

UOT - 316.34

Zeynəddin Şabanov,
AƏSMA, fə.ü.f.d., dosent

HƏMKARLAR İTTİFAQLARININ FƏALİYYƏTİNİN MOTİVASİYASINDA İNFORMASIYA MƏDƏNİYYƏTİ

İnformasiyanın strateji resurs kimi qəbul olunduğu yeni sivilizasiya mərhələsində insanların öz həyatı ehtiyaclarını ödəmələri, yeni cəmiyyətdə özlərinə layiqli yer tuta bilmələri üçün İC ideologiyasının mənimsənilməsi ən vacib şərtlərdən biridir. Bu isə minilliyin ideologiyasının məqsəd və vəzifələrinin təbliğ və tədris edilməsini zəruri edir, yaşıdan, sosial vəziyyətindən asılı olmayaraq cəmiyyətin bütün üzvlərinin bu istiqamətdə maarifləndirilməsini günün ən aktual məsələsi kimi qarşıya qoyur [1, s.154].

Türkiyəli araşdırmaçı Sadıq Günəş “İnformasiya cəmiyyətinin bütələri” adlı kitabında dünyada baş verən qlobal dəyişikliklərin insanların həyat və düşüncə tərzinə də ciddi şəkildə təsir göstərdiyini qeyd etmişdir: “İstehsal və istehlak tərzlərimiz dəyişdi; qidalanma və geyim tərzlərimiz dəyişdi; təhsil, səhiyyə, nəqliyyat, mədəniyyət, sənət, ədəbiyyat, ailə, iqtisadiyyat dəyişdi. Bütün bunlardan əlavə, düşüncə və qavrama tərzlərimiz dəyişdi. Ən əsası da məhz budur... Bir tərəfdən gülüb əylənərkən, rahatlıqdan zövq alarkən, digər tərəfdən, sürətlə yox olmaq təhlükəsi ilə üzləşdik” [2, s.8].

Azərbaycanlı alim Rasim Əliquliyevin fikrincə isə, informasiya mədəniyyətinin tərkibinə aşağıdakılar daxildir: informasiya tələbatını müəyyənləşdirmək bacarığı; müxtəlif mənbələrdən informasiyanın axtarılıb tapılması; informasiyaların arasından əsas və ikinci dərəcəli informasiyaların seçilməsi; toplanmış informasiyanı strukturlaşdırmaq, sistemləşdirmək, ümumiləşdirmək və emal edərək yeni informasiya yaratmaq bacarığı; informasiya ilə işləyərkən onun məxfiliyinin qorunması, tamlığının, əlyeterliliyinin təmin olunması, hüquqi və etik normalara əməl olunması; əldə edilən informasiyadan öz fəaliyyətində istifadə etmək bacarığı; informasiyanı aydın şəkildə təqdim etmək bacarığı; informasiya ilə məqsədyönlü şəkildə işləmək üçün müasir informasiya texnologiyalarının imkanları barədə bilgilərə malik olmaq və ondan istifadə etmək [3, s.124].

Müasir insanın fəaliyyəti praktiki əhəmiyyət kəsb edən müxtəlif biliklərə yiyələnməyi tələb edir. Bu isə öz növbəsində informasiya cəmiyyətində daha əhəmiyyətli informasiya axtarılıb tapmaq və ən müxtəlif qərarlar qəbul etmək məqsədilə işləmək bacarığına ehtiyac yaradır [4, 82]. Şəxsi informasiya mühitini yaratmaq və aktuallaşdırmaq hər bir həmkarlar ittifaqları üzvü üçün zəruridir. Belə bir şəraitdə təşkilatın üzvləri məlumatların toplanması, formalaşdırılması, ötürülməsi və saxlanılmasında daha maraqlı olmalıdırlar. Beləliklə, bir cəmiyyət üzvü kimi həmkarlar ittifaqları təşkilatlarında çalışanlar da informasiyanı əldə edir və işləyir (işləyərək məlumatları biliklərə çevirir), öz informasiya resurslarını yaradır. Öz əhəmiyyətinə görə bu resurslar təkcə üzvlərin deyil, həm də cəmiyyətin malı olur.

İKT-nin bütün dünyanı əhatə etdiyi və informasiya şəbəkələrinin qloballaşdığı bir dövrdə Rusiya tədqiqatçısı, akademik Nikita Moiseyev çox önəmli bir məqama diqqətləri yönəldir. “Təsəvvür edin ki, artıq yaradılmış və hər gün daha da güclənən nəhəng informasiya sistemi günlərin bir günü həyatdan bezmiş, hər şeyə biganə olan bir neçə insanın əlinə keçə bilər. Bunun nəticələrini göz önünə gətirmək çətin deyil. Bu, milyardlarla insanın hansısa yeni elektron oyun oynamaq, şablon hərəkətlər etmək vərdişindən irəli gələn, hər şeyə növbəti əyləncə kimi baxaraq, dəyərlər anlayışını unudan bir qrupun girovuna çevrilməsi deməkdir. Belə vəziyyətdə bəşəriyyətin qlobal zombiləşməsi baş verə bilər. Bu, ən geniş informasiya totalitarizmi - bəşəriyyətə məlum olan totalitarizm növlərindən ən dəhşətli olacaq. Bu, özünəməxsus intellektual soyqırımı olacaq” [5, s.85].

Professor H.Qaraşov yazır ki, cəmiyyətin tələbatlarının həyata keçirilməsi müasir proqram-texniki vasitələrdən, telekommunikasiyalardan və informasiya resurslarından düzgün istifadədən xeyli asılıdır. Sosial və əmək fəallığı ərzində solumun üzvü özünün və cəmiyyətin həyatını yaxşılaşdırmaq üçün informasiya axtarışlarında olmağı zəruri sayır, ona görə də insan bütün ömrü boyu tələbatı ödəyən informasiyanın toplanmasına ehtiyac duyur. İnformasiya cəmiyyəti quruculuğunun gedişi də göstərir ki, bu insani tələbat getdikcə daha da artmaqdadır. Beləliklə, demək olar ki, informasiya cəmiyyətinin inkişafı solumun bilik səviyyəsindən və onun ictimai rifah naminə daha dolğun reallaşdırılması imkanlarından asılıdır. Sorğuların nəticələri də göstərir ki, insanların həmkarlar ittifaqları-

na daxil olmağa həvəs göstərməməsinin bir səbəbi də onların həmkarlar ittifaqları, həmkarlar ittifaqları işi barədə yaxşı məlumatlandırılmamasıdır [4, s.143].

Hazırda marketing kompleksində informasiya və kommunikasiya sistemi mühüm rol oynayır. Marketing fəaliyyəti üçün informasiyanın əhəmiyyətini və zəruriliyini nəzərə alaraq, “informasiya” sxemində bir qədər ətraflı nəzər yetirmək məqsəduyğundur. İnformasiya sistemi L.Deem tərəfindən hazırlanmışdır və özündə 8 bloku birləşdirir: Mənalı informasiyalar (kinofilmlər, qəzet və jurnallar); Köməkçi xidmətlər (risk kapitalı, banklar, proqramlaşdırma, məlumatların verilməsi və s.); İnformasiya texnologiyası (kompyuterlər, terminallar, uçot blankı və s.); Əlaqələndirilmiş texnologiya (rəqəm məlumatı, fərdi kompyuter və s.); Rabitə (radio, televiziya, telefon, poçt-rabitə vasitələri, kommunikatorlar); Radio və televiziya kanalları (radio şəbəkəsi, telefaks, qısa dalğalı rabitə); Rabitə kanalları (teleqraf, telefon, beynəlxalq rabitə vasitələri, peyk rabitəsi və s.); Düşüncə xidmətləri (yeniliklər xidməti, fond birjası haqqında məlumat, informasiya detalları, statistik indekslər və s.) [6, s.154].

Bu kontekstdə müasir həmkarlar ittifaqları təşkilatlarının mühüm vəzifələrindən biri fəallara arxalanaraq, hər bir üzvün informasiya cəmiyyətində biliyin rolu və əhəmiyyəti barədə təsəvvürlərini inkişaf etdirməkdir. Onlar çalışmalıdırlar ki, intellektual, möhkəm biliklərə malik üzvlərin yetişdirilməsində, əmək qabiliyyətli cəmiyyət üzvlərinin yeni biliklər əldə etmək prosesinə cəlb edilməsi işində, şəxsi, ictimai və milli informasiya potensialının toplanması və uzun müddət saxlanmasında fəal iştirak etsinlər, həmkarlar ittifaqları təşkilatları üçün informasiyanın əlçatırılığını təmin olumasında yaxından təşəbbüs göstərsinlər, bununla da informasiya cəmiyyəti quruculuğu işinə öz töhfələrini versinlər.

Hər bir müəssisəyə, təşkilata, firmaya müəyyən iqtisadi idarəetmə obyektinə kimi baxmaq mümkündür. Digər tərəfdən, hər bir ayrıca idarəetmə obyektinə hər hansı müəssisənin, yaxud ərazi və ya sahəvi əlamət üzrə birləşdirilmiş müəssisələr qrupunun tərkib hissəsi kimi baxmaq olar.

Ümumiyyətlə, marketing sisteminin kommunikasiyasına: reklam, satışın həvəsləndirilməsi (promotion), ictimaiyyətlə əlaqə (PR), şəxsi satış və s. aid edilir. Bununla yanaşı, kommunikasiyanın bəzi məsələlərini qiymət, məhsul və bölgü sistemləri də yerinə yetirir. Ən ideal halda da marketing sisteminin bütün vasitələrinə ümumi konsepsiya çərçivəsində baxılmalıdır. Belə ki, əgər məhsul pisdirsə, qiymət yuxarıdırsa, yaxud məhsul satılmırsa, bu zaman ən yaxşı reklam kampaniyası belə vəziyyətdən çıxmağa kömək edə bilməz. Çünki marketing sisteminin əsas və həlledici elementləri hesab edilən keyfiyyətli məhsul, qiymət, təklif və s. qaydasında deyilsə, buna heç nə ilə köməklik göstərmək mümkün deyildir [7, s.234].

Bəşər sivilizasiyasının postsənaye vəziyyətini haqlı olaraq informasiya cəmiyyətinin inkişafı ilə əlaqələndirirlər, elə bir cəmiyyətlə ki, onun səviyyəsi həlledici dərəcədə toplanmış informasiyanın kəmiyyəti və keyfiyyətilə, azadlığı və əlçatırılığı ilə müəyyən edilir. Təsədüfi deyildir ki, tədqiqatçılar informasiya cəmiyyətinin formalaşmasının ictimai inkişafda informasiyanın fundamental rolunun dərk edilməsi, geniş sosiomədəni kontekstdə informasiya resursları, yeni informasiya texnologiyaları, informasiyalasdırma kimi faktorlarla əlaqələndirirlər [4, s.145].

Bu gün demək mümkündür ki, “İnformasiya mədəniyyəti” insanların həyatının informasiya aspekti ilə bağlı olan mədəniyyətin bir çalarını xarakterizə edir. Bu aspektin rolu informasiya cəmiyyətində daim artır və bu gün insanı əhatə edən informasiya axınlarının həcmi o qədər böyük, müxtəlif və çoxşaxəlidir ki, şəxsiyyətdən informasiya mühitinin qanunlarını bilməyi və informasiya axınlarında öz yönümünü müəyyənləşdirməyi tələb edir. Əks halda o, informasiya axınının yeni şəraitin həyatına təsirinə, xüsusilə sosial strukturlarda baş verən dəyişikliklərə uyğunlaşa bilməyəcəkdir, çünki sosial strukturlardakı intensiv dəyişikliklər nəticəsində informasiya fəaliyyəti və xidmətlər sahəsində peşəkar işçilərin sayı xeyli artacaqdır. Sadaladığımız bu amillər tədqiqatlarda informasiya mədəniyyəti problemlərinə marağı xeyli artırmaqdadır. Bu kontekstdə mövcud ədəbiyyatda informasiya mədəniyyətinin çoxlu sayda təriflərini nəzərdən keçirmək mümkündür. Biz isə bunlardan bəzilərini nəzərdən keçirmək istərdik. Ən geniş mənada “informasiya mədəniyyəti” deyilərkən, etnik və milli mədəniyyətlərin pozitiv qarşılıqlı təsiri, onların bəşəriyyətin ümumi təcrübəsində birləşməsinə təmin edən prinsiplərin və real mexanizmlərin məcmusu başa düşülür [4, s.146].

Real praktika göstərir ki, həmkarlar ittifaqlarının motivasiya fəaliyyətinin artırılması, bu qurumun nüfuzunun genişlənməsi təşkilat üzvlərinin informasiya mədəniyyətinin səviyyəsindən xeyli asılıdır. Həmkarlar ittifaqları fəalları və liderləri öz təşkilatlarında hər bir üzvə aşılamalıdırlar ki,

informasiya mədəniyyətinin formalaşmasında təhsil fenomeni fundamental əhəmiyyət kəsb edir, çünki informasiya cəmiyyətində, onun inkişafında yeni mütəxəssislərin formalaşdırılması məhz düzgün qurulmuş kompleks təhsil sistemi sayəsində mümkündür. Yeni tipli mütəxəssis informasiyanın diferensiasiyasını bacaran, əhəmiyyət kəsb edən informasiyanı seçib-ayırən, informasiyanı qiymətləndirmək meyarlarını işləyib hazırlayan, informasiyanı yaradıb ondan istifadə etməyi bacaran yeni mütəxəssislər formasiyasına daxil olan müasir insanlardır. İnformasiya mədəniyyətinə yiyələnmək insanın keyfiyyətlərinin universallaşmasına istiqamətləndirən, insanın özünü real başa düşməyə, öz yerini və rolunu dərk etməyə aparan yoldur.

Belə bir mühüm aspekt də nəzərə alınmalıdır ki, bəzən ciddi mütəxəssislər müasir informasiya müəssisələrinin onların xidmətinə təqdim etdiyi informasiyanın geniş imkanlarını sonadək dərk edə bilmirlər, nəticədə informasiya resursu istehlakçıya gec çatır, bu səbəbdən informasiyanın istifadə olunması dilini və səviyyələrini bilmək lazım gəlir. Başqa sözlə, informasiya mədəniyyətinin reallaşdırılması səviyyələrinin daha dərinədən öyrənilməsi zərurətə çevrilir [8, s.113].

Müasir informasiya cəmiyyəti quruculuğu prosesində idarəetmə sistemlərinin fəaliyyəti üçün informasiya şəraitinin yaradılması, onun zəruri informasiya ilə təminatı son dərəcədə mühüm məsələdir.

Qeyd edək ki, personalın motivasiya sistemi maddi işçinin qiymətləndirdiyi, istədiyi və maddi işçinin təşkilatın missiyasını yerinə yetirdiyi üçün verdiyi töhfənin əvəzinə işəgötürənin iqtidarında olduğu, yaxud istədiyi hər şeyi özündə ehtiva edir [4, s.237]. Müəssisənin əməkdaşları üçün motivasiya sistemi ən vacib şərtlərdən biri olduğundan bu fenomenə gedən dəyişikliklər onlar üçün bəzən stress vəziyyəti yaratdığından əmək haqqı sisteminin və qeyri-maddi motivasiyanın təsir mexanizmlərinin izahı üzrə həmişə sistemli iş aparmağı tələb edir. Bu isə yaxşı qurulmuş informasiya təminatı sisteminin həyata keçirilməsini olduqca aktuallaşdırır.

İnformasiya, professor H.Qaraşov yazır, hamıya – idarəetmə strukturlarına, müəssisələrin kollektivlərinə, ictimai təşkilatlara, bütün işçilərə hava və su kimi lazımdır. Yalnız öz intuisiyasına, həyatı və praktik təcrübəsinə arxalanmaqla fəaliyyəti həyata keçirmək mümkün deyil, meydana çıxan məsələlərin həllinə kömək edən artmaqda olan informasiyanı əldə etmək və mənimsəmək olduqca vacibdir. Bu gün informasiyanın maddi, xammal və digər resurslardan əhəmiyyəti heç də az deyil, əksinə, qloballaşma şəraitində o, birinci dərəcəli resurslardan biridir. Sadaladığımız resurslardan istifadənin özü də informasiyanın vəziyyətindən və ondan istifadənin səmərəli formalarından xeyli asılıdır. Tükənə bilən resurslardan fərqli olaraq, informasiya potensialı daim artan və zənginləşən fenomen kimi kollektivlər, eləcə də fərdi işçilər tərəfindən dəfələrlə istifadə oluna bilər [4, s.151]. Buna görə də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə istər hər bir vətəndaşın, istərsə də bütövlükdə cəmiyyətin informasiya mədəniyyətinin inkişafına böyük tələbat təbii hal kimi qiymətləndirilməlidir. İnkişaf etməkdə olan cəmiyyətlərin sosial dinamikasını müəyyən edən məhz informasiya mədəniyyətinin bərqərar olması cəmiyyətin yüksək tələbatına çevrilməsidir.

Professor H.Qaraşovun fikrinə, həmkarlar ittifaqları rəhbərliyinin sərəncamına daxil olan informasiyanın tərkibi, məzmunu və keyfiyyəti fəaliyyətin təsir gücünün təmin olunmasında müəyyənədiç rol oynayır. İnformasiyanın təhlili yalnız iqtisadi məlumatlarla məhdudlaşmır, həm də texniki, texnoloji informasiyadan geniş istifadə olunmasını əhatə edir, deməli, motivasiya mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsində yardımçı olur [4, s.155].

Hər bir fəaliyyət sahəsində olduğu kimi həmkarlar ittifaqlarının, onun üzvlərinin funksional fəaliyyətində də informasiyanın ölçətlərliyi müstəsna rol oynayır. Bir qayda olaraq, informasiyanın ölçətlərliyi azad cəmiyyətlərin Konstitusiyaları və Beynəlxalq qanunlarla hər kəs üçün təmin olunan əsas prinsipidir.

Hər bir cəmiyyətdə hakimiyyət və yerli idarəetmə orqanları öz əməkdaşlarının informasiya hazırlığına qayğı göstərməyə borcludurlar, onlar çalışmalıdırlar ki, əməkdaşlar informasiya əldə etmək hüququnu təsbit edən qanunvericiliyin əhəmiyyətini və məzmununu, informasiya əldə etmək hüququnun reallaşdırılması prosedurasını, informasiya mənbəyinin məzmununu və s. yaxşı bilsinlər. Bizə elə gəlir ki, həmkarlar ittifaqları təşkilatlarının seminarlarında bu problemin müzakirəsinə xüsusi diqqət yetirilməlidir. Təşkilatın motivasiya fəaliyyətini gücləndirmək üçün bu sahədə öz fəaliyyətləri barədə əsas informasiyanı dərc etdirməyə borcludurlar.

Bu ideyadan çıxış edərək, professor H.Qaraşov həmkarlar ittifaqlarının motivasiya fəaliyyətini stimullaşdırmaq məqsədilə aşağıdakı informasiya formalarından istifadə olunmasını tövsiyə edir:

- hakimiyyət orqanlarının fəaliyyəti, həmçinin onun ictimai maraqlara xidmətilə bağlı qərarları daxil olmaqla, cari fəaliyyətinin hüquqi statusu və məqsədləri haqqında informasiya;

- bütün səviyyələrdə həmkarlar ittifaqlarının vətəndaşlarla münasibətləri, həmçinin vətəndaşların qərarları, yaxud qanunvericilik təcrübələrində bilavasitə iştirak etmələrini təmin edən prosedurlar haqqında informasiya;

- hakimiyyətin, yaxud yerli idarəetmə orqanının hansı informasiya resurslarına və mənbələrinə malik olması barədə informasiya, onların ictimai maraqlara xidmətilə bağlı qərarların yaxud hərəkətlərinin məzmunu ilə əlaqəli informasiya. Buraya həmçinin bu və ya digər qərarların qəbulunun və ya hərəkətlərin həyata keçirilməsi səbəbləri və qərarların qəbul edilməsinə, hərəkətin həyata keçirilməsinə bilavasitə aid olan sənədlər, digər mənbələr daxil edilə bilər.

İlk həmkarlar ittifaqları təşkilatının rəhbərliyi həmkarlar ittifaqları üzvlərini təşkilatın fəaliyyəti və yuxarı həmkarlar ittifaqı orqanları ilə bağlı daim əlçatır və aydın şəkildə məlumatlandırmalıdır və bu fəaliyyətin rəvan keçməsi üçün həmin işə cavabdeh üzv təyin olunmalıdır. Azsaylı təşkilatlarda informasiya-motivasiya işini ilk təşkilatın sədri həyata keçirir.

Informasiya-motivasiya işinə məsul üzv aşağıdakı tədbirləri görür:

- ilk həmkarlar ittifaqı təşkilatının, eləcə də bu iş üçün kifayət qədər maddi vəsaiti olmadıqda yuxarı həmkarlar ittifaqları strukturlarının təşkil etdiyi tədris prosesini keçməlidir;

- həmkarlar ittifaqları stendini təşkil edir və müntəzəm olaraq müəssisədə həmkarlar ittifaqı təşkilatının işini əks etdirən, xüsusilə motivasiya ilə bağlı materiallar nümayiş etdirir;

- müntəzəm olaraq (ən azı hər rübdə) keçirilən yığıncaqlarda informasiya fəaliyyəti və motivasiya fəaliyyətinin ümumi vəziyyəti barədə məlumatlar səsləndirilir;

- informasiya işini maliyyələşdirir. Bunun üçün həmkarlar ittifaqları büdcəsindən 5% ayrılır;

- ictimaiyyət üçün əhəmiyyət kəsb edən və həmkarlar ittifaqlarının fəaliyyətini işıqlandıran, xüsusilə motivasiya sisteminin fəallaşmasına kömək edən informasiyanı xarici və korporativ KİV-lərə göndərir. Bu iş operativ şəkildə görülməlidir;

- imkan olduğu təqdirdə həftədə bir dəfə təzələnməklə öz saytını yaratmaq, burada aydın şəkildə cari fəaliyyət, ilk növbədə motivasiyanı faktor kimi aktuallaşdıran əmək haqqı, məşğulluq, əmək şəraiti, sosial-əmək tematikası ilə bağlı məsələləri işıqlandırmaq, bu məsələlər ətrafında diskussiyalara və dialoqa rəvac vermək. Saytda həmçinin sosial şəbəkələrdən istifadə etməklə həmkarlar ittifaqlarının rolu və təşkil edilən tədbirlər barədə ictimai əhəmiyyət kəsb edən informasiyanı yaymaq;

- informasiya-motivasiya işi üçün kollektiv müqavilə vasitəsilə müəssisələrin, yuxarı həmkarlar ittifaqları orqanlarının imkanlarından istifadə edir;

- həmkarlar ittifaqı təşkilatlarının nüfuzunun, imicinin artmasına kömək edən yazıların öz bülletenlərində, informasiya vərəqələrində həmkarlar ittifaqlarının sırayı üzvlərinə nəzərdə tutulmuş yazılar vermək;

- yuxarı həmkarlar ittifaqları orqanlarının informasiya xidmətləri ilə daim əlaqələr, hər həftə onlardan cari informasiya materiallarını alır, öz tərəfindən onlar ilk həmkarlar ittifaqı təşkilatındakı iş, müəssisədəki sosial-əmək münasibətləri barədə məlumatlar verir [4, s.157].

Burada fəaliyyət növünün xarakteri elədir ki, informasiya-motivasiya işinə məsul olan şəxs müəyyən zəruri keyfiyyətlərə malik olmalıdır. Bunları aşağıdakılar kimi təsnif etmək olar.

- hazırkı şəraitdə həmkarlar ittifaqları işinin ən mühüm istiqamətlərini bilməlidir;

- auditoriya qarşısında açıq çıxış etmək vərdislərinə malik olmalıdır;

- KİV-lərdə (daxili və xarici) işin ümumi prinsiplərini bilməlidir;

- internetlə, elektron poçtla işləməyi, bloq sahədə informasiya yerləşdirməyi bacarmalıdır [9, s.158].

Informasiya işi üçün məsul olan şəxsin təhsilinin təşkili və ixtisasının artırılması həm ilk həmkarlar ittifaqları təşkilatlarının, həm də yuxarı həmkarlar ittifaqları strukturlarının səlahiyyətindədir.

Məlum olduğu kimi, ilk həmkarlar ittifaqları təşkilatlarında maaşlı həmkarlar ittifaqları işçiləri yoxdur. Bu səbəbdən də həmkarlar ittifaqları komitəsi təşkilatı informasiya işinin təşkili və həyata keçirilməsi üçün bilavasitə məsuliyyət daşıyır.

Beləliklə, professor H.Qaraşov yazır, belə nəticəyə gəlmək olar ki, həmkarlar ittifaqlarının motivasiya fəaliyyətinin uğurlu keçməsində bu qurumlarda çalışanların informasiya mədəniyyətinə malik olması müstəsna rol oynayır. Burada qoyulan və həllinə cəhd göstərilən aspektlərin müəyyən

dərəcədə işıqlandırılması mühüm nəzəri-metodoloji əhəmiyyət kəsb edə bilər. Məsələn, informasiya mədəniyyətinin reallaşdırılması səviyyələri, sırasıyla həmkarlar ittifaqları üzvünün idraki-emosional subyekt kimi çıxış etməsi, onun dəyərincə informasiya mədəniyyətinə yiyələnməsi, onda motivasiya hazırlığı, motivasiya mexanizmlərinə yiyələnməsi kimi son dərəcə zəruri keyfiyyətlərin formalaşdırılmasında müstəsna əhəmiyyət kəsb edir [4, s.161]. Qeyd edək ki, motivasiya hazırlığı xüsusi tədqiqat mövzusu olsa da, problemə toxunmaq lazım gəlir, çünki motivasiya hazırlığı fəaliyyətin uğurla həyata keçirilməsinin mühüm şərtidir.

Ümumiyyətlə, informasiya təminatı probleminin araşdırılması mexanizmləri həmkarlar ittifaqlarının aktiv motivasiya potensialının formalaşması üçün əsas ola bilər və motivasiya prosesinin uğurlu olması da obyektiv informasiyadan asılıdır.

Açar sözlər: informasiya mədəniyyəti, həmkarlar ittifaqları, motivasiya, informasiya mənbəyi

İstifadə edilmiş ədəbiyyat

1. Əliquliyev R.M., Salmanova P. İnformasiya cəmiyyəti: maraqlı xronoloji faktlar. Bakı: 2013.
2. Güneş S. Enformasyon Toplumunun Putları. Ankara: Hece Yayınları, 2006.
3. Əliquliyev R.M., Mahmudov R.Ş. İnformasiya mədəniyyəti: mahiyyəti və formalaşdırılması problemləri və həlli yolları // Bakı Universitetinin xəbərləri. Sosial-siyasi elmlər seriyası, 2008, №1.
4. Qaraşov H. Həmkarlar ittifaqı təşkilatlarının fəaliyyətində motivasiyanın rolu. Bakı: Avropa, 2014.
5. Bell D. The Coming of the Post-industrial Society: A Venture in Social Forecasting. New York: Basic Book, 1973.
6. Семенюк Э.Л. Информационная культура общества и прогресс информатики. НТИ.: Сер.1. 1994, №7.
7. Qolenkova Z.T., Akulic M.M., Kuznetsov V.N. Ümumi sosiologiya. Bakı: Diplomatiya, 2007.
8. Сухина В.Ф. Человек в мире информатики. М.: Радио и связь, 1992.
9. Хендерсон Р. Компенсационный менеджмент. СПб: Питер, 2004.

Зейнаддин Шабанов

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА В МОТИВАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СОЮЗОВ

Резюме

В статье анализируется роль информационного обеспечения профессиональных союзов в правильной организации работы в процессе мотивации. Во всех государственных структурах и общественных организациях обосновывается необходимость соблюдения информационной культуры. Сотрудники должны знать содержание источников информации, а также значение законодательства в обретении информации.

Ключевые слова: информационная культура, профессиональные союзы, мотивация, источники информации

Zeynaddin Shabanov

INFORMATION CULTURE IN MOTIVATION OF TRADE UNIONS

Summary

In the article the role of information provision of the trade unions in the proper organization of work in the process of motivation. The necessity of following information culture in all the state structures and public organizations is substantiated. The collaborators should know well an importance and content of the legislations establishing a right to gaining information, procedure of realization of receiving information, as well as content of the sources of information.

Key words: information culture, trade unions, motivation, sources of information