

ELMI TƏDQIQAT

Beynəlxalq onlayn elmi jurnal

SCIENTIFIC RESEARCH

International online scientific journal

aem.az



e-ISSN: 2789-6919

THE REPUBLIC OF AZERBAIJAN

ELMİ TƏDQIQAT

Beynəlxalq onlayn elmi jurnal
İmpakt Faktor: 0.543

Cild: 2 Sayı: 9

SCIENTIFIC RESEARCH

International online scientific journal
Impact Factor: 0.543

Volume: 2 Issue: 9

Bakı – Baku
2022

Jurnal 01.03.2021-ci ildə
Azərbaycan Respublikası
Ədliyyə Nazirliyi
Mətbu nəşrlərin reyestrinə
daxil edilmişdir.
Reyestr № 4336

On 01.03.2021, the journal was
included in the register
of Press publications of the
Ministry of Justice of the
Azerbaijan Republic
Registration No. 4336



Redaksiyanın ünvanı
AZ1073, Bakı şəh.,
Mətbuat prospekti, 529,
“Azərbaycan” nəşriyyatı,
6-cı mərtəbə

Editorial address
AZ1073, Baku,
Matbuat avenue, 529,
“Azerbaijan” Publishing House,
6-th floor

Tel.: +994 50 209 59 68
+994 55 209 59 68
+994 99 807 67 68
+994 12 510 63 99

E-mail:
tedqiqat1707@aem.az

Beynəlxalq indekslər / International indices

e-ISSN: 2789-6919
DOI: 10.36719



MENDELEY

© Jurnalda çap olunan materiallardan istifadə edərkən istinad mütləqdir.
© It is necessary to use reference while using the journal materials.
© <https://aem.az>
© info@aem.az

Təsisçi və baş redaktor
Tədqiqatçı Mübariz HÜSEYİNOV, Azərbaycan Elm Mərkəzi / Azərbaycan
+994 50 209 59 68
tedqiqat1868@gmail.com
ORCID ID 0000-0002-5274-0356

Founder and Editor-in-Chief
Researcher Mubariz HUSEYINOV, Azerbaijan Science Center / Azerbaijan
+994 50 209 59 68
tedqiqat1868@gmail.com
ORCID ID 0000-0002-5274-0356

Redaktor
Assoc. Prof. Dr. İlham MƏMMƏDLİ, AMEA Ədəbiyyat İnstitutu / Azərbaycan
m_ilham63@mail.ru

Editor
Assoc. Prof. Dr. İlham MAMMADLI, ANAS Institute of Literature / Azerbaijan
m_ilham63@mail.ru

Redaktor köməkçisi
Magistrant Aytən XƏLİLOVA, Azərbaycan Elm Mərkəzi / Azərbaycan
aytankhalilova@bk.ru

Assistant editor
Master Aytan KHALILOVA, Azerbaijan Science Center / Azerbaijan
aytankhalilova@bk.ru

Dillər üzrə redaktorlar

Prof. Dr. Abbas ABBASOV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Aytac ZEYNALOVA, Azərbaycan Dillər Universiteti / Azərbaycan

Language editors

Prof. Dr. Abbas ABBASOV, Baku State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Aytaj ZEYNALOVA, Azerbaijan University of Languages / Azerbaijan

Elmi sahələr üzrə redaktorlar

Prof. Dr. Şəhla SƏMƏDOVA, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. Müseyib İLYASOV, Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. Əli ZALOV, Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. Yaşar MEHRƏLİYEV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Xatirə HÜSEYNOVA, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Afərin ABBASOVA, Qərbi Kaspi Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Həbibə ALLAHVERDİYEVƏ, Naxçıvan Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Şəfəq ABDULLAYEVA, Azərbaycan Dillər Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Elza ORUCOVA, Azərbaycan Tibb Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Mahir HACIYEV, Heyvandarlıq Elmi-Tədqiqat İnstitutu / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Ramiz ƏHLİMANOV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Tərxan CƏBRAYILOV, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Zəfər CƏFƏROV, Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti / Azərbaycan
Dr. Fuad RZAYEV, AMEA Zoologiya İnstitutu / Azərbaycan

Editors in scientific fields

Prof. Dr. Shahla SAMADOVA, Baku State University / Azerbaijan
Prof. Dr. Museyib ILYASOV, Azerbaijan State Pedagogical University / Azerbaijan
Prof. Dr. Ali ZALOV, Azerbaijan State Pedagogical University / Azerbaijan
Prof. Dr. Yashar MEHRALIYEV, Baku State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Khatira HUSEYINOVA, Baku State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Afərin ABBASOVA, Western Caspian University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Habiba ALLAHVERDIYEVA, Nakhchivan State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Shafag ABDULLAYEVA, Azerbaijan University of Languages / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Elza ORUJOVA, Azerbaijan Medical University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Mahir HAJIYEV, Animal Husbandry Scientific Research Institute / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Ramiz AHLIMANOV, Baku State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Tarkhan JABRAYILOV, Azerbaijan University of Architecture and Construction / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Zafar JAFAROV, Azerbaijan University of Architecture and Construction / Azerbaijan
Dr. Fuad RZAYEV, Institute of Zoology of ANAS / Azerbaijan

REDAKSIYA HEYƏTİ

Humanitar və ictimai elmlər bölməsi

Prof. Dr. Nərgiz AXUNDOVA, AMEA Tarix İnstitutu / Azərbaycan
Prof. Dr. Yerdən KAJIBEK, Qazax dili Akademiyası / Qazaxıstan
Prof. Dr. İrina KREYDİÇ, Ukrayna Milli Texniki Universitetinin İqor Sikorski adına Kiyev Politeknik İnstitutu / Ukrayna
Prof. Dr. Qəzənfər KAZIMOV, AMEA Dilçilik İnstitutu / Azərbaycan
Prof. Dr. Coanna MARŞALEK-KAVA, Nikolay Kopernik Universiteti / Polşa
Prof. Dr. Uqanbayar MYAGMARSUREN, Monqolustan Dövlət Universiteti / Monqolustan
Prof. Dr. Nataly MİŞİNA, Odessa Hüquq Akademiyası / Ukrayna
Prof. Dr. Svetlana KOJİROVA, L.N.Qumilyov adına Avrasiya Milli Universiteti / Qazaxıstan
Prof. Dr. Masumə DAEİ, Təbriz Payame Noor Universiteti / İran İslam Respublikası
Prof. Dr. Yelena ŞİŞKİNA, Həştərxan Dövlət Memarlıq-İnşaat Mühəndisliyi Universiteti / Rusiya
Prof. Dr. Cihan ÖZDEMİR, Biləcik Şeyx Edəbali Universiteti / Türkiyə
Prof. Dr. Şikar QASIMOV, Azərbaycan Texniki Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. İya ZUMBULADZE, Kutaisi Dövlət Universiteti / Gürcüstan
Prof. Dr. Elza MOLLAYEVA, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Rəşid CABBAROV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Asıman QULİYEV, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Kulaş MAMİROVA, Qazaxıstan Milli Qadın Pedaqoji Univeristetii / Qazaxıstan
Assoc. Prof. Dr. Andrey RAGULİN, Rusiya Federasiyasının DİN Moskva Universiteti / Rusiya
Assoc. Prof. Dr. Elza ALIŞOVA, Girne Amerikan Universiteti / Türkiyə
Assoc. Prof. Dr. Dürdanə MƏMMƏDOVA, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Gülnoz SATTOROVA, ÖREA Özbək Dili, Ədəbiyyatı və Folkloru İnstitutu / Özbəkistan
Assoc. Prof. Dr. Rəşad HÜSEYNOV, Xəzər Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. İlkin QULUSOY, Qafqaz Universiteti / Türkiyə
Assoc. Prof. Dr. Qəranfil QULİYEVA, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Dr. Hacer DOLANBAY, Muş Alparslan Universiteti / Türkiyə
Dr. Rövşən RAMİZOĞLU, Selcuk Universiteti / Türkiyə

Təbiət elmləri bölməsi

Prof. Dr. Eldar QASIMOV, Azərbaycan Tibb Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. Onur URAL, Selcuk Universiteti / Türkiyə
Prof. Dr. Nikolay BRİKO, İ.M.Seçenov adına Birinci Moskva Dövlət Tibb Universiteti / Rusiya
Prof. Dr. Duyğu KILIÇ, Amasya Universiteti / Türkiyə
Prof. Dr. İlham ŞAHMURADOV, AMEA Botanika İnstitutu / Azərbaycan
Prof. Dr. Zöhrab QARAYEV, Azərbaycan Tibb Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. Mehmet ÜNLÜ, Marmara Universiteti / Türkiyə
Prof. Dr. İlham KAZIMOV, M.Topçubaşov adına Elmi Cərrahiyyə Mərkəzi / Azərbaycan
Prof. Dr. İbadulla AĞAYEV, Azərbaycan Tibb Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. David MENABDE, Kutaisi Dövlət Unversiteti / Gürcüstan
Prof. Dr. Elxan NURİYEV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Dr. Asif MANAFOV, AMEA Zoologiya İnstitutu / Azərbaycan
Dr. Elçin HÜSEYN, Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti / Azərbaycan
Prof. Ali AZQANI, Taylerdəki Texas Universiteti / ABŞ
Dr. Xanzoda YULDAŞEVA, Tibb İşçilərinin Peşə Kvalifikasiyasının İnkişafı Mərkəzi / Özbəkistan
Assoc. Prof. Dr. Şəkər MƏMMƏDOVA, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Şikar ƏHMƏDOV, Əkinçilik Elmi-Tədqiqat İnstitutu / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Arif HÜSEYNOV, Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Ramiz ƏHLİMANOV, Bakı Dövlət Unversiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Aytəkin AXUNDOVA, Bakı Slavyan Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Fərid NAĞIYEV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Dr. Svetlana QORNOVSKAYA, Beloserkovsk Milli Aqrar Universiteti / Ukrayna

Dəqiq elmlər bölməsi

Prof. Dr. Yusif MƏMMƏDOV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. Eldar VƏLİYEV, Milli Texniki Universitet / Ukrayna
Prof. Dr. Eldar MƏSİMOV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. Maarif CƏFƏROV, Bakı Dövlət Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Səadət KƏRİMİ, Kral Texnologiya İnstitutu / İsveç

Texnika elmləri bölməsi

Prof. Dr. Cəlaləddin MƏMMƏDOV, Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti / Azərbaycan
Prof. Dr. Valeriy LİSENKO, Ümumrusiya Metroloji Xidmət Elmi-Tədqiqat İnstitutu / Rusiya
Assoc. Prof. Dr. Şahlar BABAYEV, Azərbaycan Dövlət Aqrar Universiteti / Azərbaycan
Assoc. Prof. Dr. Elov BOTIR, Ə.Nəvai adına Daşkənd Dövlət Özbək Dili və Ədəbiyyatı Univeristetii / Özbəkistan

EDITORIAL BOARD

Humanities and social sciences section

Prof. Dr. Nargiz AKHUNDOVA, Institute of History of ANAS / Azerbaijan
Prof. Dr. Erden KAJIBEK, Kazakh Language Academy / Kazakhstan
Prof. Dr. Irina KREYDICH, National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute» / Ukraine
Prof. Dr. Gazanfar KAZIMOV, Institute of Linguistics of ANAS / Azerbaijan
Prof. Dr. Joanna MARSZALEK-KAWA, Nicolaus Copernicus University / Poland
Prof. Dr. Uuganbayar MYAGMARSUREN, Mongolian State University / Mongolia
Prof. Dr. Natalya MISHINA, Odessa Law Academy / Ukraine
Prof. Dr. Svetlana KOJIROVA, L.N. Gumilyov Eurasian National University / Kazakhstan
Prof. Dr. Masuma DAEI, Payame Noor University of Tabriz / Islamic Republic of Iran
Prof. Dr. Yelena SHISHKINA, Astrakhan State University of Architecture and Construction Engineering / Russia
Prof. Dr. Cihan OZDEMIR, Bilecik Şeykh Edebalı University / Turkey
Prof. Dr. Shikar GASIMOV, Azerbaijan Technical University / Azerbaijan
Prof. Dr. Iya ZUMBULADZE, Kutaisi State University / Georgia
Assoc. Prof. Dr. Rashid JABBAROV, Baku State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Asiman GULIYEV, Azerbaijan State University of Economics / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Kulash MAMIROVA, Kazakhstan National Woman Pedagogical Institute / Kazakhstan
Assoc. Prof. Dr. Andrey RAGULIN, Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation / Russia
Assoc. Prof. Dr. Elza ALISHOVA, Girne American University / Turkey
Assoc. Prof. Dr. Durdana MAMMADOVA, Baku State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Gulnoz SATTOROVA, Institute of Uzbek Language, Literature and Folklore of the Uzbekistan Academy of Sciences / Uzbekistan
Assoc. Prof. Dr. Rashad HUSEYNOV, Khazar University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Ilkin GULUSOY, Kafkas University / Turkey
Assoc. Prof. Dr. Garanfil GULIYEVA, Baku State University / Azerbaijan
Dr. Hajer DOLANBAY, Mush Alparslan University / Turkey
Dr. Rovshan RAMIZOGLU, Seljuk University / Turkey

Natural sciences section

Prof. Dr. Eldar GASIMOV, Azerbaijan Medical University / Azerbaijan
Prof. Dr. Onur URAL, Seljuk University / Turkey
Prof. Dr. Nikolay BRICO, First Moscow State Medical University named after I.M. Sechenov / Russia
Prof. Dr. Duyghu KILICH, Amasya University / Turkey
Prof. Dr. Ilham SHAHMURADOV, Institute of Botany of ANAS / Azerbaijan
Prof. Dr. Zohrab GARAYEV, Azerbaijan Medical University / Azerbaijan
Prof. Dr. Mehmet UNLU, Marmara University / Turkey
Prof. Dr. Ilham KAZIMOV, Scientific Surgery Center named after M. Topchubashov / Azerbaijan
Prof. Dr. Ibadulla AGHAYEV, Azerbaijan Medical University / Azerbaijan
Prof. Dr. David MENABDE, Kutaisi State University / Georgia
Prof. Dr. Elkhan NURIYEV, Baku State University / Azerbaijan
Dr. Asif MANAFOV, Institute of Zoology of ANAS / Azerbaijan
Dr. Elchin HUSEYN, Azerbaijan State University of Oil and Industry / Azerbaijan
Prof. Ali AZGANY, University of Texas at Tyler / USA
Dr. Khanzoda YULDASHEVA, Center for Professional Development of Medical Workers / Uzbekistan
Assoc. Prof. Dr. Shakar MAMMADOVA, Baku State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Shikar AHMADOV, Agricultural Scientific Research Institute / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Arif HUSEYNOV, Azerbaijan State Agrarian University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Ramiz AHLIMANOV, Baku State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Aytekin AKHUNDOVA, Baku Slavic University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Farid NAGHIYEV, Baku State University / Azerbaijan
Dr. Svetlana GORNOVSKAYA, Beloserkovsk National Agrarian University / Ukraine

Exact sciences section

Prof. Dr. Yusif MAMMADOV, Baku State University / Azerbaijan
Prof. Dr. Eldar VALIYEV, National Technical University / Ukraine
Prof. Dr. Eldar MASIMOV, Baku State University / Azerbaijan
Prof. Dr. Maarif JAFAROV, Baku State University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Saadat KARIMI, Royal Institute of Technology / Sweden

Technical sciences section

Prof. Dr. Jalaladdin MAMMADOV, Azerbaijan State Agrarian University / Azerbaijan
Prof. Dr. Valery LISENKO, All-Russian Metrological Service Research Institute / Russia
Assoc. Prof. Dr. Shahlar BABAYEV, Azerbaijan State Agrarian University / Azerbaijan
Assoc. Prof. Dr. Elov BOTIR, Tashkent State University of Uzbek Language and Literature named after A. Navai / Uzbekistan

HUMANİTAR VƏ İCTİMAİ ELMLƏR
HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

DOI: <https://doi.org/10.36719/2789-6919/13/6-12>

Mehriban Zeynal qızı Hacızadə
Azərbaycan Dillər Universiteti
mehribanhacizade7@gmail.com

**MƏNTİQİ İNKARLIQ, ONUN MAHİYYƏTİ VƏ İNKARLIQ KONSTRUKSİYALARI
ZƏMİNİNDƏ DİLİN ZƏNGİNLƏŞMƏSİ**

Xülasə

İnkarlıq hər hansı bir məfhumun obyektiv gerçəklikdəki qeyri-mövcudluğunu ifadə edir. İnkarlıq kateqoriyasını həm məntiqi, həm də qrammatik cəhətdən izah etmək mümkündür. Belə ki, bu kateqoriyanı həm məntiq, həm də dilçilik elmi öz tədqiqat obyektinə daxil edir. İnkarlığın məntiqi əsası bütün dillərdə eynidir, lakin qrammatik ifadə üsulları isə olduqca rəngarəngdir. Məntiqi inkarlıqda isə inkari mühakimələrdən bəhs edilir. Qrammatik inkarlıq isə cümlə formasında olan müxtəlif vasitələrlə ifadə edilir. Dildəki inkar, ilk növbədə, məzmun və formanın, daha dəqiqliklə desək, cümlə strukturunun və onun düşüncə tərzininin vacib problemlərindən biridir.

İnsanların iradəsindən asılı olmayaraq mövcud olan qanunauyğunluqlar dilə də aiddir. Bu obyektiv qanunauyğunluqları bilmədən dildəki dəyişmələri və onların səbəblərini, dilin tarixən inkişafı qanunauyğunluqlarını və ona təsir göstərən amilləri təyin etmək mümkün deyil.

İnkarlıq müstəqil qrammatik kateqoriya hesab olunur. Qrammatik kateqoriyalar dilin qrammatik quruluşu əsasında formalaşır. Qrammatik kateqoriyalar içərisində inkarlıq kateqoriyası həm əhatə dairəsinin genişliyi, həm də ifadə vasitələrinin zənginliyinə görə daha çox diqqəti cəlb edir. Təsdiqlə əlaqə və müqayisədə bu kateqoriya meydana çıxır. İnkar cümlənin ifadə etdiyi fikrin strukturuna təsiri və cümlənin strukturunun qurulmasında iştirak edən əsas vasitələrdən biridir. Buna görə də təhlil və mühakimənin strukturunu müəyyənləşdirmək məqsədilə inkarın məntiqi-qrammatik analizi çox vacibdir.

Açar sözlər: inkarlıq kateqoriyası, məntiqi inkarlıq, qrammatik inkarlıq, inkarlıq konstruksiyası, məntiqi analiz

Mehriban Zeynal Hajizade

**Logical negation, its essence and enrichment of the language
on the basis of negation constructions**

Abstract

Negation refers to the non-existence of any concept in objective reality. The category of negation can be explained both logically and grammatically. Thus, both logic and linguistics include this category in their research object. Logical negation refers to negative judgments. Grammatical negation is expressed by various means in the form of sentences. Negation in language is, first of all, one of the important problems of content and form, or more precisely, of sentence structure and its way of thinking.

Regardless of the will of the people, the existing laws also apply to language. Without knowing these objective regularities, it is impossible to determine the changes in language and their causes, the regularities of the historical development of language and the factors that affect it.

Negation is considered an independent grammatical category. Grammatical categories are formed on the basis of the grammatical structure of the language. Among the grammatical categories, the category of negation attracts more attention due to both the breadth of its scope and

the richness of its means of expression. This category arises in connection and comparing with affirmation. Negation is one of the main means of influencing the structure of the thought expressed by the sentence and participating in the construction of the sentence structure. Therefore, the self-grammatical analysis of negation is very important in order to determine the structure of analysis and judgment.

Keywords: *negation category, logical negation, grammatical negation, negation construction, logical analyses*

Giriş

İnkarlıq kateqoriyasının mahiyyəti və onun ifadə vasitələri barədə istər xüsusi, istərsə də ümumi dilçilikdə çoxlu dissertasiyalar və monoqrafiyalar yazılmasına baxmayaraq, hələ də dilçilikdə bu haqda vahid bir fikir yoxdur.

Son dövrlərdə dilçilik ədəbiyyatında inkarlıq kateqoriyasının mahiyyətinin, onun linqvistik statusunun müəyyənləşdirilməsində müəyyən elmi standartlıq, sabitlik yaransa da, bu sahədə mübahisəli cəhətlər, fikir müxtəlifliyi hələ də mövcuddur.

Bəzi dilçilər inkarlığa sırf semantik (K.Xaydolf, A.Əmirov), bəziləri sintaktik (V.A.Trofimov, E.İ.Şendels, N.A.Bulax), bəziləri isə modallıq (L.E.Kumaniçkina və b.), digərləri isə qrammatik-leksik kateqoriya kimi yanaşırlar. İnkarlığın ümumi dilçilik səviyyəsində tədqiqi, ilk növbədə bu linqvistik problemin ayrı-ayrı dillərin materialları əsasında geniş şəkildə öyrənilməsinə tələb edir. İnkarlıq kateqoriyası məntiqi, funksional-semantik kateqoriya kimi öz ifadə vasitəsini müxtəlif dil vahidlərində tapır. Elə buna görə də ayrı-ayrı dillərdə inkarlıq kateqoriyası müxtəlif vasitələrlə ifadə olunur. Dildə inkarlıq kateqoriyası cümlə strukturunun və onun ifadə etdiyi fikrin qarşılıqlı münasibətləri planında ümumi dilçiliyin mühüm problemlərindən biridir.

İnkar cümlənin ifadə etdiyi fikrin strukturuna təsir edən və cümlənin strukturunun qurulmasında iştirak edən əsas vasitələrdən biridir. Buna görə də cümlənin və mühakimənin strukturunu müəyyənləşdirmək məqsədilə inkarın məntiqi-qrammatik kateqoriya kimi analizi çox vacibdir. Bu zaman inkar cümlənin üzvlənməsinin sintaktik və məntiqi-qrammatik səviyyələrində fəaliyyəti problemi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir (Babayev, 1992: 20).

Azərbaycan və ingilis dillərində inkarlıq, əsasən, qrammatik kateqoriya səviyyəsində öyrənilmişdir. İnkar konstruksiyaları, xüsusilə də qadağan konstruksiyaları nə bu dillərdə ayrı-ayrılıqda, nə də müqayisəli şəkildə tədqiq edilməmişdir. Halbuki, istər inkar və qadağan konstruksiyalarında inkar vasitələrinin, onların xarakterik xüsusiyyətlərinin, istərsə də leksik və sintaktik tərkibinə görə eyni olan cümlənin məntiqi-qrammatik və sintaktik səviyyələrdə üzvlənməsinin qohum olmayan iki dilin materialları əsasında öyrənilməsi yalnız inkarla bağlı sadalanan məsələlərə aydınlıq gətirmir, həmçinin tipoloji baxımdan əhəmiyyətli faktlar əldə etməyə imkan verir. Məlumdur ki, müxtəlif strukturlara malik və müxtəlif dil ailələrinə mənsub olan iki dilin qarşılaşdırılması dillərin deyil, sistem və yarım sistemlərin müqayisəsindən sonra mümkün olmuşdur. Müqayisəli tipologiya geneoloji baxımdan müxtəlif qruplara daxil olan dillərin tipoloji oxşarlıq və fərqliliklərini müəyyənləşdirir. O, yalnız məhdud sayda dillərin sistemində bəzi ümümiyyəti, izomorfluğu üzə çıxara bilir. Lakin qarşılaşdırılan dillərin sayının məhdudluğu müqayisəli tipologiyaya dil universalilərini müəyyənləşdirməyə imkan verməsə də, məhdud sayda dillərin sistemlərinin öyrənilməsi əsasında əldə olunmuş nəticələr dil universalilərinin sonrakı mərhələdə üzə çıxarılması üçün struktur tipologiyaya imkan yaratmış olur. Bu məqsədlə də biz Azərbaycan və ingilis dillərində inkar və qadağan konstruksiyalarını məntiqi-qrammatik və sintaktik səviyyələrdə analiz edərək onların semantika və strukturunda tipoloji baxımdan oxşar və fərqli cəhətləri müəyyənləşdiririk. Dilçilərin böyük bir hissəsi belə hesab edir ki, qrammatik kateqoriya kimi inkarlıq kateqoriyasının əsas məzmunu məntiqi inkardır. Bu fikir istər-istəməz məntiqi və dil inkarının bir-birinə hansı münasibətdə olmaları, onların bir-biri ilə hansı oxşar və bir-birindən hansı fərqli cəhətlərinin olması suallarını ortaya çıxarır.

Məlum olduğu kimi hələ eramızdan əvvəl III əsrdə inkarlığı formal məntiqdə öyrənməyə başlamışlar. Qədim hind materialist filosofları bütün reallıqları mövcud olanlar və mövcud olmayanlar sinfinə ayırmışlar. Mövcud olanlar dedikdə, müsbət reallıqlar, yəni maddi aləmin

reallıqları, mövcud olmayanlar isə qeyri-reallıq, yəni “mənfi” əşyaları əhatə edir.

Məntiqi inkarlıq kateqoriyası dil inkarlığı kateqoriyasının əsas məzmununu təşkil etsə də, onu tam əhatə etmir. Çünki məntiqi inkarlıq kateqoriyasından fərqli olaraq, dil inkarlığı kateqoriyası bir çox başqa funksiyaları da yerinə yetirir, nisbi müstəqilliyə və özünə xas olan mənə tutumuna malikdir. Məsələn, inkar göstəricisinə malik olan cümlələrin heç də hamısı inkar mühakiməsinə müvafiq gəlmir, onlar təsdiq mühakiməsinə də uyğun gələn qadağan və sualın ifadə vasitəsi kimi də çıxış edə bilirlər.

Məntiqi inkarlıq bütün dillərdə öz əksini tapdığından, dil universalisi hesab edilir. Dil inkarlığı kateqoriyasının məntiqi məzmununu mövcud olmamaq, mənfilik, məhrumluq, fərqlilik və s. təşkil edir. Lakin dil inkarlığının məzmununa etiraz, imtina, qadağan və s. mənalar da daxil ola bilər. İnkər forması müsbət semantikaya da malik olur. Bu, istər ayrı-ayrı leksik vahidləri, istərsə də bütöv sintaktik konstruksiyaları əhatə edə bilər. İnkər üçün xüsusi formalar, qrammatik əlamətlər, müəyyən sözlər mövcuddur ki, bu onu qrammatik cəhətdən izah etməyə imkan verir.

Məntiq elmində mühakimələrdən bəhs edilir. Mühakimələr isə iqrari və inkari olur.

Təsdiqlik kateqoriyasının əsas xüsusiyyəti müəyyən obyekt barədə hansısa hal, hərəkət və ya keyfiyyətin iqrar edilməsindən ibarətdir. İnkari mühakimə iqrari mühakimədən əlaqəsiz, ondan təcrid olunmuş halda düşünülə bilməz. İnkərliyin aşkar edilməsində onun hər hansı bir iqrari anlayış ilə qarşılaşdırılması mühüm yer tutur. Yalnız bunlar arasında əlaqənin bərpa edilməsi, bunların qarşılaşdırılması, birini təsdiqə, digərini isə inkara çevirir. Formal məntiqi kateqoriya olaraq inkari mühakimə iqrari mühakimənin əksinə qoyulur. İnkari mühakimənin düzgün, dəqiq mənası yalnız əksmənalı təsdiqi mühakimə ilə əlaqəli şəkildə götürüldükdə anlaşıla bilər.

Dilçilikdə inkarlığın məntiqi və linqvistik təbiəti ilə bağlı bir sıra fikirlər mövcuddur. Formal məntiqdə inkarlıq “yoxluq” kateqoriyası adı altında izah olunur. Qədim filosoflar bu anlayışı “mövcud olmama”, “yoxluq” kimi sözlərlə ifadə etmişlər. İlk dəfə “yoxluq kateqoriyası” terminini qədim yunan fəlsəfəsində neoplatonçular daha dəqiq desək, Prokl işlətməmişdir. Sonralar bu termin Hegel fəlsəfəsində mühüm yer tutmuş və dərinlən təhlil olunmuşdur. Hegelin fikrincə, inkar inkişafda ziddiyyətli anı, yeninin köhnə ilə əlaqə və mübarizə anını ifadə edir.

İnkərliq haqqında Aristotel tərəfindən yaradılmış konsepsiyayı da qeyd etmək zəruridir. Aristotelin fikrincə, hər bir mühakimədə ya mövcudluq, ya da qeyri-mövcudluq fəaliyyət göstərir. Hökm daxilində olan mənə obyektiv gerçəkliklə müqayisədə real mövcud olan və ya olmayan kimi fərz edilir.

Məntiqi inkar bütün dillərdə öz əksini tapmışdır, buna görə də onun dil universalisi hesab edilməsini qeyd etmişdik. İnkərliq kateqoriyasının məntiqi məzmununu mövcud olmamaq, mənfilik, məhrumluq, fərqlilik, başqa şəkildə mövcud olmaq və s. təşkil edir. Lakin dil inkarının inkar forması müsbət semantikaya da malik ola bilər. Bu, istər ayrı-ayrı leksik vahidləri, istərsə də bütöv sintaktik konstruksiyaları əhatə edə bilər (Peshkovski, 1956: 60).

O.V.Trunova məntiqi və qrammatik inkar arasındakı fərqi məntiqi inkarlığın universallığı və onun müxtəlif dil vasitələri ilə, istərsə də bütöv konstruksiyaları ifadə etmə bacarığında görür (Bondarenko, 1983: 101).

B.Xəlilov məntiqdəki inkarlıqla dilçilikdəki inkarlıq arasında bir sıra oxşar və ya fərqli cəhətləri ayırd etmişdir:

1. Həm dilçilikdə, həm də məntiqdə mövcud olan inkarlıq söz, ifadə və ya cümlələrlə ifadə olunur.
2. İnkari bildirən hər hansı bir mühakimənin dilçilikdə, eləcə də məntiqdə təsdiqi mövcuddur.
3. Məntiqi inkar hökm şəklində, dilçilikdəki inkar isə cümlə şəklində ifadə edilir.
4. Məntiqi inkarın iki üzvü (predikat və subyekt) vardır. Dilçilikdəki inkarın üzvləri baş və ikinci dərəcəli üzvlərdən ibarətdir.
5. Dilçilikdəki inkarın ifadə vasitələri, morfoloji göstəriciləri olduğu halda, məntiqi inkarda bunlar yoxdur (Jespersen, 1961: 250).

Dil kateqoriyası kimi inkarlıq nisbi müstəqilliyə malik olub məntiqi kateqoriyaya adekvat olmayan, lakin onu da özündə ehtiva edən mənə həcmi ilə xarakterizə olunur. Sırf sintaktik anlamada inkarlıq kateqoriyası inkar hökmdən başqa xüsusi, qarşılaşdırma, istisna, subyektiv sual,

qadağan, intensiv təsdiq də ifadə edir.

F.Ramazanovun “Fəlsəfə” kitabında inkarın belə bir tərifinə rast gəlirik. “Maddi aləmin hər bir sahəsində köhnənin getməsi və yeninin meydana gəlməsi prosesi gedir. Köhnənin əsasında yaranan yeninin əskiklərinin mübarizəsi, ziddiyyətlərin həll olması yolu ilə köhnənin aradan qaldırılması inkar adlanır” (Jespersen, 1961: 249).

Dil forması kimi qəbul etdiyimiz inkar təsdiq ilə birləşdikdə fikrin iki formasının - anlayış və mühakimənin təzahürüdür. Bu baxımdan inkarın bütün dillər üçün ümumi olan formal universali kimi qəbul etmək olar. O, fikrin və onu ifadə edən cümlənin komponentidir. Odur ki, inkarı leksik mənanın və cümlə strukturunun onun sintaktik səviyyəsində struktur-semantik modifikatoru hesab etmək olar.

Təsdiq inkar mənanın mövcudluğuna, əsasən, əks olaraq mövcuddur və təsdiqlik anlayışının cümlədə heç bir formal əlaməti yoxdur, cümlədə sıfır göstərici ilə ifadə olunur. O, cümlədə yalnız sözün semantikasını ilə verilir. İnkar təsdiqin əksi olduğundan bütün adlara və əlamətlərə aiddir. Hər hansı bir əlamət təsdiq oluna bilirsə, demək o, inkar da oluna bilər. Bir çox dilçilər inkarı təsdiq cümlə formalarının variantı, pozitiv çıxış formanın transformasiyası hesab edirlər.

Psixoloji cərəyanın nümayəndələri olan O.Cespersen, H.Svit inkarlığı müqavimət, ikrah hissi ilə bağlayırlar (Barkhudarov, Shteling, 1973: 64).

V.M.Vinoqradov isə real nitqdə inkarlığın təsdiqə nisbətən daha güclü üslubi potensiala, emosional xarakterə malik olduğunu qeyd edir.

Formal məntiqdə inkar mühakimələr bir-birindən asılı olaraq, həm ümumi, həm də xüsusi inkarı xarakter daşıyır. Bu inkar mühakimələrin hər iki növündə iqrari mühakimələr inkar edilir. Məntiqdə olan bu xüsusiyyət qrammatikada da mövcuddur. Bir sıra dilçilər ifadə etdiyi məna baxımından inkar cümlələrini ümumi və xüsusi olmaqla iki yerə bölürlər. Ümumi və xüsusi inkar semantikasına və ifadə yollarına görə bir-birindən fərqlənirlər. Cümlənin baş üzvlərindən biri inkarda işləndikdə cümləyə bütövlükdə inkar mənası verir. Belə inkarı ümumi inkar adlandırırlar. Ümumi inkarlıq zamanı inkar söz cümlədə bütün fikri inkar edir.

Cümlənin məzmunu, strukturu bu və ya digər şəkildə xəbərin qrammatik və ya semantik təbiətilə şərtlənir. Belə ki, dilçilərin bir hissəsi hesab edir ki, cümlədə predikativ əlamət bildirən xəbər və yaxud baş üzv yanında işlənən inkar həmin cümləyə bütövlükdə inkar mənasını verir. Belə inkarı onlar ümumi inkar, belə inkar olan cümlələri isə ümumi inkar cümlələri adlandırırlar.

Dilçilikdə A.İ.Tompson və A.M.Peşkovski inkar cümlələri inkar hissəciyinin cümlədə yerindən asılı olaraq ümumi və xüsusi inkar cümlələrə ayırmışlar (Vəliyeva, 2008: 141).

A.M.Peşkovski inkar xəbərlili cümlələri ilk dəfə ümumi inkar cümlə adlandırmışdır. O, hesab edir ki, yalnız xəbərin qarşısında duran inkar bütün hökmü inkar edir, hər hansı digər üzvün qarşısında duran inkar isə hökmün ümumi mənasına təsir etmir. Məna və quruluşuna görə o, təsdiqdə olur.

O.Cespersen də inkarlığı “special” və “nexal” negation deyə iki yerə bölür. O, cümlədə hər hansı bir sözün inkarda işlənməsini “special negation” (xüsusi inkarlıq), bütöv cümlənin inkarda işlənməsini isə “nexal negation” (ümumi inkarlıq) adlandırır. O, ingilis dilində not və ya inkar prefiksləri ilə ifadə olunan inkarlığı xüsusi inkarlıq adlandırır. Ümumi və xüsusi inkarlığı bir-birindən fərqləndirmək həmişə asan olmur, çünki ümumi inkarlığın ifadə vasitəsi olan *not* eyni zamanda xüsusi inkarlığın da ifadə vasitəsidir (Krusinga, 1932: 178).

O, “She isn’t happy” və “She is unhappy” cümlələrini eyniləşdirirdi və onlar arasında fərq görmürdü. Halbuki, cümlələri təhlil edərkən görünür ki, “She isn’t happy” cümləsində inkarlıq sintaktik, “She is unhappy” cümləsində isə semantik yarusda gerçəkləşir.

Dilçilərdən E.Kreyzinqa da inkarlığı “sentence-negation” və “word-negation” deyə iki yerə bölür. O, “sentence-negation” dedikdə ümumi inkarlığı, “word-negation” dedikdə isə xüsusi inkarlığı nəzərdə tuturdu. O, fikrini əsaslandırmaq üçün “It isn’t true” cümləsindəki inkarlığı “sentence negation”, “He sits not a dozen yards away” cümləsindəki inkarlığı isə “word negation” adlandırır.

Dilin zənginləşməsində inkarlıq vasitələrinin rolu əvəzsizdir. İnkarlıq semantikasının gerçəkləşməsində leksik vahidlərin böyük rolu vardır. Elə leksik vahidlər var ki, onlar inkarlıq

bildirən şəkilçilərin köməyi ilə yaranmışdır, elə sözlər də var ki, onların ifadə etdikləri mənada inkarlıq anlamı var. Affikslərin və inkarlıq ifadə edən sözlərin vasitəsilə ifadə olunan inkarlıq implisit inkarlıqdır. Leksik inkarlıq bütün sintaktik kompleksə yox, bir sözə aid olur.

İngilis dilində leksik vasitələrlə inkarlığın ifadəsi, əsasən, inkar affiksləri və bəzi inkar sözləri vasitəsilə reallaşır. İnkarlıq anlamının yaranmasında affikslərin böyük rolu vardır. Affikslər prefikslərə (sözün əvvəlinə artırılan şəkilçilər) və suffikslərə (sözün sonuna artırılan şəkilçilər) bölünür. Affikslərin hansı növünün daha çox işlənməsi bilavasitə dilin qrammatik quruluşundan asılıdır. Onlar leksik və qrammatik şəkilçilərə ayrılırlar. Yeni söz yaradan şəkilçilər leksik şəkilçilərdir.

Qrammatik şəkilçilər isə heç bir yeni söz yaratmır, yalnız sözün formasını dəyişdirir.

İngilis dilində inkar affikslərini un-, in-, dis-, de-, mis-, non-, a-, anti- prefixləri və bir neqativ suffiks - *less* təşkil edir. Onların hamısı sözdüzəldici şəkilçilərdir.

O.Cespersen öz kitabında qeyd edir ki, ingilis dilində 3 mühüm inkar prefixi var: un-, in-, anti- və ya a-. Məsələn: unemployment, inhuman, illegal, irregular, antisocial.

- Indifference is paralysis of the soul, premature death.
- She unlocked the door and opened it.
- The silence was intolerable and she broke it (Seyidov, 2002: 31).

Bundan başqa de-, dis-, mis-, non-, -less kimi affikslər də sözlərə qoşularaq inkarlığın leksik vasitələri kimi çıxış edir. Məsələn: deactivate, decrease, disloyal, discomfort, non-smoker, endless (Seyidov,2002: 98).

- I wonder why you disliked him.
- Don't bear me a grudge because I misjudged you (Seyidov, 2002: 45).

İnkarlığın leksik-qrammatik vasitələrinə inkar əvəzlik və zərfləri aid edilir. Əşyanın, əşyaya məxsus əlamətin olmadığını bildirən əvəzlilərə inkar əvəzliləri deyilir. Azərbaycan dilində çox işlənən inkar əvəzliləri bunlardır: heç kim, heç nə, heç biri, heç kimsə, bir kimsə və s.dir. İngilis dilində isə *hardly, scarcely, barely* sözləri də inkarlığın leksik-qrammatik vasitələrinə aiddir. *Hardly, barely, scarcely* sözlərinin dilimizdəki ekvivalentləri *çətin ki, zorla, güclə* sözləridir. Azərbaycan dilindən fərqli olaraq, bu sözlər cümlədə işləndikdə inkarlıq verir. Bu sözlər olan cümlələrdə *no* və ya başqa inkarlıq vasitələri işlənmir, inkarlıq məzmunu onların özündədir. Məsələn: The parlour was very quiet, so that you could hardly believe that you were in the midst of a populous city (Belyayeva, 1997: 98).

İnkarlığın kinayə yolu ilə ifadəsi də dilçilikdə mümkündür. Burada intonasiya əsas rol oynayır. Danışan şəxsin səs tonundan, eləcə də mətndən aydın olur ki, bu cümlələr kinayəli təsdiq və ya inkar məzmunu daşıyır. S.Abdullayev qeyd edir ki, təsdiq və inkarın ekspressiv dərəcələnmə imkanlarının yaranmasının da universal ifadə mexanizmi belədir. Sintaktik formanın əsas mənasının neytrallaşmasını, praqmatik mənalardan ön plana keçməsi, bununla da nitqdə sevinc, təəssüf, heyranlıq, heyrət, qorxu, kinayə və s. kimi ən müxtəlif emosional çalarların, əlavə informasiyaların yaranması üçün əlverişli nitq mühiti hazırlayır. Bu zaman sintaktik forma yaranır. Emosional təsir əsas tonla “əlavə səslənmələrin” potensial qarşılaşmasından yaranır (Sugan, 1965: 210).

Azərbaycan dilində kinayəli şəkildə təsdiq və inkar anlam, əsasən, nəqli və əmr cümlələri vasitəsilə həyata keçirilir. Məsələn:

Şəhla xanım dedi: “Uşağı özümüz saxlarıq, itdən küçük tutmuş olsaq da, yazıq körpəyə özümüz göz olarıq; Özümüz göz ola bilmərik, Şəhla xanım!?” (Cəlilova, 2000: 75).

Göründüyü kimi, ikinci cümlədə inkarda verilən cümlə kinayə formasında deyildiyi üçün təsdiq fikir ifadə edir. Kinayə və nifrət, inamsızlıq, şübhə, istehza, etinasızlıq, qəzəb, kin, qəm, kədər, qüسسə və s. bu kimi hissi məqamlarla yaxından bağlılıq və onları ifadə etmək xüsusiyyəti ekspressiv-kinayəli üsul ilə inkarlığın ifadəsində ən başlıca amillərdən biridir. Burada mənə incəlikləri, emosional münasibət ifadə edilir, intonasiyalarına görə bir-birindən fərqlənir.

İnkarlıq kateqoriyasından bəhs edərkən polineqasiya və mononeqasiya anlayışlarına da xüsusi diqqət yetirmək lazımdır. Belə ki, müxtəlif dillərdə cümlədə bir və ya bir neçə neqatorun reallaşma imkanı spesifik xarakter daşıyır və bu da dünya dillərinin mononeqativ və polineqativ tiplərə

bölünməsinə şərtləndirir ki, bu, hər bir konkret dilin özünəməxsusluğunu, daxili dünyagörüşünü əks etdirir. İnkari fikir dünya dillərinin bəzilərində neqatorun yalnız bir dəfə işlətməklə ifadə olunduğu halda, bir sıra dillər iki və bəzən daha artıq inkarlıq işarəsinin sıralanmasına yol verir. Vahid inkarlıq konstituentinin reallaşması ilə cümlənin struktur təşkilini təmin edə bilən sintaktik tip mononeqativ quruluş, cümlə daxilində iki və daha artıq inkarlıq konstituentinin reallaşması imkanı ilə səciyyəli sintaktik tip isə polineqativ quruluş adlanır (Ağayeva, 2013: 19).

Dilçilik tarixində polineqativlik və mononeqativlik haqda müxtəlif fikirlər mövcuddur. Bəzi dilçilər yanlış olaraq, dilin polineqativ və ya mononeqativ tipə aid olmasını həmin dilin inkişaf səviyyəsi və ifadəlilik qabiliyyəti ilə əlaqədar aydınlaşdırmağa çalışmışlar. Məsələn, O.Cespersen cümlədə vahid inkarlıq əlamətinin kifayət etmədiyini dilin zəifliyi hesab edir. Lakin mononeqativlik və polineqativlik dillərin struktur normasıdır. Belə ki, dilləri bir-birinə qarşı qoymaq, burada dillərin və xalqların inkişaf səviyyəsini aramaq elmi həqiqətə uyğun gəlmir. Polineqativlik və mononeqativliyi dillərin struktur qanunauyğunluqlarında, cümlə tərtibatı qaydalarında və dilin spesifikliyində axtarmaq daha doğru olardı (Cəlilova, 2000: 121).

S.Abdullayev haqlı olaraq qeyd edir ki, polineqativlik və mononeqativlik dilin daxili qanunauyğunluqları, sintaktik quruluşun inkişaf əhəmiyyəti, cümlə düzəldilməsinin qaydaları və bu qaydaların hər dilin özünə xas olan xüsusiyyəti ilə izah olunmalıdır. Onda biz elmi həqiqətə yaxınlaşmış olarıq (Cəlilova, 2000: 103).

Polineqativ quruluş, əsasən, iki şəkildə, iki struktur situasiyada təzahür tapır:

1. İnkar əvəzlik və zərflərinin konstituent tərkibinə daxil olduğu cümlələrdə;
2. İnkar bağlayıcılı cümlələrdə (Cəlilova, 2000: 101).

İnkar əvəzlik və zərflərinin iştirakı polineqativ tip üçün daha müntəzəm xarakter daşıyır və ikiqat inkarlıq tipi hesab olunur.

Cümlədə əlavə inkar konstituentinin istifadə olunması polineqativ dil olan Azərbaycan dili üçün təbii hadisədir. Azərbaycan dilindən fərqli olaraq, ingilis dilində cümlələrin inkarlaşması üçün bir inkar konstituentinin cümlədə çıxışı kifayət edir. İngilis dili mononeqativ dillər siyahısına daxil olsa da, bədi əsərlərdə nitqin təsir gücünü artırmaq taktikası kimi ikiqat inkardan istifadə edilir.

Nəticə

Müasir dilçilik ədəbiyyatında təsdiq və inkarlıq kateqoriyasının linqvistik universallıq kimi şərh olunması mühüm yer tutur. Dildə forma və mənasına görə inkarda olan cümlələr təsdiqdə olan cümlələrə qarşı qoyulur. Təsdiq və inkar bir-birlərinə əks olduğuna baxmayaraq, bir-birindən ayrılmazdır. Təsdiq və inkarı bildirmək üçün cümlələrin xüsusi formaları mövcuddur.

İnkarlıq hər hansı bir anlayışın obyektiv gerçəklikdəki qeyri-mövcudluğunu ifadə edir. Cümlə strukturunun qurulmasında inkarın xüsusi rolu vardır. İnkar və təsdiq cümlələrin bir-birinə qarşı qoyulması bütün dillərdə mövcuddur, lakin inkarın ifadə yolları bütün dillərdə müxtəlifdir.

Dil və təfəkkürün qarşılıqlı əlaqəsi məntiqi və qrammatik kateqoriyaların sıx əlaqəsinə gətirib çıxarmışdır. Belə ki, inkarlıq həm məntiq, həm də dilçilik elminin tədqiqat obyektinə daxil olmuşdur. Məntiqi inkarlıq ümumbəşəri səciyyə daşdığı üçün ümumi kateqoriyadır. Qrammatik inkarlığın ifadə yolları müxtəlif olduğundan milli səciyyə daşıyır və xüsusi qrammatik kateqoriya hesab olunur. Məntiqi inkar hökm şəklində, dilçilikdəki inkar isə cümlə şəklində ifadə olunur.

Bir sıra dilçilər ifadə etdiyi məna baxımından inkar cümlələri ümumi və xüsusi olmaqla iki yerə bölürlər. Ümumi və xüsusi inkar məna və ifadə yollarına görə bir-birindən fərqlənir. Cümlədə inkarın bilavasitə xəbərə və ya predikasiya əlaməti olan əsas cümlə üzvünə aid olduğu inkarlıq ümumi inkarlıqdır. Belə ki, cümlənin baş üzvlərindən biri inkarda işləndikdə cümləyə ümumi bir inkarlıq məzmunu verir. Xüsusi inkarlıq isə cümlənin ayrı-ayrı üzvlərinə aid olur və cümlə təsdiq cümlə hesab olunur. İngilis və Azərbaycan dilləri müxtəlif tipli dillər olduğundan, onlarda inkarlığın ifadəsi də müxtəlif vasitələrlə reallaşır.

Ədəbiyyat

1. Babayev, A. (1992). Dilçiliyə giriş. Bakı: Maarif, 505 s.
2. Peshkovski, A.M. (1956). Russkiy sintaksis v nauchnom osveshenii. Moskva: Uchpedgiz, Izd-e 7e, 511 s.
3. Bondarenko, V.H. (1983). Otritsanie kak logiko-grammaticheskaya kategoriya. Moskva: Nauka, 212 s.
4. Jespersen, O. (1961). A Modern English Grammar on Historical Principles: Syntaks. Part V. London: George Allen & Unwin LTD, 528 s.
5. Barkhudarov, L.S, Shteling, D.A. (1973). Grammatika angliyskogo yazyka. Moskva: Visshaya shkola, 423 s.
6. Vəliyeva, N. (2008). Müxtəlif sistemli dillərdə fəli birləşmələrin tipoloji təhlili. Bakı: Avropa, 864 s.
7. Kruisinga, E. (1932). A Handbook of Present Day English, Part II. Groningan: 528 s.
8. Seyidov, Y. (2002). Azərbaycan dilinin qrammatikası, Morfologiya. Bakı: Bakı Universiteti nəşriyyatı, 368 s.
9. Belyayeva, M.A (1997). Grammatika Angliyskogo yazyka. Moskva: Visshaya shkola, 333 s.
10. Suga, J. (1965) On the Systems of Negation in English and Polish. Varsav: 329 s.
11. Cəlilova, G. (2000). Azərbaycan və ingilis dillərində inkarlıq və qadağanlıq konstruksiyaları. Bakı: Avtoreferat, 26 s.
12. Ağayeva, S. (2013). İngilis dilində inkarlığın ifadə vasitələri. Bakı: Dil və Ədəbiyyat, s.305-307.

Rəyçi: fil.ü.f.d. Aynur Quliyeva

Göndərildi: 09.07.2022

Qəbul edildi: 20.08.2022

KLASSİK LÜĞƏT ƏNƏNƏSİNİN MƏDƏNİYYƏTİN QORUNUB SAXLANILMASINDA VƏ ÖTÜRÜLMƏSİNDƏ ROLU VƏ YERİ

Xülasə

Dilin semantik qatının əsas vahidi olan söz təkcə fikrin ifadəsi və ictimailəşmə elementi deyil, həm də mədəni ünsürdür. Müasir dünya siyasətində qlobal, regional və yerli problemlərin həllinə, qloballaşma və mədəni inteqrasiyaya yeni yanaşma mövcuddur. Bu mənada leksikoqrafiya xalqlar arasında münasibətlərin inkişafında mühüm rol oynayır. Xüsusən xalq arasında dialoqun formalaşmasında, tərcümənin inkişafında mühüm rolunu olan bu dil hissəsinin tədqiqi Azərbaycan dilçiliyinin qarşısında duran aktual problemlərdəndir.

Lakin leksikoqrafiyanın funksional rolu bununla bitmir. Əvvəla, lüğət ənənəsinin əsasını təşkil edən söz yaradıcılığı mədəniyyətin formalaşması və ötürülməsi ilə ayrılmaz şəkildə bağlıdır. Digər tərəfdən eyni genetik dil bazasına sahib olan xalqların arxaik dil yaddaşının leksikologiya kontekstindən işlənməsi bu xalqlar arasında mədəni əlaqələrin yaradılması üçün mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Açar sözlər: lüğət, klassik, mədəniyyət, qloballaşma, müasir, tədqiqat

Sevinj Maharram Hajiyeva

The role and place of the classical lexical tradition in the preservation and transmission of culture

Abstract

The word, which is the main unit of the semantic tier of language, is not only an expression of thought and a factor of socialization, but also an element of culture. In modern world politics, there is a new approach to solving global, regional and local problems, globalization and cultural integration. In this sense, lexicography plays an important role in the development of relations between peoples, the formation of dialogue between them, the development of translation. However, the functional role of lexicography ended only with this. Thus, first of all, word creation, which is the basis of the lexical tradition, is inextricably linked with the formation and transmission of culture.

However, the functional role of lexicography does not end there. First of all, word creation, which is the basis of traditions, is inextricably linked with the formation and transformation of culture. On the other hand, the working of the archaic language memory of the peoples with the same genetic language base from the context of lexicology poses a threat to civil damage among these peoples.

Keywords: dictionary, classic, culture, globalization, contemporary, research

Giriş

Dilin semantik qatının əsas vahidi olan söz təkcə fikrin ifadəsi və ictimailəşmə elementi deyil, həm də mədəni ünsürdür. Müasir dünya siyasətində qlobal, regional və yerli problemlərin həllinə, qloballaşma və mədəni inteqrasiyaya yeni yanaşma mövcuddur. Bu mənada leksikoqrafiya xalqlar arasında münasibətlərin inkişafında, onlar arasında dialoqun formalaşmasında, tərcümənin inkişafında mühüm rol oynayır.

Lakin leksikoqrafiyanın funksional rolu bununla bitmir. Əvvəla, lüğət ənənəsinin əsasını təşkil edən söz yaradıcılığı mədəniyyətin formalaşması və ötürülməsi ilə ayrılmaz şəkildə bağlıdır. Nitq

ifadə forması olduğu üçün zəngin təfəkkürə malik cəmiyyətlərin də lüğət ehtiyatı böyükdür. Mədəniyyətin mühüm sahəsi olan söz faktoru etnoqrafik, tarixi, sosial-iqtisadi və ədəbi dəyərlərin qədim zamanlardan bu günə qədər ötürülməsində mühüm rol oynayır.

Türk dilinə məxsus arxaik sözlər. Əvvəllər piktoqramlar və ideogramlar vasitəsilə bizə ötürülən milli mədəni məlumatlar bu gün lüğət vasitəsilə bizə gəlib çatmışdır. Bu, elmi araşdırmaların müxtəlif aspektlərində söz yaradıcılığının qorunmasında mühüm rol oynayan lüğətlərə müraciət etməyimizi zəruri edir. Mifologiya, tarix və etnoqrafiya sahələrində araşdırma aparan alimlərin lüğətlərə, xüsusən də orta əsrlərə aid lüğətlərə müraciət etməsi vacibdir. Bir çox Şərqi xalqları qədim sivilizasiyalar olmaqla, qədim zamanlardan lüğət ənənəsinə malikdirlər. Bu lüğətlərə nəzər saldıqda bir çox arxaik mədəniyyət nümunələri ilə bağlı dəyərlərə rast gəlirik. Təhlillərimizdə bu lüğət ənənəsinə və iki sahədə araşdırmaya diqqət yetirəcəyik:

Bu sözlərlə o dövrdə bir türk xalqının etnik-mədəni həyatında baş verən bir çox məqamlara aydınlıq gətirəcəyik. Buraya yemək, geyim, toy, yas mərasimləri və s. kimi mədəni elementlər aiddir. Bizim üçün bu mənada ən önəmli mənbə Mahmud Kaşğarının “Divanü Lügət-it-Türk” əsəri hesab edilə bilər.

Elmin, ədəbiyyatın inkişafı dövlət quran cəmiyyətlərdə inkişaf edir. Türk dünyasında ilk elmi ədəbiyyat nümunəsinin Oğuz dövlət quruluşunun tərkibində olan Qaraxanlılarda meydana çıxması oğuzların XI əsrdə yüksək inkişaf etmiş bir xalq olmasının sübutudur (1).

XI əsrdə İslamı qəbul edən və bir çox başqa ölkələrə İslam dinini gətirən oğuzların ərəblərlə sıx mədəni əlaqələri olması onlar arasında dialoqun qurulmasını zəruri edirdi. Bu da ərəbcə-türkcə izahlı lüğətin meydana çıxmasını zəruri etdi.

Ərəb filologiyası üçün bu lüğətin yaradılmasını Qaraxanlı dövlətlərinin saray əyanlarından biri, sonralar ölkəsini tərk etməli olmuş Mahmud Kaşğari həyata keçirmişdir. Məsələn, Mahmud Kaşğarının lüğətində adı çəkilən mifologiya tədqiqatçıları türklərin qədim inanclarında tapındıqları bir çox varlıqların adlarının izahını ala və beləliklə də qədim türk mifologiyası haqqında çoxlu məlumatlar əldə edə bilirlər. Kaşğarının lüğətində türklərin dünyanın yaradılması, onqon, simvol, totem və bilikləri haqqında çoxlu sözlər vardır. Bu sözlərin ən mühümü Allah sözü ilə bağlıdır.

İlk öncə Türklərdə Tanrı kəlməsinin mənasına diqqət edək:

Kaşğari Mahmud “Divanü Lügət-it-Türk” kitabında Allah-Tanrı paralelini belə izah etmişdir. Kafirlər dedilər: “Allahın qəzəbi onların üzərindədir”. Onlar da böyük hesab etdikləri hər şeyi dağı, ağacı, tanrı adlandırıb ona səcdə edirlər. Onlar da hikmət sahibinə deyirlər: “şəxs tengriken” (Kashghari, 2005: 551). Mahmud Kaşğari bu sözün izahı ilə qədim türklərdə “Tanrı” sözünün mənasını ifadə etmişdir. İslam dəyərlərinə görə qəbul etdiyimiz təkallahlı fikirdən fərqli olaraq, şamançı düşüncədə Tanrı sözünün qədim türklərdə politeizmə görə şərh olunduğunu görürük. Görünür türklər müqəddəs saydıqları hər şeyin sahibini tanrı adlandırıblar.

Divanda orta əsr türk etnoqrafik dəyərləri, eləcə də türk mifoloji düşüncəsi mühüm yer tutur. Bu etnoqrafik dəyərlərdən biri də geyim mədəniyyəti ilə bağlıdır. Əski türk geyim mədəniyyətini tədqiq edən Ögel bu sözlərin çağdaş ifadəsini verir və yazır: arış, eriş, toxuculuq dəzgahına və şaquli naqillərə bükülmüş hissənin uzunluğu (Ogel, 1984: 33).

Lüğətdə həmçinin “Keçə” sözü ilk dəfə işlənmişdir; “Kızız” adı ilə ən erkən və ən çox işlənən türk mədəni ifadəsidir və müxtəlif türk toplumlarında kidiz, kız, kiiz, kiyiz kimi ifadə edilir. Çadır keçələri, döşəklər, keçə çəkmələr, ayaqqabılar, keçə paltarları və paltolar, keçə qozaları, qaçıqlar, yer keçələri və tangensial at keçələri Orta Asiya türk mədəniyyətlərinin ən tanınmış nümunələrindəndir. Türklər keçədən at qoşquları, geyim və bəzək əşyaları kimi istifadə edirdilər (Bilal, 2018: 182-187).

Rus dilində hazırlanmış qədim türk dili lüğətində bu sözlərin izahı geniş şəkildə verilmişdir və türklərin istifadə etdiyi silahlar, yemək mədəniyyəti kimi bir çox ictimai həyatda istifadə edilən sözlər ətraflı şəkildə izah edilir (5).

Nəticə

Araşdırmamızdan da anlaşıldığı kimi, dilin lüğət tərkibinin qorunub saxlanması klassik leksikoqrafiya ənənəsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu lüğətlər vasitəsilə xalqın qədim

mədəniyyətində arxaik sözlərin rolu ilə yanaşı, bir çox qədim mədəni funksiyaların, o cümlədən mifoloji inancların, etnoqrafik, sosial, ictimai, tarixi dəyərlərin yeri müəyyən edilir.

Ədəbiyyat

1. <https://kafkazh.com/qaraxaniler-dovleti>
2. Kashghari, M. (2005). *Divanu Lugat-it-Turk*. Kbalci Publishing House, 725 p.
3. Ogel, B. (1984). *Introduction to Turkish Cultural History*. Volume VII, Ministry of Culture and Tourism Publications, Ankara, 485 p.
4. Bilal, M. (2018). *Turkish Clothing Culture According to Divanu Lugat-it-Turk*, TIDSAD, 542 p.
5. <https://altaica.ru/LIBRARY/turks/dts.pdf>

Rəyçi: fil.ü.e.d. Fərəh Cəlil

Göndərildi: 13.07.2022

Qəbul edildi: 30.08.2022

SOSIAL-İQTİSADI BÖHRAN FONUNDA İCTİMAİ-SİYASİ PROSESLƏRDƏ PREKARIATLARIN VƏ LUMPENLƏRİN ROLU

Xülasə

Hər bir cəmiyyətin aid olduğu dövlətin istər sosial-iqtisadi siyasəti nəticəsində, istərsə də təbii proseslərin nəticəsi olaraq stratifikasiyalaşması labüddür. Təbəqələşmənin hansı formada və nizamda olması idarəetmə elmində vacibdir. Müəllif məqalədə iyerarxik stratifikasiyanın müsbət və mənfi tərəfləri, onun cəmiyyətin inkişafında rolu, ictimai siyasi proseslərə müdaxilə gücü, sosial-iqtisadi inkişafa faydası və idarəetmənin ictimai rəyə təsirlərindən bəhs edir.

Açar sözlər: *stratifikasiya, sosial-psixologiya, favoritizm, kronizm, nepotizm, prekariat*

Parviz Eldar Gurbanov

The role of precariats and lumpens in socio-political processes against the background of socio-economic crisis

Abstract

The stratification of the state to which each society belongs is inevitable, either as a result of socio-economic policy or as a result of natural processes. The form and order of stratification is important in management science. In the article, the author talks about the positive and negative aspects of hierarchical stratification, its role in the development of society, the power of intervention in public political processes, its benefit to socio-economic development, and the effects of management on public opinion.

Keywords: *stratification, social-psychology, favoritism, cronyism, nepotism, precariat*

Giriş

Cəmiyyət insanların birgə, kollektiv şəkildə eyni məkanda sivil yaşadığı və fəaliyyət göstərdiyi sosial qrupdur. Cəmiyyətlərin formalaşmasında fərdlər, onların düşüncələri, yaşam tərzləri, hərəkət və davranışları, mentalitetləri xüsusi rol oynayır. Sadalanan normaların müəyyən zaman kəsiyində dəyişdiyini nəzərə alaraq qeyd edə bilərik ki, cəmiyyət dövlət idarəetməsinin vacib obyektidir və onun fundamental prinsiplərini özündə ehtiva edir. İdarəetmənin əsas prinsiplərindən hesab olunan iyerarxik sosial stratifikasiya cəmiyyətdə tabeçilik və stimullaşdırıcı effekt yaradan amillərdən biridir. Burada iyerarxiya və stratifikasiya sözlərinin qısa mənasını izah edək:

İyerarxiya – (q.yun. ἱεραρχία, ἱερός “müqəddəs” və ἀρχή “idarəetmə”), (yunan sözləri “hieros” (müqəddəs) + “arxe” (hakimiyyət)-dən əmələ gəlmişdir) bir şeyin hissələrinin və ya elementlərinin ən yüksəyindən, ən alçağına qədər, ardıcılıqla düzülməsi; aşağı həlqələrin yuxarı həlqələrə tabeçilik qaydası; mərkəzləşdirilmiş strukturların idarəetmə prinsipi (1).

Stratifikasiya lat. *stratum-təbəqə və facio-edirəm* sosiologiya elminə geologiyadan gətirilmişdir. İctimai təbəqələrinin və ya qruplarının müəyyən edilməsidir (2).

Sosioloji modelləşdirmədə xüsusi əhəmiyyət kəsb edən stratifikasiya cəmiyyətin iyerarxik quruluşunu təsvir etmək üçün vacib analitik vasitədir. Bu, digər nəzəriyyələrdən öz spesifik zənginliyinə görə seçilir. Cəmiyyətin müxtəlif sosial statuslu qrupları burada əks olunur. Cəmiyyətin stratifikasiyası özü belə müxtəlif formalarda təsnifatlaşdırıla bilər:

- Bilik (alimlər və ziyalılar) stratifikasiyası.
- Maddi-mülkiyyət (əhalinin) stratifikasiyası.
- Siyasət (siyasətçilər, siyasi baxışlar və partiya mənsubiyyətli əhali) stratifikasiyası.

Hər biri mühüm araşdırma predmeti olmasına baxmayaraq, əhalinin sosial-iqtisadi rifah halının yüksək olması hər bir dövlətin idarəetməsinin ideologiyasının əsasını təşkil etməlidir. Amerikalı sosial-psixoloq Vilyam Old Uornerin tədqiqatına əsasən maddi-mülkiyyət stratifikasiyasının mikrostrukturu bu rifah hallarını özündə müəyyənləşdirir: yüksək rifah, yüksək aralıq rifah, orta yüksək rifah, orta aralıq rifah, aralıq yüksək rifah, aralıq orta rifah (Rəcəbli, 2005: 117). Dünya əhalisinin artımı, qida qıtlığı, müharibələr və s. global problemlər insanların gəlirlərinə və sosial rifah halına mənfi təsirsiz ötürmüşdür. İnsanların rifah halı təkcə onların gəlirləri ilə deyil, sosial psixoloji durumları ilə də bilavasitə əlaqəlidir. Bu istiqamətlərdə sosial psixologiya elminin tətbiqi ilə aparılan araşdırmalar mühüm əhəmiyyət daşıyır. Psixologiya elminin mühüm sahələrindən olan sosial psixologiya sosial qruplarda insanlar arasında ünsiyyət və qarşılıqlı təsir prosesində meydana çıxan psixososioloji hadisələri öyrənir. Sosial psixologiyanın tədqiq edib əldə etdiyi biliklər müxtəlif sahələrdə böyük praktik əhəmiyyətə malikdir. Bu yerdə amerikalı sosial-psixoloq Devid Mayersə istinad etmək yerinə düşər. D.Mayersə görə, sosial psixologiya-insanların bir-biri haqqında necə fikirləşdiyini, onların bir-birinə necə təsir göstərdiyini və bir-birlərinə necə münasibət bəslədiklərini öyrənən bir elmdir. İdarəetmədə psixoloji və sosioloji problemlər bir-biri ilə vəhdət təşkil edir, bu istiqamətlərdə müəyyən konkret vəzifələrin həllini tələb edir. Eyni zamanda nəzərə almaq lazımdır ki, bu və ya digər sferalarda, sistemlərdə həmin proseslər (sosial, psixoloji) labil (tez-tez dəyişən) və qeyri-sabit, sürüşkən xassəyə malik ola bilər. Bu səbəbdən çalışmaq lazımdır ki, sosial-psixoloji proseslərdə belə labillik halları sosial və iqtisadi sistemlərdə turbolent (qaydasızlıq) hallara gətirib çıxarmasın. Ona görə də psixologiya və sosiologiya fənlərində elmi biliklərə, elmi paradigmalara (müddəalarına) əsaslanaraq baş verən və baş verəcək sosial-psixoloji meyillərin, şəraitin intensivlik səviyyəsi sistemli qaydada təhlil edilməlidir. Burada “idarəetmə psixologiyası” psixologiya, “idarəetmə sosiologiyası” isə sosiologiyanın müstəqil sahələri kimi özünü büruzə verir. Əlbəttə, ümumi menecment, idarəetmə münasibətləri və sistem nəzəriyyələri ilə əlaqədar bir sıra əsas elmi müddəaları da bilmək lazım gəlir. Burada idarəçilik üslubu, idarəetmə mədəniyyəti, idarəçilik əməyi, rəhbər işçinin şəxsi keyfiyyəti də mühüm əhəmiyyət kəsb edir (Quliyeva, 2018: 4). Cəmiyyətdə baş verən dəyişikliklər, idarəetmə sistemində də müvafiq dəyişikliklərin, islahatların aparılmasını və müasir tələblərə cavab verən peşəkar kadrların hazırlanmasını tələb edir. İdarəetmənin səmərəsini artırmaq və təkmilləşdirmək üçün insan amilinin yaradıcı potensialından daha praktik istifadə etmək və kadrlarla işi düzgün qurmaq vacib addımlardan biridir. İdarəetmənin effektivliyi kadrların, xüsusilə də rəhbər şəxsin şəxsi keyfiyyətlərindən, təşəbbüskarlığından, təəssübkeşliyindən intellektual potensialından, qərar qəbul etmək və təşkilatçılıq bacarığından, idarəetmə mədəniyyətindən, sosial-psixoloji hazırlığından, kommunikativ və koordinasiya keyfiyyətlərindən, fərdi idarəetmə üslubundan və s. asılı olur.

Kadrların qiymətləndirilməsi, əməyin motivləşdirilməsi və stimullaşdırılması, xüsusilə də gənclər üçün kollektivdə sağlam, ədalətli, işgüzar mənəvi-psixoloji mühitin yaradılması və s. bu kimi idarəetmə vəzifələrini uğurla həyata keçirmək üçün rəhbərdə yüksək psixoloji hazırlıq, adil qərarvermə bacarığı və psixoloji-pedaqoji mədəniyyət olmalıdır (Haqverdiyev, 2008: 9, 10).

İranda İslam inqilabı (1978-1979) paradigmasından yanaşsaq, 1960-cı illərin əvvəllərindən ölkədə “ağ inqilab” və ya “şah və xalqın” inqilabı adlı modernləşmə həyata keçirilməyə başlandı. Bu yenidənqurmanın müsbət nəticələri ilə yanaşı, mənfi tərəfləri də mövcud idi. İşsizliyin artması, yaşayış yerləri böhranı, kəndlilərin kütləvi şəkildə şəhərlərə axını, inflyasiyanın artımı və sosial təbəqələşmə kimi bir sıra problemlər yaratdı. Lakin 1973-cü il neft bumu ölkə gəlirlərinin bir neçə dəfə artmasının müəyyən dirçəlişə səbəb olmasına baxmayaraq, əldə olunan gəlirlərin mütləq böyük hissəsi sosial-iqtisadi sahəyə yox, hərbi sahəyə ayrıldı (6). Sürətli urbanlaşma fonunda iri şəhərlərdə sənayenin şəhər əhalisinin sayına nisbətdə azlıq təşkil etməsi və işsizliyin qabarması, stratifikasiya qruplarının sayının azalması, cəmiyyətin aztəbəqələşməsi və narazı kütlənin artması ilə nəticələndi. Bu da öz növbəsində ictimai şüurun neqativ məcrada formalaşaraq inkişaf etməsini sürətləndirdi. Qeyd edim ki, *ictimai şüur real ictimai məişəti, sosial-iqtisadi, tarixi prosesləri əks etdirən baxışların, nəzəriyyə və ideyaların vəhdətidir*” (Şirinova, 2006: 238-239).

Son olaraq sosial təbəqələrarası uçurumlar sosial-iqtisadi problemlər və siyasi böhran yaratdı. Yəni, aztəbəqələşməni körükləmiş oldu. Aztəbəqələşmə bir cəmiyyətdə Vilyam Old Uornerin

nəzəriyyəsinə görə 6 maddi-rifah stratifikasiya qrupundan ibarət olmayıb (yüksək rifah, yüksək aralıq rifah, orta yüksək rifah, orta aralıq rifah, aralıq yüksək rifah, aralıq orta rifah) 3 və daha az maddi rifah qrupundan ibarət olması deməkdir (yüksək-rifah, orta-rifah, aşağı-rifah).

BMT-nin hazırladığı Dünya Xoşbəxtlik Hesabatının (World Happiness Report) əsas ölçü meyarından olan Ümumi Daxili Məhsul göstəricisinin yüksək olması (8), uğurlu sosial-iqtisadi islahatların əhalinin rifahına müsbət təsir göstərməsinə baxmayaraq, idarəetmə psixologiyasında idarəetmə problemlərinin olması, idarəetmə institutlarında favoritizmin, kronizm və nepotizm kimi növlərin, o cümlədən fasilasiyanın tətbiqindən imtinanın geniş vüsət alması narazı elektoratın formalaşmasına təsirsiz ötürür.

Nəticə

Kronizm və Nepotizm idarəetməni çürüdür və prekariat sinfinin yaranmasına yol açır. Bu da cəmiyyətin idarəedilməsində, ictimai rəyin formalaşmasına mənfi təsir göstərilməsinə, proseslərə müdaxilə rıçaqlarının effektivliyində, narazı və neytral elektoratın yaranmasına səbəb olur. Cəmiyyətin maddi-mülkiyyət stratifikasiya göstəriciləri ictimai-siyasi proseslər böhranında idarəetmənin bu sahəyə təsir siyasətinin uğurlu və ya uğursuz olduğunu ortaya qoyan vacib faktordur. Rifah qruplarının sayının cəmiyyətdə az olması sosial bərabərsizliyə, inamsızlığa, demotivasiyaya və nəhayət cəmiyyətdə lumpen və prekariat sinfinin yaranmasına səbəb olur. Bu siniflər böhran vəziyyətində çaxnaşma yaratmaq, daxildə və ya xaricdəki qüvvələrin maraqlarının təmin olunması baxımından təsir vasitəsi kimi istifadə edilə bilər.

Ədəbiyyat

1. <https://az.wikipedia.org/wiki/%C4%B0yerarxiya>
2. <https://az.wikipedia.org/wiki/stratifikasiya>
3. Rəcəbli, H. (2005). Bakı Universitetinin Xəbərləri Sosial Stratifikasiya. № 4, 117 s.
4. Quliyeva, Ş.T. (2018). İdarəetmə psixologiyası və sosiologiyası. Dərslük. Bakı: İqtisad Universiteti, 4 s.
5. Haqverdiyev, B.Y. (2008). İdarəetmə psixologiyası. Bakı: Elm, s.9-10.
6. <https://intaspect.ru/the-causes-and-premises-of-the-islamic-revolution-in-iran>
7. Şirinova, N.F. (2006). Sosiologiya dərslük. Bakı: MBM, XIV fəsil, s.238-239.
8. <https://worldhappiness.report>

Rəyçi: i.ü.f.d. Pərviz Rüstəmov

Göndərildi: 20.07.2022

Qəbul edildi: 29.08.2022

Şükran Qurban oğlu Hacızadə
Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti
magistrant
hacizadesukran@gmail.com

AZƏRBAYCANDA BÖLGƏ TURİZMİNİN İNKİŞAF PROBLEMLƏRİ

Xülasə

Turizmdə problemlər ümumi olsa da, regionun bir sıra spesifik xüsusiyyətlərinə görə dünyanın müxtəlif yerlərində bu problemlərin sayı və çeşidi müxtəlifdir. Təbii ki, qeyd olunan problemlərin həllində əsas rolu dövlətin bu sahədə fəaliyyət göstərən müvafiq qurumlarının yüksək nəzarəti oynamalıdır. Dövlət nəzarətini gücləndirməklə, turizm kimi iqtisadiyyatın inkişafında yüksək payı olan sahənin perspektivinin artırılmasında maraqlı olmalıdır. Ölkədə məşhur olan və ən çox yayılmış turizm növlərindən biri bölgə turizmidir. Bu turizmdən yararlananların böyük hissəsi isə ölkə əhalisidir. Ölkə əhalisinin çox hissəsinin aşağı və orta gəlirli olduğunu nəzərə alarsaq əgər, istirahət üçün bölgələrə üz tutanların maraqlandığı başlıca məsələ qiymət mövzudur. Belə olan halda turizm bazarının iştirakçılarının bu mövzuda yanaşmasının müxtəlifliyinə nəzər yetirəcəyik. Müxtəlif yanaşmalar olmasına baxmayaraq göstərilən xidmətlərin müəyyən standartlar çərçivəsində olması turizmin inkişafı üçün mütləqdir.

Açar sözlər: turizm, bölgə turizmi, iqtisadiyyat, problemlər, standartlar, həll yolları

Shukran Gurban Hajizade

Development problems of regional tourism in Azerbaijan

Abstract

Although the problems in tourism are common, the number and variety of these problems varies in different parts of the world due to a number of specific characteristics of the region. Of course, the main role in solving the mentioned problems should be played by the high control of relevant institutions of the state operating in this field. By strengthening the state control, it should be interested in increasing the perspective of a field with a high stake in the development of the economy, such as tourism. One of the popular and most common types of tourism in the country is regional tourism. Most of the people who benefit from this tourism are the country's population. If we take into account that most of the country's population has a low and medium income, the main issue that concerns those who go to the regions for rest is the price issue. In this case, we will look at the diversity of the approach of the participants of the tourism market in this regard. Although there are different approaches, it is necessary for the development of tourism that the services provided are within certain standards.

Keywords: tourism, regional tourism, economy, problems, standards, solutions

Giriş

Turizm - müasir iqtisadiyyatda insanların tələbatlarının ödənilməsinə və əhalinin həyat səviyyəsinin yüksəldilməsinə yönəlmiş mühüm fəaliyyət sahələrindən biridir. Eyni zamanda iqtisadiyyatın digər sahələrindən fərqli olaraq turizm təbii ehtiyatların tükənməsinə səbəb olmur, əksinə bu sahənin inkişafı üçün ətraf mühitin qorunmasını zəruri edir. Bu sahənin istehlaka təqdim etdiyi xidmətlər elastiklik xassəsinə görə dünya bazarındakı qeyri-sabit vəziyyətlərdə digər sahələrdən fərqli olaraq daha çox stabillik nümayiş etdirir. Qeyd olunan bu özəlliklər turizmi iqtisadiyyatın rəqabətə ən dözümlü sahələrindən birinə çevirir. XXI əsrdə turizmin inkişaf etdirilməsi bütün ölkələrin ortaq məqsədi halına gəlmişdir. Bunun bir çox haqlı səbəbləri vardır. Belə ki, bu sahənin yüksək inkişafı üzrə öndə gedən ölkələrin turizmdən gəlirləri milyardlarla

ölçülür.

Turizmdəki problemlər ümumi olsalar da, dünyanın ayrı-ayrı yerlərində regionun bir sıra özünə məxsus xüsusiyyətlərinə görə bu problemlərin sayı və müxtəlifliyi dəyişməkdədir (Hüseynov, Əfəndiyeva, 2007:26-29). Ümumi problemlər dedikdə qiymət və keyfiyyət arasındakı uyumsuzluq, iqlim və siyasi vəziyyət kimi bir çox fərqli mövzuları özündə əhatə edir. Azərbaycanda da iqtisadiyyatın bu sahəsindəki inkişafına xüsusi diqqət yetirilir. Təbii ki inkişaf strategiyasında dünyada bu sahə üzrə tanınmış və ixtisaslaşmış ölkələrin turizm modellərindən və təcrübələrindən yararlanmaqdadır. Bu məqalədə ölkəmizdə daha çox yayılmış bölgə turizminin inkişafından bəhs edəcəyik. Turizmin bu növünün inkişafına və inkişaf problemlərinə nəzər yetirilməsinə çalışacağıq. Ölkədə məşhur olan və ən çox yayılmış turizm növlərindən biri bölgə turizmidir. Yay turizminin başlaması ilə bayram tarixlərində və həftə sonlarında insanlar ətraf bölgələrə üz tuturlar. Bu turizmdən yararlananların böyük hissəsi isə ölkə əhalisidir. Onların bölgələrə axın etməsinin bir çox səbəbi vardır. Bunlardan şəhərin səs-küyündən uzaqlaşmaq, təbiət ilə daha yaxın təmasda olmaq, xoş vaxt keçirmə üçün çeşidin bol olması kimi amilləri sadalamaq olar. İnsanların üz tutduqları əsas bölgələr sırasında İsmayilli-Qəbələ, Lənkəran-Astara, Quba-Xaçmaz, Şəki-Zaqatala daha çox maraq doğurur. Bu bölgələrə gələnlər bölgənin təbiətindən yararlanaraq il boyu itirilmiş enerjinin bərpasına daha çox maraq göstərirlər (2). Qeyd olunan bölgələrdə bunun ilə yanaşı qədim tarixi abidələr, qoruq və milli parklar, yüksək infrastrukturlu turizm məkanları da vardır. Bu yerlərin tarixi haqqında turistlərə səyahət zamanı məlumatın verilməsi ilə həm göstərilən xidmətin səviyyəsini artırmaq olar həm də əcnəbilərin ölkəmiz haqqında ölkəmizin tarixi haqqında daha ətraflı məlumatlandırılmalarına nail olmaq olar.

Bölgə turizmindəki bir sıra problemlərin təhlili.

Ölkə əhalisinin çox hissəsinin aşağı və orta gəlirli olduğunu nəzərə alarsaq əgər, istirahət üçün bölgələrə üz tutanların maraqlandığı başlıca məsələ qiymət mövzudur. Doğrudur, belə hallarda bir çox turizm firmaları və turagentliklər sərfəli turpaketləri turistlərin istifadəsinə təqdim edir, lakin bu kimi turpaketlərdə marşrutun müəyyən istiqamət üzrə olması və ona daxil olan xidmətlərin müəyyən çərçivədə olması bəzi ziyarətçilərin özlərinin şəxsən istirahətinin planlamasına gətirib çıxarır (3). Belə olan halda isə turistlər çox zaman özəl sahibkarlıqla məşğul olan şəxslərin təqdim etdiyi turizm xidmətlərindən yararlanmalı olurlar. Bu da öz növbəsində bir sıra müxtəlif çətinlikləri və problemləri özündə əhatə edir. Bu məsələlərə misal olaraq qiymət, keyfiyyət, güvənlik və digər önəmli amilləri qeyd etmək olar. Əldə dəqiq xəritə olmayanda və ya informasiya qıtlığı yaşananda yerli sakinlərdən soraqlaşmalı olursan. Nəticədə təlimat üzrə qeyd olunan məntəqəyə gəlib çatdığınızda həmin məkanın ehtiyaclarınızı qarşılamadığı ilə üzləşirsiniz. Antisanitar vəziyyət, keyfiyyətsiz xidmət, süni qiymət artımı, aşağı səviyyədə standartlar və bir çox bu kimi hallarla qarşılaşmaq mümkündür. Bu kimi məkanları yerli sakinlər və sahibkarlar qazanc əldə edə bilmələri üçün təşkil edirlər. Belə olan halda isə təklif olunan xidmətlərdə qiymət bahalığı olur. Çox zaman isə süni qiymət artımından da istifadə edirlər. Xüsusi ilə əcnəbi turistlərin bu kimi qiymət artımlarını başa düşmələri olduqca çətindir, çünki xidmət haqqı üçün heç bir qəbz və digər bu kimi ödəniş sənədlərindən istifadə olunmur. Sahibkar bu yola yüksək qazanc əldə etmək üçün üz tutsa da bu uzun yolda olduqca yanlış addımdır, belə ki belə vəziyyətlərlə qarşılaşan turistlər gələcəkdə həmin məkanı ziyarətdən qaçınırlar və bu da öz növbəsində mənfi mənada təbliğ edilməyə gətirib çıxarır. Haqqında bəhs edilən turizm məkanlarının digər tanınmış turizm məkanlarından bir çox fərqləri vardır (4). Bunlardan başlıcası isə ixtisaslaşmış turizm məkanlarının bu sahədə xidmət göstərə bilmələri üçün aidiyyəti dövlət qurumlarından əldə etdikləri lisenziyalarının olmasıdır. Lisenziyanın olması demək burada təqdim edilən xidmətlərdə müəyyən standartların olması deməkdir. Dövlət nəzarəti süni qiymət artımına nəzarət etdiyi üçün bu müəssisələrin səlahiyyətli nümayəndələri mövcud təqdim etdikləri xidmətlərin dəyərini almaqda maraqlı olurlar. Bu da öz növbəsində bu sahədə inkişaf etmək istəyən mərkəzlərin təqdim edəcəkləri xidmətlərin maksimum yüksək səviyyədə olmasına gətirib çıxarır. Onlar işçilərini seçərkən bu sahədə ixtisaslaşmış olmasına üstünlük verir, məkanın güvənliyindən tutmuş infrastrukturun yenilənməsinədək bir sıra mühüm detallara maraq göstərirlər ki, bu da öz növbəsində turizm sahəsində digər mərkəzlər arasında rəqabətlik səviyyəsinin artmasına gətirib çıxarır. Doğrudur, bəzən bu kimi turizm

mərkəzlərində də bəzi problemlərlə qarşılaşmaq mümkündür. Buna misal olaraq hər hansısa bir mərkəzin beş ulduzlu standartlara sahib olaraq özünü tanıtməsinə baxmayaraq, xidmətlərdən yararlanarkən bunun qeyd olunan standartın çox-çox altında olması ilə qarşılaşmaq olar (5).

Nəticə

Dövlət təkcə bu sahədə deyil iqtisadiyyatın bütün sahələrində inkişafı və ortaya çıxacaq problemlərin həllini üstlənməlidir. İstənilən sahənin uğurlu olmasının əsasında o ölkədəki təhsil səviyyəsinin yüksək olması və əlverişli iqtisadi mühitin mümkün olması dayanır. Ölkəmizdə də turizm sahəsinin tədrisi ilə bağlı təhsil ocaqları və ayrı-ayrı universitetlərdəki bu sahəyə dair ixtisas fakültələri başlıca paya sahibdir. Bu sahədə ixtisaslı kadrlara sahib olmaq çox vacibdir. Ümumiyyətlə hər bir sahənin yüksəlişi təməlini təhsil ilə bağlasanız o sahənin inkişafı bir o qədər də sağlam və uzun ömürlü olar. İxtisasa yiyələnəcək şəxslərə bu sahənin kiçik incəliklərindən tutmuş dünyanın bir sıra ölkələrində istifadə olunan turizm modellərindəki mühüm məlumatlar öyrədilməlidir. Bu biliklərə sahiblənəcək şəxslər onları praktik olaraq tətbiq edə bilmələri üçün təhsil həyatının bir hissəsində onların turizm müəssisələrində təcrübə proqramlarına cəlb edilməsi olduqca mühimdir. Mənim fikrimə görə, yalnız bu formada dövlətin bu sahəyə yönləndirilmiş siyasəti uğurlu ola bilər. Problemlərin həllində əlbəttə ki, başlıca rol dövlətin bu sahədə fəaliyyət göstərən aidiyyəti qurumlarının yüksək nəzarəti üstlənməlidir. Dövlət nəzarəti gücləndirməklə iqtisadiyyatın inkişafında turizm kimi yüksək paya sahib olan bir sahənin perspektivliyinin artırılmasında maraqlı olmalıdır. Nəzarətin gücləndirilməsindən başqa da bir çox önəmli amillər mövcuddur ki, bunlar da öz növbəsində paralel inkişaf etdirilməlidir. Ölkə turizminin dünya bazarında tanınması üçün uğurlu marketinq siyasəti, bazarda öz sözünü demiş məşhur təşkilatlarla iş birliyində olmalıdır. Buna misal olaraq, turist mübadiləsi, beynəlxalq əhəmiyyətli tədbirlərin ölkədə keçirilməsi üçün təşəbbüs göstərməsini qeyd etmək olar. Bu kimi hadisələr böyük miqdarda turistlərin ölkəyə səfərində maraqlı olmasına və onların ölkələrinə xoş təəssürat ilə döndüklərində ölkəmiz haqqında müsbət təbliğatlarına gətirib çıxaracaqdır. Bundan başqa Azərbaycan turizminin tanınması baxımından dövlətimizin turizm potensialından bəhs edən saytların fəaliyyət göstərməsi və bu mövzuda video rolklərin hazırlanması da əhəmiyyətli dərəcədə vacibdir. Təklif edərdim ki, bu sahədə fəaliyyət göstərən iri turizm müəssisələrinin xidmətlərindən əlavə turizm mövsümü zamanı əlavə qazanc niyyəti ilə ziyarətçilərə xidmət göstərən sıradan vətəndaşların da bu mövzuda maarifləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Bu zaman əhali bölgədə olan tarixi abidələr, görülməli yerlər, yerli adət-ənənələr və digər bu kimi xarakterik məlumatlarla tanış olmuş olurlar, bunları da öz növbəsində turistlərin diqqətinə çatdırırlar. Xüsusilə əcnəbi turistlərin səfər etdiyi yerlər barəsində ətraflı məlumatlandırılması onlarda həm keçirdikləri istirahətin səmərəliliyi hissi ilə yanaşı, şəxslərin hər birinin ölkə xaricində dövlətimiz haqqında əvəzedilməz reklam kampaniyasına çevrilməsinə səbəb olacaqdır. Mövsüm zamanı yerli əhali ziyarətçilərə qalacaq yer məqsədi ilə öz evlərini təklif edirlər ki, bəzi hallarda bu xidmətlər sırasına günlük qidalanmanın təşkili və bələdçilik kimi fəaliyyətlərin göstərilməsi də daxil olur. Belə olan halda vətəndaşlar həm turistlərə göstəriləcək olan xidmətlər haqqında məlumatlı olurlar, həm də bölgə haqqında qonaqlara ətraflı məlumat verərək onların istirahətinin daha səmərəli keçməsinə böyük rol oynaya bilərlər. Bu baxımdan dövlətin bu sahədə aidiyyəti qurumlarının təkcə böyük şəhərlərdə deyil bölgələrdə də təlimlərin və turizm sərəgilərinin keçirilməsində maraqlı olması lazımdır. Bir sözlə, ölkəmizdə turizmin inkişafı və iqtisadiyyata daha çox fayda verə bilməsi üçün aidiyyəti dövlət qurumları, turizm müəssisələri və vətəndaşlar birlikdə hərəkət etməli, iş birliyində olmalıdırlar. Yalnız bunun sayəsində ölkəmizi bu sahədə dünyanın qabaqcıl və ixtisaslaşmış dövlətləri səviyyəsinə çatdıra bilərik.

Ədəbiyyat

1. Hüseynov, İ., Əfəndiyeva, N. (2007). Turizmin Əsasları. Bakı: Mars-Print NPF, s.26-29.
2. https://azertag.az/store/files/untitled%20folder/_STRATEJI%20YOL%20XERITESI_.pdf
3. https://www.azerbaijans.com/content_890_az.html
4. <https://www.yeniazərbaycan.com/turizm-az.html>
5. <https://www.e-gov.az/az/content/read/22>

Rəyçi: sənətsün.ü.f.d. Siyavuş Məhişov

Göndərildi: 30.07.2022

Qəbul edildi: 17.09.2022

İnarə Rizvan qızı Zeynalzadə

Prezident yanında Dövlət İdarəçilik Akademiyası
magistrant
inarazeynalzade@bk.ru

Röya Mirtaleh qızı Mirtalibova

Prezident yanında Dövlət İdarəçilik Akademiyası
magistrant
royamirtalib@bk.ru

Nərmin Ülvi qızı Əhmədova

Prezident yanında Dövlət İdarəçilik Akademiyası
magistrant
narminaxmed@bk.ru

AZƏRBAYCAN FOLKLORU VƏ DİGƏR YARADICILIQ NÜMUNƏLƏRİNİN ERMƏNİLƏR TƏRƏFİNDƏN OĞURLANMASI HÜQUQAZİDD ƏMƏL KİMİ

Xülasə

Folklor mənəviyyatımızın güzgüsü, milli dəyərlərimizin və adət-ənənələrimizin göstəricisi, mədəni sərvətimizin ayrılmaz tərkib hissəsidir. “Azərbaycan folkloru nümunələrinin hüquqi qorunması haqqında” Qanuna əsasən, Azərbaycanda folklor əqli mülkiyyət kimi, millətimizə məxsus əqli mülkiyyətin yeni, qeyri-ənənəvi növü kimi baxılır. Bu isə o deməkdir ki, biz folklor nümunələrimizə münasibətdə, həm də hüquqi müstəvidən, müstəsna hüquqlar mövqeyindən çıxış edirik. Odur ki, Azərbaycan folklor nümunələrindən hər hansı şəkildə istifadə, Qanunda təsbit olunmuş tələblərin yerinə yetirilməsi ilə həyata keçirilməlidir. Qanunla nəzərdə tutulmuş tələblərin pozulması hüquqi məsuliyyət törədir. Belə ki, folklor əqli mülkiyyət kimi yanaşma onun qorunub-saxlanması, yayılması və zənginləşməsi üçün əlavə imkanlar yaradır. Folklorun hüquqi qorunması canlı ənənələrin və mədəni varisliyin qorunması ilə yanaşı, gələcək inkişafımızın, xalqımızın rifahının qorunması deməkdir. Bir sözlə, inkişafda və zəngin ənənəyə malik olan dövlətimiz üçün folklorumuzun qorunması böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bunu nəzərə alaraq təqdim edilən məqalədə Azərbaycan folklor nümunələrinin ermənilər tərəfindən oğurlanması və mənimsənilməsinə hüquqi qiymət verilməsinin vacibliyi təhlil edilir.

Açar sözlər: Azərbaycan Respublikası, folklor, Ermənistan, hüquqa zidd əməl, qanun

**Inara Rizvan Zeynalzade
Roya Mirtaleh Mirtalibova
Narmin Ulvi Ahmadova**

Stealing of Azerbaijan folklore and other creative examples by armenians as an illegal action

Abstract

Folklore is a mirror of our spirituality, an indicator of our national values and traditions, an integral part of our cultural wealth. According to the Law on Legal Protection of Samples of Azerbaijani Folklore, folklore is considered in Azerbaijan as intellectual property, as a new, non-traditional type of intellectual property belonging to our people. This means that in relation to our folklore samples, we also act from the legal level, from the standpoint of exclusive rights. Therefore, any use of samples of Azerbaijani folklore must be carried out in compliance with the requirements established by the Law. Violation of the requirements stipulated by law entails legal liability. Thus, the approach to folklore as intellectual property creates additional opportunities for its preservation, dissemination and enrichment. The legal protection of folklore means the protection of living traditions and cultural heritage, as well as the protection of our future

development and the well-being of our people. In a word, the protection of our folklore is of great importance for our country, which is developing and has rich traditions. With this in mind, the present article analyzes the importance of giving a legal assessment to the theft and misappropriation of samples of Azerbaijani folklore by Armenians.

Keywords: Republic of Azerbaijan, folklore, Armenia, illegal act, law

Giriş

Hər bir xalqın tarixi onun folklorundan başlayır. Bu tarixin olmaması və ya nə qədər zəngin olması həmin xalqın köklərinin nə qədər dərində olduğunu göstərir. Bəlkə elə bu səbəbdəndir ki, tarix boyu mənşəyi məlum olmayan birləşmələr özlərini xalq adlandırdıqdan sonra varlıqlarını təsdiqləməkdən ötəri yalançı abidələr yaratmaqla yanaşı, tarixdən silinmiş və ya əraziləri zəbt olunmuş qədim xalqların apara bilmədikləri maddi mədəniyyət abidələrini özəlləşdirməyə, mənimsəməyə cəhd etmişlər. Belə talançılığa məruz qalan xalqlardan biri də azərbaycanlılardır. Bizim eradan formalaşmağa başlayan eranın əvvəllərində tam formalaşmağı bacaran türk xalqlarının oğuz qrupuna daxil olan azərbaycanlıların yaşadıkları ərazilər, bu ərazilərdə yaşayan türk tayfaları haqqında məlumatlara qədim Yunan və Sanskrit abidələrində rast gəlinir. Təbii ki, belə qədim tarix “erməni” adlanan qruplaşmaların diqqətindən kənar qala bilməzdi. Bəs belə maddi mədəniyyət abidələrinin qorunması üçün nə etmək lazımdır?

İnsan yaradıcılığının inkişafı bəşəriyyətin yaradılması ilə bərabər başladığına baxmayaraq, əqli hüquqların müdafiəsi nisbətən yeni hüquqi tənzimləmə sahəsidir. “Əqli mülkiyyət”, “ədəbi mülkiyyət”, “sənaye mülkiyyəti” terminləri XIX əsrdən başlayaraq beynəlxalq müqavilələrdə, ilk növbədə, 1883-cü ilin Sənaye mülkiyyətinin mühafizəsi haqqında Paris Konvensiyasında, 1886-cı ilin ədəbi və bədii əsərlərinin Mühafizəsi üzrə Bern Konvensiyasında, Ümumdünya əqli Mülkiyyət Təşkilatı təsis edən Stokholm Konvensiyasında (bundan sonra - Stokholm Konvensiyası), habelə Əqli mülkiyyət hüquqlarının ticarət aspektləri üzrə Sazişdə (TRIPS) öz əksini tapmışdır.

BMT-nin iki mötəbər təşkilatının Müəlliflik hüququ və digər əqli mülkiyyət hüquqlarına həsr olunmuş mərasimlərinin Azərbaycanda qeyd olunması artıq bir ənənəyə çevrilib və hər il silsilə tədbirlərlə müşahidə olunur. Bu tədbirlərin məqsədi əqli mülkiyyətin və xüsusilə müəlliflik hüququnun mədəni irsin yaranmasındakı rolunu bir dəfə də açıqlamaq, davamlı iqtisadi inkişafdakı və informasiya cəmiyyətinin formalaşmasında əhəmiyyətini diqqətə çatdırmaq, əqli mülkiyyət yaradıcılarına öz hörmət və ehtiramlarımızı bildirmək, mədəni adət-ənənələrimizin qorunub saxlanmasına və xüsusən erməni mənimsəmələrinə qarşı çıxmağının fəallaşmasını cəmiyyətimizin diqqətində saxlamaqdır.

Bu hüququn yaranma mənbəyi əqli fəaliyyətin fərdin təbiətindən və cəmiyyətə böyük fayda gətirməsinin dövlət tərəfindən dərk edilməsinin nəticəsidir. Bu nemətlər bir çox hallarda xalq yaradıcılığı nümunələri olub xalqın, millətin çoxəsrlik ənənələrini, milli-mənəvi dəyərlərini özündə əks etdirir. Məhz bu prizmadan irəli gələn hüquqların qorunması, xalq yaradıcılığı və folklor nümunələri başda olmaqla müəlliflik hüququnun müdafiəsinin tənzimləmə sferasına daxil olan hüquqların qorunması ilə bağlı meydana gələn münasibətlər tədqiqatın obyektini təşkil edir.

Müəlliflik hüququna dair qanunlar, Azərbaycanın xalq yaradıcılığı məhsullarını qanunsuz şəkildə özgəninkiləşdirməsilə bağlı Ermənistan Respublikasına qarşı mövcud olan mötəbər sübutlar, statistik məlumatlar tədqiqatın predmetini təşkil edir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri prioritet istiqamətlər çərçivəsində:

- əqli mülkiyyət mədəniyyətinin inkişaf etdirilməsi və hüquqların təminatı, piratçılığa və xüsusən erməni plagiatçılığına qarşı mübarizənin gücləndirilməsi yolunda təkliflər irəli sürülməsi;
- biliklərə əsaslanan iqtisadiyyatın, kreativ industriyanın dəstəklənməsi və əqli mülkiyyətə əsaslanan sənayenin ümumdaxili məhsulda payının iqtisadi təhlili, həmçinin əqli mülkiyyətə əsaslanan qeyri-maddi aktivlərin mikroiqtisadi səviyyədə dəyərləndirilməsi;
- Ermənistan tərəfindən oğurlanmış Azərbaycan xalq nümunələrinin statistikasının təhlil edilməsi, hüquqi çıxış yollarının, qanuni məsuliyyətə cəlb etmə qaydasının araşdırılması.

Azərbaycan Respublikasının sovetizmdən qopub öz müstəqilliyinə doğru inamla addımladığı bir zamanda 1993-cü ildə mərkəzi icra hakimiyyəti statusunda Müəllif Hüquqları Agentliyi yarandı və

1996-cı ildə müstəqil Azərbaycanın ilk əqli mülkiyyət üzrə “Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında” Qanunu qəbul olundu. Müstəqillik dövründə sözügedən agentliyin yaradılmasından əlavə, müəlliflik hüququ, əlaqəli hüquqlar və digər oxşar əqli mülkiyyət hüquqları sahəsində hüquqi tənzimləməni təmin edən 5 qanun – “Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında”, “İnteqral sxem topologiyalarının hüquqi qorunması haqqında”, “Məlumat toplularının hüquqi qorunması haqqında”, “Azərbaycan folkloru nümunələrinin hüquqi qorunması haqqında”, “Əqli mülkiyyət hüquqlarının təminatı və piratçılığa qarşı mübarizə haqqında” – qəbul edilmişdir. “Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında” Qanunun çox müsbət bir məqamı da ondan ibarətdir ki, ictimai varidatda sayılan qeyri-maddi mədəni irsimizin inciləri – ənənəvi mədəni nümunələr (folklor nümunələri) və ənənəvi biliklərin hüquqi qorunmasına şərait yaradıldı.

Qeyd olunmalıdır ki, Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatını təsis edən Stokholm Konvensiyasında “əqli mülkiyyət” anlayışı aşağıdakı aspektləri ehtiva edir:

- ədəbi, bədii və elmi əsərlər;
- artistlərin ifaçılıq fəaliyyəti, səs yazıları, televiziya verilişlərinin radiusu;
- insan fəaliyyətinin bütün sahələrində ixtiralar;
- elmi kəşflər;
- sənaye nümunələri;
- ticarət nişanlarına, xidmət nişanlarına, firma adlarına və kommersiya işarələrinə;
- loyallıq rəqabətinin təmin edilməsi, həmçinin istehsal, elmi, ədəbi və bədii əqli fəaliyyətə aid olan bütün digər sahələr.

Bildiyiniz kimi, Ermənistan qanunsuz və əsassız ərazi iddialarının reallaşdırılması məqsədilə 1991-ci ilin sonu – 1992-ci ilin əvvəlində Azərbaycana qarşı tam miqyaslı müharibəyə başlamışdır. Nəticədə, Azərbaycan ərazisinin əhəmiyyətli bir hissəsi Ermənistan tərəfindən işğal edilmişdir. Müharibə nəticəsində on minlərlə insan həyatını itirmiş, şəhərlər, qəsəbələr və kəndlər dağıdılmışdır. Lakin torpaqlarımızın qeyri-qanuni işğalı ilə yanaşı, əqli mülkiyyət sahəsində Ermənistan tərəfindən ciddi hüquq pozuntuları mövcuddur. Bu, Azərbaycan mədəniyyətinə vurulan yeganə zərbə deyil: belə ki, mədəni ənənələrdə etnosun həm təbii-bioloji, həm də yaradıcı-mənəvi gücü və qüdrəti təbiət və doğma torpaqla bağlıdır, müvafiq coğrafi arealda inkişaf edərək qorunub saxlanılır (Mirmahmudova, 2009; 255).

Şübhəsizdir ki, ərazilərimizə göz dikən, “Böyük Ermənistan” xülyası ilə yaşayanlara və ərazi iddialarını “əsaslandırmaq” üçün maddi və qeyri-maddi irsimizə təcavüz edərək, “Azərbaycan mədəni ənənələrinin mənimsənilməsi erməni ənənəsinə” çevirənlərə qarşı mübarizə aparılıb və aparılacaq. Çünki “mədəniyyətin qəlbi, qəlbin mədəniyyətidirsə, işğalçı qəlbinə mədəniyyət yaddır. Erməniçiliyin çirkin əməllərini ifşa etmək məqsədi ilə bayaq qeyd etdiyim qabaqlayıcı tədbirlərlə yanaşı, digər işlər də aparılır. Məsələn üçün bu yaxınlarda, aprel ayında Əqli Mülkiyyət Agentliyi Azərbaycan Respublikasının İnsan Hüquqları üzrə Müvəkkilinin (Ombudsman) Aparatı ilə birgə keçirdiyi konfransın “Müəlliflik hüququ, mədəni hüquqlar və insan haqları, erməni riyakarlığı” mövzusunda həsr edilməsi təsadüfi deyil. Erməni ədəbi oğurluqlarının ifşa edilməsi, bu sahədə işlərin sistemli, ardıcıl və peşəkar səviyyədə aparılması Agentliyin fəaliyyətinin ən vacib istiqamətlərindən biridir.

Bununla yanaşı, Azərbaycan Respublikasının məsələ ilə bağlı şikayətləri Avropa Şurası Parlament Assambleyasının sessiyasına “Azərbaycan mədəni irsinin qəsbə və dağıdılması” sənədində təqdim edilmiş, Milli Məclisin “Azərbaycan mədəni sərvətlərinin dağıdılması və mənimsənilməsi ilə əlaqədar” Bəyanatında da öz əksini tapmışdır. Avropa Şurasının Parlament Assambleyasının sessiyasında təqdim edilmiş sənəddə qeyd edilmişdir ki, Ermənistanın Azərbaycan Respublikasına qarşı təcavüzünün ölkə ərazisinin 20 faizinin işğalı ilə yanaşı, faciəvi nəticələrindən biri də Azərbaycan milli-mədəni irsinin dağıdılması və zəbt edilməsidir. Beynəlxalq təşkilatların çoxsaylı müraciətlərinə baxmayaraq, Ermənistan Azərbaycanın işğal olunmuş rayonlarında qalmış mədəni sərvətlərinin təhlükəsizliyinin təmin edilməsi istiqamətində heç bir konstruktiv addım atmamışdır. Habelə, Azərbaycan Respublikasının Müəllif Hüquqlarının Müdafiəsi Agentliyi tərəfindən təsdiqlənmiş Azərbaycan incəsənət və ədəbiyyat nümunələrinin ermənilər tərəfindən mənimsənilməsi hallarına dair hesabat təqdim edilmişdir.

Ümumiyyətlə, ermənilərin oğurluq faktlarının ifşası üçün müxtəlif üsullardan istifadə edirik. Məsələn, folklor nümunələrimizin ermənilər tərəfindən oğurlanması faktları barədə dəfələrlə ÜƏMT-yə, UNESCO-ya və digər beynəlxalq təşkilatlara məlumatlar göndərmişik. Bu mövzuda genişformatlı konfransların təşkili, erməni plagiatçılığı barədə çoxsaylı məqalələrin dərc edilməsi də aparılan işin tərkib hissəsidir. Bununla belə, hesab edirəm ki, əsas iş mədəni irsimizin təbliğidir və bu sahədə Heydər Əliyev Fondunun Prezidenti, UNESCO və ICESCO-nun xoşməramlı səfiri, Mehriban xanım Əliyevanın xidmətlərini xüsusi qeyd etməliyik.

Cenevrə Konvensiyaları ilə birlikdə UNESCO-nun dörd əsas konvensiyası, xüsusilə də Silahlı Münaqişə zamanı Mədəni Mülkiyyətin Mühafizəsi haqqında 1954-cü il tarixli Konvensiyası (bundan sonra - Haaqa Konvensiyası) sülh dövründə mədəni irsin qorunması üçün ümumi hüquqi baza təşkil edir. UNESCO-nun çərçivəsi işğalçı dövlətin (məsələn, Ermənistan) nəzarəti altında olan ərazilərdə mədəni sərvətləri məhv etməmək və qorumaq üçün geniş mənfə və müsbət öhdəlikləri nəzərdə tutur. Haaqa Konvensiyası Azərbaycan ərazisində, o cümlədən Qarabağda olan bütün mədəni sərvətlərin etnik mənşəyindən asılı olmayaraq Azərbaycan dövlətinə məxsus olduğunu tanıyır (Məhərrəmov, 2018: 107). Müxtəlif konvensiyalar arasında mədəni irs, mədəni sərvət və mədəni sərvət anlayışları ilə bağlı üst-üstə düşməyən və çəşdirici terminologiya olsa da, Haaqa Konvensiyası “mədəni sərvət hər bir xalqın mədəni irsi üçün böyük əhəmiyyət kəsb edən daşınar və ya daşınmaz əmlak” kimi müəyyən etmişdir (3). Bu anlayışa memarlıq, incəsənət və ya tarix abidələri, muzeylər, böyük kitabxanalar, daşınar mədəni sərvətlər və böyük miqdarda mədəni sərvətləri ehtiva edən mərkəzlər daxildir. Həm Ermənistan, həm də Azərbaycan bu Konvensiyanın iştirakçısıdır.

Azərbaycan Ermənistanı beynəlxalq hüququn tələblərini pozmaqda, məsələn, 1992-ci ildən 2020-ci ilə qədər işğal olunmuş ərazilərdəki mədəni irsini sisteməlik şəkildə məhv etməkdə ittiham edir. Biz çalışmalıyıq ki, 11 il ərzində bir yekuna gələ bilməmiş ÜƏMT-nin Əqli Mülkiyyət və Genetik Resurslar, Ənənəvi Biliklər və Folklor üzrə hökumətlərarası komitəsi bu il beynəlxalq Konvensiya mətnini qəbul etsin və bu Konvensiyaya qoşulan dövlətlər öz üzərinə müvafiq öhdəliklər götürməli olsun (Xəlilzadə, 2009: 123). Məsələ ondadır ki, Azərbaycan Avropa məkanında ilk dövlətdir ki, 2003-cü ildən başlayaraq öz folklor nümunələrini qanun səviyyəsində qoruyur. Beynəlxalq Konvensiyaya hazır olmaq məqsədi ilə qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi çərçivəsində “Azərbaycan folkloru nümunələrinin hüquqi qorunması haqqında” Qanuna dəyişikliklər Milli Məclisdə qəbul edilib. Dəyişikliklər qəbul edildikdən sonra Azərbaycan folkloru nümunələrindən Azərbaycan Respublikasının hüdudlarından kənarında başqa dövlətlərin hüquqi və fiziki şəxsləri kommərsiya məqsədləri ilə istifadə etdikdə müvafiq icra hakimiyyəti orqanından icazə almalı və istifadəyə görə haqq ödəməlidirlər (Rüstəmov, 2002: 99). Haqqın məbləği və ödəniş qaydaları Nazirlər Kabineti tərəfindən müəyyən ediləcək. Bununla yanaşı, Agentliyin təklifi əsasında 2010-cu ildə “Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında” Qanuna bəzi dəyişikliklər edilmişdir.

Ümumiyyətlə, ermənilərin əqli və maddi-mədəni oğurluqları tarixi-coğrafi uydurmalarla, özlərinə yalançı tarix formalaşdırmaqla və əlbəttə ki, Azərbaycanın, bütövlükdə bölgənin tarixini təhrif etməklə müşayiət olunur.

Məsələn, “Sarı gəlin” xalq mahnısını və bu əsərin mənfur düşmənlərimiz tərəfindən “özünükiləşdirilməsi”ni hüquqi, siyasi, sosial aspektlərdən izah edək (İmanov, 2002: 9).

Azərbaycan Respublikasının “Azərbaycan folkloru nümunələrinin hüquqi qorunması haqqında” Qanunun 1-ci maddəsində təsbit olunmuşdur ki, Azərbaycan folkloru nümunələri (bundan sonra – folklor nümunələri) – Azərbaycan xalqı, onun ayrı-ayrı fərdləri tərəfindən yaradılan və qorunub saxlanılan, Azərbaycan xalqının ənənəvi-bədii dəyərlərini, dünyagörüşünü, ümid və arzularını, bədii irsin xarakterik xüsusiyyətlərini özündə əks etdirən, şifahi şəkildə yaradılan söz sənəti nümunələri, xalq musiqisi, oyunları və rəqsləri, xalq sənətkarlığı və tətbiqi sənət nümunələri (maddi formada olanlar və olmayanlar), eləcə də digər xalq yaradıcılığı nümunələri sayılır. (İnformasiya) “Sarı gəlin” də məhz bu dairəyə daxil olan dəyərli incilərdəndir. Müvafiq qanunun 2-ci maddəsinə əsasən, Qanunda qorunan folklor nümunələri bədii xalq yaradıcılığı, xalq sənətkardığı və tətbiqi sənət nümunələrindən ibarət olan aşağıdakı əsərlərdir:

- bədii söz sənətinə aid olan əmək, mərasim və uşaq folkloru nümunələri, miflər, əfsanələr, rəvayətlər, nağıllar, dastanlar, lətifələr, xalq dramları, atalar sözləri, zərbi-məsəllər, tapmacalar, xalq və aşiq poeziyası nümunələri, bayatılar və başqa şifahi söz nümunələri;
- xalq mahnıları və rəqs melodiyaları, xalq-professional musiqisinə aid aşiq havaları, muğam-dəstgahlar, zərbi-muğamlar, təsniflər, rənglər və başqa folklor musiqisi nümunələri;
- xalq rəqsləri, yallılar, oyunlar, mərasim və bayramlar və başqa hərəkətli nümunələr;
- duyulan tətbiqi sənət və xalq sənətkarlığı nümunələri, o cümlədən qrafik sənət-şəkillər, rəsmlər, silsilə təsvirlər, kölgə rəsmləri, döymə və oyma işləri, heykəltəraşlıq, keramika, gil məmulatı, mozaika, metal üzərində işləmə, mis və bürünc tökmə məmulatları, ipəkçilik, xalçaçılıq, misgərlik, zərgərlik, dabbaqçılıq, tikmə, səbəthörmə sənəti işləri, gəbələr, butalar, geyimlər kimi folklor sənəti nümunələri, ornamentlər, naxışlar, musiqi alətləri, xarratlıq, memarlıq işləri və bu qəbildən olan başqa nümunələr (7).

Bu qanunun 2.1-ci maddəsində göstərilən qorunan folklor nümunələrinin yaranması zamanla və məkanla məhdudlaşmır, yeni yaranan folklor nümunələri də qorunanların sırasına daxil edilir və onların hüquqi qorunması müddətsizdir.

Azərbaycan Respublikasının Cinayət Məcəlləsi folklor nümunələrindən istifadə tələblərinin pozulmasını öz əhatə sferasına daxil etmiş, bu əməli müstəqil cinayət əməli təsbit etmişdir (8):

Maddə 165-2. Folklor nümunələrindən istifadə tələblərinin pozulması. 165-2.1. Folklor nümunələrindən istifadə tələblərinin pozulması, əgər bu əməllər nəticəsində xeyli miqdarda ziyan vurulmuşsa əmlakı müsadirə olunmaqla min manatdan iki min manatadək miqdarda cərimə və ya üç yüz iyirmi saatdan dörd yüz səksən saatadək ictimai işlər ilə cəzalandırılır.

Erməni xalq mahnını öz dillərində oxuyub sonunda “Sarı axçı” deməklə, “sarı” sözünün də onlara aid olduğunu iddia edirlər. Lakin bu sözün xalis türk sözü olduğunu dünya filoloqları da qəbul edib. Mahmud Kaşğarının “Divanü Lügət-it-Türk” kitabında “sarı” əşyaya “sarıq”, tünd sarı əşyaya “sap sarıq” deyilir. Sarı sözü “Kitabi-Dədə Qorqud” dastanında “Salur Qazanın evinin yağmalanması boyu”nda da mövcuddur (Mirmahmudova, 2009: 146).

Yuxarıda adı çəkilən qanunun 8-ci maddəsinə əsasən, dərc olunmuş bütün əsərlərdə, folklor nümunələrinin kütləvi ifa və bildiriş hallarında onların mənbəyi, həmçinin istifadə olunan folklor nümunəsinin yarandığı yerin coğrafi adı və (və ya) mənsub olduğu xalqın (cəmiyyətin) adı dəqiq göstərməlidir. Ermənistan isə açıq-aşkar Azərbaycanın milli-mənəvi sərvətlərini icazəsiz talayaraq qanunların tələblərini kobud şəkildə pozur (İmanov, 2002: 186). Həmin müstəsna hüquqların, yəni əqli mülkiyyətin hüquq sahibi isə Azərbaycan xalqıdır (İsayev, 2002: 135). Odur ki, Azərbaycan folklor nümunələrindən hər hansı şəkildə istifadə, qanunda təsbit olunmuş tələblərin yerinə yetirilməsi ilə həyata keçirilməlidir. Bu tələblər hansılardır? Əvvəla, istifadə olunan folklor nümunəsinin təyinatı və məqsədi dəyişdiriləndə bədii forması işləndikdə, onun təbii mahiyyət və məzmununa heç bir halda xələl gətirilməməlidir. İkinci tələb isə ondan ibarətdir ki, istifadə zamanı folklor nümunəsinin dürüst mənşəyi, xalqımıza mənsub olduğu, mənbəyi mütləq göstərməlidir. Qanunla nəzərdə tutulmuş tələblərin pozulması hüquqi məsuliyyət törədir (3). Belə ki, folklor əqli mülkiyyət kimi yanaşma onun qorunub-saxlanması, yayılması və zənginləşməsi üçün əlavə imkanlar yaradır. Çünki yaşadığımız XXI əsrin iqtisadiyyatı isə əqli mülkiyyətə əsaslanır və onda cəmləşən intellektual kapital əsas valyuta kimi çıxış edir (3).

Xalqımızın qeyri-maddi mədəni irsinin, ədəbiyyat və incəsənətinin, xüsusən folklor nümunələrinin, hətta müəllif əsərlərinin ermənilər tərəfindən oğurlanması müəyyən tarixə malikdir. Məsələnin ciddiliyini nəzərə alaraq, “Folklor nümunələrinin qeyri-qanuni istifadəsi və digər zərərli hərəkətlərdən qorunması haqqında” Beynəlxalq müqavilənin ÜƏMT tərəfindən tezliklə qəbul edilməsi və qüvvəyə minməsi ilə bağlı Azərbaycanın konkret təklifləri də artıq bu təşkilata ölkəmizin səlahiyyətli nümayəndələri tərəfindən çatdırılıb.

Eyni mövzuda məsələ Azərbaycan xalq musiqiləri əsasında yaradılmış “Vokaliz” əsəri ilə bağlı da baş vermişdir. ÜƏMT-ə ünvanlanmış məktubda göstərildiyi kimi, ermənilərin bu mahnıdan qeyri-qanuni istifadəsi nəticəsində “Azərbaycan folkloru nümunələrinin hüquqi qorunması haqqında” Qanunun tələblərinin (mənbəsinin düzgün göstərilməməsi), həm də Bern Konvensiyasının müəllifi məlum olmayan, o cümlədən folklor əsərlərinin qorunmasını nəzərdə

tutan müvafiq maddəsinin, həmçinin aranjemanın və şəxsi qeyri-əmlak hüquqlarının qorunmasını nəzərdə tutan müvafiq maddələrinin tələbləri pozulmuşdur.

Qeyd edək ki, Qanunun 9-cu maddəsi folklor nümunələrindən istifadə zamanı aşağıdakıları hüquq pozuntusu hesab edir. Fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən folklor nümunələrindən istifadə edildikdə aşağıdakı hərəkətlər hüquq pozuntusu hesab edilir:

- folklor nümunələrindən istifadə edildikdə təsadüfi və ya bilərəkdən edilməsindən asılı olmayaraq, bu Qanunun 6.2-ci maddəsinin tələblərinin pozulması;
- folklor nümunələrindən istifadə edilərkən bilərəkdən və ya ehtiyatsızlıqdan bu Qanunun 8.1-ci maddəsinin tələblərinin pozulması;
- birbaşa və ya dolayısı ilə kütləyə çatdırılmış folklor nümunələrini bilərəkdən özününkü kimi qələmə verməklə və ya folklor nümunələrinin yaranma mənbəyinə münasibətdə kütləni yanlış fikrə istiqamətləndirmək və ya onları faktiki mənbəyi olmayan digər ölkənin nümunələri kimi təqdim etməklə, folklor nümunələrindən istifadə;
- birbaşa və ya dolayısı ilə kütləyə çatdırılmış folklor nümunələrinin bilərəkdən təhrif olunmaqla, ölkənin mədəni maraqlarına zərər vurulmaqla istifadəsi.

Bundan əlavə, digər oxşar məsələlər də mövcuddur, hansı ki, Qanunun tənzimləmə sferasına daxil olur və Azərbaycan xalqının milli-mənəvi dəyərlərini, minillərin incəsənət nümunələrini, təcrübəsini özünü əks etdirən sənət nümunələrinin qanunsuz formada mənimsənilməsi kimi ciddi hüquq pozuntusu sayılan əməllərin tərkibini təşkil edir (Nəşriyyat işi, 2001: 127).

Yuxarıda göstərilmiş əqli mülkiyyət hüququnun pozulma nümunələri Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatının (ÜƏMT) Müəlliflik hüququna, eləcə də ifalar və fonogramlara dair müqavilələrinin müddəalarına ziddir (Tahirqızı, 2008: 178).

Sözügedən bütün bu hüquqpozumaların aradan qaldırılması məqsədilə 1993-cü ildə Müəlliflik Hüququ Agentliyi və daha sonra onun hüquqi varisi olan Əqli Mülkiyyət Agentliyi yaradılmışdır. Agentliyin fəaliyyət istiqamətləri Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2018-ci il 30 iyul tarixli 222 nömrəli “Azərbaycan Respublikasının Əqli Mülkiyyət Agentliyinin fəaliyyətinin təmin edilməsi haqqında” Fərmanı ilə təsdiq edilmiş Nizamnaməsində əks olunmuşdur. Məsələn, adıçəkilən Nizamnamədə əqli mülkiyyət hüquqlarının hüquqi qorunmasını təmin etmək, onların mənimsənilməsinin və onlardan istifadə ilə bağlı hüquqların pozulmasının qarşısını almaq və bununla bağlı müvafiq tədbirlər görmək Agentliyin fəaliyyət istiqamətlərindən biri kimi göstərilmişdir. Bu müddəanın Nizamnaməyə əlavə edilməsi anlaşılındır. Belə ki, inkişaf etmiş ölkələrdə piratçılığın səviyyəsi 20-40 faiz arasında, MDB ölkələrində isə 80-92 faiz arasında dəyişir (Jurnalistika və hüquq, 2002: 54). Azərbaycanda isə piratçılığın səviyyəsi seqmentdən asılı olaraq 50 faizdən 90 faizədəkdir. Bu, müəllif-hüquq sisteminin bütün elementlərinə zərbə vurmaqla yanaşı, büdcəyə də külli miqdarda ziyan dəyir. Piratçılığın qarşısının alınması məqsədilə 2012-ci ildə “Əqli mülkiyyət hüquqlarının təminatı və piratçılığa qarşı mübarizə haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edilmişdir.

Müəlliflik və digər əlaqəli hüquqların pozulması Cinayət Məcəlləsində də cinayət kimi təsbit olunmuşdur: (13).

Maddə 165. Müəlliflik hüquqlarını və ya əlaqəli hüquqları pozma.

165.1. Müəlliflik hüququ və ya əlaqəli hüquq obyektlərindən qanunsuz istifadə etmə, yəni özgənin elmi, ədəbi, bədii və ya başqa əsərini öz adı ilə nəşr etdirmə və ya özgənin müəllifliyini başqa cür mənimsəmə, bu cür əsəri qanunsuz olaraq yenidən dərc etmə və ya yayma, habelə şərikli müəllifliyə məcbur etmə, əgər bu əməllər nəticəsində xeyli miqdarda ziyan vurulmuşsa, min manatdan iki min manatadək miqdarda cərimə və ya üç yüz iyirmi saatdan dörd yüz səksən saatadək ictimai işlər ilə cəzalandırılır. Bu mövcud qanunvericiliyin piratçılığa qarşı mübarizə məsələsini kifayət qədər yaxşı tənzimlənməsini bir daha göstərir.

Nəticə

Beləliklə, Azərbaycan folklor nümunələrinin hüquqi qorunma rejiminin daha da gücləndirilməsi üçün aşağıdakıları məqsədmüvafiq hesab etmək olar:

- xalqa məxsus mülkiyyət kimi elan olunması və bu sahədə maarifləndirmə və qanunun tərbiyəvi gücünün təsir qüvvəsinin artırılması yolunda daha səmərəli işlərin görülməsinin müvafiq orqanlara tapşırılması;
- əqli mülkiyyətə məxsus olan hüquqi qorunma rejiminin tətbiq edilməsi;
- qeyri-qanuni istifadəyə və xüsusən mənimsənilməyə qarşı çıxması;
- pozuntulara müəyyən edilmiş cəza sanksiyaların həyata keçirilməsi.

Ədəbiyyat

1. Mirmahmudova, S. (2009). "Azerbaijani Origins and Their Armenianization policies in the Geography of Armenia". Istanbul: 564 p.
2. Məhərrəmov, A. (2018). "Müəlliflik hüququ və digər əqli mülkiyyət hüquqları müasir mərhələdə". Bakı, 500 s.
3. <https://www.e-qanun.az/framework/46944>
4. Xəlilzadə, F. (2009). "Əqli mülkiyyət hüquqlarının qorunmasında əsas şərtlər". Bakı, 723 s.
5. Rüstəmov, M.Ə. (2002). İnformatika. Dərslük. Bakı, 352 s.
6. İmanov, K., İsayev, N. (2002). Azərbaycanda intellektual mülkiyyət hüquqlarının təminatı məsələləri. "Musiqi dünyası" jurnalı, № 1.
7. <https://e-qanun.az/framework/10582>
8. <https://www.e-qanun.az/framework/46947>
9. İsayev, N. (2002). "Azərbaycanda müəllif hüquqlarının təminatı məsələləri". "Musiqi dünyası", № 1-2, Bakı, s.203-209.
10. Nəşriyyat işi. (2001). Bakı: "Yeni nəsil", 218 s.
11. Tahirqızı, Ş. (2008). "Müəlliflik hüququ". Bakı, 657 s.
12. Jurnalistika və hüquq. (2002). Dərs vəsaiti. Ə.Ə.Amaşovun red. ilə. Bakı, 248 s.
13. <https://e-qanun.az/framework/4167>

Rəyçi: h.ü.e.d. Mayis Əliyev

Göndərildi: 01.08.2022

Qəbul edildi: 10.09.2022

SİYASİ MENEJMENTDƏ İCTİMAİYYƏTLƏ ƏLAQƏLƏR

Xülasə

Son illərdə qurumların, müəssisələrin ictimaiyyətlə əlaqələr işinə ehtiyacı artmışdır. Qlobal rəqabət mühitinin korporasiyaları hədəf auditoriyasını daha yaxından tanımağa, onların istək və tələblərinə cavab verməyə məcbur etməsi buna böyük təsir göstərir. İctimaiyyətlə əlaqələr ictimaiyyəti, müştəriləri və qurumun gələcək planlarını koordinasiya şəkildə idarə edir. Hədəf auditoriya ilə qurum arasında əlaqələr qurur. Həmçinin media ilə əlaqələri həyata keçirir. Qurumlar müəyyən hədəf qruplarına təsir göstərilir. Bununla da, cəmiyyətdə müəyyən münasibət və davranış formalaşdırmaqla, ətraf mühitin müəssisəyə münasibətini müsbət mənada yaxşılaşdırırlar. Cəmiyyətdə müəyyən inam və reputasiya yaradırlar.

Açar sözlər: *ictimaiyyətlə əlaqələr, PR texnologiyaları, “corporate PR”, “marketing PR”, ictimaiyyətlə əlaqələrin modelləri, proaktiv PR, reaktiv PR*

Guljan Elnur Novruzzade

Public relations in political management

Abstract

In recent years, the need for public relations work of institutions and enterprises has increased. The fact that the global competitive environment forces corporations to get to know their target audience more closely and respond to their wishes and demands has a great impact on this. Public relations manages the public, customers and future plans of the organization in a coordinated manner. Builds relationships between the target audience and the institution. Also carries out relations with the media. Institutions influence certain target groups. Thus, by forming a certain attitude and behavior in the society, they improve the attitude of the environment towards the enterprise in a positive sense. They create a certain trust and reputation in society.

Keywords: *public relations, PR technologies, corporate PR, marketing PR, models of public relations, proactive PR, reactive PR*

Giriş

Dünyada sənayenin, elm və texnologiyanın inkişafı öz növbəsində iqtisadi artıma da təkan verib. Bununla yanaşı gündəlik iş həyatımıza yeni anlayışlar da gətirib. Son dövrlər tez-tez hallanan “İctimaiyyətlə əlaqələr” birləşməsi də bu qəbildən olan anlayışlardandır. İctimaiyyətlə əlaqələr dünyada daha çox PR abreviaturası ilə məşhurdur. İngilis dilindəki “Public Relations” (İctimai əlaqələr) söz birləşməsinin qısaltmasıdır (1). İctimaiyyətlə əlaqələr sənayeləşmə nəticəsində meydana çıxan bir iş sahəsidir. Onun tarixi Qədim Misir, Roma, Yunanıstan və Qədim Hindistanla əlaqələndirilir. Lakin qeyd etməliyik ki, ictimaiyyətlə əlaqələr işinin müasir formada meydana gəlməsi XX əsrlə bağlıdır. Təbii ki, bu da təsadüfi deyil. Belə ki, müasir dövrdə həm dövlət qurumları, həm də özəl qurumlar hədəf kütlə (qurumun əlaqəsinin olduğu və yaxud da əlaqə qurmaq istədiyi ictimai qruplar) ilə yaxın əlaqə qurmaq və onlara yaxınlaşmaq arzusundadır. Əsrimizdə idarə edənlərlə idarə olunanlar arasında uçurum yavaş-yavaş yox olmağa doğru gedir. Bir tərəfdən idarə edənlər xalqa yuxarıdan baxmaq yox, onlarla yaxınlaşmağa üstünlük verirlər. Digər tərəfdən də idarə olunanlar qanunların onlara verdiyi hüquq və azadlıqlardan istifadə etmək istəyirlər (Məhərrəmov, 2002: 9).

Müxtəlif lüğət və ensiklopediyalarda PR – ictimaiyyətlə əlaqələr anlayışına fərqli təriflər verilir. Britaniya ensiklopediyasında ictimaiyyətlə əlaqələr anlayışı “Hər hansı bir şəxs və ya qurumun

cəmiyyət ilə əlaqəsini inkişaf etdirmək üçün göstərdiyi səylər” kimi xarakterizə edilir.

Webster’s New International Dictionary PR anlayışına “Hər hansı bir şirkət, hökumət və ya qurumun müştəri, kadr, şərik kimi özəl ictimai qruplar və ya xalq ilə sağlam və məhsuldar əlaqələr qurması, bu əlaqələri inkişaf etdirməsi yolu ilə özünü ətraf mühitə qəbul etdirməsi və cəmiyyətə tanıtdırması məqsədi ilə göstərilən səylər” kimi tərif verir.

Beynəlxalq İctimaiyyətlə Əlaqələr Birliyi isə ictimaiyyətlə əlaqələrə belə tərif verir – “İctimaiyyətlə əlaqələr işi bir şirkətin, özəl və ya dövlət qurumunun əlaqə qurduğu və ya qurmaq istədiyi şəxs və ya qrupların anlayış, simpatiya və dəstəyini qazanmaq və bunu davam etdirmək üçün həyata keçirdiyi daimi və təşkilatlanmış bir idarəetmə funksiyasıdır” (Məhərrəmov, 2002: 18).

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi ictimaiyyətlə əlaqələr işinin tarixi qədim dövrlə əlaqələndirilir. Qədim Yunanıstan və Romada mövcud olmuş “forum” həmin dövr üçün ictimaiyyətlə əlaqələr vasitəsi hesab olunurdu. Yazının olmadığı dövrlərdə üz-üzə görüşlər, söhbətlər ictimaiyyətlə əlaqələrin qurulması, məlumatlandırılması üçün ən effektiv vasitə hesab olunurdu. 1440-cı ildə mətbəenin kəşf edilməsi ictimaiyyətlə əlaqələrin inkişafında mühüm rol oynadı. Mətbuat orqanları vasitəsilə idarə edənlərlə ictimaiyyət arasında əks əlaqə quruldu və bu əlaqə intensivləşdi (Məhərrəmov, 2002: 27).

Bu gün siyasi bazarda istifadə olunan PR texnologiyaları ilk əvvəl böyük biznes sahəsində formalaşmışdır. XX əsrin əvvəllərində kommunikasiyalar üzrə müstəqil ekspert, amerikalı A.Li pablik rileyşnz texnologiyalarının əsasını qoymuşdur. Lakin bu tip kommunikativ münasibətlər ikinci dünya müharibəsindən sonra kütləvi hal aldı və get-gedə mükəmməlləşdi.

PR-ın tarixi təkamülü onun nisbətən müstəqil qollarını formalaşdırır. PR texnologiyaları yerinə yetirdikləri vəzifələrlə fərqlənir. Həmin vəzifələrə kommunikatorun dövlət və ictimai təşkilatlarla əlaqələrinə xidmət etmək (public affairs), KİV-lərlə münasibətləri qorumaq (media relations), investorlarla qarşılıqlı əlaqələri saxlamaq (investor relations), böhranlı situasiyaları idarə etmək (crisis management) və s. aid edilir.

Ən əsas PR texnologiyalarından biri siyasi obyektlərin müsbət imicinin yaradılmasıdır. Ayrı-ayrı şəxsiyyətlər, korporativ strukturlar (partiyalar, hərəkatlar), hətta bütövlükdə dövlət, yaxud dövlətlərarası təşkilatlar belə obyekt ola bilər (Ələkbərova, 2005: 208).

Son dövrlərdə PR sahəsinin inkişafı ilə əlaqədar olaraq yeni vəzifələri meydana gəlmişdir ki, bunlar “korporate pr”, “marketing pr” anlayışları ilə ifadə olunur. Bu yeni anlayışlar çərçivəsində ictimaiyyətlə əlaqələr üzrə mütəxəssislər artıq reklam, sponsorluq, müştəri xidmələri kimi fəaliyyətlərin koordinasiyası ilə məşğul olurlar.

Bu sahədə meydana gələn yeni anlayışlara, həmçinin “proaktiv pr” və “reaktiv pr” daxildir. Proaktiv pr heç bir kriz olmadığı halda tətbiq olunan, reaktiv pr isə problemlə və kriz vaxtlarında istifadə olunan ictimaiyyətlə əlaqələr proqramlarıdır.

PR - reklam və ya marketing deyil. Əsas fərq ondan ibarətdir ki, reklamın və ya marketingin məqsədi iqtisadidir, yəni məhsulu satmaqdır. PR-ın əsas məqsədi isə marka ilə əlaqəlidir, məhsul və ya şəxs haqqında müsbət ictimai rəy formalaşdırma, müsbət marka imicini yaratmaqdır. PR-ın aşağıdakı növləri var:

- Məhsul - şirkətin konkret məhsulları və ya xidmətləri önə çəkilir.
- Korporativ - şirkətin daxili xəbərləri nümayiş etdirilir.
- Böhran - PR alətləri meydana gələn problemləri aradan qaldırır, şirkət ətrafında cərəyan edən neqativ hadisələr neytrallaşdırılır.
- Sosial - qeyri-kommersiya təşkilatları və sosial təşkilatlarla əlaqələr.
- Virus - istifadəçilərin özlərinin bölüşmək istədiyi kontinentin yaradılması (4).

Yuxarıda qeyd etdiklərimizdən başqa PR-ın digər növləri də fərqləndirilir. Bunlara aşağıdakılar aiddir;

Qara PR - bu tip PR-da subyektlər rəqiblərinə qarşı açıq şəkildə ədalətsiz və qeyri-hüquqi mövqedən çıxış edirlər. Qara PR - ın ən əsas metodu intriqa, yalan, böhtan, hiylə, saxta dəlillərin arqument kimi göstərilməsi hesab olunur. Bu növ PR həqiqəti dəyişmək, ictimai rəyə mənfi təsir göstərməklə xalqı öz liderindən uzaqlaşdırmaq, ordu və liderə olan etibarını sarsıtmaq, sosial, siyasi və iqtisadi əlaqələri zəiflətmək məqsədi daşıyır. Mənbəyi gizli olduğu üçün qarşı tərəfin əks-təbliğat

imkanı az olur. Əks tərəfin içərisində xainlərin olduğu hissini yaradır ki, bu da ruh düşkünlüyünə səbəb olur.

Ağ PR - aşkar və ədalətli şəkildə həyata keçirilən təbliğatdır. Bu növ PR-da dəqiq informasiyaya üstünlük verilir. Ağ PR kütlədə etibarın, güvənin yaranmasına səbəb olur. Bu tip PR liderin, həmçinin, dövlətin istər ölkədaxili, istərsə də beynəlxalq arenada müsbət imicinin yaradılması üçün mühüm rol oynayır.

Boz PR - burada əsas məqsəd baş vermiş hadisəyə onlarla yalan qoşmaqla qarşı tərəfi gülünc vəziyyətə salmaq, imicini ləkələməkdir. Boz PR-ın əsas xüsusiyyəti mənbəyinin qeyri-müəyyən olmasıdır ki, bu da qarşı tərəfi çıxılmaz vəziyyətdə qoyur.

Yaşıl PR - sosial məhsul PR-ı kimi nəzərdən keçirilir.

Sosial PR - bu fəaliyyət pozitiv, müsbət modellərin formalaşdırılmasına yönəlmiş təbliğatdır. PR-ın bu sferasına ənənəvi olaraq xeyriyyəçi təşkilatlar, qeyri-kommersiya ictimai təşkilatları və xeyriyyəçi layihələri olan biznes strukturları aid edilir.

Samo PR - bir növ öz-özünü tərifləmək, naliyyətlərini ictimaiyyətə çatdırmaq, daim diqqət mərkəzində olmaq kimi xarakterizə olunur. Bunu edən subyektlər daha çox vətəndaşları maraqlandıran müxtəlif məsələləri müzakirə etmək, ictimaiyyətlə görüşlər və xeyriyyə tədbirləri keçirmək, idman və əyləncə tədbirlərində eləcə də, televiziya proqramlarında iştirak etmək kimi üsullardan istifadə edirlər.

Viral PR - son 10 ildə geniş istifadə olumağa başlanmışdır ki, bu da viral PR-ın daha çox internet üzərindən aparılması ilə əlaqəlidir. Bu növ PR-ın istifadəsi zamanı komik video və şəkillərdən, qeyri-adi şərhlərdən, internet və SMS göndərmələrindən, flash oyunlar və qısa informasiya mesajlarından istifadə edilir (5).

İctimaiyyətlə əlaqələr təşkilatlar üçün kommunikasiya məqsədlərinə çatmaqda çox vacibdir. Ünsiyyətin idarə edilməsində iştirak edən ictimaiyyətlə əlaqələr, şirkətin məlumatlarını hədəf auditoriyaya ötürməklə, eyni zamanda hədəf auditoriyadan gələn məlumatları təhlil edərək, ünsiyyətin müəyyənləşdirilməsində istifadə etməklə daimi korporativ imicinin yaradılmasına öz töhfəsini verir.

İctimaiyyətlə əlaqələr bu vəzifəni yerinə yetirərkən dörd əsas model çərçivəsində hərəkət edir. Grunig və Hunt tərəfindən hazırlanmış, geniş şəkildə qəbul edilən “Mətbuat Agentliyi - Təqdimat modeli, İctimai məlumat modeli, iki istiqamətli asimmetrik model və iki istiqamətli simmetrik model” fərqli istifadə sahələri və hədəfləri baxımından bir-birindən fərqlidir.

Mətbuat agentliyi-promosyon modeli. Qruniq və Hunt tərəfindən hazırlanmış modellərdən birincisi olan mətbuat agentliyi-promosyon modelinin mahiyyəti ictimaiyyətin diqqətini cəlb edərək bir mövzunun təbliği prinsipinə əsaslanır. Göndərəndən alıcıya “tək tərəfli” ünsiyyətin olduğu bu modeldə problemi ortaya qoymayan mesajlarla qısa zamanda ictimaiyyətdə arzu olunan davranışların formalaşdırılması hədəflənir. Bu modeldə mesajın reallığı arxa planda qaldığı halda, ictimaiyyətin diqqətini cəlb etmək vacibdir.

Dəqiqlik tələb etməyən mətbuat agentliyi-tanıtım modelində araşdırmaya çox az yer verilir. Tədqiqat həyata keçiriləcək fəaliyyətlərdə iştirak dərəcəsini görməklə məhdudlaşır. Uğurun “mediada iştirak nisbəti” ilə ölçüldüyü modeldə qarşılıqlı anlaşma vacib sayılır.

Mətbuat agentliyi-təşviqat modeli dörd ictimai əlaqələr modelindən ən sadəsi kimi tanınır. Bu modelə, ümumiyyətlə, ictimaiyyətlə əlaqələr idarəçiliyinin əhatə dairəsini və əhəmiyyətini başa düşməyən və ictimaiyyətlə əlaqələri “elan-təşviqat” ilə sinonim kimi görən təşkilatlar üstünlük verir.

İctimaiyyətə tanıtma modeli. Bu modeldə əsas olan “ictimaiyyəti məlumatlandırmaq”, təşkilatların mətbuat vasitəsilə ictimaiyyətə izahatı və tanıtılmasıdır. İctimai tanıtma modelində proses mənbədən alıcıya qədər “birtərəfli” olsa da, dəqiqlik anlayışı böyük əhəmiyyət kəsb edir. Mənbənin verdiyi məlumatların dəqiqliyi ictimaiyyətin qurumda təmin olunan şəkildə məlumatlandırılmasını təmin etməklə yanaşı, qurumlar üçün həyati əhəmiyyət kəsb edən inamın formalaşmasına da töhfə verir. Bu modeldə prioritet mesajların hədəf auditoriyaya çatdırılması olduğundan, hədəf qrupları haqqında çox məlumat yoxdur. Bu modeldə aparılacaq araşdırmalar, ümumiyyətlə, əldə ediləcək hədəf auditoriyanın profili ilə məhdudlaşır. Vətəndaşlarla ölkəni idarə

edən siyasi hakimiyyət arasında ünsiyyət forması daha çox bu modelə əsaslanır. Bundan əlavə, həmkarlar ittifaqları, assosiasiyalar və digər qeyri-hökumət təşkilatları ictimaiyyəti məlumatlandırarkən və ya onlar haqqında bir iddiaya cavab verərkən “açıqlamağı” seçərək öz fikirlərini ictimaiyyətlə bölüşürlər. Bu modeldə edilən izahat ictimaiyyəti nə dərəcədə qane edir, beyinlərdəki sualları necə cavablandırır kimi mühüm sualların cavabı yoxdur. “Birtərəfli” ünsiyyət prosesi işlədildiyi üçün hədəf auditoriyadan rəy almaq mümkün deyil. Açıqlamanın və ya verilən məlumatın ictimaiyyətdə necə rezonans doğurduğu bilinmədiyi üçün məlum deyil.

İki tərəfli asimmetrik model. 1900-cü illərin əvvəllərindən tətbiq edilən ikitərəfli asimmetrik model əsasən qarşılıqlı, lakin balanssız ünsiyyətə əsaslanır. İkitərəfli asimmetrik modelin məqsədi elmi məlumatlara əsaslanan inandırma strategiyalarını həyata keçirmək, yəni hədəf auditoriyayı inandırmaqdır. Bu inandırma prosesini həyata keçirmək üçün tədqiqat nəticələrindən və sosioloji faktlardan istifadə edilir. Asimmetrik kommunikasiya modelinin tətbiq olunduğu ictimaiyyətlə əlaqələr təcrübələrində digər iki modeldən fərqli olaraq hədəf auditoriyadan rəy alınır, lakin bu məlumat ilk növbədə hədəf auditoriyaya təşkilatın xeyrinə daha uğurlu təsir göstərmək üçün istifadə olunur. Burada “davranış dəyişikliyi” ictimai əlaqələr vasitəsilə hədəf auditoriyaya yönəldilir. İkitərəfli asimmetrik model bu gün daha çox elmi məlumatlara əsaslanaraq hədəf auditoriyayı inandırmaq üçün istifadə olunur. Tədqiqat hesabatları, ekspert rəyləri və ya müxtəlif test nəticələri ilə dəstəklənən mesajları ictimaiyyətə təqdim etməklə etimad elementi yaratmaq arzu edilir. Bu model tədqiqata, elmi biliyə və bilik fenomeninə digər iki modeldən daha çox əhəmiyyət verir. Bu modelin ən həssas məqamı onun “inandırma” əsasında qurulmasıdır, çünki ünsiyyətdə uğur əldə etmək üçün hədəf auditoriyayı məlumatlandırmaq lazımdır.

İki tərəfli simmetrik model. Dörd ictimai əlaqələr modelindən ən ideali olaraq təyin olunan iki tərəfli simmetrik modeldə anlayışın təmin edilməsi, ikitərəfli ünsiyyətin qurulması və tərəflər arasında tarazlığın yaradılması vacibdir. Bu modeldə bəzən hədəf auditoriya, bəzən də qurum ünsiyyəti idarə edən tərəf ola bilər. Qarşılıqlı danışıqlar və münaqişələrin həlli strategiyaları vasitəsilə ikitərəfli simmetrik modeldə birlikdə yaşamaq üçün lazımı dəyişikliklərin həyata keçirilməsi hədəflənir. Bu model həm də hədəf auditoriyasının fikirlərinin qiymətləndirilməsi və təşkilatın sosial məsuliyyətinin tətbiqi baxımından 21-ci əsrin müasir ictimaiyyətlə əlaqələr anlayışını ortaya qoyur. İki tərəfli simmetrik model iki tərəfli asimmetrik modelə bənzəsə də, əslində çox vacib bir nöqtədə fərqlənir. İkitərəfli asimmetrik modelin əsasını “inandırma üsulu” təşkil edir.

Hədəf auditoriyaya inandırma strategiyaları rəhbərlik edir və arzu olunan mesajı inanmağa yönəlib. Burada hədəf auditoriya verilən mesajı “məruz qalır”. Hədəf auditoriyanın məlumatlandırılmaqdan başqa edəcəyi yeganə şey mesajı rədd etmək və ya mesajı qapalı olmaqdır. Halbuki, ikitərəfli simmetrik modeldə “ifşa etmək, istiqamətləndirmək, təsir etməyə çalışmaq” məqsədi yoxdur əksinə, bu modeldə “qarşılıqlı anlaşma, danışıqlar və qarşılıqlı əlaqə” mövcuddur. Belə bir mühit olduğundan, bu model tətbiq olunduğu zaman hədəf auditoriyanın təşəbbüs göstərə biləcəyi vəziyyətlər ola bilər və qarşılıqlı anlaşma şəraitində ortaq zəminə gəlmək olar. İctimaiyyətlə əlaqələr modelləri arasında ən funksionalı ikitərəfli simmetrik modeldir. Lakin təəssüf ki, onun həyata keçirilməsi ciddi bilik və qətiyyət tələb etdiyindən və təşkilatlar bu modelin gətirəcəyi əlavə dəyərdən hələ xəbərdar olmadığından geniş istifadə olunmur. Amma görünən odur ki, ictimaiyyətlə əlaqələr idarəçiliyinin əhəmiyyətinin dərk edilməsi ilə ikitərəfli simmetrik kommunikasiya modeli öz əhəmiyyətini artıracaq və geniş yayılacaq (Ozkan, 2009: 20-22).

İnternetin inkişafı ilə onlayn ünsiyyət anlayışı da həyatımıza daxil oldu. Onlayn ünsiyyət tətbiqləri insanlararası münasibətlərdən qrup işi, reklam, ictimaiyyətlə əlaqələr və marketinq kimi bir çox sahədə istifadə olunmağa başlayıb. İctimaiyyətlə əlaqələr tədqiqatları elektron mühitdə “WEB ictimaiyyətlə əlaqələr, Net ictimaiyyətlə əlaqələr və onlayn ictimaiyyətlə əlaqələr” kimi formalaşır.

WEB ictimaiyyətlə əlaqələrə qarşılıqlı əlaqə yaratmağa imkan verən korporativ internet saytları daxildir. Veb sayt ictimaiyyətlə əlaqələr məqsədləri ilə yanaşı, reklam, satışın təşviqi, birbaşa marketinq fəaliyyətləri kimi marketinq kommunikasiyasının alt komponentlərinə də xidmət edir. Korporativ internet saytları ictimaiyyətlə əlaqələr idarəçiliyinin işini asanlaşdırır və son dərəcə

qənaətli şərtlər altında qısa müddətdə müxtəlif hədəf auditoriyalara mesaj göndərmək imkanı verir. Bundan əlavə, korporativ veb-saytlar da ictimaiyyətlə əlaqələr idarəçiliyinə mesajları fərdiləşdirmək və istədikləri zaman yeniləmək imkanı verir.

NET ictimaiyyətlə əlaqələr. Buraya internetdəki söhbət qrupları, forumlar, siyahılar, qurum haqqında elektron poçtla göndərilən aktual xəbərlər, məlumatları ehtiva edən elektron xəbər bülletenləri, mediaya göndərilən elektron press-revizlər daxildir. NET ictimaiyyətlə əlaqələr idarəedənlərlə idarəolunanlar arasındakı əlaqəni sürətləndirir, bununla yanaşı, şəbəkə mühitində qarşılıqlı əlaqə tətbiqləri ilə kağız, poçt, nəqliyyat kimi elementləri aradan qaldırır və onların imkanlarını azaldır.

Onlayn ictimaiyyətlə əlaqələr. Artıq internetdə çoxlu qəzet və jurnal oxumaq, xəbər portalları vasitəsilə gündəlik hadisələri izləmək mümkündür. Onlayn kitabxanalar da virtual mühitdə getdikcə daha çox yayılmışdır. Onlayn mətbuat otağı hazırlamaq və internet üzərindən konfranslar keçirmək də mümkündür. Bütün bu inkişaf onlayn münasibətlərin idarə edilməsinin bəzi yeni təcrübələrini gətirir və tədricən onlayn əlaqələr geniş yayılır. Uğurlu nəticələr əldə etmək üçün ictimaiyyət arasında münasibətlərin modelini peşəkarcasına bilməklə yanaşı, virtual aləmin özünəməxsus xüsusiyyətlərini və funksiyalarını da bilmək lazımdır. Virtual aləmdə ictimaiyyətlə əlaqələrin idarə edilməsində istifadə olunan müxtəlif ünsiyyət vasitələri və rabitə vasitələri var ki, bunlara korporativ internet saytları, e-poçt, intranet, ekstranet, onlayn verilənlər bazası, bloqlar və müzakirə qrupları daxildir.

Nəticə

Göründüyü kimi, ictimaiyyətlə əlaqələrin idarə olunması həm qurumlar, həm də cəmiyyətlər üçün strateji əhəmiyyətə malikdir. Əgər inkişaf edən texnologiyanın köməyi ilə bu mühüm idarəetmə vasitəsinin keyfiyyətləri artırılırsa, funksiyaları yaxşılaşdırılırsa və əlavə dəyəri artırılırsa, o, daha çox fərdi, institusional və sosial məqsədlərə xidmət etmək imkanı əldə edəcək.

Ədəbiyyat

1. https://az.wikipedia.org/wiki/ictimaiyyətlə_əlaqələr
2. Məhərrəmov, R. (2002). İctimaiyyətlə əlaqələr. Bakı: Adiloğlu nəşriyyatı, 87 s.
3. Ələkbərova, N. (2005). Siyasi elmin tarixi və metodologiyası. Bakı: Azərbaycan nəşriyyatı, 240 s.
4. <https://youthfoundation.az/?lang=en>
5. <https://az.everaoh.com/pr-nədir-və-hansi-pr-noevləri-var>
6. Ozkan, A. (2009). Public Relations management. Istanbul: Istanbul Chamber of Commerce, 184 p.

Rəyçi: siyasi elm.ü.f.d. Xatirə Əfəndiyeva

Göndərildi: 03.08.2022

Qəbul edildi: 15.09.2022

İÇİNDƏKİLƏR

HUMANİTAR VƏ İCTİMAİ ELMLƏR HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

Mehriban Zeynal qızı Hacızadə

Məntiqi inkarlıq, onun mahiyyəti və inkarlıq konstruksiyaları zəminində dilin zənginləşməsi.....6

Sevinc Məhərrəm qızı Hacıyeva

Klassik lüğət ənənəsinin mədəniyyətin qorunub saxlanılmasında və ötürülməsində rolu və yeri..... 13

Pərviz Eldar oğlu Qurbanov

Sosial-iqtisadi böhran fonunda ictimai-siyasi proseslərdə prekariatların və lumpenlərin rolu.....16

Şükran Qurban oğlu Hacızadə

Azərbaycanda bölgə turizminin inkişaf problemləri.....19

İnarə Rizvan qızı Zeynalzadə, Röya Mirtaleh qızı Mirtalıbova, Nərmin Ülvi qızı Əhmədova

Azərbaycan folkloru və digər yaradıcılıq nümunələrinin ermənilər tərəfindən oğurlanması

hüquqazidd əməl kimi.....23

Gülcan Elnur qızı Novruzzadə

Siyasi menecmentdə ictimaiyyətlə əlaqələr.....30

İmzalandı: 27.08.2022

Formatı: 60/84, 1/8

H/n həcmi: 7.25 ç.v.

Sifariş: 569

<https://aem.az> saytında çap olunub.

Ünvan: Bakı şəh., Mətbuat prospekti, 529-cu məh.

“Azərbaycan” nəşriyyatı, 6-cı mərtəbə.

Tel.: +994 50 209 59 68

+994 55 209 59 68

+994 12 510 63 99

e-mail: zengezurda1868@mail.ru

