

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

CƏMIYYƏTİN DEMOKRATİKLƏŞMƏSİNDƏ VƏTƏNDAŞ- MEDIA MÜNASİBƏTLƏRİNİN ROLU: SOSİOLOJİ TƏHLİL

İxtisas: 6312.01 - Sosiologiyanın nəzəriyyəsi, metodologiyası
və tarixi

Elm sahəsi: Sosiologiya

İddiaçı: **MOHAMMAD HAMZEH OĞLU ABBASI
SAEDABAD**

Sosiologiya üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq üçün
təqdim edilmiş dissertasiyanın

A V T O R E F E R A T I

BAKI - 2021

Dissertasiya işi Bakı Dövlət Universitetinin “Sosial elmlər və psixologiya” fakültəsinin “Sosiologiya” kafedrasında yerinə yetirilmişdir.


Elmi rəhbər: sosiologiya elmləri doktoru, professor
Rafail Musa oğlu Həsənov


Rəsmi opponetlər: fəlsəfə üzrə elmlər doktoru, professor
Füzuli Məhəmməd oğlu Qurbanov

sosiologiya üzrə fəlsəfə doktoru
Vüsal Elşad oğlu Abdullayev

sosiologiya üzrə fəlsəfə doktoru
Telman Əlimusa oğlu Niftaliyev

Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Fəlsəfə və Sosiologiya İnstitutunun nəzdində fəaliyyət göstərən BED 3.02 Birdəfəlik Dissertasiya Şurası

Dissertasiya şurasının sədri: sosiologiya elmləri doktoru, professor

Hüseyin Tapdıq oğlu Qaraşov

Dissertasiya şurasının elmi katibi: fəlsəfə elmləri doktoru, dosent

Ziba Bahadır qızı Ağayeva

Elmi seminarın sədri: fəlsəfə elmləri doktoru, professor

Qorxmaz Nüsrət oğlu Vəliyev

İŞİN ÜMUMİ SƏCİYYƏSİ

Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi. Cəmiyyətdə demokratik dəyərlərin formalaşması prosesində dövlət və ictimaiyyət arasında, eləcə də, müxtəlif qruplar və sosial-siyasi subyektlər arasında dialoqun olması vacib şərtlərdən biridir. Media isə, dövlətlə ictimaiyyət və müxtəlif qruplar arasında əlaqələndirici amil olmaq etibarını ilə, dialoqun aparılması və davamlılığının əsas vasitəsi hesab edilir. Ümimilikdə sosial həyatın ən vacib şərtlərindən biri insanlararası əlaqə və informasiya mübadiləsidir. Digər tərəfdən demokratiyanın əsas prinsipləri olan vətəndaşların sosial-siyasi proseslərdə aktiv iştirakı, seçkilərin keçirilməsi və hökumətin fəaliyyətində şəffaflıq sərbəst və müstəqil medianın fəaliyyətini tələb edir. Başqa bir tərəfdən, informasiya və informasiya texnologiyalarının aparıcı rola malik olduğu müasir dünyada bir çox sosial-siyasi proseslər və dəyişikliklərin əsasında medianın dayandığı heç kimə sirr deyil. Medianın cəmiyyət həyatında təsiri və uğurlu fəaliyyəti daha çox vətəndaş-media münasibətlərinin xarakterindən asılıdır. Nəzərə alsaq ki, vətəndaşın media və media məhsullarına olan münasibəti medianın müxtəlif proseslərə təsir imkanını şərtləndirir, o zaman mövzunun aktuallığı daha da aydın olmuş olur. Vətəndaş-media münasibətləri probleminin öyrənilməsində media istifadəçisinin media məhsullarına münasibəti və medianın təsir imkanları mərkəzi problemlər kimi nəzərdən keçirilir. Hesab edilir ki, medianın təsir gücü ilə vətəndaşın mediaya münasibətləri arasında ciddi əlaqə var və hətta bəzən birincinin ikincidən asılılığı ideyası irəli sürülür. Medianın cəmiyyətdə rolu və təsir gücünü şərtləndirən amillərin müəyyənləşdirilməsi vətəndaş-media münasibətlərinin effektiv təhlili və öyrənilməsi üçün böyük elmi və praktik əhəmiyyət kəsb edir. Təqdim etdiyimiz dissertasiya işində medianın təsir imkanlarını şərtləndirən amillər internet və internetdən istifadə imkanlarının artması nəzərə alınaraq təhlil edilmişdir (PAS triosu).

Medianın cəmiyyət həyatında rolunun artması əsasən vasitəsiz (direct) kommunikasiya sistemindən vasitəli (indirect) kommunikasiya sisteminə keçidlə başlamışdır. Bu keçid sosial, siyasi, mədəni və iqtisadi proseslərə təsir etməklə yanaşı sosio-fərdi münasibətlər sistemi (emosional və bibehavioral) , həmçinin insanların təsəvvür və düşüncə

tərzinin dəyişməsinə (koqnitiv və epistemoloji) də böyük təkan vermişdir. Eyni zamanda kütləvi kommunikasiya vasitələri tədricən insan həyatının ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilmişdir. Daha dəqiq desək, informasiya müasir cəmiyyətin zəruri ehtiyacı, media isə cəmiyyətin informasiyaya olan ehtiyacının ödənilməsinin əsas vasitəsidir. Cəmiyyətlə media arasında belə vacib bir əlaqə, qarşılıqlı asılılıq və təsir imkanlarının mövcudluğu şəraitində vətəndaş-media münasibətləri probleminin öyrənilməsi dinamik bir proses olaraq zərurətə çevrilmişdir. Xüsusilə keçid mərhələsini yaşayan cəmiyyətlərdə medianın cəmiyyətdə rolu, medianın müxtəlif proseslər və ümumiyyətlə keçid prosesinə təsiri və vətəndaş-media münasibətlərinin öyrənilməsi cəmiyyətin ən vacib və aktual problemlərindən biri hesab edilir.

Cəmiyyətin demokratikləşməsində medianın iştirakı ideyası, inkişaf etmiş liberal-demokrat quruluşlu ölkələrin təcrübələrinə əsaslanan bir nəzəriyyədir. Bu nəzəriyyəyə əsasən dövlətlə vətəndaş arasında korrelyativ vasitə rolunda çıxış edən media vətəndaşın “danışan dili” olmaqla yanaşı həm də, dövlətin fəaliyyətinin şəffaf formada əksini təmin edən güzgü olmalıdır. Yəni media vətəndaş və dövlət arasında dialoqun yarandığı və davam etdiyi məkana çevrilməlidir. Çünki demokratiyanın əsası və özəyi dialoqdur. Dialoq fiziki və psixoloji zorakılığa və repressiyaya yox demək, qanunun aliliyinə üstünlük vermək, siyasi güc (hakimiyyət) bölgüsünü həyata keçirmək, iqtisadi şəffaflığa əsaslanmaq və vətəndaş seçiminə hörmətlə yanaşmaqla mümkün olur. Əlbəttə medianın cəmiyyətdə belə bir rol ifa edə bilməsi və vətəndaş-media arasında belə bir münasibətin formalaşması ilk öncə imperativ kommunikasiya sistemindən interaktiv kommunikasiya sistemə keçidi tələb edir.

Kommunikasiya və kütləvi kommunikasiya problemlərinin öyrənilməsi, medianın fəaliyyəti, təsir imkanları, auditoriyanın xüsusiyyətləri və medianın cəmiyyətin inkişafında roluna dair geniş müzakirələrə Qərb sosial fikir tarixində tez-tez rast gəlmək mümkündür. Qüstav Le Bon “Kütlə psixologiyası” əsərində və Qabriel Tard “Təqlid nəzəriyyələri” əsərində medianın ictimai rəyə və insanların təsəvvürlərinin dəyişməsinə təsiri məsələsinə təkid edirlər. Ferdinand Tönnis “İcma və cəmiyyət” əsərində mətbuatın ictimai rəyə

müsbət təsir etdiyini bəyan edir. Maks Veber isə, kütləvi kommunikasiya vasitələrini sosial güc və iqtidarın əsas amillərindən biri hesab edir. Karl Marks medianın cəmiyyətdə rolu və əhəmiyyətini təbəqələrin mübarizəsi fonunda təhlil edir. Georg Zimmel insan davranışını təhlilində medianın öyrənilməsinin zəruriliyini vurğulayır. Onun fikrincə, insan davranışının təhlili üçün onun əlaqələr şəbəkəsini və kommunikasiya şəbəkələrinin xüsusiyyətlərini öyrənmək lazımdır. Çarlz Horton Kuli, Corc Herbert Mid və Robert Ezra Park öz yaradıcılığında əlaqə və kommunikasiyanın aparıcı roluna təkid edir. Kulinin fikrincə “güzgü-Mən” mexanizminin formalaşmasında kommunikasiyanın rolu əvəz edilməzdir. Corc Herbert Mid isə hesab edir ki, əlaqə və kommunikasiya sosiallaşmanın əsas amillərindən biridir. Robert Ezra Park da öz tədqiqatlarında Amerikada medianın ciddi sosial dəyişikliklərə böyük təsir göstərdiyini bildirir.

Müasir medianın fəaliyyəti və təbliğatın cəmiyyətə təsiri demək olar ki, ilk dəfə funksionalist prizmadan təhlil edilərək Çıkaqo məktəbinin nümayəndələrindən olan Harold Lassuel tərəfindən modelləşdirilmişdir (1948). Lassuelin modeli beş əsas suala cavab verir: kim (kommunikator) , nəyi (məlumat), necə (vasitə), kimə (resipient), hansı effektlə (təsir) ötürür? Kommunikasiyanın belə təhlili zəminində beş tədqiqat istiqaməti peyda olmuşdur: idarəetmə-nəzarət təhlili istiqaməti, məzmun təhlili istiqaməti, media təhlili istiqaməti, auditoriya təhlili istiqaməti və təsirin təhlili istiqaməti. Təqdim etdiyimiz dissertasiya işinin mövzusu qeyd edilən təhlil istiqamətlərinin üçünü birbaşa olaraq özündə ehtiva edir.

Media-auditoriya münasibətləri təhlili zəminində iki əsas məktəb formalaşmışdı ki, Con Fisk özünün 1990-cı ildə nəşr olunmuş “Kommunikasiya tədqiqatlarına giriş” adlı əsərində qeyd edilən iki məktəbin (“prosessual məktəb” və “semiotik məktəb”) xarakterik cəhətləri və maraqlandığı əsas problemləri izah etmişdir. Medianın təsirinə dair rəy və konsepsiyaları dörd təsir modeli formasında təsnif edən Elizabet Pers isə 2001-ci il nəşr etdirdiyi “media təsirləri və

cəmiyyət” adlı əsərində “medianın birbaşa, şərti, kumulativ və koqnitiv-transaksional təsir modelləri”ndən bəhs edir¹.

Medianın təsir formalarını araşdıran ilk alimlərdən olan Pol Feliks Lazarsfeld və Merton medianın birbaşa təsir nəzəriyyəsini tənqid edərək, rəy liderlərinin roluna təkid edib iki mərhələli təsir modelini işləmişlər (1948). Jozef Klaper isə medianın şərti təsir modelinin banilərindən biri olaraq, “Mass medianın təsirləri haqda” adlı əsərində təkid edir ki, “media insanların fəaliyyətinə təsir etmək üçün lazım və kafi şərt hesab edilə bilməz. Medianın təsiri vasitəçi rolunu oynayan digər amillərin (qrup və fərdi dəyərlər, rəy liderinin mövqeyi, mədəni mühit, cins, sosial təbəqə, stereotiplər və s.) köməyi ilə reallaşır². “Qapıçılıq nəzəriyyəsi”nin banisi Kurt Levin media-vətəndaş münasibətləri və medianın təsir gücündən danışaraq kommunikatorun roluna diqqəti yönəldir.

Marşal MakLuhan³, Harold İnnis, Daniel Lerner və digərləri media və kommunikasiya texnologiyalarını cəmiyyətin inkişafının aparıcı amili kimi təhlil edirlər. Lerner “Ənənəvi cəmiyyətdən keçmək: yaxın şərqin modernləşməsi” əsərində (1958) inkişafın 4 mərhələli modelini verərək medianın inkişafa təsirini və əhəmiyyətini göstərmişdir. Marşal MakLuhan “Qutenberq qalaktikası” adlı əsərində (1962) kommunikasiya texnologiyalarının üç inkişaf mərhələni “verbal qalaktika”, “qutenberq qalaktikası” və “markoni qalaktikası” adlandırır və hesab edir ki, ümumiyyətlə ictimai inkişaf kommunikasiya vasitəsi ilə gedir və tarix məhz formasiya yox, kommunikasiya dövrlərinin əvəzlənməsidir. Elmi ədəbiyyatların bir çoxunda öz əksini tapmış bu bölgü “akustik şifahi kommunikasiya mərhələsi, vizual çap kommunikasiyası mərhələsi və akustik elektron kommunikasiya mərhələsi” kimi də verilmişdir.

¹ Elizabeth M. Perse. Media Effects and Society. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

² Joseph T. Klapper. The effects of mass communication. New York: Book klub, 1960.

³ Marshal MakLuhan. Understanding Media: The extensions of man. New York: McGraw-Hill, 1965.

Frankfurt məktəbinin nümayəndələrindən və “siyasi iqtisadi nəzəriyyə” nin əsas fiqurlarından olan Herbert Markuze “birölcülü insan” əsərində qeyd edir ki, “hazırkı vəziyyətdə kütləvi kommunikasiya vasitələri maraqlar zidiyyətini zəiflədərək sinfi zidiyyətləri formal olaraq həll edir”. Frankfurt məktəbinin əksər nümayəndələri (Habermas, Horkhaymer, Adorno və d.) media-cəmiyyət münasibətlərini daha çox marksizm ənənəsi fonunda təhlil edərək kapitalist cəmiyyətdə medianın fəaliyyətinin yalnız neqativ cəhətlərini önə çəkirlər. Melvin Deflor və Sandra Ball Rokiç “Kütləvi kommunikasiya nəzəriyyələri” əsərində “auditoriyanın asılılığı nəzəriyyəsi”ni irəli sürmüşdülər. Bu nəzəriyyəyə əsasən auditoriya, media və sosial sistemlər arasında kəsilməz əlaqə mövcuddur.

Media-vətəndaş münasibətlərinin təhlili zəminində geniş tədqiqatlar və zəngin yaradıcılıq sahibi olan sosioloqlardan biri də, “sükut spirali” nəzəriyyəsinin banisi Elizabet Noel Neumanndır. Bu sahədə ən yeni və geniş əhatəli tədqiqatlar və elmi əsərlər sahibi kimi Denis Məkkueylin adını çəkməmək mümkün deyil. Məkkueyl müxtəlif məqalələr və monoqrafiyaları media-vətəndaş mövzusunun təhlilinə işıq saçan önəmli elmyüklü əsərlər toplusunu təşkil edir. Dissertasiya işində onun “Kütləvi kommunikasiyaların tədqiqatı üçün kommunikasiya modelləri” (1981), “Auditoriyanın təhlili” (2008), “Kütləvi kommunikasiya nəzəriyyələri” (2003) əsərlərindən istifadə edilmişdir. Antoni Giddens ümumi “Sosiologiya” və digər əsərlərində media və xüsusi ilə televiziyanın insan təsəvvür və sosial orientasiyalarının formalaşması və dəyişməsində rolunu təhlil, media-cəmiyyət münasibətlərini sosioloji cəhətdən izah edir.

Vətəndaş-media münasibətlərinin sosioloji aspektdə geniş təhlili Azərbaycan sosiologiyasında nisbətən az tədqiq edilən sahələrdəndir. Bu mövzu ilə əlaqədar bəzi problemlər, o cümlədən, medianın inkişaf tarixi və cəmiyyətə təsiri kimi problemlər “jurnalistika” ilə əlaqədar təhlil olunsa da bu problem dünyada gedən müasir sosio-mədəni proseslər kontekstində araşdırılmamışdır. Mövzu ilə əlaqədar bəzi problemlər Akif Aşırlının “Azərbaycan mətbuat tarixi (1875-1920)” əsəri, Arif Rəhimovun “Siyasi təbliğatın əsasları” əsəri, Rafiq Xan-Səyad oğlu və Cənəli Mirzəliyevin “Jurnalistikaya giriş” əsəri, C. Məmmədlinin “Müasir jurnalistika” əsəri, Qulu Məhərrəmovun “Radio

dalğalarında” əsəri, Elçin Əlibəylinin “Televiziyanın Əsasları” əsəri, Fazil Vahidov və Zaur Babayevin “Jurnalistika və sosiologiya” əsərində araşdırılır. Eyni zamanda kommunikasiya probleminin sosioloji aspektdə təhlili İzzət Rüstəmovun tərcümə etdiyi “Sosiologiya”, Qızılgül Abbasova və Zeynəddin Hacıyevin birgə təlif etdiyi “Sosial fəlsəfə”, İzzət Rüstəmovun redaktorluğu ilə tərcümə edilmiş “Qərbi Avropa və ABŞ-da sosiologiya tarixi”, Rafail Həsənov və Kazım Əzimovun “Sosiologiya” dərslisi, Bayramov və Əlizadənin “sosial psixologiyanın aktual məsələləri, Əfəndiyev və Şirinovun “Sosiologiyanın nəzəri problemləri” əsərində verilmişdir. Həmçinin siyasi həyat və demokratiya prosesinə dair Hikmət Hacızadənin “Demokratiya gediləsi uzun bir yol” əsəri, Robert Dahlin “Demokratiya haqqında” əsərinin Azərbaycanca tərcüməsi və digər oxşar əsərlərdə geniş araşdırmaların nəticələri verilmişdi⁴.

İranlı müəlliflərdən Baqer Saruxaninin “kommunikasiyanın sosiologiyası” əsəri, Şəhrud Əmirentexabinin redaktorluğu ilə “Media və müşarikət” məqalələr toplusu, Kazım Motəmednijadin “Kütləvi kommunikasiya vasitələri” əsəri və b. əsərlərində media və auditoriyanın təhlili ilə yanaşı həm də, medianın təsir imkanları geniş müzakirə edilir⁵. “İran dörd kommunikasiya qalaktikasında” və “Auditoriya mütaliələri” kimi əsərlərin müəllifi olan “Mehdi Mohseniyan Rad” öz əsərlərində media-auditoriya münasibətlərinin patoloji təhlilini vermiş, milli mediaya marağın azalma səbəblərini

⁴ Abbasova Q., Hacıyev Z. Sosial fəlsəfə. Bakı: Ayna Mətbuat Evi, 2001; Aşırılı A. Azərbaycan mətbuatı tarixi (1875-1920). Bakı: Elnə və Təhsil, 2009; Babayev Z., Vahidov F. Jurnalistika və sosiologiya (dərslər vəsaiti). Bakı: Nurlan, 2008; Əlibəyli E. Televiziya nəzəriyyəsinin əsasları. Bakı: Elm, 2011; Məhərrəmov Q. Radio dalğalarında. Bakı: Azərneşr, 1999; Məmmədli C. Müasir jurnalistika. Bakı: DBU, 2003; Mirzəliyev C., Xan-Sayad oğlu R. Jurnalistikaya giriş. Bakı: MBM, 2009; Rəhimoğlu A. Siyasi Təbliğatın əsasları. Bakı: Əbilov-Zeynalov və oğulları, 1999; Vəliyev H. Dünya informasiya agentlikləri. Bakı: Bakı Universiteti, 2003.

⁵ Baqer Saruxani. جامعه شناسی ارتباطات. تهران: نشر اطلاعات، 1387 ؛ کاظم معتمد نژاد. وسایل ارتباط جمعی. تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، 1386؛ مهدی محسنیان راد. ارتباط شناسی. تهران: انتشارات سروش، 1387؛ نظام بهرامی کمیل. نظریه رسانه ها (جامعه شناسی ارتباطات). تهران: انتشارات کویر، 1388؛ حمید مولانا. گذر از نوگرایی: ارتباطات و دگرگونی جامعه. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه، 1387.

araşdırmışdı. O, ölkə mediasının nüfuzunun zəifləməsinin əsasında “auditoriya illuziyası” probleminin dayandığını bildirir⁶. Dissertasiyada fars dilli ədəbiyyatdan geniş istifadə edildiyini nəzərə alaraq iranlı tədqiqatçıların mövzu ilə bağlı düşüncə və yaradıcılığı təbii olaraq diqqətdən kənar qalmamalıdır. Lakin əsas məsələ bundan ibarətdir ki, mövcud ədəbiyyatın böyük əksəriyyətinin Qərb alimlərinin əsərlərinin tərcüməsindən ibarət olması səbəbi ilə həmin ədəbiyyata istinad edərək iranlı müəlliflərin mövqeyini tam formada müəyyənləşdirmək çətindir. Fars dilində olan bu tərcümələr Qərb alimlərinin mövqelərini müəyyənləşdirməyə və Qərbdəki ən yeni cərəyanlar və konsepsiyaları təhlil etməyə böyük imkan yaradır⁷.

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Tədqiqatın obyektini vətəndaş-media münasibətləri problemi, predmetini isə cəmiyyətin demokratikləşməsində media və vətəndaş-media münasibətlərinin (xüsusi ilə demokratik idarəçilik sisteminə keçid mərhələsində olan Azərbaycanda) rolunun sosioloji müstəvidə araşdırılması təşkil edir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Dissertasiya işinin əsas məqsədi informasiya erasında vətəndaş-media münasibətlərinin təhlili, globallaşma və global informasiya sistemlərinin fəaliyyəti şəraitində vətəndaş-media münasibətlərinə təsir edən amilləri müəyyənləşdirmək, medianın demokratiya prosesində iştirakını və media-vətəndaş münasibətlərinin perspektivini müəyyənləşdirməkdir. Qeyd edilən məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- Kommunikativ proses və vasitəli kommunikasiya modellərinin nəzəri təhlili;

⁶ مهدی محسنیان راد. آسیب شناسی مخاطب پنداری، در حوزه رسانه ها، جهانی شدند و عصر پس از دهکده جهانی. فصلنامه تحقیقات فرهنگی، سال اول، شماره 3، پاییز 1387.

⁷ استیفن لیتل جان. نظریه های ارتباطات. ترجمه: مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی. تهران: نشر جنگل، 1384؛ جان تامپسون. رسانه و مدرنیته: نظریه اجتماعی رسانه ها. ترجمه: مسعود اوحدی. تهران: انتشارات سروش، 1389؛ جان فیسک. درآمدی بر مطالعات ارتباطی. ترجمه: مهدی غبرایی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه، 1388؛ دنیس مک کوایل و سون ویندال. مدل‌های ارتباط جمعی. مترجم: گودرز میرزایی. تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو، 1388؛ دنیس مک کوایل. درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه: پرویز اجلالی. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، 1385؛ دنیس مک کوایل. مخاطب شناسی. ترجمه: مهدی منتظر قائم. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها، 1387؛ فرانک ویستر. نظریه های جامعه اطلاعاتی. ترجمه: اسمائیل قدیمی. تهران: نشر قصیده سرا، 1389؛

- Yeni kommunikasiya texnologiyaları və kommunikativ prosesə təsir edən təsir edən sosial amilləri nəzərə alaraq spesifik kommunikasiya modelinin işlənilməsi və təklif edilməsi;
- Medianın cəmiyyətin inkişafı və demokratikləşmə prosesinə təsirinin təhlili;
- Vətəndaş-media münasibətlərinə təsir edən amillərin təhlili, media savadlılığının təsirinin sosioloji tədqiqat vasitəsi ilə ölçülməsi;
- Azərbaycanda medianın inkişaf tarixinin təhlili, əhalinin mediadan istifadəsi və media münasibətinin ölçülməsi;

Tədqiqat metodları. Kütləvi kommunikasiya prosesi və vətəndaş-media münasibətlərinin təhlilində müxtəlif metodoloji yanaşmalar mövcuddur: struktur-funksionalizm, koqnitiv-bihevioral, interaksionizm, interpretivizm və kritik-marksisist yanaşma ⁸. Cəmiyyətin demokratikləşməsində vətəndaş-media münasibətlərinin rolunun təhlil edərək müəllif müasir sosial elmlərdə əsas metodoloji yanaşmalardan sayılan interaksionizmə əsaslanmışdır. İnteraksionist yanaşmada sosial həyat interaktiv proses kimi nəzərdən keçirilir, davranış normaları, məna və dilin yaranması, qorunması və dəyişməsi isə sosial həyatın və interaksiyanın məhsulu hesab edilir. Dissertasiyanın nəzəri hissəsinin işlənilməsində beynəlxalq və milli təşkilatların hesabatlarına, həmçinin xarici və yerli mütəxəssislərin yaradıcılığına, həmçinin müxtəlif tədqiqatların nəticələrinə müraciət edilmişdir. Tədqiqatın fundamental prinsiplərinə sistemlilik, ardıcılıq və ümumiləşdirməni də aid etmək olar. Eyni zamanda müxtəlif əsərlər və tədqiqatların nəticələri ilə yanaşı əlaqədar hüquqi qərarlar və sənədlər, həmçinin rəsmi statistik məlumatlara da istinad edilmişdir. İşin praktik tədqiqat bölməsində anket sorğusu vasitəsilə məlumat toplanmış, eksperiment həyata keçirilmiş və əldə edilmiş məlumatın statistik təhlili məqsədi ilə SPSS proqramından istifadə edilmişdir. Təsviri-statistika, “T.test”i və korrelyasiya analizinə üstünlük verilmişdir.

⁸ Qeyd edilən metodoloji yanaşmalardan struktur-funksionalizm və kritik-marksisist yanaşma faktualizm paradıqmasına, koqnitiv-bihevioral yanaşma bihevioralizm paradıqmasına, interaksionizm və interpretivizm isə defisionizm paradıqmasına aiddir.

Müdafiyyə çıxarılan əsas müddəalar. Dissertasiyada müdafiyyə çıxarılan əsas müddəalar aşağıdakılardır:

1. Müasir dövrdə “media savadlılığı” vətəndaşın rəy və təsəvvürlərinin media vasitəsi ilə manipulyasiya edilməsi ilə mübarizə istiqamətində zəruri bir məharət və vasitəyə çevirmişdi.
2. Medianın təsir modellərindən olan “koqnitiv-tarnsaksional” model, vətəndaş-media münasibətlərinin təhlili üçün daha uyğun model hesab edilə bilər. Bu modelin əsasında “sxem nəzəriyyəsi” dayanır. Bu nəzəriyyəyə istinadən demək olar ki, informasiyanı qəbul edən şəxs informasiyanı beynində mövcud olan idrak filtrlərindən keçirərək saf-çürük edir və dərk etməyə çalışır (interpretasiya prosesi baş verir).
3. İnternet informasiya mənbəyi deyil, həm də, yeni ünsiyyət, müzakirə və yeni diskussiyaların yaranması məkanına çevrildiyi üçün ənənəvi media ilə rəqabətdə daha çox üstünlük qazanmağa başlayıb. Digər tərəfdən ənənəvi media az-çox “auditoriya illüziyası sindrom”undan əziyyət çəkdiyi üçün sosial-siyasi həyatda əvvəlki rolu ifa edə bilmir.
4. Vətəndaş-media münasibətlərinə təsir edən əsas faktorlar kimi, “Əlçatanlıq” (Accessiblity), “plürallıq” (Plurality) və “Selektivlik” (Selectivity) triosu müasir şəraitdə ciddi əhəmiyyət kəsb edir (APS triosu).

5. Medianın təsir imkanlarının təhlilində iki əsas məsələ nəzərə alınmalıdır: “medianın real və gözlənilən təsir imkanları” və “medianın fəaliyyətində demistifikasiya prosesi”. Eyni zamanda təsir və münasibətin likvidliyi də diqqətdən kənar qala bilməz.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. dissertasiyanın elmi yeniliyi öz ifadəsini konkret olaraq aşağıdakılarda tapmışdır:

- Vasitəli kommunikasiya zəminində funksional modellər verilib, kommunikasiya prosesinə təsir edən obyektiv və subyektiv amillərin rolu və təsiri kompleks şəkildə tədqiq olunur;
- Azərbaycanda vətəndaş-media münasibətlərinin xarakterik cəhətləri izah edilir, vətəndaş-media münasibətlərinin tarixi

təsviri verilir, real vəziyyət konkret sosioloji tədqiqat yolu ilə müəyyənləşdirilir;

- Media-vətəndaş münasibətlərinə təsir edən əsas amillər tərtib edilmiş model fonunda izah edilir, media savadlılığı amilinin təsiri eksperiment metodu vasitəsi ilə ölçülür;
- Azərbaycanda mediaya olan münasibətin real vəziyyəti sosioloji sorğu vasitəsi ilə ölçülür və nəticələrin təhlili verilir;

Tədqiqat işinin elmi-nəzəri və praktiki əhəmiyyəti.

Tədqiqatın materialları və müddəaları ali məktəblərin xüsusilə humanitar fakültələrində əlaqədar tədris sahələrində, tədris proqramlarının və metodik vəsaitlərin işlənməsində, dərslik və dərs vəsaitlərinin yazılmasında istifadə edilə bilər.

Dissertasiyadan həmçinin dünyada və ölkədə medianın fəaliyyəti və təsir strategiyalarının öyrənilməsində, media-vətəndaş münasibətlərinin tənzimlənməsində istifadə edilə bilər.

Tədqiqat işinin aprobasiyası. Tədqiqat işi Bakı Dövlət Universitetinin Sosiologiya kafedrasında yerinə yetirilmişdir. Dissertasiyanın məzmunu və əsas müddəaları müəllifin beynəlxalq səviyyədə keçirilən elmi konfranslar materiallarına daxil edilmiş tezislərində, çap olunmuş elmi məqalələrində əksini tapmışdır.

Dissertasiyanın struktur bölmələrinin ayrılıqda həcmi qeyd olunmaqla dissertasiyanın işarə ilə ümumi həcmi: Dissertasiya giriş, üç fəsil, nəticə, istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından və əlavədən ibarətdir. Dissertasiyanın giriş hissəsi 16 səhifə, birinci fəslə 45 səhifə, ikinci fəslə 50 səhifə, üçüncü fəslə 41 səhifə, nəticə hissəsi 4 səhifə, ədəbiyyat hissəsi 10 səhifə, əlavə hissəsi 7 səhifədən ibarətdir. Dissertasiya işi ümumilikdə 165 səhifə, 282542 işarədən ibarətdir.

DİSSERTASIYANIN ƏSAS MƏZMUNU

Girişdə mövzunun aktuallığı əsaslandırılır, problemin işlənmə dərəcəsi araşdırılır, tədqiqatın məqsəd və vəzifələri, nəzəri-metodoloji əsasları müəyyənləşdirilir, əsas müddəalar verilir, dissertasiyanın elmi yenilikləri, elmi-nəzəri və praktiki əhəmiyyəti, aprobasiyası və strukturu açıqlanır.

Dissertasiyanın I fəslı “**Kütləvi kommunikasiya vasitələrinin təşəkkülü tarixi və cəmiyyətin inkişafına təsiri; nəzəri-metodoloji təhlil**” adlanır. Bu fəslin birinci paraqrafında “**Kütləvi kommunikasiya vasitələrinin tarixi inkişaf xüsusiyyətləri**” araşdırılmışdır.

Sosial həyatın ən vacib şərtlərindən biri insanlararası əlaqə və informasiya mübadiləsidir. Təbii olaraq informasiya və ideyaların mübadiləsi kommunikatıv proses və kommunikasiya texnologiyalarının vasitəsi ilə həyata keçir. Bu baxımdan kommunikatıv prosesin mahiyyəti və kommunikasiya vasitələrinin tarixi inkişaf xüsusiyyətlərini təhlil etmək, həmçinin kommunikasiya və informasiya mübadiləsinin cəmiyyət həyatındaki rolunu izah etmək böyük əhəmiyyət kəsb edir. Qeyd edilənlərin təhlili və izahı əsasən üç sualın cavablanmasını tələb edir:

- 1) Kommunikasiya və onun mahiyyəti.
- 2) Kommunikatıv proses və kütləvi kommunikasiya modelləri.
- 3) Kütləvi kommunikasiya texnologiyalarının tarixi inkişaf prosesi və kommunikatıv sferaya təsiri.

İlk dəfə romalılar vasitəsi ilə istifadə edilmiş və “communicare” felinə uyğun gələn kommunikasiya sözü “latın mənşəli Communicatio sözündən olub rabitə, əlaqə”, xəbər vermək və məlumatlandırmaq mənalarını daşıyır⁹. Robert Kreyqin (Robert T. Craig) qeyd etdiyi kimi “Kommunikasiya insanlar arasında informasiya mübadiləsini nəzərdə tutan qarşılıqlı əlaqələr tipi, işarələr sistemi vasitəsi ilə fərdlər arasında yaradılan informasiya mübadiləsidir”¹⁰. Aristotel özünün “Ritorika” əsərində kommunikasiyanın üç əsas elementdən (danışan, mətn və dinləyən) ibarət olduğunu qeyd edir və hesab edir ki, kommunikasiya aktının başlıca məqsədi “dinləyəne” təsir etmək, onu inandırmaq və nüfuz əldə etməkdir. Edvin Emeri (Edwin Emery) hesab edir ki, “kommunikasiya məlumatlar, ideyalar və davranış nümunələrinin bir insandan digərinə ötürülməsi mexanizmidir. Klavd Şanon (Claude E.

⁹ Cəfərov. S.Ə., Qarayev. A.H., Cəfərova. K.Ə. Avropa mənşəli sözlərin qısa lüğəti. Bakı: Maarif, 1981.

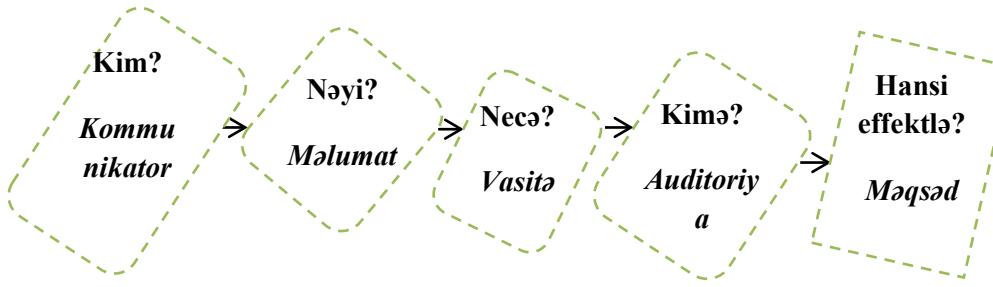
¹⁰ Politologiya izahlı lüğət. Redaktor: Ramiz Mehdiyev. Bakı: Şərq-Qərb, 2007.

Shanon) və Varen Viver (Warren Weaver) birgə əsərləri olan “Kommunikasiyanın riyazi nəzəriyyəsi” kitabında qeyd edirlər ki, kommunikasiya bir düşüncənin digər düşüncəyə təsir etməsini mümkün edən hər hansı bir prosesdir”. Çarlz Horton Kuli kommunikasiyanın izahını belə vermişdir: insanlararası əlaqə və məlumat mübadiləsi kommunikasiya mexanizmi fonunda həyata keçir və inkişaf edir. Bu əlaqə mental simvollar, sözlər və anlayışları əhatə edir. Mübadilə texnikası olaraq mimikadan çap materialları və telefona qədər bütün əlaqə vasitələrini nəzərdən keçirmək olar. Burada Kuli dörd əsas faktora işarə edir: a) kommunikasiya insanlararası əlaqə və ünsiyyətin əsasını təşkil edir, b) mübadilə və əlaqə məhz elə kommunikasiya vasitəsi ilə həyata keçir, c) semiotika və simvolların mübadiləsi, d) ötürmə vasitələri.

Kommunikasiya həmişə təsir məqsədilə həyata keçirilmir. Daha dəqiq desək kommunikasiya məqsədinə görə üç formada ola bilər 1) aksiya: təsir məqsədi ilə başqasına yönəlmiş fəaliyyət, 2) reaksiya: başqasının fəaliyyəti yaxud münasibətinə verilən cavab, 3) interaksiya: məqsədi qarşılıqlı ünsiyyət, əlaqə və mübadilə olan fəaliyyət. Kommunikasiyanın məqsədinə görə kommunikator-resipient münasibətləri iki formada ola bilər: a) interaktiv münasibət və b) imperativ münasibət.

Kommunikativ proses və kütləvi kommunikasiya modelləri: kommunikativ proses və kütləvi kommunikasiya modellərinin dəqiq təhlili bu prosesin sistemli və daha aydın formada öyrənilməsini mümkün edir. Bu sahəyə həsr edilən ən dolğun əsərlərdən biri Denis Makkueyl (Denis McQuail) və Sven Vindalın (Swen Windahl) 1981-ci il birgə təlif etdikləri “Kütləvi kommunikasiyaların tədqiqatı üçün kommunikasiya modelləri” əsəridir. Müasir dövr üçün baza model hesab edilən ilk kütləvi kommunikasiya modeli Harold Lassuel tərəfindən 1948-ci il təklif edilmişdir. “Harold Lassuelin xətti kommunikasiya modelinin elementləri beş suala cavab verir: "kim, nə deyir, hansı kanalla, kimə, hansı effektlə?"¹¹.

¹¹ دنیس مک کوایل و سون ویندال. مدل‌های ارتباط جمعی. مترجم: گودرز میرزایی. تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو، 1388؛



Qeyd edilən sualların hər birinin tələb etdiyi cavablar media tədqiqatında özünəməxsus tədqiqat sahəsinə çevrilə bilmişdir. Belə ki, "kim? (Who?) sualı ilə maraqlanan tədqiqatçılar üçün kommunikator və kommunikasiyanı başlayan amillər əsas tədqiqat mövzusu hesab edilir və bu tədqiqat sahəsi idarəetmə-nəzarət təhlili (Control analysis) adlandırılır. Nə deyir (Says what?) sualı ilə maraqlanan tədqiqatçılar üçün məzmun və ötürülən informasiya əsas tədqiqat mövzusu hesab edilir və bu tədqiqat sahəsi məzmun təhlili (Content analysis) adlandırılır. Hansı vasitələr yaxud kanallar (In which channel?) sualı ilə maraqlanan tədqiqatçılar üçün kütləvi kommunikasiya vasitələri - radio, televiziya, mətbuat və s. əsas tədqiqat mövzusu hesab edilir və bu tədqiqat sahəsi KİV-in təhlili (Media analysis) adlandırılır. Kimə (To whom?) sualı ilə maraqlanan tədqiqatçılar üçün auditoriya və medianın təsirinə məruz qalan insanlar tədqiqat mövzusu hesab edilir və bu tədqiqat sahəsi auditoriya təhlili (audience analysis) adlanır. Hansi effektlə (With what effect?) sualı ilə maraqlanan tədqiqatçılar üçün isə medianın təsiri və təsir formaları əsas tədqiqat mövzusu hesab edilir və bu tədqiqat sahəsi təsirin təhlili (Effects analysis) adlandırılır"¹².

Kommunikasiyanın digər xətti modeli kimi 1949-cu il Vorren Viver (Warren Weaver) və Klau Şannon (Claude Shannon) tərəfindən təklif edilmiş "riyazi model"i göstərmək olar. Bu model "iki insan

21 st Century Communication A Reference Handbook (V 1&2). Editor: William F. Eadie. Los Angeles; Sage Publications. 2009; Marcel Danesi. Understanding Media Semiotics. London: Arnold, 2002.

¹² ژان کازنو. جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی. ترجمه: باقر ساروخانی و منوچهر محسنی. تهران: انتشارات اطلاعات، 1387؛ 116. , نظام بهرامی کمیل. نظریه رسانه ها (جامعه شناسی ارتباطات). تهران: انتشارات کویر، 1388.

arasında ehtimal faktorlarından asılı informasiya mübadiləsi prosesini təsvir edir ki, müəyyən bir vəziyyətdə bu mübadilə müəyyən dərəcədə uğurlu yaxud uğursuz ola bilər.

Melvin Deflor Viver-Şanon modeli və Lassuel modelində çatışmayan və çoxlu tənqidlərə səbəb olan əsas faktoru özünün təklif etdiyi modelə artıraraq əks əlaqə elementinə malik bir model hazırlamışdır. Burada Melvin Deflor əks əlaqə aktının necə baş verməsini göstərir və bu məqsədlə kommunikasiyanın daha mürəkkəb formasını təklif edir. Lakin burada əks əlaqə lazımı qədər güclü və effektiv deyil.

Kommunikasiya tədqiqatları sahəsində çox əhəmiyyət qazanmış və özünəməxsusluğu ilə xarakterizə edilən modellərdən biri də Theodor New Comb (Teodor Niyo Kamb) tərəfindən təklif edilmiş ABX modelidir. Elmi ədəbiyyatda ABX modeli “tarazlıq-uyğunluq” modeli də adlanır. Bu model müxtəlif rəylər, düşüncələr, yanaşma tərzləri və təbliğatların əhatə etdiyi iki tərəf (məlumatı göndərən ilə məlumatı qəbul edən) arasındakı kommunikativ əlaqələrin struktur və xüsusiyyətlərini göstərmək üçün uyğun sistem hesab edilir. Model üç elementdən ibarətdir:

- “A” məlumatı göndərən (sender),
- “B” məlumatı qəbul edən (receiver),
- “X” maraq doğuran mövzu (matter of concern).

Daha dəqiq desək, ABX modeli “seçmə qəbul” nəzəriyyələrinə uyğun bir modeldir (“kütləvi qəbul” nəzəriyyələrindən fərqli olaraq “seçmə qəbul” nəzəriyyələrində auditoriya aktiv olub onun maraq və düşüncələrinə müvafiq məlumat və kommunikativ məhsulları seçir və qəbul edir).

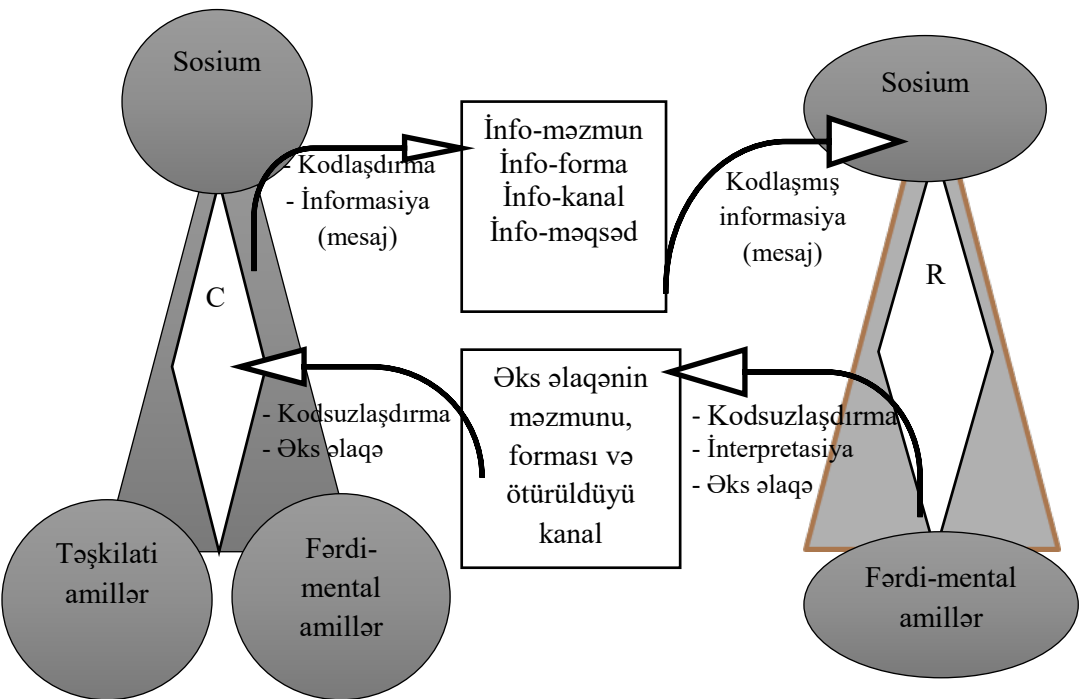
M. Rayli və C. Raylının konsepsiyasına əsasən kommunikasiya prosesində resipient həm ilkin, həm də referent qrupun təsirindən kənar qalır. Bu təsir informasiya mənbəyi və informasiya seçimi zamanı özünü göstərmiş olur. Digər tərəfdən həm resipientə təsir edən qruplar həm də kommunikativ prosesin özü müəyyən sosial-mədəni mühitdə fəaliyyət göstərdiyi üçün həmin mühitin təsirlərindən kənar qala bilməzlər. Daha dəqiq desək sosial-mədəni mühit kommunikasiya prosesinə, kommunikasiya isə sosial-mədəni mühitə təsir edir. Bütün

bunlar isə kommunikasiya prosesinin sosioloji təhlilini vacib faktora çevirmiş olur.

Ənənəvi kommunikasiya modelləri və kütləvi kommunikasiya vasitələrinin fəaliyyət sxeması müasir media və xüsusi ilə internet və sosial medianın fəaliyyətinin təhlili üçün demək olar ki, kifayət etmir. Artıq bu dövrdə (xüsusilə sosial şəbəkələrdə) kommunikator-resipient anlayışları arasında sərhəddə yoxdur. Eyni zamanda təqdim edilən kommunikasiya modellərinin hər birində kommunikativ prosesə təsir edən amillərin bəzisinə daha çox əhəmiyyət verilmiş və təhlil edilmişdir. Məhz elə bu faktı, həmçinin yuxarıda qeyd edilən müxtəlif modellərin üstün və çatışmayan cəhətlərini nəzərə alaraq və dissertasiya işinin mövzusuna müvafiq olaraq Biz yeni kommunikasiya modelini (interaktiv model) təklif edirik və zənnimizcə bu model bir çox faktorları nəzərə aldığı üçün müasir kommunikasiya proseslərinin təhlilində yararlı ola bilər (şəkil 1.1).

Bu modeldə “C” kommunikator, “R” auditoriyadır. Kommunikatorun fəaliyyətini müxtəlif amillər (təşkilati şərtlər və məhdudiyətlər, fərdi-mental təcrübələr və məhdudiyətlər, sosium və daha dəqiq desək sosio-mədəni amillər) şərtləndirir. Qeyd edilən faktorlar kommunikatorun məqsədi və fəaliyyətini şərtləndirir, seçdiyi kanal (media) və hansı məlumatı (məzmun və forma) kodlaşdırıb ötürməsinə təsir edir. Eyni zamanda auditoriyanın fəaliyyəti də fərdi-mental təcrübə və məhdudiyətlər, həmçinin sosial amillərlə şərtlənir. Bu isə hansı məzmun və formada olan məlumatı, hansı kanalı (media) seçməsinə, məzmunu kodsuzlaşdırması və necə başadüşməsinə (interpretasiya), məzmunu necə reaksiya göstərərək əks əlaqə (feedback) yaratmasını şərtləndirir. Hesab edirik ki, kommunikasiyanın təqdim edilən interaktiv modeli həm də, cəmiyyətin demokratikləşməsinə, auditoriyanın aktivliyi və sosial-siyasi proseslərdə iştirakının motivasiya edilməsi və vətəndaşların media məhsullarına reaksiyasının effektivliyinə xidmət edə bilər. Çünki interaktiv modeldə və ümumiyyətlə demokratik prinsiplərə əsaslanan kommunikativ prosesdə auditoriya (vətəndaş) kommunikasiyanın ən əhəmiyyətli fiquru hesab edilir.

Şəkil 1.1: Təklif etdiyimiz interaktiv model.



“Texnologiya insan təfəkkürü və mental əməyinin nəticəsidir lakin hər insan da öz dövrünün texnologiyasının məhsuludur” deyən Marşal Makluhanın fikrincə kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı üç mərhələdən ibarətdir və hər bir mərhələ özünəməxsus həyat şəraiti və formalarının yaranmasına səbəb olmuşdur. O, bu üç mərhələni “Qutenberq qalaktikası” adlı əsərində “verbal qalaktika”, “qutenberq qalaktikası” və “markoni qalaktikası” adlandırır və hesab edir ki, ümumiyyətlə ictimai inkişaf kommunikasiya vasitəsi ilə gedir və tarix məhz formasiya yox, kommunikasiya dövrlərinin dəyişilməsidir. Elmi ədəbiyyatların bir çoxunda öz əksini tapmış bu bölgü “akustik şifahi kommunikasiya mərhələsi, vizual çap kommunikasiyası mərhələsi və akustik elektron kommunikasiya mərhələsi” kimi də verilmişdir.

XX əsrin son rübündə “Web” əsaslı kommunikasiya texnologiyalarının istifadəsi ilə “digital era” başlamışdı. Bu erada artıq internet və kompüter texnologiyasından istifadə klassik kütləvi

informasiya vasitələrinə olam meyli zəiflətməklə yanaşı həmdə həmin vasitələrdən istifadə formasını da dəyişmişdi. Bu faktı nəzərə alaraq qeyd edilən üç “qalaktika”ya dördüncünü- “digital yaxud rəqəmsal qalaktika”nı əlavə etməyi məqsəduyğun hesab edirik.

I fəslin “**Cəmiyyətin sosial inkişafında medianın yeri və rolu**” adlanan ikinci paraqrafında Daniel Lernerin 4 mərhələli inkişaf modeli (urbanizasiya, təhsil, mediadan istifadə, siyasi və iqtisadi iştirak) və həmin modeldə medianın əhəmiyyəti və rolu təhlil edilir. Sonra Donald MakKronun Lernerin inkişaf modeli əsasında hazırladığı kommunikasiya və siyasi inkişaf modeli müzakirə edilir. Bu modeldə də mediadan istifadənin demokratiya və siyasi inkişafı əlaqəsi göstərilir və təhsil mediadan istifadənin əsas şərtlərindən biri kimi əhəmiyyətli faktor rolunda çıxış edir.

Medianın cəmiyyətin inkişafına təsirinə dair konsepsiyaları üç qrupda birləşdirmək olar:

- a) “Səbəb-nəticə yanaşması (causality): Maks Veberin sosial dəyişikliklərlə iqtisadi dəyişikliklər arasında əalqənin səbəb-nəticə prinsipi fonunda təhlilinə əsaslanan bu yanaşma 1950-1960 illərində ilkin inkişaf nəzəriyyəçilərinin əksəriyyəti tərəfindən qəbul edilmiş yanaşma idi¹³.
- b) Utilitarist yanaşma: praktik xarakterli yanaşma olub əsas məqsədi kommunikasiya texnologiyaları ilə inkişaf siyasətləri arasında əlaqəni müəyyənləşdirməkdir.
- c) Strukturalist yanaşma: qlobal kommunikasiya sisteminin infrastrukturunu öyrənilərək həmin infrastrukturların inkişafa səbəb yoxsa mane olması müəyyən edilir.

Medianın mədəni sferaya təsiri haqda müxtəlif nəzəriyyə və konsepsiyaları 3 qrupda birləşdirmək olar: üçlü nəzəriyyə (kütləvilik üçbucağı), texnoloji determinizm, “siyasi iqtisadi nəzəriyyə”. Dissertasiyada həmin nəzəriyyələr və cərəyanların əsas müddəalarının tənqidi təhlili verilir.

¹³ حمید مولانا. گذر از نوگرایی: ارتباطات و دگرگونی جامعه. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه،

Dissertasiyanın II fəslı “**Demokratik dəyərlərin formalaşmasında medianın rolu və əhəmiyyəti**” adlanır. İkinci fəslin birinci paraqrafında “**Sosial-siyasi fəaliyyətin təkmilləşdirilməsi vasitəsi kimi medianın öyrənilməsi, əsas məktəb və cərəyanlar**” nəzərdən keçirilir. Burada sosial və siyasi fəaliyyətin birlikdə təhlil edilməsinin səbəbi bundan ibarətdir ki, “müasir cəmiyyətdə ictimai həyatın bütün sahələrində siyasiləşmə meyli müşahidə olunur və bu meyl getdikcə sürətlənməkdədir” və məhz elə bu səbəbdən də sosial və siyasi fəaliyyəti kəskin sərhədlərlə ayırmaq və təklikdə öyrənmək demək olar ki, çox çətin dir.

sosial-siyasi iştirakın əsas amillərindən biri mediadır. Medianın iştirak prosesində rolunu birmənalı qiymətləndirmək olmaz. Dünya siyasi mənzərəsinin tarixi təhlili göstərir ki, siyasi həyat agentləri və xüsusilə media həmişə siyasi həyatın demokratikləşməsi və siyasi iştirakın effektivliyinə xidmət etməyib. Bəzən media müxtəlif amillərin təsiri nəticəsində sadəcə nəzarət (“dərialtı iynə” və “sehırlı güllə” konsepsiyası), özünüsensura (“sükut spiralı” konsepsiyası), yayındırma (“gündəmi müəyyənləşdirmə” konsepsiyası) və ümumilikdə siyasi manipulyasiya vasitəsi rolunda çıxış edib. Demokratikləşmə prosesinə dəstək verən “medianın iştirak prosesində rolunu qısaca olaraq aşağıdakı kimi göstərmək olar:

1. Zəruri və mühüm sosial-siyasi mövzuları gündəmə gətirmək.
2. İştirak təşkilatçıları ilə əhali və iştirakda maraqlı olan qruplar arasında əlaqə yaratmaq.
3. İştirak normaları haqda əhalini məlumatlandırmaq, əhalini lazımı informasiya ilə təmin etmək.
4. İştirakın davamlılığı və fasiləsizliyinə xidmət.

Mişəl Qureviç və Jey Blumlerin (Michael Gurevitch və Jay Blumler) fikrincə demokratikləşmə, demokratik dəyərlərin bərqərar olması və vətəndaş aktivliyinin güclənməsi üçün media bəzi funksiyaları yerinə yetirməli:

1. Sosial-siyasi mühitə nəzarət, vətəndaş rifahı zəminində vəziyyətin dəqiq formada əks etdirilməsi.
2. Günün əsas problemlərinə toxunaraq gündəmi (reallığa müvafiq) müəyyənləşdirmək.
3. Siyasətçilər və ictimai xadimlərə siyasi platform yaratmaq.

4. Müxtəlif baxışlar (nüqtəyi-nəzərlər) arasında dialoqun təşkili.
5. Dövlət rəsmilərindən hesabat tələb etmək.
6. Medianın müstəqilliyi və dəqiqliyinə xələl gətirən güclərə qarşı müqavimət göstərmək.
7. Vətəndaşları seçkidə və sosial proseslərdə iştirak və siyasi mühiti dəyişmək üçün stimullaşdırmaq¹⁴.

Bu paragrafda medianın öyrənilməsi zəminində müxtəlif cərəyan və məktəblər də, təhlil edilir. Burada Con Fiskin 1990-cı il nəşr olunmuş “Kommunikasiya tədqiqatlarına giriş” adlı əsərinə istinadən iki möhüm məktəb- prosesual və semiotik məktəb təhlil edilmişdir. Zənnimizcə Fiskin bu bölgüsü sosiologiya və sosial tədqiqatlar sahəsində mövcud olan paradıqmaların ikisinə uyğun gəlir: pozitivizm və interpretivizm paradıqmaları. Prosesual məktəbi metodoloji baxımdan əsasən pozitivizmə və semiotik məktəbi interpretivizmə aid etmək olar.

Prosesual məktəbdə kommunikasiya vətəndaşların düşüncə və davranışına təsir vasitəsi hesab edilir. “Burada təsir gözlənilən və planlaşdırılmış səviyyədə az yaxud fərqli formada olursa kommunikasiya prosesinin uğursuz olduğu söyülənir. Belə bir vəziyyətdə prosesin müxtəlif mərhələləri təkrar təhlil edilir və kommunikasiyanın niyə uğursuz olmasının səbəbləri öyrənilir”. Prosesual məktəbdə kommunikasiya xətti proses kimi təhlil edilir və media-vətəndaş münasibətlərinin izahı stimulu-reaksiya modelinə, daha doğrusu biheviörizmə əsaslanır. Ümumilikdə prosesual məktəbə aid və kommunikasiyanın xətti modelinə əsaslanan nəzəriyyələrin əksəriyyətində auditoriya passiv, media güclü təsir imkanına malik vasitə kimi təsvir və təhlil edilir.

Semiotik məktəbdə kommunikasiya “məna”nın istehsalı və mübadiləsi prosesi kimi təhlil edilir ki, bu hadisə, mətnin (məzmunun) istehlak konteksti ilə istehsal konteksti arasında media vasitəsi ilə yaranan əlaqə fonunda baş verir. “Mənanın istehsalı üçün mətn (məzmun) ilə auditoriya arasında interaksiyanın necə baş verirməsini

¹⁴ Democracy and the mass media; a collection of essays. Editor: Judith Lichtenberg. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

öyrənmək semiotik məktəbin diqqət mərkəzində olan problemlərdən biridir. Bu məktəbdə kommunikasiya prosesinin gözlənilən təsirlə nəticələnməməsi uğursuzluq kimi təhlil edilmir və daha çox kommunikator ilə resipient arasında “dil” uyğunsuzluğu probleminin mövcudluğu kimi qəbul edilir. Bu məktəbdə kommunikasiyanın təhlili “mətn” və “mədəniyyətin” öyrənilməsinə əsaslanır və başlıca tədqiqat metodu semiotikadır”.

Semiotik məktəbin nümayəndələrindən hesab edilən Virginia Fry və Donald Fry kommunikasiya və mübadilə edilən mətnin (məlumatın) semiotik baxımdan əhəmiyyət kəsb edən üç əsas cəhətini qeyd edirlər: “Əvvəla, medianın ötürdüyü məlumat müxtəlif mənaların yaranmasına səbəb ola bilər və bu da, eyni bir mətnin fərqli formalarda düşünülməsinə yol açmış olur. Mediada mətni (məlumatı) istehsal edənlər əlbəttə ki, məqsədyönlü olaraq müəyyən mənaları ötürmək niyyəti ilə mətni hazırlayırlar. Lakin auditoriya (istehlakçı) məlumatı başqa anlamda və fərqli mənada başa düşə bilər. İkincisi, medianın ötürdüyü məlumat kommunikasiya prosesində auditoriya ilə mətnin əlaqəsi zəminində məna kəsb edir. Başqa sözlə məna mətn ilə oxucunun əlaqəsi fonunda istehsal olur. Üçüncüsü, hər bir ötürülən məlumatın mənası və anlamı məlumatdan kənar olan hadisələrdən təsirlənir. Yəni mətndə istifadə edilən işarələr mənanın yaranmasında əsas rol oynasalar da mətndən kənar hadisələr fərdin mətni necə başa düşməsi və interpretasiya etməsinə ciddi təsir göstərir”¹⁵. Zənnimizcə mövcud şəraitdə semiotik məktəbin təlimləri və əsas müddəaları vətəndaş-media münasibətlərinin təhlili üçün daha əlverişlidir.

İkinci fəslin ikinci paragrafında **“Demokratikləşmə şəraitində vətəndaş-media münasibətlərinin inkişaf xüsusiyyətləri və “media savadlılığı”** araşdırılır.

Vətəndaş-media münasibətlərinin müasir dövrdə inkişafı və demokratikləşmə şəraitində əhəmiyyətli roluna gəldikdə demək olar ki, hazırda media siyasi həyatın aparıcı elementi və daha dəqiq desək əsas

¹⁵ استیفن لیتل جان. نظریه های ارتباطات. ترجمه: مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی. تهران: نشر جنگل،

ünsürü hesab edilir və medianın iştirakı olmadan vətəndaşların siyasi həyat və siyasi fəaliyyətdə iştirakına lazımi şəraiti yarada bilməz. Eyni zamanda demokartiya sadəcə dövlət idarəçilik üsulu deyil. O, həm də hüquqlar sistemi, həyat tərz, siyasi bərabərlik, mənəvi müxtariyyət, qanun aliliyi, vətəndaş iradəsi və ən əsası dialoq prinsipi fonunda hakimiyyət-vətəndaş münasibətlərinin qurulmasıdır. Bu dialoqun yaranmasında azad seçki, seçkili orqanların fəaliyyəti, yerli özünüidarə qurumları və azad medianın fəaliyyəti aparıcı rola malikdir. Lakin istənilən şəraitdə media vasitəsi ilə ictimai rəy və vətəndaş münasibətinin manipulyasiya edilməsi cəhdlərini zəiflətmək üçün “media savadlılığının” yüksək olması da zərurət hesab edilir.

Media savadlılığının zəruriliyi ilk dəfə 1965-ci il Marşal MakLuhan tərəfindən qeyd edilmişdir. Onun fikrincə, “qlobal kənd”də yaşayan insanlar üçün yeni növ bilik və qabiliyyətin, yəni media savadlılığının əldə edilməsi vacibdir. “Media savadlılığı media məhsulları və informasiyalar arasında realı qeyri-realdan fərqləndirmək üçün lazım olan bacarıqlar məcmusudur. Bu qabiliyyət və bacarıqlar medianın neqativ effektlərinin qarşısında maneə yaratmağa xidmət edir”¹⁶.

Media savadlılığı müxtəlif mənbələrdən əldə edilmiş informasiyaya tənqidi yanaşmaq, bu informasiya və məlumatı təhlil və analiz etmək, informasiyanın istehsalı və ötürülməsində iştirak etmək, həmçinin hər növ məlumatı (çap, vizual, rəqəmsal və s.) qiymətləndirmək bacarığıdır. Hal-hazırda öz aktuallığı ilə seçilən belə bir fikir mövcuddur ki, cəmiyyətin demokratikləşməsində sadəcə söz azadlığı və azad medianın fəaliyyəti deyil, həm də vətəndaşların (media məzmununun istehlakçılarının) fəallığı, tənqidi yanaşma bacarığı, seçicilik qabiliyyəti, media məzmununun yaradılmasında iştirak etmə imkanları və marağı, sosial səviyyədə kommunikasiya qabiliyyətlərinin artması və s. amillərin rolu olduqca əhəmiyyətlidir. Media savadlılığının inkişafı və vətəndaşların məlumatlandırılması həm də “legitim senzura”nın alternativini kimi nəzərdən keçirilir.

¹⁶ Elizabeth M. Perse. Media Effects and Society. London: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.

Media savadlılığının media məhsullarına münasibətə təsirini ölçmək məqsədi ilə keçirdiyimiz eksperiment sorğusunun nəticələri tədqiqatın əsas fərziyyəsini (media savadlılığının ilə media və media məhsullarına münasibət arasında müsbət əlaqə var. Media savadlılığının yüksək olub auditoriya media məhsullarına münasibətdə daha aktiv olur) təsdiq etmişdir.

Dissertasiyanın **“Azərbaycanda demokratikləşmə şəraitində vətəndaş- media münasibətləri problemi”** adlanan III fəslə iki paragrafdan ibarətdir. Birinci paragrafda **“Azərbaycanda demokratikləşmə mərhələləri və vətəndaş cəmiyyətinin formalaşması xüsusiyyətləri”** araşdırılır.

Azərbaycanda demokratiya meylləri və demokratikləşmə prosesinin inkişaf dinamikası iki cəhətdən təhlil edilməlidir: tarixi cəhətdən və real vəziyyətin qiymətləndirilməsi nöqtəyi-nəzərindən. Müasir Azərbaycanda demokratikləşmə meylləri və cəhdlərinin üç mərhələli təsvirini vermək mümkündür: yaranma və inkişaf mərhələsi, durğunluq mərhələsi, yenidən inkişaf mərhələsi.

birinci mərhələ 1918-ci ildən 1920-ci ilə qədər dövrü əhatə edir (Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti hakimiyyəti illəri), ikinci mərhələ 1920-ci il ölkənin Sovet ordusu tərəfindən işğal ilə başlayıb 1991-ci il Sovet Sosialist Respublikaları İttifaqının dağılmasına qədərki dövrü əhatə edir, üçüncü mərhələ isə 1991-ci ildən başlayıb və hələ də davam etməkdədir. Əlbəttə, 1920-ci ilə qədər də bir çox ziyalılar əhalinin maariflənməsi və nəticə etibarilə öz hüquq və maraqlarının müdafiəsi uğrunda sosial-siyasi proseslərdə aktiv iştirak etməsinə şərait yaratmaq üçün maarifləndirici fəaliyyətlər göstərmişdirlər. Lakin ciddi demokratik təşkilatlar və partiyaların fəaliyyəti və konkret olaraq demokratik dəyərlərə istinad Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti və onun rəhbərlərinin fəaliyyəti ilə başlamışdır. Azərbaycan Xalq cümhuriyyəti özünün qısa fəaliyyət dövründə müstəqillik və demokratiyanın əsasını qoydu və 70 ildən sonra 1991-ci il müstəqilliyimiz yenidən bərpa edilərək əbədiləşdi.

SSRİ-nin dağılması və müstəqilliyin yenidən bərpasının ilk nəticələrindən biri olaraq demokratik dəyərlər sistemində müvafiq konstitusiyaya xalqın böyük dəstəyi ilə qəbul edildi. Ədliyyə nazirliyinin 2021-ci il açıqladığı hesabatda əsasən hazırda ölkədə 56 partiya və 3332

QHT rəsmi qeydiyyatdan keçərək ölkədə fəaliyyət göstərir. Eyni zamanda müxtəlif siyasi ideoloji və oriyentasiyalara malik, qəzetlər, jurnallar, televiziya və internet kanalları, saytlar və elektron xəbər portalları ölkədə fəaliyyət göstərir. Ümumilikdə “partiya sisteminin institusionallaşması yönündə islahatların başlanğıcı hələ 1992-ci il iyunun 2-də “siyasi partiyalar haqqında qanunu”un qəbul edilməsi ilə qoyulmuşdur. Həmin qanuna 1996, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006 və 2007-ci illərdə bir sıra əlavə dəyişikliklər edilmişdir”¹⁷.

Vətəndaş cəmiyyətinin inkişafının vacib elementi olan QHT-lərin fəaliyyəti də ölkəmizdə müstəqillikdən sonra başlamışdır. Keçid dövrü problemlərinin həll edilməsində və vətəndaş cəmiyyətinin formalaşmasında qeyri-hökumət təşkilatlarını mühüm amil kimi qiymətləndirən Azərbaycan dövləti onların potensialının artırılması və fəaliyyətinin gücləndirilməsi üçün geniş imkanlar yaradır, onların əsaslandırılmış təkliflərini və təşəbbüslərini müdafiə edir. Bu məqsədlə 1997-ci ildə Azərbaycan hökuməti ilə BMT-nin İnkişaf Proqramı arasında imzalanmış razılaşmaya əsasən Azərbaycanda Qeyri-hökumət təşkilatlarının Resurs və Təlim Mərkəzi yaradılmışdır. 1999-cu il iyunun 11-də Milli Qeyri-Hökumət Təşkilatları forumu 95 təşkilat tərəfindən təsis edildi. Bir ictimai qurum olaraq bu forumun yaradılması vətəndaş cəmiyyətinin inkişafı üçün vacib əhəmiyyət kəsb edirdi. Eyni zamanda 2007-ci il iyulun 27-də Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyevin imzaladığı “Azərbaycan Respublikasının qeyri-hökumət təşkilatlarına dövlət dəstəyi konsepsiyasının təsdiq edilməsi haqqında” sərəncam, bu sərəncamın müddəalarını həyata keçirilməsi üçün Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Şurasının yaradılması QHT-lərə dövlət qayğısı və diqqətinin mühüm göstəricisi hesab edilir. Bu duqqət və qayğının nəticəsi olaraq QHT-lərin sayının ölkədə artması ilə yanaşı, həm də Qeyri-Hökumət Təşkilatlarına Dövlət Dəstəyi Şurası sadəcə 2010-cu

¹⁷ Allahyarova T., Məmmədov F. Azərbaycanda siyasi partiyalar: seçkidən seçkiyə. Bakı: Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Strateji Araşdırmalar Mərkəzi (SAM), 2010.

ildə təqdim edilmiş layihələrin 352-sini maliyləşdirmişdi və həmin layihələrin icrası üçün 2102000 manat sərf edilmişdir.

Hazırda ölkədə demokratiyanın inkişafı və demokratik dəyərlərin bərqərar olması sahəsində mövcud olan problemlərin aradan qaldırılmasında həm vətəndaşların, həm də dövlətin maraqlı olduğu danılmaz faktdır və bu istiqamətdə son vaxtlar iqtisadi, mədəni, ictimai və siyasi sferalarda islahatlar həyata keçirilir və təbii olaraq həmin islahatlar vətəndaşlar tərəfindən müsbət qarşılır və dəstəklənir.

Bu dəstək və demokratikləşmə prosesinə müsbət münasibətin mövcudluğunu Bakı şəhərində keçirdiyimiz anket sorğusunun nəticələri də göstərir. 425 respondentin iştirak etdiyi anket sorğusunun nəticələri yuxarıda qeyd edilənləri söyləməyə əsas verir.

III fəslin ikinci yparaqrafında **“Azərbaycanda vətəndaş-media münasibətlərinin hazırkı vəziyyəti və media institutunun inkişaf perspektivləri”** təhlil edilmişdir. Azərbaycanda vətəndaş-media münasibətlərinin formalaşma və inkişafını milli medianın inkişafı fonunda təhlil etmək zənnimizcə daha doğru olardı. Bu nöqteyi-nəzərdən vətəndaş-media münasibətləri dörd əsas mərhələdən keçmişdi: birinci mərhələ 1875-ci ildən 1918-ci ilə qədəri, ikinci mərhələ 1918-ci ildən 1920-ci ilə qədəri, üçüncü mərhələ 1920-ci ildən 1991-ci ilə qədəri əhatə edir. Dördüncü və sonuncu mərhələ isə 1991-ci ildən başlayaraq bu günə qədər davam edir. Dördüncü mərhələ əvvəlki mərhələlərdən bir xüsusiyyəti ilə fərqlənir: bu mərhələdə internet və “Web” əsaslı kommunikasiya texnologiyalarından istifadə kommunikativ proses və kommunikasiya sistemində böyük dəyişikliklərə səbəb olmuşdur.

Birinci mərhələ media-vətəndaş arasında ilk əlaqə cəhdlərini ehtiva edir. Bu mərhələdə kiçik auditoriya demək olar ki, ilk vasitəli kommunikasiya təcrübələrini yaşayırdı. Media-vətəndaş münasibətlərinin ikinci mərhələsi ölkədə gərgin siyasi proseslərin getdiyi və Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti yarandığı bir dövrə təsadüf etmişdi. Bu dövrünün mətbuat tədqiqatçılarının araşdırmaları göstərir ki, “milli mətbuatımızın ilk nümunəsi olan “Əkinçi” qəzetinin yaranmasından 1918-ci ilin mayına qədərki dövrdə cəmi 40 adda qəzet çıxmışdısa, AXC-nin 23 aylıq hakimiyyət dövründə qəzetlərin sayı 200-ə yaxın olmuşdu.

Media-vətəndaş münasibətlərinin üçüncü mərhələsi bir neçə cəhətdən ilk iki mərhələdən fərqlənirdi: a) yeni media növlərinin yeni radio və televiziyanın meydana gəlməsi, Azərbaycan radio və televiziyanın fəaliyyətə başlaması, b) medianın ideoloji siyasi sistemin qanunları çərçivəsində müstəqillik və demokratiyanın deyil SSRİ maraqlarının təbliğatına məcbur olması, c) repressiya və təqiblər nəticəsində çoxsaylı ziyalı-vətənpərvər qüvvələrin öldürülməsi, sürgün və ya həbs edilməsi nəticəsində müstəqillik və demokratiyanın təbliği sahəsində durğunluğun yaranması.

Media-vətəndaş münasibətlərinin dördüncü mərhələsi Azərbaycanın təkrar müstəqilliyinin bərpası ilə başlamışdı. Bu mərhələdə imperativ nəzarət, informasiya mənbələrinin məhdudluğu, təqib və senzura ləğv edilərək media-vətəndaş münasibətlərinin interaktiv müstəvidə inkişafına şərait yaranmışdı. Müəllifin tərtib etdiyi anket sorğusu vasitəsi ilə vətəndaşların ölkədə fəaliyyət göstərən medianın fəaliyyətinə dair rəyi və düşüncələri öyrənilmiş və nəticələr ümumiləşdirilmiş şəkildə dissertasiyada cədvəllər və diaqramlarda verilmişdir.

Azərbaycanda demokratikləşmə prosesi davam edir və keçmişin qalıqları olan müxtəlif ziddiyyətlərin aradan qaldırılması, sistemin yeni vahid dəyərlər və demokratik prinsiplərə adaptasiyasının təmin edilməsi və keçid mərhələsinə xas problemlərin həllində həmrəyliyin təmin edilməsi başlıca məqsədlər rolunda çıxış edir. Media mövcud vəziyyətin tələblərindən irəli gələn funksiyasını yerinə yetirməklə sosial-siyasi həyatın aparıcı subyektlərindən birinə çevrilməlidir.

Dünyanın bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrində olduğu kimi, Azərbaycanda da qəzet, jurnal və radionun televiziya və internet qarşısında öz nüfuz və əhəmiyyətini itirdiyini müşahidə etmək heç də çətin deyil. Keçirdiyimiz anket sorğusunun nəticələri də bunu deməyə əsas verir ki, Bakı şəhəri sakinlərinin əsas hissəsi internetdən istifadə edir və ən dəqiq informasiya vasitəsi olaraq internetə üstünlük verir. “Dəqiq xəbər və məlumat üçün daha çox hansı informasiya vasitəsindən istifadə edirsiniz” sualına respondentin 5.5 faizi qəzetlərdən, 41.5 faizi televiziya və 53 faizi isə internetdən istifadə etdiyini bildirmişdir. Maraqlıdır ki, respondentlərin yaş həddi ilə ən çox müraciət etdikləri informasiya vasitəsi arasında əlaqə

mövcuddür. Beləki, 30 yaşa qədər olan respondentlərin istifadə etdikləri əsas informasiya vasitəsi internetdir.

Media institutunun perspektivi ilə sıx əlaqədə olan bəzi göstəriciləri (əksə əlaqə imkanı, çeviklik, söz azadlığı, əlverişlilik, multimedia imkanları) nəzərə alaraq respondentlərə ən çox istifadə etdikləri kütləvi informasiya vasitəsini hansı xüsusiyyətinə görə seçdikləri haqda sual verilmişdi. Əldə edilmiş nəticələrin təhlili göstərir ki, internet istifadəçilərinin seçiminə tərtiblə söz azadlığı, əks əlaqə imkanları və çeviklik (operativlik) təsir göstərir. Televiziya istifadəçilərinin seçiminə isə ilk növbədə əlverişlilik (istifadəçinin vaxt və büdcəsinə uyğun olmaq) və sonra çeviklik təsir göstərir. Bütün bunlar göstərir ki, informasiya və kommunikasiya sahəsində televiziya və xüsusilə internet daha aydın və güclü perspektivə malikdir.

Nəticədə işə yekun vurulur, müəllifin mövzu ilə bağlı əldə etdiyi qənaətlər diqqətə çatdırılır, keçirilmiş sorğuların nəticələri və nəzəri təhlillər əsasında əldə edilmiş nəticələrə uyğun tövsiyələr verilir.

Tədqiqatın ümumi xarakterinə və əldə edilən nəticələrə əsaslanaraq aşağıdakı təkliflər irəli sürülür: müasir info-şəraitdə “media savadlılığı” amilinə diqqət artırılmalı, bu sahəyə dair təlim konsepsiyaları hazırlanmalıdır. Çevikli, etibarlılıq və multi-imkanlara malik olmaq, eyni zamanda vətəndaşla əks-əlaqəni təmin etmək müasir medianın nüfuzunun artmasına ciddi təsir edir və bu məsələ milli media tərəfindən daima nəzərə alınmalıdır. Bir çox hallarda ənənvi media (xüsusilə telekanallar) müvəqqəti reytingi ciddilik və inama qurban verib, daha çox “sarı media”ya oxşamağa meyllənirlər ki, bu da uzun müddətdə vətəndaşın milli telekanallardan daha çox xarici telekanallara meyllənməsi, sosial şəbəkələrdə yayılan şayiə xarakterli məlumatlara daha çox inanmasına səbəb ola bilər. Bütün bunlar media və media mənsuclarının gələcək fəaliyyəti tənzimləmək üçün diqqət mərkəzində olmalıdır. Ümumilikdə vətəndaşın mediaya münasibəti şərtləndirən üç faktor – plürallıq, əlçatanlıq və selektivlik amilləri medianın fəaliyyət siyasətini hazırlayanlar tərəfindən nəzərə alınmalıdır.

Dissertasiyanın əsas məzmununu müəllifin çap olunmuş aşağıdakı elmi əsərlərində öz əksini tapmışdır.

1. Media savadlılığı media-vətəndaş münasibətlərinə təsir edən amil kimi // Elmi əsərlər, ictimai-siyasi elmlər seriyası. Bakı Slavyan Universiteti, Bakı: 2012, № 1 (toplu), s. 150-155.
2. Media tədqiqatlarında semiotik məktəb və media-vətəndaş münasibətləri problemi // Mədəniyyət dünyası. Azərbaycan Dövlət mədəniyyət və İncəsənət Universiteti, Bakı: 2013, № 26, s. 130-136.
3. Особенности взаимоотношений "медиа общество" // Вектор науки. серия: Педагогика, психология. Тольяттинского Государственного Университета. Тольятти, 2013, № 2 (13), с. 20-23.
4. Взаимоотношений между и гражданским обществом в Азербайджане: история и реальность // Актуальні проблеми філософії та соціології. Науково-практичний журнал. Національний Університет, Одеса, 2016, № 12, с. 3-7
5. Siyasi sferada media-vətəndaş münasibətləri və media savadlılığı // Bakı Universitetin xəbərləri jurnalı. Sosial-siyasi elmlər seriyası. Bakı Dövlət Universiteti, Bakı, 2016, № 4, s. 87-95.
6. Mass media sosial proseslərə təsir vasitəsi kimi. "Многополярный мир: предпосылки, проблемы и перспективы становления" mövzusunda beynəlxalq-elmi konfrans. Пенза-Баку: Социосфера, 20-21 may 2011, s. 52-56.
7. Соотношение культуры, демократии и масс медиа в условременной цивилизации. "Феномен цивилизации: сущность, типы, динамика" mövzusunda elmi-praktik konfrans. Пенза-Баку: Социосфера, 20-21 mart 2011, s. 60-63.
8. Medianın sosial inkişaf və dinamikaya təsiri. "Mədəni müxtəliflik: dünya və Azərbaycan" mövzusunda beynəlxalq elmi-praktik konfrans. Bakı, Bakı Dövlət Universiteti, 29 aprel 2016, s. 40-42.

Dissertasiyanın müdafiəsi 05 11 2021 il tarixində saat 14.00 Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Fəlsəfə və Sosiologiya İnstitutunun nəzdində fəaliyyət göstərən BED 3.02 Birdəfəlik Dissertasiya Şurasının iclasında keçiriləcək.

Ünvan: AZ1143. Bakı şəhəri, Hüseyn Cavid prospekti 115, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Fəlsəfə və Sosiologiya İnstitutu, IX mərtəbə, konfrans zalı.

Dissertasiya ilə Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Fəlsəfə və Sosiologiya İnstitutunun kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Dissertasiya və avtoreferatın elektron versiyaları Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Fəlsəfə və Sosiologiya İnstitutunun rəsmi internet saytında yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat 04 10 2021ci il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb: 28.09.2021

Kağızın formatı: A5

Həcm: 46208

Tiraj: 100