

Publisistika sosial fəaliyyət növü kimi

Əliş Ağamirzəyev

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru,

Bakı Slavyan Universiteti

E-mail: alish-m@mail.ru

Rəyçilər: sənəts.ü.f.d., prof. E.A. Babayev,
filol.ü.f.d., dos. Ş.Ş. Musayev

Açar sözlər: publisistika, sosial fəaliyyət, ictimai rəy

Ключевые слова: публицистика, общественная деятельность, общественное мнение

Key words: publicity, social activity, public opinion

Publisistika insanın sosial fəaliyyətinin forma rəngarəngliyini əks etdirən fundamental anlayışlardandır. O, öz obyektı və predmeti olan sosial fəaliyyətdir. Müasir dövrümüzdə ən çox ehtiyac duyulan fəaliyyət sahələrindən biri kimi, həm mətbuat səhifələrində, həm də radio və televiziya da geniş istifadə olunur. Məlum olduğu kimi, publisistikanın obyektı problemlı şəraitin yaranmasına səbəb olan proses və hadisədir. Bu prizmadan baxanda problemlı şəraiti doğuran amilin məhz insan olduğunu görmək çətin deyil. İnsan öz ətraf mühitini mənimsəyərək, bir növ, özünün universumunu yaradır. Hər bir sosial hadisənin mərkəzində insan amili, sosial faktlar dayanır.

Sosial faktların məcmusu publisistikanın empirik bazasını təşkil edir. “Sabit faktlar bazası olmadan publisistika mümkün deyil” (1, 275). Publisist sosial faktı ictimai əhəmiyyətli hadisə kimi tipikləşdirilir, sosial mahiyyətli konsepsiya və ideyalar sistemində interpretasiya edir. O, bir qayda olaraq, baş verənlərə sosial-normativ baxışını ifadə edir. “Sosial impritiv insan həyatının prinsipi kimi publisistik dərkətmədə əsas məsələdir” (4, 57). Publisistika insanın sosial təcrübəsinə dayanaraq gerçəkliyi dərk edir. Faktın publisistik dərkə sosial dəyərlər sistemində interpretasiya, onun sosial yönünün meydana çıxarılmasıdır. Müasir çoxşaxəli həyatımızda sosial düşüncəni, həyat stilini formalaşdırmaqla insan həyatının harmoniyasını zənginləşdirmək publisistikanın vacib funksional xüsusiyyətlərindəndir.

Sosial fəaliyyətin bir növü kimi publisistikanın mahiyyətini, əsas vəzifəsini anlamaq üçün, əvvəlcə, publisistikanın cəmiyyətin hansı tələbatlarından doğduğuna, hansı ictimai funksiyayı yerinə yetirdiyinə nəzər salmaq lazımdır. Ümumiyyətlə, şüurlu fəaliyyətinin, ictimai təfəkkürün formalaşdığı ən qədim dövrlərdən başlayaraq insan özünü anlatmaq, izah etmək vasitələri axtarmışdır. İctimai həyatın qayda-qanunlarını anlayaraq qəbul etmək qabiliyyəti bütün tarix boyu təkmilləşmişdir. Bu proses bu gün də davam edir. Reallığı daha ətraflı anlatmaq üçün getdikcə daha da konkretləşir, dar sahələr üzrə ixtisaslaşır, dolğunlaşaraq bütünləşir. Publisistikada bu tamlığın əldə olunması istiqamətlərindən biri, bəlkə də ən başlıcası insanın dəyişkən fəaliyyət tiplərinin, reallığa yanaşma tiplərinin və deməli, həm də ünsiyyət tiplərinin ayırd edilməsidir.

Hələ sivilizasiyanın ən qədim dövrlərində insanın həqiqətə məntiqi, estetik, dini-mənəvi münasibəti hüquq, mənəviyyət və siyasət qaydalarının formalaşmasına zəmin yaradır. Primitiv əmək formalarından daha inkişaf etmiş münasibətlərə keçdikcə, tədricən, intellektual istehsal (bilik və bacarıqların, dini-mənəvi, hüquqi ehtiyacların alınması, saxlanması və

ötürülməsi) praktik material fəaliyyətdən ayrılmağa başlayır. Sosial həyatın idarə edilməsi kimi yeni fəaliyyət sahəsi meydana çıxır, qarşılıqlı münasibətlərdə yeni sosial normalar formalaşır.

Məlumdur ki, məhz kapitalizm insanların ənənəvi birlik formalarını, dini təsəvvürlərini, adətlərini, əxlaq normalarını dağıdaraq, daha yeni inteqrasiya üsulları, fərdlər və qruplar arasında yeni ünsiyyət formaları doğurmuşdur. Çap maşını icad olunana qədər yazılı mətnlər sosial proseslərə birbaşa və operativ təsir etmək cəhətdən şifahi nitqlərə uduzdu. Ancaq yazıya alınmayan şifahi nitqlərin də auditoriyası məhdud olduğu üçün kütləvi təsir etmək baxımından etibarlı hesab olunmurdu. Müasir publisistikanın meydana çıxması bu iki istiqamətin birləşməsindən doğur – bir tərəfdən kütləvi auditoriyaya şifahi müraciətlə siyasi təsir göstərmək kimi çoxəsrlik təcrübə, digər tərəfdən də ədəbi formalar təkmilləşdirilərək publisistik mətnlər yaradılır. Üçüncü həlledici faktor isə çap maşınının icadı olur. Çap dəzgahı bu publisistik mətnləri tirajlayaraq daha geniş auditoriyaya çatdırılmasına şərait yaradır. Beləliklə, dövrü mətbuat cəmiyyətə yazılı mətnlər vasitəsilə publisistik təsir göstərmək üçün meydana çevrilir.

Publisistikanın formalaşması feodalizmdən kapitalist ictimai-iqtisadi quruluşuna keçid dövrünə təsadüf edir. Bu dövrdə cəmiyyətdə yeni siyasi təsiretmə vasitələrinə, dövlət idarəçiliyində, sosial münasibətlərdə yeni vasitələrə tələb yaranır, istehsal və ictimai münasibətlərin xarakterində dəyişikliklər özünü göstərir. Publisistikanın malik olduğu operativ siyasi təsir gücü kapitalizməqədərki quruluşda sosial zərurət hesab olunmurdu. Feodallar köhnə istehsal və idarəetmə vasitələrinin saxlanılmasında maraqlı idilər. Burjuaziya isə bunun əksinə mübarizə aparırdı. Burjuaziya sosial proseslərdə operativ kütləvi təsir vasitələrinə, siyasi idarəetmədə yeni alətlərə can atırdı. Buna görə də mətbuat və publisistika da elə bu tələb üzərində formalaşdı. Kapitalist cəmiyyətində güclü istehsal və sosial proseslər fonunda publisistika geniş auditoriyanın siyasi oriyentasiyasının istiqamətlənməsi, ona siyasi təsir göstərməkdə güclü və daha tez təsir göstərən vasitəyə çevrilir. Publisistika siyasi fəaliyyətdə xüsusi sosial ünsiyyət forması kimi özünü göstərir.

Publisistika özündə tarixən formalaşmış mənəvi, məhrəm ünsiyyət formalarını təcəssüm etdirir. Bu sosial-siyasi fəaliyyət tipi, müəyyən bilik və informasiyanın alınması, daha emosional təsiredici güc üçün ədəbi-bədii mətnlərin yaradılması, ictimai rəyin qüvvətləndirilməsi və onun siyasi məcraya yönləndirilməsi kimi bir sıra digər fəaliyyət növlərinin bir-birinə qarşılıqlı təsiri nəticəsində formalaşır.

Müasir cəmiyyətdə publisistika siyasi və sosial idarəetmədə altsistemə çevrilir. Onun spesifik məqsədi – cəmiyyətə idarəolunan sosial orqanizm kimi təsir göstərmək, yeniləşməni stimullaşdırmaqdır. Siyasətin altsistemi kimi publisistika siyasətlə eyni təməl xüsusiyyətlərə yiyələnir. Məqsəd ictimai proseslərə təsir göstərmə, onlara yön vermək və dəyişməkdir. Vasitə isə geniş auditoriyaya aktual müraciətdir. Publisistika ictimai proseslərin tənzimlənməsini və yenilənməsi işini auditoriyanın siyasi aktivləşməsi, insanları məqsədyönlü hərəkətlərə, dövlətin və müxtəlif siyasi dairələrin fəaliyyətinə qiymət verməyə inandırmaq vasitəsilə görür. İctimai proseslərin nizamlanmasına, siyasi davranış nümunələrinin yayılmasına şərait yaradır. Bəzən reallığın dərk olunmasına, ona münasibət bildirməyə təkid belə edir. Ancaq bu təkid diktə və ya əmr xarakteri daşımır, publisist həmişə həmsöhbət kimi danışır. Publisistikada əmr yoxdur, həmfikirləri, məsləkdaşları inandırmaq, onlara reallığı təsvir etməyə, onun mahiyyətini izah etməyə çalışmaq, eyni zamanda, proses haqqında onların aktivliyinin artırılmasına cəhd var. Publisistika həmçinin cəmiyyətin xüsusiyyətlərini özündə təcəssüm etdirir. Bu mənada publisistika həm də spesifik sosial-pedaqoji missiya

daşıyır.

Publisistika məqsədlərinin xarakterinə görə hamı üçün ədəbiyyatdır. Buna görə də publisistik əsərlərə xarakterinə və keyfiyyətinə görə bir sıra tələblər qoyulur:

- geniş oxucu kütləsi üçün aydın, anlaşılıq olmalıdır;
- emosional ifadə olunmalıdır;
- inandırıcı, məntiqli olmalıdır;
- oxucunun (dinləyici, tamaşaçının) gündəlik rastlaşdıqları gerçəklə ziddiyyət təşkil etməməlidir.

Publisist bu tələblərə cavab vermək üçün məsələlərə daha dərinə nüfuz etməli, hadisə haqqında mükəmməl nəzəri biliklərə, geniş dünyagörüşə sahib olmalıdır. Publisist ünsiyyətin əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, o, müxtəlif mənbələrdən alınan sosial informasiyanı hamı üçün açıq məhsula çevirir. Şəxsi təcrübəsi, praktik nəticə əldə etmə bacarığı, sağlam fikir yürütməsi kimi xüsusiyyətləri ona cəmiyyətin həyatında baş verənlərə insanları inandırmaya kömək edir. İnsanlar öz gerçəkliklərini, gündəlik həyatda mahiyyətinə varmadıqları məsələləri publisist qələmi ilə görürlər.

Elmi və bədii mətnlərdən fərqli olaraq, publisistik mətnlərdə çağırış, təşviq etmə, ruhlandırma kimi elementlər önə çıxır. Amma bu elementlər daha çox mətnaltı kontekstdə verilir. Yəni publisistik mətnlərdə, inzibati-təsərrüfat, rəsmi, siyasi təyinatlı mətnlərdəki kimi birbaşa göstəriş, əmr yoxdur, publisistin çağırışı daha çox anlatma ilə, mahiyyətin izah olunması ilə yerinə yetirilir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, ictimaiyyət qarşısında, açıq deyilən söz sosial fəaliyyətdir. Buna görə də ünvanlandığı tərəfdən həmişə bu və ya digər formada reaksiya alacaqdır. O, əksər hallarda vahid bir məqsədə deyil, daha çox insanların geniş maraqlarına hesablanır. Publisistikanın əsas xüsusiyyəti cəmiyyətdə hakim olan fikrin daşıyıcılarına, daha həssas və fəal insanlara, onların düşüncələrinə, hisslərinə, mənəvi və praktik fəaliyyətlərinə ünvanlanmasıdır.

Məhz buna görə publisistika şəxsiyyətə hər yöndən effektiv təsir göstərmək üçün özünəməxsus mexanizmlərdən istifadə edir. Publisistika əsasən operativ təsir vasitəsi kimi birdəfəlik sosial cavabı qarşıya məqsəd qoyur. Ancaq bu birdəfəlik sosial təsirlər bir-bir, laylar şəklində yığılıqdan sonra, daha dərinə gedərək şəxsiyyətin bütün dünyagörüşünə yön verməyə başlayır. Publisistika vasitəsilə sosial proseslərin bu tip idarəedilməsinin məqsədi cəmiyyətin fikir və fəaliyyətinin vəhdətinə nail olmaqdır.

Publisistika və kütləvi kommunikasiya vasitələrinin müasir mahiyyətdə meydana atılması elə bir vaxta təsadüf edir ki, cəmiyyətdə sosial birliyi, sosial-siyasi sistemin vəhdətini başqa vasitələrlə saxlamaq mümkünsüz olur. Sosial əlaqələrin inzibati, dini, bürokratik, hərbi-siyasi, elmi, siyasi-partiya kimi növləri müasir mürəkkəb sosial orqanizmə müntəzəm təsir göstərmək gücündə olmurlar. Məhz XX əsrin ikinci yarısında informasiya bütün forma və məzmunu ilə əvəzolunmaz gücə çevrilir. Mürəkkəb sosial orqanizmin ayrı-ayrı elementlərinin fəaliyyətinin uzlaşması üçün KİV və onun nüvəsini təşkil edən publisistika iş görür.

Publisistikanın şəxsiyyətə təsir göstərməsinin əsas mərhələləri maraq yaratmaq, şüurlu münasibət və inandırmadır. Onu təbliğat və təşviqat işindən fərqləndirən əsas cəhət təkcə şəraitin əsl mahiyyəti haqqında bilgi vermək, insanları hərəkətə keçməyə emosional cəhətdən təsir etmək deyil, o həm də insanlara mütəşəkkil fəaliyyət, onun praktik cəhətdən reallaşması üsulları haqqında bilgiler verir. Bu mənada publisistikaya təkcə informasiya, ictimai-siyasi məlumat verən vasitə kimi deyil, həm də sosial idarəetmə və nəzarət vasitəsi kimi də baxmaq olar.

Publisistikanın sosial-yaradıcı funksiyası bilavasitə onun sosial-didaktik və sosial-maarifləndirici funksiyaları ilə bağlıdır. Publisistika məqsədyönlü şəkildə sosial proseslərə təsir göstərməklə ictimaiyyəti mənfəət tendensiyalardan yayındırmaq, hansısa məsələnin həll olunmasında gələcək müsbət irəliləyişlərə köklənməklə öz həmfikirlərinin sayını artırır. Bununla da ictimai proseslərə təsir göstərən, eyni mövqedən çıxış edən həmfikirlər “ordusu” formalaşdırır. Bu zaman hər bir məsələnin açıq-aydın, aşkar izah olunması əsas faktor hesab olunur. İctimaiyyətin hər hansı faktla tanışlığında aşkar olmayan, gizli məqam qalmamalıdır. Bu gələcəkdə publisistikanın sosial mexanizmi yönləndirməsində çətinliklər, fərqli fikirlərin daha ön plana çıxmasına şərait yarada bilər. İctimaiyyətə problemi izah edən digər təsir qüvvələrindən fərqli olaraq, publisistika mətbuat vasitəsilə auditoriyaya davamlı və sistemlik təsir göstərmək, onu maraqlandıran məsələlər haqqında məlumat vermək imkanına sahibdir.

Hansısa problemin, məsələnin ictimaiyyətə çatdırılması təkcə publisistika vasitəsilə reallaşmır. Məsələ haqqında hökumətin müvafiq göstərişləri, sərəncamları ola bilər, problem elmi və ya bədii əsərdə, məhkəmə qərarlarında və s. göstərilə bilər. Ancaq yalnız publisistika ilə məsələ daha çox aktuallaşır, uzun müddət diqqətdə saxlanılır, daha aydın, detallarla ətraflı izah olunaraq geniş auditoriyaya çatdırılır. Bu aydınlığa, aşkarlığa digər heç bir vasitə ilə nail olmaq mümkün deyil. Cəmiyyətin, bir növ, fikrinin nizamlanması və stabil saxlanması və bununla da ictimai rəyə məqsədyönlü nəzarət edilməsi üçün belə aydınlıq, əhatəlilik çox zəruri cəhətdir. Bu yolla cəmiyyətin aşağı səviyyədə özünü təşkilatlanmasına, neqativ hallara qarşı biganə qalmamasına zəmin yaratmaq olur.

Publisistika üçün məsləhət, məşvərət, konstruktiv tənqid xarakterik olsa da, onun ötürdüyü sosial informasiya cəmiyyətə stabilləşdirici, qiymətləndirici, həm də təkmilləşdirici təsir göstərir. Publisistik polemika, diskussiyalar ictimai-siyasi özünü tənzimləmədə əsas məqamlardan biri olmaqla, sosial cəmiyyətin inkişafında onun özünü tənqidinin təcəssümü kimi görünür.

Beləliklə, sosial ünsiyyət tipi kimi publisistik fəaliyyət bu özünəməxsus xüsusiyyətləri ilə sosial münasibətlərin strukturunda dəyişikliklərə nail ola bilər. Buna görə də onun üçün ictimai şüurda baş verən dəyişikliklərin, sosial proseslərin, hadisənin, şəraitin və s. dinamikasının təbii izlənməsi ən vacib məqam, əsas tələb hesab olunur.

Publisistik fəaliyyət bu və ya digər formada özünü göstərə bilər. Yəni ən kiçik bir sosial məsələ haqqında da, ara-sıra baş qaldıran problemlər barəsində də bu və ya digər insanlar publisistik yazılar yazıb bilərlər. Ancaq peşəkar, məqsədyönlü, sistemlik publisistika ilə məşğul olmaq üçün müəllifin qarşısında bir sıra vacib tələblər dayanır. Əvvəlcə onu deyək ki, humanist məqsədlər, cəmiyyətin sosial həyatının inkişafına xidmət göstərəcək aspektlər publisistik fəaliyyət üçün əsas meyarlardır. Elə buna görə də publisistik ifadə üçün obyektin seçilməsi kriteriyaları ən mühüm məsələ kimi özünü göstərir. Çünki müəllif hər hansı bir mənfəət və ictimai məqsəddə, eyni zamanda onun haqqında ətraflı və dərin biliklərə sahib olmasa, onun publisistik fəaliyyəti tamamilə mümkünsüz olar. Məqsədin seçilməsi hər bir peşəkar publisistin öz müstəqil işidir. Ancaq onun ideoloji prinsiplərə sahib olmaması mümkün deyil. Hansısa publisistin “mən heç bir ideologiyaya xidmət etmirəm” deyərək müstəqil publisist kimi fəaliyyət göstərməsi elə özü də bir özünəxas ideologiya hesab oluna bilər.

İctimai-siyasi fəaliyyətdə ideologiya çərçivəsindən çıxmaq cəhdləri real görünür. Çünki bu fəaliyyət istənilən halda hansısa ictimai qrupun, kimlərsə maraqları, fikirləri ilə üst-üstə düşür. Ola bilər ki, publisist bunu şüurlu şəkildə etmir və ya ola bilsin ki, hər hansı bir mövzunu ilk dəfə meydana çıxarır, amma onun bu fikirləri istənilən halda hansısa bir qrupun

maraqları ilə üst-üstə düşəcək. Çünki publisistika ictimai-siyasi fəaliyyətin bir növü kimi, ümumsosial məqsədlər naminə həyata keçirilir. Hər bir publisistin mənəvi və ideoloji görüşləri onun hazırkı prosesləri dərk etməsi, perspektivlərini görməsi üçün əsas rolunu oynayır.

Publisistin hansısa ideologiyaya mənsub olması heç də o demək deyil ki, həmin ideologiyaya malik insanlar həmişə onu haqlı hesab edəcəklər. Mətbuatda belə yanlışlıqlara, birtərəfli yanaşmalara tez-tez rast gəlmək olar. İstənilən halda publisist, hansı ideologiyaya meyil etməsindən asılı olmayaraq, dəqiq mülahizələri, təhlilləri, öz fikirləri ilə oxucunu inandırmağı, onun fikirlərinə təsir etməyi bacarmalıdır. Bunun üçün də o, gerçəkliyə, etibarlı məlumatlara əsaslanmalıdır. Əks təqdirdə onun çıxışı, bütövlükdə mətbuat orqanının imicinə, reputasiyasına xələl gətirə bilər.

Bildiyimiz kimi, sosial institutlar aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirir: 1) bu institutun üzvlərinə öz tələbat və maraqlarını ödəmək üçün imkan yaradır; 2) sosial münasibətlər çərçivəsində cəmiyyət üzvlərinin hərəkətlərini tənzimləyir; 3) İctimai həyatın dayanıqlığını təmin edir; 4) fərdlərin həvəs və maraqlarının, fəaliyyətlərinin inteqrasiyasını təmin edir; 5) sosial nəzarəti həyata keçirir (5, 993). Sosial institut kimi publisistika üçün bu funksiyalardan daha çox ictimai nəzarəti həyata keçirmək xarakterikdir. Publisistika öz vəzifəsini geniş auditoriyaya ünvanlanan mətnlərlə yerini yetirir. Ayrı-ayrı şəxslərə, ictimai xadimlərə, rəhbər dairələrə ictimai təzyiq özünü dördüncü hakimiyyət kimi göstərir.

Publisistika daim inkişaf edən proses, uzunmüddətli həyatı proqramdır. Şəraitə uyğun olaraq aktuallaşır. Sosial institut kimi ictimaiyyətin, cəmiyyət üzvlərinin aktivləşməsinə təkan verir. Publisistika üçün sosial imperativ ən vacib məsələdir. Jurnalist sadəcə müşahidəçi, statistikaçı deyil, baş verən hadisələrdə tərəf kimi, tədqiqatçı kimi çıxış edir. Öz düşüncələrini, fikir və mülahizələrini irəli sürməklə cəmiyyətdə həm də maarifçi, didaktik məqsədlərə xidmət edir.

Məqalənin aktuallığı. Müasir dövrümüzdə ən çox ehtiyac duyulan fəaliyyət sahələrindən biri kimi, publisistika həm mətbuat səhifələrində, həm də radio və televiziya da geniş istifadə olunur. Publisistika məqsədyönlü şəkildə sosial proseslərə təsir göstərməklə ictimaiyyəti mənfi tendensiyalardan yayındırmaq, hansısa məsələnin həll olunmasında gələcək müsbət irəliləyişlərə köklənməklə öz həmfikirlərinin sayını artırır. Bu mənada sosial fəaliyyətin bir növü kimi publisistikanın öyrənilməsi, cəmiyyətin sosial həyatında onun rolunun hərtərəfli araşdırılması, əldə olunan nəticələrin təhlili aktuallıq kəsb edir.

Məqalənin elmi yeniliyi. Məqalədə publisistikanın sosial fəaliyyətin bir növü kimi xüsusiyyətləri, əlamət və incəlikləri araşdırılır, bu sahədə özünü göstərən müsbət meyillər xarakterizə olunur. Sistemləşdirmə, ümumiləşdirmələr aparılır, publisistikanın cəmiyyətin sosial həyatında əhəmiyyəti əsaslandırılır.

Məqalənin praktik əhəmiyyəti və tətbiqi. Məqalədən praktik publisistlər, jurnalistlər, jurnalistika ixtisası üzrə təhsil alan ali məktəb tələbə və magistrantları faydalana bilərlər. Həmçinin məqalədən publisistika üzrə dərs vəsaitlərinin hazırlanmasında istifadə oluna bilər.

Ədəbiyyat

1. Прохоров Е. П. Искусство публицистики. М., 1984.
2. Ученлова В. В. Публицистика и политика. М.: 1973.
3. Черепанов М. С. Проблемы теории публицистики. М., 1973.
4. Полонский А.В. Публицистика как особый вид творческой деятельности //

Научные ведомости Бел.ГУ, 2018.

5. Большой энциклопедический словарь: философия, социология, религия, эзотеризм, политэкономия) / гл. науч. ред. и сост. С. Ю. Солодовников. Мн.: МЦПФ, 2002.

A. Агамирзоев

Публицистика как вид социальной деятельности

Резюме

В статье публицистика рассматривается как одна из особенностей социальной деятельности. Отмечается, что публицистика является одной из фундаментальных концепций, отражающих разнообразие форм социальной активности. Она как одна из самых необходимых областей современности широко используется как в прессе, так и на радио и телевидении.

Публицистика, как вид социальной деятельности, как правило выражает социально-нормативный взгляд на происходящее. В социологической концепции и идей публицист интерпретирует социальный факт как типичное социально значимое событие. Она целенаправленно способствует социальным процессам, отвлекая общественность от негативных тенденций и увеличивая вероятность продвижения будущих достижений в решении данной проблемы.

A. Aghamirzayev

Publicity as a kind of social activity

Summary

It is dealt with characteristics of publicity as a kind of social activity in the article. It is marked that publicity is a fundamental concept that expresses form of diversity of social activity. It is used broadly on press sites, TV, radio as one of the most needed social activity.

Publicity as a kind of social activity expresses social, normative view on the occurring things. Publicist characterizes a social fact as a publicly important event, interpreters it in social conception and the system of ideas. Publicity increases the number of its like-minded people by affecting public processes to distract community from negative thoughts, adjusting them on positive mind about the solution of various issues.

Redaksiyaya daxil olub: 03.09.2018