

UOT: 159.9.

KBT: 88.5

MJ № 140

İdeologiya ilə ictimai psixologiyanın qarşılıqlı əlaqəsinin sosial-psixoloji mexanizmləri

Nəzakət Kərimova *

Abstrakt. İctimai şüurun ayrılmaz tərəflərini təşkil edən ictimai psixologiya və ideologiya bir-biri ilə sıx qarşılıqlı əlaqədədir. Onlar arasındakı əlaqəni aşkara çıxararkən əksər tədqiqatçılar üstünlüyü ideologiyaya verir, ictimai psixologiyaya münasibətdə onun aktiv rol oynadığını, ictimai psixologiyanın isə ideologiyaya münasibətdə nisbi müstəqilliyə malik olduğunu qeyd edirlər. Bu problemə həsr edilmiş elmi ədəbiyyatda ictimai psixologiyadan daha çox ideologiyanın şərhinə üstünlük verilməsi birincinin mürəkkəb təbiətə malik olması və onun öyrənilməsinin çətinliyi ilə əlaqələndirilir. Həmçinin bildirilir ki, ictimai psixologiya ideologiyadan kənarında, onun təsiri olmadan kortəbii surətdə formalaşdıqda onun ideologiyaya aktiv təsir imkanları azalır.

Yaranma tarixinə, formalaşma mexanizminə görə ictimai psixologiya ideologiyadan fərqlənsə də, onlar arasında bir sıra ümumi cəhətlər vardır. Əvvəla, həm ictimai psixologiya, həm də ideologiya mənəvi həyat hadisəsi olaraq insanların sosial mənfə və tələbatlarını əks etdirir, onların mənəvi aləminin formalaşmasına güclü təsir göstərirlər.

İdeologiya ilə ictimai psixologiyanın qarşılıqlı təsiri müxtəlif formalarda təzahür edir. Bu qarşılıqlı təsirin daxili mexanizmlərinin aşkara çıxarılması son dərəcə zəruridir. Belə daxili mexanizmlərə misal olaraq təlqin, inandırma, təqlid, stereotip, sosial ustanovka, təbliğat və digər sosial-psixoloji hadisələri göstərmək olar. Bu cür sosial-psixoloji hadisələrin həm insanların şüuruna emosional-iradi təsir vasitələri, həm də ideologiya ilə ictimai psixologiyanın daxili qarşılıqlı əlaqə mexanizmi kimi nəzərdən keçirilməsi onların psixoloji təbiəti və onlardan məqsədə uyğun istifadə imkanlarının araşdırılması üçün böyük əhəmiyyətə malikdir.

* Fəlsəfə üzrə fəlsəfə doktoru,

Bakı Dövlət Universiteti "Sosial elmlər və psixologiya" fakültəsi, "Fəlsəfə" kafedrasının müəllimi; Bakı, Azərbaycan

E-mail: kerimova.nezaket@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4827-5962>

Məqaləyə istinad: Kərimova, N. [2022]. İdeologiya ilə ictimai psixologiyanın qarşılıqlı əlaqəsinin sosial-psixoloji mexanizmləri. "Metafizika" jurnalı. 5(4), səh.38-53.

Məqalənin tarixçəsi:

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur: 12.08.2022

Təkrar işlənməyə göndərilmişdir: 02.09.2022

Çapa qəbul edilmişdir: 14.10.2022

Açar sözlər: ictimai şüur, ideologiya, ictimai psixologiya, təlqin, inandırma, təbliğat, sosial tənzimləmə, stereotipləşdirmə, inandırıcı təsir

1.Giriş

Təlqin, inandırma, təqlid, stereotipləşdirmə və digər sosial-psixoloji hadisələr ünsiyyət və qarşılıqlı münasibət prosesini gerçəkləşdirməyin daxili mexanizmləri hesab olunur. Bu cür mexanizmlərin köməyi ilə insanlar öz bilik və təcrübələrini başqalarına ötürür, bir-birinə təsir göstərərək onları birgə fəaliyyətə sövq edirlər. Təlqin, inandırma, təqlid, stereotipləşdirmə kimi sosial-psixoloji hadisələr həm də ideologiya ilə ictimai psixologiyanın qarşılıqlı əlaqə mexanizmi kimi çıxış edir. Məhz bu mexanizmlərin köməyi ilə ideoloji təsəvvür və baxışlar ictimai psixologiyanın əsas məzmununa daxil olur, o da öz növbəsində, ideologiyaya təsir göstərir. Təlqinə maraq özünü lap qədim dövrlərdən göstərmiş, elmi ədəbiyyatda ona dair çoxsaylı fikirlər söylənilmişdir. Antik dövr filosofu Platon qeyd edirdi ki, natiqlər və hakimlər öz sənətləri ilə insanları öyrətmək, onlara öyüd-nəsihət vermək əvəzinə çox zaman özlərinə sərf edən fikirləri təlqin etmək və inandırmaq istəyirlər (8, s.40).

2.Təlqin emosional-iradi təsir vasitəsi kimi

XIX əsrin ikinci yarısı- XX əsrin əvvəllərindən etibarən təlqinin psixoloji təbiəti, onun səciyyəvi xüsusiyyətləri geniş təhlil edilməyə başlandı. Bu dövrün maraq doğuran tədqiqat işlərindən biri V.M.Bexterevin “Təlqin və ictimai həyatda onun rolu” adlı əsəri olmuşdur. Müəllif bu əsərində təlqini psixoloji vəziyyətin bir şəxsdən digərinə ötürülməsi, emosional şüur sferasına təsir üsulu kimi qiymətləndirərək, onun məzmununu qeyri-şüuri qəbul edilən inamla əlaqələndirmişdir (2, s.108).

Təlqin son dərəcə mürəkkəb məzmunla malik sosial-psixoloji hadisə olduğu üçün onun təbiəti bu günə qədər hərtərəfli şəkildə öyrənilməmişdir. Tədqiqatçıların fikrincə, bu psixoloji hadisənin potensial imkanlarından lazımı şəkildə istifadə edilməməsi onun qanunları və tətbiq üsulları haqqında dərin elmi biliklərə sahib olmadığımızla əlaqədardır. Təlqinin səngiməyən maraq predmeti olaraq qalması bir tərəfdən onun psixoloji mahiyyətinin mürəkkəbliyindən, digər tərəfdən isə onun kimi cəmiyyətdə geniş yayılan elə bir psixoloji hadisənin olmamasından irəli gəlir. Təlqin pedaqogika, sosiologiya və tibb elmində çox mühüm yer tutur. Bu hadisənin sirrini açmaq sözün tək-cə bir fərdə deyil, bütövlükdə insan birliyinə təsir gücünü və sərhədlərini üzə çıxarmağa bərabərdir.

Təlqini (suqquestiya) ümumpsixoloji hadisədən daha çox sosial-psixoloji hadisə hesab edən B.F.Porşnev onun bir fərd üzərində deyil, daha

böyük insan qrupları üzərində hakim mövqeyə malik olduğu qənaətinədir. (5, s.42). Nitq vasitəsilə həyata keçirilən təlqin prosesində iki tərəf - təlqin subyekti və təlqin obyektı iştirak edir. Təlqin subyektinə dərin inam olduğu təqdirdə onun söylədiyi fikirlər dinləyici tərəfindən asanlıqla qəbul edilir, hadisə haqqında onda aydın təsəvvür yaranır; informasiyanı qəbul edən şəxsə elə gəlir ki, eşitdiyi hadisə sanki onun gözləri qarşısında baş vermişdir.

Təlqin insanların şüuruna emosional-iradi təsir vasitəsidir. Bu təsir prosesində təlqin subyektinin fəallığını əldə edilən informasiyanın məzmununun mənimsənilməsi təyin edir. Təlqin prosesində informasiya zəruri əsaslandırma olmadan təqdim edilir, o, birbaşa, əyani şəkildə verilir. Təlqin təfəkkürün adət edilmiş standartlarına istiqamətlənir və onlar vasitəsilə sübuta yetirilərək özünə bəraət qazanır. Təfəkkür prosesində müəyyən davranış nümunələri, münasibətləri, fəaliyyət sistemini əks etdirən ideyalar, baxışlar, təsəvvürlər təkrar emal edilir.

Sosial praktika ilə şərtlənmiş təlqinin məzmunu insanlar, xüsusən gənclər tərəfindən zərurət kimi qavranılır. Misallara nəzər salaq: ailədə valideynlərin uşaqlara təlqinedici təsiri tamamilə təbiidir. Uşaqların müəyyən dəyərləri mənimsəmələrində, davranış norma və qaydalarına riayət etmələrində, onların xarakterinin formalaşmasında, həyati mövqələrinin yaranmasında təlqinedici təsir mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Gənc nəslin, yeniyetmələrin şüuruna təsir üsulu kimi təlqinin aktiv rolu danılmazdır. Təlqinin psixoloji təbiətinə, onun məqsədəuyğun istifadəsinə dair məsələlər ətrafında yaranan çoxsaylı suallara vaxt sərf etmədən, onun ictimai psixologiya ilə ideologiya arasındakı qarşılıqlı əlaqə mexanizmi kimi çıxış etməsi məsələsini aydınlaşdırmaq.

Təqdim edilən informasiyanı qəbul etmək və mənimsəmək zərurəti təlqin obyektinin sosial mühitin təsiri altında düşdüyü müəyyən psixiki vəziyyət zamanı yaranır. Təlqin edilən informasiyanın məzmunu təlqin obyektinin arzuları, maraq və məqsədləri, tələbatları ilə üst-üstə düşməsi ilə gerçəkləşir. Təklif edilən informasiyanı mənimsəməyə psixi cəhətdən hazır olmaq o deməkdir ki, təlqin prosesində ideologiya və ictimai psixologiya birbaşa əlaqədə olur ki, təlqin onların qarşılıqlı əlaqəsinin mexanizmlərindən biri kimi özünü göstərir.

3.Sosial tənzimləmə

Təlqinedici təsir (şüuri və qeyri-şüuri) müxtəlif psixiki və sosial-psixoloji hadisə və proseslərə, ayrılıqda sosial nizamlanmaya, stereotiplərə, avtoritetlərə əsaslanır. Onlar təlqin prosesinin həm əsası (səbəbi), həm də məhsulu (nəticəsi) kimi çıxış edir. Sosial tənzimləmə əsasən sosial amillərlə müəyyən olunur və hər şeydən əvvəl sosial obyektlərə istiqamətlənir. Məlum

olduğu kimi, hər bir cəmiyyətin tarixən formalaşan özünəməxsus dəyərləri (azadlıq, xeyirxahlıq, düzlük və s.) vardır. Ayrı-ayrı şəxslər tərəfindən bu anlayışlar qəbul olunduğu və bu qaydalara əməl edildiyi təqdirdə onlar fərdi dəyərlərə çevrilir. Çünki sosial təcrübəni hər kəs bir cür mənimsəyərək dərk etdikdən sonra onlara əməl edir. Sosial tənzimləmə istənilən davranış tənzimləməsi kimi müəyyən daxili və xarici amillərin vəhdəti əsasında formalaşır və öz növbəsində konkret sosial davranışın əsasını təşkil edir.

Tənzimləmə nəzəriyyəsinin banisi D.N.Uznadze qeyd edirdi ki, insan özünün psixiki imkanlarını səfərbər edərək müəyyən davranış ustanovkasını üzə çıxarmaq üçün şərait yaradır. Bu cür şərait həm sosial mühitin təsirinin, həm də insanın fəaliyyətinin, intellektual, emosional və iradi cəhdlərinin nəticəsi olaraq meydana gəlir. (1, s.157).

4.Stereotip

Təlqin prosesinə daxil olan digər sosial-psixoloji hadisə stereotipdir. O, ustanovka əsasında yaranır, onu zənginləşdirir və ustanovka vasitəsilə üzə çıxır. Stereotip və ustanovka təbiətə oxşar olsalar da, onları bir-biri ilə eyniləşdirmək olmaz. Stereotip ustanovkadan fərqli olaraq daha ümumiləşdirilmiş xarakter kəsb edir, özündə bu və ya digər hadisəyə məxsus əlamətləri birləşdirir. Stereotiplər təlqinin əsas dayaqlarından biri sayılır. Stereotip təsəvvür və obrazlar müəyyən qədər ictimai təcrübəni, ümumi, təkrarlanan hadisələri əks etdirir, onlar hamıya açıqdır və təlqin prosesində asanlıqla qavranılır.

Qeyd etdik ki, təlqində sosial-psixoloji stereotiplərdən geniş istifadə olunur. O, ümumpsixoloji stereotiplərdən fərqlənir. Əgər ümumpsixoloji stereotiplərdə gerçəklik hadisə və prosesləri haqqında bilik və informasiya varsa, sosial-psixoloji stereotiplərdə onlara münasibət ifadə olunur. Sosial-psixoloji stereotip bu və ya digər sosial qrupun sosial psixologiyasında özünə möhkəm yer tutmuş eyni qəbildən olan və oxşar hadisələrə dayanıqlı münasibətdir. Sosial qrupların həyat fəaliyyətinin məhsulu kimi çıxış edən sosial stereotiplər həmin qrupların əksər üzvləri tərəfindən yekdilliklə qəbul olunur. İnsanlar o zaman eyni mənə görür, oxşar hisslər keçirirlər. Məhz buna görə eyni bir qrupun üzvləri stereotip-işarələr, stereotip-simvollara eyni cür reaksiya verə bilirlər. Stereotiplər dayanıqlığı, qətiliyi, tez başa düşülən olması ilə seçilir. Bununla yanaşı, stereotiplər özünü mühafizəkar standartlar, təfəkkür vərdişləri kimi də təqdim edərək qeyri-tənqidi qəbul olunur və təlqinedici təsir prosesində yenidən təkrar olunurlar.

Amerika sosioloqu Uolter Lipman cəmiyyətin mənəvi həyatının, ictimai rəyin stereotipləşməsi nəzəriyyəsinə yaratmışdır. Bu nəzəriyyənin məğzi ondan ibarətdir ki, stereotiplər guya ictimai rəyə əsaslanan mühüm

mənəvi ehtiyatdır. İnsanlar real həyat hadisələrini qiymətləndirərkən onlardan başlıca meyar kimi istifadə edirlər. Lipmana görə, stereotiplər bütün qavrama, təfəkkür prosesini idarə edir. İnsanlar hadisələrin məzmununu aşkara çıxarmazdan əvvəl oxşar hadisələr haqqında özlərindən əvvəl söylənilmiş fikirlərə istinad edir və onları keçmişdə olduğu kimi qiymətləndirirlər. Onların mühakimələri gerçəklik mənzərələri haqqında bayağı təsəvvürlərə, daha əvvəl yaranaraq mürəkkəbləşmiş şablon təfəkkür formalarına əsaslanır. Lipman yazır:

“Ətraf aləmin səs-küylü qarmaqarışılığında biz yalnız mədəniyyətimizin artıq bizim üçün müəyyən etdiklərini seçirik. Başqa sözlə, biz mədəniyyətimizin bizim üçün stereotipləşdirdiyi formada seçməyi qəbul etməyə meylliyik” [7, s.85].

Qərb sosioloqları və sosial psixoloqları ictimai rəyin formalaşmasında stereotiplərin xüsusi rol oynadığını deməklə yanaşı, onların əhəmiyyətini şişirdərək mütləqləşdirirlər. Onlar elmi ideologiyanın əsaslandırılmış müddəalarını stereotiplə eyniləşdirməyə çalışır, onları “ideoloji təfəkkürün” xüsusi məhsulları kimi qiymətləndirir və stereotipləri həqiqi biliyə, elmi təfəkkürə qarşı qoyurlar. Doğrudur, ideoloji fəaliyyətdə, mənəvi həyatda sosial-psixoloji stereotiplərin rolu danılmazdır. Onları ictimai şüurda hadisələrin ümumi, təkrarlanan əlamətlərinin inikası, sosial təcrübənin ümumiləşdirilməsi kimi xarakterizə etmək olar. Burada söhbət ideoloji təsir prosesində stereotiplərdən insanların şüuruna necə təsir göstərmək imkanlarından gedir.

Öz məzmununa görə stereotiplər müxtəlif olub, cəmiyyət həyatında həm mənfi, həm də müsbət rol oynayırlar. Sosial-psixoloji tədqiqatlar göstərir ki, stereotiplər gerçək hadisələr haqqında insanların psixikasında asanlıqla qavranılan obraz və təsəvvürlər yaradır. Bununla belə, onların mənimsənilməsi və istifadəsi sonrakı mərhələyə, yəni, daha dərin biliyin əldə edilməsi prosesinə mane olur, təfəkkürdə ətalət və süstlüyə gətirib çıxarır. Stereotiplərin müəyyən konkret şəraitdə müsbət rolu danılmazdır, onlardan təbliğat fəaliyyətində uğurla istifadə oluna bilər. Digər tərəfdən stereotiplərin ətalətyaradıcı, mühafizəkar qüvvəyə çevrilməsi də qaçılmazdır. Stereotiplərin təlqin prosesində ikili rol oynaması ideologiya ilə ictimai psixologiyanın qarşılıqlı əlaqəsində onun rolunu daha da artırır. Bir halda ki, stereotiplərin formalaşması və istifadəsi məqsədəuyğun təlqin fəaliyyətinin təsiri altında olur, onda onun məzmunu həm də ideologiyadan asılı olur. Stereotiplər mənşəcə sosial-psixoloji törəmə olaraq ideoloji məzmun kəsb etməyə başlayır. İdeologiyaya stereotiplər nə qədər dərindən nüfuz edərsə, onun sosial-psixoloji törəmə ilə əlaqəsi bir o qədər möhkəm olar.

5. Avtoritet

İctimai psixologiya ilə ideologiyanın qarşılıqlı əlaqə mexanizmi kimi çıxış edən təlqin həm də avtoritetə arxalanır. Avtoritetin ümumi səciyyəsinə verərkən diqqəti onun iki təbiəti üzərində cəmləşdirmək tələb olunur: 1) Avtoritet bizə özgə iradəsini zorla qəbul etdirir; 2) Avtoritet asılılıq tələb edir. Avtoritetin mahiyyətini “təsir” və “tabelik” təşkil edir. Avtoriteti anlamaq üçün təsir və tabelik anlayışlarının mahiyyətini izah etmək tələb olunur. Bu halda söhbət qeyri-zorakı təsirdən (nümunənin təsiri, təcrübəsi və s.) və könüllü tabelikdən gedir. Bu mənada avtoritet zorakılıq və qeyri-zorakılıq yolu ilə hakimiyyətə gəlməkdən fərqlənir. Avtoritet sosial subyektə (cəmiyyət, qruplar, təşkilatlar, sosial institutlar, şəxsiyyət) və sosial münasibətlərə xas olan əlamətdir. Nüfuza malik olan şəxs bu qabiliyyəti, bacarığı ilə digər insanlara təsir göstərir.

“Əgər adamlara təsir etmək istəyirsənsə, sən mütləq başqalarına stimül verən və həqiqətən onların qarşısında fəaliyyət göstərən nümunəvi insan olmalısan” (4, s.159).

Avtoritetdə şüurun emosional- iradi tərəfləri- inam, rəğbət, dostluq, nüfuz sahibinin dediklərinə əməl etmək, onun baxışlarını, mövqeyini qəbul etmək və s. üstünlük təşkil edir. Sosial münasibətlərdəki kimi avtoritetin də təsiri qeyri-zorakılıqla, qarşılıqlı əlaqə, birinin digərinin iradəsinə könüllü tabelik şəklində olur.

Təlqinedici təsir, hər şeydən, əvvəl şüurun emosional sferasına yönəlir, bu və ya digər ideya və baxışlar, həyat tərzini standartları isə psixoloji-emosional sferada yerləşdirilir. Bəzən təlqindən istifadə olunarkən kütləvi şüurun manipulyasiyası məqsədi ilə təbliğat aparılır, insanların psixiki aktivliyinə təsir göstərilməsi nəticəsində mənfi təsəvvürlər gerçəklik hadisələrinin şüurlu surətdə dərkinə mane olur. Bu da belə deməyə əsas verir ki, şüura təsir üsulu kimi təlqin zamanı inkişaf etmiş elmi idrak ümumilikdə yoxa çıxır, onun yerində yalnız inam qalır.

Cəmiyyətin, elmi idrakın inkişafı ilə bağlı olaraq insanların şüur və təhsil səviyyəsinin yüksəlməsi, şübhəsiz, insanlara təsir üsulu və vasitələrini də müəyyən dəyişikliklərə məruz qoyacaq, inamın rolunu artıracaq. Lakin buna baxmayaraq, fikrimizcə, təlqin öz əhəmiyyətini itirməyəcək. Çünki hər yeni gələn nəslin tərbiyəyə ehtiyacı olur, tərbiyə isə təlqinsiz mümkün deyildir. Cəmiyyətin inkişafı ilə əlaqədar olaraq məlumat axınının güclənməsi və onların mənimsənilməsi də təlqinə tələbatı artıracaq. İctimai münasibətlərin tənzimlənməsi, qeyri-hüquqi sosial normaların, habelə adət-ənənələrin mənimsənilməsi də təlqindən istifadəni tələb edir. Qısaı, insanların həyat fəaliyyətində onların şüuruna təsir göstərmək vasitəsi olaraq

təlqinə həmişə ehtiyac yaranacaq. Bununla belə, təlqini birtərəfli şəkildə, yəni sosial qrup və birliklərin psixi aktivliyinə təzyiq üsulu, informasiyanın şüurlu dərkinə istisna edən vasitə kimi şərh etmək, onu mənfi hal kimi xarakterizə etmək olmaz. Onu həm də informasiya mənbəyinə etibar etmək, inam kimi nəzərdən keçirmək lazımdır. Təlqin insanların etiqad etdiyi, inandığı dəyərlər sistemini, onların maraq və tələbatlarını nəzərə aldığı zaman özünə həqiqi etibar qazanmış olur.

6. İnandırma

Təlqin bu və ya digər dərəcədə inandırma ilə bağlıdır. Lakin ictimai psixologiya ilə ideologiyanın qarşılıqlı əlaqə mexanizmi kimi inandırma təlqinlə müqayisədə daha böyük üstünlüyə malikdir. Belə ki, inandırma bilavasitə rəşional idrak sferasına müraciət etdiyi üçün ideologiyanın kütləvi şüura nüfuz etməsində böyük imkanlar yaradır. Əgər təlqin mexanizmi ictimai psixologiyanın ideologiyaya üstün təsirini təmin edirsə, inandırma mexanizmi isə əksinə, ideologiyanın ictimai psixologiya üzərində təsirini artırır. Daha doğrusu, hər iki halda onların qarşılıqlı əlaqəsi, bir-birinə nüfuz etməsi prosesi baş verir.

İnsanların fəaliyyətində inandırmadan ictimai şüurun məqsədəuyğun formalaşdırılması, biliyin əqidəyə çevrilməsi üsulu kimi geniş istifadə olunur. İnandırma prosesində təlqində olduğu kimi müvafiq üsul və vasitələrə əl atılır, bu zaman ən mühüm vasitə kimi dildən (yazılı və şifahi) istifadə olunur. Dil işarələri idrak prosesində müxtəlif səviyyəli gerçəklik əlaqə və münasibətlərini ümumiləşdirmələrlə ifadə edir. Ümumiləşdirmə insan fikrinin təkçə, xüsusi, ümumi xarakterli obyektiv əlaqələrinin inikası formasıdır və bu hissi idrakdan məntiqi idraka doğru hərəkət prosesini ifadə edir. İnandırma ümumiləşdirmə və digər təfəkkür formaları ilə qırılmaz əlaqədədir. İnandırıcı təsirin bəzi xüsusiyyətlərinə idrak nəzəriyyəsinin çox da dərinliklərinə varmadan toxunaq.

İnandırıcı təsir zamanı düşüncə prosesi və onun ifadə üsulları dəqiq şəkildə işlənilib hazırlanır. Anlayış, mühakimə, əqli nəticə şəklində çıxış edən düşüncə prosesi məntiqi struktura malik olur, onun başlıca əlamətini məntiqi sübut təşkil edir. İnandırma o zaman təsir üsuluna çevrilir ki, idrak prosesi informasiyanın məzmunu şüurlu şəkildə dərk edir, ona ağıllı yanaşma həyata keçirir. O insanların şüuruna sübutun köməyi ilə təsir göstərir. Sübutun məzmunu tezis, həqiqət, yaxud yalan və arqumentlərdən ibarət olur. Sübut prosesində tezislər, arqumentlər arasındakı əlaqə aşkar edilir və onlardan nəticə çıxarılır. Tezislərin sübutluluğu yalnız şeylərin həqiqi vəziyyəti ilə üst-üstə düşdükdə, ona uyğun gəldikdə inandırıcı olur. Əks halda ən dərin subyektiv əminlik elmi sübut edilməyə gətirib çıxarmağa imkan vermir.

İnandırıcı təsir prosesində verilən informasiyaya tənqidi münasibət bildirilir. Onun ilkin elementi kimi şübhə çıxış edir. Təsir obyektı verilən informasiyanı inamla qəbul etmədikdə, ona tənqidi yanaşdıqda şübhə yaranır. Başqa sözlə, şübhə informasiyanın həqiqiliyinə inamsızlıq anını ifadə edir. İnandırmada istifadə olunan arqumentlər həm hisslərlə, həm də əsasən ağılla qavranılır. Bilik anlaşılan, dərk edilən olmaqla yanaşı, həm də hissedilən olmalıdır. İnandırma prosesində insanların hisslərinə toxunmaq, yeni məlumatı mənimsəməyə imkan verən sosial-psixoloji mühit yaratmaq lazım gəlir.

İnandırılan obyektin yeni informasiyaya şübhə formasında tənqidi münasibətini inandıran subyektı aradan qaldırmaq üçün tutarlı arqumentlər gətirməli və pedaqoji üsullardan istifadə etməlidir. İnandırıcı təsir dəqiq, obyektiv, yoxlanılması mümkün olan faktlara əsaslanmalıdır; məlumatın izahı aydın, tez başa düşülən, populyar, məntiqi quruluşa malik, aydın nəticəli olmalıdır. İnandırıcı təsir prosesində həm də təsir obyektinin tələbatlarını, informasiyaya maraqlılıq dərəcəsini və psixiki vəziyyətini nəzərə almaq tələb olunur. İnandırmanın cəmiyyətin mənəvi həyatına, xüsusən tərbiyə və ideoloji fəaliyyətə konkret tətbiqi zərurəti onun təsnifatını aparmağı tələb edir. İnsanların şüuruna təsir prosesində istifadə edilən vasitələrdən asılı olaraq inandırmanın müxtəlif formaları vardır. Onlardan öncə elmdə istifadə olunan elmi inandırmanı və adi-gündəlik inandırmanı göstərmək olar.

İnandırmanın təsnifat meyarı rolunda ağıl və idrak kimi təfəkkür formaları çıxış edir. İdrak zəkaya nisbətən təfəkkürün aşağı pilləsini təşkil edir. İdrak düşüncəsi bu prosesin bütün mürəkkəbliyini əks etdirmir. Onun üçün səciyyəvi cəhəti gerçəkliyi fraqmentli abstraksiya formasında əks etdirməsidir. İnandırma zəkaya arxalandıqda keyfiyyətə yeni səviyyə kəsb edir. Zəka məntiqi təşkilə və düzülüşə malik olmaqla həqiqi bilik forması kimi meydana gəlir. Biliyin əldə edilməsi son dərəcə mürəkkəb proses olub, sadədən mürəkkəbə, səthi, az bilikdən daha dərin və mürəkkəb biliyə doğru inkişaf edir. İnandırma zəkaya əsaslandıqda gerçəklik hadisələrində ümumi, qanunauyğun əlaqələrə istinad etdikdə, o cümlədən ona sübutluluq əlavə edildikdə o, elmi xarakter daşıyır.

7. Təbliğət

Təbliğət ideoloji fəaliyyətin mühüm tərəfini təşkil etməklə yanaşı, həm də onun gerçəkləşmə vasitəsi kimi çıxış edir. İdeoloji fəaliyyət öz məzmununa ideologiyanın işlənilib hazırlanmasını və təbliğət, təşviqat, siyasi informasiya vasitəsilə gerçəkləşən ideoloji təsiri daxil edir. Bu halda bizi yalnız ideoloji təsir növü kimi təbliğət maraqlandırır. Təbliğət özünün birbaşa

mənasına görə ideoloji baxışların insanların şüuruna yeridilməsi, ayrı-ayrı şəxslərdə və iri sosial qruplarda bu görüşlərin dərin inama çevrilməsidir. Öz funksiyasını yerinə yetirərkən o, bir sıra sosial-psixoloji mexanizmlərə əsaslanır ki, onların köməyi ilə insanların hisslərinə, iradə və zəkalarına təsir göstərir. Eyni zamanda o, ictimai psixologiya ilə ideologiyanın qarşılıqlı əlaqəsini təmin edən özünəməxsus mexanizm kimi çıxış edir. Müxtəlif üsulların, vasitə və üsulların məcmusu kimi çıxış edən təbliğatın köməyi ilə insanların şüuruna təsir göstərilir. Müasir cəmiyyətdə onun kimi müxtəlif şüur sferalarına təsir göstərən ikinci bir güclü vasitə tapmaq qeyri-mümkündür.

Təbliğat prosesində bütün ideoloji işlərdə olduğu kimi insanların şüuruna zəruri sosial keyfiyyətlər aşılamaqla onların ictimai şüuru formalaşdırılır. Təbliğat ideoloji fəaliyyət sistemində maarifləndirici, idrak, birləşdirici, bu və ya digər problemin həllində kütlələrin səfərbər edilməsi və s. kimi çoxtərəfli funksiya yerinə yetirir.

Təbliğat hərtərəfli surətdə həyata keçirildiyi zaman, yəni onun həyata keçirilməsinə cavabdeh olan orqan və ya təşkilatların birgə və əlaqələndirilmiş fəaliyyəti nəticəsində, müxtəlif üsul və vasitələrdən, üsullardan istifadə edildiyi zaman səmərəli olur. Təbliğat mahiyyətə insanların hiss və zəkasına, onların ideoloji görüşlərinə və psixoloji vəziyyətlərinə istiqamətlənir. Təbliğatın yönəldiyi hər bir sosial qrup üçün müəyyən şüurluluq vəziyyəti- əhval- ruhiyyə, rəylər, fikirlər, tənzimləmələr və digər mənəvi törəmələr səciyyəvidir. Təbliğatın mahiyyəti bu sosial-psixoloji törəmələrlə qarşılıqlı əlaqədə olmaqdan və təsir obyektinin psixologiyasını nəzərə almaqdan ibarətdir. Bu işdə kütlənin xüsusiyyətlərini, hər təbəqənin, peşənin psixologiyasının özünəməxsus əlamətlərini öyrənmək lazımdır. İnsanların psixologiyası təbliğatın ideoloji məzmununu ələyən özünəməxsus süzgəc rolunu oynayır: bu və ya digər ictimai qrupa xas olan sosial-psixoloji təhsilin keyfiyyətindən asılı olaraq o, informasiyanın qavranılması prosesini ya sürətləndirə, ya da ləngidə; dərk edilən informasiyanın həcmi genişləndirə və ya daralda; təbliğatın ideoloji məzmununa münasibətə düzəlişlər edə bilər. Məhz təbliğat prosesinin bu məqamında ideologiya ilə ictimai psixologiya arasında qarşılıqlı əlaqə təzahür edir.

Təbliğat təsiri qarşılıqlı olaraq özünə o halda yer tuta bilər ki, təbliğatçı ilə auditoriya (dinləyici, oxucu, tamaşaçı) arasında sosial-psixoloji əlaqələr qurulsun, ona inam yaransın. Bu cür əlaqələrin qurulması mövcud auditoriyaya daha yaxşı şəkildə təsir etmək imkanı verir. Təbliğatçının işi konkret auditoriyaya ən yaxşı şəkildə təsir etmək, onların tələbat və

maraqlarını öyrənməkdən ibarətdir. O, heç vaxt unutmamalıdır ki, onun işi insanların hissələrini, inamlarını, görüşlərini, baxışlarını formalaşdırmaqdan ibarətdir. Təbliğatçının auditoriyaya təsiri inandırmaq və təlqin etmək yolu ilə gerçəkləşir.

Təbliğatçı təkcə kütlələrə bu və ya digər ideyanı yaymaqla kifayətlənməməli, eyni zamanda konkret auditoriyaya uyğunlaşmalı, ona səmərəli təsir üsullarını axtarıb tapmalıdır. Təbliğatçıya təkcə öz predmetini bilmək azdır, o, auditoriyanın xüsusiyyətlərini öyrənməli, onun ümidlərini, gözləntilərini nəzərə almalı, genişləndirilmiş bilikləri konkret məlumat formasında ifadə etməyi, auditoriya ilə mütləq ümumi dil tapmağı, onu maraqlandırmağı və onun reaksiyasını irəlicədən görməyi bacarmalıdır. Auditoriyaya yaxşı təsir etmək üçün mövzunun əhəmiyyətini və aktuallığını, informasiyanın yeniliyini, onun gündəlik həyatla əlaqəsini, məlumatın orijinal üslubda qurulmasını təmin etməlidir. Bütün bunlara nail olmaq təbliğatçıdan bilik və bacarıq, xüsusən də təcrübə tələb edir [3, s.210].

Təbliğat prosesində subyekt obyektin beyninə, onun dünyagörüşünə təsir etmək vasitəsilə ideologiyanı yeridir və onun sosial-psixoloji vəziyyətinə təsir göstərir. Burada hər iki tərəf fəallıq nümayiş etdirir; subyekt müəyyən ideya və baxışları nəzəriyyə və konsepsiyaları təqdim edir, obyekt isə ona seçici münasibət bəsləyir. Təbliğati prosesin ikitərəfli fəallığı həm də ictimai ideologiya ilə psixologiyanın qarşılıqlı təsirində təzahür edir. Mənəvi sferanın hər iki tərəfinin (ideoloji və ictimai psixoloji) qarşılıqlı təsirinin mahiyyəti ondan ibarətdir ki, ideoloji təsəvvür və baxışlar sosial praktikada insanların iradi amilləri və subyektiv əhval-ruhiyyələri ilə həyata keçirilir. Ona görə də ideologiyayı yayan, ona uyğun təbliğat aparən şəxs yalnız insanların psixologiyasını öyrənmək məqsədi güdmür, həm də onu formalaşdırmaq, kütləvi şüura ideoloji təsəvvür və baxışların, nəzəriyyə və konsepsiyaların nüfuz etməsini təmin etmək vəzifəsini öz üzərinə götürür.

İnsanların şüuruna yeridilmiş və onlar tərəfindən mənimsənilmiş ideoloji baxışlar onların dünyagörüşünü formalaşdırır, ictimai psixologiya hadisələrində konkretləşir və insanları fəaliyyətə sövq etdirir. İctimai psixologiyanın dəyişdirilməsi ictimai həyatın bütün sahələrinin, bütün ideoloji fəaliyyət sisteminin, habelə təbliğati təsirin keyfiyyətcə yenilənməsinə səbəb olur. Lakin hər bir şəxsin şüuru dəyişməzdən əvvəl onun mənsub olduğu kollektivin (kiçik qrupların) psixologiyasını dəyişdirmək lazımdır. Kollektivin psixologiyası cəmiyyətin psixologiyası ilə fərdin psixologiyası arasında əlaqələndirici həlqə funksiyasını yerinə yetirir. Buna görə də təbliğatda cəmiyyətin, kollektivin və şəxsiyyətin psixologiyasının dialektikasını nəzərə almaq lazımdır.

İnsanların fərdi psixoloji xüsusiyyətləri, özünəməxsusluğu kollektivdə dəyişərək kollektiv psixologiyaya çevrilir. Kollektiv fəaliyyət sferası və onun funksiyası məzmunca ayrıca bir şəxsin fəaliyyət və funksiyasından son dərəcə genişliyi və hərtərəfli olması, dolğunluğu ilə seçilir. Kollektiv psixologiya üçün qarşıya qoyulmuş məqsədin aydın dərk edilməsi, kollektiv maraq və tələbatları həyata keçirməyə hazır olan insanların birgə fəaliyyəti səciyyəvidir. Bu cür fəaliyyət məntiqi olaraq, özündə belə bir əminliyi ifadə edir ki, qarşıya qoyulmuş məqsəd bütövlükdə kollektiv və onun hər bir üzvü üçün maraq kəsb edir.

Kollektivin psixologiyası kollektiv rəy, mənəvi-əxlaqi abu-hava və digər elementlər vasitəsilə ictimai psixologiya ilə fərdi psixologiya arasında əlaqələndirici həlqə rolunu oynayır; fərdi hərəkət və davranışların tənzimləyicisi vasitəsinə çevrilir; fərdin psixologiyasını ictimai maraqlar nöqtəyi-nəzərindən inkişafa istiqamətləndirir. Məhz ictimai psixologiya fərd üçün onun daxili aləminin bir hissəsinə çevrilir. Mənəvi-psixoloji abu-havanın əsasında ümum əxlaqi təsəvvür və baxışlar, kollektiv əhval-ruhiyyə, rəy, sosial ustanovkalar, həyatı mövqelər və s. özünəməxsus sintez təşkil edir. O, kollektivin ümumi mənəvi əhval-ruhiyyəsini, fikrini formalaşdırır və onun həyat fəaliyyətinə təsir edir [6, 243].

Təbliğat zamanı müxtəlif üsullar- qəzet, radio, televiziya və digər vasitələrdən istifadə auditoriyaya yeni informasiya vermək, oxucuları, dinləyiciləri, tamaşaçıları yeni fakt və fikirlərlə zənginləşdirmək, real həyatın həqiqi mənzərəsini yaratmaq, insanların kollektiv və fərdi şüuru vasitəsilə ictimai şüuru aktiv formalaşdırmaq üçün böyük imkanlar yaradır. Müəyyən edilmişdir ki, informasiya nüfuzlu mənbədən gəldikdə o daha böyük təsir gücünə malik olur. Yaxud bu və ya digər hadisəyə, gerçəklik faktına dair obyektiv informasiya ləngiyəndə şaiyə və uydurmalar asanlıqla onun yerini tutur. Belə halda hadisə, fakt, onun şərhə haqqında məlumatı ilkin olaraq kim təqdim edirsə, psixoloji üstünlük də ilk verilən informasiyaya məxsus olur. Bu cür informasiya əsasında çox zaman şəxsin ustanovkası yaranır, daha doğrusu, mövcud hadisəyə, fakta doğru onu olduğu kimi qavramağa və münasibət bildirməyə meyl yaranır. Əgər informasiya birtərəfli, həm də təhrif olunmuşdursa, o zaman informasiya qəbul edəndə qeyri-düzgün ustanovka yaranır. Belə olduqda, yanlış ustanovkanın dəyişdirilməsi üçün təbliğatçıdan lazımi ustanovkanı formalaşdırmaqdan daha böyük güc sərf etmək tələb olunur [3, s.213].

İnsan ətraf aləmi, gerçəkliyi dərk etməklə yanaşı, ona münasibətdə həm də dərin həyəcan hissi keçirir. Xarici təsirlər onun daxili aləmində müxtəlif hisslər yaradır. Buna görə də təbliğat prosesində gerçəklik hadisələri

haqqında təkcə bilik və məlumat vermək yox, həm də onlarda emosional münasibət oyatmaq lazım gəlir, daha dəqiq desək, onların həm ağına, həm də hissələrinə təsir etmək lazımdır.

Təbliğati inandırıcı təsir prosesində təsir obyektinin şüuruna yeridilmiş ideya və baxışlar onlarda müsbət emosional əhval-ruhiyyə və maraq oyatmalıdır. Bu mürəkkəb prosesdə xarici mühitin təsiri, xarici təsirin dərk edilməsi, bu ideya və baxışların insanlarda inama çevrilməsi kimi sosial-psixoloji məsələlər mühüm əhəmiyyət daşıyır:

- 1.Xarici təsir dedikdə həm də sosial mühitin (təhsil, təlim, tərbiyə, inandırma, təlqin, nüfuz, müəyyən nümunəvi davranış nümunələrinin köməyi ilə insanların davranışları üzərində sosial nəzarətin həyata keçirilməsi və s.) məqsədəuyğun təsiri başa düşülür.
- 2.Təsirin dərk edilməsi onun mənimsənilməsi, təqlid edilməsi, yaxud tənqidi yanaşılması və özünü-tərbiyəni doğurur.
- 3.İnsanın bu və ya digər ideyanı qəbul etməsinə müxtəlif amillər - ideyanın obyektivliyi, onların şəxsi və ictimai maraq və tələbatlarına uyğunluğu, informasiya mənbəyinin nüfuzuna inam və s. təsir göstərir. Bütün bunları nəzərə almadan ideya və baxışların daxili inama çevrilməsi cəhdləri qeyri-mümkündür.

8.Biliyin əqidəyə çevrilməsi

Təbliğati fəaliyyət kütlələrdə yüksək şüurluluq və sosial aktivlik yaradır. Təlqin edilən ideya və baxışların inama çevrilməsi üçün insanlar həmin informasiyanı özlərinin şəxsi həyat mövqeyi baxımından subyektiv emal edirlər. Biliyin əqidəyə çevrilməsində bir sıra subyektiv amillər rol oynayır:

a) təlqinedici təsirə məruz qalan şəxsin emosiyaları və gerçəklik hadisələrinə qiymətverici münasibəti;

b) bu və ya digər obyektə onun müsbət və ya mənfi münasibəti. Əldə edilən məlumata yalnız bu cür münasibət bildirildikdə o, şəxsdə inama çevrilir. Bilik gerçəklik hadisələrinin xassələrini, keyfiyyətini, mahiyyətini ifadə edir. O insanların bu biliklərin obyektinə və onların doğruluğuna subyektiv münasibətini ifadə etmir. İnam, əqidə bu mənada bilikdən fərqlənir, çünki o gerçəklik hadisələrinə insanların subyektiv münasibətini ifadə edir, əldə edilmiş bilikləri real həyat faktları, insanların tələbat və maraqları mövqeyindən müqayisə edib qiymətləndirdikdən sonra əqidəyə, inama çevrilir. Biliklərin qiymətləndirilməsinin kökündə gerçəklik hadisələrinə müsbət və mənfi münasibət dayanır.

9.Nəticə

Qiymətləndirmə prosesində əmin olmanın gerçəklik hadisələri və onun haqqında biliklərə, həmçinin öz fəaliyyətinə doğru qiymət verildiyinə inam hissi kimi çıxış edən emosional-psixoloji komponentinin meydana çıxması qaçılmazdır. Əminliyin idrakı, qiymətverici və emosional-psixoloji komponentinin əsasında bu biliklərə uyğun fəaliyyət göstərməyə subyektiv hazırlıq və öz fəaliyyətinin, hərəkətlərinin düzgünlüyünə inam dayanır. Bu hazırlıq əminliyin iradi komponenti kimi çıxış edir.

Əminolma bu mənada özünü bütünlüklə şüurun rəasional, emosional, iradi komponentləri kimi göstərir. Əminlik insanın dünyaya, gerçəkliyə ideya mənəvi münasibətinin toplusu, cəmləndirilmiş ifadəsidir. O, insanın mənəvi aləminin mərkəzini təşkil edir və onun əxlaqi-siyasi keyfiyyətini, ideya cəhətdən zənginliyini, yetkinliyini, insanların davranışını cəmiyyətdə qəbul olunmuş sosial normalara uyğun davranılmasını tənzim edir.

ƏDƏBİYYAT

- 1.Алексеев, В. Н. (1965). *Взаимодействие идеологии и общественной психологии*. М. 250 с.
- 2.Гырдев, Д. (1982). *Актуальные проблемы общественного сознания*. М.
- 3.Демин, И. В. (2015). Проблема соотношения идеологии и науки в современной эпистемологии. Научно-технические ведомости СПбГУ. *Гуманитарные и общественные науки 1 (215)*.
- 4.Келле, В. И., & Ковальзон, М. Я. (2006). *Формы общественного сознания*. М.: Мысль. 216 с.
- 5.Кузнецов, В. Н. (2005). *Идеология: Социологический аспект*. - М.: ИНФРА-М, с.45.
- 6.Любимова, Т. Б. (2013). *Идеология и процессы социальной модернизации*. М.: Academia, 376 с.
- 7.Уледов, А. К. (1985). *Общественная психология и идеология*. «МЫСЛЬ».
- 8.Уледов, А. К. (1980). *Общественное мнение и пропаганда*. М.: Мысль. 270 с.

Социально - Психологические механизмы взаимосвязи идеологии и общественной психологии

Назакет Керимова*

Абстракт. Общественная психология и идеология, являющиеся неотъемлемыми частями общественного сознания тесно переплетены между собой. Выявляя взаимосвязь между данными понятиями, большинство исследователей отдают предпочтение идеологии, отмечая ее активную роль в общественной психологии и относительную независимость общественной психологии от идеологии. В научной литературе, посвященной этой проблеме, в большей степени, отдается предпочтение интерпретации идеологии, чем общественной психологии, что обусловлено комплексностью первой и трудностью ее изучения. Также утверждается, что в то время как общественная психология формируется стихийно вне идеологии и без ее влияния, ее способность активно воздействовать на идеологию снижается.

Несмотря на то, что общественная психология отличается от идеологии своей историей и механизмом формирования, между ними имеется ряд общих черт. Прежде всего, и общественная психология, и идеология, представляя собой явление духовной жизни отражают социальные интересы и потребности людей, оказывают сильное влияние на формирование их духовного мира.

Взаимодействие идеологии и общественной психологии представляется в различных формах. Чрезвычайно важным является выявление внутренних механизмов этого взаимодействия. Примерами таких внутренних механизмов являются: убеждение, имитация, подражание, стереотипы, социальные установки, пропаганда и другие социально- психологические явления. Рассмотрение подобных социально- психологических явлений как средства эмоционально-волевого воздействия на сознание людей, а также механизма внутреннего взаимодействия идеологии и общественной психологии

* Доктор философии по философии,
Преподаватель кафедры «Философии» Бакинский Государственный Университет; Баку, Азербайджан
E-mail: kerimova.nezaket@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4827-5962>

Цитировать статью: Керимова, Н. [2022]. Социально - Психологические механизмы взаимосвязи идеологии и общественной психологии. *Журнал «Metafizika»*, 5(4), с.38-53.

История статьи:

Статья поступила в редакцию: 12.08.2022

Отправлена на доработку: 02.09.2022

Принята для печати: 14.10.2022

имеет большое значение для изучения их психологической природы и возможности их целевого использования.

Ключевые слова: общественное сознание, идеология, общественная психология, внушение, убеждение, пропаганда, социальная установка, стереотипизация, убеждающее воздействие.

Socio-Psychological mechanisms of the interactive relationship between ideology and public psychology

Nazakat Karimova*

Abstract. Social psychology and ideology, which are integral parts of public consciousness, are closely intertwined. While revealing the connection between them, most researchers give preference to ideology, noting that it plays an active role in relation to social psychology, and that social psychology has relative independence in relation to ideology. In the scientific literature devoted to this problem, the preference for the interpretation of ideology over social psychology is due to the complex nature of the latter and the difficulty of studying it. It is also stated that when social psychology is developed spontaneously outside the ideology, without the latter's influence, its ability to actively influence the ideology wanes.

Although social psychology differs from ideology in terms of its history and mechanism of formation, there are a number of commonalities between them. First of all, both social psychology and ideology as a phenomenon of moral life reflect the social interests and needs of people and have a strong impact on the formation of their moral discourse.

The interaction of ideology and social psychology is manifested in many forms. It is extremely important to identify the internal mechanisms of this interaction. Examples of such internal mechanisms are persuasion, imitation, stereotypes, social attitudes, propaganda and other socio-psychological phenomena. Consideration of such socio-psychological events as a means of emotional and volitional influence on people's minds, as well as a mechanism of internal interaction between ideology and social

* Doctor of Philosophy (Ph.D),

Teacher of department of "Philosophy" of Baku State University; Baku, Azerbaijan

E-mail: kerimova.nezaket@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-4827-5962>

To cite this article: Karimova, N. [2022]. Socio-Psychological mechanisms of the interactive relationship between ideology and public psychology. *"Metafizika" journal*, 5(4), pp.38-53.

Article history:

Received: 12.08.2022

Accepted: 14.10.2022

psychology, is of great importance for studying their psychological nature and the possibility of their appropriate use.

Keywords: social consciousness, ideology, social psychology, suggestion, persuasion, propaganda, social attitude, stereotyping, persuasive influence

REFERENCES

1. Alekseev, V. N. (1965). *Interaction of ideology and social psychology*. M. 250 p. (in Russian)
2. Gyrdev, D. (1982). *Actual problems of public consciousness*. M. (in Russian)
3. Demin, I. V. (2015). The problem of correlation between ideology and science in modern epistemology. Scientific and technical bulletin of St. Petersburg State University. *Humanities and Social Sciences 1 (215)*. (in Russian)
4. Kelle, V. I., & Kovalzon, M. Ya. (2006). *Forms of social consciousness*. M.: Thought. 216 p. (in Russian)
5. Kuznetsov, V. N. (2005). *Ideology: Sociological aspect*. M.: INFRA-M, p.45. (in Russian)
6. Lyubimova, T. B. (2013). *Ideology and processes of social modernization*. M.: Academia, 376 p. (in Russian)
7. Uledov, A. K. (1985). *Public psychology and ideology. "thought"*. (in Russian)
8. Uledov, A. K. (1980). *Public opinion and propaganda*. M.: Thought. 270 p. (in Russian)