

Milli teleradio ölkə həyatının canlı güzgüsüdür



1926-cı il noyabrın 6-da Azərbaycan Radiosunun “Diqqət, danışır Bakı” sözləri ilə yayıma başlaması ilə ölkəmiz növbəti dəfə regionda “ilk”ə imza atdı. Həmin gün Azərbaycanla yanaşı, Yaxın Şərqlə də mədəni yeniliklər salnaməsinə ilk radio yayımı kimi yazıldı.

Sovet Azərbaycanı paytaxtının küçə və meydanlarında quraşdırılan reproduktorlardan yayılan həmin səs yalnız ingilis fiziki Uilyam Kruksun 53 il əvvəl elektromaqnit dalğalarından istifadə edərək yaratdığı simsiz teleqraf rabitəsinin praktik təcrübələrinin neft Bakısında tətbiqi deyil, eyni zamanda, milli mətbuatımızın banisi Həsən bəy Zərdabinin əsasını qoyduğu anadilli jurnalistikada audiovizual formatın da yer almasının başlanğıcı idi.

(ardı 14-cü səhifədə)

Milli teleradio ölkə həyatının canlı güzgüsüdür



(əvvəli 1-ci səhifədə)

Həmin hadisə 30 il sonra – 1956-cı il fevralın 14-də fəaliyyətə başlayan Azərbaycan Televiziyasına gedən yolda ilk addım oldu. Televiziya və radio yaradıcılığı milli jurnalistikamızda, eləcə də ictimai həyatımızda informasiya vermək, maarifləndirmək və əyləndirmək funksiyasında yeni təsirli vasitə olmaq missiyasını öz üzərinə götürdü, sosial və siyasi proseslərə təsir göstərməkdə özəlliyini ortaya qoydu.

Ana televiziyamız olan AzTV-nin inkişafında yaddaqalan hadisələr Ümummilli liderimiz Heydər Əliyevin Azərbaycana rəhbərlik etdiyi birinci dönmə düşür. O dövr Azərbaycanının ictimai-siyasi və mədəni həyatında yeni texniki vasitə olaraq daxil olan Azərbaycan Televiziyası təkcə xalqımızın keçmiş şərəfli tarixinin ən parlaq səhifələrinin təbliği ilə məşğul olmur, həm də milli-mənəvi dəyərlərimizi, yetişən gəncliyin şüurunda özünə yuva qurmasında başlıca missiyanı yerinə yetirirdi.

Azərbaycan Televiziya və Radiosu keçdiyi yolda qazanılan zəngin təcrübəsi ilə

deyil, ölkə xaricində də sabit auditoriyası olması informasiyanın operativ və peşəkarlıqla çatdırılması ilə izah oluna bilər.

Eyni zamanda, hər bir telekanal internet yayımının həyata keçirilməsinin xüsusi səbəblərini görməklə yanaşı, onun inkişafı üçün bir çox motivlər vardır və bu missiyanı Azərbaycan Televiziyası uğurla aparır. Güman etmək lazımdır ki, yaxın gələcəkdə genişzolaqlı internet texnologiyalarının inkişafı qlobal şəbəkənin yayım keyfiyyəti ilə alternativ kanallar arasındakı sərhədləri siləcək. Bu, şübhəsiz, televiziya yayımının yeni inkişaf səviyyəsinə gətirib çıxaracaq və ona yeni perspektivlər verəcəkdir.

Yeri gəlmişkən qeyd edək ki, bu gün ölkəmizin televiziya kanalları ənənəvi məzmun istehsal modelinin dəyişdiyini və auditoriyanı cəlb etmək üçün yeni formatların, “yenilənmənin” qaçılmaz olduğunu etiraf etməklə praktik addımlar atırlar. Nəticədə, qloballaşmanın ən dərin təzahürü KİV şəbəkələri kontekstində fərdlər və bütövlükdə dünya, xalqlar və ölkələr arasında sıx münasibətlərin formalaşmasıdır.

İnternet resurslarının sürətlə həyatımıza

klassik kanallarla rəqabətə davam gətirməyin yolunu masaüstü avadanlıqlar və cihazlarda, sürətlə təkmilləşən mobil telefonlarda görürlər. Bu isə yeni dalğanın üstündə gələnlərə öz iddialarını təsdiqləməklə bərabər, tamaşaçı ovunun müxtəlif cəlbədicilərinə metodlarını mənimsəmək üçün kifayət edən mühüm psixoloji üstünlük yaradır.

“Yeni yollar axtarışında olanlar” isə nəinki “kino” məzmununu qəbul etmirlər, üstəlik, fon görüntüləri ilə işləməyi öyrənməsələr də, tamaşaçı üçün nə lazım olduğunu akademik formada əxz ediblər.

2023-cü il iyul ayının 22-də Şuşada “Heydər Əliyev İli” çərçivəsində Azərbaycan Milli Mətbuatının 148-ci ildönümünə həsr edilən “TV Sənaye İnqilabı dövründə yeni media” mövzusunda Şuşa Qlobal Forumu bu mövzu üzrə ən məhsuldar tədbirlərdən biri kimi yadda qaldı. 48 ölkədən 150-yə yaxın jurnalistin, yerli və beynəlxalq səviyyəli media təsisatı nümayəndələrinin iştirak etdiyi forumda səslənən sualları cavablandıran Prezident İlham Əliyev çağdaş medianın konseptual yol xəritəsini cızan fikirlər səsləndirdi.

Sosial təfəkkürdə televiziya istehsalının böyük əksəriyyətində məzmunun aşağı səviyyədə olmasından narahatlıq ifadə olunur, digərləri isə televiziyanın sosial şəbəkə mediasından geri qalma riski barədə fikirləşirlər. Nəticədə, “nə etməli?” sualı aktual olaraq qalır. Cavablar nə qədər argumentli səslənsə də, yaranmış situasiya gerçək çıxış yolları tələb edir.

Müasir telekanalların proqramlaşdırılması prinsiplərinin dəyişdirilməsi, reyting yanaşması siyasətində media bazarına əsaslı təsir edən tendensiyaaların dəyişməsi qaçılmazdır. Bu prosesin necə baş verməsi gələcə il 100 və 70 yaşını qeyd etməyə hazırlaşan Azərbaycan Radiosunun və Televiziyasının nümunəsində müşahidə edilir.

Təəssüf ki, internet resurslarının başlıca hərəkətverici qüvvəsi olaraq qəbul edilən sosial şəbəkələrdə televiziya yayımının spesifik xüsusiyyətləri hələ də Azərbaycanda elmin tədqiqat obyektinə çevrilməyib.



yaratdığı, milli dəyərlər, dövlətçilik təfəkkürü əsasında yaradılmış məktəbə çevrilib və bu gün də ölkənin televiziya məkanında aparıcı rolunu saxlamaqdadır. İstər özünün maddi-texniki bazasının zənginliyi, istərsə də uzun illərdən bəri formalaşan ən yaxşı ənənələr əsasında yetişən peşəkar yaradıcı heyəti ilə AzTV rəngarəng mövzuları, təqdimat formaları ilə seçilən, teleməkanda öz auditoriyasını qazanan, gizlətmədiyi iddiaları ilə inkişaf yolunda yeni addımlar atan, gündən-günə mövqelərini möhkəmləndirməkdə olan quruma çevrilməkdədir.

Prezident İlham Əliyevin xoş məramı ilə “Azərbaycan Televiziya və Radio Verilişləri” QSC-nin bazasında 2009-cu il fevral ayının 1-də yaradılan “İdman”, 2011-ci il fevral ayının 14-də təsis olunan “Mədəniyyət” telekanallarının fəaliyyətinin, xüsusilə, son illərdə Azərbaycan Televiziyasında aparılan islahatların nəticəsidir ki, müxtəlif formatlarda və aktual mövzularda hazırlanan proqramlar nəinki tamaşaçıların maraqla qarşıladıqları, həm də etimad göstərdiyi verilişlərə çevrilib.

Bu sırada ictimai-siyasi proqramlar studiyasının hazırladığı, ölkəmizdə və ölkəmizin hüdudlarından kənarda baş verən aktual ictimai-siyasi hadisələrin təhlil olunduğu “Həftə” ölkədə baş verən diqqətçəkən məsələlər üzərində qurulan və aparıcıların qonaqlarla birlikdə baş verən hadisənin canlı olaraq müzakirə olunduğu “Hədəf” və digərləri ancaq informativ deyil, həm də maarifçilik yükü olan proqramlardır. Hər gün 12 dəfə efirə çıxan “AzTV XƏBƏR” proqramının ancaq ölkə daxilində

daxil olmasına baxmayaraq, müasir televiziya zamanəmizinin ən qabaqcıl kütləvi informasiya-mədəniyyət vasitəsinə çevrilmiş və bu istiqamətdə işini davam etdirir. Müasir TV hələ də zəngin, çoxşaxəli və çoxölçülü kompleks olmaqla kütləvi kommunikasiya vasitəsi və dəyər daşıyıcılarının ən mühüm komponenti hesab olunur. O, nəinki bütün zamanların cəmiyyətlərində ən etibarlı informasiya daşıyıcısı, həm də sosial durumun barometri kimi qəbul edilir.

Sürətlə dəyişən media mənzərəsində Azərbaycan telekanalları rəqəmsal mühitə assimilyasiya olunur. Yayım proqramlarının xətti proqramlaşdırılması bir o qədər də aktual görünür. Televiziya meneceri etiraf etməyə borcludur ki, informasiya istehlakçısının maraq dairəsini nə qədər öyrənməli? Günümüzün statistik internet istifadəçisi sutka ərzində saysız-hesabsız videolara baxır. Təkcə “YouTube” portalına hər dəqiqə 60 saat video yüklədiyini və resursa ayda 1 milyard nəfərdən artıq istifadəçinin - planetin hər 7-8-ci sakininin daxil olduğunu nəzərə alsaq, ancaq bir platformanın nümunəsində qlobal internet bazarının gücünü görmək olar.

Milli televiziya kanallarımızın öncülü olan Azərbaycan Televiziyasında (AzTV) yüksəkkeyfiyyətli məhsul istehsalının aktuallığını şərtləndirən başlıca istiqamətlər onun yayım siyasətində aydın görünür. AzTV-nin proqramları diqqət və anlayış tələb edən sosial-siyasi əhəmiyyətli hadisələrin diktəsi ilə formalaşır.

Bazara isə getdikcə daha çox müasir kommunikasiya oyunçusu daxil olur. Onlar

Televiziya mediasının sosial şəbəkələrdə aparıcı platformalara çevrilməsi üçün praktiki tövsiyələrin hazırlanmasında tələtəndiricilərimizin və bu yöndəki elm adamlarımızın lokomotiv olaraq rolu ya hiss olunmur, ya da qabarıq görünür.

AzTV üçün sosial şəbəkələrdəki alqoritmin öyrənilməsi taktiki deyil, strateji mahiyyət daşıyır. Hər bir televiziya üçün sosial dünyanın inkişafı ilə bağlı vəziyyəti düzgün qiymətləndirməmək, sosial şəbəkə platformalarının müasir insanın həyatındakı rolunu qəbul etməmək, sadəcə olaraq, mövcud olmaq perspektivini itirəcək qədər risklidir. AzTV öz fəaliyyətini bu gerçəkliyin diktəsi əsasında qurur.

Ana Televiziyada yaranan tendensiya-lar diqqətlə izlənilir. Azərbaycan Televiziya və Radiosu üçün abunəçilərin sayı bu gün də vacib parametrlərdəndir, məzmunun keyfiyyəti, orijinallıq başlıca etalon sayılır. Bir sözlə, auditoriyanı genişləndirmək, məzmun strategiyamıza sadiq qalmaq, səmərəli paylama modeli qurmaq kollektivimiz üçün prioritet istiqamətdir.

Azərbaycanın teleradio məkanında çalışan həmkarlarımızı ötən illərdə peşə bayramına çevrilmiş 6 noyabr günü münasibəti ilə təbrik edərək onlara müstəqil ölkəmizin tərəqqisinə təsirli və əhatəli informasiya dəstəyi göstərməkdə yeni uğurlar arzulanır.

*Elməddin QULİYEV,
“Azərbaycan Televiziya və Radio Verilişləri” QSC-nin şöbə rəisi*