

Göyçay qəzasının Zərdab kəndində doğulan, mədrəsədə ərəb və fars dillərində ilkin təhsil alan, atasının ölümündən sonra onun dayısı, general Fərac bəy Ağayevin dəstəyi ilə Birinci Tiflis məktəbinə qəbul olunan, məktəbi bitirdikdən sonra dövlət təqaüdü ilə Moskva Universitetində təbiət elmləri üzrə təhsil alaraq fərqlənmə diplomu ilə bitirən Həsən bəy Zərdabının "Əkinçi"ni yaratdığı vaxtdan 150 il keçir. Bu xalqımızın kultural həyatına yeni bir mərhələ kimi həkk olunan və minnətdarlıqla xatırlanacaq zaman kimi qalacaq.

"Əkinçi" ilə başlayan milli mətbuatımız sonradan radio, televiziya və hələlik internet platformalarında vətəndaş jurnalistikasına qədər yol keçməkdədir. Bu inkişaf global məlumatların geniş miqyasda paylaşılması Yer kürəsini təsəvvüredilməz miqyasda "kiçilməsi", nəticə olaraq Marşall Makluhanın 70 il əvvəlki "global kənd" arzusunun reallığa qovuşması ilə nəticələndi. O, insanların bu fakla üzbəüz qalacağını, kommunikasiya və informasiyanın qloballaşmasını əminliklə yazırdı. Kanadalı mədəniyyət nəzəriyyəçisi, filosof, filoloq və ədəbiyyatşünas Marşall Makluhan daha çox elektrik və elektron medianın fərdlərə və cəmiyyətlərə təsirinin araşdırmaları ilə tanınan, "bütün məsələlərdə fikiri ayrılığını tamamilə təmin edən" "global kənd" konsepsiyasının müəllifi idi. "Media mesajdır" ifadəsi də Marşall Makluhana məxsusdur və "global kənd" termini qədər mütəxəssislər cəmiyyətində populyar idi. Xatırlatmaq yerinə düşər ki, böyük nəzəriyyəçi Ümumdünya Şəbəkəsinin yaranmasını onun icad edilməsindən təxminən 30 il əvvəl proqnozlaşdırır və bunu şərtləndirən postulatlarında israrlı idi. Təsadüfi deyil ki, keçən əsrin 60-cı illərində aktuallığını itirən, 70-ci illərdə unudulmağa başlayan, akademik dairələrdə mübahisəli bir fiqur olaraq qalan Makluhanın baxışları İnternet və Ümumdünya Şəbəkəsinin yaranması ilə aktuallaşdı. Yeri gəlmişkən, ötən əsrin 50-ci illərində "Televiziya müasir yüksək texnologiyanın şah əsəridir" - fikirləri də Makluhana məxsusdur.

Radio ötürülməsinə əsaslanan, lent yazısı, fotoelektrik çevrilmə və tranzistor texnologiyası, rəngli şəkil, peyk və rəqəmsal texnologiyaları mənimsəyərək inkişaf edən televiziya, sözsüz ki, bu gün də inkişaf yolundadır. Qloballaşmanın ən dərin təzahürü KİV şəbəkələri kontekstində fərdlər və bütövlükdə dünya, xalqlar və ölkələr arasında sıx münasibətlərin formalaşmasıdır. İnternet resurslarının sürətlə həyatımıza daxil olmasına baxmayaraq, müasir televiziya zamanımızın ən qabaqçılı kütləvi informasiya-mədəniyyət vasitəsinə çevrilmiş və bu istiqamətdə işini davam etdirir. Müasir televiziya mediası hələ də zəngin, çoxşaxəli və çoxöçlüklü kompleks olmaqla kütləvi kommunikasiya vasitəsi və dəyər daşıyıcılarının ən mühüm komponenti hesab olunur. O, nəinki bütün zamanların cəmiyyətlərində ən etibarlı informasiya daşıyıcısı, həmçinin sosial durumun barometri kimi qəbul edilir.

Informasiya istehsalı və onun istehlakçıya çatdırılması ilə məşğul olan insanların, sahənin mənəncərləri ilə bərabər, ekspertlərin internet platformalarının hüdudsuz görünən potensialı qarşısında televiziyaaların gələcək fəaliyyəti ilə bağlı fikirlərini isə utopiya kimi qəbul etməmək olar. Ona görə ki, televiziya məzmununu onlayn platformalar üçün uyğunlaşdırmaq, sosial mediada auditoriya ilə əlaqə saxlamaq və eksklüziv onlayn layihələr təklif etmək, həmçinin VR/AR kimi yeni texnologiyalara inteqrasiya olunmaqla onlayn mühitdə aktuallığını saxlayır. Qeyd edim ki, bu məsələ müasir televiziya mənəncərlərinin qarşısında təxminən bu məzmununda sualı aktual etməlidir: sosial medianın imkanlarına nə qədər bələdik və istehlakçı ilə münasibətləri "tələb-təklif" prinsipi üzərində qurmağa hazırıq?

Mövzunun aktuallığı onunla bağlıdır ki, internet dövründə sürətli, mobil, interaktiv və fərdiləşdirilmiş yeni medianın sürətli inkişafı ənənəvi medianın inkişafına maneə deyil, yeni yollar axtarışına çağırış kimi qəbul edilə bilər. Əsas rəqəbat qabiliyyətini artırmaq üçün ənənəvi

media ilə yeni media təfəkkürünü çevik şəkildə tətbiq etməli və öz xəbər hesabatlarını sosial inkişafın cari tələblərinə uyğun olaraq yeniləməli, beləliklə, həqiqiliyini və etibarlılığını təmin etməli, televiziya xəbərlərinin aktuallığını davamlı olaraq təkmilləşdirməli, media mesajı matrisinin əlaqə təsirini tam şəkildə artırmalı və əsas medianın ictimai rəydə aparıcı rolu əks olunmalıdır. Xatırladaq ki, sürətlə dəyişən media mənzərəsində Azərbaycan telekanalları rəqəmsal mühi-



tə assimilyasiya olunur. Bu isə o deməkdir ki, yayım proqramlarının xətti proqramlaşdırılması yaxın zamanlarda bir o qədər də aktual görünür. O faktı isə hər bir televiziya meneceri etiraf etməyə borcludur ki, informasiya istehlakçısının maraq dairəsini nə qədər öyrənmə bilməli? Mübahisəsiz qəbul edilən həqiqətdir ki, günü-müzün statistik internet istifadəçisi sutka ərzində saysız-hesabsız videolara baxır. İstehsalçıların tək-cə "YouTube" portalında hər dəqiqə 60 saat video yüklədiklərini və resursa ayda 1 milyard nəfərdən artıq istifadəçinin - planetin hər 7-8-ci sakininin daxil olduğunu nəzərə alsaq, ancaq bir platformanın nümunəsində global internet bazarının gücünü görmək olar. Buna görə ki, milli televiziya kanallarımızın flaqmanı olan Azərbaycan Televiziyası (AZTV) üçün yüksək keyfiyyətli məhsul istehsalının aktuallığının şərtləndirən başlıca istiqamətlər məzmunun hədəf qruplarına effektiv şəkildə çatdırılması üsulları, potensial tamaşaçıların maraqları və həyat dəyərləri, sosial şəbəkələrdə televiziya yayımı üçün marketing imkanlarının sərhədləri, internetdə sosial şəbəkələrdə televiziya yayımı və medianın bu segmentinin inkişafı ilə məşğul olan mütəxəssislər üçün elmi əsaslandırılmış tövsiyələr formalaşdırmaqdır.

Onu qeyd edək ki, AZTV-nin proqram siyasəti diqqət və anlayış tələb edən sosial-siyasi əhəmiyyətli hadisələrin diqqəti ilə formalaşır. Bu məqsəddə çatmaq üçün televiziyanın texniki və funksional təkamülünü izləməklə sosial şəbəkələrdə televiziya mediasının yaranma səbəbini və inkişaf tendensiyaalarını proqnozlaşdırma bilmək, televiziyaalar arasında oxşarlıq və əsas fərqləri müəyyənləşdirərək nəticələri perspektiv fəaliyyətimizdə tətbiq etmək, mövcud yerli və xarici analoji seqmentlərdə monitorinqlərin aparılmasını metodiki olaraq həyata keçirmək qaçılmazdır.

Məsələ bundadır ki, tezlik üçün lisenziya əldə olunması artıq izləyicinin diqqətini cəlb etməyə zəmanət vermir. Üstəlik, bazara getdikcə daha çox müasir kominikasiya oyunçusu daxil olmaqdadır. Onlar klassik kanalların məzmununda dominantlığa nail olmağın masalıstü avadanlıqlar və cihazlarda, gözənilməyən sürətlə təkmilləşən mobil telefonlarda görürlər. Bu isə yeni dalğının üstündə gələnlərə öz iddialarını təsdiqləməklə bərabər, tamaşaçı ovunun müxtəlif cəlbedici metodlarını mənimsəmək üçün kifayət edən mühüm psixoloji üstünlük yadır. "Yeni yollar axtarışında olanlar" isə nəinki "kino" məzmununu qəbul etmir, üstəlik, fon görüntüləri ilə işləməyi öyrənməsələr də, tamaşaçı üçün nə lazım olduğunu akademik formada əxz ediblər. Telekanalların itkisi bununla kifayətlənir və "itirilənlərin" ikincisi bizə elə gəlir ki, daha vacibdir: televiziya kanallarında sanki "izləyici xəzanı" başlayıb, üstəlik kreativ yanaşmalar ləngisə, bu, daha uzunmüddətli nəticələrə gətirib çıxaracaq.

Oxşar mövzuda aktual olduğu qədər də intensiv səslənən fikirlərin platformalarına ev sahibliyi edən ölkələrdən biri də Azərbaycandır və iki il əvvəl - 2023-cü il iyul ayının 22-də Şuşada "Heydər Əliyev İli" çərçivəsində Azərbaycan milli mətbuatının 148-ci ildönümünə həsr edilən "IV Sənaye İnqilabı dövründə yeni media" mövzusunda Şuşa Global Forumu bu mövzu üzrə ən məhsuldar tədbirlərdən biri kimi yadda qaldı.

48 ölkədən 150-yə yaxın jurnalistin, həmçinin yerli və beynəlxalq səviyyəli media təsisatı nümayəndələrinin iştirak etdiyi Forumun açılış mərasimində iştirak etməklə bərabər, iştirakçıların suallarını cavablandıran Prezident cənab İlham Əliyev bu məsələ ətrafındakı suala nə qədər konseptual, ölkə və dünya media qurucuları üçün yol xəritəsi olacaq fikirlər səsləndirdi.

Sosial təfəkkürdə televiziya istehsalının böyük eksəriyyətində məzmunun aşağı səviyyədə

olmasından narahatlıq ifadə olunur, digərləri isə televiziyanın sosial şəbəkə mediasından geri qalma riski barədə fikirləşirlər. Nəticədə neçə illərdir qaçılmaz yeniliklərlə "əbədi funksionallıq qaynağı" olan klassiklər arasında müasir televiziyanın inkişaf tendensiyaaları ətrafındakı "Nə etməli?" sualı aktual olaraq qalır. Həm kütləvi kommunikasiya tədqiqatçıları, həm də müasir televiziya kanallarında çalışanlar arasında mübahisə və müzakirələrə səbəb olan bu sualın hər iki tərəfdən əşidilən cavabları nə qədər arqumentli səslənsə də, indiki vəziyyətdə dominantlıq yaratmaqdan uzaq görünür.

Müasir telekanalların proqramlaşdırılması prinsiplərinin dəyişdirilməsi, dominantlıq yayım şəbəkəsinin strukturlaşdırılmasında reyting ya-



naşması siyasətində media bazarına əsaslı təsir edən tendensiyaaların dəyişməsi qaçılmazdır. O dəyişikliklərdən yayınmaq intuitiv olaraq ortaya çıxan gerçəklik effektini saxlayır və bunun bariz ifadəsinin necə baş verdiyini 2026-cı ildə yetmiş yaşını qeyd etməyə hazırlaşan Azərbaycan Televiziyasının nümunəsində müşahidə edilir.

"Böyük dövlət xadimlərinin fəaliyyət izi hər bir xalqın həyatının bütün sahələrində özünü göstərir" - deyimini xatırlatmaqla onu qeyd etmək yerinə düşər ki, Ana Televiziyamızın inkişafında yadda qalan hadisələr Ümummilli Lider Heydər Əliyevin Azərbaycana rəhbərlik etdiyi birinci dönmə düşür. Ovaxtkı Azərbaycanın ictimai-siyasi və mədəni həyatında yeni texniki vasitə olaraq daxil olan televiziya tək-cə xalqın şəreəli tarixinin ən parlaq səhifələrinin təbliği ilə məşğul olmur, həm də milli-mənəvi dəyərlərimizin, yetişən gəncliyin şüurunda özünə yuva qurmasında başlıca missiyanı yerinə yetirirdi.

Azərbaycan Televiziya və Radiosu keçdiyi yolda qazanılan zəngin təcrübəsi ilə milli dəyərlər, dövlətçilik təfəkkürü əsasında yaradılmış məktəbə çevrilib və bu gün də ölkənin televiziya məkanında aparıcı rolunu saxlamaqdadır. İstər maddi-texniki bazasının zənginliyi, istərsə də uzun illərdən

Milli mətbuat - 150

bəri formalaşan ən yaxşı ənənələr əsasında yetişən peşəkar yaradıcı heyəti ilə AZTV rəngarəng mövzuları, təqdimat formaları ilə seçilən, telemə-kanda öz auditoriyasını qazanan, gizlətmədiyi iddiaları ilə inkişaf yolunda yeni addımlar atan, gündən-günə mövqələrini möhkəmləndirməkdə olan quruma çevrilməkdədir. Prezident cənab İlham

də onlayn çatdırılması prosesinin iştirakçısına çevrilir. Azərbaycan telekanallarının internet yayımının eksperimental mərhələdən keçməklə çox vacib kütləvi informasiya vasitələri seqmenti kimi mədəna çıxmasının səbəbi adi qarşılansdır. Eyni zamanda, hər bir telekanal internet yayımının həyata keçirilməsinin xüsusi

Televiziya və müasir çağırışlar

Əliyevin hamiliyi ilə "Azərbaycan Televiziya və Radio Verilişləri" QSC-nin bazasında 2009-cu il fevral ayının 1-də yaradılan "ldman", 2011-ci il fevral ayının 14-də təsis olunan "Mədəniyyət" telekanallarının fəaliyyətinin, xüsusilə, son illərdə Azərbaycan Televiziyasında aparılan islahatların nəticəsidir ki, onun efrində təqdim edilən, müxtəlif formatlarda və aktual mövzularda hazırlanan proqramlar nəinki tamaşaçıların maraqla qarşıladığı, həmçinin etimad göstərdiyi verilişlərə çevrilib. 1926-cı ildə yaradılan, Şərqi ilk radiosu olan Azərbaycan Radiosu və 1941-ci ildə yaranaraq məhsuldar yaradıcılıq yolu keçən Beynəlxalq Radio fasiləsiz yayım rejimində işləməklə bərabər, "YouTube" üzərindən də canlı yayımların. Bu sırada ictimai-siyasi proqramlar Studiyasının hazırladığı, ölkəmizdə və onun hüdudlarından kənarda

səbəblərini görməklə yanaşı, onun inkişafı üçün bir çox motivlər yaradır və bu missiyanı Azərbaycan Televiziyası uğurla aparır. Güman edirik ki, yaxın gələcəkdə genişzolaqlı internet texnologiyalarının inkişafı global şəbəkənin yayım keyfiyyəti ilə alternativ kanallar arasındakı sərhədləri siləcək. Bu, şübhəsiz ki, televiziya yayımının yeni inkişaf səviyyəsinə gətirib çıxaracaq və ona yeni perspektivlər verəcək.

Media diskursunun diqqətəlayiq mövzularından birinə çevrilmiş konvergensiya indi müxtəlif kontekstlərdə - sənaye hadisəsi, təşkilati və idarəetmə qərarlarının məcmusu, jurnalist fəaliyyətinin yeni xüsusiyyəti, yeni medianın yaranması üçün ilkin şərt kimi nəzərdən keçirilir. Bu zaman interaktivlik (media ilə istifadəçilər arasında birbaşa əlaqə, müəllif-istehlakçı ünsiyyət modelində rolun inversiyası), hipermətn məzmunu (sistem tərəfindən birləşdirilən potensial sonsuz mətnlər toplusundan ibarət mətn), multimedia və transsərhəd (media redaksiyasının coğrafi yerindən asılı olmayaraq məlumatların yayılması, məhdudiyyətsiz potensial auditoriya) faktorları başlıca amil kimi diqqəti cəlb edir. Təsəffüfə xatırladıq ki, internet resurslarının başlıca hərəkətverici qüvvəsi olaraq qəbul edilən sosial şəbəkələrdə televiziya yayımının spesifik xüsusiyyətləri hələ də Azərbaycanda elmin tədqiqat obyektinə çevrilməyib. Tək-tük bu istiqamətdəki yazılar ən yaxşı halda mövcud faktların təhlili ilə kifayətlənir, perspektiv inkişaf yollarının elmi əsasları nadir hallarda qeyd edilir. Televiziya mediasının sosial şəbəkələrdə aparıcı platformalara çevrilməsi üçün praktik tövsiyələrin hazırlanmasında tələtəngicilərimizin və bu yöndəki elm adamlarımızın rolu ya hiss olunmur, ya da qabarıq görünür. Bu isə informasiya üstünlüklərinin öyrənilməsinə fəlsəfi yanaşmaların televiziya və sosial şəbəkələrdə kortebii yaranma tendensiyaasını gətirib çıxarır.

Qeyd edək ki, televiziyanın sosial şəbəkə seqmentlərində yeri və aktuallığı günümüzün əsas çağırışına çevrilib və bunu qəbul etməmək heç bir televiziya üçün yaxşı nəse vəd etmir. Buna görə ki, AZTV üçün sosial şəbəkələrdəki alqoritmin öyrənilməsi taktiki deyil, strateji mahiyyət daşıyır. Bizim üçün sosial şəbəkələrin siyasi, iqtisadi, sosioloji, kulturoloji - ümumən, elmi təhlili ondan ibarətdir ki, yaşadığımız informasiya reallığında seyntot vəziyyəti ilə üzbəüz qalmayaq və qeyd edək ki, bu, ən azı, gələcək fəaliyyətimizdə növbəti addımlarımızı atmaq üçün həyatı əhəmiyyət daşıyır. Hər bir televiziya üçün sosial dünyanın inkişafı ilə bağlı vəziyyəti düzgün qiymətləndirmək, sosial şəbəkə platformalarının müasir insanın həyatındakı rolunu qəbul etməmək sadəcə olaraq mövcud olmaq perspektivini itirəcək qədər riskli davranışdır və AZTV öz fəaliyyətini bu gerçəkliyin diktəsi əsasında qurur. Ana Televiziyada yaranan tendensiyaalar diqqətlə izlənilir və mütəxəssislər əmindirlər ki, kanallar tamaşaçıların məzmunu istehlak etməklə üçün daha əlverişli olduğu yerə cəlb edəcək. Gənclərin "YouTube"a olan həvəsi səngiməyəcək, buna ümid bəsləməyin mənası yoxdur və telekanalların ancaq internetlə birlikdə mövcudluğu indinin və gələcəyin diktəsidir.

Elməddin QULİYEV,
"Azərbaycan Televiziya və Radio Verilişləri"
QSC-nin şöbə rəisi.