


UDC: 327

LBC: 66.4(4\8)

MJ № 240

 10.33864/2617-751X.2024.v7.i4.87-99

Propagation, Agitation, Persuasion, and Propaganda: A Comparative Conceptual Analysis

Jahandar Jabarov*

Abstract. The study aims to conduct a conceptual analysis of the terms persuasion, advocacy, propaganda, and propagation within the field of political science in Azerbaijan. Each term is examined individually to explore their usage areas and specific functions, highlighting the differences and similarities. In this context, propaganda is defined as the systematic and biased communication activity that manipulates the beliefs, attitudes, and behaviors of masses to serve the interests of a particular political subject. Propagation refers to verbal or written activities aimed at disseminating and deepening any theory, idea, or knowledge among the masses. Agitation involves verbal or written activities aimed at influencing and motivating people to perform a specific task and exerting political influence over large populations. Persuasion, on the other hand, is the activity of influencing an individual's will and psyche to accept a certain idea, belief, or emotion. The article demonstrates that propaganda encompasses a broader and more complex scope, integrating the components of persuasion, propagation, and agitation. Consequently, in the field of political science in Azerbaijan, each of these terms has its unique functions and areas of usage. However, propaganda is a more comprehensive term that includes these concepts and combines manipulative strategies and methods to influence masses. Therefore, it is crucial to accurately and conceptually articulate the term propaganda in the field of political science in Azerbaijan. This is essential for expressing complex political technologies and ensuring the proper use of the term propaganda in international academic and practical applications.

Keywords: propagation, agitation, persuasion, propaganda, comparative analysis, conceptual analysis

* PhD Student at the department of Sociology at Istanbul University; Istanbul, Türkiye

E-mail: jahandar.jabarov@ogr.iu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-0075-2398>

To cite this article: Jabarov, J. [2024]. Propagation, Agitation, Persuasion, and Propaganda: A Comparative Conceptual Analysis. *“Metafizika” journal*, 7(4), pp.87-99.

<https://doi.org/10.33864/2617-751X.2024.v7.i4.87-99>

Article history:


Received: 04.08.2024

Accepted: 28.10.2024

УДК: 327

ББК: 66.4(4\8)

МЖ № 240

 10.33864/2617-751X.2024.v7.i4.87-99

Пропедевительность, Агитация, Уговаривание и Пропаганда: Сравнительный концептуальный анализ

Джахандар Джабаров*

Абстракт. Исследование направлено на проведение концептуального анализа терминов уговаривание, агитация, пропаганда и пропедевительность в области политических наук в Азербайджане. Каждый термин рассматривается отдельно для изучения их областей применения и специфических функций, с акцентом на различия и сходства. В этом контексте пропаганда определяется как систематическая и предвзятая коммуникационная деятельность, манипулирующая убеждениями, отношениями и поведением масс для служения интересам конкретного политического субъекта. Пропедевительность относится к вербальной или письменной деятельности, направленной на распространение и углубление любой теории, идеи или знания среди масс. Агитация включает в себя вербальную или письменную деятельность, направленную на воздействие и мотивацию людей к выполнению конкретной задачи и оказанию политического влияния на широкие слои населения. Уговаривание, с другой стороны, представляет собой деятельность по влиянию на волю и психику индивидуума для принятия определенной идеи, убеждения или эмоции. В статье показано, что пропаганда охватывает более широкую и сложную сферу, интегрируя компоненты пропедевительности, агитации и уговаривания. Следовательно, в области политических наук в Азербайджане каждый из этих терминов имеет свои уникальные функции и области применения. Однако пропаганда является более всеобъемлющим термином, включающим в себя эти концепции и сочетающим манипулятивные стратегии и методы воздействия на массы. Поэтому важно точно и концептуально ясно артикулировать термин пропаганда в области политических наук в Азербайджане. Это необходимо для выражения сложных политических технологий и обеспечения правильного использования термина пропаганда в международных академических и практических приложениях.

Ключевые слова: Пропедевительность, Агитация, Уговаривание, Пропаганда, Сравнительный анализ, Концептуальный анализ

* Докторант кафедры социологии Стамбульского университета; Стамбул, Турция

E-mail: jahandar.jabarov@ogr.iu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-0075-2398>

Цитировать статью: Джабаров, Дж. [2024]. Пропедевительность, Агитация, Уговаривание и Пропаганда: Сравнительный концептуальный анализ. *Журнал «Metafizika»*, 7(4), с.87-99.

<https://doi.org/10.33864/2617-751X.2024.v7.i4.87-99>

История статьи:

Статья поступила в редакцию: 04.08.2024


Отправлена на доработку: 09.09.2024

Принята для печати: 28.10.2024

UOT: 327

KBT: 66.4(4\8)

MJ № 240

 10.33864/2617-751X.2024.v7.i4.87-99

Təbliğat, Təşviqat, Təlqin və Propaqanda: Müqayisəli Konseptual Təhlil Cahandar Cabarov*

Abstrakt. Tədqiqat Azərbaycan siyasi elmlərində təlqin, təşviqat, təbliğat və propaqanda məfhumlarının konseptual analizini aparmaq məqsədilə aparılmışdır. Məqalədə bu terminlərin hər biri ayrıca təhlil edilərək onların istifadə sahələri və spesifik funksiyaları araşdırılmış, fərqlər və oxşarlıqlar izah edilmişdir. Bu baxımdan, propaqanda müəyyən bir siyasi subyektin maraqlarını həyata keçirmək üçün kütlələrin inanclarını, münasibətlərini və davranışlarını manipulyasiya edən sisteməlik və qərəzli kommunikasiya fəaliyyətidir. Təbliğat hər hansı bir nəzəriyyəni, ideyanı və ya biliyi kütlə arasında yaymaq və dərinləşdirmək məqsədilə həyata keçirilən şifahi və ya yazılı fəaliyyətlərdən ibarətdir. Təşviqat geniş xalq kütlələrinə siyasi nüfuz göstərmək və insanları müəyyən bir işi görmək üçün həvəsləndirmək məqsədilə həyata keçirilən şifahi və ya yazılı fəaliyyətləri əhatə edir. Təlqin isə hər hansı bir fikri, əqidəni və ya hissi qəbul etdirmək üçün birinin iradəsinə və psixikasına təsir etmə fəaliyyətidir. Məqalədə göstərilir ki, propaqanda təlqin, təbliğat və təşviqatın birləşməsini ehtiva edən daha geniş və kompleks bir fəaliyyət sahəsidir. Nəticə olaraq, Azərbaycan siyasi elmində təlqin, təbliğat və təşviqat məfhumlarının hər biri özünəməxsus funksiyaları və istifadə sahələri ilə fərqlənir. Lakin propaqanda bu məfhumları özündə ehtiva edən, həmçinin manipulyativ strategiyaları və kütlələrə təsir metodlarını birləşdirən daha geniş bir fəaliyyət sahəsidir. Bu səbəbdən Azərbaycan siyasi elmində propaqanda məfhumunun olduğu kimi, dəqiq və konseptual olaraq aydın şəkildə işlədilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu, kompleks siyasi texnologiyaları ifadə etmək və beynəlxalq akademik və praktik təbiqlər baxımından propaqanda məfhumunun düzgün istifadəsini təmin etmək baxımından vacibdir.

Açar sözlər: təbliğat, təşviqat, təlqin, propaqanda, müqayisəli təhlil, konseptual təhlil

* İstanbul Universiteti, Sosiologiya kafedrasının doktorantı; İstanbul, Türkiyə

E-mail: jahandar.jabarov@ogr.iu.edu.tr

<https://orcid.org/0000-0002-0075-2398>

Məqaləyə istinad: Cabarov, C. [2024] Təbliğat, Təşviqat, Təlqin və Propaqanda: Müqayisəli Konseptual Təhlil. “Metafizika” jurnalı, 7(4), səh.87-99.

<https://doi.org/10.33864/2617-751X.2024.v7.i4.87-99>

Məqalənin tarixçəsi:

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur: 04.08.2024

Təkrar işlənməyə göndərilmişdir: 09.09.2024

Çapa qəbul edilmişdir: 28.10.2024

1. Giriş

Azərbaycan siyasi elmində propaqanda məfhumu bir o qədər geniş yayılmayıb. Bu sahədə aparılan elmi-akademik tədqiqatlar məhdud olduğu üçün sistemli konseptual təhlil aparılmayıb. Az sayda mövcud olan ədəbiyyatda isə konseptual təhlil verilmədən təbliğat məfhumundan istifadə olunub. Məsələn, Rəşad Ağazadənin "Azərbaycanın xarici siyasətində ictimai əlaqələrin və xalq diplomatiyasının rolu (Ağazadə, 2015)" və Hüsniyyə Babayevanın "Müasir dövrdə ictimai fikrin formalaşmasında PR-texnologiyaların rolu: Azərbaycan Respublikası təmsalında (Babayeva, 2014)" başlıqlı fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün təqdim olunan dissertasiyalarında ingilis dilindəki *propaganda* termininin qarşılığı olaraq təbliğat məfhumundan istifadə olunur. Cahandar Cabarovun "Siyasi propaqanda texnologiyaları", "Sosioloji propaqanda: Jak Elüldən günümüzə", "Siyasi fəlsəfə və propaqanda" və s. məqalələrində isə eyni məfhum propaqanda olaraq verilib. Ədəbiyyatlardan da göründüyü kimi, bu sahədə vahid bir məfhumdan istifadə edilmir və terminlərə xotik yanaşma var. Bu baxımdan, sözügedən sahədə sistemli bir konseptual təhlilə ehtiyac var idi. Tədqiqatımız bu ehtiyacı həll etmək zərurətindən doğmuşdur.

Bu səbəbdən, tədqiqatın məqsədi təlqin, təşviqat, təbliğat və propaqanda məfhumlarının konseptual analizini aparmaq, terminoloji olaraq onların konturlarını dəqiq şəkildə müəyyənləşdirmək və hər birinin istifadə sferasını nəzərəcarpacaq dərəcədə fərqləndirməkdir. Bu baxımdan, məqalədə hər bir termin ayrı-ayrılıqda təhlil edilərək, mənası, istifadə sahələri və spesifik funksiyaları nəzərdən keçirilir. Bununla yanaşı, bu terminlərin arasındakı fərqlər və oxşarlıqlar göstərilərək, hansı hallarda hansı ifadənin daha məqbul olduğu izah edilir. Ona görə də məqalə bəhs edilən məfhumların fərqlərini və istifadəsi üçün ən uyğun məqamları müəyyən edərək, akademik və praktik sahələrdə bu məfhumların doğru istifadəsini təşviq etməyi hədəfləyir. Məqalə məfhumların dəqiq konseptual sərhədlərini müəyyən edərək, bu terminlərin elmi və praktik istifadəsində yanlış anlaşılmalara aradan qaldırmaqla, siyasi elmlərdə, xüsusilə siyasi kommunikasiya sahəsində elmi ədəbiyyata töhfə verəcək. Məqalədə sözügedən məfhumların konseptual analizini aparmaq məqsədilə müqayisəli analiz və mətn analizi metodlarından istifadə olunur. Müqayisəli təhlil metodu ilə bu terminlərin mənalara və istifadə sahələri arasındakı fərqlər və oxşarlıqlar müəyyən edilir, mətn təhlili vasitəsilə isə bu ifadələrin müxtəlif kontekstlərdə necə tətbiq olunduğu öyrənilir.

2. Propaqanda nədir?

Məqalənin giriş hissəsində də qeyd olunduğu kimi, Azərbaycanda siyasi kommunikasiya və siyasi sosiologiya sahəsində tədqiqatlar az olduğu və azərbaycandilli ədəbiyyatlarda propaqandaşünaslıq (*propaganda studies*)

araşdırmaları olduqca məhdud sayda olduğu üçün elmi ədəbiyyatda dərin bir konseptual təhlilə rast gəlmirik. Ancaq xarici ədəbiyyatlarda, xüsusilə ingilisdilli və fransızdilli elmi-konseptual diskursda propaqandanın bir termin kimi istifadəsinə dair olduqca dərin müzakirələr görürük.

Propaqandaya tərif vermiş filosoflardan birincisi Bertrand Rasselidir. Rasselin propaqanda tərifi neytral başlayır, lakin mənfi bir yöndə dəyişərək, propaqandanı insanları bir siyasi subyektin xidmətinə/fəaliyyətinə cəlb etmək üçün hər hansı bir cəhd kimi xarakterizə edir. Bu tərif birtərəfli yanaşmaya sahibdir və propaqandanı qərəz və manipulyasiya ilə məhdudlaşdırır [Russel, 1967]. Çalmers Mitçel isə öz növbəsində propaqandanı auditoriyadan daha çox təbliğatçının maraqlarını təbliğ edən və həqiqətə qarşı laqeyd olan bir fəaliyyət kimi təsvir edir. Bu tərif propaqanda məfhumunu sadəcə öz mənafeyini güdən və aldadıcı kommunikasiya ilə məhdudlaşdırır. Eduard Birneys isə nisbi bir tərif verir, propaqanda ilə təlim-təhsilin yalnız baxış bucağına görə fərqləndiyini söyləyir. Bu geniş tərif nəyi propaqanda olaraq adlandıra biləcəyimizin siyasi-sosioloji kommunikasiyanın növünə deyil, onu necə qəbul etdiyinizə bağlı olduğunu göstərir [Bernays, 1923]. Propaqandaşünaslıqda xüsusi yeri olan Harold Lasvel propaqandanı sosial təklifin birbaşa manipulyasiyası vasitəsilə rəylərin və münasibətlərin idarə edilməsi kimi müəyyən edir. Bu tərif, manipulyasiya və nəzarəti vurğulayaraq daha dar bir baxış təqdim edir [Lasswell, 1927]. Leonard Dub propaqandanı şəxsiyyətlərə təsir etməyə və davranışı elmdən uzaq və qeyri-etik dəyərlərə malik olan məqsədlərə yönəltməyə çalışmaq kimi müəyyən edir. Bu tərif özlüyündə nisbi anlayışları ehtiva edir və praktikada məfhumun dəqiq tətbiqini çətinləşdirir [Doob, 1966]. Propaqanda məfhumunu ən geniş tədqiq etmiş və bu sahədə çox sayda elmi əsərə sahib olan fransız düşüncə adamı Jak Elül isə propaqandanı qrupların və ya kütlələrin psixoloji manipulyasiyası ilə güc qazanmaq və ya bu gücü onların dəstəyi ilə istifadə etmək vasitəsi kimi təsvir edir. Onun tərifi güc və nəzarət elementini vurğulayaraq daha geniş bir şərh təqdim edir [Ellul, 1965]. Bryus Smit propaqandanı simvollar vasitəsilə inancları, münasibətləri və ya hərəkətləri manipulyasiya etmək məqsədilə göstərilən sistemə səylərin məcmusu kimi müəyyən edir. Onun tərifi manipulyasiyaya böyük yer verir, geniş və detallı bir baxış təqdim edir [Smith, 1985]. Aleks Keri propaqandanı hədəf auditoriyanın əvvəlcədən təyin edilmiş münasibət və inancları qəbul etməsini təmin etməyə yönəlmiş kommunikasiya növü kimi müəyyən edir və Birneysin tərifini inkar edərək, onun əslində təhsillə ziddiyyət təşkil etdiyini irəli sürür [Carey, 1997].

Bu siyahını daha da uzatmaq mümkündür. Çünki yuxarıdakı ədəbiyyatlar 2000-ci illərdən sonrakı əsərləri ehtiva etmir. Sadəcə fundamental

ədəbiyyatları nəzərə alır. Gördüyümüz kimi, Qərb ədəbiyyatında propaqanda məfhumunun geniş konseptual analizi verilib və müəlliflərin verdikləri təriflər bəzən bir-bir ilə üst-üstə düşür, bəzən isə böyük ölçüdə ziddiyyət təşkil edir. Ancaq bütün bu təriflərdən çıxara biləcəyimiz ortaqlıq özəlliklər var. Yəni demək olar ki, bütün müəlliflər bəzi ümumi nöqtələr üzərində uzlaşırlar. Bunlardan birincisi manipulyasiya və idarəetmədir. Əksər müəlliflər propaqandanın manipulyasiya ilə əlaqəli olduğunu vurğulayır. Bu manipulyasiya ictimai rəyi, subyektlərarası münasibətləri və ya davranışları (elektoral və s.) idarə etmək məqsədi daşıyır. İkinci ümumi özəllik təbliğatçının maraqlarıdır. Müəlliflər propaqandanın təbliğatçının maraqlarına xidmət etdiyini qeyd edirlər. Bu, propaqandanın adətən auditoriyanın maraqlarından daha çox, onu yayanların məqsədlərini yerinə yetirmək üçün istifadə olunduğunu göstərir. Bununla yanaşı, əksər təriflərdə propaqandanın kütlələrə və qruplara təsir etmək məqsədi olduğu vurğulanır. Bu təsir vasitəsilə güc qazanmaq və ya gücü qorumaq məqsədi daşınır. Bu xüsusiyyətlər əsasında propaqandanın tərifində ümumi uzlaşma nöqtələri manipulyasiya və idarəetmə, təbliğatçının maraqları və hədəf kütləyə təsir kimi elementlər üzərində qurulmuşdur.

Bu təriflər əsasında, propaqandanın sərhədlərini belə müəyyən etmək olar ki, propaqanda müəyyən bir siyasi subyektin maraqlarını həyata keçirmək üçün kütlələrin inanclarını, münasibətlərini və davranışlarını manipulyasiya edən sistematik və qərəzli kommunikasiya fəaliyyətidir.

3. Təbliğat və təşviqat nədir?

Azərbaycan siyasi elmində bir çoxları propaqanda ilə təbliğat məfhumlarının eyni olduğunu düşünür. Ancaq 2006-cı ildə nəşr edilmiş Azərbaycan dilinin izahlı lüğətində dilimizə ərəb dilindən keçmiş təbliğat sözünə belə bir izah verilir: *“Bir nəzəriyyəni, ideyanı, biliyi və s. kütlə arasında yayma, təbliğ etmə; Təbliğat aparmaq – bir nəzəriyyəni, ideyanı, biliyi şifahi surətdə kütlə arasında yaymaq, itilqat etmək, təbliğ etmək [Orucov (red.), 2006, s.283]”*. Təbliğat sözü ilə əlaqəli təbliğ, təbliğ etmək, təbliğatçı və təbliğatçılıq sözlərinə isə belə izah verilir: *“TƏBLİĞ is. [ər.] Hər hansı bir əqidəni, nəzəriyyəni, biliyi və s.-ni yayma və dərinləşmə işi. Elmi biliklərin təbliği. // Geniş kütlələrə siyasi cəhətdən təsir göstərmə; Təbliğ etmək – 1) hər hansı bir fikri, nəzəriyyəni, əqidəni və s.-ni yazılı və ya şifahi surətdə yaymaq; 2) dan. Bir fikri, əqidəni və s.-ni başqasına inandırmaq, ona təsir göstərməyə çalışmaq; TƏBLİĞATÇI is. Təbliğatda məşğul olan adam. Kitabxanaçı həm də kitab təbliğatçısıdır. // Partiyanın qərarlarını mühazirə və müzakirələrində izah edən, siyasi moşğolara rəhbərlik edən partiya üzvü; TƏBLİĞATÇILIQ is. Təbliğat aparma, təbliğatın aparıldığı ictimai iş [Orucov (red.), 2006, s.283]”*.

Azərbaycan dilinin izahlı lüğətində təbliğat məfhumuna verilən izahlara əsasən, təbliğat hər hansı bir nəzəriyyəni, ideyanı və ya biliyi kütlə arasında yaymaq və dərinləşdirmək məqsədilə həyata keçirilən şifahi və ya yazılı fəaliyyətlərdən ibarətdir. Müqayisə etdikdə görürük ki, propaqanda daha geniş sahəni ehtiva edir, çünki o, təkcə müəyyən bir ideya və ya nəzəriyyənin yayılması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda bu yayılmanın manipulyativ və qərəzli bir şəkildə həyata keçirilməsini də əhatə edir. Propaqanda təbliğatı da içində ehtiva edən bir çətir anlayışıdır. Təbliğat burada propaqandanın bir alt komponenti kimi çıxış edir. Təbliğat daha neytral, hətta bəzən müsbət bir anlam daşdığı halda, propaqanda adətən elmi ədəbiyyatda manipulyasiya və qərəzlə əlaqələndirilir. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, P hərfi ilə başlayan sözlərin izahlarının verildiyi Azərbaycan dilinin izahlı lüğətinin III cildində propaqanda sözünə izah verilməyib.

Azərbaycan siyasi elmində əsasən seçki kampaniyaları ilə əlaqədar istifadə olunan bir məfhum olan təşviqata və onunla əlaqədar olan digər sözlərə Azərbaycan dilinin izahlı lüğətində (2006) belə izah verilir: “*TƏŞVİQ is. [ər.] təşviq etmək – bir işi görmək üçün dilə tutmaq, həvəsləndirmək, şirnikləndirmək, şövqə, qeyrətə gətirmək, həvəs və arzusunu artırmaq; TƏŞVİQAT is. [ər. "təşviq" söz. cəmi] Geniş xalq kütlələrinə siyasi nüfuz göstərmək məqsədi güdən şifahi və ya yazılı fəaliyyət. Siyasi təşviqat. Təbliğat və təşviqat; TƏŞVİQATÇI is. Təşviqatla məşğul olan, təşviqat aparən adam (bax. təşviqat). Siyasi təşviqatçı [Orucov (red.), 2006, s.333]”.*

Yenə də müqayisə etsək görürük ki, propaqanda daha geniş sahəni ehtiva edir. Təşviqat müəyyən bir işə həvəsləndirmə və siyasi nüfuz göstərmə məqsədi daşdığı halda, propaqanda daha geniş bir çərçivəni əhatə edir. Təbliğat kimi, təşviqat da propaqandanın bir alt komponenti kimi çıxış edir.

Propaqanda məfhumu təbliğat və təşviqatın birləşməsinə də ehtiva edir. Propaqanda təbliğatın (ideya və nəzəriyyənin yayılması) və təşviqatın (həvəsləndirmə və siyasi nüfuz göstərmə) hər ikisini əhatə edən daha geniş və daha kompleks bir fəaliyyət sahəsidir. Propaqanda manipulyasiya elementlərini də ehtiva etdiyi üçün dilimizdə “təbliğat-təşviqat” məfhumu ilə ifadə olunması müvafiq deyildir. Propaqanda həm təbliğatın, həm də təşviqatın birgə aspektlərini və daha geniş manipulyativ strategiyaları özündə birləşdirən bir məfhumdur. Buna görə də onun əvəzinə təbliğat-təşviqat sözü istifadə olunsaydı propaqandanın daha geniş və dərin mənasını tam ifadə etməyə bilər.

4. Təlqin nədir?

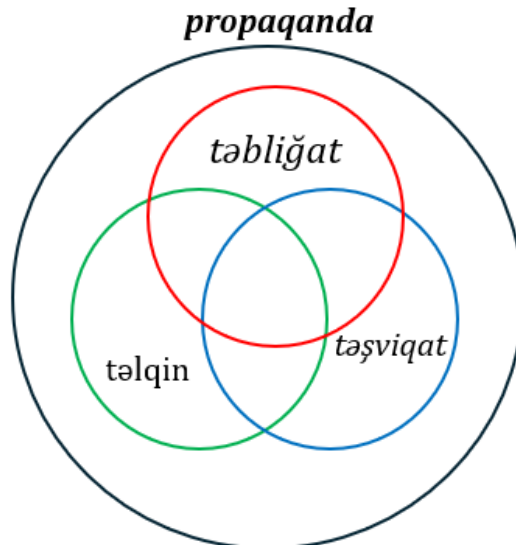
Azərbaycan dilinin izahlı lüğətində (2006) təlqin sözünə belə izah verilir: “*TƏLQİN is. [ər.] 1. Hər hansı bir fikri, əqidəni, hissi qəbul etdirmək üçün birinin iradəsinə, psixikasına təsir etmə, beyninə yeritmə; Təlqin etmək – bir*

şeyi aldatıb inandırmaq, beyninə yeritmək, qəbul etdirmək; TƏLQİNEDİCİ sif. Bir şeyi birinə təlqin edən, inandırıb beyninə yeridən; inandırıcı [Orucov (red.), 2006, s.306]”.

Təlqin ingilis dilindəki "*persuasion*", türk dilindəki "*ikna*" və rus dilindəki "*убогааривание*" sözlərinə qarşılıq gəlir. Propaqanda ilə müqayisə etdikdə görürük ki, hər iki məfhumun əsas məqsədi təsir etmək və inandırmaqdır. Təlqin daha çox fərdi səviyyədə bir şəxsin fikrini və ya hissini qəbul etdirmək üçün birbaşa təsir etməyi nəzərdə tutur. Propaqanda isə daha geniş kütlələrə təsir etməyi və manipulyasiya etməyi hədəfləyir. Təlqin şəxsi və fərdi təsir metodudur və əsasən bir fikri və ya hissi qəbul etdirmək üçün istifadə olunur. Propaqanda isə siyasi və sosial məqsədlərə nail olmaq üçün daha geniş və sistemik bir təsir metodudur. Təlqin birbaşa psixoloji təsir və inandırma vasitəsilə həyata keçirilir. Propaqanda isə simvolların və kommunikasiya vasitələrinin istifadəsi ilə kütlələri manipulyasiya etməyi əhatə edir. Propaqanda daha geniş və kompleks bir fəaliyyət sahəsini əhatə edir və təlqini də öz içində ehtiva edir. Təlqin propaqandanın mühüm bir komponenti kimi çıxış edə bilər, lakin propaqanda daha geniş strategiyaları və kütlələrə təsir metodlarını əhatə edir. Propaqanda yerinə təkcə təlqin sözü istifadə olunmamalıdır, çünki birinci daha geniş tətbiq sahəsinə sahibdir.

5. Təhlil

Beləliklə, yuxarıdakı müqayisələrdən görürük ki, propaqanda bir termin olaraq, təlqin, təbliğat və təşviqat məfhumlarının birləşməsidir. Azərbaycan dilində ayrı-ayrılıqda nə təlqin, nə təşviqat, nə də təbliğat sözləri propaqandanın tam qarşılığı deyil. Ona görə də daha geniş siyasi texnologiyaları ifadə etmək üçün propaqanda məfhumundan istifadə etmək lazımdır. Propaqandanın təlqin, təbliğat və təşviqat məfhumlarını özündə ehtiva etməsini şəkil I-də vizual olaraq görmək mümkündür.



Şəkil I. Propaqandanın Komponentləri: Təbliğat, Təşviqat və Təlqin

Şəkildə verilmiş Venn diaqramı propaqanda məfhumunun komponentlərini və onların bir-biri ilə olan əlaqələrini göstərir. Dairələrin hər biri müəyyən bir fəaliyyət növünü təmsil edir. Propaqanda (bütün dairələri əhatə edən ən böyük dairə) müəyyən bir siyasi subyektin maraqlarını həyata keçirmək üçün kütlələrin inanclarını, münasibətlərini və davranışlarını manipulyasiya edən sisteməlik və qərəzli kommunikasiya fəaliyyətidir. Bu, ən geniş dairədir və digər üç dairəni əhatə edir. Təbliğat (qırmızı dairə) hər hansı bir nəzəriyyəni, ideyanı və ya biliyi kütlə arasında yaymaq və dərinləşdirmək məqsədilə həyata keçirilən şifahi və ya yazılı fəaliyyətlərdən ibarətdir. Təbliğat dairəsi propaqandanın bir hissəsidir və digər iki dairə ilə kəsişir. Təşviqat (mavi dairə) geniş xalq kütlələrinə siyasi nüfuz göstərmək və insanları müəyyən bir işi görmək üçün həvəsləndirmək məqsədilə həyata keçirilən şifahi və ya yazılı fəaliyyətlərdir. Təşviqat dairəsi də propaqandanın bir hissəsidir və digər iki dairə ilə kəsişir. Təlqin (yaşıl dairə) hər hansı bir fikri, əqidəni və ya hissi qəbul etdirmək üçün birinin iradəsinə və psixikasına təsir etmə, beyninə yeritməkdir. Bu, daha fərdi səviyyədə bir fəaliyyətdir və propaqandanın bir hissəsidir. Təlqin dairəsi də digər iki dairə ilə kəsişir.

Dairələrin kəsişmə nöqtələrinə gəlicə, təbliğat və təşviqat arasında kəsişmə mövcuddur, yəni bəzi fəaliyyətlər həm təbliğat, həm də təşviqat ola bilər; məsələn, bir ideyanı yaymaq və insanları bu ideyaya həvəsləndirmək. Təbliğat və təlqin arasında kəsişmə mövcuddur, yəni bəzi fəaliyyətlər həm təbliğat, həm də təlqin ola bilər; məsələn, bir ideyanı yaymaq və bu ideyanı fərdi səviyyədə qəbul etdirmək. Təşviqat və təlqin arasında da kəsişmə mövcuddur, yəni bəzi fəaliyyətlər həm təşviqat, həm də təlqin ola bilər; məsələn, insanları bir ideyaya həvəsləndirmək və bu ideyanı fərdi səviyyədə qəbul etdirmək.

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, təbliğat yalnız mənfi anlamda deyil, həm də müsbət məqsədlər üçün istifadə oluna bilən bir vasitədir. Məsələn, ictimai sağlamlıq kampaniyalarında təbliğat vasitəsilə insanların sağlam həyat tərzi sürmələri, peyvənd olunmaları və xəstəliklərin qarşısının alınması üçün məlumatlandırılmaları həyata keçirilə bilər. Eyni zamanda, təhsil və maarifləndirmə sahələrində təbliğat cəmiyyətin bilik səviyyəsinin artırılmasına və sosial problemlərin həllinə yönəlmiş fəaliyyətlərdə də mühüm rol oynayır. Belə ki, təbliğat vasitəsilə ətraf mühitin qorunması, insan haqlarının müdafiəsi və sülhün təşviqi kimi mövzular geniş kütlələrə çatdırıla bilər.

Yuxarıda da qeyd olunduğu kimi, hətta təlqin, təbliğat və təşviqat məfhumları birgə istifadə olunsay belə, propaqanda məfhumuna tam olaraq qarşılıq gəlmir. Burada xüsusilə bir məsələni vurğulamaq lazımdır. Belə ki,

bir çox sahədə olduğu kimi, siyasi elmlərdə də Azərbaycan dili öz terminologiyasını rus dilindən götürür. Ancaq müzakirə etdiyimiz məsələdə rus dili də köməyə gəlmir. Belə ki, rus dilində "təbliğət-təşviqat kampaniyası" ifadəsi "*предвыборная агитация*" və ya "*агитационно-пропагандистская кампания*" olaraq deyilir. Bu ifadələr seçki kampaniyaları zamanı aparılan təbliğət və təşviqat fəaliyyətlərini təsvir edir. Burada agitasiya sözünə diqqət çəkmək lazımdır. Rusiya siyasi elmində siyasi texnologiyaları ifadə etmək üçün tez-tez bu termindən istifadə olunur. Agitasiya sözünün mənşəyi latın dilindəki "*agitation*" sözündən gəlir ki, bu da "*hərəkətə gətirmək*", "*canlandırmaq*" mənasını verir [Grabowsky, 2004]. Bu sözün siyasi və propaqanda mənasında istifadə olunması 19-cu əsrin sonları və 20-ci əsrin əvvəllərinə təsadüf edir. Xüsusilə, Rusiyada "*агитация*" və "*пропаганда*" terminləri Bolşeviklərin inqilab fəaliyyəti zamanı geniş yayılmışdır. 1917-ci ildəki Oktyabr inqilabından sonra Bolşeviklər siyasi ideyalarını yaymaq və kütlələri inandırmaq üçün geniş miqyaslı təbliğət və təşviqat kampaniyaları aparırdılar. Bu dövrdən etibarən "*агитация*" sözü propaqanda mənasında geniş şəkildə istifadə olunmağa başlamışdır [The Editors of Encyclopaedia Britannica, 2023]. Təsadüfi deyildir ki, sovetlər zamanında, xüsusilə də II dünya müharibəsinə qədər Azərbaycan kommunistləri arasında da bu ifadə məşhur idi. ÜİK(b)P MK Partiya propaqanda və Agitasiya Şöbəsinin, eləcə də AK(b)F MK Firqə propaqanda, agitasiya və mətbuatı şöbəsinin nəşrlərində bunu görmək mümkündür. Rusiya siyasi elm məktəbində bu ənənə bu günə qədər davam edir. Ancaq Azərbaycan dilində agitasiya məfhumu olmadığına və müasir ingilisdilli siyasi elmdə agitasiya sırf leninist propaqanda ilə assosiasiya olunduğuna görə, propaqanda məfhumu ilə əlaqədar rus dili ilə paralellər aparmaq mümkün deyil. Ancaq yenə də agitasiya sözünün istifadə sahəsi baxımından təşviqat sözünə daha çox uyğun gəlir. Agitasiya kütlələri hərəkətə gətirmək və müəyyən bir ideyanı qəbul etdirmək məqsədilə aparılan fəaliyyətləri ifadə edir. Bu mənada, təşviqatın funksiyası agitasiyaya ən yaxın olandır.

6.Nəticə

Tədqiqatın nəticəsi olaraq qeyd etmək mümkündür ki, təlqin psixoloji təsir etmə və inandırma prosesini, təşviqat müəyyən bir ideyanın və ya mövqeyin yayılmasını və dəstəklənməsini, təbliğət isə daha geniş şəkildə məlumatın və ya nəzəriyyənin kütlələrə çatdırılması prosesini əhatə edir. Propaqanda isə ideoloji məqsədlərlə məlumatın manipulyasiyası və yayılması kimi anlayışları özündə birləşdirir. Bu baxımdan, propaqanda daha geniş bir məfhumdur və digər məfhumları öz içində ehtiva edir.

Tədqiqatın nəticələrinə əsasən deyə bilərik ki, Azərbaycan siyasi elmində təlqin, təbliğat və təşviqat məfhumlarının hər biri özünəməxsus funksiyaları və istifadə sahələri ilə fərqlənir, lakin propaqanda bu məfhumları özündə ehtiva edən daha geniş və kompleks bir fəaliyyət sahəsidir. Propaqanda təbliğat və təşviqatın birləşməsinə də ehtiva edir və manipulyativ strategiyaları və kütlələrə təsir metodlarını özündə birləşdirir. Bu səbəbdən, Azərbaycan siyasi elmində propaqanda məfhumunun olduğu kimi işlədilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu, bir neçə səbəbdən vacibdir:

Birincisi, dəqiq və konseptual təhlili aparılmış elmi terminologiyadan söhbət gedir. Propaqanda təbliğat, təlqin və təşviqat kimi fərqli anlayışları özündə birləşdirir və onların manipulyativ aspektlərini vurğulayır. Buna görə də elmi terminologiyanın dəqiqliyini təmin etmək üçün propaqanda məfhumunun düzgün istifadəsi zəruridir.

İkincisi, kompleks siyasi texnologiyaları ifadə etmək üçün sadəcə təbliğat məfhumu yetərli deyildir. Propaqanda təkcə məlumatın yayılması və ya ideyanın təşviqi ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda manipulyasiya və ictimai rəyi idarə etmə kimi kompleks siyasi texnologiyaları əhatə edir. Bu baxımdan, propaqanda məfhumunun istifadəsi daha geniş və dərin bir anlayış təqdim edir.

Üçüncüsü, beynəlxalq akademik və praktik tətbiqlər baxımından, propaqanda məfhumunun düzgün anlaşılması və istifadəsi elmi araşdırmalarda və siyasi kommunikasiya praktikasında yanlış anlamaların qarşısını alır. Bu, həm tədqiqatçıların, həm praktikantların işlərini daha dəqiq və məqsədyönlü şəkildə yerinə yetirmələrinə kömək edir.

Bütün bu səbəblərdən dolayı, Azərbaycan siyasi elmində propaqanda məfhumunu olduğu kimi işlətmək, elmi dəqiqliyi və konseptual aydınlığı təmin etmək baxımından vacibdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Ağzadə, R. (2015). *Azərbaycanın xarici siyasətində ictimai əlaqələrin və xalq diplomatiyasının rolu*. Bakı.
2. AK(b)F MK Firqə propaqanda, agitasiya və mətbuatı. (1936). *Firqə propaqanda və agitasiyası haqqında: rəhbər materiallar məcmuəsi*. Bakı: Azərfirqənəşr.
3. Babayeva, H. (2014). *Müasir dövrdə ictimai fikrin formalaşmasında PR-texnologiyaların rolu: Azərbaycan Respublikası təmsalında*. Bakı.
4. Bernays, E. (1923). *Crystallizing public opinion*. New York: Boni and Liveright.

5. Cabarov, C. (2021). Siyasi propaqanda texnologiyaları. *Elm və İnnovativ Texnologiyalar Jurnalı*, 17, 94–104. <https://doi.org/10.30546/2616-4418.17.2021.94>
6. Carey, A. (1997). *Taking the risk out of democracy: Corporate propaganda versus freedom and liberty*. IL: University of Illinois Press.
7. Doob, L. W. (1966). *Public Opinion and Propaganda* (2nd ed.). New York: Shoe String Pr. Inc.
8. Ellul, J. (1965). *Propaganda: The Formation Men's Attitudes*. New York: Alfred A. Knopf, Inc.
9. Grabowsky, I. (2004). *Agitprop in der Sowjetunion: die Abteilung für Agitation und Propaganda 1920-1928*. Dokumente und Analysen zur russischen und sowjetischen Kultur. Bochum: Projekt.
10. Jabarov, J. (2021). Siyaset Felsefesi ve Propaganda. In *İstanbul International Modern Scientific Research Congress – II*. İstanbul: İKSAD, pp. 653-659. ISBN: 978-625-7898-59-1.
11. Jabarov, J. (2022). Sociological Propaganda: from Jacques Ellul to The Present. In *İstanbul International Modern Scientific Research Congress – IV*. İstanbul: İKSAD, pp. 231-242. ISBN: 978-625-6404-15-1.
12. Lasswell, H. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Alfred Knopf.
13. Orucov, Ə. (Red.). (2006). *Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti* (4 cildə, IV cild). Bakı: Şərq-Qərb; AMEA Nəsimi Adına Dilçilik İnstitutu.
14. Russel, B. (1967). *Education and the Social Order*. London: George Allen and Unwin.
15. Smith, B. L. (1985). *Propaganda*. Chicago: Encyclopedia Britannica Macropedia.
16. The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2023, May 18). *Agitprop: political strategy*. In Encyclopaedia Britannica. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/agitprop#ref752291>
17. ÜİK(b)P MK Partiya propaqanda və Agitasiya Şöbəsi. (1937). *Partiya dərnəkləri üçün ÜİK(b)P tarixi proqramı*. Bakı: Azpartnəşr.

REFERENCES

1. Agazade, R. (2015). *The Role of Public Relations and People's Diplomacy in Azerbaijan's Foreign Policy*. Baku. (in Azerbaijani)
2. Central Committee of the AK(b)P Party Propaganda, Agitation, and Press. (1936). *On Party Propaganda and Agitation: A Collection of Guiding Materials*. Baku: Azerfirqenashr. (in Azerbaijani)

3. Babayeva, H. (2014). *The Role of PR Technologies in the Formation of Public Opinion in the Modern Era: The Case of the Republic of Azerbaijan*. Baku. (in Azerbaijani)
4. Bernays, E. (1923). *Crystallizing Public Opinion*. New York: Boni and Liveright. (in English)
5. Cabarov, C. (2021). *Political Propaganda Technologies*. *Journal of Science and Innovative Technologies*, 17, 94–104. <https://doi.org/10.30546/2616-4418.17.2021.94> (in Azerbaijani)
6. Carey, A. (1997). *Taking the Risk Out of Democracy: Corporate Propaganda Versus Freedom and Liberty*. IL: University of Illinois Press. (in English)
7. Doob, L. W. (1966). *Public Opinion and Propaganda* (2nd ed.). New York: Shoe String Pr. Inc. (in English)
8. Ellul, J. (1965). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Alfred A. Knopf, Inc. (in English)
9. Grabowsky, I. (2004). *Agitprop in the Soviet Union: The Department of Agitation and Propaganda 1920-1928. Documents and Analyses on Russian and Soviet Culture*. Bochum: Projekt. (in German)
10. Jabarov, J. (2021). *Philosophy of Politics and Propaganda*. In *Istanbul International Modern Scientific Research Congress – II*. Istanbul: IKSAD, 653-659. ISBN: 978-625-7898-59-1. (in Turkish)
11. Jabarov, J. (2022). *Sociological Propaganda: From Jacques Ellul to the Present*. In *Istanbul International Modern Scientific Research Congress – IV*. Istanbul: IKSAD, pp. 231-242. ISBN: 978-625-6404-15-1. (in Turkish)
12. Lasswell, H. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Alfred Knopf. (in English)
13. Orucov, A. (Ed.). (2006). *Explanatory Dictionary of the Azerbaijani Language* (in 4 Volumes, Vol. IV). Baku: Sharq-Qarb; Institute of Linguistics Named After Nasimi, ANAS. (in Azerbaijani)
14. Russell, B. (1967). *Education and the Social Order*. London: George Allen and Unwin. (in English)
15. Smith, B. L. (1985). *Propaganda*. Chicago: Encyclopedia Britannica Macropedia. (in English)
16. The Editors of Encyclopaedia Britannica. (2023, May 18). *Agitprop: Political Strategy*. In *Encyclopaedia Britannica*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/agitprop#ref752291> (in English)
17. Central Committee of the AUCP(b) Party Propaganda and Agitation Department. (1937). *Program of the History of the AUCP(b) for Party Circles*. Baku: Azpartnashr. (in Azerbaijani)