

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI

Əlyazması hüququnda

AZƏRBAYCANDA MƏDƏNİ TURİZMİN İNKİŞAFINDA MİLLİ STATUSLU MUZEYLƏRİN ROLU

İxtisas: 6220.01 — Muzeyşünaslıq

Elm sahəsi: Sənətşünaslıq

İddiaçı: **Səbinə Rafikovna Babayeva**

Fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi
almaq üçün təqdim edilmiş dissertasiyanın

AVTOREFERATI

Bakı–2021

Dissertasiya işi Azərbaycan Turizm və Menecment Universitetinin
"İctimai fənlər" kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

Elmi rəhbər: Tarix üzrə elmlər doktoru, professor
Cəfər Məmməd oğlu Cəfərov

Rəsmi opponentlər: Sənətsünaslıq doktoru, professor
Kübra Muxtar qızı Əliyeva

Kulturologiya üzrə fəlsəfə doktoru
Nailə Ədalət qızı Əliyeva

Sənətsünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru
Nəzmin Rüstəm qızı Cəfərova

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya
Komissiyasının AMEA Memarlıq və İncəsənət İnstitutunun nəzdində
fəaliyyət göstərən FD 1.34 Dissertasiya şurasının bazasında BFD 1.34
qeydiyyat nömrəli Birdəfəlik dissertasiya şurası

Dissertasiya şurasının sədri: AMEA-nın müxbir üzvü, sənətsünaslıq
doktoru, professor



Örtəgin Əbdül Vahab oğlu Salamzadə

Dissertasiya şurasının elmi

katibi:



sənətsünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

Xəzər Atif oğlu Zeynalov

Elmi seminarın sədri:



AMEA-nın müxbir üzvü, sənətsünaslıq
doktoru, professor

Rəna Azər qızı Məmmədova

İŞİN ÜMUMİ SƏCİYYƏSİ

Mövzunun aktuallığı və işlənmə dərəcəsi. XX əsrin ikinci yarısından etibarən turizmin sürətli inkişafı bu spesifik fəaliyyət sahəsini dünyanın əksər ölkələrinin mühüm sənaye sahələrindən birinə çevirmişdir. Nəticədə turizm ölkələrin siyasi və sosial-iqtisadi həyatına ciddi təsir göstərməyə başlamışdır. Turizm neft və kimya sənayesindən sonra dünya ixracında üçüncü yeri tutmaqla, qlobal iqtisadiyyatın yüksək gəlirli və dinamik inkişaf edən sahələrindən birinə çevrilmişdir¹.

Lakin, 2020-ci ildə dünyanı əhatə etmiş COVID-19 pandemiyası bütün sahələrdə olduğu kimi turizm sənayesinə də mənfi təsir göstərmişdir. Ümumdünya Turizm Təşkilatının son məlumatlarına əsasən, pandemiya səbəbindən beynəlxalq turizm ən pis ilini 2020-ci ildə rekord səviyyədə yaşadı. Tələbin azalması və geniş yayılmış səyahət məhdudiyyətləri səbəbindən 2020-ci ildə turizm sənayesi əvvəlki ilə nisbətən 1 milyard, yəni 74% daha az beynəlxalq turist qəbul etmiş oldu. Bu təşkilatın 2021-2024-cü illər üçün nəzərdə tutulmuş proqnozuna əsasən, 2019-cu il səviyyəsinə qayıtması üçün beynəlxalq turizmdən iki il yarımından dörd ilə qədər vaxt alacağı qeyd edilir².

Müasir qloballaşma şəraitində öz milli mədəniyyətinin təbliğini mühüm siyasi vəzifə kimi dəyərləndirməli olan hər bir dövlət turizmin mədəni komponentinin genişləndirilməsində maraqlı olmalıdır. Həm də mədəni komponent demək olar ki, bütün turizm növlərində, ilin fəsillərindən asılı olmayaraq bilavasitə və ya dolayısı ilə iştirak edir.

Bu gün ölkəmizin turizm sənayesi daxili və xarici turistlərə mədəni, sağlamlıq, işgüzar, ekoloji və s. növlərindən ibarət olan geniş

¹ UNWTO Tourism Highlights, 2020 Edition: [Electronic resource]. URL <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>

² UNWTO. 2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals/ News Release. 28.01.2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>

xidmətlər sahəsini təklif edir. Bu təkliflər arasında xüsusi yeri turistlərin əksəriyyətinin maraq və tələbatlarının dəyişməsinə xidmət edən mədəni turizm tutur. Ali baş komandanımız cənab İlham Əliyevin rəhbərliyi altında 44 günlük Vətən müharibəsində rəşadətli ordumuz 30 ilə yaxın işğal altında qalan Qarabağımızı düşməndən azad etməsi xalqımızda böyük sevinc və ruh yüksəkliyi yaratmışdır. Belə ki, bu qələbə ölkəmizin turizm sənayesinin inkişafına da yeni perspektivlər açmış oldu. Qarabağda mövcud olan tarixi, mədəni, dini abidələr nəinki mədəni turizmin, eyni zamanda dini turizmin, tarixi, müalicəvi və digər turizm növlərinin inkişafına təkan verəcəkdir. Bununla da Azərbaycan turizmin bir çox sahələrinin hərtərəfli inkişafı üçün böyük potensiala malik olacaqdır.

Ölkənin əsas mədəniyyət müəssisələrindən biri kimi muzeylər də mədəni turizmin inkişafı üçün xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Azərbaycanda müxtəlif səviyyə və təyinatla malik olan 250-dən çox muzey fəaliyyət göstərir³. Bu muzeylər ölkənin digər mədəniyyət müəssisələri ilə yanaşı həm yerli, həm də xarici turistləri cəlb edən əsas mədəniyyət obyektlərinə çevrilməlidirlər.

Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Milli Azərbaycan Tarixi Muzeyi, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Nizami Gəncəvi adına Milli Azərbaycan Ədəbiyyatı Muzeyi, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi Azərbaycan Milli İncəsənət Muzeyi və Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi Azərbaycan Milli Xalça Muzeyi öz turizm potensiallarına görə ölkənin mədəniyyət müəssisələri arasında xüsusi yerə malikdirlər. Beləliklə, Azərbaycanda mədəni turizmin inkişafına təsir edən milli statuslu muzeylərin rolu və imkanları, onların turizm baxımından sistemli şəkildə elmi tədqiqi və turizm sənayesinə daxil edilməsi məsələləri mövzunun aktuallığını şərtləndirən əsas amillərdir.

Bu baxımdan yuxarıda adları qeyd edilən muzeylərin müasir dövrdə sosial-mədəni və iqtisadi idarəçiliyin tərkib hissəsi, ölkədə

³ Məmmədzadə, V.V. Azərbaycanda turizmin təşkilində mədəni irsdən istifadənin muzeyşünaslıq aspektləri: / sənəşünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru dis. / - Bakı, 2016. - 138 s.

mədəni turizmin inkişafındakı rolu və aktiv fəaliyyəti, əhəmiyyəti və spesifikasiyi dissertasiya işinin mövzusunun aktual olmasından xəbər verən müstəqil nəzəri problemi ifadə edir. Belə ki, ümumi mədəni dəyişikliklər kontekstində muzeylərin şəraiti, iş üsulları dəyişir və rolu artır. Bu da öz növbəsində bir sıra xarici amillərlə-bütün sahələrin sürətli inkişafı, global problemlərin aktuallığı, cəmiyyətin demokratikləşməsi və müxtəlif kateqoriyalı insanların mədəni proseslərə cəlb edilməsi, qarşılıqlı əlaqələrin möhkəmlənməsi, mədəniyyətin, siyasətin, iqtisadiyyatın qarşılıqlı təsiri və s. ilə şərtləndirilir.

Yuxarıda göstərilənlərlə bağlı olaraq, muzeyin baş verən sosial-iqtisadi, siyasi və mədəni proseslərə təbii surətdə daxil olması prosesi aktuallaşır. Muzeyin uğurluluq dərəcəsi, onun davamlı inkişafı məsələləri xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Rusiya Dövlət Ermitaj Muzeyinin direktoru, akademik M.B.Piotrovskinin qeyd etdiyi kimi, *“muzeyin mövcud olduğu müasir kontekstin hiss edilməsi, muzeyin dəyişmək və zamanın tələblərinə uyğunlaşmaq qabiliyyəti onun inkişafını şərtləndirir. Uğurlu muzey həmişə öz ziyarətçilərinə yeni hiss və təəssüratlar bəxş edir”*⁴. Bu zaman muzeyin ənənəvi mədəni standartları yüksək səviyyədə saxlamağa, humanizm dəyərlərinin mənimsənilməsinə təmin etməyə xidmət edən sosial-mədəni institut kimi məsuliyyəti artır.

Muzey və turizm arasında qarşılıqlı əlaqə və qarşılıqlı şərtləndirmə problemləri, onun müasir iqtisadi və sosial-mədəni proseslərə məhdudiyyətli daxilolma problemi müxtəlif fənlər çərçivəsində təhlil edilmişdir. Tədqiq edilən elmi problem kompleks məsələlərə aiddir və humanitar elmlərlə iqtisadi elmlərin kəsişməsində yerləşməklə fənlərarası xarakterə malikdir.

Mədəniyyətin, sosial-mədəni və mənəvi-əxlaqi fenomen kimi muzeyin fəlsəfi aspektləri, muzey predmetinin spesifikasiyası

⁴ Пиотровский, М.Б. Что такое успешный музей? Экспертные комментарии профессионалов музейного и выставочного дела / Меняющийся музей в меняющемся мире. - Москва: Фонд В. Потанина, - 2011. - с. 12-14.

A.A.Voronin⁵, T.P.Kaluqina⁶, A.Malro⁷ və digər alim və filosoflar tərəfindən tədqiq edilmişdir.

Kulturoloji tədqiqatlarda (T.A.Alyoşina⁸, E.N.Mastenitsa⁹, M.B.Piotrovskiy¹⁰, K.Hadson¹¹ və digərləri) empirik material ümumiləşdirilmiş, nəticələr sistemləşdirilmiş, muzeyin mədəni fenomen kimi dərk edilməsi formalaşdırılmışdır. Həmin tədqiqatlarda belə qənaətə gəlinir ki, muzeyin sosial-mədəni potensialı yalnız muzey kolleksiyaları ilə məhdudlaşmır. Qeyd edilir ki, müasir şəraitdə muzey tərəfindən qorunub saxlanılan, tarixi-mədəni irsə əsaslanan, hazırkı dövr üçün aktual və ictimai cəhətdən əhəmiyyətli olan ideyaların muzey tərəfindən aşkarlanması və onların həm yerli, həm də xarici turistlərə çatdırılması ön plana çıxır.

Sosioloji cəhətdən muzey ictimai funksiyaları yerinə yetirən sosial institut, cəmiyyətin və şəxsiyyətin spesifik tələbatlarının təmin

⁵ Воронин, А.А. Музей как креативное пространство культуры// Философские исследования, - 1994. № 1, - с. 69-84.

⁶ Калугина, Т.П. Художественный музей как феномен культуры: / дис. доктора философских наук./ - С. Петербург, - 2002. - 278 с.

⁷ Мальро, А. Голоса тишины. Воображаемый музей. / А. Мальро. – Санкт-Петербург: Алатейя, - 2021. - 494с.

⁸ Алешина, Т.А. Музей как феномен культуры: / дис. кандидата философских наук./ - Новочеркасск, 1999. - 142 с.

⁹ Мастеница, Е.Н. Культурное наследие и музей в эпоху глобализации // Электронный век и музеи: материалы международной научной конференции, - Омск: - ЩГИКМ, - 2003. - Ч. I. - с. 196-203.

¹⁰ Пиотровский, М.Б. Что такое успешный музей? Экспертные комментарии профессионалов музейного и выставочного дела / Меняющийся музей в меняющемся мире. - Москва: Фонд В. Потанина, - 2011. - с. 12-14.

¹¹ Хадсон, Кеннет. Влиятельные музеи / Кеннет Хадсон / пер. Л. Мотылева. - Новосибирск: Сибирский хронограф, - 2001. - 194 с.

edilməsi mexanizmi kimi təhlil edilir (E.M.Akuliç¹², Q.Beltinq¹³, V.M.Qrusman¹⁴, M.D.Qnedovskiy¹⁵ və digərləri).

Muzey marketinginin və menecmentinin, həmçinin muzeyin turizm sahəsinə cəlb edilməsinin müxtəlif aspektləri MDB ölkələrinin tədqiqatçılarının (Y.E.Komlev¹⁶, A.V.Romançuk¹⁷, Q.L.Tulçinskiy¹⁸ və digərləri) işlərində, eyni zamanda N. Kotler, F.Kotler, V. Kotler¹⁹, T.Silberberg²⁰ kimi xarici alimlərin əsərlərində əks olunur.

Mədəni turizm məsələlərinin tədqiqi həm MDB ölkələrinin (İ.V.Zorin, V.A.Kvartalnov, O.V.Raxmaleva, M.D.Suşşinskaya və digərləri)²¹, həm də digər ölkələrin alimləri (B.Mak Kerçer və H.Du

¹² Акулич, Е.М. Музей как социальный институт: / дис. доктора социологических наук./ - Тюмень, 2004. - 409 с.

¹³ Белтинг, Г. Музей как средство информации // Музей как сообщество в условиях глобализации.- Москва: ИКОМ России, - 2002.- с. 4-17.

¹⁴ Грусман, В.М. Становление и развитие социально-культурных функций российских музеев:/ дис. кандидата педагогических наук./ - С.Петербург, - 2001.- 158 с.

¹⁵ Гнедовский, М.Б. Музейная коммуникация как предмет музееведческого исследования / М.Б. Гнедовский, В.Ю. Дукельский. // Москва: Музейное дело: Музей-культура-общество, 1992. вып. 21.

¹⁶ Комлев, Ю.Э. Организация маркетинговой деятельности в музее: /дис. кандидата педагогических наук./ - С. Петербург, - 2005. - 231 с.

¹⁷ Романчук, А.В. Музейный туризм. Учебно-методическое пособие / А.В. Романчук. - Санкт-Петербург, СПбГУ- 2010. - 46 с.

¹⁸ Тульчинский, Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры. Учебное пособие. / Г.Л. Тульчинский, Е.Л. Шекова - 4-е изд., испр. и доп. – С. Петербург: Лань, - 2009. - 528 с.

¹⁹ Kotler, Neil. Museum marketing and strategy. / Neil. Kotler, Philip Kotler, Wendy Kotler. - San Francisco: Jossey-Bass, - 2008. - 432 p.

²⁰ Silberberg, T. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites // Tourism Management. – 1995. Vol. 16, issue 5, - pp. 361-365.

²¹ Зорин, И.Г. Энциклопедия туризма. Рос. междунар. акад. туризма./ И.Г. Зорин. - Москва: Финансы и статистика, - 2003. - 364 с.; Квартальнов, В.А. Туризм. Учебник / В.А. Квартальнов. - Москва: Финансы и статистика, - 2000. - 320 с.; Рахмалева, О.В. Культурный туризм как фактор социально-экономического развития региона: / дис. кандидата экономических наук./ - Санкт-Петербург, 2000. - 186 с.; Сушинская, М.Д. Культурный туризм. Учебное пособие / М.Д. Сушинская. - Санкт-Петербург: Санкт-

Kros, Ç.R.Goeldner, R.V.Makintoş, Q.Riçards, T.Silberberq, A.Tige, M.Holl və X.Seppel və digərləri)²² tərəfindən aparılmışdır.

Azərbaycanda turizmin problemlərinə dair tədqiqatlar, turizm və muzeyşünaslığın milli nəzəriyyəsinin əsasları əsasən iqtisadi və sosial-mədəni sahələri əhatə etsə də, burada muzeylərin turizm məqsədli fəaliyyətlərinə də qismən yer verilmişdir. Belə ki, Müzəffər Ağakərimov, Bahadır Bilalov, Cəfər Cəfərov, Vüqar Dərgahov, Sabir Rəhimov, Həbibə Soltanova, Cabir Məmmədov, İlqar Hüseynov, Səyavuş Məhişov və başqa tədqiqatçıların araşdırmalarında mədəni turizm, turizm-ekskursiya işinin təşkili, turizm-rekreasiya fəaliyyətləri də öz əksini tapmışdır²³. Xüsusilə də Müzəffər Ağakərimov, Sabir

Петербургского государственного университета экономики и финансов, - 2010. - 129 с.

²² McKercher, Bob. Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management./ Bob McKercher, Hillary Du Cros./ - New York: Routledge, - 2015. - 262 p.; Charles, R. Goeldner. Tourism: Principles, Practices, Philosophies / Charles, R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie./ - New Jersey: John Wiley & Sons, - 2011. - 494 p.; McIntosh, W. Robert, Tourism: principles, practices, philosophies./ R. W. McIntosh, R. Charles Goeldner. /-New Jersey: John Wiley & Sons, - 1986. - 564 p.; Richards, Greg. Cultural tourism in Europe. / Greg Richards. - Wallingford: CABI ATLAS, - 2005. - 254 p.; Silberberg, T. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites // Tourism Management. - 1995. Vol. 16, issue 5, - pp. 361-365.; Tighe A. Cultural tourism in 1989. Paper presented at the 4th Annual Travel Review Conference, Washington, DC, 1990.; Hall M., Zeppel H. History, architecture, environment: cultural heritage and tourism. / M. Hall, H. Zeppel // Journal of Travel Research, - 1990, no. 29(2), - p. 54-55.

²³ Ağakərimov, M.M. Ekskursiya və ekskursiya rəhbəri. / M.M. Ağakərimov, S.İ. Babazadə. - Bakı: Oskar, - 2006. - 194 s.; Bilalov B.Ə, Məmmədov C.A. Azərbaycanla gəlmə turizm və onun inkişaf yolları /monoqrafiya/. Bakı, 2004, 180 s.; Cəfərov, C.M. Azərbaycanla turizmin problemləri və inkişaf perspektivləri // Qloballaşma prosesində Qafqaz və Mərkəzi Asiya iqtisadi və beynəlxalq münasibətlər II Beynəlxalq kongresin materialları, II kitab. - Bakı: - 02-05 may, - 2007. - s. 510-513.; Dərgahov, V.S. Rekreasia-turizm ehtiyatları /V.S. Dərgahov. - Bakı: MBM, - 2008. - 216 s.; Rəhimov S.H. Turizm-ekskursiya işinin təşkili və idarə edilməsi / S.H. Rəhimov. - Bakı: Mütərcim, - 2004. - 340 s.; Soltanova, H.B. Turizmin əsasları. Dərs vəsaiti /H.B. Soltanova. - Bakı, 2007. - 316 s.; Məmmədov, C.A. Turizm termin və anlayışlarının izahlı ensiklopedik lüğəti / C.A. Məmmədov.- Bakı: Mütərcim, - 2003.-208 s.; Hüseynov, İ.H. Turizm əsasları.

Rəhimov, İlqar Hüseynov və Səyavuş Məhişovun tədqiqat işlərində mədəni turizmin muzeyşünaslıq aspektlərinə toxunulmuşdur. Muzeyşünaslıq istiqamətli tədqiqatlar arasında Ramiz Ağayev, Rasim Əfəndiyev, Röya Tağıyeva, Minaxanım Əsədova, Günay Qafarova, Elfira Qurbanova, Yeganə Eyvazova, Alla Bayramova, Sabir Əmirxanov, Adilxan Bayramov, Vüsalə Məmmədşadə, Nailə Əliyeva, Hicran Sadıqzadə, Nurlana Bağirovanın əsərlərini də qeyd edə bilərik²⁴. Bu araşdırmalarda dissertasiya mövzusunun əsas istiqamətlərinə dair nəzəri-metodoloji və praktiki məsələlər işıqlandırılmışdır.

Dərslik. / İ.H. Hüseynov, N.T. Əfəndiyeva. - Bakı: Mars-Print, - 2007. - 442 s.; Məhişov, S.E. Mədəni turizmin maarifçilik mahiyyəti və onun inkişaf amilləri: / sənətsünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru dis. avtoreferatı./ - Bakı, 2012. - 27 s.

²⁴ Muzeyşünaslıq. Dərslik / Red.hey. R. Ağayev, S. Əmirxanov, A. Əlizadə. - Bakı: Mars-Print, - 2002. - 448 s.; Əfəndiyev, R. Azərbaycan dekorativ tətbiqi sənəti / R. Əfəndiyev. – Bakı: - 1999.; Tağıyeva, R. Milli identifikasiya - qloballaşmaya qarşı // Simurq kultoloji jurnalı,- 2010. № 2, - s. 27-30.; Qurbanova, E. Mədəni irsin mühafizəsi və muzeyşünaslığın problemlərinə dair. Mədəni müxtəliflik sosial-siyasi dəyər kimi // Kulturoloqların II Milli Forumu (Beynəlxalq elmi-praktik konfrans) Bakı.). Bakı: - 3 iyun, - 2010-cu il, - 504 s.; Eyvazova, Y.M. Muzeydənkənar tarix və mədəniyyət abidələrinin mühafizəsi və istismarı. Dərs vəsaiti. / Y.M. Eyvazova. - Bakı: Mars-Print, - 2010. - 344 s.; Байрамова, А.Г. Роль музеев в сборе, сохранении, изучении и пропаганде материалов музыкальной культуры Азербайджана: / дис. кандидата искусствоведения. / - Баку 2004. - 240 с.; Əmirxanov, S.A. Muzeyşünaslıq. Tədris-metodik vəsaiti. / S.A. Əmirxanov. - Bakı: Bakı Biznes Universiteti, - 2012. - 112 s.; Bayramov, A. Sənət, sənət məbədləri və fədailəri / A. Bayramov. - Bakı: Vətənoğlu, - 2015. - 336 s.; Məmmədşadə, V.V. Azərbaycanda turizmin təşkilində mədəni irsdən istifadənin muzeyşünaslıq aspektləri: / sənətsünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru dis. / - Bakı, 2016. - 138 s.; Əliyeva, N.Ə. Muzey işinin təşkilində müasir innovasiyalar: / kulturologiya üzrə fəlsəfə dok. dis. / Bakı, 2011. - 135 s.; Джафарова, Н.Р. История создания и развития литературных музеев города Баку:/ дис. доктора философии по культурологии./ - Баку, - 2011. – 146 с.; Sadıqzadə, H.Ə. Muzeylər vasitəsilə maddi mədəniyyət nümunələrinin toplanması, işlənməsi və təbliği problemləri: / kulturologiya elmlər namizədi dis./ - Bakı, 2008. -158s.; Bağirova, N.Q. Azərbaycan milli incəsənət muzeyinin dekorativ-tətbiqi sənət kolleksiyasının qorunması, saxlanılması və təbliğində rolu: / sənətsünaslıq üzrə fəlsəfə doktoru dis. / - Bakı, 2013. - 162 s.

Belə ki, son illərdə dərc edilmiş tədqiqatlarda turizm sahəsi geniş şəkildə əhatə edilmişdir. Bir sıra tədqiqat işləri Azərbaycanda mədəni turizmin inkişafına həsr edilmişdir. Lakin milli statuslu muzeylərin mədəni potensiallarının, onların turizm sənayesinə məhdudiyyətlərlə cəlb edilməsinin və mədəni turizmin inkişafındakı rolunun sistemli tədqiqi yerli alimlərin işlərində kifayət qədər əks olunmamışdır. Məhz bu amil “Azərbaycanda mədəni turizmin inkişafında milli statuslu muzeylərin rolu” mövzusunda kompleks tədqiqat işinin tərəfimizdən seçilməsi və aparılmasını zərurətə çevirmişdir.

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Tədqiqat obyektı kimi AMEA Milli Azərbaycan Tarixi Muzeyi, AMEA Nizami Gəncəvi adına Azərbaycan Milli Ədəbiyyatı Muzeyi, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi Azərbaycan Milli İncəsənət Muzeyi və Azərbaycan Respublikası Azərbaycan Milli Xalça Muzeyi götürülmüşdür. Tədqiqatın predmeti isə ölkənin milli statuslu muzeylərinin tarixi-mədəni potensialı və onların turizm sənayesinə cəlb edilməsinin tədqiqindən ibarətdir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Tədqiqatın məqsədi milli statuslu muzeylərin mədəni turizm sənayesinə integrasiyasının elmi əsaslı konsepsiyasının yaradılmasıdır.

Məqsədə çatmaq üçün aşağıdakı vəzifələr qarşıya qoyulmuşdur:

- milli statuslu muzeylərin sistemli şəkildə turizm sənayesinə integrasiya konsepsiyasının zərurliyinin əsaslandırılması;
- milli statuslu muzeylərin hüquqi bazasının tədqiq edilməsi;
- milli statuslu muzeylərin tarixi-mədəni potensialının və idarəçilik fəaliyyətinin araşdırılması;
- aparıcı xarici muzeylərin turizm sahəsində təcrübəsini və yerli milli statuslu muzeylər tərəfindən həmin təcrübənin tətbiq edilməsinin təhlili.

Tədqiqatın metodları. Dissertasiya işində təhlil və sintez, sistemli yanaşma, statistik və s. bu kimi elmi metodlar əsas götürülmüşdür. Araşdırma prosesində müqayisəli statistik metoddan, ekspert qiymətləndirmələrindən istifadə edilmiş, müsahibə, sorğu,

müşahidə, həmçinin rəsmi statistik materialların və sənədlərin müqayisəli təhlili aparılmışdır.

Tədqiqat prosesində yerli və xarici ziyarətçilərin cəlb edilməsinə səbəb olan, muzeydə saxlanılan tarixi-mədəni eksponatlar və ölkəmizin mədəni irs obyektləri kimi muzey binaları metodoloji əhəmiyyətə malik olmuşdur.

Dissertasiyanın nəzəri əsası fəlsəfə, kulturologiya, mədəniyyətin sosiologiyası, iqtisadiyyat, hüquq və muzeyşünaslıq elmində olan klassik və müasir nəzəriyyələrdən və fərziyyələrdən, bu sahələrin kəsişməsində aparılan tədqiqatların nəticələrindən ibarətdir.

Milli statuslu muzeylərin mədəni irsin ən mühüm obyektlərindən birinə çevrilməsinə qadir olan muzey idarəçiliyinin müasir forma və metodlarının istifadəsi problemlərinə həsr olunmuş bu tədqiqat işinin nəzəri bazasını eyni zamanda aşağıdakı nəzəriyyə və konsepsiyalar təşkil edir: muzey kommunikasiyası nəzəriyyəsi (M.B.Qnedovskiy, D.F.Kameron, O.S.Sapanja və digərləri); muzey marketinqi konsepsiyası (Y.S.Soboleva, F.Kotler, N.Kotler və digərləri); muzey menecmenti konsepsiyası (A.V.Romançuk, F.F.Rıbakov, Y.S.Soboleva, Q.L.Tulçinskiy və digərləri); “canlı muzey” konsepsiyası (C.K.Dan, P.A.Florenskiy); “təsəvvür edilən muzey” konsepsiyası (A.Malro); “rekreasiya müəssisəsi kimi muzey” konsepsiyası (K.Hadson, Y.Romedor, D.A.Ravikoviç).

Müdafiəyə çıxarılan əsas müddəalar. Tədqiqat işi aşağıdakı elmi müddələrdə öz əksini tapır:

- milli statuslu muzeylərin hüquqi bazası öyrənilmiş və turizm sənayesinə cəlb edilməsini ləngidən qanunvericilikdə mövcud olan boşluqlar müəyyən edilmişdir;

- milli statuslu muzeylərdə idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsinə dair təkliflər verilmişdir;

- milli statuslu muzeylərlə turizm agentlikləri arasında əlaqələrin elmi təhlili aparılmış və müvafiq təkliflər verilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Tədqiqatın əsas elmi yeniliyi problemin ilk dəfə sistemli, kompleks şəkildə araşdırılmasından ibarətdir. Belə ki, milli statuslu muzeylərin mədəni turizm sahəsinə integrasiyasının elmi cəhətdən əsaslandırılmış konsepsiyası sistemli

şəkildə araşdırılmamışdır. Tədqiq olunan problem məhz bu dissertasiya işində ayrıca tədqiqat obyektinə çevrilmiş, mövzu ilə bağlı olan müxtəlif tədqiqatların nəticələrinə ilk dəfə olaraq bu işdə hərtərəfli elmi münasibət bildirilmişdir.

Tədqiqatın nəzəri və praktiki əhəmiyyəti. Muzey və turizmin dialektik vəhdətdə təqdim edilən ümumi konsepsiyası muzeyin mədəni turizm sahəsinin mühüm iştirakçısı kimi tədqiq edilməsinə olan nəzəri yanaşmalara müəyyən töhfə verir. Problemin praktiki əhəmiyyəti və aktuallığı onların həm muzey praktikasının elmi tədqiqı, həm də muzey rəhbərliyi tərəfindən müəssisənin idarəçilik formalarının təkmilləşdirilməsi və onun turizm sənayesinə cəlb edilməsi məqsədilə istifadə edilməsi mümkünlüyünü şərtləndirir.

Dissertasiya işinin nəticələrindən muzeylərin turizm sənayesinə cəlb edilməsinin effektivliyi, ölkənin mədəni imicinin formalaşdırılması və daha da yüksəldilməsində muzeylərin müsbət rolunun tədqiqı üçün nəzəri-metodoloji əsas kimi istifadə edilə bilər. Tədqiqat işi turizm sahəsində, muzey və turizm ixtisası üzrə fəaliyyət göstərən tədqiqatçılar, müəllimlər, muzeyşünaslar və tələbələr üçün faydalı elmi mənbə ola bilər.

Tədqiqatın aprobasiyası və tətbiqi. Dissertasiyanın əsas məzmunu, elmi müddəaları və nəticələri Azərbaycanda və xarici ölkələrdə elmi-praktiki konfranslarda məruzə edilmiş, işin müxtəlif bölmələri üzrə hazırlanmış məqalələr Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının tövsiyə etdiyi elmi jurnallarda dərc edilmişdir.

Dissertasiya işinin yerinə yetirildiyi təşkilatın adı. Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti.

Dissertasiyanın struktur bölmələrinin ayrılıqda həcmi qeyd olunmaqla dissertasiyanın işarə ilə ümumi həcmi. Dissertasiya giriş, üç fəsil, səkkiz yarım fəsil, nəticə, istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı və əlavələrdən ibarətdir. Tədqiqatın ümumi məzmunu kompüter yığımının 146 səhifəsində (263.525 işarə) ilə öz əksini tapmışdır. Giriş 7 səhifə -12.916 işarə, I Fəsil 34 səhifə-66.561 işarə, II Fəsil 34 səhifə-67.764 işarə, III Fəsil 45 səhifə-87.515 işarə,

dissertasiyanın nəticə hissəsi 3 səhifə-4.905 işarə və istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı 16 səhifə- 23.864 işarə ilə müəyyən edilmişdir.

DİSSERTASIYANIN ƏSAS MƏZMUNU

Dissertasiyanın **“Mədəni turizm və onun müasir turizm bazarında yeri”**adlı I fəslə üç yarım fəsildən ibarətdir. **“Mədəni turizm” anlayışı və onun fərqli xüsusiyyətləri**” adlı birinci yarım fəsildə mədəni turizmin mədəni və tarixi irsin qorunmasına, tanıtılmasına, təbliğatının aparılmasına maliyyə vəsaitlərini yönəldir və beynəlxalq arenada ölkə haqqında müsbət fikrin formalaşması kömək edir.

XX əsrin 80-ci illərindən başlayaraq mədəniyyətşünaslar və sosioloqlar mədəni turizmə tərif vermək üçün müxtəlif cəhdlər etmişlər. Belə ki, əgər keçmişdə mədəni turizm mahiyyət etibarilə tarixlə, ziyarət edilən yerlərin maddi mədəniyyəti ilə assosiasiya olunurdusa, qlobal iqtisadiyyatın inkişafı ilə sosial və mədəni sahələrdə mədəniyyətin demokratikləşməsinə, yəni “elitar” və “kütləvi” mədəniyyətlərin, incəsənətin və həyatın yaxınlaşmasını şərtləndirən sürətli dəyişikliklər baş verir, mədəni səyahətlərin sayı artır. Bu isə öz növbəsində insanların daha çevik olmasına, mədəniyyətlər arasında əvvəllər mövcud olan fərqlərin aradan qalxmasına gətirib çıxarır. Mədəni məhsulun artması qlobal turizmdə mədəni komponentin müxtəlif dərəcələrinə malik olan, mədəni turizm, “mədəni irs” proqramı üzrə turizm, artturizm (və ya bədii turizm), etnik turizm və ədəbiyyatda yaranan müxtəlif terminlərin adını daşıyan müxtəlif turizm növlərinin əmələ gəlməsi üçün ilkin şərtlər yaradır. Nəticədə, mədəni turizm fenomeninin yaranması onun müxtəlif təriflərinin geniş diapazonunun əmələ gəlməsinə gətirib çıxarır. Fikrimizcə, bu təriflərin əksəriyyəti konkret məqsədlər üçün formalaşdırılıb və bir qayda olaraq mədəni turizmin çoxsaylı tərkib hissələrindən birinə aid olur.

Mədəni turizm turistin həm öz ölkəsi, həm də digər dövlətlərin mədəniyyəti və tarixi ilə tanış olmaq məqsədilə səyahət etməsidir.

Əgər mədəni turizmin maddi və mənəvi mədəniyyətlə tanışlığı və onlarla bağlı müxtəlif biliklərin əldə edilməsini nəzərdə tutan səyahətin bir növü olmasını fərz etsək, onda mədəni turizm – dünya mədəni irsinə aid olan məkanların ziyarəti, tarixi yerlərə, memarlıq abidələrinə və monumentlərə, ibadətqahlara və dini təyinatı olan digər yerlərə, tarixi savaşıların keçdiyi yerlərə səfərlərin edilməsi, dillər, məişət, adət-ənənələr, inanclarla tanışlıq, musiqi festivallarında və digər mədəni tədbirlərdə iştirakdır. Belə ki, turizm – dünya mədəni irsinə aid olan məkanların ziyarəti, tarixi yerlərə, memarlıq abidələrinə və monumentlərə, ibadətqahlara olan səyahətdir.

Belə ki, mədəni turizmi turizmin digər növlərindən fərqləndirən və bu tərifdə göstərməli olan başlıca cəhət aşağıdakılardan ibarət olmalıdır: a) səyahətin mədəni tərkib hissəsi fərdi motivasiya və ya səyahətçi üçün həlledici amil olmalıdır; b) səyahətin mədəni komponentinin mütləq şəkildə yüksək səviyyədə olması, yəni onun həcmi və intensivliyi səyahətdə üstünlüyə malik olmalıdır; c) səyahət zamanı turistin ixtiyarında olan vaxtın böyük hissəsi mədəni abidələrin ziyarətinə və hadisələrdə iştiraka sərf edilməlidir.

I fəslin **“Mədəniyyət və turizmin kulturoloji aspektləri”** adlanan ikinci yarımfəslində mədəniyyət və turizmin qarşılıqlı əlaqəsindən, turizmə kulturoloji yanaşmadan bəhs edilir. Həmçinin turizm müxtəlif ənənələrə, sosial və siyasi quruluşlara malik olan insanlar arasında həmrəyliyi və tolerantlığı möhkəmləndirə, mədəniyyət mübadiləsini və səmərəli qonşuluq əlaqələrini genişləndirə bilir. Bu isə öz növbəsində mədəni turizmin öyrənilməsinin aktuallığından və əhəmiyyətindən xəbər verir. Dünya Turizmi üzrə Manila Bəyannaməsinə (1980) müvafiq olaraq, müasir turizm şəxsiyyətin inkişafı, insanlar və xalqlar arasındakı sosial bərabərliyin və həmrəyliyin amilinə çevrilmişdir. Turizm özünün məlum olan iqtisadi aspektlərindən başqa, mədəni və mənəvi aspektlərinə də yiyələnmişdir.

Hal-hazırda turizm dünyanın əksər dövlətlərinin və regionlarının sosial-iqtisadi, siyasi, mədəni fəaliyyətlərinin aparıcı istiqamətlərindəndir. Turizm sahəsində iqtisadiyyatın, siyasətin və

mədəniyyətin maraqları sıx əlaqədədir. O, beynəlxalq əlaqələrdə əhəmiyyətli rola malikdir. Belə ki, hər il bir milyarddan çox turist dünyanın bütün qitələrinə səfər edir. Beynəlxalq Turizm Təşkilatının məlumatına əsasən, 2019-cu ildə 1.4 milyard insan turizm məqsədilə xarici ölkələrdə səfərdə olmuş və bu cür artımın dinamikası yaxın gələcəkdə də saxlanılacaqdır²⁵. Əksər inkişafda olan və inkişaf etmiş ölkələrin turizm üçün ənənələrin və mədəniyyətin inkişafında fəal iştirak etmələri bu tendensiyanın global xarakterindən xəbər verir.

Beləliklə, mədəniyyət turizm məhsulunun mühüm aspekti olmaqla yanaşı, həm də ölkə və regionlarımızın cazibədarlığına və rəqabət qabiliyyətinə təsir göstərir. Bu, mədəniyyət və turizm arasında pozitiv qarşılıqlı təsir yaradan, ölkə və regionlarımızda turizmin davamlı inkişafı nöqtəyi-nəzərindən daha uğurlu hesab edilə bilər. Turizm və mədəniyyət arasında əlaqələrin müsbət inkişaf etməsi üçün aşağıdakı amillərin müəyyən edilməsi mühümdür: a) mədəni tədbirlərin daimiliyi; b) turistlərdən başqa yerli əhalinin iştirak dərəcəsi; c) ölkə və regionlarımızda turizm üçün lazım olan bütün məhsul və xidmətlərin istehsal edilməsi bacarığı.

Qeyd etmək lazımdır ki, dünyada kifayət qədər potensiala malik olması üçün mədəniyyətin dəstəyə (həmçinin turizm tərəfindən göstərilən dəstəyə) ehtiyacı var. Turizmin isə inkişaf etməsi üçün mədəniyyətin tərkib hissəsinə ehtiyac duyur. Bütün bunlar mübaliğəsiz beynəlxalq mədəni və turizm mübadilələrinin əsasını təşkil edir. Buna görə müasir dövrdə ciddi məsələlərdən biri də milli statuslu muzeylərlə turizm sənayesi arasında əməkdaşlıq və qarşılıqlı əlaqədir ki, bu da öz əksini elmi tədqiqatlarda tapmalıdır.

I fəslin üçüncü yarımfəslə **“Ölkənin sosial-mədəni resursları mədəni turizmin inkişafının mühüm amili kimi”** adlanır. Bu yarımfəsildə mədəni turizmin əsasını adət-ənənələrlə, məişət və təsərrüfat fəaliyyətinin xüsusiyyətləri ilə birlikdə sosial-mədəni mühiti ehtiva edən ölkənin tarixi-mədəni potensialı təşkil edir.

²⁵ UNWTO Tourism Highlights, 2020 Edition: [Electronic resource]. URL <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>

Tarixi və mədəni irsin müxtəlif sahələri səyahət üçün motivasiya və turizm istiqamətinə qarşı davamlı maraq yarada bilər. Bu motivasiya mədəniyyət, incəsənət və memarlıq abidələri, tarixi, dini abidələr, mənəvi irs və s. kimi elementlər sayəsində yarana bilər. Belə ki, ölkənin sosial-mədəni potensialı ilk növbədə tarixi irs abidələri vasitəsilə ifadə edilir. Turizm istiqamətlərinin əksəriyyəti öz tarixlərinə turizm axınlarının cəlb edilməsi amili kimi yanaşır. Unikal tarixi obyektlərin mövcudluğu regionda turizmin uğurlu inkişafına zəmin yarada bilər. Tarix və tarixi abidələrlə tanışlıq əhəmiyyətli turizm motivasiyasıdır.

Mədəniyyət turizmin əsas komponentlərindən biridir, turistlərin mədəni tərkib hissəsi isə bilavasitə və ya dolayısı ilə səyahətlərin əksəriyyətində mövcud olur. Bu gün mədəni turizm səyahətlərin ən populyar növlərindən birinə çevrilmişdir. Bununla yanaşı, mədəni turizmin regionun sosial-mədəni inkişafı proqramı çərçivəsində təsərrüfat və sosial problemlərin həlli aləti kimi istifadəsinin effektivliyi tarixi-mədəni irsin qorunması və fəaliyyəti məsələlərinin həllinə kompleks yanaşmadan ibarətdir. Həmçinin Qarabağın erməni işğalçılarından azad edilməsi ilə Azərbaycanın turizm potensialı daha da zənginləşəcəkdir. Belə ki, ölkəmiz əlverişli coğrafi məkanda yerləşdiyindən müxtəlif sivilizasiyaların və mədəniyyətlərin qovuşduğu ərazi olmuşdur. Bu ərazidən qədim İpək Yolunun keçməsi ərazinin etnik-mədəni müxtəlifliyə malik olmasına və inkişafına təsir etmiş oldu.

Qeyd edilənlərdən belə bir qənaətə gəlmək olar ki, dövlətimizin həyata keçirdiyi multikultural və tolerant siyasət, xalqımızın qədim və zəngin maddi və mənəvi mədəniyyətə malik olması mədəni turizmin inkişaf etməsinə şərait yaradır. Ölkəmizin çox saylı qədim və zəngin tarixi və mədəni abidələri, onların qorunması və bərpa məsələləri daimi dövlətimizin nəzarətindədir. Buna əyani sübut kimi son illərdə ölkə rəhbərliyi tərəfindən qəbul edilmiş bir sıra hüquqi-normativ aktlardır. Bu sənədlər bir daha da ölkəmizin mühüm tarixi-mədəni resurslara malik olmasını, həmin resursların turizm sahəsinə daxil edilməsinin zəruriliyini. Eyni zamanda, Azərbaycanın mədəni və turizm potensialının geniş təbliğ edilməsi və nümayişi

məqsədlə paytaxt Bakıda, regionlarda və beynəlxalq arenada bir çox layihələr və tədbirlər həyata keçirilmişdir ki, bu da öz növbəsində ölkənin sosial-mədəni potensialının mədəni turizm vasitəsilə inkişafına böyük töhfə vermişdir.

Dissertasiyanın II fəslı “**Müasir turizm fəaliyyətində muzeylərin rolu**” adlanır. Bu fəslin “**Muzeylərin mədəni turizm sənayesinə daxil olmasında beynəlxalq təcrübənin əhəmiyyəti**” adlı birinci yarımfəslində müasir dövrdə dünyada baş verən sosial-iqtisadi və siyasi proseslərin təsiri altında muzeylərin rolu və əhəmiyyəti əsaslı dəyişikliklərə məruz qalması qeyd edilir. Muzeylər milli və beynəlxalq auditoriyaya xidmət göstərməklə, regionun sosial-iqtisadi inkişafının, həmin regiona turist marağının artmasına səbəb olur.

Müasir şəraitdə muzeylər həyatda qala bilmək üçün eksponatların nümayişi məkanı olmaqla yanaşı, həm də iqtisadi cəhətdən cazibədar sosial instituta çevrilməlidirlər. Uğurla inkişaf edən muzeylərin funksiyası bugün ənənəvi sərgilərdən, tədqiqatlardan, kolleksiyalardan və təhsildən daha çox, innovativ kommunikasiyalara, informativliyə, aparıcı xarici muzeylərin təcrübəsini öyrənməyə və s. doğru genişlənməşdir. Belə vəziyyətdə muzey fəaliyyətinin uğurlu olması tez dəyişən tələbə uyğun olaraq təklifə düzəlişlərin edilməsi, intensiv kommunikasiya və yeni texnologiyaların tətbiqi hesabına auditoriyanın marağının qorunması zərurəti ilə müəyyən edilir.

Hazırda dünyaca məşhur muzeylər yerli və əcnəbi turistlər bu və ya digər ölkə və ya regionda olduqları müddət ərzində onların diqqətini cəlb edərək, muzeyi ziyarət edənlərin orada özlərini arzu olunan qonaq kimi hiss etmələrinə şərait yaradırlar²⁶. Bu məqsədlərə çatmaq üçün onlar muzeydə görmək istədikləri insanların ehtiyac və maraqları haqqında düşünməlidirlər. Muzeyin ziyarətçilərlə işinin düzgün təşkili, yəni düzgün kommunikasiya strategiyası ziyarətçilərin ehtiyac və maraqlarını ödəyir, həm muzeyin özünə, həm də region və ya ölkəyə maliyyə baxımından xeyir verir.

²⁶ Бабаева, С.Р. Опыт привлечения туристов в деятельности современных музеев (на примере деятельности Британского музея)// - Томск: Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. - 2018, №29.- с. 247-254

Belə olan halda, ölkənin tarix və mədəniyyətinin təbliği mühüm əhəmiyyətə malikdir. Ziyarətçilərin cəlb edilməsi təcrübəsi, tamaşaçılarla ünsiyyətdə müasir kommunikasiya formalarından aktiv şəkildə istifadə, habelə kolleksiyaların mübadiləsi, səyyar ekspozisiyaların təşkili, regional muzeylərə dəstək və ölkə daxilində müxtəlif mədəniyyət və turizm təşkilatları ilə əməkdaşlıq sahəsində müəyyən elementlər ölkəmizin milli statuslu muzeyləri tərəfindən tətbiq edilə bilər²⁷. Bu isə öz növbəsində yerli və xarici muzey auditoriyasını genişləndirməyə, eləcə də dünyaya Azərbaycanın zəngin tarixini və mədəniyyətini tanıtmağa xidmət edəcəkdir.

II fəslin **“Muzey kommunikasiyası, menecment və marketinginin əsas istiqamətləri”** adlı ikinci yarım-fəslində qeyd edilir ki, praktiki cəhətdən bu gün kommunikasiya strategiyası muzeylərin fəaliyyətində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

Daha ümumiləşdirilmiş formada desək, XX əsrin sonlarına yaxın kommunikasiya tədricən muzey fəaliyyətinin hərəkətverici gücünə çevrilməyə başladı. Bu o deməkdir ki, muzeylər bütün metodlardan, həmçinin digər texniki kommunikasiyalardan istifadə etməklə, çox ehtimal ki, işlərində daha əhəmiyyətli olan məqamlara daha az diqqətin göstərilməsi riski ilə informasiyanı xüsusi üsulla ötürürlər.

Əksər böyük muzeylərdə ictimaiyyətlə əlaqələr üzrə şöbələr və ya “ictimai proqramlaşma şöbələri” (public programmes department) fəaliyyət göstərir. Bu şöbələrin təşkil etdikləri ənənəvi və ya innovasiyalı tədbirlər vasitəsilə (hadisələr, görüşlər, nəşrlər, gecə tədbirləri və s.) hədəf qrupları olan ziyarətçilərin sayı artır, bununla da muzeyin fəaliyyət imkanları genişlənir. Aparılan tədqiqatlar göstərir ki, PR mütəxəssislərinin çatışmazlığı səbəbindən ölkəmizin milli statuslu muzeyləri auditoriya ilə bu ünsiyyət formasından fəal şəkildə istifadə edə bilmirlər.

²⁷ Babayeva, S.R. Mədəni turizm sahəsində muzey: bəzi inteqrasiya məsələləri // Bakı: Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti, Turizm və qonaqpərvərlik jurnalı, - 2018. №1, - s. 238-245.

Kommunikasiya strategiyasının idarə edilməsinin və milli statuslu muzeylərimizin fəaliyyətindəki rolunun əhəmiyyəti bu gün muzeylərə öz nüfuzlarını qoruyub saxlamağa və turizm sənayesində yer tutmağa imkan verəcək kommunikasiya formalarının və növlərinin inkişafı zəruriliyi ilə müəyyən edilir²⁸. Bu zaman əgər milli statuslu muzeylər ziyarətçiləri kommunikasiya prosesinə cəlb edə və onu bu və ya digər ziyarətçinin praktik bilikləri ilə əlaqələndirə bilsələr, muzeylər daha açıq və əlçatan, yəni ziyarətçinin maraq və tələblərinə cavab vermiş olur. Beləliklə, muzey fəaliyyəti ilə onun auditoriyası arasında dinamik münasibətlər olmalıdır. Milli statuslu muzeylərimizdə informasiya texnologiyalarına əsaslanan kommunikasiya prosesi muzeylərin fəaliyyətinin ənənəvi formalarında yeni interaktiv növləri formalaşdıracaq. Muzeyin turistlərin cəlb edilməsi üzrə işində yeni informasiya texnologiyalarının tətbiqi onun fəaliyyətinin ənənəvi formalarının mahiyyətini və ona olan yanaşmaları əhəmiyyətli dərəcədə dəyişir. Bunun nəticəsində turistlər arasında getdikcə daha çox populyar olan interaktiv virtual turlar kimi muzey ekskursiyalarının yeni növləri yaranır və uğurla inkişaf edir. İnteraktiv ekskursiya bir tərəfdən muzeyin turizm praktikasında onun auditoriya ilə kommunikasiyası prosesinin effektiv şəkildə təşkili qismində çıxış edir, digər tərəfdən isə virtual ekskursiya vasitəsilə maarif, elmi və ya digər marağa səbəb olan bu və ya digər eksponatla tanış olan və muzeyə gəlmək qərarını qəbul edən potensial ziyarətçilərin cəlb edilməsi üzrə mühüm elementdən ibarətdir.

“Azərbaycanda milli statuslu muzeylərin turizmin inkişafına təsiri” adlı üçüncü fəslin **“Azərbaycanda milli statuslu muzeylərin turizm imkanları”** birinci yarım fəslində milli status anlayışına və milli statuslu muzeylərin fəaliyyətinə diqqət yetirilir.

İlk milli statuslu muzeylərin yaradılması 19-cu əsrdə Avstriya-Macarıstanda imperiyasında məskunlaşmış və milli mədəniyyət hüquqlarını müdafiə etmiş xalqlar arasında milli kimliyin oyanması ilə

²⁸ Babayeva, S.R. Muzey fəaliyyətində kommunikasiyanın rolu // - Bakı: ADMİU, Mədəniyyət dünyası jurnalı, - 2017. XXXIV buraxılış, - s. 72-76.

əlaqədardır. Belə ki, 1802-ci ildə Budapeştdə Macarıstan Milli Muzeyi, 1818-ci ildə Praqa Milli Muzeyi və digərləri yaradıldı.

“Milli statuslu muzey” konsepsiyası tarixi və bədii baxımdan ölkə üçün unikal və əhəmiyyətli olan hadisələri əks etdirən bir sıra kolleksiyaların xüsusi statusunu müəyyənləşdirir.

Beləliklə, Milli statuslu muzey cəmiyyətin və dövlətin tarixi inkişafının müəyyən bir mərhələsində meydana çıxır. Milli statuslu muzeyin yaranması üçün millətin inkişafı, milli dövlətçiliyin formalaşması, cəmiyyətin mənəvi həyatının inkişafı vacibdir. Belə bir muzeyin vəzifəsi xalqının keçdiyi tarixi yolu göstərmək, ümumiyyətlə əlamətdar sahələrdə ən yüksək nailiyyətlərini nümayiş etdirməkdir.

Azərbaycan Respublikasının “Muzeylər haqqında” Qanununa əsasən “muzey maddi və mənəvi abidələri toplayan və qoruyan, onların öyrənilməsini, nümayişini və təbliğini təmin edən mədəniyyət ocağı, elmi-tədqiqat müəssisəsidir”²⁹.

Fondlarında mühafizə edilən mədəniyyət sərvətlərinin, ayrı-ayrı kolleksiyaların əhəmiyyətlik dərəcəsinə və ölkənin mədəni həyatındakı roluna görə Azərbaycan Respublikasının “Mədəniyyət haqqında” Qanununa müvafiq olaraq muzeylərə milli status verilə bilər³⁰.

Milli statusa malik muzeylər xüsusi əhəmiyyətli obyekt kimi dövlət tərəfindən qorunur. Milli statusa malik muzeylərin işçilərinin əmək haqlarına əlavələr müəyyən olunur. Milli statusa malik

²⁹ Azərbaycan Respublikasının “Muzeylər haqqında” Qanunu // 24 mart 2000-ci ildə qəbul edilmişdir (31 oktyabr 2017-ci il tarixdə olan dəyişiklik və əlavələr). [Elektron resurs]. URL: <http://www.e-qanun.az/framework/735>

³⁰ Azərbaycan Respublikasının “Mədəniyyət haqqında” Qanunu // 21 dekabr 2012-ci il ildə qəbul edilmiş (19 may 2020-ci il tarixdə olan dəyişiklik və əlavələr). [Elektron resurs]. URL: <http://www.e-qanun.az/framework/25303>; Azərbaycan Respublikasının “Muzeylər haqqında” Qanunu // 24 mart 2000-ci ildə qəbul edilmişdir (31 oktyabr 2017-ci il tarixdə olan dəyişiklik və əlavələr). [Elektron resurs]. URL: <http://www.e-qanun.az/framework/735>

muzeyləri ləğv etmək və onların mülkiyyət formasını dəyişdirmək, habelə binalarında kənar təşkilatların yerləşdirilməsi qadağandır³¹.

Tədqiqat işi paytaxt Bakıda yerləşən milli statusa malik dörd böyük muzeydə aparılmışdır. Bu yarımfəsildə Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Milli Azərbaycan Tarixi Muzeyi, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Nizami Gəncəvi adına Milli Azərbaycan Ədəbiyyatı Muzeyi, Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi Azərbaycan Milli İncəsənət Muzeyi və Azərbaycan Respublikası Mədəniyyət Nazirliyi Azərbaycan Milli Xalça Muzeyinin yaranma tarixi, fəaliyyəti, hazırkı vəziyyəti haqqında ətraflı məlumat verilir. Dissertasiya işinin mövzusunə uyğun olaraq bu muzeylərin mövcud imkanları çərçivəsində respublikada turizmin inkişafına verə biləcək töhfələr araşdırılır, çatışmazlıqlar və problemlər təhlil edilir.

III fəslin **“Milli statuslu muzeylərin turizm integrasiyasında problemlər və onların həlli yolları”** adlı ikinci yarımfəslində bu və ya digər ölkənin dövlət büdcəsinə əhəmiyyətli gəlirlərin daxil olması mənbəyi olmaqla yanaşı, dünya arenasında ölkənin müsbət imicini formalaşdıran mədəni-tarixi irsin inkişaf vasitəsidir. Turizm məqsədləri ilə mədəniyyət abidələrinin maksimum dərəcədə istifadəsi, yerli və əcnəbi turistlərə göstərilən xidmətlərin müvafiq səviyyəsinin təmin edilməsi mədəni turizmin inkişafına səbəb olur.

Dövlət tərəfindən beynəlxalq və daxili bazarlarda turizmin inkişafı və təbliği, normativ bazanın, zəngin tarixi və mədəni irsin və misilsiz təbii potensialın təkmilləşdirilməsi, Bakıda ÜTT-nin rəsmi tədbirlərinin cədvəlinə daxil edilmiş hər il beynəlxalq turizm sərgilərinin təşkili üçün həyata keçirilən praktik tədbirlər Prezident İlham Əliyevə 2012-ci ili Azərbaycanda turizm ili elan etməyə imkan verdi. Beləliklə, ölkədə turizm sənayesinin gələcək inkişafı və onun milli iqtisadiyyatın mühüm sektoruna çevrilməsi istiqamətində əhəmiyyətli addımlar atılmışdır.

³¹ Azərbaycan Respublikasının “Muzeylər haqqında” Qanunu // 24 mart 2000-ci ildə qəbul edilmişdir (31 oktyabr 2017-ci il tarixdə olan dəyişiklik və əlavələr). [Elektron resurs]. URL: <http://www.e-qanun.az/framework/735>

Turizmin inkişafı və mədəni-tarixi irsin təbliği üzrə geniş proqramın həyata keçirilməsində xüsusi yer ölkənin milli statuslu muzeylərinə verilməlidir. Əhəmiyyətli tarixi-mədəni potensiala, müvafiq təşkilati-texniki imkanlara malik olmaqla, bu muzeylər mədəni turizmin hərəkətverici qüvvəsinə, minlərlə yerli və əcnəbi turistləri cəlb edən tarix və mədəniyyət müəssisələrinə çevrilməlidirlər.

Milli statuslu muzeylər mövcud normativ-hüquqi baza çərçivəsində öz maliyyə və təşkilat-texniki imkanları ilə birlikdə fəaliyyətlərini həyata keçirirlər. Belə ki, tədqiqat prosesində tərəfimizdən bizə təqdim edilmiş 2015-2019-cu illərdə milli statuslu muzeylərin işinin praktiki materialı təhlil edilmişdir.

Aparılan tədqiqat və təcrübə göstərir ki, muzeylərin mədəni turizm sahəsinə integrasiyası yalnız elmi əsaslandırılmış konsepsiya çərçivəsində mümkündür. Bu konsepsiyanın yaradılması çərçivəsində qanunvericilik bazası, idarəetmə sistemi, muzey işinin təşkili və milli statuslu muzeylərin maliyyə, sosial və digər fəaliyyət istiqamətləri təhlil edilmişdir.

Dissertasiyanın III fəslinin **“Muzeylərlə turizm müəssisələrinin əməkdaşlıq formalarında təcrübə və perspektivlər”** adlı üçüncü yarım-fəslində qeyd edilir ki, bu gün muzeylər müxtəlif mədəni məkanlarda öz yerini axtarmaqdadır. Bu səbəbdən də onlar bütün maraqlı mədəniyyət və turizm şirkətləri ilə aktiv əməkdaşlıq siyasəti həyata keçirməlidir. Muzey və turizm müəssisələrinin qarşılıqlı uğurlu işbirliyi onların fəaliyyətlərinin optimallaşdırılması ilə sıx əlaqəlidir.

Milli statuslu muzeylərin effektiv maliyyə və maddi-texniki təminatı muzey proqramlarının reallaşdırılması üçün investisiyaların cəlb edilməsi mexanizminin işlənilib hazırlanması, xeyriyyəçilik yardımının, məsənət və sponsor vasitələrinin vergi, gömrük və iqtisadi tənzimləmələrin digər növləri vasitəsilə cəlb edilməsi üçün muzey fəaliyyətinə dövlət dəstəyi mexanizminin təkmilləşdirilməsi imkanını verən muzey marketinqi, menecmenti, müqayisəli iqtisadi təhlil məsələləri üzrə analitik mərkəzlərin olması şərti ilə mümkündür.

Bu məqsədlə turizm xidmətləri bazarını, turizm agentliklərinin fəaliyyətini və səyahət xidmətlərindən əldə etdikləri qazancı, milli statuslu muzeylərin bu bazarda yeri araşdırılmış və Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin 2015-2019-cu illər üçün turizm sahəsində fəaliyyət göstərən 80-dən çox aparıcı turizm agentliklərinin fəaliyyəti, statistik məlumatları təhlil edilmişdir. Təhlil bu sahədəki bütün göstəricilərdə əhəmiyyətli dərəcədə artım olduğunu göstərir.

Belə ki, ölkənin milli statuslu muzeyləri ilə aparıcı turizm agentlikləri arasındakı əməkdaşlıqda müəyyən müsbət tendensiyalara baxmayaraq, agentliklər yerli və xarici turistlərin ölkənin milli statuslu muzeylərinə cəlb olunmasında hələ ki əsas tərəfdaş olmamışdır. Ölkənin milli statuslu muzeylərini ziyarət edənlərin əksəriyyəti turizm agentliklərinin və ya turoperatorların xidmətlərindən istifadə etməyən şəxslərdir. Buna görə bu əməkdaşlıq sahəsi daha da inkişaf etdirilməsini tələb edir və əsas integrasiya yollarından biri isə tərəfimizdən təklif edilən elmi konsepsiya olmalıdır. Bu konsepsiya çərçivəsində milli statuslu muzeylər turizm agentlikləri ilə daha sıx əməkdaşlıq üçün mühüm hüquqi baza, təşkilati müstəqillik və daxili stimül, yəni əməkdaşları həvəsləndirəcək tədbirlər nəzərdə tutulur.

Araşdırmamız göstərir ki, ölkənin turizm sektorunun daha da inkişafı və milli statuslu muzeylərin mədəni turizm sahəsinə aktiv integrasiyası üçün kifayət qədər potensial var.

Dissertasiyanın “**Nəticə**” hissəsində tədqiqatın əsas müddəaları ümumiləşdirilir, əldə edilmiş qənaətlərə istinadən təklif və tövsiyələr verilir. Tədqiqat işinin mövzusu üzrə apardığımız araşdırmalar nəticəsində aydın olmuşdur ki, mədəniyyət və turizmin artmaqda olan qarşılıqlı əlaqəsi və təsiri hər iki sahənin inkişafı üçün əlavə stimül yaradır və beləliklə də, onun müsbət nəticələrinin artmasını təmin edir. Qarşılıqlı əlaqə turizmin əsasını təşkil edən tələbatların reallaşmasında mədəniyyətin roluna və cəmiyyətin mədəni ehtiyaclarının qarşılınmasına əsaslanır. Beləliklə, mədəni turizm mədəniyyətin və turizmin bir-birinə yaxınlaşması üsulu kimi çıxış edir.

Dissertasiya mövzusu üzrə apardığımız araşdırmalar nəticəsində aydın olmuşdur ki, Azərbaycan mədəni turizmin bir çox

növlərini inkişaf etdirmək gücündə olan əhəmiyyətli tarixi-mədəni potensiala malikdir. Ölkəmiz üçün klassik, o cümlədən dünya mədəni irsinin mövcudluğu, etnik qrupların müxtəlifliklərinin, konfessional mühitin və dini mədəniyyətlərin spesifikliyinin, çoxcəhətliliyinin qorunub saxlanması səciyyəvidir. Bu amillər turizm məhsulunun formalaşması və onun həm daxili, həm də xarici bazarlarda reallaşması, turizm sənayesinin ölkə iqtisadiyyatının aparıcı sahələrindən birinə çevrilməsi üçün mühüm amil kimi çıxış edirlər.

Dövlət tərəfindən turizmin inkişafı üçün bir sıra proqramlar işlənib hazırlanmışdır. Bu prosesin davamı olaraq bütün regionları əhatə edən yeni turizm təyinat nöqtələri formalaşdırılır, müxtəlif turizm infrastrukturuları yaradılır. Bununla yanaşı, qəbul edilmiş proqramlar üzrə işləri davam etdirməklə, bu gün müasir turizm sənayesinin davamlı inkişafının və milli statuslu muzeylərin mədəni turizm sahəsinə integrasiyasının təmin edilməsi üçün hüquqi, iqtisadi, təşkilati və informasiya bazasının təkmilləşdirilməsi xüsusi önəm daşıyır. Bu, bir tərəfdən bütün turizm sənayesinə investisiyaların qoyulması üçün şərait yaradacaq, digər tərəfdən isə əcnəbi və yerli turistlərin cəlb edilməsinə, həmçinin tarixi-mədəni irsin turistlər tərəfindən mənimsənilməsi prosesinə və ölkənin müsbət imicinin formalaşmasına zəmin yaradacaq. Həmçinin, xüsusi əhəmiyyətə malik olan amil ondan ibarətdir ki, milli statuslu muzeylər tarixi-mədəni irsin daşıyıcıları olmaqla yanaşı, eyni zamanda Bakı şəhərinin və Abşeron yarımadasının geniş mədəni landşaftının elementlərindən biridir. Bu cür mədəni landşaftın mövcudluğu mədəni turizmin inkişafı üçün çox əhəmiyyətli bir amildir. Belə ki, turizm üçün yalnız ayrıca mədəni obyektlər deyil, həmçinin müxtəlif mədəniyyət müəssisələrindən və tarixi-mədəni obyektlərdən - muzeylərdən, qalereyalardan, tarix və mədəniyyət abidələrindən ibarət olan bütün mədəni landşaft əhəmiyyətə malikdir.

Mövzu üzrə apardığımız sistemli təhlil, araşdırmalar və təklif etdiyimiz elmi konsepsiya nəticəsində aşağıdakı qənaətlərə gəlmişik:

1. “Muzeylər haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunun təkmilləşdirilməsinin zəruriliyi müəyyən edilmişdir:

1.1 büdcədən kənar maliyyə mənbələrinin cəlb edilməsi sahəsində milli statuslu muzeylərin səlahiyyətlərinin genişləndirilməsi;

1.2 fiziki və hüquqi şəxslər tərəfindən milli statuslu muzeylərin fəaliyyətinə yönəlmiş maliyyə vəsaitləri vergidən azad olunmalıdır;

1.3 muzey xidmətləri və məhsulları üzrə qiymət siyasətinin formalaşdırılması zamanı vergi güzəştlərinin tətbiqi;

1.4 milli statuslu muzeylərlə turizm təşkilatları arasında münasibətlərin hüquqi tənzimlənməsi.

2. Muzey fəaliyyətinin spesifikasiyasının sistemli təhlili göstərir ki, müasir dövrdə Azərbaycanda olan milli statuslu muzeylər müəyyən dərəcədə turizm sənayesinə cəlb edilmişdir. Lakin turizm sənayesinə hərtərəfli integrasiya üçün milli statuslu muzeylərdən aşağıdakılar tələb olunur:

2.1 milli statuslu muzeylərdə idarəetmə sisteminin təkmilləşdirilməsi:

- muzeylərdə Hamilik Şurasının yaradılması;
- muzeylərin vahid Məlumat Mərkəzinin yaradılması;
- muzey nəzdində muzey menecmenti, muzey marketinqi, PR şöbənin yaradılması və həmin şöbəyə yüksək ixtisaslı kadrların cəlb edilməsi.

2.2. müasir innovasiya texnologiyalarından aktiv şəkildə istifadə edilməsi;

3. Müxtəlif mənbələrdən maliyyə vəsaitlərinin (subsidiyalar, qrantlar, sponsorluq və məsənət yardımları) cəlb edilməsi;

4. Milli statuslu muzeylərin fəaliyyətində beynəlxalq təcrübənin tətbiq edilməsi (öz ekspozisiyasına dair milli və beynəlxalq sərgilərin keçirilməsi, muzeyin təhsil proqramları, muzey filiallarının yaradılması və s.);

5. Milli statuslu muzeylərin beynəlxalq səviyyədə fəaliyyətinin uğurla həyata keçirilməsi üçün aşağıdakıların təmin edilməsi zəruridir:

- aparılan sərgi mübadilələri çərçivəsində milli statuslu muzeylərin hüquqi və maliyyə mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsi;

- rəqəmsal resursların və ekspozisiyaların çoxdillli informasiya müşayiətinin təkmilləşməsinə dəstəyin göstərilməsi;

- milli statuslu muzeylərin xarici və yerli muzeylərlə əməkdaşlığının inkişafına dəstəyin göstərilməsi.

Milli statuslu muzeylərin uğurlu integrasiyasına istiqamətlənmiş elmi tövsiyələr qismində aşağıdakıları təklif etmək olar:

- milli statuslu muzeylərin fəaliyyətinin normativ-hüquqi bazasının təkmilləşdirilməsi;

- milli statuslu muzeylərin işində informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının aktiv şəkildə tətbiqi;

- turizm şirkətləri ilə müxtəlif istiqamətli və qarşılıqlı səmərəli münasibətlərin qurulması;

- öz gəlirlərindən səmərəli istifadə və sponsor, xeyriyyəçilik vəsaitlərinin cəlb edilməsi;

- beynəlxalq səviyyədə fəaliyyətin aktivləşdirilməsi;

- ölkəmizin xaricdəki diplomatik nümayəndəliklər və mövcud olan ölkələrdə Azərbaycanın Mədəniyyət Mərkəzlərinin nəzdində muzey guşələrinin yaradılması və vaxtaşırı sərgilərin keçirilməsi;

- yeni iqtisadi şəraitə uyğun olaraq milli statuslu muzeylərin kadr təminatı mexanizminin təkmilləşdirilməsi.

Dissertasiyanın əsas məzmunu iddiaçının aşağıdakı elmi əsərlərində öz əksini tapmışdır:

1. Cultural Tourism As The Main Source Of Economic, Social And Cultural Development Of Country. Integration Processes Of The World Science In The 21st Century. "İnternational Youth Forum".10-14 October, 2016. Ganja/Azerbaijan. s. 230-232

2. Понятие "культурный туризм", его основные характеристики. Журнал научных публикаций "Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук" № 9 (104), часть 2, Москва, сентябрь 2017, с 69-71. s.69-71

3. Socio-cultural resources of country as significant factor of cultural tourism development.// Международный научный журнал "Colloquium"(Warsaw, Poland). No. 10, October, 2017, p. 35-37.

4. Культура и туризм: культурологический аспект. // "Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları" Beynəlxalq jurnalı. Xüsusi buraxılış. Bakı Noyabr 2017. s. 185-194

5. Музей как важный фактор развития культурного туризма. / XX Международная научно-практическая конференция "Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире. 4 декабря 2017 г. Том 2. Санкт-Петербург, Россия, с. 148-151

6. Museum in an area of cultural tourism: some issues of integration. // Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları beynəlxalq jurnalı. İl 6, № 4, Bakı, dekabr 2017. s. 271-278.

7. Muzey fəaliyyətində kommunikasiyanın rolu. // Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti. Mədəniyyət Dünyası jurnalı. XXXIV buraxılış. Dekabr 2017. s. 72-76

8. Muzeylərin turizm müəssisələri ilə qarşılıqlı münasibətinin bəzi aspektləri. // Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti. Elmi əsərlər jurnalı. № 24, Bakı, dekabr 2017. s. 62-67

9. Milli statuslu muzeylərin turizm sənayesinə inteqrasiya məsələləri. // Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları beynəlxalq jurnalı. İl 7, № 2, Bakı, aprel 2018. s. 72-76.

10. Опыт привлечения туристов в деятельности современных музеев (на примере деятельности Британского музея). // Журнал “Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение”. № 29, 2018 г. с. 247-254

11. Коммуникативные технологии в создании туристической привлекательности музея. // АМЕА. Gənc tədqiqatçı elmi-praktiki jurnal. IV cild, № 1, 2018. s. 333-338

12. Muzeylərdə PR texnologiyasının tətbiqi və xüsusiyyətləri. // Bakı Xoreoqrafiya Akademiyası. Sənət Akademiyası (beynəlxalq elmi nəzəri jurnal). № 2 (5) 2018. s.114-118.

13. Milli statuslu muzeylərin turist cəlbətmə siyasətində mövcud problemlər və həlli yolları. / Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti. “İdarə etmədə multikultural dəyərlər” mövzusunda Respublika konfransının materialları. 25 may, 2018. s. 47-53.

14. Müasir bazar şəraitində muzeylərin dayanıqlığı və inkişaf perspektivləri. / Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti. “İdarəetmədə multikultural dəyərlər” mövzusunda V Respublika elmi konfransının materialları. Bakı, 22 noyabr, 2019. s. 46-51.

15. Muzeylərdə rəqəmsal texnologiyalar. / Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti. Elm, Mədəniyyət və İncəsənətin qarşılıqlı əlaqəsi və müasir cəmiyyətin inkişafında rolu. III Respublika elmi-nəzəri konfransı. Bakı-2019. s. 367-374.

Dissertasiyanın müdafiəsi 15 dekabr 2021-ci il tarixində saat 12:00 AMEA Memarlıq və İncəsənət İnstitutunun nəzdində fəaliyyət göstərən FD 1.34 Dissertasiya şurasının bazasında BFD 1.34 qeydiyyat nömrəli Birdəfəlik dissertasiya şurasının iclasında keçiriləcək.

Ünvan: Az 1143, Bakı şəhəri, Hüseyn Cavid prospekti 115, 4-cü mərtəbə.

Dissertasiya ilə AMEA Mərkəzi Elmi Kitabxanasında tanış olmaq mümkündür.

Dissertasiya və avtoreferatın elektron versiyaları AMEA Memarlıq və İncəsənət İnstitutunun rəsmi internet saytında yerləşdirilmişdir.

Avtoreferat 15 noyabr 2021-ci il tarixində zəruri ünvanlara göndərilmişdir.

Çapa imzalanıb:10.11.2021

Kağızın formatı A 5

Həcm: 44066

Tiraj: 100