



Azərbaycanın ictimai xidmət yayımının – İTV-nin təlim tələbatlarının təhlili

Qeyri rəsmi tərcümə

Noyabr 2006

Mündəricat

1.0. Qısa xülasə	4
2.0. Missiya	4
2.1 ATƏT	4
2.2. BBC-nin Ümumdünya Xidməti Fondu	5
2.3. Kontekst	5
2.4. TTT qrupu	5
2.5. Yanaşma	6
2.6. İctimai xidmət yayımı	6
3.0. Ümumi məlumatlar	6
3.1. Tarixçə	7
3.2. İTV bu gün	8
3.3. Tənqidlər	8
4.0. Tələbatların təhlili	9
4.1. Yayım Şurası	9
4.2. Redaksiya siyasəti	10
4.3. Televiziya	11
4.3.1. Xəbərlər proqramları	11
4.3.2. Televiziya jurnalistlərinin peşə vərdişləri	12
4.3.3. İctimai məsələlərə dair verilişlər və diskussiya proqramları	13
4.3.4. Müxtəliflik və daxili istehsal	15
4.3.5. Azlıqlar Qrupları üçün Proqramlar	15
4.3.6. İctimai Xidmətin Vaxt Cədvəlinin Tənzimlənməsi	16
4.3.7. Proqram Koordinasiyası	18
4.3.8. Televiziyanın işçi heyəti	19
4.4. Radio	20
4.4.1. İnformasiya və Analitik Proqramlar Departamenti	20
4.4.2. Müəllif proqramları	21
4.5. İnternet	22
4.6. Marketing & Satış	23
4.6.1. Auditoriya sorğuları	23
4.6.2. Reklam dpartamenti	23
5.0. Təklif edilən Təlim Proqramı	25
5.1. Redaksiya Siyasəti	26
5.2. Menecment bacarıqları	26
5.3. İnsan resurslarının inkişafı	26
5.4. Redaksiya İdarəçiliyi	27
5.5. Jurnalistika bacarıqları	27
5.5.1. Xəbərtoplama	27
5.5.2. Müxtəlifliyin işıqlandırılması	28
5.5.3. Seçkilərin işıqlandırılması	28
5.5.4. Biznes və İqtisadi Jurnalistika	29
5.5.5. Təhqiqat jurnalistikası	29
5.5.6. Sənədli filmlər və Maarifləndirici Verilişlər	29
5.6. Web Jurnalistika	30
5.7. Auditoriya ilə əlaqələr	30
5.8. Satış	30

5.9. Marketing		30
5.10. Daxili Təlim	31	
6.0. Metodologiya	32	

1.0. Qısa xülasə

İctimai Televiziya və Radio Şirkəti (İTV) ictimai xidmət yayımı sahəsində Azərbaycanın ilk sınaq cəhdidir. Onun əhəmiyyətini azaltmaq olmaz. Keçmiş Sovet respublikası Xəzərdəki neft yataqlarından əldə ediləcək böyük gəlirlərin astanasında durduğuna görə əminliklə demək olar ki, hakimiyyət orqanları bu pulun necə xərclənəcəyinə görə cavabdehlik daşıyırlar. Azərbaycan xalqı ilə onun seçdiyi nümayəndələr arasında əlaqələndirici qismində çıxış edən yayımçı nəticə etibarlı ilə demokratik maraqlara xidmət edilməsini təmin edə bilər. İTV bu vəzifənin öhdəsindən gələ bilərmi?

İTV-nin rəsmən işə başladığı bir ildən artıq müddətdə yeni yayımçı vətəndaş cəmiyyətini ictimai xidmət yayımı dəyərlərinə sadıq olduğuna inandırı bilməmişdir (ictimai xidmət yayımının anlayışı aşağıda 2.6-cı bənddə verilir). Lap başlanğıcdan İTV-nin verilişlərini monitorinq etmiş Nəcəf Nəcəfov Fondu qeyd edir: "Buradakılar eyni ilə dövlət televiziyasının surətidir. İctimai yayım müstəqil, balanslı, qərəzsiz, dəqiq, vicdanlı və müxtəlif rəylərə qarşı dözümlü olmalıdır. Bütün bu məsələlər baxımından İTV ictimai televiziya xidməti ola bilməmişdir".

Beynəlxalq müşahidəçilər ictimai xidmət yayımının inkişafı ilə bağlı analoji narahatlıqlarını ifadə etmişlər, belə ki, bu məsələ Azərbaycanın Avropa Şurasına üzvlüyü üçün şərt idi. Bu səbəbdən Avropada Təhlükəsizlik və Əməkdaşlıq Təşkilatı (ATƏT) BBC-nin Ümumdünya Xidməti Fondunun İTV-nin mövcud fəaliyyətinin müstəqil qiymətləndirilməsini həyata keçirməyə və telekanalın müəyyən edilən çatışmazlıqlarının həllinə dair tövsiyələr toplusunu hazırlamağa dəvət etmişdir. Bu məruzədə BBC-nin gəldiyi nəticələr, eləcə də 18 aylıq davamlı təlim və məsləhətlər (konsultasiya) proqramı barədə təklif təqdim edilir.

Biz aşkar etdik ki, tənqidlər müəyyən dərəcədə ədalətlidir. Telekanalın xəbərlər proqramları və cari məsələlərə dair verilişləri onun rəqiblərinin analoji verilişlərindən az fərqlənir və ciddi surətdə iqtidaryönlü mövqeyə meyl edir. Bərqərar olmuş redaksiya prinsiplərinin mövcudluğuna və ya auditoriyanın tələbatlarının aydın başa düşülməsinə dəlalət edən hər hansı sübut yoxdur. Bununla belə, İTV nisbətən qısa müddətdə çox şeyə nail olmuşdur: o, əla infraqurstruktura malikdir, yaxşı təşkil olunmuşdur və əsasən gənclərdən ibarət əzmkar personala malikdir. O, peşəkarcasına hazırlanan, Azərbaycan mədəniyyətinin müxtəlifliyini tərənnüm edən rəngarəng proqramlar istehsal edir və Azərbaycan əhalisini maarifləndirməyə çalışır. İTV hələlik ictimai xidmət yayımı adına layiq olmaq uğrunda çalışmalıdır, bununla belə, o, gələcək inkişaf üçün geniş potensiala və möhkəm bünövrəyə malikdir.

Tələbatların qiymətləndirilməsi zamanı İTV-nin bir çox qatı tənqidçiləri dedilər ki, yeni yayımçının işində islahatlar aparmağa yönələn istənilən cəhdlər uğursuzluğa məhkumdur. Onlar İTV-nin ilkin vədlərini yerinə yetirə bilməməsinin əsas səbəbləri kimi Azərbaycandakı qeyri-müəyyən siyasi mühiti və kanalın avtoritar müdiriyətini qeyd etdilər. Lakin onu da iddia etmək olar ki, bu iki amil bu sahədə davamlı və məqsədyönlü müdaxilənin uğurunu təmin etməkdə əsas rol oyanaya bilər. İTV-nin baş direktoru İsmayıl Ömərov iddia edir ki, onun məqsədi "Azərbaycan üçün BBC yaratmaqdır". Bu düzgün stimuldur və bunu etmək üçün onda rəhbərlik təşkilatçılıq bacarıqları vardır. Eyni zamanda, hazırkı hökumət Avropa Şurasındakı üzvlüyünə böyük əhəmiyyət verir. ATƏT-in iştirakçısı olan dövlətlərin Azərbaycanın ictimai yayım mediasından hələ də narazı qalması, güman ki, Əliyev administrasiyasını müvafiq tədbirlər görməyə sövq edəcəkdir.

Bu, ictimai xidmət yayımı qismində İTV-nin öz potensialını həyata keçirməsini təmin etmək üçün olduqca münasib məqamdır. O, hələ gənc şirkətdir və aydın ifadə edilmiş tələblərə cavab verməyə qadirdir. Onun personalı motivasiyalıdır və onların yaradıcı istedadına dair ciddi sübutlar var. Biz təlim və məsləhətlərin perspektivinə redaksiya kollektivləri arasında əsasən müsbət yanaşmanın olduğunu müşahidə etdik. Rəqib kanalların yuxarıda qeyd edilən iqtidaryönlü xarakterini nəzərə alaraq, biz əmin olduq ki, davamlı və məqsədyönlü dəstək yayım bazarında İTV-nin öz yerini tapmasına və beynəlxalq ictimaiyyətin ümidlərini doğrultmasına imkan yarada bilər. Eyni zamanda, uğurlu nəticə keçid dövründə olan və analoji vəzifələrlə qarşılaşan digər ölkələrin istifadə edə biləcəyi ictimai xidmət yayımı modelinin yaradılmasına kömək edə bilər.

2.0. Missiya

2.1. ATƏT

Tələbatların qiymətləndirilməsi kanal üçün uzunmüddətli təlim və yardım proqramı hazırlamaq məqsədilə Avropada Təhlükəsizlik və Əməkdaşlıq Təşkilatı (ATƏT) tərəfindən tapşırılmışdır. ATƏT-in Bakı Ofisi 1999-cu ildə açılmışdır və təhlükəsizliyin və sabitliyin insani, siyasi, iqtisadi və ekoloji aspektlərini diqqət mərkəzində saxlamaq məqsədini daşıyır. O, beynəlxalq donor təşkilatlardan, media sahəsində fəaliyyət göstərən QHT-lərdən və ATƏT-in üzvü olan dövlətlərin səfirlərindən ibarət olan Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin Koordinasiyası Qrupuna sədrlik edir. Qrup Azərbaycanın media müstəvisində müsbət dəyişiklikləri həvəsləndirmək məqsədilə informasiya mübadiləsi, problemlərin müzakirəsi və birgə tədbirlərin görülməsi üçün açıq forum rolunu oynayır.

Azərbaycan 2001-ci ildə Avropa Şurasına daxil olandan bəri ATƏT İTV-nin Avropa Şurasının tələblərinə cavab verməsini və ictimai xidmət yayımı mandatını yerinə yetirməsini təmin etmək üçün vətəndaş cəmiyyətinin göstərdiyi səylərin ön cəbhəsində olmuşdur. Təşkilat verilişlərin geniş monitorinqinə sponsorluq etmişdir ki, onların da əsas hissəsi 2005-ci ilin parlament seçkiləri dövrünə aiddir.

2.2. BBC-nin Ümumdünya Xidməti Fondu

1999-cu ildə təsis edilmiş BBC-nin Ümumdünya Xidməti Fondu BBC-nin beynəlxalq inkişaf bölməsidir və keçid dövründə olan ölkələrdə media üçün imkanların yaradılması təşəbbüslərinə diqqət yetirir. Fondun gördüyü işlərə Rusiya, Ukrayna, Bosniya və Serbiyada davamlı təlim mərkəzlərinin yaradılması daxildir. Bu məktəblər bilavasitə iş yerində seminarlar, səyyar seminarlar və məsafədən öyrədilən tədris proqramları vasitəsilə yüzlərlə yayım işçisinə müxtəlif texniki və etik vərdişlər üzrə təlim keçməkdə davam edir.

İctimai xidmət yayımı fəaliyyətlərinin inkişafında Fondun ciddi xidmətləri vardır. İraqdakı müharibədən sonra Britaniya Beynəlxalq İnkişaf Departamenti (DFID) Bəsredə yerli əhalinin demokratik proseslərdə iştirakı üçün tribuna rolunu oynayan Əl-Mirbəd teleradio kanalının yaradılmasından ötrü BBC-yə 6,7 milyon funt sterlinq qrant vermişdir. Bu ilin əvvəlində Avropa İttifaqı Fonda tapşırılmışdır ki, Əfqanıstandakı RTA-nı tam məsləhətlər paketi ilə təmin etsin. Digər təşəbbüslərə Çernoqoriya dövlət yayım kanalının idarə olunmasında iki illik dəyişiklər üzrə proqram; Bosniyada PBS-ə yardım; İordaniyanın ictimai xidmət yayımı mediasına məsləhətlər; Serbiyanın B92 Teleradio Şirkətinin rəhbər heyəti üçün təlim layihəsi; Nigeriyada NTA üçün hazırda davam etməkdə olan yardım proqramı və Ruandada ORINFOR-un personalı üçün təlim daxildir.

2.3. Kontekst

Təlim tələbatlarının təhlilinin (TTT) məqsədi İTV-nin cari fəaliyyətinin tam mənzərəsini yaratmaq və onun inkişafı üçün təxirəsalınmaz tələbatları müəyyən etmək idi. Məsləhətçilər İTV-nin rəqabət sahəsindəki problemləri barədə təsəvvürə malik olmaq üçün Azərbaycandakı media mühitini də təhlil etmişlər. TTT kollektivi aşağıdakı fəaliyyət sahələrini nəzərdən keçirmişdir:

- kanalın idarə olunması;
- ictimai yayım siyasəti və redaksiya siyasəti;
- Yayım Şurasının rolu;
- xəbərlər proqramları və cari məsələlərə dair verilişlər (televiziya və radio);
- mədəni və əyləncəli verilişlər;
- azlıq qrupları üçün verilişlər;
- satış və marketinq;
- auditoriyanın tədqiqi və (və ya) məsləhət fəaliyyətləri;
- texniki infrastruktur;
- onlayn rejimində fəaliyyət;
- mövcud təlim imkanları.

2.4. TTT qrupu

Riçard Lukas (*Richard Lucas*) televiziya və radioda əhəmiyyətli dərəcədə redaktorluq və idarəçilik təcrübəsinə malik müstəqil məsləhətçidir, keçid dövrünü və münaqişədən sonrakı dövrü yaşayan cəmiyyətlərdə elektron medianın üzləşdiyi problemləri başa düşür. O, çətin və həssas siyasi, dini və etnik mühitdəki işlə tanışdır.

Maykl Rendall (*Michael Randall*) son beş ildə BBC-nin Ümumdünya Xidməti Fondunda Avrasiya üzrə layihələrin rəhbəri qismində çalışmışdır. O, keçmiş Şərqi Blokunda medianın inkişafı işinə diqqət yetirərək Rusiya, Ukrayna, Gürcüstan, Bolqarıstan, Bosniya və Serbiyada layihələri tərtib və idarə etmişdir. Onun təşəbbüsləri sırasına Belqradda aparıcı müstəqil telekanalı olan B92-nin jurnalistləri üçün təlim proqramı; Gürcüstanın azərbaycandilli və ermənidilli əhalisi üçün iki icma radiostansiyasının yaradılması; və Ural bölgəsindəki həbsxanalarda radio şəbəkəsinin inkişafı daxildir.

Azər Xəlilov 1992-ci ildən BBC-də çalışır, əvvəlcə o, Rusiya Xidmətinin Bakı müxbiri, daha sonra Azəri bölməsinin baş prodüseri qismində işləmişdir. O, Azərbaycanda siyasi məsələlərə dair məlumatlar verməkdə böyük təcrübəyə malikdir və Mərkəzi Asiya və Qafqaz Xidmətinə qoşulmazdan əvvəl "Turan" Xəbərlər Agentliyinin siyasi və diplomatik müxbiri olmuşdur. Azər 2005-ci ilin avqustunda İTV-nin işə başlaması ilə nəticələnmiş hadisələri yaxından izləmiş və ötən il ərzində onun həm televiziya, həm də radio verilişlərini izləmişdir.

2.5. Yanaşma

Qrup Bakıda 2006-cı il iyulun 24-dən 30-dək altı gün keçirdi. Bu müddətin böyük bir hissəsi İTV-də keçirildi, bütün əsas şöbələrin nümayəndələri ilə müsahibələr aparıldı və həm televiziya, həm də radio xidmətlərinin verilişləri nəzərdən keçirildi. Gündəlikdəki birinci məsələ İTV-nin direktoru İsmayıl Ömərövla, onun müavini Çingiz Aslanovla və beynəlxalq əlaqələr şöbəsinin əməkdaşı Samir Pənahovla görüş idi. Pənahov həftə ərzində bizim fəaliyyətlərimizin koordinasiya olunmasına kömək etdi və işçi heyətinin geniş dairəsi ilə danışmaq imkanına malik olmağımızı təmin etməkdən ötrü bizim üçün əhəmiyyətli dərəcədə səy göstərdi. Təşkilatın bütün əsas şöbələrinə daxil olmağımıza tam imkan yaradıldı.

Bütün hallarda redaksiya əməkdaşları verilişlərinin arxasında duran ideyaları, hədəfə aldıkları auditoriyanı və öz iş təcrübələrini müzakirə etməyə həvəsləndirildilər. Eləcə də onlardan xahiş edildi ki, öz şöbələri çərçivəsində hər hansı təlimə olan ehtiyaclarını müəyyənləşdirsinlər. Ümumiyyətlə, söhbət etdiyimiz şəxslər işlərindəki problemlərdən danışarkən səmimi idilər və onların çoxu təlim və inkişaf imkanları üçün açıq idilər.

Vaxtın qalan hissəsi media şərhçiləri ilə, jurnalistlərlə və ictimai xidmət yayımında maraqlı olan vətəndaş cəmiyyəti təşkilatlarının nümayəndələri ilə görüşlərə həsr edildi. Bu, İTV barəsindəki rəylərin bütün diapazonu barədə bizdə təsəvvür yaranmasına və əgər mümkündürsə, kanalın pozitiv inkişafına necə yardım göstərə biləcəyimizi müəyyənləşdirməyimizə imkan verdi.

Biz İTV-nin hazırladığı müxtəlif materialları nəzərdən keçirdik. Biz kanalın güclü və zəif cəhətlərini müəyyən etməyə çalışaraq xəbərlər buraxılışlarını rəqib telekanalların hazırladığı xəbər bülletenləri ilə müqayisə etdik. *BBC* Monitoring həftə ərzində beş milli telekanalın hamısında yayımlanan xəbər buraxılışlarını təqdim etdi. Bu informasiya məruzəyə əlavə edilmişdir (Əlavələrə bax).

2.6. İctimai xidmət yayımı

İctimai xidməti yayımı roluna İTV-nin nə dərəcədə iddialı olması tələbatların qiymətləndirilməsində başlıca mövzu oldu. İctimai xidmət yayımının standart anlayışı olmasa da, biz Verilişlərin Tədqiqi Bölməsi (*Broadcasting Research Unit*) tərəfindən müəyyən edilmiş meyarlar əsasında mülahizə yürüdəcəyik, onları aşağıdakı kimi ümumiləşdirmək olar:

- tamaşaçıları məlumatlandırma vasitəsilə cəmiyyəti yaxşılaşdırmaq məqsədi daşıyan verilişlərin hazırlanması;
- coğrafi universallıq;
- bütün maraq və zövqlərə xidmət edən verilişlərin hazırlanması;
- azlıqlara xidmət edən verilişlərin hazırlanması;
- milli mənsubiyyətə və icmalara diqqətlə yanaşılması;
- hakim maraqlardan və hökumətin mövqeyindən çıxış edilməməsi;
- yayım sisteminin birbaşa istifadəçilər toplusu tərəfindən maliyyələşdirilməsi;
- kəmiyyətdən daha çox keyfiyyət sahəsində rəqabət;
- veriliş hazırlayanları məhdudlaşdırmayan, onlara sərbəstlik verən prinsiplər əsasında verilişlərin hazırlanması.

3.0. Ümumi məlumatlar

Hər hansı uzunmüddətli müdaxiləni həyata keçirmək barədə düşünərkən İTV-nin fəaliyyət göstərdiyi siyasi mühiti və mediadakı ab-havanı nəzərə almamaq sadələşmə olardı. Bütün kütləvi informasiya vasitələrinin hökumətin mülkiyyətindən və idarəçiliyindən çıxmasından cəmi on beş il keçir və cəmi səkkiz ildir ki, rəsmi dövlət senzurası götürülmüşdür. Redaksiya müstəqilliyinə malik televiziya jurnalistikası ənənəsi yoxdur və Azərbaycanda yayımlanan kütləvi informasiya vasitələrinin əksəriyyəti siyasiləşmişdir. Jurnalistlərə qarşı təhdid və zorakılıq halları kifayət qədər sənədləşdirilmişdir. "Fridım Haus" (*Freedom House*) təşkilatının kütləvi informasiya vasitələrinin azadlığına dair 2005-ci il üzrə illik hesabatında Azərbaycan dünya birliyi cədvəlində Gürcüstan, Ermənistan və Rusiyadan geri qalaraq 161-ci yerdə gedir.

Bu keçmiş Sovet respublikasında kütləvi informasiya vasitələri, demək olar ki, istisnasız olaraq ya hökumətin, ya da ayrı-ayrı müxalifət partiyalarının mülkiyyətləridir. Onların böyük əksəriyyəti ya dövlətin mülkiyyətində, ya da tabeçiliyindədir. Elektron kütləvi informasiya vasitələri ölkədə xəbərlərin və informasiyanın təqdim edilməsində ən çox təsirə malikdirlər, əhalinin 90 faizindən çoxu xəbərləri radio və televiziya ilə alır.

Televiziya bazarı Bakıda yerləşən altı ümummilli yayımçıdan (İTV, AzTV, ATV, ANS, Lider və Speys), habelə ölkə boyunca səpələnmiş 10 regional stansiyadan ibarətdir. İki Rusiya kanalı RTR və ORT ümummilli miqyasda yayımlanır, eyni zamanda, Türkiyə və İran yayımçıları da, xüsusən ölkənin cənubunda geniş tərkibli auditoriyaya malikdirlər. Azərbaycan ərazisində ən azı on iki FM və üç AM

radiostansiyası, o cümlədən *BBC*-nin Ümumdünya Xidməti və Azadlıq Radiosu da daxil olmaqla yeddi xarici radiostansiya fəaliyyət göstərir.

Hazırda Azərbaycanda medianın reklam bazarı ildə 16 milyon ABŞ dolları ilə 30 milyon ABŞ dolları arasında qiymətləndirilir, bu, eyni sayda əhalisi olan Çexiya Respublikasının reklam bazarından 15 dəfə azdır. Lakin bazarda rəqabətin olduğuna baxmayaraq, təəssüf ki, orada müxtəlifliyin dərəcəsi yüksək deyil. 1991-ci ildə müstəqil ANS telekanalının meydana çıxması əvvəlcə Qərb müşahidəçiləri tərəfindən ruh yüksəkliyi ilə qarşılanırsa da, sonradan onun redaksiya müstəqilliyi sual altına alındı. O həm kommersiya gəlirləri, həm də əsas reyting cədvəllərində birincilik baxımından bazarda lider olaraq qalsa da, onun xəbər buraxılışlarının dövlətin idarəçiliyində olan yayımçının – AzTV-nin xəbər buraxılışlarından daha obyektiv və ya diqqətçəkən olması nəzərə çarpmır. Televiziya məkanına son dövrlərdə gəlmiş Lider TV açıq-şəkildə iqtidaryönlü mövqe tutur, ATV isə yayımının çoxunu əyləncəli verilişlərə həsr edir. Bölgələrdə verilişlərin 30-40%-i piraçılıq yolu ilə yayımlanan DVD-lərdən və peyk siqnallarından ibarətdir.¹

3.1. Tarixçə

Sovet İttifaqı dağıldıqdan sonra ictimai xidmət yayımı bir növ onun “milli barışıqda və demokratiyaya keçid prosesində” oynamaqlı olduğu rolu qəbul edən islahatçı lobbilərə ünvanlanmış çağırışa çevrildi.² Lakin bir sıra postsovet hökumətləri zəruri qanunvericilik bazasını qəbul etsələr də, ümumən dövlətin idarəçiliyində olan media üzərində nəzarəti ləğv etmək üçün siyasi iradəyə malik deyildilər. Bu günədək Müstəqil Dövlətlər Birliyində güvən ilə bilən ictimai xidmət yayımına dair heç bir konkret nümunə yoxdur.

Avropa Şurasına üzvlük tələblərini yerinə yetirərkən Azərbaycan fərqli istiqamət götürdü. Yerli media ekspertlərinin məsləhəti ilə hökumət dövlət yayımçısı AzTV-də islahatlar aparılmasının əleyhinə qərar çıxardı və bunun əvəzinə sonradan İTV adlandırılan yeni kanal yaratmaq yolunu seçdi. Bu addımın məqsədi dövlətin idarəçiliyində olan qurumlar üçün ümumi olan problemlərdən (işçi heyətinin həddən artıq çox olması, köhnəlmiş idarəetmə strukturları və bərqərar olmuş mentalitetlər) yaxa qurtarmaq və xoşagəlməz hisslərdən azad olmaq üçün hər şeyi sıfırdan başlamaq idi. Bu prosesdə iştirak etmiş Milli Teleradio Şurasının sədri Nuşirəvan Məhərrəmli dedi: “Mövcud dövlət televiziyasını ictimai televiziya çevirməkdənsə yeni ictimai televiziya təşkil etmək daha yaxşıdır. Dövlət televiziyasındakı insanlar artıq müəyyən təfəkkür tərzinə malikdirlər. Əlbəttə, boş bir yerdə nəşə qurmaq vaxt aparacaqdır, lakin mən radikal dəyişikliklərin tərəfdarı deyiləm”.

Beləliklə, ictimai xidmət yayımının tərəfdarları nəyə nail olmağa ümid edirlər? *Internyus (Internews)* təşkilatının tapşırığı ilə Azərbaycan mediasının qiymətləndirilməsini həyata keçirən qrup bunu belə izah edir: “İctimai televiziya yaratmaq üçün ən yaxşı arqument, ən ümumi şəkildə götürsək, bu istiqamətlərdən qaynaqlanır: Avropa Şurası müstəqil ictimai xidmət yayımının olmasını tələb edir, Azərbaycan isə üzv dövlətdir və buna görə də onun ictimai televiziya malik olması tələb olunur. Neft gəlirləri axıb gəlməyə başlayır və Azərbaycan növbəti onillikdə milyardlarla dollar əldə edəcəkdir. Bu pulun necə xərclənəcəyinin media tərəfindən əhəliyə təsvir edilməsi zəruridir. Əks təqdirdə ictimai iğtişaş baş qaldıra bilər, çünki illərlə əhəliyə vəd edilmişdir ki, neft gəlirləri onların həyatını yaxşılaşdıracaqdır”.

İctimai televiziya və radio yayımı haqqında Qanun 2004-cü ilin sentyabrında qəbul edilmiş, bununla da yeni kanalın işi üçün hüquqi baza yaradılmışdır. Qeyd etməyə dəyər ki, prezident İlham Əliyev 2004-cü ilin martında qanun layihəsini parlamentə qaytarmaq üçün öz veto səlahiyyətindən istifadə etmişdir, bu, ölkənin tarixində veto hüququndan istifadə edildiyi ilk hal idi. Bu hal hökumətdaxili dairələrdə bu təşəbbüsün ətrafındakı həssas və ehtiyatlı mövqeyin təzahürüdür.

Qanunda nəzərdə tutulur ki, abonent haqları sisteminin tətbiq ediləcəyi 2010-cu ilədək ictimai teleradioya dövlət büdcəsindən yardım göstəriləcəkdir. Hazırda illik maliyyələşdirmə 16 milyon ABŞ dollarına yaxın məbləğ təşkil edir. Qanunda deyilir ki, “dövlət büdcəsindən maliyyələşmə dövlət hakimiyyəti orqanlarının ictimai yayıma müdaxiləsi üçün əsas ola bilməz”. Lakin “müdaxilə” dedikdə nəyin nəzərdə tutulduğu dəqiq aydın deyil və bu müddəanı ən azı ictimai sahədə yoxlamaq lazımdır.

Qanun AzTV-2-nin otaqlarının və əmlakının yeni kanala verilməsini nəzərdə tutan prezident fərmanı ilə müşayiət olunmuşdur. AzTV-2 məhdud əhatə dairəsinə malik idi və yalnız Abşeron yarımadasını və dövlət radiostansiyalarından birini əhatə edirdi. O, dövlətdən ildə cəmi 1 milyon dollar maliyyə vəsaiti alırdı, müqayisə üçün deyək ki, AzTV-1-ə ildə 14 milyon dollar ayrılır. Bu əmlak mahiyyət etibarilə arxivlərdən və az miqdarda yayım avadanlığından ibarətdir.

2005-ci ilin martında müxtəlif sosial və etnik qrupların, o cümlədən həmkarlar ittifaqlarının, Elmlər Akademiyasının, gənclər təşkilatlarının, qadın qruplarının və dini qurumların maraqlarını təmsil etmək üçün Yayım Şurası təyin edildi. Bu qrupların hər biri Şuraya iki üzv seçdi. Bakı Dövlət Universitetinin professoru Cahangir Məmmədli Şuranın başçısı seçildi, İctimai yayım haqqında Qanuna əsasən Şura İTV-nin büdcəsinin təsdiqinə, onun verilişlərinin monitorinqinə və baş direktorun təyin edilməsinə görə cavabdehlik daşıyırdı.

¹ Azerbaijan Media Baseline Assessment, Internews, January 2005.

² Public Service Broadcasting in Countries in Transition, UNESCO, May 2005.

Apreldə İsmayıl Ömərov doqquz mümkün səsdən altı səs qazanaraq İTV-nin baş direktoru seçildi. Üç aydan sonra Ömərov kanalın personalını yığdı (hazırda onların ümumi sayı 380 nəfərdir), onun infrastrukturunu qurdu və verilişlərinin qrafikini hazırladı. İTV-nin rəsmi açılışı 29 avqust 2005-ci ildə prezident Əliyev tərəfindən həyata keçirildi.

3.2. İTV bu gün

Hazırda İTV Bakının mərkəzindən kənarında yeddi mərtəbəli ofis binasında yerləşir, onun yanında İTV-nin bir neçə əlavə binaları da vardır ki, hazırda onların inşası müxtəlif mərhələlərdədir. Radio və televiziya eyni binada fəaliyyət göstərirlər və onların hər ikisinin əsas regional mərkəzlərdə filial şəbəkələri vardır. Həmçinin dünyanın beş ölkəsində İTV-nin müxbirləri vardır.

İTV gündə 24 saat veriliş yayımlayır, onların əsas hissəsini xəbərlər proqramları və cari məsələlərə dair verilişlər, musiqili, əyləncəli, ədəbi və incəsənət verilişləri, səhər proqramı, idman verilişləri, söhbət-şoular, elmi və maarifləndirici verilişlər və azlıq qrupları üçün xüsusi proqramlar təşkil edir. Beş ümummilli telekanal arasında əsas reyting cədvəlində onun reytingi ən aşağıdır³ və reklamlarının həcmi hələ 2%-ə çatmayıb. Lakin İTV kanallar cərgəsində hələ yenidir və digər kanallar kimi özünü təsdiq etmək, auditoriya toplamaq və reklam verənləri cəlb etmək üçün hələ çox iş görməlidir.

İsmayıl Ömərov nailiyyətləri ilə qürur duyur. “Mən güman etmirəm ki, *BBC* üç aya telekanal yarada bilsin,” – deyərək o, bildirdi. Əsas binanın yanında o, üç yeni studiya tikdirir, onlardan ikisinin sahəsi 250 kvadrat metrə yaxındır, üçüncüsü isə futbol meydançası ölçüsündədir. Bizə dedilər ki, zaman keçdikcə ən böyük studiya rəqəmsal müsabiqələrinin və digər mədəni tədbirlərin çəkilişi üçün istifadə olunacaqdır. 2007-ci ildə radionun fəaliyyəti əsas binanın arxasındakı daha kiçik binaya köçürüləcəkdir.

3.3. Tənqidlər

Biz həftə ərzində bir çox müxtəlif insanlarla, o cümlədən media şərhçiləri, media sahəsində fəaliyyət göstərən QHT-lər, alimlər, jurnalistlər və Yayım Şurasında və ya İTV rəhbərliyində yer almaq cəhdləri uğursuz olmuş şəxslərlə görüşdük. Bu görüşlər elmi araşdırma nümunəsi deyildi, lakin bununla belə İTV-nin qərəzsizliyinə dair müxtəlif müşahidəçilərin nə düşündüyü barədə bizdə təsəvvür yaratdı. Bunlar bizim qeydə aldığımız şərhçilərdən seçmələrdir:

- “Mən ictimai televiziya ilə dövlət televiziyası arasında hər hansı real fərq görmürəm”.
- “Baxmayaraq ki, biz orada müxalifət nümayəndələrini görə və daha geniş baxışları təqdim etmək cəhdlərini seyr edə bilirik, orada yetərli balans yoxdur”.
- “Oradakı balans sünidir, onlar düşünürlər ki, istənilən müxalif siyasətçini dəvət edə və bununla balans təmin edə bilirlər”.
- “Onun fəaliyyəti dövlət televiziyasına nisbətən bir az yaxşıdır, baxmayaraq ki, əməkdaşlarının çoxu oradan gəlmişdir; əsas problem İTV-nin rəhbərliyində deyil, bizim siyasi sistemdədir”.
- “Onların işində bəzi yaxşı məqamlar var, lakin onlar düşüncə tərzlərinə görə başqalarından fərqlənməli və müxtəlif baxışları əks etdirmək üçün daha çox iş görməlidirlər”.
- “Onun yeni bir model olacağı nəzərdə tutulurdu, amma dövlət televiziyasından fərqi real olaraq görünmür”.
- “Biz siyasi reallıqları və həssas siyasi məsələləri nəzərə almağa məcburuq, amma bununla belə hətta adi sosial mövzularda da onlat qərəzsiz deyillər”.
- “Onlar ictimai məsələləri işıqlandırarkən kəskin məqamları yumşaltmağa çalışırlar”.
- “Onlar həmişə ikinci və ya üçüncü dərəcəli müxalifət siyasətçilərini dəvət edirlər”.
- “İctimai televiziya insan hüquqlarının posulmasını, rəsmi şəxslərin cinayətlərini və ya korrupsiyanı heç vaxt işıqlandırmır”.
- “İTV-də özünüsənuzura vardır; əməkdaşlar nəyi etməməli olduqlarını bilirlər”.

Ümumi mövqə ümidlərin doğrulmaması hissindən ibarətdir. İctimai televiziya yeni bir şey kimi elan edilərsə də hələlik fərq gözə çarpmır. İnsanlar debat verilişlərində müxalif siyasətçilərin iştirakından xəbərdar olsalar da, belə bir fikir vardır ki, digər yayım mediası kimi İTV jurnalistikasının da üföqləri hüdudsuz deyil. İsmayıl Ömərov İTV-nin verilişlərini, xüsusən İTV-nin tənqidində sevimli hədəfə çevrilmiş xəbərlər proqramlarını və cari məsələlərə aid verilişləri tənqidlərdən müdafiə edir və bunu başa düşmək olar. O izah etdi ki, “Azərbaycanda maraqlı şeylər çox az baş verir”, buna görə də İTV-nin xəbərlər bülletenləri cəlbədicə xarakterə malik olmur. Lakin o düşünür ki, azlıq qrupları və gənclər üçün hazırladıkları verilişlərin Azərbaycanda bərabəri yoxdur.

“İctimai televiziya siyasi balans təəssüratı yaratmaq və heç vaxt razı qalmayan tənqidçiləri qane etmək üçün yaradılmayıb,” – deyərək o, bir müddət əvvəl bu il Müharibə və Sülhün İşıqlandırılması İnstitutuna (*Institute for War and Peace Reporting (IWPR)*) bildirmişdi.⁴ “Bizim kanal siyasətdən çox uzaqdır. Hazırda

³ Bazarın araşdırılması üzrə *SIAR* agentliyi tərəfindən dərc edilmiş rəqəmlərə əsasən.

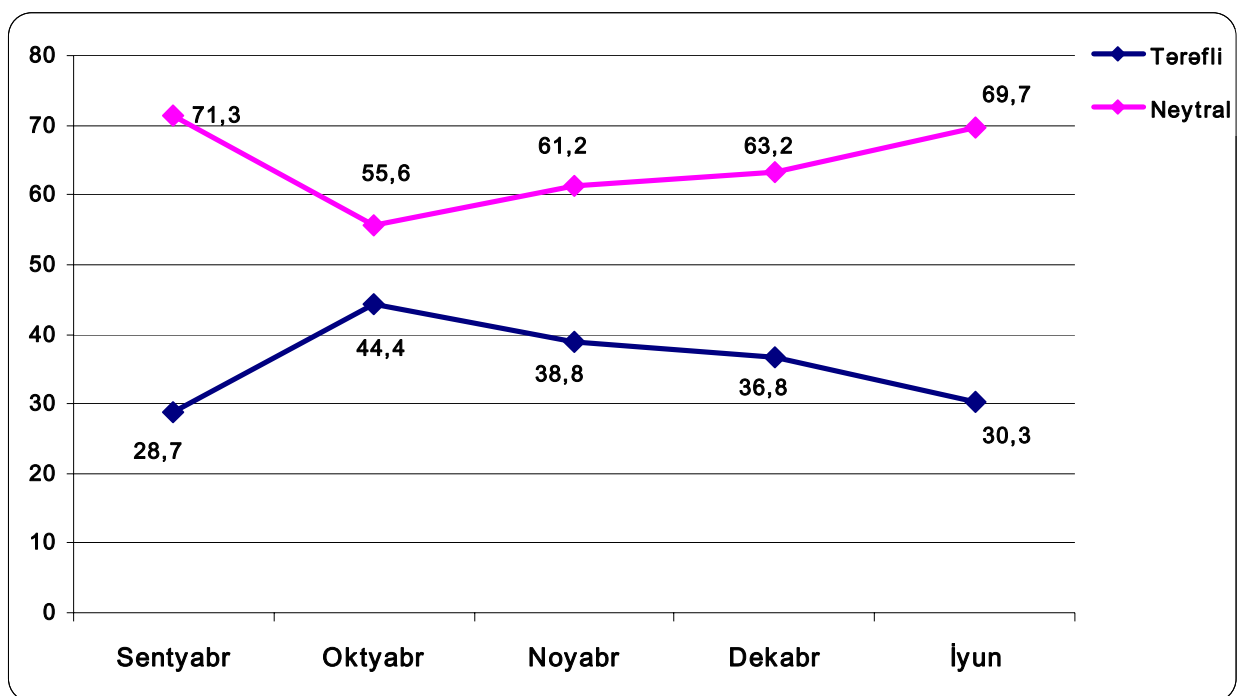
⁴ *Caucasus Reporting Service* No. 338, May 2006.

İTV Azərbaycanda demokratik təsisat kimi işləyir və bu demokratik təsisat şəxsən mənim tərəfimdən yaradılmışdır”.

Apardığı monitoring işinin nəticələrini bir sıra mətbuat konfranslarında elan etmiş Nəcəf Nəcəfov Fondunun üzvləri xüsusilə açıq danışdılar. “Biz balanslı və obyektiv rəy təqdim etməyə çalışmışdıq, lakin İTV öz verilişində hər şeyi yalnız müsbət yöndə işıqlandırdı,” – deyə layihə koordinatoru Samir İsmayılov şikayətləndi.

Bununla belə, İsmayılov düşünür ki, medianın tənqidləri İTV-nin verilişlərinə müəyyən müsbət təsir göstərmişdir. “İrəliləyişlər vardır,” – deyə o bildirdi. – “Əvvəllər İTV-nin verilişlərinin 44%-i qərəzli idisə indi bu rəqəm 30%-ə enmişdir. Əvvəllər ictimai maarifləndirmə proqramlarının 72%-i azərbaycanca, 27%-i isə rusca idi. Biz bu məsələni qaldırıqdan sonra Azərbaycan dilindəki proqramların nisbəti 96,6%-ə qalxdı. Bundan başqa, indi əyləncəli verilişlərin 86%-i Azərbaycan dilindədir, əvvəllər bu rəqəm cəmi 46% idi”.

Nəcəf Nəcəfov Fondu Azərbaycanda medianın monitoringinə elmi yanaşma üsulu düşünüb tapmışdır. Bu metodologiya belə bir ilkin şərtə əsaslanır ki, kəmiyyət baxımından media məhsulunun qərəzliliyi hökumətin mövqeyinə qarşı çıxış etmək üçün dəvət olunan müxalif siyasətçilərin sayına və siyasi çəkisinə əsasən müəyyən edilə bilər. Beləliklə, Fondun monitoringçiləri hər hansı konkret ayda neytral və qərəzli (tərəfli) məzmununun nisbətini göstərən sxemlər (aşağıda çəkilmiş sxem kimi) tərtib edə bilirlər. Bu informasiya ictimai xidmət dəyərlərinə İTV-nin sadıqlığının ölçülməsi üçün meyar kimi istifadə olunur.



Biz yanaşmanın yararlı olduğuna əmin deyilik. Verilişdə düzgün balansın olub-olmadığını və hadisələrin obyektiv mənəzəsinin verilib-verilmədiyini qiymətləndirmək üçün nəzərə alınması zəruri olan bir çox digər amillər vardır. Hökumətlə müxalifət arasında kobud xal hesablamaları fonunda vətəndaş cəmiyyətinin rolu çox vaxt unudulur və bu səbəbdən mühüm rəy çalarları bir kənar qalır. İTV-ni siyasi mübahisələrin ictimai səhnəyə gətirilməsi baxımından deyil, cəmiyyətin geniş təbəqələri üçün tribuna təqdim etməyə qadir olması baxımından qiymətləndirmək lazımdır. Bəlkə də İTV-nin verilişlərinin ən düzgün tənqidi heç də ondan ibarət deyil ki, onlar arqumentləri hər iki yöndən əks etdirmirlər (hərçənd ki, çox zaman belə olmur), əksinə, ondan ibarətdir ki, orada həqiqi səslər nadir hallarda eşidilir və buna görə də hakimiyyət orqanlarından hesabat tələb edilməsi üçün ən səmərəli mexanizmə xələl gətirilir. Nəticə etibarilə adətən müxalif siyasətçilər, necə deyirlər, hökumətin iddia etdiklərinin əksinə danışirlər.

4.0. Tələbatların təhlili

4.1. Yayım Şurası

Yayım Şurasının rolu İctimai teleradio haqqında Qanunda aydın müəyyən edilmişdir və aşağıdakı əsas funksiyaları özündə ehtiva edir:

- baş direktorun seçilməsi (vəzifədən azad edilməsi);
- proqram strategiyasının və ictimai yayım siyasətinin təsdiqi;
- verilişlərin monitoringi (İTV-nin İnternet saytında deyildiyi kimi, “zərurət olduqda”);
- keyfiyyət standartlarının müəyyən edilməsi;

- büdcənin və illik hesabatın təsdiqi;
- ictimaiyyətə hesabat verilməsi.

Şuranın azı iki ayda bir dəfə iclas keçirməsi tələb olunur. Üzvlərin illik qonorarı baş direktorun aylıq məvacibinə bərabərdir.

Yayım Şurasının tərkibi və profili çox vaxt İTV-də lazımi şəffaflığın və nəzarətin olmamasının səbəbləri kimi qeyd olunur. Aprel 2005-ci tarixli məqaləsində yerli media şərhçisi Emil Quliyev qeyd etmişdir: "İTV-nin Direktorlar Şurasının doqquz üzvü parlament tərəfindən 15 mart 2005-ci ildə 27 namizəd arasından seçilmişdir. Lakin ertəsi gün bu seçimə müxalifət tərəfindən və media sahəsində fəaliyyət göstərən QHT-lər tərəfindən etiraz edilmişdir, onlar iddia etmişlər ki, seçilmiş üzvlərin yalnız ikisi peşəkar jurnalist kimi tanınmışdır, qalanlarının isə bu sahəyə heç bir aidiyyəti yoxdur".

Şuranın üzvləri, belə görünür ki, baş direktoru yekdilliklə dəstəkləyirlər. Seçki prosesində Ömərovun əleyhinə səs vermiş Şuranın sədri Cahangir Məmmədli bizə dedi: "Bu qədər qısa müddətdə İctimai Televiziyanı heç kim qura bilməzdi. Biz yayıma başlayarkən bir neçə nəfər dedi ki, bu bizim gözlədiyimiz şey deyil, indi isə hər kəs bunun həqiqətən belə olduğunu başa düşür". Bu fikir Direktorlar Şurasının digər iki üzvü Vaqif Abbasov və Qulam Zahidovla görüşlərdə də səsləndi, onlardan birincisi kimya professoru, ikincisi isə AzTV-nin sabiq Moskva müxbiridir.

Lakin Media Hüquqları İnstitutunun təmsilçisi Rəşid Hacıyev vurğuladı ki, Yayım Şurasının öz vəzifələrini yerinə yetirməsini təmin etmək üçün hər cür səy göstərməlidir. O qeyd etdi ki, şuranın üç üzvü 2007-ci ildə yenidən seçilməlidir və bu, "hökumətin təyin etdiyi" üzvlərin hazırkı üstünlüyünün gələcəkdə heç endirilməsini təmin etməkdə beynəlxalq ictimaiyyət üçün bir fürsətdir.

Təvsiyələr

BBC qrupunun söhbət etdiyi Yayım Şurasının bütün üzvləri dedilər ki, onlar MDB-nin digər yerlərində və Qərbi Avropada analoji qurumların necə fəaliyyət göstərdiklərini öyrənməkdə maraqlıdılar. Ən yaxşı təcrübələrə, xüsusən də hazırda İTV-nin üzlediyi bəzi problemlərin öhdəsindən gəlmiş yayımçıların təcrübəsinə dair nümunələrin Şuraya təqdim edilməsi, əlbəttə ki, faydalı olardı. Həmin nümunələrə bunlar daxil edilə bilər: BBC-nin yeni idarəetmə orqanı, NOS (Niderland), Şexiya Televiziya Şurası və Macarıstan Televiziyasının İctimai Fondunun Himayədarlar Şurası. Müqayisəli araşdırmalara isə bunlar daxil edilə bilər: Moldova Teleradiosunun idarəetmə orqanı, Monqolustan Televiziyası və Radiosunun Nümayəndəli İdarəetmə Şurası və Gürcüstan İctimai Televiziyasının Himayədarlar Şurası. Bu növ fəaliyyət İTV əməkdaşlarının peşə bacarıqlarının artırılmasına yönələn istənilən uzunmüddətli təlim proqramının məsrəflərinə qənaət edilməsinə də kömək edə bilər.

4.2. Redaksiya siyasəti

Yuxarıda qeyd edildiyi kimi, İTV diqqəti verilişlərində müxalif siyasətçilərin iştirakına cəlb edərək iqtidaryönlü mövqe tutduğuna dair istənilən ittihamların qəti şəkildə əleyhinə çıxır. Lakin balans və obyektivlik bir çox elementlərdən yaranır və diskussiya proqramlarında qonaqların seçilməsi sadəcə onlardan biridir. Eynü dərəcədə önəmli olan digər məsələlər də vardır:

- Xəbərlər və informasiya dəqiq olmalıdır. Faktlar yoxlanmalı, yeganə mənbələrə ehtiyatla yanaşılmalı, dolay yolla alınan informasiyaya nisbətən birbaşa mənbədən alınan informasiyaya üstünlük verilməlidir.
- Mənbə nə dərəcədə rəsmi olursa-olun, jurnalistlər onlara deyilənlərə inamsızlıqla yanaşmalı və deyilən hər şeyi dəyərli bir şey kimi qəbul etməməli və ya onların həqiqət olduğunu güman etməməlidirlər. Jurnalistikaya əsil araşdırma ruhu xas olmalıdır.
- Xəbərlər bülleteninə daxil edilmək üçün materiallar seçilərkən xəbərlərin dəyərliliyi yeganə əsas olmalı və onlar ardıcıl qaydada yerləşdirilməlidir.
- Xəbərləri təqdim edən müxbirlər və ictimai məsələlərə dair proqramları təqdim edənlər öz şəxsi baxışlarını təqdim etməkdən çəkinməlidirlər.
- Mübahisəli məsələlər işıqlandırılarkən həmin məsələyə dair bütün fərqli baxışlara lazımi diqqət yetirilməlidir. İctimai məsələlərə dair proqramların iştirakçıları elə seçilməlidir ki, müvafiq rəylərin əsas çalarlarını təqdim etmək mümkün olsun. Bu, sadəcə hökumətlə müxalifət arasında balans yaratmaqdan daha geniş bir tələbdir.
- İctimai məsələlərə dair proqramların aparıcıları hər hansı bir rəyə tərəfdar çıxmamalı və ya studiyadakı bir qonaqla digər qonağa nisbətən daha üstün rəftar etməməlidirlər.
- Verilişlərdə plüralizm və fikri ifadə etmək azadlığı həvəsləndirilməli, mümkün qədər çoxlu rəylərə, maraq qruplarına və vətəndaş cəmiyyəti təşkilatlarına geniş yer verilməlidir.
- İctimai yayımçı qərəzsizliyin və balanslılığın zəruri qayda olduğunu bütün jurnalistlərin və veriliş hazırlayanların başa düşmələrinə imkan verən bütün prosesləri təmin etməlidirlər.

Təvsiyələr

Bir çox yayımçılar öz davranış kodekslərini tərtib edərək oraya hüquqi öhdəlikləri və təşkilatdaxili redaksiya siyasətlərini daxil edirlər. Bu kodekslərin ən yaxşısı tək-cə normalar toplusundan deyil, həm də redaksiya məsləhətlərindən ibarət olan kodekslərdir. Bizə məlum olduğuna görə İTV-də belə sənəd yoxdur və hesab edirik ki, redaksiyanın davranış kodeksi təşkilat daxilində yüksək redaksiya standartlarının ardıcıl surətdə bərqərar edilməsində İTV-yə fayda gətirər. Kodeksin bütün əməkdaşlar arasında paylanması onların öz işlərini yerinə yetirmələri üçün zəruri olan redaksiya prinsipləri ilə asanlıqla tanış ola bilmələrini təmin edir. Bu, təcrübəsiz və vəzifəyə yeni təyin olunan əməkdaşlar üçün xüsusilə əhəmiyyətlidir.

Digər önəmli amil redaksiyaya rəhbərliyin keyfiyyətli olmasıdır. Jurnalistlər tapşırıqları öz baş redaktorlarından alırlar. Buna görə də şöbə rəhbərlərinin, xüsusən də xəbərlər proqramları və analitik proqramlar şöbələrinin müdirlərinin üzərinə böyük məsuliyyət düşür. Onlar öz şöbələrində redaksiya standartlarının qoruyucularıdır və jurnalistlərin və redaktorların gündəlik işlərdə standartlara riayət etmələrinin təmin olunmasının əsas yükünü məhz onlar daşıyırlar.

Yalnız bu şəxslər ədalətli və balanslı verilişlər hazırlamaqdan ibarət peşə tələblərinə tam cavab verərlərsə, habelə onlara redaksiya sərbəstliyi verilərsə və bu məqsəd üçün çalışmaları dəstəklənərsə, yalnız o halda İTV ictimai xidmət yayımı kimi ona bəslənilən ümidləri doğrultmağa tam ümid edə bilər. Baş redaktorların onlardan nələrin gözlənildiyini nəzərə almasını və bütün veriliş hazırlayanların onlardan nələrin gözlənildiyini tam başa düşməsinə təmin etmək üçün İTV obyektiv və qərəzsiz verilişlərin hazırlanmasına yardım göstərən bütün elementləri nəzərə almalı və sağlam redaksiya metodlarını bərqərar etməlidir. Biz hazırda bunun məhz belə olduğuna əmin deyilik.

4.3. Televiziya

İTV avadanlıqla yaxşı təchiz olunmuş kanal olsa da, onun imkanları hazırkı studiya otaqları ilə məhdudlaşır. Kiçik xəbərlər studiyasından savayı 108 kvadrat metr sahəsi olan yalnız bir studiya vardır ki, o da studiyalardan yayımlanan verilişlərin təşkilindən ibarət ümumi məqsədlər üçün nəzərdə tutulmuşdur. O, binanın ən yuxarı mərtəbəsindədir, orada səhnə tərtibatı əşyalarının saxlanması üçün yer kiçikdir və studiyanın ortasında dayaq sütunu vardır ki, o da kameranın işinə mane olur.

240 kvadrat metr sahəsi olan yeni iki studiya il ərzində yayım üçün hazır olduğdan sonra vəziyyət kökündən yaxşılaşacaqdır. Artıq bir sıra yeni verilişlərin, o cümlədən musiqi istedadları müsabiqəsinin, gənc auditoriyaya ünvanlanan rok və pop şoularının və studiyadakı tamaşaçılara ünvanlanan tok-şouların hazırlanması nəzərdə tutulur. Bu yeni studiyalar İTV-nin studiyadan yayımlanan verilişlərin diapazonunu genişləndirməsinə və proqram konsepsiyalarında daha ambisiyalı olmasına imkan verəcəkdir.

Hazırda televiziya verilişlərinin bölgüsü tanış mənzərəni yaradır. Nəcəf Nəcəfov Fondunun ən son monitoring məlumatları göstərir ki, kanalın televiziya verilişlərinin 51%-i əyləncəli verilişlər və 29%-i maarifləndirici verilişlərdir, qalan 20%-i isə xəbərlərə, təhlil və televiziya debatlarına həsr olunur.

4.3.1. Xəbərlər proqramları

İctimai yayımçının vəzifələrinin kökündə ictimaiyyəti dəqiq, doğru və təhrif olunmayan xəbərlərlə təmin etmək vəzifəsi durur, bundan məqsəd insanların öz həyatlarına aid seçim etmək və vətəndaş cəmiyyətinin işlərində fəal iştirak etmək üçün ehtiyac duyduqları məlumatları onlara verməkdir. Bu vəzifə mühüm olduğuna görə ictimai yayımçının xəbərlər və informasiya proqramlarının ciddi tədqiq edilməsi onu təəccüblənməməlidir. Bütün bunlar ictimaiyyət qarşısında cavabdehliyin tərkib hissələridir.

Bundan əlavə, *IFES*-in "Azərbaycanda ictimai rəy" adlı 2004-cü il tarixli araşdırmasına əsasən, televiziya Azərbaycan ictimaiyyəti üçün əsas xəbər mənbəyidir. Respondentlərin təxminən 60%-i televiziyanı "olduqca vacib" hesab etmişlər, müqayisə üçün deyək ki, radio üçün bu göstərici 14%, mətbuat üçün isə 10% olmuşdur.

İTV-nin xəbərlər şöbəsində 25 tam ştatlı və 10 ştatdankənar əməkdaş vardır. O, gündə on xəbər proqramı hazırlayır, onlardan biri rus və biri ingiliscədir. Axşam saat 8-də verilən əsas xəbər buraxılışı cəmi 30 dəqiqədən az davam edir, onun ardınca isə ayrıca idman bölümü və xəbərlər bülleteni gəlir. Xəbərlərin çəkilişinə gündə səkkizə-dək operator qrupu (bu, çox sanballı rəqəmdir) və 12 regional ofis cəlb edilə bilər, hərçənd ki, buradan videomateriali avtomobilə göndərmək lazımdır. Xarici ölkələrdəki müxbirlər Moskvada, Vaşinqtonda, Brüsseldə, Tbilisidə və Almatıdadır, Türkiyə üçün isə altı büro nəzərdə tutulmuşdur. Onlar materialları telefon vasitəsilə təqdim edirlər.

İş günü səhər saat 9-da redaksiya iclası ilə başlayır, orada günün gözlənilən xəbərləri müzakirə olunur və hadisələri işıqlandırmaq üçün müxbirlər təyin olunurlar. Xəbərlər toplusu iki baş redaktorun əlindən keçir, onlardan biri xəbərlər buraxılışına (xəbər bülletenlərinin hazırlanmasına) görə, digəri isə xarici materiallara (beynəlxalq və regional mənbələrin nəzərdən keçirilməsinə və İnternetin yoxlanılmasına)

görə cavabdehdir. Öz növbələrində onlar jurnalist və müxbir vəzifələrini də yerinə yetirirlər və xəbərlər personalının əksər əməkdaşları kimi gəncdirlər. Xəbərlər şöbəsinin müdiri bizə dedi ki, daha gənc əməkdaşlar müstəqil düşüncə tərzinə meyli olurlar. Ümumiyyətlə, xəbərler şöbəsindəki proseslər və işin təşkili yaxşı təsir bağışlayır və onun işi digər müasir yayımçıların analoji ölçülü xəbərler şöbələrindən səviyyəsinə tamamilə uyğun görünür. Bizi xəbərler bülletenlərinin hazırlanmasına və nizamla salınmasına görə cavabdehlik daşıyan verilmiş redaktorlarının nisbətən təcrübəsiz olması narahat edir.

Xəbər buraxılışları

İTV-nin xəbərləri MDB-dəki əksər dövlət teleşirkətlərinin xəbər buraxılışları kimi rəsmi görünür və rəsmi səslənir. Burada rəsmi xəbərler, protokol xarakterli materiallar və mətbuat konfransları barədə xəbərler üstünlük təşkil edir. Söhbət təkəcə bu materialların kəmiyyətindəndən getmir, həm də onların bülletendə üstün mövqe tutmasından və lentə alınması üslubundan gedir. Materialların çoxu rəsmi elanlar kimi səslənir və bürokratik dillə zəngindir.

Xəbərlerə bu ənənəvi yanaşma medianın mərkəzdən idarə olunduğu və bütün informasiyanın rəsmi mənbələr vasitəsilə süzgecdən keçirildiyi dövrdən gəlir. Bu, dövlət yayımçılarının adi iş qaydasıdır və medianın hakimiyyət orqanlarına qarşı ehtiram nümayiş etdirməli olduğunu və xəbərlərin həddən artıq məhdud mənbələrə əsaslanmalı olduğunu media tərəfindən düşünülüyü yerlərdə hələ də bu praktika tətbiq olunur.

Bu gün tamaşaçılar baş verənlərin daha geniş və daha rəngarəng mənzərəsini görmək arzusundadırlar və cəmiyyətdəki hadisələrin, problemlərin və meyllərin daha maraqlı göstərilməsini istəyirlər. Bu, jurnalistlərdən gündəmdəki rəsmi xəbərləri passivliklə qəbul etməyi deyil, daha çox tədqiqatçılıq ruhuna malik olmağı tələb edir. Belarus səfirinin öz etimadnamələrini prezidentə təqdim etməsini, bunun ardınca isə Almaniya səfirinin öz etimadnamələrini təqdim etməsini gün ərzində iki ən mühüm xəbər materialı hesab edən xəbərler təşkilatı barəsində (*English News*, 7 avqust) söyləmək olar ki, o, tamaşaçıların dünyasından fərqli dünyada yaşayır.

Başqa bir misal göstərək, Dini Qurumlarla İş üzrə Dövlət Komitəsinin yeni başçısının təyin olunması haqqında prezident fərmanı iyulun 25-də əsas axşam xəbərlərinin aparıcı materialı idi (özünün əsas bülletenində ANS bu məlumatı on birinci sırada təqdim etdi). Material prezidentin təsvirinin olduğu qrafika ilə müşayiət olundu, lakin vəzifəyə təyin edilən şəxsin şəkli verilmədi və həmin şəxsin təyin edilməsinin günün ən əsas məlumatı kimi verilməsini əsaslandırılan hər hansı bioqrafik məlumat və ya onun rolu barədə jurnalist tərəfindən hazırlanmış məlumat verilmədi.

Analoji olaraq, bülletenin dördüncü sırasında dövlət miqrasiya proqramının yerinə yetirilməsinə dair prezident fərmanı barədə məlumat təqdim edildi, lakin materialda bu yeni proqramı tamaşaçı auditoriyasına izah etməyə yönələn jurnalist səyi yox idi. Hər iki halda İTV sadəcə rəsmi elanı oxumaqla öz işini məhdud çərçivəyə salmış oldu.

Bundan başqa, xəbər baxımından günün ən güclü materialı Hacı Məmmədovun müxalifətçi jurnalist Elmar Hüseynovun qətlinə görə məsuliyyət daşdığını məhkəmədə boynuna alması idi. Bu material Qafqaz regionundakı münaqişələrə dair adi mətbuat konfransı barədə Rusiya jurnalisti tərəfindən təqdim edilən məlumatdan sonra altıncı sırada verildi.

11-ci maddə

İTV İctimai televiziya və radio yayımı haqqında Qanunun 11-ci maddəsində nəzərdə tutulanlara riayət etməlidir, orada deyilir ki, "ictimai yayımçı rəsmi məlumatları heç bir dəyişiklik etmədən efirə verir". Bu qadağanın məqsədi tam aydın olmasa da bu maddə, əlbəttə ki, peşəkar jurnalistikaya xələl gətirir və medianın sərbəst məlumat vermək hüququnu pozur. Lakin İTV onun rəyinin məhdudlaşdırılmasına və ya materialları düzgün jurnalistika kontekstində təqdim etmək imkanlarına maneçilik törədilməsinə imkan verməməlidir.

4.3.2. Televiziya jurnalistlərinin peşə vərdişləri

İTV-dəki jurnalistlər televiziya xəbərlərini hazırlamağın müasir üsullarını daha çox öyrənsələr bundan faydalana bilərlər. Yaxşı televiziya jurnalistikası sözlərin, təsvirlərin və səslərin vəhdətindən ibarətdir. "Təsvirlər üçün" mətnlərin hazırlanması televiziya xəbərlərini hazırlamaq üçün tələb olunan peşə vərdişlərindən biridir. Təsvirlər tamaşaçıya hadisə barədə məlumat verməli, mətnlər (ssenarilər) isə təsvirləri tamamlamalıdır, eyni zamanda, kadrarxası səsləndirmə və təbii səslər materialı canlandırmalı və tamaşaçıda elə təəssürat yaratmalıdır ki, sanki əhvalat və ya hadisə onun gözü önündə baş verir.

İTV-də bu vərdişlərin praktikada tətbiq olunduğunu göstərən sübutlar azdır. Müxbirlər kadrlardakı təsvirlərə və səslərə lazımi qaydada istinad etməyərək radio üslublu ssenarilər yazmağa meyillidirlər. Materialların hazırlanmasında gündəlik həyatdakı dildən istifadə olunmalıdır. Bürokratik jarqon materialı aydın və sadələşdirilmiş şəkildə təqdim edən sözlərə və ifadələrə çevrilməlidir. Materialın təqdimatı

həmçinin kontekstin və izahatın təqdim edilməsi deməkdir, belə ki, material onu izləyən tamaşaçı üçün mənə kəsb etməlidir. Belə təəssürat yaranır ki, jurnalistlər rəsmi informasiyanı təhrif edəcəklərindən çəkindikləri üçün bunları etməyə meyl göstərmirlər.

Bizim monitorinq etdiyimiz proqramlarda jurnalistlərin hadisə yerindən canlı məlumat çatdırmalarına dair heç bir nümunə yox idi. Hadisə yerindən canlı reportaj müasir yayımçıların işində getdikcə daha çox standart praktikaya çevrilir və xəbərləri yayımlayan peyk kanallarını izləyən tamaşaçı bu praktikadan daim istifadə olduğunu görə bilər. Bu, ən son hadisələr barədə məlumat vermək və cərəyan etməkdə olan əsas hadisələrin gedişini işıqlandırmaq üçün əvəzsiz üsuldur; ağılla istifadə edildikdə, o, xəbərlər bülleteninə impuls və operativlik verir. Bunun üçün tələb olunan yeganə şey kənar çəkilişlər üçün İTV-nin əldə etmək niyyətində olduğu on iki kameralı avadanlıqdan xeyli ucuz seçimdir.

Tövsiyələr

Rəsmi xəbərlərdəki məlumatları qeyd-şərtsiz qəbul edən və onlara güvənən İTV bununla ona birtərəfli mövqe tutan və kifayət qədər müstəqil olmayan kanal kimi baxılmasına şərait yaratmışdır. İTV xəbərlərə yanaşmasını yenidən nəzərdən keçirməli və yeni ictimai yayımçıya uyğun olan daha fəal və müasir jurnalistika üslubuna sadıq olmalıdır.

Bu yeni yanaşma əsasən gənclərdən ibarət olan xəbərlər xidməti kollektivi üçün bilavasitə iş yerində aşağıdakıları əhatə edən real təlim proqramını özündə ehtiva etməlidir:

- təsvirlər üçün mətnlərin hazırlanması;
- xəbərlər toplusunun hazırlanması;
- bülletenin hazırlanması (baş redaktorlar üçün);
- hadisə yerindən canlı məlumatların çatdırılması;
- dəqiqlik, balanslaşdırma və redaksiya standartları.

4.3.3. İctimai məsələlərə dair verilişlər və diskussiya proqramları

İTV-nin ictimai məsələlərə dair verilişlərinin çoxu studiya debatları formasında keçirilir. Diskussiya və açıq debatlar üçün tribunanın təmin edilməsi ictimai televiziyanın mühüm elementidir, bu, həyatlarına təsir göstərən məsələləri başa düşməkdə və onlar barədə öz rəylərini formalaşdırmaqda insanlara kömək edir. Diskussiya proqramlarının bir çox formaları vardır. Onlar informasiya əldə olunması, mürəkkəb problemlərin tədqiq edilməsi, əks nöqteyi-nəzərlərin araşdırılması, rəsmi siyasətin üzərinə işıq salınması və ya adi həyat məsələlərinə dair nöqteyi-nəzərlərin təqdim edilməsi məqsədini daşıya bilər. Diskussiya proqramlarının çoxu yuxarıda sadalananların kombinasiyasından ibarətdir.

“Gerçəyin özü”

İctimai məsələlərə dair əsas veriliş hər axşam əsas xəbərlər buraxılışından sonra yayımlanan, yayda isə həftədə dörd dəfə efirə çıxan “Gerçəyin özü” verilişidir. Təhlil etmək üçün təsadüfi seçim qaydasında götürdüyümüz verilişin zəif veriliş olması bəlkə də uğursuz bir təsadüfdür.

Bizə dedilər ki, verilişin mövzusu dövlətlə özəl elektrik müəssisələri arasında münaqişədir. Verilişdə yalnız bir qonaq vardı – dövlət elektrik şirkətinin nümayəndəsi. Verilişin diqqət mərkəzində duran məsələ Bakıdan kənardakı mənzillərdə sayğacların quraşdırılması idi. Müsahibə alınan şəxs izah edirdi ki, özəl şirkət tərəfindən quraşdırılan sayğaclar aşağı keyfiyyətlidir və onlara müdaxilə oluna bilər, dövlət şirkəti isə onları özünün daha yaxşı sayğacları əvəz etməli olmuşdur.

Lakin verilişdə özəl şirkətin buna cavabı yer almamışdı, suallar yumşaq formada verilir və cavablar şübhə altına alınmırdı. Yeganə yüngül fikir ayrılığı enerjinin fasilələrlə verilməsinə aid idi, bunun səbəbi kimi əhəlinin enerji haqlarını ödəməməsi və avadanlıqların işləməməsi göstərilirdi (bəs bunun səbəbi nə idi?).

İctimai rəyin öyrənilməsi üçün öncədən ictimaiyyət nümayəndələrinə iki sual verilmişdi. İctimaiyyət nümayəndələrinə verilən birinci sual bu idi ki, onlar enerji haqlarını ödəyirlərmi? Təəccüblü deyil ki, onların hamısı “hə” cavabını verdilər. İkinci sual isə bu idi ki, onların fikrincə başqaları enerji haqlarını nəyə görə ödəmirlər? Əsas səbəb kimi gəlirləin aşağı olması göstərildi, lakin bunun elektrik enerjisi şirkəti üçün doğurduğu nəticələr yetərincə araşdırılmadı.

Belə verilişlər İTV-nin problemlərin mahiyyətinə varmağa və ya bütün tərəflərə öz fikirlərini söyləməyə imkan verməyə qadir olmasına qarşı şübhələrə yalnız rəvac verir. Əsas axşam xəbərləri buraxılışından sonra efir məkanında yer alan bu cür veriliş redaksiya məqsədləri baxımından daha ambisiyalı olmalıdır. Belə bir şübhə yaranır ki, tamaşaçıların çoxu başqa kanalda daha maraqlı bir şey tapmaq üçün kanalı dəyişəcəklər.

Bu da önəmli sayıla bilər ki, veriliş yayımlanan gün biz şöbənin müdiri ilə söhbət edərkən o, studiyanın qonaqlarının kim olacağını bilmirdi. Redaksiya məqsədləri baxımından verilişin tamlığını və orada bütün baxışların işıqlandırılmasını təmin etmək baş redaktorun vəzifəsidir.

“İşgüzar saat” və “Aktual”

Bunun əksinə olaraq, həftədə iki dəfə yayımlanan “İşgüzar saat” verilişinin prodyuseri və aparıcısı bizə dedi ki, o, mövzunu bir həftə qabaqcadan şöbə müdirinə təklif etmiş və dəvət ediləcək qonaqlar barədə rəyini bildirmişdir. Razılıq əldə edildikdən sonra mövzunu araşdırmaq üçün onun bir neçə gün vaxtı vardı, mövzu isə gender, ailə və ya QHT problemlərindən, yaxud hazırda maraq doğuran məsələdən, məsələn, yeni boru kəmərinin faydaları, ipoteka kreditləri və ya tarixi abidələrin bərpası məsələsindən ibarət ola bilərdi.

İpoteka kreditləri haqqında veriliş üçün ayrı-ayrı nümunələr araşdırıldı və studiyadakı auditoriyaya qoşulmaq üçün müxtəlif şəxslər dəvət edildi. Qonaqlar isə Milli İpoteka Fondunun təmsilçisi və müxalifətdən olan iqtisadçı idi.

Oxşar format Gənclik şöbəsi tərəfindən həftəlik “Aktual” verilişi üçün də qəbul edilmişdir. Sanballı görünüşü olan peşəkar gənc aparıcı tərəfindən təqdim edilən verilişdə studiyada əyləşən gənclərdən ibarət tamaşaçılar və ekspertlərdən ibarət qonaqlar iştirak edirlər. Bizim baxdığımız verilişdə narkotik maddələrin qəbulu problemi müzakirə olunurdu, veriliş bizim üçün tam tərcümə olunmasa da, ünvanlandığı auditoriya üçün və etibarlı ictimai xidmət yayımı dəyərləri üçün real faydası olan səriştəli veriliş təəssüratı yaratdı. Studiyadakı tamaşaçılar qonaq qismində dəvət edilən rəsmi şəxslərin və ekspertlərin hesabat verməsinin və sırası insanların səsələrinin eşidilməsinin təmin edilməsində mühüm rol oynayırlar.

“Yekun”

“Yekun” ötən yeddi günün əsas hadisələrinin həftəlik təhlilindən ibarət proqramdır. Studiyadakı diskussiya proqramlarından fərqli olaraq, burada müxbirlər geniş videomateriallar hazırlayırlar. Bəzi məlumatların ardınca əsas məsələləri müzakirə və təhlil etmək üçün aparıcının studiyada qonağı olur.

Altmış dəqiqəlik efir vaxtı olan həftəlik “Yekun” proqramı həftəlik xəbərləri daha ətraflı nəzərdən keçirmək və gündəlik hadisələrin əhəmiyyətini vurğulamaq üçün onların dərinliklərinə varmaq imkanına malikdir. Lakin materialların çoxu birbaşa reportajlar təəssüratı yaradır və “Yekun” təhlil proqramından daha çox, həftənin xəbərlər icmalına bənzəyir.

Təvsiyələr

İTV plüralist diskussiya aparılması və ictimai məsələlərə dair fikirlərin ifadə edilməsi üçün bir çox imkanları təmin edir və onun verilişləri auditoriyada maraq doğuran bir çox müxtəlif mövzuları əhatə edir. “İşgüzar saat” və gənclər üçün “Aktual” verilişi kimi verilişlərdə auditoriyayı daha çox cəlb edən mövzulara diqqət yetirilir və onların studiyadakı tamaşaçıları ekspertlərə və rəsmi şəxslərə qarşı faydalı əks balans kimi çıxış edirlər.

İTV ictimai məsələlərə dair əsas verilişi olan “Gerçəyin özü” verilişinə mühüm efir vaxtı verir və bu təqdirləyicidir, lakin bizim bu verilişə dair məhdud araşdırmamız göstərir ki, burada daha sanballı redaksiya yanaşmasına ehtiyac var və problemin bütün tərəflərinin əks etdirilməsinə daha çox diqqət yetirilməlidir. Həmçinin “Yekun” həftənin əsas hadisələrinə daha dərinlərdən nəzər salarsa, daha güclü veriliş ola bilər. Biz düşünürük ki, redaksiyanın hadisələrə verdiyi qısa xülasə daha səlis və diqqətçəkən olarsa, bu daha da faydalı olar.

Bizim təəssüratımız bundan ibarətdir ki, ictimai məsələlərə dair verilişlərdə hökumət siyasətinin həssas sahələrinə nə qədər yaxından toxunulursa, həmin sahələrə aid sualların verilməsində İTV bir o qədər ehtiyatlı olur və verilişlərdə iştirak edən qonaqların seçilməsində də ehtiyatlı davranır. Belə təəssürat yaranır ki, onun verilişləri yazılmayan, lakin kəskin hiss olunan məhdudiyyətlərə məruz qalır.

Onun daha real təhlil aparmasına və hakimiyyətdə olanlardan hesabat istəməyə daha çox hazır olmasına ehtiyac vardır. Jurnalistikanın yerinə yetirdiyi ictimai maraqların keşikçisi rolu hələlik Azərbaycanda yetərincə inkişaf etməmişdir. Azad media qərarlar qəbul etmək səlahiyyətinə malik olan şəxslərə xalqın adından suallar verməkdə sərbəst olmalıdır. Baş direktorun bizə dediyi kimi, “ictimai yayımçı xalqın tribunasıdır”.

Bir çox ənənəvi yayımçılar sənədli filmlərə bədii filmlərin çəkilməsi imkanı kimi baxılır. Lakin kəskin məsələlərə toxunan sənədli filmlər ictimai məsələlərə dair verilişlərin cəbbəxanasında mühüm silahdır. Sənədli filmlərin digər üsullarla, məsələn, kənardan müşahidə və ya gizli müşahidə yolu ilə çəkilməsi faktları əks etdirən materialları canlandırma bilər.

Sənədli film formatı problemin araşdırılmasında və yoxlanılmasında studiyadakı müzakirələrdən daha səmərəli ola bilər və biz təklif edirik ki, İTV özünün analitik şöbəsinin verilişlərini genişləndirərək problemlərə həsr olunmuş sənədli filmləri oraya daxil etsin. Səviyyəli və yüksək keyfiyyətli sənədli filmin hazırlanması üçün jurnalist düzgün seçilməli, o, tədqiqat aparmaq əzmində olmalı və problemi hərtərəfli araşdırmağa qadir olmalıdır. Sənədli filmlərin hazırlanması üçün təlim zəruri vərdişlərin inkişaf etdirilməsinə kömək etmiş olardı.

4.3.4. Müxtəliflik və daxili istehsal

Verilişlərin müxtəlifliyi və daxili istehsal ictimai yayımçının iki əsas xüsusiyyətidir. Efirde olduğu ilk ildə sayca çox da böyük olmayan tam ştatlı 380 əməkdaşı ilə İTV artıq geniş çeşidli yerli (lokal) verilişlər istehsal etmişdir, onların çoxu ictimaiyyətə xidmət etmək məqsədi daşıyan veriliş təəssüratı yaradır.

Xəbərlər şöbəsindən savayı səkkiz daxili istehsal şöbəsi vardır:

- Analitik proqramlar (ictimai məsələlər);
- Gənclik və idman;
- Elm və təhsil;
- Musiqi və əyləncə;
- Ədəbiyyat və incəsənət;
- Azsaylı xalqlar üçün verilişlər;
- Səhər proqramı;
- Müəllif proqramları (ştatdankənar jurnalistlər tərəfindən hazırlanan proqramlar).

Həmçinin kino və dublyaj şöbəsi də vardır. Bu, əsasən xarici filmləri dublyaj edən bölmədir, lakin onun "Film Media" adlı öz verilişi də vardır.

2006-cı il iyulun 24-də başlayan həftənin proqram cədvəlinə əsasən bu şöbələr həftə ərzində yayımlanmaq üçün bütövlükdə 48 müxtəlif daxili verilişlər hazırlamışlar. Onlar "Yeni gün" kimi gündəlik xəbərlər proqramından tutmuş həftəlik verilişlərə və bazar günü axşam saat 9-da yayımlanan "Bakı caz festivalı" kimi studiyadan kənar çəkilən verilişlərə qədər müxtəlif çeşiddir.

Hazırda yayımlanan mütəmadi verilişlər

- Analitik proqramlar şöbəsi hər həftə ictimai məsələlərə dair üç mütəmadi veriliş istehsal edir: "Gerçəyin özü" adlı gündəlik müsahibə və diskussiya proqramı, "Yekin" adlı həftəlik icmal; və studiyada tamaşaçıların iştirakı ilə "İşgüzar saat" adlı tok-şou.
- Təhsil şöbəsi həftədə üç uşaq verilişinin, "Cümə" adlı dini verilişin, habelə sağlamlığa dair məsləhətlər verən "Sağlam ol" verilişindən tutmuş ətraf mühitə aid "Bioaləm" verilişinə və yeni texnologiyalara aid "Rəqəmsal dünya" verilişinə qədər çoxlu sayda tədris proqramlarının hazırlanmasına görə cavabdehdir.
- Gənclər və idman şöbəsi gənclərin problemlərinə dair "Aktual" adlı həftəlik tok-şou və yerlərdə çəkilən, həyatın bütün sahələrində gənclərin nailiyyətlərini qeyd edən "Gənclik həyatı" adlı veriliş hazırlayır. O, həmçinin gündəlik idman xəbərlərini və bütün digər idman buraxılışlarını hazırlayır.
- Ədəbiyyat və incəsənət şöbəsi müxtəlif incəsənət və mədəniyyət verilişlərini, o cümlədən Azərbaycan poeziyasına dair "Sözün sehri", iki sənət adamını gözlənilmədən görüşdürən "X + X Show", "Ədəbi ensiklopediya", "Tamaşaçı salonu" verilişlərini və Azərbaycandakı son mədəniyyət tədbirlərini işıqlandıran "Antrakt" mədəniyyət jurnalını yayımlayır.
- Musiqi və əyləncə şöbəsi həftə ərzində hər axşam musiqi verilişini, o cümlədən klassik və ənənəvi musiqi verilişlərini, konsertləri, "Əslində mən" verilişi çərçivəsində musiqiçilərin portretlərini və həftəlik musiqi icmalını yayımlayır. Şöbənin hazırkı müdiri bizim üçün xüsusi olaraq vurğuladı ki, digər televiziya kanallarında ifaçılar fonoqramdan istifadə etdikləri halda İTV-dəki ifaçılar musiqini canlı ifa edirlər.
- Bazar günündən başqa hər gün yayımlanan üç saatlıq səhər şousu "Yeni gün" cizgi filmlərindən, musiqi kliplərindən, telestudiyadakı qonaqla müsahibələrdən və başlamaqda olan günün informasiya toplusundan ibarət verilişdir.
- Müəllif proqramları şöbəsi ştatdankənar jurnalistlərin təqdim etdiyi proqramları yayımlayan bölmədir. Hazırda yeddi müəllif "Azərbaycan palitrası", "Ötən günlərimi qaytara bilsəm" və "Bizim Bakı" kimi mütəmadi proqramlar üzərində işləyərək onları yayımlayırlar.

4.3.5. Azlıqlar Qrupları üçün Proqramlar

İTV Azərbaycanda azlıqlar qrupları üçün verilişlər hazırlayan ilk və yeganə televiziya stansiyası olmasıyla fərqlənir. Azərbaycanda Tatlar, Kürdlər, Ləzgilər, Avar və Talışlar da daxil olmaqla 150-ə qədər azlıqlar qrupları var. Bunlar beynəlxalq səviyyədə tanınmış vətənləri olan "milli azlıqlardan" fərqlənirlər. Bunlara isə Ruslar, Ukraynalılar, Polyaklar, Ermənilər və Gürcülər daxildir. Avropa Şurasına daxil olmadan öncə Azərbaycan azlıq xalqlarının mədəni ehtiyac və kimliyinin qorunması haqqında öhdəliyə imza atmışdır. Lakin, 2005-ci ilin iyun ayında AŞPA, verilən müddətin keçməsinə baxmayaraq, milli azlıqlar haqqında qanunun qəbuluna dair öhdəliyin yerinə yetirilməməsinə dair öz narahatçılığını bildirmişdir.⁵

⁵ İnsan Hüquqları üzrə Beynəlxalq Helsinki Federasiyası (BHF), 20 Aprel 2006

Departament bir neçə veriliş hazırlayır – bunlardan yerli adət və folkolrdan bəhs edən “Azərbaycanlılar” və ölkənin müxtəlif bölgələrinə həsr olunmuş “Bura Vətəndir” verilişlərini qeyd etmək olar. Verilişlərin əksəriyyəti adətən ölkənin uzaq bölgələrində çəkilmiş qısa filmlər şəklindədir. Yerli əhali ilə ixtisaslaşmış mövzularda olan müsahibələrin çox uzun olsa da, istehsal standartları yüksəkdir. Əksər televiziya verilişləri radio üçün komplektləşdirilir.

Lakin, program rəhbərinin də etiraf etdiyi kimi, verilişlərdə nadir hallarda ziddiyyətli məsələlərə toxunulur. Diqqət azlıqlar qruplarının problemlərinə, aktual məsələlərinə deyil, ölkənin etnik müxtəlifliyinin qeyd edilməsinə yönəldilir. Direktor Rauf Rəcəbov izah etdi ki, onların problemləri Azərbaycan əyalətlərində yaşayan bütün insanların problemləri ilə eynidir və onlara qarşı ayrı-seçkiliyin olmasını söyləmək düzgün olamazdı. Yeganə istisna 1943 ildə Gürcüstandan Mərkəzi Asiyaya sürgün edilmiş Mesxeti Türkləri haqqında olan sənədli film ola bilər. Sovet İttifaqı dağılıdıqdan sonra Türklər öz vətənlərinə qayıda bilsələr də, çoxlarının evləri zəbt edilmişdir, və nəticədə onlar Azərbaycanda geri qayıdacaqlarını gözləyərək qeyri-müəyyən vəziyyətdədirlər.

Rəcəbov əməkdaşlarının hansı sahələrdə təlimə ehtiyac duyduqlarını qeyd edə bilmədi. O həmçinin söylədi ki, verilişlər çoxlu sayda tamaşaçı məktubları və azlıqlar tərəfindən telefon zənglərinə səbəb olmuşdur, və bu da belə verilişlərin ölkə üzrə tələbatın ödəməsinin göstəricisidir. Əməkdaşlar sırasında bir neçə müxtəlif etnik qrupların nümayəndələrinin olması isə tamaşaçıların/dinləyicilərin mədəniyyətlərinə yüksək həssaslıqla yanaşdıqlarına dəlalət edir.

Lakin, BDU-nun müəllimi Zeynal Məmmədli düşünür ki, verilişlər kifayət qədər dərinə getmir. “Verilişlər azlıqlar tərəfindən azlıqlar üçün hazırlanmalıdır”, deyir o qeyd edir. “İTV yerli televiziya kanalları tərəfindən bu cür verilişlərin hazırlanmasına vəsait ayırmalıdır və həmin verilişlər azlıqların yaşadıkları bölgələrdə onların dillərində yayımlanmalıdır.”

Təvsiyələr

Departament potensial tamaşaçıların böyük qismini maraqlandıran mövzularda yüksək səviyyəli sənədli filmlər hazırlayır. Bununla İTV İctimai TV və Radio Yayımı haqqında Qanunun “milli-mədəni və bəşəri dəyərlərin yayılmasına və inkişafına yönələn informasiya və əyləncəli verilişlərin hazırlanmasını” tələb edən 8.0.2, və “bizim tarix və mədəniyyətimizə aid vacib hadisələr haqqında sənədli filmlərin çəkilişini” tələb edən 8.0.3 Maddələrinə əməl edir.

Lakin, televiziyanın müxtəlif qruplara öz fikirlərini ifadə etməyə və demokratik proseslərdə fəal iştirak etməyə nə dərəcə imkan yaratması sual altındadır. Verilişlər amirane şəkildə olmasa da, dar əhatəli olur. Nəzərə alsaq ki, sosial mədəni məsələlərin işıqlandırılması şablon şəkildə olur, həmin verilişlərdə müxtəlif formatlardan istifadə edilməsi faydalı olardı.

4.3.6. İctimai Xidmətin Vaxt Cədvəlinin Tənzimlənməsi

İstehlakçıların seçim hüququ olan rəqabətli media bazarında verilişlər cədvəlinin səmərəli tənzimlənməsi televiziya kanalı üçün vacib faktordur. Bu faktor, kommersiya yayımçılarına gəlir əldə etmək üçün reytinglərin maksimallaşdırılması deməkdir. Lakin, bu zərurət ictimai xidmət yayımçısına aid deyil; təcrübə görsədir ki, yalnız reytinglərin arxasınca düşmək ictimai xidmət məqsədinin zəifləməsiylə nəticələnir.

Bu o demək deyil ki, ictimai yayımçı auditoriya rəqəmlərini inkar etməlidir. İctimaiyyətin istədiyi verilişə ictimaiyyət tərəfindən maliyyələşən kanalda baxmaq hüququ vardır və auditoriya rəqəmləri hər zaman istənilən yayımçının işinin göstəricisi olacaqdır.

Yaxşı tərtib edilmiş vaxt cədvəli auditoriyanın televiziyaya baxmaq vərdisləri, verilişlərin nə vaxt daha effektiv olması və rəqabətin müxtəlif zaman kəsiklərində nə vəziyyətdə olması haqqında məlumat üzərində qurulur. İctimai yayımçının vəzifələrindən biri də, populyar və ehtiyac duyulan, maarifləndirici və ixtisaslaşdırılmış verilişlər arasında düzgün tarazlığın tapılmasıdır.

Praym-taym program çəlgisi

İctimai yayımçı üçün ən böyük sınaq onun axşam, ən çox tamaşaçıların seyr etdiyi, praym-taym zamanı efiri necə tənzimləməsidir. Biz Azərbaycanda praym-taymı 19:30-dan 23:00-a qədər nəzərə alırıq, və təhlilimiz də İyulun 24-ü həftəsinə olan verilişlər əsasında aparılıb.

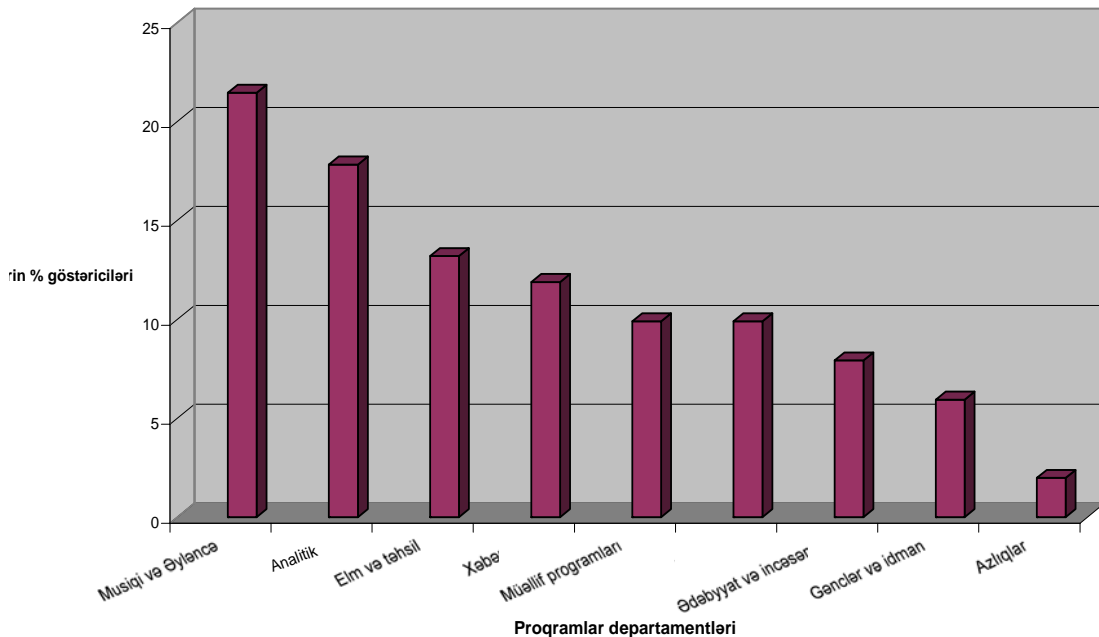
Baxmayaraq ki, İTV yay cədvəlində idi və bəzi müntəzəm verilişlər ixtisara salınmışdır, bazar ertəsi və cümə günləri saat 21:00-da efirə gedən iki filmdən başqa həftənin praym-taym proqramları tamamilə yerli istehsal olunanlardır. Başqa kanalların adətən həmin zaman çərçivəsində seyrçilər qazanmaq məqsədilə xeyli miqdarda film və seriallara yer verdikləri halda, bu, əhəmiyyətli bir nailiyyətdir.

Qeyd etmək istədiyimiz ikinci məqam, İTV-nin praym-taymda təhsil, maarifləndirici və mədəniyyət verilişlərinə üstünlük verməyə hazır olmasıdır. Praym-taymın əvvəlindən saat 20:00-da gedən xəbərlər buraxılışına qədər təhsil və müəllif verilişləri efirdə olur. Həftənin dörd günü xəbərlərdən sonrakı efir vaxtı aktual məsələlərə, qalan günlər isə təhsil, gənclər və müəllif verilişlərinə həsr edilir. Saat 21:00-dan etibarən isə efir həftədə beş dəfə 60 dəqiqəlik musiqi verilişi və iki filmə sərbəstləşir. Saat 23:00-a qədərki zaman kəsiyi isə üç dəfə təhsil, azlıqlar, aktual məsələlər, gənclər və müəllif verilişlərində ibarət yerli istehsala verilir.

İyulun 24 həftəsinin cədvəli Əlavə 1-də əks olunub, və aşağıdakı cədvəldə müxtəlif departamentlərin praym-taymda tutduğu faizlərlə tanış ola bilərsiniz.

Departamentlərin İyulun 24-ü həftəsinin axşam praym-taym vaxtında tutduğu yerlər, faizlə

ITV-nin 19.30-23.00 praym-taym verilişləri



İctimai təsir

Biz müxtəlif dairələrə aid insanlardan İTV-də hansı verlişləri bəyəndiklərini soruşduq. Ən çox bəyənilən janr uşaq verlişləri oldu. Cəmiyyətin bu cür əhəmiyyətli sahəsinə İTV-nin yetirdiyi diqqət alqışlanmalıdır. "Açıq dərs", "İşguzar saat", "Azərbaycanlılar" və "Köhnə Bakı" da qeyd edilmişdir. İTV-nin obyektivliyini tənqid edən media mütəxəssislərindən biri ictimai maarifləndirmə programlarının yaxşı səviyyədə olmasını vurğuladı. Onu da qeyd etmək lazımdır ki, rəyi öyrənilən insanlar xəbər verlişini dilə gətirmədi. Bəzi fərdi verlişlərin öz yerlərini tutması nə qədər xoş olsada, bizdə belə bir təəssürat yarandı ki, İTV öz verlişləri ilə hələ kifayət qədər təsir gücünə malik deyil. "Biz başqalarının toxunmadığı sahələri işıqlandırırıq", deyər Program Koordinasiyası Departamentinin rəhbəri Rafiq Nəbiyev qeyd etdi. Bu, ictimai xidmət yanaşmasının müsbət göstəricisidir, lakin, İTV ictimaiyyətin nəzərində özünün kifayət qədər fərqli xüsusiyyətini/kimliyini hələ inkişaf etdirə bilməmişdir.

Tövsiyələr

İTV məhsulları arasında bəzi janrlar, məsələn bəlli səbəblərə görə yerli seriallar, yoxdur. Bu, ssenari yazılmasında və istehsalında mütəxəssis əməyi tələb edən bahalı və çətin bir janrdır. Lakin, dünya televiziyasında ən məşhur janrlardan olduğuna görə, İTV özü yerli seriallar hazırlamasını nəzərdən keçirməlidir. Əyləncəli olmasından başqa, güclü süjet xətti olan yaxşı seriallar cəmiyyətin gündəlik həyatını əks etdirir.

Dİğər çətin, ancaq dəyərli bir janr komediyaqdır. İTV insanları güldürməkdən utanıb çəkinməməlidir. Həyat yalnız ciddi məqamlardan ibarət deyil, və yumor da, idman kimi, normal tarazlı vətəndaş cəmiyyətinin inkişafına kömək edir. Bu janr üçün istedadlı yazar və ifaçılar tələb olunduğuna görə heç də asan deyil. Belə bir vəziyyətdə İTV Musiqi və Əyləncə Departamenti tərkibində müxtəlif ideyaları sınaqdan keçirmək və potensial yazar və ifaçıları bir yerə cəlb etmək məqsədilə komediya yaradıcılığı bölməsi yarada bilər.

Bəzi media ekspertləri İTV-nin özünün hazırladığı verlişlərə ciddi yanaşmırlar. Səslənən fikirlərdən biri "yerli istehsaldan danışmağa dəyməz" anlamında idi. Biz bununla razı deyilik. Özünü hələ də qurmaqda olan yeni kanal üçün, İTV tam ictimai xidmət məzmununda çox-çəşidli verlişlər hazırlayır. Baş Direktor cəmiyyətin müxtəlif qruplarının ehtiyaclarına cavab verən proqramların hazırladığını söylədi, və bizə elə gəlir ki, İTV bu istiqamətdə uğurlu start götürüb.

İTV yerli seriallar və komediya filmlərin hazırlanması üzərində düşünməlidir, və yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, aktual məsələlərə dair sənədli filmlər hazırlamalıdır. Eyni zamanda, proqramların gücləndirilməsi üçün tikilən yeni studiyalar tək cə əyləncəli verlişlərin hazırlanması məqsədi daşımamalıdır.

Sifariş vermək imkanı yayımçıya ən yaxşı və ən yaradıcı ideyaları axtarmağa kömək edir. Özünün müəllif proqramları departamenti vasitəsilə İTV bir-dəfəlik müəllif verlişləri və həmçinin müntəzəm proqramların hazırlanması məqsədilə kənar jurnalistlərə/müəlliflərə daha çox şərait yaratmalıdır. Bununla da, İTV öz efirinə yeni ideyalar gətirmiş olacaq, və eyni zamanda müstəqil prodakşn (film istehsalı) sektorunun güclənməsinə yardım edəcək.

4.3.7. Proqram Koordinasiyası

Sistematik auditoriya tədqiqatının olmadığı bir şəraitdə praym-taym efirinin ictimai rəy baxımından nə dərəcədə uğurlu idarə edilməsini deyər bilmərik, və İTV-ni bu meyara görə digər kanallarla da müqayisə etmək mümkün deyil. Verlişlərin cədvəlinə nəzarət edən Proqram Koordinasiyası Direktoru İTV-nin auditoriya tədqiqatı şöbəsinin hazırladığı statistik məlumatlardan istifadə etsə də, bu cür statistika auditoriyanın verdiş və istəklərini tam anlamaq üçün kifayət deyil. Fərdi verlişlərin uğurunu ölçmək və proqram koordinasiyasında səmərəli qərarlar vermək üçün etibarlı və müntəzəm auditoriya sorğularının

keçirilməsi çox vacibdir. Hal-hazırda isə direktor daha çox öz ehtimallarına güvenir. Proqram Koordinasiyası Direktorunun yaxşı televiziya təcrübəsi vardır və ona müəssər olan məhdud məlumatla öz işinin öhdəsindən gəlir.

Ümumiyyətlə, Proqram Koordinasiyası şöbəsi yaxşı idarə olunan bir bölmədir. Direktor həftə ərzində efirə gedəcək verlişlərin cədvəlini öncədən departament rəhbərlərlə həftəlik görüşündə tərtib edir. Sonra isə onun şöbəsi verlişlər arasında gedəcək elan və reklamlar da daxil olmaqla təfərrüatlı gündəlik yayım cədvəlini tərtib edir.

Hazır verlişlərin vaxtında efirə getməsinə təmin edilməsi prosesi problemsiz və nizamlı həyata keçirilir. Verlişlərin monitorinqi belə təəssürat yaratdı ki, İTV-nin ilkin fəaliyyətində texniki problemlər olsa da, efir standartları professional və qüsursuzdur, və ümumiyyətlə sabit ardıcılığa malikdir.

Təvsiyələr

İTV-nin praym-taym efirinin tərtibi bir çox maarifləndirici və informasiyə proqramları da daxil olmaqla yerli ictimai xidmət verlişlərinə üstünlük verir. İTV kommersiya cəhətdən rəqabətli efirin qurulmasına can atmır. Əslində isə auditoriyanın müşahidəsi tamaşaçı sayının artırılmasına ehtiyacın olduğunu görsədir. Biz təvsiyə edirik ki, İTV digər təşkilatların (məs. SİAR) hazırladıqları məlumatları əldə etsin, və ya özünün auditoriya tədqiqatı şöbəsinin imkanlarını inkişaf etdirdirsin.

4.3.8. Televiziyanın işçi heyəti

Yüksək keyfiyyətli verlişləri hazırlamaq öhdəliyi ictimai xidmət yayımının əsas fərgləndirən cəhətlərindən biridir. Bu öhdəlik prodakşn və redaktə standartlarını daim diqqətdə saxlamaq, yenilik və yaradıcılığı həvəsləndirmək, personalın öz işini səmərəli görmək üçün lazımı bacarıqlara malik olmasını təmin etmək və şirkət daxilində peşəkarlıq mədəniyyətini aşılamaqdan ibarətdir.

Təqdire layiq haldır ki, İTV-də çox sayda gənc jurnalist, prodüser və inzibati işçilər çalışır. Orta yaş 31-dir. Bəziləri ilk televiziya təcrübəsini İTV-də əldə edirlər. Ümümlikdə, onların öyrənməyə həvəsli, fəal olduqlarını və eyni zamanda az təcrübəli olduqlarını dərk etdiklərinə müşahidə etdik. Bu qədər gənclərin işə cəlb olunması İTV-yə ekrana yeni simalar çıxarmasına imkan verdi. Gördüyümüz gənc aparıcılar sərbəst və özünə inamlı idilər, nisbətən yaşlı həmkarlarından fərqli olaraq daha az formallıq hiss olunurdu.

Lakin, İTV-nin gənc enerjiyə malik olmasına baxmayaraq, hərtərəfli təcrübə çatışmazlığı hiss edilir, və bu səbəbdən də, standartlara nəzarət, məşqçilik etmək və bacarıqları inkişaf etdirmək kimi vacib məsuliyyət departament rəhbərlərinin üzərinə düşür.

Bəzi departament rəhbərləri təlimlərə ehtiyac olduğunu açıqcasına qəbul edir. Məsələn, Təhsil və Elm Departamentinin rəhbəri Cəsarət Valehov öz şöbəsinin hansı təlimlərə ehtiyac duyduğunu tam aydın söylədi. C. Valehov qeyd etdi ki, prodakşn bacarıqları jurnalistika kurslarında yaxşı tədris edilmir və yaradıcı prodakşn üzrə təlimlərə ehtiyac var. O, hesab edir ki, yaradıcı prodakşn jurnalistikada fərqli bir bacarıq olduğundan prodüserlərin rolu daha çox olmalıdır. Valehov həmçinin direktorlar üçün yeni texnologiyalar sahəsində, operatorlar üçün peşəkarlığın artırılması, jurnalistlər üçün hadisə yerindən reportaj mövzusunda təlimlərin təşkilini lazım hesab edir.

Bəzi departament rəhbərləri təlimlərə az maraq görsətdilər, bir nəfər isə ümumiyyətlə təlimlərə ehtiyacın olmadığını qeyd etdi. Bu, yaqın ki, onun işçilərinin bacarıqlarının səviyyəsindən daha çox özünün bu məsələyə münasibətini əks etdirir.

4.4. Radio

Yaxın gələcəkdə daha iki radio stansiyanın qurulması planlaşdırılsa da, 2006-cı ilin yanvarında fəaliyyətə başlayan radio müəyyən mənada İTV-nin kölgəsidir. Digər sahələrdə olduğu kimi radio studiyalar da yaxşı təchiz edilib, Adobe Audition proqramını istifadə edən Rusiyadan gətirilən montaj avadanlıqları vardır. Lakin, radio verilişlərinin əksəriyyəti televiziya gedən materialların yenidən işlənmiş formasıdır və radionun xəbərlər heyəti ölkə üzrə məlumatları televiziyanın bölgə müxbirlərindən əldə edirlər.

İTV-nin öz statistikasına görə, radio verilişlərinin təsnifatı aşağıdakı kimidir:

Xəbərlər:	5%
Aktual məsələlər:	4.8%
İdman:	0.6%
Dram:	2.5%
Əyləncə:	40%
Klassik musiqi:	4.8%
Digər musiqilər:	28%
Mədəniyyət və incəsənət:	0.6%
Uşaq və gənclər verilişləri:	3.8%
Digər:	0.6%
Azsayılı xalqlar:	0.5%
Din:	0.5%
Elm və təhsil:	6%
Müəllif verilişləri:	0.8%

4.4.1. İnformasiya və Analitik Proqramlar Departamenti

Radio xəbərlər buraxılışları 5-6 dəqiqə həcmində olaraq gün ərzində (saat 9:00-dan 22:00-a qədər) 13 dəfə efirə gedir. Bu, əsasən TV-dəki xəbərlər sırasını təkrarlayır, aktualıq və rəngarənglik cəhətdən kasaddır. Xəbərlər yerli, və daha çox Röyters və başqa beynəlxalq agentliklərə istinad edilən xarici xəbərlərdən ibarətdir.

Departament həmçinin gündə bir dəfə efirə gedən 30-dəqiqəlik analitik proqram da hazırlayır. Həftədə beş dəfə yayımlanan bu verilişin mövzusu ümumilikdə siyasətdir. Departamentə baş çəkdiyimiz gün verilişin mövzusu Azərbaycanda jurnalistika, onun kök və ənənələri idi. Studiyaya dəvət edilən qonaqlar Jurnalistlər Birliyinin rəhbəri və vətəndaş cəmiyyəti nümayəndələri idi. Lakin, yerli mediya şəraitindən doğan ziddiyətli məsələləri müzakirə etməkdənsə, qonaqlar yalnız Azərbaycanda 130 il bundan öncə dərc edilən qəzetdən və ölkənin mətbuat tarixindən danışdılar.

Radionun xəbərlər şöbəsinin redaktoru Hafiz Səfərov bildirdi ki, yaxın gələcəkdə İngilis dilində verilişin yayımlanması planlaşdırılır, və məqsəd də, digər şöbələrdə olduğu kimi, Avropa Şurasının özünün anlayıb stansiyanın redaktə dəyərlərini mühakimə edə biləcək dildə proqram hazırlamaqdır.

İTV-nin proqramlarının digər rəqiblərinin proqramlarından nə ilə fərqlənir sualına Səfərov aşağıdakı faktorları sadaladı:

- Obyektiv informasiya
- Peşəkarlıq

- Heç bir qrupa mənsubiyyətin olmaması
- İsti xəbərlər
- Yaxşı texniki infrastruktur

O, həmçinin söylədi ki, radionun işçi heyəti müsabiqə əsasında seçilmişdir, və peşkar bacarıqlarından başqa onların tez öyrənmək qabiliyyətləri də nəzərə alınmışdır. Personalın 90 faizinin jurnalistika təcrübəsi olsa da, bəziləri radioda ilk dəfədir işləyirlər, deyə Səfərov qeyd etdi.

Departament təlim məsələsinə kifayət qədər təkəbbürlə yanaşır, və aydın görsənirdi ki, özlərinin tətbiq etdiyi dar professional meyarlar çərçivəsində yüksək səviyyədə səriştə mövcuddur. Texniki işçilərə Rusiya mütəxəssisləri tərəfindən təlimlər keçirilməklə yanaşı, eyni zamanda redaktə heyəti üçün də müəyyən daxili təlimlər də təşkil edilir. Səfərov söylədi ki, 20-30 illik təcrübəyə malik aparıcılar dəvət edilir və əməkdaşlarımıza stilistika və diksiya sahəsində master klass dinləmələri təşkil edilir. Bizim səfərimiz zamanı bir mütəxəssis proqram redaktorları üçün qramatika və tələffüz mövzusunda dərs keçməyə gəlmişdir.

Tövsiyələr

BİR qədər sonar, Hafiz Səfərov təlimlərin beynəlxalq standartlar, balans, media hüququ və informasiya mənbələri mövzusunda faydalı ola biləcəyini qeyd etdi.

Biz bunlardan başqa xəbərlərin dəyəri, radio üçün yazılar və bədii verilişlərin hazırlanması mövzusunda geniş təlimlər tövsiyyə edirik. Radionun xəbərlərlər bölməsi onu televiziya verilişlərindən və bazardakı digər stansiyalardan fərqləndirən bir xüsusiyyətini/üslubunu tapmalıdır. Qənaətbəxş texniki resursları nəzərə alsaq deyir bilərik ki, interaktiv proqramlar, maqazin-tipli şoular və canlı reportajların tətbiqi üçün böyük potensial vardır. Radionun xəbərlər heyətində gördüyümüz həvəs bizi xeyli təəssüratlandırdı. Lakin verilişlər hazırkı “konveyer” tipli yanaşmadan qurtulmasa, bu həvəsin itməsi təhlükəsi var.

4.4.2. Müəllif proqramları

Danışır Bakı

Radio departamenti yaradıcı istedadları həvəsləndirir və fərdlərə özlərinin proqram ideyalarını irəli sürməsinə imkan yaradır. Bunlara *Danışır Bakı* və Könül Əhmədovanın hazırlayıb təqdim etdiyi Rus dilində digər keçmiş Sovet ölkələri ilə radio körpü misal ola bilər.

“Biz elə bir proqram hazırlamaq istədik ki, o, yalnız əyləncə olmasın” – deyə xanım Əhmədova söylədi. “Hələlik biz Tiflis və Bişkek şəhərləri ilə radio körpülər təşkil etmişik, İnsanların qonşu ölkələrdə Sovet İttifaqı dağıldıqdan sonra necə yaşamaları Azərbaycanlılar üçün maraqlıdır.” Gələcək radio körpülər Varşava və Moskva şəhərləriylə nəzərdə tutulub.

Belə körpülərə diplomatlar, jurnalistlər, mədəniyyət xadimlər və politoloqlar dəvət edilir. Onlar hər iki tərəfi maraqlandıran mövzulara toxunurlar, məsələn, inteqrasiya və dil problemləri, mədəniyyət və mətbəx. Tiflislə körpüdə Azərbaycan və Gürcüstanın parlament nümayəndələri C.Qafqazda şərab ticarəti haqqında müzakirələr apardılar.

Pensioner

Ancaq İTV-yə xas olan və artıq populyarlıq qazanmış digər verliş Pensioner adlanır. Onun müəllifi söylədi ki, verlişin əsas məqsədi bütün ölkədəki yaşlı adamlar arasında öz hüquqlarına nail olmaq üçün maarifləndirmə işi aparmaq və bəzən də, hökumət orqanlarını məsuliyyətə cəlb etməkdir.

Misal üçün, Pensioner bir ailəyə 100 dollarlıq təqaüd alınmasına kömək etmişdir, halbu ki, bu məbləğ yerli standartlara görə böyük puldur. Ailə başçısı vəfat edəndən sonra beş uşaq anası vəsaitsiz qalmışdır. Lakin, jurnalist müəyyən etdi ki, ailə kişinin ölümündən öncə çalışdığı Dəmir Yol İdərəsindən pensiya almaq hüququna malikdir.

“Təqaüdcülər maraqlanırlar ki, keçid dövrünün problemlərini necə həll edə bilərlər. Yeni struktur və qanunlar əksər insanlar üçün qaranlıqdır. Azərbaycanda isə 1 milyondan artıq təqaüdcü var.” BİR neçə dəfə isə pensiya və sosial təminat məsələlərinə baxan rəsmi şəxslər vətəndaşların sual və tənqidinə cavab vermək üçün studiyaya dəvət edilmişdirlər.

Təvsiyələr

Bu iki proqram ictimai xidmət yayımının ruhunu gözəl əks etdirir. “Pensioner” əhalinin xeyli hissəsinə hökumət rəsmilərindən qanunlar və konstitusion hüquqlar haqqında müxtəlif suallara cavab əldə etmək imkanı verir. “Danışır Bakı” isə xalqı dünyaya və dünyanı xalqa tanıdır. Bu verlişlər daha da inkişaf etdirilməli və İTV-nin digər verlişlərinə də tətbiq edilməlidir.

4.5. Internet

2005-ci ilin Noyabrında yaradılan veb sayt Beynəlxalq Əlaqələr Departamentinə aiddir, İngilis və Azərbaycan dillərində məlumat təqdim edir. Gündə iki dəfə yenilənən xəbərlər hissəsinə məlumat TV bülletenlərdən toplanır. Geniş kanallı internet əlaqəsi olan istifadəçilər isə canlı audio və video materiallar əldə edə bilərlər.

Azərbaycanda əhalinin yalnız 5 faizi internetdən istifadə edir və bu da aşağı göstəricidir.⁶ Lakin yerli əhali veb saytın heç də ən geniş istifadəçisi deyil. Saytın redaktoru Samir Pənahov qeyd etdi ki, İTV-nin dünyada tanınmasında, xüsusilə də, Avropa Şurasına televiziyanın fəaliyyətindəki irəliləyişi müşahidə etməsində sayt böyük rol oynamışdır.

Kənardan təşkil edilən sayt yaxşı qurluşa malikdir və asan istifadə edilir. Sayta materiallar üç redaktor tərəfindən daxil edilir. İTV-nin strukturuna aid hissə cənab Ömərövnün səfər və bəyanatlarını işıqlandıran hissələr kimi təfərrüatlıdır. Həmçinin arxiv və forum imkanlarının əlavə edilməsi nəzərdə tutulur. Veb sayt forumları, xüsusilə də siyasi və dini mövzularda, Azərbaycanda çox populyardır. Lakin www.day.az kimi saytlar artıq yaxşı təşkil edildiyinə görə, İTV istifadəçiləri cəlb etmək müəyyən yenilik tətbiq etməlidir.

Təvsiyələr Baxmayaraq ki, veb sayt məzmun hazırlığı və redaktə bacarıqları sahəsində təlimlər faydalı ola bilər, İTV-də belə hesab edirlər ki, sayt öz məqsədinə nail olduğuna görə onun gələcək inkişafı önəmli məsələ deyil. Lakin, işçilər şirkət üçün onlayn təlim imkanları yaradan və insan resursları məsələlərinin həllinə kömək edə biləcək intranetin yaradılması faydalı ola bilər. Bunları nəzərə alaraq, daxili kommunikasiyanı inkişaf etdirmək, şöbələr arası ünsiyyəti artırmaq və əsas materiallar (məs., redaktə qaydaları) bazası rolunu oynaya biləcək sadə server portalının hazırlanmasını tövsiyyə edirik.

⁶ Global Internet Siyasəti İnstitutunun 2004-cü il sorğusu

4.6. Marketing & Satış

4.6.1. Auditoriya sorğuları

Mövcud verilişlərin populyarlığını və boşluqları müəyyən etmək məqsədilə sosial sorğu monitorinq mərkəzinin yaradılması İTV-nin müsbət cəhətlərindəndir. Üç nəfərdən ibarət kiçik, lakin işguzar şöbə 9 ay ərzində bütün ölkə üzrə 11000 nəfər arasında sorğu keçirmişdir. Sorğuların 1/3 hissəsindən çoxu İTV-nin veb saytı vasitəsilə onlayn formada keçirilmişdir. Şöbə rəhbəri qeyd etdi ki, bu müddət ərzində tamaşaçı razılığı 3.6-dan 4.6-ya qədər yüksəlmişdir və maksimum göstərici 5-dir.

Sorğu departamenti öz işində elmi yanaşmadan istifadə edir, və heç də təəccüblü hal deyil ki, sorğular əvvəlcə Elmlər Akademiyasının müəllim və tələbələri arasında keçirilmişdir. Lakin sonradan sorğu 17-45 yaş kateqoriyasına aid fərdlər arasında Bakı-ətrafı qəsəbələr və rayonlarda da keçirilmişdir.

Sorğu suallarına aşağıdakılar aid idi:

- Ən çox bəyəndiyiniz verilişlər hansılardır?
- Gələcəkdə nələri görmək istərdiz?
- Yayım keyfiyyəti sizi qane edirmi?
- Aparıcıları geyim, nitq söyləmək, intellect və davranış meyarlarına görə necə qiymətləndirirsiniz?
- İTV-nin 44 verilişindən neçəsinə baxırsız?

Belə bir əziyyətli işin nəticəsi qənaətbəxş deyil. Bir tərəfdən, onlar verilişlərin populyarlıq yarışmasını həyata keçirirlər. Deyilənə görə, rəhbərlik bundan departamentlər arasında rəqabət mühitinin yaradılması vasitəsi kimi istifadə edir. Proqramların Koordinasiya Departamenti mövcud verilişlər haqqında məlumatdan TV cədvəlinin tərtibatı üçün istifadə etsə də, monitorinqin nəticələrindən yeni verilişlərin hazırlanması üçün istifadə edildiyinə heç bir sübut olmadı. Məsələn, respondentlərin 80 faizinin sosial verilişlərə üstünlük verməsi və əyləncəli verilişlərin siyahısının aşağı hissəsində yer alması çox təəccüblü oldu.

Təvsiyələr

Yaxşı təşkil olunsay, tamaşaçı tədqiqatı şöbəsi Proqram Koordinasiyası və satış departamentlərinin məlumatlandırılmasında İTV üçün çox dəyərli bir şöbə ola bilər. Təlim və mütəxəssis yardımı bu işdə nisbi məlumatları toplayıb müvafiq qaydada şərh edən mexanizmin yaradılmasına kömək edə bilər. Peşəkar bazar tədqiqatı aparan şirkətlərin gördüyü işi əvəz etməsə də, belə bir təcrübənin tətbiqi departamentləri öz tamaşaçılarına yaxınlaşdırmağa bilər.

Vətəndaş cəmiyyəti ilə sıx əlaqə quraraq fəal Yayım Şurası da tamaşaçı rəyinin əks etdirilməsində vacib məsləhətçi rolunu oynaya bilər. Təvsiyə edirik ki, Yayım Şurası cəmiyyətin müxtəlif qruplarını təmsil edən bir müstəqil komitə yaratsın. Belə bir komitə vətəndaş cəmiyyəti təşkilatlarını əsas verilişlərlə (məs. azlıqlar, gender və gənclər) əlaqələndirə bilər.

4.6.2. Reklam Departamenti

Azərbaycanın reklam bazarı nisbətən zəifdir. The advertising market in Azerbaijan is comparatively modest. Internyusun keçirdiyi Azərbaycan Mediasının Qiymətləndirilməsi hesabatında deyilir: "Bir çox şirkətlər reklama skeptik yanaşırlar və dövlət orqanlarının, xüsusilə də, vergilər orqanlarının nəzərində kənar durmağa üstünlük verirlər. Reklam xərclərinin çox az qismi müstəqil qurumlar tərəfindən hazırlanan real statistik tamaşaçı tədqiqatlarına əsaslanır. Mövcud olan tədqiqat xidməti isə bahadır, məhduddur və az istifadə edilir."

Bu mənada İTV-də istisna deyil. Reklam Meneceri Emil Məmmədovun söylədiyinə görə, SİAR kimi təşkilatların hər abunəçiyə ayı 2000 dollara başa gələn tədqiqat nəticələrinin alınmasına büdcədə vəsait yoxdur⁷. Emil və onun işçiləri yalnız auditoriya tədqiqatı şöbəsinin məlumatlarına və öz bildiklərinə istinad etmək məcburiyyətindədirlər. Böyük reklamçılar isə tamaşaçı sayı və istəklərini əks etdirən etibarlı məlumatlar istəyirlər. Bu ilin İyun ayında İTV-nin reklam payı 0.5-1.4 faiz arasında olmuşdur⁸. Müqaisə üçün, ANS-in reklam payı 12 faiz, Liderin 10 və AzTV-nin 2% olmuşdur.

İTV müştərilərinin sayının artması prosesi ləng olacaq. Məmmədov izah etdi ki, böyük şirkətlərin əksər qərarları onların Moskvadakı nümayəndəlikləri tərəfindən verilir. Böyük müqavilələrin əldə edilməsi və ümumiyyətlə, bu sistemlərin necə işləməsində özünün və işçilərinin təcrübəsinin olmadığını söylədi. Əvəzində isə, onlar pulsuz marketinq məsləhəti və böyük güzəştlər təklif etməklə yerli şirkətlərlə iş qururlar. İTV-nin özünün reklam materialları hazırlamaq imkanı da yoxdur. Öz xidmətlərini bazarda tanıtmmaq üçün də az vəsait sərf edilir. İstehlak jurnalında azsayılı reklamdan başqa heç bir tanıtım kampaniyasını görmədik.

İTV-yə 2010-cu ilə qədər dövlət maliyyəsi ayrılrsa da kommersion gəlirinin artırılması ehtiyacı duyulacaqdır. Bu da reklam işçilərinin nisbətən təcrid edilməsində öz əksini tapır. Qeyd etmək lazımdır ki, 2006-cı il İyun ayında İTV Avrovizion Musiqi Müsabiqəsinin yayım hüquqlarını əldə edə bilmişdir. Lakin, Məmmədov və onun işçilərinə bu yayım üçün reklam əldə edilməsinə bir həftədən az vaxt verilmişdir. Təəccüblü deyil ki, onlar bir dənə də olsun müqavilə qazana bilməmişdilər.

Məmmədov beynəlxalq mütəxəssislər tərəfindən təlim keçirilməsini müsbət qarşılayır. O qeyd etdi ki, Azərbaycanda reklam peşəkarları yoxdur. Aşağıdakı sahələr üzrə bacarıqların artırılması ehtiyacını vurğuladı:

- Markanı tanıtmmaq və inkişaf etdirmək üsulları
- Efir vaxtını səmərəli satmaq
- Şirkətlərlə iş qurmaq və uzun-müddətli müqavilələr əldə etmək
- Marketinq nəzəriyyəsi və mexanizmləri

Tövsiyələr:

Bi-Bi-Si-nin Dünya Xidməti Fondu bir çox kommersion menecment mütəxəssisləriylə işləsə də, Bi-Bi-Si-nin bu sahədə böyük təcrübəsi yoxdur. Bu məqsədlə, biz tövsiyə edirik ki, yeni yaranmış bazar iqtisadiyyatı şəraitində müasir satış üsullarından geniş biliyə malik Şərqi Avropa mütəxəssislərin xidmətlərindən istifadə edilsin. İTV üçün marketinq və satış, xüsusilə də, verişləri kampaniyalara əlaqələndirmək üzrə davamlı təlim proqramları çox faydalı olardı.

⁷ Azərbaycan Mediasının Qiymətləndirilməsi, Internyus, 2005

⁸ Milli Tele Radio Yayım Şurasının məlumatı, 2006

5.0. Təklif edilən Təlim Proqramı

Təklif edilən təlim proqramının məqsədi ictimai xidmət yayımı dəyərlərinin inkişafı vasitəsilə İTV-nin Azərbaycanda demokratik proseslərə təkan vermək potensialını həyata keçirməyə kömək etməkdir. Biz inanırıq ki, buna aşağıdakılar vasitəsilə nail olmaq olar:

- Televiziyada proqram istehsalı üçün redaktə siyasətinin/qaydalarının müəyyən edilməsi;
- Aktual məsələlər verilişləri və xəbərlər buraxılışının keyfiyyətinin yüksəldilməsi;
- Auditoriya ehtiyaclarının öyrənmək və cəmiyyətin müxtəlif qruplarının maraqlarını təmin etmək bacarıqlarını inkişaf etdirmək;
- Maddi müstəqilliyin təməlini qurmaq məqsədilə marketinq və satış fəaliyyətlərinin gücləndirilməsi;
- Təcili ehtiyacların həlli üçün televiziyanın inkişaf strategiyasının işlənilməsi;
- Əsas menecerləri və Yayım Şurası üzvlərinin Qərbi Avropadakı uğurlu təcrübələrlə tanış etmək;
- Təklif edilən təlimlərin davamlı olması üçün İTV daxilində təlim və insan resursları mərkəzinin qurulması.

Uzun müddətli institusional dəyişikliyə yönəlmiş təlim proqramlarının təşkili təcrübəmizə əsaslanaraq, aşağıdakı elementlərdən ibarət 18 aylıq təlim proqramı təklif edirik. Təlimlərin real həcmi təyin edilmiş maliyyə vəsaitindən aslı olduğundan, rəqəmlər ideal varianta əsaslanır.

Təlimlər	Müddət	Miqdar	Günlər
İctimai Xidmət Yayımı nədir?	1	10	10
Redaksiya Siyasətinin İşlənilməsi	10	1	10
Redaksiya Siyasətinin İstifadəsi	1	12	12
Ali Menecment Təlimi	5	4	20
İnsan Resurslarının İdarə edilməsi	3	3	9
Redaksiya Liderliyi	3	4	12
Xəbərtoplama bacarıqları (TV)	4	8	32
Xəbərtoplama bacarıqları (Radio)	4	4	16
Müxtəlifliyin İşıqlandırılması	3	4	12
Biznes və İqtisadi Mövzuların İşıqlandırılması	4	3	12
Seçki Jurnalistikası	4	2	8
Təhqiqat Jurnalistikası	3	4	12
Sənədli filmlərin hazırlanması	10	2	20
Təhsil/Maarif Proqramları	10	2	20
Tamaşaçılarla Əlaqə Qurmaq	3	5	15
Marketinq	4	2	8
Satış	3	5	15
Onlayn Jurnalistika	5	1	5
Daxili Təlimçilərin Təlimi	4	3	12

5.1. Redaksiya Siyasəti

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, İTV-nin redaksiya siyasətini müəyyən edən və jurnalistlərin işlərində əsaslanacaqları rəhbər prinsipləri təsvir edən sənədi yoxdur. Elə buna görə aşağıdakı məsələlərə aid Redaksiyanın Rəhbər Qaydalarının işlənilməsinə tövsiyə edirik:

- Dəqiqlik, Qərəzsizlik və Fikir Müxtəlifliyi
- Ədalət, İştirakçılar və Razılıq
- Özəl həyatın qorunması
- Cinayət və anti-sosial davranış
- Uşaqlar
- Siyasət və Dövlət Siyasəti
- Müharibə, Terrorizm və Fövqəladə Hallar
- Din
- Redaksiya Vəhdəti və Müstəqillik
- Auditoriya Ehtiyacları
- Media Hüququ
- Cavabdehlik

Redaksiya heyətləri rəhbər qaydalara istinad edirlər və bu, yayımçının əsas dəyərlərinin ictimai bəyanatıdır. Bizə bir neçə dəfə bildirmişdilər ki, İctimai TV və Radio Yayımı haqqında Qanun bunu əvəz edir. Lakin həmin Qanun sadəcə İTV-nin prinsiplərinin səthi təqdimatıdır. Nəticə etibarilə, təklif etdiyimiz sənəd jurnalistin peşə dilleması ilə üzleşdiyi və redaksiya qərarının şübhə doğurduğu hallarda ilk növbədə müraciət edilə biləcək praktiki vəsaitdir.

5.2. Menecment bacarıqları

Təklif edirik ki, menecment təlimləri əsasən səfərlər çərçivəsində həyata keçirilsin, belə olarsa iştirakçılar digər xarici ictimai xidmət yayımı sahəsində ən yaxşı təcrübələrlə tanış ola bilərlər. Yaxşı nümunə kimi Londonda BBC, Amsterdamda NOS, İrlandiyada RTE, Varşavada Polşa İctimai TV və Radiosu, Praqadakı Çexiya Milli TV və Radiosunu görşətmək olar. Səfər xərclərinin müəyyən hissəsinin İTV tərəfindən ödənilməsi tələb olunacaq.

Səfərlər zamanı İTV-nin menecerləri bu məsələlərə diqqət yetirəcək:

- **Strategiya:** verişlər cədvəlini tərtibatı, resursların bölgüsü, capital qoyuluşu və bazarda yer tutma.
- **Liderlik:** effektiv menecer xüsusiyyətləri, məsuliyyət və vəzifələri.
- **Kadrların inkişafı:** həvəsləndirmə məsələləri, komanda strategiyaları, münaqişələrin həlli və səmərəli ünsiyyətin qurulması.
- **Tamaşaçıları anlamaq:** tamaşaçı sorğularının təşkili mexanizmləri və onun nəticələrindən düzgün yararlanma.
- **Şəbəkə qurmaq:** digər media nümayəndələri ilə təcrübə mübadiləsi və işguzar əlaqələr qurmağın faydası.

5.3. İnsan resurslarının inkişafı

Təklif olunan addımlar layihə qurtarandan sonra da İTV-nin kadr inkişafı və menecment ehtiyaclarını təmin edə biləcək İnsan Resursları Departamentinin yaradılmasına kömək edəcək.

Təlimlər aşağıdakı mövzuları əhatə edəcək:

- **İşə götürmə:** yüksək səviyyəli kadrların cəlb edilməsi; bərabər imkanlar və ədalətli seçim.
- **Müqavilələr və məvacib.** Əmək haqqı dərəcələrinin və imtiyazların təyin edilməsi.
- **Tanışlıq:** redaksiya siyasəti/qaydaları və hüquqi məsələlər.
- **Kadrların inkişafı:** əlavə səriştə ehtiyaclarının müəyyən edilməsi və ödənilməsinə təmin edən daxili mexanizmlərin qurulması. Qiymətləndirmələr və stimullaşdırma.
- **Personalın idarə edilməsi:** işçiləri həvəsləndirmə, şöbələr və fərdlər üçün inkişaf və innovasiya imkanlarının yaradılması.
- **Təlim:** daxili təlim mexanizmlərinin qurulması (daha ətraflı aşağıda).

5.4. Redaksiya İdarəçiliyi

Təlimin məqsədi program siyasətinin tamaşaçı istəklərinə yaxınlaşdırılması və müəyyən edilən tamaşaçı ehtiyaclarının ödənilməsidir. Televiziya rəhbərləri İTV-nin özünəməxsus imicini qurmaq və kanala loyallığı təmin etmək istiqamətində işlər görməklə televiziyanın tamaşaçıların sayını maksimallaşdıracaq.

Mütəxəssislər İTV-nin verliş cədvəlinin əsas hissələrinə diqqət yetirəcək: səhər proqramları, gündüz verlişləri, praym-taym və gecə proqramları. Onlar redaksiya və kommersiya prioritetləri çərçivəsində müxtəlif format və janrları nəzərdən keçirəcəklər. Xəbərlər və aktual məsələlər, uşaqlar, şou-biznes, tok-şoular, xarici verlişlər, həyat tərz, sənədli filmlər və idman verlişləri üçün məxtəli formatlı modellər təklif ediləcək.

Təlimçilər həmçinin ictimai jurnalistikaya da toxunacaqlar – televiziyanın ictimai debatlar və hökumətlə elektorat arasında vasitəçi rolları araşdırılacaq. İştirakçılar Azərbaycanda KİV-in üzərinə düşən siyasi, iqtisadi və bazar təzyiqlərini araşdıracaq və bu təzyiqlərlə tamaşaçı maraqları arasında tarazlıq imkanlarını müzakirə edəcəklər. Tamaşaçılarla əlaqələrin inkişafı yollarını və cəmiyyət daxilində müxtəlif qrupların maraqlarına cavab verəcək proqram ideyalarını hazırlamağı öyrənəcəklər.

5.5. Jurnalistika bacarıqları

5.5.1. Xəbərtoplama

Təlim proqramı bir neçə kursdan ibarət olmaqla tənqidi, müstəqil medianın inkişafı üçün vacib olan obyektiv və balanslı jurnalistikanın əsas prinsipləri, və həmçinin müsahibə və xəbərtoplama bacarıqlarını əhatə edəcək.

Bu bacarıqlara aşağıdakılar daxildir:

- **Xəbər dəyərləri:** xəbərin əsas tərkib hissələri (kim, nə, hara, nə zaman və nə üçün). Yaxınlıq, miqyas, aidiyyət və məzmunun vacibliyi.
- **Xəbər mənbələri:** məsuliyyətli reportaj və dəqiq istinad etmə vasitəsilə əlaqələrin qurulub qorunması və etibarın qazanılması. Press-reviz və mətbuat konfranslarına güvənməyin təhlükəsi.
- **Redaksiya etikası:** tərəfsizlik, dəqiqlik, balans, obyektivlik. Medianın rolu və jurnalistin məsuliyyətləri.
- **TV üçün yazmaq:** məlumatı real tərzdə təqdim etmək və seyrçiyə hadisəni/tədbiri yaşatmaq üçün söz, görüntü və səsləri əlaqələndirmək bacarıqları.
- **Radio üçün yazmaq:** xəbərlər bülletenin hazırlanması; xəbər reportajlarına temp və rəngarəngliyin qatılması.

- **Müsahibə bacarıqları:** müsahibəyə hazırlıq və uğurlu müsahibə almaq üsulları. Müsahiblərin fikirlərinin aşkar edilməsi və onunla səmərəli əlaqənin qurulması. Problematik müsahiblərlə necə davranmalı.
- **TV üçün xüsusi reportajlar:** uzun TV reportajlarının planlaşdırılması və aparılması qaydaları; operator işi; kompozisiya.
- **Radio reportajlar:** formatlar, səslərdən istifadə, üslub, dinamika və struktur.
- **Hadisə yerindən canlı reportaj:** təşkilatı məsələlər, təhlükəsizlik məsələləri, komanda işi və texniki məqamlar.

Təlim xəbərlərin ən geniş tamaşaçı auditoriyasına münasib olmasını və əksəriyyətin rəyinin qazanmasını təmin edəcək.

5.5.2. Müxtəlifliyin işıqlandırılması

İctimai xidmət yayımının əsas elementlərindən biri kimi, İTV müxtəlif mənsubiyyətə malik qruplar arasında dialoqun inkişafı və bu qrupların debatlarla cəlb edilməsində medianın rolunun araşdırılması imkanını əldə edəcək. Təlim medianın aşağıdakıların tətbiqi üsullarını nümayiş etdirəcək:

- İcmalararası körpülərin qurulması;
- Barışq prosesinə təkan vermək;
- Azlıq qruplarının təcrid edilməsinin qarşısını almaq;
- Mədəni dəyərləri qorumaq;
- Gender bərabərliyinin təbliği;
- İnsan hüquqlarına dair beynəlxalq normaların təbliği;
- İctimai rəyi insan hüquqları pozuntularına, ayrışdırıcılığa və ədavətə qarşı səfərbər etmək;
- Münaqişə tərəflərini maarifləndirilmək.

Azlıqlar mövzusunda verişlər üçün yeni formatların araşdırılması və beynəlxalq təcrübədən dəyərənəmək məqsədilə təlim həmçinin Azlıqlar Departamentinin işçilərinə də keçiriləcəkdir.

5.5.3. Seçkilərin işıqlandırılması

2005-ci il Parlament Seçkilərində İTV tərəfli işıqlandırmaya görə tənqidə məruz qalmışdır. ATƏT-in keçirdiyi monitorinq İTV-nin efir vaxtının 74% hökumət, prezident və prezident aparatının fəaliyyətinə həsr edildiyinə işarə edirdi. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, bu göstərici digər TV-lərdə daha yüksək idi.

Bu təlim seçkilər mövzusunda ədalətli və obyektiv işıqlandırma və bütün namizədlər haqqında elektoratın maraqlarına uyğun tərəfsiz və balanslı informasiya vermək üçün vacib olan əsas bacarıq və üsulları təlqin edəcəkdir. İştirakçılar cəmiyyət üzvlərinin seçki prosesinə qoşulmaq yollarını və irəli sürülən islahatların onların həyatlarına mümkün təsirlərini araşdırmağı öyrənəcəklər.

Təlim aşağıdakı məsələlərə toxunacaq:

- Medianın seçkilərdə rolu
- Siyasətçilərlə əlaqələr
- İnsanların rolu
- Siyasi xəbərlərin digər mənbələri
- Senzura və təbliğat
- Siyasi məsahibələr
- Rəy sorğuları

5.5.4. Biznes və İqtisadi Jurnalistika

Neft sahəsində gözlənilən böyük gəlirlər jurnalistikanın bu sahəsini diqqət mərkəzinə çıxaracaq. Hazırda bir çox jurnalistlərin iş adamları və reklamçılar tərəfindən ələ keçirildikləri iddia edilir. Bu da, öz növbəsində onların peşəkarlığına ciddi zərbə vurur. Beləliklə, obyektiv və tərəfsiz biznes jurnalistikasının nüfuzunun qaldırılmasına təcili ehtiyac vardır. Biznes jurnalistikası kursu aşağıdakılara toxunacaq:

- Biznes jurnalistikasında balans və obyektivlik.
- Reklam xarakterli və adi reportajların fərqləndirilməsi; reportaj, təhlil və şərh.
- Müsahibə bacarıqlarının inkişaf etdirilməsi.
- Təqdimat bacarıqlarının inkişafı: düzgün üslubun seçimi, məsuliyyət və sensasiyadan qaçma.
- İqtisadi islahatlar və dövlət büdcəsinə aid məsələlərin işıqlandırılması.
- Beynəlxalq iqtisadiyyat.
- Beynəlxalq və yerli xəbərlər arasında tarazlıq; ümumi və ixtisaslaşmış biznes xəbərləri; Azərbaycan şəraitində maliyyə və makro-iqtisadi məsələlərin işıqlandırılması.

5.5.5. Təhqiqat jurnalistikası

İştirakçılar təhqiqata başlamaq və etik qaydalara, qanunlara riayət etməklə məsələni izləmək üsullarını öyrənəcəklər. Təlimçilər təhqiqat kampaniyasının hücum kampaniyasına və ziddiyyətlərin münaqişəyə keçmək təhlükələrini nümayiş etdirəcəklər. Təli müddətində iştirakçılar aşağıdakı məqamları araşdıracaqlar:

- **Termin:** təhqiqat jurnalistikası daha çox aktual mövzularda olur (məs. korrupsiya və səlahiyyətdən sui-istifadə).
- **Mövzu seçimi:** büdcə məsələləri, mənbələr, təhqiqatı uğurla başa çatdırmaq üçün lazım olan zaman və dəstəyin müəyyən edilməsi.
- **Vəsaitlərin bölgüsü/planlaşdırma:** planlaşdırmanın mürəkkəb tərəfləri, büdcənin müəyyən edilməsi və təhqiqat iştirakçıları arasında iş bölgüsü.
- **Araşdırma:** məlumat bazasının yaradılması.
- **Reportaj və məlumat toplamaq:** mənbələrin müəyyən edilməsi. Mürəkkəb məsələlərin sadə və asan tərzdə çatdırılması.
- **Reaksiya və cavablar:** təhqiqatın nəticələrinə hazır olmaq (hesabatları izləmək, məlumatı digər KİV-lə bölüşmək).

5.5.6. Sənədli filmlər və Maarifləndirici Verlişlər

İTV-də hazırlanan sənədli filmlərin peşəkar standartları nisbətən yüksəkdir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, Azlıq Verlişləri Departamenti Azərbaycanda müxtəlif həyat tərzlərinin əks etdirən və eyni zamanda yaxşı araşdırılmış sənədli filmlər hazırlayır. Departament işçilərinin lazımi avadanlığı və hər-tərəfli bacarıqları vardır. Lakin, işçilər belə filmlərin Qərbdə, xüsusən də, BBC-də necə hazırlandığı ilə maraqlanırdılar.

Bu təlim iştirakçılara sənədli filmin hazırlıq mərhələlərini ətraflı araşdıracaq:

- **İdeya:** araşdırma üsulları və orijinallıq. Potensial tamaşaçıları müəyyən etmək, efir vaxtı seçmək və büdcə hazırlamaq.
- **Araşdırma:** yeni və innovative material hazırlamaq üçün şifahi və yazılı mənbələrdən istifadə. Araşdırma və məlumat toplamaq üsulları.
- **Yanaşma:** materialı əyani etmək, müxtəlif yanaşmaları təhlil etmək üsulları. Müxtəlif formatlardan istifadə.

- **Çəkiliş:** büdcə və səfər məhdudiyetləri. Film iştirakçılarıyla iş, mesahibə metodları.
- **Strukturun müəyyən edilməsi və redaktə:** keçidlərin qurulması. Montaj otağında yaradıcı yanaşmadan istifadə imkanları.
- **Titrlər:** yadda qalan ifadələr və sərbəstlik.

5.6. Veb Jurnalistika

Təlim mövzuları:

- **Redaktə:** başlıqların yazılması, yazı üslubları. Redaktorlar materialların daha canlı təqdimatı yollarını araşdıracaqlar.
- **Tamaşaçı araşdırması:** hədəf tamaşaçıların müəyyən edilməsi və oxucu kütləsinin artırılması imkanlarını müzakirə edəcəklər. Saytların müşahidəsi və məlumatın oxucu tələbatlarına uyğunlaşdırılması.
- **İnkişaf:** digər sahələrin inkişafı mümkünlüyünün araşdırılması – məsələn, saytdan marketinq və satış imkanlarının artırılması. Mütəxəssislər saytı nəzərdən keçirib müvafiq tövsiyyələrini verəcəklər.
- **Intranet:** daxili kommunikasiya və resurslarının paylaşılmasını səmərəli edən veb və ya server intranet imkanlarının təşkili.

5.7. Auditoriya ilə əlaqələr

Hədəf auditoriyanın müəyyən edilməsi və onların ehtiyaclarının araşdırılmasının təşkilatı tərəfləri. Müxtəlif verişlərin fərqli tamaşaçı xüsusiyyətlərini nümayiş etdirəcək. Sonra, təlim auditoriya araşdırmaları nəticələrinin proqram ehtiyacları və reklam strategiyası üçün istifadə prosesini araşdıracaq.

Təlimin sonunda isə, Sosial Sorğu Monitorinq Mərkəzi tamaşaçı istəkləri, auditoriya reaksiyası və tamaşaçı razılığının ölçülməsi üsulları ilə tanış olacaq.

5.8. Satış

İşçilərə reklamı satmaq mexanizmləri təqdim ediləcək – prays listlərin hazırlanması, hədəf agentliklərin müəyyən edilməsi, müştərilərlə görüşlərin təşkili, yaxşı təəssürat bağışlamaq üsulları.

Təlim aşağıdakılara toxunacaq:

- **Ən yaxşı təcrübə:** yerli və Qərb təcrübəsindən nümunələr.
- **Etik məqamlar:** reklam məqalələrinin satışı, və ya reklam məzmunlu məqalə ilə adi məqalənin fərqləri.
- **Satış strategiyaları:** kampaniyaların təşkili.
- **Kadr inkişafı:** kadr yetişdirilməsi və inkişafı üsulları. Kommisiyalar, təlim və işə götürmə məsələləri.

5.9. Marketinq

Hazırda bu iş satış və bir nəfərdən ibarət ictimai əlaqələr şöbələri tərəfindən həyata keçirilir. Təlim vasitəsilə işçilər marketinq materiallarının hazırlanması və aydın korporativ qaydaların tərtibini öyrənəcəklər. Mütəxəssis dizayn, prodakşn, paylaşma, şüarlar texnikalarını öyrədəcək.

Sonra isə komanda birgə iş nəticəsində, həmçinin kənar qurumlarla əməkdaşlıq şəklində reklam kampaniyaları və materialları hazırlayacaqlar.

5.10. Daxili Təlim

Kurs təlim departamentinin əsasının qoyulması ilə başlayacaq. Bu departamentin sərəştəsinin müəyyən vaxt ərzində inkişafı təlimlərin davamlılığını təmin edəcək, həmçinin təlimlərin İTV-də kadr siyasətinin tərkib hissəsinə çevrilməsinə kömək edəcək.

Hər bir departamentin əsas üzvləri təlimçilər kimi yetişdiriləcək. Bu təlimçilər texniki təcrübə ilə yanaşı həm də kifayət qədər nüfuzlu olmalıdırlar. Bu kurs nəticəsində onlar təlimləri təşkil etmək və təlim keçmək bacarıqları əldə edəcəklər. Mövzular:

- Məqsədlərin müəyyən edilməsi
- Təlim Tələbatlarının Təhlili
- Fəal iştirakın təşkili
- Təlimin tərtibi
- Rəylərdən istifadə
- Təlimin çatdırılması və öyrənmə üsulları
- Qiymətləndirmə və monitoring
- Yeni işçilər üçün təlimlərin təşkili

6.0. Metodologiya

BBC təlim iştirakçılarının ehtiyaclarına uyğunlaşdırılmış sərbəst və interaktiv təlim metodlarından istifadə edir. Bu yanaşma yeni ideya və bacarıqları uzun müddətli vərdişlərə çevrilməsinə kömək edir, və beləliklə təlimin davamlılığı və keyfiyyəti təmin edilmiş olur.

Təlimçilər nəzəri və praktiki məşğələlər arasında ehtiyatla tarazlığa nail olurlar. Məsələn, əgər müzakirələr və tapşırıqlar obyektiv jurnalistikanın nə olduğunu anlamağa kömək edirsə, praktiki bacarıqlar isə bu prinsipləri işdə tətbiq etməyi asanlaşdırır. Təlim texnikaları interaktiv olur, mühazirələr formasını qəbul etmir və müzakirələrə, nümayişə, oyunlara və praktiki tapşırıqlara üstünlük verir.

İTV daxili təlim tet-a-tet və onlayn formada keçiriləcək. Bu kurslar inkişaf etməkdə olan dövlətlərin media peşəkarları üçün BBC-nin Dünya Xidməti Fondu tərəfindən hazırlanmış iLearn onlayn təlim vasitəsilə həyata keçiriləcək. Bu təlim müxtəlif modul, static məlumat toplusu, multi-media resursları və sorğulardan ibarətdir.

iLearn mürəkkəb Content Management System (Məzmun İdarəçiliyi Sistemi) sistemi ilə icra olunur. Fiziki şəkildə silinənə qədər, təlim və təlimçi arasında bütün dialoq bu system vasitəsilə sənədləşdirilir. Bu layihənin məqsədləri üçün, BBC-nin Dünya Xidməti Fondu bütün təlimləri Azərbaycan dilində bu sisteme əsasən hazırlayacaq və sonda İTV-yə təqdim edəcək.