



1875

-ci ildə b ö y ü k maarifçi Həsən bəy Zərdəbinin yaratdığı "Əkinçi" qəzeti ilə Azərbaycanda Azərbaycandilli mətbuatın əsası qoyuldu. Ötən 150 ildə Azərbaycan mediası ağır və keşməkeşli bir yol keçib. Müxtəlif ictimai-siyasi formasiyalarda yaşayan, xalqımızın maariflənməsi, mədəni, elmi sahələrdə məlumatlandırılması, milli mənafe və dövlətçilik maraqlarının müdafiəsi kimi müqəddəs amallar uğrunda mübarizə aparan Azərbaycan mediası bu vəzifəyə nail olub. Bu gün isə media sahəsində tamamilə başqa bir epoxa başlayıb. Bu vəzifələr sırasına xalqımıza və dövlətimizə düşməni qüvvələrlə informasiya müharibəsi aparmaq kimi mühüm vəzifələr əlavə olunub. Üstəlik, mediamızın fəaliyyət sferası və funksionallığı da yeni global çağırışlara uyğunlaşıb.

Global informasiya məkanında son dövrdə baş vermiş inqilabi dəyişikliklər bu sahədə fundamental dəyişikliklərə gətirib çıxarıb. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı nəticəsində media sektorunun funksionallığı, interaktivliyi, texniki spektri və sosial-iqtisadi şərtləri dəyişib. Müasir media tendensiyaları bu sahədə çox mürəkkəb və ziddiyyətli vəziyyət yaradıb.

İnternetin inkişafı yeni media növlərini və informasiya mənbələrini ortaya çıxarıb. Klassik, peşəkar media ilə yanaşı ortalıqda daha bir "media" var- buna "vətəndaş jurnalistikası", "sosial media" kimi adlar qoyulub, - 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, kütlə onları media kimi qəbul edir. Çünki artıq kütləvi informasiya vasitələri formasına keçiblər. Onlardan bəzilərinin auditoriyası peşəkar media resurslarından çoxdur. Nəticədə informasiya məkanında qarışıqlıq, nəzarətsizlik və nizamsızlıq hökm sürür. ortalıqda bir hadisə və ya proses haqda tam antipod xəbərlər dolaşır- bir tərəfdə məsələ başqa cür verilir, digər tərəfdə başqa cür. Beləliklə, oxucu, tamaşaçı, dinləyici auditoriyası çaş-baş qalır- hansının doğru olduğunu təyin edə bilmir.

İnternet medianın inkişafı və bu sahədə ictimai və dövlət nəzarətinin zəif olması çox ciddi problemlər yaradır. Biz bunu müxtəlif vaxtlarda və kritik situasiyalarda dəfələrlə görürük. Belə vəziyyətlərdə dezinformasiyalar, qərəzli, böhtan xarakterli materiallar çoxalır.

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

sosial media məkanında qanunsuz biznes qururlar. Bir sıra xarici dairelər isə bu sosial media məkanında zərərli təbliğat aparır, dezinformasiya yayır, təxribat təşkil edirlər. Lakin adi izləyicilər onların funksiyasını və məqsədlərini bilmirlər və onları media hesab edirlər.



Elçin Bayramlı

Getdikcə internet məkanında bu "media"-nın üstünlüyü ələ alması peşəkar medianı kölgədə qoyur. Üstəlik, indi hamı bir növ jurnalist olub- hərənin əlində kamera və diktofonu malik internetə bağlı smartfon var- istənilən hadisəni dərhal çəkib şəbəkəyə yerləşdirirlər və peşəkar media tərpənənəndək əhali bu xəbəri oxuyur və ya baxır. Lakin bu xəbərin obyektivliyi, düzgünlüyü əksər hallarda şübhəli olur. Peşəkar media isə dəqiqləşməmiş məlumatı yaymır. Onun üçün obyektivlik həmişə operativlikdən üstündür.

Klassik medianın fəaliyyət sferası yalnız xəbərdən ibarət deyil. Onun 3 funksiyası var- insanların maarifləndirmək, məlumatlandırmaq, mədəni istirahətini təmin etmək. Bunlardan ən vacibi 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 riayət etmir. Üstəlik, onların kadr heyəti klassik mediada olduğu kimi peşəkar və intellektual kadrlardan ibarət deyil.

Bu "media"-nın yalnız bir məqsədi var: şoular, hay-küylü xəbərlər yayıb izləyici və pul qazanmaq. Xəbər mətbuatının yalnız bir janrı, bir tərəfidir. O da qərəzli olmamaq, obyektiv və doğru olmaq şərtlə.

Mediada xəbərlərlə yanaşı, analitik yazılar, araşdırmalar, reportajlar, müsahibələr hazırlayıb, müxtəlif problemləri işıqlandırır. Pamflet, felyeton, esse, oçerk, parodiya kimi publisistik yazılara az da olsa rast gəlinir. Maarifləndirici, ifşaedicilik karikaturalardan istifadə də nadir de olsa tətbiq olunur. Saxta medianın isə bunlardan anlayışı belə yoxdur. Bu "media"-nın mənsubları jurnalistika sahəsinə aid deyillər.

Təəssüf ki, kütlənin çox hissəsi saxta medianı peşəkar mediadan

ayıra bilmir və onların auditoriyasına çevrilir. Bu isə klassik medianın cəmiyyətə təsir imkanlarını azaldır. Nəticədə informasiya məkanı çirklənir, əhəli səhv ictimai rəy yaratmaq, saxta məlumatlarla hər cür təxribatlar təşkil etmək mümkün olur.

Ona görə də, peşəkar medianın sıradan çıxması, nüfuz və təsirini saxlaması üçün ciddi işlərə başlamaq vaxtıdır. Burada həm dövlət, həm də cəmiyyətin rolu vacibdir. Klassik media öz problemlərini öyrənməli, müzakirə etməli və həlli üçün çalışmalıdır.

Dövlət isə, bu sahədə tənzimləmə və nəzarət funksiyasını gücləndirməlidir. Bu istiqamətdə son illərdə xeyli işlər görüldü. Bu işin başında da müvafiq dövlət orqanı olan MEDIA 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 prinsiplərə uyğunlaşdırmaq istəyirik. Amma bunu real planda tətbiq edə bilmirik. Bu halda global media məkanına çıxmaq mümkün deyil. Bir çox media resurslarında sosial problemlərə, elmi intellektual materiallara çox az yer verilir, onun əvəzinə şou xarakterli materiallar çox işlənilir. Hesab edilir ki, belə materiallar daha çox oxucu, tamaşaçı, dinləyici gətirir. Halbuki, maraqlı təhlillər, elmi məqalələr, sosial araşdırmalar ortaya qoyulmalıdır ki, daimi oxucu kütləsinə sahib olsun.

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

Media kütlələrə psixoloji təsir silahıdır. Bu silah bizim (yəni, dövlətin, cəmiyyətin) əlində olmalıdır. İnsanlar media orqanlarında dolğun, ciddi, obyektiv məlumat ala bilməyəndə artıq sosial şəbəkələrə üz tuturlar. Hadisənin əslini, realı sosial şəbəkələrdə axtarırlar. Nəticədə ölkə mediası ictimaiyyətə təsir funksiyasını itirir.

Bu məsələnin müəyyən edilmiş mexanizmi olmalıdır. Qızıl ortanı tutmaq lazımdır. Sensura olmur, mətbuata tam azadlıq verilir və digər tərəfdən qanunsuzluq meyhlərinin qarşısı alınır. İnsanların bir-birini təhqir etməsi, şər-böhtan atması, təxribat xarakterli məlumatların yayılması məsələlərinə ciddi nəzarət edilməlidir.



Azərbaycan Respublikasının Medianın İnkişafı Agentliyi

Yazı Azərbaycan Respublikasının Medianın İnkişafı 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

un, ciddi, obyektiv məlumat ala bilməyəndə artıq sosial şəbəkələrə üz tuturlar. Hadisənin əslini, realı sosial şəbəkələrdə axtarırlar. Nəticədə ölkə mediası ictimaiyyətə təsir funksiyasını itirir.

Bu məsələnin müəyyən edilmiş mexanizmi olmalıdır. Qızıl ortanı tutmaq lazımdır. Sensura olmur, mətbuata tam azadlıq verilir və digər tərəfdən qanunsuzluq meyhlərinin qarşısı alınır. İnsanların bir-birini təhqir etməsi, şər-böhtan atması, təxribat xarakterli məlumatların yayılması məsələlərinə ciddi nəzarət edilməlidir.

Bütün bu məsələlər kompleks şəkildə həll edilməlidir. Məsələnin bir tərəfini həll edib, digər tərəfini boş buraxdıqda bu problemlər ortadan qalxmayacaq.

Elə bir şərait yaradılmalıdır ki, həm dövlətin çatdırmaq istədiyi məlumatlar böyük kütlələrə, həm də ortaya qoyulan sosial problemlər dövlətə çatılsın. Vətəndaşlar mediaya inansın, onu dinləsin, oxusun, izləsin. Yalnız bu halda media dövlət və cəmiyyət arasında koordinasiya funksiyasını yerinə yetirə bilər.

Əsas problemlərdən biri də, peşəkar kadrların saxlanmasıdır. Mediada əməkhaqqı yüksək olmadığından 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 doğruldanadək ona edilən yardımlarla peşəkarları ətrafına toplamalı və onları əlində saxlamağı bacarmalıdır. Peşəkarlıqdan kənar, intellektual bazası olmayan ucuz işçi qüvvəsinin toplanması mediada özünü doğrultmayan, yanlış və effektiv olmayan yayımlanmasına 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 ümumiləşdirsək, mənzərə belədir- hazırda media-

mız özünü maliyyələşdirə bilmir, maddi-texniki təminatı, peşəkar kadr bazası zəifdir. Bu tip media ictimaiyyət arasında nüfuz qazana bilməz, ancaq şou auditoriya toplaya bilər. Bu baxımdan son zamanlar Medianın İnkişafı Agentliyinin bu sahədə həyata keçirdiyi tədbirlər təqdirləyiqdir. MEDIA jurnalistlər üçün mütəmadi təlimlər, təkmilləşmə kursları təşkil edir, media orqanlarının layihələrini maliyyələşdirir, onların bir çoxuna maddi yardımlar edir ki, mediamız güclənsin. Artıq son illərdə aparılmış işlər bu sahədə müsbət tendensiyaların əsası qoyub və xeyli dəyişiklik baş verib. Bu işlər davam etdirildikdə, tezliklə media sahəsində sağlam və təhlükəsiz mühitin yarandığını görə bilərik.

Media haqda Qanun da bu istiqamətdə fundamental islahatların aparılması məqsədilə qəbul olunub. Dövlət peşəkar medianı "sosial" mediadan ayırmaqla 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 əmək hüquqlarının qorunması, media subyektlərinin zamanla ayaqlaşma bilməsi üçün maddi-texniki bazasının möhkəmləndirilməsi istiqamətində MEDIA tərəfindən aparılan işlər təqdirləyiqdir. Şübhə yoxdur ki, aparılan bu islahatlar media sahəsində vəziyyəti sağlamlaşdıracaq, Azərbaycan mediasının dünya media məkanına inteqrasiyası üçün lazımi şərait yaradacaq.

Azərbaycan mediası 150 ildir ki, bir müharibə aparır- cəhəltə qarşı, bütün mənfəetlərə, nöqsanlara, ictimai-siyasi, sosial-iqtisadi məsələlərdə mövcud problemlərə qarşı ağır və əbədi bir müharibə. Xalqımızın maaariflənməsi, məlumatlandırılması, mədəni zövqünün yüksəldilməsi, elmin, təhsilin, mənəviyyatın təbliği, ölkəmizin inkişafı, dünya məkanında öz layiqli yerini tutması uğrunda aparılan müharibə. Və Azərbaycan mediası bu günədək bu müqəddəs müharibədə qalıbdır. Əbədi davam edəcək bu müharibədə daim qalıb olmaq üçün hər birimiz var gücümüzlə çalışmalıyıq. 150 yaşı mübarək Azərbaycan mediası!