



“İQTİSADI İSLAHATLAR” elmi-analitik jurnal

BEYİN MƏRKƏZLƏRİNİN SOSIAL-İQTİSADI İNKİŞAFDA ROLU

 № 3 (4)

Rəşad HÜSEYNOV
İqtisadi İslahatların Təhlili və
Kommunikasiya Mərkəzinin
İqtisadi təhlil və analitik informasiya
departamentinin rəhbəri

Vüsalə CƏFƏROVA,
İqtisadi İslahatların Təhlili və
Kommunikasiya Mərkəzinin Layihələr
departamentinin rəhbəri

Zənurə TALİBOVA,
İqtisadi İslahatların Təhlili və
Kommunikasiya Mərkəzinin Kommunikasiya
departamentinin rəhbəri



Beyin Mərkəzlərinin sosial-iqtisadi inkişafda rolu

Rəşad HÜSEYNOV

İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin
İqtisadi təhlil və analitik informasiya departamentinin rəhbəri

Vüsalə CƏFƏROVA,

İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin
Layihələr departamentinin rəhbəri

Zənurə TALİBOVA,

İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzinin
Kommunikasiya departamentinin rəhbəri

XÜLASƏ

Beyin mərkəzlərinin inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələrin sosial-iqtisadi inkişafında rolu son dövrlər nəzərə cərpacaq dərəcədə artmaqdadır. Bunun isə əsas səbəbi Böyük Verilənlərin (Big Data) toplanması, saxlanması və analitikasının aparılması üçün yeni texnoloji yeniliklərin dinamik şəkildə inkişaf etməsidir. Bu gün beyin mərkəzləri, iqtisadi və sosial siyasətlərin qəbul edilməsi prosesini təkmilləşdirir, eyni zamanda regional və beynəlxalq şəbəkələr yaradır ki, bu da sosial-iqtisadi inkişafa öz töhfəsini verir. Dünyanın beyin mərkəzləri qloballaşma və idarəetmə, beynəlxalq iqtisadiyyat, ətraf mühit problemləri, beynəlxalq sülh və təhlükəsizlik, yoxsulluğun azaldılması, səhiyyə və global sağlamlıq, informasiya və cəmiyyət kimi mühüm siyasət sahələrində bilik və siyasət arasında körpü yaratmağa kömək edir və bu istiqamətdə qlobal təşəbbüslər hazırlayır. Azərbaycanda fəaliyyət göstərən beyin mərkəzlərinin bir sıra əsas istiqamət üzrə apardıqları fəaliyyətlər data əsaslı strateji idarəetmədə önəmli rol oynayır ki, bu istiqamətlərə müxtəlif növ sorğuların aparılması və onların analizləri, elektron hökumətin yaratdığı Böyük Verilənlər və buna əsaslanan təhlillər, sosial medianın izlənməsi və aparılan araşdırmalar, eləcə də sosial və iqtisadi islahatların monitorinqi və qiymətləndirilməsi ilə bağlı yaranan dataların təhlili aiddir.

Açar sözlər: *Beyin mərkəzləri, böyük verilənlər, data əsaslı qərar vermə, kommunikasiya, sosial-iqtisadi inkişaf.*

GİRİŞ

Qlobal miqyasda beyin mərkəzlərinin rolu informasiya və texnoloji inqilab, həmçinin siyasət problemlərinin artan mürəkkəbliyi fonunda getdikcə güclənir. Beyin mərkəzləri həm strateji qərarları qəbul edənlərə, həm də bütövlükdə ictimaiyyətə data əsaslı qərarlar qəbul etməyə imkan verən daxili və beynəlxalq məsələlər üzrə fundamental tədqiqat, təhlil və analizlər aparan institutlar sayılırlar.

"Azərbaycan Respublikasında elm və təhsil sahəsində idarəetmənin təkmilləşdirilməsi ilə bağlı bəzi tədbirlər haqqında" Prezident Fərmanı elm və təhsilin qarşılıqlı əlaqəsinin möhkəmləndirilməsi və bu sahələrdə idarəetmənin təkmilləşdirilməsi baxımından əhəmiyyətlidir. "Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası"na əsasən elmin müxtəlif sahələri üzrə tədqiqatlar genişləndiriləcəkdir. Müasir təfəkkürlü və kreativ düşüncəli gənclər erkən vaxtlardan elmi araşdırmalara cəlb ediləcəkdir. Elmi tədqiqatların rəqabətli və məqsədli maliyyələşdirilməsi mexanizmi yaradılacaqdır. Eyni zamanda elmi-texniki və təcrübə-konstruktor işlərinin (ETTKİ) kommersiyalaşdırılmasına dəstək veriləcəkdir. Bu məqsədlə həyata keçirilən tədqiqatlar maliyyələşdiriləcək, ETTKİ infrastrukturunu inkişaf etdiriləcəkdir. Müasir dövrdə texnologiyaların kommersiyalaşdırılması innovativ inkişafda prioritet olduğundan, tədqiqat nəticələrinin məhsula çevrilməsi təmin



olunacaq və elmi tədqiqatlarda mövcud maneələr müəyyən edilərək aradan qaldırılacaqdır. Nəticədə, innovasiyaların bazara çatdırılması asanlaşdırılacaq, ETTKİ üzrə xərclərin ÜDM-dəki payı isə 0,1% səviyyəsinə çatdırılacaqdır. Eyni zamanda strategiyada 2026-cı ilə qədər, ölkədə tədqiqat potensialı yüksək olan iki universitetin bazasında iki tədqiqat universitetinin yaradılması da nəzərdə tutulur.

Beyin mərkəzlərinin kommunikasiyası digər bütün növ kommunikasiyalardan fərqlənir. Amerikalı iqtisadçı Tomas Stüart “Fortuna Magazine”-ə verdiyi müsahibədə bildirdi ki, intellektual kapital menecerlərinin ən böyük vəzifəsi “bilini paylaşa bilən təşkilatlar yaratmaq”dır. O, paylaşılmayan intellektual kapitalı faydasız otaqda tək oturan müdrik adama bənzədir. Amerikalı iqtisadçı beyin mərkəzlərində informasiyaların ötürülməsi üçün şəbəkələrin qurulmasını olduqca əhəmiyyətli hesab edib. O bildirib ki, bu şəbəkələr auditoriya, dinləyicilər, təchizatçılar və bütün maraqlı tərəflər arasında körpü rolunu oynayır. Hazırda dünyada 5500-dən artıq beyin mərkəzi fəaliyyət göstərir və bu mərkəzlərin bir çoxu hələ də effektiv kommunikasiyanın qurulması, təsir imkanlarının artırılması və nəticənin əldə edilməsində ölçü meyarları barədə standartlar müəyyən edilməsi üçün araşdırmalar aparırlar.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Kommissiyasının saytında yerləşdirilən məlumata əsasən Azərbaycanda fəaliyyət göstərən elmi müəssisələrin sayı 103-dür. Elmi araşdırmalar aparan Qeyri – Hökumət Təşkilatlarının sayı isə 50 ətrafındadır. Qeyd edilən elmi müəssisələr elmin demək olar ki, bütün sahələri üzrə fəaliyyət göstərirlər.

BEYİN MƏRKƏZLƏRİ BEYNƏLXALQ TƏCRÜBƏDƏ

Dünyanın beyin mərkəzləri son 30 il ərzində qloballaşma və idarəetmə, beynəlxalq iqtisadiyyat, ətraf mühit problemləri, beynəlxalq sülh və təhlükəsizlik, yoxsulluğun azaldılması, səhiyyə və qlobal sağlamlıq, informasiya və cəmiyyət kimi mühüm sahələrdə bilik və strateji qərarların verilməsi arasında körpü yaratmağa kömək edən bir sıra qlobal təşəbbüslər hazırlayırlar. Bu gün beyin mərkəzləri, beynəlxalq əməkdaşlıq səylərini artırmaqla bütün dünyada vətəndaş cəmiyyətlərini gücləndirir, siyasətlərin qəbul edilməsi prosesini təkmilləşdirir, regional və beynəlxalq şəbəkələr yaradırlar. Vətəndaş cəmiyyətində iqtisadi siyasəti təhlil edən tədqiqat mərkəzləri önəmli rola malikdir. Fəaliyyət göstərən beyin mərkəzlərinin böyüməsinə təsir göstərən amilləri aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- İnformasiya və texnoloji inqilab;
- Hökumətlərin informasiya üzərində inhisarının itməsi;
- Siyasət problemlərinin artan mürəkkəbliyi və texniki xarakteri;
- Hökumətin fəaliyyət miqyasının artması;
- Qloballaşma;
- Dövlət və qeyri-dövlət qurumlarının rolunun artması;
- “Lazım olan vaxtda, lazım olan yerdə və lazım olan formada” yığcam məlumata və təhlilə ehtiyacın artması.

Beyin mərkəzlərində dünyanın aparıcı alimləri və mütəxəssisləri çalışır və həlli vacib məsələlər üzrə siyasət sənədləri hazırlayırlar. Bir sıra beynəlxalq təşkilatların hazırladığı layihələri buna misal göstərmək olar. Məsələn, Think-20 tərəfindən G20 ölkələri üçün hazırlanan elmi tövsiyələr (<https://www.t20indonesia.org/>), Dayanıqlı İnkişaf Məqsədləri (DİM) üzrə Tərəfdaşlıq Platforması (<https://sdgs.un.org/partnerships>), İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı Qlobal forumu (<https://www.oecd.org/development/globalforum>).

Pensilvaniya Universiteti müxtəlif kateqoriyalar üzrə dünyanın aparıcı beyin mərkəzlərini sıralayan illik “Global Go To Think Tank” İndeksi hazırlayır. İndeksin hazırlanması dünyanın çap və elektron media, akademik, dövlət və özəl donor institutları və hökumətlərdən ibarət olan 1796-dan çox qurum və ekspertlərdən ibarət bir panel tərəfindən həyata keçirilir. Hər il hazırlanan “İllik Beyin Mərkəzləri” İndeksi akademiklər, jurnalistlər, donörlər və ictimaiyyət tərəfindən dünyanın aparıcı araşdırma mərkəzlərini tapmaq və onlarla əlaqə yaratmaq üçün istifadə olunur. Burada əsas məqsəd beyin mərkəzlərinin profilini və fəaliyyətini artırmaq və

beyin mərkəzlərinin dünya miqyasında hökumət və vətəndaş cəmiyyətlərində oynadığı mühüm rol haqqında ictimaiyyəti məlumatlandırmaqdır.

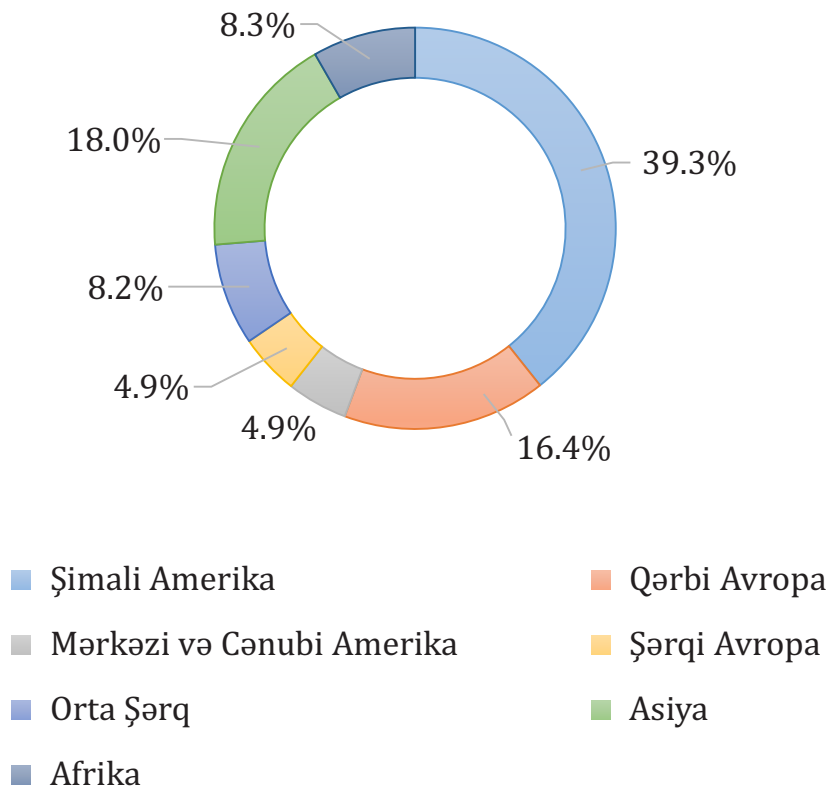
Bu günə qədər Beyin Mərkəzləri və Vətəndaş Cəmiyyətləri Proqramı (TTCSP) 85 ölkədə texniki yardım və potensialın gücləndirilməsi proqramlarını təqdim edib. Hazırda beyin mərkəzlərinin regional və qlobal şəbəkələrinin daha da gücləndirilməsi üzərində işlənilir. Əsas məqsəd yüksək keyfiyyətli və strateji qərarların verilməsinə ciddi şəkildə təsir göstərəcək araşdırmaları hazırlamaq və ictimai rifah naminə fəaliyyətləri formalaşdırmaq qabiliyyətini nümayiş etdirən beyin mərkəzlərini səfərbər etməklə davamlı institusional və dövlət səviyyəsində tərəfdaşlıq yaratmaqdır.

Beyin mərkəzləri və akademik institutlar sistemli, sektorlararası, qlobal miqyasda bir-birindən asılı olan və hər bir ölkənin həll etmək imkanlarından kənar olan məsələlərə üstünlük verməlidirlər. İnkişaf determinantları olan yoxsulluq, ətraf mühitin dəyişməsi, miqrasiya, qida təhlükəsizliyi kimi problemlər buna misaldır. Bunun üçün strateji qərarvermədə nüfuza malik yerli qurumlar və vətəndaş cəmiyyətinin nümayəndələri, eləcə də qlobal maraqlı tərəflərlə əlaqəyə ehtiyac vardır.

İqtisadi inkişafa fokuslanan beyin mərkəzləri və akademik institutlar universallığa dəstək verməlidirlər. Bilik "qlobal ictimai məhsul" hesab edilməlidir və beyin mərkəzləri və digər bilik institutları milli, regional və qlobal səviyyələrdə öyrənmə və həll yollarını paylaşmalıdırlar. Məqsədlərə çatmaqda hər bir ölkə özünəməxsus çətinliklərlə üzləşə bilsə də, "universallıq" beyin mərkəzlərinin qlobal əməkdaşlıq tələb edən problemlərin həlli üçün çərçivəni təmin edir.

Hazırda beyin mərkəzlərinin çoxu Şimali Amerikada fəaliyyət göstərir (39,3%), Asiya və Qərbi Avropada fəaliyyət göstərən beyin mərkəzləri dünya üzrə fəaliyyət göstərən mərkəzlərin 18% və 16.4%-ni təşkil edir.

Qrafik 1. Beyin mərkəzlərinin regional bölgüsü





AZƏRBAYCANDA BEYİN MƏRKƏZLƏRİNİN DATA ƏSASLI STRATEJİ İDARƏETMƏDƏ ROLU

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən beyin mərkəzlərinin 4 istiamət üzrə apardıqları fəaliyyətlər data əsaslı strateji idarəetmədə önəmli rol oynayır. Bu istiqamətlərə müxtəlif növ sorğuların aparılması və onların analizləri, elektron hökumətin yaratdığı Big Data (böyük verilənlər) və buna əsaslanan təhlillər, sosial medianın izlənməsi və aparılan araşdırmalar, eləcə də sosial və iqtisadi islahatların monitorinqi və qiymətləndirilməsi ilə bağlı yaranan dataların təhlili aiddir. Aşağıda qeyd edilmiş istiqamətlər üzrə ətraflı məlumat və araşdırma verilmişdir:

□ **Sorğular**

■ İctimai fikrin öyrənilməsi üçün vətəndaşlar arasında sosioloji sorğuların keçirilməsi siyasi və sosial trendləri, cəmiyyət üçün əhəmiyyət kəsb edən məsələləri müəyyən etməyə və bu barədə aidiyyəti dövlət orqanlarını və qurumlarını məlumatlandırmağa xidmət edir. Məsələn, Sosial Araşdırmalar Mərkəzinin apardığı anket sorğuları, fokus qrup müzakirələri, intervyular ölkədə aparılan sosial siyasətin vətəndaşlar tərəfindən necə qiymətləndirildiyini müəyyən etməyə xidmət edir. Bununla yanaşı sorğuların təhlil edilməsi aidiyyəti dövlət qurumları üçün qərarların verilməsində önəmli rol oynaya bilər.

■ Biznes mühitinin yaxşılaşdırılması və iqtisadi islahatlara dəstək məqsədi ilə sahibkarlar arasında aparılan sorğular müvafiq olaraq təhlil edilir və bunların əsasında görüləcək tədbirlər müəyyən edilir. Məsələn, Biznes Mühiti və Beynəlxalq Reytinglər üzrə yaradılan Komissiyanın bəzi işçi qrupları mütəmadi olaraq sahibkarlar arasında sorğular keçirirlər (tikintiyə icazələrin verilməsi sahəsində, vergi islahatları sahəsində, elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulma sahəsində və s.) bu sorğuların nəticəsində isə növbəti ildə ölkədə biznes mühitinin yaxşılaşdırılması istiqamətində görüləcək işlər müəyyən edilir.

■ Dövlət orqanlarının (qurumlarının) vətəndaşlara və sahibkarlara göstərdiyi xidmətlərin səviyyəsini ölçmək üçün mütəmadi olaraq xüsusi sorğulardan istifadə edilir ki, bu da xidmətlərin göstərilməsində yaranan çətinlikləri görməyə və onları aradan qaldırmağa dəstək olur. Məsələn, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyi "ASAN indeksi" üzrə illik olaraq dövlət orqanlarının vətəndaşlara göstərdiyi xidmətləri qiymətləndirir[2]. Bununla yanaşı, hazırda icra prosesində olan "KOB indeksi" dövlət xidmətlərinin mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə təsirlərini qiymətləndirilməsində istifadə ediləcəkdir[3].

□ **Sosial medianın monitorinqi**

■ Sosial media vasitələrinə internet üzərindən yayımlanan informasiya saytları, sosial şəbəkələr, bloqlar, anı ünsiyyət proqramları, forumlar daxildir. Sosial şəbəkələrin – əsasən də orada yer alan mətnlərin, rəylərin, həştəqlərin, açar sözlərin və s. monitorinqləri aparılır ki, bu da sosial şəbəkələrdə aktiv olan müxtəlif auditoriyaların maraqlarını müəyyən etməyə, ümumilikdə vətəndaşların istək və arzularını dəqiqliklə izləməyə və müvafiq olaraq lazımi strateji qərarların verilməsinə və tədbirlərin görülməsinə xidmət edir.

■ Sosial şəbəkələrdə istifadəçi davranışlarının xarakterizə olunması və əlaqələrin qiymətləndirilməsi məqsədi ilə monitorinqlər aparılır. İnsanların bu günlərdə internetdə paylaşa biləcəkləri məlumatlara demək olar ki, məhdudiyət yoxdur və sosial mediada məlumatların geniş və tez yayıldığını nəzərə alsaq, şəbəkələrin monitorinq edilməsi ölkəni mümkün təhlükələrdən qoruya bilər.

■ Eyni zamanda, sosial media monitorinqləri vətəndaşlarla interaktiv əlaqə yaratmaqla auditoriyanın tələbatı olan məlumatları sosial media vasitəsilə yaymağa da öz tövhəsini verir. Hal-hazırda monitorinqlərin aparılması "Big Data" analitika texnologiyalarından (data mining, text mining və s.) istifadə olunur.

□ **Elektron hökumət (e-government)**

■ Elektron hökumət – dövlət, vətəndaşlar və biznes sektoru arasında qarşılıqlı əlaqələrin qurulmasında mühüm əhəmiyyət kəsb edir və bununla da böyük verilənləri formalaşdırır ki, bu verilənlərdən istifadə etməklə strateji qərarların verilməsində yeni mərhələ açılır. Məsələn,



Elektron Kənd Təsərrüfatı İnformasiya Sisteminin yaratdığı böyük verilənlərdən istifadə etməklə kənd təsərrüfatı sahəsində optimal strateji qərarlar verilir ki, bu da aparılan aqrar siyasətin daha səmərəli olması deməkdir.

■ Elektron hökumətin yaratdığı böyük verilənlər həm sosial həm də iqtisadi siyasətdə qərarların çevik və sürətli verilməsinə gətirib çıxarır, eyni zamanda xərclərin azalmasına töhfə verir.

■ Yeni nəsil elektron hökumət (e-government 3.0) bu sahədə süni intellektin (artificial intelligence) və maşın öyrənməsinin (machine learning) geniş tətbiqini nəzərdə tutur ki, bu da xammal sayılan informasiyanın biliyə çevrilməsində mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

□ **İslahatların monitorinqi və qiymətləndirilməsi**

■ Sosial və iqtisadi sahədə dövlət strategiyalarının, proqramların, tədbirlər planlarının monitorinqi və qiymətləndirilməsi nəticəsində böyük verilənlər bazası yaranır. Xüsusən yeni islahatların hazırlanmasında monitorinq və qiymətləndirmə nəticəsində əldə olunan datalardan istifadə etmək olur. İqtisadi İslahatların Təhlili və Kommunikasiya Mərkəzi (İİTKM) monitorinq və qiymətləndirmə institutu kimi ölkədə icra edilən strateji sənədlərin monitorinqini və qiymətləndirilməsini aparır. Bu proses rəqəmsal platforma olan monitoring.az portalı vasitəsi ilə yerinə yetirilir. Monitoring.az portalı dövlət strategiyalarının, proqramların, tədbirlər planlarının monitorinqi və qiymətləndirilməsi nəticəsində Böyük Verilənlər bazası yaratmağa imkan yaradır.

■ Digər tərəfdən Biznes mühiti və beynəlxalq reytinglər üzrə Komissiyanın internet portalı olan azranking.az portalı verilənlər bazasından istifadə etməklə islahatların generasiyasını təmin edir və islahatlar da yenidən monitorinq olunur.

■ Beləliklə, monitoring.az və azranking.az portalları arasında funksional əlaqə - "müdrək çevrə" - yaranır ki, bu da data əsaslı qərarvermə prosesinə əhəmiyyətli dərəcədə töhfə verir. Eyni zamanda strateji qərarların qiymətləndirmə, koordinasiya və kommunikasiya imkanlarını artırmaqla bərabər ölkədəki islahat proseslərinin də sürətlənməsinə müsbət təsir göstərir. İİTKM-in təqdim etdiyi Azranking.az və Monitoring.az platformaları funksional əlaqələndirilməklə islahatlar və monitorinqin iş axınlarını rəqəmsal olaraq bir-birinə bağlayır: yeni islahat yeni monitorinq və yeni monitorinq yeni islahat təşəbbüslərini yaradır. İİTKM-də islahatların "həyat tsikli" nə aid olan bütün mərhələlər tam rəqəmsallaşdırılıb. Bu isə prosesin səmərəliliyini, şəffaflığını, inklüzivliyini və hesabatlılığını təmin edir.

BEYİN MƏRKƏZLƏRİNİN KOMMUNİKASIYASI

Beyin mərkəzlərinin kommunikasiyası digər bütün növ kommunikasiya metodlarından fərqlənir. Yəni beyin məhsulunu yaratmaq və satmaq, elmi fəaliyyət ilə məşğul olmaq, iqtisadiyyat sahəsində yeni modelləşdirmə yaratmaq, innovativ həllərlə məşğul olmaq, paralel olaraq bu informasiyanı cəmiyyətə düzgün formada ötürmək – bütün bunları cəmiyyətə təqdim etmək heç də həmişə ənənəvi kommunikasiya vasitələri ilə mümkün olmur. Bu sahədə də daima yenilikçi olmaq lazımdır. Amerikalı iqtisadçı Tomas Stüart (1991) "Fortuna Magazine"-ə verdiyi müsahibədə bildiir ki, intellektual kapital menecerlərinin ən böyük vəzifəsi "bilini paylaşa bilən təşkilatlar yaratmaq"dır. O, paylaşılmayan intellektual kapitalı faydasız otaqda tək oturan müdrək adama bənzədir. Amerikalı iqtisadçı beyin mərkəzlərində informasiyaların ötürülməsi üçün şəbəkələrin qurulmasını olduqca əhəmiyyətli hesab edib. Bildirib ki, bu şəbəkələr auditoriya, dinləyicilər, təchizatçılar və bütün maraqlı tərəflər arasında körpü rolunu oynayır.

Hazırda dünyada 5500-dən artıq beyin mərkəzi fəaliyyət göstərir və bu mərkəzlərin bir çoxu hələ də effektiv kommunikasiyanın qurulması, təsir imkanlarının artırılması və nəticənin əldə edilməsində ölçü meyarları barədə standartlar müəyyən edilməsi üçün araşdırmalar aparırlar. Media və kommunikasiya üzrə amerikalı mütəxəssis Fred Kuntz (2013) Çində "Beyin Mərkəzləri – dəyişən dünya ilə üz-üzə" beynəlxalq konfransda bildirib ki, beyin mərkəzləri üçün düzgün kommunikasiyanın qurulması doğru strategiyanın hazırlanması ilə başlayır. Yəni doğru hədəflər, aydın missiya və bəlli məqsədləri olan beyin mərkəzlərinin uğur qazanma ehtimalı daha yüksəkdir.



İnkişaf etməkdə olan dövlətlərdə isə beyin mərkəzləri həm də icra qurumu kimi ("Think and Do Tanks") fəaliyyət göstərdiyi üçün bu sistem bir qədər də mürəkkəbləşir. Lakin beyin mərkəzləri üçün vahid missiya mövcuddur ki, bu tələblər də təhlilərin aparılması, yeni ideya və strategiyaların formalaşdırılması, həmçinin fəaliyyətdən yaranan tesizlərin cəmiyyətə birbaşa və dolayı yolla çatdırılmasını tələb edir. Burada ilk növbədə aşağıdakılar çox önəmlidir:

- Düzgün auditoriyanın formalaşdırılması,
- Hədəflərə uyğun tezislərin (nərrativlərin) yaradılması,
- Tezislərin (nərrativlərin) auditoriyaya çatdırılması üçün doğru zamanlamanın aparılması
- Düzgün və uyğun alətlərin və kanalların müəyyən edilməsi vacibdir.

DÜZGÜN AUDİTORİYANIN FORMALAŞDIRILMASI VƏ YA AUDİTORİYANIN DÜZGÜN FORMALAŞDIRILMASI

Beyin mərkəzləri öz missiyalarını yerinə yetirmək üçün ilk növbədə doğru auditoriyanın müəyyən edilməsinə ehtiyac duyurlar. Yəni hər bir beyin mərkəzi öz missiya və məqsədlərini aydın müəyyən edə bilsə onun uğur qazanma ehtimalı da yüksəlir. Beyin mərkəzi fəaliyyəti zamanı hansı auditoriyaya təsir etmək istədiyini dəqiq müəyyənləşdirməlidir. Doğru auditoriyanı necə müəyyən etmək olar? Bura hədəf auditoriyaya müəyyən suallar ünvanlamalaqla cavablar almaq mümkündür (Məsələn: Yenilikləri hansı yolla əldə etmək istəyirsiniz, beyin mərkəzləri sizinlə kommunikasiyanı necə daha effektiv edə bilər və s.). Beyin mərkəzləri mütəmadi əməkdaşlıq etdiyi auditoriyadan yaxşı və pis nümunələrə dair monitoring aparılmasını da xahiş edə bilər. Bu qiymətləndirmə tərəflər arasında auditoriya ilə əməkdaşlığı təkmilləşdirir. Britaniyalı kommunikasiya mütəxəssisi Clair Grant-Salmon auditoriya ilə işi belə təsvir edir: "Hədəf auditoriyanın inkişafı tək-cə mövcud sayı artırmaqdan ibarət deyil, mövcud və yeni auditoriyalarla kommunikasiyanı təkmilləşdirməkdən ibarətdir. Mövcud və potensial auditoriyaları dinləmək, təklifləri qəbul etmək və mesajları daha sadə formada təqdim etməklə kommunikasiyanı gücləndirmək mümkündür. Biz izləyicilərimizin etibarını onları dinləmək və başa düşməklə qazana bilərik".

HƏDƏFLƏRƏ UYGUN TEZİSLƏRİN (NƏRRATİVLƏRİN) YARADILMASI

Miçigan Universitetinin tədqiqatçıları Priscilla Rogers və Gail Thomas (1997) beynəlxalq tədbir öncəsi 22 beyin mərkəzinin təmsilçisi arasında araşdırma təşkil etmək üçün iki məqalə təqdim edir. Təmsilçilər məqaləni oxuduqdan sonra bir neçə qruplara bölünürlər. Onlardan bir qrupu beynəlxalq kommunikasiya üzrə fokuslansa da, digər qrup kommunikasiya texnologiləri ilə bağlı istiqamətin müzakirəsini daha vacib hesab edib. Hər iki qrupun müzakirəsini yekunlaşdıqdan sonra onlar bir araya gətirilir və fikirlər ümumiləşdirilir, əlaqələr müəyyənləşdirilir və yekun nəticəyə gəlinir. Bu araşdırmadan bu qənaətə gəlmək olar ki, kommunikasiya zamanı beyin mərkəzlərinin mesajları (nərrativləri) hədəf auditoriyalarına doğru formada çatdırılması çox vacibdir. Məsələn, hər hansı bir beyin mərkəzinin innovativ bir həll yaxud yeni iqtisadi model ilə bağlı formalaşdırdığı mesaj maliyyəçi və jurnalistə eyni üslubla çatdırıla bilməz. Bu mesajlar mütləq auditoriyaya uyğun dilə uyğunlaşdırılmalıdır. Yəni akademik üslubda hazırlanan bir layihə rəsmi və elmi dairələr üçün konfrans yaxud dairəvi masa tipli toplantılara daha uzun müzakirələrə çıxarıla bilər. Amma kütləvi informasiya vasitələrinə mesajlar daha qısa, başadüşülən dildə və vaxtında çatdırılmalıdır.

TEZİSLƏRİN (NƏRRATİVLƏRİN) AUDİTORİYAYA ÇATDIRILMASI ÜÇÜN DOĞRU ZAMANLAMANIN APARILMASI

Kristina Bacalso (2018) "Yeni beyin mərkəzi liderləri üçün ictimai hekayə" adlı yazısında belə bir fikir irəli sürür: "Auditoriyanız niyyətinizin nə olduğunu və nə üçün sizin arxanızca gəlməli olduğunu başa düşürsə, onlardan sizi izləmələrini xahiş edə bilməzsiniz". Bu fikir isə öz növbəsində Harvard Universiteti professorunun (Marshall Ganz) fikirləri əsasında



formalaşmışdır. Beyin mərkəzi cəmiyyətə ötürməli olduğu mesajı düzgün olduğu qədər həm də vaxtında formalaşdırmalıdır. Çünki beyin mərkəzinin formalaşdırdığı mesaj zamanın nəbzinə uyğun və qismən də gələcəyin formalaşdırılmasına istiqamətlənmiş olmalıdır.

DOĞRU KANALLARIN VƏ UYGUN ALƏTLƏRİN MÜƏYYƏN EDİLMƏSİ

Kommunikasiya zamanı beyin mərkəzlərinin doğru insanlara düzgün mesajla, düzgün metoddan istifadə edərək çatması vacibdir. Etibarlı kanallar həm də institusional yaddaş və təcrübə ilə formalaşır. Bu kanal və alətləri iki hissəyə ayırmaq olar:

- Ənənəvi kanal və alətlər,
- Müasir texnologiyaların imkanlarından yaranan kanal və alətlər.

Ənənəvi kanal və alətlər. Beyin mərkəzləri üçün daima etibarlı kanallar vətəndaş cəmiyyəti institutları, mütəxəssislər və kütləvi informasiya vasitələri hesab olunub. Mesajların bu kanallar vasitəsi ilə ötürülməsi beyin mərkəzləri üçün demək olar ki, bir çox zamanlarda effektiv nəticə ilə yekunlaşıb. Həmçinin yerli və xarici beyin mərkəzlərinin əməkdaşlığı da kommunikasiya aləti kimi uğurludur. Bu alətlər arasında seçim etmək artıq beyin mərkəzinin həyata keçirdiyi strategiyanın istiqamətinə görə dəyişə bilər.

Müasir texnologiyaların imkanlarından yaranan kanal və alətlər. Uzun illər elmi və akademik fəaliyyətlə məşğul olan beyin mərkəzləri məlumatların yayılması üçün "klassik" modeldən istifadə edirdi. Araşdırmanı aparən mütəxəssis bir neçə səhifəlik ciddi bir hesabat və yazılı təqdimat hazırlayırdı. Tədbir təşkil olunurdu, press-reviz paylaşılırdı. Müasir zamanda isə infoqrafikalar hazırlanır, vizual təsvirlər əks olunan materiallar və videolar sosial şəbəkələrdə paylaşılır. Rəqəmsal kommunikasiyalar üzrə mütəxəssis Tom Ascot özünün "Yeni texnologiyalar və "köhnə" beyin mərkəzləri" adlı yazısında göstərir ki, bu modellər hədəf auditoriyaları üçün artıq o qədər də maraqlı, eyni zamanda sərfəli deyil. Beyin mərkəzləri artıq yeni onlayn məzmun yaradıcıları ilə rəqabət aparmalı və müasir rəqəmsal mediadan faydalanmalı və tədqiqat işlərini multimediyaya məhsullara çevirməlidirlər.

Təbii ki, beyin mərkəzlərinin hazırladığı bütün məhsullar üzrə qaydaları eyniləşdirmək mümkün deyil. Çünki spesifik sahələr üzrə fəaliyyət göstərən beyin mərkəzləri daima oxşar auditoriyaya müraciət edirsə, burada çoxşaxəli kanallardan istifadə etməyə ehtiyac yaranmır. Amma beyin mərkəzi bir neçə istiqamət üzrə eyni zamanda, icra qurumu kimi də fəaliyyət göstərirsə alət və kanalların rəngarəngliyi daha zəruridir (Helen Dempster, 2019).

Qlobal İnkişaf Mərkəzi (CFGD) araşdırmasında informasiyanın təqdim edilməsi üçün hədəf auditoriyasını 4 istiqamətə bölüb. Onların izahına görə daha əvvəl auditoriyaya siyasi kanallar və siyasətə təsir edən media qurumları ilə birbaşa danışaraq təsir edə bilirdilər. Lakin son illər sosial medianın yüksəlişi ictimaiyyətin mövqeyinin artmasına səbəb olub. Bu yenilik beyin mərkəzlərinin də fəaliyyətinə təsir edib. Ona görə də beyin mərkəzləri böyük ideyalar və hədəflərin hər birini əhatə etməlidir.

■ Akademik auditoriya üçün əsas məqsədlər- Akademik araşdırmanın reytingli jurnallarda dərc olunması, kitabdən, məqalədən və ya müəllifdən, xüsusən də elmi əsərdən sitat və ya istinadların əldə edilməsi, araşdırmalara uyğun akademik debatların yenilənməsi (müasirləşməsi).

■ Siyasi auditoriya üçün əsas məqsədlər – Araşdırmaların, məlumatın siyasi inkişafda müsbət təsirə malik olması, siyasətçilərlə birgə tələb əsasında işin təşkil edilməsi, siyasi debatların yenilənməsi.

■ İctimai auditoriya üçün əsas məqsədlər – Məlumatların daha anlaşılan və sadə dildə ötürülməsi, məlumatlara əlçatanlığın təmin olunması və ictimai debatların quruluşunun yenilənməsi.

■ Media auditoriya üçün əsas məqsədlər – Mövzuyla əlaqədar rəsmi və məlumatlı şəxslərin dəvət olunması və çıxışları, müxbirlərlə münasibətlərin daimi inkişaf etdirilməsi, məlumatların kontekstinə uyğun açar sözlərdən istifadə edilməsi.



NƏTİCƏ

Beyin mərkəzlərinin sosial-iqtisadi inkişafında rolu ilə bağlı aparılan araşdırmadan belə nəticəyə gəlmək olar ki, beyin mərkəzləri bilik və strateji qərarların verilməsi arasında körpü yaratmaqla sosial-iqtisadi inkişafa ciddi şəkildə töhfə verirlər. Data əsaslı strateji idarəetmədə beyin mərkəzlərinin rolu ildən ilə artır və bu da həm siyasətçilərə, həm də bütövlükdə ictimaiyyətə qərarlar qəbul edilməsində mühüm təsir göstərir.

Eyni zamanda, yuxarıda qeyd edildiyi kimi Azərbaycanda fəaliyyət göstərən beyin mərkəzlərinin apardıqları araşdırmalar əsasən 4 istiqaməti özündə ehtiva edir ki, bu araşdırmaların nəticəsi də strateji idarəetmədə qərarların verilməsində önəmli rol oynayır. Qeyd edilmiş istiqamətlərə müxtəlif növ sorğuların aparılması və onların analizləri, elektron hökumətin yaratdığı Big Data (böyük verilənlər) və buna əsaslanan təhlillər, sosial medianın izlənməsi və aparılan araşdırmalar, eləcə də sosial və iqtisadi islahatların monitorinqi və qiymətləndirilməsi ilə bağlı yaranan dataların təhlili aiddir.

Aparılan araşdırmalar və onların nəticəsində hazırlanan strateji sənədlər ilə yanaşı, nəticələrin kommunikasiyası da önəmli məsələ kimi beyin mərkəzlərinin qarşısında durur. Belə ki, beyin mərkəzləri apardıqları araşdırmalar və onların nəticələri barəsində doğru insanlara düzgün mesajla, düzgün metoddan istifadə edərək çatması vacibdir. Etibarlı kanallar həm də institusional yaddaş və təcrübə ilə formalaşır.

Onu da qeyd etmək yerinə düşər ki, "Azərbaycan Respublikasının 2022-2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası"na əsasən elmin müxtəlif sahələri üzrə tədqiqatlar növbəti illərdə genişlənəcəkdir ki, bu da öz növbəsində strateji qərarların verilməsində beyin mərkəzlərinin və eyni zamanda tədqiqat müəssisələrinin rolunun artacağına gətirib çıxaracaqdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının 2022–2026-cı illərdə sosial-iqtisadi inkişaf Strategiyası, 2022 <https://president.az/az/articles/view/56725>
2. Dövlət xidmətlərinin "ASAN xidmət indeksi" üzrə qiymətləndirilməsi Qaydaları. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Vətəndaşlara Xidmət və Sosial İnnovasiyalar üzrə Dövlət Agentliyinin kollegiyasının 17.10.2016-cı il tarixli 1/1-06 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilmişdir. <https://e-qanun.az/framework/34012>
3. Mikro, kiçik və orta sahibkarlıq subyektlərinə göstərilən dövlət xidmətlərinin "KOB indeksi" üzrə qiymətləndirilməsi QAYDASI. Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2020-ci il 29 yanvar tarixli 21 nömrəli Qərarı ilə təsdiq edilmişdir. <https://e-qanun.az/framework/44299>
4. Clair Grant-Salmon. Driving digital engagement for policy impact, 2020 <https://onthinktanks.org/wp-content/uploads/2020/11/OTT20-Secrets-of-digital-engagement.pdf>
5. Christina Bacalso. Public narrative for new think tank leaders, 2018 <https://onthinktanks.org/articles/public-narrative-for-new-think-tank-leaders/>
6. Thomas A. Stewart. Brainpower: How Intellectual Capital is Becoming America's Most Important Asset, 1991 https://archive.fortune.com/magazines/fortune/fortune_archive/1991/06/03/75096/index.htm
7. Pensilvaniya Universiteti, Global Go To Think Tank Index Report https://repository.upenn.edu/think_tanks/18/



8. Fred Kuntz. Communications and Impact Metrics for Think Tanks, 2013
<https://www.cigionline.org/articles/communications-and-impact-metrics-think-tanks/#:~:text=In%20communications,%20it%20is%20important%20for%20think%20tanks,channels%20may%20be%20more%20effective%20with%20certain%20audiences>
9. Priscilla Rogers və Gail Thomas. Research Think Tank: "Complexifying" International Communication and Communication Technology, 1997
https://www.researchgate.net/publication/43116750_Research_Think_Tank_Complexifying_International_Communication_and_Communication_Technology
10. Tom Ascott. New technology and 'old' think tanks, 2019
<https://onthinktanks.org/articles/new-technology-and-old-think-tanks/>
11. Helen Dempster. The Evolution of Think Tank Research Communications: Here's What I've Learned, 2019
<https://www.cgdev.org/blog/evolution-think-tank-research-communications-heres-what-ive-learned>

ROLE OF THINK TANKS IN SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

Rashad HUSEYNOV,
Vusala JAFAROVA,
Zanura TALIBOVA

SUMMARY

The role of thin tanks in the socio-economic development of both developed and developing countries has been noticeably increasing in recent years. The main reason for this is the development of new technological innovations for the collection, storage and analysis of Big Data. Today, think tank institutions enhance the process of adopting economic and social policy decisions, and at the same time create regional and international networks. Think tanks help build a bridge between knowledge and policy making in many areas such as globalization, good governance, environmental issues, international peace and security, poverty reduction, healthcare related issues, information and society. The activities of think tanks operating in Azerbaijan in a number of main directions play an important role in data-based strategic management, such as conducting various types of surveys and their analysis, analyzing Big Data created by electronic government, social media monitoring and research, as well as analysis of data generated in connection with the monitoring and evaluation of social and economic reforms.

Key words: *Think tanks, Big Data, Data-based decision-making, Communication, Socio-economic development.*

Məqalə redaksiyaya daxil olub: 05.09.2022

Çapa qəbul olunub: 30.09.2022