Milli Mətbuat 150

Mətbuat zamanın axarını izləyən, ona məna bəxş edən, ictimai fikri formalaşdıran güc, cəmiyyətin informasiyaya olan tələbatını qarşılayan ünsiyyət platformasıdır. Mətbuatda hadisələr sosial təhlilə çevrilir, cəmiyyət tarixi ilə üzləşir, gələcəyinə baxış formalaşdırır. Bu baxımdan mətbuat ictimai təfəkkürün güzgüsüdür.

Azərbaycan milli mətbuatının 150 illik tarixi də sözlə mübarizə aparılan, bilgi ilə silahlanan, vicdanla addımlanan şərəfli yoldur. 1875-ci ildə Həsən bəy Zərdabinin "Əkinçi" qəzeti ilə atılan ilk addımlar milli mənəviyyatın, əxlaqi dəyərlərin mətbuatda təşəkkül tapması idi. Sovet dövrünün ideoloji senzurası ilə mətbuat öz mahiyyətindən uzaqlaşsa da, 1993-cü ildə Ümummilli Lider Heydər Əliyevin qayıdışı ilə azadlığına qovuşdu. Dövlət institutlarının möhkəmləndirilməsi ilə paralel olaraq, söz və mətbuat azadlığı da hüquqi zəmin tapdı. Ulu Öndərin göstərişi ilə senzuranın ləğv edilməsi milli mətbuatın inkişafında keyfiyyətcə yeni mərhələnin başlanğıcı oldu. Müasir dövrdə isə mətbuat qarşısında daha mürəkkəb vəzifələr dayanır. İnformasiya bolluğunda sürətin cazibəsinə uymadan məzmunun fəlsəfəsini qorumaq peşəkarlıq tələb edir. Müsahibimiz ***əməkdar jurnalist, "Real TV"nin baş direktoru Mirşahin Ağayevdir.***

Sözün gücü, qələmin məsuliyyəti

–Milli mətbuatımızın 150 illik yubileyi yaxınlaşır. Ötən dövr ərzində mətbuatımızın keçdiyi yolu, bu yolda dövlətin xüsusi dəstəyini sizdən eşitmək istərdik.

–Azərbaycan milli mətbuatının 150 illiyi münasibətilə bütün dəyərli həmkarlarımı səmimi-qəlbdən təbrik edirəm. Bu bütöv bir tarix, epoxa, zəka salnaməsinin zirvəsidir. 150 il öncə Həsən bəy Zərdabinin yaratdığı "Əkinçi" qəzeti ilə başlanan şərəfli yol xalqımızın maariflənməsi, oyanışı və milli düşüncəsinin formalaşmasında əvəzsiz rola malikdir və cəmiyyətimizdə ictimai fikir, milli identit və azad söz ideyasının formalaşmasında intellektual ənənənin davamlılığını əks etdirir. O vaxt faytonla daşınan qəzet səhifələri bu gün peyk texnologiyaları ilə dünyanı dolaşır. Mürəkkəbqabına batırılıb yazan qələmlər artıq yerini rəqəmsal platformalara, yeni texnologiyalara verib. Amma bir həqiqət dəyişməyib - sözün gücü, qələmin məsuliyyəti və jurnalistin vicdanı. Zamanın diktə etdiyi yeni media reallıqları, rəqəmsal transformasiya və informasiya istehlakçısının dəyişən davranış modeli ənənəvi çap mediasını ciddi çağırışlarla üz-üzə qoyur. Qlobal miqyasda qəzetçilik sənayesi ciddi struktur dəyişikliyi və adaptasiya prosesindən keçir. "Əl işi" sayılan "print" media modeli böhranla qarşı-qarşıyadır. Lakin Azərbaycan dövləti müasir trendləri və texnoloji çağırışları nəzərə alaraq, həm mətbuatın maddi-texniki bazasının yenilənməsi, həm də media subyektlərinin rəqabət qabiliyyətinin artırılması istiqamətində Ulu Öndər Heydər Əliyevin başlatdığı məqsədyönlü siyasət həyata keçirir. Postmünaqişə dövründə, informasiya təhlükəsizliyi və strateji kommunikasiya məsələlərinin daha da önə çıxdığı bir mərhələdə Azərbaycan mediası qlobal informasiya axınında ölkəmizin maraqlarını müdafiə edən mühüm ideoloji və siyasi platforma funksiyasını daşıyır. Bu baxımdan, Azərbaycan mətbuatının üzərinə düşən məsuliyyət milli maraqların beynəlxalq auditoriyaya obyektiv şəkildə çatdırılması ilə daha da aktuallaşır. Bu çətin və mürəkkəb informasiya mühitində medianın əsas vəzifəsi həqiqətin müdafiəsidir. Qalib ölkənin mediası şübhəsiz ki, ərazi bütövlüyümüzün təmin bərpa, dövlət suverenliyimizin təmin olunmasına nail olmuş Liderin - Prezident İlham Əliyevin bayraqdarlığına layiq olmağa çalışır. Bu mənada bizdən ötrü mübarizə, hətta deyərdim ki, müharibə bitməyib. Məntiq, həqiqət və ədalət bir dəfə yox, hər dəfə qalib gəlmək əzmində olmalıdır. İrəlidə mübarizə var və buna görə də biz dəyişən reallıqlara uyğun olaraq media savaşında daim ön sırada olmağa səy göstərməliyik.

–1990-cı illər Azərbaycan tarixinin ziddiyyətli dövrlərindən biri kimi yadda qalıb. O illərdə jurnalist həm reportyor, həm təhlilçi, bəzən də sanki cəmiyyətin təbibi idi. Həmin dövrün jurnalistləri çoxşaxəli fəaliyyəti necə yerinə yetirdilər?

–Bu bir başqa dövr, başqa ölkə idi. Sovet İttifaqı dağılırdı. "Müstəqil media" anlayışı yox idi. 1989-cu ilin oktyabrında yaranmış "Azərbaycan" kimi ilk müstəqil qəzetlər bir təcrübə idi. "Bütün ölkələrin proletarları, birləşin!" devizi altında fəaliyyət göstərən klassik qəzetlərdən fərqli olaraq çalışdığım "Azərbaycan" qəzeti "Azərbaycanın birliyi və suverenliyi!" çağırışı ilə işıq üzü gördü. Azərbaycanın müstəqilliyi uğrunda mübarizə aparan yeni media tərəfsiz mövqedən çıxış edirdi. Necə deyərlər, Sovet İttifaqı süqut edirdi, biz isə sadəcə müşayiət və müşahidə... O zaman tərəf tutmamaq lazım idi. Çünki tərəfsizlik Sovet İttifaqının dağılmasında, eyni zamanda Azərbaycanın müstəqilliyi uğrunda aparılan mübarizədə iştirak etmək idi: öz passivliyin, loyallığın, liberallığınla. Bir sözlə, tərəfsiz media Sovet İttifaqının çökməsinə öz töhfəsini verirdi. İndi isə biz müstəqil Azərbaycan mətbuatını təmsil edirik. Azərbaycanımıza Sovet İttifaqına yanaşdığımız kimi yanaşa bilmərik. Əksinə mövqeyimizlə dövlətin əsaslarının gücləndirilməsində iştirak etməliyik. Ona görə də mediadan konkret mövqe tələb edilir. Dövlət mənafeyindən, milli maraqlardan söhbət gedəndə tərəfsiz olmaq vətənə xəyanətə bərabərdir. Vətənin azadlığı, dövlətin müstəqilliyi söz azadlığından və media müstəqilliyindən dəfələrlə vacibdir, qiymətlidir. Mövqeyin də yalnız dövlətin mövqeyi ilə üst-üstə düşəndə ehtirama, hörmətə layiqdir. Əks təqdirdə o heç kimə lazım deyil. Biz əvvəl vətəndaş, sonra jurnalistik.

–Peşəkar jurnalist üçün tənqid inkişafa fürsət imkanıdır, yoxsa təzyiq forması? Belə hallarda psixoloji təzyiqlə peşəkar fəaliyyət arasındakı balans necə qorunur?

–İnkişaf üçün fürsət müasir texnologiyalar, dəyişən trendlər, qabaqcıl istehsal vasitələri, yeni tendensiyalardır. Peşəkar jurnalistikanın "əlahiddə tənqid" və ya "əlahiddə təqdir" kimi komponentləri yəqin ki, yoxdur. Tənqid jurnalistikası, tənqidçi media anlayışı mənə görə doğru təfsir deyil. Belə hesab edirəm ki, jurnalistikanın əsas işi, vəzifəsi, borcu ilk növbədə xəbər vermək, məlumatlandırmaqdır. Mətbuat mənəvi məsuliyyət meydanıdır, jurnalistin əsas vəzifəsi isə həqiqəti çatdıraraq insanı düşünməyə vadar etməkdir. Tənqid də, təqdir də xəbərin mahiyyətində, olmalıdır. Əks təqdirdə bu, jurnalistika, media olmayacaq. Bunun nəticəsidir ki, tənqid daha çox təzyiq, hətta şantaj forması alır. Bəli, media cəmiyyətin bir hissəsidir, ona uyğun olaraq da böyüyür, yeni texnologiyalara uyğunlaşır, modernləşir, vaxtı keçmiş texniki vasitələrindən imtina edir, rəqəmsallaşaraq təzə platformalara sahib çıxır. Eləcə də jurnalistikanın hədəfləri tez-tez dəyişir. Xüsusilə sovet mətbuatından qalmış sosialist realizmi, müsbət və mənfi obrazlarla işləmək indiki reallıqda yerinə düşmür. Əlbəttə, məişət problemləri, sosial qayğılar, güzəran tələbləri mətbuatın diqqətini həmişə çəkir. Xüsusilə sosial media ilə rəqabətdə ciddi media üçün indi çox çətindir. Əsas işimizlə məşğul olmaq - iqlim dəyişmələrinin izahı kimi böyük mətləblərdən, geosiyasi təlatümlərdən, Böyük Qayıdışdan, Əsrin Məhkəməsindən və s. bəhs etmək əvəzinə, sosial medianın qaldırdığı, əksəriyyəti də bəsit olan mövzulara vaxt itiririk. Əlbəttə, hər hansı problemi həll etmək cəhdləri anlaşılandır. Amma razılaşaq ki, "su gəlmədi (gəldi!)", "qaz kəsildi (verildi!)", "maaş artdı (azaldı!)" tipli, "niyə darvazaları rəngləmirsiniz?", ya da "çörək niyə keyfiyyətsizdir?" suallarının ciddi mediaya dəxli yoxdur. Bu sualların ünvanları fərqlidir və onları jurnalist verməməlidir. Diqqətlə fikir versəniz, görərsiniz ki, dünyanın heç bir inkişaf etmiş mətbu orqanı, KİV vahidi sosial xəbərlərlə məşğul olmur. Nə "CNN", nə "Al-Jazeera", nə "Reuters"...

Bu gün Azərbaycanda söz və mətbuat azadlığı dövlətin, vətənin azadlığının tərkib hissəsidir. Xüsusilə ərazi bütövlüyümüz bərpa, dövlət suverenliyimiz təmin olunandan sonra Azərbaycan mediasının başlıca missiyası vətəndaşın mənəvi reabilitasiyasında iştirak etməkdən, köçkünlükdən qayıdışa tam hüquqlu vətəndaş olaraq keçməsinə yardımçı olmaqdan ibarətdir.

–Sizcə, televiziyanın müasir dövrümüzün informasiya bolluğunda ictimai rəyin formalaşmasına təsir əmsalı yüksəkdirmi?

–Televiziya geniş media ərazisidir. Televiziyaya maraq isə müasir avadanlıqların, cihazların, texniki vasitələrin hesabına artıb, çoxalıb. Bu gün biz ailənin, onun timsalında dövlətin dayaqlarının möhkəmlənməsini istəyiriksə, mənzillərimizdə televizorun yerini qorumağı bacarmalıyıq. İndiki dövrdə televizor informasiya yayan ən qiymətli əmlaklardan biri olmağı təsdiqləyib. Məsələn, ayrı-ayrı televiziya layihələrindən, daha dəqiq desək, ana kontekstdən çıxarılmış fraqmentlər sosial mediada, müxtəlif platformalarda nümayiş etdiriləndə o, televiziya məhsulu olmaqdan çıxır. Buna görə də "Televiziyaya baxmıram!", "Sosial şəbəkələrdə hər şey var. Günümüz orda keçir!" kimi fikirlər doğru deyil. Bu bir mənəviyyat separatizmidir və belə yanaşma ilə fəxr etmək olmaz. Əksinə özünü vadar etməlisən ki, gündə heç olmazsa, bir neçə saat televizora baxasan və ya mütailə edəsən. "Bayağı şou verirlər, verilişlərin səviyyəsi aşağıdır!", ya da "Qəzet oxuyan yoxdur!" kimi fikirlərlə də razı deyiləm. Belə deyənlər, üzr istəyirəm, yalan danışırlar. Bu gün efirdə hər bir tamaşaçının zövqünə uyğun veriliş, eyni zamanda qəzetdə hər bir oxucunun tələbinə uyğun məqalələr var.

Müsahibəni apardı:
Fidan ƏLİYEVA,
"Respublika".