

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

AZƏRBAYCAN KİV SİSTEMİNDƏ YENİ MEDİANIN FORMALAŞMASI VƏ KONVERGENSIYA PROSESİ

İxtisas: 5720.01 – Jurnalistika

Elm sahəsi: Filologiya

İddiaçı: **Leyla Rəşid qızı Məmmədova**

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi
almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın

AVTOREFERATI

BAKI – 2022

Dissertasiya işi Bakı Dövlət Universitetinin Yeni media və kommunikasiya nəzəriyyəsi kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbərlər:

AMEA-nın həqiqi üzvü, texnika
elmləri doktoru, professor
Rasim Məhəmməd oğlu Əliquliyev

filologiya elmləri doktoru, professor
Nəsir Abbas oğlu Əhmədli

Rəsmi opponətlər:

filologiya elmləri doktoru, professor
Qulu Məmmədqulu oğlu Məhərrəmli

filologiya elmləri doktoru
Rövşən Raqif oğlu Məmmədov

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
Ülviyyə Bəzım qızı Abdullayeva

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Folklor İnstitutu nəzdində fəaliyyət göstərən BED 1.27 - Dissertasiya şurası.

Dissertasiya şurasının sədri: AMEA-nın həqiqi üzvü, filologiya
elmləri doktoru, professor
Muxtar Kazım oğlu İmanov

Dissertasiya şurasının
elmi katibi:

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent
Afaq Xürrəm qızı Ramazanova

Elmi seminarın sədri:

filologiya elmləri doktoru, dosent
Vüqar Zifər oğlu Əliyev

TƏDQIQATIN ÜMUMİ SƏCİYYƏSİ

Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi. İnformasiya texnologiyalarında baş verən inqilab və qloballaşma media sistemində güclü dəyişikliklərlə nəticələndi. IV informasiya inqilabı və onun əsasını təşkil edən İnternetin intensiv və sürətli inkişafı ilə dəyişmə paradıqması kütləvi kommunikasiya sistemində müasir informasiya texnologiyaları və daşıyıcılarının təşəkkül tapdığı yeni medianın yaranmasına səbəb oldu. KİV-in qlobal transformasiyası ilə xəbər konfigurasiyasının yeni təqdimat formaları yarandı, jurnalistikanın tipoloji sistemində internet jurnalistika daxil oldu. Jurnalistikanın ənənəvi kanallarına-qəzet, radio, televiziya xas olan imkanların cuğlaşması, eləcə də kütləvi informasiya vasitələri ilə kütləvi kommunikasiya vasitələri arasında sərhədlərin itməsi nəticəsində media konvergeniya formalaşdı. İnformasiyaya giriş asanlaşdıqca fərdlərarası və kütləvi ünsiyyət daha rahat bir şəkildə təmin oludu. Kütləvi informasiya vasitələrinin kütləvi kommunikasiya vasitələri sistemində inteqrasiyası sosiallaşma proseslərini sürətləndirdi, ictimai sferanın yeni modeli meydana çıxdı. Mediada, auditoriyanın passiv vəziyyətdən faktor vəziyyətə keçməsi nəticəsində vətəndaş jurnalistikası, mobil jurnalistika formalaşdı. Hazırkı mərhələdə süni intellektlə jurnalistikanın konvergeniyası ilə yaradılan alqoritmik və dron jurnalistikası müasir jurnalistikanın yeni fenomenidir.

*“İnternetin imkanlarına əsaslanan və əvvəlki KİV formalarının hamısını öz qanadı altına yığan yeni media qlobal informasiya məkanının, cəmiyyətinin ən mühüm atributu və əsas təkanverici qüvvəsidir”.*¹ Yeni medianı yaradan və yeni medianın da təqdim etdiyi nəzəri formaları, zaman, məkan və həqiqət anlayışlarının yeni təhlili, kommunikasiya vasitələrinin, metodlarının formalaşdırılması, vətəndaş aktivliyi üçün naməlum imkanların aşkar olunması, müasir ictimai həyatda, xüsusilə sosiallaşma proseslərində informasiya şəbəkə sisteminin qiymətləndirilməsi məsələlərini tədqiq etmək vacib və aktualdır.

¹ Əliquliyev, R.M. İnternet fenomeninə çoxaspekli baxış / R.M.Əliquliyev, R.Ş.Mahmudov – Bakı: İnformasiya Texnologiyaları, – 2010. – 96 s.

İnternet medianın fəlsəfi, sosial, siyasi, iqtisadi, texnoloji mahiyyətini, yeni media sistemində jurnalistikanın yerini, reformasiyasını və postmodern cəmiyyətinin formalaşmasında oynadığı rolun əhəmiyyətini öyrənmək baxımından da, tədqiqat işiaktuallıq kəsb edir.

Qloballaşma və inteqrasiya proseslərinə qoşulan Azərbaycanın media kommunikasiya sisteminin transformasiya və konvergensiya proseslərinin, internet sektorunun, onlayn medianın təşəkkülü və inkişafı, media kommunikasiya sisteminin problemlərinin öyrənilməsi, perspektivlərinin müəyyənəşdirilməsi elmi-praktik metodların işlənilməsi tədqiqatın aktuallığını əsaslandırır.

Azərbaycanda müxtəlif konvergent redaksiyaların fəaliyyət spesifikasiyasının və keyfiyyət xüsusiyyətlərinin araşdırılması, KİV-in müxtəlif növləri üçün media məhsulları istehsal edən belə redaksiyaların yaradıcı strukturun öyrənilməsi və universal jurnalist anlayışının müəyyən olunması, onun konseptual xarakterinin və iş mexanizminin ənənəvi jurnalistlə müqayisəli təhlil edilməsi də tədqiqatın aktuallığını səciyyələndirir.

Digər tərəfdən, tədqiqat işində süni intellekt texnologiyasının müasir jurnalistikaya tətbiqi məsələsinə diqqət yetirilir. Müasir mediada süni intellektə əsaslanan alqoritmik – robot jurnalistikanın Azərbaycanda da formalaşması və bu istiqamətdə proqram təminatlarının yaradılması, media subyektlərində, onların xəbər kontentində tətbiqi, həmçinin təqdim olunan elmi-nəzəri tədqiqatın, praktik təhlillərin Jurnalistika fakültəsinin proqramlarında tədrisi kimi problemlər dissertasiya işinin mövzusunun aktuallığını təyin edir.

Azərbaycanda yeni media sisteminin formalaşması və onun inkişaf prosesi, yeni medianın xüsusiyyətləri, funksiyaları və tipologiyası, media konvergensiya, onun səviyyələri, süni intellektə əsaslanan yeni jurnalistikanın hüquqi etik aspektləri və perspektivləri bu günədək xüsusi tədqiqat mövzusu kimi araşdırılmamışdır. Bu amillər də tədqiqatın aktuallığını təyin edir.

İnternet medianın bu və ya digər aspektləri ilə bağlı global sferada elmi-nəzəri tədqiqatlar mövcuddur. Dissertasiyada əlavə materiallar tədqiqatı faktiki tərəfdən təsdiqləyir və tamamlayır. Bu tədqiqata cəlb olunan problemlərin tam əhatəsi üçün lazımdır. Yeni

media ilə bağlı ilk araşdırmalar Amerika və Avropa alimlərinə məxsusdur. Alvin Toffler, Makluen yeni medianın inkişafında qloballaşma faktorunu vurğulayırsa, Lev Manoviç bu anlayışı interfeyslər, məlumat bazaları və s. kimi quruluşa dair xüsusiyyətlərin necə bir ifadə daşdığını müvəffəqiyyətli şəkildə izah edir.²

Yeni media dövrünün ilk tədqiqatçılarından olan Mark Poster³ hələ 1995-ci ildə nəşr olunan “II media dövrü” adlı kitabında XX əsrin sonlarından kapitalist ölkələrdə informasiya vasitələrinin transformasiyası ilə başlanan kapitalizm yeni media əlaqələrinə toxunur, bu mərhələni II media dövrü adlandırır. Manuel Kastels⁴ yeni media dövrünün çox istiqamətli olduğunu və interaktivliyi (qarşılıqlı ünsiyyəti) əsas xüsusiyyəti kimi göstərir. Yeni medianın tanınmış tədqiqatçısı Amerika alimi Russel Neuman⁵ media texnologiyası və kommunikasiya effektləri media təkamül nəzəriyyələrinin müəllifidir.

Amsterdam Universitetinin jurnalistika və yeni media üzrə professoru Mark Deuze onlayn jurnalistikanın, multimedia jurnalistikasının ilk tədqiqatlarını aparmış, Hubb Evers yeni medianın etik aspektlərini öyrənmişdir. Nüfuzlu kütləvi kommunikasiya nəzəriyyəçisi Denis McQuails media və kütləvi kommunikasiya nəzəriyyəsi sahəsində əsaslı tədqiqatlar aparmış, rəqəmsal kommunikasiya sisteminin konseptini müəyyənləşdirmişdir.⁶

Mikael Latzerin, Devid Rendallın elmi əsərlərində media konvergensiya konsepti aydınlaşdırmış, Vincent Filak Jefer Wilkinson

²Топфлер, Э.Третья волна / Э.Топфлер.–Москва: АСТ, –2004, 781 с.; McLuhan, M. Understanding Media / M.McLuhan.– Gingko Press; Critical edition,–2013. –402p.; Manovic, L. The Language of new media / L.Manovic. – Copenhagen: AarhusUniversityPress, – 2007. – 40 p.

³Poster, M. The seond media age / Poster, M. –Cambridge, Mass: Blackwell, – 1995. – 200 p.

⁴Castells, M. The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, business and society / M.Castells M. – Oxford: Oxford University Press, – 2001. – 292p.

⁵Neuman, R. The Paradox of mass politics knowledge and opinion in the American electorate: [Electronic resource] / Harvard University Press. 241p.Cambridge,2020.–

URL:<http://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674654600>

⁶McQuail, D. McQuail’s Mass Communication Theory.7th Edition London / D. McQuail’s. – New York: Sage Publications, – 2020, – 688 p.

konvergent jurnalistikanın prinsiplərini müəyyənləşdirmiş, Brant Houston data jurnalistikanı, Paul Bradshav mobil jurnalistikanı tətbiq edərək nəzəri- praktik əsaslarını hazırlamışlar.⁷

Son illərdə jurnalistikada süni intellektin tətbiqi çox qısa müddətdə sürətlə inkişaf edən bir hadisədir. Robot jurnalistikanın ilk tədqiqatçılarından olan Kristian Dörr süni intellektin jurnalistikaya təsirini, ispan tədqiqatçısı Tunez Lopez alqoritmlərin məzmununda və peşəkar profildə dəyişikliklərini araşdırmışlar.⁸ Oksford Universiteti, Reuters Jurnalistikanın Tədqiqi İnstitutunun tədqiqatçısı Nik Nevan jurnalistlər və robotlar tərəfindən yazılmış xəbərlərin müqayisəli təhlilini aparmışdır.⁹

Ən son tədqiqatlar arasında Andreas Graffe kommunikasiya axını nəzəriyyələrində alqoritmik fərdiləşdirmə dəyişikliklərini araşdırmış, Nikolas Diakopoulos alqoritmik jurnalistikanın perspektivlərini izah etmişdir.¹⁰ Bob Franklin rəqəmsal jurnalistika

⁷Latzer, M. Convergence revisited: Toward a modified pattern of communications governance // *Convergence: The International Journal of Research Into New Media*, 2019. v. 15, No 4, –p. 411- 426.; Рэндалл, Д. Универсальный журналист / Д.Рэндалл, – Москва: Национальный Институт прессы,– 2000. – 120с.; Filak, V. / *Convergent Journalism: An Introduction: Writing and Producing Across Media* / V.Filak. –Routledge, –2019. – 206 p.; Wilkinson, J. Principles of convergent journalism / J.Wilkinson, Grant, D.Fisher. – London: Oxford University Press,–2012.– 320 p.; Houston, B. Data for Journalists: A Practical Guide for Computer-Assisted Reporting / B. Houston.– New York: Routledge,–2018. –252p.; Paul, B. Mobile-First Journalism: Producing News for Social and Interactive Media / B.Paul. –New York:Routledge, –2018. –240p.

⁸Dorr, K. Ethical Challenges of Algorithmic Journalism / K.Dörr, K. Hollnbuchner. //– London: Digital Journalism,–2017. 5(4), – p. 404-419.; Túñez-López, J. M. From Data Journalism to Robotic Journalism: The Automation of News Processing. Journalistic Metamorphosis. / J.M.Túñez-López, C.Toural-Bran, A.Frazão-Nogueira // –Studies in Big Data, – Springer, – 2020, vol 70, – p.363-372

⁹Newman, N. Journalism, media and technology: trends and predictions for 2020 (ES) / –London: Reuters Institute for the Study of Journalism & Oxford University. Retrieved ,–2020. –40p.

¹⁰Graefe A. Guide to Automated Journalism / A.Graefe.–New York: Columbia Journalism Review, –2016.– 48 p.; Diakopoulos, N. Automating the News / N.Diakopoulos.–London: Harvard University Press, – 2019. – 336 p.

kontekstində dron jurnalistika konseptlərini, Flipp Chamberl dronların jurnalistikada və xəbər istehsalında yeni rolunu və perspektivlərinin araşdırır.¹¹

Rusiya alimlərindən Aleksandr Kalmıkovun, Aleksandr Amzinin, Qennadiy Bakulyevin, Türkiyə alimlərindən Filiz Aydoğanın, Nurcan Törənlinin, Suat Gezginin elmi-nəzəri əsərlərində yeni medianın müxtəlif aspektləri tədqiqata cəlb edilmişdir.¹²

Azərbaycanda bu dissertasiyaya qədər yeni media elmi- tədqiqat mövzusu olaraq tədqiqata cəlb edilməsə də, müəyyən nəşrlərdə, elmi məqalələrdə internet medianın müəyyən aspektləri araşdırılmış, dərş vəsaitləri çap olunmuşdur. Bu sırada akademik Rasim Əliquliyevin, Zaur Babayevin, Osman Gündüzün əsərlərini, Avropa Şurası və Avropa İttifaqının birgə layihəsi əsasında çap olunan “Yeni media” dərşliyini qeyd etmək olar.¹³

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Tədqiqatın obyektı Azərbaycan yeni media sistemidir. Predmeti isə yeni medianın nəzəri və praktik aspektlərinin, media konvergeniya prosesinin təhlili, Azərbaycan KİV-nin internet mühitinə transformasiyasının, onlayn jurnalistikanın formalaşmasının, klassifikasiyasının və inkişaf

¹¹Franklin, B. Automated content. Digital Journalism Studies/ B. Franklin, L. Canter. – London: Routledge, – 2019. – 334p.; Chamberlain, P. Drones and Journalism / P. Chamberlain. – New York: Routledge, – 2017. – 118p.

¹²Калмыков, А.А. Медиалогия интернета/ А.Калмыков. – Москва: URSS, – 2021. – 272 с.; Александр, А. Новостная интернет- журналистика / А.Александр. Москва: Аспект Пресс, – 2012. – 230с.; Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции / Г.П. Бакулев. – Москва: Аспект Пресс, 2016, – 192 с.; Aydoğan, F. Yeni Medya Kuramları / F. Aydoğan. – İstanbul: Der Yayınları, – 2019. – 345 s.; Törenli, N. Sosial Medyanın Gazetecilikteki Rolü: Türkiye'deki Haber Kuruluşları Üzerine Bir İnceleme // – Gaziantep: Gaziantep University Journal of Social Sciences, – 2018. 17 (1), – s.135-148; Gezgin S. Yeni Medya Analizleri / S. Gezgin, A. İralı. Konya: Eğitim yayın evi, – 2017, – 328с.

¹³Əliquliyev, R.M. İnternet medianın meydana gəlməsi və inkişafı: əsas istiqamətlər və xüsusiyyətlər / R.M. Əliquliyev, R.Ş. Mahmudov. – Bakı: İnformasiya texnologiyaları, – 2012. – 58 s.; Babayev, Z. Medianın ənənəvi prinsipləri və internet-jurnalistika. Dərş vəsaiti. / Z. Babayev. – Bakı: “Tural-nəşr”, – 2018. – 182 s.; Gündüz, O. M. Azərbaycan internet resursları, milli saytlar kataloqu / O.M. Gündüz. – Bakı: Multimedia mərkəzi, – 2010. – 416 s.

prosesinin kompleks şəkildə tədqiqi, media konvergensiyanın səviyyələrinin müəyyənləşdirilməsi, müsar jurnalistikada süni intellektin tətbiqi və perspektivi məsələlərinin araşdırılmasıdır.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Tədqiqatda əsas məqsəd Azərbaycan KİV sisteminə yeni medianın formalaşması və konvergensiya prosesini tədqiq etmək, internet medianın inkişaf tendensiyalarının nəzəri və praktik istiqamətlərini müəyyənləşdirmək, Azərbaycan jurnalistikasında süni intellektin tətbiqi məsələlərini araşdırmaq, alqoritmik jurnalistikanın, dron jurnalistikasının perspektivlərini təyin etməkdir.

Qarşıya qoyulmuş məqsədə nail olmaq üçün aşağıdakı konkret vəzifələr yerinə yetirilmişdir:

- Yeni media informasiya cəmiyyətin konsepti kimi həm kütləvi informasiya vasitələri sistemində, həm də kütləvi kommunikasiya vasitələri kontekstində tədqiq olunmuş, yeni media sistemi anlayışının elmi izahı verilmiş və Azərbaycanda bu sistemi formalaşdıran amillər ətrafında təhlillər aparılmış;

-Yeni medianın forma və modelləri aşkarlanmış, növləri müəyyənləşdirilmiş, xüsusiyyətləri, funksiyaları və perspektivləri təyin edilmiş; Azərbaycan onlayn jurnalistikasının spesifik, tipoloji və funksional xarakteri araşdırılmış; sosial medianın aspektləri, funksional-tipoloji klassifikasiyası təyin edilmiş;

-Media və onun iqtisadiyyatının strukturunda, məzmununda, o cümlədən jurnalistikada, forma, funksiyalarında baş verən transformasiya prosesləri- qloballaşma, konvergensiya və diversifikasiyanın qeyri-xətti, dialektik xarakteri təhlil edilmiş, KİV-in qlobal transformasiyası ilə Azərbaycanda media konvergensiya sisteminin təşəkkül amilləri və inkişaf meyilləri araşdırılmış, konvergent redaksiyaların fəaliyyət mexanizmi və universal jurnalistin yaradıcılıq prinsipləri açıqlanmış;

-Jurnalistika İKT və Sİ inkişafı kontekstində təhlil edilmiş; Rəqəmsal informasiya: Azərbaycan internet mühitində xəbər konfigurasiyasının yeni təqdimat formaları izlənilmiş, Azərbaycan internet mediasının kontenti təhlil olunmuş, auditoriyanın fraqmentasiya faktoru müəyyən edilmiş;

-Azərbaycanda internet televiziya və radionun fəaliyyət mexanizmi və yayım metodları aşkarlanmış, mobil jurnalistikanın formalaşmasında informasiya kommunikasiya texnologiyalarının təsiri müəyyənəşdirilmiş, vətəndaş jurnalistikası ilə peşəkar jurnalistika müqayisəli təhlil edilmiş;

-Müasir jurnalistikada süni intellekt paradigması təhlil edilmiş, Azərbaycan mediasında süni intellektin mümkün praktiki tətbiq sahələri və inkişaf perspektivləri araşdırılmış, süni intellektə əsaslanan jurnalistikanın inkişaf meylləri təyin edilmiş və s.

Tədqiqat metodları. Azərbaycan KİV sistemində yeni medianın formalaşması və konvergeniya mövzusunda tədqiqat işi akademik və tətbiqi araşdırmalara əsaslanır. Tədqiqat zamanı kommunikasiya ilə KİV nəzəriyyələri kontekstində yanaşma, sintez, induksiya və deduksiya kimi ümumməntiqi metodlardan, ümumiləşdirmə, müqayisəli təhlil, tarixi-müqayisəli təhlil, statistik təhlil, kontent-analiz və digər elmi araşdırma metodlar əsas götürülmüşdür.

Yeni medianın nəzəri-metodoloji, funksional tipoloji aspektlərinin öyrənilməsi və analizi zamanı sistemləşdirmə, təsnifləşdirmə metodları tətbiq edilmişdir. gedişi zamanı Azərbaycan internet KİV-nin və auditoriyasının öyrənilməsi, konvergen redaksiyaların fəaliyyətinin, süni intellektə əsaslanan jurnalistikanın tədqiqində müşahidə, sorğu, müsahibə metodlarınsan istifadə edilmişdir.

Müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar. Tədqiqat işində aşağıdakı müddəalar müdafiəyə çıxarılır:

- Yeni media qlobal informasiya cəmiyyətinin konsepsiyası, ən mühüm atributu və əsas təkanverici qüvvəsidir;

- IV informasiya inqilabının və onun əsasını təşkil edən İnternetin davamlı və dinamik inkişafı yeni medianın yaranmasına, KİV-in qlobal transformasiyasının, jurnalistikanın tipoloji sisteminin genişlənməsinə, media konvergenasiyanın formalaşmasına səbəb olur;

- Azərbaycanda yeni medianın formalaşması yalnız informasiya texnologiyasının nəticəsi deyil, həmçinin ölkədə baş verən siyasi, sosial və iqtisadi şəraitlə bağlıdır;

- Yeni medianın spesifik xüsusiyyətləri və funksiyaları informasiyanı ictimai məhsula çevirir, hər kəsin istədiyi kimi faydalanmasını təmin edir. Media ilə auditoriya arasında qarşılıqlı əlaqə dəyişir, informasiya məhsullarının istehlakçıları həm də istehsalçılara çevirir.

- Media transformasiya prosesləri - qloballaşma, konvergensiya və diversifikasiya qeyri-xətti, dialektikdir.

- Azərbaycanda media sferada baş verən transformasiya ilə informasiya, kütləvi kontent, servis xidmətləri əmtəəyə, bazar məhsuluna çevrilir. Bu strateji və taktiki istiqamət yalnız medianın fəaliyyəti deyil, həm də sivilizasiyanın yeni mərhələsində dünyanın sosial inkişafıdır.

- Konvergent jurnalistika təkcə, texnoloji proses deyil, yeni forma və janrları ilə spesifik konfigurasiya, inteqrasiya edilmiş istehsal, çoxsahəli peşəkarlıq, multi-platform çatdırılma və aktiv auditoriya kimi analitik strukturdur.

- İnformasiya kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı ilə fərdi kommunikasiya kütləvi kommunikasiyaya, mobil mühit, fərdlərarası ünsiyyəti əsaraq xəbər istehsalını və informasiyaya girişi təmin edən media platformalara çevrilir.

- Kontenti auditoriya tərəfindən yaradılan, bir çoxdan bir çoxə informasiya axışı olan vətəndaş jurnalistikası informasiya cəmiyyətinin, demokratiyanın mühüm göstəricilərindən biri kimi ictimai nəzarət funksiyasının yerinə yetirir.

- Mediada yeni fenomen olan süni intellektin jurnalistikaya təsiri şirkətlərdə, məhsullarda, məzmununda və peşəkar profildə dəyişikliklərə səbəb olur.

Araşdırmanın elmi yeniliyi. Elmi tədqiqat obyektini kimi Azərbaycanda yeni media sisteminin formalaşması, inkişaf prosesi və perspektivləri kompleks şəkildə, media konvergensiya və onun ən son mərhələsi olan süni intellektə əsaslanan yeni jurnalistika paradigması ümumiyyətlə, ilk dəfə elmi araşdırmaya cəlb edilir. Bu dissertasiya ilə ilk dəfə olaraq, Azərbaycan internet mediası, o cümlədən onlayn jurnalistika, sosial media formaları, vətəndaş jurnalistikası, internet televiziya və radio kompleks şəkildə araşdırılmış sistemləşdirilmişdir. Dissertasiya, kompleks tədqiqat yanaşması ilə fərqlənir. Tədqiqatda

Azərbaycanda onlayn medianın inkişafı sosial-iqtisadi inkişafın ümumi kontekstində təhlil olunmuşdur. Dissertasiya ilə Azərbaycan elmində ilk dəfə olaraq:

-Yeni media anlayışının kütləvi kommunikasiya və informasiya vasitəsi kimi elmi təhlili verilmiş, yeni media nəzəriyyələri təqdim olunmuş, yeni medianın ənənəvi mediadan fərqli spesifik xüsusiyyətləri, funksiyaları, tipologiyası təyin olunmuş; **yeni mediada ünsiyyət davranışının xarakteri, kommunikasiya modelləri nəzəriyyələri** təklif edilmişdir;

- Media kommunikasiya sisteminin transformasiyası-konvergensiya, diversifikasiya, demossifikasiya, konqlemerasiya və konvergensiya elmi-nəzəri konsepsiyası əsaslandırılmış, dünya tədqiqatçılarının araşdırmalarına yenilik olaraq konvergensiyanın **sosial-funksional və məkan səviyyələri** əlavə edilmişdir; jurnalistikada süni intellekt paradiqması tədqiq edilmiş, mobil jurnalistikanın formalaşması araşdırılmış, vətəndaş jurnalistikası ilə peşəkar jurnalistika müqayisə edilmişdir;

- Azərbaycan onlayn mediasının vahid sistemi və inkişafı müəyyənləşdirilmişdir; Azərbaycan onlayn jurnalistikanın inkişafı ilə milli informasiya siyasəti arasında əlaqələri müəyyən edilmiş, həmçinin ənənəvi KİV-in təcrübəsi ilə müasir informasiya texnologiyalarının yeni medianın inkişafına təsiri göstərilmişdir;

-Azərbaycanda ənənəvi KİV-in transformasiyasının istiqamətləri- rəqəmsal, konvergensiya, qloballaşma, diversifikasiya, demossifikasiya və konqlemerasiya araşdırılmış, sistemləşdirilmişdir; Azərbaycan media konvergensiyasının səviyyələri, konvergen jurnalistika, konvergen janrlar, data jurnalistika, konvergent redaksiyaların fəaliyyət mexanizmi və universal jurnalistin yaradıcılıq prinsiplər tədqiq olunmuş, inkişaf meyilləri müəyyənləşdirilmişdir;

-Azərbaycan müasir jurnalistikasının informasiya kommunikasiya texnologiyaları və süni intellekt kontekstində yeri müəyyənləşdirmişdir;

-Azərbaycanda vətəndaş jurnalistikası, internet televiziya və radio, formalaşmaqda olan dron jurnalistikasının imkanları və istifadəsi zamanı yaranan problemlər aşkarlanmış, jurnalistika növləri baxımından etik və hüquqi aspektlərdən təhlil olunmuşdur;

Azərbaycan mediasında süni intellektin mümkün praktiki tətbiq sahələri və inkişaf perspektivləri araşdırılmışdır.

Tədqiqatın nəzəri və praktik əhəmiyyəti. Yeni media, media konvergeniya Azərbaycanında, süni intellektə əsaslanan jurnalistika isə bütün dünyada gənc sahə olduğu üçün bu istiqamətdə aparılan hər bir tədqiqat işi həm elmi, həm də praktik əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycanında konvergen jurnalistika praktik olaraq mövzud olsa da, elmi-nəzəri baxımından bu sahə bizə qədər tədqiq olunmamış, jurnalistika təhsil sistemində tətbiq edilməmişdir. Həmçinin media konvergeniyanın ən yeni mərhələsi olan alqoritmik jurnalistika, dron jurnalistikasının elmi-nəzəri konsepsiyasının araşdırıldığı tədqiqat işi süni intellektin jurnalistikada tətbiqinin Azərbaycan təcrübəsində əhəmiyyətli akademik vasitə ola bilər. Bu baxımdan, araşdırmanın elmi əhəmiyyəti jurnalistika fakültələrində tədris olunan “Yeni media”, “Onlayn jurnalistika”, “Sosial media”, “Multimedia” kurslarının əhatə dairəsinin genişləndirilməsi, yeni “Media konvergeniya”, “Konvergen jurnalistika”, “Data jurnalistika”, Alqoritmik jurnalistika”, “Dron jurnalistikası” kurslarının yaradılması, magistr pilləsinin seçmə fənn kimi əlavə olunması, internet jurnalistika nəzəriyyəsində bu sahədə olan boşluqların doldurulması ilə qiymətləndirilə bilər.

Tədqiqatın praktik əhəmiyyəti qlobal media tədqiqatçıları üçün Azərbaycanında onlayn medianın, tam və qismən araşdırılmasında faydalılığı ilə izah olunur. Dissertasiyadan, eyni zamanda, təhsil prosesində müvafiq mühazirə və seminarların, yeni tədris proqramlarının hazırlanmasında istifadə etmək olar. Tədqiqat işi müəyyən dərəcədə, hazırkı Azərbaycan cəmiyyətinin və siyasətinin media ilə əlaqəsinin dərk olunması kontekstində faydalıdır.

Tədqiqat univərsal jurnalistlərin yaradıcılıq imkanlarını genişləndirməklə onların peşəkarlıq axtarışlarını zənginləşdirməyə xidmət edir. Konvergen redaksiyaların fəaliyyət mexanizminin yaradılmasına kömək edir. Universal jurnalistin iş prinsiplərini göstərir. İnformasiyanın istehsalında yeni hibrid multimedia janrlarının tətbiq edilməsi üçün baza rolunu oynayır.

Beynəlxalq media və təhsil sahələrində mövcud vəziyyəti təhlil edərək bu məntiqi nəticəyə gəlirik ki, faktiki olaraq, media konvergeniya, süni intellekt əsaslı jurnalistika müasir jurnalist

təhsilinin təlim innovativ modelinin hazırlanmasında aparıcı faktordur. Azərbaycan təhsil prosesində də texniki üsulların tətbiqi daha müsbət nəticələr verə bilər. Bu baxımdan, araşdırmanın elmi əhəmiyyəti böyükdür.

Süni intellekt fenomeni jurnalist peşəsində möhkəmləndikcə və akademik tədqiqatlarda öz yerini tutduqca, universitetlər öz tədrislərini onun gətirdiyi köklü dəyişikliklərə uyğunlaşdırmaqda böyük problemlə üzləşirlər. Tədqiqat işi bu baxımdan Azərbaycanda yeni medianın tədrisi sahəsində robot jurnalistika, dron jurnalistikası, alqoritmik xəbərlər haqqında elmi - nəzəri biliklərin öyrənilməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Tədqiqatın aprobasiyası və tətbiqi. Araşdırmanın məzmunu Azərbaycanın və müxtəlif xarici ölkələrin elmi toplu və jurnallarında dərc olunmuş məqalələrdə, beynəlxalq və respublika səviyyəli konfranslarda oxunmuş məruzələrdə öz əksini tapmışdır. Tədqiqatın nəticələrindən ali təhsil müəssisələrində əlavə vəsait kimi istifadə oluna bilər.

Dissertasiya işinin yerinə yetirildiyi təşkilatın adı. Tədqiqat işi Bakı Dövlət Universitetinin Jurnalistika fakültəsinin Yeni media və kommunikasiya nəzəriyyəsi kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Dissertasiyanın mövzusu Bakı Dövlət Universitetinin Jurnalistika fakültəsinin Elmi Şurasının 25 fevral 2013-cü il tarixli iclasında (protokol №5) təsdiq olunmuşdur. Mövzu Azərbaycan Respublikası Elmi Tədqiqatların Əlaqələndirilməsi Şurasının Filologiya problemləri üzrə Elmi Şurasının 22 oktyabr 2013-cü il tarixli iclasında (protokol №22) təsdiq edilmişdir.

Dissertasiyanın strukturu. Dissertasiya giriş - 20243, I fəsil - 100100, II fəsil - 90116, III fəsil - 100211, nəticə - 10180 və istifadə edilmiş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir, ümumilikdə 320850 şərti işarədən ibarətdir.

DİSSERTASIYANIN ƏSAS MƏZMUNU

Dissertasiyanın **Giriş** hissəsində mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi əsaslandırılır, tədqiqatın obyektı və predmeti, məqsəd və vəzifələri, tədqiqatın metodları, müdafiyyə çıxarılan müddəalar

göstərilir, tədqiqatın elmi yeniliyi, nəzəri və praktiki əhəmiyyəti müəyyənləşdirilir, aprobeasiyası və tətbiqi, dissertasiyanın yerinə yetirildiyi təşkilatın adı, dissertasiyanın struktur bölmələrinin ayrılıqda həcmi və işarə ilə ümumi həcmi haqqında məlumat verilir.

Dissertasiyanın **“Yeni medianın forma və modelləri”** adlanan I fəslində informasiya cəmiyyəti anlayışı, onun göstəriciləri, qurulması mərhələləri araşdırılır. Azərbaycanda biliklərə əsaslanan cəmiyyətin qurulması istiqamətində fəaliyyətin əsası və perspektivi təhlil olunur. Bəşəriyyəti informasiya cəmiyyətinə gətirən informasiya inqilablarının mahiyyəti, yaratdığı təzahürlər, onları doğuran səbəblər təyin olunur. Yeni media sistemi anlayışının elmi izahı verilir və Azərbaycanda bu sistemi formalaşdıran amillər ətrafında təhlillər aparılır. Yeni medianın tipologiyası və formaları, spesifik xüsusiyyətləri, funksiyaları müəyyənləşdirilir, inkişaf tendensiyaları ehtimal olunur. Yeni medianın problemləri, hüquqi tənzimlənməsi məsələləri araşdırılır.

Bu fəslin **“İnformasiya cəmiyyətində yeni medianın formalaşma prosesinin amilləri”** adlı birinci paraqrafında yeni medianın informasiya cəmiyyətinin konseptual modeli olduğu əsaslandırılır. İnformasiya cəmiyyəti anlayışı, ideologiyası, futuroloji mahiyyəti və konseptual əsasları, onun göstəriciləri, qurulması mərhələləri araşdırılır. Azərbaycanda informasiya cəmiyyətin qurulması istiqamətində fəaliyyətin özülü və inkişafı, qanunvericilik bazası təyin edilir. Yeni media anlayışının mahiyyəti açıqlanır, Azərbaycanda yeni medianın formalaşmasının amilləri və inkişaf meyilləri müəyyənləşdirilir.

Bəşəriyyəti informasiya cəmiyyətinə gətirən yolun əsasında sivilizasiya tarixində baş verən informasiya inqilabları dayanır. IV informasiya inqilabı və onun əsasını təşkil edən İnternetin intensiv və sürətli inkişafı ilə dəyişmə paradigması kütləvi kommunikasiya sistemində yeni medianın yaranmasına, jurnalistikanın tipoloji sisteminin genişlənməsinə, media konvergensiyanın formalaşmasına səbəb olan amildir. Azərbaycanda internet medianın formalaşması istiqamətində tədqiqatlarımız sübut edir ki, “yeni medianın inkişafında texniki faktor yeganə şərt deyil. Bu proses milli media siyasəti, media kommunikasiya və yeni

texnologiyalar sistemində baş verməlidir”.¹⁴Yeni medianın, formalaşma prosesi və inkişaf amilləri, ilk növbədə milli dövrlərin inkişafı, sosial, iqtisadi göstəriciləri və media siyasəti ilə izah olunmalıdır. Digər tərəfdən, qloballaşma və media transformasiya prosesləri böyük miqyaslı beynəlxalq şirkətlər yeni medianın inkişafını sürətləndirən digər əhəmiyyətli faktorlardır.

Yeni media anlayışı, kütləvi kommunikasiya vasitələri ilə hər cür informasiya, istehsal, paylaşma və ünsiyyət formasını müəyyənləşdirən, bütün mediaları ehtiva edən fenomen, ictimai platformadır. Yeni media beşinci nəsil mobil texnologiya-5G portativ kompüterlərdən mobil telefonlara qədər internetə yüksəksürətli, genişzolaqlı çıxışı mümkün edir. Bu gün yeni media informasiyanın qəbulu və yayımında, ünsiyyət və qarşılıqlı əlaqə üçün daha geniş spektrini təklif edir, virtual reallıq, artırılmış reallıq, sinü intellekt əsaslı xəbər konfigurasiyası kimi özünü göstərir.

Mövcüd **kütləvi tənqid, sosial şəbəkələr nəzəriyyələri**¹⁵, əlavə olaraq, dissertasiyada **yeni mediada ünsiyyət davranışının xarakteri, kommunikasiya modelləri nəzəriyyələri** təklif edilir. Təklif etdiyimiz nəzəriyyələrin əsasında yeni mediada ünsiyyət davranışının məqsədi, sosial iştirak və informasiya bolluğu durur, müxtəlif kommunikasiya vasitələrinin diferensial xüsusiyyətlərinin izahına, yeni medianın vertikal və horizontal olaraq daha geniş informasiya tutumuna əsaslanır.

“Yeni medianın xüsusiyyətləri, funksiyaları və perspektivləri” adlı ikinci paragrafda yeni medianın tipologiyası və formaları təyin edilir. Yeni media ilə ənənəvi medianın oxşar və fərqli xüsusiyyətləri təhlil olunur. Bütün ənənəvi media vasitələtinin imkanlarını özündə birləşdirən unikal media vasitəsi kimi spesifik xüsusiyyətləri, funksiyaları araşdırılır, perspektivləri müəyyənləşdirilir, problemləri, hüquqi tənzimlənməsi məsələləri müəyyən edilir.

¹⁴Məmmədova, L. Ənənəvi KİV ilə yeni medianın bəzi aspektləri //–Bakı:Bakı Universitetinin Xəbərləri. Humanitar elmlər seriyası, –2015, №4.–s.212-219.

¹⁵McQuail, D. McQuail’s Mass Communication Theory.7th Edition London / D. McQuail’s. – New York: Sage Publications, – 2020, – 688 p.; Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции / Г.П. Бакулев.– Москва: Аспект Пресс, 2016, –192 с.

Yeni media, tamamilə yeni bir kommunikasiya erası açaraq ənənəvi xəbərləşmə nizamını fundamental dəyişikliyə uğradır. İnternet media açıq, şəbəkə əsaslı, sərhədsiz, interaktiv və mərkəzsiz bir quruluşa malikdir. Lev Manoviç ənənəvi KİV-lə müqayisədə, yeni medianı fərqli edən üç təməl xüsusiyyətini – *“interaktivlik, fərdi yanaşma (kütləsizləşdirmə) və asinxron”* - ön plana çəkir.¹⁶ Hər şeydən əvvəl, yeni media bir-birindən fərqli, interaktiv mühitləri bir araya gətirmək xüsusiyyətinə malikdir. Bu baxımdan bəzən *“çoxsaylı media mühiti (multimedia)”*¹⁷ adlandırılır.

Rəqəmsallaşma, multimedia, interaktivlik, zaman və məkan sərhədsizliyi, onlayn rejim, mərkəzsizlik, elastiklik, əlyətərlilik, operativlik, fərdi yanaşma, hipermetn özəlliyi, həcm məhdudiyətinin olmaması, arxivləşdirmə imkanı, çoxistiqamətlik, anonimlik, özünü təbliğ, nümayiş etmə imkanı, məlumat qəbulunun nisbi rahatlığı, informasiya mənbəyi, qeyri-xətti, asinxron yeni medianın spesifik xüsusiyyətləridir.

Yeni medianın sosial nəzarət, iştirak və əlaqə kimi universal kommunikasiya, KİV-in ənəvi funksiyaları ilə yanaşı dəyər yaratma-tənzimləmə, nəzarətedici, demokratikləşmə və ya demokratiya, kommersiya, əsasən sosial şəbəkələr, bloqlar üçün xarakterik olan-özünü tədqiq etmə, memuar, psixoterpevtik funksiyaları mövcuddur. Yeni media öz transmilli xarakteri etibarilə, bütün səviyyələrdə demokratik iştirakın təmin olunması, vətəndaş cəmiyyətinin əsaslarının möhkəmləndirilməsi, siyasi və mülki layihələrlə dünyanın yeni görünüşünün formalaşdırılması üçün son dərəcə mühüm vasitə və sferadır.

I fəslin üçüncü paragrafi ***“Sosial medianın nəzəri-metodoloji və funksional tipoloji aspektləri”*** adlanır. Bu paragrafda sosial medianın müasir sosial-mədəni məkanda təbiətini öyrənmək üçün 4 metodoloji yanaşma-sosial kapital forması, şəbəkə münasibətləri,

¹⁶Manovic, L. The Language of new media / L.Manovic. – Copenhagen: AarhusUniversityPress, – 2007. – 40 p.

¹⁷Deuze, M. What is multimedia journalism? // –Mechelen: Journalism Studies, – 2004. v.5, No 2, – p. 139-152.; Мультимедийная журналистика/ под общ.ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шюмовой,–Москва: Нац. исслед. ун-т Высшая школа экономики, –2017. –413с

universal metod, ümumi şəbəkə metodu müəyyənləşdirilir, sosial medianın aspektləri, funksional-tipoloji klassifikasiyası təyin edilir, forma və növləri, problemləri müəyyənləşdirilir. Sosial mediada Azərbaycan seqmentinin xarakteristikası araşdırılır.

Veb 2. texnologiyalarının inkişafı ilə meydana çıxan sosial media dünyanı yeni kommunikasiya inqilabı ilə üz-üzə qoyur, keyfiyyətə yeni virtual cəmiyyətlər meydana çıxır, ictimai sferanın yeni formasına çevrilir, mobil əsaslı kommunikasiya formalaşır. Habermasın xarakterizə etdiyi ictimai sferadan fərqli olaraq, yeni medianın yaratdığı ictimai sfera individuallaşma (fərdilik) və sekulyarlaşma (dünyəvilik) proseslərinin məhsulu olan müasir bir anlayış, növ, sosial qrupların qarışığı, qeyri-bərabər iştirakçılar arasında polemika, mübahisə, mühakimə və təcrübə məkanı, ictimai prosesdir.

Yeni mediada ənənəvi kütləvi informasiya vasitələri anlayışı kütləvi kommunikasiya konsepti ilə biləşir, təkçə jurnalist fəaliyyəti deyil, piyar, təşviqat, marketinq, dövlət və özəl xidmət, ticarət platformasına çevrilir. Bütün bunlar və informasiya kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı, süni intellektlə medianın konvergensiyası yeni medianın müasir forma və modellərini yaradır, təsnifatını genişləndirir.

Sosial medianın spesifikasiyası mətbuat, radio və televiziyanın verdiyi informasiyanı qəbul edən homogen cəmiyyətin yerinə, aldığı məlumatları seçən, məzmun yaradan, paylaşan, fərqli maraq sahələrinə və qruplara daxil heterogen insan birlikləri formalaşdırır. Bu situasiya Azərbaycan cəmiyyətində fikir azadlığını, təşkilatlanmanı və iştirakçı demokratiyanın güclənməsini təmin edir.

Müasir mərhələdə sosial medianın təsnifatının genişlənməsi səbəbilə onun “təqdim edilən xidmətə (şəxsi ünsiyyət, işgüzar ünsiyyət, bloq), informasiyanın şəbəkədə yerləşdirmə formasına (açıq, qapalı və qarışıq), regional xarakteristikasına, görə (şəhər, ölkə, federal, beynəlxalq), auditoriya əlamətinə və kontentinə, sosial

medianın kommunikasiya ilə dominantlığa görə ¹⁸ təsnifini təklif edirik.

I fəslin dördüncü paragrafı **“Onlayn jurnalistikanın spesifik, tipoloji və funksiyonal xarakterinin araşdırılması”** adlanır. Jurnalistikanın transformasiyasında texnoloji dəyişikliklərlə yanaşı, iqtisadi, siyasi və mədəni amillərin də rolu danılmazdır. Yeni media informasiyanın operativliyi və sürəti baxımından jurnalistikada yeni imkanlar yaradır. Belə ki, yeni informasiya və kommunikasiya kanalları vasitəsilə qlobal məkanda yayımlanır. Bu imkanlar jurnalistikanın funksiyalarını genişləndirir.

Yeni media jurnalistikanı dörd istiqamətdə transformasiya edir. Birincisi, xəbər təbii məzmunu baş verənlər nəticəsində dəyişir. İkincisi, jurnalistlərin fəaliyyəti rəqəmsal şəkildə dəyişir. Üçüncüsü, xəbər sektoru və xəbər redaksiyalarının strukturu fundamental dəyişikliyə uğrayır. Dördüncüsü, yeni KİV formalaşır.

Azərbaycan onlayn mediasında apardığımız tədqiqatlara əsasən, onlayn jurnalistikanın tipini onun polifonluğuna, forma, model, xarakter, auditoriya, məqsəd, profilə, regional mənşəyinə, məzmunun unikallığına, professional və həvəskar, xəbər və təhlil, ümumi və ixtisaslaşdırılmış, populyar və elit, ödənişli və ictimai aspektlərinə görə təsnif edirik. Onlayn jurnalistika media sistemin bir hissəsi kimi, kütləvi kommunikasiyanın xüsusiyyətlərinin özündə əks etdirir. Onun özəl imkanları yeni medianın spesifik xüsusiyyətlərinə əsaslanır.

Ölkəmizdə internet medianın tənzimlənməsi Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası, Media haqqında, Məlumat azadlığı haqqında, Fərdi məlumatlar haqqında, İnformasiya əldə etmək haqqında, İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında, “Kibercinayətkarlıq haqqında” konvensiyanın təsdiq edilməsi barədə, Media haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunlarından, dövlətimizin digər normativ hüquqi aktlarından, habelə Azərbaycan Respublikasının tərəfdaş olduğu beynəlxalq müqavilələr

¹⁸Мамедова, Л.О специфическим характеристиках новых медиа // – Пятигорск: Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. Научный журнал. – 2015. №3, – s.430 – 433

əsasında həyata keçirilir. Fikrimizcə, İnternet fenomeni qlobal resurs olduğu üçün bir dövlətin qanunları ilə tənzimlənmə bilməz.

“Konvergensiya yeni medianın inkişaf faktoru kimi” adlanan II fəsilə İnternet fenomeninin, İKT-nin təsiri ilə qlobal media kommunikasiya sistemində baş verən transformasiya, inteqrasiya prosesləri araşdırılır. Azərbaycan mediası və onun iqtisadiyyatının strukturunda, forma, kontent və funksiyalarında baş verən demassifikasiya, diversifikasiya, qloballaşma və konvergensiya proseslərini, bu transformasiya proseslərinin əsasında dayanan faktorlar və tendensiyalar analiz edilir, inkişaf meyləri müəyyən edilir. Azərbaycanda media konvergensiyasının səviyyələri, konvergent jurnalistikanın janrları təyin edilir, konvergent redaksiyaların fəaliyyət mexanizmi və universal jurnalistin yaradıcılıq prinsipləri araşdırılır.

II fəslin birinci paragrafı **“KİV-in qlobal transformasiyası: diversifikasiya, demassifikasiya, qloballaşma və konvergensiya prosesləri”** adlanır. İKT-nin dinamik inkişafı və hərtərəfli tətbiqi, bütün fəaliyyət sahələrində olduğu kimi, media sferada da köklü dəyişikliklərə səbəb olur. Baş verən transformasiya prosesləri medianın qloballaşmasını, konvergensiyasını, diversifikasiyasını və demassifikasiyasını özündə əks etdirir. Media sferadakı transformasiya prosesləri həm makro, həm də mikro səviyyədə müşahidə edilir.

Müasir medianın transformasiyasında aparıcı istiqamətlərdən biri olan qloballaşma faktına paralel inkişaf edən kommunikasiya texnologiyaları, kompüter və telekommunikasiya şəbəkələri özü ilə birlikdə məzmununda dünyanı əhatə edən yeni kommunikasiya mühiti yaratmışdır.

KİV-in qlobal transformasiyasının daha bir istiqaməti olan demassifikasiya mediada kütləvilik əlamələrinin itməsi prosesidir. Demassifikasiya informasiya axınının, informasiya strukturunun transformasiyası ilə kütləvi auditoriyanın dağılması, auditoriyanın fraqmentasiyası ilə xarakterizə olunur. Demassifikasiya prosesi, informasiyanın və medianın diversifikasiyası (müxtəlifliyi), yeni media mühitində mövcud informasiya vasitələrinin, kanallarının, informasiya saytlarının sayının artması, yeni medianın yeni formalarının yaranması ilə bağlıdır. Media konqlemerasiya müxtəlif məzmunlu media şirkətlərinin bir platformada birləşməsidir. Media transformasiyanın

digər istiqaməti **remediasiya**-medianın yenidən şəkillənməsi, formalaşmasıdır.

“Media konvergeniya telekommunikasiya, radio, TV yayımı və digər informasiya sektorları, eyni zamanda informasiya texnologiyaları, süni intellektlə media arasındakı, texniki və tənzimləyici sərhədlərin itməsi, birləşməsidir. Bu fonemen, eyni məzmunun müxtəlif formalarda (mətn, audio, video vasitəsilə) və müxtəlif kommunikasiya kanalları ilə (mətbuat, radio, televiziya, internet, mobil vasitələr) otürülməsidir. Konvergeniya həm də jurnalistikada janrların birləşməsi, hibrid janrların meydana çıxmasını şərtləndirən son nöqtəsi olmayan prosesdir”.¹⁹

II fəslin ikinci paragrafı **“Media konvergeniyanın səviyyələri və inkişaf meylləri”** adlanır. Dissertasiyada bu tendensiyaaların analizi və elmi-praktik araşdırmalar əsasında Azərbaycan media kommunikasiya sistemində və KİV-in komponentləri arasında media konvergeniya prosesi təhlil edilərək yeni inkişaf meylləri təyin edilib. Konvergeniyanın iki əsas xüsusiyyətinə (sintetik, interaktiv) görə multimedia informasiya məhsullarının yeni növü kimi qiymətləndirilir: qeyri-jurnalist informasiya-texnologiyaları, o cümlədən, piar, reklam, menecer vasitələri ilə media məkanının genişləndirilməsi; kommunikativ təcrübələrin, xüsusilə jurnalistika və piyarın birləşməsi; informasiya siyasətinin müstəqil bazar istehsalçıları ilə əlaqələndirilməsi, xüsusilə, KİV şirkətləri ilə korporativ sənaye, elm və təhsil müəssisələrinin məhsulları.

Dissertasiyada nəzəri yanaşmalar və aparılan elmi-praktik araşdırmalar ümumiləşdirilərək konvergeniyanın bir neçə səviyyəsi müəyyənləşdirilib: texnoloji, sənaye, məzmun və xidmət, jurnalistika konvergeniyası. Dünya tədqiqatçılarının araşdırmalarına yenilik və ilk olaraq olaraq **konvergeniyanın sosial-funksional və məkan səviyyələri** əlavə edilib. Elektron dövlət proqramı çərçivəsində müəssisə və təşkilatların, dövlət strukturlarının, eləcədə özəl sektor, reklam, biznes məqsədilə şirkətlərin və qeyri-hökumət təşkilatlarının media-kommunikasiya mühitinə inteqrasiyası, cəmiyyətlə innovativ

¹⁹Məmmədova, L. Konvergeniya yeni medianın inkişaf faktoru kimi // Bakı: Dil və ədəbiyyat. Beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, – 2015.№2, –s.302-304

kommunikasiya kontekstində rəqəmsal-elektron fəaliyyəti sosial-funksional konvergenşyanı səciyyələndirir. Məkan konvergenşyası, xüsusilə, qloballaşma şəraitində transsərhəd xidmətləri və texnologiyaları birləşdirir.

Azərbaycanda media konvergenşyanın müxtəlif istiqamətlərdə araşdırılması göstərir ki, konvergenşiya çoxplatformalı yayım strategiyasının inkişafını şərtləndirir. Bununla yanaşı, istehsal koordinasiyası və məzmunun paylanması xəbər keyfiyyəti hər zaman müsbət olur.

Konvergenşiya bütövlükdə müasir informasiya və kommunikasiya cəmiyyətinin ortaq xüsusiyyətidir. *“Gələcəkdə bu proses təkcə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sistemini deyil, həm də bu sistemlə əlaqəli olan müxtəlif sahələri də dəyişə bilər”*.²⁰

“Konvergent jurnalistikanın janrları. Data jurnalistika” adlanan üçüncü paragrafda əsaslandırılır ki, müxtəlif media platformaları və konfigurasiyaları bir arada birləşdirən konvergenşiya jurnalistikanın yeni janrlarının yaranmasına imkan verir, məhz konvergenşiya ilə multimedia yayımı mümkün olur. Jurnalistikada əsas dəyişikliklər ilk növbədə, çoxprofillik, onlayn və interaktivliklə səciyyələnir.

Elmi-nəzəri ədəbiyyatlara və apardığımız praktik araşdırmalara əsasən, yeni medianın janrlarını **hipermətn, multimedia və sintetik** janrlar şəkilində təsnif edirik. **Multimedia janrları**, öz növbəsində, illüstrativ, audio və video janrlara bölünür. **Sintetik janrlar** daha mürəkkəb olur, burada bir necə elementin (mətn, illüstrasiya, səs, intraktiv) birləşməsi nəzərdə tutulur. Azərbaycan onlayn mediası üçün əsasən, hipermətn və multimedia janrları xarakterikdir.

Global media sistemində ortaya çıxan ən son konvergent janr data jurnalistikadır. Azərbaycan mediasında data jurnalistika nümunələrinə əsasən, statistik qrafiklər şəkilində təsadüf olunur. Azərbaycanda açıq məlumat bazası yoxdur, lakin bəzi resurslar statistik məlumatlara girişə imkan verir. Bu qrafiklər də adətən,

²⁰ Latzer, M. Convergence revisited: Toward a modified pattern of communications governance // Convergence: The International Journal of Research Into New Media, 2019. v. 15, No 4, –p. 411- 426.

jurnalistlərin, media subyektlərinin məhsulu deyil, idarə və təşkilatların data şəkilində hazırladığı press -pelizləridir.

“Konvergent redaksiyaların fəaliyyət mexanizmi və universal jurnalistin yaradıcılıq prinsipləri” adlanan II fəslin sonuncu paragrafında mövcud media kontentin dönüşümü; kross-media formatları; redaksiyalarda inzibati problemlərin yaxınlaşması; mətbuat mərkəzlərində konvergensiya səbəbi ilə fəaliyyət şərtlərinin dəyişməsi; multimedia tələblərinə cavab; kontentin redizaynı; fəaliyyət dəyişikliyinə yaradıcılığa təsiri tədqiq edilib.

Azərbaycan KİV sistemində konvergent redaksiyalara keçid problemi fundamental olaraq yeni strukturda jurnalist və redaktorların ənənəvi vəzifələrinə dəyişikliklə müşayət olunur. KİV-in sosial mədəni insitut kimi vektor dəyişikliyi yeni olmasına baxmayaraq, universallaşma prosesi nəzərə çarpacaq dərəcədədir. Azərbaycanda konvergent redaksiyaların təsnifatını **multimedia inteqrasiya, kross-media redaksiyaları** kimi apara bilərik. Konvergent jurnalist konsepti media konvergensiyanın inkişafı ilə xüsusilə aktuallaşsa da praktikada qismən təsadüf olunur.

Dissertasiyanın III fəslə **“Jurnalistika informasiya kommunikasiya texnologiyalarının və süni intellektin inkişafı kontekstində”** adlanır. İnformasiya cəmiyyəti kontekstində informasiya texnologiyalarının və süni intellektin təsiri ilə internet KİV reformasiya olunur. İT-nin ə Sİ-nin inkişafı ilə jurnalistikada baş verən bu dəyişikliklər paradiqması III fəsildə araşdırılır, Azərbaycan media kommunikasiya sistemində xəbər konfigurasiyasının yeni formaları, internet televiziya və radiosunun fəaliyyəti, mobil jurnalistikanın özəllikləri tədqiq edilir. Ənənəvi jurnalistika ilə müqayisədə vətəndaş jurnalistikasının spesifik, funksiyonal xarakteri müəyyənəşdirilir. Müasir jurnalistikada süni intellektin tətbiqi, dron jurnalistikası, alqoritmik xəbərlərin xüsusiyyətləri, hüquqi, etik aspektləri təhlil olunur, perspektivləri göstərilir. Dron jurnalistikasının imkanları, çətinlikləri və məhdudiyətləri, dronların xəbər istehsalı, yayılması və istehlakı təcrübələri araşdırılır. Digər tərəfdən jurnalistika növləri baxımından ölkənin inkişaf imkanları və bu imkanların təsirləri etik və hüquqi aspektlərdən təhlil edilir, ölkəmizdə süni intellekt əsaslı jurnalistikanın perspektivi, inkişaf meyilləri təyin edilir.

III fəslin birinci paragrafı “*Rəqəmsal informasiya: internet mühitində xəbər konfigurasiyasının yeni təqdimat formaları*” adlanır. Informasiya kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı ilə kommunikativ xəbər konfigurasiyanın internet mühitində yeni təqdimat formaları yarandı. Rəqəmsal informasiya dövründə dövlət idarələrinin, müəssisə və təşkilatların rəsmi portalları xəbər konfigurasiyasının yeni formaları kimi mediada fəaliyyət göstərdi. Mətbuatın yeni mediaya transformasiyası ilə yanaşı, internet qəzetlər, informasiya agentlikləri, xəbər saytları oxucuları son dəqiqə xəbərləri, onlayn qəzet arxivlərinin materialları ilə tanışlıq, istifadəçilərlə qəzetlər arasında interaktiv ünsiyyət kimi yeni imkanlarla təmin edir.

Yeni xəbərçilik, informasiyanın istehsalı ənənəvi qaydaları pozan dinamik bir quruluşa malikdir. “*World Wide Web özündə hipermətn, multimedia və global kompüter şəbəkələrini birləşdirərək nəşr işində yeni bir dövrün başlanğıcını qoydu*”.²¹ Veb 2.0 texnologiyalarının inkişafı ilə istifadəçilər həm də aktiv istehsalçılara çevrilərək informasiya saytlarının kontentini yaradırlar. Bu prosesi mədəni vətəndaşlıq anlayışı olaraq xarakterizə etmək olar. İnternet qəzetlərin, informasiya saytlarının ən böyük funksiyası və çap mətbuatından əsas fərqi operativlik, informasiyanın anında verilməsidir. Qəzetlərlə yanaşı jurnallar da yeni media mühitinə transformasiya edir. Elektron mühitdə verilən məlumatın digital, optik və maqnetik mühitlərdə istifadə edilməsi və saxlanması keçmişə aid qeydlərin də elektron mühitə köçürülməsini dəstəkləyir.

Azərbaycanda onlayn media subyektlərinin təhlili zamanı aydın olur ki, ölkənin formal media subyektlərinin əksəriyyəti İnternetin imkanlarından yetərincə istifadə etmir, multimedia, həcm məhdudiyətinin olmaması kimi unikal xüsusiyyətlərdən faydalanmır. Informasiya saytlarının kontentində siyasət, iqtisadiyyat, şou-biznes, idman, kriminal, sosial- məişət tipli

²¹ Dick, M. Interactive infographics and news values // – London: Digital Journalism, – 2014. v.2, No 4, –p. 490–506.

gündəlik xəbərlər üstünlük təşkil edir. Analitik təhlil, jurnalist araşdırması kimi materiallara az təsadüf olunur.

III fəslin **“İnternet televiziya və radionun fəaliyyət mexanizmi və yayım metodları”** adlı ikinci paragrafında informasiya cəmiyyətində televiziyanın layihələndirilməsi, inkişaf xüsusiyyətləri, yeni növü və yayım metodları müəyyən edilir, Azərbaycanda internet televiziya və radionun formalaşması, fəaliyyət mexanizmi, hüquqi statusu, həmçinin perspektivləri araşdırılır.

Azərbaycanda internet televiziyanın provayder problemi, İPTV yayım platformalarına lisenziya və s. kimi problemlər gündəmdə olsa da, müstəqil internet TV-lərin sayı artmaqdadır. Tədqiqat zamanı Azərbaycanda internet televiziyanın struktur və fəaliyyət mexanizmini praktik şəkildə araşdıraraq onlayn televiziyanın digər analoqlardan fərqli bir sıra üstünlüklərini üzə çıxardıq: lent yayımı; canlı yayım; pulsuz yayım; zaman cədvəli; rəqəmsal arxiv, mobillik; sual və şərhlər; video kontentin alınmasının və görüntülənməsinin müxtəlif imkanları; limitsiz seçim imkanı; kontentə müəlliflərin nəzarəti.

İnternet radionun üstün cəhəti onun məkan genişliyidir. Geniş formatdan istifadə imkanına malik dinləyici üçün dil, coğrafi yayım, kanal məhdudiyyəti aradan qaldırılır. Əldə olunan nəticələr göstərir ki, Azərbaycan internet radio yayım sənayesinin iqtisadi gücü az təsir göstərə bilər. İnternet radionun mülkiyyət konsentrasiyası, ötürücülük xüsusiyyətinə mane olan amillər, onun radio sistemində yerinin təyin olunması problemləridir. İnternet radio ənənəvi yayım mühitində rəqabət üçün yeni mənbə, müxtəlifliyin artan nəticəsidir.

III fəslin üçüncü paragrafı **“Mobil jurnalistikanın formalaşmasında informasiya kommunikasiya texnologiyalarının təsiri”** adlanır. Müasir İKT, o cümlədən mobil texnologiyaların sürətli inkişafı cəmiyyətin bütün sahələrində təyinedici rol oynayır. Bu paragrafda mobil xəbər istehsalının əsas dinamikləri, mobil texnologiyaların jurnalistika peşəsinə gətirdiyi müsbət və problemləli sahələr, xəbər istehlakında mobil telefonların istifadə sıxlığı və vərdişləri araşdırılıb, demokratik mühitin, vətəndaş cəmiyyətinin formalaşmasında mobil jurnalistikanın iştirakı, rolu və perspektivləri müəyyənləşdirilib.

Tədqiqat işində əsas diqqət ediləsi məqamlardan biri də professional mənada jurnalistika peşəsində mobil texnologiyaların istifadəsi, xəbər istehsalında mobil telefonların rolu və funksiyasıdır. Digər tərəfdən, təkcə peşəkar jurnalistlər deyil, həmçinin sadə vətəndaşlar da mobil telefonlar sayəsində xəbər istehsalçılarlarına çevrilirlər. Mobil jurnalistikanın əhəmiyyətinin aşkar olunması gələcəkdə mobil telefonların yalnız informasiya ötürücüsü deyil, operativ KİV olacağından xəbər verir. Bütün bunları nəzərə alaraq, mobil jurnalistikanın fənn kimi tədris proqramlarına əlavə olunmasını jurnalistikanın gələcəyində əhəmiyyətli bir addım olaraq qiymətləndiririk.

III fəslin dördüncü paragrafı **“Jurnalistikada süni intellekt paradiqması: dron jurnalistikası, alqoritmik və ya robot jurnalistikası”** adlanır. Mücərrəd süni intellekt (AI) texnologiya geniş potensiala malik ən perspektivli yeniliklərdən biridir. Informasiya texnologiyaları ilə jurnalistikanın konvergensiyası nəticəsində süni intellekt xəbər istehsal prosesinə, medianın strukturuna və fəaliyyətinə transvers olunur.

Tədqiqatçıların müxtəlif anlayışlarla ifadə etdiyi alqoritm jurnalistikası hələ öyrənilməmiş yeni reallıqdır. Alqoritmik jurnalistika və ya robot jurnalistika kimi də tanınan avtomatlaşdırılmış jurnalistikada xəbər süni intellekt (AI) proqramı vasitəsilə kompüterlər tərəfindən avtomatik olaraq hazırlanır.

Hazırda Data Science və Automated Insights, Narrative Science, United Robots, Yseop, Arria və Monok kimi süni intellekt proqramları təklif edən informasiya şirkətləri jurnalistika alqoritmləri hazırlayır və xəbər agentliklərinə təqdim edir. *“Associated Press, Forbes, ProPublica və Los Angeles Times kimi xəbər provayderləri suni intellekt proqramlarını tətbiq edən ilk media subyektləridir”*.²² Ölkəmizdə informasiya saytlarında xəbərlərin alqoritmik işlənməsi mövcud deyil və və istehlakçıya faktiki olaraq maşınla üz-üzə qaldığını bildirən hər hansı annotasiya yoxdur.

²² Diakopoulos, N. Automating the News / N.Diakopoulos.–London: Harvard University Press, – 2019. – 336 p.

Tədqiqat işində dronların jurnalistika imkanları belə qruplaşdırılıb: informasiya toplama təcrübəsini asanlaşdırmaq və gücləndirmək; informasiya məzmununu və informasiyanın nəqlini gücləndirmək; alternativ media və jurnalistika təcrübələri üçün yeni kanalların təmin etmək; iqtisadi imkanlar, dronlardan istifadənin limitləri və narahatlıqları. Dronların jurnalistikada istifadəsi zamanı yaranan problemləri 4 kateqoriyada qruplaşdırılıb: şəxsi həyatın gizliliyinin mühafizəsi; ictimai təhlükəsizlik və sağlamlığın mühafizəsi; xəbərlərdə kontekst dəyişikliyi; əldə edilmiş informasiyanın paylaşılması və təhlükəsizliyi.

Ölkəmizdə peşəkar jurnalistika səviyyədə dronların tətbiqi ilk dəfə Azərbaycan Televiziyasında (AzTV) reallaşıb. 2020-ci ildə Xəbərlər informasiya proqramında yayımlanan Kürdəmirdən hazırlanan süjet Azərbaycanda dron jurnalistikasının ilk nümunəsidir. Hazırda ölkəmizin media sektorunda xəbərlərin, sənədli filmlərin, tanıtım və sosial çarxların, kütləvi tədbirlərin, konsert proqramlarının çəkilişində pilotsuz uçan aparatlardan aktiv şəkildə istifadə edilir.

İlk robot aqoritmik xəbər proqram təminatçılarından olan, Narrative Science süni intellekt informasiya şirkətinin mütəxəssisi Kristian Hammond jurnalistikada “*xəbər kontentinin 90%-nin 5-10 il ərzində robotlar tərəfindən yazılacağını*”²³ proqnozlaşdırır. Hazırda AI proqram təminatçıları öz proqnozlarını vermək potensialı ilə digər insanların emosiyalarını başa düşə bilən və özünü göstərə bilən botlara, verilənlər bazalarından, şəkillərdən və audiolardan avtomatik olaraq multimedia xəbərləri yaradan informativ proqramlaşdırmağa nail olmaq üçün çalışır.

Dissertasiyanın III fəslinin “*Vətəndaş jurnalistikası ilə peşəkar jurnalistikanın müqayisəsi*” adlı beşinci paragrafında müqayisəli təhlil metodu ilə vətəndaş jurnalistikasının mahiyyəti, üstünlükləri, problemləri və inkişaf meyilləri tədqiq olunur.

Vətəndaş jurnalistikasının təməl fəlsəfəsi jurnalist anlayışının genişləndirilməsi və professional jurnalist olmayan sırayı

²³ Carlson, M. Automating judgment? Algorithmic judgment, news knowledge, and journalistic professionalism // – London: New media & society, – 2018,20(5), – p. 1755–1772.

vətəndaşların da xəbər istehsalı, ümumi ünsiyyət mühitinə daxil olmaları və vətəndaşlıq hüquqlarının müdafiəsi məqsədi ilə jurnalistikada iştirakına əsaslanır. Civic journalism dedikdə peşəkar jurnalistika, Citizen journalism qeyri-peşəkar jurnalistlər, sosial şəbəkələr, mikro-bloq, bloqda fəalyyəət göstərən yazarlar başa düşülür. Əsas fərq son illərdə ortaya çıxan amil, jurnalistikanın tipologiyasına və sosial institut kimi özünə ənənəvi yanaşmaların dəyişməsidir.

Vətəndaş jurnalistikasında ən böyük tənqid etik qaydaların pozulmasıdır. Professional jurnalistikadan fərqli olaraq, dezinformasiya, məlumatı dəqiqləşdirmədən xəbərin yayınlanması və şəxsi həyatın toxunulmazlığı kimi etik normaların pozulması halları vətəndaş jurnalistikasının problemləridir.

Ölkəmizdə vətəndaş jurnalistikası əsasən, sosial statuslar, bloqlar və internet kanallarının kontenti şəkilində özünü göstərir. Azərbaycan informasiya-kommunikasiya mühitində auditoriyanın informasiya tələbatının ödənilməsi baxımından vətəndaş jurnalistikası üstündür. Hesab edirik ki, vətəndaş jurnalistikasının əsas xüsusiyyəti jurnalistikada istiqaməti, ictimai iştirak və vətəndaş aktivliyinin inkişafını təşviq edir. Vətəndaş jurnalistikası informasiya cəmiyyətinin, demokratiyanın mühüm göstəricilərindən biri kimi ictimai nəzarət funksiyasının yerinə yetirir.

Nəzəri fikirləri, fərqli yanaşmaları, elmi-praktik araşdırmalar ümumiləşdirilərək vətəndaş və ənənəvi jurnalistikanın müqayisəsi kontekstində aşağıdakı nəticə əldə olunub:

“Ənənəvi jurnalistikada: Kontent seçilmiş peşəkarlar tərəfindən yaradılır; İnsanlar passiv istehlakçı olaraq qalır; İnformasiya axını bir yerdən bir çoxa doğrudur; Avtokratik bir quruluşa malikdir; İnformasiyanın təqdimat sürəti məkan və zamana bərabərdir; Jurnalist hadisədən sonra xəbər hazırlayır.

Vətəndaş jurnalistikasında: Kontent auditoriya tərəfindən yaradılır; İstifadəçilərə səlahiyyət verir; İnformasiya axını bir çoxdan bir çoxa doğrudur; Demokratik quruluşa malikdir; Məkan

və zaman məhdudiyəti olmadan informasiya daha sürətli və operativdir; Vətəndaş jurnalist hadisənin müşahidəçisidir”.²⁴

Dissertasiyanın “**Nəticə**”sində mövzə üzrə aparılmış araşdırmaların yekunları ümumiləşdirilir, çıxarılan nəzəri fikirlər və irəli sürülən əməli fikirlər göstərilir. Müxtəlif konsepsiyaları, elmi-nəzəri fikirlər, fərqli yanaşmalar ümumiləşdirilərək, müxtəlif tədqiqat metodlarından istifadə edərək Azərbaycanda yeni medianın tədqiqatından sonra belə nəticəyə gəlinir:

-Yeni media qlobal informasiya cəmiyyətinin konsepsiyası, ən mühüm atributu və əsas təkanverici qüvvəsidir. IV informasiya inqilabı və onun əsasını təşkil edən İnternet yeni medianın formalaşma prosesinin əsas amilidir. Azərbaycan təcrübəsi göstərir ki, yeni medianın formalaşma prosesində texniki faktor yeganə şərt deyil. Yeni medianın formalaşması, inkişafı milli media siyasəti, media kommunikasiya və yeni texnologiyalar sistemində baş verir. Həmçinin ölkədə baş verən siyasi, sosial və iqtisadi şəraitlə bağlıdır.

-Yeni mediada saxta şəxsiyyət və fayllardan istifadə, dezinformasiya, səhv, provakatif və qərəzli məzmunlara yer verilməsi, istifadəçilərin virtual həyata həddən artıq aludəçilik, özünə qapanma, internet asılılığı kimi təhlükələri kimi problemləri onun mənfi tərəfləri olaraq ortaya çıxmaqdadır. Yeni mediadakı anonimlik şəxsiyyətin identifikasiyasını çətinləşdirir. Bu da öz növbəsində xəbər və ya məlumat qaynaqlarına etibarsızlığa səbəb olur.

-Sosial media demokratik və azad fikir sahəsi olub, ənənəvi mediadan fərqli, auditoriyanın mediada davamlı və azad şəkildə iştirakını təmin edir, interaktivlik xüsusiyyəti və çoxqatlı quruluşu ilə fərdlərə sosial-siyasi prosesləri müzakirə etmək və onların iştirakçısına çevrilmək imkan verir, ictimai sferanın yeni modelini yaradır.

- Azərbaycanda internet informasiya resursları əsasən media şirkətləri və kommersiya strukturları tərəfindən təsis olunur. İctimai

²⁴Mammadova, L. Peculiarities and methods of citizen journalism, Advertising and public relations: traditions and innovations // Works of the 8-th International Scientific and Practical Conference, – Moskva, – 2020. – s.193-198.

təşkilatlar və hakimiyyət onlayn media təsisçiləri kimi çox zəif təmsil olunur.

- Azərbaycan onlayn jurnalistikasında müşahidə olunan konvergensiya prosesi təkcə kütləvi informasiya vasitələri arasındakı sərhədləri deyil, həmçinin auditoriya və istehsalçı arasındakı məsafəni də silməkdədir.

- Konvergensiya prosesi vahid texnoloji və iqtisadi sahənin formalaşmasını şərtləndirir, rabitə xidmətləri ilə informasiya məhsullarının bir platformada birləşməsini təmin edir. Media konvergensiya prosesi media şirkətlərin yaxınlaşmasından başlayaraq media kontentin təqdimat formalarının sintezinədək jurnalistikanın bütün sahələrini əhatə edir.

- Azərbaycan internet radio yayım sənayesinin iqtisadi gücü az təsir göstərə bilər. İnternet radionun mülkiyyət konsentrasiyası, ötürücülük xüsusiyyətinə mane olan amillər, onun radio sistemində yerinin təyin olunması problemləridir. Azərbaycanda internet televiziyasının provayder problemi, İPTV yayım platformaları lisenziya və s. kimi problemlər gündəmdə olsa da, müstəqil internet TV-lərin sayı artmaqdadır.

-Kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı ilə fərdi kommunikasiya kütləvi kommunikasiyaya, mobil mühit, fərdlərarası ünsiyyəti aşaraq xəbər istehsalını və informasiyaya girişi təmin edən media platformalara çevrilir.

-İKT-nin inkişafı, İnternetin və mobil texnologiyaların hər kəs üçün əlverişli olması nəticəsində vətəndaş jurnalistikası formalaşır ki, bu da ənənəvi KİV-in inhisarçı mövqeyinə ciddi zərbə vurur.

- Süni intellektin müxtəlif jurnalist təcrübələrinə tətbiqi genişləndikcə və inkişaf etdikcə jurnalistlərlə robotlar arasında qarşılıqlı əlaqə artacaq. Süni intellekt jurnalistlərə kömək edərək onları əvəz etsə də, heç bir avtomatlaşdırılmış proqram təminatı heç vaxt yaxşı jurnalisti əvəz edə bilməz. Həm fərdi, həm də korporativ dron istifadəsində etik qaydalar olmadan, təhlükəsizlik və azadlıqlar arasında hüquqi tənzimləmələri gözləmədən faydalı və təsirli dron jurnalistikasıdan danışmaq mümkün görünmür.

Dissertasiyanın əsas müddəaları müəllifin aşağıdakı məqalələrində öz əksini tapmışdır:

1. Dünyanın siyasi mənzərəsinin formalaşmasında yeni medianın rolu // – Bakı: Dil və ədəbiyyat. Beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, – 2017. – № 1, – s.346-349
2. Ənənəvi televiziyanın alternativini: İnternet TV// – Bakı:Filologiya məsələləri, –2012.№6, –s.430 – 433.
3. Ənənəvi KİV ilə yeni medianın bəzi aspektləri //–Bakı:Bakı Universitetinin Xəbərləri. Humanitar elmlər seriyası, –2015, №4.–s.212-219.
4. Jurnalistikanın internet imkanları //–Bakı: Dil və ədəbiyyat (beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal), –2012.№2, –s.302-309.
5. Konvergensiya yeni medianın inkişaf faktoru kimi // Bakı: Dil və ədəbiyyat. Beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, – 2015.№2, – s.302-304
6. Media İKT inkişafı kontekstində // “İnformasiya təhlükəsizliyi problemləri” I Respublika elmi-praktiki konfransın materialları, –Bakı: Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının İnformasiya Texnologiyaları İnstitutu,–2013, –s.44– 45.
7. Yeni media ictimai sferanın yeni modelini yaradan faktor kimi // – Bakı: İnformasiya cəmiyyəti problemləri. Elmi-praktiki jurnal, – 2014.№2,– s.31-39.
8. Yeni medianın konseptual xarakteristikası // Doktorantların və gənc tədqiqatçıların XX Respublika elmi konfransının materialları. II cild,– Bakı: “Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti” nəşriyyatı, –2016, №3, –s.86-88.
9. О специфический характеристиках новых медиа // – Пятигорск: Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. Научный журнал. – 2015. №3, – s.430 – 433.
10. Peculiarities and methods of citizen journalism, Advertising and public relations: traditions and innovations // Works of the 8-th International Scientific and Practical Conference,– Moskva, – 2020.– s.193-198.

Dissertasiyanın müdafiəsi 10 sentyabr 2022-ci il tarixində saat 10⁰⁰ Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Folklor İnstitutunun nəzdində fəaliyyət göstərən BED 1.27 Dissertasiya şurasının iclasında keçiriləcək.

Ünvan: AZ1001, Bakı şəhəri, 8-ci Kiçik Qala döngəsi 31.

Dissertasiya ilə AMEA Folklor İnstitutunun Elmi kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Dissertasiya və avtoreferatın elektron versiyaları Ali Attestasiya Komissiyasının (aak.gov.az) və AMEA Folklor İnstitutunun (folklor.az) rəsmi internet saytında yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat 06 iyul 2022-ci il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb: 10.06.2022

Kağızın formatı: A5

Həcm: 47468

Tiraj: 100