

Günəl ZÜLFÜQARLI

Azərbaycan Milli Konservatoriyasının magistri

Ülkər ƏLİYEVƏ

Sənətşünaslıq üzrə elmlər doktoru,

Azərbaycan Milli Konservatoriyasının professoru

Ünvan: Bakı, Yasamal rayonu, Ə.Ələkbərov 7

MÜASİR AZƏRBAYCANIN MUSIQİ SOSİOLOGİYASI

***Xülasə:** Məqalədə Azərbaycanda musiqi sosiologiyası sahəsində ilk tədqiqatın nəticələri təqdim olunur. Sorğu əsasında bütün yaş qruplarının musiqi marağının əsas istiqamətləri müəyyənləşdirilib və təhlil edilib. Musiqinin cəmiyyətdə və onun hazırkı durumuna təsirini təhlil edərkən sistem yanaşmanın tətbiqi gələcəkdə Azərbaycan musiqişünaslığının bu sahəsinin tədqiqində proqnostik yanaşma metodunun istifadəsinin mümkünlüyünü şərtləndirə bilər.*

***Açar sözlər:** musiqi sosiologiyası, tədqiqat, anket, yaş qrupları, musiqi mədəniyyətinin inkişafı*

Musiqi mədəniyyətinin inkişafı ilə cəmiyyətdə baş verən dəyişikliklər arasında əlaqə çoxsaylı tədqiqatçılar tərəfindən danılmaz şəkildə sübuta yetirilmişdir. Musiqi sənətinin sosial dəyişikliklərin təsiri altında transformasiyası haqqında müzakirələr aparıcı musiqi sosioloqlarının tədqiqat obyektinə olmuşdur. Musiqiyə ayrıca sosial institut kimi baxmaq lazımdır, onun sosial həyata təsiri sosiologiyanın nəzəri sahəsindən kənar qalmamalıdır.

Əvvəllər sənət hadisələri yavaş-yavaş, tərəddüdlə istiqaməti tədricən dəyişməklə müşahidə edilirdi. Əgər əvvəllər bu dalğalanmalar bir qədər ləng idisə, indi bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə olaraq bir-birinə qarşı duran müxtəlif üslub və cərəyanların ağılsız, çoxluq formalaşır. Kütləvi informasiya vasitələrinin yayılması, bədii yaradıcılığın təkrarlanması (audio və video yazılar, radio, televiziya, elektron resurslar – *Youtube, deezer, SoundCloud, musixub, Janqo* və s.) Azərbaycanda musiqi sənətinin fəaliyyəti üçün tamamilə yeni şərait yarandı. Cəmiyyət pop və rok mədəniyyəti dinləyicilərin, tamaşaçıların bədii prioritetləri sistemində aparıcı mövqə tutaraq, istirahətin ən geniş yayılmış formalarından birinə çevrilir. Dinləmə kanalları ilə şəxsiyyətə və bütövlükdə cəmiyyətdə davamlı təsir göstərən musiqi müəyyən dərəcədə insanın və cəmiyyətin şəxsiyyətinin formalaşmasına təsir göstərir. Nəticədə, XXI əsrin əvvəllərində musiqi üstünlükləri sosial eyniləşdirmənin tərkib hissələrindən birinə çevrilir.

Gənc nəslin formalaşmasında sosial-mədəni aspektin rolunu xüsusi qeyd etməliyik. Müxtəlif növ populyar musiqi, bədii filmlər, moda, rəqslər texniki repro-

duksiya dövründə artıq erkən uşaqlıq dövründə gənc nəslin mədəniyyət yoldaşlarına çevrilir. Gənclər estrada konsertlərinin, diskotekaların əsas ziyarətçiləri, audiotexnika və musiqi məhsullarının əsas istehlakçılarıdır. Gənclərə estrada ulduzları, populyar qruplar müraciət edir, onlar özlərini populyar bəstəkarlar və mahnı müəlliflərinə bəyəndirmək istəyir. Beləliklə, musiqi üslubları gənclərin subkulturaları üçün təbəqələşdirici meyar olmaqla bir növ sosial dil kimi fəaliyyət göstərməyə başlayır. Yuxarıda sadalanan amillərin hamısı Azərbaycan cəmiyyətinə tam şəkildə aiddir.

Qloballaşma dövründə¹, ölkələr arasında sərhədlərin “silindi” bir şəraitdə internet sayəsində ümumi informasiya məkanının yaradılması, insanların kimliyi, mənlik şüuru, mədəni irsin qorunması dövlətin aktual vəzifəsinə çevrilir. Bu mənada musiqi sosiologiyası sahəsində tədqiqatlar müasir Azərbaycan cəmiyyətinin kimliyinin formalaşması proseslərini daha yaxşı anlamağa kömək edərdi. Bu baxımdan musiqi zövqlərinin sosial identifikasiyanın əksi kimi tədqiqi musiqi sosiologiyası sahəsində tədqiqatlar üçün perspektivli istiqamət kimi görünür, dövlətin mədəniyyət və təhsil siyasəti sahəsində əsaslandırılmış qərarların qəbulu üçün əlavə məlumatlar verir.

Qeyd etmək lazımdır ki, konkret sosioloji tədqiqatın məqsədi məlumatın toplanması, işlənməsi və təhlilindən ibarət olan problemin təhlili və həllidir. İlk məlumatı toplayarkən, hər birinin öz növləri olan dörd əsas metoddan istifadə olunur:

- Anket üsulu (anket sorğusu);
- Sosioloji müşahidə;
- Sosioloji eksperiment;
- Sənədlərin təhlili.

Empirik məlumatların əsas hissəsi sosiologiyada sorğu metodları ilə əldə edilir ki, onun da mahiyyəti respondentlərin ictimai həyatda müəyyən həyati hadisələrə və hadisələrə münasibəti haqqında məlumat əldə etməkdən ibarətdir (3).

Bu metodların böyük əhəmiyyəti, ilk növbədə, təşkilati üstünlüklərlə müəyyən edilir (sorğunun təşkili hər hansı digər sosioloji tədqiqat metodunu həyata keçirməkdən həmişə asandır); ikincisi, nisbi ucuzluğu, üçüncüsü, sorğu üsulu ilə əldə edilən məlumatların zənginliyi və çoxşaxəliliyi (sorğu metodundan istifadə etməklə istənilən məlumatı əldə etmək olar); dördüncü, sorğu nəticəsində əldə edilmiş məlumatların emalı üçün texniki vasitələrdən maksimum istifadə etmək imkanı yaradır.

Sorğu metodlarının əsas növləri anket sorğusudur. Sosioloqa çox vaxt hadisə və proseslər haqqında birbaşa müşahidə üçün əlçatmaz olan və sosioloji təhlildə istifadə olunan müxtəlif sənədlərdə kifayət qədər əksini tapmayan məlumat la-

¹ Qloballaşma dedikdə mədəni, siyasi, elmi, texniki birləşmə, yəni vahid standart, formaya gətirmə və inteqrasiya (ayrı-ayrı, unikal, müstəqil sosial obyekt və hadisələr arasında münasibətlərin qurulması) prosesi başa düşülür. Qloballaşma bütün sahələrin birləşməsinə aiddir. İnsan həyatının və fəaliyyətinin: siyasi, maliyyə, elmi-texniki, dini, mədəniyyət. Qismən bir-birinə inteqrasiya olunur, qismən də məhv olub tarixdə həll olunur (6).

zımdır. Məsələn, insanların davranışlarının əsasında dayanan motivlər, maraqlar, üstünlüklər haqqında məlumat və s. Anket sadəcə suallar toplusudur, lakin tədqiq olunan obyektin empirik təsvirini təşkil edən bir-biri ilə əlaqəli məlumat toplusunu əldə etmək üçün nəzərdə tutulmuş vahid bir vasitədir. Buna görə də, tədqiqatın sonrakı hissəsində biz sual metoduna diqqət yetirəcəyik və daha ətraflı nəzərdən keçirəcəyik.

Təbii ki, sosioloji sorğuda filtr sualları vermək vacibdir. Respondentə əsaslı sual verməzdən əvvəl onun bu anketin nəzərdə tutulduğu insanlar qrupuna aid olub-olmadığını öyrənmək məsləhətdir. Əks halda, sonrakı suallar nəzərdə tutulduğu şəxslərə veriləcək və bu da nəticələrdə qərəzliliyə səbəb olacaq. Sorğumuz üçün anketləri verməzdən əvvəl insanların musiqi təhsili olub-olmadığını öyrənmək vacib idi. Bu nəzarətədiçi sual çox vacibdir və biz musiqi təhsili olan respondentlərdən (hətta musiqi məktəbi səviyyəsində də) bilərəkdən yayındıq. Bu mühüm xüsusiyyət bizi qiymətləndirməni – musiqi sənətinin mövcud vəziyyəti haqqında rəyi müəyyən etməyə vadar edə bilər. Axı musiqi təhsili olan insanların qiymətləndirmələri bu sahədə səriştəsi olmayan adi vətəndaşların fikirlərindən xeyli fərqlənə bilər.

Qeyd etmək lazımdır ki, sosioloji tədqiqatların praktikasında nəzarətədiçi suallarından geniş istifadə olunur. Onların məqsədi verilənlərin etibarlılığını yoxlamaqdır. Təhlükəsizlik sualları bir neçə funksiyanı yerinə yetirə bilər. Onların köməyi ilə bir mövzunun cavablarına nəzarət edə bilərsiniz, onlar bütövlükdə və ya ayrı bir sualda anketdə etimad əmsalının hesablanması üçün əsas ola bilər. Anketə məlumatları tamamilə məlum olan bir sualı daxil etmək mümkündür. Başqa bir şəkildə sual və sonra ona mümkün cavablar verilir ki, onlardan biri əvvəlcədən məlumdur.

Sorğu zamanı suallar V.A.Yadovun metodu ilə tərtib edildikdən sonra mümkün cavabların təklif edilib-edilməməsindən asılı olaraq açıq və qapalı olaraq bölünür: (4)

Qapalı suallarda respondentə bir və ya bir neçə mümkün cavabın təklif olunur. Ondən hansısa şəkildə sorğu vərəqəsində seçilmiş cavabı və ya cavabları qeyd etmək və ya altından xətt çəkmək tələb oluna bilər; müsahibə zamanı mümkün cavablar oxunur və ya kartda göstərilir. Qapalı sualların bir neçə növü var: “bəli – yox”, alternativ və “menyu sualları”.

Ən məşhur qapalı sual növü bəli-yox cavabı olan sualdır. Anketimizdə qapalı suallara “Ailənizdə musiqi alətində ifa edən varmı?” kimi suallar daxildir. Bu tip sualın spesifikliyi ondan ibarətdir ki, onun tərtibi balanslaşdırılmış deyil, yəni respondent tərəfindən onun seçiminə kömək edən mümkün cavablardan yalnız birini ehtiva edir. Bu tip sualların istifadəsi metodoloji cəhətdən, xüsusən də bilik, rəy və münasibət öyrənilərkən şübhə doğurur. Beləliklə, məsələn, Sən ... bəyənirsən?”, “İstəyirsən ...?”, “Sevirsən ...?”, “Baxırsan ...” və s. növ suallar cavabların müsbət istiqamətdə şübhəsiz dəyişməsinə səbəb olur. Bu səbəbdən əlavə olaraq “Musiqiyə qulaq asmağı sevirsiz?”, “Mədəniyyət kanalını izləyirsinizmi?”, “TV

və Radio da səslənən musiqinin keyfiyyətilə razısınızmi?” “suallarda “bəzən” cavabını da, əlavə cavablarda isə “həmçinin”, “bəli”, “bəzən xeyr” (“Siz orta məktəblərin musiqi dərslərində milli musiqimizin təbliği ilə razısınızmi?”) variantlarını da təqdim etdik. Qeyd edək ki, bəzi sosioloqlar qərəzi azaltmaq üçün sualın ortasına ruhlandırıcı alternativ qoyurlar, məsələn: “Zəhmət olmasa deyin, evdə radionuz varmı?”. Şübhəsiz ki, ruhlandırıcı təsir azalır, lakin onun tamamilə yox olduğunu iddia etmək üçün heç bir səbəb yoxdur.

Alternativ sual “bəli – yox” sualından söz balansı kimi mühüm xüsusiyyəti ilə fərqlənir. Alternativ suallar tez-tez “menyu sualları” adlanır, çünki onlar respondentə siyahıdan cavab seçməyə imkan verir. Anketimizdə “Hansı musiqiləri dinləməyi üstünlük verirsiniz?”, “Əgər sizə bilet təqdim etsələr hansı teatr salonunu seçərdiniz?” kimi alternativ suallardan istifadə etdik.

Alternativ sualın maraqlı variantı sual-dialogdur. Cavabdehdən onlardan biri ilə razılaşması tələb olunur. Bununla belə, bəli-yox sualından fərqli olaraq, dialog formasının mücərrədi daha görünən etmək üstünlüyü var. Rəsmlərin, fotoşəkillərin istifadəsi effekti artırır, respondentə sualın vəziyyəti ilə tanış etməyə imkan verir. Anketimizdə “Bu hansı bəstəkardır?” sualına görkəmli Azərbaycan bəstəkarı Fikrət Əmirovun şəklini daxil etmişdik. Bu sualdan istifadə edərkən biz iki məqsəd güdürük:

1. Sadə bir Azərbaycan vətəndaşının öz bəstəkarlarını görmə qabiliyyətinə görə necə tanıdığını öyrənin;
2. Fikrət Əmirov üçün bu il yubiley ilidir – onun anadan olmasının 100 illiyi və bir çox mədəniyyət təşkilatları bu tarixə həsr olunmuş tədbirlər keçirir. Bu fəaliyyətlərin ölkə əhalisinin maarifləndirilməsi baxımından nə dərəcədə səmərəli olduğunu bilmək istədik.

Anketimizdə yarı qapalı sualdan istifadə etmək imkanı yaratdıq. Yarımqapalı sual təqdim olunan siyahının respondentin öz fikrini bildirməsi üçün kifayət olduğuna əminlik olmadıqda respondentə təqdim edilmiş siyahını öz cavabı ilə əlavə etmək imkanı verir. Lakin respondentlərin heç biri bu fürsətdən istifadə etməyib, hazır cavablar siyahısına üstünlük verib.

C.Gellapın sual vermə metodunu da maraqlı gördük. Bu metodun yuxarıda qeyd olunan V.A.Yadovla müsahibə metodu ilə ümumi cəhətləri çoxdur, lakin sorğu vərəqəsinin tərtib edilməsi baxımından daha aydın diqqət mərkəzindədir. G.Gallup beş sualdan ibarət mərhələli sual yerləşdirmə texnikasını təklif etdi (2).

Birincisi, respondentin problemdən ümumiyyətlə xəbərdar olub-olmadığını və bu barədə düşünüb-düşünmədiyini öyrənmək üçün nəzərdə tutulmuş filtrdir.

İkincisi, respondentin ümumiyyətlə bu problemlə necə əlaqəli olduğunu öyrənmək məqsədi daşıyır (açıq sual).

Üçüncüsü, problemin konkret məqamlarına cavab almaq üçündür (qapalı sual).

Dördüncü müsahibin fikirlərinin səbəblərini aşkar etməyə kömək edir və yarı qapalı formada istifadə olunur.

Beşinci sual bu baxışların gücünü, intensivliyini üzə çıxarmağa yönəlib və qapalı formada təbiiq edilir.

Sorğu vərəqəsini tərtib edərkən uzun sorğuların respondentləri bir qədər narahat etdiyini düşünərək özümüzü qəsdən 11 sualla məhdudlaşdırdıq. Beləliklə, anketimiz aşağıdakı formada təqdim olundu.

1. Yaşınız

- a) 18-25
- b) 26-45
- c) 46-60
- d) 61 və yuxarı

2. Təhsiliniz

- a) Ümumi orta təhsil
- b) Tam orta təhsil
- c) Orta ixtisas təhsili
- d) Ali təhsil

3. Bölmə

- a) Azərbaycan
- b) Rus

4. Ailənizdə musiqi alətində ifa edən varmı?

- a) Bəli
- b) Xeyr

5. Musiqiyə qulaq asmağı sevirsiniz?

- a) Bəli
- b) Xeyr
- d) Bəzən

6. Hansı musiqiləri dinləməyi üstünlük verirsiniz?

- a) Muğam
- b) Aşiq
- c) Retro
- d) Meyxana
- e) Klassik
- f) Pop
- g) Rep
- h) Rok
- i) Caz

7. Mədəniyyət kanalını izləyirsinizmi?

- a) Bəli
- b) Xeyir
- c) Bəzən

8. Əgər sizə bilet təqdim etsələr hansı teatr salonunu seçərdin

- a) Azərbaycan Dövlət Filarmoniyası.
- b) Azərbaycan Dövlət Akademik Opera və Balet teatrı
- c) Azərbaycan Dövlət Mahnı teatrı
- d) Beynəlxalq Muğam Mərkəzi

9. TV və Radio da səslənən musiqilərin keyfiyyəti ilə razısınızmi?

- a) Bəli
- b) Xeyr
- c) Bəzən

10. Siz orta məktəblərin musiqi dərslərində milli musiqimizin təbliği ilə razısınızmi?

- a) Bəli
- b) Xeyr
- c) Bəzən bəli,
- d) Bəzən xeyr

11. Bu hansı bəstəkardır?

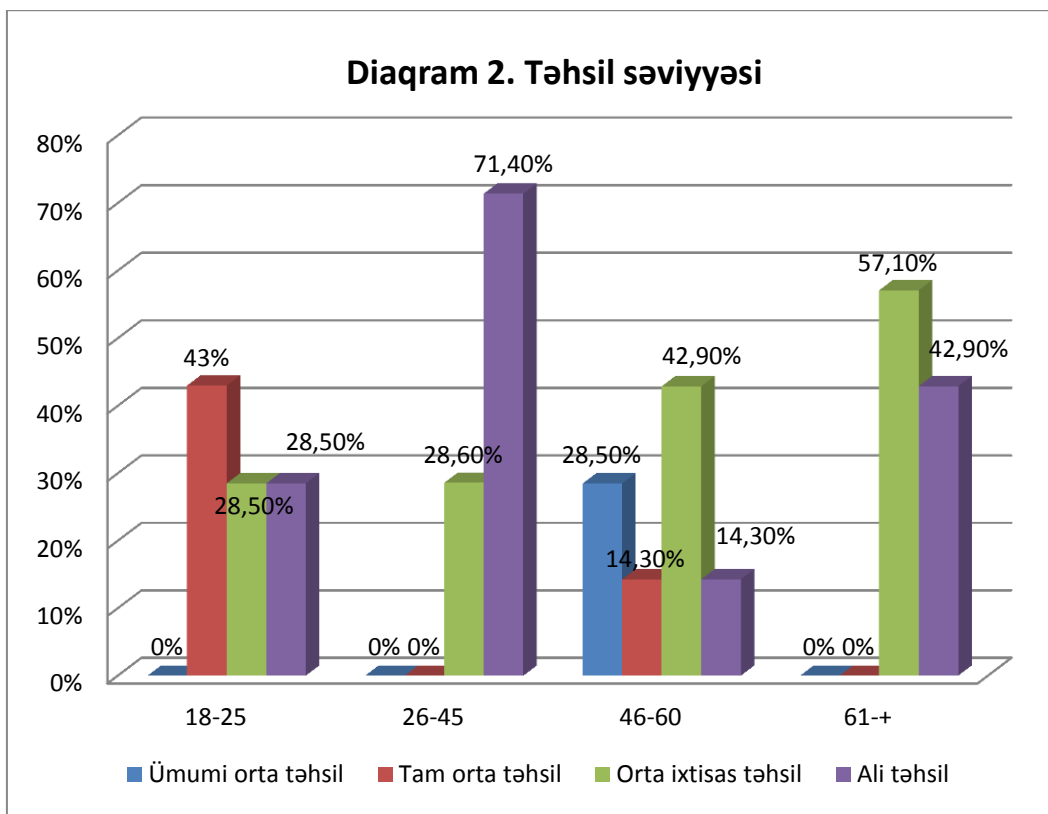
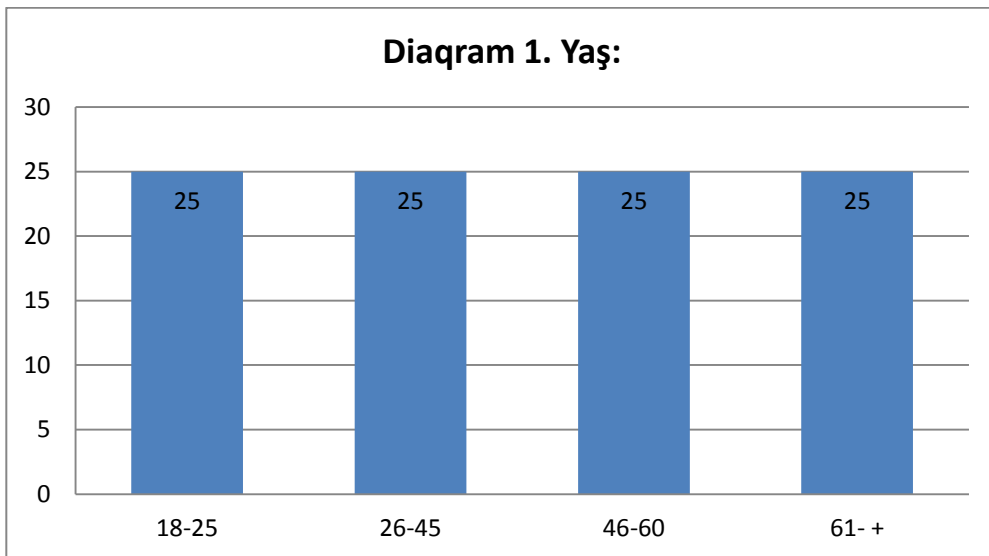
- a) Tofiq Quliyev
- b) Niyazi
- c) Fikrət Əmirov
- d) Qara Qarayev

Beləliklə, 28 nəfərlə yaşa görə fərq qoymaqla müsahibə, anketdən istifadə edərək seçmə tədqiqat apardıq və əldə edilən məlumatların yüksək səviyyədə təmsil olunduğunu iddia etmirik. Bu araşdırma ilə cəmiyyətin diqqətini bu problemə cəlb etmək istəyirik.

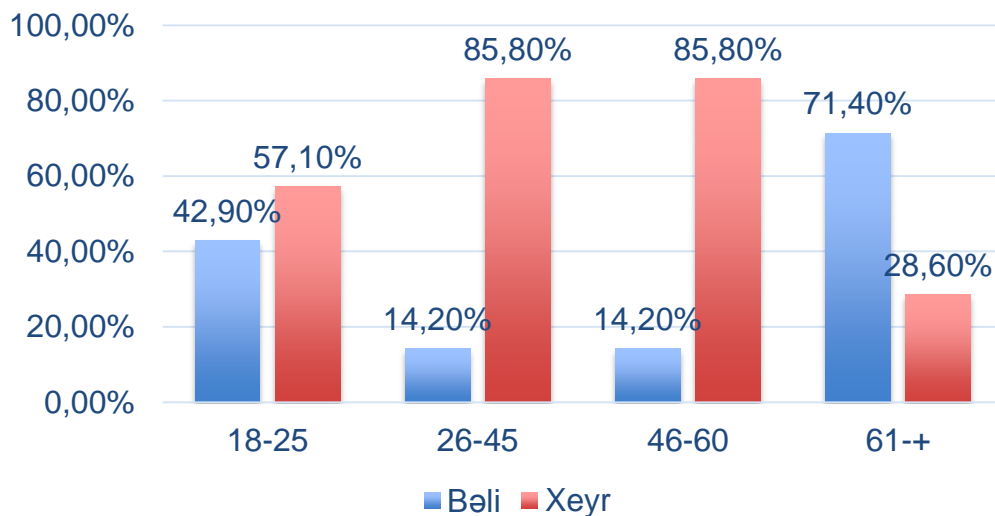
İndi keçək sualların semantik yükünə. Onlarda olan məzmunu görə suallar

- 1) faktlarla bağlı suallar;
- 2) biliyə dair suallar;
- 3) fikirlər, münasibətlər, davranış motivləri haqqında suallar.

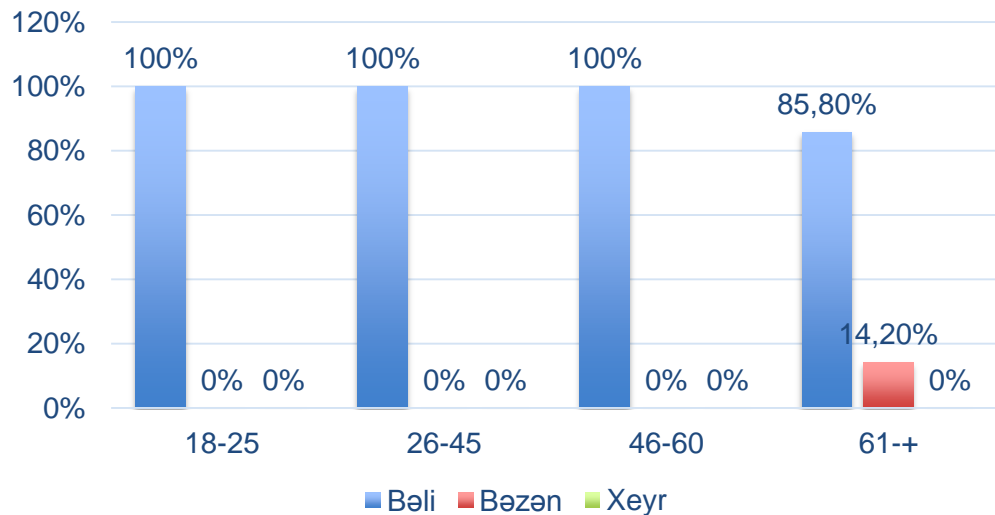
Tədqiqatın nəticələri.

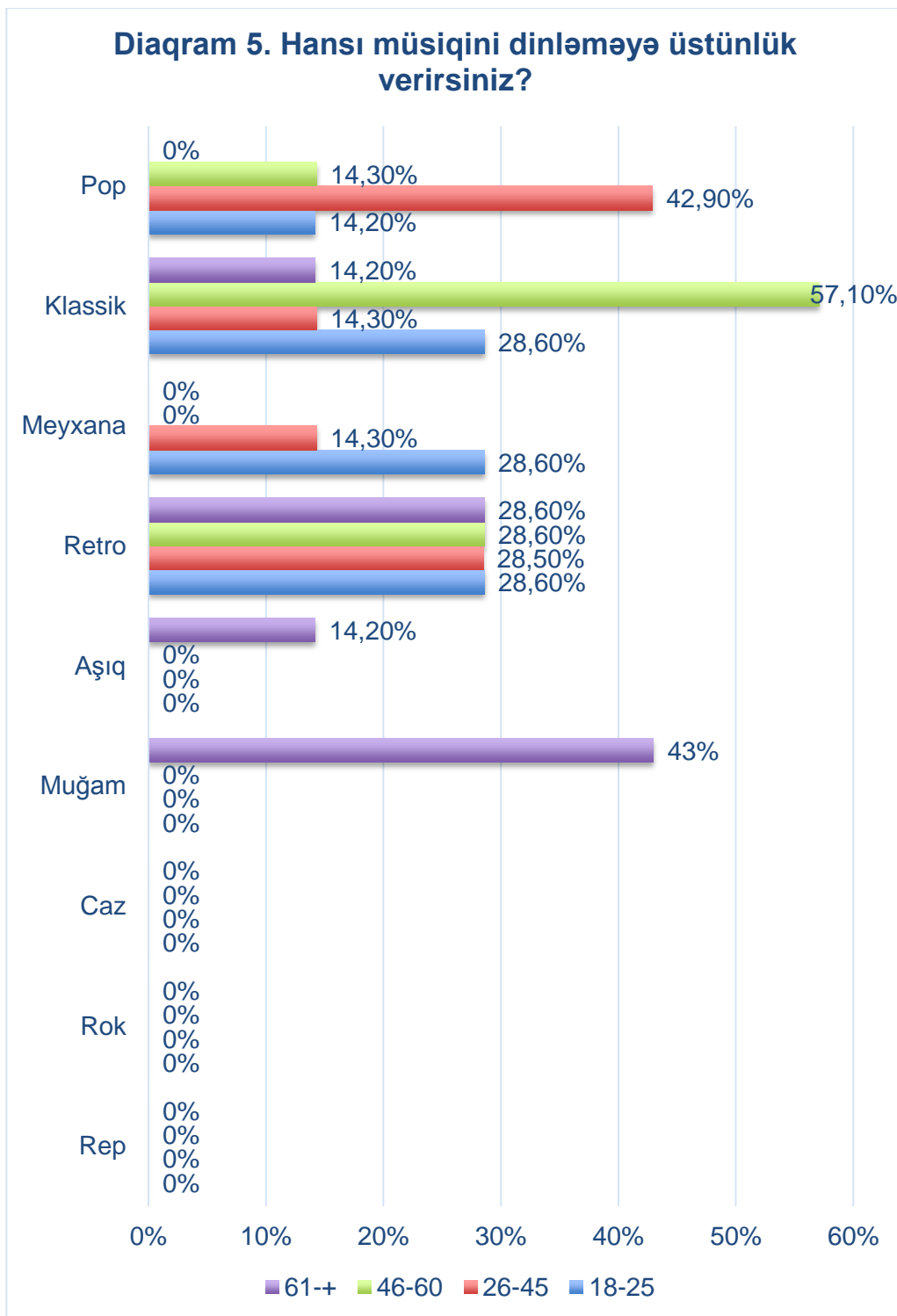


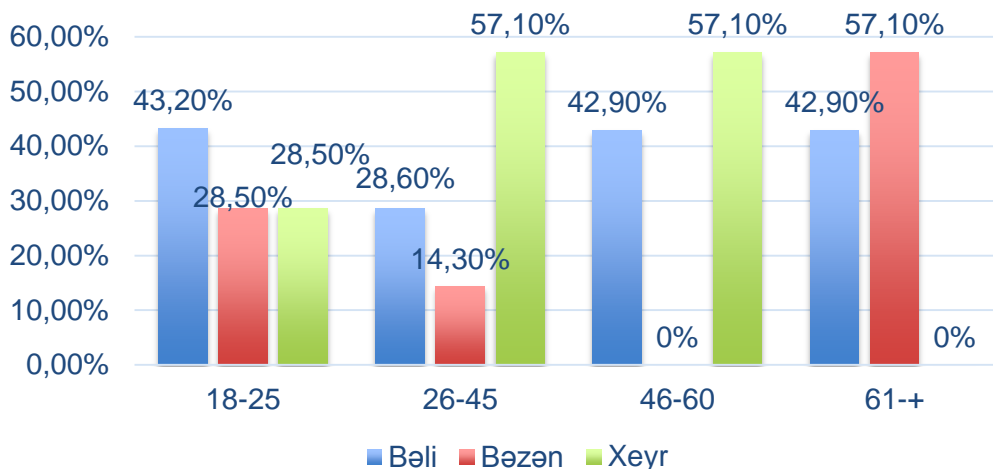
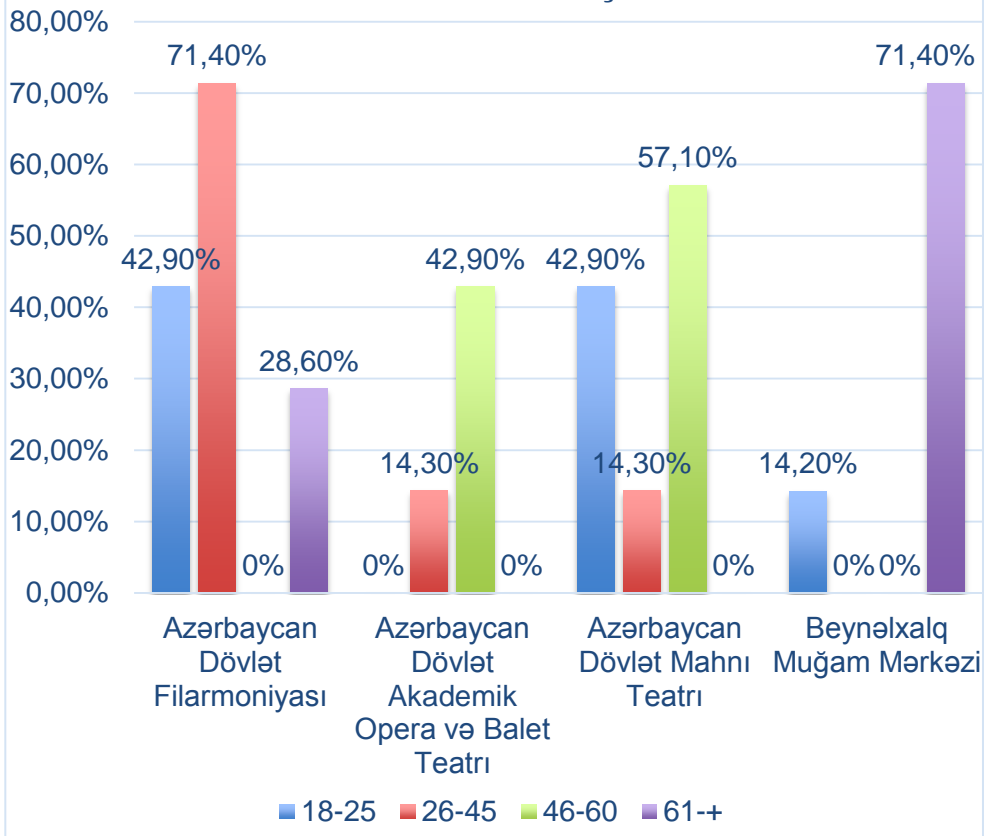
Diaqram 3. Ailənzədə musiqi alətində ifa edən varmı?

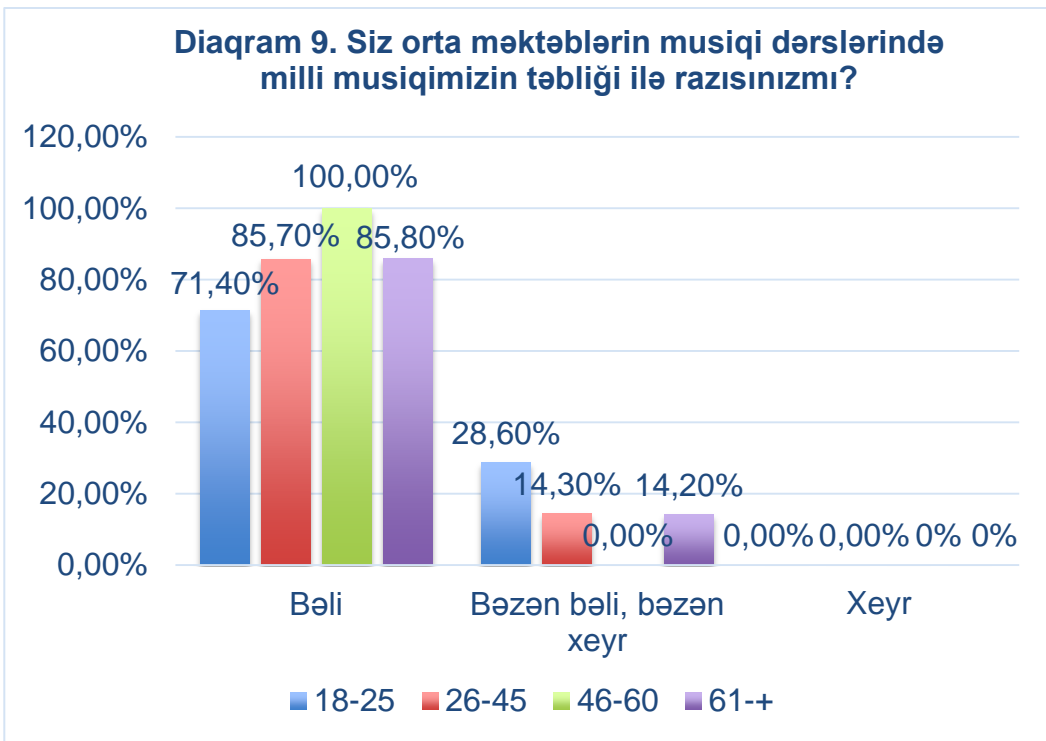
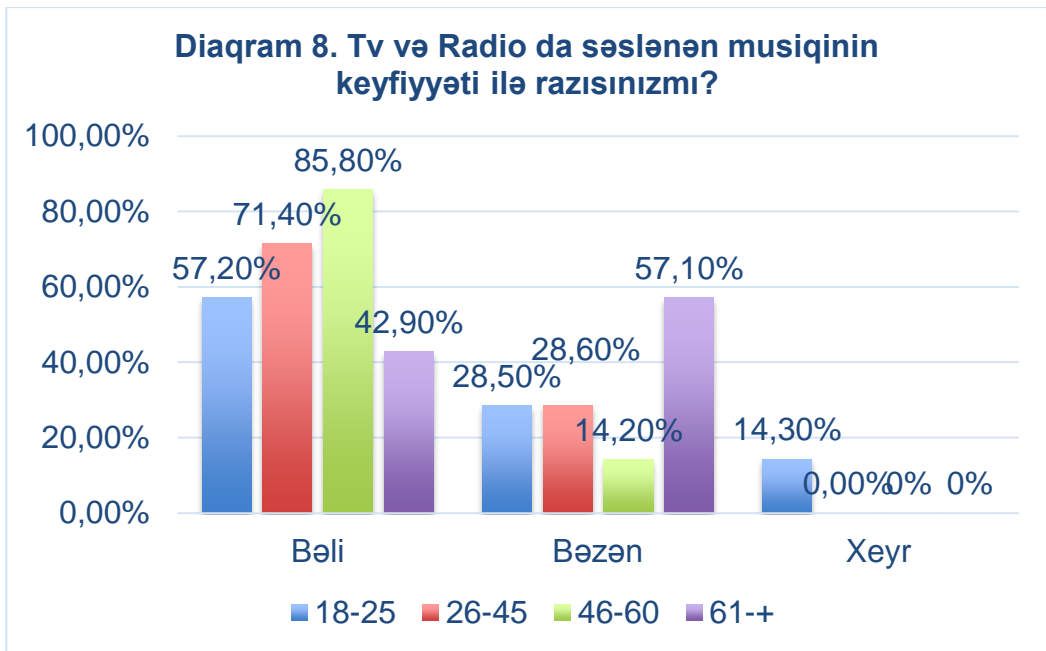


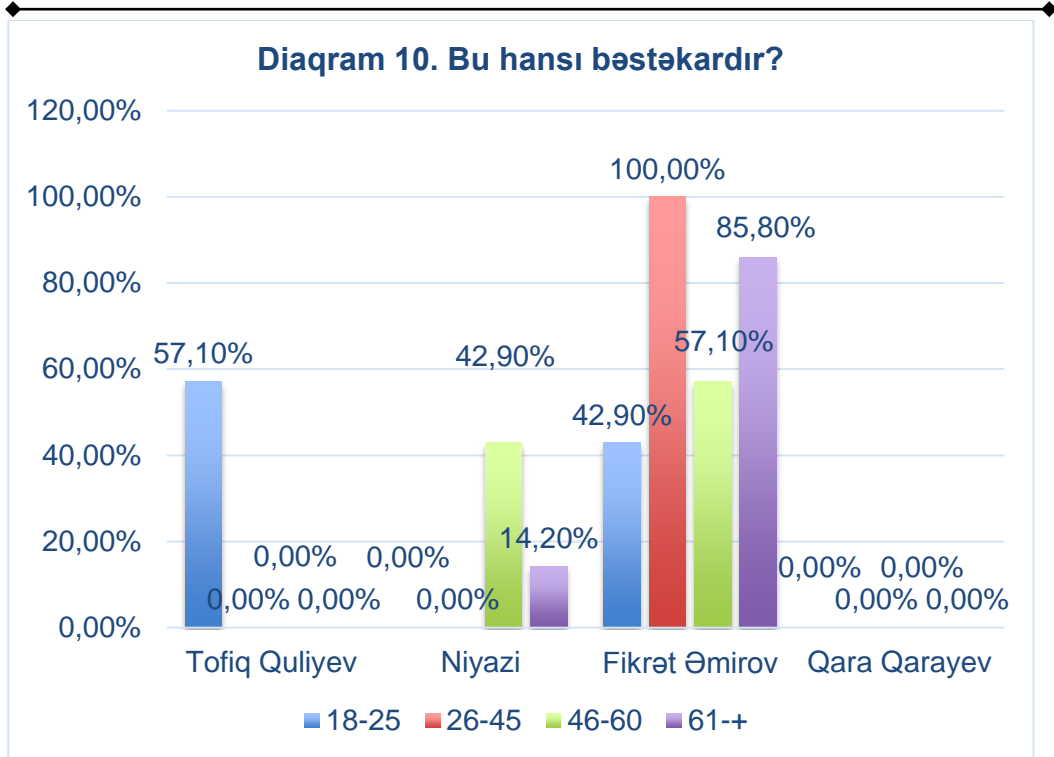
Diaqram 4. Musiqiyə qulaq asmağı sevirsinizmi?





Diaqram 6. Mədəniyyət kanalını izləyirsinizmi?**Diaqram7. Əgər, Sizə bilet təqdim etsələr, hansı teatr salonunu seçərdiniz?**





Araşdırmamızın nəticələrini təhlil edərək, aşağıdakı nəticələrə gəldik:

1) Respublikanın əmək qabiliyyətli və istehlakçı əhalisinin əsasını təşkil edən ikinci qrupun (26-45 yaş) əsas üstünlük təşkil edən təbəqənin estrada musiqisinə (42,9%) üstünlük verməsi müəyyən dərəcədə narahatedicidir. Eyni zamanda, bu qrupda ali təhsil səviyyəsi ən yüksəkdir (71,4%).

Bu gün pop-musiqi müəyyən dərəcədə ideologiyayı əvəz edib və əhaliyə güclü təsir metodudur. Estrada sənəti hazırda kütləvi mədəniyyət fenomeni sayılan nəhəng musiqi təbəqəsidir. Eyni zamanda qeyd etmək lazımdır ki, lazımi texniki avadanlıq hətta istedadı olmayan insanların da səhnədə ulduzlar kimi parlmasına, mahnılarını təqdim etməsinə şərait yaradır. Musiqi bütleri hər şeydə kumirdir: geyim tərz, üslub, davranış və hətta həyat tərz. Buna görə də, fikrimizcə, kütləvi mədəniyyətin əhaliyə təsirini öyrənmək zərurəti yaranmışdır, çünki bu tip şəxsiyyətin formalaşmasına kömək edir.

Kütləvi musiqi mədəniyyəti, populyar musiqi, musiqinin bu istiqamətində elitə musiqi sənəti anlayışları müasir cəmiyyətdə o qədər bir-biri ilə bağlıdır və iç-içədir ki, bəzən onları ayıran xətt çəkmək mümkün olmur. Akademik yerli musiqişünaslıq pop (kütləvi, populyar) musiqini hələ də ciddi qəbul etmir. Musiqidə bu istiqamət görünür. Musiqi məktəbləri və konservatoriyalar üçün dərslərdə və dərslər vəsaitlərində, musiqişünaslıq jurnallarında musiqi fəaliyyətinin bu sahəsinə həsr olunmuş kifayət qədər məlumat və elmi nəşrlər açıq şəkildə yoxdur.

Bu arada, hətta T.Adorno dəfələrlə qeyd etdi ki, “yüngül musiqi” eşitmənin repressiyasına gətirib çıxarır. Melodik və ritmik konvensiyalar qulağı çeviklikdən məhrum edir və əksər müasir estrada mahnılarında üç əsas tonal akkordun istifadəsi harmoniyanın qavranılmasına əmr verir (yerli müasir estrada bəstəkarları arasında səbəbsiz deyil, rəqibini incitmək istəyənlər deyirlər: “Onun mahnısı cəmi üç akkorddan ibarətdir”). Belə ki, sadə musiqi sxemlərinə qərq olmuş insanın eşitməsi daha mənalı musiqini adekvat şəkildə qavramaq iqtidarında deyil.

Qeyd edək ki, musiqi sənayesi termini ilkin olaraq musiqi, teatr və əyləncə mənasını daşıyırdı. Müxtəlif müəlliflər bu termindən radio, televiziya, film, video və s. mənalarda istifadə edirlər. Mədəniyyət sənayesi və ya əyləncə sənayesi vətəndaşların diqqətini vacib məsələlərdən maraqlı olana yönəltmək lazım olduğu hallarda istifadə olunur. Əyləncə sənayesi çox vaxt psixoloji etibarsızlıq və qorxu hissləri ilə müşayiət olunan böhranlı sosial hadisələrə işarədir. Belə janrlara tələbat reallıqdan, öz həyatından qaçmağın əksidir. Əsas problem odur ki, daim dəb qanunlarına tabe olan əyləncə musiqisi yüksək fikir və dərin hisslərin musiqisinə, hər zaman əyləncə verməyən, əksinə, maarifləndirici və ruhlandırıcı musiqiyə qarşı çıxır.

Fikrimizcə, artıq Azərbaycanda musiqi sənayesinin tədqiqinə sosial-mədəni yanaşmanın işlənilib hazırlanması zərurəti yaranıb, çünki biz hesab edirik ki, musiqi sənayesi bir sosial-mədəni hadisə kimi öyrənilə bilər və öyrənilməlidir. Ümumiyyətlə, cəmiyyətin musiqi həyatının konkret sosial-tarixi, sosial-mədəni və sosial-iqtisadi şəraitdə nəzərdən keçirildiyi bir istiqamət kimi musiqi sənayesinin sosial-mədəni təhlilinin xüsusiyyətlərindən danışmaq olar. Eləcə də bu sosial-mədəni hadisənin dövlət səviyyəsində tənzimlənməsi strategiyasının hazırlanmasından danışılır.

Nümunə olaraq, Tatarıstan Mədəniyyət Nazirliyinin inkişafını göstərə bilərik, o, böyük «Tatar жыры» (Tatar mahnısı) festivalını – illik beynəlxalq estrada festivalını, tatar mahnısı sahəsində xalq mükafatlandırma mərasimini təşkil edir. Bu festival 1999-cu ildən keçirilməyə başladı (onuncu yubiley festivalı o vaxt Tatarıstan Prezidenti Mintimer Şaymiyev tərəfindən açılmışdır). Artıq Tatarıstan Respublikasının hazırkı Prezidenti Rüstəm Minnixanov 2016-cı ilin noyabr ayından M.Cəlil adına Tatar Akademik Dövlət Opera və Baletinin səhnəsində hər il keçirilən «Үзгәреш жиле» (“Dəyişiklik küləyi”) Tatar Mahnı Festivalının yaradılmasının sahibidir. “Layihənin əsas məqsədləri bunlardır: tatar səhnəsinin səviyyəsinin yüksəldilməsi; musiqiyə, mətnlərə, ifaçıların peşəkarlığına, üslubuna, ifa tərzinə yüksək keyfiyyət tələblərinin qoyulması; tatar musiqi sənətinin Rusiyada və xaricdə təbliği” (7). Bu festivalda təkcə həvəsli ifaçılar deyil, həm də teatrın opera truppasının solistləri, xalq çalğı alətləri ifaçıları, caz ifaçıları və s. iştirak edirdi. Finalçıların konserti parlaq estrada şousudur. Bu festivalın qalibləri “Altın Kazan” musiqili tamaşanın hazırlanmasında iştirak etmiş, həmçinin Karnegi Hollun (ABŞ) dünyaca məşhur konsert səhnəsində təşkil olunmuş konsertində iştirak etmişlər.

Bu festivalların tatar estrada mahnısına dünya şöhrəti gətirmədiyinə baxmayaraq, onun pop mədəniyyətinin keyfiyyəti, eləcə də tatar mahnısının bütün Volqa bölgəsinə təsiri (Başqırdıstan, Çuvaşiya, Mordoviya daxil olmaqla) əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşmışdır (Həştərxan vilayəti və s.).

Tatarıstan Respublikasının kütləvi musiqi mədəniyyəti ilə iş nümunəsindən istifadə edərək qeyd etmək istəyirik ki, digər bölgələrdə də bu işin müsbət nümunələrini öyrənmək və bu prosesin təşkilində dövlət strukturlarının iştirakını öyrənmək lazımdır. Axı məşhur fransız musiqişünası Antuan Hennionun fikrincə – “*la musique est une sociology*” – “musiqi sosiologiyadır”.

2) Çox narahatedicidir ki, ilk üç qrupun respondentləri (18 yaşdan 60 yaşa qədər) ənənəvi xalq musiqisinin – muğamın, aşığı musiqisinin onların musiqi seçimində aparıcı amil olmadığını (hər üç qrupda 0% və yalnız I 18-25 yaş arası qrupda 14,2%) və Beynəlxalq Muğam Mərkəzinə baş çəkmək niyyətində olduqlarını bildiriblər. Yalnız dördüncü qrupda (60 yaşdan yuxarı) muğama (43%) və aşığı musiqisinə (14,2%), Beynəlxalq Muğam Mərkəzinə (71,4%) üstünlük verirlər. Eyni zamanda, respondentlərin 100%-i Azərbaycan dilli mühitə (Azərbaycan bölməsi) aiddir.

Fikrimizcə, cəmiyyətimizin əsasını təşkil edən hər üç qrupda ənənəvi musiqiyə marağın olmaması təhsil sistemində ciddi nöqsandır. Məktəbəqədər təhsildən başlayaraq xalq musiqisinə sevgi aşılamaq lazımdır. Eyni zamanda, məktəbəqədər və sonrakı məktəb yaşlı uşaqları ənənəvi musiqi ilə tanış etmək üçün, fikrimizcə, aşağıdakı addımların atılması zəruridir:

- Valideynləri uşaqlarla birgə fəaliyyətə cəlb etmək;
- Evdə uşağın xalq musiqisi ilə tanış olmasına şərait yaratmaq;
- Xalq musiqisi konsertlərinə ailəvi səfərlər təşkil etmək, yəni uşaqlara öz yaşlılarının iştirakı ilə “canlı ifa”da xalq musiqisini emosional hiss etmək imkanı yaratmaq (bunun üçün gənc xanəndələrin iştirakı ilə xüsusi konsertlər təşkil etmək) Filarmoniya, Beynəlxalq Muğam Mərkəzi, o cümlədən bu konsertlərə bilet alan zaman əhəmiyyətli qiymət endirimləri təşkil etmək);

- Uşağı xalq çalğı alətlərində dinləməyə və ifa etməyə, uşaqlarla birlikdə musiqi fəaliyyətlərində iştirak etməyə həvəsləndirmək;

- Aşığı musiqisindən istifadə edərək improvizasiya yolu ilə oynaq, yaradıcı situasiyalar yaratmaq və s. Yəni ənənəvi xalq musiqisinin tədrisinə formal deyil, yaradıcılıqla yanaşmaq.

Yuxarıda qeyd olunan tədbirlərin həyata keçirilməsi təəssüratların zənginləşməsinə, estetik zövqün formalaşmasına, yaddaşın, təfəkkürün, nitqin inkişafına, konsert səfərləri zamanı bayram ab-havasının yaradılmasına xidmət edəcəkdir. Ümumiyyətlə, bu sorğunun nəticələri göstərir ki, xalq musiqisinin tədris prosesində təbii və öyrənilməsi üçün dövlət proqramına ehtiyac var.

3) İkinci qrup respondentlərin böyük əksəriyyəti (26-45 yaş kateqoriyası) “Mədəniyyət” kanalına baxmır (cəmi respondentlərin 28,6%-i bu kanala baxır). Bu

fakt həm də həyəcanverici signal rolunu oynayır, çünki bu respondentlər gələcək və ya indiki valideynlərdir və sənətə ilk giriş (təhsillə birlikdə) ailədə başlayır.

4) Həmçinin birinci qrup respondentlərin (yaş kateqoriyası 18-25 yaş) Opera və Balet Teatrına gəlmək arzusunu bildirməməsi də narahatedici ola bilməz. İkinci qrupda (26-45 yaş) 14,3% Opera və Balet Teatrına gələcəklərini bildiriblər. Üçüncü qrupda (46-60 yaşda) ən yüksək göstərici 42,9% təşkil edir. Qeyd edək ki, Azərbaycan Milli Konservatoriyasının tələbələri arasında qeyri-rəsmi sorğu keçirdik və məlum oldu ki, respondentlərin əksəriyyəti (80%-ə yaxın, bakalavr və magistrələr) nəinki Opera və Balet Teatrında olmayıb, hətta Bakı və Azərbaycanın digər şəhərlərdəki teatrlar, yəni Azərbaycanın teatr həyatı ilə tanış deyillər. Vaxtla Opera və Balet Teatrını ziyarət etməyə müvəffəq olanlar artıq oraya yenidən baxıblar və ya ziyarət etməyi planlaşdırıblar. Beləliklə, üçüncü qrup respondentlərin Opera və Balet Teatrına marağı onunla izah oluna bilər ki, onlar yaşlarına və daha sabit maddi vəziyyətlərinə görə artıq aparıcı musiqili teatra getməyə nail olublar və yenidən ziyarət etmək istəyirlər. Fikrimizcə, gənclər arasında ölkənin aparıcı teatrına getmə problemi reklamın az olması ilə bağlıdır. Teatr əsərləri yalnız “Mədəniyyət” kanalında nümayiş etdirilir ki, eyni zamanda, bu videomateriallər nəinki subtitrlərlə təmin olunmur, hətta tamaşadan əvvəl ekranda libretto belə göstərilir.

Fikrimizcə, aparıcı xarici musiqi teatrlarının (Metropolitan Operası, Vyana Operası, Hamburq və Ştutqart teatrları və s.) teatrının və ya Salzburq Opera Festivalının təcrübəsinə müraciət etmək məqsədəuyğun olardı. Dünya şöhrətinə baxmayaraq, hər teatr mövsümündə bu teatrlar və festivalın təşkilatçıları kimin oxuyacağını, bu ifaçıların niyə dəvət edildiyini, rejissorlar haqqında məlumatı, o cümlədən, elektron saytlardakı materiallardan ibarət reklam broşürləri (o cümlədən videolar, elektron saytlardakı materiallar) buraxırlar (təqdim olunan performansda öz planının əsas istiqaməti və s.).

Fikrimizcə, dövlət səviyyəsində telekanallara reklam vaxtının bir hissəsini təkcə kommersiya məqsədləri üçün deyil, həm də ölkəmizdə keçirilən mədəni tədbirlərə ayırmağa məcbur etmək lazımdır. Məsələn, Metropolitan Operasının təcrübəsinə istinad etmək olar ki, hər bir yeni tamaşa üçün yeni tamaşa haqqında – istehsalda iştirak edənlər, tamaşaların hazırlanması (o cümlədən dekorasiya və kostyumların tikilməsi) haqqında parlaq qısa reklam çarxı çəkilir. və s. Bu mədəni reklamın təcrübəsi artıq mövcuddur. Məsələn, Fidan Hacıyevanın iştirakı ilə respublika telekanallarında ifaçının öz hesabına aparılan piar kompaniyasını qeyd edək. Opera və Balet Teatrının səhnəsində nadir tamaşa göstərilməsinə baxmayaraq, paytaxtın və respublikanın əksər sakinləri azərbaycanlı Karmen obrazında onun obrazını yaradan ifaçının adını eşitmişlər. Siz həmçinin Qərbi Avropa musiqili teatrlarının təcrübəsindən istifadə edə bilərsiniz, hansı ki, reklam məqsədi ilə premyeradan 2-3 gün əvvəl tamaşaya öz baxışını və ifadə etməyə çalışdığını çatdıran yeni tamaşanın rejissoru ilə pulsuz görüşlər təşkil edir. Bu, tamaşaçını teatra

gələrek tamaşanın nə dərəcədə uğurlu alındığını və rejissorun bütün planlarının həyata keçib-keçmədiyini, səhnədə onları reallaşdırma bilib-bilməyəcəyini öz gözləri ilə görməyə sövq edir.

Qeyd etmək lazımdır ki, müəyyən səhnə məkanlarının reklam təşviqi üçün bir çox ideyalar var, lakin onların hamısı reklamdən asılıdır – açıq və ya gizli. Fikrimizcə, respondentlər arasında Azərbaycan Dövlət Filarmoniyasına getmək istəyinin populyarlığını gizli reklam izah edə bilər. Bu cəhət bayram günlərində AzTV-də və İctimai kanalda məşhur klassik əsərlərin (Ü.Hacıbəyli, F.Əmirov, Q.Qarayev və s.) yazılarının özəl olaraq yayımlanmasında özünü göstərir. Eləcə də Filarmoniyanın reklamına həm musiqi mədəniyyətimizin mərhum korifeylərinin, həm də bu gün yaşayanların yubiley tədbirlərinin (həm ömürlük çəkilişlərin, həm də xatirə gecələrinin) vaxtaşırı nümayiş etdirilməsi (Şövkət Ələkbərova, Həbil Əliyev, Hacıbaba Hüseynov, Arif Babayev və başqaları həsr olunmuş yubiley tədbirləri) kömək edir.

5) Retro musiqiyə kiçik, lakin sabit maraq bir qədər gözlənilməz oldu – bütün yaş qrupları üçün demək olar ki, eynidir: birinci qrup – 28,6%, ikinci – 28,5%, üçüncü – 28,6% və dördüncü – 28,6% (daha yüksək nisbət gözləyirdik. 60+ yaş qrupunda isə bu qrupun respondentləri muğama üstünlük veriblər). Retro musiqiyə hətta gənclər arasında belə təəccüblü sabit marağın olması, fikrimizcə, dinləyicinin keçmişlə indiki estrada ifaçılarını müqayisə edərək, estrada korifeylərimizin yüksək keyfiyyət səviyyəsini hələ də dəyərləndirə bilməsindən irəli gəlir. Həmçinin, fikrimizcə, ailə tərbiyəsi amili var ki, əksəriyyəti ailə çevrəsində Azərbaycanın görkəmli bəstəkarları – Niyazi, Tofiq Quliyev, Rauf Hacıyev, Emin Sabitoğlu, Ramiz Mirişli, Arif Məlikov, Vasif Adıgözəlov, Elza İbrahimova kimi bəstəkarların musiqisini Rəşid Behbudov, Müslüm Maqomayev, Şövkət Ələkbərova, Anatollu Qəniyev, Mirzə Babayev, Oqtay Ağayev, Akif İslamzadə və başqaları kimi tanınmış müğənnilərin ifasını eşidiblər.

Fikrimizcə, müasir Azərbaycan estrada müğənnilərinin retro mahnılara müraciətini bu cəhət izah edir. Nümunə olaraq İlhamə Quliyevanın repertuarından, Zamiq Hüseynov, Röya Ayxanın ifasında “Neylərsən” (Musiqi: Faiq Sücəddinov, Sözləri: Nuridə Atəşi) mahnısının ifasını götürək, “Ala gözlüm” (Musiqi: Emin Sabitoğlu, Sözləri: Nigar Rəfibəyli), “Qurban Verdim” (Musiqi: Elza İbrahimova, Sözləri: Rəfiq Zəka) Akif İslamzadənin repertuarından, “Bilməzdim” (Musiqi: Elza İbrahimova, Sözləri: Oqtay Şamil) Flora Kərimova, İlhamə Quliyeva, Səbinə Quluzadənin repertuarından və s. göstərə bilərik.

6) Birinci və yaş qruplarının meyxana janrına kiçik, lakin davamlı marağını qeyd edirik: birinci qrup – 28,6 % (bu qrupda eyni faiz klassik və retro musiqi kimi növlər tərəfindən toplanıb) və ikinci qrupda 14,3%. Fikrimizcə, istər musiqi, istərsə də dövlət strukturları bu subkulturanın – meyxananın gənclər cəmiyyətinə təsiri kimi bu faktı nəzərə almalıdırlar. (Görünür, azərbaycandilli mühitdə gənclər

cəmiyyətinin formalaşmasında bu cəhət – meyxana janrının təsiri müəyyən dərəcədə diqqətdən kənar qalır).

7) Sorğuda klassik musiqinin kifayət qədər yüksək seçilməsi (birinci kateqoriya – 28,6%, ikinci – 14,3%, üçüncü – 57,1% və dördüncü qrup – 14,2%) daha çox “ali təhsilli insan” obrazına yaxınlaşmaq istəyi ilə bağlıdır. Bununla belə, daha yaxından araşdırıldıqda, əlavə şifahi sorğuda bu cür üstünlüklər nominal olur, çünki əksər hallarda klassik musiqiyə üstünlük verən şəxsin klassikanın özü ilə tanışlığı L. van Bethovenin “Ay sonatası”, V.A.Motsartın “Türk Marşı”, P.I.Çaykovskidən “Kiçik Qu quşlarının rəqsi” ilə məhdudlaşır. Beləliklə, P.Burdyo (11; 33) tərəfindən “orta intellektual” adlandırılan zövqü bizdə “məşhur” zövqü ilə eyniləşdirmək olar. Orta təbəqənin formalaşması probleminin müasir cəmiyyətin ən aktual problemlərindən biri olduğunu nəzərə alaraq, musiqi üstünlüklərinin və onların gənc nəsillərin identifikasiyasının qurulmasında rolunun tədqiqi təhsil sahəsində xüsusi proqramların hazırlanması üçün məhsuldar əsasdır (gənclər siyasəti, təhsil və mədəniyyət sahəsi).

8) Birinci qrupda 18-25 yaşlı respondentlərin demək olar ki, yarısının (43% və bəzən 28,6%) “Mədəniyyət” kanalına baxması ilə bağlı bəyanatın da “ali təhsilli insan” obrazına yanaşma istəyindən irəli gəldiyinə inanırıq, çünki bu kanalda tam olaraq nəyə baxmağı xoşladıqları əlavə suala cavab verməkdə çətinlik çəkdiilər. Ona görə də bu qrupdakı respondentlərin yarısından çoxunun fotoda Fikrət Əmirovu tanımasına (42,9%) təəccüblənməyə dəyməz.

İkinci qrupda (26-45 yaş qrupu) cəmi 28,6% (bəzən 14,3%) “Mədəniyyət” kanalına baxmasına baxmayaraq, bəstəkarın şəklini hamı tanıyıb (100%). Üçüncü qrup (46-60 yaş qrupu) – 42,9%, Fikrət Əmirovun fotosunda tanınma dərəcəsi - 57,1% “Mədəniyyət” kanalının orta baxış göstəricisi ilə qeyd olunub. Dördüncü qrupda (60 yaşdan yuxarı) ən yüksək göstərici respondentlərin 42,9%-nin, bəzən isə 57,1%-nin izlədiyi “Mədəniyyət” kanalıdır. Bəstəkarın tanınma dərəcəsi kifayət qədər yüksəkdir – 85,8%.

Fikrimizcə, bu tendensiya ondan irəli gəlir ki, yaş artdıqca bir çox dəyərlərin dərk edilməsi dəyişir və izləyicinin (dinləyicinin) ən şübhəli mövzulardakı qalmaqallara və cinayət süjetli seriallara maraq göstərməməsidir. Yəni “Mədəniyyət” kanalı müxtəlif səs-küylü tok-şoular üçün bir növ antipoda çevrilir, burada tamamilə təsadüfi adamlar tez-tez gəlib mühüm məsələləri müzakirə etməyə çalışırlar. Kanal seçilmiş film və sənədli filmlərə, sənət aləminə yol açan verilişlərə diqqətli münasibəti ilə də diqqəti cəlb edir.

Qeyd edək ki, tədqiqat materialı üzərində işləyərkən və sorğu anketlərini tərtib edərkən paytaxt cəmiyyətinin bütün təbəqələrini cəlb etmək istəyirdik. Bunun üçün xüsusi sualla respondentlərin azərbaycandilli mühitə, yoxsa rusdilli subkultura mənsub olduğunu öyrənmək istədik. Əldə edilmiş məlumat əsasında cəmiyyətimizin iki təbəqəsi arasında müqayisəli xarakteristika apardıq (bir çox valideynlər, hətta azərbaycandilli mühitdən olan valideynlər övladlarını rus bölməsinə yerləş-

dirməyə üstünlük verdiyi üçün bu problem hələ də aktualdır). Lakin sorğu zamanı məlum oldu ki, respondentlərimizin hamısı Azərbaycan sektorunun məzunlarıdır.

Güman edirik ki, sorğuda rusdilli subkulturanın daşıyıcıları iştirak etsəydi, nəticələr fərqli olardı (məsələn, caz, rep, rok və s. kimi istiqamətlər üstünlük kimi qeyd olunardı). Lakin digər tərəfdən, rusdilli respondentlərin olmaması bizə imkan verdi ki, mədəniyyətimizin bugünkü durumuna azərbaycandilli mühitin münasibətini üzə çıxaraq.

Onu da qeyd edirik ki, Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində aparılan tədqiqatları ayrıca araşdırma gözləyir. Heç kimə sirr deyil ki, məsələn, şəhər sakinlərinin seçim imkanları kənd sakinlərinə nisbətən daha çoxdur. Eyni zamanda, regional aspekti, sərhədin yaxınlığını və nəticədə bu bölgənin sakinlərinə müəyyən hadisələrin nüfuz etməsini (məsələn, cənub bölgəsinin İran amilinin, şimal-qərb bölgəsinin sakinlərinə Rusiya faktoru təsiri) nəzərə almaq vacibdir. Tədqiqatın bu tərəfi artıq siyasi əhəmiyyət kəsb edir. Təbii ki, bu araşdırma aparılarkən bu bölgənin əhalisinin musiqi seçimlərinə də təsir edən sosial vəziyyəti, təhsil səviyyəsi, məşğulluğun xarakteri də nəzərə alınmalıdır.

Qeyd edək ki, biz bu əsərdə tam tədqiqat iddiasında deyilik, biz yalnız Azərbaycan cəmiyyətində musiqi mədəniyyətinin vəziyyətini araşdırmaq və təhlil etmək üçün ilk cəhdi etmişik. Fikrimizcə, bu problemin nəzərdən keçirilməsi bütün problemlərin tədqiqinə getməyə imkan verir. Onların gələcək inkişafı Azərbaycan musiqi sənətinin inkişafının ümumi mənzərəsini zənginləşdirəcəkdir. Musiqinin cəmiyyətdə fəaliyyətinin, onun hazırkı vəziyyətinin təhlilində sistemli yanaşmanın tətbiqi gələcəkdə musiqişünaslığın bu sahəsinin tədqiqində həmin metoddan istifadə edilməsinin mümkünlüyünə səbəb ola bilər (proqnostik yanaşma)

Beləliklə, araşdırmamızın təcrübəsinə əsaslanaraq belə qənaətə gəldik ki, Azərbaycanın sosial-mədəni amillərini təhlil edərkən ilkin seqmentləşdirmə (məzmun təhlili üsulu ilə) aparmaq lazımdır. Aşağıdakı xüsusiyyətlərə malik aşağıdakı seqmentləşdirmə növlərini təklif edirik:

- cins və yaş daxil olmaqla demoqrafik seqmentasiya;
- sosial seqmentasiya, o cümlədən respondentin sosial vəziyyəti, təhsili, gəliri, ailə vəziyyəti;
- dil seqmentasiyası, o cümlədən respondentlərin dil mühiti;
- coğrafi seqmentasiya, o cümlədən şəhər və kənd mühiti, regional və milli səviyyələr arasındakı fərq.

Sonda qeyd edirik ki, ölkəmizdə empirik, yəni mücərrəd mülahizələrə deyil yalnız təcrübə və faktlara əsaslanan musiqi sosiologiyası hələ ilkin mərhələsindədir. Çox az miqdarda etibarlı faktiki məlumatlara belə malik deyil və o, yığılma dövrü ilə üzleşir. Musiqi və sosioloji tədqiqatın obyektivi ölkənin bütün əhalisidir, çünki bu gün hər bir insan musiqinin həqiqi dinləyicisidir.

ƏDƏBİYYAT:

Rus dilində

1. Бурдьё, П. Различение: социальная критика суждения/Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики // Сост. и науч. ред. В. В. Радаев М.: Российская политическая энциклопедия РОССПЭН, 2004, – 680 с.
2. Ельмеев, В. Я. Прикладная социология: Очерки методологии. СПб.: СПбГУ. 1999, – 296 с.
3. Татарова, Г. Г. Методология анализа данных в социологии: Учебное пособие для вузов. М.: Стратегия. 1998, – 224 с.
4. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования. М.: Добросвет. 2003, – 600 с.

İngilis dilində

5. Silberman, A. The sociology of music. Westport, Conn.: Greenwood Press, 1977, – 216 p.

Saytoqrafiya

6. Петров Д. Что такое глобализация – плюсы и минусы этого процесса (24.07.2021 г.) URL: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/globalizaciya-chto-eh-to-takoe-prostyimi-slovami-plyusy-minusy-primer.html>
7. VI Фестиваль татарской песни "Үзгәреш жиле" состоится на сцене оперного театра 4 и 5 декабря 2021. 02 ДЕКАБРЯ 2021. URL:<https://uzgaresh.kazan-opera.ru/news/vi-festival-tatarskoy-pesni-uzg-resh-ile-na-stsene-opernogo-teatra/>

Гюнель Зульфугарлы

Магистр АНК

Улькяр Алиева

Доктор искусствоведения, профессор АНК

МУЗЫКАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ В СОВРЕМЕННОМ АЗЕРБАЙДЖАНЕ

***Резюме:** В статье представлены результаты первого исследования в сфере музыкальной социологии в Азербайджане. На основе анкетного опроса были выявлены, проанализированы основные направления музыкального интереса всех возрастных групп. Применение системного подхода при анализе функционирования музыки на социум, его современное состояние обусловило возможность применения представленного метода при исследовании данной области азербайджанского музыкознания в будущем (прогностический подход).*

***Ключевые слова:** музыкальная социология, исследование, анкета, возрастные группы, развитие музыкальной культуры*

Gunel Zulfugarly

Master of ANC

Ulkar Aliyeva

Doctor of Sciences on Art, Professor of ANC

MUSICAL SOCIOLOGY IN MODERN AZERBAIJAN

Abstract: *The article presents the results of the first research in the field of musical sociology in Azerbaijan. On the basis of a questionnaire survey, the main directions of musical interest of all age groups were identified and analyzed. The application of a systematic approach to the analysis of the functioning of music on society, its current state has led to the possibility of using this method in the study of this field of Azerbaijani musicology in the future (a predictive approach).*

Keywords: *musical sociology, research, questionnaire, age groups, development of musical culture*

Rəyçilər:

sənətşünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru, Lalə Hüseynova
fillologiya üzrə fəlsəfə doktoru, Fəxrəddin Baxşəliyev