

İnformasiya məkanında əsas meyar peşəkarlıqdır

“Xalq qəzeti”nin mü Sahibi APA-Media Qrupun baş direktoru, Əməkdar jurnalist Vüsələ Mahirqızıdır

Vüsələ xanım, APA ölkənin informasiya məkanında ciddi mövqeyi olan media qurumu kimi özünü ilk vaxtlardan təsdiqləyib. Buna necə nail olmusunuz?

– Əvvəla, onu qeyd edim ki, APA-nın meydana gəlməsi Prezident İlham Əliyevin Azərbaycana rəhbərlik etdiyi 20 illik dövrdə ölkəmizdə müstəqil mediaya yaradılan şəraitin nəticəsidir. Bu müddət ərzində biz kiçik bir kollektivdən Cənubi Qafqazın ən böyük media qurumlarından birinə çevrilmişik. Bunun üçün təkcə yaxşı idarəçilik deyil, eyni zamanda çox yaxşı kollektiv, reklam imkanları, xəbər və xəbər təminatı lazımdır. Media şirkəti elə bir strukturdur ki, pulunuz çox olsa belə, xəbər təminatı, xəbərlər işləmək üçün şəraitiniz yoxdursa, gördüyünüz iş heç kim üçün maraqlı olmayacaq. Burada əsas eksklüzivliyi təmin etməkdir. İnamlı təsdiqləyə bilərəm ki, bəli, bu gün dövlət dəstəyi ilə APA Azərbaycanda dünyanın istinad etdiyi əsas xəbər qaynaqlarından birinə çevrilə bilər.

İkinci məsələ peşəkarlıqdır. Ənənəvi qəzetçilikdən transfer edilmiş insanlar daha peşəkar olurlar. Biz də bu üstünlüyümüzle mürəkkəb bir regionda yerləşən ölkənin aparıcı media subyekti sayılırıq. Ümumiyyətlə, istənilən məkanda medianın siyasi gücü, həmin ölkənin özünün geopolitik gücünə adekvatdır. Çox varlı ölkələr var ki,



mənillər barışdığı məğlubiyəti bir çox fransızların həzm edə bilməsinə səbəb olur. Təbii ki, mən burada Fransa mediasını, erməniperəst senatorları, korafəhm ziyalıları nəzərdə tuturam.

– Bilirsinizmi, insanların bir çoxu hansı veriliş daha çox tənqid edirsə, həmin verilişlərə daha çox baxır. Təkcə bizdə yox, dünyanın hər yerində KİV-in əyləndirmə funksiyası, maarifləndirmə və məlumatlandırma funksiyasından öndə keçib. Dünyada da media nümayəndələri ilə ekspertlər fikr ayrılığında olurlar. Bir qrup düşünür ki, maarifləndirmə və məlumatlandırma medianın əsas vəzifəsi olmamalıdır. O ancaq xəbər vermə öhdəliyini daşımalıdır. İstənilən cəmiyyətlə dövlətin əlaqə vasitəsi, əsasən, ziyalıdır, mediadır. Sosial media da bura daxildir.

Əlbəttə, bəzi verilişlərdə hənkarlarımız özlerini müstəntiq kimi aparırlar, qeyri-peşəkar, qeyri-etik münasibət sərgiləyirlər. Bu, səviyyə söhbətidir. Amma dövlətin bu sahəyə baxan strukturlarını da qınamaq olmur. Əgər insanlar bu kimi verilişlərə baxmaq istəməzlər, qoy, kanal dəyişsənlər. Məsələn, bu gün AZTV-nin Mədəniyyət kanalı var. Kifayət qədər peşəkar, mədəni, görkəmli ziyalılarıma yer verən kanallarından biridir. Dünyanın bir sıra ölkələrində də bu kimi kanallar mövcuddur. Yəni alternativlər var, sadəcə bilmək və bəhrələnmək lazımdır.

Bir məsələ də tələb və təkliflə bağlıdır. İndi bəzi ziyalılarımız deyirlər ki, niyə görə TV-lər və saytlar biznes yönümlüdür. Bunun başqa yolu yoxdur. Əlbəttə, biznes yönümlü olmalıdır. İnsanların gözü tərəzidir. Baxırsan ki, sosial şəbəkədə böyük bir ziyalıımızın çıxışından, hansısa xanəndəmin ifasından videolar paylaşılır və minlərlə baxış sayı olur. Şou proqram aparıcıları bunu görsələr, bəlkə də dəyişib bu formata keçərlər.

Baxı, bu yaxınlarda Əməkdar artist Aygün Bəyler dünyasını dəyişib. İnsanlar yenə də eyni qınağı edirdi. Bir qisim isifadəçi sosial şəbəkələrdə qeyri-səmimidir, onlar özleri kimi görünmək istəməzlər. Təxmini hesablasaq, Aygün Bəyler haqqında müsbət fikir yazanlar 1 milyon ətrafında idi. O 1 milyonun 100 min 3 min manat civarında pul xərcləyib şənləklərinə Aygün Bəyleri çağırırdılar, bu, 300 milyon vəsait ədədi. Lakin bu insanların heç biri bunu etmədi. Aygün Bəylerlə bağlı bütün işi Azərbaycan dövləti, Heydər Əliyev Fondu görür. Prezident Administrasiyası məsələni diqqətdə saxlayıb, Mədəniyyət Nazirliyi, hökumətdə təmsil olunan cavabdeh şəxslər onun dəfninə kimi bütün işləri yerinə yetirib. Deyək ki, televiziyalarda zövq korlayan, buna görə də tənqid olunan bütün verilişlər yığılırdı. Axi YouTube kanalında, Tik-tok platformasında, Instagramda, Facebookda həmin kontentlər var, hər cür kontent tapmaq olar. Özü də həmin platformalarda yüksək baxış sayı yığan kontentlər televiziya da pisləndirilir. Paradoks yaranır, deyilmir?

Biz şirkət olaraq bütün sosial şəbəkələri monitorinq edirik. Deyirlər ki, Tik-tok, YouTube kimi şəbəkələrdə ciddi adamlar yoxdur, onun üçün qeyri-ciddi adamlar bu platformalara baxırlar. Tamamilə səhv fikirdir. Tik-tokda ziyalı həkim də, hüquqşünas da, müəllim də var. İnsanların seçimi öz aralarından çıxan, onlara daha səmimi gələn, həftə bir az da ağılı öyrədə biləcək insanlardır. Televiziyalarda mənim də qəbul etmədiyim peşəkarlar var. Amma onların “doza”-nı artırmasının səbəbi sosial mediaya adekvat olmaq istəyidir. Buna pis baxmaq olmaz. Çünki sosial medianın funksiyası ağıllı görünüb, heç kimin baxmadığı platforma olmaq deyil. Medianın məqsədi daha çox insanı əhatə etmək, məlumatlandırmaq, əyləndirmək və daha çox oxunmaqdır.

Bəs, bu yaşamağa maarifləndirici elementləri də əlavə etmək olmazmı?

– Bəli. Oradakı ekspertlər fikirlərini təhqirsiz də bildirə bilərlər. Yaxud hansısa hüquq eksperti çıxışında emosional notun içərisinə qanunun müvafiq maddəsinə istinad edib çox sakit tərdə edə bilər. Nəticədə, insanların ağılında, şüurunda qala bilər ki, bu hadisəyə görə bu maddə var. Bax, bu, artıq maarifləndirmə olar. Doğrudur, mən medianın dərş keçməsinin, ağılı öyrətməsinin qəti əleyhinəyəm. Amma maarifləndirmə, təbliğat, təşviqat çox sakit tonda gedə bilər.



Vüsələ xanım, sosial media bərədə ağırlı məsələlərə toxundunuz. Xüsusən də Tik-tokla bağlı. Düzü, əvvəl bu şəbəkə qeyri-ciddi platforma kimi dəyərləndirilirdi. Hətta müvafiq qurumlara çağırış edilirdi ki, Tik-toku bağlasınlar. Amma bu şəbəkəyə daxil olanda görürdün ki, nəyə çox baxırsansa, onu da qarşına çıxarır. Alqoritm belə qurulub.

– Ümumiyyətlə, sosial şəbəkələrin hamısında alqoritm elə işləyir. Bu da var ki, YouTube və Tik-tokda qarşınıza çıxan videoya “maraqlandırmır” vurursunuzsa, onu qarşınıza bir də çıxarmır. Süni intellekt bunun üzərində qurulub.

Orada bir tor qurulur, şəbəkə yaradılır, insanlar o torun işerində həmfikirlərini tapırlar. Hansısa bir hadisə baş verir, biri yazır ki, bütün ölkə bundan yazır. Amma bütün ölkə bundan yazmır. Onun maraq dairəsində olan adamlar bundan yazır. Bu adam da hesab edir ki, bütün ölkə bundan yazır.

Sosial medianı ciddi qəbul etmək, oradakı trendlərə ciddi yanaşmaq lazımdır. Tik-tok şəbəkəsi ölkə əhəlisinin ən çox istifadə etdiyi və vaxt sərf etdiyi şəbəkədir. Bunu monitorinqlərə əsaslanıb deyirəm. Oradan necə istifadə etmək isə hər kəsin öz qabiliyyətinə və dünyagörüşünə bağlıdır. Gənclər də sosial mediadan səmərəli istifadə təşviq olunmalıdır. Eləcə də dilimizin təmizliyi istiqamətində işlər görülməlidir. Sosial şəbəkə bu istiqamətdə önəmli rol oynayır. Sosial şəbəkədə “ok, tşk” kimi amorf dillər yaradılır, bu, olmaz.

Cənab Prezidentin son müsahibəsində əsas tezislərdən biri məhz növbəti mərhələ üçün ölkənin yeni milli ideologiyasının yaradılması idi. Burada da dil, milli kimlik məsələsi ortaya çıxacaq. Bunun üçün mediada da ictimai müzakirələr açıllaçaq.

Medianın yaşaması üçün reklam bazarı lazımdır. Azərbaycan mediasında bu durum necədir?

– Mən mediaya dövlət dəstəyinin çox olmasının tərəfdarı deyiləm. Həmişə elə hesab eləmişəm ki, rəqabət mühiti olmalıdır və biznes fonunda hər qurum özünü ayaqda tutmalıdır, inkişaf eləməlidir. Bu illər ərzində Azərbaycan mediasının, xüsusən də ənənəvi çap mediasının ayaqda durmasına dövlətin böyük dəstəyi olub. Bu, Azərbaycan tarixi üçün də önəmli addımdır. Nə qədər internet desək də, ənənəvi çap mediası ölkənin tarixidir. İndiki tendensiya onu göstərir ki, media müxtəlif biznes əlaqələri vasitəsilə inkişaf etməlidir. Burada tək reklamdan söhbət getmir. Müxtəlif layihələrdə, tenderlərdə iştirak etmək olar.

İnsanların hava, su kimi məlumat almaq ehtiyacı var. Bu ehtiyacı yerli media ödəmirsə, mütləq xarici resurslar daxil olacaq və informasiya təhlükəsizliyi məsələsi meydana çıxacaq. Bu da milli təhlükəsizlik məsələsidir. Bu baxımdan, media sosial şəbəkədə aktiv olmalıdır.

APA-nın beynəlxalq təcrübədən yararlanması maraqlıdır. Media korporasiyaları ilə əməkdaşlığınız hansı səviyyədədir?

– Bir çox ölkələrin, xüsusilə, Türkiyə, Rusiya, İranın media qurumları



onların dünyanın geopolitik nizamında gücü yoxdur. Azərbaycanın son illər ərzində regionda güclənən mövqeyi, Vətən müharibəsindəki zəfərimiz və ondan sonra baş verən geopolitik dəyişikliklərə həmahəng olaraq milli mediamızın da rolu artıb, ona maraq da yüksəlib. Biz sözügedən proseslərdə kifayət qədər fəal, peşəkarcasına çalışırıq. Bizim jurnalistlərin yazdıqlarına transmilli medialar da etibar edir və bunlardan bəhrələnirlər. Ümumiyyətlə, Azərbaycan mediasının inkişaf dinamikasi fərəh doğurur.

İnkişafdan söz düşmüşkən, bu günlərdə APA-nın fransız dili bölməsi fəaliyyətə başladı. Düzü, fransız dili dünyanın 6 geniş yayılmış dilindən biridir. Amma APA-nın bu layihəsi son aylar Fransa–Azərbaycan münasibətlərində olan gərginliklə eyni vaxta təsadüf etdi...

– Hazırda APA agentliyi Azərbaycan, ingilis, rus və fars dilində fəaliyyət göstərir. Əslində, 2018-ci ilə qədər bizim fransız dilində də xidmətimiz olub. Əlbəttə, Fransa Avropa Birliyinin böyük ölkələrindən biridir. Amma təəssüf ki, dünyaya demokratiya dərsi keçməyə çalışan ölkələrin özləri müstəmləkəçilik sistemi ilə çalışırlar. O müstəmləkələrin özlərində belə fransızdillili insanlar çoxdur. Gərək onların da obyektiv, qərəzsiz informasiya almaq imkanı olsun.

Görünənə ondan ibarətdir ki, biz ikili standartları nəzərə almırıq. Bu ikili standartlar həm Azərbaycana qarşı, həm də Qarabağ məsələsində özünü göstərir. Fransanın yerli ictimai rəyi formalaşdırarı əksər media orqanlarının çoxu o qədər qərəzlidir ki, bu, hətta er-

Bu gün Azərbaycan yazılı və vizual informasiya vasitələri haqqında müəyyən tənqidi fikirlər səslənir. Xüsusilə, özəl telekanallar daha çox tənqid hədəfinə çevrilib. Səbəb kimi də jurnalistikanın əsas meyarlardan biri olan maarifləndirmə funksiyasının tamamilə kənara qoyulması əsas gətirilir. Buna səbəb nədir?