

UOT 32

**MÜASİR DÖVRDƏ KÜTLƏVİ İNFORMASIYA VASİTƏLƏRİNİN
CƏMİYYƏTƏ TƏSİR METODLARI**

Murad ƏHMƏDOV*

Məqalə redaksiyaya daxil olmuşdur: 28 mart 2023; çapa qəbul edilmişdir: 25 aprel 2023; online-da çap edilmişdir: 23 may 2023.

Received: 28th of March, 2023; accepted: 25th of April, 2023; published online: 23rd of May, 2023.

Açar sözlər: *toplum, televiziya, media, rabitə, informasiya*

Giriş

Ünsiyyət onu yayan və qəbul edən insanlar üçün mənalı olan hər şeyin mübadiləsi və paylaşılması, həm də cəmiyyətin əsasını təşkil edən bir sistem kimi müəyyən edilə bilər. İnsanların bir yerdə yaşaması və müəyyən fəaliyyət göstərməsi onların ünsiyyətinin müvəffəqiyyətindən asılıdır. Bu səbəbdən ünsiyyət sosial həyatın istənilən forması üçün vacibdir və eyni zamanda, cəmiyyəti birləşdirmək üçün zəruridir.

Ünsiyyət həm də məlumatın istehsalı, ötürülməsi və dərk edilməsi prosesi kimi müəyyən edilə bilər. Bu halda bir çox fəaliyyət ünsiyyət hesab olunacaq. Məsələn, bu tərifdən çıxış edərək iki nəfərin bir-biri ilə danışmasını ünsiyyət hesab edə bilərik. Yaxud da bal tapılan yerdə arıların bir-birinə xəbər verməsi ünsiyyətdir.

Çox fərqli mənalarda istifadə edilən ünsiyyət anlayışının tək və etibarlı bir tərifini vermək çox çətin olsa da, ünsiyyət iki insanın hisslərini, düşüncələrini və məlumatlarını paylaşaraq bir-birini başa düşməsi prosesi olaraq təyin edilə bilər. Həyatımızla qarışan hər yerdə olan ünsiyyətlə insan özünü sosial varlıq kimi dərk edir, başqa sözlə, bioloji varlıq olmaqdan çıxaraq cəmiyyətin üzvünə çevrilir. Müəyyən bir cəmiyyətdə insanın özündən əvvəl mövcud olan qaydaları öyrənməsi, başqa inancları mənimsəməsi və onlara uyğun olaraq onlara tapşırılan rolları oynaması, yəni ictimailəşməsi ünsiyyət yolu ilə baş verir. İnsanlar başqaları ilə bir yerdə olmaq, onları anlamaq, özünü ifadə etmək və onlara təsir etmək üçün ünsiyyət qururlar. Üstəlik, fərdlər özləri və başqaları ilə ünsiyyət quraraq şəxsiyyətlərini müəyyən etmək imkanı qazanırlar. Ünsiyyət hər cür şəxsiyyətlərarası münasibətləri və məsləhətləri və getdikcə cəmiyyətləri yaradan təməl rolunu oynayır. Yəni sosial həyatımız fərd olaraq özümüzü yaratmaq, başqaları ilə bir iş görə bilmək üçün iş qruplarında fikirlər çıxarmaq, bunu davranışlarımızla işə çevirməkdir, ancaq ünsiyyət yolu ilə. Ünsiyyətin məqsədi ətraf mühitə təsirli olmaqdır. Hər bir ünsiyyət vəziyyətində insanların öz gözləntiləri və məqsədləri olur.

Kütləvi informasiya vasitələrinə özəl sektorun təsirləri

İctimai yayım vahid dövlət siyasətini ifadə etdiyi halda, dövlət sektorundakı qurumların özəlləşdirilməsi və kommersiya hüquqlarının tətbiqi rabitə sektorunda bazarların rəqabətə açılması deməkdir. Bu rəqabət iqtisadi kontekstdə ünsiyyət vasitələri arasında da yaşanır. Keçən əsrdə informasiyanın iqtisadi strukturlaşmanın təməl daşı kimi qiymətləndirilməsi daha çox siyasi təcrübələrlə əlaqələndirilmişdir. Bu oriyentasiya milli

* magistrant, Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
e-mail: muradahmadov103@gmail.com

dövlətlərin rolunda əhəmiyyətli dəyişiklikləri göstərir. Beynəlxalq bazarlarda öz yeini axtaran iqtisadi və siyasi sistemlər cəmiyyətin ümumi rifahını təmin etməkdənsə, istər özəl sektorda, istərsə də hökumətdə sahibkarlığa doğru dönüş göstərdi. Xüsusilə, Qərbi Avropada texnologiyanın inkişafı, beynəlxalq bazar qüvvələrinin dəyişməsi, elektron siqnalların milli dövlətin sərhədlərini keçməsi, milli qaydalarda dövlət suverenliyinin pozulması, mədəniyyət sənayesinin inkişafı və ümumi bazara üstünlük verilməsi ictimai yayımın özəl yayımla əvəzlənməsinin əsas səbəblərindən birini təşkil edir. Rabitə inqilabı sayılan bu dövrdə daha əvvəl iqtisadi fəaliyyətin mənğənəsində ünsiyyət sahəsində söz sahibi olmasının qarşısı alınan kommersiya təşkilatları bu sahədə söz sahibi olmaq və pay almaq imkanı əldə etmişlər. Özəl yayımın yaranmasından sonra tətbiq edilən anlayışlar da məhz yeni dövrü müəyyən edir [3].

İnsanlar getdikcə daha çox cəmlənmiş bir sənaye tərəfindən bəslənən şəhər həyatında, təbiətə həm özlərindən, həm də başqalarından xəbərdar olmaq istəyən, xüsusi maraqlarına cavab tapmaq istəyən insanlar mədəni gözləntilərini nəzərə alaraq qəzet və jurnallara müraciət etdilər və bəzən izlərini tapdıqları medianı dost kimi qəbul etdilər. Radio və televiziyanın insanların həyatına girməsi ilə həyatlarının daha canlı olduğunu başa düşən insanlar, digər gündəlik əşyalar kimi mediaya da əhəmiyyət və rol verdilər və zaman keçdikcə medianı onları bəsləyən mənbəyə çevirdilər. Media tərəfindən bəsləndiklərinə inanan insanlar da zaman keçdikcə medianın rəhbərliyinə və nəzarətinə daha çox aludə oldular və düşüncə qabiliyyətlərindən daha az istifadə edə bildilər.

Media tez-tez insanlara ehtiyac duyduqları məlumatları, fikirləri və mesajları hazır paketlər şəklində təqdim edir, xüsusiyyətlərinə görə sıralayır. Yenilik və texnologiya ilə təchiz olunmuş bir dünyada yaşayan müasir dövrün insanlarına xas olan bir çox yanaşma, anlayış, rəğbət, fikir və reaksiya da media nəşrləri ilə formalaşmışdır. Həyatın qavranılması, anlaşılması, təfsiri povest həmişə insanın əsas narahatlığı olmuşdur, insanlar tarix boyu həyatı daha yaxşı başa düşmək və izah etmək üçün yollar axtarmış, bunun üçün alətlər tapmağa və ya inkişaf etdirməyə çalışmışlar. İnsanların bilik və düşüncə dünyasının və həyatlarının elmi kəşflər, yeni texnologiyalar və texnoloji istehsal sayəsində əldə edildiyi illərdə ortaya çıxan media, insanların həyat ehtiyaclarına və gözləntilərinə böyük dərəcədə cavab verdi və bu səbəbdən insanların həyatında əhəmiyyətli bir yer tutdu.

Həyatda, eləcə də insanlara ötürükləri həyat haqqında məlumatlarda və həyat haqqında çatdırdıqları təəssürlərdə və insanlarla həyat arasında yaratdıqları əlaqədə fəal rol oynayan media, insanlar haqqında bilinən və bilinməyən şeyləri başqalarına ötürmək üçün də fəal işləyir. Media tərəfindən ötürülməklə özlərini təhlükəsiz və ünsiyyətçi hiss edən insanlar, özləri əvəzinə düşünən və xəyal edən media məhsullarına yapışaraq düşünmə və xəyal qurma qabiliyyətlərinin sərhədlərini təyin etdilər. Media, əldə etdikləri məlumatlardan istifadə edərək danışan və söhbət edən, özləri üçün bir yol tapmağa çalışan, medianın yaydığı həqiqi və yalan mühakimələrinə etibar etmək istəyən, mediadan əldə etdikləri fikirlərdən birinə yaxın hiss edən insanların həyatında möhkəm bir mövqe tutur.

Müasir hadisələr nəticəsində media ilə birlikdə yaşamağa alışmış və zaman keçdikcə medianı həyatlarının əvəzolunmaz elementi hesab edən insanların həyatında bir çox intellektual, məcazi və emosional hərəkətlər insanlar adından media tərəfindən hazırlanır və təqdim olunur.

Həmişə asan olmağa meyli olan insanların medianın onlara təklif etdiyi zehni, məcazi və emosional quruluşlara görə düşünmə qabiliyyətlərindən və görüntülərindən istifadə etməkdən çəkinmələri də təbiidir. Bəzən yaşadığı dövrün şərtlərinə görə, lakin çox vaxt təbiətinə görə insanlar hər dövrdə yeni ixtiralar və üslublar üçün fiziki və fiziki cəhətdən əlverişli şərait yaradaraq yeni inkişafılar üçün infrastruktur yaratdılar. Tarixi prosesin hər bir inkişafı bir tərəfdən insan həyatı üçün yeni imkanlar açdı, digər tərəfdən insanın bəzi qabiliyyətlərindən daha az istifadə etməsi üçün zəmin yaratdı. Hər bir inki-

şaf əvvəlki dövrdə mövcud olan şərtlərin natamam və yöndəmsiz tərəflərinə əsaslanaraq inkişaf etdirildi, yeni inkişafılar isə dövrün təsirli alətlərindən istifadə etdi.

Müasirlik adətən yeniliklə eyniləşdirilir, yeni yanaşmaların, düşüncə tərzinin və yeni həyat tərzinin üstünlük təşkil etdiyi bir cərəyan kimi başa düşülür. Bir dövrdə formalaşan insan ehtiyaclarını ödəmək və müasir yenilikləri inkişaf etdirmək ehtiyacı olaraq ortaya çıxan müasirlik, insanların hadisələri və vəziyyətləri qiymətləndirmək meyarlarına intellektual yanaşmalarından tutmuş ehtiyaclarını ödəmək üçün ayrılmış vaxtdan bəri istifadə etdikləri mövzulara qədər yeni formalar təqdim edir. Daim yeniliyə açıq olan insan dünyası da parlaq makiyajla bəzədilmiş müasir yanaşmaları tez bir zamanda qəbul edir.

Əsasən, "sənaye inqilabı"nın nəticələrindən qaynaqlanan müasirlik həm fiziki şərtləri, həm də intellektual və birbaşa yanaşmaları ilə yeni bir həyat tərzini təsvir edir. Yeni yaşayış məntəqələrində, köhnədən başqa binalarda, yeni əşyalar və yeni vərdişlərlə inkişaf edən müasirlik, köhnəyə reaksiya verənlər tərəfindən mümkün qədər şışirdilməyə və genişləndirilməyə çalışdı. Ənənənin boğucu və darıxdırıcı mühitini qəbul etməyən insanların qatıldığı müasir cərəyan sürətlə yayıldı və keçmişi orada olduğundan daha əyləncəli elementləri ilə qəbul etdi.

Medianın cəmiyyətin müxtəlif qruplarına təsir vasitələri

Cəmiyyətlərin dəyər və meyllərindən asılı olaraq, fərdlərə yeni vaxt keçirmək vərdişləri qazandırmaq siyasəti tənzimləyən müasirlik, xüsusilə yenilik axtarışında olan gənc nəsələ hakimdir. Rəngarəng və əyləncəli forma və yanaşmalarla gənc nəsələ qarşı-qarşıya qoyulan müasirlik, demək olar ki, heç bir qarşıdurma olmadan qəbul edilir. Müasirliyin gənc nəsəl üçün nəzərdə tutduğu hər bir yanaşma və istehsal media vasitəsilə insanlara çatır.

Qəzet, jurnal, radio, televiziya və internetdən ibarət media insanların gündəlik tələbatlarından tutmuş əməl etməli olduqları qaydalara qədər ümumbəşəri həyatın hər sahəsi haqqında məlumat, fikir və görüntülər çatdırır.

Ən azından dolğun, rəngarəng və cəlbedici məzmunu ilə insanların vacib ehtiyaclarını ödədiyi təəssüratını yaradır. Xüsusilə də həyatlarının mədəni-mənəvi ehtiyaclarını media vasitəsi ilə qarşıladıqlarına inanan insanlar fərqli məlumatlara, fikirlərə, mesajlara ehtiyac duymadan həyatlarını medianın mesajları ilə formalaşdırmağa, medianın çatdırdığı kimi yaşamağa üstünlük verirlər. Cazibədar görünüşünün arxasında müasirliyin həm də nisbətən təsiredici keyfiyyəti var. Yəni, müasir media libertar görünsə də, həm də azadlıqları məhdudlaşdıran və fərdi başqalarının qaydalarını bağlayan keyfiyyətlərə malikdir. Müasirliyin əzəmətli cazibəsinə qapılan hər kəs onun tələsinə düşür ki, bu da müəyyən mənada bütün varlığı məhdudlaşdırır, hətta məhdud olduğunu düşünməyə belə mane olur. Lakin müasirliyin əsl siması kütləvi informasiya vasitələrinin cəlbedici və əyləncəli strukturunda gizlənir. Müasirlik tez-tez mediada, cəlbedici məhsul və davranışlarla insan motivlərini qane edən cavablarla əks olunur. Möhtəşəm mebellər, səliqəli mətbəxlər, qlamur yeməklər, dəbdəbəli avtomobillər, çoxfunksiyalı kommunikasiya vasitələri, dəbdəbəli geyimlər, parlaq məkanlar, rəngarəng əyləncə və istirahət mühitləri, xüsusi səy kampaniyaları müasirlik adına mediada istifadə olunan elementlərdəndir. Müasirlik siyasi cəhətdən bilavasitə müstəmləkəçiliklə bağlıdır.

Müstəmləkəçilik müxtəlif makiyajlarda istismar edərək, əsl kimliyini ortaya qoymamaq üçün məşhur anlayışlar meydana gətirmişdir. Müasirlik, qloballaşma, millətçilik əsl istismar niyyətini gizlətməyə xidmət edir. Bu kontekstdə geniş kütlələrə çatmağın ən asan vasitəsi olan kütləvi informasiya vasitələri müasirlik anlayış və təcrübələrinin yayılmasında aparıcı rol oynayır. Xəbərlərin təfərrüatlarından tutmuş televiziya seriallarındakı mövzulara qədər, demək olar ki, hər bir media istehsalı, xüsusilə bütün mediada reklam istehsalları müasirlik elementləri ilə yaradılmışdır.

İncəsənət sahələrində öz təsirlərini açıq şəkildə göstərən müasirlik, kütlələrə çatmağın müasir üsulu olan media da adlandırılan kütləvi informasiya vasitələrinin istehsalı ilə cəmiyyətlərə yayılır. Alim və sənət adamlarının nəzəriyyələri, siyasətçilərin cəmiyyətə nə demək istədikləri, cəmiyyətdəki bütün istehsalçıların istehsalat fəaliyyəti kütləvi informasiya vasitələri ilə ayrı-ayrı şəxslərə çatdırılır. Kütləvi informasiya vasitələri məhsullarında istifadə olunan dil, yeni terminlər, geyim üslubları, hörmətli əşyalar, alətlər, məkanlar, insan münasibətləri, etiraz üsulları, qəbul etmə formaları, müraciət formaları, ittiham və mühakimə üsulları, istehlakın arzuolunan çağırışlarını ehtiva edir. Müasir həyatın əsas vasitələrindən biri olan media məzmunu xəyallardan ibarət kimi görünərsə də, birbaşa həyat həqiqətlərindən qidalanır, həyatın müxtəlif ölçülərini insanlara göstərir. Həyatdakı varlıqları bir-bir tanıyaraq həyatı anlamlandırmaq, şərh edərək həyatdakı rolunu müəyyən etmək və oynamaq üçün insanlara mesajlar, təəssüratlar, şərhlər, görüntülər ötürən, necə yaşamaları ilə bağlı fikirlər verən media həyatda baş verənləri və yaşamaq məqsədindən asılı olaraq bəşəriyyətə və sivilizasiyaya qatqı təmin etmək üçün məsləhətçi kimi də fəaliyyət göstərir. Medianın insanlara həyatla bağlı verdiyi mesajlarla asan həyat yolunu tapdığını düşünən insanlar şəxsi hesablamalar etmədən və planlar qurmadan yaşamağa davam etməyi seçə bilirlər.

Kütləvi informasiya vasitələrinin cəmiyyət üzərində təsirlərinin əsas təzahürləri

Qloballaşmanın yaratdığı bu yeni media nizamı iki əsas inkişafı birlikdə idarə olunur. Birincisi, institusional inkişaflardır. Birləşmə, satınalma, tərəfdaşlıq nəticəsində yaranan qlobal miqyasda istehsal, ötürmə və paylama sahələrində fəaliyyət bu inkişafa daxildir. İkinci kateqoriyanı təşkil edən texnoloji inkişafı isə rabitənin paylanması, saxlanması və kommunikasiya sahələrində baş verir. Böyük kommuniya strukturlarının birləşməsi nəticəsində yaranan institusional inkişaf ictimai yayımın milliyyətlə müəyyən edilən strukturuna mənfi təsir göstərir. Kabel sistemlərinin qlobal genişlənməsi həm də informasiyanın yayılması üçün böyük imkanlar təmin edir və peyk texnologiyalarının sürətli inkişafı elektromaqnit dalğalarından istifadə etməklə ictimai yayım üçün təhlükədir [5].

Bundan başqa, günümüzün sosial problemlərini müəyyənləşdirən terror, müharibə və dini təriqətlər özəl yayım pəncərəsində mediada öz yerini tapır, daha çox auditoriyaya çatır və təsirini artırır. Özəl televiziya şəbəkələrinin və beynəlxalq televiziya kanallarının həyata daxil olması ilə yeni həyat tərzinə uyğunlaşmağa çalışanların yeməkləri, geyimləri, saç düzümləri, daxili tərtibatları, hətta həyat yoldaşlarının seçimi də televiziyanın təsiri ilə formalaşır. Hətta kasta sisteminin hakim olduğu Hindistanda aparılan bir araşdırmada belə maraqlı nəticələr üzə çıxıb. Belə ki, Makmillin Çaplinin də qeyd etdiyi kimi, son 20 ildə televiziya reklamları və proqramlarından təsirlənmə nisbətinin artdığına diqqət çəkir. İş o yerə çatıb ki, uşaq böyüdükcə təkcə ailədən, məktəbdən, dindən və yaxın mühitdən deyil, televiziya da bir çox həyat tərzini öyrənir. O çoxlu hekayələr eşidir və onları həqiqət kimi qəbul edərək böyüyür. Gerbner isə televiziyanın mif olduğunu desə də, bu alətin həyatımızda nə qədər vacib olduğunu vurğulayır. Televiziyalar mədəniyyətin yetişdirilməsi vasitəsidir və televiziya sahəsindən yayılan hər bir mədəniyyət insanın içinə nüfuz edir [2].

Medianın ictimai şüura təsir vasitələrinin arsenalı da kifayət qədər böyükdür. İnformasiyanın kommunikativ-məzmun tərəfinin çevrilməsi üsullarını, emosional təsir üsullarını, həmçinin linqvistik üsul və formaları ayırmaq olar. Bundan əlavə, ilk növbədə televiziya üçün daha çox aktual olan, şifahi olmayan və daha çox vizual xarakterli təsir vasitələri var.

Kütləvi informasiya vasitələrinin cəmiyyətə təsir metodlarından biri isə kontentin çatdırılması zamanı seçilən ifadə formasıdır. Xüsusilə də, cəmiyyətin böyük kəsimlərinin mənfi dəyərləndirə biləcəyi ifadələr yerinə, müsbət formalara müraciət edilməsi təcru-

bəsinə tez-tez baş vurulur. Məsələn, ABŞ ordusunun İraq və Əfqanıstanda hədəfləri bombalaması, ölkə KİV-lərində əksər hallarda “quru qoşunlarına hava dəstəyi” kimi təqdim olunurdu.

Televiziyların cəmiyyətə təsir metodlarından danışarkən tez-tez qarşımıza çıxan ictimai maraq anlayışı bir çox ictimai fəaliyyətə əsaslanan hüquq və azadlıqların məhdudlaşdırılmasının əsas səbəblərindən biridir. Bundan əlavə, ictimai maraq, qanunvericilik fəaliyyətinin əsas məqsədi və nəticəsi həm də fəaliyyətin ictimai hüquqa uyğunluğunun meyarıdır. İctimai maraq çox geniş yayılmış, lakin subyektiv və qeyri-səlis anlayışdır. Bu, ictimai mənafeinin nə olduğu, sərhədlərinin haradan başlayıb harada bitdiyi, nəyin ictimai maraq sayılıb, nəyin sayılmadığı kimi məsələlərdə razılaşıdırılmamış bir anlayışdır. Gündəlik həyatda ictimai fayda əvəzinə ümumi rifah, sosial rifah, ümumi fayda, icma faydası kimi anlayışlardan istifadə olunur [2]. Xüsusilə, “icma fayda” çox vaxt ictimai maraqla qarışdırılan anlayışdır. Ancaq bu iki terminin fərqli mənaları var. İctimai maraq müəyyən edilmiş nizam-intizamı qorumaq marağıdır. İcma fayda isə ölkədə yaşayan bütün insanların maraqlarına aiddir. Ona görə də qəbul ediləcək qərar ictimai maraqlara uyğun olsa da, ictimai faydaya uyğun olmaya bilər. Radio-televiziya yayımı nöqtəyi-nəzərindən ictimai maraq ictimai mülkiyyət sayılan və atmosferdə məhdud sayda olan tezliklərdən istifadə edən yayım təşkilatları tərəfindən müəyyən prinsiplərə diqqət yetirməklə olan yayımıdır. Çünki radio və televiziya yayımı struktur olaraq ictimaiyyətə məxsus dalğa uzunluqlarından istifadə edən dövlət lisenziyalı fəaliyyətdir və buna görə də yayımçılar nəinki pul qazanmaq məcburiyyətindədirlər, həm də xəbərlər təqdim etmək və ciddi məzmunlu proqramlar hazırlamaqla ictimaiyyəti məlumatlandırmaq vəzifəsini daşıyırlar. [1]

Ümumilikdə, atmosferdəki ictimai dalğalardan qazanc məqsədilə istifadə edənlərin müxtəlif yollarla xalqa xidmət etməsi və ictimai mənafeyi nəzərə alaraq yayımlanması gözlənilir. Bu baxımdan ictimai maraq bəzən dürüstlük prinsipinə diqqət yetirməklə ictimaiyyəti düzgün məlumatlandırmaq kimi müəyyən edilərkən, dövlətin varlığına və müstəqilliyinə, ölkəsi və milləti ilə bölünməz bütövlüyünə zidd olan yayımların aparılmaması, bəzən dil, irq, rəng, cins, siyasi düşüncə, fəlsəfi inanc, din, məzhəb və bu kimi səbəblərə görə insanları heç bir şəkildə qınamamaq, aşağılamamaq kimi müəyyən edilir. Lakin əvvəl də qeyd edildiyi kimi, ictimai maraq yayım baxımından birmənalı olmayan və mübahisəli bir anlayışdır. Məsələn, yayımlarda seksuallığı və zorakılığı təşviq edən məzmunun ictimai maraqlara daxil edilməməsi nəzərdə tutulur və ya ictimai maraq müzakirə mövzusu olmadıqca məxfilik prinsipinə riayət edilməsi gözlənilir. Bununla belə, verilişin ictimai maraqla uyğunluğunun kimin dəyər mühakimələrinə əsaslanacağı bəlli deyil. [6]

Medianın mənfəi sosial nəticələri və zərərli təsirləri insanların mediadan istifadə tezliyi və tərzilə birbaşa bağlıdır. Media alətlərdən məqsədsiz və ya vaxt keçirmək məqsədilə istifadə edən insanlara ən zərərli təsirlərini göstərir. Təhsil səviyyəsi aşağı olan, sağlam sosial mövqeyə nail ola bilməyən, həyatı məqsədi ilə bağlı qəti qərara gələ bilməyən insanlar medianı media kimi qəbul edərək, mediadan əldə etdikləri məlumatlarla yaşamağı vərdiş halına gətiriblər. Həyatlarının bütün sahələrində vaxt keçirmək və əyləncə vasitəsi olaraq faydalanmaq istədikləri bir istinad, xüsusilə vizual və şifahi mediadan tez-tez istifadə etdikləri mediadan bilinir.

Medianın mənfəi təsirlərinin intensiv olduğu, inkişaf etməmiş cəmiyyətlərdə fərdlər arasında əcdadlardan miras qalmış ənənəvi elementlər və sosial quruluşun müəyyən etdiyi qaydalarla həyatı yönləndirmək meyli geniş yayılmışdır. Bu kontekstdə ənənəvi mədəniyyətin onlara ötürdüyü intellektual və emosional istehsal yollarını da bağlayır.

Sənaye və texnologiya ilə təchiz olunmuş yaşayış məkanlarında yüksək həyat ritmləri və gərginliklərlə yaşayan insanlar asan başa düşülən xüsusiyyətlərə malik istehsallara,

mediada müasir həyat elementləri ilə yaradılmış bir çox siyasi, iqtisadi, mədəni və idmana aid istehsallara, xüsusilə də usta dizaynlara əsaslanan reklam istehsalları, dərdlərindən uzaqlaşmaq istəyən insanlar medianın istehsalatlarına maraq göstərirlər. Medianın düşünməyə, sorğu-sual etməyə ehtiyacı olmayan təsəlliverici istehsalları insanlara müvəqqəti təsəlli verir. Media insanların təxəyyül və təxəyyüllərini daraltmaqla yanaşı, insanlara yeni cəlbedici təxəyyül dünyalarının qapılarını açıb, onları bəziləri real, bəziləri qeyri-real olan nəhəng kainatlara çəkib.

Hər bir ictimai hərəkət həm də öz alətlərini, qəhrəmanlarını yaradır, post-hərəkət üçün lazım olan yolu, texnikanı və zərurətləri yaradır. İqtisadiyyat, siyasət və elmi əhatə edən mədəni və fiziki transformasiyanı ehtiva edən müasirlik, Sənaye İnkilabından sonra insanların ənənəvi quruluşdan uzaqlaşması ilə ortaya çıxan texnologiya tərəfindən dəstəklənən bir hərəkət və hərəkətdir. Texnologiyanın ən göz qamaşdıran məhsulu olan media, müasirliyin hökm sürdüyü cəmiyyətlərdə insanların həyatını formalaşdıran və istiqamətləndirən əsas vasitə olub, daha çox populyar mədəniyyət məhsulları vasitəsilə insanlara düşünmədən əylənmək imkanı yaradıb. Medianın hazırladığı yaxşı yığılmış, zənginləşdirilmiş, əyləncəli və cəlbedici məlumatları alan insanlar, gündəlik hərəkətlərini, gələcəklərini planlaşdırmaq, həyatlarını xarakterlərinə uyğun tənzimləmək çətinliyindən qaçır, təqdim olunan məlumatlarla həyatlarını istiqamətləndirməyə çalışırlar. KİV tərəfindən onlara. Mediada müasir həyat ünsürləri ilə yaradılmış bir çox siyasi, iqtisadi, mədəniyyət və idman mövzulu istehsallar, xüsusilə ustalıqla tərtib edilmiş reklam istehsalları asan başa düşülən xüsusiyyətləri ilə insanları özünə cəlb edir. İnsanların üzünə yeni, cazibədar fantaziya aləmlərinin qapılarını açıb onları nəhəng kainatlara, bəziləri real, bəziləri qeyri-real olanlara, insanların təxəyyüllərini, xəyal dünyalarını daraldan, çox düşünməyən, sorğu-sual olunmayan bir aləmə çəkdirən media. Müasir həyatın ən parlaq və ən geniş yayılmış vasitəsi olan media kütlələrə çatdırdığı məlumat, fikir və görümlərlə kütləni düşüncədən uzaq dünyalara çəkərkən, insanlar bilmədən bir çox intellektual, təxəyyül və duyğularını etibarsız hala salıblar. qabiliyyətlərini artırır, düşüncə və təsəvvür qabiliyyətlərinin qarşısına maneələr qoyur.

Nəticə

Sonda bunu da demək olar ki, böyük maliyyə resursları tələb edən media sektorunda böyük qrupların effektivliyini azaltmaq üçün iştirak və qarşılıqlı fəaliyyət üçün daha uyğun olan yerli və regional medianın rolu xüsusi vurğulanmalıdır. Dövlət ədalətli, obyektiv və şəffaf prinsiplər əsasında sahəyə daxil olmaq istəyən bütün təbəqələrə bərabər imkanlar təqdim etməlidir. Ona görə də hər cür yardımlar, həvəsləndirmələr və vergi güzəştləri açıq şəkildə və heç bir sui-istifadəyə yol verməyəcək şəkildə həyata keçirilməlidir.

Ümumilikdə, kütləvi informasiya vasitələrinin cəmiyyətə təsir metodları müxtəlif olsa da, bu insanların həyatında təkə siyasi aspektdən yox, sosial, psixoloji və mədəni olaraq da ciddi transformasiyanı meydana çıxarır. Bir çox hallarda isə televiziyanın cəmiyyət üzərində sosial-psixoloji cəhətdən dağıdıcı təsirinin inzibati qaydada, normativ hüquqi aktlar vasitəsilə tənzimlənməsi üçün alətlərin məhdudluğu diqqətdən yayınmır.

Televiziya üzərində iqtisadi və ictimai maraqların qarşılıqlı təsiri nəticəsində formalaşmış hazırkı vəziyyət isə post-modern sosial dəyərlər yaratmaq yoluna qədəm qoyub.

ƏDƏBİYYAT

1. Aytəkin, Can. Çocuk ve Çizgi Film. Konya: Özeleğitim Basım Yayın, 1996, 216 s.
2. Castells, Manuel. Kimliğin Gücü Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür. 2. Cilt. Çev: Ebru Kılıç. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2006, 257 s.

3. Çakır, Hamza. Tüm Yönleriyle Radyo. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2005, 223 s.
4. Çaplı, Bülent. Televizyon ve Siyasal Sistem. Ankara: İmge Kitabevi, 1995, 201 s.
5. Cereci, Sedat. Televizyonun Sosyolojik Boyutu. İstanbul: Şule Yayınları, 1996, 115 s.
6. Coşkun, Yılmaz. Radyonun Yeniden Keşfi. //Yeni Türkiye Dergisi Medya Özel, 1996, s. 13-17.
7. Çakır Vedat. Türkiye’de Yerel Televizyonculuğun Mevcut Kurumsal Yapısı ve Bir Örnek Model Tasarımı // Selçuk Üniversitesi İletişim Dergisi 2, 2003, s. 180-193.
8. <https://www.sosyalhizmetuzmani.org/kitleiletisimm.htm>

Summary

Murad Ahmedov

Methods of influence of mass media on society in modern times

Among the current means of mass communication, especially television, as all over the world, has its own special characteristic to influence public most rapidly and effectively. In this study, it is aimed to investigate what kind of economic, social and political influences television has over the society and thus for what purposes all these effects are targeted.

The place of television in the daily lives in Azerbaijan is the clear evidence that television is the dominant production means of communication. Therefore, understanding of economic, political and cultural infrastructure creating communal lives depends on understanding of which dominant power television holds in a hidden background.

This study covers the processes of television programs created through great efforts and organized workshops as well as their effects after broadcasted.

The study is important for the evaluation of television programming processes and their communal effects.

Keywords: *society, television, media, communication, information*

Резюме

Мурад Ахмедов

Методы воздействия СМИ на общество в современности

Одно из современных средств массовой информации, особенно телевидение, обладает способностью влиять на массы и направлять их самым быстрым и эффективным способом в мире. В данной статье целью данной статьи является исследование того, какие экономические, социальные и политические эффекты телевидение, одно из средств массовой информации, создает в Азербайджане, и по каким понятиям и, следовательно, для каких целей оно реализует эти эффекты.

Доминирование телевидения в повседневной жизни в Азербайджане является доказательством того, что этот инструмент является доминирующим средством коммуникативного производства в азербайджанском обществе. Следовательно, понимание экономической, политической и культурной структуры, из которой состоит социальная жизнь, зависит от понимания доминирующего мышления, стоящего за этим инструментом.

В этом исследовании оценивались процессы формирования и посттрансляционные эффекты телевизионных программ, возникшие в результате обширных предварительных исследований, обширных усилий и организованных исследований.

Ключевые слова: *общество, телевидение, сми, связь, информация*

Baş redaktorun müavini s.e.d., prof. İbrahimova Gülzar İsxan qızının rəyi əsasında çapa məsləhət görülmüşdür.