



**1875**-ci ildə  
maarifçi

Həsən bəy Zərdabınin yaratdığı "Əkinçi" qəzeti ilə Azərbaycanda Azərbaycandilli mətbuatın əsası qoyuldu. Öten 150 ildə Azərbaycan mediası ağır və keşməkeşli bir yol keçib. Müxtəlif ictimai-siyasi formalarında yaşayan, xalqımızın maariflənməsi, mədəni, elmi sahələrdə məlumatlaşdırılması, milli mənafələr və dövlətçilik maraqlarının müdafiəsi kimi müqəddəs amallar uğrunda mübarizə aparan Azərbaycan mediası bu vəzifeyə nail olub. Bu gün isə media sahəsində tamam başqa bir epoxa başlayıb. Bu vəzifələr sırasına xalqımıza və dövlətimizə düşmən qüvvələrle informasiya mühabibəsi aparmaq kimi mühüm vəzifələr əlavə olunub. Üstəlik, mediamızın fəaliyyət sferası və funksionallığı da yeni qlobal çağrışılara uyğunlaşdır.

Qlobal informasiya məkanında son dövrde baş vermiş inqilabi dəyişikliklər bu sahəde fundamental dəyişiklərə getirib çıxarıb. Informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı nəticəsində media sektorunun funksionallığı, interaktivliyi, texniki spektri və sosial-iqtisadi şərtləri dəyişib. Müasir media tendensiyaları bu sahədə çox mürekkeb və ziddiyətli vəziyyət yaradıb.

İnternetin inkişafı yeni media növlerini ve informasiya mənbələrini ortaya çıxarıb. Klassik, peşəkar media ilə yanaşı ortalıqda daha bir "media" var- buna "vətəndaş jurnalistikası", "sosial media" kimi adlar qoyublar, - sosial şəbəkə səhifə və kanalları, saytlar, bloqlar və sair internet resursları. Lakin bu 2 sistem arasında fərq yerlə göy qədərdir.

İkincilər həqiqi media sayılmasa da, kütə onları media kimi qəbul edir. Çünkü artıq kütləvi informasiya vasitələri formasına keçiblər. Onlardan bəzilərinin auditoriyası peşəkar media resurslarından çıxdur. Nəticədə informasiya məkanında qarşıqliq, nəzarətsizlik və nizamsızlıq hökm sürür. Ərtələndə bir hadisə və ya proses haqda tam antipod xəberler dolaşır- bər tərəfdə məsələ başqa cür verilir, digər tərəfdə başqa cür. Beləliklə, oxucu, tamaşaçı, dinleyici auditoriyası çəş-baş qalır- hansının doğru olduğunu teyin edə bilmir.

Internet medianın inkişafı və bu sahədə ictimai və dövlət nezaretinin zəif olması çox ciddi problemlər yaradır. Biz bunu müxtəlif vaxtlarda və kritik situyasılarda defələrlə görürük. Belə vəziyyətlərdə dezinformasiyalar, qərəzlə, böhtən xarakterli materiallar çıxırlar.

Bu şəraitdən xalqımıza və ölkəmizə zərər vurmaq istəyən xarici və daxili qüvvələr necə lazımdır bəhərelənir. Hətta reket jurnalistlər bu

sosial media məkanında qanunsuz biznes qururlar. Bir sira xarici dairələr isə bu sosial media məkanında zərərli təbliğat aparır, dezinformasiya yayır, təxribat teşkil edirlər. Lakin adı izləyicilər onların funksisi-



**Elçin Bayramlı**

yasını və məqsədlərini bilmirlər və onları media hesab edirlər.

Getdikcə internet məkanında bu "media"nin üstünlüyü ələ alması peşəkar medianı kölgədə qoyur. Üstəlik, indi hamı bir növ jurnalist olub- herənin elində kamera və diktofona malik internetə bağlı smartphone var- istənilən hadisəni dərhal çəkib şəbəkəyə yerləşdirirlər və peşəkar media terpənənədək əhali bu xəberi oxuyur və ya baxır. Lakin bu xəberin obyektivliyi, düzgünlüyü eksər hallarda şübhəli olur. Peşəkar media isə dəqiqləşməmiş məlumatı yayar. Onun üçün obyektivlik həmişə operativlikdən üstündür.

Klassik medianın fəaliyyət səfəri yalnız xəbərdən ibarət deyil. Onun 3 funksiyası var- insanları maarifləndirmək, məlumatlaşdırmaq, mədəni istirahətini təmin etmək. Bunlardan en vacibisi isə maarifləndirmədir. Bundan əlavə, həqiqi medianın sosial və hüquqi məsuliyyəti var, etik peşə kodeksləri var.

Yeni yaranmış saxta medianın maarifləndirmə funksiyası yoxdur. Sosial və hüquqi məsuliyyəti yoxdur, etik prinsiplərə, jurnalistlərin peşə kodekslərinə riayet etmir. Üstəlik, onların kadr heyəti klassik mediada olduğu kimi peşəkar və intellektual kadrlardan ibarət deyil.

Bu "media"nin yalnız bir məqsədi var: şouular, hay-küylü xəbərlər yayıb izləyici və pul qazanmaq. Xəber mətbuatın yalnız bir janrı, bir tərəfidir. O da qərəzli olmamaq, obyektiv və doğru olmaq şərtidir.

Mediada xəberlərlə yanaşı, analitik yazılar, araşdırımlar, reportajlar, müsahibələr hazırlanır, müxtəlif problemləri işləqləndirir. Pamflet, felyeton, esse, ocerk, parodiya kimi publisistik yazılarla az da olsa rast gəlinir. Maarifləndirici, ifşa edici karikaturalardan istifadə də nadir də olsa tətbiq olunur. Saxta medianın isə bunlardan anlaysı belə yoxdur. Bu kimi çatışmazlıqlarla biz dünya mediasına çıxa bilərik.

Bu "media"nın mənsubları jurnalistika sahəsinə aid deyiller.

Təəssüf ki, kütünenin çox hissəsi saxta medianı peşəkar medianan-

ayıra bilmir və onların auditoriyasına çevirir. Bu isə klassik medianın cəmiyyətə təsir imkanlarını azaldır. Nəticədə informasiya məkanı çirkənir, əhalide səhv ictimai rəy yaratmaq, saxta məlumatlarla hər cür təxribatlar teşkil eləmək mümkün olur.

Ona görə də, peşəkar medianın sıradan çıxmaması, nüfuz və təsiri ni saxlaması üçün ciddi işlər başlamış vaxtidir. Burada həm dövlətin, həm də cəmiyyətin rolu vacibdir. Klassik media öz problemlərini öyrənməli, müzakirə etməli və həlli üçün çalışmalıdır.

Dövlət isə, bu sahədə tənzimləmə və nəzarət funksiyasını güclən-



## Azərbaycan Respublikasının Medianın İnkışafı Agentliyi

*Yazı Azərbaycan Respublikasının Medianın İnkışafı Agentliyinin maliyyə dəstəyi ilə "Fikir, söz və məlumat azadlığının, plüralizmin inkişaf etdirilməsi" istiqaməti çərçivəsində hazırlanıb.*

# 150 illik müharibə

*Azərbaycan mətbuatının 150 illik yubileyi öncəsi milli mediamız haqqında düşüncələr*

dirməlidir. Bu istiqamətdə son illerde xeyli işlər görülüb. Bu işin başında da müvafiq dövlət orqanı olan MEDIÀ dayanır, bundan başqa qeyri-hökumət təşkilatı olan Mətbuat Şurası, həmçinin digər jurnalist təşkilatları, media orqanlarının özü prosesdə fəal iştirak edir.

İlk növbədə klassik medianın çatışmazlıqlarını bilməliyik. Əvvəla, biz hər zaman dünya standartları, peşəkarlıq və sairə məsələləri müzakirə edirik, özümüzü bu principlərə uyğunlaşdırmaq istəyirik. Amma buru real planda tətbiq edə bilmirik. Bu halda qlobal media məkanına çıxmək mümkün deyil.

Bir çox media resurslarında sosial problemlər, elmi intellektual materiallara çox az yer verilir, onun əvəzinə şou xarakterli material- a l l a r çox işlən i l i r .

Hesab edilir ki, bele materiallara daha çox oxucu, tamaşaçı, dinleyici getirir. Halbuki, maraqlı təhlillər, elmi məqalelər, sosial araşdırımlar ortaya qoyulmalıdır ki, daimi oxucu kütłəsi na sahib olsun.

Azərbaycan mediası həm də informasiya müharibəsi aparır. Dünya arenasına çıxmak, Azərbaycan həqiqətlərini çatdırmaq üçün çoxsaylı peşəkar işçi qüvvəsi olan peşəkar media qrupları- tərkibində saytlar, qəzetlər, informasiya agentlikləri olan resurslar lazımdır. Yüzlərlə zəif, kiçik saytlardansa, iri media qrupları formalşarsa, artıq informasiya məkanının müteşəkkiliyi və effektivliyi daha yüksək səviyyədə olar. Bu təmərküzləşmə prosesinə əsasən, bir neçə media orqanı birləşərək, böyük media holdingləri formalşmalıdır. Kiçik saytların işçi qüvvəsi saxlaya bilməməsi və ya 1-2 nəfərə ortaya ciddi media qoyması mümkün deyil. Onun xaricdə və ölkənin regionlarında müxbir postları yoxdur. Bu kimi çatışmazlıqlarla biz dünya mediasına çıxa bilərik.

Media kütłələrə psixoloji təsir silahıdır. Bu silah bizim (yəni, dövlətin, cəmiyyətin) əlində olmalıdır. İnsanlar media orqanlarında dol-

un, ciddi, obyektiv məlumat ala bil-məyənde artıq sosial şəbəkələrə üz tuturlar. Hadisənin əslini, reallığı sosial şəbəkələrdə axtarırlar. Nəticədə ölkə mediası ictimaiyyətə təsir funksiyasını itirir.

Bu məsələnin müəyyən edilmiş mexanizmi olmalıdır. Qızıl orta tutmaq lazımdır. Senzura olmur, mətbuata tam azadlıq verilir və digər tərəfdən qanunsuzluq meyllərinin qarşısı alınır. İnsanların bir-birini təhqir etməsi, şer-böhtən atması, təxribat xarakterli məlumatların yayılması məsələlərinə ciddi nəzarət edilməlidir.

Bütün bu məsələlər kompleks şəklində həll e d i l m e l i d i r . Məsələnin bir tərəfini həll edib, digər tərəfini boş buraxdıqda bu problem orta dən qalxmayıacaq. Ele bir şərait yaradılmalıdır ki, həm dövlətin çatdırmaq istədiyi məlumatlar böyük kütłələrə, həm də ortaya qoyulan sosial problemlər dövlətə çata bilsin. Vətəndaşlar mediaya inansın, onu dincəsin, oxusun, izləsin. Yalnız bu halda media dövlət və cəmiyyət arasında koordinasiya funksiyasını yerine yetirə bilər.

Əsas problemlərdən biri də, peşəkar kadrların saxlanmasıdır. Mediada əməkhaqqı yüksək olmadıqdan peşəkarlar çox vaxt başqa sahələrə gedirlər və onların yerini ucuz işçi qüvvəsi olaraq diletantlar tutur. Buna görə də ilk vaxtlarda media orqanlarına maliyyə yardımı lazımdır. Hər hansı bir media özünü tam doğruladanadək ona edilən yardımalarla peşəkarları ətrafına toplamalı və onları əlinde saxlamağı bacarmalıdır. Peşəkarlıqlıdan kenar, intellektual bazası olmayan ucuz işçi qüvvəsinin toplanması mediada özünü doğrultmayan, yanlış və effektsiz materialların yayılmışmasına səbəb olur. Bilik və dünyagörüşü zəif olan, müəyyən təcrübə bazası olmayan jurnalistin və onun işlədiyi media resursunun intellektual auditoriya tərəfindən qəbul edilməsi mümkün deyil.

Problemləri ümumileşdirsek, mənzərə belədir- hazırlıda mediası-

mız özünü maliyyələşdirə bilmir, maddi-texniki terminatı, peşəkar kadr bazası zəifdir. Bu tip media ictimaiyyət arasında nüfuz qazana bilməz, ancaq şou auditoriya topla-yıa bilər. Bu baxımdan son zamanlar Medianın İnkışafı Agentliyinin bu sahədə həyata keçirdiyi tədbirlər təqdirəlayıqdır. MEDIÀ jurnalistlər üçün mütamadı təlimlər, təkmiləşmə kursları təşkil edir, media orqanlarının layihələrini maliyyələşdirir, onların bir çoxuna maddi yardımalar edir ki, mediamız güclənəsin. Artıq son illerde aparılmış işlər bu sahədə müsbət tendensiyaların esasını qoyub və xeyli dəyişiklik baş verib. Bu işlər davam etdirildikdə, tezliklə media sahəsində sağlam və təhlükəsiz mühitin yarandığını görə bilərik.

Media haqqda Qanun da bu istiqamətdə fundamentlanıslatların aparılması məqsədilə qəbul olunub. Dövlət peşəkar medianı "sosial" mediadan ayırmalı onun daha üstün olduğunu cəmiyyətə göstərir. Media subyektlərinin və jurnalistlərin vahid reyestrinin yaradılması da buna xidmət edir. Jurnalistlərin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılması, onların peşəkar iş mühitində çalışması və emək hüquqlarının qorunması, media subyektlərinin zamanla ayaqlaşma bilməsi üçün maddi-texniki bazasının möhkəmləndirilməsi istiqamətdində MEDIÀ tərəfindən aparılan işlər təqdirəlayıqdır. Şübə yoxdur ki, aparılan bu İslahatlar media sahəsində vəziyyəti sağlamlaşdıracaq, Azərbaycan mediasının dünya media məkanına integrasiyası üçün lazımi şərait yaradacaq.

Azərbaycan mediası 150 ildir ki, bir müharibə aparır- cəhalətə qarşı, bütün mənfiliklərə, nöqsanlı, ictimai-siyasi, sosial-iqtisadi məsələlərde mövcud problemlərə qarşı ağır və əbədi bir müharibə. Xalqımızın maariflənməsi, mədəni zövqünün yüksəldilmesi, elmin, təhsilin, mənəviyyatın təbliği, ölkəmizin inkişafı, dünya məkanında öz layiqli yerini tutması uğrunda aparılan müharibə. Və Azərbaycan mediası bu günədə bu müqəddəs müharibədə qalibdir. Əbədi davam edəcək bu müharibədə daim qalib olmaq üçün hər birimiz var gücümüzle çalışmalıyıq. 150 yaşın mübarek Azərbaycan mediası!