

<https://doi.org/10.36719/2706-6185/43/74-79>

**Könül Niftəliyeva**

Bakı Dövlət Universiteti

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru

kenul.nifteliyeva@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3565-5421>

## **Təkestiqamətli informasiya axını: beynəlxalq kommunikasiyada qeyri-mütənasibliyin səbəbləri**

### **Xülasə**

Kommunikasiya insanların kollektiv və ya cəmiyyətdə özünü ifadə etməsinə imkan verən əsas amillərindən biridir. Bu proses insanı bioloji varlıqdan sosial varlığa çevirir. Məqalədə bu prosesin inkişaf mərhələləri araşdırılır. Araşdırmada fərdi və sosial-mədəni olaraq iki formada inkişaf edən bu prosesin insanların ehtiyaclarını ödəmək və əldə etdikləri mirasın gələcək nəsillərə ötürülməsi ardıcılığı müxtəlif formada təhlil edilir. Kommunikasiya prosesi həyata keçirilmə formasından, növündən, təsirindən, istiqamətindən və s. asılı olmayaraq, ümumilikdə, mənbə, mesaj, kanal (vasitə) və hədəf (qəbuledici) olmaqla dörd mərhələdən təşkil olunur. Məqalədə kommunikasiyanın gerçəkləşməsində əsas vasitələrdən biri hesab edilən medianın rolundan söhbət açılır.

Eyni zamanda təktərəfli informasiya axınına qarşı ikitərəfli informasiya axını anlayışının da araşdırmaya cəlb olunub. Təktərəfli xəbər və ya informasiya axınının güc və texnologiyaya sahib olan inkişaf etmiş ölkələrdən digərlərinə doğru hərəkət edən bir proses olaraq xarakterizə edilir. İkitərəfli informasiya axını isə mənbə və hədəfin bir-birlərinə təsir etməsinə imkan verən və demokratik prinsiplərə əsaslanan ideal kommunikasiya növü olaraq göstərilir. Dünyada informasiya və xəbər axınının sosial dəyərlər çərçivəsində və əsas kommunikasiya prinsiplərinə uyğun şəkildə həyata keçirilməsi ictimaiyyət üçün vacib olduğu vurğulanır.

**Açar sözlər:** *media, kommunikasiya, kommunikasiya strategiyası, qeyri-mütənasiblik, informasiya axını, informasiya cəmiyyəti, qloballaşma*

**Konul Niftəliyeva**

Baku State University

PhD in Philology

kenul.nifteliyeva@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3565-5421>

## **Unidirectional Flow of Information: Causes of Imbalance in International Communication**

### **Abstract**

Communication is one of the primary factors that enables individuals to express themselves collectively or within society. This process transforms a person from a biological being into a social being. The article examines the stages of development of this process. In the study, this process, which develops in two forms—individual and socio-cultural—is analyzed in various ways, focusing on the sequence of fulfilling human needs and passing down inherited knowledge to future generations. Regardless of its form, type, effect, or direction, the communication process consists of four stages: source, message, channel (medium), and target (receiver). The article highlights the role of the media as one of the main tools in the realization of communication.

At the same time, the concept of two-way information flow is introduced in contrast to the one-way flow of information. One-way information flow is characterized as a process moving from developed countries, which possess power and technology, toward other countries. On the other hand, two-way information flow is presented as an ideal form of communication based on

democratic principles, allowing both the source and the target to influence each other. The importance of conducting the flow of information and news within the framework of social values and in accordance with the main principles of communication is emphasized as vital for society.

**Keywords:** *media, communication, communication strategy, imbalance, information flow, information society, globalization*

## Giriş

Kommunikasiyanın beynəlxalq xarakter daşması ilə birlikdə informasiya da iqtisadi maraqlar çərçivəsində bir istehsal obyektinə çevrilmişdir. Belə ki, onun istehsalçısı olan ölkələr də bir çox cəhətdən inkişaf etmə imkanına sahib olmuşdur. Bunun nəticəsində inkişaf etmiş ölkələr ilə digər ölkələr arasında informasiyanın birtərəfli axını problemi də gündəmə gəlmişdir (Öztekın, Ayhan, 2021, s. 757). İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarına çıxışı olmayan və ya məhdud çıxışlı cəmiyyətlər arasında rəqəmsal uçurum olaraq da xarakterizə edilən bir vəziyyət ortaya çıxmışdır (Geray, 2003, s. 135). Bu uçurum ölkələr arasındakı iqtisadi və sosial-mədəni fərqlərin də gedərək artmasına və asılılığın daha da çoxalmasına yol açmışdır.

## Tədqiqat

Asılılığın genişlənməsində sərbəst informasiya axını doktrinası mühüm yerə sahibdir. Belə ki, bu doktrina, xüsusilə, İkinci Dünya müharibəsindən sonra rabitə sənayesi sahəsində digərlərindən hər zaman bir addım öndə olan ABŞ-ın kommunizmə qarşı mübarizə çərçivəsində liberalizm fəlsəfəsini özündə əks etdirmişdir. Ümumdünya İnsan Hüquqları Bəyannaməsinin 19-cu maddəsinə daxil edilən doktrina, informasiyanın sərbəst dövriyyəsi önündəki bütün maneələri aradan qaldıraraq informasiya istehsalçılarna dünyanın istənilən nöqtəsində azad formada fəaliyyət göstərmə imkanı təmin etmişdir (Ansarov, 2008, s. 30-31). Beləliklə, beynəlxalq siyasətdə informasiyanın sərbəst dövriyyəsi həm də SSRİ ilə müharibədə silah kimi istifadə olunmuşdur (Akdemir, 2000, s. 107-108). Ancaq çox keçmədən, SSRİ başda olmaqla, yenicə müstəqilliklərini qazanmış olan dövlətlər doktrinanın praktikada yalnız ABŞ-ın tələb etdiyi məlumatların sərbəst dövriyyəsinə icazə verdiyini iddia edərək bu siyasətə qarşı çıxmışdılar. Belə ki, siyasi cəhətdən öz suverenliyini əldə etmələrinə baxmayaraq, hələ də iqtisadi cəhətdən keçmiş müstəmləkə dövlətlərindən asılı olan xalqlar BMT kimi çoxmillətli təşkilatlarda bərabər beynəlxalq kommunikasiya nizamının yaradılması üçün öz tənqid və tələblərini irəli sürmüşdülər (Karslı, 2020, s. 32-35). Bunun nəticəsində dörd əsas məsələni incələmək üçün 1978-ci ildə UNESCO tərəfindən Sean MacBridein rəhbərlik etdiyi bir komisiyyə yaradılmışdır. Bu məsələlər dünyadakı kommunikasiyanın mövcud vəziyyətini öyrənməkdən, sərbəst və balanslı informasiya axışına mane olan problemləri ortaya çıxarmaqdan, yeni iqtisadi nizam çərçivəsində yeni kommunikasiya nizamının necə formalaşdırılacağını təyin etməkdən və dünya ictimaiyyətinin maarifləndirilməsində medianın necə istifadə edilə biləcəyi ilə bağlı məlumatlardan ibarət olmuşdur. 1980-ci ildə qəbul edilən və MacBride hesabatı olaraq da tanınan “Bir çox səs, tək bir dünya” (“Many voices, one world”) adlı hesabatda; daha çox ədalət və bərabərlik, daha çox qarşılıqlı məlumat mübadiləsi, kommunikasiya axışlarında daha az asılılıq, mesajların aşağıya doğru daha az yayılması, daha çox özgüvən və mədəni kimlik və bütün insanlıq üçün daha çox faydalı olmaq Yeni İnformasiya və Kommunikasiya Nizamının hədəfləri olaraq müəyyənləşdirilmişdir (MacBride, 1993, s. 283). Fəqət bu və bundan sonra həyata keçirilən çalışmaları mərkəz və çevrə ölkələr arasındakı bərabərsizliyin və asılılığın azalmasında o qədər də effektiv rol oynamamışdır.

Soyuq müharibənin sona çatması ilə birlikdə iqtisadiyyatın qloballaşması ilə bağlı atılan addımlar (Ticarət və kapitalın beynəlmiləşməsi, transmilli şirkətlərin gücünün artırılması, Beynəlxalq Valyuta Fondu (BVF), Dünya Bankı (DB) və Ümumdünya Ticarət Təşkilatı (ÜTT) kimi iqtisadi qurumların əsas faktorlar olaraq ortaya çıxması) təkcə kommertiya məhsullarının deyil, həm də ölkələrarası informasiya hərəkətiliyinin də sürətlənməsinə təkan vermişdir (Steger, 2013, s. 73). İnformasiyanın inkişaf etmiş ölkələrdə intensiv bir şəkildə istehsalı inkişaf etməmiş ölkələr arasındakı fərqləri də dərinləşdirmişdir.

Tədqiqatçı Girgin beynəlxalq kommunikasiyada inkişafda olan ölkələrin geri qalmasının əsas səbəblərini aşağıdakı şəkildə açıqlamağa çalışmışdır:

**1. Texnologiya və infrastrukturun olmaması.** Geniş infrastruktur imkanlarına sahib olan və qabaqcıl kommunikasiya texnologiyalarından yararlanan inkişaf etmiş ölkələr, coğrafi çətinliklər olmadan dünyanın ən ucqar bölgələrinə belə asanlıqla çatmaq imkanına sahibdirlər. Keçmiş müstəmləkə ölkələrində isə yeni hökumətlər formalaşsa belə, yeni texnologiya və infrastruktur baxımından gerilik mövcuddur. Eyni zamanda bu ölkələr kommunikasiya sahəsindəki alət və avadanlıqların istehsal və ya idxalında böyük miqyasda inkişaf etmiş ölkələrdən asılıdırlar.

**2. İqtisadi problemlər.** Yaranma tarixi daha yeni olan inkişafda olan ölkələrdə dövlətin təşkilatlanma mexanizması yaxşı qurulmadığından vergi sistemində çatışmazlıqlar mövcuddur. Həmçinin bürokratik strukturun zəifliyi, müəyyən qurum və müəssisələrin yoxluğu, sənayenin inkişaf etməməsi, gəlir səviyyəsi aşağı olan dövlət və xalqın kommunikasiya sahəsinə kifayət qədər vəsait ayırmasına mane olur. İqtisadiyyatın inkişaf etməməsi kommunikasiya sahəsində də geriliyə səbəb olur ki, bu da ölkənin dünyadakı imicinin yaxşılaşdırılmasını mümkünsüz hala gətirir.

**3. Xəbər istehsalı və yayımındakı mövcud çatışmazlıqlar.** İnkişafda olan ölkələr kommunikasiya texnologiyaları baxımından inkişaf etmiş ölkələrdən asılı olduqlarından öz səslerini dünyaya çatdırmaqda problemlər yaşayırlar. Belə ki, bu ölkələrə asılı olduqları ölkələr tərəfindən xəbər və informasiya axını son dərəcə intensiv olsa da, əks axın həm kəmiyyət, həm də mövzu baxımından məhduddur. İnkişafda olan ölkələrdə maliyyə resuslarının çatışmazlığı, kadr əksikliyi və s. kimi problemlər informasiyanın toplanmasında və dünyaya yayılmasındakı manelərdəndəndir.

**4. Manelər.** Bütün bunlardan başqa daxili təhlükəsizlik problemləri, nəqliyyatda yaşanan çətinliklər, zəif kommunikasiya infrastrukturunu, eləcə də sosial mühit imkanlarının yetərincə olmaması və s. səbəblərdən zərurət olmadıqca xarici jurnalistlər bu ölkələrə getmirlər. Bu ölkələrdə idarəedicilərin “xoşuna gəlməyən” xəbərləri yazan jurnalistlər tez-tez yaşayış icazələrinin ləğvi, ünsiyyət imkanlarının məhdudlaşdırılması və ya bloklanması, deportasiya, həbs və s kimi hallarla qarşılaşdıqlarından geri qayıtmaq məcburiyyətində qalırlar (Girgin, 2002, s. 49-51).

Bir sözlə, təktərəfli xəbər və ya informasiya axınını güc və texnologiyaya sahib olan inkişaf etmiş ölkələrdən digələrinə doğru hərəkət edən bir proses olaraq xarakterizə etmək olar. Xüsusilə, media vasitəsi ilə həyata keçirilən təktərəfli informasiya dövriyyəsi inkişaf etmiş ölkələrin imicinin formalaşmasında və onların ideologiyaların yayılmasında mühüm rol oynayır (Aziz, 1981).

Təktərəfli informasiya axınına qarşı ikitərəfli informasiya axını anlayışının da meydana gəldiyini vurğulamaq lazımdır. İkitərəfli informasiya axını tədqiqatçılar tərəfindən mənbə və hədəfin bir-birlərinə təsir etməsinə imkan verən və demokratik prinsiplərə əsaslanan ideal kommunikasiya növü olaraq xarakterizə edilmişdir. Onlara görə, dünyada informasiya və xəbər axınının sosial dəyərlər çərçivəsində və əsas kommunikasiya prinsiplərinə uyğun şəkildə həyata keçirilməsi ictimaiyyət üçün çox vacibdir (Bıçakçı, 2000, s. 30-32). Buna görə də medianın milli inkişafı dəstəkləməsi üçün fəaliyyət göstərməsi əsas faktorlardan hesab edilir. Tədqiqatçıların fikrincə, həmçinin, ədalətli kommunikasiyanın həyata keçirilməsi üçün Qərbi media Üçüncü dünya ölkələrini mənfəət rəqibindən əks etdirməyi dayandırmalı və inkişaf etməkdə olan ölkələrə daha çox yer və vaxt ayırmalıdır. İnkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr arasında informasiya axınının məzmunu, həcmi və sıxlığı azad və bərabərlikçi olmalıdır (Akdemir, 2000, s. 111-112).

Ümumilikdə, təktərəfli informasiya axını prosesində ABŞ və Qərbi mərkəzli beynəlxalq media qurumlarının Üçüncü dünya ölkələrini daha çox münafiqələr, müharibələr, siyasi çəkişmələr, terror, miqrasiya, aclıq, səfalət və s. kimi mənfəət hadisələrlə dünya ictimaiyyətinə təqdim etdiyini müşahidə etmək mümkündür. Bu da həmin ölkələrin beynəlxalq arenadakı imicinin formalaşmasına ciddi zərər verən amillərdən biri olaraq dəyərləndirilə bilər.

**5. Qlobalizm və onun mediaya təsirləri.** Qlobalizmi dar mənada investisiyanın bütün dünyaya yayılması və bütün dünyanın texnologiya sahəsindəki inkişafının paralelində maliyyə bazarına çevirilməsi olaraq ifadə etmək mümkündür (Aydemir, Kaya, 2007, s. 264). İqtisadiyyatın qloballaşması dünya miqyasında qarşılıqlı iqtisadi əlaqələrin intensivləşməsinə və genişlənməsinə təkan verərək yeni, nəhəng transmilli korporasiyalar, güclü beynəlxalq iqtisadi institutlar və ticarət sistemlərini meydana gətirmişdir (Bilgili, 2005, s. 95).

Qlobalizm təkcə iqtisadi deyil, həmçinin sosial, siyasi və mədəni sahələrdə də öz təsirini göstərmişdir. Bu təsirlərin xüsusiyyətləri ilə bağlı fikir bildirən tədqiqatçıların hiperqlobalistlər,

skeptiklər və transformasiyaçıları olaraq üç qrupa ayrıldığını söyləmək mümkündür. Hiperqlobalistlərə görə, sənaye dövrünün məhsulu olan milli dövlətlər qloballaşma dövründə öz əhəmiyyətini itirmiş və səlahiyyətlərini başqaları ilə bölüşməyə məcbur edilmişdir. Qloballaşma hər kəsin qlobal bazar qanunlarına bağlı olduğu yeni dövrün yaranmasına səbəb olmuşdur. Bununla belə, qloballaşma ölkələr arasında beynəlxalq əməkdaşlığı asanlaşdırmışdır. Fərqli cəmiyyətlərin bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəsinin artması onların ümumi maraqlarının dərk edilməsində əhəmiyyətli rol oynamış və qlobal sivilizasiyanın formalaşması üçün mühüm zəmin hazırlamışdır (Bozkurt, 2014, s. 34-35). Qlobalizm anlayışının özünü belə müəmmalı olaraq dəyərləndirən skeptiklərə görə isə, bu anlayış hiperqlobalistlər tərəfindən həddindən artıq şişirdilərək bir mif halına gətirilmişdir. Onlara görə, qlobalizm özü ilə birlikdə inteqrasiyadan daha çox münaqişələri gətirmişdir. Eyni zamanda qloballaşma milli dövlətləri daha da güclənmişdir. Çünki milli dövlətlər öz maraqlarına zidd olan hadisələrlə qarşılaşdıqlarında buna daha çox reaksiya vermə gücünə sahib olmuşdurlar. Qlobalizm transformasiyaçıları tərəfindən isə, dünya nizamını və müasir cəmiyyəti yenidən yaradan siyasi, sosial və iqtisadi güc olaraq dəyərləndirilmişdir. Kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı nəticəsində cəmiyyətlər arasındakı inteqrasiyanın qarşısının alınmasının mümkün olmadığını qeyd edən transformasiyaçıları görə, bu proses milli dövlətlərin strukturunun yenidən qurulmasına səbəb olmuşdur (Held et al., 1999, p. 10).

Qloballaşma sayəsində dünyada ictimai, sosial münasibətlər intensivləşmiş, fəaliyyətlər və qarşılıqlı asılılıq genişlənərək yayılmışdır. Coğrafi məsafələrin əhəmiyyətini itirməsi insanların emosional olaraq özlərini qlobal dünyanın bir parçası kimi qəbul etməsinə gətirib çıxarmışdır (Cebeci, 2011, s. 367-368).

Qloballaşma ilə birlikdə media da önəmli sənaye sahəsinə çevrilmişdir. Belə ki, 1980-ci ildən sonra dünyada gerçəkləşdirilən neo-liberal politikalar nəticəsində media qurumları əməliyyat xərclərini azaltmaq, gəlirlərini artırmaq və sektordan kənar qalmamaq üçün böyümə strategiyası tətbiq etməyə başlamışdır. Şirkətlərin birləşdirilməsi, mövcud şirkətlərə yeni şirkətlərin daxil edilməsi, media sahəsində holdinqlərin yaranmasına və medianın inhisarlaşmasına yol açmışdır (Bilgili, 2005, s. 98). Əyləncə sektoru adı altında bir çox media müəssisələrinə də sahib olan bu nəhəng şirkətlər qlobal səviyyədə media monopoliyası meydana gətirmişdir (Yılmaz, 2020, s. 45-46). Media sahəsindəki inhisarlaşmalar nəhəng media qurumları qarşısında digər kiçik miqyaslı media qurumlarının rəqabətə tap gətirməyərək fəaliyyətini dayandırmasına səbəb olmuşdur (Enserov, 2019, s. 71).

Siyasi hakimiyyətə nəzarət etmək istəyən media sahibləri ilə, medianı siyasi hakimiyyətini gücləndirmək üçün istifadə etməyə çalışan güc strukturları arasında bir çox hallarda qarşılıqlı razılığın əldə olunması cəmiyyətin doğru məlumat almaq azadlığını məhdudlaşdırmışdır. Mənfəətlərini artırmaq məqsədi güdən media şirkətləri ictimai maraqları ikinci plana ataraq daha böyük auditoriyaya çata bilmə yarışına girmişdir. Belə ki, əsas vəzifəsi cəmiyyəti məlumatlandırmaq olan media digər bazarlardan gələn investisiyanın təsiri ilə sansionallaşaraq kommersiya səciyyəsi daşımağa başlamışdır.

Qloballaşan media, həmçinin insanları istehlaka əsaslanan fərdi həyat tərzinə istiqamətləndirərək onlara yeni bir dünya vətəndaşlığı qazandırmışdır. Yeni mədəni dəyərlərin yaradılması ilə birlikdə, ənənəvi dəyərlərə də təsir edərək onların dəyişməsinə və yenidən formalaşmasına səbəb olmuşdur (İrvan, 1997, s. 11). İstehlak vərdislərinin artması, popülər mədəniyyətin yayılması, cəmiyyətin yaşam formalarının dəyişməsi və monotonlaşması yeni media imperializminin doğmasına şərait yaratmışdır.

Kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı məsafələri ortadan qaldıraraq insanların asanlıqla dünyanın istənilən yerindən məlumat və xəbərlərə çatmasına imkan vermişdir. Media qloballaşmanın bir parçası olaraq zaman və məkan anlayışını yenidən tənzimləyərək dəyişdirmişdir. Medianın qloballaşması, eyni zamanda dövlətin nəzarəti altında özünü yeniləməyən, bir çox məsələlərə biganə qalan sistemləri də dəyişməyə məcbur etmişdir (Herman & McChesnesney, 2004, p. 8). Başqa bir sözlə, media qlobalizmlə birlikdə böyük potensiala sahib olmuşdur.

Qloballaşma insanların başını dörd divar arasından çıxararaq dünyada baş verənlərdən xəbərdar olmasına imkan vermişdir. İnternetin yeni media vasitələrinin inkişaf etdirilməsinə şərait yaratması

qloballaşmanın təsiri ilə bir inqilab yaratmışdır. Rəqəmsal media istehlakçı vərdislərini və ənənəvi mediadaki iş modellərini əsaslı bir şəkildə dəyişdirərək yeni rəqabət sahələri ortaya çıxarmışdır.

**6. Beynəlxalq media orqanlarının strukturu və xüsusiyyətləri.** 20-ci əsrin əvvəllərindən etibarən, mühüm kommunikasiya vasitələrindən birinə çevrilən media öncə yalnız fəaliyyət göstərirdiyi bölgədəki hadisələri diqqət mərkəzinə alırdısa, qloballaşma ilə birlikdə insanların dünyadaki hadisələrdən xəbərdar olma ehtiyacı medianın sərhədləri aşaraq beynəlmiləşməsinə səbəb olmuşdur. Bunun nəticəsində də informasiyanın əldə edilməsi və istehsalı mərhələsi də zamanla bu istiqamətdə inkişaf etmişdir (Şahin, 2011).

Beynəlxalq medianın ilk nümunələri xəbər agentlikləri olmuşdur. İkinci Dünya müharibəsindən sonra ABŞ-nin bir çox sahədə olduğu kimi, kommunikasiya sahəsində də üstünlüyü ələ keçirməsi bu zamana qədər hakim mövqedə olan Reuters və France Press (AFP) kimi agentliklərinin nisbətən geri planda qalmasına gətirib çıxarmışdır. Belə ki, beynəlxalq arenada sərbəst informasiya axını müdafiə edən ABŞ əsasını qoyduğu Associated Press (AP) agentliyi ilə digərləri ilə rəqabətdə üstünlüyü əldə etmişdir. Əsas funksiyası xəbər və ya xəbər üçün lazımı matrealları toplamaq, onları müxtəlif formatlarda istehsal etmək və hədəf auditoriyaya, maraqlı tərəflərə, abunəçilərə yaymaq və müştərilərə satmaq olan xəbər agentlikləri inkişaf edən hər bir yeni texnologiya ilə ayaqlaşmağı bacarmışdır (Şahin, 2013, s. 197).

Kommunikasiya texnologiyasının inkişafı, siyasi blokların dağılması və investisiya dövryyəsinin asanlaşması beynəlxalq media orqanlarının başqa ölkələrdə nümayəndəliklər açaraq, məzmun istehsalı prosesi ilə məşğul olmasına və dünyanın müxtəlif ölkələrində yaşayan milyonlarca insana çatmasına şərait yaratmışdır (Artun, 2016, s. 12). Beynəlxalq media orqanları, həmçinin həyata keçirdikləri satınalmalar və birləşmələr vasitəsi ilə istehsal resusları ilə paylaşım kanalları arasında əlaqə yaradaraq daha tez və az xərclə daha geniş auditoriyaya xitab edə bilmişdir (Kadioğlu, 2014, s. 25).

Beynəlxalq media orqanlarının həyata keçirdikləri satınalmaları və ya birləşmələrin səbəblərini aşağıdakı şəkildə sıralamaq mümkündür:

1. Potensial riskləri bölüşmək.
2. Sinerji effekti yaratmaq.
3. Vergi üstünlüklərindən yararlanmaq.
4. Xərcləri azaltmaq.
5. Rəqabət qabiliyyətini artırmaq.
6. Maliyyə yeniliklərindən faydalanmaq.
7. Texniki məlumat axını sürətləndirmək.
8. Kapitalı gücləndirərək daha güclü olmaq (Aytekin, 2016, s. 426-427).

Bütün bunlar beynəlxalq media qurumlarının daha da güclənməsinə və təsir dairəsini genişləndirməsinə şərait yaratmışdır.

### Nəticə

Beynəlxalq media qurumlarının daxili strukturuna və iş üslubuna nəzər salındığında bir-birləri ilə əlaqəli bir neçə tendensiyanın olduğunu görmək mümkündür. Belə ki, mülkiyyətlərini gücləndirməyə çalışan beynəlxalq media qurumları artıq bir platformada çox sayıda müxtəlif formatlı məzmunlarla yanaşı, eyni zamanda bir neçə platformada tək məzmunu da təqdim edə bilirlər. Platformalar arasında kommunikasiya məhsullarının bu axıcı hərəkəti reklam gəlirlərini artırmaq üçün auditoriyaların fərdiləşdirilməsini və seqmentləşdirilməsini təşviq etmişdir (Leandros, 2011).

### Ədəbiyyat

1. Akdemir, S. (2000). *Yeni küresel medya strategiyaları* [New Global Media Strategies]. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 0(8), 69-80.
2. Ansarov, V. (2008). *Uluslararası enformasyon akışı çerçevesinde Azerbaycan'da görsel-işitsel yayıncılık ve habercilik* [Visual-Audio Broadcasting and Journalism in Azerbaijan within the Framework of International Information Flow]. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

3. Artun, F. (2016). *Uluslariüstü medya ve yerel operasyonlar: Al Jazeera örneği* [Supranational Media and Local Operations: The Case of Al Jazeera]. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
4. Aydemir, C., Kaya, M. (2007). *Küreselleşme kavramı ve ekonomik yönü* [The Concept of Globalization and Its Economic Aspect]. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(20), 260-282.
5. Aytekin, M. (2016). *Medya endüstrisi* [Media Industry]. İstanbul Üniversitesi AÖF Yayınları.
6. Aziz, A. (1981). *Radyo ve televizyona giriş* [Introduction to Radio and Television]. Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.
7. Bilgili, C. (2005). *Medya(nın) ekonomisi ve medya ürününe etki biçimleri* [Economics of Media and Ways of Influencing Media Products]. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 0(3), 95-112.
8. Bozkurt, V. (2014). (Red.) C. I. Büyükbaykal. *Küreselleşme, kavram, gelişim ve yaklaşımlar, küreselleşmenin insani yüzü: 2000. Küreselleşme ve küresel çağda medya* [Globalization, Concepts, Development and Approaches, The Human Face of Globalization: 2000. Globalization and Media in the Global Era]. Derin Yayınları.
9. Cebeci, İ. (2011). *Küreselleşme yaklaşımları kapsamında küreselleşme sürecinin tarihsel değerlendirmesi* [Historical Evaluation of the Process of Globalization within the Framework of Globalization Approaches]. *Sosyoloji Konferansları*, 10(43), 359-386.
10. Enserov, V. (2019). *Uluslararası enformasyon akışında dengesizliğe sebep olan etkenler* [Factors Leading to Imbalance in International Information Flow]. *İNİF E-DERGİ*, 4(2), 59-91.
11. Girgin, A. (2002). *Uluslararası iletişim, haber ajansları ve A.A.* [International Communication, News Agencies and A.A.]. Der Yayınları.
12. İrvan, S. (1997). *Medya kültür siyaset* [Media, Culture and Politics]. Ark Yayınları.
13. Kadioğlu, Z. K. (2014). *Uluslararası medya sermayesinin yayılmacılığı ve Türk medyası* [The Expansion of International Media Capital and Turkish Media]. *E-GIFDER*, 2(3), 16-33.
14. Karlı, I. (2020). *Uluslararası rejim kuramına göre uluslararası iletişim düzeninin analizi* [Analysis of the International Communication System According to the International Regime Theory]. (Yayımlanmamış dissertasiya işi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
15. MacBride, S. (1993). *Bir çok ses, tek bir dünya* [Many Voices, One World] (Terc. Ö. Ertuğrul). UNESCO Türkiye Milli Komisyonu İletişim Komitesi Yayını.
16. Öztekin, A., Ayhan, P. (2021). *Tarihsel süreç içerisinde enformasyon dengesizliği, uluslararası girişimler ve çözüm önerileri* [Information Imbalance in Historical Process, International Initiatives, and Solution Proposals]. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 755-776.
17. Şahin, A. (2011). *Eleştirel medya okuryazarlığı* [Critical Media Literacy]. Anı Yayıncılık.
18. Şahin, M. (2013). *Ajans gazeteciliği ve medya sektöründe haber ajanslarının etkinliği* [Agency Journalism and the Effectiveness of News Agencies in the Media Sector]. *İletişim Kuram ve Araştırmalar Dergisi*, 0(37), 195-210.
19. Yılmaz, M. (2020). *Medya kuruluşlarında mülkiyet yoğunlaşması ve etkileri: Türk medyası örneği* (Yayımlanmamış dissertasiya işi) [Concentration of Ownership in Media Organizations and Its Effects: The Case of Turkish Media]. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
20. Herman, E. S., & McChesney, R. W. (2004). *The Global Media*. Cassel Press.
21. Leandros, N. (2011). *The International Media System in Transition: A Human Development Perspective*. <https://www.newmedia21.eu/analizi/the-international-media-system-in-transition-a-human-development-perspective/>
22. Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D., & Perraton, J. (1999). *Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Polity Press.