıdır. Bu vasitələr kifayət qədər bütöv, dərin məzmunlu və eyni zamanda qısa həcmli

olmalıdır. Bundan başqa, vasitələr zamanla əhalinin nəzər nöqtəyisinin struktur dəyişikliklərini ölçmək imkanına malik olmalıdır. Bunun üçün məntiq və vasitələr trendləri vaxtında qeyd etməlidir, şikayətlər qeydlərinin nəticələrini daxil etməməlidir, çünki onlar yalnız interpretasiya oluna bilər (Докторов, 1993 : 5).

Ən həssas məsələ - ekspertlərin seçimidir. Bu zaman ən geniş yayılan meyarlar istifadə olunur:

- ekspertiza (təcrübə) predmetinə uyğun geniş məlumatla, xəbərlərə malik olması;
- KİV-nin və sosial idarəetmənin sahəsində akademik biliklərin mövcudluğu;
- şəxsi orijinal fikirlərin, ideyaların və konsepsiyalarının mövcudluğu;
- müəyyən vətəndaş mövqeyinin tutmaq qabiliyyəti.

Yuxarıda qeyd edilən suallardan başqa ekspertlərə kütləvi auditoriyanın davranış xarakterinə KİV-nin təsiri və onların davranışında müşahidə edilən dəyişikliklərinin sürəti, istənilən bu və ya digər sosial hadisələrinin və proseslərin insanlar tərəfindən qiymətləndirilməsi haqqında qeyri-formal sualına cavab vermək təklif olunur. Belə informasiya tədqiqat predmetini dəqiqləşdirilməsinə, həmçinin tədqiqat obyektini haqqında fərziyyə və qabaqcadan təxmini informasiya kimi xidmət etməyə imkan yaradır (Рывкин, 1993 : 8).

Bir çox siyasi məsələlər üzrə əhalinin məlumatsızlığı müəyyən dərəcədə kütləvi informasiya vasitələrinin köməyi ilə aradan götürülür. İstənilən KİV-nə yüksək dərəcədə mövcud olan əhali inamının saxlanılması şəraitində cəmiyyətin ictimai-siyasi vəziyyətinə və müxtəlif ictimai-siyasi aksiyalarına xalqın reaksiyası əksər hallarda kütləvi informasiya vasitələrində cərəyan edən proseslərin əks olunmasının obyektivliyindən asılıdır.

“KİV-nin problemi ondan ibarətdir ki, onlar real həyatın təzahürlərini təsnif edirlər. Təəssüf ki, gələcəkdə olanları göstərə bilmirlər... Həyəcan yaradan məqamlardan biri də kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyətidir, çünki mənəvi

dəyərlərin yayılması yerinə daha çox maddi dəyərlərin, dolların, çirkli pulların, mal-dövlətin qeyri-qanuni yollarla əldə olunmasının kultu gecə-gündüz reklam edilir. İnformasiya daha çox mənəvi qanunların vasitəsilə müəyyənləşdirilir və əxlaqi əsas olmadan mövcud ola bilməz. Mənəviyyat itəndə, cəmiyyətin bütün sferalarının aspektlərində bu öz faciəli əksini tapır... Dünyada geniş yayılan haqsızlıq, zorakılıq, ikili standartlı münasibət, amoral davranış və s. haqqında informasiya gündəlik eşitdiyimiz, oxuduğumuz və bildiyimiz məlumatlardır. Gərginliyin vektoru insanın bütün zehni, psixiki və emosional fəaliyyətini ya yaxşılığa, ya pisiyyə, ya sevgiyə, ya da nifrətə istiqamətləndirir... Dünya dözümsüzlüklə, qəddarlıqla və intiqam hissi ilə doludur. Bunları müxtəlif televiziya kanalları, mətbuat və kitablar vasitəsilə müşahidə edərək, əmin olursan ki, bu qaçılmaz proseslərdir. Sadalananlar isə insanın mənəvi-əxlaqi sağlamlığı üçün çox təhlükəlidir” (Проблемы информაციологии и мирового информაციонного сообщества, 1997 : 79-80).

“Güclü olmaq kultunun, istənilən yollarla maddiyyatı qazanmaq kultunun, qətlə gətirmək kultunun KİV-nin vasitəsilə daima reklamının verilməsi şəxsiyyətin tamamilə məhv edilməsinə gətirir. Əgər biz mədəniyyətimizi qoruyub saxlamaq istəyiriksə, bu çirkli informasiya axınının qabağını almaq lazımdır. Həm təbiətdə, həm də sositumda müşahidə olunan inkişaf, tərəqqi məqsədyönlü seçim və sistemin daima olmasına və onun təşkili səviyyəsinin yüksəlməsinə şərait yaradan faydalı informasiyasının inteqrallaşması yolu ilə həyata keçirilir” (Проблемы информაციологии и мирового информაციонного сообщества, 1997 : 86).

Şübhəsiz ki, kütləvi informasiya vasitələri siyasətçilərə də daima təsir göstərir. “Siyasətçilərlə aparılan sosioloji sorğular, həmçinin belə nəticəni təsdiq edir ki, onlara kütləvi informasiya vasitələri böyük təsir göstərir. 1996-cı ildə sorğuya cəlb edilən müxtəlif ölkələrin səfirliklərindən olan işçilərin 91% belə qarşılıqlı əlaqəsinin mövcudluğu haqqında rəy söyləmişlər. Bununla yanaşı KİV-nin bir sıra funksiyaları da xüsusi qeyd olunub... Xarici siyasətlə bağlı olan qərarların verilməsi prosesinin iştirakçıları üçün mass-medianın qeyd edilən

funksiyaları qərarların qəbulu zamanı çox əlverişli ola bilər. Beynəlxalq siyasətdə mass-media rolunun yüksənilməsi KİV-nin xidmətlərinə siyasi xadimlərin mövcud olan xərcləri ilə şərtlənir. Bu gün müvafiq ictimai fikir yaratmaq məqsədilə bir qrup siyasətçilərin digər siyasətçilərə KİV-nin təsirinin müxtəlif növlərindən istifadəsi mövcuddur” (Шаповал, 1997 : 113).

İnformasiya cəmiyyəti daima müxtəlif məlumatlara ehtiyac duyur. Bu gün müasir cəmiyyət ümumiyyətlə informasiya və kommunikasiya texnikasının, ələlxüsus internetin xüsusi intensiv istifadəsi ilə xarakterizə olunur. Kütləvi informasiya vasitələri istifadəçiyə daha bir informasiyanın çatdırılması vasitəsinə əldə edib – İnterneti. Əgər cəmiyyətdə ilk vaxtlar internetin lazımlığı haqqında müəyyən şübhələr müşahidə olunurdu (çoxlu və lazımsız informasiya axını, anarxiya, nəzarətsizlik və s.), indi isə özəl dinamika inkişaf etdirilib və o, hökumətləri, sənaye müəssisələri, birlikləri, universitetləri, institutları, orta təhsil məktəbləri, sosial obyektləri, elmi-tədqiqat idarələri, firmaları və s. haqqında kütləvi informasiyaları internetdə təqdim ediblər. Bununla yanaşı, internet kommunikasiya sisteminin yeni keyfiyyətini əldə edib. Onun inkişaf istiqamətini isə qiymətləndirmək hələ çətinidir. Hər halda bu sistem kifayət qədər milli və beynəlmiləl informasiya mübadiləsinin açılışını təmin edib (Internationale Politik, №11, 1996 : 18-19). Kompüter informasiya sistemləri geniş istifadə edilən ölkələrdə onlar kütləvi informasiya vasitələrinə çevrilib. Hələ ki heç bir qanunda və heç bir ölkədə elektron informasiya şəbəkələri KİV-nə aid olunmayıb. Halbuki, bu yalnız informatizasiyasının hüquqi əsaslarının texniki əsaslardan geridə qalmasını təsdiq edir, mass-media strukturunda isə bu sistemlərin inkarı qeyd olunmur.

Kommunikasiya sistemi sosial orqanizmində, insan orqanizmində əsəb sistemi kimi, çox əhəmiyyətli təqdim edilib, kommunikativ sistemin işinin pozulmasının nəticələri isə, əsəb sisteminin pozulması kimi, qorxuludur. Qerbert A.Saymon, Donald U.Smitburq, Viktor A.Tompson qeyd etdikləri kimi, əsəb sistemi “yüksək ixtisaslaşdırılmış funksiyalarına icra edən bir sıra elementlərinə”

malikdir, məsələn: hiss orqanları və beynin müxtəlif hissələri. Həmin tərzdə təşkilatda informasiya ötürülməsinin sistemi həmçinin kommunikasiya prosesinin effektivliyi ilə çox bağlı olan ixtisaslaşdırılmış elementlərinə malik ola bilər” (Герберт, 1995 : 194).

İnformasiya ötürülməsi sisteminin məlumatı qəbul etmək və çatdırmaq qabiliyyətlərinin artıq və ya əskik olmasına görə yaranan məlumatın təhrifinə xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Hərdən mənasız informasiya ilə yüklənən axınlar kommunikasiya sistemi üçün çoxlu problemlər yaradır. İnformasiyanın çoxpilləli ötürülməsi zamanı məlumat ilə artıq yüklənən sistemlər xüsusilə idarə sisteminin işini çətinləşdirir.

Məsələn, yeddipilləli informasiya ötürülməsinin mövcudluğu şəraitində hər rəhbər işçidə ən azı dörd tabe olanları var. Əgər bu sistemdə çalışan hər işçi zaman vahidində bir məlumat verirsə, onda aşağı pillədə 4096 vahid olur. Empirik (təcrübi) şəkildə təyin edilib ki, istənilən hər pillədə rəhbər işçilər informasiyanın yarısından çoxunu nəzərə almır, yəni yuxarı pilləyə məlumatın yalnız 1,6%, informasiyanın 98,4% faizi isə itirilir.

İnformasiyanın artıq yüklənməsinin problemləri mesajların növbəsinin nizamlanması, filtrasiyası vasitəsilə həll olunur. İnformasiyanın qəsdən təhrifi üsullarının biliyi rəhbər işçilərinə vaxtında onların qarşısını almağa imkan yaradır. İnformasiya təhrifinin azalması informasiya axınında vasitəçilərinin uzaqlaşdırılmasına, informasiya ötürülməsinin səviyyələr sayının azalmasına, rəhbər işçiləri tərəfindən həmin növ fəaliyyətinin nəzarətinə, kommunikasiya sistemlərində “inam kanallarının” daxil olunmasına təkan verir.

X Ü L A S Ə

Yaşadığımız həyatda hər bir məsələdə fəlsəfi, mənəvi-etik problemlər, tərəflər, məqamlar mövcuddur. “Atalar üçdən deyib” zərb məsəlini çox eşitmişik. “Üçölçülük” anlayışı təsadüfi hal deyil. Ən azı ona görə ki, bizim həyatımızda üç rəqəmi ilə biz tez-tez rastlaşırıq. Məsələn,

həyatın əsas kateqoriyası: doğum – həyat – ölüm;

təfəkkürdə: ideya – fikir – hərəkət;

zamanda: keçmiş – indiki – gələcək,

dində: ALLAH – insan - şeytan,

ədəbiyyatda: tarix – müasirlik – mistik, fantastik, tanımadığımız həyat.

“Üçölçülük” nəzəriyyəsini qəbul edərək, hesab edirəm ki, müasir insan mükəmməl səviyyədə ən azı üç dil bilməlidir: ana və (ən azı iki) xarici dilləri.

Nəzərə alsaq ki, Azərbaycan sivilizasiyaların, mədəniyyətlərin və dinlərin kəsişməsində yerləşir, yəni Avropa və Asiya arasında, bu coğrafi yerləşmə Azərbaycanın mədəni müxtəlifliyində öz rolunu oynamışdır. Əsrlər boyu bütün mədəniyyətlər, dinlər və etnik qrupların nümayəndələri Azərbaycanda sülh və ləyaqət şəraitində bir ailə kimi yaşamışlar. Bu müsbət meyillər müstəqillik illərində də daha da güclənmişdir. Azərbaycanda mövcud olan tarixi abidələrə nəzər salmaq yetər ki, burada mədəni müxtəliflik aydın görünsün. Məsələn üçün, dünyanın ən qədim məscidlərindən olan, 743-cü ildə inşa edilmiş məscid Azərbaycanın qədim Şamaxı şəhərində yerləşir. Dünyanın ən qədim kilsələrindən biri – Qafqaz albanlarının kilsəsi Azərbaycanın digər qədim Şəki şəhərində yaxınlığındadır. Pravoslav və katolik kilsələr, sinaqoqlar, atəşpərəstlər məbədi bizim mədəni irsimizin tərkib hissəsidir və biz bununla fəxr edirik!

Müasir Azərbaycanda siyasi və iqtisadi transformasiyaya böyük sərmayə yatırılıb. Bu səbəbdən siyasi və iqtisadi islahatlar paralel şəkildə aparılır. Nəzərə alaraq ki, təbii sərvətlər ölkənin transformasiyası və davamlı inkişafının təmin olunması üçün kifayət etməyəcək, bu səbəbdən demokratik proses, siyasi islahatlar və azadlıqlarla bağlı məsələlər diqqət mərkəzindədir. Bu gün Azərbaycanda bütün fundamental azadlıqlar mövcuddur, misal üçün, siyasi azadlıq, media azadlığı, azad internet, din azadlığı təmin edilib. Bu isə inkişafın əsası və təməli deməkdir.

Belə şəraitdə Azərbaycanda bütün dinlərin və etnik qrupların nümayəndələri yaşayır və ölkəmizin uğurlu inkişafına öz töhfələrini verirlər. Multikulturalizm dəyərlərinin, sülh, əməkdaşlıq və qarşılıqlı anlaşmanın təşviqi üçün müxtəlif beynəlxalq tədbirlər keçirilir. Müsbət meyillərin güclənməsi üçün dünyada belə tədbirlərə, açıq müzakirələrə və fikir mübadiləsinə ehtiyac var.

Təsadüfi deyil ki, məhz Azərbaycanın paytaxtında – Bakı şəhərində üç dəfə Mədəniyyətlərarası Dialoq Qlobal Forumu keçirilib. Hər il Bakıda Dünya Dini Liderlərinin Zirvə Görüşü təşkil edilir. Bu özü gözəl göstərici və artıq ənənədir. Bu mədəniyyətlərarası dialoq məsələlərinin müzakirə olunmasının artan əhəmiyyətini nümayiş etdirir. Yüzdən artıq dövlətin nümayəndələri forumun işində fəal iştirak edib. Azərbaycan hər zaman mədəniyyətlərarası münasibətlərə müsbət dinamika verilməsi üçün öz səylərini göstərir və xalqları, dövlətləri, sivilizasiyaları bir araya gətirməyə çalışır.

Təəssüflər olsun ki, bu gün dünyanın müxtəlif yerlərində baş verənlər dərin narahatlıq doğurur. Hamımız mənfi istiqamətdə cərəyan edən meyillərin şahidi oluruq. Bu səbəbdən ölkələri, sivilizasiyaları və dinləri daha da yaxınlaşdırmaq üçün hansı işlərin görülməli olduğunu açıq və səmimi müzakirə etməliyik. Gərginliyin və nifrətin azaldılması beynəlxalq gündəmin ən mühüm məsələlərindəndir. Azərbaycanda multikulturalizm ənənələri hər zaman güclü olub və Beynəlxalq Multikulturalizm Mərkəzinin yaradılması bu dəyərlərin təşviqi istiqamətində hökumətimizin atdığı daha bir addım olub.

Multikulturalizmin alternativini yoxdur. Təcridolunma, ayrı-seçkilik, ksenofobiya, islamofobiya, antisemitizm, neofaşizm hərəketi kimi təhlükəli amillərdir ki, onlar artıq bəşəriyyət tarixində sivilizasiyaların və xalqların fəlakətinə səbəb olub.

Müasir zamanda tez-tez xoşagəlməyən hallara rast gəlirik ki, müxtəlif qitələrdə dini nifrət süni şəkildə yaradılır, etnik və dini zəmində zorakılığın da şahidi oluruq və o zaman belə vəziyyətə təsir edə bilən insanların məsuliyyəti artır. Məhz siyasətçilərin, ictimai xadimlərin, beynəlxalq təsisatların, qeyri-hökumət təşkilatlarının və medianın bu məsələ ilə əlaqədar mübarizədə məsuliyyəti artmalıdır. Bununla əlaqədar multikulturalizm dəyərlərini birgə səylərlə təşviq etmək lazımdır. Şübhəsiz ki, dünyada pessimist ideyalar da mövcuddur. Lakin multikulturalizmin müsbət nümunəsi Azərbaycandır. Azərbaycan dərin multikulturalizm köklərinə malik ölkədir və Azərbaycan xalqı qlobal arenada müsbət dəyərlərin təşviqində müvafiq rol oynayır. Azərbaycan müsəlman dünyasına mənsub olan ölkədir, ancaq eyni zamanda, onun Avropa ilə güclü bağlılığı var. Müsəlman dünyasının ilk demokratik respublikası 1918-ci ildə Azərbaycanda yaradılıb və dərhal qadınlara seçki hüququ verilib. Bu da bir sıra Avropa ölkələrindən əvvəl baş tutub. Beləliklə, Azərbaycan xalqının etnik və mədəni özünəməxsusluğu, habelə Avropanın təsiri cəmiyyətdə xüsusi ab-hava yaradıb. Əsrlər boyu Azərbaycan xalqı dəyərlərini qoruyub saxlaya bilib, siyasi və ictimai şəraitdə yaşayıb, müxtəlif dövlət və imperiyaların tərkibində olub. Bu gün Azərbaycan müstəqillik qazanıb, müsbət meyil davam edir və milli maddi-mənəvi dəyərlərin təşviqi məsələsinə sadıqdır. Danılmaz faktdır ki, müasir Azərbaycan bir çox ölkələr üçün gözəl nümunədir.

Beynəlxalq arenada Azərbaycan oynadığı rol dünya ictimaiyyəti tərəfindən yüksək qiymətləndirilir. Müstəqilliyinin bərpasından ötən qısa müddət ərzində Azərbaycan 155 dövlətin dəstəyi ilə ən mötəbər beynəlxalq qurum olan BMT Təhlükəsizlik Şurasına qeyri-daimi üzv seçilmişdir. Bu isə, o deməkdir ki, beynəlxalq ictimaiyyətin mütləq əksəriyyəti Azərbaycanı dəstəkləmişdir. Uzaq və

yaxın qonşu ölkələrlə müxtəlif siyasi, iqtisadi, ictimai, mədəni əlaqələrini qurmaq üçün xarici dilləri yaxşı səviyyədə bilmək zəruridir.

Mədəni müxtəliflik və mədəniyyətlərarası dialoqun təşviqində ən vacib elementlərindən biri, əlbəttə ki, təhsildir. Azərbaycanda təhsilə böyük diqqət yetirilir və savadlılıq 100 faizə bərabərdir. Təhsil gələcəyin, inkişafın yoludur. Elə inkişaf etmiş ölkələr var ki, onlar tərəqqini təbii sərvətlərlə deyil, təhsil, elm və texnologiyaların inkişafı sayəsində təmin ediblər. Eyni zamanda, təhsil ekstremizmə, radikalizmə, fundamentalizmə, terrorçuluğa qarşı təminatdır. Bu müasir həyatın təhlükəli elementlərinə qarşı sığortadır. Azərbaycanda təhsil sistemi transformasiya edilir, müxtəlif islahatlar həyata keçirilir və onu beynəlxalq standartlara çatdırmaq üçün çoxlu yeniliklər tətbiq edilir. Multikulturalizm şəraitində etnik, dini, məzhəb zəminində ayrı-seçkiliklə siyasi mübarizə aparmaqdan ötrü səlis və mükəmməl şəkildə xarici dilləri bilmək vacibdir. Bu müasir zamanın tələbidir.

Çağdaş dövrümüzdə mədəniyyətlərarası dialoqun səviyyəli və səmərəli şəkildə aparılması üçün müasir insan ən azı üç dil bilməlidir. Xüsusi nəzərə almaq lazımdır ki, informasiya axını zamanı çoxlu, məsələn, texniki, psixoloji, psixofizioloji əngəllər, sosial əngəllər, milli-mədəni səbəblər, dil, üslubi, semantik, fonetik, status ilə bağlı olan maneələr müşahidə olunur. Həmçinin müxtəlif obyektiv və subyektiv səbəblərə görə də daima informasiyanın təhrifi mövcuddur. Kommunikasiya zamanı onların hamısını nəzərə almaq zəruridir.

Müasir dövrdə informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının (İKT) inkişaf etdirilməsi hər bir ölkənin intellektual və elmi potensialının vacib göstəricilərindən biridir və bu prosesin zəruriliyi indiki qloballaşma dövründə daha çox hiss olunur. Bu texnologiyaların sürətli inkişafı və yayılması bəşəriyyətin inkişafı üçün geniş imkanlar yaradır. Milli strategiyanın qəbulundan keçən ərzində Azərbaycan hökuməti tərəfindən bu sahədə bir sıra kompleks tədbirlər həyata keçirilmiş və keçirilməkdədir. Bu istiqamətdə qarşımızda əsas vəzifələrindən biri də yeni informasiya texnologiyalarının təhsilə vaxtında və səmərəli tətbiqidir.

Yuxarıda qeyd olunan müasir global problemləri nəzərə alaraq, dil məsələlərinə, təhsilin dilinə və dilin təhsilinə mütləq lazımi diqqət yetirməliyik!

B İ B L İ O Q R A F İ Y A

Azərbaycan dilində:

Azərbaycan Respublikasında təhsilin inkişafı üzrə Dövlət Strategiyası, Azərbaycan məktəbi № 5, 2013, s.6-17.

Bağirova S. İnformasiya-kommunikasiya texnologiyaları qadın imkanlarının artırılmasının vasitəsi kimi, Azərbaycan Gender İnformasiya Mərkəzi, Bakı, 2015.

Bayramov Ə.S. Psixoloji düşüncələr, Bakı, 1994.

Bayramov Ə.S. Etnik psixologiya, Bakı, 2001.

Bayramov Ə.S., Əlizadə Ə.Ə. Sosial psixologiya, Bakı, 2003.

Cabbarova L.M. Psixologiyada tənhalıq problemi, Bakı, 1997.

Əlizadə Ə.Ə. Etnik psixologiyaya giriş, Bakı, 2004.

. Məmmədov Cabbar. Diplomantik Psixologiya, Bakı, Sabah, 2001.

Nuriyeva M., Quliyeva A. Ünsiyyətin mədəni kontekstdən asılılığı, Bakı, BDU, 2010.

Nuriyeva M., Quliyeva A. Ünsiyyət qarşılıqlı təsir prosesi kimi, Bakı, BDU, 2013.

Rabitə və yüksək texnologiyalar nazirliyinin elektron təhlükəsizlik mərkəzi - cert.az

Təhsil haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Təhsil Xəbərləri, Təhsil Nazirliyinin məlumat-informasiya məcmuəsi № 6, Bakı, Çarşıoğlu, 2009, s.12-57.

Təhsildə informasiya-kommunikasiya texnologiyalarından istifadənin üstünlükləri, Bakı, “Azərbaycan müəllimi” qəzeti № 39, 5.10.2012.

Rus dilində:

Абдеев Р.Ф. Философия информационной цивилизации. Учебное пособие, М.: Владос, 1994. 336 с.

Абдеев Р.Ф. Единое мировое распределенно-локальное информационно-сотовое сообщество на пути к информационно-космической цивилизации. Проблемы информатиологии и мирового информационного сообщества. М., 1997.

Аверьянов Л.Я. В поисках своей идеи. Часть I. М., 2000.

Алексеев А.Н., Дудченко В.С. Контент-анализ как специфический способ “прочтения текстов”. Смысловое восприятие речевого сообщения. М., 1996.

Американская социологическая мысль: Пер. с англ. Ред. В. И. Добренков. М.: Изд. МГУ, 1994.

Андреева Г.М. Социальная психология. М., 1998.

Анохин П.К. Философские аспекты теории функциональной системы, М., Наука, 1978, 399 с.

Аристотель. Риторика. Античные риторики. М., 1978, с. 25.

Арнольдов А.И. Информация - глобальная ценность XXI века. Проблемы информатиологии и мирового информационного сообщества. М., 1997.

Астафьев В.И. Информационная картина мира и ее роль в развитии цивилизации. Проблемы информатиологии и мирового информационного сообщества. М., 1997.

Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка, М., 1955, 416 с.

Бахтин М.М. Эстетика словесного творчества. М., 1979.

Бахтин М.М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса. Москва, 1990.

Бодалев А.А. Личность и общение. М., 1987.

Бриллюэн З.Л. Научная неопределённость и информация. М.Либроком, 2010.

Василькова В.В., Демидова И.Д. Социология коммуникаций - дисциплинарный статус и методологические очертания. Социология и общество. Тезисы Первого Всероссийского социологического конгресса "Общество и Социология: Новые Реалии и Новые Идеи". СПб.: Издательство "Скифия", 2000.

Винер Н. Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине, 2-е изд., М., Советское радио, Наука, 1968, 353 с.

Виноградова З.И., Виноградов И.Е., Щербакова В.Е. Логика науки управления. М.: Мысль, 1998. 208 с.

Выготский Л. С. Мышление и речь. М.-Л., 1934.

Выготский Л. С. Избранные психологические произведения. М., 1956.

Выготский Л. С. Развитие высших психических функций. М.: Прогресс, 1989.

Гаврилов О.А. Информатизация правовой системы России. М.: Юридическая книга, 1998.

Газета Международной академии информатизации и Информационно-народной партии «Информатизация общества», 1992, № 3 (35), 15-30 нояб. Устав совета Общественно-политического движения «За информационно-сотовый строй общества».

Герберт А. Саймон, Дональд У. Смитбург, Виктор А. Томпсон. Менеджмент в организациях. М.: РАГС; Экономика, 1995.

Гольдин В.Е., Сдобнова А.П. “Дом” в ассоциациях школьников (динамический аспект), Вестник Пермского университета № 3, Серия “Филология”, 2006.

Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации, Учебник для вузов, М., ЮНИТИ-ДАНА, 2002, 352 с.

Дейэн А. Реклама. М., 1993.

Демин А.И. Информационная теория экономики и переход России к рынку. Проблемы информатиологии и мирового информационного сообщества. М., 1997.

Докторов Б.З. Анализ результатов мониторинга. Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1993, № 5.

Доценко Т.И. Ассоциативный эксперимент и речевое поведение информанта в экспериментальной ситуации, Слово отзовется: памяти Аллы Соломоновны Штерн и Леонида Владимировича Сахарного, Пермь, 2006.

Дридзе Т. М. Язык и социальная психология. М., 1980.

Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиопсихосоциологии. М., 1984.

Дридзе Т.М. Социальная коммуникация как текстовая деятельность в семиосоциопсихологии. Общественные науки и современность, 1996, № 3.

Дридзе Т.М. Экоантропоцентристская и семиосоциопсихологическая парадигмы для интеграции социогуманитарного научного знания в исследовательскую, социально-диагностическую и социально-проектную практику. Мир психологии, 2000, № 2.

Дружинина В.Н. Психология. СПб., 2003.

Дюментон Г.Г. Сети научной коммуникации и управление фундаментальной наукой, М., 1987.

Евстафьев В.А. Журналистика и реклама (опыт теоретического исследования). М.: ИМА-пресс, 2001. 264 с.

Емельянов Ю.Н. Активное социально-психологическое обучение. Л., 1985.

Жинкин Н.И. Речь как проводник информации. М., 1982.

Жуков Ю.М., Петровская Л.А., Растянников П.В. Диагностика и развитие компетентности в общении. Киров, 1991.

Забелин П. В. Основы корпоративного управления концернами. М., 1998.

Зазыкин В.Г., Чернышев А.П. Менеджер: психологические секреты профессии. М., 1992.

Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент: Рабочая книга менеджера PR. 1997. 228 с.

Землянова Л.М. Современная американская коммуникативистика. М.: Изд. МГУ, 1999.

Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М.: Изд. МГУ, 1999.

Зимбардо Ф., Лайппе М. Социальное влияние. Спб., 2000.

Зинченко В. П., Моргунов Е.Б. Человек развивающийся. Очерки российской психологии. М.: Тривола, 1994. 304 с

Зубкова Л.Г. Эволюция представлений о языковой категоризации мира. Когнитивная семантика. Ч. 2, Тамбов, 2000.

Информатизация правовой системы России. М., 1998, s.83.

Информациология. М., 1996, s.22.

Карасик В.И. Языковой круг. М., Гнозис. 2004.

Караулов Ю.Н. Русский язык и языковая личность. М., 1987.

Караулов Ю.Н. Показатели национального менталитета в ассоциативно-вербальной сети, Языковое сознание и образ мира, М., 2000.

Карпов А.В. Психология менеджмента: Учебное пособие. М., 1999.

Карташова Л.В., Никонова Т.В., Соломандина Т.О. Организационное поведение: Учебник. М.: Инфра-М, 2000. 220 с.

Кобрина Н.А. Когнитивная лингвистика: истоки становления и перспективы развития, Когнитивная семантика. Ч. 2, Тамбов, 2000.

Коммуникация в современной науке, М., 1976.

Конечкая В.П. Социология коммуникации. М., Международный университет бизнеса и управления, 1997. 304 с.

Конрад Н.И. О языковом существовании. Японский лингвистический сборник. М., 1959.

Корбут А. В., Сазонов В. В., Тарасов В. Ф. Использование контент-анализа для исследования массовых коммуникаций. Психолингвистические проблемы массовых коммуникаций. М., 1994.

Котов Р. Г. Деловое общение и язык. Лингвистическая прагматика и общение с ЭВМ. М., 1989.

Краткий психологический словарь. М.: Политиздат, 1985. 431 с.

Краткий словарь когнитивных терминов. Е.С.Кубрякова, В.З.Демьянков, Ю.Г.Панкрац, Л.Г.Лузина. М., Изд. МГУ, 1996.

Кривобоков И.А. Социальный мониторинг: теоретико-методологическое обоснование, статистический анализ: Дис. канд. филос. наук. М.: РАУ, 1994.

Крысин Л. П. О речевом поведении человека в малых социальных общностях (постановка вопроса). Язык и личность / Отв. ред. Д. Н. Шмелев. М., 1989.

Кубрякова Е.С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики. Вопросы когнитивной лингвистики № 1, 2004.

Кузьмин В.П. Системный подход в современном научном познании. Вопросы философии, 1980, №1.

Кули Ч. Общественная организация. Тексты по истории социологии XIX-XX веков: Хрестоматия. М., Наука, 1994.

Левидов М. Информация в советской прессе. К постановке проблемы. М.-Л., 1925.

Леоненко В. В. Социологические методы в рекламной деятельности. М., 1996.

Леонтьев А.А. Объект и предмет психолингвистики и её отношение к другим наукам о речевой деятельности. Теория речевой деятельности. М., 1968.

Леонтьев А.А. Основы теории речевой деятельности. М., 1974.

Леонтьев А.А. Психолингвистическая проблематика массовой коммуникации. Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. М., 1974.

Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. М., 1965.

Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. М.: Изд. МГУ, 1971.

Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание, Личность. Избранные психологические произведения. М., 1983. Т. 1.

Ли Якокка. Карьера менеджера. М.: Прогресс, 1991.

Логика. Логические основы общения: Учебное пособие для высших учебных заведений. М.: Наука, 1994. 317 с.

Львов М.Р. Основы теории речи: Учебное пособие. М., 2000.

Львов М.Р. Риторика. Культура речи, М., Академия, 2004.

Майерс Д. Социальная психология: Пер. с англ. В. Гаврилова и др. СПб., 1997.

Маклаков С.Я. Общая психология, М., 2006.

МакЛюэн Г.М. Понимание средств коммуникации: Продолжение человека, М., 1964.

Маркузе Г. Одномерный человек. М.: REFL-book, 1994.

Марьина Л.П. Культурологические аспекты коммуникации в системе различных видов искусства. Социология и общество. Тез. Перв. Всерос. социол. конгр. Общество и социология: новые реалии и новые идеи. СПб., 2000.

Межкультурная коммуникация. Нижний Новгород, 2001. 320 с.

Мерманн Э. Коммуникация и коммуникабельность, 2 изд-е, испр., М., Гуманитарный центр, 2007.

Милехин А. В. Социологический мониторинг. Науч. ред. Шарков Ф.И., М., 2000. 228 с.

Мильнер Б. З. Теория организации. М., 1999.

Мирский Э.М. Управление и самоуправление в научно-технической сфере, Социологические исследования, 1995, №7, с.3-17.

Назайкин А. Н. Рекламная служба газеты. М., 1996.

Невзлин Л. Б. "Public relations" - кому это нужно?, М., 1993.

Немов Р.С. Психология, М., 2001.

Новая философская энциклопедия в 4 томах, Мысль, под редакцией Стёпина В.С., 2001.

Ножин Е.А. Мастерство устного выступления. М.: Политиздат, 1989.

Ньюстром Дж. В., Дэвис К. Организационное поведение. СПб.: Изд. "Питер", 2000.

Овчинникова И.Г. Береснева Н.И., Дубровская Л.А., Пенягина Е.Б. Лексикон младшего школьника (характеристика лексического компонента языковой компетенции), Пермь, 2000.

Овчинникова И.Г., Кибанова А.А. Вариативность этнического сознания: соотношение элитарной, профессиональной и массовой субкультур (на материале ассоциативного эксперимента), Научный журнал теоретических и прикладных исследований. М.: Институт языкознания РАН, 2013.

Огурцов А.П. Этнометодология. Современная западная социология. М.: Политиздат, 1990.

Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности. СПб.: Знание, ИВЭСЭИ, 2001. 496 с.

Петренко В. Ф. Психосемантика сознания. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1988.

Плахова А.В. Символ и социальность. Социология и общество. Тез. Перв. Всерос. социол. конгр. Общество и социология: новые реалии и новые идеи. СПб., 2000.

Попова З.Д., Стернин И.А. Основные черты семантико-когнитивного подхода к языку. Антология концептов. М., Гнозис, 2007.

Потрубач Н.Н. Проблемы информационной безопасности. Социально-гуманитарные знания, 1999, № 2.

Почепцов Г.Г. Теория и практика коммуникации: от речей президентов до переговоров с террористами. М., 1998.

Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX в. М., Киев, 1999.

Почепцов Г.Г. Информационно-психологическая война. М.: Синтел, 2000.

Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, 2001.

Проблемы информатиологии и мирового информационного сообщества. М., 1997.

Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь, 2-е изд-ие, испр., М., ИНФРА, 1999, 479 с.

Резаев А. В. Социология коммуникативных процессов, систем, отношений. Социология и общество. Тез. Перв. Всерос. социол. конгр. Общество и социология: новые реалии и новые идеи. СПб., 2000.

Робер М.-А., Тильман Ф. Психология индивида и группы. Пер. с фр., М.: Прогресс, 1988. 256 с.

Роджерс Э., Агарвала-Роджерс Р. Коммуникации в организациях. М., Экономика, 1989. 176 с.

Рывкин Р.В. Экспертная часть мониторинга. Экономические и социальные перемены: мониторинг общественного мнения. 1993, № 2, с.8.

Саймон Г., Смитбург У., Томпсон В.А. Менеджмент в организациях. М.: Экономика, 1995. 335 с.

Серегина И.И. О социально значимых аспектах коммуникативной компетентности российских менеджеров (к постановке проблемы). Мир психологии. М., 2000, № 2.

Симонов П.В., Ершов П.М., Вяземский Ю.П. Происхождение духовности. М.: Знание, 1989.

Скотт М. Катлип, Аллен Х. Сентер, Глен М. Брум. Паблик рилейшнз. Теория и практика. М.: Изд. дом “Вильяме”, 2000.

Смелзер Н. Социология. М., Феникс, 1994.

Современная западная социология: Словарь. М.: Политиздат, 1990.

Соколова Т.В. Ассоциативный тезаурус ребенка: структуру ассоциативного распределения, Языковое сознание и образ мира. М., 2000.

Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф., Шахнаров Л.М. Теоретические и прикладные проблемы речевого общения. М., 1979.

Спивак В. А. Корпоративная культура. СПб., Изд. Питер, 2001.

Степанов Ю.С. В мире семиотики. Семиотика. М.: Радуга, 1983.

Стернин И.А. Психолингвистика и концептология. Воронеж, ВГУ, 1997.

Талалаев Е.А. Самореализация личности в коммуникативной среде. Социология и общество. Тез. Перв. Всерос. социол. контр. Общество и социология: новые реалии и новые идеи. СПб., 2000.

Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: методология и теория. Оптимизация речевого воздействия. М., 1990.

Тарасов Е.Ф. Языковое сознание – перспективы исследования. Языковое сознание: содержание и функционирование. XIII Международный симпозиум по психолингвистике и теории коммуникации. М., ИЯ РАН, 2003.

Терин В.П. Массовая коммуникация. Исследования опыта Запада. 2-е изд., перераб. и доп. М., 2000. 224 с.

Толстой В.С. Информация. Энциклопедический социологический словарь. М., 1995, 939 с.

Толстой Н.И. Язык и культура. Некоторые проблемы славянской этнолингвистики. Доклады Всесоюзной научной конференции “Русский язык

и современность. Проблемы и перспективы развития русистики”. Ч.1, М., 1991.

Толстой Н.И. Язык и народная культура. Очерки по славянской мифологии и этнолингвистике, М., 1995.

Тоффлер Э. Третья волна. М., ООО, Фирма “Издательство АСТ”, 2004.

Траве П. С., Расстригин Л. А. Кибернетика и психика. Рига: Зинат-не, 1973.

Уёмов А. И. Системный подход и общая теория систем. М., 1972.

Узилевский Г. Я. Взаимодействие естественных и искусственных языков в современных лингвистических процессорах. М., 1996.

Урсул А.Д. Проблема информации в современной науке. М.: Наука, 1975.

Уткин Э.А., Кочеткова А.И. Рекламное дело. М., 1999.

Уфимцева Н.В. Мотивация в речевом воздействии: проблемы и концепции. Оптимизация речевого воздействия. Отв. ред. Р. Г. Котов, М., 1990.

Уфимцева Н.В. Взаимодействие культур и языков: теория и методология, Встречи этнических культур в зеркале языка. М., 2002.

Уфимцева Н.В. Археология языкового сознания: первые результаты, Язык. Сознание. Культура. М.- Калуга, 2005.

Федченко А. Сознание русских и американских подростков (этнокультурный аспект). М., 2006.

Философский Энциклопедический Словарь. М., 1989.

Фишер У., Юри У. Путь к согласию, или переговоры без поражения. СПб., 1992.

Флягина И.А. Реклама как специфический вид массовой коммуникации и социокультурная динамика. Мир психологии, 2000, № 2.

Харченко Е.В. Языковое сознание профессионала как предмет психолингвистики, Языковое сознание и образ мира, М., 2000.

Хрящева Н.Ю. Социально-психологические проблемы общения. Л., 1983.

Человеческий фактор в языке. Языковые механизмы экспрессивности. М., 1991.

Шанский Н.М. В мире слов. М.: Просвещение, 1978.

Шарков Ф.И., Краснов П.С. Беседы с начинающим социологом. Чебоксары, Чувашское книжное издательство, 1989.

Шарков Ф.И. Средства массовой информации сегодня. Чебоксары, 1997.

Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М., Издательский Дом “Социальные отношения”, издательство “Перспектива”, 2002.

Шахова А.В. Символ и социальность. Социология и общество. Тез. Перв. Всерос. социол. конгр. Общество и социология: новые реалии и новые идеи. СПб., 2000.

Швейцер А.Д. Современная социолингвистика. Теория, проблемы, методы. М., 1976.

Шевандрин Н.И. Социальная психология в образовании. М., 1995.

Шеннон К.Э. Теория информации. estohard.narod.ru/InfoTeory/1/11/112.htm

Шепель В.М. Человековедческая компетентность менеджера. Управленческая антропология. М., Дом педагогики, 2000. 544 с.

Шишкина М.А. “Public relations” в системе социального управления. СПб., 1999.

Шпетт Г. Сочинения. М.: Правда, 1989.

Штейнбух К. Автомат и Человек. М.: Сов. радио, 1967.

Щерба Л. В. Языковая система и речевая деятельность. Л., 1974.

Энциклопедический социологический словарь. М., Наука, 1995.

Юзвишин И.И. Информациология. М., 1996.

Юзвишин И.И. Что такое информациология и как она влияет на развитие единого мирового распределение локального информационного сообщества - новой информационно-космической цивилизации? Проблемы информациологии и мирового информационного сообщества. М., 1997.

Юзвишин И.И. Основы информациологии. М., Международное издательство “Информациология”; Высшая школа, 2000. 517 с.

Язык и личность. М., 1989.

Яковлев И.П., Каминский Д.В. Модели и типы социальных коммуникаций. Социология и общество. Тезисы Первого Всероссийского Социологического Конгресса: Общество и Социология: Новые Реалии и Новые Идеи. СПб., 2000.

К. Ясперс, Философия коммуникации, 1930.

Ялэк Сам. Паблкрилейшнз. Что это такое? М., 1990.

İngilis dilində:

Baldwin C.A. Vanishing Aesthetics: Mediality and Literature after Merleau-Ponty, Virilio, and McLuhan. Dissertation for Ph. D. degree C.A. Baldwin. New York, New York University, 1999.

Berger P.L., Luckmann T. The Social Construction of Reality. 1966. / Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., Медиум, 1995.

Berlo David. The Process of Communications: An Introduction to Theory and Practice. Holt, Rinehart & Winston, 1960.

Canonic Texts in Media Research: Are There Any? Should There Be? How About These? Ed. by E. Katz, J. D. Peters, T. Liebes, A. Orloff. Cambridge: Polity Press, 2002.

Cooley C.H. The Significance of Communication. Reader in Public Opinion and Communication, op. Cit. 2005.

Dance Frank, Larson C. The Functions of Human Communication: A Theoretical Approach. New York. Holt, Rinehart & Winston, 1976.

Federman M. What is the Meaning of the Medium is the Message? 2004, July 23.

Gerbner G., Schramm W. Communications, Study of. International Encyclopedia of Communications. Ed. by E. Barnouw, G. Gerbner, W. Schramm, T. Worth, L. Gross. New York; Oxford. 1989. V.I.

http://individual.utoronto.ca/markfederman/article_mediumisthemessage.htm.

http://en.wikipedia.org/wiki/The_medium_is_the_message

Hymes D.H. Language in Culture and Society: A Reader in Linguistics and Anthropology, New York, Harper & Row, 1964.

Hymes D.H. The anthropology of communication, In F.E. Dance, Human communication theory, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1967.

Hymes D.H. Language in Education, Ethnolinguistic Essays, Washington, DC; Center for Applied Linguistics, 1980.

Hymes D.H. Preface. Textus, 14, 2001.

Internationale Politik. 1996, №11.

Jaspers K. Vernunft und Existenz. Groningen, 1935.

Latham Earl. The Federal Field Service. Chicago: Public Administration Service, 1947.

Levinson P., McLuhan D. A Guide to the Information Millennium, New York, Routledge, 2001.

Luckmann T., Berger P. The social construction of reality. New York, 1966.

Macmahon A.W., Millet J.D., Ogden G. The Administration of Federal Work Relief. Chicago, Public Administration Service, 1941.

Marchand P., McLuhan M. The Medium and the Messenger. N.Y., Ticknor & Fields, 1989.

McLuhan, E. The Genesis of Laws of Media. The Antigonish Review. № 74, V. 5, 1988, p. 201–202.

McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. Cambridge; London: MIT Press, 1994, 355 p.

McLuhan M. The Medium is the Massage: An Inventory of Effects. New York: Gingko Press, 2002, 159 p.

Macmahon Arthur W., Millet John D., Ogden Gladys. The Administration of Federal Work Relief. Chicago: Public Administration Service, 1941.

Mead G.H. Mind, Self and Society. Chicago, 1934.

Theall D.F. The Virtual McLuhan. Toronto, McGill-Queen's Univ. Press, 2003.

Watson J. B. Behaviorism. New York, 1925.

Whitehead A.N. 106 Quotes. Famous Inspirational Quotes. Cambridge University Press, ISBN 0-521-62606-4.

Wright Ch. Mass Communication. A Sociological Perspective. New York, 1986.

Zbigniew Kazimierz Brzeziński. (Збигнев Казимеж Бжезинский). Between two ages: American's role in the technetronic era. New York, Viking Press, 1970.

QEYDLƏR ÜÇÜN

Azərbaycan Dillər Universitetinin ingilis dilinin leksikologiyası kafedrasının professoru, filologiya elmləri doktoru Nigar Çingiz qızı Vəliyeva 200-dan çox elmi əsərlərin müəllifidir. Onlardan on ikisi monoqrafiyalar: “Müxtəlif sistemli dillərdə nitq və təfəkkür fəlləri ilə formalaşan frazeoloji vahidlər” (1999), “Структурно-семантические особенности словосочетаний в современном английском языке” (2001), “Frazeoloji birləşmələrin müqayisəli linqvistik təhlili” (2001), “Azərbaycanca-İngiliscə-Rusca Frazeoloji Lüğət” (2006), “Müxtəlif sistemli dillərdə fəli birləşmələrin tipoloji təhlili” (2008), “İrihəcmli üçdilli frazeoloji lüğət” (2010), “Dil tipologiyasının aktual problemləri. Actual problems of language typology. Актуальные проблемы языковой типологии” (2011), “Some Aspects and Peculiarities of Intercultural Communication in the Process of Globalization” (2013), “Theoretical Issues of Stylistic Lexicology” (2014), “Communicative-Pragmatic Paradigm of English Lexicology” (2014), “Synergetics of the language, national consciousness and culture by globalization” (2016), “Azərbaycanca - İngiliscə İdiomatik Lüğət” – “Azerbaijani – English Dictionary of Idioms” (2016), elmi məqalələr isə ABŞ-da, Rusiyada, Braziliyada, Polşada, İspaniyada, Rumıniyada, Fransada, Gürcüstanda, Kanadada və respublikamızın bir sıra nüfuzlu beynəlxalq elmi-nəzəri-metodik jurnallarda çap olunmuşdur.

Nigar Chingiz q.Veliyeva, Doctor of Science, professor of English Lexicology department of the Azerbaijan University of Languages, is the author of more than 200 scientific works, among them twelve monographs: “The phraseological units which are formed by means of the verbs of speaking and thinking in non-cognate languages” (1999), “The structural-semantic peculiarities of the word-groups in the modern English language” (2001), “The comparative linguistic analysis of the phraseological word combinations” (2001), “Azerbaijani – English – Russian Idiomatic Dictionary” (2006), “The typological analysis of the verbal word combinations in the non-kindred languages” (2008), “The Big Azerbaijani – English – Russian Phraseological Dictionary” (2010), “Actual problems of language typology” (2011), “Some Aspects and Peculiarities of Intercultural Communication in the Process of Globalization”(2013), “Theoretical Issues of Stylistic Lexicology” (2014), “Communicative-Pragmatic Paradigm of English Lexicology” (2014), “Synergetics of the language, national consciousness and culture by globalization” (2016), “Azərbaycanca - İngiliscə İdiomatik Lüğət” – “Azerbaijani – English Dictionary of Idioms” (2016). The scientific articles were published in the USA, Russia, Brazilia, Poland, Spain, Romania, France, Georgia, Canada and in the various international scientific journals of our republic.