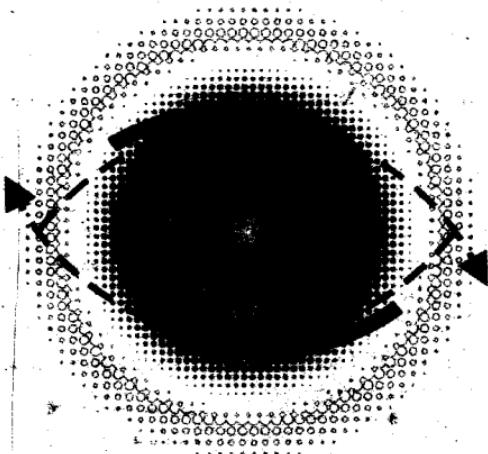


**QULU MAMMOMOLI**

# **ictimali televiziya**

**prinsipler • realıqlar • perspektivler**



**BAKİ NƏŞR  
2003**

M48

BBK-7632

Rəyçi:

Yalçın Əlizadə

BDU-nun «Televiziya və radio jurnalistikası»  
kafedrasının müdürü, dosent

Elmi redaktor: Aynur İmamverdiyeva

Redaktor: Firuzə Nadir

461

7 M 59

Məhərrəmli Q.M.

İctimai televiziya. *Prinsiplər, reallıqlar, perspektivlər.*

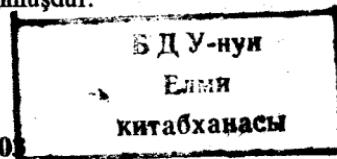
«Bakı» nəşriyyatı. Bakı, 2003, 176 səh.

ISBN 9952—8014—0—8

M48 Kitabda müasir demokratik cəmiyyətlərin əsas atributlarından biri olan ictimai televiziyanın mahiyyəti, məqsədi, yayım prinsipləri, maliyyələşməsi və idarə olunması, çoxkanallı telesistemdə onun yeri, tamaşaçı auditoriyası ilə əlaqəsi və s. məsələlər geniş araşdırılmışdır. Xarici ölkələrin ictimai yayım sahəsindəki təcrübəsinə nəzərdən keçirən müellif Azərbaycanda bu sahədə gedən diskussiyalara da öz münasibətini bildirmişdir.

Əsər teleradio mütəxəssisləri, jurnalistlər, sosioloqlar, kulturoloqlar, siyasetçilər və hər gün televiziya ilə temasda olan geniş oxucu kütłəsi üçün nəzərdə tutulmuşdur.

M 470206204 2003  
B 068-03



© Q.M. Məhərrəmli, 2003

© «Bakı», 2003

© Dizayn «BakıART», 2003

ISBN 9952—8014—0—8

245545

Televiziya – özünün ən eybəcər  
və yonulmamış formasında de-  
mokratiyadır.

P.Çayevski

«İctimai televiziya» anlayışını əmələ gətirən söz birləşməsində-  
ki hər iki leksik vahid biza yaxşı tanışdır: vaxtı ilə yaşadığımız  
sosializm cəmiyyətinin bütün mahiyyəti az qala «ictimai»  
sözündə cəmləşirdi, televiziya (TV) isə vahid ideologiyaya söy-  
kənən bu ictimai sistemin nəhəng təbliğat və təşviqat maşınının  
mühərriki funksiyasını yerinə yetirirdi. Sovet adamina bir az da  
əylər cə dadızdırıb könlünü oxşayan bu TV-nin kiçik ekranına  
çıxarı, bütün məhsullar (adi xəbər süjetindən tutmuş, çoxseriyalı  
film lərədək) mütləq ideoloji süzgəcdən keçirilirdi. Doğrudur,  
TV ərabir gəlişigözəl sözlər sayılan «xalqın tribunası», yaxud  
«milyonların gözü» kimi cazibədar təşbehlərlə də şərəfləndirilir-  
di. Amma bu qanadlı ifadələrin «mavi sehrkar»ın ictimai xar-  
akterinə heç bir dəxli yox idi və nəzəriyyəçilərin ekranda  
ümumi milli cəmiyyət maraqları və TV demokratiyası barədə da-  
nışdıqları şirin nağıldan başqa bir şey deyildi. Çünkü, ictimai  
mülk yətə əsaslanan sosializmin bətnindən doğulmuş, dövlət  
inhiştrində olan və siyasi hakimiyyətin istiqamətləndirdiyi TV-  
nin hakim ideologiyadan yan keçərək ictimai maraq güdməsi,  
üstəlik, hələ bir «ictimai TV» adlanması, əlbəttə, ağlaşılmaz idi.

Amma XX əsrin 80-ci illərindən bütün dünyada başlanan qlobal dəyişmələr TV anlayışını ictimai məzmunla qoşlaşdıraraq keçmiş sosializm düşərgəsinə – Şərqi Avropa və MDB məkanına mahiyyətinə, məqsəd və prinsiplərinə görə yeni olan teleyayım forması gətirdi. Həm də bu günədək bütün dünyada televiziyanın təşəkkülü və formalaşması prosesi onun müəyyən statusa malik olan üç formasını üzə çıxarmışdı: dövlət, kommersiya və ictimai. Bunların sırasında yalnız ictimai TV ümumi maraqlara cavab verirdi. Çünkü bu TV yayımı, ilk növbədə, hər cür ideoloji buxovlardan və siyasi hakimiyyətin təsirindən azad olması, tamaşaçıya gerçəklilik haqqında doğrudürüst informasiya verməsi, rəngarəng verilişlərlə onun zövqünü oxşaması, cəmiyyətdə barışlıq, dözümlülük təbliğ etməsi, müləyim səs ahəngi və qərəzsizliyi ilə seçilirdi. Getdikcə aydın olurdu ki, Qərbdən gələn bu TV-nin əsas məqsədi bütövlükdə cəmiyyətin və onun ayrı-ayrı sosial təbəqələrinin dəqiq, dolğun informasiya almaq tələbini ödəməkdir. Eyni zamanda bu TV seyrçilərin ictimai həyatın müxtəlif sahələrinə daır məlumat almaq, onların təhsil, mədəniyyət, musiqi, əyləncə və s. sahələrdəki ümumi maraqlarını təmin etməyə, söz və fikir azadlığını, cəmiyyətin mövcud siyasi landşaftını, fikir plüralizmini, müxtəlif baxış və əqidələri əks etdirməyə yönəlmüş teleprogramların öiçülli-biçili bölgüsünə əsasianır.

Bir qayda olaraq, yüksək texniki və keyfiyyət standartları ilə işləməsi, cəmiyyətin elitar-intellektual təbəqəsini özünə cəlb etməsi, xalqın maariflənməsi qayğısına qalması, insan ləyaqətinə, hüquq və azadlıqlara saygı ilə yanaşması, milli əxlaq normalarına, mənəvi prinsiplərə əsaslanması, programlarının tam peşə standartlarına uyğunluğu, hər cür təmənnə və qərəzdən uzaq olması da ictimai TV ideyasını xeyli populyarlaşdırırırdı.

Müstəqil bir dövlət kimi son illərdə Azərbaycanın Qərblə yاخınlaşması, ölkəmizin Avropa Şurasına daxil olması ilə yeni hüquq məkənnameyi qismət bizzət ictimai TV-nin yaradılması.

ni həyati zərurətə çevirib. Buna təkcə ictimai-madəni həyatımızda, kommunikasiya sistemimizdə Ümumavropanın kontekstinin güclənməsi kimi yox, həm də dünyani bir-birilə daha sıx bağlayan globallaşmanın məntiqi nəticəsi kimi baxmaq lazımdır. İctimai TV bize dünya ilə ayaqlaşmaqdır, dünya qaydaları ilə yaşamaqdakimək etməlidir. Ona görə də güman edilir ki, bizdə də ictimai TV-nin yaradılması vətəndaş cəmiyyəti quruculuğunda, demokratik proseslərin sürətləndirilməsində mühüm addım olacaq.

Əlbəttə, bu, nəzəri cəhətdən belədir. Aydındır ki, spesifik keçid dövrünü yaşayan Azərbaycanda bəşəri dəyərlərə əsaslanan hər hansı demokratik təsisatın yaradılması siyasi reallıq, milli psixologiya və cəmiyyətin ümumi inkişaf səviyyəsi ilə bağlı qarşıya xeyli çətinliklər çıxarırlar. Bu çətinliklərin bir qismi ictimai TV-nin məqsəd və mahiyyətinin yanlış qavranması, onun bəşəri prinsiplərinin bəzən cəmiyyətin davranış normaları ilə uyğunluğunu, həm də bu prinsiplərin çoxlarına hələ də aydın olmaması, bizi mövcud gerçəklilikdə bu TV-nin nə dərəcədə gərəkliliyinə şübhələrlə bağlıdır. Şübhəsiz ki, əhali arasında ictimai TV haqqında aydın təsəvvürün, mükəmməl biliyin olmaması da bu sahədə müəyyən çətinliklər yaradır.

Sizə əqdəm edilən bu kitab məhz ictimai TV-nin mahiyyətinin izahı, əsas prinsipləri, programlarına verilən tələbələr, idarə olunması, maliyyələşdirilməsi, yayım modelləri, eləcə də globallaşma dövrünün bazar şəraitində maliyyə çətinlikləri və siyasi mühitlə temasda üzləşdiyi problemlər, habelə ictimai yayının perspektivləri haqqında ən ümumi bilgilər vermək məqsədi ilə yazılmışdır. Kitabın birinci hissəsində ictimai yayının tarixi, onun təşəkkülü, inkişafı, yayım prinsiplərinin formallaşması, ictimai qayıesi, program siyaseti, cəmiyyət və hakimiyyətlə qarşılıqlı əlaqəsi, maliyyə və idarəciliklə bağlı problemləri, eləcə də global işləşmə şəraitində perspektivləri və s. məsələlər nəzərdən keçirilmişdir. İkinci hissədə xarici ölkələrin zəngin ictimai yay-

im təcrübəsi barədə ətraflı söz açılmışdır. Üçüncü hissədə isə müəllifin Azərbaycanda ictimai TV yaradılması ilə bağlı müzakirələrin gedişində, habelə müxtəlif mətbuat orqanlarında çap edilmiş çıxış, məqalə və müsahibələri toplanmışdır.

Qarşınızdakı bu nəşr Azərbaycan mühitində ictimai televiziya, onun həqiqi möhiyyəti, nəzəri və təcrubi problemlərinin elmi şərhi ilə bağlı ortaya çıxan ilk çap nümunələrindəndir. Bu səbəbdən müəllif ümidi vardır ki, hər gün təmasda olduğumuz televiziya kimi sosial-mədəni fenomen haqqında ən ümumi məlumatları da özündə eks etdirən bu kitab oxucularda müəyyən maraq doğuracaqdır.

# **Coxkanallı teleradio şəbəkəsi və ictimai televiziya**

- İctimai yayima doğru
- İctimai sahə: iqtisadi maraqlar mədəniyyətə və demokratiyaya qarşı
- İctimai sahədən ictimai televiziyyaya
- İctimai TV-nin idealı, vəzifə və prinsipləri
- Program siyaseti və verilişlərin özəllikləri
- Cəmiyyət maliyyələşdirir, idarə və nəzarət edir
- Böhran, yoxsa ictimai TV üçün tələ
- İctimai yayım və qloballaşma: gələcək necə görünür?

---

Televiziya müəyyən mənada cəmiyyətin güzgüsündür və daim onu ekranda öz əksinə baxmağa məcbur etməklə bu cəmiyyətin obrazını yaradır.

**D.Uolton**

## MİLLİ yayına verilen məsləhətlər:

- ölkə əhalisine hərtərəfli xidmət göstərilməsi (program rəngarəngliyi və informasiya xidməti baxımından);
- heç bir hökumət və üstqurum senzurasının nəzarəti olmadan söz azadlığının təmin edilməsi;
- efir vaxtını və programın keyfiyyətini nəzərə almaqla hər bir vətəndaşın teleradio yayımına çıxmaq hüquqlarının nəzərə alınması;
- teletamaşaçı və radiodinləyici assosiasiyanın hüquqlarının tanınması və onların rəylərinin kütləvi şəkildə müzakirə edilməsinə şərait yaradılması;
- bütün səviyyələrdə KİV-in köməyi ilə maarifləndirmə işinin genişləndirilməsi;
- teleradio yayımının sosial və texnoloji aspektlərinin tədqiq olunması;
- KİV sahəsində çalışan işçilərin cəmiyyət qarşısında xüsusi məsuliyyətini və bu məsuliyyətdən irəli gələn vəzifələrin yerinə yetirilməsinə aid siyasetin müəyyənləşdirilməsi;
- verilişlərin planlaşdırılmasında və ümumi yayında kommersiya maraqlarının azaldılması;

Avropa Şurası PA-nın 26-ci sessiyasının  
(1975-ci il) materiallarından.

## Çoxkañallı teleradio şəbəkəsi və ictimai televiziya

İnformasiya texnologiyalarının inkişafı bəşəriyyəti öz keçmişinə və gələcəyinə yenidən baxmağa vadar edir. Əgər dünənə kimi alımlar bəşər tarixini istehsal üsulu ilə əlaqədar ictimai-iqtisadi formasiyalara bölündürsə, bu gün dünyanın inkişaf mərhələləri informasiya vasitələrinin texnoloji səviyyəsinə görə müəyyənləşdirilir. Kanada-sosioloqu H.M. Maklünenin hələ ötən əsrin 60-cı illərində meydana çıxan belə bir fikri çoxdan mübahisə doğurmur ki, tarixin hərəkətverici qüvvəsi sinfi mübarizə deyil, insanların ünsiyyət sahəsini əhatə edən texniki nai-liyyətdir. Məhz bu ünsiyyət texnikasının səviyyəsinə görə o, bəşər tarixini üç dövrə bölfür: a) mətbuatın yaranmasından əvvəlki dövr; b) mətbuatın beş ənin ildik hökmranlıq dövrü; v) müasir radio və televiziya dövrü. Həm də alimin fikrincə, bu dövrdə «əlifba və çap texnikası par-çalanma prosesi üçün... şərait yaradır. Elektrik texnikası isə birləş-məyə və səfərbərliyə kömək edir... Elektron informasiya vasitələrinin ildirim sürətlə aləmi bizim hamımızı birdən cəlb edir. Bu halda heç bir əlahiddəlik, heç bir çərçivə mümkün deyil. Televiziya... bütün əhalini ritual prosesə cəlb edir». (Mcluchan, 1967)

Deməli, İnformasiya texnologiyası baxımından «dünyada iki böyük kəşf var: onun biri bizi kitablara bağlayan çap sənəti, digəri isə bizi ondan ayıran televiziyyadır» (J. Elqozi). Ona görə də TV və onun insanların (və cəmiyyətlərin) həyatında oynadığı müstəsna rol haqqında ay-rica danışmaq lazımlı. Onun tarixçəsi çox da uzun deyil. Müəyyən texniki kəşflərdən sonra formallaşan TV iki dünya müharibəsi urbətindən tarix səməsində bir qədər gec çıxdı. Amma onun gəlişi bəşəriyyət üçün, sözün əsl mənasında, informasiya partlayışı oldu.

Artıq ikinci dünya müharibəsindən sonra bəşər mədəniyyəti tarixin-də yeni bir dövr – elektron impulslarına əsaslanan və özündə həm yeni informasiya mühitini, həm də bədii sənəti əks etdirən möhtəşəm televiziya erası açıldı. Kommunikasiya və yayım texnologiyalarının yeni nailiyyətləri sayəsində bu televiziya tezliklə bütün planeti «qlobal elektron kəndə» çevirdi. Qitələr arasında məsafə bir göz qırpmında azaldı və müxtəlif ölkələrdə yaşayan insanlar kiçik ekran vasitəsilə bir-birlərindən xəbər tuta bildilər.

TV siyasi adamlarının və biznesmenlərin diqqətini daha tez cəlb et-di. Birincilə onu dövlət idarəciliyinə və ictimai rəyə təsir etmək aləti-

nə, ikincilər isə qazanc vasitəsinə çevirmək uğrunda yanşa girdilər. Hər iki halda cəmiyyət hədəf seçilmişdi. Halbuki cəmiyyəti formalasdırıran sosial təbəqələrin əksəriyəti siyasi sistemin imkan verdiyi formada, həm TV-nin siyasi vasitəyə əvirləməsinə, həm də onun bütünlükle qazanc mənbəyi rolunu oynamasına müqavimət göstərirdi.

Cəmiyyət ekrandan manipulyasiyaya xidmət etməyən, yalnız həqiqəti əks etdirən informasiya almaq istəyirdi. O, gözqamaşdırın saysız-həsabsız reklamlara da özünəməxsus şəkildə reaksiya verirdi. Bu isə onu göstərirdi ki, cəmiyyət çoxpalitralı TV sistemində öz televiziyasını - onu düşünen, onun maraqlarını ifadə edən, onun mənəvi dünyası, intellektual səviyyəsi və zövqünün qayğısına qalan bir TV-ni axtarır. Həmin ideallara isə yalnız ictimai TV-nin ölçüləri uyğun gəlirdi. Ona görə də ictimai TV-nin yaranması müasir dünyanın çoxkanallı teleradio şəbəkəsinin ümumi mənzərəsini tamamladı və bu yayım növü mövcud olduğu bütün ölkələrdə cəmiyyətin ümumi sərvətləri sırasına keçdi.

Beləliklə, bəşəriyyət ictimai TV-nin simasında yeni bir dəyər, cəmiyyətlərə sülh və barışq gətirən, fikir müxtəlifliyinə meydan açaraq demokratianın inkişafına təkan verən, milli mədəniyyətin güzgüsü sayılan böyük təsir gücünə malik mühüm bir vasitə əldə etdi.

## İctimai yayımıma doğru...

Hələ ötən əsrin 20-ci illərində Böyük Britaniyanın radio yayımında, 50-ci illərində ABŞ-in TV təcrübəsində mövcud olan, 70-ci illərin ortalarından isə Qərbi Avropa kulturoloqlarının leksikonunda geniş yer tutan «ictimai TV» anlayışı on il sonra bütün dünya üçün aktuallaşmağa başladı. Əvvəla, ictimai yayım modelinin nüvəsindəki faydalı rüşeymlər demokratik cəmiyyətlərin idealına çox uyğun gəlirdi. Digər tərəfdən isə cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin maraqlarının ifadəçisi kimi meydana çıxan yeni TV ekrandakı hay-küylü əyləncələrdən təngə gəlməş tamaşaçılarda milli mədəniyyətin və zövqlərin xilasına böyük ümidi lə yaradırdı.

Bu, həmin vaxtlar idi ki, dünyada qlobal-siyasi proseslər başlanmışdı. Keçmiş SSRİ-də gedən Qorbaçov yenidənqurmasının ab-havası XXI əsrin astanasında «sovət təhlükəsi»ndən çəkinən Qərb dünyasına əsrin xəyallar vəd edirdi. Bu xülyaların gerçəkləşməsi yolunda ilk adımlı isə 1989-cu ilin noyabrında Berlin divarlarının uçurulması və Al-

manıyanın birləşməsi oldu. Təsadüfi deyil ki, çoxları həmin ili mühüm cəhətlərinə görə, dönyanın təleyində dönlüş anı hesab edirlər. Axi, Berlin divarlarının çökəməsi bir sıra ölkələrin totalitar rejimindən demokratikləşməyə keçidi baxımından rəmzi məna daşıyırıldı. Bu keçid əsasən ağırlı, bir çox hallarda məyusədici, bəzi məqamlarda isə ilgim kimi aldadıcı idi. Amma bu prosesi yaşayınların çoxu özünü doğrultmayan ictimai sistemlərdən imtina etməyə meylli idi. Hətta Avropanın hüdudlarından kənardakı bir çox ölkələr özlərinin spesifik «Berlin divarı» dövrünü yaşayırdı. Başqa sözlə, bu ölkələr dünyəvi dəyərlərə qovuşmaq və demokratik proseslərin gücləndirilməsi uğrunda mübarizənin ən müxəlif formalarını sınaqdan keçirirdi.

1989-cu il, həm də kütləvi kommunikasiya və informasiya vasitələri sənayesinə milyonlarla dollar vəsait ayrılması prosesi ilə üst-üstə düşündü. T.Terner, R.Merdok, S.Berlusconi kimi sahibkarlar TV-yə milyonlarla dollar kapital yönəldirdilər. Bu kapital transmilli peyk və kabel paylaşıdırıcıları xidmətlərinin yaradılmasına yol açmışdı. Həmin xidmətlər peykin fəaliyyət zonasına daxil olan əhali ilə birlikdə bütün coğrafi rayonları əhatə edirdi və bu minvalla da milli sərhədlərin «divarları» tədricən silinirdi. O dövrədə Amerikadan peyklə yayımlanan verilişlər heç bir maneəyə rast gəlmədən Avstraliyada, yaxud Afrikadın ucqarlaşdırında da seyr edildi. Yerli kanallar şəbəkəsinin sərhədləri genişləndikcə, müxtəlif məzmunlu verilişlər «yağış»na düşən tamaşaçı «nəyə təxəmlü?» suali qarşısında aciz qalırdı. Özü də bu programların eksori yəti başqıçelləndirən şoulardan, gözqamaşdırıcı kliplərdən, aramsız davam edən seriallardan və s. ibarət idi. Başlangıçda mərmiş və mədəniyyətə xidmət missiyasını seçmiş TV indi sürətlə öz yerini itirir, yoldan tədricən sapındı.

Hələ 80-cü illərin ortalarında kəskin Avropada hər hansı ölkənin geniş mədəni inkişafına kömək göstərə bilən iki mühüm təsisatdan biri (təhsilli yanaşı) TV sayılırdı. Təbii ki, mədəni inkişaf dedikdə, təkcə incəsənət və musiqi deyil, həm də bütövlükdə insanların həyatına və cəmiyyətə daha yüksək məzmun gətirməyə imkan verən əqli və yaradıcı təxəyyül qabiliyyətinin inkişafı nəzərdə tutulurdu.

Bir çox ölkələrin siyasi xadimləri radio və TV-nin mədəniyyət elementinə deyil, marketing vasitəsinə çevriləməsi ilə, adətən, bərişirdilər. Şimali Amerikada başlanan bu proses tezliklə Avropa yayımına da təsir göstərdi və hazırda dönyanın qalan hissəsini də əhatə etməkdədir. Xalqın mədəni, sosial, təhsil və iqtisadi tələbatına diqqət yetirən TV-

yə açıq-aşkar ehtiyac duyulmasına baxmayaraq, üçüncü dönya ölkələri də bu prosesdən yan keçə bilmirdilər. Təbii ki, qeyri-adi kommunikasiya vasitələri olan TV və radionun tamaşaçıları vətəndaş kimi deyil, yalnız reklam biznesinin təsirinə düşmüş istehlakçılar kimi əzizləyən sənaye sahələrinin maraqlarına bütövlükle tabe edilməsi böyük narahatlıq doğururdu. Xüsusən liberal demokratiya ölkələrində TV kanallarının sayının artırılması fonunda tamaşaçılar sahibkarların ciddi reklam təzyiqi ilə qarşılaşırdılar.

Diqqəti cəlb edən daha bir amil, son onilliklərdə gənclərin gözündə audiovizual fəaliyyətin böyük cazibədarlıq qazanmasıdır (əslində, ekranə bağlanan yeniyetmə və gəncləri elə indi də televizordan qoparmaq xeyli müşküləşib). Bütün dünyada TV programlarının sayının artmasında bu amil də müəyyən rol oynayıb. Sosial təzyiqin bütün formaları telekommunikasiyanın inkişafına ciddi təsir göstərir.

Coxkanallı TV şəbəkəsi qismən bir çox texnoloji ixtiralar – elektro-maqnit dalğaları, koaksial kabellər, optik liflər, peykler, rəqəmli texnologiyalar və siqnalların sıxlığıdır. Kanalların sayının artması isə mütləq auditoriyanın diqqətini cəlb etmək uğrunda daha güclü rəqabətə gətirib çıxarır. Axı, hər gün ekranə milyonlarla tamaşaçı baxır. Böyük bizneslə məşgül olanlar özlərinin kommersiya xəbərlərinin bu tamaşaçıya çatması üçün milyardlarla dollar xərcləyirlər. Siyasetçilərə gəlinçə isə, onlar da çox vaxt haqlı olaraq güman edirlər ki, uğur, yaxud uğursuzluqlarının əsas səbəbi TV-dir. Ümumiyyətlə, siyasetçilərin, xüsusən hakimiyyətdə olan siyasi qüvvələrin TV-yə manipulyasiya aləti kimi baxması barədə ayrıca danışmaq lazımdır. Çünkü hər hansı ölkədə ictimai TV yaratmanın əsas səbəblərindən biri də ekran-efiri siyasetçilərin təzyiqindən xilas etməklə bağlıdır.

Siyasi sistemin xarakterindən asılı olmayaraq, cəmiyyət üçün ən təhlükəli məqamlardan biri KİV-dən, ilk növbədə isə TV-dən yalanə və aldatrmağa əsaslanan siyasi manipulyasiya aləti kimi istifadə edilməsidir (siyasi manipulyasiya dedikdə, auditoriyanı yalanla çəşdirməq, insanların şüurunun onların öz maraqlarının əksinə olaraq gizli idarə edilməsi başa düşülür). Təkcə avtoritar rejimlərdə deyil, vaxtilə Qərbin demokratik ölkələrində də siyasetçilər TV-dən siyasi təsir vətəsi kimi bəhrələnmişlər. Məsələn, 1964-cü ildə Fransa prezidenti Şarl de Qoll, müxalifətlə apardığı mübarizə barədə belə deymişdi: «Onların əlində mətbuat var, amma məndə televiziya və radio. Mən bu vətələri əldən buraxmaq fikrində deyiləm».

1982-ci il, kimi Fransada efir üzerinde dövlət monopoliyası davam etmişdi. Dövlətin efir nəzarəti məhiyyət etibarı ilə daha geniş manipulyasiyaya imkan verirdi. Yəni bu zaman qlobal, ümumdövlət manipulyasiyası kütləvi şüura sistemli şəkildə sosial-siyasi miflərin daxil edilməsi ilə həyata keçirilir. Bu miflər ilkiyalara, təmtəraqlı şüurlara, hansısa ide-alara və inama əsaslanır. Misal üçün, Səddam Hüseynin ərəb xalqının, Şərqi dünyasının xilaşkarı, millət atası kimi görünən mifinin yaradılması. Şübhəsiz, kənardan gülünc görünən hər hansı bir mif heç də həmin ölkədə eyni reaksiya ilə qarşılanır. Əksinə, çoxları manipulyasiyanın yaratdığı rəyi ən ali həqiqət kimi qəbul edir. Əslinde, TV özü çox geniş ifadə və təsir imkanları ilə manipulyasiyaya geniş imkanlar açır və o, siyasi məqsədlərə çatmaq üçün bir növ körpü rolunu oynayır. Məşhur italyan maqnati S.Berluskoninin fəaliyyətini buna misal göstərmək olar.

TV manipulyasiyası bir çox metodların şüura təsiri vasitəsilə gerçekleşir. Bu zənən faktların birtərəfli şəhri, sərf etməyən informasiyanın verilməməsi, təsvirin yanlış yozumu, yalan və böhtanın yayımı mühüm rol oynayır. Tamaşaçıya tam yox, yarımhəqiqət çatdırılır. Yəni, auditorianın inamını qazanmaq üçün az əhəmiyyətli məsələlər bir qədər obyektiv və əhatəli işqlandırılır. Əksinə, vacib faktların üstündən sükulla keçilir, yaxud yanlış şəhərlərə dinləyicilərdə səhv fikir, anlaşılmazlıq formalaşdırılır.

TV üzərində hakimiyyətə nail olan müasir manipulyatorlar kütlə psixologiyaından məharətlə istifadə edirlər. Onlar sərfedici rəy sorğusu nümayiş etdirir, tamaşaçıya müəyyən siyasi qüvvənin, yaxud ayrıca fərdlərin cəmiyyətdə qəbulunma üstünlüğünü aşayırlar. Bu halda başqa cür dişünən insanların mövqelərində, həqiqətən, müəyyən döyişiklik baş verir.

Manipulyasiyadan təkcə totalitar və avtoritar rejimlərdə deyil, hətta müasir demokratik dövlətlərdə, (xüsusiələr ərəfəsində) geniş istifadə olunur. Bu da öz növbəsində, seçkilərdə cəlbedici siyasi xadimin obrazını yaratmağa yönəldilmiş imicmeykinq reklam biznesinin inkişafına kömək edir. Məhz bu anda siyasetçilərlə kommersiya TV-lərinin maraqlı üst-üstə düşür.

Əlbəttə, TV-nin həm kommersiya, həm də manipulyasiya vasitəsi kimi şüurla təsiri ilə bağlı nəhəng imkanların mövcudluğu qarşıya belə bir sual çıxarır: əgər TV və radio belə misilsiz güce malikdirlər, onda niyə cəmiyyət təhsilin, mədəniyyətin və sosial sahənin inkişafı üçün

bu informasiya vasitələrindən daha fəal və yaradıcılıqla istifadə etmir?

Ötən əsrin 20-ci illərində - təşəkkül tapdığı ilk dövrlərdə dövlət və hökumət başçıları, eləcə də digər siyasi liderlər cəmiyyətin təkmilləşdirilməsi üçün bu yeni informasiya vasitəsinin potensial gücünü böyük nikbinliklə baxırdılar. Əgər keçmiş Sovetlər Birliyində radioya sosialist ideyalarını yaymaq üçün kütləvi təşviqat və təbliğat vasitəsi kimi baxırdılar, Qərbdə bu yeni texnologiyani cəmiyyətin spesifik çətinliklərinin aradan qaldırılmasında ümidverici bir imkan kimi nəzərdən keçirildilər. O vaxtlar Amerika Birləşmiş Ştatlarının ticarət naziri, sonralar isə respublika prezidenti olan Herbert Quver 1924-cü ildə konqres komitələrinin birində çıxışı zamanı «Radio rabitəsinə yalnız öz var-dövləti arturmaq vasitəsi, şəxsi reklam, yaxud fordi maraq və əyləncə naminə həyata keçirilən biznes kimi baxmaq olmaz», - demişdi. O, belə bir fikirdə idi ki, cəmiyyətin etimadı ilə möhkəmlənən radio yayımı ictimai məhiyyət daşıyır. Ona görə də digər kommunal xidmətləri kimi, radio rabitəsi də, ilk növbədə, eyni dərəcədə və eyni ümumi prinsiplər əsasında ictimai maraq nöqtəyi-nəzərindən qiymətləndirilməlidir.

Bir qədər sonra Böyük Britaniyada Bi-bi-si-nin ilk baş direktoru lord Con Reyt də bu qərara gəlmışdı ki, belə nəhəng elmi ixtiradan yalnız əyləncə məqsədləri və özəl maraqlara görə istifadə onun imkanlarının əxlaqsızlaşdırılması, cəmiyyətin ləyaqət və düşüncəsinin təhqir edilməsi demək olardı. Bu mənada Kanadanın baş naziri R.Bennetin 1932-ci ilin mayında parlamentdəki çıxışı daha iibrətamızdır: «Milli inkişafımızın indiki spesifik çətinliklərlə üzлəşdiyimiz mərhələsində problemlərin həllində radio bize çox kömək edə bilər. Ona görə də radionun imkanlarından bütün xalqın istifadəsi üçün şərait yaratmaq parlamentin borcudur». Konkret və sərrast deyilmiş ifadələrdir.

Əlbəttə, dövlət xadimlərinin radio yayımının ictimai əhəmiyyəti barədə çağırışına, eləcə də C.Reytin kommersiya reklamının mədəni inkişafdan daha çox əyləncə və bayagliğa sürükləyəcəyi barədə xəbərdarlıqlarına baxmayaraq, illər keçdikdən sonra Şimali Amerikada və Qərbi Avrопada teleradio yayımının inkişafı, əslində, bəzi əhəmiyyət-siz istisnalarla, reklam biznesinin və asudə vaxt sənayesinin - «əyləncə sənayesi»nin diqtəsi ilə müəyyənləşirdi. Bu sənayeni ciddi nəzarət altında saxlayan reyting oyununda qələbə və məglubiyyət günlərlə, həftələrlə, yaxud ayrlarla deyil, dəqiqələr və hətta saniyelərlə ölçülürdü.

Daha bir tendensiya TV yayımının ictimai xidmətlərinin özəl TV sahəsi ilə rəqabətində özünü göstərirdi. İctimai yayım bu könülsüz rəqa-

bəzə faktiki olaraq maliyyə çətinliklərinə görə məcbur edilirdi. Əslində, kommersiya TV-ləri bütən cəbhə boyu hücumu keçərək cəmiyyəti öz ritminə təbe edir, hələ tam formallaşmayan ictimai yayım da daxil olmaqla, istənilən teleməkanda asanlıqla lideriyi ələ ala bilir, bununla da bir sır a dəyərləri, o cümlədən klassik mədəniyyət anlayışını ay-aqlar altına salırıdı. Əslində, bu məsələ elə bizim günlərdə də belədir və təsadüfi deyildir ki, İsvəçrənin Davos şəhərində hər il keçirilən Ümumdünyə iqtisadi forumunun toplantılarının birində (fevral 1992) çıxış edən Çexiya prezidenti Vatslav Havel müasir sivilizasiyanın ciddi problemlərindən danışarkən bu məsələyə xüsusi diqqət yetirmişdi. O, «varlı Şinalla yoxsul Cənub arasında fərqli kəskin genişləndiyini, achığın təhlükəli həddə çatdığını, planetin bioloji və mineral ehtiyatlarının tükəndiyini», eləcə də «bəşəriyyət üçün ümumi təhlükə»nin bir qismi kimi, «kommersiya televiziya mədəniyyətinin ictimai həyata geniş müdaxiləsi»ni də təhlükəli hal kimi qeyd etmişdi.

Bəs bu müdaxilənin qarşısı necə alınmalıdır, ölkənin, xalqın mədəni irsi, cəmiyyətin mənəvi dəyərləri necə qorunmalıdır? Axi, kommersiya TV-si bu mədəniyyəti nəinki qorurur, hətta onun klassik məzmununu cılızlaşdırır. Həqiqi mədəniyyət anlayışı məzmununa görə çox genişdir. Bu sözü kimin və hansı şəraitdə tələffüz etməsindən asılı olmayaraq, mədəniyyət musiqi və təsviri sənəti, kino və teatri, yaxud adamların davranış tərzini, yemək hazırlamaq üsulunu, hətta xörəyin necə yeyilməsini anlada bilər, ya da bu söz intellektual mülkiyyətə və ya əyləncələrə aid edilsə bilər.

Bəli, mədəniyyət sonsuz dərəcədə çoxşaxəli və həyatın özü kimi dəyişkəndir. Hər hansı ölkənin özünəməxsusluğu, onun tanınması, əlbəttə ki, öz ifadəsinə siyasi hakimiyyətin fəaliyyət və göstərişlərində deyil, ayrı-ayrı yaradıcı şəxslərin (ilk növbədə, elm və sənət adamlarının) üslubunda və parlaq əsərlərində tapır. Təbii ki, bu, siyasi göstərişlərin məhsulu yox, intellektual-yaradıcı prosesin nəticəsidir. Məhz buna görə də demokratik ölkələrdə hakimiyyətdən xalqın mədəni özünü ifadəsinə kömək dəcək geniş çərçivələr qurulmasını umurlar. Hakimiyyət məzmunu, yaxud üsluba müdaxilə etməməlidir, çünki hər hansı ölkəyə digərləri ilə müqayisədə sərvət baxımından olmasa da, ləyaqət nöqtəyi-nəzərindən özünü qürurlu hiss etməyə imkan verən də məhz mədəniyyətdir. Əslində, bu, şüurun suverenliyidir və mədəniyyətin siyasi suverenliyin real əsasını təşkil etdiyini göstərir. Ona görə də TV yayımı üçün geniş mənada mədəniyyət anlayışı – milli-mənəvi dəyərlərin

yaşaması və auditoriyanı fəth etməsi deməkdir. Ortaya suallar çıxır: yayım kommersiya məhsuluna çevrilməlidir, yoxsa adamlar üçün mədəniyyət və biliklərə yiyələnməkdən ötrü təsisat olmalıdır? Yayım hansı sahəyə aid edilməlidir: təhsilə və digər ictimai xidmətlərə, yoxsa sifir biznesə? Başqa sözlə, maarif və mədəniyyətin hamının yiyələnə biləcəyi dəyər olması üçün radio və TV kimi nəhəng potensiala malik vasitələrdən biz necə istifadə etməliyik?

Qazanc üçün çalışan özəl TV-lərdə, yaxud hakimiyyətin nəzarətində olan yayım strukturlarında bu sualların müsbət cavabına ümidişlər azdır. Heç bazar şəraiti də TV çərçivəsində kommersiya münasibəti ilə mədəni möqsədlərin bir araya siğmasına imkan vermir. Deməli, bütün hallarda ümid ictimai TV-yədir. Ona görə də 60-ci illərin ortalarından başlayaraq bir çox ölkələr ictimai xidmət ideyasına əsaslanan radio və TV-nin inkişafına müsbət yanaşır, belə bir yayılma nail olmaq üçün konkret addımlar atıldı. Çoxları yaxşı başa düşürdü ki, bu yayım iqtisadi məsələlərdən daha çox xalqın tərəqqisinə, mədəniyyətin və təhsilin inkişafına, maarifçiliyin genişlənməsinə, yaşadığımız dünyyanın da-ha dərindən dərk edilməsinə olan ehtiyacı ödəyə bilər.

İngilis tədqiqatçısı J. Blümler dünyada ictimai yayının inkişafına həsr olunmuş kollektiv əsərlərdən birinə yazdığı sözardında göstərirdi ki, həmin dövrdə az qala bütün demokratik ölkələr yayım məsələlərinə dair qeydiyyat üçün müraciət edənlərin razılışma sənədlərinə ictimai xarakterli bu və ya digər komponentlər daxil edirdilər. Bu, qismən, əvvəlcə radionun, sonra isə TV-nin də nəsə xüsusi informasiya vasitəsinə çevrildiyi barədə təsəvvürləri dəqiq əks etdirirdi. Bu amillərə görə, onlar sosial, siyasi və mədəni sahədə qüdrətli təsir vasitəsi olan radio və TV-nin, həm də «prinsipial» informasiya vasitəsinə çevriləcəyini səbirsizliklə gözləyirdilər (Blumler, 1991).

Bələliklə, bir tərəfdən TV bazarının genişlənməsi, bu bazarda kommersiya TV-lərinin meydan sulaması, siyasetçilərin TV-yə xüsusi iştahla baxmaları, digər tərəfdən isə coxsayılı telekanallarda tamaşaçı marağına göz yumulması, ekranlarda cılız və bayağı mədəniyyət yaratmaq cəhdləri, əsl mədəniyyətin, elmin, maariflənmənin yaddan çıxmazı cəmiyyəti onun özünün ola biləcək yeni yayım modelinə tərəf çəkirdi. Belə model isə 50-ci illərdən ABŞ-da mövcud idi və 70-ci illərin ortalarından başlayaraq Avropa ölkələrinin çoxu həmin təcrübəni özlərində tətbiq etməyə çalışırdılar. Əslində isə Avropada bu proses bir az tez, təxminən 60-ci illərin ortalarında başlanmışdı. Artıq həmin

dövrde kommersiya TV-lərinin heç bir əndazəyə sığmayan yayım siyasetinə etiraz edən Avropa ölkələrinin əksəriyyətində TV və radionun cəmiyyətdəki yeri, statusu, idarə olunması məsələləri barədə qızgrün mübahisələri aparırdılar.

1968-ci ilde Zalsburqda keçirilən «İnsan haqları və kütləvi informasiya vasitələri» mövzusunda simpozium ictimai yayım ideyasının genişlənməsi yolunda mühüm addım oldu. Bu simpoziumda vətəndaşların informasiya almaq hüquqları barədə xüsusi sənəd qəbul olundu. 1970-ci ildə Avropa Şurasının Nazirlər Komitəsi cəmiyyət üzvlərinin, ayrı-ayrı fərdlərin TV və radio ilə cavab vermək hüququnun tanınması barədə qətnamə qəbul etdi. 1973-cü ildə bu təşkilatın Florensiyada keçirilən toplantısı fikrin azad ifadə olunması və Avropa cəmiyyətin də yaradıcı ziyanların rolu məsələsini müzakirəyə çıxardı. Bundan iki il sonra Avropa Şurasının Parlament Assambleyası ictimai yayılma bağlı daha konkret addım atdı. Bütün Avropa TV məkanında gedən zərərli tendensiyaları izləyən bu təşkilat 1975-ci ildə özünün 26-ci sessiyasında təkcə kommersiya qurumlarının və siyasi dairələrin deyil, bütün cəmiyyətin maraqlarına xidmət edən ictimai yayımın zəruriliyi məsələsini qaldırdı. Sessiya bütün dünyada telekommunikasiyanın ar-tan rolunu nəzərə alaraq Şuraya üzv dövlətlərin maarif və mədəniyyətin inkişafındakı imkanlarının Ümumavropa siyasetindəki yerini müəyyənləşdirmək məqsədilə xüsusi konfrans keçirməyə çağırıldı. Avropa Şurası 1982-ci il aprelin 29-da informasiya və fikir azadlığına dair xüsusi Bəyannamə qəbul etdi. Bu sənəddə heç kimdən asılı olmayan azad, müstaqil fikirlərə, plüralizmə geniş yer verən kommunikasiya vasitələrinin inkişaf etdirilməsinin zəruriliyi xüsusi qeyd olunmuşdu.

1986-ci ilin dekabrında AŞ-nın üzvü olan ölkələrin KIV siyaseti üzrə nazirlərinin Vyanada I konfransı keçirildi. Toplantının ictimai və özəl yayım haqqında qəbul etdiyi qətnaməsində nazirlər öz ölkələrində ictimai yayım prinsiplərinin möhkəmləndirilməsi prosesinə sadiq oldularını bir dəfə təsdiq etdilər. Eyni zamanda bu fikri xüsusi vurguladılar ki, ictimai yayım demokratik cəmiyyətdə ictimai rəyin sərbəst formalaşmasının və mədəniyyətin inkişafına çox böyük kömək edir.

KIV, o cünlədən ictimai yayım sahəsində azadlıq və plüralizmin inkişafına ardıcıl diqqət yetirən Avropa Şurası 80-ci illərin sonlarından bu yönədə dəqiq prinsiplərin işləniləb hazırlanmasını öz üzərinə götürdü. Bu sahədə AŞ-ya üzv olan ölkələrin informasiya nazirlərinin 3-cü (Kipr, oktyabr 1991), 4-cü (Praqa, dekabr 1994) və 5-ci (Saloniki, de-

kabr 1997) konfranslarının yekun sənədləri mühüm mərhələyə çevrildi. 1993-cü ilin sentyabrında Beynəlxalq Mətbuat İnstitutu Vyanaada KİV-in problemləri ilə bağlı keçirdiyi Avropa simpoziumunda ictimai yayımı siyasi fəaliyyət dairəsindən çıxarmaq çağırışı ilə bütün dünyaya ölkələrinə müraciət etdi. Tarixə Vyana Bəyannaməsi kimi düşmüş bu sənəddə, həmçinin hər yerdə dövlətin nəzarət etdiyi yayımdan ictimai yayıma keçmək tövsiyə olunurdu. Eləcə də AŞ Nazirlər Komitəsinin 1994 (oktyabr), 1996 (sentyabr) və 1999-cu ildə (yanvar) qəbul etdiyi qətnamə, qərar və tövsiyələr ictimai TV-də fikir azadlığı və plüralizm meyllərini qarşısalınmaz prosesə çevirdi.

Bu mənada 1994-cü ildə AŞ-na üzv olan ölkələrin mətbuat və informasiya nazirlərinin kütləvi informasiya siyasəti ilə bağlı Praqada keçirdikləri IV konfransın qətnaməsinin xüsusi əhəmiyyəti vardır. Həmin qətnamə Avropada ictimai yayının əsas cizgilərini göstərərək ictimai TV-nin mahiyyətini, məqsəd və prinsiplərini, onun demokratik cəmiyyətdə yerini, habelə KİV-in bu modelinə siyasi yanaşma qaydalarını, onun maliyyələşdirilməsi yollarını, iqtisadi praktikasını, müstəqilliyini, ictimai məsuliyyətini, cəmiyyət və hakimiyətlə əməkdaşlıq formalarını dəqiq müəyyənləşdirdi. Konfransın qəbul etdiyi qətnamədə ictimai teleradionun funksiyaları, eləcə də bu yayının programlarına verilən əsas tələblər belə müəyyənləşdirdi:

- ictimai TV-nin proqramları cəmiyyətin bütün üzvlərinin mərağına xidmət etməli, onların sosial birliliyinə şərait yaratmalı, bütün fərdlərin, qrupların və icmaların integrasiyasına təkan verməli, cinsi, dini və irqi sıxişdirmaların bütün təzahürlərinə qarşı çıxmalıdır;
- diskussiyanın elə kütləvi tribunasına çevrilməlidir ki, orada cəmiyyətin mümkün qədər geniş fikir spektri öz əksini tapsın;
- qərəzsiz və müstəqil informasiyanın, məlumat və şəhərin çatdırılmasını təmin etməlidir;
- bazarın maraqları naminə keyfiyyəti qurban vermədən plüralizmə əsaslanan, yeni ideyaları inkişaf etdirən, etik meyarlara söykənən, peşəkarlıq cəhətdən yüksək səviyyəli proqramlar hazırlanmalıdır;
- azlıq təşkil edən qrupların da istəyini nəzərə almaqla geniş kütlənin maraqlarına cavab verən proqram və xidmət şəbəkəsi təşkil etməlidir;
- cəmiyyətdə özünü göstərən etnik və mədəni müxtəlifliklə bağlı

qarşılıqlı anlaşma və toleranlığa nail olmaq məqsədi ilə çəsidi fəlsəfə ideyaların və dini etiqadların tamaşaçıya çatdırılmasını təmin etməlidir;

- programlar müxtəlif milli və Avropa mədəni dəyərlərinin qayranmasına və qiymətləndirilməsinə kömək göstərməlidir;
- programların səviyyəsinə diqqət yetirilməli, tammetrajlı filmlərin, teleradio tamaşalarının və digər yaradıcılıq məhsullarının orijinallığını təmin edilməlidir;
- televizion dinləyicilərinin seçim imkanlarını genişləndirməli, kommersiya strukturlarının təqdim etmədikləri xidmətləri göstərməlidir.

Göründüyü kimi, Praqa konfransının qətnaməsində bu günümüz üçün çox aktual olan bir sıra məsələlər, o cümlədən ictimai TV-nin mahiyyəti, prinsiplər və onun program siyasetinin əsasları öz əksini tapmışdır.

Dünya ek anlarında kommersiya ab-havasının güclənməsi, auditoriyanı (o cür ilədən uşaqları və yeniyetmələri) nəzərə almadan qəddarlığın, zoraklığın, parnoqrafiyanın göstərilməsi, tamaşaçılardan çətin mənimsədiy mütərrəd, bayağı verilişlərin hazırlanması, xüsusən kütüvə psixozun və uydurma mədəniyyətin təbliği 80-ci illərin sonunda YUNESKO-nu da fəal tədbirlər görmək üçün hərəkətə gətirdi. Bu beynəlxalq təşkilat kosmik texnologiyanın audiovizual bazarla müvafiq birliliyi nəticəsində teleyayım xidmətlərində yaranmış ciddi problemlər - bütövlükdə bazarın tələbləri ilə ayaqlaşmayan təhsilə, sosial məsələlərə və mədəniyyətə olan biganəliyə laqeyd qalmadı.

Birləşmiş Millətlər Təşkilatının ixtisaslaşdırılmış təsisatı olan və bütün halları la kommunikasiya sahəsində xüsusi səlahiyyətlərə malik YUNESKO üçün 1989-cu il dönüs nöqtəsi oldu. Məhz həmin il bu təşkilat on illərlə davam edən mübahisə və müzakirələrdən sonra kommunikasiya sahəsində öz yeni strategiyasını müzəyyənləşdirib heyata keçirməyə başladı. Həmin strategiyanın əsasında insan hüquqları haqqında ümumi bəyannamənin 19-cu maddəsində öz əksini tapan məqam - söz, fikir və mətbuat azadlığı hüququna istinad dayanır. Kommunikasiya sahəsində bu yeni strategiya TV-nin kommersiya təsirindən və siyasi inhişardan asılılığına qarşı çıxaraq həlledici nizamnamə konsepsiyanının operativ aspektini - informasiyanın azad yayılması tendeniyasını möhkəmləndirdi.

İnformasiyanın daha geniş və tənzimlənmiş şəkildə yayılmasına nail olmaq məqsədi ilə göstərilən səylər daha bir mühüm prinsipə - fikir

və düşüncənin azad ifadə olunması hüququna əsaslanırdı. Bəs bu hüquqlar avtoritar rejimlərdə necə gerçəkləşdirilə bilər? YUNESKO-nun 1989-cu ildə beynəlxalq və milli səviyyədə fikrin azad ifadəsi ilə bağlı keçirdiyi konfransda həmin problem geniş müzakirə olundu. Bu təşkilatın Namibiyada (Vindhuk, 1991) və Qazaxıstanda (Alma-Ata, 1992) təşkil etdiyi xüsusi seminarlarda da azad və plüralist mətbuatın problemlərinin müzakirəsi principcə yeni məqamları ortaya çıxarmış oldu. Digər tərəfdən, bu səylər kommunikasiya infrastrukturlarının yaradılmasını və inkişaf etməkdə olan ölkələrdə kommunikasiya sahəsində mütəxəssislər hazırlanmasını da həyatı zərurətə çevirirdi.

1989-cu ilin noyabrında YUNESKO-nun Baş konfransı özünün 25-ci sessiyasında «informasiyanın istər beynəlxalq, istərsə də milli səviyyələrdə azad yayılması və fikrin azad ifadəsi üçün daha geniş, daha tənzimlənmiş, hər hansı maneə olmadan yayılmasının təminatını gücləndirmək» strategiyasını qəbul etdi. Bu strategiya, ilk növbədə, demokratiyaya keçid dövründə olan Şərqi Avropa ölkələrinə yönəlmışdı.

Aydındır ki, yayım xidməti kimi mətbuat azadlığı da bu strategiyanın tərkib hissəsi idi. Xüsusən ona görə ki, dövlətə məxsus olan və onun nəzarət etdiyi yayım bir çox ölkələrdə hakimiyətin siyasi iradəsinin təbliğatçısına və ictimai təsir alətinə çevrilmişdi. Kütlələrin ümumi savadsızlığı və ictimai şüurun aşağı səviyyədə olması onlara məkan, zaman maneələrini aşan yayım vasitəsilə dünyanı bütövlükdə görmək imkanı vermirdi. Reklamin və siyasi təsirin təzyiqinə baxmayaraq, yayımın yüksək peşəkar standartlara, obyektivliyə və qərəzsizliyə söykənməsi, xüsusilə vacib idi. Elə buna görə də YUNESKO 1992-ci ildə radio və TV üzrə Ümumdünya Şurasının, eləcə də təcrübəli yayım işçiləri birliyinin yaradılmasına kömək etdi.

Beləliklə də, ictimai yayımın vəziyyətinin təhlili və xüsusilə keçid dövrünü yaşayan ölkələrdə bu yayımın genişləndirilməsi məqsədi ilə informasiyanın yayılmasında həmin birliyin fəaliyyətini dəstəklədi. 1995-ci il iyulun 3-dən 5-dək YUNESKO-nun (Paris) qərargahında ictimai yayım xidmətlərinin təhsil və mədəniyyət sahəsindəki vəzifələrinin müzakirəsi üçün təşkil etdiyi beynəlxalq «dəyirmi masa» bu işin zirvəsi oldu. Bu forum ictimai yayımıla bağlı müxtəlif baxışları üzə çıxarsa da, hər hansı konkret tövsiyələr formalasdırmağa səy göstərmədi. Buna baxmayaraq, «dəyirmi masa» iştirakçıları ictimai yayım xidmətinin inkişafına tərəfdar olduqlarını nümayiş etdirdilər.

Deməli, elə bir vaxt gəlib çatmışdı ki, kommunikasiya sahəsində çə-

lışanlar da, teleradio mütəxəssisləri də, bütövlükdə cəmiyyət özü də ictimai yayım xidmətinin vacibliyini dərk edirdi. Şübhəsiz ki, bu faktın özü mövcud olduğu illər ərzində ictimai TV-nin ideallarının cəmiyyətdə böyük rəğbətlə qarşılanmasıın təsdiqi idi.

Dediklərinizi ümumiləşdirərək elektron KİV-in yarandığı ilk dövrdə ictimai yayını zəruri edən əsas amillərə - texniki-iqtisadi, siyasi və səsial cəhətlərə diqqət yetirək. Bir çox elmi araşdırmlarda tarixi baxımdan əvvəlcə radioda, sonra isə TV-də də ictimai yayım xidmətləri yaradılmasının zəruriliyini əsaslandırmaq üçün məhz bu amillərə istinad olunur.

**Birinci amil texniki cəhətlə bağlıdır.** Yəni, radio yayımı tezlik diapazonu tələb etdiyinə və ilk dövrlərdə bu tezliyin sayı məhdud olduğuna görə ondan istifadə qaydalarını müəyyənləşdirmək lazımlı gəldi. Əslində, tezliklərin paylanması ilə bağlı bütün dövlətlərin konkret öhdəlikləri var: onlar ya tezliklərin müəyyən qismini özəl yayım xidmətlərinin sərəncamına verir, ya da müstəsna olaraq ictimai yayım xidmətləri üçün saxlayırlar. Burada dövlətin ciddi şəkildə işə qarışması, həm də radioyayımı hənsi texniki səciyyəyə malik olması ilə bağlıdır. Digər tərəfdən nəzərə alınmalıdır ki, radiotezliklər dövlət sərvətinin bir hissəsi sayılır və ictimai maraqlara uyğun şəkildə istifadə olunmalıdır.

Ictimai yayım xidməti yaradılmasının zəruriliyini şərtləndirən ikinci amil bütövlükdə sosial-siyasi sistəmdə teleradionun oynadığı rolla bağlıdır. Ümumiyyətlə, hələ radio yarandığı ilk dövrlərdən bu kommunika-siya növünün əhəmiyyəti, onun potensialı kimi məsələlər, demək olar ki, bütün dünyaya la diskussiya mövzusuna çevrildi. Həmin dövrlərdə radio-nun potensialı (sonralar, həm də TV-nin) həm siyasi, həm də sosial-mədəni baxımdın yüksək dəyərləndirilirdi. Radioqəbuledicini açan adam bir anda dünyada baş verənlər haqqında informasiya ala bilir, efişə gedən tamaşaçı «baxır», gözəl musiqinin dinləyicisini çevrilirdi. Məhz bu vasitədən məxsimum bəhrətənmək məsəlesi uzun müddət mübahisə mövzusu oldı. Yayım az qala hər yerdə, sadəcə, iqtisadi fəaliyyət növü kimi deyil, sosial və mədəni inkişaf vasitəsi kimi qəbul edilirdi.

Vətəndaşları siyasi aspektdə mühüm olaylardan xəbərdar etmək üçün radioyayımın potensialı əvəzsiz idi. Bir çox ölkələrdə əhalini düzgün informasiya ilə təmin etmək üçün həmin informasiya vasitəsinin müəyyən siyasi qüvvənin nəzarətində olması, yayımın məhdud siyasi maraq arası tabe edilməsi yolverilməz sayılırdı. Buna görə də hər hənsi ölkədə demokratik strukturlar çərçivəsində ictimai yayımın siyasi müstəqilliyini təmin etmək vacib vəzifə idi.

Sosial səviyyədə belə hesab olunurdu ki, yayım müəyyən rol oynamaga qadirdir, amma onun əsas mahiyyəti mədəniyyətin və maarifçiliyin təbliği ilə bağlıdır. Maarifçilik isə lap əvvəldən ictimaiyyətin diqqətinin müəyyən sosial problemlərə cəlb olunması və yayım vasitəsilə dünyəvi biliklərin təbliği kimi başa düşüldür.

Mədəni səviyyədə bu fakt özünü onda göstərirdi ki, radio yayımı əhalinin diqqətini asanlıqla ən müxtəlif mədəni problemlərə, kütłevi tamaşalara, musiqiyə, teatra, ədəbiyyata cəlb edə bilirdi. Buna görə də hələ ilk dövrlərdə incəsənət və mədəniyyət xadimləri radyo yaqna auditoriya ilə körpü yaratmaq və öz əsərlərini populyarlaşdırmaq üçün əvəzsiz vasitə kimi baxırdılar. Əlbəttə, kütłevi yayına keçən ölkələrdə siyasi mədəniyyətin səviyyəsindən asılı olaraq radionun üzərinə başqa funksiyalar da düşürdü.

İctimai yayım xidmətləri yaradılmasının əsasında duran üçüncü amil bazara işləyən özəl radioların ictimai xidmət vəzifəsini həyata keçirə biləcəyi nəzərdə inamsızlıqla əlaqədar idi. Əgər ABŞ-da yayımla reklam hesabına populyar proqramlar translyasiya etməklə daha geniş auditoriya qazanmağa çalışan özəl şirkətlər məşğul olurdularsa, yayının ictimai xidmət kimi nəzərdən keçirildiyi yerlərdə (o cümlədən Avropa ölkələri və Yaponiyada) tamamilə başqa sistem qəbul olunmuşdu. Həmin sistem öz məqsəd və mahiyyətinə görə, Amerika modelinə antitezis kimi düşünülmüşdü. Bu əks modeldə ictimai yayım xidmətlərinə üstünlük verilir, reklamdan əldə olunan vəsaitlə müqayisədə isə dövlətin maliyyələşdirməsi daha vacib sayılırdı. Rəqabət anlayışı əvəzinə isə inhişar variantı seçilmişdi. Burada yayım sahəsindəki ictimai maraqları özəl telekanalların xüsusi (biznes) maraqları ilə barışdırmaq ideyasından elə əvvəldən imtina edilmişdi. Bu cür yanışma üsulu, həm də reklamdan gələn qazancın yayımı maliyyələşdirə biləcəyinə inamsızlıqla bağlı idi.

Amerikaya əks modelin tərəfdarlarına tam aydın idi ki, yayım xidmətinin qazanc arısınca getməsi, reklam və rəqabət şəraiti TV-ni əsas məqsədlərdən uzaqlaşdırır. Məhz bu tendensiyani gücləndirəcək amillər mövcud olduğu üçün qeyri-kommersiya müəssisəsinin yaradılması daha məntiqi addım sayılırdı. Belə müəssisə tamamilə olmasa da, qismən dövlət tərəfindən maliyyələşdirilə bilərdi. Beləliklə, ictimai yayım korporasiyaları yaradılmasının əsas səbəbi bu oldu ki, hamı ictimai xidmətin xeyrəxah missiyası ilə onun pul qazanmaq niyyətlərinin qətiyyən bir araya sığmamasını dərk etdi.

Aydındır ki, ictimai yayım yaradılmışının əsasında bu üç mülahizənin (cəmiyyətin maraqları: namına ictimai sərvət kimi tənzimlənən tezliklər diapazonu; yayının üzərinə qoyulan ictimai xidmət funksiyası; ictimai xidmətin məqsədlərinə zidd olan kommersiya fəaliyyətindən imtina) dayandığı bir şəraitdə ictimai yayım orqanlarına malik olan ölkələr bu siyasi dəyişmək cəhdinə qarşı müqavimət göstərirdilər. Çünkü getdikcə həmiya aydın olurdu ki, bu sistem həm əhalini, həm də dövlətin özünü təmin edir. Geniş auditoriyani əhatə edən ictimai kanallar bütövlükdə TV-yə hövələ edilən funksiyaları daha yaxşı yerinə yetirir. Yəni o, informasiya verir, əhalini maarifləndirir, tamaşaçuların estetik zövqünü oxşayır, onları əyləndirir, mədəniyyət (musiqi, teatr, kino və s.) sahəsində orijinal əsərlər yaradır, həm də on yaxşı nümunələri yaymaqdə vasitəçilik edir. Digər tərəfdən isə ictimai TV sosial əlaqələndirici rolunu oynayaq geniş ictimaiyyətə cari hadisələrin və kütləvi diskussiyaların işi rakçısı olmaq imkanı verir. Bu mənada TV-nin ictimai sahəyə bağlılığı, habelə bu kontekstdə onun daim iqtisadi təsirlərə məruz qalan mədəniyyətlə qarşılıqlı əlaqəsi xüsusi mövzuya çevirilir.

### **İctimai salı: iqtisadi maraqlar mədəniyyətə və demokratiyaya qarşı**

İctimai yayım fəlsəfəsinin əsasında cəmiyyətdə demokratianı və fikir plüralizmini inkişaf etdirmək yolu ilə xalqların tərəqqisinə yardımçı olmaq, cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin maraqlarını ifadə etmək, eləcə də hər bir xalqın tarixən yaratdığı milli, mədəni dəyərləri qoruyub yemək missiyası dayanır. Əgər yaranışının ilk dövrlərində TV mədəniyyətin təbliği üçün misilsiz bir tribuna idisə, sonradan ekranın qazancı vasitəsinə çevriləməsi onun bu parlaq missiyasını künçəsixşdirmeğa başladı. Parıltılı ekranlarda mədəniyyətin mozaik təcəssümünü yaradan özəl, kommersiya TV-ləri getdikcə bütün bəşəriyyətin zövqünü korlamağa yönəlmış bayağı bir mədəniyyət formalasdırmaq yolunu seçdi. Təsadüfi deyildir ki, indi dönyanın qlobal problemləri (QİÇS, ekologiya, terrorizm, uşaq ölümü və s.) sırasında kommersiya TV-lərinin yaratdığı bayağı mədəniyyətin şüurlara təhlükəli təsiri xüsusi qeyd olunur. Deməli, belə bir şəraitdə bazar qanunlarına boyun əyməyən, xalqın vəsaiti ilə maliyyələşən və demokratik idarəetmə mexanizmində malik ictimai TV, həm də ona görə vacib-

dir ki, cəmiyyət həqiqi mədəniyyətdən və maariflənmə işindən uzaq düşməsin.

İndi çoxları hətta ictimai TV-nin mövcudluğu şəraitində belə iqtisadiyyatın mədəniyyət, sosial sahə və siyaset üzərində mütləq hökmranlığı barədə çox danışırlar. Düzdür, iqtisadiyyat artıq beynəlxalq siyasetin və cəmiyyət həyatının çox əhəmiyyətli amilinə çevrilib. Lakin, mədəniyyətin və mənəviyyatın elə sahələri var ki, orada iqtisadi qanunlar hakim ola bilməz. Bu mənada TV, həm iqtisadiyyat, həm də mədəniyyət sahələrinə aiddir. Bütün digər mədəni xidmət və məhsul növləri kimi TV də bazara təbe ola bilər, amma heç bir halda nə TV, nə də digər mədəni məhsullar adı əmtəə malları səviyyəsinə endirilə bilməz. Əlbəttə, burada bazarla ictimai xidmətin, ictimai TV ilə özəl TV-nin birləşdirilməsindən danışmağa dəyməz. İqtisadiyyatla mədəniyyətin yanaşı mövcud olması, mədəni tərəqqinin iqtisadi amillən asılılığı isə tamam başqa məsələdir. Nəhayət, biz onu da nəzərə almaliyiq ki, bir-birinə zidd bu iki fəlsəfə konsepsiyanın, iqtisadiyyatla mədəniyyətin yanaşı mövcudluğuna ən böyük təhlükə elə birinin digari üzərində hakimliyidir.

Əlbəttə, hər hansı cəmiyyətin inkişafı üçün iqtisadiyyat güclü amildir. Bir çox hallarda yüksək səviyyəli təhsil və incəsənətə, əsl intellektual əsərlərə, hətta yaxşı siyasi informasiyaya nail olmaq təkcə güclü ictimai TV-nin sayasında mümkün deyil. Burada iqtisadiyyatın gücü və dominantlığı şəksizdir. Sadəcə, xüsusən liberal demokratik cəmiyyətin marağında olan bu məsələdə ictimai TV yeni bir qurum, ya-xud kəşf kimi deyil, labüb bir zərurət kimi iştirak edir. Bu zaman, təbii ki, ictimai TV hər bir tamaşaçıya və mədəniyyət anlayışına iqtisadi fəlsəfənin gözü ilə deyil, demokratikanın fəlsəfəsi prizmasından baxır. Məsələn, iqtisadi fəlsəfəyə görə, hər hansı fərd (tamaşaçı) ya istehsalçı, ya da istehlakçıdır. Bu fərd bazarda öz istəyinə uyğun olaraq sərbəst fəaliyyət göstərməli, heç kim onun əvəzinə seçim etməməlidir. Həmin fəlsəfəyə görə, mədəniyyət (o cümlədən TV) məhsul və xidmətdir ki, onun da qiyməti bazarla müəyyənləşir. Demokratiya (eləcə də ictimai yayım) fəlsəfəsi isə hər hansı fərdi (tamaşaçını) ictimai həyatda bərabərlik əsasında iştirak edən vətəndaş kimi qəbul edir.

Mədəniyyət insanların ruhunu qidalandıran informasiya və biliklər toplusudur. Öz növbəsində bu fəlsəfə bazara sosial münasibətlərin formallaşdığı obyektlərdən (məkan mənasında) biri kimi baxır. Demokratiya fəlsəfəsinə görə, mədəniyyətin (o cümlədən TV-nin) cəmiyyət üçün yüksək dəyəri vardır və o heç cür bazar qiymətləri ilə ölçülə

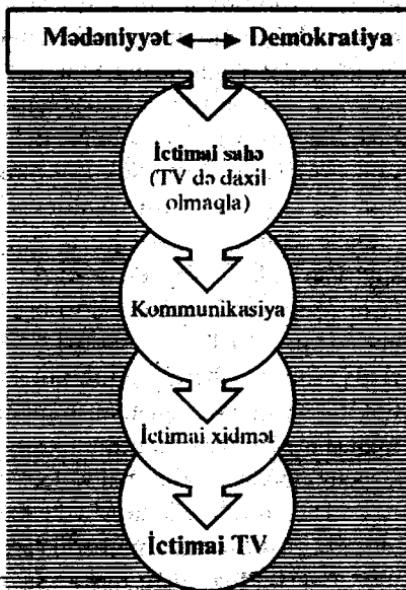
bilməz. Bizerə, bazar qanunlarının mədəniyyətin və ietimai TV-nin əleyhinə olmasının fəlsəfi əsası məhz buradadır.

Ictimai TV-nin tədqiqatçılarından biri, sosioloq Deyv Atkinson mədəniyyət, ietimai sahə və demokratiya arasındaki qarşılıqlı əlaqənin xüsusi strukturunu (sxem 1) təqdim edir (Atkinson, 1997).

Qeyd etdi ki, mədəniyyət informasiya və biliklərin məcmusundan ibarətdir. Eger bu mədəniyyətə az da olsa yiyələnmək mümkün deyilsə, yaxud bu prosesdə az adam iştirak edirsə, onda biz demokratiyanın ciddi problemləri ilə üzлəşirik. Çünkü bu mədəniyyətin mütləq siyasi aspekti var. Doğrudur, bəzi tədqiqatçılara qətiyyətlə iddia edirlər ki, demokratiya təkcə siyasi sahə ilə məhdudilaşmamalı, bütövlükde, həm də mədəniyyətə şamil olunmalıdır. Yeni mədəniyyət daxilində demokratiya hamının təhsilə, informasiyaya və ümumi mənəvi dayarlarə yiyələnməsini təmin edir, insanlara öz fərdi potensialını və yaradıcılıq imkanlarını gerçəkləşdirməyə imkan verir.

Əlbəttə, mədəniyyətə və təhsilə yiyələnmək demokratik cəmiyyətlərin məqsədlərindən biridir. Lakin surət bazar yanaşması şəraitində bir çox cəmiyyətlərdə təhsilə, incəsənətə, kommunikasiya vasitələrinə yiyələnmək üçün göstərilən səylər bu məqsədlərin gerçəkləşməsini etibarlılaşdırır. Çünkü kommunikasiya və mədəniyyət sahələrinin özülləşdirilməsi və rəhiliyədən və yoxsullardan ibarət ikiqütbüli cəmiyyət yaradır. Stehlakçuların qeyri-bərabərliyi şəraitində demokratik mədəniyyət fəlsəfəsi, təbii ki, hakim fəlsəfənin tamamilə müxtəlif baxışlarını əhatə edən və tənəħətlaş bərabərliyinə üstünlük verməlidir. Bu isə cəmiyyətdə demokratiyanın və demokratik prinsiplərin inkişafından asildir.

Ümumiyyətlə, vətəndaşların mədəniyyətə yiyələnməsi onların ietimai həyatda iştirak qabiliyyətini yüksəldir. Burada biz artıq siyasetə eyniləşdirilməsi mümkün olmayan dinamik demokratiyadan danışı-



Sxem 1. Mədəniyyət, cəmiyyət və ietimai xidmət arasındakı qarşılıqlı əlaqə

riq. Bu demokratik mədəniyyət fəlsəfəsi qarşılıqlı fəaliyyətin müyyəyen vətəndaş forumu şəklində gerçəkləşdiyi cəmiyyəti dəstəkləyir. Vətəndaşlar həmin forumda öz problemlərini qaldırır, fikir, ideya və maraqlarını qarşılıqlı müzakirə edir, mülahizə yürüdürlər. Burada vətəndaşlardan hər birinə «ictimaiyyəti» formalasdırmağa imkan verilir. Deməli, ictimaiyyət anlayışı sosial konsepsiyaya aid olduğundan mövcudluq, ictimai maraqları öyrənmək, onları müzakirəyə çıxarmaq və fəaliyyət üçün sosial məkan tələb edir. Sosial məkanlar dedikdə, məsələn, şəhər toplantıları, icma qruplarının yiğincaqları və virtual birliliklər nəzərdə tutula bilər. Bələ məkanlar üçün elektron informasiya bülletenlərinin, bütövlükdə kommunikasiya vasitələrinin böyük ictimai əhəmiyyəti vardır (Aufderheide, 1991).

Əgər ictimaiyyət yoxdursa, onda real demokratiyanın da olmadığını söyləyən P.Aufderhayde qeyd edir ki, ictimai maraq fərdi iqtisadi maraqlarla, yaxud hökumətin siyasi maraqları ilə üst-üstə düşmür. Məhz buna görə də nə özəl TV, nə də dövlət TV-si heç vaxt ictimai TV-nin sinonimləri ola bilməz. Liberal demokratik fəlsəfədə «ictimai» anlayışı «fərdidən» və hökumətə məxsus olandan tamamilə fərqli nüanslarla müyyənlenir. Bu nüanslar isə ictimai kommunikasiya yolu ilə formalasılır. Kommunikasiyasız ictimaiyyət yoxdur, yalnız təcrid olunmuş fərdlər var. Bax elə buna görə də P.Aufderhayde qeyd edir ki, ictimaiyyət real olaraq «forum»un və əvvəldə göstərdiyimiz mübadilələrin reallaşlığı məkansız mövcud ola bilməz. Bələ bir hüdudsuz məkan sayılan ictimai sahə vətəndaşların informasiyaya və biliklərə yiyələnə biləcəkləri, öz fikirlərini, öz mövqelərini sərbəst ifadə edəcəkləri yer kimi müyyənlenir. Bu yer fərdi iqtisadi maraqlardan və siyasi hakimiyyətdən asılı deyil, o, kommunikasiya və mübadilə üçün sərbəst olması ilə səciyyələnir. Tədqiqatçılar bu sahəni əyani və anlaşıqlı izah etmək üçün vaxtaşırı tarixən mövcud olmuş yunan aqorası (yunanca böyük, açıq sahə deməkdir) adlanan təcrübəyə müraciət edirlər. Qədim Yunanistan vətəndaşları müyyən məsələləri müzakirə etmək üçün məhz ümumi toplantı yeri olan (yunanca bələ ümumi yerlərə «polis» də deyilib) aqorada görüşərdilər. İndi bələ bir asudə guşa hər yerdə – park və xiyyabانlarda, kafelərdə, siyasi məclislərdə, vətəndaşların fikir mübadiləsi aparmaq üçün görüşdükələri bütün məkanlarda var. Vətəndaşlar məhz bu ictimai sahədə cəmiyyəti narahat edən problemlərin həlli yollarını axtarırlar. Terroizm, etraf mühit məsələləri, narkotika ilə mübarizə, insan hüquqları, QiCS və iraqçılıkla bağlı problemlər məhz bələ yerlərdə müzakirə olunur. Bütün bunlar siyasi məsələləri, yaxud iqtisadi problemləri shata etsə də, ic-

timaiyyətin səyləri nəticəsində gündəliyə çıxarılır və ictimai məkan çərçivəsində sərbəst müzakirə olunur.

Vətəndaşların öz baxışlarını sərbəst ifadə edə biləcəyi açıq demokratiya məkanı ha, üstəlik, kommersiya maraqlarından, eləcə də siyasi həkimiyətdən müdafiə olunan yerə – ictimai tribunaya yiyələnməsində və bu tribun adan istifadə məsələsində tam bərabərlik olmalıdır. Belə bir ictimai sahənin, yəni ictimai yayım kimi açıq və demokratik KİV sahəsinin mövcudluğu isə qalanlarından imtina etmək deməkdir. Bütün bu dediklərimiz demokratik mədəniyyət fəlsəfəsini qidalandırın, onun əsas istinad nöqtələrindən biri sayılan ictimai sahə konsepsiyasında da öz əksini tapmışdır.

Bələliklə, biz tədricən ictimai xidmət və cəmiyyətdə ictimai TV-nin zəruriyyi ideyasına yaxınlaşırıq. İctimai sahənin özəyini kommunikasiya təşkil edir və ictimaiyyət də kütləvi kommunikasiya vasitəsilə formalasır. Əgər kommunikasiya yoxdursa, mədəniyyət özü də elə bir əhəmiyyət kəsb etmir. Biz əvvəldə tarixən vətəndaşların ünsiyyət yarada bildiyi və əkər mübadiləsi apardığı bir neçə nümunədən (park, xiyanət, kafe və s.) söz açdıq. Amma kommunikasiya getdikcə daha çox kütləvi informasiya vasitələri ilə gerçəkləşdirilən aləmdə, həm də bu fiziki, coğrafi məkanların sərhədlərindən xeyli kənardə nəzərdən keçirilməlidir. Demək, ictimai ideyalar üçün bir növ ilkin fikir meydani olan ictimai yayımın dəstəklənməsi, qorunması, yaxud möhkəmləndirilməsi səylərinə diqqət yetirilməlidir. Həm də bu səylər kommunikasiyanın ən müasir vasitələrinin tətbiqi ilə müşayiət olunmalıdır. Digər tərəfdən, artıq heç kimə sərr deyil ki, qlobal kommunikasiyada kütləvi informasiya vasitələri həlliədici rol oynayır. Bələliklə, hər hansı demokratik ölkədə ictimai sahə ilə cəmiyyət arasında körpü rolunu oynayan ictimai yayımın mövcudluğu labüddür. Çünkü ictimai sahənin aktual mövzularının geniş aşkarlıq tapmasında ictimai yayım süzgəc və tribuna roluunu oynayır.

## İctimai sahədən ictimai televiziyyaya

Mətbuatın, TV və radionun bələdçilik etdiyi müasir ictimai sahə sosial konsesusun formalasdığı yerlərdən biri və müəyyən mənada milli sərhədlərin məciyyənləşməsi vasitəsidir. Ona görə də müasir ictimai sa-

hənin milli səciyyəsi heç kimdə təccüb doğurmamalıdır. Burada, hər şeydən əvvəl, kütləvi informasiya vasitələri ilə sıx əlaqə göz qabığımızdadır. Vətəndaşlar üçün əsas informasiyaya mənbəyi olan KİV, təhsil sistemi istisna olmaqla, həm də müasir mədəniyyətin bələdçisidir. Beləliklə, müasir demokratik cəmiyyətdə ictimai sahənin mühüm tərkib hissəsi olan kütləvi informasiya vasitələrinin hər bir növü öz spesifik cəhəti ilə cəmiyyət həyatında iştirak edir. Məsələn, radionun ictimai həyata təsiri qəzətin təsirindən, TV-ninki isə radiodan fərqlənir (TV-də vizual amilin oynadığı rola görə). İnfomasiyanın, elektron vasitələrinin ictimai sahəyə nüfuzu daha çoxdur. Bu, təccübülü deyil. A.Smitə istinadən bunları demək olar ki, müasir mərhələdə yayım cəmiyyət mədəniyyətinin istər bədii, istərsə də siyasi komponentlərinin xeyli hissəsini əhatə edir; o, xəbərlər və daha geniş istifadə olunan (və daha çox inanılan) infomasiya, habelə əyləncələrin və rəmzi həyat materiallarının əsas axınıni təmin edir (Smith, 1989). Müasir tədqiqatçıların çoxu bu fikirlə razılışır. Onlar belə hesab edirlər ki, yayım, nəinki mədəni mühitdə öz-özlüyündə hökmranlıq edir, həm də, nə qədər təccübülü olşa da, asudə vaxtimızın üçdə itki hissəsini əlimizdən alır. O, habelə digər mədəni sahələrə – teatra, ədəbiyyata, vizual sənətlərə və daha çox musiqiyə yiyələnmə kanalıdır, eyni zamanda infomasiya və diskusiyaların mühüm və üstün mənbəyini təmin edir (Garnham, 1990).

TV tamaşaçıdan təkcə çox vaxt almir və mədəniyyətin başqa sahəlrinə qapı açmır, o eyni zamanda əlverişli demokratik mühit yaradır. Bunuñla əlaqədar belə bir məqamı xüsusi qeyd etmək olar ki, hamını demokratik tərzdə bərabərleşdirmək TV-nin ən mühüm keyfiyyətlərindən biridir. Hər kəsə sərbəst baxmaq imkanı verən TV başqa sahələrdə təsadüf olunmayan səxavət təcəssüm etdirir. Ekranda baş verənləri sosial mövqeyindən, yaxud sinfi mənsubiyətindən asılı olmayaraq hamı bərabər görür. Bu mənada tədqiqatçılardan heç biri TV-nin demokratik xarakterini və onun sosial əlaqələri möhkəmləndirərk özünü ictimai sahənin üstün aləti kimi göstərmək qabiliyyətini fransız sosioloqu D. Uolton kimi inçə təsvir etməyib. Onun fikrinçə, «...televiziyanın demokratik xarakteri belə bir faktdan irəli gəlir: biz hamımız bilirik ki, programlar mövcuddur, onlar görünəndir və biz istədikdə onlara baxa bilirik və eyni zamanda bilirik ki, başqları da onlara baxır, bu isə sosial əlaqədən ibarət olan kommunikasiya formasıdır» (Wolton, 1990). Alim bu sosial əlaqəni belə şərh edir: «Televiziya hansı cəhətdən sosial əlaqədir? O cəhətdən ki, mən tamaşaçı televizora baxanda, eyni zamanda onu

seyr edən rəhəng və anonim tamaşaçı kütlösinə qoşuturam və bu kütlö ilə bir növ gözə görünməz əlaqə saxlayıram. Bu isə ümumi bilik, ikiqat əlaqə və çapraz ümidiirdir. Mən proqrama baxıram və bilirom ki, baş-qaları da ona baxır və bilirlər ki, mən də ona baxıram. Beləliklə, bu, bir növ güzgündəki inikas və səs-küysüz əlaqədir. Amma ikinci mənə da var. Çox vaxt ceyirlər ki, televiziya cəmiyyətin güzgüsüdür. Əgər televiziya cəmiyyətin güzgüsüdürsə, deməli, cəmiyyət özünü burada görür, televiziya müəyyən mənada cəmiyyəti təmsil edir və onu ekranda öz əksinə baxmağa məcbur etməklə, nəinki bu cəmiyyətin obrazını yaradır, həm də bütün seyrlər arasında gözə görünməz əlaqəni təmin edir» (Wolton, 1990). D. Uoltona görə, ictimai güzgү olan TV ümumidir və o, bir növ cəmiyyətin həmiş güzgüsünə bənzəyən fragmentar TV-ya, yəni ixtisaslaşdırılmış kanallara uyğun ola bilməz.

Həqiqətən də, bu faktdır ki, TV ictimai sahə üçün əvəzsiz vasitədir. Amma bu əvəzedilməzlilik, hamı üçün gərəklik onun necə təşkil edilməsindən asılıdır. Əgər TV hamı üçün məqbul deyilsə, hər hansı janrdan, yaxud tamaşaçıların müəyyən qrupundan imtina edirsə, açıq-aşkar ictimai sahəyə arxa çevirirə, geniş tamaşaçı kütłesi qazanmağa səy göstərmirsə, əgər o, şəxsi, iqtisadi maraqlara, yaxud hökümətin siyasi maraqlarına tabe edilibsə, onda lazımı şəkildə ictimai maraqlara xidmət göstərə bilməz. Bu zaman ictimai xidmət konsepsiyanının böyük əhəmiyyətini məhz ictimai TV-nin fəaliyyətində axtarmaq lazımdır. Çünkü ictimai sahənin xarakteri ilə TV-də ideal ifadəsini tapmış ictimai xidmətin mahiyyəti arasındaki yaxınlıq göz qabağındadır. İctimai sahə ilə TV-də ictimai xidmət ideyası arasında əlaqədən bəhs edən N.Qarnham göstərir ki, yayında ictimai xidmətin məğzi bütün vətəndaşları bərabər əslərlə yiyələnməsi və demokratik siyasetin istinad etməli olduğu fərqli sosial cizgilərin formalasdığı mədəni diskussiya və informasiya mühadiləsinin əsas götürülməsidir. Bu vəzifəni yeriňe yetirmə üçün seçilən yer (yəni teleradio) isə imkan daxilində iqtisadi asılılıdan, yaxud dövlət hakimiyyətinin effektli təzyiqlərindən maksimum zad olmalıdır (Garnham, 1990).

Deməli, ictimai xidmət sayılan TV yayımı, tamaşaçını və dinləyicini istehlakçıdan daha çox vətəndaş kimi qəbul edir və bu yayım növü istehlaklılığı meydən oxuyur. İstehlak modeli bazarda pərakəndə fərdi alılıq qərarları əsasında tələbatın təmin olunması ilə bağlıdır.

İstehlakçı kişi, yaxud qadın istehsalçıdan asılı olmamasından istifadə edərək, qiymətlərlə keyfiyyətin nisbəti əsasında səmərəli təchizatın opti-

mallığını təmin edir. Digər tərəfdən, vətəndaş modeli yayımı şaxsi sərvət kimi deyil, ictimai, sosial proses kimi, yaxud əmtəə, mal, xidmət bazarından daha çox təhsilə və mədəniyyətə yaxın sahə kimi baxır. O, tamaşaçıları və dinləyiciləri informasiya mübadiləsi və demokratik ictimai sahədə diskussiyalar aparan ümumi siyasi qruplaşmanın üzvləri, habelə ümumi mədəni təcrübənin müxtəlif aspektləri əsasında müəyyənləşən və əhəmiyyət kəsb edən sosial icmanın üzvləri kimi nəzərdən keçirir.

Deməli, ictimai yayım xidməti belə bir ideyaya əsaslanır ki, yayım, sadəcə fərdi istehlakçı seçimləri seriyası deyil (Garnham, 1990). Ona görə də indi Qərbdə çoxları belə hesab edir ki, TV-də ictimai xidmət ideyasından imtina, yaxud onun sıradan çıxması ictimai sahə konsepsiyasının itirilməsi deməkdir. İctimai TV ictimai xidmətdən asılı ol-duqca müəyyən mənə kəsb etdiyi kimi, ictimai xidmətə də yalnız ictimai TV vasitəsilə konkret forma vermək mümkündür. Təbii ki, ictimai xidmətin vəzifəsini guya özəl kommersiya kanallarının yerinə yetirə biləcəyi fikrindən tamamilə imtina olunmalıdır. Bu gün ictimai yayım, həm də ona görə vacibdir ki, kommersiya yayımı sahəsində TV istehlaki bir növ fərdiləşdirilmiş olur (ümumi yönümlü TV-nin yaratdığı sosial əlaqənin əksinə olaraq) və bu TV-nin təklifi istehlakçının daha çox kredit qabiliyyətli olmasına tələb edir (vətəndaşların bərabərliyinin və onların ictimai sahəyə sərbəst yiyələnmək hüququnun əksinə olaraq). Özəl TV-lərdə gedən bu tendensiyalarla bağlı sosioloq P.Skannell xəbərdarlıq edərək yazar ki, bu addım birgə ictimai sərvət olan əyləncələrə, informasiya və ümumi mədəni dəyərlərə həminin bərabər yiyələnməsi prinsipini pozur. Beləliklə, son otuz ildə milli TV-lərdə formalasmış və böyük çətinliklə yaradılmış «ictimai sahə» nizamsız çoxkanallı videoxidmətlərin təsiri altında parça-parça olmaq təhlükəsi ilə üzləşə bilər (Scannel, 1990).

P.Skannell faktiki olaraq ictimai TV-nin öz yerini bu yeni və arzuolunmaz mühitə verərək yoxa çıxacağı fikrində haqlıdır. Amma təbii ki, əgər ictimai sahənin güzgüsü sayılın güclü ictimai TV-ni qoruyub saxlamaq mümkün olsa, onda özəl və kommersiya yayımındaki mövcud nizamsızlıq bu sahəyə təsir göstərə bilməyəcək. Həm də bu prosesdə ictimai və özəl TV-lər arasındaki prisipial fərq hər bir tamaşaçı üçün daha aydın görünür. İndi ictimai yayımın kommersiya TV-si ilə yanışı mövcud olduğu bütün ölkələrdə tamaşaçılar bu TV-lərdən hansının ictimaiyyətə məxsus olub onlara vətəndaş kimi yanaşdığını, hansının isə onlara istehlakçı gözü ilə baxdığını çox yaxşı bilirlər.

## İctimai TV-nin ideali, vəzifə və prinsipləri

İctimai yayım başqa yayım növlərindən, ilk növbədə, cəmiyyətin maraqlarını ifadə edən ideallarına, məqsəd və prinsiplərinə görə fərqlənir. Başlıca ideal bu yayının xalqın və cəmiyyətin inkişafına xidmət etməsidir. Tamaşaçıya obyektiv və dolğun informasiya vermək, universal proqramlar hazırlamaqla auditoriyanın zövqünü oxşamaq, milli mədəniyyəti və milli dəyərləri qorumaq, maarifçilik işi aparmaq, müxtəlif filir və əqidələri eks etdirməklə siyasi plüralizmə nail olmaq, cəmiyyətdə hər cür dözümlülüyü və barışıği təbliğ etmək, vətəndaşların etimadını qazanmaq da ictimai TV-nin əsas idealıdır. Amma bu idealın gerçəkləşdirilməsi üçün ictimai TV-nin səlahiyyət və vəzifələrini aydınlaşdırmaq zəruridir. Çünkü ictimai yayım, əsasən abonent he-sabına malyyələşdiyinə, fəaliyyəti üzərində vətəndaş nəzarəti mövcud olduğuna, həm də cəmiyyətin yüksək etimadına əsaslandığını görə konkret səlahiyyət və vəzifələrə malikdir. Təbii ki, bu yayının fəaliyyəti bazar rəqabətinin diqtəsi ilə işləyən, əsas məqsədi gəlin götürmək olan özəl TV-dən xeyli fərqləndiyinə görə də ictimai TV özünün xüsusi və müstəsna səlahiyyətlərini yerinə yetirməyə çalışır.

Bəzən ictimai TV kəskin bazar rəqabəti şəraitində fəaliyyət göstərir və o, iqtisadi proseslərin təsirində azad ola bilmir. Bu şəraitdə TV bir tərəfdən güclənməkdə olan rəqabətə məruz qalaraq öz xidmətlərini tədricən kommersiyalaşdırmağa məcbur olur, digər tərəfdən ictimai ideallarından uzaqlaşır. Doğrudur, bəzi ölkələrdə ictimai yayım ideallarının gerçəkləşməsində özəl telekanalların da iştirak edə biləcəyini ehtimal edilər. Lakin demokratik ölkələrin təcrübəsinə ictimai televayım şəbəkəsinin genişlənməsi, eləcə də özəl kanalların ictimai yayımla bağlı öhdəliklərə məhəl qoymaması sübut edir ki, ictimai yayım idealları yalnız ictimai televiziya vasitəsilə gerçəkləşdirilə bilər.

İctimai TV-nin əsas vəzifəsi kommersiya TV-sindən fərqli proqram təklif etmək lir. Bəs bu proqram necə olmalıdır? Axı, ictimai TV özəl kanallarla gətməyən proqramların (xüsusən reklam gətirən teleproqramların) geniş palitrasını tam əhatə etmək iqtidarında deyil. Deməli, bu halda, ictimai TV müəyyən çərçivə daxilində olduğuna görə gec-tez müflisləşər və tamaşaçılarını itirə bilər. Bu səbəbdən bəziləri inadla iddia edirlər ki, ictimai TV ilə də təxminən özəl kanallardakına bənzər populyar verilişlər göstəriləlidir, amma bir qədər başqa şəkildə.

Həm də ictimai TV belə proqramları peşə standartları baxımından da-ha yüksək səviyyədə təqdim etmək imkanına malikdir. Söhbət ondan gedir ki, ictimai TV ilə geniş auditoriyaya ünvanlanmış proqramların (informasiya, maarifçilik, bədii və əyləncəli verilişlərin) keyfiyyəti kommersiya kanalı ilə göstərilənlərə nisbətən daha yüksək olmalıdır.

İctimai TV-nin daim yaradıcılıq axtarışı aparan novator, peşəkar qurum olması danılmaz faktdır. Lakin bu TV-ya kommersiya əsasında fəaliyyətə icazə verildiyi, özəl kanallardan isə ictimai yayım xidməti kimi işləmək tələb edildiyi halda, hansı situasiya yarana bilər? Sosiooloq M.Suşon bu problemin həllinə çox orijinal yanaşır. Onun fikrincə, «...əgər hər hansı ölkədə ictimai yayım xidmətlərinin vəzifələri ictimai TV kanalları çərçivəsindən kənardə yerinə yetirilirsə, onda özəl TV ilə bunların arasındaki fərqi başa düşmək çətinləşir. Məgər bütün telekanallar müəyyən mənada audiovizual vasitələr haqqında qanuna görə, ictimai televiziya xidmətinə həvalə olunan əsas vəzifələri – təhsil, informasiya, əyləncə və tərbiyəvi səpkidə proqramlar hazırlamaq vəzifəsini yerinə yetirmirlərmi?» (Souchon, 1990).

Demokratik cəmiyyətlər elə bir ictimai TV yaratmağa çalışırlar ki, onu ictimai ideallarına, əxlaqi dəyərlərə münasibətinə və səmərəli işinə görə fərqləndirmək mümkün olsun (məsələn, proqram reytinginə, yaxud tamaşaçı auditoriyasına görə), amma eyni zamanda bu TV öz çəvik iş üsullarına görə kommersiya kanallarından geri qalmasın.

Bu gün ictimai TV-nin düşdüyü vəziyyətinə dramatikliyi ondadır ki, o, bəzi ölkələrdə ictimai yayımın müstəsnə funksiyasını tədricən itirir və biz teleyayım sahəsində iki müstəqil, amma heç cür bir araya sığmayan ayrı-ayrı sahələrin mövcudluğunu etiraf etməli oluruq. Bunlardan biri ictimai sahəyə aid olan qeyri-kommersiya teleyayımdır. İkinciisi isə, kommersiya TV-sidir ki, o yalnız öz mənafeyini güdür və yayım vasitəsilə istehlakçıya təsir göstərməyə çalışır. Düzdür, rəsmi sənədlərdə kommersiya TV-ləri ilə müqayisədə müstəqil ictimai teleyayımin saxlanmasıın vacibliyi göstərilir. Amma indi bəzi yerlərdə onların arasında fərqlərin tədricən aradan qalxması və bu iki sahənin yanışlaşması tendensiyasının şahidi oluruq. Hətta bəziləri belə düşünürler ki, TV-nin kommersiyalaşdırılması bütövlükdə ictimai xidmət qayəsinə zidd deyil və özəl kanalları da bu idealların gerçəkləşdirilməsinə cəlb etmək mümkündür. Bu fikri bir çox alımlar də dəstekləyirlər. Məsələyə belə yanaşmaqla onu sübut etməyə çalışırlar ki, guya telekanallar arasındaki fərq nisbi xarakter daşıyır. Hətta bəzilə-

ri ağına-bozuna baxmadan güman edirlər ki, ictimai yayımı verilən tələbləri kommersiya kanallarına da məcburi qəbul etdirmək olar.

Əslində, bu mülahizələr ikiqütbü Britaniya modelindən qidalanır. Çünkü vaxtıla bu ölkədə özəl şəbəkə sayılan Ay-ti-vi ictimai yayım şirkətinin bəzi vəzifələrini yerinə yetirməyə razılışmaqla Britaniya bazasında reklamdan inhisarçı şəkildə gəlir götürməyə təminat almışdır. Ümumiyyətə, özəl kanalların olduğu hər yerdə belə bir fikir mövcudur ki, müvafiq hədd gözlənilməkə onları ictimai yayımın vəzifələrini yerinə yetirməyə sövq etmək mümkündür. Axı, əsas məqsədi pul qazanmaq olan bir TV ictimai ideallara necə xidmət edə bilər?

Əsas məqam budur ki, ictimai TV-nin maliyyələşməsinin bünövrəsi ni cəmiyyətin ekranda informasiyaya, təhsilə və mədəniyyətə, sözün əsl mənasında, geniş yer verən teleyayımı yiyələnmək hüququ təşkil edir. Belə tür teleyayım bütün vətəndaşların ölkədə gedən proseslərdən, dövlət daxilində baş verən ictimai-siyasi diskussiyalardan xəbərdar olmasının kömək göstərməlidir. Deməli, ictimai yayım yalnız ictimai TV və təsili təmin edilə bilər. Belə bir TV-nin müstəqil fəaliyyəti, sadaladıjımız prinsipləri həyata keçirməsi, vətəndaşların ictimai-siyasi proseslərdə iştirakına kömək edə bilməsi üçün ictimai yayıma müəyyən səlahiyyətlər verilməlidir. Həm də bu səlahiyyətlər müstəsna şəkildə onu öz ixtiyarında olmalıdır. Özəl kanalların daxil olduğu kommersiya sektorunun fəaliyyəti də müəyyən standartlar və normalarla nizama salınmalıdır ki, ictimai maraqları müdafiə etmək asanlaşın (məsələn, efirdə əxlaq normallarının gözlənməsi, adəbsizliyin yolverilməzliyi, yaxud sağlamlıq üçün zərərli olan müəyyən məhsulların reklamına qadağa və s.). Özəl TV-lərin öhdəsinə düşən yeganə vəzifə ondan ibarət olmalıdır ki, onlar lazımlı gəldikdə teleyayımın ictimai sahəsinin maliyyələşməsində «iştirak» etsinlər. Çünkü kommersiya TV-lərini ictimai yayında iştiraka teleprogramların hazırlanması və tərtibinə dair öhdəliklərin yerinə yetirilməsi yolu ilə deyil, yalnız sərfəli maliyyə şərti ilə cəlb etmək olar. Əlbəttə, konkret ölkə daxilində ictimai dəyərlərə əsaslanan özəl TV-lərin güclü təşkilatını yaratmaq, onların işini təqizimləmək nəzəri cəhətdən mümkün ola bilər. Amma heç bir telequruun boyunnera zorla qoyulmuş öhdəliklərə xoş münasibət bəsləməyəcək. Ona görə də verilişlərinin maksimum auditoriyası olan hər hansı TV ictimai yayımın prinsiplərini vasitə kimi yox, məqsəd kimi qəbul etməlidir. Həm də indi artıq kommersiya TV-sinin ictimai xidmət rolunda çıxış etmək iqtidarında olmamasına, yaxud bu sahədə

ictimai TV-nin üstünlüğünü istinad etmək kifayət deyil. Əsas məsələ bu nüansın TV-yə dair qanunvericilik sənədlərində dəqiq əks etdirilməsidir. Təbii ki, söhbət qanunun hakim olduğu cəmiyyətdən gedir.

Ictimai yayımın vəzifələri məsələsinə gəldikdə isə burada da ictimai TV-nin məsuliyyət daşıdığı ictimai xidmət ilə kommersiya TV-sinin təbe olduğu bazar qanunları arasında dəqiq fərq qoyulması son dərəcə böyük əhəmiyyətə malikdir. Bir vaxtlar ictimai teleyayımın vəzifələri ənənəvi şəkildə obyektiv informasiya vermək, təhsilin, əyləncənin və mədəni proqramların təmin edilməsi kimi əsas məqsədlərə uyğun şəkildə müəyyənənmişdi. Son illərdə bu vəzifələr öz əhəmiyyətini xeyli dərəcədə itirib, çünki sadalanan funksiyaları çox vaxt elə özəl kanallar da yerinə yetirə bilir. Hətta onları məcbur etməsələr belə, faktiki olaraq bu vəzifələr adı proqram siyasəti çərçivəsinə salınıb və bunların da bilavasitə təcəssümünü TV proqramlarının gündəlik-düzümü və tərtibində görmək olar. Əslində, bu, ictimai xidmətin qarşısında duran vəzifə ilə müqayisədə daha genişdir. Çoxlarına görə, bu vəzifələr yalnız ekrana gedən verilişlərin çeşidini və yayım formalatını əks etdirir. Bu mənada TV-nin ənənəvi funksiyalarına bugünkü həzərlə baxmaq yerinə düşər. Məsələn, informasiya təqdimatı – xəbərlər buraxılışı və ictimai-siyasi proqramların təqdimatı; maarifləndirmə – bütün tamaşaçılar, xüsusilə gənclər üçün öyrədici proqramlar və sənədlə film-lərin göstərilməsi; əyləncə təqdimatı – ekranda bədii, müstiqili filmlərin və televizionlaların geniş yer tutması; «mədəniyyətin təqdimatı» isə tamaşaların, opera və baletin, yaxud yüksək səviyyəli bədii proqram-ların nümayişi deməkdir. Şübhəsiz ki, ictimai teleyayım bütün bunların hamisini bir günsə aid olan proqramında tam əhatə etmək iqtidarında deyil. Yaxud, bu işin mümkünüzlüyü barədə xəyalə qapılmaq da heç kəs üçün qəbahət sayıyla bilməz. Hər halda, biz ictimai TV-nin ümumi proqram siyasətinin əsas aspektlərindən danışırıq.

Əslində, ictimai xidmətin sadaladığımız bu klassik vəzifələri «Britaniya televiziyasında ictimai xidmət ideyası» («The Public Service Idea in British Broadcasting») adlı sənəddə çoxdan müəyyənənşdirilib və həmin sənədə ictimai xidmət konsepsiyanının əsaslanmalı olduğu prinsiplər haqqında xeyli müddəə salınıb. Bütövlükdə bu materiallar bir vaxtlar ictimai teleyayım xidməti modelinin hazırlanmasının əsasını təşkil edən müasir idealları əks etdirir. Yayım sahəsində tədqiqat məsələləri üzrə qrupun həmin sənədində ictimai xidmət ideyasının gerçikləşdirilməsi üçün əsas şərtlər, ümumi dəyərlər, həmçinin vəzifələr, prinsip və öhdəliklər nəzərdən keçirilir.

İctimai təleyayının əsas vəzifəsi ictimai xidmət ideyasına xas principlərin yə inə yetirilməsindən və onun gerçikləşdirilməsi üçün ilkin şərtlərin təminatından ibarət olmalıdır. Bəs bu principlər və ilkin şərtlər hansıdır? Konkret milli ərazidə ictimai xidmətin universallığı əsas prinsipdir. Bu prinsip ictimai yayının mümkün qədər geniş auditoriyanı əhatə etməsini nəzərdə tutur. Bu yayım kanalı bütün cəmiyyət və hər kəs üçün açıq olduğuna görə xidmət elə qurulmalıdır ki, ictimai TV coğrafi baxımdan da geniş əraziyə yayılsın, geniş auditoriyanı əhatə etsin və onun proqramlarına mümkün qədər çox sayıda adam baxısin. Lakin burada maksimal geniş auditoriyanı əhatə etmək ideyasını tamaşaçı auditoriyasının reytinqi əsasında bu xidmətin fəaliyyətini sadəcə qiymətləndirməklə qarışdırmaq olmaz. Universallıq müvafiq proqramların köməyi ilə cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin, bütün vətəndaşları əhatə olunması deməkdir. Bunun üçün isə ictimai yayım xidməti universallığın mühüm cizgilərindən olan və müəyyən mənada onu tamamlayan plüralizmi təmin etməlidir.

Plüralizm – cəmiyyətdəki mövcud fikir, əqidə, mövqe müxtəlifliyinin ictimai yayımda rəngarəng formalarda əks etdirilməsi deməkdir. Cəmiyyətdə müxtəlif siyasi, fəlsəfi, dini təməyüllərin, ayrı-ayrı baxış və əqidələrin mövcudluğunu danmaq olmaz. İctimai yayım bu müxtəlifliyi əhatə etməli, eyni zamanda baş verən hər hansı hadisəyə münasibətdə mövcud fikir müxtəlifliyini – plüralizmi ön plana çəkməlidir. Bu isə ictimai yayımdan rəngarənglik tələb edir. İctimai yayım kontekstində rəngarənglik proqram növlərinə, TV auditoriyasına və toxunulan mövzulara aiddir. Məsələn, ictimai TV öz proqramlarına müxtəlif mövzuda və formada veriliş modelləri daxil etməklə (xəbərlər buraxılışından tutmuş bədii verilişlərə qədər) ictimai zövq rəngarəngliyini əks etdirmə və çalışmalıdır. Mümkün qədər böyük auditoriyanı əhatə etmək soyin nəzərə alaraq, ictimai yayım xidmətinin fəaliyyəti elə qurulmalıdır ki, ümumi auditoriyanın – gənclərin, yaşlı adamların, qadınların, uşaqların, müxtəlif azlıqların və s. maraqları təmin olunsun. Müəyyən auditoriyaya ünvanlanmış verilişlər o deməkdir ki, hər kəs bu proqramlarda özü üçün nəsə maraqlı cəhət tapacaq. Çünkü bu verilişlər hamı üçün nəzərdə tutulub. Toxunulan mövzularda obyektivlik, qərəzsizlik, tamaşaçıların müxtəlif maraqlarını nəzərə almaq, aktual problemləri əks etdirmək üçün tematik ictimai diskussiyalara üstünlük vermək əsas amildir.

İctimai yayım xidmətinin zəruri şərtlərindən və əsas principlərindən

biri müstəqillikdir. Bu prinsipə görə, ictimai yayım xidməti şəxsi maraqlarda və siyasi hakimiyətə dair məsələlərdə azad və sərbəst olmalıdır. Birinci aspektə xüsusi əhəmiyyət verilir və qeyd olunur ki, başqa TV-lərdə olan kommersiya meyli, həm ictimai yayım xidməti ideyasının özü, həm də ictimai TV-lərin praktiki fəaliyyətinə zərba vurur. Kommersiyalaşma ictimai yayım konsepsiyasına zidd olduğuna və əzəl TV-lər bu konsepsiyanın söykəndiyi başlıca prinsipləri (universalılıq, plüralizm – rəngarənglik, müstəqillik) gerçəkləşdirmək iqtidarında olmadığını görə, cəmiyyətin əsas diqqəti ictimai teleyayımı yönəlir. Özü də qeyd olunur ki, həqiqi ictimai yayım xidməti yalnız siyasi hakimiyət onun fəaliyyətinə qarışmadığı təqdirdə təmin oluna bilər. Lakin bununla yanaşı, Qərbin demokratik ölkələrdə ictimai telekanalların kommersiyalaşdırılması nəticəsində ictimai TV-nin düşdürüyü böhran vəziyyətinin aradan qaldırılmasında siyasi hakimiyətin yaxşı mənada müdaxiləsini unutmaq olmaz. Həmin ölkələrin siyasi hakimiyəti həzirdə keçmiş Şərqi Avropa ölkələrində yeni TV quruculuğu sahəsindəki çətinliklərə də məsuliyyətlə yanaşır. Onlar dövlət yayımı ilə müqayisədə ictimai teleyayım kanalının əhəmiyyətini yaxşı başa düşürərlər.

İctimai yayım xidməti cəmiyyətdə gedən mövcud prosesləri, hadisə və rəyləri azad ifadə etmək üçün məydan olduğuna, informasiya, rəy və tənqidin yayılması üçün tribunaya çevriləyinə görə müvafiq xidmətin normal fəaliyyəti yalnız o vaxt təmin edilə bilər ki, ictimai teleyayımı öz sərbəstliyini qorumaq imkanı verilsin. İctimai teleyayım öz müstəqilliyinə töhlükə törədə biləcək istənilən siyasi qərarı (istər kommersiya, istərsə də hakimiyət təzyiqi olsun) ictimaiyyətin nəzərinə çatdırmalıdır.

Qərbin ictimai TV təcrübəsi göstərir ki, bu yayım nə şəxsi maraqların təminatı üçün alət, nə də ölkədəki mövcud iqtidarın mənafeyini qoruyan mexanizm deyil. Buna görə də yalnız ictimai xidmətin maraqlarına tabe olan ictimai yayım öz fəaliyyətinin müstəqiliyini qorumaq vəzifəsini də məhz özü həll etməlidir. Burada səhbət qətiyyət ictimai teleyayımın konkret siyasi mövqenin formallaşmasına görə məsuliyyət daşıyan siyasi orqana çevriləməsindən getmir. Əksinə, ictimai yayım daim belə bir suala cavab axtarır ki, əger onun öz statusu və müstəqiliyi töhlükəyə düşərsə nə etməlidir? Həmin situasiyada ictimai TV işlərin gedisiñə qarışmaq hüququna malik olmalıdır, yoxsa müşahidəçi kimi qalmalıdır? Mütəxəssislərin fikrincə, bütün hallarda müstəqil ictimai xidmətin maraqlarını qoruyan ictimai teleyayım öz prinsipləri uğrunda mübarizə aparmalıdır. Deməli, kəskin bazar rəqabəti şərai-

tində fəaliyyət göstərən kommersiya TV-si ilə konkret prinsipləri (universalıq, rəngarənglik – plüralizm və müstəqillik) əsas tutaraq ictimai xidmət vəzifəsinə yerinə yetirən və bənzərsiz struktur olan ictimai TV arasındaki fərqləri dəqiq müəyyən etmək lazımdır. Bu fərqlər isə ictimai TV-nin ideallarının və prinsiplərinin məhsulu olan verilişlərdə, konkret programların məzmununda özünü göstərir.

## Program siyaseti və veriliş əzellilikləri

Hər bir televiziyanın verilişi onun məhiyyətinin ifadəsi, məqsəd və fəaliyyətinin güzgüsüdür. Bu mənada ictimai TV-nin program əzelliliklərindən danışarkən tədqiqatçılar ictimai maraq kəsb edən mövzulara, milli dilin və milli mədəniyyətin (o cümlədən müsiqinin) təbliğinə, ölkədə daxilində, eləcə də beynəlxalq aləmdə baş verən ən mühüm hadisələri təhlil edən diskussiyalara geniş yer verilməsini və s. ən plana çəkirər. Bu məqamların heç biri mübahisə doğurmasa da, onu deməliyik ki, ictimai TV-nin program əzelliyi, ilk növbədə, ictimai yayının prinsiplərini eks tədirməlidir. Biz əvvəldə ictimai TV-nin əsas prinsiplərindən danışarkən universallıq və plüralizm kimi cəhətləri əbəs yere vurğulamadıq. İctimai xidmət ideyasının əsasən TV-nin verilişləri hamiyə ünvanlanmalı, ən rəngarəng mövzuları nəzərdən keçirməli, auditoriyani düşündürən aktual problemlərə ekranda daha geniş yer verməli, bütövlükdə cəmiyyət üçün əhəmiyyətli, müxtəlif janrları verilişlər təqdim etməlidir. Beləliklə, ictimai TV-nin qarşısında duran əsas vazifa bundan ibarətdir ki, populyar forma və janrların köməyi ilə auditoriya üçün maraq doğura biləcək mövzularda peşəkarlıq baxımdan yüksək səviyyəli proqramlar hazırlanın.

İctimai TV vətəndaşların tribunası olduğuna və əsasən onların pulu hesabına maliyyələşdirildiyinə görə bütövlükdə cəmiyyət qarşısında məsuliyyət daşıyır. Amma ictimai yayının rolunu hamı bu şəkildə təsəvvür etmir. Məsələn, 1993-cü ildə Yevronyus telekanalının direktoru olmuş M.Fiçeranın ikrincə, biz «...ictimai xidmətlər kimi, geniş kütlələrə qululuq göstərməyi imkan verən texnologiyalara üstünlük verməliyik. Amma geniş kütlə heç də bütün kütlə deyək deyil. İnformasiya yayının yeni vasitələri və tematik kanalların sayının artması istər-istəməz tamaşaçı auditoriyasını daha çox parçalanmasına götürüb çıxarırlar...» Biz gərək hər

bir tamaşaçını nəzərə ala bilən məhdud yönülü yayının yeni gərçiliklərinə müvafiq ictimai xidmət konsepsiyası hazırlayaq» (Ficheran, 1993).

Təbii ki, M.Ficheranın bu mövqeyi, texniki tərəqqiyə və rəqabətə uyğunlaşmış ictimai xidmət barədə səciyyəvi təsəvvürləri əks etdirir. Bu təsəvvürlər isə TV bazarında auditoriyanın intellektual səviyyə, sosial mövqe, zövq və maraqlara görə fərqli kateqoriyalara bölünməsinə əsaslanır. Əgər auditoriya belə parçalanmış tamaşaçı kütłesindən ibarətdirsə, onda hamının zövqünü oxşayan, hamiya xoş gələn programlar hazırlamaq mümkündürmü? Burada programların tematik ixtisaslaşması xətti müəyyən qədər kara gəlir. Axi, bu, danılmaz faktdır ki, ictimai TV-yə aid programların tematik ixtisaslaşması çox vaxt onların bir növ mədəni gettoya çevriləmisi ilə müşahidə olunur. Diger tərəfdən unutmayaq ki, özəl TV verilişlərinə münasibətdə auditoriyanın parçalanması və programların hödsiz differensiasiyası faktiki olaraq hamı üçün məqbul sayılan ictimai yayım barədə zərurati meydana çıxardı. Ona görə də indi ictimai TV-yə dar çərçivədən deyil, geniş prizmdən baxmaq lazımdır.

Kommersiya yayımından fərqli olaraq ictimai TV yalnız vətəndaşların və cəmiyyətin mənafeyindən çıxış edir, öz programlarında cəmiyyətin mənfilə-müsəbətli bütün mənzərəsini əks etdirir, problemlərin üzərinə işiq salır. Həm də nəzərə almaq lazımdır ki, özəl kanalların sayının artmasına baxmayaraq, indi tamaşaçının seçim imkani o qədər də çox deyil. Bunuyla əlaqədar sosioloq D.Uolton qeyd edir ki, ictimai TV istənilən halda maliyyə amilini nəzərə almayan verilişlər hazırladığı halda, özəl TV artıq müəyyən proqramlarını ixtisar edərək, yalnız kommersiya cəhətdən səmərəli olan verilişlərlə kifayətlənir. Beləliklə, bir-birindən kəskin şəkildə fərqlənən fəaliyyət növünün təsviri üçün eyni sözdən istifadə oluna bilər və ictimai TV-dən özəl TV-yə, bundan isə hər hansı ixtisaslaşmış TV-ya keçədikdə tamaşaçı marağına xidmət konsepsiyasının bir növ öz dəyərini itirməsi müşahidə olunur. D.Uoltonun istinad etdiyi konsepsiya isə cəmiyyətdə ümumi maraq doğuran programlar əsasında qurulmuş TV konsepsiyasına çox uyğun gelir. Fəaliyyətini müstəsna olaraq qazanc götürməyə yönəltməyən ictimai TV özəl kanala nisbətən öz verilişlərini daha geniş auditoriyaya ünvanlıyır. Program tərtibi baxımdan ictimai yayım eyni məzmunlu verilişləri birləşdirə bilər. Həmin verilişlərin bir-birini əvəzəlməsi, yaxud qismən təkrarlaması da mümkündür.

İctimai TV-nin mövzu seçimi tamaşaçı kütłesinin və bütövlükdə cəmiyyətin qəbul etdiyi mövqenin xeyrinə olan seçim deməkdir. İctimai TV-də bu məsələləri ətraflı öyrənən tədqiqatçı D.Uolton yazır: «Geniş

tamaşaçı kütlesi üçün proqramlar göstərən TV-nin (həm özəl kanal, həm də ictimai TV) sosial vəzifələrinə, həm informasiyanın hazırlanması, həm də onun qəbulu baxımından sosial bərabərlik perspektivi xas olduğu halda, fraqmentar yönümlü TV, əsas kimi mövcud sosial bərabərsizlikdən istifadə edir və rəngarəng auditiöriya üçün nəzərdə tutulan məhsul yaratır. Fraqmentar TV seqmentlərə parçalanmış və daxilində sosial bərabərsizliyin mövcud olduğu ictimai sahəyə uyğundur; geniş tamaşaçı kütlesi üçün maraq doğuran proqramlar üzərində qurulan TV, bərabərsizliyin ayrı ayrı növlərinə son qoymağa iddia etməsə də, ümumi səciyyəvi çizgilərə inalik proqramlar hazırlamağa səy göstərir» (Wolton, 1990).

Bəzən TV təcrübəsində yayım siyasetini əks etdirən proqramların tərtibi kimi əhəmiyyətli işə göz yummak tendensiyası müşahidə olunur. Halbuki fraqmentar TV-dən fərqli olaraq geniş tamaşaçı kütlesi üçün işləyən TV-də yaxşı proqram şəbəkəsi yaratmaq, əslində, auditoriyaları birləşdirmək, insanlar arasında ünsiyyət yaratmaq və onların bir-birlərini yaxından tanımmasına kömək etmək sənətidir. Yaxşı proqram tərtibi bütövlükdə tamaşaçı auditoriyasının tələbatına əhatəli və elitar yanşanadır. Bu işə öz növbəsində, belə TV-yə maksimum açıq olan ictimai forum yaratmağa imkan verir. Auditoriyanın diqqətini uzun müddət ekranda saxlayan proqram tərtibçilərinin məqsədi bu minvalla tamaşaçıları növbəti proqramlara baxmağa yönəltməkdir.

Bəzəliklə, geniş kütłələrə yönəlmış TV-nin vəzifəsi cəmiyyətdə maraq doğuran mövzuları rəngarəng telejanların köməyi ilə auditoriyaya çatdırmaq və onun diqqətini cəlb etməkdir. Buna nail olmaq üçün TV öz proqramlarını mütləq geniş kütłəni nəzərə almaqla hazırlanmalıdır. Məsələn, tutaq ki, sosial problemlə, qloballaşmaya, yaxud mədəniyyətə aid hər hansı yüksək səviyyəli proqram təkcə məhdud elitanı nəzərdə tutmamalı, həm də hər bir kəs üçün cəzbedici, anlaşıqlı olmalıdır.

İctimai TV üçün proqram tərtibi elə bir «menyü» deməkdir ki, orada lap əvvəl iən cürbəcür «xörəklər» təklif etməklə müxtəlif auditoriyaların tələbatının ödənilməsi vəzifəsi qoyulur. Məhz bu vəzifənin gerçəkləşməsi nəticəsində auditoriyanın müxtəlif təbəqələri çox vaxt ağillarına gəlirmədikləri estetik zövq ala bilirlər.

İctimai yayımı ayrıca forma və janrla, yaxud konkret auditoriya ilə məhdudlaşdırmaq geniş kütłeni nəzərdə tutan TV üçün proqram tərtibinin əhəmiyyətini azaldır. Bu əhəmiyyəti elektron redaktora həvalə etmək işə proqram tərtibinin əhəmiyyətini danmaq deməkdir. Məsələ bundadir ki, elektron redaktorun yegana vəzifəsi müxtəlif özəl kanal-

larda hər yerə yayılan informasiya məhsullarının bəzi növlerinin maliyyələşməsində iştirak etməkdir. İctimai TV-nin geniş auditoriyaya ünvanlanması, zəngin yaradıcılıq palitrasına malik olması, müxtəlif mövzulara toxunması və onları auditoriyaya ən məqbul formada təqdim etməsi, program tərtibində cəmiyyətin və ayrı-ayrı sosial təbəqələrin marağının nəzərə alınması əsas şərtidir.

Bəzən soruşurlar ki, ictimai TV-nin proqramları özəl TV kanallarının proqramlarından prinsipial şəkildə fərqlənmirmi? Təbii ki, özəl TV-lərin proqramlarında mövzu rəngarəngliyi, məzmun dərinliyi və universallıq lazımı səviyyədə deyildir. Bu TV-lər tematik cəhətdən yalnız gəlir (reklam) gətirən verilişləri saxlayırlar. Digər tərəfdən, özəl TV-dən müəyyən məsuliyyət tələb olunduğu ölkələrdə nizamlanmanın pozulması bu kanalların ABŞ teleradio sistemində tətbiq olunan təcrübəni qəbul etməsinə gətirib çıxara bilər. Yəni bu ölkədə güclü rəqabətlə üzəşən özəl TV şirkətləri istənilən vaxt bütün proqramlar üçün maksimal auditoriya cəlb edə biləcək sərbəst yayım blokları hazırlamağa məcbur olurlar. Həmin blokların içərisində əyləncə və oyun formalarına üstünlük verilir. Hətta əyləncə xarakterli xəbərlər buraxılışı da daxil olmaqla teleyayımın bütün formalarına müraciət edilir. Ekranda obyektiv təhlil öz yerini sensasiyaya verir, teleulduzlar isə nüfuzlu mütəxəssisləri tədricən sixışdırırlar. TV proqramları reklamla doldurulur, bu vaxt bəzi proqramlar potensial reklam sıfarişçilərinin arzularına uyğun tərtib edilir. Təbii ki, bu halda yayım ekranda məzmun, mahiyyət və əsl marağı deyil, əyləncəni əsas götürür.

Məhdudiyyətlərin eksəriyyətindən azad olan özəl kanallar asanlıqla aüditoriyani cəlb edən, müxtəlif stimullar oyadın və psixoanalitiklərin dediyi kimi, «mən»ə yönələn əyləncəli proqramlar verirlər. Əgər elə bu fikri davam etdirsək, onda ictimai TV-ni «fövqəl mən»ə yönəlmış yayım vasitəsi, müəyyən mənada, ağıl, zəka, etimad, prinsiplər və normalar ekranı, bilik-təhsil və ədəb-ərkan TV-si adlandırmaq olar. Bu, mübalığa deyil və ictimai yayımında verilişlərin tərtibi prinsipi məhz bunları deməyə əsas verir. Elə isə ictimai TV proqramlarının tərtibi və hazırlanmasının hansı prinsiplərə əsaslandığını konkretləşdirməyə çalışaq.

Biz ictimai yayımın səlahiyyət və vəzifələrindən danışarkən qeyd etdik ki, informasiya, tədris-mədəniyyət, maarifçilik və əyləncə funksiyası tari-xən məhz elə ictimai TV ilə bağlıdır. İndi bunlara milli mədəniyyətlər, vətəndaş özünüdərkı və s. haqqında proqramların göstəriləşməsinə yardımçı olmaq kimi digər vəzifələr də əlavə edilib. Adətən, program tərtibində cə-

miyyətin ümidiñ doğrudan bu vəzifələr informasiya, ictimai-siyasi proqramları, gənclər, yeniyetmə və uşaqlar üçün TV verilişləri, mədəni-estetik tərbiyənin təzahürü kimi incəsənat proqramlarını əsas götürür.

İctimai yayının verilişlər şəbəkəsində əyləncə proqramlarına yanlış olaraq az yer ayrılr. Bəzən bu və digər funksiyaları konkret forma və janrlara pərcimilənək tendensiyası ona getirib çıxarıır ki, ictimai TV-nin bir çox formalara, üsusən də əyləncəli janrlara yiyə çıxmamasını iddia edən tele-tənqidçilərin səsləri daha gur eşidilir. Məhz bu cəhət kommersiya kanalları ilə mübarizədə ictimai TV-nin mövqeyini nisbətən zəiflədir.

Əslində isə bütün bu vəzifələr ictimai TV proqramlarının ən ümumi məqsədini ilədə edir. Söhbət hər bir konkret verilişin məzmununa qiyamət verməkdən daha çox, ictimai TV-nin proqram hazırlamaq üzrə bütün fəaliyyətinin nəticələrini dəyərləndirməkdən gedir. Çünkü rəqabətə şərait yaradan bazarın insanların rifahından yüksəkdə olduğunu bildirən iqt sadçı, fikrini konkret məhsulla əlaqələndirmir. İctimai TV-dən də əlsə bunu gözləyirlər ki, o, cəmiyyətin strukturunu nəzərə almaqla öz proqramlarından vətəndaşları daha yaxşı məlumatlandıran vasitə kimi istifadə etsin. İctimai TV-nin proqramları ümumi məraqların qorunmasına kömək etməli, ictimai foruma və vətəndaşlara ictimai kommersiyaya azad yiyələnməyə imkan verməlidir.

İctimai TV-də informasiya, tədris, mədəni tərbiyə və əyləncə vəzifələri bir-birilə səsləşən, yayım səbstlərinin sərt çərçivəsinə yaxşı uyğunlaşan konkret verilişlərin məcmusu tək deyil, vahid rəsm əsərində ümumi palit anı əmələ getirən boyalar kimi nəzərdən keçirilməlidir. Məsələn, hanıya yaxşı bəllidir ki, televiktoriga tamamilə öyrədici ola bilər, yaxud əgər teleserialda mühüm problemlər qaldırılırsa, həmin məsələlərin təmaşaçıların real həyatına bilavasitə dəxli varsa, mühüm informasiya nənbəyi ola bilər. İctimai TV-nin proqramlarında ümumi məqsədlə in reallaşmasının ilk mərhələsini məhz bu şəkildə başa düşmək lazımdır. Bu mənada sadalanan bütün vəzifələr müasir ictimai TV-yə və onun proqramlarına verilən tələblərə tam uyğun gəlir.

Ammə ictimai TV-nin təqdim etdiyi proqramlarla bağlı cəmiyyətin bəslədiyi ümidiñ daha böyükdür. Söhbət daha çox ictimai TV-nin yayım səbstiñ strukturuna, proqramların gündəlik düzülməne və ümumi tərtibatına aiddir. Məhz bu mənada ictimai TV-dən elə proqramlar gözləmək olar ki, ekranda nümayiş etdirilən məhsullar janrların və mövzuların tarazlığını saxlaya bilsin (xəbərlər buraxılışı, sənədlər filmlər, ictimai-siyasi verilişlər, viktörinalar, fantastika, bəddi

filmlər, idman yarışları və s.). Tamaşaçılar programdan həm də mövzu rəngarəngliyi umurlar. Tamamilə aydındır ki, bu əlvəndiq rəqabət və bazar çekişmələri ilə üzləşən özəl TV proqramları ilə müqayisədə ictimai yayımın məhsullarında daha aydın nəzərə çarpmalıdır.

Əlbəttə, ictimai yayım təkcə informasiya proqramları, ictimai-siyasi verilişlər və sənədli filmlər vasitəsilə deyil (bu, öz-özlüyündə olmalıdır), həm də teleoyunlar, viktorinalar və s. əyləncəli proqramlarla da informasiya çatdırmağa çalışmalıdır. Beləliklə, teleprizma baxımından informasiya yalnız məhdud janrdan ibarət olmamalıdır. Digər tərəfdən, özəl kanallar iqtisadi cəhətdən faydasız verilişləri azaltmağa çalışır, həm də bütün digər janrlara əyləncə elementi qatır ki, auditoriyani cəlb edə bilsin. Qərb telemekanında işlənən məşhur «infotainment» (informasiyanın əyləncə formasında təqdimatı) ifadəsi də buradan yaranıb və bu, hətta xəbər buraxılışlarına, yaxud ictimai-siyasi verilişlərə münasibətdə də işlədir.

Nəhayət, xüsusi ədəbiyyatda ictimai TV-nin təqdim etdiyi proqramlarla bağlı ümidişlərin daha bir yüksək səviyyəsindən də bəhs olunur. Bu, proqramlar toplusuna daxil olan verilişlərin peşə standartlarına uyğunluğuna və sənətkarlıq məsələlərinə aiddir. Ümid edilir ki, bu verilişlər orijinal və keyfiyyətli olmalı, yaradıcılıq və novatorluq cəhətdən fərqlənməlidir. Həm də özəl TV-lərdən fərqli olaraq, bu proqramlar etik prinsiplərə əsaslanmaqla ictimaiyyətin istəklərini, marağını, qayğı və problemlərini əks etdirməlidir. İformasiyalar dolğun, obyektiv, qərəzsiz olmalı, üstəlik, söhbət ictimaiyyəti narahat edən problemlərdən gedirsə, mütləq tənqidi xarakter daşılmalıdır. Beləliklə, ictimai TV ekranını çıxan verilişlər həm peşəkarlıq, həm fikir plüralizmi, həm də etik meyarları gözləmək baxımından müəyyən edilmiş standartlara tam cavab verməlidir.

Tədqiqatçıların ictimai TV-nin keyfiyyəti təmin etmək və yüksək standartlara cavab vermək səyləri haqqında fikirləri belədir: «İctimai yayımın program özəlliyi elə bundadır ki, onun ekrana çıxardığı istənilən veriliş, hansı janrda olursa olsun, mümkün qədər populyarlıq qazanmalı, yaxşı baxılmalıdır (Rowland and Tracey, 1990). Hər halda, bir şey aydınlaşdır ki, ictimai TV-nin təqdim etdiyi verilişlər yüksək peşə standartlarına əsaslanmalı və onların keyfiyyəti heç vaxt iqtisadi səmərə ilə ölçülməməlidir. Çünkü bu verilişlər istehlakçıya yox, cəmiyyətin fəal üzvü olan vətəndaşa yönəldilir.

Ictimai TV-nin efir məhsullarını necə ərsəyə gətirməsi, istehsalı necə qurması, verilişlərin hazırlanmasına yerli stansiya və prodüser studiyalarını cəlb edib-etməməsi prinsipial məsələ deyildir. Bəzi ölkələrdə

(məsələn, Skandinaviya ölkələrində) ictimai TV qurumları verilişləri yalnız özəl hazırlayır, tamaşa və filmləri kənardan alırlar. Bəziləri (Almaniya, Fransa, Avstriya və s.) bədii-əyləncəli verilişləri sıfariş verir, informasiyanı; ictimai-siyasi proqramları isə özəri hazırlayırlar. Bi-bi-si də bu təcrübəyə tez-tez müraciət etməli olur. Bu baxımdan ABŞ-in Pi-bi-es ictimai yayım kanalının müxtəlif məzmunlu verilişləri hazırlanmaq üçün tərtib etdiyi şəbəkə (sxem 2) xüsusi maraq doğurur.



ABŞ ictimai yayımında olduğu kimi, bu növ telekanalların məhsul hazırlanma mexanizmi mürəkkəbdir. Lakin auditoriyanın tələbindən asıl olmayaraq, ictimai yayımcılardan ciddi vəzifələrin gerçəkləşdirilməsi tələb edilir. Məsələn, Kanada, Böyük Britaniya, Almaniya, Avstriya, Finlandiya kimi ölkələrdə efir üçün sıfariş edilən verilişlərin ən incə detalları belə icraçıya izah olunur. Xüsusən bədii-əyləncəli, elmi-kütłəvi və uşaq verilişlərinə xüsusi tələblə yanaşılır. Bu tələblər, ilk növbədə, ictimai yayımın əvvəldə sadalıqlığımız prinsipləri və verilişlərin məzmununu ilə bağlıdır.

Avropa Şurasının sənədlərində əksini tapan öhdəliklərə görə, ictimai TV, ilk növbədə, əhalinin bütün təbəqəsini nəzərdə tutan yayım siyasetinə malik olmalıdır. İkincisi, proqramlarında maksimum plüralizmə əməl edən ictimai yayım cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin tribunasına, ölkədə aktual olan ciddi problemlərin müzakirəsi üçün cəmiyyətin ictimai forumuna çevrilir. Eyni zamanda ictimai TV informasiyaların dolğun

təqdimatına, qərəzsiz şərhinə nail olur, bütün verilişlərində maksimum keyfiyyəti təmin etməkla etik normaları gözləyir, bazar da uğur qazanmaq xatirinə keyfiyyəti qurban vermir, reytinq uğrunda deyil, nüfuz naməninə mübarizə aparır; cəmiyyətdə dini münasibətlərə, etnik mədəniyyətlərə hörmətlə yanaşlığı öyrədir, dözümlülüyü təbliğ edir, hər hansı ölkədə informasiyalı cəmiyyətin formallaşmasına kömək göstərir və s.

Yüksək peşə standartlarına cavab verən ictimai yayım öz programlarında məhz bu prinsipləri əks etdirməklə milli tərəqqiyə, ictimai şüurun inkişafına, vətəndaş cəmiyyətinə xidməti ilə şüurlu və obyektiv ictimai rəyin yaranmasına kömək göstərərək demokratik proseslərin inkişafını istiqamətləndirməlidir. Programlar yaradığı regionun mədəniyyətini, milli-etnik xüsusiyyətlərini, mədəni inkişaf seviyyəsini mütləq nəzərə almalıdır. Verilişlərdə insan hüquqlarına və ləyaqətinə hörmətlə yanaşılmalıdır. Bundan başqa, ictimai TV-nin programları mənəvi-etik normalara uyğun olmalı, parnoqrafik məzmun daşıma-malı, milli, irqi ayrı-seçkililiyi, zoraklığını təbliğ etməməli, yeniyetmə və uşaqların tərbiyəsinə mənfi təsir göstərə biləcək verilişləri müəyyən vaxta salmalıdır. Xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, ictimai TV cəmiyyətdə barışq yaratmalı, hər hansı problem ətrafında müzakirələr zamanı iqtidara və müxalifətə eyni miqdarda vaxt ayırmalıdır; tamaşaçıların şikayətlərinə diqqətlə yanaşmalıdır və s.

Bütün bu deyilənlər, həm ictimai TV-nin program siyasetinin, program tərtibinin və eyni zamanda ekrana çıxan verilişlərin məzmun incəliklərini aydın əks etdirir.

### Cəmiyyət maliyyələşdirir, idarə və nəzarət edir

İctimai TV vətəndaş cəmiyyətinin əsas institutlarından birinə çevrilidikcə demokratikləşmə prosesində onun rolu daha da artır. Bu şəraitdə TV-nin siyasi strukturlardan asılı olmaması və bazar münasibətlərindən kənarda dayanması labüb şərtə çevrilir. Siyasi hakimiyyətlə münasibətləri korlamadan cəmiyyətin maraqlarını müdafiə etmək, bütün situasiyalarda öz müstəqilliyini (xüsusən iqtisadi müstəqilliyini) qorumaq, vətəndaş nəzarətinin əlverişli formalarını tapmaq ictimai yayının əsas vəzifələrinə daxildir. Şübhəsiz ki, heç də aşan olmayan bu vəzifələrin həyata keçirilməsində ictimai yayının maliyyələşməsi,

demokratik idarəciliyi, siyasi hakimiyyetlə münasibətləri və s. məsələlər həllədici rol oynayır.

Adətən, ictimai TV-nin maliyyələşməsi, idarə olunması və onun üzərində ictimai (vətəndaş) nəzarətin tətbiqi barədə danışanda çoxları Avropanın sənədlərində öz əksini tapmış belə bir məşhur ifadəni misal götürürkər: «İctimai televiziyanı cəmiyyət yaratır, bu televiziyanı cəmiyyət maliyyələşdirir, bu televiziyyaya cəmiyyət nəzarət edir».

Həqiqətən, bu tezislər ictimai TV-yə ideal prizmadan baxmağa və onun gələcəyinə böyük ümidi bəsləməyə imkan verir. Lakin ictimai yayım praktikası bu prinsiplərin ayrı-ayrı ölkələrdə müxtəlif təzahürlərini meydana çıxarıır. Bu baxımdan ən prinsipial məsələlərdən biri ictimai TV-nin maliyyələşdirilməsidir. Çünkü teleradio yayımı sahəsində bir sira siyasi, texniki və sosial maneələri aşaraq xidmət etdiyi cəmiyyətin ideallarını və bəşəri dəyərləri eks etdirən ictimai TV-nin hansı mənbədən, necə və hansı formada maliyyələşməsinin böyük əhəmiyyəti vardır. Həm də elə bir adam tapılmaz ki, o, ictimai TV-nin imkanlarının onun sərəncamındaki texniki vasitələrdən və maliyyələşmə mənbəyindən asılı olduğunu danmaq fikrinə düşsün. Bir çox ölkələrdə ictimai yayının fealiyyəti, ilk növbədə, maliyyədən asıldır. Elə isə aydınlaşdırıraq ki, ictimai TV-nin maliyyələşdirilməsinin hansı formaları mövcuddur və bunlardan hansı daha geniş tətbiq olunur?

İctimai yayım problemi ilə məşğul olanların fikrincə, qlobal vəzifələrin maneəsiz gerçəkləşdirilməsi üçün ictimai TV-nin etibarlı maliyyə müstəqilliyi olmalıdır. Mövcud praktikada ictimai TV bu maliyyə mənbələri hesabına fealiyyət göstərir:

- abonent pulu hesabına;
- dövlət bütçəsi hesabına;
- sponsorların, siravi vətəndaşların və xeyriyyə cəmiyyətlərinin yardımına (ianə) hesabına;
- audiovizual məhsulların satışından gələn qazanc hesabına;
- reklamdan əldə olunan golir hesabına.

Bu maliyyə qaynaqları içərisində yalnız iki məqam – abonent haqqı və dövlət bütçəndən maliyyələşmə ictimai TV-ni tam yaşatmaq iqtidarındadır. Yerdə qalanlar, hətta reklam TV-ni yaşatmaq gücündə deyildir, onlar ən çoxu əvvəlki iki qaynağa yardımçı ola bilər. Doğrudur, ABŞ, Almaniya, Fransa, Türkiye və s. kimi ölkələrdə reklam özəl kanal üçün əsas maliyyə mənbəyidir. Amma ictimai TV üçün bu qaynaq daimi, etibarlı və tamaşaçılardan mənafeyi baxımından həmişə arzuolunan deyildir.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, maliyyə qaynaqları baxımdan ictimai TV-nin bütçəsində aparıcı yer abunə puluna məxsusdur. ABŞ və Böyük Britaniyanın təcrübəsinə görə, bu ölkələrdə ictimai TV abunəçilərin və program satışının hesabına maliyyələşir. Böyük Britaniyada texniki baxımdan ictimai TV-nin verilişlərini qəbul edə biləcək hər bir televizor cihazı üçün abunə haqqı (bir növ lisenziya pulu) ödənməlidir. Hazırda bu əsulla maliyyələşən Bi-bi-si-nin bütçəsinin təxminən 80 faizini (2,5 milyard dollar) abonent pulu təşkil edir. Fransada bu rəqəm 55-70 faiz, Avstriyada 45 faiz təşkil edir. Almaniya, Belçika, İrlandiya və digər ölkələrdə də ictimai TV-nin əsas maliyyə mənbəyini abonent haqqı təşkil edir.

Lakin 80-ci illərin ortalarından başlayaraq maliyyələşmə qarışq xarakter daşıyır. Məsələn, Qərbi Avropa ölkələrinin əksəriyyətində sponsor və reklam sıfarişçilərindən gələn gəlirlər də ictimai TV-nin maliyyələşməsində müyyəyen rol oynayır. Bir sırada hallarda abunə pulu əvəzinə dövlət bütçəsindən ayırmalar da tətbiq edilir. Məsələn, Skandinaviya ölkələrində, xüsusən Norveçdə, habelə Hollandiyada ictimai TV dövlət bütçəsi hesabına yaşamış (indi də yaşayır) və xüsusi kapitalın, o cümlədən reklamçıların ictimai yayımında üstünlüyü ələ almasına imkan verilməmişdir. Amma dövlət bütçəsindən maliyyələşmə çox vaxt sabit xarakter daşımur. Məsələn, Kanadada 1994-cü ildə dövlət bütçəsindən ictimai TV-yə lazımi vəsaitin 80 faizi ayrılmışdisa, 1996-ci ildə federal hökumət ictimai TV-nin bütçəsini 12 faiz, 1998-ci ildə isə 25 faiz azaltmışdır. ABŞ-da isə hökumətin ictimai yayımı kömək üçün ayırdığı vəsait 1980-ci ildən azaldı. 1996-ci ildə bu rəqəm cəmi 14 faiz təşkil etmişdi.

İctimai TV üçün başqa, amma nisbətən zəif mənbə sponsorların, vətəndaşların və xeyriyyə cəmiyyətlərinin ianəsi sayılır. Lakin bu maliyyələşmə növü məhdud səciyyə daşıyır. Çünkü xeyriyyə cəmiyyətləri və vətəndaşlar heç də ardıcıl ianə vermirlər, sponsorlar isə ödədikləri pulun müqabilində gizli reklam olunmaq istəyirlər, bu isə ictimai TV-nin əlaqəti prinsiplərinə ziddir. Könüllü ianə vermək təşəbbüsü, ümumiyyətlə, geniş yayılmayıb və bu təcrübə nisbətən ABŞ-da mövcuddur. Statistika həmin ölkədə hər tamaşaçının ictimai TV-yə təxminən 10 faiz könüllü maddi yardım göstərdiyini bildirir.

TV-lərin əlavə xidmətlərdən, xüsusən öz audiovizual məhsullarını satmaqdan qazandıqları gelir də böyük deyil. Bu sahədə böyük səriştəsi olan Bi-bi-si-nin öz məhsullarının satışından əldə etdiyi gelir onun ümumi bütçəsinin heç 5 faizini keçmir. Ona görə də indi ictimai TV-lər maliyyələşmənin sanballı kommersiya mənbəyi olan reklama diqqət

qət yetirməyə başlayıblar. Cüki bütün ictimai yayım sisteminin bütçəsinə daxil olan eləvə gəlirin əhəmiyyətli hissəsi reklamın payına düşür. Məsələn, İrlandiyada ictimai TV illik bütçəsinin 50 faizini reklamdan götürür, Fransanın iki ictimai kanalının reklamdan gəliri təxminən 30-40 faiz təşkil edir. Əksinə, ABŞ-da ictimai yayım sistemində reklam verilməsi qadağandır, halbuki bəzən sponsor dəstəyi pərdəsi altında elan formasında müəyyən reklamlar göstərilir. Amma bütövlükdə ölkənin Federal Rabitə Komissiyası (FRK) 1981-ci ildən başlanan 18 aylıq reklam eksperimentindən sonra ictimai TV ilə kommersiya reklamının verilməsini yasaqlayan qərar qəbul etmişdir.

Bütövlükdə Qərbi Avropada 90-ci illərin ortalarından başlayaraq ictimai TV-nin maliyyələşməsindəki ləngimələri və ixtisarları dövlət vəsaiti hesabına kompensasiya etmək məqsədini güdən bir sira ictimai telekanallar reklam verilişlərinin nümayişini artırıblar. Ən azı, sırf nəzəri cəhətdən öz üzərində kommersiya amillərinin təzyiqini hiss etməli olan ictimai TV kanalının bu cür maliyyələşmə mənbələrinə əl atması nə dərəcədə sərfəlidir?

Əgər ictimai TV-nin bazardan asılı vəziyyətdə olan digər kanallarla əlaqədar olmasına istəmirikse, onun dövlət bütçəsindən, yaxud yalnız reklam gəlir ərindən maliyyələşməsini nə dərəcədə düzgün və məntiqi hesab etmək olar? İctimai TV, qismən özəl kommersiya kanalları üçün fəaliyyət mənbəyi olan vəsait hesabına maliyyələşdirilə bilərmi? Bu məsələdə əksər mütəxəssislər ictimai TV üçün dövlət vəsaitini, özəl TV üçünse şəxsi vəsaiti nəzərdə tutaraq «hər kəsin öz pay» prinsipini dəstekləyirlər. Lakin bəziləri ictimai TV-nin kommersiya mənbəyindən maliyyələşməsinə, xüsusən də reklamlı məşğul olmasına üstünlük verirlər. Həmin tendensiyanın tərəfdarları bələ hesab edirlər ki, hər şeyi reklam obrazının müəyyənləşdiridiyi istehlak cəmiyyətində ictimai yayım mövcud reallıqlardan kənardə qala bilməz. Bu baxımdan, reklam maliyyələşmə formasından daha çox mövcud bazarın, istehlak cəmiyyətinin ifadəsində və ictimai TV-nin bundan imtinasi sahv olardı. Deməli, reklamın təsisiyasından imtina etmək ictimai TV qarşısında təkcə maliyyələşmə məsələsini deyil, həm də son dərəcə ciddi təşkilatlı problem qoyur. Cüki bəzilərinə görə, reklamdan imtina etdiyi təqdirdə ictimai TV-nin öz verilişlərinin cəlbediciliyinə olan marağı itəcək.

Təbii ki, ictimai TV-nin reklamdan imtinasi onu auditoriyani ələ almayıñ son stinulundan da məhrum edə bilər. Fransa ictimai TV korporasiyasının keçmiş prezidenti H. Borges isə iddia edir ki, reklamdan imtina

etmək «həm bütçə, həm də maraqlı proqramlar hazırlamaq nöqtəyi-nazərindən ikiqat səhv olardı. Belə bir şəraiti nəzərə almaq lazımdır. Əgər başqa çıxış yolu yoxdursa, reklamdan gen-bol istifadə öz-özülüyündə təriqid obyekti ola bilməz. Axi, səhəbə TV-nin müəyyən dərəcədə maliyyə müstəqilliyinin təmin olunması vasitəsindən gedir. Reklam verilişləri telekanalları tamaşaçı sorğularına diqqətlə yanaşmağa vadar edir ki, bu da ictimai TV-nin işinə yalnız səmərə gətirə bilər, telesirkətləri müəyyən inzibati tələblərdən və bir sıra dairələrin təzyiqindən azad edən» (Bourges, 1993).

Beləliklə, reklam ictimai TV-yə tamaşaçıların tələblərini nəzərə almağa imkan verir və eyni zamanda onu siyasi hakimiyyətdən asılı olmaqdan azad edir. Bununla da iqtidar ictimai TV-nin ehtiyaclarına ayrılan ictimai vəsaitin sayəsində TV-dən sui-istifadə imkanından məhrum olur. İndi ictimai yayım kanallarının əksəriyyəti reklama münasibətdə məhz bu baxışa üstünlük verir, reklama yayımın göləcəyini təmin edəcək vasitə kimi böyük diqqət yetirirlər.

1993-cü ildə Brüsseldə keçirilmiş Avropa Yayım İttifaqı Konfransının qəbul etdiyi bəyannamədə bildirilir ki, ictimai TV kanallarının qarşısında duran vəzifələrin yerinə yetirilməsi məqsədi ilə lazımi və dəyərli maliyyələşmədən yaranınmaq zəruridir. Bu isə milli ənənələr nəzərə alınmaqla həm ictimai, həm də kommersiya vəsaitinin cəlb olunmasını tələb edir. Həmin konfransdakı diskussiyalarda Bi-bi-si-nin mövqeyinə xüsusi diqqət yetirilmişdi. Bu qurumun nümayəndələri belə hesab edirdilər ki, ictimai TV yalnız ictimai fondlardan istifadə etməlidir. Mahiyyətəcə ictimai TV-nin bir sira kanallarının reklama həddən artıq aludəliyini nəzər alsaq, bu məsələdə Bi-bi-si son dərəcə xarakterik bir nümunədir. Bu telekanal reklam hesabına vəsait qazanmayan ictimai TV kanalının böyük auditoriyaya çıxməq imkanını itirəcəyi barədə iddiaları inkar edir. O, reklamdan istifadə sayəsində hakimiyyətdən asılı olmamağa da şübhə ilə yanaşır. Belə ki, bu müstəqillik digər vasitələrlə də tam təmin oluna bilər. Bu zaman qarşıya belə bir sual çıxır: əvvəlki kimi xeyli vəsait alan və nəhəng auditoriya cəlb edən bir sira ictimai telekanalların reklamdan istifadəsi özəl TV ilə qisamüddətli rəqabət üçün vasitsə deyilmə? Özəl kanallar bu suali haqlı hesab edərək, ictimai telekanallarla ədalətsiz rəqabətdən gileyirlər. Deyəsan, bu məsələdə ictimai xidmət vəzifələrini yerinə yetirən TV-lərlə əsas məqsədi pul qazanmaq olan kanallar arasında toqquşma özünü göstərir.

Ictimai TV-də reklamin xüsusi çəkisinin artması onun proqramlarının məzmununa da təsir göstərir. Çünkü reklam təkcə sifarişçiləri TV-nin daimi müştəriləri sırasına qatmir, həm də auditoriyani bu TV-nin

satdığı məhsulların istehlakçısına çevirir. Təbii ki, sonuncu məqam ictimai yayım üçün yolverilməzdır və klassik ictimai TV anlayışına ziddir. Çünkü reklumin genişləndirilməsi müasir çoxkanallı TV şəbəkəsi şəraitində ictimai yayının öz simasını itirməsinə səbəb ola bilər. Əgər özəl kanal kimi ictimai TV-də filmi, yaxud verilişi tez-tez kəsib reklam nümayiş etdirəkse, mütləq öz tamaşaçısını itirəcək. Buna görə də cəmiyyətin TV-si olan ictimai kanalın vəzifəsi reklam satulmasında yox, ictimai xidmət göstərilməsindədir. İctimai TV yalnız o ölkələrdə reklam vaxtını satı bilər ki, həmin ölkələrdə TV ilə reklamin nümayişinə kapital qoyulmuşunda özəl kanalların iştirakına yol verilmir.

Bazar tələbatından kənarda işləyən qeyri-kommersiya TV-si kimi ictimai TV-də də səhbat nədən gedirən getsin, istor auditoriya olsun, istərsə program, yaxud da ayrı-ayrı verilişlər – reklam sıfarişçilərinin və ya tamaşaçıların cürbəcür tələbləri nizamsız yox, müəyyən sistem çərçivəsində yerinə yetirilməlidir.

Təbii ki, çoxları müvafiq gəlir mənbələrindən imtina etməyin ictimai TV-nin süqutuna getirib çıxarıcağından ehtiyatlanır. Amma təcrübə onu göstərir ki, ictimai TV üçün əlavə gəlir mənbələri deyil, yalnız iki etibarlı maliyyələşmə qaynağı zəruri və yetərlidir. Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, bunnardan birincisi ictimai fond (əhalinin TV-nin maliyyələşməsinə qoymuş bilavasita ödəniş – abonent haqqı), ikincisi isə dövlətin ictimai televiziya sektoruna bürdürdən yardımıdır. Yalnız bu iki maliyyə qaynağı ictimai yayının müstəqilliyini və onun fəaliyyətinin səmərəliliyini təmin edə bilər.

İctimai TV-nin idarə olunması mexanizmi də maliyyələşmə qaynaqları qədər "çox" axəlidir. Əvvəla, bu faktə diqqət yetirmək lazımdır ki, ictimai yayım nə hakimiyyətin, nə müxalifətdə olan siyasi partiyanın, nə parlamentin, nə hansısa dini qurumun, nə də digər qrupların ixtiyarında deyildir. Amma eyni zamanda onların hamisinin və bütövlükdə cəmiyyətindir. Ona görə də ictimai TV-nin idarə olunması elə ədalətli mexanizmə əsaslanmalıdır ki, heç kim bu qurumu özündən asılı vəziyyətə sala bilməsin. Adətən, bu məsələdə hakimiyyətin iradəsi ilə bağlı olan iki qayda özünü göstərir. Birincisi, demokratik ənənələrin güclü olduğu ölkələrdə (məsələn, Böyük Britaniya və ABŞ-da) ictimai TV-nin öz-özünü tənzimləməsi, ikincisi isə ictimai yayının tənzimlənməsində dövlətin iştirakıdır. Lakin hər iki modeldə ictimai yayının mürəkkəb idarə mexanizmi nəzərdə tutulur. Digər tərəfdən, idarəetmə mexanizmi müəyyənləşdirilərkən, ictimai yayının məqsədini, mahiyyət və prinsiplərinə uyğun olan bir neçə amil mütləq nəzərə alınmalıdır.

1. Əvvələ, idarə orqanları elə təşkil edilməlidir ki, ictimai yayım təşkilatı heç bir dövlət strukturundan, vəzifəli şəxslən və siyasi qrupdan asılı olmasın. Yəni ictimai yayımın bütün qurumlarının müstəqilliyi qeyd-sərtsiz təmin edilməlidir.
2. İdarə orqanlarına cəmiyyətin inandığı və qəbul etdiyi, tanınmış adamlar, ləyaqətli və prinsipial şəxslər, nüfuzlu elm, siyaset və mədəniyyət xadimləri cəlb olunmalıdır.
3. Yaradıcılıq məsələlərində (o cümlədən programların məzmu-nu və onun necə hazırlanması ilə bağlı) Baş direktorun və yaradıcı heyətin müstəqilliyi təmin olunmalıdır.
4. Programlarla əlaqədar yaradıcılıq fəaliyyəti maliyyə işlərin-dən ayrı idarə olunmalıdır.
5. Ümumxalq müəssisəsi sayılan ictimai TV-nin idarəciliyində maksimum şəffaflıq təmin edilməlidir.

İctimai yayımın mövcud olduğu bütün ölkələrdə bu amillər nəzərə alınır və idarəetmə elə bir mexanizmə əsaslanır ki, bu yayım qurumu öz müstə-qilliyi təmin edə bilsin. İctimai yayımın klassik modeli sayılan Bi-bi-si-nin 80 illik təcrübəsi də təsdiq edir ki, onun uğurunun əsas səbəbi bu quru-mun müvafiq idarə mexanizmində yiyələnməsidir. Bu korporasiyasının rəhbər orqanı 12 nəfərin təmsil olunduğu İdarə heyətidir. Bu rəhbər orqana sədr, sədr müavini, regionlardan (Şotlandiya, Uels, Şimalı İrlandiya) nümayəndə və ölkənin tanınmış siyaset, elm və mədəniyyət xadimləri da-xildir. Bütün ölkədə TV-nin müstəqilliyi ideyasının şəksiz tərəfdarı kimi bu müstəqilliyi qorumağa qadir olan həmin 12 nəfəri Nazirlər Kabinetinin təqdimati ilə Kralıça təyin edir. İdarə heyəti bütünlükə ictimai yayımın fəaliyyətinə, onun prinsiplərinin qorunmasına, o cümlədən verilişlərin ümu-mi ideya və peşkarlıq səviyyəsinə cavabdeh olan və şirkətin cari işlərini aparan əsas şəxsi – Baş direktoru təyin edir. Baş direktor isə Bi-bi-si-nin gündəlik fəaliyyətini gerçəkləşdirən İcraiyyə Komitəsinə və Direktorlar Şurasına rəhbərlik edir, bütövlükdə şirkətin işini istiqamətləndirir.

Əlbəttə, ictimai yayımın idarə olunmasının başqa formaları da mövcuddur. Bu formalar, ilk növbədə, TV-nin işi üçün cavabdehlik da-sıyan əsas qurumu (bəzi ölkələrdə bunu İdarə heyəti, bəzilərində Yayım Şurası, yaxud Müşahidə Şurası adlandırırlar) kimin təyin etməsi ilə müəyyən olunur. Məsələn, Mərkəzi Avropa ölkələrində Yayım Şurasını

parlament, Şimali Avropa ölkələrində isə Prezident təyin edir. Şura üzvlərinin bir qismini ictimai təşkilatların verdiyi siyahı üzrə parlament, bir qismini isə dövlət başçısının təyin etdiyi ölkələr də var. Amma bütün hallarda təyin edən kimliyindən asılı olmayaraq, əsas idarəetmə orqanı olan Şuralar ictimai yayım qurumunun ali nəzarət orqanıdır və yayım proqramlarına münasibətdə bütün cəmiyyəti təmsil edir. Qanuna görə, Şura üzvləri müstəqildirlər, parlamentin və heç bir siyasi partiyanın üzvü, yaxud təsəssübkeşi ola bilməzlər. Yəni bù şəxslər yalnız cəmiyyətin və ictimai yayının maraqlarını qoruyur, hər cəhətdən müstəqil mövqe tutur və fəaliyyətləri ilə ictimai TV-nin müstəqilliyini təmin edirlər.

Bu cəhətdən, ümumiyyətlə, dünya ölkələrində teleyayımın fəaliyyətini tənzimləyən orqanlar və onların statusu məsələsinə nəzər yetirmək lazımlı gəlir. Burada əsas qənaətlərdən biri odur ki, əksər ölkələrdə təşkilati yeknəsəqlik müşahidə olunur, nadir istisnalarla bütün ölkələrdə teleyayım təşkilatlarının fəaliyyətinin tənzimlənməsinin əsas məsələləri müstəqil orqanların səlahiyyətindədir. Əsas fərqlər həmin müstəqil orqanların mali cəoluqları səlahiyyət və tətbiq etdikləri qaydalarda nəzərə çarpir. Bundan başqa, bir sıra ölkələrdə tənzimləyici təsisatların sayının artırılmasına də böyük tələbat duyulur.

Mövcud hüquqi sistemlərin rəngarəngliyi istənilən təsnifat cəhdini son dərəcə çətinləşdirir və əslinde, hər hansı bir universal strukturun yaradılmasını mümkünzsız edir. Buna görə də müxtəlif tənzimləyici orqanların öhdəlikləri ilə bağlı konkret model hazırlamaq istərkən onların səlahiyyətləri ndəki fərqlər müəyyən çətinliklər yaradır. Bu təşkilatların səlahiyyətləri və statusu üzrə aparılan tədqiqatlar əsasən iki nəticəni aşkara çıxarmışdır: əvvəla, nəzərdən keçirilmiş əksər məhkəmə sistemlərindən aydın olur ki, tənzimləyici orqanların müstəqilliyinin təminatı, ilk növbədə, üzvlərin bu orqanlarda işləməsi üçün tətbiq edilən təyinat mexanizmindən asılıdır. İkincisi isə, mövcud tənzimləyici orqanların səlahiyyətlərinin 5 kateqoriya üzrə qruplaşdırılmasına imkan verir. Yəni tənzimləyici orqanlar bütövlükdə, yaxud ayrı-ayrılıqla: teleradioya/min sektoruna münasibətdə inzibati səlahiyyətlərə; proqramlara münasibətdə müşahidəçi funksiyalarına; bir qədər marginal mənada – qaydaların və tənzimləyici tədbirlərin müəyyənləşdirilməsi üzrə bəzi öhdəliklərə; məşvərətçi səlahiyyətlərə və məhkəməsayığı qərarlar qəbul etmək funksiyalarına malikdirlər.

Əgər tənzimləyici orqan cəmiyyətdə özünə etibar qazana bilsə, öz vəzifələrini yerinə yetirəkən siyasi hakimiyyatın hər hansı göstərişi olmadan müstəqil qərar qəbul etmək ixtiyarına malikdir. Müstəqillik anlayışı isə kağız üzərində deyil, konkret öhdəlikləri yerinə yetirmək mənasında yüksək məsuliyyətə və yüksək şüurluluğa əsaslanan gerçəklilikdir.

Təqdim etdiyimiz 3-cü sxemdə dörd kateqoriyaya görə təsnif edilən və televiziyanın fəaliyyətini tənzimləmək üçün zəruri təyinatlar aparmaq səlahiyyətinə malik hakimiyyət strukturları sadalanır. Bunlardan ilk üçü hakimiyyətin ənənəvi qollarından – icra, qanunvericilik və məhkəmə orqanlarından ibarətdir. Lakin elektron KIV aləmi bilavasitə vətəndaş cəmiyyətinin məhsulu olan dördüncü kateqoriyanı da ortaya çıxarıb. Bir sıra ölkələrdə tənzimləyici orqanların üzvlərinin təyin olunması prosesində ən müxtəlif sosial təbəqələri təşkil edən xüsusi qruplar da iştirak edir. Özü də ictimaiyyətin nümayəndələrinin bu işə cəlb olunması, şübhəsiz ki, adı çəkilən hakimiyyət strukturlarının müstəqilliyini bir qədər də möhkəmləndirir.

3-cü sxemdən göründüyü kimi, əksər hallarda, tənzimləyici orqanın üzvlərinin təyinat hüququ icra hakimiyyəti orqanlarına, hökumətə, yaxud müvafiq nazirliyə məxsus olur. Amma bu variantda adı çəkilən orqanların müstəqilliyinə şübhə etməyə dəyməz. Əgər belə olsaydı, onda uzun illər ərzində real sabitliyi ilə fərqlənən Britaniya sistemi, yaxud hökumətin qanunvericilik ənənələri çərçivəsində plüralizmin təminatçısı kimi çıxış etdiyi İsvəç modeli barədə necə düşünərdik? Unutmayaq ki, müstəqillik öz-özlüyündə qanunvericiliklə möhkəmləndirilməyən, təcrübə vasitəsilə obyektiv qiymətləndirilməli olan anlayışdır. Əgər biz dünyada mövcud hüquqi ənənələri nəzərə almasaq, tez bir zamanda mənasız və boş diskussiyalar girdabına düşmüş olarıq.

Parlement səlahiyyətlərinin mötəbərliyi də tənzimləyici orqanların təyin olunması üçün təməl sayıla bilər. Bəzi hallarda milli parlamentlər müvafiq təyinatlar vermək üçün müstəsna hüquqa malikdir. Bu, Bolqarıstan, Çexiyaya, Türkiyəyə, Estoniyaya, İslandiyaya, Litvaya, Sloveniyaya və s. ölkələrə aiddir. Digər hallarda təyinat hüququ məhz müvafiq modelə malik olan (məsələn, Fransa, Ruminiya və Polşada) icra hakimiyyətinə məxsusdur. Eyni zamanda hakimiyyətin icra və qanunvericilik qanadlarının iştirak etdiyi tənzimləyici orqanların üzvlərinin təyinatı sistemini ayrıca kateqoriya hesab etmək lazımdır.

Teleradio (TVR) sahesinde tənzimləyici orqanlar	Prezident Nazirlər Kabinetini Nazirlik	Parlament	Məhkəmə hakimiyyəti	Xüsusi gruplar
TVR yayımına aid Qanunların təsdiqində iştirak etməyi tələb edən qanunlar (Avstriya)	təyin edirlər		təklif edir	təklif edirlər
TVR məsələləri üzrə Ali Şura (Belçika, Fransa) (Türkiyə)	təyin edirlər	təyin edir		
Müvəqqət Şura (Bolqarıstan)		təyin edir		
Federal Rabitə Komissiyası (ABŞ)	təyin edirlər			
Teleradio İttifaqı (İsvəç, İrlandiya, Malta)	təyin edirlər			
Teleradio Şurası (Çexiya, Estoniya, Latviya)		təyin edir		
Teleradio Məsələləri üzrə Milli Şura (Yunanistan, Polşa, Ukrayna)	təyin edirlər	təyin edir		
KİV üzrə Komissiya (Niderland, Malta, Lixtenşteyn)	təyin edirlər			
Teleradio yayımı üzrə Məsləhət Şurası (Kipr)	təyin edirlər			təklif edirlər
Yayım məsələləri üzrə Komissiya (İsvəç)	təyin edirlər			
Parlament Komissiyası (İtaliya)	təyin edirlər	təyin edir		

Sxem 3. Elektron KİV sahesində tənzimləyici orqanların təyinolunma sistemi

Tənzimləyici orqanların üzvlərinin təyinatına münasibətdə məhkəmə hakimiyyəti müəyyən mənada «içsiz» qalır. Bu məsələdə ona yalnız Avstriya və Portugaliyada mühüm səlahiyyətlər verilib. Bununla yanaşı, həmin vəzifələri yerinə yetirmək üçün bəzən yüksək səviyyəli hakimlər seçilir. İtaliyada qanunvericiliyə uyğun olaraq, tənzimləyici orqanın namizədlərin təyinatı zamanı irəli sürülən tələblərdən biri Konstitusiya Məhkəməsində, yaxud Dövlət Şurasında keçmiş üzvlük

məsələsidir. İsvəçdə yayım məsələləri üzrə Komissiyanın sədri və müavininin hər ikisi təcrübəli hakim olmalıdır. Amma bunlar tək-tək nümunələrdir. Əger tənzimləyici orqanların səlahiyyətləri ilə təyinat sisteminin uyğunsuzluğuna aid təhlili davam etdirsek, aydın olar ki, hətta tənzimləyici orqanların məhkəməsayağı səlahiyyətlərinən istifadə etdiyi hallarda belə, qanunvercilik nəzarət və yoxlama orqanlarına təyinat prosesinə həmişə məhkəmə hakimiyyətinin cəlb olunmasını tələb etmir. Belə bir qənaətə gəlmək çox vacibdir ki, tənzimləyici orqanların eksriyyəti inzibatçılıq sahəsinə bağlanır.

Nəhayət, tənzimləyici orqanların üzvlərinin təyinatında ictimai hərəkat və qrupların zəif fəaliyyətini qeyd etmək lazımdır. İctimai yayım xidmətinin işinin tənzimlənməsi sahəsində buna cəmi bir neçə nümunə tapmaq olar (Avstriyada teleradioyayım haqqında qanuna riayət edilməsinə Nəzarət Komissiyası, Almaniyada ARD və ZDF şirkətləri, Kiprda yayım məsələləri üzrə Məşvərət Komissiyası, İrlandiymanın Radio və TV idarəsi). Bəzi hallarda ictimaiyyət özəl sahənin fəaliyyətinin tənzimlənməsinə qoşulur (Almaniyada KİV məsələləri üzrə land (ərazi) idarələri, Lüksemburqda yayım proqramları üzrə Milli Şura). Bütövlükdə ictimai və işgüzər dairələr tənzimləyici oqranlarda daha artıq dərəcədə təmsil olunurlar. Onların məşvərət funksiyaları mövcuddur (Belçikada milli azlıqlar icmasının radio və TV məsələləri üzrə Ali Şurası, Portuqaliyanın elektron KİV məsələləri üzrə Ali Şurası və s.).

Tənzimləyici orqanların səlahiyyətləri xeyli rəngarəngdir. Yayım təşkilatlarının fəaliyyətinə görə məsuliyyət daşıyan hakimiyyət strukturları eyni zamanda bir neçə vəzifəni yerinə yetirə bilər. Bəzən onların səlahiyyət dairələri ayrı-ayrı məsələlərlə, məsələn, reklamla məhdudlaşa (Danimarkada və Belçikada reklam məsələləri üzrə komisiya) bilər. Bu iki orqanın səlahiyyətləri heç də eyni deyil, sərf məşvərətlə məhkəməsayağı qərarlar qəbul etmək hüquqları arasındadır.

Televiziyanın tənzimlənməsi sahəsində üstqurum olan tənzimləyici orqanın səlahiyyətlərinin beş əsas kateqoriyasını fərqləndirmək olar:

1. İctimai kanalların fəaliyyətində özünütənzimləmə;
2. Yayım sektorunda inzibatçılıq (lisensiya, idarəetmə, təyinat);
3. Nəzarət və tənzimləmə;
4. Müşahidə (müşahidə və tənzimləmə);
5. Məhkəməsayağı qərarlar (sanksiya) qəbul etmək səlahiyyətinə malik olmaq.

Hər bir dövlət ictimai sahəni milli hüquqi əmənələrə müvafiq şəkildə

təşkil edir. Buna görə də qanunvericilər bir tərəfdən müstəqilliyin təminatı ilə siyasi hakimiyyyət və iqtisadi maraqlar arasında, digər tərəfdən isə dövlət ictimai yayım üzərində nəzarət funksiyalarını qanuni qaydada həyata keçirmək hüquq u vermək zərurəti arasında tarazlıq tapmalıdırular. Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, «ictimai yayım» anlayışı bu xüsusiyyətləri özündə ehtiya edir:

1. Yayının ümumi coğrafiyasının genişliyi, əhatəlilik;
2. Milli mədəniyyət və milli özgürlik prinsiplərinə riayət olunması;
3. Dövlətdən, hər hansı siyasi kommersiya qurumlarından asılı olmamışlıq;
4. Proqramların qərəzsizliyi və yüksək peşəkar səviyyədə olması;
5. Proqramların geniş diapazonu, verilişlərdə plüralizmin və rəngarəngliyin təmin edilməsi;
6. Əsasən abonentlərdən yığılan vəsait və dövlət bütçesindən ayırma ar hesabına maliyyələşmə.

Ictimai yayım sahəsində özünütənzimləmə o halda mümkündür ki, vahid teleradıo yayım təşkilatı çərçivəsində birmənalı şəkildə dəqiq müəyyənləşdirilmiş konsepsiya, məqsəd və prinsiplər olsun. Təşkilatın öz siyasetini hazırlamaq hüququna malik, özünün hər bir hərəkətinə şəxsi məsuliyyət daşıyan daxili struktur bölməsi mövcud ola bilər. Bu mənada ictimai yayım sistemində özünütənzimləmənin iki sxemi daha geniş yayılıb: Almaniyada ZDF və ARD ictimai yayımın idarə olunması modeli və Böyük Britaniyada Bi-bi-si özünütənzimləmə modeli. Nümayəndələrin təyin edilməsi qaydasındaki müəyyən fərqlərə baxmayaraq, hər iki ölkədə tənzimləyici orqanların son məqsədi eynidir: ictimai yayım sistemində daxili plüralizmi təmin etmək.

Yayima nəzarət funksiyası çox vaxt müəyyən sanksiyaların tətbiqi səlahiyyətlərinin gerçikləşməsi ilə müşayiət olunur. Əslində, bu sanksiyalar hüquq u olmasayı, onda nəzarət funksiya öz-özlüyündə məşvərətdən başqa heç bir mahiyyət daşılmazdı.

Nəzarət funksiyası bütün tənzimləyici orqanlara aiddir və prinsip etibarilə proqramların məzmunu ilə bağlı məsələləri əhatə edir. Tənzimləyici orqanların səlahiyyətləri hər bir konkret halda həyata keçirilə bilər: informasiyanın obyektivliyi prinsipləri, habelə etik mənəvi standartlar pozulucuqda (zorakılıq, ažlıqların müdafiəsi) və s. Beləliklə, tənzimləyici orqanın üzvləri konkret verilişə, yaxud keyfiyyət standartlarının pozulması faktuna görə hökm çıxarmalıdırular. Hakimiyət orqanları da kəmiyyət göstəricilərinə dair müəyyən monitorinq həyata keçirə-

bilər. Bəzi ölkələrdə bu orqanlar yayım şirkətinin müəyyən programlarının kvotalaşdırılmasına dair öhdəliklərini necə yerinə yetirməsini də yoxlamaq hüququna malikdir. Burada söhbət mövzu palitrasının eks etdirilməsindən, hazırlanan verilişlərdən, müstəqil istehsalçıların mədəni-maarifçilik proqramlarının göstərilməsindən və s. gedir. Bəzi tənzimləyici orqanlar proqramlara müxtəlif səciyyəli davranış məcəllələrini yaradırlar. Məsələn, bu sahədə zəngin təcrübəsi olan Bibi-si korporasiyası özünün konkret məcəllələrinə malikdir. Buna bənəzər nümunələrə Çexiya, Almaniya, Yunanistan, İrlandiya, Niderland, Polşa, Ruminiya, Türkiyə və Malta da rast gəlmək olar.

Pozuntuların xarakterindən və təkrarlanmasından asılı olaraq sanksiyalar da ağırlıq dərəcəsinə görə fərqlənir. Bu mənada yayım şirkətinə yazılı xəbərdarlıq göndərilməsi ən geniş yayılmış formadır. Birinci səviyyə - xəbərdarlıq efirdə səslənə, yaxud metbuatda dərc oluna bilər. İkinci səviyyə - maliyyə sanksiyalarının tətbiqi, yayım şirkətinin müəyyən məbləğdə cərimələnməsidir. Üçüncü səviyyə - cəzalandırılan proqramın yayımının müvəqqəti dayandırılmastından, yaxud lisenziyanın müvəqqəti geri alınmasından başlanır və onun tamamilə ləğvi ilə qurtarır ki, bu da çox ağır cəza sayılır. Belə sxemə əksər hallarda riayət olunur. Məhz buna əsasən, tənzimləyici orqanın real səlahiyyətləri barədə mühakimə yürütmək mümkündür. Bunlardan başqa, yayım sahəsində idarəetmə və nəzarət səlahiyyətləri olan tənzimləyici orqanların məhkəməsayığı funksiyaları, yəni münaqışlı vəziyyətləri həll etməkdə müstəsna hüquqları da var. Amma bu spesifik məsələdir və onu eyni səlahiyyətlərə malik olan başqa orqanlardan fərqləndirmək lazımdır.

Bəs cəmiyyətin idarəetmə sistemindən görə müstəqil olan ictimai TV bütövlükdə kimin qarşısında cavabdehdir və kimə hesabat verməlidir? Burada yaranan mübahisələri (məsələn, tənzimləyici orqanla şirkət arasında, şura ilə Baş direktor arasında və s.) kim həll etməlidir? Və təndaşların ictimai TV-dən şikayətlərinə kim baxmalıdır? Bütün bu məsələlər ictimai yayımın fəaliyyəti ilə bağlı spesifik məqamlardır.

Əvvələ, belə hesab olunur ki, ictimai yayimdə tənzimləyici orqanların sayının artması ilə bağlı cavabdehlik tədricən çətin problemlərə çevrilir. Belə bir çətinliyin mövcudluğunu müxtəlif demokratik ölkələrdəki siyasi təcrübə də sübut edir. Ona görə də indi tədqiqatçılar siyasi cavabdehliklə bağlı olan bu paradoksal problemin həlli yollarını tapmağa çalışırlar. Onların «Yayım kampaniyalarının azaqlığını arzuolunmaz dövlət nəzarəti ilə necə uzlaşdırmalı və eyni zamanda necə etməli ki, is-

tənilən siyasi cavabdehliyə nail olmaq gerçəkləşsin?» – sualına sifət demokratik məvqedən çıxış edən sosioloq E. Eqzioni-Halevi belə cavab verir: «Məmənur aparatı və demokratiya arasındaki ümumi qarşılıqlı münasibətlərlə bağlı daim ortaya çıxan dilemma bu dəfə yayım şirkəti ilə demokratiya arasında peydə olur; milli yayım korporasiyasının siyasi müstəqil iyi demokratiya üçün eyni zamanda həm vacibdir, həm də onun üçün əhlükədir. Buradan belə bir qənaətə gəlmək mümkündür ki, milli yayım korporasiyası siyasi cəhətdən müstəqil olmalı, həm də müyyəyen məsuliyyət və siyasi cavabdehlik daşımalıdır. Bu korporasiya eyni zamanda, həm hökumətin nəzarət etdiyi, həm də nəzarət olunmayan qurumdur» (Eqzioni-62). Göründüyü kimi, məsələ çox ziddiyyətli və qeyri-müyyəyəndir. İndi hüquqşunaslar elə bir dəqiq mexanizm axtarırlar ki, o, ictimai yayım təşkilatlarına tam müstəqillik hüququ, siyasi hakimiyyətə isə bu müstəqilliyyət xələl gətirmədən ictimai TV-nin işinə qarışmaq imkanı yaratsın. Amma ictimai yayım təcrübəsi siyasi hakimiyyətin onun işlərinə qarışması üçün az ümidiyər verir. Hətta Müşahidə şurası və Baş direktor, yaxud kollektivlə şura arasında, bütövlükdə ictimai yayımın fəaliyyətində münaqişə yarandıqda belə, siyasi hakimiyyət heç bir halda hakim rolunda çıxış edə bilmir. Yeri gəlmüşən, buna normal hal hesab edənlərin sayı çoxdur.

Siyasi hakimiyyətlə münasibətlərdən fərqli olaraq ictimai yayım üzərində vətəndən iş nəzarəti mövcuddur və ictimai TV öz fəaliyyəti barədə cəmiyyət qarışısında hesabat verməlidir. Bunun üçün ictimai TV-nin strukturunda: «Teleauditoriyani öyrənen şura», yaxud xüsusi «Sosio-loji araşdırımlar» bölməsi fəaliyyət göstərir. Bu bölmə müntəzəm olaraq tamaşaçılar arasında sorğular keçirir, yayımla auditoriya arasında körpü yaradır, tamaşaçıların rəyini öyrənmək üçün effektli metodlar hazırlayıb tətbiq edir, hətta bu məqsədə xüsusi elektron hesablaşıcılar işə salınır və s. İctimai yayım tamaşaçılarının ümidiyərini doğruldurmu? Veri işlərinin səviyyəsi auditoriyani qane edirmi? Bu verilişlər mövzu və formaca rəngarəngdirmi? Ekranda sizə nələr narazı salır? – ictimai TV missiyasını səmərəli həyata keçirmək istəyən qurum öz tamaşaçılara tez-tez belə sorğularla müraciət edir. Bundan başqa, ictimai TV auditoriyasının iniqiyası və verilişlərinin populyarlığı qeydində də qalır. Dövrudur, bəzi tədqiqatçılar belə hesab edirlər ki, ictimai yayım öz fəaliyyətini bazarın tələblərinə görə deyil, auditoriyani əhatəetmə göstəricisine görə qiymətləndirməlidir. Amma bütün hallarda verilişlərin pəşəkarlıq səviyyəsi və ictimai TV-nin öz prinsiplərinə necə

riyət etməsi ən aktual məsələ kimi daim gündəlikdə qalır:

İctimai TV geniş tamaşaçı kütləsi ilə əlaqə formasını özü yaradır. Geniş ictimaiyyətin obyektiv reyini öyrənmək üçün inmüstəqil sorğu təşkilatlarını da işə cəlb edir, öz fəaliyyəti barədə cəmiyyət qarşısında illik hesabatla çıxış edir. Özəl TV-lərdən fərqli olaraq ictimai yayım təşkilatları sənii reyting ardınca qaçmır. Çünkü o, reyting TV-si deyil, daha çox nüfuz və tamaşaçı etimadı uğrunda mübarizə aparan bir qurumdur. Bəsit təbligat işindən uzaq olan ictimai TV demokratik cəmiyyətin açıq düşünməyi bacaran, ölkədə gedən proseslərdən baş çıxaran, səviyyəli və fəal vətəndaşları üçündür, məhz ona görə də ictimai yayımın istiqamət-ləndirilməsində vətəndaş nəzarəti önəmli rol oynayır və oynamalıdır.

## Böhran, yoxsa ictimai TV üçün tələ

Bəs bir fikir tez-tez təkrarlanır ki, ictimai TV demokratik cəmiyyətin atributudur. Bəs demokratiya özü nədir? Bu anlayış min illərdən bəri mövcud olsa da, onun mənasını hərə bir cür yozur. Məsələn, qədim yunan təlimindən fərqli olaraq A. Kamyüyə görə, «demokratiya çoxluğun hakimiyyəti deyil, azlığın müdafiə edilməsidir». ABŞ-in keçmiş prezidenti R. Reyqanın fikrinə, demokratiya idarəetmə yox, hökumətin fəaliyyətini məhdudlaşdırmaq üsuludur. Avropa Şurasının qəbul etdiyi tərifə görə, demokratiya insanın şəxsi və siyasi azadlıqları, eyni zamanda qanunun aliliyi deməkdir. N. Berdyayevin demokratiya haqqında məşhur bir kəlamı isə bizim üçün daha xarakterikdir: «Demokratiya siyasi sistemlərin heç də ən mükəmməli deyil, amma hələlik bundan yaxşısı tapılmayıb». Bu ifadənin ümumi ruhunda ictimai TV-yə aid məqamlar da var. Yəni ictimai yayım ideal verilislər toplusu deyil, amma bu sahədə cəmiyyətin maraqlarını qorumaq, əhalini məlumatlandırmaq, maarifləndirmək və ümummilli inkişafə nail olmaq üçün hələlik bu yayım formasından yaxşısı düşünülməyib.

İndi kommersiya TV-lərinin sayının artdığı, yayım texnologiyalarının təkmilləşdiyi, dünyada qloballaşma prosesinin gücləndiyi, maliyyə mənbələrinin tükəndiyi, siyasi hakimiyyətin maraqlarına uyğun gəlməyən məqamların çoxaldığı bir şəraitdə ictimai TV sahəsində bəzi çatışmazlıqlar özünü göstərir. Coxları bu TV-nin artıq öz dövrünü başa vurdunu, bəziləri onun ictimai xidmət idealını lazımlıca gerçəkləşdirə bilmədiyini, digərləri isə onun rəqabətdə özəl telekanallara uduz-

duğunu və ağır böhrana düşdüğünü iddia edirlər. Əlbəttə, bu fikirlərin hər birinin müayyən əsası vardır. Xüsusən böhran məqamını heç kim danmir. İndi belə bir fikir özünü doğruldur ki, müasir şəraitdə, əvvəldə haqqında səlibə açılan və ictimai xidmət üçün vacib olan üç amil tədricən öz əhəmiyyətini itirir və onlardan yalnız bir neçə element qalır. Artıq texniki xarakterli dəlillər, yəni keçmişdə ya televiziya üzərində sərt ictimai nəzarəti doğrultmaq, ya da sadəcə, özəl sektorу ona yaxınlaşdırmaq üçün istinad edilən tezlik çatışmazlığı bu gün kabel və peyk texnologiyalarının peydə olması ilə gündəlikdən çıxarılıb. Digər tərəfdən, TV sahəsində xüsusi sahibkarların meydana çıxmazı onunla nəticələnib ki, ictimai xidmət vəzifəsini yalnız ictimai TV-nin gerçəkləşdirəcəyi barədə təsəvvürlərdən tədricən imtina edilib və bu işdə özəl kanalların da rolü etiraf olunub. Məsələn, Böyük Britaniyada dövlətin nəzarətində olan və ictimai xidmətlə bağlı maraqları təmin edən Ay-tivi (müstəqil TV) özəl yayımı bir neçə il ərzində bu vəzifəni uğurla yerinə yetirib. Nə qədər paradoxal olsa da, ictimai xidmət vəzifələrinin həyata keçirilməsi ilə bağlı hər cür məsuliyyətin və öhdəliklərin özəl kanallara həvalə olunması ictimai TV-nin rolunun konseptual əhəmiyyətini qismən azaldıb.

Haqlı bir sual meydana çıxır: agar ictimai xidmətlə bağlı vəzifələri «özəl» kanallar da yerinə yetirə bilirsə, onda ictimai TV nəyə gərəkdir? Sosiooloq İ.Aşırı məsələnin bu şəkildə qoyuluşu ilə razılışmasa da, Avropana ictimai TV-yə həsr etdiyi əsərində maraqlı tezis irəli sürür: «Mürəkkəb və radikal əyvişkliklərin mövcud olduğu şəraitdə Avropada ictimai TV şəbəkələrinin də özəlləşdirilməsinə dair sual doğur. Mütərəqqi mənətiq baxımından ictimai sektorun yeganə rolü ictimai xidmət vəzifələri ilə əlaqədardır, bunun yerinə yetirilməsi isə tamamilə özəl bölməyə etibar edilsə bilər. Müyyən məhdudiyyətlər qoyulması üçün qanunvericilik tamamilə kifayətlər, buna görə də istehlakçıların, yaxud dövlətin maliyyələşdiridiyi hansısa sisteme ehtiyac qalmır» (Achille, 1994).

İctimai TV-yə görə, müasir böhran (xüsusən təşkilati struktur baxımından) ictimai yayının getdikcə daha çox məruz qaldığı rəqabətin nəticəsidir. Yeni texnologiyalar inkişaf etdikcə və özəl TV-lərə maraq artıraqca, bu rəqabət dənədə güclənir. İctimai TV üçün bu rəqabət, auditoriya, program alınması, ixtisaslı işçilər, TV-də görkəmli xadimlər, idman proqramlarını işləndirmeq hüququ, maliyyə vasitələri və hətta siyasi hakimiyyəti öz tərəfinə cəlb etmək uğrunda mübarizə deməkdir. Deməli, özəl sahə ilə gili yarış şəraiti ictimai TV-ni onun strateji seçimini məh-

düdlaşdırın rəqabət burulğanına salır. Doğrudur, ictimai TV rəqabət qaydalarını qəbul etmək və həddi dəqiq bilinən kommersiya mövqeyi tutmaqla vəziyyətə uyğunlaşa bilir; o, proqramları kommersiya kanallarının gəlirsiz saydıqları verilişlərdən ibarət ictimai xidmət vəzifəsini öhdəsinə götürməyə qadirdir. İctimai yayım, həmçinin, ikitərəfli oyun aparmaq gücündədir: yəni, o, kommersiya oyunu ilə ictimai xidmət arasında orta xətt seçməklə öz itkişinin əvəzini çıxa bilər. İndi, demək olar ki, ictimai TV kanallarının əksəriyyəti məhz bu rejimdə fəaliyyət göstərir.

Hazırda TV-lərin yayım siyasəti təhlil olunarkən bazar konyunkturasından asılılıqla bağlı iki strategiya təqnid obyektinə çevrilir. Birinci strategiyani ictimai və fərdi TV-lər arasındaki fərqi heçə endirdiyi üçün, ikinci strategiyani isə ictimai TV-ni qeyri-əsas auditoriya üçün nəzərdə tutulan ikinci dərəcəli telekanala çevirdiyi üçün ittiham edirlər.

Auditorianın parçalanması özəl kanalların sayının artmasının ümumi nəticəsidir. Özü də kanallar artdıqca, auditoriya da bir o qədər çox parçalanır. İctimai TV tamaşaçılarının sayı bütün ölkələrdə azalmaqdadır. Gözənlənilən proses olduğu üçün burada qəribə heç nə yoxdur. Lakin buna baxmayaraq, auditorianın azalması ictimai TV-yə mənfi təsir göstərir. Çünkü belə bir tendensiya yaranır ki, proqnozlaşdırılan kontekstdə ictimai TV-nin rəngarəng proqramlarla maksimum geniş auditoriya cəlb etmək (məsələn, həftə, yaxud ay ərzində ictimai TV-nin bütün auditoriyanın ümumi reytinqini öyrənmək əsasında) imkanları ilə yanaşı, bəzən, auditorianın istək və xarakterinin öyrənilməsi əvəzinə, ümumi qiyəmət meyari kimi uydurma tamaşaçı reytinqindən də istifadə olunur.

Son illər bəzi ölkələrdə auditoriyanın tədricən azaldığını görən ictimai TV öz proqramlarını dəyişmək, geniş tamaşaçı kütləsi cəlb edən verilişlərin həcmini artırmaqla kommersiya yoluна keçib: bədii filmlər də daxil olmaqla daha çox bədii proqramlar, xeyli sayıda idman, dayçəst, yüngül tok-şou və çoxlu əyləncə. Belə «canlı», «düşünülmüş», «əyləncəli» formalar, təbii ki, verilişlərin məzmununu da dəyişir. İnformasiya, yaxud sosial xarakterli «ciddi» verilişlərlə «realist şou» arasında sərhədin nə qədər şərti olduğu və bütün bunların adı zövq məsələsi ilə bağlılığı yaxşı məlumudur. İndi verilişlərin vaxtında da xeyli dəyişiklik nəzərə çarpır: mədəniyyət və maarifçi xarakter daşıyan, yaxud sənədli proqramlar daha gec saatlara çəkilir, reklam sıfarişçılığı üçün cəlbedici proqramlar isə daha böyük auditoriyanın toplandığı vaxtlarda translyasiya edilir. Artıq tamaşaçılarda bu strategiyaya şübhəli münasibət özünü göstərir. Buna görə də adamlar başqaların-

dan heç nə ilə fərqlənməyən bələ telekanalın maliyyələşməsi üçün vergi ödəməyə maraq göstərmirlər. Müvafiq şəkildə, bündədən ayırmaların mövcud olduğu ölkələrdə siyasi hakimiyyət orqanları da ictimai TV-nin özəlləşdiriləcəyi təqdirdə öz-özünü təmin edə biləcəyini düşünərək onun təminatlı dövlət maliyyələşməsini azaltmağa, yaxud hətta kas-mayə meyl göstərirler. Bələ bir şəraitdə həm həddindən artıq geniş, həm də həddindən kiçik auditoriya ictimai TV üçün problemə çevrilir.

Kanalların sayının artması ilə rəqabətin güclənməsi ictimai yayımda özünü həm də onda göstərir ki, tamaşaçılara təqdim olunan ayrı-ayrı proqramları doldurulduğu şouların qiyməti xeyli artır. Bu problem, həmçinin, ictimai TV-nin öz proqramlarına münasibətdə istifadə etdiyi strategiyaya da təsir göstərir. Əgər bahalı proqramların, məsələn, bədii filmlərin alınması üçün vəsait çatmırsa, təbii ki, ictimai TV daha çox ucuz bələ gələn proqramlardan istifadə edəcək. Bu isə tamaşaçıların sayının azalmasına səbəb ola bilər.

Bəzilərinə elə gəlir ki, bu gün Qərbdə ictimai xidmət ideyası tədricən yoxa çıxır. Cəxələri bunu vaxtılıq yolverilməz təzahürlərin, yəni, məsələn, ictimai yayımıla kommersiya TV-si arasında fərqlərin aradan qalxmasında görür. Diger tərəfdən, indi ictimai xidmət ideyasına yeri-yersiz tutulan iradlar da ona xeyli inamsızlıq yaradır. Məsələn, soruşulur ki, əgər ictimai xidmətin vəzifəsi milli səviyyədə mədəniyyətin inkişafına kömək etməkdirse, onda bələ bir ictimai xidmət ideyası verilişləri yaradı, yaxud efişə verən özəl və ya dövlət təşkilatlarından asılı olmayı və endogen məzmunlu proqramlar hazırlanmayan qurumların işinə tətbiq edilə bilərmi? Ümumiyyətlə, TV bütövlükdə ictimai xidmətin kimi nəzərdən keçirilə bilərmi? Əgər mümkünündürse, onda maliyyələşmənin və verilişlərin xarakterindən asılı olmayaraq, bütün kanallar bu xidmətin elementləri kimi tanınmalıdır mı? İctimai xidmətin vəzifəsi yalnız təqdim olunan proqramların plüralizmini təmin etməkdir mi? Müxtəlif yayım kanallarının, xüsusilə də ayrıca maraqları olan auditoriyaya istiqamətlənmış kanalların xəbərləri, yaxud gənclik və idman proqramları, eləcə də hava haqqında proqnozlari, filmləri, ulduz falını asılısız translyasiya edən kanalların verilişləri bu vəzifələrin hərtərəfli gerçəkləşdirilməsini təmin edirmi? Təbii ki, bu suala müsbət cavab vermək mümkün deyil.

Aydındır ki, ictimai xidmət konsepsiyasının bu qədər coxmonalı anlayışa çevriləliyi bir mühitdə ictimai TV xeyli sayıda problemlə üzüsəməli olur. Bir vaxtlar rəqabətdən və kommersiya təzyiqindən siğorta

edilmiş, ictimai xidmət ideyasını özündə cəmləşdirən ictimai TV indi öz yerini axtarmaqdadır. On pisi odur ki, ictimai TV daha artıq kommersiya şəraitində tədricən kommersiya müəssisəsinə çevirilir. İş o yerdə çatıb ki, bəzi ölkələrdə (məsələn, Norveç və Finlandiyada) bu qurumlar ictimai xidmətlə bağlı öhdəliklərini rəqabət şəraitində az qala əngəl hesab edirlər. Bundan başqa, indi ictimai yayım sahəsinin işçiləri proqramları və auditoriyaları təsvir edərkən, məhsul və istehlakçılar kimi terminlərdən daha çox istifadə edirlər.

Məsələnin rəqabəti çatlığı məqamda azlıqlara istiqamətlənmiş verilişlərin hazırlanmasında müəyyən öhdəliklərin əngələ çevriləməsi barədə bəhanələr kommersiya kanalı baxımından başa düşülür. Amma əgər ictimai TV də belə bir bəhanədən istifadə etməyə başlayırsa, deməli, artıq həyəcan təbili çalınmalıdır.

Bütün dünya üzrə ictimai TV kanallarının işini dərindən araşdırılmış və həmin kanalları təmsil edən xeyli sayıda rəsmi şəxslərlə görüşmüş tədqiqatçı M. Treysi bu qənaətdədir ki, ictimai TV həm proqramların, həm də kadrların ixtisarı üzrə iş aparan texnokratmenecərləri getdikcə daha çox cəlb etməkdədir. Lakin bu menecərlər həmin ixtisarların ictimai TV-nin vəzifələrinə necə təsir göstərəcəyi barədə qətiyyən düşününmürələr. Məsələn, bir vaxtlar ictimai TV-nin sərəncamında ixtisaslı kadrlar hazırlamaq, orijinal layihələri «əsaslandırmacıq» və yeni ideyaları həyata keçirmək üçün vəsait var idi. Amma belə ixtisarlar və tələm-tələsik tədbirlər fonunda ictimai TV-nin ərtiq «vaxtı» çatmir; o, dərhal reaksiya verməyə, dərhal axtarmağa, dərhal qaydaya salmağa məcburdur. Belə tələskənlik isə verilişlərə öz mənfi təsirini çox tez göstərir. Bu mənada M. Treysinin fikirləri olduqca aktual səslənir: «Tamamilə aydınlaşdır ki, ictimai yayımın istedadları yetişdirmək-lə əlaqədar imkanları getdikcə azalır: «məkan» yoxa çıxır, təsisat yadداşı itir, təkcə özünü saxlamağın qayğısını çökən müştəqil bölmədən asılılıq artır» (Tracey, 1994).

Son illərdə ictimai TV-nin bəzi kanalları yeni gəlir mənbələri cəlb etmək ümidi ilə ya müştəqil şəkildə, ya da özəl müəssisələrlə birlikdə yeni xidmət növləri işləyib hazırlayırlar. Məsələn, ictimai TV-nin bir çox kanalları xüsusi maraqları nəzərə alan və abonentlərin birgə maliyyələşdirikləri TV yaratmağa başlayıblar. Bu təşəbbüsleri, eləcə də reklam hesabına vəsait alınmasına göstərilən cəhdləri doğrultmaq, yaxud ictimai TV kanallarının kommersiya filiallarını yaratmaq üçün gətirilən dəllilərin söykəndiyi məntiq kifayət qədər sadədir: ictimai xidmət funksiyala-

rı ilə bağlı öhdəliklərin gələcəkdə də yerinə yetirilməsini təmin etmək üçün ictimai TV-nin fəaliyyətinin kommersiyalaşdırılması zəruridir. Nəticə isə beledir: səmərsiz – səmərəli hesabına maliyyələşdirilir.

Məlumdur ki, ictimai TV-nin ayrı-ayrı kanalları müxtəlif səviyyəli rəqabətlə üzləşməli olur. Onlardan bəziləri əvvəlki kimi geniş auditoriya cəlb edir, digərləri hətta xeyli miqdarda büdcə vəsaiti alır. Buna baxmayaraq, rəqabət artmaqdə davam edir və sonu görünür. Əgər ictimai TV öz öhdəliklərini yerinə yetirərkən kommersiya maraqlarına müqavimət göstərmək məcburiyyətində qalırsa, cəmiyyətdə elitar dəyərləri qoruyub təhlükə edən bir televiziya siyasi hakimiyyətin laqeydiliyi fonunda bazar qanunlarının məngənəsində sixılırsa, tez-tez iqtisadi böhran təhlükəsi ilə üzləşir, onda belə bir TV-nin gələcəyinə görə narahat olmağa dəyer.

## İctimai yayının və qloballaşma: gələcək necə görünür?

İndi bütün dünya TV-nin – bu «siyah sehrbaz»ın əsirinə çevrilib. İnsanlar TV vas təsilə tekçə öz şəhərlərində baş verənlərdən deyil, bütün dünya olaylarından xəbər tuturlar. Artıq TV bizi dönyanın o başı ilə çox yaxınlaşdırır. Əslində, bu gün TV özü dönyada gedən qloballaşma prosesinin mühüm bir əlaməti kimi çıxış edir. Lakin yayım sahəsinin özündə də güclənən qloballaşma meylləri artsa da, bütövlükdə televizion yayımı əvvəlki kimi, hüquqi cəhətdən milli sərhədlərlə məhdudlaşır. Dönyanın 200-dən artıq milli dövlətinin yayımı göstərdiyi böyük diqqətə baxmayaraq, hər bir ölkə, heç olmasa, beynəlxalq konvensiyaya müvafiq olaraq ona ayrılan tezliklərin bölüşdürülməsi məsələsini nizamlaşdırmaq üçün müəyyən məqamda zəruri qərar qəbul etməlidir. Bu qərarların bilavasitə nəticəsi hər bir ölkədə mövcud olan və bir sira mühüm komponentləri özündə eks etdirən yayım sistemidir.

Dünyanın əksər gusşələrində ictimai mənafələrin milli dövlətlərin konkret maraqları, ilə üst-üstə düşməməsi, siyasi hakimiyyətin avtoritarizmə meylliliyi və totalitar rejimlərin mövcudluğu problem olaraq qalır. Bu rejimin aradan qaldırıldığı hallarda demokratiyaya keçid dövründə KİV-in üzləşdiyi çətinliklər çox yerdə demokratikləşmə probleminin təzahürü kimi qiymətləndirilir. Ona görə də hazırda Şərqi Avropada,

MDB-nin bəzi regionlarında, Asiya və Afrikanın əksər ölkələrində siyasi mədəniyyətin səviyyəsindən asılı olaraq ictimai yayının keçid dövrü gündəlik gerçeklik yox, müəyyən mənada uzaq ideal sayılır. Siyasi sistemin bu ideali qəbul etdiyi ölkələrdə əlverişli şəraitin və fundamental mədəniyyətin olmaması çox vaxt əlavə əngələ çevrilir. Neototalitar rejimlərdə isə müstəqil informasiya vasitələrinin formalşamaması xalqın siyasi iradəsinin ifadə olunması ilə bağlı ciddi problemlər yaradır.

Paradoksal cəhət odur ki, ictimai TV ənənələri olan Qərb ölkələrində (Almaniya, Fransa, Kanada və s.) ictimai yayının qloballaşma ilə bağlı məqsədlərinin fərqli izahı verilir. Daha bir cəhət – milli xüsusiyyətlərlə yanaşı, yayının strukturuna aid məsələlər daha qlobal xarakter alır. Belə hesab edilir ki, yeni mühitdə ictimai yayım bu suala cavab verməlidir: yayım qarısında duran hansı sosial və mədəni məqsədlər ictimai mülkiyyətdə qala bilən və ictimaiyyətin maliyyələşdirdiyi xüsusi səlahiyyəti qeyri-kommersiya təşkilatı tələb edir? Deməli, seçim düzgün aparılmalı, məqsəd və koordinatlar dəqiq müəyyənləşdirilməlidir. Ona görə də hazırda dünyanın hər yerində yayım işçiləri, siyasetçilər, informasiya vasitələrinin mütxəssisləri, yaradıcı işçilər və alımlar bu məsələnin həlli ilə məşğuldurlar. Diaqnoz qlobal xarakter daşısa da, təklif olunan qərarlar mütləq konkret şərtlərdən asılıdır. Lakin əgər bu təkliflər birləşdirilərsə, onda bir sıra modellərdə problemin həllini tapmaq olar.

1980-ci ildə Ş.Makbraydin rəhbərlik etdiyi kommunikasiya problemlərinin öyrənilməsi üzrə Beynəlxalq Komissiya YUNESKO-ya öz məruzəsini təqdim edəndə hələ ümumdünya yayım sistemlərinin elə bir təşkilati struktur problemi yox idi. Ş.Makbraydin məruzəsində ictimai yayım xidmətinə ayrıca indeks verilməsə də, bütövlükdə teleradio yayımının inkişafı üç paralel dəyişikliklə qeyd olunmuşdur: 1) yeni texnologiyalar sayesində kanalların buraxılış qabiliyyətinin intensiv artımı və audiovizual sərhədlərin yoxa çıxması; 2) sosialist blokunun gözlənilən süqutu və dünyanın müxtəlif güşələrində demokratikləşməyə keçid nəticəsində dövlət yayımı modelinin tədricən parçalanması; 3) əvvəller dövlət inhisarının mövcud olduğu ölkələrdə bazar yayımının sürətli inkişafı və qarışıq yayım sisteminin həyata keçirilməsi.

Bir-birinə xeyli benzəyən bu təzahürlər, yerli, milli və beynəlxalq səviyyələrdə yeni yayım formalarının yaranması ilə əlaqəlidir. «Dəmir pərdə»nin aradan qalxması ümumdünya yayım bazarının möhkəmlənməsi-

nə böyük kömək göstərib. İnforsasiya və kommunikasiya vasitələri üzərində hökmənluğun texniki cəhətdən mümkünşüzlüyünə görə bu proses xeyli sürətlənib. Cox vaxt qarışılıqla gotinib çıxaran indiki vəziyyətin xüsusiyyətlərinən biri, əvvəller aydın şəkildə fərqlənən fəaliyyət istiqamətləri arası idakı sərhədlərin silinməsidir: məsələn, açıq TV yayımı və kabel TV-si; yayım və telekommunikasiya; ictimai və özəl yayım.

«Hər dövrin öz hökmü var» ifadəsi sanki ictimai TV üçün deyilmişdir. Bu mənənda lap əvvəldən alternativsiz olan, bazar qaydalarından yan keçərək heç bir iqtisadi problemlə üzkləşmədən «sakit» yaşayın ictimai xidmət modeli XX əsrin 80-ci illərinin əvvəllərində nisbətən zəifləməyə başladı. Bunun əsas səbəbi də o idi ki, ictimai xidmət modeli getdikcə güc ənməkdə olan kommersiya yayımına və rəqabətə durus götirə bilmirdi. Köhnə modeldə yeni dövrün tələbatı arasındakı bu toqquşma Avropana xüsusi bir dalğa kimi üzə çıxırı. Qitədə hansısa ictimai xidmət modelinin təcəssümü kimi çıxış edən dövlət inhisarları bir-birinin ardınca tənazzülə uğrayır, onların yerini isə az və ya çox dərəcədə özünü doğruldan, qarşıq deyilən sistemlər tuturdu.

Bələliklə, yeni dövrün gəlişi, dünya teleşəbəkə sisteminde kommersiya TV-lərinin xüsusi çəkisinin artması klassik ictimai xidmət modelinin ənənəvi qaydaları ilə bir araya sığmayan kommersiya və rəqabət mühitinin bəzəqrar olmasını göstərirdi. Əlbəttə, bu prosesə bir sıra amillər də tələan verirdi. Köhnə modeli dağıdacaq bu amillərin sırasına, ilk növbədə, telekanalların sayını artırmağa imkan verən inforsasiya vasitələinin yeni texnologiyaları daxil idi. Digər tərəfdən, program yaynağın mümkün olduğu məsafələrin xeyli genişlənməsi və xarici mənbədən milli ərazilərə program və reklam verilişlərinin translyasiyası da nəzərdən qaçmirdı. Bundan başqa, «beynəlxalq kompüter və program təminatı bazarlarında rəqabət qabiliyyətini artırmaq məqsədi ilə TV-nin sənaye siyasetinin diqtəsinə tabe edilməsi, mühafizəkar hökumətlərin TV və radio yayımlarına iqtisadi və siyasi liberalizm principlərindən yanaşması, bir vaxtlar qəbul olunmayan, indi isə nüfuzlu fərdi işgüzar dairələrin həyata keçirdiyi kommersiyalaşdırmanın dəstəkləyən güclü lobbilik – bu cür şəraitdə texniki imkanlar bolluğunun təkli etdiyi tamahlara qarşı durmaq siyasi cəhətdən ağlaşımaz idi. Amma bu zaman yalnız fərdi sahibkarlar bu texnologiyaya iri kapital qoyulışunu özlərinə rəva görə bilərdilər» (Blumler, 1991).

Əgər köhnə telemodeldən yenisinə keçidin səbəblərini izah etmək üçün sadalanan bütün amillərdən ən mühümünü seçmək lazımlı gələydi, onda ictimai TV problemləri ilə məşğul olan alımlar, çox güman ki, üstünlüyü texnologiyaya verərdilər. Həqiqətən də, mütəxəssislərin əksəriyyəti belə hesab edir ki, teleyayımlının köhnə sisteminin pozulmasında kommunikasiya texnologiyalarının sürətlə yeniləşməsi, artması və inkişafı, xüsusən kabel və peyk yayımıları mühüm rol oynayıb.

Bələliklə, ölkələrin əksəriyyətində yeni özəl kanalların yaranması üçün kabel və ya peyk yayımı texnologiyasını gözləmək lazımlı gəlmədi. Yeni kanallar artıq o vaxt tezliklər diapazonunda mövcud olan dalğa tutumu çərçivəsində açılırdı. Məsələn, 80-ci illərin ortalarında Qərbi Almaniya, İtaliya və Fransada kanalların sayı iki dəfə artdı, halbuki həmin vaxtlarda texnologiyaların inkişafını lazımi səviyyəyə çatdırmaq mümkün deyildi.

Yeri gəlmışkən deyək ki, kabel və peyk TV-ləri də ümumi TV strukturunun dəyişdirilməsi amilləri kimi yaranmayıb. 70-ci illərin sonunda, məsələn, Kanada və Belçikada milli və xarici kanallar üçün retranslyasiya vasitəsi kimi kabel şəbəkələri geniş yayılmışdı və elektronaqnit dalğaları diapazonunda bir növ adı TV-nin əlavəsi kimi çıxış edirdi. 80-ci illərin əvvəllerində əsl dəyişikliyə məruz qalan bu texnologiyalar barədə təsəvvürlər xeyli aydınlaşdı. Məlum oldu ki, bu texnologiyalar, sadəcə, adı TV-lərin əlavələri deyil. Bunlardan yeni kanalların yaranması üçün istifadə etmək olar və lazımdır. Öz növbəsində, yeni kanallar da bu vasitələrdən kommunikasiya məqsədləri üçün bəhralənəcəkdir.

Artıq 80-ci illərin ortalarında kommunikasiya və informasiya texnologiyaları iqtisadi yüksəliş faktı kimi qəbul olunurdu. Sosiooloq Q.Ričeri qeyd edir ki, bu texnologiyaların TV sahəsində tətbiqi, əsasən informasiya vasitələrinin hüdudlarından kənardakı amillərlə şərtlənirdi. Bu amillər isə 70-ci illərdə aparıcı rol oynayan, cəmiyyətə ciddi təsir edən siyasi və iqtisadi şəraitdən doğurdu (*Richeri, 1992*).

O dövrdə bu texnologiyaların hazırlanması istiqamətində fəal cəhdələr göstərildiyi və informasiyalı cəmiyyət üçün səciyyəvi xidmət iqtisadiyyatına marağı olan ölkələrin rəsmi hesabatlarında milli iqtisadiyyatın yüksəlişi üçün yeni texnologiyaların böyük əhəmiyyəti vurğulanırdı. Həmin sənədlərə istinad etsək, aydınlaşar ki, o zaman dünya bazarında hər hansı dövlətin rəqabət qabiliyyəti belə texnologiyaları işləyib hazırlamaq və onların üstünlüklerindən istifadə etmək bacarığ-

indan asılı id. 80-ci illərdə Fransanın həyata keçirdiyi geniş kabelləşdirmə planını buna nümunə göstərmək olar.

Bütövlükde TV kommunikasiyalarda özünü göstərən texnikanın inkişafından, kommunikasiya materiallarının istehsalına çəlb olunmuş firmaların işqisadi marağından və nazirliklərə, digər hökumət orqanlarına məxsus sənayeyönümlü layihələrdən daim asılı olub. Bu asılılıq indi də mövcuddur. Amma fakt fakthğında qalır: yayılma texnologiyaları, əvvəldə göstərdiyimiz amillərlə birləşdə daim dəyişən və getdikcə mürekkebləşən yeni TV dövrü formalasdır.

80-ci illərin əvvəllərində yayının ən əlamətdar cəhəti xüsusi sahibkarların – kainat operatorlarının, program prodüserlərinin, yayımçıların sayının sürətlə artması idi. Yeganə məqsədləri pul qazanmaq olan həmin adamlar rəqabətin artdığı bazarda fəaliq göstərməyə başladılar. Telebazar dəki bu rəqabət müxtəlif formalarda üzə çıxır və TV sahəsində çalışınlara təsirsiz qalmır. Özəl kanallar reklamdan əldə olunan gəlir, auditoriya, programların cəzibədarlığı və yüksək reytinqi, abunəçiləri, görkəmli mədəniyyət xadimləri, idman oyunlarının translyasiya hüquqları uğrunda mübarizəyə başladılar və tədricon mili sərhədləri arxada qoyaraq beynəlxalq aləmə çıxdılar. Bu zaman televizionlar birgə istehsal haqqında sazişlər bağlayır, filiallar yaratmaqla xarici bazarlara yol açır, prodüserlər isə öz xərclərini xaricdəki alicilar hesabına çıxarmağa çalışırlar (80-ci illərin əvvəllərində yaranan və hazırla bütün dünyaya yayılmışan Si-en-en məhz həmin proseslərin məhsili id). Yeri gəlmışkən deyək ki, bu prosesə iri regional bazarların formalasması da kömək edirdi. Bu mənada Avropanın «sərhədsiz televiziya»sı dövlətlərin xarici məhsulları öz bazarlarına buraxması heçabına daha iri bazarlara çıxməq cəhdinin ifadəsi oldu.

Göründüyü kimi, formalasmaqda olan yeni şəraitin mərkəzində istehlakçı durdu. Bir vaxtlar tamaşaçıların maariflənməsi və «zövqlərinin təriyə edilməsi» vasitələrindən biri sayılan TV tədricon istehlakçıların zövqür dən asılı vəziyyətə düşürdü. Qlobal mədəniyyət sənayesi «bazar yoxsulları» üçün nəzərdə tutulan məhsul hazırlayarkən bu faktı etiraf edir. Halbuki ictimai yayım xidməti öz auditoriyasına maraqları əsasında cəyil, prinsipləri əsasında yanaşır. Doğrudur, bəzi yerlərdə ictimai yayım xidməti dedikdə, bir və ya bir neçə müəssisə başa düşülür, amma burada söhbət idealdan və prinsiplərdən gedir. Belə ki,

bəzi ölkələrdə ictimai yayım xidməti konkret təşkilatla, yaxud yayım sistemi ilə təmsil olunduğu halda, digər ölkələrdə bütün sistem ictimai yayım xidməti kimi nəzərdən keçirilə bilər. Bəzi hallarda bu xidmət cəmiyyətin inkişaf məqsədi kimi qiymətləndirilir. Hərçənd bir çox hallarda ictimai yayım xidməti, həqiqətən də, böhran dövrü keçirir.

Burada ictimai yayım xidmətinin mənbələrini nəzərdən keçirməyə ehtiyac yoxdur, sadəcə olaraq, Bi-bi-si-nin nümunəsində bu təsisatın əsasını qoyan Con Reytin təcrübəsini xatırlatmaq kifayətdir. Aydın konsepsiyaya malik olduğu üçün Bi-bi-si bu gün də bütün dünyada, xüsusən də öz yayım sistemini yaratmağa çalışan hökumətlərin, ölkələrin gözündə ictimai yayım xidməti modelinin klassik nümunəsi olaraq qalır. Amma Bi-bi-si hələ də milli ictimai yayım xidmətinin ən nümunəvi forması, Birləşmiş Krallıq isə bu sahədə böyük uğur qazanın ölkələr sırasında öncül olsa da, bu model həmişə mütləq adekvat deyil və asanlıqla qəbul edilmir. Digər tərəfdən, ictimai TV ideali demokratik dəyərlərə uyğun olaraq universal xarakter daşıyır.

Göründüyü kimi, ictimai yayım xidmətinin nədən ibarət olduğu suala na cavab vermək aşan deyil. Buna baxmayaraq, 80-ci illərin ortalarında Birləşmiş Krallığın yayım sahəsində tədqiqat məsələləri üzrə yaratdığı xüsusi qrup bu suala dəqiq cavab verməyə sey göstərdi. Həmin qrup artıq mövcud olmasa da, 1985-ci ildə onun dərc etdiyi sənəddə yeni kommunikasiya texnologiyaları sistemi çərçivəsində yaradılmalı olan ictimai yayım xidmətinin əsas elementləri təsvir edilib. Burada söhbət mövcud ictimai yayım xidməti təşkilatlarının, yaxud onların mümkün yeni formasının müdafiəsindən yox, yeni şəraitdə ictimai yayına xəs olan «ümmumi qaydalardan» gedir. Həmin qrupun qənaətinə görə, ictimai yayımı kompleks halda nəzərdə tutan prinsip və qaydalar bunlardır:

1. Yayım dairəsinin genişliyi (coğrafi əhatə);
2. Ümumi cəlbedicilik (ümumi zövq və maraqlar baxımından);
3. Azlıqlara münasibətdə xüsusi diqqət;
4. Milli özünəməxsusluq və ümumilik hissinin möhkəmləndirilməsinə kömək;
5. Marağı olan işgüzər dairələrə münasibətdə təmkinlilik;
6. Birbaşa maliyyələşdirmə və ödəmənin ümumi xarakteri;
7. Proqramların kəmiyyət deyil, keyfiyyət göstəriciləri baxımın-

dan rəqabəti;

3. Program yaradıcıları üçün məhdudiyyətlər deyil; sərbəst seçim növündə tutan rəhbər prinsiplər.

Doğrudur burada bəzi müddəələr, xüsusən sahibkarlara münasibət məsələsi mübahisə doğurur, amma bütövlükdə əgər ictimai yayım xüsusi kommersiya marağı daşımırsa və işgizar dairələr proqramların keyfiyyətinə müdaxilə etmirsə, bu prinsipi də qəbul etmək mümkündür. Bəzi tədqiqatçılar isə müasir şəraitdə ictimai TV ideallarının dürüst müəyyənləşdirilməsində geniş tamaşaçı kütləsinin rəyindən də faydalanağı məsləhət görürler. Amma bütün hallarda «ictimai TV cəmiyyət üçündür» prinsipi qloballaşma dövründə də əsas ideal olaraq qalır. Əslində, bu prinsip «ictimai TV-nin gələcəyi necə olacaq?» suanı da müəyyən qədər cavablandırır.

Hərçənd ki, ictimai yayımın gələcəyi ilə bağlı ziddiyətli fikirlər səslənir. Bəzilərinin fikrincə, cəmiyyətlərin demokratikləşməsi ilə ictimai TV də öz rolunu oynayıb tarix səhnəsindən gedəcək. Bir çoxları isə bu fikirdən ki, ictimai TV daim-siyyə hakimiyyətin və maliyyə sisteminin əsiri olacaq və həmişə böhranla üz-üzə qalacaq. Elə bu səbəbdən də orta və üzünnü müdəttli perspektivdə ictimai yayımın gələcəyi o qədər də nikbinlik doğurmur. İndiki şəraitdə adama elə gəlir ki, ictimai TV çıxılmaz vəziyyətə düşüb və hansı strategiyani seçməsindən asılı olmayaq bu qurum yalnız yaxın gələcəyini təmin etməyə qadir olacaq. Sosİoloq A.Sil bu problemi belə səciyyələndirir: «İctimai TV iki stul arasında qalmış kim i bir vəziyyətə düşüb, yəni hər hansı birinə əyləşmək qorxuludur: ya ənənəvi vəzifəsinə uyğun olaraq ictimai xidmət kimi özünə və öz borcuna sadıq qalmalıdır, ya da rəqibləri ilə açıq-aşkar mübarizəyə girərək, onların proqramında geniş yer tutan veriliş modellərini təkrar etməlidir. Halbuki, ictimai TV-nin həmin proqramların yüksək keyfiyyətini təmin etmək üçün lazımı vəsaiti də yoxdur» (Sil, 1997).

Deməli, ictimai TV bir tərəfdən getdikcə daha çox kommersiyalaşma yolu ilə gedə bilər (bu, onun özülləşdirilməsini doğruldardı), digər tərəfdən isə əsas səylərini özünün ictimai xidmətlə bağlı olan ənənəvi öhdəliklərini yerinə yetirməyə yönəltməklə klassik ictimai kanal obradını saxlaya bilər. Təbii ki, birinci halda ictimai TV məhdud auditoriya cəlb etməklə mədəni getto yaratmağa qadirdir. Bu zaman söhbət imkanları səmərəsiz olduğuna görə, özel kanalların bəyənmədiyi

programları translyasiya etməklə məhdudlaşan ictimai TV kanalından gedərdi və təbii ki, kommersiya kanalları bu strategiyarı bəyənərlər. Axı, onlar gərəksiz əyləncələrə yol vermədən informasiya çatdırmaq və maarifləndirməklə bağlı vəzifələrini tez-tez xatırladırlar.

Söhbət daha çox məhdud maraqların cəlb olunmasından gedəndə özəl kanallar rolların məlum bölgüsünə uyğun olaraq, «mədəniyyət sizin, tamaşaçılar bizim» deyirlər. XX əsrin 80-ci illərinin sonunda Böyük Britaniyada ictimai TV kanalının saxlanmasın zəruriliyini bildirən, amma buna sərf Amerika nöqtəyi-nəzərində baxan R.Merdok kimi kommunikasiya maqnatinin sözlərinə istinad edən D.Braun da buna uyğun mövqe tutur: «R.Merdok Britaniya yayımı çərçivəsində ictimai xidmət elementi saxlamağı zəruri sayırdı, amma o istərdi ki; həmin kanal öz fəaliyyət formasına görə Birləşmiş Ştatların dövlət yayım xidmətinə (Pi-bi-es) daha yaxın olaydı... Güman etmək olar ki, işin bu cür təşkili Birləşmiş Krallığın kommersiya televiziyanı daha səmərəsiz proqramlar hazırlamaq qayğısından azad edərdi. Məsələn, Pi-bi-es-in hazırladığı «Sezam küçəsi» və «Mister Rocersin qonşuları» kimi proqramlar Amerikanın kommersiya televiziyalarına uşaq auditoriya-sından imtina etməyə imkan verən yaxşı bəhənə oldu» (Brown, 1991).

Birləşmiş Krallıqda Bi-bi-si-ni, yaxud bütün dünyada ictimai TV-nin müxtəlif kanallarını Pi-bi-es-in modelində görmək istəyən bu mövqe həmin kanalların gələcəyi üçün az perspektivli olardı. Çünkü indi daim tənqidə məruz qalan Amerika ictimai TV-si məhdud auditoriya toplayır və analoji proqramlar təqdim edən, habelə xüsusi maraqlara istiqamətlənən kanallar tərəfindən daha sərt rəqabətə üzləşir. Hətta bu vəziyyəti təhlil edən tədqiqatçılar da müasir dövrde ictimai TV-nin populyarlıq qazanması üçün məhz nə etməli olduğunu dəqiq deməyə çətinlik çəkirler. 1992-ci ildə Qərbi Avropada ictimai TV problemini dair dərc olunmuş məqalədə Y.Blumler və U.Hofmann-Rim iddia edirlər ki, indiki şəraitdə ictimai TV özəl kanallarla «İKİNCİ DƏRƏCƏLİ RƏQABƏT» aparmalıdır (Blumler and Hoffman-Riem, 1992). Hətta müəlliflər xeyli ehtiyatlı tərpənərək, «İKİNCİ DƏRƏCƏLİ RƏQABƏT» ifadəsini dirnaq arasına alıblar, çox güman ki, bunun xeyli mücsərred məfhüm olduğunu özləri də yaxşı dərk edirlər. Amma belə bir cəhətə diqqət yetirirlər ki, özüne köhnə rejimin təcəssümü kimi baxan ictimai TV tədrisən tarazlığını itirir. Əslində, bù gün ictimai TV gerçəklilik böhranı,

öz mövcud uluğunuñ böhranını keçirmekdədir.

Təbii ki, ictimai TV-nin rolü, programlarının məzmunu, maliyyəleşməsi və fəaliyyətinin səmərəliliyi ona ayrılan roldan asildir. Bütün bunlar əvvəller ictimai xidmət adlanan və indi yenidən nəzərdən keçirilməsi zəruri sayılan 'konsepsiyanın saxlanması ilə bağlıdır. İctimai TV müasir şəraitdə cəmiyyətə gərkli olan informasiya vəsитəsi kimi ona olan ümidi və tələbatı təmin etməli, özəl yayımdan fərqlənən TV kanalının fəaliyyətini doğruldacaq başqa TV modelini üzə çıxarmalıdır. Bu gün hələlik belə bir model görünmür. Digər bir tendensiya da yaranıb ki, indi özəl TV ictimai xidmətin vəzifələrinin gerçəkləşməsində iştirak edir, ya da iştirak etməyə qadirdir. Təbii ki, bu tendensiyani ortaya atanlar ictimai TV-nin kommersiya müəssisəsinə çəvirləməsində israflıdırlar. Amma artıq sübut olunub ki, zaman-zaman peydə olan belə mülahizələrin heç bir əsası yoxdur.

İctimai TV-nin perspektivindən danışanlar onun siyasi hakimiyyətin təzyiqi ilə üzləşməsi, bazar arbitrajının təsirinə məruz qalması, maliyyəleşmə ilə bağlı problemlər, program siyasətində cəmiyyət və vətəndaş maraqlının uzlaşdırılmasının çətinlikləri və s. barədə də söz açırlar. Şübhəsiz ki, bu problemlər sırasında sərt bazar münasibətləri şəraitində ictimai TV-nin yayımları, onun universal verilişləri ilə rəqabət aparmağa cəid göstərən və bəzən çox böyük kapitala sahib olan özəl TV-lərlə rəqabət mühüm yer tutur. Amma burada ümidverici cəhət odur ki, rəqabət mühitində cəmiyyət ictimai TV-nin tərəfindədir. Bu məqamda ictimai TV-nin dövlətin də rəğbətini qazanacağı istisna deyil. Ona görə də ictimai yayının perspektivində danışarkən çox da bədbinliyə qapılmaq olmaz.

İctimai TV-nin gələcəyinə nikbin baxmağa əsas verən dəlillərdən biri budur ki, çoxkanallı teleradio şəbəkəsində yeni texnoloji situasiyalara və özəl TV-lərin çoxluq təşkil etməsinə baxmayaraq, heç bir yayım modeli ictimai TV-ni əvəz edə bilməz. Məsələn, XX əsrin 80-ci illərindən başlayaraq cəmiyyətin ayrı-ayrı təbəqələri teleyayıımı ideoloji ziddiyətlər meydanına çevirdikləri bir vaxtda hamı üzünü ictimai TV-yə tutmuşdu. Qarşı duran tərəflərə aydın oldu ki, ümumi maraqlar yalnız ictimai qurumun mövcud olduğu cəmiyyətlərdə mümkündür. Deməli, nə qədər ki, ictimai TV cəmiyyətin ümumi maraqlarının ifadəçisidir, həqiqi demokratik cəmiyyətin atributudur, onun fə-

aliyyəti üzərində vətəndaş nəzərəti mövcuddur, bu televiziya yaşayacaq. İctimai yayının zaman-zaman ciddi problemlərlə (maliyyələşmə, siyasi hakimiyyətlə münasibətlər, iqtisadi böhran, auditoriyanın tənqid və s.) üzləşməsini isə burulğanlara düşən, amma tez də nicat tapan gəmiyə bənzətmək olar. Bu gəminin geleceyə yolu açıqdır. Çünkü o sabahkı nəsillərə çox bahalı yük – milli və bəşəri dəyərləri aparırlar...

# II

## Xarici ölkələrin ictimai yayım sistemi

- ABŞ-da ictimai yayım: dünən və bu gün
- Böyük Britaniya: Bi-bi-si ictimai yayımın klassik modeli kimi
- Almaniyada ictimai yayım: tənzimlənmə mexanizmi
- Fransada ictimai yayımın hüquqi əsasları
- Yaponiya: ictimai yayım cəmiyyətin güzgüsi kimi
- Şimali Avropa ölkələri və ictimai yayımın yeni modeli
- Polşa: ictimai yayımın kövrək addımları
- MDB məkanı: həqiqi ictimai TV intizarında

---

Bizim azadlığımız mətbuat azadlığından asılıdır, onu nə itirmək, nə də məhdudlaşdırmaq olar.

T. Ceferson

## Praqa konfransının (1994) materiallarından:

- Avropa ölkələrinin KİV sahəsində siyaseti müəyyənləşdirən nazirlərinin 4-cü konfransının iştirakçıları teleradio sahəsindəki mövcud dəyişiklikləri, demokratik cəmiyyət üçün ictimai televiziyanın vacibliyini, cəmiyyətin siyasi, sosial və hüquqi strukturunun möhkəmləndirilməsində, xüsusən insan haqlarının qorunması, siyasi mədəniyyət və plüralizmin genişlənməsində ictimai yayımın misilsiz rolunu nəzərə alaraq aşağıdakı öhdəlikləri öz üzərlərinə götürürler:
- özündə informasiya, maarifçilik, mədəniyyət və əyləncə verilişlərini birləşdirən, hamı üçün baxımlı olan ən azı bir ümumi xarakterli baza kanalı yaradılmasını təmin etmək;
- ictimai yayımçıların redaksiya müstəqilliyini hər cür siyasi və ictimai müdaxilələrdən qorumaq;
- vəzifələrini yerinə yetirmək üçün ictimai yayımçıları vacib olan adekvat və etibarlı vasitələrlə təmin etmək.

Nazirlərin Praqa (Çexiya) konfransının  
«İctimai TV-nin goləcayı» adlı qətnaməsindən  
(7-8 dekabr 1994-cü il).

## **ABŞ-da İCTİMAİ YAYIM: dünən və bu gün**

Bələ bir fikir mövcuddur ki, Amerika həyatının mühüm atributu olan ictimai TV, yayımın bu növünün kökü dərinə işleyən fəlsəfəsini çox gözəl eks etdirir. ABŞ dünyasının yeganə ölkəsidir ki, burada ictimai TV-nin nəzəriyyəsi və təcrübəsi bir-birini üzvi şəkildə tamamlayır. Həm də əlamətdar cəhət budur ki, Amerikada ictimai TV qarşısında populyar olmaq, ictimai həyata təsir göstərmək, cəmiyyətdə yüksək reyting və nüfuz qazanmaq vəzifəsi qöyükəlmur. Sadəcə, bu TV ölkə həyatının güzgüsü olmalı, cəmiyyətin və onun geniş sosial təbəqələrinin maraqlarını eks etdirməlidir.

ABŞ-da TV erası 1939-cu ildən – Nyu-York Ümumdünya sərgisindən canlı translyasiya ilə başlayır. Artıq bu hadisədən iki il sonra 1941-ci ilin iyulunda ölkənin radiokorporasiyasına məxsus kommersiya telestasiyasına ilk lisensiya verilmişdi. İkinci Dünya müharibəsi illərində ABŞ-da 6 TV stansiyası yayım aparırdı. Müharibənin sonuna yaxın 5 min ailənin televizoru var idi. Amma müharibədən sonra ölkədə TV ürətlə inkişaf etməyə başladı. Artıq 1947-ci ildə Amerikada televizor cihazı istehsal edən 29 zavod fəaliyyət göstərirdi. ABŞ TV Akademiyası 1948-ci ildə ən yaxşı verilişlərə görə ilk mükafatlarını vermişdi. 1950-ci ildə isə Nilsen şirkəti ABŞ-da TV-yə baxan üç milyondan çox ailə qeydiyyata almışdı (Qolyadkin, 1995).

50-ci illərin sonuna kimi ABŞ-da 3 iri telesirkət – Si-bi-es (Amerika yayım kompaniyası), En-bi-si (Milli yayım kompaniyası) və Ey-bi-si (Kolumbiya yayım kompaniyası) heç bir problemlə üzleşmədən yerli stansiyalarla əməkdaşlıq şəraitində fəaliyyət göstərirdi. Amma 1956-1957-ci illərdən başlayaraq kommersiya telekanalları ciddi təngidə məruz qaldı və ölkə TV-sinin simasının dəyişməsi ilə bağlı müxtəlif layihələr irəli sürülənlü. Efir siyasetində ölkə ictimaiyyətini narazı salan əsas cəhət ekranlar bürüyen çoxlu sayıda kommersiya elanları və saysız-hesabsız reklamlar idı. Əvvəlcə məhəlli xarakter daşıyan bu təngidi çıxışlar tədricən artaraq 60-ci illərin sonuna yaxın kulminasiya nöqtəsinə çatdı. Ölkədə aparılan sosioloji tədqiqatlar göstərdi ki, rəyi soruşuların 67 faizi TV-ni reklamsız görmək istəyir. Bu istəyin məntiqi nəticəsi olaraq ölkədə öz verilişlərində reklama yer ayırmayan, kommersiya marağından ızaq, maarif və mədəniyyət proqramlarına üstünlük verən TV stansiyalarını meydana çıxmaya başladı. Əslində, bu tip stansiyalar 1952-ci ildən fəaliyyət göstərirdi və əsasən təhsil müəssisələrinə – kollec və universitetlərə məxsus idi. Elə buna görə də seyrilər müasir ABŞ ic-

timai TV-sinin rüseyimi olan belə şəbəkələri «təhsil stansiyaları» adlan-  
dırmağa başladılar. Getdikcə nüfuzu artan belə təhsil stansiyaları  
sonralar ayrı-ayrı xeyriyyə cəmiyyətləri – fondlar tərəfindən də təsis  
oluşmağa başladı. Amma bu stansiyaların universitet divarları arasın-  
dan geniş telebazara çıxışı böyük çətinliklərlə müşayiət edildi.

Mərkəzləşmiş idarəetmə sisteminin olmaması stansiyaların pərakəndə  
fəaliyyətini aradan qaldırmağa, onların işini əlaqələndirməyə imkan,  
vermirdi. Digər bir çətinlik isə təhsil stansiyalarının üzləşdiyi maliyyə  
problemli ilə bağlı idi. Yəni cəmiyyətin maraqları namənə reklamdan im-  
tina edən təhsil stansiyaları istehsalı çox böyük maliyyə tələb edən aktu-  
al informasiya proqramları, uşaqlar üçün maraqlı şoular, ümumiyyətlə,  
əyləncə proqramları hazırlaya bilmirdi. Onlar yalnız universitetlərin və  
ictimai fondların ayırdığı cüzi vəsaithə kifayətlənməli olurdular.

Təbii ki, bununla nəhəng özəl teleshəbəkələrlə rəqabət aparmaq və al-  
ternativ ictimai TV şəbəkəsini formalasdırmaq mümkün deyildi. Lakin  
bu proqramlarda reklamin olmaması onlara üstünlük verir və böyük  
seyrçi dəstəyi qazandırıldı. Bundan başqa, həmin proqramlar məzmun  
baxımından da çox faydalı olub kommersiya TV-si üçün adı hala çevri-  
lən zorakılıq, açıq-saçıq səhnələrdən uzaq idi. Elə bu səbəbdən də Ford  
fondu və tamaşaçı zümrəsi çətin vəziyyətdə olan təhsil stansiyalarına öz  
«yardım əlini» uzadırdı. Bu mənada San-Fransiskodakı təhsil stansiyası  
ABŞ-da öz tamaşaçılardan maddi kömək alan ilk qeyri-kommer-  
siya stansiyası oldu. «Stansiyanın 50 minlik daimi tamaşaçısı könüllü  
abunə pulu ödəyəcəklərini elan etdilər. Stansiyanın ilk xərclərini ödəmə-  
sinə yardımçı olmaq üçün ailəlilər 25 dollar, subaylar isə adambağına  
14.5 dollar məbləğində pul köçürməyə başladılar» (Biryukov, 1977).

Hadisələrin bu yönündə inkişafı vətəndaş təşəbbüsü və ictimai ma-  
raqların təmin olunması uğrunda hərəkata – ABŞ hökumətini problemə  
köklü yanaşmağa məcbur etdi. Vəziyyətdən çıxış yollarını araşdırmaq  
 üçün Karneği komissiyası adlanan xüsusi qurum yaradıldı. Komissiya  
 öz işinə nüfuzu gündən-günə artmaqdə olan təhsil stansiyalarını araşdır-  
maqla başladı. 35 ştatındaki 92 təhsil stansiyası və başqa qeyri-kommer-  
siya telestansiyalarının fəaliyyətini öyrənen Karneği komissiyasının qə-  
naştı bu oldu ki, kommersiya TV-sindən fərqli olaraq ictimai TV sivil  
cəmiyyətin güzgüsü olmalıdır. Bu səbəbdən ölkə ərazisində fəaliyyət gös-  
tərən 120-dən çox belə stansiya ilə əməkdaşlığı genişləndirən, onların  
təcrübəsini, auditoriyasını ətraflı araşdırın komissiya ictimai məqsədlər  
gündən TV-nin yaradılması istiqamətində bir sıra təkliflər irəli sürdü.

İlk önce, maliyyə mənbələrinə diqqət yetirən Komissiya reklam - kommersiya fəal yararı ilə məşğul olmayan TV-ni federal və ştatların büdcəsin-dən, bələdiyələrin fondundan maliyyələşdirmək təklifi ilə çıxış etdi. Eyni zamanda Komissiya qeyri-kommersiya TV-lərinin inkişafı və maliyyənin mövcud stansiyalar arasında bölüşdürülməsini təmin etmək üçün yeni təşkilat yaratmaq ideyasını irəli sürdü. Bu təşkilat stansiyaların fəaliyyətinə müdaxilə etməməli, yalnız maliyyə yardımı ilə onlara kömək göstərməli idi. Qeyri-kommersiya stansiyaları ilə bütün danışqlar məhz bu təşkilat vasitəsilə apurılmalı idi. Bu qurum üç mənbədən maliyyələşməli idi: sehiyyə departamentinin substansiyalardan, təhsildən və ictimai müdafiədən. Eyni zamanda fiziki və hüquqi şəxslərdən də abonent haqqı alınması, satılan hər telecihazdan faiz götürülməsi də nəzərdə tutulurdu. Amerika cəmiyyəti Kornegi Komissiyanın təkliflərini müsbət qarşılıdı.

Nəhayət, 1967-ci ilin martında ABŞ konqresi ictimai TV haqqında qanun qəbul etdi. Bu qanunla qeyri-kommersiya TV-lərinin fəaliyyətini tənzimleyən təşkilatın da yaradılmasının əsası qoyuldu. Əvvəlcə ictimai Yayım Xidməti adlanan bu təşkilatın ilk işi Konqresin ayırdığı vəsaiti stansiya ar arasında bölüşdurmək oldu. Lakin sonradan müxtəlif problemlərlə üzəşən yerli stansiyalar milli şəbəkədə Pi-bi-es (Public Broadcasting Service) adlanan ictimai Yayım Xidmətində birləşdilər. Beləliklə, 1967-ci il qanunu ABŞ ictimai TV-sinin həm konseptual istiqamətini, həm də strukturunu müəyyənləşdirdi. Qanun bu TV-nin öyrədici-maarifçi rolunu saxlamaqla ona informasiya və əyləncə funksiyasını da həvalə etdi. Strukturuna görə isə bu TV iki əsas istiqamətdə - ümummülli və yerli səviyyədə təşkil edilməklə müəyyən sistem yaratmış oldu.

Dördüncü Amerika telesəbəkəsi yalnız bundan sonra sürətlə inkişafa başladı. Artıq 70-ci illərin ortalarında «Dördüncü telesəbəkə»yə 6 regional şəbəkədə birləşən 230 stansiya daxil idi. Bunların sırasına Mərkəzi təhsil şəbəkəsi (10 ştatdakı 38 stansiyani birləşdirdi - Illinois, Miçigan, Missouri və s.), Şərqi təhsil şəbəkəsi (10 ştatdakı 35 təhsil stansiyasını birləşdirdi - Konektikut, Merilend, Nyu-York, Pensilvaniya və s.), Cənub təhsil şəbəkəsi (14 ştatdakı 73 stansiyani birləşdirdi - Alabama, Arkanzas, Texas, Florida, Vircinya və s.), Mərkəzi-Qərbi təhsil şəbəkəsi (Minnesota, Şimali Dakot və Cənubi Dakotdakı 7 stansiyani əhatə edirdi), Dağlıq ərazilər təhsil şəbəkəsi (Arizona, Kolorado, Nyu-Meksika və Yukata dələk 8 stansiyani birləşdirdi), Qərbi təhsil şəbəkəsi (Kaliforniya, Aydona, Oregon və Vaşinqtonda yerləşən 8 stansiya), həmçinin Hayay adalarındaki 2 stansiya daxil idi (Biryukov, 1977, s. 68-69).

ABŞ əhalisi arasında geniş nüfuz qazanan «Dördüncü şəbəkə» adlı ictimai TV sistemi, nəhayət, 70-ci illərdə özünü təsdiq edə bildi. «1971-ci ildə ölkə prezidenti R. Nixon «Dördüncü şəbəkə»nin də müxbirini ilk dəfə populyar «Prezidentlə səhbat» programına qoşmaqla bu kanala ölkə ictimaiyyətinin və dövlətin dəstəyini nümayiş etdirdi. Bundan sonra Pi-bi-es kanalı kommersiya teleşəbəkələri ilə çiyin-çiyinə addimlaşmaya imkan verdi».

Artıq 1995-ci ildə ictimai TV-nin milli proqramlarının və həm də federal maliyyənin çoxalması sayesində ABŞ-da qeyri-kommersiya stansiyalarının sayı 400-ə çatmışdı. Pi-bi-es ictimai yayım şəbəkəsinin yaradılması, beləliklə, efr siyasetində təhsilə və mədəniyyətə üstünlük verən alternativ TV-nin geniş diapazonda fəaliyyət göstərməsi ABŞ teleməkanında yeni hadisəyə çevrildi.

İctimai Yayım Xidmətinin qeyri-kommersiya fəaliyyəti yerli telestansiyalara da özünəməxsus milli üslub formalasdırmaqdə kömək etdi. Tezliklə ictimai TV-nin «Sim-Sim küçəsi» və «Şədevrər teatrı» adı ilə tanınan verilişləri onun auditoriyasını xeyli genişləndirdi. Əslində, ABŞ kimi ölkədə En-bi-si, Ey-bi-si, Si-en-en və Si-bi-es kanallarının mövcud olduğu auditoriyanın genişliyindən danışmaq şərtidir. Bununla yanaşı, Pi-bi-es ictimai yayımına əhalinin 2,5-3 faizi daimi baxır. Bu gün də ABŞ ictimai TV şəbəkəsini idarə edən Pi-bi-es 1985-ci ildən peykədən istifadə sistemində keçə də, yenə ailələrin çoxu onun verilişlərini izləyir.

ABŞ dövləti müxtəlif formalarda ictimai TV-yə yardım etməkdədir. Son zamanlara qədər qeyri-kommersiya stansiyalarının və şəbəkələrinin fəaliyyətinə maddi yardım üçün verilən bütün maliyyə vəsaitinin yariya qədəri Pi-bi-es vasitəsilə federal fondlardan və yerli ştatlarda stansiyalara yardım üçün tutulan vergilərdən ödənilirdi. 1990-ci ildə vergilərdən gələn yardım ümumi gəlirin 40 faizə qədərini təşkil edirdi. Qalanı isə şəxsi kompaniyaların konkret proqramların istehsalına yönəltdiyi ödənişlərdən, seyrçilərin və dinləyicilərin ödədiyi vəsaitlərdən, fondların xeyriyyə pullarından gəldi. Onu da qeyd edək ki, kommersiya təşkilatları, korporasiyalar Pi-bi-es-ə könüllü ayırdıqları maliyyə vəsaiti hesabına onun fəaliyyətinə müdaxilə etmirler. TV isə həmin təşkilatlarla bağlı olaylara münasibətdə öz tərəfsizliyini qoruyur. Bu vəziyyət isə Pi-bi-es əməkdaşlarına hər zaman öz müstəqillikləri ilə öyünmək imkanı verir. Kommersiya xidmət etməyən yeganə TV korporasiyası kimi Pi-bi-es nə reklam firmasına, nə də ABŞ hökumətinə hesabat verir. Doğrudur, bəzən Pi-bi-es korporasiyasını az məhsul istehsal etdiyinə və kənardan (xüsusən Böyük Britaniyadan) program aldığına görə geniş yayım şəbəkəsi kimi

yox, daha çox yerli stansiyaların, həm də fanatikcəsinə işləyən müştəqil yerli stansiyaların məhsullarının efir bölgüsü ilə məşğul olan mexanizm kimi qiymətləndirirler. Amma bu, ədalətli yanaşma deyil. ABŞ ictimai TV-sinin verilişlərinin məzmununa gəldikdə isə onu qeyd etmək lazımdır ki, bu programların 45 faizini xəbərlər, 40 faizini uşaq və yeniyetmələr üçün verilişlər, təhsil və dini verilişlər, 15 faizini isə əyləncə verilişləri təşkil edir. Ümumi programların 50-70 faizi, əsasən New-York, Boston, San-Fransisko, Los-Anceles və Pitsburqda yerləşən yerli stansiyalarda hazırlanır. Bündən başqa, alınma programlara, xarici ölkə istehsalçıları ilə birgə hazırlanmış video məhsullara və müştəqil prodüser mərkəzlərinin verilişlərinə də geniş yer verilir. Bu TV-nin ən böyük program yaradıcılarından biri də New-Yorkdakı Uşaq Televiziya Verilişləri Emalatxanasıdır. Həmin emalatxana, ilk növbədə, özünün məşhur «Sezam küçəsi» teleserialı ilə bütün dünyada tanınır. Veriliş 10 milyona yaxın tamaşaçı baxır. Bu verilişdə sadə, uşaq təfəkkürü üçün daha məqsədə uyğun olan oyun formalarından istifadə etməklə balacalara əlifba, hesab öyrədilir, sadə biliklər aşilanır. Hazırda Pi-bi-es bu uğurlu verilişini Afrika və Asiya ölkələrinə də yayır. Heç bir halda reklam verməyən və ümumiyyətə, reklam siyasetindən uzaq olan Pi-bi-es-in informasiya və ictimai programlarının isə həm ölkədaxili, həm də beynəlxalq həyatın aktual problemlərinə də bəhs edilir. Bu sıradə isə gənc nəslin problemləri, narkomaniya, alliqolizm, yoxsulluq və s. bu kimi məsələlərin işıqlandırılması obyektivlik, dolğunluq, qərəzsizlik, fikir plüralizminin gözlənilməsi əsas şərtlərdir. Bu verilişlərdə opponentsiz danışmaq, qərəzlilik, birtərəflilik, əsassız ittihamlar yolverilməz sayılır.

Verilişlərdə diskussiya formalarına xüsusi diqqət yetirilir. «Dünya mətbuatı», «Həftəyə baxış», «Nəzər nöqtəsi», «Hüquqşunaslar», «Böyük şəhərdən reportajlar» və başqa populyar verilişlərdə amerikasayağı qızığın mübahisələrə, diskussiyalara və tamaşaçı rəylarına geniş yer verilir.

ABŞ-da TV sistemi getdikcə genişlənir və sürətlə inkişaf edir. Təbii ki, ictimai TV haqqında diskussiyalar da ara vermir. Bu mənada indi ölkədə kabel telesənayesinin də müəyyən mənada ictimailiyi haqqında danışılır və Vəsiqətənda yerləşən Si-SPAN (Cable Settelite Public Affairs Networks – ictimai-siyasi kabel-sputnik şəbəkəsi) kanalının adı çəkilir. Bu kanal da reklam vermır və eyni zamanda kabel TV-sinin istənilən abonentti əlavə haqq ödəmədən onun programlarına baxa bilir. Si-SPAN kənalları ABŞ Konqresinin hər iki palatasının iclas zalından canlı yayımlar verir və eyni vaxtda paytaxtda baş verən hadisələr barə-

də məlumatlar çatdırır, müsahibələr təşkil edir, polemik proqramlar hazırlayır, siyasi mövzularda çıxışlar, simpoziumlar göstərir. Bu TV-nin gəliri isə kabel TV-si sistemindən və videoyazaların satışından əldə olunur. Amma bununla yanaşı, Si-SPAN ictimai yox, daha çox siyasetlə fəal maraqlananların telekanalı adlandırılır. Siyasetə isə ölkə TV-lərində az yer verilir. Çünkü ABŞ-da TV-lər əsasən musiqi, əyləncə və informasiyaya diqqət yetirirlər. İnformasiya proqramlarında uzun müddət dəbdə olan «Ədalət doktrinası»nın şərtlərinə əməl etmək vacib sayılıb. Jurnalistlərin obrazlı şəkildə doktrina adlandırdıqları bu siyaset, əslində, fakt və hadisələrə yanaşmada fikir plüralizminə əməl etməyin zəruriliyi haqqında qərardır. Bu qərarı isə ötən əsrin 40-ci illərinin sonunda Federal Rabitə Komissiyası (FRK) qəbul edib. Həmin qərrara görə, TV və radiolar hər hansı mübahisəli məsələlərdə mütləq bərabər şəkildə müxtəlif tərəflərin rəyini verməli idi. Bir növ siyasi davranış qaydası kimi meydana çıxan bu manera bir çox principial məsələlərdə mənfi ilə müsbəti bərabərləşdirməyə də xidmət edirdi. Ona görə də 1987-ci ildə FRK jurnalistika fəaliyyətində bir növ qarraq rolunu oynayan bu «ədalət doktrinası»nı ləğv etdi. Konqresin bu prinsipi qanun çərçivəsinə salmaq cəhdinin qarşısını isə prezidentlər – R. Reyqan və C. Buş aldılar. Lakin bununla yanaşı, ABŞ-in iri yayım kompaniyaları öz fəaliyyət kodekslərində yənə də bu doktrinanın prinsiplərini əsas götürürərlər. Pi-bi-es ictimai yayımının əməkdaşları da çox vaxt mürəkkəb problemlərin işıqlandırılmasında bu prinsiplərə istinad edirlər.

\*\*\*

Dünyanın ən güclü dövləti olan ABŞ 3-cü minilliyyə çox böyük iddialarla qədəm qoyur. O, bir tərəfdən Amerika xalqının xoş güzərənini və firavanlığını təmin etmək, digər tərəfdən isə bütün dünyada terrorizm əleyhinə, sülh, demokratiya və insan haqları uğrunda mübarizə aparır. Belə bir şəraitdə ölkənin nəhəng teleradio sistemi qarşısında da ciddi problemlər dayanır. Bu mənada ictimai TV də qlobal çətinliklərlə üzləşir. Əlbəttə, çətinliklər nə daxili struktur, nə konseptual, nə də demoqrafik problemlərlə bağlıdır. Teleradionun inkişafında məhiyyətəcə «üçüncü nəsil» olan ictimai TV, indi xüsusən ABŞ məkanında yayım sahəsində özünü göstərən sürətli dəyişikliklərlə üzləşmişdir.

Hazırda Amerika ailələrinin 60 faizi kabel TV-sinin abonentidir. Demək olar ki, bütün ailələrin videomaqnitofonu, böyük əksəriyyətində bir və daha artıq televizoru var. Peyk yayımı adı evlərdə yüzdən çox

telekanala baxmaq imkanı verir. Yaxın vaxtlarda rəqəmli texnolojiyanın tətbiqi bu imkanları daha da genişləndirəcək və hər ailədə kabellə yayılmışınan ən azı 500 kanala baxmaq mümkün olacaq. Bütün bunlar, təbii ki, ictimai TV-nin auditoriyasının azalmasına təsir göstərəcək. Anıma bütün hallarda mütəxəssislər belə hesab edirlər ki, bütün ölkə ərazisində pərakəndə halda fəaliyyət göstərməsinə, tamaşaçı auditoriyası un populyarlığının azlığına, reytinginin çox da yüksək olmamasına baxmayaraq, ictimai yayım məhz öz ideallarına görə siyasi və mədəni sahədə ABŞ-in strateji maraqlarına cavab verir.

## BÖYÜK BRİTANIYA: Bi-bi-si ictimai yayının klassik modeli kimi

Böyük Britaniya müasir dünyanın ən yüksək informasiya və yayım mədəniyyətinə malik ölkəsidir. Bu mədəniyyətin formallaşmasında əsası 80 il əvvəl, 1922-ci il dekabrın 19-da qoyulmuş, 1927-ci ildə Kraliçanın sərəncamı ilə ictimai xidmətə çevrilmiş və verilişləri uzun illər boyu bütün dünyada, sözün həqiqi mənasında, nümunə sayılmış Bi-bi-si yayım korporasiyası mühüm rol oynamışdır. Bəzən Britaniya taxtacılı qədər mötəbər sayılan Bi-bi-si bu gün bir çox ölkələr üçün, həm də ictimai yayının klassik modeli kimi qiymətlidir.

Korporasiyaya 12 nəfərdən ibarət İdarə heyəti başlıqlıq edir. Buraya sədr, sədr müavini və Şotlandiya, Uels və Şimalı İrlandiya üzrə işlər müdürüleri daxildir. İdarə heyətinin üzvləri TV-nin müstəqilliyi ideyasını tam dəstəkləyən müxtəlif sosial təbəqələrin nümayəndələrindən ibarətdir və onları Nazirlər Kabinetinin təqdimatı ilə Kraliça təyin edir. Məhz İdarə heyəti proqramların yüksək səviyyəli olması, informasiya yayınının balanslaşdırılması, fikir plüralizminə əməl edilməsi və mübahisəli məsələlərin ədalətli çözülməsi və hadisələrin qərəzsiz işıqlandırılmasında məsuliyyət daşıyır. İdarə heyəti korporasiyanın əsas icraçı fiquru olan Baş direktoru təyin edir. Baş direktor isə Bi-bi-si-nin gündəlik fəaliyyətini tənzimləyən İcraiyyə komitəsinə və Direktorlar şurasına rəhbərlik edir.

1955-ci ildə ilk kommersiya kanalı Ay-ti-vi meydana çıxana qədər Böyük Britaniyada yayım monopoliyası Bi-bi-si-də olmuşdur. Ümumiyyətlə, bu TV uzun müddət Avropada ictimai TV sisteminin təmsilçisi və bütövlükdə Avropa televiziyanın rəmzi kimi çıxış etmişdir. Bi-bi-si-nin uğurunun əsas səbəbi onun (mətbuatdan fəqli) həmişə dəqiq sosial konsepsiya nümayiş etdirməsi olmuşdur. Elə indi də demokratiya, vətəndaş cəmiyyəti və vətəndaş həmrəyliyi ideyasını əsas götürən Bi-bi-si-nin fəaliyyətini aşağıdakı prinsiplər şərtləndirir:

1. Geniş yayılma (coğrafi mənada), əhatəlilik;
2. Azlığın marağının nəzərə alınması və onun ümumi maraqlarla uzlaşmasının təmin edilməsi;
3. Milli şüurun və milli özünəməxsusluğun inkişaf etdirilməsi;
4. Açıq siyasi maraqlardan uzaq olmaq;
5. Hami üçün eyni ölçülü lisensiya haqqının qəbulu.

Bi-bi-si-nin əsas məqsədi Britaniya auditoriyası üçün «keyfiyyətli

program» istehsal edib yaymaqdan ibarətdir. Yüksək keyfiyyətli, orijinal proqramlar, o cümlədən yüksək sənətkarlıqla hazırlanmış əyləncə və şou proqramları Bi-bi-si-nin efir siyasetinin canı olmuşdur.

Ölkədə 80-ci illərdən sonra efirə çıxan «Kanal 4» (1982), «Kanal 3» (1993) və «Kanal 5» (1994) kimi milli kommersiya TV qurumları ilə rəqabət də Bi-bi-si ictimai xidmətini daim diqqət mərkəzində saxlayır. Digər tərəfdən, Britaniya hökuməti də TV sahəsində texnologiyaların dəyişməsi prosesində bütün TV-lərə, o cümlədən Bi-bi-si-yə yardım əli uzadır. Məsələn, 90-cı illərin ortalarında TV sahəsində rəqəmli texnologiya tətbiq olunmaga təşəkkür olundu. Lakin həmin vaxt - 1996-cı ildə qəbul edilən «Teleradio yayımları haqqında qanun» az qala böhranla üzləşən Bi-bi-si-yə də yeni nəfəs verdi. Ölkədə teleradio yayımı haqqında yeni sahifa açan bu qanun aktında yayım şirkətləri qarşısında dörd mühüm vəzifə qoyulurdu:

1. KİV sistemində plüralizmi qorumaq və fikir müxtəlifliyinə imkan yaratmaq;
2. Böyük Britaniyanın dövlət yayımı ənənəsini saxlamaq;
3. Britaniya yayım sənayesinin rəqabətə dözümlülünü və Böyük Britaniyanın dünyada rəqəmli texnologiya sahəsində liderliyini qoruyub saxlamaq;
4. Teleradio yayımları ilə yüksək zövqlü, sənətkarlıqla hazırlanmış veriliş ər və dolğun informasiyalar verilməsini tömən etmək.

Nəhayət, qanunda göstərilirdi ki, hökumət bütün radio yayımlarının, telekomunikasiya şirkətlərinin rəqəmli verilişlərə keçməsinə yardım etməlidir. Yeni qanun rəqəmli efir TV-sinə rəqəmli peyk və kabəl yayımları ilə rəqabət aparmağa da imkan yaradırdı. Əslində, məsələnin bu şəkildə qoyulması, ilk növbədə, Bi-bi-si qarşısında geniş perspektivlər açırdı. Təsadüfi deyildir ki, mütəxəssislərin əksəriyyəti ölkədə ictimai yayının inkişafında teleradio yayımı haqqında 1996-ci il qanununu mühüm bir mərhələ hesab edirlər. Bi-bi-si, əsasən idarə olunmasına, maliyyələşməsinə və ictimai nəzarət sisteminə görə klassik model sayılır. Əvvəldə idarə sistemi haqqında danışdıq. Maliyyələşmə məsələsinə gəldikdə isə, Bi-bi-si tamaşaçılardan alınan abonent hesabına fəaliyyət göstərir. Yəni hər bir ailə evindəki televizor və radio cihazına görə müyyəyen haqq ödəyir. Abonent haqqı isə orta hesabla hər ailə üçün ildə təxminən 80 ABŞ dolları təşkil edir. Məsələn, 1996-cı ilin iyunun sonunda əhali 21.5 milyon lisensiya alıb.

Bi-bi-si-nin başqa bir gelir mənbəyi istehsal etdiyi proqramların sa-

tüşündandır. Hazırda dünyanın, demək olar ki, hər yerində bu TV-nin programları həm yazılı, həm də videomaterial şəklində satılır. Bundan başqa, məarifləndirici filmlərin və arxiv materiallarının satışı və icarəsi, bu və ya digər programma həsr olunmuş sərgilərin təşkilindən də şirkət xeyli gəlir əldə edir. Bi-bi-si-nin xarici radio yayımını Britaniya Xarici İşlər Nazirliyi-maliyyələşdirir. Bu ictimai yayımın 1994-cü ildən fəaliyyətə başlamış «Ümumdünya televiziyası» isə öz programlarının maliyyələşdirilməsini özü müstəqil həyata keçirir.

Kommersiya kanalları üçün əsas gəlir mənbəyi sayılan reklam fəaliyyəti Bi-bi-si ictimai yayımı üçün qadağandır. Burada sponsorluğa icazə verilir. Ümumiyyətlə, Böyük Britaniyada elektron KİV sahəsində reklam fəaliyyətinin müəyyən spesifikasiyi vardır. Bu fəaliyyət növü ölkə parlamentinin verilişlərin keyfiyyətinə nəzarət məqsədi ilə yaradığı dövlət qurumu olan Müstəqil Televiziya Komissiyasının və Radio Yayımları İdarəsinin təlimatları ilə tənzimlənir.

Qeyd etmək lazımdır ki, 1990-ci ildə qəbul edilmiş teleradio verilişləri haqqındaki qanuna uyğun olaraq 1991-ci ildə təsis olunmuş Müstəqil Televiziya Komissiyası Bi-bi-si-nin fəaliyyətinə nəzarət etmir. Komissiya yalnız Britaniyaya yayılan və Britaniyadan ötürülən kommersiya teleşirkətlərinin fəaliyyətini tənzimləyir və lisenziyalasdırır. Bu komissiyanın eyni zamanda Bi-bi-si korporasiyasının da kommersiya yayımlarının və rəqəmli kommersiya kanallarının fəaliyyətini tənzimləmək səlahiyyəti vardır. Lakin bütövlükdə Bi-bi-si-nin fəaliyyəti 1996-ci ilin mayından qüvvədə olan ictimai yayımı tənzimləyən nizamnamə və müqavilə ilə nizamlanır. Bu nizamnaməyə görə, Bi-bi-si 2006-ci ilədək ölkənin əsas ictimai teleradio verilişləri şirkəti olaraq fəaliyyət göstərəcəkdir. Bi-bi-si ilə Milli İrsi Mühafizə Nazirliyi arasındakı yeni müqavilə onun efir-redaksiya siyasetinin, verilişlərin şəbəkə cədvəlinin planlaşdırılmasında və törəmə şirkətlərin idarə olunmasında müstəqilliyini möhkəmləndirir. Müqavilədə, həmçinin göstərilir ki, verilişlərin əsas maliyyə mənbəyi əvvəlki kimi qalır, yəni əsas maliyyə qaynağı yenə də teletamaşaqlardan alınan abunə haqqı olacaqdır.

Yeni Nizamnamə və Müqavilədə Bi-bi-si-nin əsas fəaliyyət istiqamətləri də göstərilir: yəni bu qurum əsasən informasiya, təhsil və əyləncə verilişləri hazırlayacaq. Həmçinin programların səviyyəsinin gücləndirilməsi və korporasiyanın auditoriya qarşısındaki məsuliyyəti ilə bağlı İdarə heyəti üzvlərinin qarşısında da yeni vəzifələr qoyulur. Sənədlərdə göstərilir ki, Bi-bi-si Böyük Britaniyada və onun hüdudlarından kənarda kommersiya fə-

aliyyəti ilə də məşğul ola bilər. Lakin bu kommersiya fəaliyyəti abunə haqqı verən teletamaşaçılara xidmətə qətiyyən mane olmamalıdır.

1996-ci il nizamnaməsi elektron KİV-in insanların həyatına güclü təsirini, Bi-bi-si ictimai yayımının verilişlərinin keyfiyyəti, program tələbi və tamaşaçı qarşısında məsuliyyətlə bağlı ənənəvi vəzifələrin daha da gücləndirilməsi şərtini irəli sürmüdüdür. Bu şərtlərə görə, əhalini mərəfləndirən əyləndirən və onları məlumatlaşdırın TV heç bir halda tamaşaçıların şərəf və ləyaqətinə toxunmamalıdır. Odur ki, Bi-bi-si-nin müstəqil liyi, eyni zamanda programların məzmununa ciddi nəzarət vəzifəsi də onun üzərinə düşür. Bütövlükdə gözənlər ki, şirkət həyatın müxtəlif problemlərinə aid program seçimində balanslaşdırılmış yanaşımıya üstünlük verməlidir, siyasi cəhətdən qəliz və ya mübahisəli məsələlərin işıqlandırılmasında qərəzsiz və obyektiv olmalıdır; informasiya yayımıları xəbərlərin verilməsində obyektiv, dolğun və dəqiq olmalıdır. Efirə gedən bütün materiallarda ədəb qaydaları gözlənilməli və tamaşaçılarda yüksək zövq formalasdırılmalıdır.

Bi-bi-si və Müstəqil Televiziya Komissiyası ədəb qaydalarının və yüksək zövqün qorunması ilə bağlı öz etiketlərini tətbiq edirlər. Bu, adətən, usqlıların televizora baxdığı zaman efirə verilən programlara aiddir. Qəbul edilmiş ümumi qaydaya görə, axşam saat 9-a qədər göstərilən bütün programlar, uşaqlar da daxil olmaqla, geniş auditoriya üçün nəzərdə tutulmalıdır. Həmin saatdan sonra efirə tamaşaçıların marağına uyğun olan digər materiallar verile bilər.

Böyük Britaniyada ictimai TV-nin programlarında diqqət yetirilən mövzular sırasında mədəniyyət və dəyişən cəmiyyət problemləri də geniş yer tutur. Bi-bi-si-nin Baş redaktoru olmuş Xyu-Qrin yayımın ictimaiyyini belə dəyərləndirirdi: «Məni güzgüdə nəyin göstərilməsi narahat etmir (yəni bu istər fanatizm olsun, istərsə də qeyri-həqiqət, yaxud da böyük nailiyyət olsun), mən istəyirəm ki, güzgü viçdənli və hər cür təhrifdən kənar görünüşün. Mən istəyirəm ki, o güzgü möhkəm əllərdə olsun». Göründüyü kimi, Böyük Britaniyada ictimai TV-yə verilən ən başlıca tələblərdən biri programlarda obyektivliyin, həqiqətin öné çəkilməsidir.

İctimai televiziya programlarında mədəniyyət, musiqi, elm, idman mövzuları və tamaşaçıların digər maraqları prinsipləri əsas götürülsə də, «yüksek zövq», dəqiqlik, qərəzsizlik də başlıca tələblərdən sayılır. Qeyd olunmalıdır ki, ictimai TV programlarının müəyyənləşməsində auditoriyani çirənmək məqsədi ilə keçirilən sorğular da başlıca rol oynayır. Məsələn, 90-cı illərdə keçirilən sorğularda əhalinin, əsasən təh-

sil, sağlamlıq, elm, texnika, heyvanlar aləmi haqqında yaxşı programlara meylliliyi üstünlük təşkil edirdi.

İctimai TV programlarında uşaqlar, əllər, müəyyən yaş qruplarına aid verilişlər də diqqət yetirilir. Bundan əlavə, KİV sistemini tənzimləyən digər təşkilatlar da cəmiyyətin dəyişən tələblərinə uyğun olaraq öz normativ qaydalarında dəyişiklik edirlər. 1995-ci ilin əvvəlində Müstəqil Televiziya Komissiyası programların məzmununa uyğun olan qaydalar sistemini hazırlayıb nəşr etdi. 1996-ci ilin noyabrında isə Bi-bi-si prodüserlər üçün redaksiya siyasetinin əsas prinsiplərini özündə ehtiva edən qaydalar sistemini çap etdi.

Böyük Britaniya beynəlxalq yayım sahəsində iki mühüm Avropa mütqaviləsinə əsaslanır: birincisi, teleyayım üzrə Avropa Şurasının Konvensiyası, ikincisi, teleyayım üzrə Avropa Cəmiyyətinin Direktivləri. Həmin sənədlərdə ədəb qaydalarına, ekran estetikasına, elcə sponsoriqliq prinsiplərinə, reklamların verilməsinə, erotika və zorakılığın teleekranda göstərilməsinə verilən tələblər öz əksini tapmışdır. Bu qaydaların pozulduğu hallarda hökumət xarici peyk televiziyanın translyasiyasını dayandırıa bilər. Yeri gəlmışkən qeyd edək ki, Bi-bi-si-nin özünün tərkibində xarici ölkələrə teleprogram «ixrac edən» xüsusi strukturu – Bi-bi-si Ümumdünya xidməti mövcuddur. Bu xidmət 1994-cü ildə, kanalın beynəlxalq və kommersiya fəaliyyətini əlaqələndirmək məqsədi ilə yaradılıb. Qurumun vəzifəsi ondan ibarətdir ki, korporasiya rəqabəti KİV bazarında aparıcı mövqeyini qorusun, Bi-bi-si-yə məxsus yüksək peşəkarlıqla fəaliyyət göstərsin.

Bi-bi-si-nin Ümumdünya xidməti korporasiyanın kommersiya TV layihələri ilə məşğul olur, beynəlxalq yayım və teleprogram prodüserlərindən biri sayılır. 1995-1996-ci illərdə şirkət dönyanın 80-dən çox ölkəsinin telekanallarına 15 min saatlıq yayım programı üçün lisensiya vermişdi ki, bu da Bi-bi-si-ni Avropanın teleprogram ixrac edən şirkətləri arasında birinci yerə çıxarmışdı. Son illərin ən məşhur teleprogramları sırasında «İnsanların əsri», «Küçədə rəqsler» kimi verilişlərin adlarını çəkmək olar.

Ümumdünya TV xidməti Bi-bi-si-nin program istehsal edən bölmələri və müstəqil prodüserləri ilə six əlaqədə işləyir, onun xarici ölkələrdəki nümayəndəliklər şəbəkəsi isə beynəlxalq bazara daha maraqlı programlar çıxarmaq istiqamətində kommersiya strategiyasını müəyyənləşdirir.

Ümumdünya Televiziyanın başlıca xidməti «Bi-Bi-Si World»dur. Bu, sutkahq kanaldır və beynəlxalq xəbərlər, informasiyalar verir, rek-

lamlar hesabına maliyyələşir. Kanalın şərki özəl şirkət olan «Pirson end Koks programming»dır. Onun xəbərlər icməlinə, ciddi şəhərlərinə və hadisə yerində reportajlarına dünyada 43 milyondan çox adam baxır.

Bi-bi-si, sözün həqiqi mənasında, müstəqil qurumdur. Onun Direktorlar Şurasının qəbul etdiyi qərar (bu qərarlar, bir qayda olaraq, obyektiv və çox ölçülü-biçili olur – Q.M.) qətidir və ondan şikayət qəbul edilmir. Doğrudur, hüquqi cəhətdən parlament və hökumət Bi-bi-si-nin verilişlərinə veto qoya bilər. Lakin bu formadan nadir hallarda istifadə olunur: sadəcə, Bi-bi-si-nin müstəqillik prinsipləri o qədər cila-lanıb ki, heç bir siyasi hücum onu yixa bilməz. Məsələn, hələ 1926-ci ildə – ölkəni ümumi tətillər bürüdüyü vaxtda xəzinənin kansleri U.Çörçil həkuməti i radiodan təbliğat vasitəsi kimi istifadə etməsi üçün onun nəzarətə götürülməsinə cəhd etmişdi. Lakin o vaxtkı baş direktor lord C.Reyt buna qarşı çıxmış və qalib gəlmişdi. İkinci belə bir hadisə 1956-ci ildə Süveyş böhranı zamanı baş vermişdi. Hərbi əməliyyatların başlanmasına əsas gətirən baş nazir İden radiostansiya üzərində nəzarəti əla almaq hüququ barədə boyanat verdi. Lakin Direktorlar Şurası bu iddianı redd etdi və Baş nazir bununla hesablaşmalı oldu. Məhz bu tarixi faktların yaxşı bəlli olduğu Böyük Britaniyada hakim dairələr Bi-bi-si-nin müsəqiliyyinə qəsd etmək fikrinə düşmür. Təbii ki, bu ənənə ölkənin digər TV-lərini də açıq təzyiqlərdən xilas edir. Çünkü geniş yayım şəbəkəsinə (ölkədə 20-yə yaxın kommersiya yayım kanalı fəaliyyət göstərir) malik olan Böyük Britaniyada teleradionun fəaliyyətinə hər hansı mütlaxiləni ictimaiyyət nəzarətiqlə qarşılıyır.

Ölkədə ictimai yayım şəbəkəsinin genişlənməsində Bi-bi-si-dən başqa «4-cü Kanal» və «Es-4-si» kimi kommersiya kanalları da mühüm rol oynayır. Xüsusən «dövrünün yetirməsi olan» və ölkə əhalisinin maraqla baxdığı «4-cü Kanal» bu məsələdə bir növ yayım fenomeni kimi qarşılanır. Həmin kanal 80-ci illərin əvvəllərində qapalı səhmdar cəmiyyəti kimi yaradılsa da, 1993-cü ildə açıq səhmdar cəmiyyətinə çevrilib. «4-cü Kanal»ın fəaliyyəti bütünlükle müstəqil TV Komissiyasının nəzarətindədir və reklam hesabına maliyyələşir. Onun vəzifəsinə aşağıdakılardaxildir:

1. Müəyyən spesifik üsluba və istiqamətə uyğun proqramlar hazırlanmaq;
2. Veriləşməni daha çox 3-cü kanalın (Ay-ti-vi) o qədər də diqqət yetirmədiyi tamaşaçı marağına və zövqünə istiqamətləndirmək;
3. Yaradıcılıq axtarışlarının və yeni veriliş texnologiyalarının inkişafına imkan yaratmaq.

Bundan əlavə, «4-cü Kanal»a verilən lisenziyada göstərilir ki, bu kanal geniş mövzulu programların buraxılışını təmin etməli, xəbərlərə, gündəlik hadisələrin icmalına, məktəb və təhsil programlarına diqqət yetirməlidir. Hazırda bu şərtlərə ciddi əməl edən kanal özü az sayda program istehsal edir, qalan materialları isə müstəqil prodüserlərə sifariş verir.

Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, «4-cü Kanal» tam kommersiya kanalıdır və qısa reklam verilişləri hesabına maliyyələşir. Lakin bu kanal eksperimental yayım növü kimi, həm də ictimai yayımın vəzifəsini gerçəkləşdirir. Britaniya cəmiyyətinin rəyinə görə, kanal bu vəzifəni çox uğurla yerinə yetirir. Hərçənd ki, vaxtılıq Böyük Britaniyanın baş nəziri olmuş «dəmir ledi» M. Tetçer qeyd edirdi ki, «cəmiyyət adlandırılan bir təzahür, sadəcə, mövcud deyil». Təbii ki, ictimai yayima münasibətdə bu mövqedən çıxış etmək özünü doğrultmadı. Çünkü Bi-bi-si ictimai yayımının və ictimai ideallara xidmət edən digər telekanalların çoxillik təcrübəsi sübut etdi ki, demokratik ölkələrdə fəal vətəndaş cəmiyyəti mövcuddur və bu amilin açıq təzahürü ictimai yayımı yaşıdan asas şərtlərdən biridir.

## ALMANİYADA İCTİMAİ YAYIM:

### tənzimlənmə mexanizmi

İkinci dünya müharibəsindən əvvəl Almaniyada yalnız təbliğat aləti olan radioyayım məglubiyətlə bitən hərbi qoşqadan sonra məhiyyətçə yen mərhələyə qədəm qoydu. 50-ci illərdə TV-nin yaranışı ilə (hərçənd ki, hələ 1928-ci ildə dünyada ilk dəfə bu ölkədə telesəanslar keçirilmiş, 1935-ci ildə isə eksperimental teleyayımı başlanmışdı) da-ha da dolğurlaşan yayım palitrasında yeni çalarlar üzə çıxdı. Artıq bu zaman ölkədə yayım müstəqillik və plüralizm prinsiplərinə riayət etməli olan qurum şəklində mövcud idi.

Tamamilə təbii idi ki, bu dövrdə Almaniya elektron KİV-i qalib Qərb dövlətlərinin təsiri ilə formalasdırı. Xüsusən Almaniyadanın şimal hissəsində yayım daha çox Bi-bi-si və ABŞ-in ictimai TV-sinin modeli əsasında qurulmuşdu. Teleradio işçiləri bu modelin tələblərinə ciddi riayət etməli idilər. Amma bu modellər alman yayımı ənənələrinə uyğun gəlmədiyiinə görə, müstəqillik və plüralizm prinsiplərinə riayət olunmasını təmin edə biləcək yeni qaydalar hazırlamaq zəruri idi. Bu prosesdə ayrı-ayrı landların (Almaniyada idarəetmə üzrə ərazi bölgü vahidləri – Q.M.) qanunvericilik orqanları hüquqi təminat yaradılması probleminin müstəqil həll etməyə cəhd göstərildilər ki, bunun da nəticəsində iki ip norma yarandı. Əvvələ, proqramların necə aparılmasına dair konkret öhdəliklər ortaya qoyulmuşdu: ictimai yayım şirkətləri verilən iformasiyanın dəqiqliyinə və mötəbərliyinə ciddi nəzarət etməli və efirin çıxacaq proqramlarda tarzlığı gözəlməli idilər. Onlara kimlərinsə şəxsi maraqlarını birtərəfli eks etdirmək qadağan olundu. İkincisi, yayım şirkətlərinin daxili təşkilati quruluşu belə bir qaydaya tabe edildi: idman birlikləri, həmkarlar ittifaqları, dini qurumlar, mədəniyət müəssisələri və siyasi partiyaların aid olduğu maraqlı ictimai birliklərin nümayəndələri bündə, kadrlar və müəyyən dərəcədə proqramlarla bağlı məsələlərin həllində iştirak edən daxili orqanları formalasdırıldılar. Beləliklə, yayında marağı olan bütün tərəfləri təmin edəcək tərəzədirilmiş program siyaseti müəyyənlenmişdir.

1950-ci ildə ölkədəki 6 regional yayım şirkəti ARD (İctimai-Hüquqi Yayım Təşkilatlarının iş birliyi) adlanan vahid şəbəkədə birləşdilər, bunun nəticəsində də regional radio proqramları bütün ölkəyə translyasiya olunmğa başladı. Almaniyada TV 1935-ci ildə yaradılsa da, müharibədən dərhal sonra müttəfiqlər onu qadağan etdilər. Yalnız

1952-ci ildə ölkədə TV-nin fəaliyyəti bərpa olundu. 1953-cü ilin martında Hannoverdə keçirilən iclasda qərara alındı ki, getdikcə genişlənən yayma rəhbərlik üçün ARD-nin tərkibində «Alman Televiziyası» təşkilatı yaradılsın. Əhəmiyyətinə görə ikinci yerde olan ZDF (İkinci Alman Televiziyası) milli telesirkəti mərkəzləşdirilmiş TV yaradılması məqsədi ilə landlar arasında razılışma çərçivəsində 1963-cü il aprelin 1-də təsis edildi. Beləliklə, hazırda bütün ölkə ərazisində yayımlanan bu iki kanal – ARD və ZDF ümummilli yayım şəbəkəsini təşkil edir. Bölgələrdə 11 ictimai-hüquqi teleradio mərkəzi fəaliyyət göstərir.

70-80-ci illərdə özəl TV-lər yayım üçün tezlik və lisensiya almaq uğrunda mübarizəyə başlayırlar. Artıq 1984-cü ildən ictimai yayım, əsasən reklam hesabına maliyyələşən kommersiya yayımları ilə rəqabətə girməli oldu. İctimai TV-də kommersiya reklamı və sponsorların reklamı qadağan edilməyib, amma adı günlərdə bu reklamlar 20 dəqiqədən artıq efir vaxtı tutmamalıdır, bayram günlərində isə, ümumiyyətlə, reklama icazə verilmir.

1989-cu ildə Almaniya birləşdikdən sonra ictimai yayım sahəsində vəziyyət faktiki olaraq dəyişməmişdir. Keçmiş Almaniya Demokratik Respublikasında dövlətin nəzarətində olan yayima görə, cavabdeh idarə 1991-ci il dekabrın 31-də buraxılmışdır. Bundan sonra bütün şərq landları yayım sahəsində yeni normalar hazırlanmış və bu minvalla da, ölkənin qərb hissəsində mövcud olan qarışq yayım sistemini qəbul etmişdilər. İctimai yayım sahəsində yeni hakimiyyət orqanları yaradılmışdır. Özəl yayıma münasibətdə hüquqi normalara gəlincə isə, onlar çox vaxt qərb landlarına nisbətən daha az məcburi xarakter daşıyırı.

İndi özəl yayım şirkətlərinin eksəriyyəti birləşməkdədir. Məsələn, çox geniş diapazonda yayımlanan RTL Plyus ilk dəfə olaraq 1990-ci ildə gəlirlə işləməyə başladı. Bu gün onun auditoriyası sayına görə iki ictimai yayım kanalından böyükdür. İndi özəl və ictimai yayım arasında, eləcə də bu qurumların hər birinin daxilində rəqabət bütün yayım sisteminin fərqləndirici əlamətinə çevrilib. Təbii ki, bu şəraitdə ictimai TV bir az çətin vəziyyətə düşür.

1994-cü ilin fevralında Federal Konstitusiya Məhkəməsi ictimai yayının mövcud qarışq maliyyələşdirilməsinin Konstitusiyaya uyğunluğunu elan etdi. Lakin dövlətin qiymət siyasetinə həddən artıq qarışması tənqid olundu. İndi də bir tərəfdən maliyyələşdirmənin səmərəliyini təmin etmək, digər tərəfdənse proqramların tərtibatı zamanı yayım təşkilatlarının müstəqilliyinə nail olmaq üçün həmin prosesə müəyyən dəyişiklik etmək lazımdır.

Yayım sahəsində Almaniya siyasetinin hüquqi normalarından danışarkən qeyd etmək lazımdır ki, bir qayda olaraq, kommunikasiya sahəsində ölkə siyasetinə Federal Konstitusiya Məhkəməsi güclü təsir göstərir. Kütłevi informasiya vasitələrinin azadlığının əsaslarını Konstitusiyanın 5-ci maddəsi müəyyənləşdirir. Bu maddənin 1-ci abzasında göstərilir ki, «...hər kəsin öz fikrini şifahi, yazılı, yaxud vizual formada ifadə etmək və yaymaq, hamının çatımlı informasiya qaynaqlarından maneəsiz bəhrələnmək hüquq var. Mətbuat azadlığına, radio, TV və kino vasitəsilə azad informasiya yayımına təminat verilir». Məhz bu maddə informasiya vasitələri sisteminin strukturuna jurnalistlərin və kütłevi kommunikasiya vasitələrinin fəaliyyətinə münasibətdə daha dəqiq normaların hazırlanması üçün töməl oldu. Yayım təşkilatları arasındaki rəqabət öz-özlüyündə səsial qrupların və intellektual cərəyanların nümayəndələrinin efi rdə real təmsil olunacağı vəziyyəti təmin edə bilməz. Bu halda hakimiyyətin ictimai rəyi monopoliyaya almaq təhlükəsi yarana biler və həmin hakimiyət ictimai rəyə istədiyi kimi təsir göstərmək məqsədi ilə suisitfadəyə yol verə biler. Bax, elə buna görə də mətbuatdan fərqli olaraq yayım bazar kontrollüyünün girdabına atıla bilməz.

Federal Konstitusiya Məhkəməsi həmisi ictimai yayımı müdafiə etməyə çalışır. Lisensiya qiymətlərinin Konstitusiyaya uyğunluğu haqqında qərar da bunu sübut edir. Məhkəmə yayımın azad olması konsepsiyasına sadıq qalır və bu sahədə nəzarətin aradan qaldırılması ideyasını rədd edir. Konstitusiya məhkəməsi bu fikirdədir ki, bazarın verdiyi imkanlar fikir azadlığı məsələsi ilə deyil, iqtisadi azadlıq problemi ilə bağlıdır. Belə tənzimləmənin əsas vəzifəsi informasiya yayımının rəngarəngliyi və vətəndaşların öz fikirlərini azad yaymaq hüquqlarının təmin edilməsindən ibarətdir.

Qanunvericilik cəbhəsində döyüslər indi digər məsələlər ətrafında apalar. Əvvəller söhbət, ilk növbədə, siyasi kommunikasiya barədə və demokratik dövlətdə fikir və kommunikasiya azadlığı ilə bağlı əsas hüquqların, sonra isə ictimai yayımın mövcudluğunun təminatından gedirdi. Bu gün isə iqəlisadi məbadiləni həvəsləndirən qanunlar ön plana çökilir.

İnformasiya vasitələri sahəsində almanın qanunları struktur səviyyəsində rəngarəngliyi təmin edir. Bu qanunlarda programlaşdırılmaya aid normalar da mövcuddur. Ölkədə müxtəlif mədəni ənənələri təmsil edən qrupları da efi rəgəlmək imkanı yaradılır. Bu zaman «pəncərə programlaşdırıcıları» adlanan üsulla regional və yerli proqramların yayımı təmin edilir. Qanuna görə, yerli yayım şirkətlərinin programları üçün konkret vaxt da nəzərdə tutulur.

Bəs yayım sahəsində nəzarət orqanları necə fəaliyyət göstərir? İctimai yayım təşkilatlarının hüquqi normalara riayət etməsinə nəzarət məqsədi ilə yayım sahəsində qanunvericilik yayım təşkilatları daxilində iki xüsusi orqanın mövcud olmasını nəzərdə tutur: Yayım Şurası (Rundfunkrat) və İnzibati Şura (Verwaltungsrat). Yayım Şurasının əsas rolu programlaşdırılarda müstəqillik, universallıq və rəngarənglik prinsiplərinə riayət olunmasına nəzarət yolu ilə plüralizmi təmin etməkdir. İnzibati Şura işə, adından göründüyü kimi, yayım fəaliyyətinin və maliyyə işlərinin hüquqi normalara uyğunluğuna nəzarət edir.

Əslində, hüquqi-ictimai yayım kimi səciyyələndirilən Almaniya ictimai TV sisteminin idarə olunmasında üç mühüm subyekt özünü göstərir:

1. Landların təyin etdiyi siyasi partiya və ictimai təşkilatların nümayəndələrindən ibarət olan Yayım Şurası;
2. Yayım Şurasının təyin etdiyi və yalnız texniki məsələlərə baxan İnzibati Şura;
3. İqtisadi Şuranın seçdiyi və Yayım Şurasının təsdiq etdiyi Baş direktor (Intendant).

Müəyyən siyasi rəğbətin mövcudluğuna baxmayaraq, ictimai yayının fərqləndirici əlaməti siyasi müvəzinət və jurnalist müstəqilliyinin nisbətən yüksək dərəcədə olmasıdır. Siyasi maraqların təbliğatı programlaşdırılarda nisbətən zəif eks olunur. Yayım Şurası programlaşdırımıya nəzarəti yalnız müstəsna hallarda yerinə yetirdiyinə görə, jurnalistlər peşə və etik dəyərlərdən çıxış edərək nə çəkmək istədikləri ni sərbəst seçə bilərlər. Lakin nəzarət orqanlarının işə qarışmasının müstəsna hallarla məhdudlaşmasına baxmayaraq, bu «qanuniliyin» sərhədlərini müəyyənləşdirməyə imkan verdiyinə və beləliklə, jurnalistləri «qadağan edilmiş» süjetlər qarşısında vaxtından əvvəl boyun əyməyə təhrik etdiyinə görə, daim onların fəaliyyətinə təsir göstərir. Digər tərəfdən, yayima nəzarətdə dövlətin rolü ümumi maraqların qeyri-formal təbliğ edilməsinə kömək göstərməkdən ibarətdir və bu təsir, bir qayda olaraq, qeyri-formal əlaqələr şəklində üzə çıxır. Ümumiyyətlə, qanuna uyğun olaraq, dövlət vətəndaşlarının KİV-dən azad informasiya almaq hüququnu təmin edən tədbirlər görməlidir. Burada bir-birilə vəhdətdə olan iki element mövcuddur: yayım cəmiyyətin sifarişi ilə fəaliyyət göstərir, dövlət işə bunun üçün şərait yaratır. Amma o, yayının məzmununa qarışır. Dövlətin vəzifəsi plüralizmi təmin edən strukturu yaratmaqdır. Kommersiya yayımı da istənilən ictimai xidmətə şamil olunan bir sıra qaydalara əməl etməlidir.

Ayri-ayrı landlarda müxtəlif hüquqi normalar mövcuddur. Amma landlılar arasında yayım haqqında bağlanmış müqavilə və Konstitusiya Məhkəməsinin qərarı nisbi ahəngdarlıq yaradır. Yayım təşkilatları müxtəlif proqramları translyasiya etmək hüququna malikdir, bir şərtlə ki, proqramlaşdırma bütövlükdə rəngarəng və tarazlaşdırılmış şəkildə olsun. Onlar yayım forması seçməkdə azaddırlar, amma lisenziada göstəriknlərə əməl etməlidirlər. Lisenziyası olan bütün yayım stansiyaları istanilən informasiyanı vicdanla yoxlamalı, qərəzsiz olmalı və ümumi qaydalara riayət etməlidir. Ailə proqramlarına münasibətdə qaydalar gəncərdən ibarət auditoriyani parnoqrafik və zorakılıq elementləri olan proqramların məhdudlaşdırılması yolu ilə müdafiə etməye imkan verir. Proqramlaşdırmanın bu qaydaları faktiki olaraq ictimai yayında qüvvədə olan normaların eynidir.

Yayım təşkilatları, bir qayda olaraq, dövlətin müdaxiləsinə yol verməmək üçün özünü tənzimləmənin müxtəlif formalarına müraciət edirlər. Nəzarət orqanları isə yaranan çətinliklərə görə çox vaxt yayım təşkilatlarının üzərinə böyük məsuliyyət qoyur. Lakin daha çox bu və ya digər şəkildə özünü tənzimləmə tendensiyasının mövcudluğuna baxmayaraq, tənzimləmə zərurəti ictimai xidmətlərə münasibətdə hüquqi normaları yuqsaltmağa imkan vermir. Yayım sahəsində qanunvericilik və informasiya vasitələrinə görə cavabdeh olan dövlət orqanlarının nəzarət sistemi hələlik vətəndaşların maraqlarının lazıminca qorunmasını təmin edir. İctimai yayım təşkilatlarına gəlincə isə, hüquqi öhdəliklər baxımından heç bir dəyişiklik baş verməyib.

Kommersiya yayım şirkətlərinin ictimai xidmətlərin müəyyən prinsiplərinə əməl etməyə hazır olub-olmamaları məsəlesi yayımı səmərəli nəzarət problemini ilə birbaşa bağlıdır. Özəl yayıma nəzarət ictimai yayıma nəzarətdən çox dəqiq fərqləndirilib. Burada yayıma nəzarət edən orqanlar rolunda dövlətdən asılı olmayan və əhalidən ictimai yayım üçün yığılan vəsaitdən maliyyələşən müstəqil hüquqi təşkilatlar çıxış edirlər.

Əgər ictimai yayım xidmətlərinə münasibətdə ənənəvi tələblərə uyğun olaraq təzini təkmənenin və nəzarətin keyfiyyətinə nəzər salsaq, özəl yayıma münasibətdə qüvvədə olan hüquqi normalar məcmusunun ümumi vəziyyəti şübhəsən doğurmaya bilməz. Xüsusilsə lisenziyaların verilməsi və nəzarətin həyata keçirilməsi zamanı kommersiya yayımının proqram keyfiyyətini ictimai yayının səviyyəsində qaldıracaq vasitələrin çatışmazlığı aşkar mübahidə olunur. İctimai yayım üçün, ilk növbədə, demokratik cəmiyyətdə mətbuat azadlığı prinsipinin ardıcıl həyata keçirilməsi və

bütün vətəndaşlara öz səylərini gerçəkləşdirməyə imkan verilməsi xasdır.

Yayım sahəsində qanunvericiliyin sistemi təhlili göstərir ki, söhbət reklamının və ya zoraki filmlərin azaldılmasından, yaxud uşaqlar və gənclər üçün təhsil, informasiya proqramlarından getdikdə, fəaliyyətin tənzimlənməsi və yayima nəzarət ictimai xidmətin qarşısında duran ənənəvi məqsədləri yalnız məhdud həcmdə gerçəkləşdirməyə imkan verir. Mövcud qanunlar çox vaxt candardı yerinə yetirilir, amma yayım sənayesinin böyük müqavimətinə baxmayaraq, hər halda, yayima nəzarət sisteminə ehtiyac duyulur.

Bəzi ehtimallara görə, gələcəkdə Almaniyada yayım təşkilatlarına iqtisadi təzyiqlər nəinki azalmayacaq, hətta artacaq. Çünkü genişlənən qloballaşdırma prosesi rəqabəti də xeyli gücləndirərək, ictimai və iqtisadi amili ön plana çıxarıb. İctimai yayım təşkilatları, çətin ki, bu gerçəklilikdən qaça bil-sinlər (xüsusilə də söhbət proqramlarının əldə olunmasından və müəllif hüququ ilə qorunan əsərlərə yiyələnməkdən getdikdə). Rəqəmli texnologiyalara və məlumatların «sixilmasına», eləcə də digər texniki yeniliklərə keçid sayəsində mümkün olan yayım höcmimin dəfələrlə artırılması iqtisadi rəqabəti daha da amansızlaşdıracaq. Bütün səviyyələrdə yaranan korporativ əlaqələr və strateji birliliklər proqramların istehsalı, müəllif hüquqlarının satışı, yayım, yenidən satış, proqramların reklamı, cazibədar reklam çaxlarının əldə edilmesi, informasiya şəbəkələrinə sahib olmaq və s. hakimiyətin bir əldə cəmlənməsinə gətirib çıxara bilər. Texnologiyalarda ki dəyişikliklər iqtisadi müstəqillik səviyyəsində həlledici şəkildə təsir göstərməyəcək. Əksinə, reklam sahəsində mübarizə daha da kəskinləşəcək, yayım təşkilatlarının proqram strategiyası isə gəlir qazanılmasına, yaxud sadəcə, daha çox yaşamaq qabiliyyətinin saxlanmasına istiqamətlənəcək.

Bəzi proqnozlara görə, yeni texnologiyalar fərdi və kütləvi kommunikasiyalar arasında interaktivliyin yeni formalarını yaradacaq və bu şəraitdə texnologiya təkcə proqramların keyfiyyətini yox, həm də yayım şirkətlərinin cəmiyyətin inkişafındakı xidmətlərinin səviyyəsini də müəyyənləşdirəcək. Deməli, həlledici amil proqrama yiyələnmək texnologiyaları yox, onların istehsalı prosesində meydana çıxan keyfiyyət göstəriciləri olacaq. İctimai maraqların keşiyində yayım təşkilatları deyil, əsasən proqram istehsalçıları duracaqlar. Gələcəkdə yayımda ictimai xidmət prinsiplərinin saxlanması yalnız hərtərəfli dəstək sayəsində mümkün olacaq. Bununla əlaqədar hüquqi tənzimləmə də xeyli iş görə bilər. Amma təbii ki, söhbət kor-koranə, yaxud inzibati tənzimləmədən deyil, cəmiyyətin güclü dəstəyi olan hüquqi tənzimləmədən gedir.

## **FRANSADA İCTİMAİ YAYIMIN hüquqi əsasları**

Rəngli TV-nin vətəni kimi tanınan Fransa bu gün, həm də dövlət yayımından ictimai yayma keçərək onun mükəmməl hüquqi əsaslarını yaradı, bu sahədə nümunəvi tənzimləməyə malik olan ölkələrdən biri sayılır. Məhz bu məqama görə, 1995-ci ilin iyulunda YUNESKO-nun Parislə ictimai xidmətə dair keçirdiyi «dəyirmi stol»unda səslənən çıxışlarda tez-tez Fransa təcrübəsi ifadəsi işlədirildi. Amma bu təcrübəyə iyələnənədək ölkə uzun və əzablı bir yol keçmişdir. Xüsusi teleradio yayımı haqqında qanunlar hakimiyyətdəki siyasi qüvvələrin istəyi nə uyğun olaraq tez-tez dəyişmiş və bu sahədə qanunların bir qədər gec formallaşması xeyli mürəkkəbliklər yaratmışdır.

Hələ 1789-cu ildə qəbul olunmuş İnsan Hüquqları bəyannamasında fikir və baxışların azad ifadə edilməsi, eləcə də informasiyanın sərbəst yayılması öñ plana çəkilmişdi. Bundan təxminən 100 il sonra (1881) qəbul edilmiş notbuat haqqında qanun da hüquqi cəhətdən fikir azadlığının əsl kodeksi olmuşdur. Sonralar cəmiyyət həyatına daxil olan radio və TV-nin də fəaliyyətində informasiya azadlığı əsas prinsipə çevrilmişdir.

Fransada teleradio yayımının sürətli inkişafı ikinci dünya müharibəsindən sonra başlanır. Həmin dövrdə yayım xidməti yenidən qurularaq Fransa radio və TV yayımlarına (RTF) çevrilmiş, ona dövlət xidməti statusu verilmişdir. 1995-ci ildə yaradılan bu xidmət radioprogrammların istehsalı və yayılmasına üzərində inhisar hüququna malik idi. İki il sonra 1947-ci il 6 fevral tarixli dekretlə isə o, birbaşa hökumətin başçısına tabe etdi rildi. RTF-nin direktoru, direktor müavini və ali şurası hökumətin qəruri ilə təyin olunurdu. 1959-cu ildə hökumət bu qurumun xarakterinə ciddi dəyişiklik etmədən onu dövlət istehsal-ticarət müəssisəsinə çevirdi və o, maliyyə müstəqilliyi almış oldu. 1964-cü ildə RTF-nin statusu yenidən dəyişdirildi və o, Fransa Radio və Televizion Yayılmaları İdarəsinə (ORTF) çevrildi. Yeni qurumun işinə İnzibati Şura rəhbərlik edirdi. Yayım sahəsində bir növ üstqurum rolunu oynayan şuranın üzvlərinin yarısını hökumət təyin edir, digər yarısı isə mətbuat nümayəndələri, ORTF təmsilçiləri, siyasi və ictimai xadimlərdən ibarət olurdu. İnzibati Şuranın sədri üzvlərin böyük əksəriyyəti tərəfindən seçilir, baş katib və onun müavinlərini isə əvvəlki tək Nazirlər Şurası təyin edirdi. Bu statüs 1972-ci ildə bir qədər dəyişdirildi. Yeni dəyişikliyə görə, İnzibati Şuranın sədri eyni vaxtda baş direktor vəzifəsini yerinə yeti-

rir və bu vəzifəyə hökumət tərəfindən 3 il müddətinə, lakin sahahiyətərini uzatmaq hüquq uşaq təyin edildi. 1974-cü il 7 avqust qanunu ilə bu status ləğv edildi. Yeni qanunla kütłəvi elektron informasiya vasitələri sahəsində dövlət inhisarını həyata keçirən ORTF ləğv edildi və onun bazarı əsasında bir neçə müstəqil müəssisə yaradıldı: dövlət yayım korporasiyası, program istehsal üzrə 4 şirkət, istehsal birliyi (onun səhmləri dövlət, yaxud dövlət müəssisələrinə məxsus idi), audiovizual institut (ticarət və istehsalla məşğul olan dövlət müəssisəsi). Amma bütövlükdə yayım üzərində dövlət nəzarəti qaldı və yalnız 1982-ci il iyulun 29-da qəbul olunan «Audiovizual informasiya vasitələri haqqında» Qanun elektron informasiya vasitələri üzərində dövlət inhisarını ləğv etdi. Eyni zamanda bu qanun müstəqil əlaqələndirmə orqanı yaratmaqla, hökumətin dövlət müəssisələrinə və beş milli şirkətə lüzumsuz nəzarətini ləğv etdi. 1982-ci il qanunu, həmçinin programların hazırlanması sahəsində dövlət inhisarına son qoyaraq az sayda özəl radiostansiyaların fəaliyyətinə icazə verdi. On başlıcası o idi ki, 1982-ci il qanunu Fransada ictimai yayımı keçidin əsasını qoyma.

Fransa radio və TV-sində mühüm dəyişikliklər 1986-ci ildə edildi. 1986-ci il 30 sentyabr tarixli qanunla audiovizual informasiya vasitələrinə ali rəhbərlik informasiya vasitələri və azadlıqlar üzrə Milli komissiyaya həvalə olundu. Yeni qanun kütłəvi informasiya vasitələrinən azad istifadə olunması principini (birinci maddə) elan etdi, fransız radio və TV-si üzərində dövlət inhisarına birləşfəlik son qoyuldu. Beləliklə, liberalizm meylləri tam qalib gəldi: özəl bölmə imtiyazlı vəziyyətə düşdü, elektron informasiya sistemi isə bütövlükdə bazar iqtisadiyyatı şəraitində fəaliyyət göstərməyə başladı. Konkret olaraq, bu, özünü Fransa TV-sinin birinci kanalının (TF-1) özəlləşdirilməsində, dövlətin əyalət radiostansiyaları üzərində nəzarətdən imtina etməsində, TV-nin 5-ci və 6-ci kanallarının xüsusi sahibkarlarına verilmiş konsessiyaların ləğv olunmasında və onlara yayım üçün pulsuz lisenziyaların verilməsində göstərdi (A.Nağı, 1999).

Deyilənlərdən bir qənaətə gəlmək olar ki, Fransada teleradio yayımına uzun müddət dövlət nəzarət etmişdir. Hətta bu ölkənin ərazisinə kənardan yayılmışın Lüksemburq, Monte-Karlo, Avropa-1, Andorra kimi özəl TV və radiokanalalar da gizli şəkildə Fransa hökumətindən asılı olmuşdur. Lakin 1982-ci ildə efirdə dövlət monopolyasına son qoysa da, dövlət elektron KİV-dən tamamilə əl çəkməmişdir. Bu mənada hökumətlə kütłəvi kommunikasiya vasitələri arasında müna-

sibeti kolberzm (Fransanın XVII əsrədəki maliyyə naziri Kolberanın adı ilə) adlandırıllar. Yeni hökumət biznes strukturlarına daxil olmaqla onu lazım olan istiqamətə yönəldir. KİV sahəsində də dövlət jurnalistləri hər cür hücumlardan qoruyaraq, onlara 30 faiz vergi güzəsti edir, eyni zamanda rəbitə xərclərinin yarısını öz üzərinə götürür.

1989-cu ildən ölkədə ictimai yayım funksiyasını yerinə yetirən iki ümummilli dövlət kanalı (A-2 və FR-3) fəaliyyət göstərir. Bu kanallar auditoriyanın 70 faizini əhatə edir. Eyni zamanda ölkədə dörd əsas kommersiya kanalı TF-1, «Kanal-5», «M-6» və «Kanal+» kimi televiziylar mövcuddur. Hökumət (sosialistlər) efirə və stansiyaların fəaliyyətinə nəzarəti «Audiovizual KİV üzrə Ali şura»ya həvalə etmişdir. Bu şuranın 9 üzvündən üçü 8 il, üçü 6 il, üçü isə 4 il müddətinə təyin edilir. Təyinat səlahiyyəti isə sadaladığımız müddətlərə müvafiq olaraq ölkə prezidentinin, milli assanbleya prezidentinin və senat rəhbərinin ixtiyarındadır.

Ölkədə ictimai yayının hüquqi əsasları 1982-ci il iyulun 29-da qəbul edilmiş «Teleradio yayımları haqqında Fransa Respublikasının qanunu» ilə tənzimlənir. Həmin qanunun 5-ci maddəsində göstərilir ki, ictimai teleradio xidmətinin vəzifəsi həm milli, həm də regional səviyyədə informasiyanın düzgünüyünü, müstəqilliyini və plüralizmini təmin etməkdən ibarətdir. Eyni zamanda ictimai yayım:

- vətəndaş biliklərinin dərinləşdirilməsi, təşəbbüskarlığın və məsuliyyətin artırılması məqsədi ilə əhalinin müxtəlif qərarlarının təhsil, asudə vaxt və mədəniyyət sahələrində müasir ehtiyaclarını ödəyərək;
- bədii əsərlərin yaradılmasına yardımçı olaraq;
- mədəni ictimai və peşəkar toplumların, həmçinin dini və fəlsəfi cərəyanların nümayəndələrinin ictimai əlaqələrinə, o cümlədən, özünə ifadə etmələri, təhsili və məlumatlandırılmasına kömək edərək;
- istehlakçıların tələbatının təkmülünü və texniki tərəqqinin doğurduğu dəyişiklikləri nəzərə almaqla teleradiroyayımların inkişafında əzəmi və yaradıcı tədqiqatları ilə iştirak edərək;
- regionların da dillərinin fəaliyyət göstərməsini təmin etməklə fransız dilini qoruyaraq və ona daha yüksək dəyər verərək;
- mədəniyyətlərarası dialoqlarda, xüsusilə də fransızdilli ölkələrin mədəniyyətlərarası dialoqlarında iştirak etmək yolu ilə xaricdə fransız mədəniyyətinin bütün formalarının yayılmasına yardım edərək;

- informasiya, əyləncə və mədəniyyət sahələrində yaşayan fransızların tələbatını ödəyərək ümumi mənafeyə xidmət etməkdən ibarətdir.

Qanunda xüsusi olaraq göstərilir ki, bu vəzifəni yerinə yetirərkən plüralizm və mədəniyyətlərin, etiqadların, ictimai fikir və ictimai rəyin müxtəlif cərəyanlarının hüquq bərabərliyi prinsiplərinə əməl olunmalıdır.

1982-ci il qanununda 3-cü bölmə bütövlükdə ictimai teleradio yayımına həsr olunmuşdur. Burada ictimai xidmətin fəaliyyətində dövlətin iştirakı, yayım xidmətinin təşkili, maliyyələşmə və idarəəilik məsələləri eks olunmuşdur. Həmçinin göstərilir ki, hökumət istənilən vaxt vacib saydıgı hər hansı bəyanatı, yaxud məlumatı proqrama daxil edə və teleradiyayım kanalları vasitəsilə yayımılaya bilər. Bu vaxt onlar hökumət məlumatları kimi elan olunurlar.

Seçkilərə aid olan xəbərlər də proqramlarda müəyyən yer tutmalıdır. Parlamentin palatalarında və regional assambleyalarda aparılan müzakirələrin teleradiyayımına isə müvafiq seçkili orqanın rəyasət heyəti nəzarət edir. Bundan başqa, həm eksəriyyətə, həm də müxalifətə mənsub olan bütün parlament fraksiyalarına, həmçinin Milli Məclisin parlament fraksiyalarından hər hansı birinə daxil olan bütün siyasi birliklərə eyni efir vaxtı verilir. Müəyyən edilmiş şərtlər əsasında efir vaxtı mütəmadi olaraq milli miqyasda həmkarlar ittifaqlarına və digər ictimai-siyasi birliklərə də verilir.

İctimai yayım xidmətinin təşkili üçün 1982-ci il qanunu ilə inzibati və maliyyə sərbəstliyi verilmiş sənaye-ticarət xarakterli ictimai müəssisə təsis edilmişdir. Bu müəssisə ölkə daxilində yayılmış proqramlara nəzarət edir. Bu mənada o, teleradio şəbəkələrinin layihələşdirilməsi, tikintisi, istismarı və xidmət göstərilməsində də iştirak edir. Eyni zamanda bu qurum yayım üçün icazə almış şəxslərə tezliklərin verilməsini də həyata keçirir. İctimai teleradio yayım müəssisəsi, həmçinin elmi-tədqiqat fəaliyyəti ilə məşğul olur və teleradiyayımının avadanlıqla təchiz edilməsi üçün standartların hazırlanmasında iştirak edir.

Bu müəssisənin direktorlar şurası hökumətin qərarı ilə 3 il müddəti-nə təyin edilən 16 üzvdən ibarətdir. Onların sırasına aşağıdakılardaxildir: parlamentin 2 üzvü (Milli Məclis və Senatın hərəsindən bir nəfər olmaqla); şuranın bir üzvünü AƏXBİ (Audiovizual Əlaqələr Xidməti Baş İdarəsi) təyin edir; altı üzv dövləti təmsil edir; dörd üzv milli teleradio verilişleri şirkətləri və üç üzv müəssisənin personallını təmsil edir.

Şuranın üzvlərinin seçdiyi sədr, həmçinin baş direktor öz vəzifələri-

nə Nazirlər Şurasının iclasında üç il müddətinə təsdiq olunurlar.

Sədr müəssisəyə rəhbərliyi təşkil edir. Şura üzvlərinin səslərinin bərabər bölündüyü hallarda sədrin səsi həllədicidir.

İctimai teleradioyayım müəssisəsinin bütçəsi, xüsusi olaraq milli və regional teleradioyayım şirkətlərindən daxil olan vəsait, dövlət vəsaiti və qanunda xüsusi maddə ilə nəzərdə tutulan vergi ayırmaları hesabına formalasdırılır.

Qanunla, həmçinin milli teleradio şirkətləri yaradılmışdır. Bu milli proqramlar şirkətinin vəzifəsi ictimai radio xidmətinin proqramlarının yaradılması və onların yayım cədvəlinə daxil edilməsindən ibarətdir. İctimai radio xidməti onların yayılmasını təmin edir. Bu şirkət, həmçinin Fransanın Milli orkestri, Yeni Filarmoniya orkestri, Fransa radiosunun yaşlı və uşaq xor kollektivlərinin işinə rəhbərlik və inkişafına görə məsuliyyət daşıyır.

Milli şirkətlərin direktor şuralarının hər biri üç il müddətinə təyin edilən 13 üzvən ibarətdir. Onlardan: Milli Məclis və Senatın hərəsinən bir nəfər; idministrasiyanın Baş idarə tərəfindən təyin olunan dörd nümayəndəsi (o cümlədən sədr); Milli teleradio yayım Şurası tərəfindən təyin edilən iki nümayəndə; şirkətin personalını təmsil edən iki nümayəndə və dövləti səhmdar kimi təmsil edən iki inzibatçı. Şura üzvlərinin səslərinin bərabər bölündüyü hallarda sədrin səsi həllədicidir.

Hökumətin qararına əsasən, həm də Milli teleproqram şirkəti yaradılır. O, regional televiziya şirkətlərinin fəaliyyətinin əlaqələndirilməsini həyata keçirir. Onun vəzifəsi regional telesirkətlər üçün teleproqramların tərtib edilməsindən ibarətdir.

Fransada ictimai teleradioyayım xidmətinin maliyyələşdirilməsi dövlət vəsaiti hesabına həyata keçirilir. Xidmətin bütçəsinin həcmini parlament müqayyənləşdirir. Bundan başqa, ictimai xidmətin hər bir bölməsi öz fəaliyyəti ilə bağlı gəlir, məsələn, müxtəlif inzibati orqanlara göstərdiyi xidmətin müqabilində haqq ala bilər.

Göründüyü kimi, ölkədə ictimai yayımın hüquqi əsasları çox incəliklə işlənmişdir və mövcud qanun Fransada ictimai yayımı bir çox sürprizlərdən, o cümlədən böhranlardan və Avropa ölkələrinin çoxu üçün səciyyəvi olan siyasi elita ilə toqquşmalardan qoruyur.

## **YAPONİYA:**

### **ictimai yayım cəmiyyətin güzgüsü kimi**

Yaponiya müasir dünyada elektron informasiya vasitələrinin ən çox inkişaf etdiyi ölkədir. Yaponlar, xüsusən TV sahəsində böyük möcüzələr yaradırlar. Bu ölkə, həm də eyni məkanda qarışq yayım sisteminin uğurla tətbiqini bütün dünyaya nümayiş etdirir. Həmin sistemin əsasında isə yapon cəmiyyətində və ölkənin siyasi həyatında mötəbər mövqə tutan ictimai yayım dayanır.

Yapon yayım sistemi maliyyə dəstəyini abonentlərdən alan Britaniyanın Bi-bi-si ictimai yayım modeli ilə reklam gəlirlərindən asılı olan Amerika kommersiya yayımının özünəməxsus sintezindən ibarətdir. Hazırda Yaponiya yayım sistemine milli ictimai xidmət və 5 kommersiya yerüstü TV şəbəkəsi, eləcə də 3 ictimai, 1 özəl birbaşa peyk yayımı stansiyası və 11 özəl pullu birbaşa peyk rabitəsi yayımı kanalı daxildir. Həmçinin bu sistem daxilində 3 milli ictimai radioyayım xidməti (tezlik və amplituda modulyasiyaları ilə) və çoxsaylı yerli yayım kommersiya radiostansiyaları da fəaliyyət göstərir.

Hesablamalara görə, Yaponiyada 38,7 milyon ailənin televizoru var. Ölkədə televizorların ümumi sayı isə 77 milyondan çoxdur, yəni orta hesabla hər ailəyə iki televizor düşür. Ailələrin 80 faizinin video-maqnitofonu var. Lakin çoxkanallı kabel TV-si məhdud yayılıb və televizoru olan ailələrin yalnız 5 faizi bu pullu xidmətdən istifadə edir.

Yaponiyada dövlət və kommersiya yayım şəbəkələri, demək olar ki, eyni vaxtda – XX əsrin 50-ci illərində yaranıb. İctimai yayımın da əsası 50-ci illərdə qoyulub. İndi ölkədə əsas ictimai yayım orqanı «Nippen Koso Kiokay» (NKK), yaxud Yaponiya Yayım Korporasiyasıdır (qısaca En-eyc-key). Bir növ milli kanal sayılan bu telequrum daha çox abonent (lisenziya) yiğimi və qismən dövlət bütçəsi hesabına maliyyələşdirilir. Bir özəl birbaşa peyk yayımı kanalı və auditoriyanı abonent yazılışına görə təmin edən 11 pullu peyk kanalı istisna olunmaqla kommersiya yayım şəbəkələri və stansiyaları pulu reklamdan götürürərlər. Reklam bazarmının artması nəticəsində ölkədə kommersiya yayımı genişlənib və hazırda kommersiya yayım şirkətlərinin sayı 174-ə çatır. Bunlardan 36-sı həm radio, həm də TV yayımı aparır, 80-i yalnız TV və 58-i yalnız radioyayımlaşmış olur. Bu şirkətlərin əllik gəlirinin cəmi NKK-nin (En-eyc-key) abonent ödənişindən aldə edilən məbləğdən 4 dəfə çoxdur.

80-ci illərin əvvəllerində Avropanın ictimai yayım orqanları özəl kanal-

ların potensial peyk yayımı xidmətlərinə yiyələndiklərini ələcəsizliqlə seyr etdikləri bii vaxtda NXX bütün sutka ərzində iki kanalla təmmiqiyash birbaşa peyk yayımına başladı. Elə həmin il avqustun 1-dən etibarən yerüstü xidmət stansiyasından yayma görə ilk dəfə əlavə gəlir götürdü. 5 il sonra abonentlərdən birbaşa peyk yayımına görə haqq alınması NXX-nin lisensiya yığımından aldə olunan ümumi ödənişlərin artmasına təkan verdi. Hesət lamalara görə, 2000-ci ildə birbaşa peyk yayımı verilişlərini qəbul edən ailələrin sayı təxminən 13 milyona, müqavilələr üzrə abonent pulu ödəyən ailələrin sayı isə 10 milyona çatırdı.

Bu gün NXX (En-eyc-key) dünyada ən iri ictimai yayım təşkilatlarından biridir. Onun teleməhsul istehsal edən 54 milli yayım stansiyasında və xaricdəki 25 şöbəsində 13 min nəfərdən çox əməkdaş çalışır. NXX-nin 30 törəmə şirkət və təşkilatlarında daha 4 min 500 işçi çalışır. Törəmə və digər qohum müəssisələr NXX-ya sahibkarlıq fəaliyyətində böyük ləmək göstərir və ona ictimai yayım orqanı kimi öz öhdəliklərini yeritə yetirmək imkani yaradır.

NXX yerüstü bazadakı iki ümummilli TV şəbəkəsindən istifadə edir: hər biri programlaşdırılmaya görə digarından asılı olmayan iki birbaşa peyk TV-si yayım kanalı; 3 milli radioxidmət (ikisi orta dalgalarda və biri tezlik modulyasiyası ilə); ümummilli teletekst xidmətləri; Yaponiya radiosu – 22 dildə işləyən qısa dalgalarda xarici ölkələrə radioyayım xidməti. NXX, həmçinin eksperimental yüksəkdəqiqilikli (YDT) televiziya kanalı üçün, habelə Birləşmiş Ştatlarda və Avropada Yaponiya TV-sinin peyk xidmətləri üçün əsas program tədarüküsündür. Bu qurum özünün iki yerüstü TV kanalı ilə (şəbəkələri ilə) ildə 13.120 saat, yaxud həftədə 253.5 saat program yayımlayıır, iki peyk kanalı ilə isə ildə 16.264 saat, yaxud həftədə 332 saat verilişlə efi-rə çıxır.

Parlamentin və hökumətin nəzarətinə baxmayaraq, Yaponiya yayım korporasiyası (En-eyc-key) müstəqil təşkilatdır. O, parlamentdən, hökumətdən, yaxud kommersiya və ya digər təşkilatlardan asılı deyil, onlardan investisiya, reklam, yaxud maliyyə dəstəyi qəbul etmir. NXX-nin maliyyə müstəqilliyini təmin edən könüllü abonent ödənişi sistemi sayəsində bu korporasiya höcumətin, yaxud digər qrupların təsirinə məruz qalmadan ictimaiyyətə və xüttövlükdə xalqa xidmət göstərmək iqtidarındadır. O həmçinin programlaşmanın ehtiyadlarını auditoriyanın müəyyən məhdud qrupuna qurban vermədən müstəqil fəaliyyət göstərmək hüququna malikdir.

NXX televizorları olan ailələrlə bağlanan müqavilələrdən biləvasitə

yerüstü sistemə görə ayda 1.370 ien və birbaşa peyk yayımına görə, ayda 2.300 ien bilavasitə lisensiya ödənişi alır. Bu qiymətlər 1990-ci ilin aprelində müəyyənləşib. 1994-cü ilin əvvəlində NXX ilə abonent mütəqavilələri bağlayan ailələrin sayı 34,6 milyon nəfər idi, yəni Yaponiyada televizorlara malik bütün ailələrin 90 faizi şirkətə mütəqavilə bağlamışdı. Birbaşa peyk yayımı üçün mütəqavilələrin sayı 5,7 milyon, yəni əvvəlki illə müqayisədə 860 min çox idi.

Yaponiya Yayım Korporasiyası 1995-1996-ci illərdə 570 milyard ien (texminən 5,7 milyard ABŞ dolları) ümumi gəlir götürüb. Bu, əvvəlki illərlə müqayisədə 4,1 milyard ien (0,7%) çoxdur. Abonent ödənişi NXX-nin bütün gəlirinin 97 faizini təmin edir. Ümumi istismar və kapital xərcləri isə 573,4 milyard ien məbləğində qiymətləndirilir, yəni 21,2 milyard ien artıqdır. NXX-nin 1993-cü maliyyə ilində 28 tərəmə şirkətinin əməliyyatlarından ümumi gəlir 205 milyard ien olub ki, bu da Tokio şəbəkələri şirkətlərinin gəliri ilə müqayisə edilə bilər. 1993-cü ildə 551,3 milyard ien məbləğində ümumi istismar gəlirinin müqabilində NXX-nin konqlomeratının ümumi gəliri 756 milyard iendən çox olub və 2000-ci ildə bu rəqəm 12 dəfə artıb.

Yaponiyada teleradio yayımı uzun müddət hökumətin bürokratik nəzarəti altında inkişaf edib. Rabitə və kommunikasiya sahələrinə münəsibətdə bu ənənə indi də mövcuddur. Bu gün ölkənin Poçt və Telekommunikasiya Nazirliyi (PTN) hələ də yayım və telekommunikasiya ilə əlaqədar məsələlər üzrə milli siyasetin planlaşdırılması və bölgü aparılması sahəsində geniş səlahiyyətlərə malikdir. Dövlət yayımı texnologiyası ilə bağlı NXX üçün xüsusi vəzifə nəzərdə tutur. İstər birbaşa peyk yayımı, istər yüksək dəqiqliklı TV (YDT), yaxud beynəlxalq TV xidməti olsun, hər dəfə yayım sahəsində yeni fəaliyyət istiqaməti planlaşdırılanda Poçt və Telekommunikasiya Nazirliyi onun işlənməsi və yayılmasına rəhbərlik etmək üçün, ilk növbədə, NXX-ya müraciət edir.

1994-cü ildə qəbul olunmuş Yayım haqqında qanunda göstərilir ki, NXX-nin vəzifəsi bütün Yaponiya ərazisinə yayılmışınla icimaiyyətin mənafeyi namənə keyfiyyətli proqramlar hazırlayıb efirə verməkdir. Bu korporasiya, həmçinin yayımın inkişafı və qəbulu üçün zəruri fəaliyyətlə məşğul olmalı, eyni zamanda beynəlxalq radio teleyayımını təmin etməlidir. Beləliklə, yayım haqqında qanun NXX-ya böyük səlahiyyətlər verir, dünyada ən iri və geniş profillil icimai yayım orqanı kimi onun mövqeyini möhkəmləndirir.

NXX-nin əksinə olaraq, xüsusi mülkiyyətdə olan kommersiya orqanlarının idarəciliyi çox və ya az dərəcədə bazar iqtisadiyyatının təsi-

rinə moru qalır. Özəl yayım orqanları kommersiya şirkətləri sayılıdığında, idarəə mə formaları və maliyyəçələşmə mənbələri əsasən sahibkarların qərarı ilə müəyyənləşdiriyinə görə, yayım haqqında qanunlarda bu müəssisələrin idarə olunmasının, təşkilinin, yaxud maliyyəçələşməsinin hər hansı formasi nezərdə tutulmayıb. Yayım haqqında qanunda pullu TV kanallarına münasibətdə yalnız programlara və müqavilələr bağlanmasına icazəyə görə müəyyən reglamentlər eks olunmuşdur.

Özəl yayım orqanlarının bütün ölkə çərçivəsində vahid kommersiya xidməti kimi fəaliyyət göstərmək hüququ yoxdur (qisadəlgahı radiolar istisna olmaqla) və monopoliyaya yol verməmək üçün bir hüquqi (yaxud fiziki) şəxsə bir neçə telestansiyaya, yaxud radiostansiyaya sahib olmaq qadağan edilir. Bir şirkətin, yaxud bir şəxsin kütləvi informasiya vasitələrinin müxtəlif formalarına (TV, radio və qəzetlərə) sahib olması da yasaqdır.

Milli miqyasda radioyayım vasitəsilə ictimai rifaha kömək məqsədi ilə 1950-ci ildə əsdiq edilmiş «Yayım haqqında qanun» uyğun olaraq yaradılan NXK artıq 50 ildən çoxdur ki, güclü kommersiya şəbəkələri ilə rəqabət aparırlar. Rəqabət NXK-ya zərifliyi, üslubu və dərinliyi ilə fərqlənən, məsələn, auditoriyanın çox yüksək qiymətləndirdiyi dramatik seriallar və tədqiqat xarakterli, keyfiyyətli sənədlə verilişlər kimi bir çox populyar programlar hazırlanmağa kömək edib. Bu isə NXK-ni bütün dünyada ən rəqabət qabiliyyətli yayım orqanlarından birinə çevirib.

Ümumiyyətlə, Yaponiya TV-sinin simasının formallaşmasında və bəyənəlxalq imic qazanmasında NXK çox böyük rol oynayıb. Çünkü hələ yanıldığı ilk illərdə ABŞ TV modelinə istinad edən Yaponiya TV-si məhz NXK-nin körəyi ilə 80-ci illərdə bu modeldən tamamilə imtina edərək, öz orijinal üslubunu yaratdı. İndi samuray dramları və yapon «sabun operaları» öz cəzibədarlığına görə, Qərb TV-lərini kölgədə qoyur.

Yapon ictimai yayımı maariflənməyə böyük diqqət yetirir. Bu mənada NXK-nin kinci kanalı bilik dünyasına geniş pəncərə açır. Burada müxtəlif fənlər tədris edilir, tamaşaçılara maraqlı bilgi verilir, xarici dil öyrənilir. Bu kanalın orijinal tədris programları bağçaların 80, ibtidai məktəblərin 9<sup>ü</sup>, yuxarı siniflərin 55 faizində qəbul edilir.

1994-cü ilin iyulunda NXK elan etdi ki, öz tamaşaçılarının tələbatını ödəmək və rəqabət aparan kommersiya şəbəkələrinə qarşı çıxməq üçün informasiya programlarını xeyli gücləndirəcək, yerüstü yayım kanalları sxemini daha da genişləndirəcək. NXK-nin gələcəyi birbaşa peyk yayımı qəbulunu ödəyən ailələrin sayının artmasından və gələcəkdə də mülliüm gəlir mənbəyi ola biləcək YDT qəbuledicilərinin yayılmasından asılıdır. NXK-nin hesablamalarına görə, 1995-ci ildə

birbaşa peyk yayımını qəbul edən ailələrin sayı 10 milyon, müqavilələrə görə ödəyənlərin sayı isə 9 milyona qədər olub.

1995-ci ilin yanварında NXK «mədəni baxımdan daha zəngin yayım yolunda» yeni, orta və uzunmüddətli təşkilati prinsiplerini mətbuatda dərc etdi. Bu məqalələrdə multimedia prinsiplorının həyata keçirilməsi nəzərdə tutulur və XXI əsr çoxkanallı TV «era»si kimi səciyyələndirilir. Bununla bağlı NXK-nin uzunmüddətli direktivində bir neçə mühüm vəzifə müəyyən edilmişdi: 1) YDT-nin peyk yayımının qətiyyətlə genişləndirilməsi və onun artıq XXI əsrin ilk illərində birbaşa 2 peyk yayımı kanalı vasitəsilə təmin olunması; 2) tamaşaçıların tələbatını ödəmək üçün yerüstü TV kanallarının möhkəmləndirilməsi və təkmilləşdirilməsi; 3) beynəlxalq peyk teleyayımının möhkəmləndirilməsi (Yaponiya TV-si); 4) multimediadən – kompleks xidmətli rəqəmli yayım sistemində istifadə etməklə yeni çoxkanallı yayımın dərhal həyata keçirilməsi üçün tədqiqatların və yeniliklərin fəallaşdırılması. Artıq son iki ildə bu vəzifələrin bir qismi gerçekleşmişdir.

Nəhayət, NXK-nin idarə olunması və yayım prinsipləri haqqında. Bu korporasiyanı Bi-bi-si-də olduğu kimi, 12 nəfərdən ibarət ali inzibati orqar. Direktorlar Şurası idarə edir. Şura üzvlərini hökumət müxtəlif regionlara təmsil edən və müxtəlif sahələrdə – elm, təhsil və iqtisadiyyat sahəsində çalışın adamlardan seçir. Bu şəxslərin namizədiyini parlament bəyəndikdən sonra Baş nazir təsdiqləyir. Bundan sonra Şura korporasiyanın yüksək vəzifəli şəxslərini seçib təyin edir.

Yapon qanunvericiliyi teleprogramlarının məzmunu ilə bağlı bu tələbləri irəli sürür:

- adamların tələbatını ödəyən və onların mədəni səviyyəsini artırmağa xidmət edən yüksək keyfiyyəti proqramları vermək;
- ümummilli proqramları yerli xarakter daşıyan proqramlarla uğunaşdırmaq;
- milli mədəniyyəti qorumaq üçün səy göstərmək və müasir mədəniyyəti geniş təbliğ etmək;
- ictimai sabitliyi və ictimai oxlağı qorumaq;
- siyasi neytrallığı sadıq qalmaq;
- mürəkkəb məsələlərdə bütün baxışları əks etdirmək;
- informasiya, təhsil, mədəniyyət və əyləncə proqramlarında tərazlığı gözləmək.

Məhz bu prinsiplərə sadıq qalan yapon ictimai yayım sistemi ölkə ictimaiyyətinin geniş rögbətini qazanmışdır. Təsadüfi deyildir ki, indi Qərbin bəzi ölkələrində yapon ictimai yayımının təcrübəsindən faydalana mağət çalışıllar.

## **ŞİMALI AVROPA ÖLKƏLƏRİ**

### **ve ictimai yayının yeni modeli**

İctimai yayının mahiyəti, məqsədi, idealları və prinsipləri eyni olsada, onun ayrı-ayrı ölkələrdə dövlət quruluşu və cəmiyyətlərin siyasi strukturu ilə bağlı fərqli modelləri özünü göstərir. Bu fərqlər, ilk növbədə, ictimai TV-nin təşkili, onun əmlak mənsubiyəti, maliyyələşməsi və idarə olunması ilə əlaqədardır. Bu mənada Şimali Avropa ölkələrinin (İsveç, Norveç, Danimarka, Hollandiya, İslandiya, Finlandiya və s.) ictimai TV sistemini klassik ictimai yayım anlayışına münasibətdə müyyəyen istisnahı təşkil edir. Bunu bəzi ölkələrin timsalında nəzərdən keçirək.

Əvvəla, oiu qeyd edək ki, hələ 1980-ci illərin əvvəllərinə qədər bütün Avropada hökmranlıq edən ictimai yayım ideyası getdikcə başqa ölkələrin də elektron KİV sistemində güclü təsir göstərirdi. Lakin artıq bu dövrde Amerikanın ayrı-ayrı regionlarında ictimai yayının fərqli modelləri görünməyə başlayırdı. Məsələn, Skandinaviya ictimai yayımları daha çox öz reallıqları idan çıxış edir və bu mənada ictimai TV-nin Britaniya modelindən fərqlənirdi. Əgər Britaniya modelində dövlət, ictimaiyyət, şəxsi mülkiyyət qəşiqliq ictimai TV yayımına təsir göstərirdi, Şimali Avropa – Skandinaviya ölkələrində belə qəşiqliq uzun müddət yaxına buraxılmışdı. Bu ölkələrdə audiovizual sistemin şəxsi kapital üçün bağlı olması da bu sistemi dırçalısına öz təsirini göstərirdi. Məsələn, hələ XX əsrin 20-ci illərində İsveçdə radioda reklamın «görünməsi» «pis zövq» kimi qəbul edildi. İctimai fikir mədəniyyətin, maarifin kommersantların təsirində olmasına heç tür həzm edə bilmirdi. «İsveç radio»sunda reklama uzun müddət icazə verilmirdi. İctimai TV qismən reklam verə bilərdi. Sonralar çətinliklə olsa da, ölkə parlamenti İsveçdə kommersiya TV-sinin fəaliyyətinə icazə verdikdən sonra (1991-ci il), ictimai TV-yə reklam göstərmək yenə qadağan olundu. Lakin bununla yanaşı, reklam sahəsində üstün hüququ olan və 1992-ci ildən yayına başlayan TV-4 kanalının üzərinə ictimai TV-nin öndəliyini yerinə yetirmək funksiyası qoyulmuşdu.

Hələ 1925-ci ildən ictimai yayima malik olan Danimarkada da xüsusiliyi kapitalın yayım sahəsinə buraxılması qəbul edilməz idi. Bununla bağlı hələ ölkənin intensiv sənayeləşdirilməsi (1960-ci illərdə) dövründə dövlət TV qarşısında konkret vəzifələr qoymuşdu. Belə şəraitdə dövlət və bütün əsas siyasi partiyalar «xoşbəxt cəmiyyət» quruculuğu namına eyni mövqedən çıxış edirdilər. Bu daha çox həmin ölkələrin sosialist yaradıcılığının təzahürü idi.

İndi Danimarkanın teleradio məkanında başqa mənzərə var. Hazırda 5 milyon əhalisi olan ölkədə iki ictimai yayım kompaniyası fəaliyyət göstərir və ölkə telebazarnın 75-80 faizini əhatə edir. Kanallardan biri - TV-1 tam abonent hesabına maliyyələşir və reklam verməyə ixтиyari yoxdur. TV-2 kanalı isə 20 faiz abonent, 80 faiz reklam hesabına maliyyələşir. Ölkədə həmçinin 8 regional stansiya işləyir. Təməşəçi mərağının azlığından kommersiya kanalları geniş əl-qol aça bilmir.

Milli mədəniyyətin qorunması namənə İslandiya dövləti də eyni adımları atdı. Belə ki, İslandiya milli televiziyası həmin vaxt NATO-nun Reykyavikdəki (1951-ci ildən başlayaraq) hərbi bazalarından intensiv yayılan Amerika TV-sinə alternativ olaraq fəaliyyətə başladı. Bu ölkədə xüsusi kapitalın audiovizual sahəyə buraxılmasına en çox «mədəni imperializm»dən qorxu ilə izah olunurdu.

Norveç Avropa qitəsində TV yaradılan sonuncu ölkə oldu. Bu ölkədə ictimai yayımın əsasını «Milli İctimai Yayım» adlanan qurum qoydu. TV-nin inkişafına əhəmiyyətli təsir göstərən Norveç sənayesi, nəhayət ki, 1968-ci ildə TV-də reklamin verilməsinə nail oldu. Hökumətin bu məsələni araşdırmaq üçün təyin etdiyi ekspertlərin yarısı reklamin əleyhinə, yarısı isə lehinə oldu. Hətta yayım rəhbərləri də iqtisadi səbəblərdən reklamin qəcilməz olduğunu göstərsələr də, Yayım Şurası belə qərara aldı ki, yayımın başlıca vəzifəsi xalqın məlumatlandırılmasının, maariflənməsinin və təhsilidir.

Bələliklə, ictimai TV-nin Şimali Avropa variantı 1980-ci illərin ortalarına qədər Britaniya və fin modelindən fərqlənirdi. Skandinaviya yayım korporasiyaları üçün əsas şərtlər belə idi: «İctimai - dövlət mülkiyyəti üstəgəl lisenziya haqqında maliyyələşmə, yaxud xüsusi vergilər». İsveç, Norveç və Danimarkada TV ictimai yayım sahələrinin fəaliyyəti ilə məhdudlaşdırıldıqdan, belə təcrübə audiovizual KİV-in xüsusi kapitala bağlı qaldığını göstərirdi.

Lakin belə kəskin fərqlərə baxmayaraq, həmin model bütövlükdə Britaniya yayım prinsiplərini, demək olar ki, təkrarlayırdı. Bu prinsiplərə diqqət yetirək: 1) əhalinin müxtəlif təbəqələri üçün program müxtəlifiyi; 2) efirə veriləsi programın mühüm bir hissəsinin xüsusi istehsalı; 3) programlarda milli mədəniyyət xadimlərinin yaradıcılığından geniş istifadə; 4) heç bir dövlət qurumundan, siyasi partiyalardan, iqtisadi gücləndən asılı olmamaq. Məhz bu prinsiplərə sadıq qalan Şimali Avropa modelinin bir fərqli cəhəti də Skandinaviyanın bəzi ölkələrində ictimai yayım sistemi ilə dövlət arasında olan münasibətlərdə üzə çıxır.

Əvvəla, onu qeyd edək ki, çoxpartiyalı sistemə əsaslanan Şimali Avro-  
pa ölkələrinə dövlət orqanlarının ictimai TV-yə münasibəti heç də eyni  
deyildir. Amma bütün hallarda dövlətin səyləri ictimai yayının müdafiə-  
sinə yönəlmışdır. Məsələn, Hollandiya və Norveçdə ictimai TV-ni dövlət  
maliyyəlaşdırır və bu yayımı idarə edən rəhbər strukturları da dövlət baş-  
çısı təyin edir. Danimarkada ictimai TV-nin əmlakı dövlətə məxsusdur  
və bu yayının ölkənin Mədəniyyət Nazirliyindən müəyyən asılılığı var-  
dır. İslandiya ictimai yayımında reklam verilməsinə dövlət güzəsti kimi  
baxılır. 1994-cü ildə bu ölkədə ictimai TV-yə dövlət dəstəyinin vacibliyi-  
ni nəzərə alan ölkə parlamenti bu qanunverici orqanda gedən müzakirə-  
ləri işıqlandırmağın eksklüziv hüququnu məhz ictimai yayıma vermişdi.  
Bu addımlı İslandiya ictimai TV-sinə öz rəqibi – «Sin» özəl kommersiya  
kanalını üstələmək üçün böyük imkan qazandırdı. Finlandiyada, İsveçdə  
və digər ölkələrdə də dövlət ictimai TV-yə ciddi dəstək verir.

Məhz bu dövlət dəstəyi və ictimaiyyətin (cəmiyyətin) geniş yardımı  
Skandinaviya ictimai yayımına öz simasını müəyyənləşdirməkdə və  
auditoriyanın tələblərini ödəməkdə kömək edir. İctimai TV-nin çoxil-  
lik təcrübəsi Şimali Avropa ölkələri üçün ümumi olan bəzi xüsusiyyət-  
ləri üzrə çıxarmağa imkan verir. Bu xüsusiyyətləri nəzərdən keçirək:

- orijinal milli programlara, əsasən ictimai TV-lərin öz istehsalı  
olan sənədli programlara üstünlük verilir. Bütün ölkələrin icti-  
mai yayımında xüsusi (orijinal) programların ümumi həcmi 55-  
60 faiz təşkil edir;
- milli kanallara üstünlük verilir, filmlər tamaşaçıya dövlət icti-  
mai yayım kompaniyalarının ümumi kanalları ilə göstərilir;
- milli telebazar qapalıdır, şimal ölkələrində istehsal olunan  
müxtəlif janrlı teleməhsullar çox nadir hallarda başqa ölkələrə  
ixrac edilir. Bu, ekranda milli özünəməxsusluğu xeyli gücləndi-  
rir (Vaitanov, 1996).

Şimali Avropa ölkələri TV-lərinin efir siyasetinin ən zəif yeri bədii və əy-  
ləncə programlarıdır. Kinofilmlər, teletamaşalar, seriallar gündəlik efirdə  
xeyli yer tutur. Amma onların istehsalı çox baha başa gelir. Digər tərəf-  
dən isə kommersiya TV-ləri xarici ölkələrdən film alıb göstərməklə ictimai  
yayının tamaşaçlarını özünə cəlb etməyə çalışır. Bəs nə etməli? Bu və-  
ziyyətdə rəqabəti udmaq üçün ictimai yayım şirkətlərinin birçə yolu qalır:  
nəyin bahasına olursa olsun, milli bədii programlar istehsal etmək və ta-  
maşaçılardan nəzərdə öz nüfuzunu və ictimai mövqeyini saxlamaq.

İctimai TV Şimali Avropa ölkələrinə bir qədər gec gəlib. Qərb cə-

miyyətində gedən bir sıra proseslərdən (özellikmə, bazarın rolunun artması, demokratianın inkişafı) sonra Şimali Avropa ölkələrində də ictimai TV-yə transformasiya yolu seçilib. Mütəxəssislər həmin spesifik transformasiyanın bir neçə fərqləndirici xüsusiyyətini qeyd edirlər: yeni maliyyələşmə formalarının ictimai yayım sahələrinə daxil edilməsi (məsələn, teletamaşaların hazırlanmasına sponsorların cəlb edilməsi, bəzi programlarda reklamların verilməsi, kommersiya TV-lərinin reklama görə dövlət büdcəsinə pul ödəməsindən ayırmalar və s.); program siyasetinə yenidən baxılması, mövcud TV-nin standart program siyasetinin dəyişilməsi; əsasən xəbərlər və əyləncəli programlar yayan kommersiya və peyk telekanalları ilə rəqabətin artdığı şəraitdə yeni və maraqlı programlar şəbəkəsi yaratmaq; tamaşaçı auditoriyasının qismən itirilməsi, seyrçilərin sayının azalması və onların yeni kanallara meylinin artması.

Təbii ki, bu amillər və dəyişmə prosesi köhnə yayım infrastrukturlarını qane etmirdi. Digər tərəfdən, kommersiya kanallarının ictimai TV-yə qeyri-sağlam mövqedən yanaşması halları da özünü göstərirdi. Bu məsələ ilə bağlı on xarakterik fakt bəzi milli nüanslarına baxmayaraq, 1993-cü ildə Finlandiyada baş verdi. Bu ölkənin «Yuleysradio» yayım kompaniyasının baş direktorunun adı ilə bağlı olan «Paasilinna işi»nın mahiyyəti ictimai TV ideyasının süngü ilə qarşılanması və bu fikrin cəmiyyətdə özünü dəstək tapmasının məğzini dolğun eks etdirir.

Həmin işlə əlaqədar gərginlik «Yuleysradio» ictimai teleradio kompaniyasının maliyyə-hüquqi statusunun dəyişdirilməsi və onun «Maynos-TV» (MTV) kommersiya qurumu ilə münasibətlərinə yenidən baxılması zamanı özünü bürüzo verdi. Cəmiyyət maraqlarına xidmət edən ictimai TV konsepsiyasının bazar rəqabəti prinsiplərinə əsaslanan konsepsiya ilə əvəz edilməsinə cəhd yeni təfəkkir sahiblərini mübarizəyə qaldırdı. İctimai yayım qurumunun baş direktoru Reyno Paasilinna bu mübarizənin simvoluna çevrildi. Nəticədə «Yuleysradio» və MTV bir-birindən ayrıldı. Bu addım ictimai yayımın rəqabət gücünü azaltdı, amma TV öz prinsiplərini qoruyub saxlaya bildi.

Doğrudur, Finlandiya parlamenti 1994-cü ildə tələm-tələsik də olsa, ictimai yayım haqqında qanun qəbul etdi və bu qanunla kompaniyanın rəhbərliyini təzələdi. R.Paasilinna vəzifəsindən uzaklaşdırılsa da, cəmiyyət onun ictimai yayım prinsiplərinin təsdiqi uğrunda mübarizəsinə minnətdarlıqla öz yaddaşına yazdı.

Əlbəttə, «Paasilinna işi» Şimali Avropada ictimai yayımın demokra-

tik cəmiyyətin əsas təsisatlarından birinə çevrilmesi prosesinin bir epizodu (hər halda, prosesin heç də asan başa gəlmədiyini eks etdirən bir məqamı) olmuşdur. Amma indi çox şey arxada qalmış və Şimali Avropa ölkələrində ictimai TV cəmiyyətin ideallarına söykənən və onun maraqlarının müdafiəsində duran bir fenomenə çevrilmişdir. Məhz bu fenomen dünya ictimai TV sistemində Skandinaviya ölkələrini əhatə edən, ictimai yayının spesifik fəaliyyət (idarəetmə və maliyyələşmə) və yayım prinsipləri, işıqlı idealları olan «Şimali Avropa» modeli kimi tənqid olunur. İndi bu modelin daşıyıcısı olan ölkələrin ictimai yayımı XXI əsrə üz tutaraq mənsub olduğu cəmiyyətin və qloballaşan dünyanın qayğılarını eks etdirməkdədir.

## POLŞA: ictimai yayımının kövrək addımları

Totalitar sistemlə vidalaşan Şərqi Avropa ölkələrində vətəndaş cəmiyyətinin yaradılması bir sıra problemlərin həllini tələb edirdi. İlk növbədə hamı yaxşı anlayırdı ki, müstəqil KİV vasitəleri, o cümlədən müstəqil teleradio yayımı olmadan azad və demokratik siyasi quruluş yaratmaq mümkün deyil. Azad cəmiyyət azad informasiya yayımı tələb edirdi. Bu isə KİV-ə təbliğat-təşviqat vasitəsi kimi baxmaq təfəkkürü ilə bir araya sığmırıldı. Yeni siyasi mühit onu diqtə edirdi ki, aşkarlığı, sərbəst fikir mübadiləsini, diskussiyaları genişləndirmədən cəmiyyəti demokratiyaya doğru aparmaq mümkün olmayacaq.

Açıq cəmiyyət qurmaq heç vaxt asan olmayıb və sosializmdən sıyrılib çıxmış ölkələr üçün bu daha mürəkkəb işdir. Yeni demokratik cəmiyyət quruculuğu prosesində və mətbuat azadlığı şəraitində jurnalistlər, siyasetçilər, dövlət məmurları, ilk növbədə, qarşılıqlı fəaliyyət və qarşılıqlı hörmət elminə yiylənməlidirlər.

Demokratik cəmiyyətə keçid dövründə Polşada da TV-ya yeni nəfəs vermək, onu sözün əsl mənasında, xalq tribunasına çevirmək yeni hakimiyyətin əsas vəzifələrindən sayılırdı. Çünkü avtoritar rejimdə olduğu kimi, indi TV-ni dövlətin monopoliyasında saxlamaq yolverilməz sayılırdı. İndi siyasi və iqtisadi sistemini liberallaşdırın Polşa kimi bir ölkə mətbuatı, TV və radionu da dövlətin cansızıcı nəzarətindən, «yuxarı»nın xofundan xilas etməli idi. Polşanın TV və radio islahatları üzrə Komitəsinin sədri K.Yakuboviç vaxtıla bu problemi belə izah edirdi: «Bu, nəzarətdən azad olmaq məsəlesi deyil. Çünkü bizdə heç vaxt xüsusi nəzarət qaydaları olmayıb. Sadəcə, arxa kabinetdə oturan bir adam bizə nəyi necə etmək barədə göstəriş verirdi. İndi isə bizə qanunvericilik bazası möhkəm olan bir strukturun yaradılması vacibdir ki, onun əsasında həm ictimai, həm də özəl kommersiya yayımını tənzimləyə bilək».

Polşa məhz ictimai və vətəndaş yayımının perspektivini müəyyən edən yolla getdi və artıq ölkədə hüquqi baxımdan kommunist rejiminin süqtundan 5 il sonra – 1994-cü il yanvarın 1-də ictimai yayım xidməti təsis olundu. Elə o vaxtdan «dövlət təşkilat vahidi» olan Polşa radio və TV-si ləğv edilərək 19 kompaniyaya çevrildi. Bu böyük kompaniyaya 11 kiçik törəmə strukturuna malik olan «Polşa televiziyası», milli ictimai kanallara cavabdehlik daşıyan «Polşa radiosu» və eləcə də radio yayımını gerçəkləşdirən 17 yerli ictimai kompaniya daxil idi.

Təşəkkül taplığı ilk illerde Polşa ictimai yayım xidməti öz fəlsəfəsi-ni və öhdəliklərini praktikada gerçəkləşdirməkdə, eləcə də ictimaiyyətin onun principlərini qəbul etməsində çox şəxə müvəffəq ola bilmədi. Halbuki bütün postkommunist ölkələri arasında Polşanın yeni yayım sistemi hüquqi və nizamnamə fəaliyyəti baxımından ictimai yayım xidməti anlayışına daha yaxın idi. Yayım sahəsində Milli Şuranın fəaliyyəti, onun ictimai yayım xidmətini dövlətin və siyasetçilərin birbaşa müdaxiləsindən qoruması da xeyli səmərəli görünürdü.

Lakin bununla yanaşı, hadisələrin gedisi göstərdi ki, ictimai yayım xidməti mahiyyətə daha geniş mənə kəsb edir. Onun yaranması və tərəqqisi üçün ölkədə ilkin əlverişli şərait olmalıdır. Yəni, ilk növbədə, inkişaf etmiş və sabit demokratik bünövrənin, vətəndaş cəmiyyətinin və müstəqil ictimai mühitin, şüurlarda möhkəmlənmmiş ictimai maraq anlayışının, ictimai mənafeyə əsaslanan yayımına inamin, jurnalistika sahəsində pəşəkarlığın olması vacibdir.

Bu şərtlərlən heç biri nə Polşada, nə də digər postkommunist ölkələrdə mövcud deyildi. Belə bir vəziyyətdə ictimai xidmətə yönəlmış müstəqil və tərəfsiz yayım sisteminin yaranmasına ümid bəsləmək çətin olardı. Cəvaxt çoxları belə düşünürdü ki, əxlaqi dəyərlərini itirən, hər şəxə şübhə və inamsızlıqla yanaşan və hələ ictimai maraq anlayışını tam dərk etməyən bir cəmiyyətdə ictimai yayım heç vaxt ictimai ideala çevrilə bilməz. Digər tərəfdən, cazibədar ideyalardan və parlaq şüarlardan, eləcə də təmtəraqlı çıxışlardan siyasi niyyətlərin və ya kommersiya maraqlarının ört-basdır edilməsi üçün istifadə olunması da ictimai yayım xidmətinin yaranmasına təkan verə bilməzdi.

Polşanın yeni yayım qanununun bir çox layihələrində Polşa radio və TV statusu həm «sosial», həm «ictimai funksiyaları yerinə yetirən dövlət müəssisəsi», həm də «milli» qurum kimi müəyyən olunub. Belə variantların mövcudluğu yeni ictimai mühitdə onların hər birinin keçmiş dövlət yayım xidmətinin hakimiyət orqanları ilə münasibətdə yeni, fərqli rolunu göstərmək baxımından əhəmiyyətli idi. Digər tərəfdən, vaxtılı bayağı təbliğatın mənasını ifrat dərcədə təhrif etdiyi bu anlayışların yenidən dili gətirilməsinə, onların həqiqi mənasının özünə qaytarılmasına müsbət cəhd kimi də baxmaq lazımlı gəlirdi.

Beləliklə, Polşa kontekstində «ictimai» sözünün əsl mənası necədir? Bu suala cavab vermək üçün bir az əvvələ qayıdaq. 1981-1988-ci illərdə məşhur «Həmrəylik» təşkilatının fəaliyyəti dövründə yayım sisteminin islahatı ilə bağlı bu anlayış işlədilmirdi. Amma islahatçılar Pol-

şa rəadio və TV-sinə yeni status – dövlətdən asılı olmayan və yüksək ictimai dəyərli qurum statusu verməyə çalışırdılar. Lakin kommunist rejiminin «ictimai» anlayışını mənimseməsi və onu mahiyyətçə azib təhrif etməsi bu səyləri bir az çətinləşdirirdi. Polşanın dissidentlər və da-ha sonra «Həmrəylik» hərəkatı kütłevi informasiyanı bütünlükə «sosial» sahəyə aid edirdi. Bu hərəkat KİV-in «sosiallaşdırılması»nı, yəni onun bütün cəmiyyətin maraqlarına xidmət etməsinin zəruriliyini rəsmi olaraq 1981-ci ildə öz qurultayında elan etdi.

XX əsrin 80-ci illərinin əvvəlləri ilə müqayisədə artıq 1989-cu ildə ictimai yayım xidməti anlayışı geniş işlənirdi. Bu anlayış Qərbi Avropa təcrübəsindən götürülmüşdü və ona yeni dövlətin hakimiyyət orqanları arasında dövlət yayım sistemini nəzarət uğrunda gedən mübarizənin gərginliyini azaltmaq vasitəsi kimi baxıldı.

1989-cu ildə «Həmrəyliyin» başçılıq etdiyi hökumət Mərkəzi və Şərqi Avropada hakimiyyətə gəlmış ilk qeyri-kommunist qüvvə idi. Bu hökumət hələ ömrünün çox uzun sürəcəyi fərz edilən kommunist bloku ölkələri ilə əhatə olunmuşdu. Polşanın yeni hökumətinə keçmiş hakimiyyətdən mülki xidmət sahələri, ordu və polis miras qalmışdı və bu sistemi müəyyən siyasi mülahizələrə görə, hələ dəyişməyə ehtiyac yox idi. Digər tərəfdən, xüsusən iqtisadiyyatda ağır nəticələnəcək və əhalinin narazılığına səbəb olacaq siyasetin həyata keçirilməsi ağır nəticələr verə bilərdi.

Əvvəller kommunist rejimini vətəndaş cəmiyyətinin inkişafına mane olmaqdı, onun inkişafını ləngitməkdə ittiham edən keçmiş dissident və müxalifət liderləri indi hakimiyyətdə olduqları vaxtda çoxpartiyalı sistemin yaranmasını və inkişafını vaxtdan əvvəl bir məsələ sayırdılar. Onlar cəmiyyətin yeni çaxnaşmalar qarşısında həmrəy və yekdil qalması namənə bunun vacibliyini iddia edirdilər. Beləcə, onlar «Həmrəyliyin» kütłevi ictimai hərəkat kimi qalacağına ümidi edirdilər. Təbii ki, yeni qüvvələr, ilk növbədə, mətbuatı liberallaşdırmaq yolu ilə xalq kütłələrini geniş ictimai dəyişikliklərə cəlb etmək, bu zəmində yeni siyasi mühit formalasdırmaq və hakimiyyətə iddia edəcək yeni siyasi partiyaların meydana çıxmاسını istəyirdilər.

Postkommunist ölkələrinin KİV sahəsində apardığı siyasetə də elə bu prizmadan baxmaq lazımdır. Mərkəzi və Şərqi Avropanın digər ölkələrində olduğu kimi, onlar da, hər şeydən əvvəl, mətbuat vasitələrini liberallaşdırmağa, lakin bununla yanaşı, narazılıqların artdığı bir cəmiyyətdə rəadio və TV-ni dövlət nəzarətində saxlamağa çalışırdılar. Teleradio proqramları vasitəsilə cəmiyyətdə gedən proseslərə və ictimai rəya təsir etmək hələlik ən əlverişli üsul sayılırdı.

Sosializm dağılıqdan sonra Polşa radio və TV-si də çox ciddi dilemma ilə əşqılışdı: o ya hakimiyyətə təbe olmaqdə davam etməli, ya da bilavas tə parlamentin nəzaratına keçməliydi. Bu problemi həll etmək, eləcə də yayım kompaniyalarının fəaliyyətini tənzimləmək və onlara nəzarəti həyata keçirmək üçün ölkədə Qərb təcrübəsində oxşarı olan idarə orqanı – şura yaradıldı.

Diger postkommunist ölkələrindəki kimi burada da Şura lisensiya siyasetinə görə tez-tez siyasi təzyiqə məruz qalırdı. Seçimin çox böyük olmamasını və ölkədəki mövcud siyasi situasiyanı nəzərə alan Şura yalnız bir yayın strukturuna – ölkənin əsas milli kommersiya kanalına lisensiya verdi. Şura, həmçinin nəzarət fəaliyyətinə görə də sixışdırılırdı. Məsələn, ictəmiyyətə galən sol koalisianın ciddi təngid hədəfi olan Polşa TV-sinin fəaliyyətinə görə Şura ciddi siyasi təzyiqlərə məruz qalmışdı. Ölkə prezidenti də Şuranın həddən artıq müstəqil olmasından və onun tapşırıqlarını lazımlıca yerinə yetirməməsindən narazı idi. Buna görə ölkə başçısı Şura sədrinin və onun digər üzvlərinin azad olunub başqları ilə əvəzlenməsi barədə bir neçə dəfə fərman imzalamalı olmuşdu.

Ictimai yayım kompaniyaları fəaliyyətə məhz belə bir vaxtda, 1994-cü ildə başladılar. Hazırda Polşa radiosunun yayım sistemi 4 milli kanalla, ölkə TV-si isə 2 ümummilli kanalla efirə çıxır. Bundan başqa, ölkə ərazisində 11 yerli kanal yayılmışdır. Güclü ötürücüsü olmayan bu yerli kompaniyalar yalnız öz rayonlarının sərhədləri daxilində efirə çıxır və gündə bir neçə saat «Polşa televiziyası»nın proqramlarının təkrar yayımı ilə məşğul olur.

Bundan əlavə, regional kanallar hər gün ikinci ümummilli kanal tezliyində də efirə çıxır və bunun sayesində həmin kompaniyaların verilişləri kifayət qədər geniş ərazidə yayılır. Beləliklə, onların ümumi efir vaxtı üst-üstə götürüldükdə ildə 80 min saat təşkil edir ki, bu da Avropana istənilən digər ictimai TV-nin efir vaxtından qat-qat çoxdur.

Polşada özəl kanallar yayım haqqında qanun qəbul olunmayanadək çıxırlaşma dövrünü yaşayır. O vaxtadək, hətta bəzi stansiyalar uğurluq yayım aparırdılar. 1993-cü ilə olan məlumatə görə, ölkədə 55 qanunsuz radiostansiya və 15 TV stansiyası fəaliyyət göstərirdi. Yerli stansiya şəbəkəsini yaradan 12 kanal KİV sahəsində iş adamı olan mənşəcə italyan Nikola Qraysoya məxsus idi. 1994-cü ilin sonunda təxminən 100 radio və 14 televiziya stansiyasına lisensiya verilmişdi. Bu stansiyaların bir çoxu 1995-ci ildən yayımı başlamışdı. Bütün bun-

lar vətəndaş TV-si yaradılması yolunda qarşısalınmaz addımlar iddi.

Mütəxəssislərin fikrincə, Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrində çox vaxt islahatlar prosesinə şamil edilən «bazar iqtisadiyyatı və demokratiyaya keçid» paradiqması həmin prosesin uyğun gəldiyi cərəyanın mahiyyətini dəqiq ifadə etməkdən daha çox, onun ideoloji cəhətdən səmərəli görünməsi kimi nəzərdən keçirilə bilər. Əlbettə, islahatlar əvvəlcədən müəyyənləşmiş modelə uyğun olsa da, daha çox cəmiyyətin dəyişkən şəraitə reaksiyası kimi qiymətləndirilməlidir. Təbi ki, belə islahatların göz qabağında olan gedisi çox vaxt «bazar iqtisadiyyatı və demokratiyaya keçid»in nəzərdə tutulan gedışatından çox-çox fərqlənir. Bu sözləri Mərkəzi və Şərqi Avropada ictimai yayım xidmətinə keçid barədə də demək olar. Çünkü keçmiş sosialist düşərgəsinin əksər ölkələrində ictimai yayım sisteminin üzləşdiyi çətinliklər bəzən gözlənilməz istiqamətə yönəlir. Bu cəhətdən cəmiyyətə hələ öz şirinliyini tam dadızdırıa bilməmiş Polşa ictimai yayımı da istisnaliq təşkil etmir...

## MDB MƏKANI: həqiqi icimai TV intizarında

Müasir cünyanın telekommunikasiya sistemində TV ilə bağlı gedən proseslərdə mülkiyyət forması və statusuna görə onun üç növü formalaşmışdır: dövlət, kommersiya və icimai. Əgər Qərb ölkələri XXI əsrdə icimai TV modeli ilə daxil olmuşdursa, Şərqi ölkələrinin əksəriyyətində hələlik yalnız dövlət TV-si möhkəm yer tutur. O cümlədən keçmiş sosialist respublikalarında sovet rejimi dağıldıqdan sonra dövlət yayımına alternativ kimi kommersiya TV-ləri yaradılsa da, hələlik icimai TV istiqamətində yalnız kövrək və inamsız addimlar atmaqla kifayətlənilərlər.

Keçmiş SSRİ-də azad və demokratik TV yaratmaq ideyasının əsası hələ sosializm dövründə – XX əsrin 80-ci illərinin axırında qoyulmuşdu. M.Qorbaçov «yeni dənqrması» uzun müddət insanların üzəyində «KQB» xofundan sixilib qalmış bir çox ideyalara qol-qanad vermişdi. Aşkarlıq siyasi səti cəmiyyətin sixilmiş enerjisini üzə çıxarmışdı: ölkənin hər yerində müxtəlif məsələlərin qızığın müzakirəsi gedirdi. Həmin dövrün ideyalardan biri «alternativ televiziyanın» yeni formalarının yaradılması oldu. Mərkəzi və regional mətbuatda dərc olunan yazıların əksəriyyətində TV-nin «müstəqil», «icimai», «xalq», «qeyri-dövlət» kimi formaları haqqında danışılır, müəyyən layihələr müzakirə edilirdi. Cəmiyyət teleradio yayımı sahəsində müxtəlif suallara cavab istəyirdi.

İlk rəsmi cavab prezident M.Qorbaçovdan gəldi: o, 1990-cı il iyulun 15-də «SSRİ-də teleradioyayımının demokratikləşdirilməsi və inkişafı haqqında» fərman imzaladı. Sosial proseslərin obyektiv və tam işıqlandırılmasında sovet yayımının mühüm rolunun qeyd olunduğu bu fərman tarixdə ilk dəfə icimai təşkilatlara və yerli xalq deputatları sovetlərinə öz məliyyə vəsaitləri hesabına TV mərkəzləri və studiyalar yaratmağa imkan verdi.

Keçmiş SSRİ Nazirlər Sovetinin bundan az sonra qəbul etdiyi qərarnda qeyri-dövlət TV mərkəzləri və studiyaları üçün normativ baza müəyyənləşdirilir. Həmin qərara görə, bu TV mərkəzləri və studiyalar yayına başlamaq üçün lisenziya almırlı idilər. Bu dövrdə bir sıra qeyri-dövlət TV stansiyaları, mərkəzləri və studiyaları artıq yayım aparırdılar.

Keçmiş SSRİ məkanında ilk belə alternativ stansiyalardan biri TONIS konqlomerati oldu. 1989-cu ildə Nikolayev şəhərində (Ukrayna) yaradılan bu stansiya tezliklə Moskvada, Novosibirskdə və Kiyevdə filiallara malik əldi. Artıq 1989-cu ilin sonuna yaxın ölkənin müxtəlif

regionlarında TONİS-in 32 stansiyası mövcud idi. Təbii ki, TONİS-in təcrübəsi xüsusi maraq doğururdu, çünkü bu, Ukraynada qeyri-dövlət yayımının meydana çıxmazı ilə bağlı məsələlərin təkcə müzakirə olunduğunu deyil, həm də uğurla həyata keçirildiyini göstərirdi.

Əlbəttə, həmin dövrda və SSRİ dağıldıqdan sonrakı vaxtlarda MDB məkanında TV sahəsində gedən proseslər Rusyanın nümunəsində da-ha parlaq şəkildə özünü göstərirdi. 90-ci illərin əvvəllərində mərkəzdə Rusiya dövlət TV-sinin (RTR) yaranması, sonralar isə NTV, RenTV, TV-6 və s. kimi özəl qurumların təsis edilməsi, yerlərdə isə onlarca stansiyanın işə salınması ölkənin elektron KİV sahəsində ardıcıl siyaset yeritməsinin nəticəsi idi.

Rusiyada gedən demokratiklaşmə prosesinə uyğun surətdə teleradio yayımının qanunvericilik bazasının yaradılması ilə bağlı görülən işlər də beynəlxalq ictimaiyyətin diqqətindən yayılmırı. Lakin teleyayım sahəsində gedən bu məhsuldar proseslər məntiqi sonluqla – həqiqi ictimai TV yaradılması ilə nəticələnmədi. Çünkü keçmiş SSRİ dövründə Mərkəzi TV adlanan telequrumun Rusiya İctimai TV-sinə (ORT) çevriləməsi zamanı yol verilən kobud səhvler, bütövlükdə ictimai yayım ideyasının mahiyyətini təhrif etmiş oldu. Hər şey bünövrənin səhv qoyulmasından başlandı. Səhmləşmə zamanı şirkətin aksiyalarının 51 faizi dövlətdə (əsasən Dövlət Əmlak Komitəsində – 38 faiz) və 49 faizi isə mülkiyyətin əsas sahibi sayılan özəl bankda qaldı. Ona görə də 2000-ci ilə qədər ölkənin ən böyük telekanalı olan ORT-nin faktik sahibi biznesmen B.Berezovski idı. Gülünc və paradoxal bərabərlik yaranmışdı. İri maqnat bütün cəmiyyətlə bərabərləşdirilmişdi. Doğrudur, Rusiyada hakimiyət dəyişikliyindən (V.Putinin gəlişi) sonra B.Berezovski xeyli sıxışdırıldı. Amma heç B.Berezovski TV-dən uzaqlaşdırıldan sonra da ORT-nin «ictimai» statusunda heç nə dəyişmədi. Səhmlər paketi bir biznesmendən başqasına, yəni B.Berezovskidən Roman Abramoviçə keçdi. İndi Rusiya cəmiyyətində ORT nədir, kimdir, onu kim idarə edir? Bilinmir. Yoxsa bu TV-ni qondarma şəxslər vasitəsilə yənə də dövlət özü idarə edir? – sualının da aydın cavabı yoxdur. Burada bircə şey aydındır ki, Rusiyada, nəhayət, sözün həqiqi mənasında, müstəqil, azad, özfəaliyyət prinsipləri olan ictimai TV yaradılmalıdır. Çünkü indiki vəziyyətində ORT əcaib bir qurumdur və onun ictimai TV anlayışı ilə heç bir əlaqəsi yoxdur.

Rusiyadan fərqli olaraq Baltikyanı respublikalar Avropa Şurasının tələblərinə nisbotən cavab verən ictimai TV sistemi qura bilmişlər. Bu ölkələr müstəqillik qazandıqdan sonra teleradio yayımı haqqında sanballı qanun-

lar qəbul etmişlər. Bəzi qüsurlara baxmayaraq, indi Baltikyanı ölkələrdə bu sahədə qanunvericilik tamamilə qonaqtıqxış sayılır, TV-lərin müstəqiliyinə dövlət təminatı var. Bu ölkələrdə belə hesab edilir ki, TV-nin əsas vəzifəsi cəmiyyəti məarifləndirmək, onu məlumatlandırmaq – ictimaiyyəti geniş və maraqlı program spektri ilə təmin etməkdir. Amma qanunvericilik heç də bütün respublikalarda işləmir, çünki hökumət ya TV-lərə həddən artıq nəzarət etməyə çalışır, ya da bəzən onları maliyyələşdirməkdən imtina edir. Bu səbəbdən çox vaxt xüsusən yerli stansiyaların maliyyə vəsaiti çatışır.

Bir vaxtları ictimai yayım sahəsində Estonia təcrübəsini yaxşı nümunə kimi göstəridilər. 1993-cü ildən 1998-ci ilədək 5 il müddətində Eston İctimai Yayımlar Mərkəzi və Şərqi Avropa ölkələrinin hamisində uğurlusuyayırlı. Programların bazar payı 16 faizə, reytingi isə təxminən 40 faizə çatmışdır. Əhalinin xeyli hissəsinin Rusiya kanallarına meyl göstərdiyi ölkə üçün bu, yaxşı göstərici idi. Lakin Estoniyada hökumətin dəyişməsi ilə ictimai yayının qara günləri başlandı. İctimai TV-yə ayrılan maliyyə ixtiār olundu, rəhbərliyə sərf siyasi mülahizələrə görə, səriştəsiz adamlar təyin edildi. TV-nin başı üzərini qara buludlar aldı. Bu səraittədə Estonia yayımcıları bazarın 20 faizi ilə kifayətlənirdilər. Digər tərəfdən, hökumət bütçədən maliyyələşməni ləğv etmək istəyir, amma buna əsərət etmədi. Çünki Avropa İttifaqı maliyyələşdirməni saxlamağı tələb kimi qarşıya qoyurdu. Hökumət isə Avropa İttifaqına daxil olmaq niyyətində olduğundan bu tələblər könülüstür razılaşmaq məcburiyyətində idi. Bütövlükdə Eston ictimai yayının perspektivləri çox kədərli görünür, cəmiyyətin və hökumətin dəstəyi hiss olunmurdu.

2000-ci ilin əvvəlindən Estoniyada sanki möcüza baş verdi. TV-yə yeni rəhbərlik gəldi. Struktur və yaradıcılıq işlahatları başlandı. İctimai TV idealarına sadıq olan stansiyalar özlərinin cəmiyyətdəki rolunu dəyişməyə çalışdı. Onlar indi də özlərinin program öhdəliklərini müəyyənləşdirə biləcək cəmiyyətə yeni müqavilə bağlamağa can atır, məsləhətləşmələr aparırlar. TV maliyyələşmənin artırılması üçün də vaxtaşırı hökumətə müraciət edir. Hər halda, hökumət əlavə maliyyələşdirməyə olan ehtiyacı etiraf edir. Digər tərəfdən, hökumət də, cəmiyyət də ictimai TV-nin faydasını indi daha çox anlayır.

Bəzən Estoniyada «Kommersiya yayımları cəmiyyətin tələblərini ödəmək, iqtidarında ola bilərmi?» – sualtı tez-tez səslənir. İctimai yayının elə ictimai yayım xatirinə görə olduğu barədə klassik Avropa təsəvvüründən irəli gələn bu tip suallara Rusyanın və Baltikyanı ölkələrin təcrübəsi yaxşı cavab verir. Yəni özəl yayım bütün problemləri həll etməyə qabil deyil, çünki kommunersiya yayımcıları programları yalnız pul

qazanmaq üçün translyasiya edirlər. Buna görə də onlar tamaşaçıların reklamdan asılı olan hissəsinin, yəni 15-50 yaşlı adamların baxacaqları proqramları efirə verirlər. Özü də hər şeyi yox, çünki intellektualları nəsə bir şeyə cəlb etmək cəhdidir, adətən, boşça çıxır. Proqramlar asasən əhalinin aşağı təbəqələrinə yönəlir. Özəl TV-lər və reklam sifarişçiləri həmin faktı etiraf etməyi xoşlamasalar da, bu, həqiqətdir. Məhz bu şəhərin nəticəsində özəl kanallar auditoriyaya kifayət qədər birtərəfli proqramlar assortimenti təklif edirlər: belə vəziyyət müvafiq tendensiyaların öz axarına buraxıldığı ölkələrdə müşahidə olunur. Estoniyada bu tendensiyanın qarşısını almaq üçün dövlət ictimai TV-nin inkişafına xüsusi diqqət yetirir. Praqa bəyannamasına (1995) görə, KİV dövlətin əlində olmamalıdır. Onlar yalnız özəl sektorlara və cəmiyyətə aid ola bilər. Ona görə də MDB-nin Avropa Şurasının üzvü sayılan dövlətlərində (Rusiya, Ukrayna, Moldova, Azərbaycan, Gürcüstan və Ermənistanda) ictimai TV-nin qanunvericilik bazasının yaradılması və onun dövlətin senzurasayağı nəzarətündən çıxarılması üçün ləng və ağırli proseslər gedir. Bu mənada Ukraynada baş verənlər diqqəti daha çox cəlb edir.

Ukraynada milli yayım 1991-ci il dekabrın 1-də Sovet İttifaqı dağıldan sonra müstəqilliyyətin elan edilməsi ilə eyni zamanda yaranıb. Keçmiş «Respublika» yayımı nəinki milliləşdi və Moskvadan diqtəsindən azad oldu, həmçinin Ukrayna öz tarixində ilk dəfə olaraq kommunika-siya sahəsində xüsusi siyasetini hazırlayıb ortaya qoymuşdur. Həddindən artıq mərkəzləşmə keçmiş Ukrayna Respublikası yayımının hər bir aspektində özünü aydın bürüza verirdi. Xüsusən hüquqi və idarəetmənin əsasları keçmiş Sovet İttifaqı Kommunist Partiyasının qurultay və plenürlərinin qətnamələrində əksini tapan ideologiyaya əsaslanırdı. Başqa respublikalarda olduğu kimi, Ukrayna TV-sində də Mərkəzi TV-nin hansı proqramının göstərilməsini Moskvada həll edirdilər, mərkəzləşmə partiya və hökumət nəzarəti, eləcə də respublikai səviyyəsində senzura ilə möhkəmləndirilirdi. Mərkəzi TV-nin və respublikalardan yayımın maliyyələşdirilməsi, eləcə də maliyyə vəsaitlərinin paylanması bütünlükə Moskvadan asılı idi. Üstəlik də, Mərkəzi TV başqa qurumlara nisbətən daha yaxşı təchiz olunur və maliyyələşdirilirdi. Bu da respublikalardan ən istedadlı və yaradıcı işçilərin Mərkəzi TV-yə axınına gətirib çıxarır, nəticədə respublika yayımını xeyli zəiflədirdi.

Keçmiş SSRİ-də yenidənqurma və aşkarlıq siyasetinin həyata keçirilməsinə başlanması ilə söz azadlığı, informasiya axtarmaq, almaq və yaymaq hüququ, məlumat vermək hüququ və bununla bağlı informasiya vəsítələrinin rolü kimi anlayışlardan danışmaq mümkün oldu. Ukrayna in-

formasiya haqqında Qanunu qəbul edən, fikir azadlığı və ictimaiyyətin ölkə həyatının bütün sahələrinə aid informasiya almaq hüququnun təmin olunması üzrə ümumi hüquqi əsasların yaradılmasını dəstəkləyən keçmiş sovet respublikaları dan birincisi idi. 1992-ci ilin sonunda Ukrayna parlamenti kommunikasiya vasitələri sahəsində ikinci qanunu, yəni informasiyanın çap vasitələri (mətbuat) haqqında qanunu qəbul etdi.

TV və radio haqqında qanunun təsdiqi daha çox vaxt apardı. Parlamentin 1991-ci ilin mayında qanunu müzakirəyə çıxarması ilə 1993-cü il dekabrın 21-də qəbul etməsi arasında iki ildən çox vaxt keçdi. Bu qanun parlamentdə ciddi oxunuşdan və «hakimiyət dəhlizlərində» çoxsaylı döyuşlərdən sonra qəbul olundu. O dövrə bütövlükdə həm parlament üzvləri, həm də ictimaiyyət TV və radio haqqında qanunun əhəmiyyətini lazımlıca qiymətləndirə bilmirdi. Ölkənin KIV-lərində bu məsələ barədə, demək olar ki, diskussiya aparılmırıldı. Ukrayna ictimaiyyəti milli yayım məsələsinin həyati əhəmiyyətini, bunun ölkədə hər şəydən xəbərdar olmaq, informasiya almaq və vermək hüququ ilə six bağlı olduğunu dəyərləndirməyə hələ hazır deyildi. Ukrayna xalqı üçün bu məsələlər, ənənəyə görə, daha çox mətbuatla səsləşirdi. Hələ ki, hətta aşkarlığın başlanmasına qədər əl-əl gəzən qeyri-legal nəşrlərdə bu cür azad mətbuatın modelini gördürlər. Yenidənqurma dövründə bu ilkədə ilk azadlıq küləyi, hər şəydən əvvəl, qəzet və jurnallarda təngidi mətiyalların bolluğu, eləcə də sayca artan yeni nəşrərin peydə olması ilə səciyyələnirdi. Digər tərəfdən, yayım həmişə partiya və hökumətin əlində təsili bir təbliğat aləti idi. Parlament debatlarının gedişində Ukraynada ümumi yayım strukturuna, həm dövlət, həm də qeyri-dövlət tele-radio yayımının daxil olacağı barədə ümumi anlayış yarandı. Bu qərar Ukraynanın mövjud milli yayım şəraitini möhkəmləndirdi və ölkədə mahiyyətə yeni yayım qurumlarının təşkilinə təkan verdi.

Milli teleradio yayımının əsasını Ukraynanın dövlət teleradio yayımı – Derjteleradio şirkəti təşkil edir. 1991-ci ildə o, əsasən dövlət bütçesində maliyyələşirdi. Buna baxmayaraq, bu şirkət həmin ildə öz bütçesinin yalnız 41 faizini dövlətdən alırdı.

Derjteleradio Ukraynanın bütün ərazisində və xaricə yayımlanan teleradio programlarının istehsalı ilə məşğul olan milli şirkətdir. Onun Ukraynanın müxtəlif regionlarında, vilayətlərində və şəhərlərində, eləcə də Krim Respublikasında yerli şəbəkələri var. Derjteleradionun ölkənin Kommunikasiya Nazirliyinin şəbəkələri indən istifadə üçün müştəsnə hüquqù var. Həmin nazirliyin iki kanalını icarəyə götürdüyüնə görə, Derjteleradionu, demək olar ki, hökumətin tam nəzarəti altında olan yayım kimi nəzərdən keşirmək lazımlı golur.

Derjteleradioının bir kanalı UT-1 (Ukrayna TV-1), digərini Rusiya Fe-

dersiyası şirkəti, Rusiya TV-si ilə birgə UT-2 və UT-3 tutub. Üçüncü kanalda isə «Ostankino» yayılmaları. Bütün bu kanallar Ukrayna və Rusyanın dövlət TV kanallarıdır.

TV sahəsində güclü zahiri rəqabət var və Ukrayna əhalisinin əksəriyyəti əvvəlki kimi, Rusiya kanallarına baxır. Bunlardan ən çox yayılanı «Ostankino»dur. Düzdür, onun şöhrəti bir qədər azalıb, amma bu kanal hələ də yayım bazارında öz yerini saxlamaqdadır.

90-ci illərin ortalarından etibarən özəl yayım geniş vüsət almağa başlayır. Ölkədə gedən nisbi demokratik proseslər, normativ və hüquqi döyişikliklər qeyri-dövlət radio və TV şirkətlərinin, stansiyalarının və studiyalarının yaradılması üçün yol açır. Bu qurumların əksəriyyəti özəl, həmçinin əcnəbi kapitalın iştirakı ilə açılan birgə müəssisələr, yaxud da Derjteleradio və ya regionların dövlət idarələri ilə birlikdə yaradılan kommersiya müəssisələridir.

Ukrayna iri şəhərlərdə qeyri-dövlət TV stansiyalarının sayına görə Rusyanı ötüb keçib. Hazırda ölkədə dövlət qeydiyyatından keçmiş 1400 belə müəssisə mövcuddur. Təkçə Kiyevdə fəaliyyət göstərən 10 TV kanalından 7-si qeyri-dövlət müəssisəsidir. Onlar Ukraynanın və Rusyanın dövlət kanalları ilə uğurla rəqabət aparır. Ayrıca kanallara malik şirkətlərlə yanaşı, bəzi TV şirkəti və studiyaları da efir vaxtını icarəyə götürür, yaxud programlar istehsal edərək yayım şirkətlərinə satır. Qeyri-dövlət TV stansiyaları və studiyaları baxımından Kiyevdə yaranmış vəziyyət nadir hal deyil. Xarkovda 6 TV stansiyası və studiyası (onlardan bəziləri özəl, digərləri birgə müəssisələrdir), Nikolayev şəhərində 5, Luqanskda, Jitomirdə, Simferopolda, Poltavada və Terнопolda isə hərəsində 3 telestansiya, yaxud studiya var.

Bütün kommersiya kanallarının böyük əksəriyyəti əsasən əyləncəli programlara üstünlük verir. Onlar 1991-1992-ci illərdə yayımı həyata keçirməyə başlayanda programları əsasən videorolik, multfilm və bədii filmlərin nümayişindən ibarət idi. Bu kanalların heç də hamısı yüksək estetik keyfiyyətə malik deyildi və çoxu oğurluq nüsxələr yayırdı.

Sual oluna bilər ki, əvvəldə dediklərimizin bütövlükdə ictimai yayım və demokratik proseslərlə nə əlaqəsi var? Əslində, bizim indiyədək haqqında danışdığınız proseslər Ukrayna yayımının ümumi tendensiyasını - leqallaşmanı və demokratikləşməni ləkmə kağızı kimi əks etdirir. Lakin bunların inkişafı siyasi və iqtisadi islahatların tempini uyğun olaraq bir qədər zəifdir. Əsas odur ki, Ukrayna yayımı tarixinde ilk dəfə olaraq ölkə vətəndaşları respublikada və dünyada baş verən hadisələr barədə informasiyani müxtəlif mənbələrdən almaq imka-

nina yiyəlmiblər. İndi Ukrayna tamaşaçısı informasiya almaq üçün istədiyi mənbəni sərbəst seçə bilir. Hazırda ölkədə müxtəlif nöqtəyi-nəzərləri əks etdirən TV kanallarını belə təsnif etmək olar: birinci baxış rəsmidir (onu UT-1, UT-2 və UT-3 təmsil edir). İkinci baxışı çox vaxt Ukrayna haqqında əks informasiya verən Moskva («Ostankino») təqdim edir. Üçüncüsünü beynəlxalq baxış adlandırmaq olar (Si-en-en, Bi-bi-si, Ay-ti-en və digərlərinin informasiya programlarının Ukrayna dilinə tərcüməsi, yaxud orijinal versiyaları). Dördüncüsü müstəqil kommersiya şirkətlərinin nöqtəyi-nəzəridir. Bütün bunlar, həm də ölkədə ictimai yayima böyük ehtiyacın olduğunu əks etdirir.

Ukraynalı ictimai yayım ideyasına bütünlükə kənardan gətirilmiş fikir kimi baxmaq olmaz. İndi ölkə ictimaiyyəti, yayım sahəsində peşəkarlar və alimlər ictimai yayının zəruriliyini getdikcə daha çox başa düşürər. İctimai yayının yaranmasını şərtləndirən yeni şərait prezident L. Kuçmanın 1995-ci il yanvarın 3-də dərc olunmuş «Ukraynanın dövlət TV və radiosunun idarəetmə sisteminin yaxşılaşdırılması haqqında» fərmanı oldu. Bu fərmana görə, Derjteleradionun əvəzinə yeni TV və radio yayım üzrə dövlət komitəsi yaranırdı. Onun əsas vəzifələri belə müəyyənəkdir: TV və radio yayımının informasiya sahəsində dövlət siyasetinin yerinə yetirilməsini təmin etmək; yayım sahəsində qanunvericiliyin və teleradio yayımı üzrə milli şuranın qərarlarını yerinə yetirmək; milli TV və radionun təşəkkülü üçün əsaslar hazırlanmasının təminatı; xarici auditoriya üçün TV və radio verilişlərinin təşkili. Şübhəsiz ki, bu dəyişikliklər bütövlükdə milli yayında dövlətin rolunu möhkəmləndirməyə xidmət edir, eyni zamanda ictimai yayima da müyyəyen yol açır. Bəs, Ukraynada ictimai yayım nə vaxt olacaq?

Mütəxəssiskrin fikrincə, Ukraynada ictimai yayının taleyi iqtisadi islahatların sürəti və cəmiyyətin gələcək siyasi və sosial strukturlaşma prosesi ilə sıx bağlıdır. Hələlik bu olaylar çərçivəsində TV dövlət hökumət strukturlarının nəzarəti altında qalır və əgər ciddi dəyişiklik olmasa, hələ uzun müddət qalacaq. Milli yayının yenidən qurulması sahəsində islahatların ləngliyi və bəzi siyasi amillər Ukraynada ictimai yayının nə vaxt meydana gələcəyi suali üzərində ətraflı düşünmək üçün əsas verir.

Ümumiyyətlə, MDB məkanında ictimai TV ideyasının gerçəkləşməsi ağırli bir prosesdir. Çünkü sosializmin bətnindən doğulmuş bu cəmiyyətlər özləni demokratik hesab etsələr də, hələlik fikir plüralizmini və gerçək demokratiya dəyərləri özünə çətinliklə yol açır. Bəzi ölkələrdə ictimai TV-nin yaranmasına, dövlət TV-sinin ictimailəşməsinə həkimiyətin talebinin həll olunması kimi baxırlar. Onu psixoloji cəhət-

dən qəbul etmirlər. Bəzi obyektiv gerçekliyə söykənən bu davranış tərzi ötəridir və cəmiyyətin demokratiya təcrübəsi artdıqca ictimai yayımın da yolu üzərindən dəyirman daşının götürüləcəyi labüddür.

MDB ölkələrində ən mühüm problemlərdən biri Dövlət TV-sinin ictimai TV-yə əvvilmesinə hakimiyyət adamlarının münasibəti, habelə bütövlükdə ictimai televiziya və hakimiyyətin qarşılıqlı (bəzən anlaşılmaz) münasibəti məsələsidir. İş ondadır ki, sosializmdən çıxmış MDB cəmiyyətlərində hakimiyyət adamlarını mətbuat azadlığına, KİV-ə, xüsusən ictimai TV-yə münasibətdə əndişələndirən çoxlu səbəblər var. Psixoloji cəhətdən yanaşsaq, bu səbəblərin bir qismini obyektiv amillər sırasına daxil etmək olar. Başlıca səbəb uzun illər insanların şüurunda kök salmış senzura – azad sözə qadağə qoymaq cəhd ilə bağlıdır. Baltikyanı ölkələr və Rusiyada gedən proseslər göstərir ki, dövlət səviyyəsində senzuranın tamamilə ləğv olunmasına baxmayaraq, müvafiq strukturlarda çalışan məmurlar hələ də özlərini yuxarılar qarşısında sözə cavabdeh hesab edirlər. Həm məmurlar, həm də jurnalistlərin bir çoxu hər şeyin möhz məhkəmə prosedurası ilə həlfini qəbul etmək istəmirlər. Digər tərəfdən, bu ölkələrdə məhkəmə sisteminin özünün də müstəqil olmaması, bəzən hakimiyyətin sifarişlərini yerinə yetirməsi qarşıya ciddi problemlər çıxarırlar.

İctimai televiziya kimi azad sözün təminatçısı rolunu oynayan bir demokratik təsisata münasibətin «obyektiv səbəblər»indən biri də tamaşaçıların böyük qışmanın dövlət TV-sinin yaratdığı stereotip düşüncə tərzindən ayrıla bilməməsidir. MDB-nin bir çox ölkələrinin indiki gerçekliyində dövlət TV-lərində informasiyanın açıq-aşkar idarə olunması prosesi hakimiyyət adamlarını çox təmin edir. Lakin informasiyanı idarə etməyə cəhd göstərən iqtidar nümayəndələri bəzən cəmiyyətin azadlıq ruhunu və yeni yaranan, sovet dövründəki KİV-dən çox-çox fərqlənən infomasiya vasitələrinin xarakterini nəzərdən qaçırırlar. Dünya infomasiya şəbəkəsinin və yerli alternativ məlumat kanallarının mövcudluğu şəraitində infomasiyanı hansısa şəkildə idarə etmək qeyri-mümkündür. Bütün bunlarla yanaşı, həmin ölkələrdə ictimai fikir hələlik dövlət TV-sinin mövcudluğunu inkar etmir. Lakin bu mövcudluq arzusu TV-yə hakimiyyətlərini möhkəmətmək vasitəsi kimi baxan iqtidar adamlarında daha güclüdür. Halbuki, Şimali Avropa ölkələrinin ictimai TV-yə plastik, ağrısız keçid təcrübəsi göstərdi ki, demokratik cəmiyyət qurmaq istəyən hakimiyyət ictimai televiziyanın cəmiyyətdəki rolunu düzgün dərk edərək onun gerçikləşməsinə sidq-ürəklə yardımçı olmalıdır.

# III

## Azərbaycanda ictimai TV: problemlər, illüziyalar və gerçəkliliklər

(məqalə, müsahibə və çıxışlar)

- Azərbaycanda ictimai televiziya olacaqmı?  
(Bi-bi-si radiosu ilə müsahibə)
- İctimai televiziya günün reallığıdır
- AzTV-2 ictimai televiziya üçün obyekt ola bilməz
- İctimai yayımın məqsədi ictimai fikir, ictimai  
düşüncə və ictimai mənafədir
- Bizə ictimai TV lazımdır?
- Azərbaycanda ictimai TV: problemlər, illüziyalar  
və gerçəkliliklər
- Telejurnalist «İctimai teleradio yayımı haqqında»  
Qanunun gözdən salınmasına etiraz edir
- İctimai və dövlət televiziyalarını üz-üzə qoymaq  
olmaz
- İctimai TV-ni inididən gözdən salırlar
- İctimai televiziya cəmiyyətin və dövlətin xeyrinədir.
- İctimai TV nə vaxta qaldı?

---

Söz və vicedən azadlığı, təhsil və sərbəst top-  
laşmaq azadlığı demokratianın əsasıdır.  
Əgər nə vaxtsa mətbuat azadlığına son  
qoyularsa, onda bunların hamısı öz-özünü  
məhv ola bilər.

F. Ruzvelt

## **Yayının tənzimlənməsinə dair tövsiyələr**

- Yayının tənzimlənməsinə aid hər hansı qanunvericilik aktı belə bir müddəə ilə başlamalıdır ki, bu qanun həm ictimai, həm də özəl sahədə azad və müstəqil yayına təminat verir;
- Yayıma aid qanunvericilik tənzimləyici orqanın yaradılmasını nəzərdə tutmalı və onun ən ümumi vəzifələrini müəyyən etməlidir. Yaxşı olar ki, tənzimləmənin detalları orqanın öz ixtiyarına buraxulsın ki, fəaliyyət zamanı hər hansı dəyişmə bütövlükdə qanun dəyişikliyinə gətirib çıxarmaşın;
- Tənzimləyici orqanın əsas vəzifəsi yayım zamanı cəmiyyətin maraqlarının qorunması və yayımçının müstəqilliyinin təmin edilməsidir. Bu orqan programların məzmununa qarışdırıb və onun fəaliyyəti senzurə nəzarətindən uzaqdır;
- Əgər qanun efir ogruluğunu, yalan və böhtani qadağan edirə, deməli, radiostansiyalar və telekompaniyalar buna yol verməməlidir;
- Qərbin heç də bütün modellərini və topladığı yayım təcrübəsini müsbət saymaq olmaz. Hətta onlardan bəziləri lap pis gündədir. Yaxşı proqramlar bu təcrübəyə zidd olaraq efirə çıxır;
- Mətbuat azadlığı o deməkdir ki, insanlar yalan, səfəh, qeyri-sivil, xoşagəlməyən, təhlükəli, hətta qızışdırıcı informasiyalar da çap edə, yaxud efirə verə bilərlər. Azadlığın dəyəri budur.

Avropa yayımı (Şərqi və Mərkəzi Avropa, həmçinin keçmiş SSRİ) üzrə Transatlantik dialoqu təşkilatının sənədlərindən.

## Azərbaycanda ictimai televiziya olacaqmı?

(Bi-bi-si radiosu ilə müsahibə)

- *Qulu müslim, səhbətin mövzusu mətbuat barədə, ümumən, KİV barədədir. İlk növbədə, məni maraqlandıran belə bir məsələ var: Azərbaycan nə dərəcədə ictimai televiziyanın təşkilinə və bərqərar olmasına hazırlıdır?*

Q.M.: Bu məsələ zaman-zaman gah aktuallaşır, gah ikinci plana keçir. Amma hesab edirəm ki, Azərbaycanda ictimai TV-nin yaradılması labüddür. Burada iki məsələ var. Birincisi, ümumiyyətlə, xalq, ictimaiyyət, yəni o televiziya kimin üçün yaradılsa, həmin auditoriya, həmin subyekt ictimai TV-ni qəbul etməyə hazırlıdır. Doğrudur, bəzən manasız səhərlərlə gedir ki, guya Azərbaycan xalqı ictimai TV-yə hələ hazır deyil. Bu, cəfəngiyatdır. Digər tərəfdən isə hakimiyyət də dərk edir ki, ictimai TV-nin yaradılması qəçilmezdir. Çünkü bu, ilk növbədə, Azərbaycan dövlətinin Avropa Şurası qarşısında götürdüyü öhdəliklərdən biridir.

- *Deyirsiniz ki, bu məsələ zaman-zaman aktuallaşır, sonra yaddan çıxır. Yəqin o zaman aktuallaşır ki, Avropa Şurasından öhdəliklərin yerinə yetirilməsini yoxlamaq üçün kimsə Bakıya gəlir...*

Q.M.: Bəli, bu məsələ o zaman aktuallaşır ki, Avropa Şurasının ekspertləri prosesə fəal müdaxilə etməyə çalışırlar. İctimai TV ilə bağlı müəyyən seminarlar keçirilir, hökumət və ictimaiyyət nümayəndələri ilə danışıqlar aparılır. Ümumiyyətlə götürüləndə, biz bu prosesin özünə hazır deyilik. Mənə elə gəlir ki, indiki şəraitdə nə hakimiyyətdəkilor, nə də AŞ-dən gələnlər Azərbaycanda ictimai TV ideyasını necə gerçəkləşdirəcəklərini dəqiqliy təsəvvür edə bilirlər. Çünkü birinə situasiya aydın deyil, o biri isə cəmiyyətin siyasi strukturuna, siyasi proseslərə və həm də öz mənafeyinə uyğun variant axtarır. Məsələ bundadır.

- *Situasiya aydın deyil deyəndə, yəni hansı məqam aydın deyil. Nəyi nəzərdə tutursunuz?*

Q.M.: Buradı qaranlıq bir şey yoxdur. Götürək Avropa Şurasını. O, müstəqil bir dövlət kimi Azərbaycanın suveren hüquqlarına və belə deyək, hakimiyyətin niyyətlərinə hörmətlə yanaşmağa çalışır. Lakin bu təşkilat cəmiyyətdəki ictimai-siyasi qurumların proseslərə spesifik yanaşmasını da nəzərdən qaçırmır. Bu faktdır ki, Azərbaycan cəmiyyətində hədəlindən artıq parçalanma, fikir ayrılığı mövcuddur, yəni ölkədə siyasi tolerantlıq olmadığından Avropa Şurasının nümayəndələri hakimiyyət ilə söz sahibi olan qurumları ortaq məxrəcə gətirə bil-

mir. Amma yaxşıdır ki, bununla yanaşı, ictimai TV-nin yaradılması və onun hansısa bir model əsasında gerçikləşdirilməsi istiqamətində müəyyən işlər gedir. Məsələn, tutaq ki, Avropa Şurası ekspertlerinin iştirakı ilə neçə dəfə seminarlar olub. Mən o seminarlardan bəzilərində iştirak etmişəm. Bunlar ictimai TV-nin mahiyyətini, prinsiplərini öyrənmək üçün faydalı tədbirlərdir. Yaxşı cəhət budur ki, ictimai TV yaradılması ilə məşğul olan dövlət məmurları, Milli Məclisin özündə bəzi deputatlar da bu məsələyə qatılıb və ictimai yayım sahəsində başqa ölkələrin təcrübələrini öyrənirlər. Yəni belə bir fəal form var və onun ab-havası deyir ki, biz ictimai TV yaratmağa hazırlaşıraq. Lakin yenə də təkrar edirəm ki, mütləq bir fikir yoxdur ki, biz ictimai TV-ni necə, hansı model əsasında yaradırıq. Təxminən on gün əvvəl Bakı Mətbuat Klubunda «Internyus»un hazırladığı qanun layihəsi müzakirə olundu. Müzakirədə də xeyli nüfuzlu adamlar – millət vəkilləri, tanınmış həquqşunaslar və jurnalistlər iştirak edirdilər. Mən hüquqşunas Rəşid Hacılıının təqdim etdiyi bu layihəni, bəzi nöqsanlarına baxmayaraq, çox optimal variant hesab edirəm. Amma bilmirəm ki, hakimiyət indiki şəraitdə həmin variantı qəbul etməyə hazırlıdır, yoxsa yox. Bilirsiniz necədir, məsələn, bəzən mahiyyəti bilməyən adamlar belə bir yanlış təsəvvür yaratmağa çalışırlar ki, guya ictimai TV müxalifətin TV-si olacaq. Yaxud əksinə, deyirlər ki, ictimai TV yaradılsa, o, dövlət TV-sindən də pis olacaq.

- *Yəqin bu fikirlər üçün əsaslar da var.*

Q.M.: Bilirsiniz, lənglik və işlərin gizlin aparılması həmişə şayiələr doğurur. Burada, sadəcə bir fikir var: ictimai TV-nin tiimsalında normal TV yaradılmalıdır. Elə bir TV ki, o, mücərrəd olmayan auditoriyanın mənafeyini müdafiə etsin, cəmiyyətin maraqlarını qorusun. Milli mənafelərə hörmət etsin və müəyyən çətin məqamlarda, xüsusənfovqələdə şəraitdə dövlətin mənafeyini üstün tutsun. Əlbəttə, demokratik prinsiplərlə idarə olunan bu TV, ilk növbədə, əhaliyə obyektiv, qərəzsiz informasiya versin, onu maarifləndirsin. Burada dumansı və yaxud qaranlıq bir şey yoxdur. İnididən ictimai TV-ni hakimiyyətə qarşı qoyub yalançı xəf yaratmaq olmaz.

- *Qulu müəllim, idarə olunması deyəndə siz, yəqin ki, ictimai TV-yə rəhbərlik məsələsini nəzərdə tutursunuz?*

Q.M.: Bu quruma məhz demokratik və kollegial rəhbərliyi nəzərdə tuturam. İctimai TV necə idarə olunmalıdır? Söhbət bundan gedir. Məsələn, İngilterədə Bi-bi-si-də bir strukturdur, ABŞ-da Pi-bi-es-də

qeyri, Yaponiyada En-eyc-key-də işə tamam başqa. İndiki şəraitdə bizi nə təklif olunur? Bayaq adını çəkdiyim qanun layihəsində təklif edilir ki, Azərbaycanda ictimai TV-nin konsepsiyasını və yayım siyasetini təxminən müşahidə şurası və yaxud nəzarət şurası deyilən bir qurum həyata keçirsin. Bu qurum 9 nəfərdən ibarətdir. Nəzərdə tutulur ki, burada Azərbaycanın ən görkəmli, ən layiqli, ən mötəbər adamları, cəmiyyətdə nüfuz sahibi olan, cəmiyyətin inandığı adamlar təmsil edilsin. Söhbət heç kimdən ciddi asılılığı olmayan Anar kimi, Rüstəm İbrahimbəyov kimi adamlardan gedir.

- *Sizcə, Şuraya üzvlük hökmən seçmə yolu ilə olmalıdır?*

Q.M.: Lay hədə belə bir mexnizm irəli sürürlür ki, Şuraya 3 nəfəri prezident, 3 nəfəri Milli Məclis, 3 nəfəri işə ictimaiyyət təyin edir. Düzdür, 3-cü aspekt mənə aydın deyil: burada ictimaiyyəti kimlər təmsil edir, onlar hansı statusda çıxış edir və öz namizədlərini hansı qaydada irəli sürürlər? Daha sonra, Müşahidə Şurası icraçı orqan kimi, idarə heyətini formalasdırır və Baş direktoru təyin edir. Yəni, idarə heyətini də Baş direktoru da Müşahidə Şurası təyin edir.

- *Üzvlərin rəyi nəzərə alınır, yoxsa onların rəyi əsasdır?*

Q.M.: Onların rəyi əsasdır. Yəni Baş direktoru yuxarıdan, yaxud aşağıdan kimse təyin etmir. Onun kim olmasını məhz Müşahidə Şurası səs çoxluğu ilə müəyyənləşdirir. Əlbəttə, bu, bir variantdır. Ola bilər ki, sabah-ciəsi hakimiyyət öz layihəsini təqdim etsin və burada Müşahidə Şurası üzvlərini də, Baş direktoru da təyin etmək ölkə prezidentinin səlahiyyətinə verilsin. Çünkü dünyada, məsələn, Şimali Avropa ölkələrinde belə bir təcrübə vardır.

- *Qulu müəllin, sizin dediyiniz birinci variantda Şura özü məndə belə bir təsəvvür yaradır ki, bu, ən optimal yox, ən kompromisli yoldur. Çünkü, hər halda burada dövlətin və iqtidarin, belə deyək, nəzarəti qalır. Heç olmasa, 3 nəfərinə vəsiat ilə.*

Q.M.: Bilirsınız, məsələyə bir az real baxmalyıq. Biz marksizm-leniñizmdən uzaqlaşsaq da, mən Leninin məşhur bir kəlamını, yəni ümumiyyətdə, materializmin məhsulu olan belə bir ideyanı qəbul edirəm ki, materialiya şüru müəyyən edir, yəni ictimai varlıq ictimai şüru müəyyənləşdirir. Bizim gərçəkliyimiz bu gün Azərbaycanın mövcud gərçəkliyini, Azərbaycanda ictimai şüru, azərbaycanının ictimai şurunu, o cümlədən ictimai TV-yə münasibətdə bizim şururəvəyi məyyənləşdirir.

- *Bu gün siz dəyən variantı ictimaiyyət indiki səviyyədə də qəbul edə bilərmə? Eyni zamanda bu variant hakimiyyət üçün məqbuldurmu?*

Q.M.: Bilirsiniz, hakimiyəti deyə bilmərəm, amma bütövlükdə bu variant və ümumiyyətlə, ictimai TV ideyasının özü cəmiyyəti qanə etməlidir. Çünkü burada artıq yayım siyasetinin konkret çizgiləri göstərilir. Tutaq ki, siyasi plüralizm necə gözlənilməlidir, informasiya siyaseti hansı qaydada aparılmalıdır, əyləncəli proqramlar, tədris proqramları, reklamlar, kino, musiqi necə verilməlidir və s. Yəni artıq TV-nin idarə olunması və proqram-efir siyaseti bir, yaxud bir necə adamin iradəsindən asılı olmur. Bütövlükdə kollektiv yaradıcılığın, kollektiv fikrin məhsulu kimi ortaya çıxır. Düzdür, bizim reallığımızda bu, bir az çətin məsələdir. Ona görə ki, biz avtoritar təşəkkürə alışmışıq. Gözləyirik ki, kimsə nəsə desin, biz də eləyək. Və yaxud kimsə göstəriş versin ki, bunu belə hazırlayın, biz də deyək «baş üst».

*— Elə mənim növbəti sualıñ təxminən bu barədədir. Yəni belə götürəndə Azərbaycanda ictimai TV-ni bərqərar etməyə nə var ki? Möhtərəm Prezident belə bir fərman verə bilər və Azərbaycanda ictimai TV tez bir zamanda yarana bilər.*

Q.M.: Mən sizinlə şərıkəm. Amma burası da var ki, Azərbaycanda siyasi mühit tam formallaşmayıb. O qədər qeyri-müəyyən olaylar baş verir ki, burada nə desən mümkündür. Bəzən cənab Prezident böyük siyasi iradə nümayiş etdirib, demokratik təsisatlar yaradır. Amma məmurlar onun icrasında böyük yanlışlıqlara yol verirlər. Bir də görünən, dəyərli bir strukturun mahiyyətini elə təhrif edirlər ki, ondan heç əsər-əlamət də qalmır. Allah eləməsin ki, belə bir fəlakət ictimai TV-nin də başına gəlsin.

*- Belə bir, şəyiə demək istəməzdəm, hər halda, mülahizələr var ki, ictimai TV indiki dövlət TV-sinin bazasında yaradılacaq...*

Q.M.: Ümumiyyətlə, Avropa Şurasının qarşısında götürülen öhdəlik bundan ibarətdir ki, Azərbaycanın dövlət TV-si ictimai TV-yə çevrilsin.

*- Deməli, Azərbaycanda dövlət TV-si olmayıacaq?*

Q.M.: Bunu demək çətindir. Əgər hakimiyət hesab etse ki, indiki dövlət TV-si olmadan onun təbligat-təşviqat işləri ötüşməz, o zaman, yəqin ki, bir qurumu saxlayacaq. Mənəcə, buna normal baxmaq lazımdır. Axi nəzərə almaq lazımdır ki, biz Amerika, Fransa, Yaponiya, yaxud Böyük Britaniya deyilik, heç Türkiyə də deyilik. Bu dövlətlərin bəzilərində vaxtıla, ABŞ istisna olmaqla, dövlət TV-si olub, amma ictimai inkişafın müəyyən mərhələsində ictimai TV-ni daha üstün biliblər. Məsələn, tutaq ki, mən çox arzulayıram bizdə Bi-bi-si kimi, ya da Yaponiyadakı Encyc-key kimi ictimai maraqları qoruyan TV olsun. Yəni bu nə deməkdir?

Əgər bizim ictimaiyyət normal informasiya programı görəsə, sizin inandırıram ki, ictimai TV-dən danışmağa, bəlkə, heç ehtiyac qalmaz.

Türkiyədə ictimai TV yoxdur, amma TRT obyektiv və plüralist vərilişləri ilə bəzi vəzifəni öz öhdəsinə götürüb. Çünkü insanlar normal informasiya əmək istəyirlər. Onlar nəyin baş verdiyini olduğu kimi, ucuz təbliğat, təşviqat bəzəyi olmadan görməyi arzulayırlar. İnsanlar indi təbliğatdan beziblər. Onlar artıq özləri fakt eşidib təhlil aparmaq istəyirlər. Ona görə də ictimai TV-nin mövcudluq şərtlərindən biri də odur ki, insa illara obyektiv, dolğun, qarəzsiz informasiya verilməlidir.

- *Siz bu fikirlə razısunuz mu ki, əhalinin əksəriyyəti ictimai TV-nin nə olduğunu bilinir. Ola bilməzmi ki, indidən auditoriyani hazırlasınlar, təməsaçları elə bir səviyyəyə çatdırılsınlar ki, artıq ictimai TV haqqında bu adamlarda mətiyyən bir fikir yaransın.*

Q.M.: Əlbəttə, sözlərinizdə böyük həqiqət var. Təbliğat işi lazımlıca qurulmayıb, əz-çox görülən tədbirlərdə də naqışlıq özünü göstərir. Yəni ictimai TV-ni belə təbliğ etmək olmaz ki, bu nəsə qeyri-adi bir şeypdir. Yaxud, iridi belə təhlükəli tezislər səslənir ki, guya ictimai TV yarananda əhali iən abonent pulu yıqlacaq və camaat da başlayacaq gitəyəlməyə ki, pul yığan az idi, biri də bu yandan çıxdı. Bu cür zərərlı təbliğat aparmaq olmaz. Əhalini başa salmaq lazımdır ki, ictimai TV xalqın TV-sidir. Çox yerdə bunun adını cəmiyyət TV-si qoyublar. Yəni bu cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin maraqlarını ifadə etməli olan qurumdur. Bu TV insanlara öz haqqını, öz hüquqlarını başa salmalı, onları inlumatlaşdırmalı, biliyini, dünyagörüşünü artırmalı, zövqünü inkişaf etdirməlidir.

Ictimai TV-nin yaranması o demək deyil ki, kimsə tribuna əla keçirməli, kimsə yəni təbliğat kürsüsünə sahib olmalıdır. Qətiyyən belə deyil. İctimai TV peşə standartlarına və əxlaqi-mənəvi keyfiyyətlərinə görə bizim cəmiyyət üçün fenomen olmalıdır. Bize məhz cəmiyyətin nəzarətində olan belə bir TV lazımdır. Bize təmənnəli, yaltaq və riyakar adamların deyil, vicdanlı, mənəviyyatlı, dövlətini, xalqını, vətəni ni sevən peşəkar adamların çalışdığı TV gərəkdir.

- *Vaxt gələcək, ictimai TV yaradılacaq, təşəkkül tapacaq. Siz tribuna sözü işlədiniz. Artıq belə bir tribuna olmayıacaq ki, gah iqtidar söyücək müxalifəti, gah da müxalifətə mətiyyən səlahiyyətlər veriləcək ki, iqtidari söysün.*

Q.M.: Düzü, mən ictimai TV-ni belə biabırçı təsəvvür etmirəm. Çünkü, bu TV-nin əsas məqsədlərindən biri məhz cəmiyyətdə

dözümlülüyü və fikir plüralizmini inkişaf etdirməkdir. Ümumiyyət, qarşılıqlı ittihamların ədəbsiz formada ekrana çıxarılması ictimai TV-nin prinsiplərinə ziddir.

- *Qulu müəllim, mənim növbəti sualım sizin həmkarlarınız barədədir, belə deyək, bizim həmkarlarımız. Biz dedik ki, ictimaiyyət nə dərəcədə hazırlır, həmkarlarımız nə dərəcədə ictimai TV-yə hazırlırlar. Mənim dövlət TV-sində bir tanışım var. Çox da hörmət etdiyim bir adamdır. Öz reportajlarında «çox möhtərəm», «cənablar» ifadələrini təz-tez işlədir. Soruşanda da deyir ki, bəs mən belə danışanda daha çox xoşa gəlir. İndi ictimai TV bu cür adamlarla yaradılmalıdır, yoxsa yeni kadrlar axını olmalıdır?*

Q.M.: Bu, çox ince məsolədir. Adəton, belə deyirlər ki, yeni bir quruluş yaratmaq üçün yeni insan tərbiyə etmək lazımdır. Yeni mühit yeni düşüncə, yeni yanaşma tərzi tələb edir. Bu gün bizim üçün dövlət TV-sinin kadr bazası bir potensialdır. Nəzərə almalıyıq ki, ictimai TV, təkcə dövlət TV-sinin texniki bazasında yox, həm də kədər bazasında yaradılır. Bəs burada mənzərə necədir? Şübhəsiz ki, bu adamların arasında normal düşünən, asılılığı az olan, müstəqil fikirli insanlar da var. Bu adamlar jurnalistikə ilə məşğuldurlar, sərvət toplamağa, ucuz şöhrətə və bunlardan irəli gələn naqis işlərə baş qoşmurlar. Amma elələri də var ki, bəli, onları dövlət TV-sindən kər 'asdırsan, balığı sudan çıxarmaq kimi bir şey olar. Yəni bunlar o hava ilə işləməyə alışıblar ki, siz göstəriş verin, biz yerinə yetirək.

Kimisə tənqid etmək, yaxud kimisə tərifləmək həmişə asandır. Amma nəyi isə təhlil etmək, jurnalistikən prinsipləri çərçivəsində fəaliyyət göstərmək xeyli çətinidir. Bu gün bizdə, çox təssüs ki, jurnalistika özü və onun prinsipləri bütövlükdə çox ciddi deformasiyaya uğrayıb. İndi reketçilik həvəsi, peşəni qazanc vasitəsinə çevirmək, mənəviyyatsızlıq, az qala, bütün mətbuatı bürüyüb. Təssüs ki, belə jurnalistlər dövlət TV-sində də var. Ona görə də, bəli, ictimai TV yarananda belə adamlar üçün problem olacaq.

- *Amma indi başqa qəbildən olanlar, bunun əksi olan udamlar var mı? Məsələn, belə prinsipial qabiliyyətləri, vicdanlı, peşəkar jurnalistlər çoxdur mu Azərbaycan Dövlət Televiziyasında?*

Q.M.: Mənçə, belə adamların sayı o qədər də çox deyil. Əgər onların sayı çox olsaydı, biz bu gün telejurnalistikada dərin bataqlıqlara düşməzdik. İndi TV-də bəzi mənfi meyllər ona görə dərinləşib ki, həmin jurnalist kollektivində yaradıcılıq istedədi olmayıán, amma fəra-

sətli və səmərsiz adamlar özlərinə çox əlverişli mühit tapır, inkisaf edib «çıçoklaş» bilirlər. Ən təhlükəli cəhət odur ki, çoxları öz qabiliyyətsizliyini guya «dövlətçilik mövqeyində durması» kimi qeyri-səmimi, yalançı şiarlarla pərdələyirlər. Təəssüf ki, bəzən belələri gözə kül üfürməyi bacarırlar. Ona görə də, bəli, sizin dediyiniz istedadlı və ləya-qətlə jurnalistlər dövlət TV-sində də azdır. Amma elə bilməyin ki, özəllərdə, tutaq ki, bu cəhətdən hər şey yerli-yerindədir.

- *Qulu müəllim, özəl telekanallardan səhbat açdırınız və bildirdiniz ki, bunlarda də problem var. Digər tərəfdən, yəni ictimai TV ilə özəl kanalların münaibəti necə olacaq? Yəni indi AzTV ilə olduğu kimi, yoxsa bir az başqa müraciətdə?*

Q.M.: Hələlik iki strategiyadan danışmaq olar: biri rəqabət, digəri isə əməkdaşlıq. İndi, məsələn, informasiya siyaseti sahəsində AzTV-də rəqabət anlayışı yoxdur. Çünkü ANS-in «Xəbərçi»si, tabii ki, dövlət TV-sinin xəbərlər buraxılışı ilə müqayisədə çox üstündür. Heç müqayisə olunası deyil.

- *Yəni ayrı-ayrı şeylərdir bunlar?*

Q.M.: Tanıam başqa-başqa şeylərdir. Amma sabah ictimai TV sanballı xəbərlər programı ortaya çıxara bilsə, tabii ki, «Xəbərçi»nin auditoriyası xeyli azalacaq.

- *Amma başqa məhdudiyyət də var ki, «ANS»ə bu gün Gədəbəyda baxa bilmirlər, amma dövlət televiziyasına baxa bilirlər.*

Q.M.: Dogrudur, bu texniki problemdir. Hər halda, mən sizə deymim, bu dəqiqliq «ANS» və digər özəl TV-lər də istəyir ki, yayım dairəsini genişləndirsin. «Lider» peyk vasitəsilə buna nail olub. «Speys» çox düşünülmüş bir yayım siyaseti və texniki xətt yeridir. Yəni, bunlar alışqılanmalıdır.

Bizim tamaşaçı auditoriyası nə qədər çox alternativ informasiya ala bilse, bir o qədər yaxşıdır. Amma ictimai TV-yə verilən tələblərdən biri də odur ki, o, Azərbaycan əhalisinin və ərazisinin təxminən 98 faizi-ni əhatə edə bilsin.

- *Qulu müəllim, siz texniki məsələlərdən danışdırınız. Ona görə də, ümumiyyətlə, digər telekanalların AzTV-dən bir dövlət kanalı kimi, həm də texniki asılılığı var. Səhbat qüllədən, dalğa yayımından, tezliklərin veriləməsindən gedir. Mən bilən, burada dövlət televiziyanın icazəsi olmalıdır.*

Q.M.: Xeyr, o, Nazirlər Kabinetinin 1998-ci ilin aprel qərarı ilə bağlı olan bir dəlaşıqlıqdır. Nəsə həmin məsələdə böyük anlaşılmazlıq yaranıb. Çünkü bu qərarda belə bir bənd var ki, guya dövlət TV-si arayış

verməlidir ki, filan rayonda işləyən telestansiyanın texniki avadanlığı standarta uyğun gəlir, ya gəlmir. Sonra bu işi həvalə etdilər Rabitə Nazirliyinin Teleradio İstehsalat Birliyinə. Əlbəttə, siz dediyiniz kontekstdə bu, qanunsuzdur. Ona görə ki, bir TV başqa TV-nin texniki imkanları haqqında rəy verə bilməz.

- *Qılı müəllim, sonuncu sualım: Azərbaycanda ictimai TV olacaqmı?*

Q.M.: Vallah, bu elə qəлиз sualdır ki... Birmənali şəkildə onu qəti demək olar ki, Azərbaycanda ictimai TV yaranacaq. Amma necə TV olacaq? Bax, adam bunu deməyə çətinlik çəkir.

- *Yəni olacağına şübhə yoxdur, amma necə olacağını gözləmək lazımdır.*

Q.M.: Gözləmək lazımdır, bəli.

- *Çox sağ olun.*

«Çətin suab» programının bugünkü qonağı tanınmış jurnalist, Azərbaycan Dövlət Televiziyası «Səhər» programının rəhbəri Qılı Məhərrəmli idi.

*Müsahibəni apardı:*

Zülfüqar RÜFƏTOĞLU,

Bi-bi-si radiosu, 18 dekabr 2001-ci il.

## **İctimai televiziya günün reallığıdır**

(«Internyus» in hazırladığı «İctimai yayım» haqqında qanun layihəsinin müzakirəsi ilə bağlı Bakı Mətbuat Klubunda keçirilən «dəyir ni masa»da çıxış)

Dünya ölkələrində ictimai TV nə üçün yaradılır? Bunun əsasən üç mühüm səbəbi var. Birinci, getdikcə televiziya kanalları çoxalır, həminin baxacağı ortaq bir kanala ehtiyac yaranır. İkinci, vəsaitin da-ha səmərəli xərclənməsini şərtləndirən maliyyə və sosial-iqtisadi səbəbdür. Üçüncüüsü isə, cəmiyyətdə plüralizmi labüb edən ictimai-siyasi səbəbdür. Bütün kanalların içərisində heç nədən və heç bir qurumdan asılı olmayan, cəmiyyətin mənafeyini, milli maraqları, geniş mənada dövlət marağını ilədə edən bir yayma ehtiyac yaranır. Bu səbəblərə görə ictimai TV-nin yaradılması zəruridir. Azərbaycanda da belə TV olmalıdır: həm cəmiyyətin demokratiya istiqamətində inkişaf məntiqinə, daxili tələbata gərə, həm də AŞ qarşısında götürülən öhdəliyə görə.

İctimai TV-nin yaradılmasından qorxmaq lazımlı deyil. Dövlət, hökumət məməulları belə düşünürlər ki, ictimai TV müxalifət TV-si olacaq. İctimai TV Azərbaycanda demokratianın inkişafına, söz azadlığına, fikr plüralizminə, ictimai rəyi ifadə etməyə xidmət göstərən bir tribuna olacaq. Azərbaycanın AŞ qarşısında götürdüyü öhdəliklərdən biri məhz dövlət TV-sinin ictimaləşdirilməsi ilə bağlıdır. Müzikərə etdiyimiz qanun layihəsi də bu məqsədi hazırlayıb və o, ictimai TV-nin mənəhiyyət və prinsiplərini dolğun əks etdirir.

Dövlət TV-si Azərbaycan xalqının uzun illər ərzində formalasdırıldığı bir qurumdur. Bu mənada Azərbaycan Prezidentinin məşhur bir kəلامı çox ədalətli səslənir: «Azərbaycan Milli TV-si xalqımızın milli sərvətidir». Söhbət bu TV-ni yox etməkdən deyil, onun imkanlarından dövlətin, her bi vətəndaşın, cəmiyyətin ümumi maraqlarına uyğun şəkildə daha səmərəli istifadə etməkdən gedir. Bu tələbə cavab verən yeganə yayım forması ictimai TV-dir. Əgər dövlətə, ali icraedici orqana TV vasitəsilə öz fəaliyyətini təbliğ etmək üçün yayım lazımdırsa, onda dövlət yox, ayrıca hökumət kanalı yaratmaq olar.

İctimai TV-nin özü də dövlətin və hökumətin maraqlarını nəzərə almağa, onun fəaliyyətini geniş işıqlandırmağa, rəsmi informasiyanı yaymağa borschidur. İctimai yayım bu işi normal, peşəkar səviyyədə yerinə yetirse, hökumətin özünə ayrıca kanal açmasına ehtiyac da qal-

inaz. ABŞ konstitusiyasına Birinci düzəlis də mahiyyətində elə buna, idarəedici strukturun təbliğat orqanına malik olmamasını nəzərdə tutur. Normal ölkələrdə belə hesab edirlər ki, hakimiyyət orqanlarının təbliğat qurumu olsa, həmin qurum şəxşidilmiş təbliğat aparmaqla öz fəaliyyəti barədə xalqda yalnız təsəvvür yarada bilər.

Azərbaycanda vəziyyət bir az başqadır. Bizdə demokratianın mövcud səviyyəsi, həm əhalinin, həm idarə edənlərin düşüncə tərzi və psixologiyası ilə bağlı problemlər var. Azərbaycanda döylət, hökumət TV-sinə ehtiyac varsa, o, ictimai yayımdan kənar bir qurum olmalıdır. İctimai TV isə bir strukturun, hansısa siyasi-kommersiya dairesinin yayımı deyil, ümumxalq TV-si olmalıdır. Biz elə bir TV yaratmałyq ki, yeni bir mutant ortaya çıxmasın. Elə bir TV yaratmałyq ki, sonra xalq AzTV-yə rəhmət oxumasın. Sizi inandırıram ki, dövlət TV-sində normal, obyektiv informasiya programı olsayıdı, bəlkə də, ictimai TV-yə bu qədər kəskin ehtiyac qalmazdı. İndi bütün dünyada TV-yə aid olan ümumi dəyərlər var ki, peşə standartları ilə uzlaşan bu dəyərlər-dən biz də yaranıla bilərik.

İctimai TV ekranında xüsusən rəsmi məlumatlarə müəyyən tələblər verilməlidir. İndi ekranda nəyi müşahidə edirik: tutaq ki, Daxili İşlər Nazirliyinin məlumatı verilir. Əvvəl uzun-uzadı giriş oxunur və bura-da hökumətin bu şahədəki fəaliyyəti təqdir olunur, xüsusi olaraq bildirilir ki, son illərdə qanunsuz silahların yiğilması ilə bağlı bir çox iş görülüb və s. Axırda da deyilir ki, haradansa 1 avtomat, 20 patron, yaxud 2 tapança tapılıb. Burada təbliğat informasiyani üstələyir, faktı kölgədə qoyur. İctimai TV-də siyasi çalardan azad, ideoloji yükü olmayan rəsmi məlumatlar verilməlidir.

«Jurnalist» media bülleteni,  
№8, dekabr 2001-ci il.

## **«AzTV-2 ictimai televiziya üçün objekt ola bilməz».**

Azərbaycanın dövləti Avropana Şurasına qəbul olunması üçün bu qurum qarşısında bir sıra öhdəliklər götürdü. Təessüf ki, öhdəliklərin ek-səriyətinə hələ də əməl etməyib... AzTV-nin ictimai işməsinin yaxın zamanlarda reallaşacağı ilə bağlı gəzen söz-söhbətlərə aydınlıq gətirmək və ümumiyyətlə, ictimai TV anlayışının izahını vermək üçün Qulu Məhərrənliliyə müraciət etdik.

- Ümumiyyətlə, ictimai TV nədir?

- İctimai TV cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin mənafeyini ifadə edən bir teleiziyyadır. Konkret olaraq, ictimai TV-ni bu cür səciyyələndirmək olar ki, bu, cəmiyyətin və xalqın TV-sidir.

- İctimai TV necə idarə olunur?

- İctimai TV həm də idarəolunma üsuluna görə ictimai adlanır. Yəni ictimai TV-nin fəaliyyəti üzərində ictimaiyyətin müəyyən mexanizmlər vasitəsilə nəzarəti nəzərdə tutulur. Əsasən, iki pilləli idarəolunma variantı var. Birinci, təxminən 9-11 nəfərlik ali nəzarət komissiyası yaradılır və bu komissiyanın üzvləri Azərbaycan cəmiyyətinin etibar etdiyi şəxslərdən ibarət olur. Həmin komissiya bütün teleməkanın yayım konsepsiyasına və ən prinsipial məsələlərə cavabdehdir. Komissiya üzvlərinin bir qismini Prezident, Milli Məclis, bir qismini isə ictimaiyyət müəyyən edir. İkinci isə, TV-nin özündə konkret idarə forması, məsələn, Yayım Şurası adlanan qurumdan ibarətdir. Yəni bu, daha çox içi qrupdur. Həmin qurum gündəlik efir yayımı ilə məşğul olur, konseptual cəhətdən redaksiyaların işini tənzimləyir. Eyni zamanda, icraçı direktorun fəaliyyətinə bir növ nəzarət edir.

- İctimai TV-in maliyyələşməsi hansı prinsiplər əsasında həyata keçirilir?

- Maliyyələşmə məsələsində üç variant mövcuddur. Birincisi, əhalidən alınan abonent pulu hesabına gerçəkləşir. İkinci variantda TV-nin səhmlərini alan müxtəlif təşkilatların hesabına maliyyələşmə nəzərdə tutulur. Məsələn, ola bilər ki, TV səhmdar cəmiyyətə çevirilir və bunun aksiyalarını bir neçə təşkilat alır. TV-nin öz kollektivi də bu səhmlərin sahibi ola bilər. Üçüncü, mənim ən optimal saydıığım variantdır ki, ictimai TV dövlət bütçəsindən maliyyələşdirilir. Əslində, bütçədəki pul vətəndaşların, yəni hər birimizin puludur. Ona görə də TV-nin bütçədən maliyyələşməsi məqsədə uyğundur ki, gələcəkdə səhm sahibi

olan fərdlər və təşkilatlar TV üzərində nəzarət yarada bilməsinək. Məsələn, Berezovskinin ORT-nin səhmlərinin bir qismini sahib olmağı eybəcər hallar doğururdu. Berezovski qrupu ilə Lujkov qrupunun mübarizəsində Dorenko kimi istedadlı jurnalistlər adı bir «dəyənək» funksiyasını yerinə yetirildilər. Gələcəkdə Azərbaycanda da bu cür hallara yol verməmək üçün TV-nin büdcədən maliyyələşdirilməsi vacibdir ki, o heç kimin əlində vasitəyə çevrilməsin.

- *Azərbaycanın Avropa Şurası qarşısında götürdüyü öhdəliklərdən biri də AzTV-nin ictimailəşməsi idi. Bu istiqamətdə AzTV-də hansı işlər görülür?*

- Bu öhdəliyi AzTV özü götürmədiyinə görə, bu işlə məşğul olmur. Öhdəliyi Azərbaycan dövləti götürdüyü üçün bu prosesləri dövlət həyata keçirir. Və mənim bildiyimə görə, bu yönəhazırda müəyyən işlər gedir. Bunun üçün əvvəlcə ictimai TV haqqında qanun qəbul olunmalıdır. Əgər işlər lazımi sürət və istəkli aparılısa, bù ilin ortalarında Azərbaycanda ictimai TV fəaliyyətə başlaya bilər.

- *Bəs indi AzTV-də hansı variantlar müzakirə olunur? Yarı belə fikirlər mövcuddur ki, AzTV-2 ictimailəşəcək, AzTV-1 isə dövlət TV-si olaraq qalacaq.*

- İndi bir neçə variant müzakirə olunur. Ən əsası isə, ictimai TV ilə yanaşı, dövlət TV-sinin qalması da düşünülür. Ciddi bir problem də var. Hökumət tələb edir ki, ictimai TV ilə yanaşı, dövlət TV-si də fəaliyyət göstərsin. O ki qaldı AzTV-2 və başqa TV-lərin ictimailəşməsinə, bunlar qeyri-ciddi səhbətlərdir. AzTV-2, ümumiyyətlə, müzakirə predmeti ola bilməz. Çünkü onun heç bir texniki bazası yoxdur. Yalnız efiri var. Ona görə də o ictimai TV üçün obyekt ola bilməz.

Biləndər NƏCƏFOĞLU,  
«Hürriyət» qəzeti,  
9 yanvar 2002-ci il.

## «İctimai yayının məqsədi ictimai fikir, ictimai düşüncə və ictimai mənafedir»

10 il bundan əvvəl biz yalnız bir TV – Azərbaycan Dövlət Televiziyasını tanyırdıq. Müasir dövrde isə istər paytaxtda, istərsə də əyalətdə müxtəlif TV kanallarını izləyirik. Və onların hamısı «közel televiziya» adı altında yayımlanır. Bu anlayış artıq bizim üçün yeni deyil. Özəl TV-lərin fəaliyyəti və funksiyaları bize yaxşı məlumatdır. Son günlər isə TV ilə bağlı daha bir ifadəni də təz-tez eşidirik – ictimai TV. «İctimai televiziya nadir və hansı məqsədləri daşıyır?» suali ilə çoxlarmızın yaxşı tanıldığı, «Səhər» programının baş redaktoru, telejurnalıst Qulu Məhərrəmliyə müraciət etdik.

- Ümumiyyətlə, ictimai TV anlayışı Amerikada təxminən 50-60-ci illərdə, Avropana 70-80-ci, keçmiş Sovetlər məkanında isə 90-ci illərdə ortaya çıxıb. Bu, TV yayımının bir formasıdır. Dünya ölkələrində ictimai TV-nin yaranmasının mühüm səbəbləri olub. Məsələn, ABŞ-da tezliklər müxtəlif kommersiya TV-lərinin əlinə keçdiyindən, kanalların məhdudluğuna səbəb olurdu – bu bir. İqtisadi cəhət – ikinci, cəmiyyətin bütün təbəqələrinin marağının ekranda ifadə olunması zərurəti isə üçüncü səbəb idi. Bu üç səbəb ictimai TV fenomenini labüdəşdirirdi. Doğrudur, ölkədə xüsusi ixtisaslaşmış kanallar var idi ki, onlar ayrı-ayrılıqla inforasiya, kommersiya, şou-əyləncə, idman və digər yönümlü programlara üstünlük verirdilər. Amma mütləq cəmiyyətin çox hissəsinin baxdığı bir kanal lazımdı. Yəni o, cəmiyyətin müəyyən məhdud qrupunun maraqlarını ifadə etməkdən azad olmalı idi.

70-ci illərin ortalarında Avropa Şurası ictimai TV-nin yaradılması principləri həlqəndə xüsusi qərar qəbul etdi. Bu gün bütün demokratik cəmiyyətlərdə ictimai TV-nin yaradılması zəruri amil kimi qəbul olunur. Avropanın həm Qərb, həm də sosialist düşərgəsində çıxmış ölkələrində ictimai TV fəaliyyət göstərir.

Ictimai TV-nin əsas məqsədi cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin mənafeyini ekranda əks etdirməkdir. İctimai TV çoxluğun fikrini ifadə edən televiziyadır. Özəl TV-lərin konkret məqsədi müəyyən kommersiya fəaliyyətini genişləndirmək və gəlir əldə etməkdir. Dövlət TV-sinin məqsədi isə dövlətin qərarlarını, siyasetini təbliğ etmək, dövlət orqanlarının fəaliyyətini işıqlandırmaqdır. Cəmiyyətə isə əla bir yayım forması lazımdır ki, orada tam neytral, liberal, siyasi oriyentasiyadan azad verilişlər göstərilisin.

Amma təsəssüf ki, bizdə bəziləri ictimai TV-ni müxalifət TV-si kimi

başa düşür. İctimai TV-nin mahiyətinin bu cür təhrif olunması vəxalarında yanlış fikirlər yaradır. İctimai TV xalqın milli mənafeyini, ictimai maraqlarını müdafiə edən televiziyadır. İctimai yayının əsas məqsədi ictimai fikir, ictimai düşüncə və ictimai mənafedir.

- *Sizcə, Azərbaycanda ictimai TV-nin auditoriyasının görmək, eşitmək istədiyi nədir?*

- Bu gün kifayət qədər informasiya və intellektə malik olan Azərbaycan cəmiyyəti dolğun və qərəzsiz informasiya istəyir. Qəzet oxucusundan fərqli olaraq TV tamaşaçısının müqayisə imkanları genişdir. O, digər ölkələrin də TV-lərinə baxır. Və beləliklə də, geniş müqayisə imkanlarına malik olur.

Dünya standartları ilə işləməyi bizzən günün reallığı tələb edir. TV-ni də bu prosesdən kənara qoymaq aqlasığlaşdır.

- *Bizzət ictimai TV-nin yaradılmasında, əsasən hansı modellərə istinad edilir?*

- Sistem özü Avropadan gəlir. Amma onun formaları müxtəlifdir. Məsələn, Bi-bi-si yarandıqdan bir neçə il sonra ictimai yayım formasına keçib. İlk mərhələdə belə düşündürdü ki, Azərbaycan Dövlət Televiziyası ictimai TV-yə çevrilisin. Sonradan bizim gerçəkliyə uyğun olaraq, qərara alındı ki, dövlət TV-si qalsın və ayrıca ictimai TV yaransın.

Qəbul ediləcək qanun ümumilikdə teleradio yayımı haqqında olacaq. Burada həm dövlət, həm kommersiya, həm də ictimai TV-nin fəaliyyət istiqamətinin hüquqi əsasları müəyyənləşdiriləcək. Bu gün Azərbaycanda TV yayımı ilə bağlı bir çox sualların cavabsız qaldığı vaxtda qanunun yaradılması çox vacibdir. Yayım qanuna tənzimlənməlidir. Bunun üçün də Teleradio Şurasının yaradılması nəzərdə tutulub. Qanunun çox böyük hüquq və səlahiyyətlər verdiyi Şura üstlərən kimi teleradio yayımı ilə bağlı olan bütün nüansları tənzimləyəcək.

- *Şuranı kimlər təmsil edəcək?*

- Şuranın üzvləri Prezidentin təyin etdiyi Azərbaycan ictimaiyyətinin rəğbet bəslədiyi, cəmiyyətdə müəyyən nüfuzlu malik 9 nəfər olacaq. TYŞ özəl TV-lərin də ümumi informasiya fəzasının yaradılması ilə bağlı siyasetini müəyyən edəcək.

- *İctimai TV-nin maliyyələşdirilməsi hansı prinsiplər əsasında həyata keçirilir?*

- İctimai TV-nin maliyyələşdirilməsinin bir neçə modeli var. Burada həm dövlətin sərmayesi ola bilər, həm səhmdarların, həm də abunaçılırin. Bizim son zamanlar rastlaşdığımız model isə ORT modelidir. Burada maliyyənin bir hissəsini dövlət, bir hissəsini isə səhmdarlar qoyur. Amma ORT belə bir variantda ciddi problemlərlə üzləşdi. Ona sərmayə

qoyan Berezovski əksər istedadlı jurnalistləri özündən asılı vəziyyətə salıdı. Jurnalıstlar onun maraq və mənafeyini qorumağa möhkum idilər. Ona görə də Rusiya ziyahları bu variantu qəbul etmək istəmirdilər.

Bizdə də bu məsələ ciddi problemdir. Mən bütün variantlarda bura özəl strukturların və yaxud səhm sahiblərinin kapital qoymasının əleyhinəyəm. Cünki bu, çox təhlükəli nəticələrə gətirib çıxara bilər. Gələcəkdə səhmdar bu və ya başqa səbəbə görə qoymuş payı geri götürə bilər. Onda ictimai TV hansı vəziyyətdə qalar? Əgər dövlət ayrıca bir TV-nin yaradılmasına razılıq verirse, onun bütçədən maliyyəlaşması ən optimal variantdır. Cünki Rusiya təcrübəsi göstərdi ki, səhmlərin hesabına formalaşan TV heç də obyektiv və ictimaiyyətin gözlədiyi TV olmur.

Başqa bir məsələ də var. Əgor biz Azərbaycanda ictimai TV-ni səhmdarların və dövlətin birgə maliyyəsi ilə yaratmaq fikrinə düşsək, onda sual olsunacaq ki, səhmdarın bu yayımı vəsait qoymaqda nə mərağı var? Cünki ictimai TV kommersiya maraqlarından uzaq olmalıdır. Hər halda, bu məsələlər ciddi şəkildə öyrənilməlidir.

- *Ictimai TV-nin idarəciliyində hansı fərqli cəhətlər olacaq?*

- Əlbəttə ki, həm dövlət, həm də özəl TV-lərin idarəciliyindən prinsipial şəkildə ərqlənəcək. Əsas fərq ondan ibarətdir ki, rəhbərlik daha çox kollegial xarakter daşıyır. Burada Azərbaycan ziyahlarının, siyasi partiya və ictimai təşkilatların nümayəndələrinin təmsil olunacağı idarə heyəti tipli qurum olacaq. Həmin qurum ümumilikdə ictimai TV-nin yayım konsepsiyasını müəyyənləşdirərək, baş direktoru təyin edəcək. Baş direktor üz növbəsində həmin qurumun qarşısında TV-dəki bütün proseslərlə bağlı hesabat verməye borcludur. Yayım siyasetindəki kollegiallıq, yəni ictimai nəzarət, istər-istəməz həm eməkdaşlarının, həm də rəhbər vəzifə utanlarının fəaliyyətinə təsir edəcək. Əslində, bu, TV-nin Qərbdə olan azad idarə və sosial məsuliyyət deyilən nəzəriyyələrini, bir növ, öz fəaliyyətində gerçekləşdirməli olacaq.

Bizdə bəzən veriliş, reportaj hazırlayan jurnalistin cəmiyyət qarşısında məsuliyyəti hiss olunmur. Söz sahiblərinin məsuliyyət daşımışı çox vacibdir. İctimai yayımın şərtlərindən, prinsiplərindən biri də cəmiyyətə balanslaşdırılmış informasiyanın verilməsidir. Yəni biz hər hansı bir fakta, ən azy iki münasibət əks etdirməliyik. Dünyanın qəbul etdiyi qaydalar əsasında fəaliyyət göstərməliyik. Hesab edirəm ki, cəmiyyətin demokratikləşməsi yolunda ictimai TV mühüm bir mərhələ olacaq. Əgor cəmiyyətin, millətin mənafeyinə cavab verən TV yarada bilsək.

- *Verilişlərin xarakteri barədə nə deyə bilərsiniz?*

- Bütün TV-lərin özünün konkret yayım siyaseti olur. Çox sahələrdən

danişmaq olar. Amma TV-də üç əsas istiqamət var: informasiya, maarifləndirmə və əyləncə. İctimai TV hər üç istiqaməti özündə əks etdirməlidir. Bu, TV-nin sosial funksiyasıdır. Hər şey program siyasetini qurmaqdan aslidir. Bu gün Azərbaycan tamaşaçısı daha çox siyasi və əyləncəli programlara meyllidir. Maarifçilik işini isə, sanki arxa plana keçirmişlər. Bu barədə düşünmək lazımdır. Bu, TV üçün mütləq vəzifə olmalıdır. Amma düşünürəm ki, belə verilişlər lazımdır. Maarifçi veriliş dedikdə, heç də əlində təbaşir tutan müəllimin nəsə öyrətməsini nəzərdə tutmuraq. Əslində, öyrədicilik, maarifçilik bütün verilişlərin ruhunda olmalıdır. Qərbdən gələn əyləncəli verilişlərin mayasında maarifçilik üstünlük təşkil edir. Bu ideya daha populyar, insan psixologiyasına daha yaxın bir formada təqdim olunur. Funksiyaların qarışması prosesi gedir.

- *İctimai TV-nin əhatə dairası necə olacaq?*

- Şübhəsiz, ictimai TV-nin verilişləri əhatəsi geniş olan kanalla yayımlanmalıdır ki, ölkə əhalisinin hamısı ona baxa bilsin. Bütün bunlar ictimai TV ilə bağlı qanunda öz əksini tapacaq.

- *Bəs ictimai TV-nin yaradıcı heyəti hansı prinsip əsasında seçiləməlidir?*

- Burada konkret resept vermək olmaz. Təbii ki, kadrlar hazırda Azərbaycan teleməkanında mövcud olan özəl telekanallardan, kinostudiya əməkdaşları sırasından, qəzetlərdən və daha çox dövlət TV-sindən götürülməlidir. Ümumilikdə, burada Azərbaycan jurnalistikasının potensialı təmsil edilməlidir. Nəzərə alınmalıdır ki, ictimai TV-nin verilişləri Azərbaycan jurnalistikasının intellektual səviyyəsinin və Azərbaycan gerçekliyinin güzgüsü olmalıdır.

- *Azərbaycan jurnalistlərinin səviyyəsi haqqında hansı fikirdəsiniz?*

- Bu gün, ümumilikdə, Azərbaycan jurnalistikasının səviyyəsi çox yüksəkdir. Amma çox təəssüf ki, aşağı səviyyəli qəzet və TV programlarına da tez-tez rast gəlinir. Onları hazırlayanlar sadəcə, kağız korlamaq və efir vaxtını doldurmaqla məşğuldurlar. Əslində, bu gün jurnalistikada çox ciddi proseslər gedir. Artıq dünya standartlarına uyğunlaşan mətbuat nümunələrimiz var. Bunlar isə jurnalistikyanın inkişafından xəbər verir. Amma çox ciddi problemlərlə də üzлəşirik. Bunların sırasında, ilk növbədə, peşəkarlıq səviyyəsinin aşağı olmasını, reket jurnalistikasının mövcudluğunu və sarı mətbuata meylih artığını göstərə bilərəm. Bu üç mühüm nöqsan Azərbaycan jurnalistikası üçün çox ciddi problemdir.

Tünzalə BABAYEVA,

«Bizim əsr» qəzeti, 7 aprel 2002-ci il.

## Bizi ictimai TV lazımdır mı?

Bu, indi Azərbaycan cəmiyyətində ictimai TV yaradılması ilə bağlı tez-tez səslənən çoxsaylı suallardan yalnız biridir, amma bizim tamaşaçılar üçün heç də ən prinsipli deyildir. Çünkü ekranda daha çox müxtəlif şoulara öyrəşmiş Azərbaycan tamaşaçısının əksəriyyəti yalnız TV istehlakçısıdır. Onların fəal vətəndaş mövqeyi tələb edən belə dilemmasayağı suallarla işləri yoxdur. İctimai TV ideyasının gerçəkləşməsi, daha çox hakimiyətin, bu hakimiyətin demokratik islahatlar yolunda atdığı addimları zərəbinə izləyən siyasi qüvvələrin və bir də təşəbbüsçü kimi daim seyt-notla üzləşən Avropa Şurasının qayğısidır.

Bəli, ictimai TV ideyası bize, can atlığımız Avropadan gəlir. Çünkü daxil olmaq istədiyimiz Avropa hüquq məkanının demokratik cəmiyyət üçün öz şərtləri, öz ölçü meyarları var. Avropahılar belə hesab edirlər ki, azad cəmiyyətə doğru istiqamət götürmüş hər hansı ölkədə mətbuat azaılığının mövcudluğu məsələnin yalnız bir tərefidir. Əsas odur ki, mətbuat vasitələri (mətbəə, çap vasitələri və s.) üzərində monopoliya yolu verilməsin. Eyni zamanda bu monopoliya çoxkanallı teleradio yayımı şəbəkəsində cəmiyyətin maraqlarını güdən ictimai TV-yə də aid edilməlidir. Ona görə də Avropa Şurasına daxil olarkən Azərbaycanın götürdüyü öhdəliklər sırasında ölkədəki söz-mətbuat azadlığına və sərbəst yayıma daha bir töminat kimi ictimai TV yaradılması məsəlesi də ön plana çəkilib. Yeni yayım növünün necə ərsəyə getirilməsi yolu ilə göstərilib; mövcud dövlət TV-si ictimai TV-yə çevrilir.

Belə görünü ki, hər şey aydınlaşdır. Amma yox, üçüncü ildir ki, mətbuatda və müxtəlif toplantılarda ictimai TV yaradılması haqqında uydurma versiyalar rəlli sürürlür, xüsusən, anlaşılmaz səbablərə görə bu yayım növünün mahiyyəti təhrif olunur, onu gah müxalifət TV-si, gah dövlət TV-sinin bir qolu, gah da əhalidən büdcəyə pul yiğmaq üçün yeni bir tələ kimi qələmə verirlər. Beləliklə, Azərbaycan cəmiyyətində hələ yaşınamayan bir TV-nin xofu yaradılır, aşağılarda və yuxarılarda ictimai TV haqqında yanlış gümanlar dolaşır. Belə yerdə Dekartun bir fikrini xatırlamamaq mümkün deyil: «İşlətdiyin sözlərin mənasını bilsən və dəqiqlişdirən, bəşər yarat öz yanlış gümanlarının yarısından xilas olar».

Ele isə dəqiqlişdirməyə çalışaq ki, ictimai TV nədir və niyə onu təkidi Azərbaycanın kommunikasiya mühitində daxil etmək istəyirlər? Suallın birinci hissəsinə cavab vermək üçün biz ictimai TV-nin klassik mo-

delinə nəzər salmalıdır. Çünkü yeni yayım növünün əsas xüsusiyyətləri ni dolğun əks etdirən bu modelə görə ictimai TV, ilk növbədə, cəmiyyətin maraqlarını müdafiə edir. Yəni kommersiya, dövlət, əyləncə və s. kanallarından fərqli olaraq, əvvəla, ictimai TV öz verilişlərində ümum-milli maraqları mütləq nəzərə alır. İkincisi, ictimai TV obyektiv və qə-rəzsiz tribuna olmaq etibarı ilə öz programlarında (xüsusən, informasiya buraxılışlarında) siyasi plüralizmi əsas götürür. Buradə hədyanla-ra və təhqirlərə yol verilmir. Üçüncüsü, ictimai TV heç kimdən astı deyil, sərbəstdir, kollegial idarə olunur və dövlət onun işinə qarışmir. Dördüncüsü, bu TV, əsasən abonent pulu hesabına maliyyələşir və bu səbəbdən ictimai yayım üzərində vətəndaş nezərəti mövcuddur.

Məhz bu cəhətlərinə görə, Qərbi Avropa ölkələri artıq 20-30 ildir ki, ictimai TV-ni seyr etməkdən zövq alır, insan hüquqları ilə məşğul olan beynəlxalq təsisatlar isə bu yayım növünü hər hansı ölkədə demokratiyani inkişaf etdirməyin əlverişli və zəruri vasitələrindən biri sayırlar. SSRİ dağlıqlıdan sonra Qərbin demokratik institutları keçmiş sosializm düşögəsində - Şərqi Avropa və MDB məkanında məqsədinə, məhiyyətinə və prinsiplərinə görə yeni olan bu teleyayım formasını tətbiq etmək xəttini götürdülər. Uzun müddət sovet ideologiyası ilə qidalanmış adamlar görürdüllər ki, yeni TV, ilk növbədə, hər cür ideoloji buxovlardan, hakimiyyət təzyiqlərindən azaddır və gerçəklilik haqqında tamaşaçıya doğru-dürüst informasiya verməsi, rəngarəng verilişlərlə onun zövqünü oxşaması, cəmiyyətdə barışq, dözlümlülük təbliğ etməsi, mülayimliyi və qərəzsizliyi ilə seçilir.

Getdikcə aydın olurdu ki, ictimai TV-nin əsas məqsədi bütövlükdə cəmiyyətin və onun ayrı-ayrı sosial təbəqələrinin dolğun informasiya almaq tələbini ödəməkdir. Eyni zamanda bu TV seyrilərin ictimai həyatın müxtəlif sahələrinə dair məlumat almaq, onların təhsil, mədəniyyət, musiqi-əyləncə və s. sahələrdəki ümumi maraqlarını təmin etməyi, söz və fikir azadlığını, cəmiyyətin mövcud siyasi palitrasını, müxtəlif baxış və əqidələri əks etdirməyə yönəlmış teleprogramların tarazlaşdırılması bölgüsünə əsaslanır.

Cəmiyyətin elitar-intellektual təbəqəsini özündə cəlb etməsi, xalqın maariflənməsi qayğısına qalması, insan ləyaqətinə hörmətlə yanaşması, öz fəaliyyətində milli əxlaq normalarına əsaslanması, programlarının tam peşə standartlarına uyğunluğu, hər cür təmənnə və qərəzdən uzaq olması da keçmiş sovet məkanında ictimai TV idəyasını xeyli populyarlaşdırıb. Doğrudur, ictimai şūrun nisbətən yüksək olduğu Polşa, Rusiya və Ukrayna kimi ölkələrdə hakimiyyətin yeni TV-yə diş

qıcadığı çox hallar olub, amma bütövlükde həmin yerlərdə ictimai yayım təhlükəsi alətinə deyil, demokratik cəmiyyətin attributlarından birinə çəvili bilib.

Azərbaycanın Avropa Şurasına daxil olması ilə yeni hüquqi məkana qədəm qoyması bizdə də ictimai TV-nin yaradılmasını həyatı zərurətə çevirir. Deməli, başlıca çıxardığımız sual bu məqamda öz aktuallığını itirir, yəni bizim istəyimizdən asılı olmayaraq artıq Azərbaycanda ictimai TV-nin gerçəkləşməsi faktıdır. Amma o necə gerçəkləşəcək və bizim cəmiyyətə nə verəcək? – bax bunlar düşündürüci suallardır. Xüsusən, mövcud Azərbaycan reallığında belə bir TV-nin xalq və cəmiyyət üçün faydalı olacağına çoxları pessimist yanaşır.

Avropanılar isə nikbindirlər və güman edirlər ki, bizdə də ictimai TV-nin yaradılması vətəndaş cəmiyyəti quruculuğuna, bütövlükde demokratik proseslərin sürətləndirilməsinə mühüm töhfə verəcək. Onlar belə hesab edirlər ki, cəmiyyətdə siyasi plüralizmin inkişafında, toleranlığın genişlənməsində, vətəndaş sülhünün və qarşılıqlı anlaşmanın yaranmasında ictimai TV öz rolunu oynaya bilər. Əlbəttə, bu, nəzəri cəhətdən beşdir. Axi, uzun və spesifik keçid dövrünü yaşıyan Azərbaycanda başlıca döyərlərə söykənən hər hansı demokratik təsisatın yaradılması siyasi mühit, milli psixologiya və ictimai şüurun inkişaf seviyəsi ilə bağlı qarşıya xeyli çətinliklər çıxarır. Amma nikbinlərin fikrinə, bu çətinliklərin aradan qaldırılmasında ictimai TV-nin hakimiyyətə və cəmiyyətə çox böyük faydası dəyə bilər.

«Exo» qəzeti, 27 sentyabr 2002-ci il.

## Azərbaycanda ictimai TV: problemlər, illüziyalar və gerçəkliliklər

Uzun illərdir ki, Azərbaycan tamaşaçısı istədiyini nə dövlət TV-sindən, nə də özəl kanallardan ala bilir. Ona görə də ekranlarda azad və obyektiv informasiyanın, eləcə də ədəbli və intellektual polemikanın şirinliyini daddiqca bizim tamaşaçı ictimai TV-nin zəruriliyini daha çox dərk edir. TV məkanımızda kommersiya meylinin və əyalət düşüncəsinin artması, pəşə standartlarının, mənəvi-əxlaqi normaların tapdalanması, eləcə də siyasi və estetik kateqoriyaların pozulması da cəmiyyətdə ictimai TV-yə marağı artırır.

Bəs on azı üç ildir ki, haqqında danışılan ictimai TV-nin yaradılması niyə ləngiyir? Bu TV yayımının yeni növü Azərbaycan cəmiyyətinə, ölkə mediasının inkişafına və TV sənətinə nə verəcək? Biz bu TV-dən nə gözləyir, nələr umuruq? Onun yaradılması, maliyyələşməsi, idarə olunması necə həyata keçiriləcək? Bu sualların cavabı ləngidikcə ictimai yayımın mahiyyətini təhrif edən əsassız şayıələr yayılır, cəmiyyətdəki mövqe və niyyətdən asılı olaraq ayrı-ayrı şəxslərin «ifasında» müxtəlif interpretasiyalar meydana çıxır. Deməli, bu suallara, eləcə də bəzi ehtimal və gümanlara aydınlıq gətirilməlidir. Digər tərəfdən, artıq bir il əvvəlkindən fərqli olaraq indi Azərbaycanda yaradılacaq ictimai teleradionun qanunvericilik bazası formalaşır, rəsmi şəxslər bu barədə daha həvəsle danışır və bu fonda ictimai yayımıñ bəzi konturları aydın görünməyə başlayır.

### İctimai yayım nədir və necə yaradılır?

Bu, indiyədək gördüğümüz dövlət və kommersiya TV-sindən fərqlənən, başarı, milli-mədəni, mənəvi demokratik dəyərlərə və cəmiyyətin maraqlarına yanaşması ilə seçilən yayım növüdür. İctimai TV cəmiyyətin demokratikləşməsində, sosial həmrəyliyin, siyasi barış və milli birliyin qazanılmasında, milli-mənəvi özünəməxsusluğun, demokratik dəyərlərin yayılmasında və cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin maraqlarının ifadə olunmasında önemli rol oynayır.

Siyasi hakimiyyətin heç bir strukturundan, heç bir partiya və qurumdan, heç bir vəzifəli şəxsden və səhmdardan asılı olmayan ictimai TV müstəqil fəaliyyət göstərir. Məhz bu cəhətlərinə görə, həm də milli mədəniyyətin əsas ifadə vasitələrindən biri olan ictimai TV bu gün spesifik

keçid dövrünü yaşayan Azərbaycanda da normal demokratik cəmiyyətin qurulması, şüurlu vətəndaşların yetişməsi üçün zəruri bir element ola bilər. Azərbaycan cəmiyyəti bu TV-ni xalqın, ölkənin problemlərini güzgü kimi göstərməyi bacaran, siyasi plüralizmə, demokratik şüura və ictimai dəyərlərə əsaslanan, hər cür korporativ maraqlara qarşı çıxan universal, müstəqil və qərəzsiz məlumat mənbəyi kimi görür.

Öz verilişlərini xüsusi prinsip və tələblər əsasında hazırlayan, tamaşaçılarla istehlakçı kimi deyil, vətəndaş kimi baxan ictimai TV-nin Azərbaycan mühətinə gətirilməsi Avropa Şurasının təşəbbüsüdür. Ölkəmiz bu quruma daxil olarkən götürdüyü öhdəliklər sırasında söz və mətbuat azadlığına da ha bir təminat kimi ictimai TV yaradılmasına da yer verib. Burada «icti nai TV-ni cəmiyyət yaradır, cəmiyyət maliyyələşdirir və ona cəmiyyət nəzarət edir» məşhur deyimi bir qədər deformasiyaya uğrayır. Çünkü həzər ictimai TV yaradılmasının xüsusi bir özəlliyi üzə çıxır: əgər Qərb ölkələrində cəmiyyət öz inkişafının müəyyən mərhələsində hansısa səbət dən (yayimdə kommersiya meylini azaltmaq, ümummilli kanal yaratmaq zərurəti, yayımı siyasi təsirlərdən qorumaq və s.) ehtiyac duyaraq ictimai TV yaradıbsa, biz indiki durumumuzda belə bir TV yaradıb, onun vasitəsilə cəmiyyəti inkişaf etdirməliyik. Əlbəttə, bu paradoksallığın arxasında xeyli obyektiv amillər dayanır.

### Dövlət televiziyası: qalsın, qalmاسın?

Elə əvvəlcədən qeyri-müəyyənlilik hökm sürür: ictimai yayım hansı bazada təşkil ediləcək? Gah yeni TV qurulacağı, gah AzTV-2 kanalının, gah da özəl TV-lərdən birinin ictimai şəxçəyi (?) kimi ağlabatmayan fərziyyələr irəli sürüldür. Nəhayət, bu ilin payızında Prezident Aparatının şöbə müdiri Ə.Həsənov bu məsələyə aydınlıq gətirərək bildirdi ki, ictimai yayım AzTV-nin bazasında təşkil ediləcək.

Amma yənə də sual üçün yer qalır: bəs onda dövlət TV-si olacaq, yoxsa yox? Bu sual indi həm geniş tamaşaçı kütłəsini, həm də AzTV-də yeri rahat olan və olmayan hər kəsi düşündürür. Əgər bir il əvvəl dövlət TV-sini saxlanması barədə qəti boyanatlar səslənir və qurumun qalması lehine tutarlı dəlillər götərilirdi, indi bu boyanatların ahəngi xeyli avazızyıb. Bezilərinin tez-tez, bir az da sünə canıyananlıqla səsləndirdiyi «müstəqilliyimizə təhlükənin mövcud olduğu indiki şəraitdə biz dövlət TV-sini heç vəchlə ləğv etməməliyik» şüarı da, deyəsən, aktuallığın itirməkdədir. Hər şeydən görünür ki, dövlət TV-sinin

qalmasının qəti əleyhinə çıxan Avropa Şurasının tövsiyəsinə uyğun olaraq ictimai yayım, məhz, AzTV-nin bazasında yaradılacaq.

Teleradio şirkətinin əməkdaşları hələlik bir şeylə təselli tapa bilərlər ki, yeni yayım kanalı təkcə mövcud qurumun texniki bazası əsasında deyil, həm də xeyli dərəcədə AzTV-nin yaradıcı bazasında formalasacaq (əgər kadrlara münasibətdə düşünülmüş siyaset aparıllarsa, xüsusiən ilk dövrde kütləvi ixtisarlardan yan keçmək mümkün olacaq). Əslində, hakimiyyətin dövlət TV-sindən imtina etmək niyyətini bürüze verməsi özlündə çox müdrik qərardır və indiki prosesdə bəzi gerçiliklərin nəzərə alındığını göstərir. Axı, vaxtılı dövlət yayımına bərəət qazandıran amillər indi tədricən informasiya sahəsində əşaslı dəyişikliklərin baş verməsi ilə yoxa çıxır. İlk növbədə, alternativ yayımın yaranması, özəl TV-lərin artması, peyk yayımının inkişafı, xaricdən (ABŞ, Türkiyə, Rusiya, İngiltərə və s.) yayımlanan proqramların (həm kabel, həm də yerüstü ötfürükürlər) çoxalması, «sərhədsiz televiziya»nın hüdudlarının genişlənməsi, istər-istəməz dövlət yayımını səmərsiz bir media vasitəsinə çevirir.

Əlbəttə, mən hələ bəzilərinin bu AzTV-nin ünvanına yetli-yersiz işlədikləri «ölü kanal», «bəsət təbliğat kanalı» kimi subyektiv təşbəhləri, eləcə də dövlət TV-sinin funksiyalarının düzgün dərk olunmaması və verilişlərin seviyyəsi ilə bağlı tənqid, ittihad və iradları bir tərəfə qoyuram. Digər tərəfdən, yaxın qonşuların – Gürcüstan və Ermənistanın təcrübəsi göstərdi ki, dövlət TV-sinin ictimai yayılma əvəzlənməsi ağrısız, birbaşa, asan yoldur və prinsip etibarı ilə hakimiyyət üçün o qədər də böyük itki deyil. Əvvələ, hakimiyyət mühüm hesab etdiyi zəruri materialları ictimai TV vasitəsilə də yaya bilər, ikincisi isə ictimai TV-nin mövcudluğu dövlətə daha nüfuzlu və sənətkarlıq cəhətdən daha peşkar olan bir yayım kanalı ilə əməkdaşlıq imkanı verir. Elə ona görə də Azərbaycanda əlverişsiz variantlardan imtina edərək, məhz dövlət TV-sinin ictimai yayımı transformasiyası yolunu seçiblər. Amma bu, hələ qəti qərar olmaya bilər. Çünkü dəyişkən reallıq həmişə dəyişkən qərarlar meydana çıxarıır.

Əgər ictimai və dövlət TV-ləri yanaşı fəaliyyət göstərəcəkse, bu, bir tərəfdən dövlət üçün əlavə maliyyə problemləri yaradacaq, digər tərəfdən isə kadr potensialı və yaradıcılıqla bağlı ortaya çoxlu çətinliklər çıxaracaq. Ən arzuolunmaz cəhət isə özünü onda göstərəcək ki, qeyribərabər rəqabət mühitində çoxları ictimai yayımı ögey övlad kimi baxacaq. Bu «övlada» Avropa Şurasının himayədarlığı isə problemi zaman-zaman qəlizləşdirəcək.

Adətən, ictimai yayım sistemi maliyyələşmə, mülkiyyət və idarəolunma formalarına görə müxtəlif modellərə bölünür. Bu mənada dünya təcrübəsinə ABŞ (Pi-bi-es), Böyük Britaniya (Bi-bi-si), Almaniya, Skandinaviya və s. yayım modelləri mövcuddur. Azərbaycanda ilkin variantda ictimai TV-nin Fransa-Rusiya modeli haqqında danışılırdı. Yəni bu variantda TV sahmdar cəmiyyətə çevriləmeli, onun sahmlərinin bir qismini dövlət, bir qismini isə başqa payçılar almalıdır. Xoşbəxtlikdən bu varianta yaxın düşmənilər və biz Rusiyanın ORT-si tək yalnız adı ictimai kimi qələmə verilən əcaib bir TV nümunəsi ilə üzləşməkdən xilas oduq. Daha sonra hər televizor cihazına görə vergi almaq prinsipinə asaslanan Almaniya modeli saf-cürüük edildi. Obyektiv səbəblərə görə bu da keçmədi. Sonda Hollandiya modelinə üstünlük verildi. Bu modelə görə, ictimai TV-ni dövlət maliyyələşdirir və onu konstitusiyaya uyğun olaraq yaradılan müstəqil Şura idarə edir.

Ümumiyyətlə, media sahəsinə uzun müddət özəl kapitalı yaxın buraxmayan Şimali Avropa ölkələrinin əksəriyyətində ictimai TV-yə vəsait dövlət bütçəsindən ayrıılır. Biz də bu yolla getməliyik. Ən aşağısı ona görə ki, hələ ictimai yayımın nə olduğunu yetərinə bilməyən cəmiyyətin üzvərinin maliyyələşməyə cəlb etsək, çox mürəkkəb vəziyyət yaranı bilər. Bu səbəbdən, əslində, indiki şəraitdə Azərbaycanda da, heç olmasa, ilk on ildə ictimai TV-nin dövlət bütçəsindən maliyyələşməsi ən məqbul – yeganə və mümkün variantdır. Holland modelində olduğu kimi, bizdə də ölkə prezidenti Yayım Şurasının üzvlərini (üzvlüyə nəmizədləri müxtəlif təşkilatlar irəli sürür) təyin etsə də, onları azad etmək səlahiyyəti olmayacaq. Eyni zamanda, ictimai TV-nin baş direktoruunu da prezident müəyyənləşdirəcək. Qanuna görə, ictimai TV üzərində vətəndaş nəzarəti mövcud olur və bu qurum cəmiyyət qarşısında vaxtaşırı hesabat verir. Nəzarət isə ona görədir ki, ictimai TV öz yayım prinsiplərindən uzaqlaşmasın, bu qurumun müstəqilliyi qorunsun və idarəetmədə şəffaflıq təmin olunsun. Bütün ictimai yayım modellərində çoxpilləli idarəcilik mexanizminin mövcudluğu məhz bu məqsədlərə xidmət edir.

Çoxlarında belə bir yanlış təsəvvür var ki, ictimai yayının iş düşməsi ilə Azərbaycan cəmiyyətinin bütün qlobal problemləri həll olunacaq, ilk növbədə, bayğı, bəsit və duzsuz verilişlərə son qəbulacaq, maraqlı müəllif proqramları yaranacaq.

Bəziləri bu fikirdədir ki, tez bir zamanda ekranın rəng pəlitrasi artacaq, siyasi mühitdə gərginlik azalacaq, iqtidar və müxalifət bir-birlərinə ağ bayraq qaldırıb ekranda sevgi duetləri oxuyacaqlar. Hətta tam yanlış olaraq belə güman edənlər də var ki, guya ictimai TV müxalifət üçün əlverişli tribuna olacaq və yalnız seçkidən-seçkiyə efiş üzü görən siyasi partiya nümayəndələri indi ekrandan düşməyəcəklər. Dövlətin (və hakimiyyətin) ictimai TV-ni daim siyasi təsirdə saxlayacağı, yaxud əksinə, heç olmasa, müəyyən müddətə ona tam laqeyd qalacağı da cəmiyyətdə dolaşan illüziyalardan sayılır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, yeni TV-nin formallaşmasının ilk dövrü dövlətin himayəsi olmadan keçməyəcək. Bundan başqa, qanuna görə, hakimiyyət zəruri bildiyi rəsmi informasiyaları ictimai TV ilə vermək hüququna malik olacaq. İctimai yayımçı ilə Prezident arasında müəyyən problemlərin olacağını düşünmək də yanlışlıqdır. Çünkü ictimai TV də xalqın ümumi dəyəridir, Prezident də. Bu mənada xalqın seçdiyi Prezidentin TV ilə söz demək, nəyə iş münasibət bildirmək imkanı təmin olunmalıdır. Lakin fərqli bundadır ki, ictimai TV informasiya yaradıcılığı ilə bağlı hər şeyi daha yüksək peşəkarlıqla etməlidir.

Azərbaycanın indiyədək ad səviyyəsində belə görmədiyi ictimai TV-nin tam kollegial şəkildə idarə olunacağı, ictimai yayım ideallarının yüz faiz gerçəkləşəcəyi, yaradıcılıq imkanlarının, kadr və yeni layihələr potensialının tez bir zamanda üzə çıxacığını güman etmək də yanlışlıq olardı. Çünkü yeni yayım prinsiplərini mənimsemək, onu cəmiyyətin ümumi dəyərinə çevirmək və tələb olunan səviyyəyə gəlib çatmaq üçün ictimai TV mütləq zəruri keçid anı kimi

### Problemlər və çətinliklər mərhələsi

ilə üzləşəcək. Problemlər əsasən dövlət yayımından ictimai yayima keçid dövrü ilə bağlı olacaq. İctimai yayında halal, ədalətli və demokratik başlanğıca nail olmaq, maliyyə, texniki-təşkilati, psixoloji cəhətdən

bir çox məsələləri düzgün həll etmək çoxlu vaxt, intellektual səy və enerji apara caq.

İctimai TV-də kimlər çalışacaq? Həqiqi yaradıcılıq mühitindən uzaqlaşmış, peşə vərdişlərini çoxdan yadırğamış, jurnalist ləyaqatını müxtəlif maraqlara qurban vermiş çoxluqla işləmək, yoxsa, babat bir maaş üçün əzəl kanallara səpələnmiş namuslu peşəkarları bir yerə toplamaq olverişli olacaq? Konsepsiyası qanunla müəyyən olunmuş ictimai yayım dövlət TV-sinin indiki strukturu əsasında fəaliyyət göstərəcək, yoxsa daha çevik, yaxud daha klassik struktura əl atacaq? Mövcud TV özfəaliyyətindən, əyalət düşüncəsindən, toyxana estetikasından qurtulmaq və həqiqi mənada milli mədəniyyətin güzgüsü olmaq üçün icimai TV hansı addımları atacaq?

Bu çoxsayı suallar və eləcə də yeni qurumu kimin (kimlərin) idarəedəcəyi məsələsi ictimai yayım qarşısında hansı çətinliklərin dayanacağını göstərir. Mən hələ dövlət yayımından yeni yayima keçid zamanı qarşıya çıxacaq müxtəlif xarakterli mühəbisələri, maneoləri və s. demirəm. Deməli, keçid situasiyası üçün o qədər dəqiq və ədalətli mexanizm tapılıhalıdır ki, arzuolunmaz hallar baş vermesin.

İctimai TV-nin fəaliyyətinin ilk dövründə cəmiyyətə, siyasi institutlarla, dövlət və hakimiyyət orqanları ilə münasibələrin tənzimlənməsi də yeni reallıqlara uyğun qurulduğundan bəzi problemlərin üzə çıxacağı da istisna deyil. Axi, yeni yayım ictimai statusuna görə üzüyola və çəkingən AzTV-dən çox forqlanacak. O, cəmiyyətin və vətəndaşların maraqlarının ifadəcisi olduğuna görə dövlətin demokratik dəyərlərə əsaslanan strateji siyasetinin gerçəkləşməsinə daha səmərəli kömək edəcək. Lakin geniş aşkarlıq tələb edən bu proses heç də bütün məmurların və köhnə təfəkkü tərzindən ayrıla bilməyən vəzifəli şəxslərin ürəyincə olmadığından, yəqin ki, ictimai yayıma gizli müxaliflik özünü göstərəcək.

### **İctimai TV üçün tələ? Yaxud nigarənciliq nədəndir?**

Ekrana qarşıında xeyli vaxt keçirən Azərbaycan tamaşaçısının ictimai fəallığı qıbtı doğurmur. Bu tamaşaçı uzaqbaşı verilən teleməhsulun istehlakçısıdır.

Əksər seyrçilərin şou və seriallara üstünlük verməsində təcəccüblü bir şey yoxdur. Onlar üçün programın hansı kanalda getməsi önemli deyil, təki baxınlı olsun. Bəzən bu mənada deyilir ki, bizim tamaşaçılar ictimai TV-ə hazır deyillər. Axi, ictimai TV tamaşaçılara isteh-

lakçı kimi deyil, vatandaşının ve dövlətinin problemləri ilə yaşıyan vatandaş kimi baxır. Bu mənada mütəxəssisler bizzət ictimai TV-nin yaranmasını böyük hadisə kimi qiymətləndirirlər. Bununla yanaşı, onlar bəzi məqamları ziddiyyətli hesab edir və bunları hələ mövcud olmayan ictimai TV üçün təhlükə sayırlar. Birinci məqam ictimai yayımın maliyyələşdirilməsi, ikincisi isə onun siyasi təsir ehtimalı yarada bilən idarəciliyi ilə bağlıdır. Bəzi mütəxəssislərə görə, dövlət bütçəsindən maliyyələşmə ictimai TV üçün qurulmuş bir tələdir və belə maliyyələşmə üsulu bu yayımı gələcəkdə hakimiyətdən asılı vəziyyətə salacaq, müstəqilliyini əlindən alacaq. Bu fikirdə müəyyən zahiri məntiqi nüanslar olsa da, indiki vəziyyətdə dövlət bütçəsindən maliyyələşmə ən münasib variantdır. Çünkü mövcud iqtisadi şəraitdə Əthalidən TV üçün abonent haqqı yüksəlməsi anlaşılmazlıq yaratmaqla yanaşı, bütövlükdə ictimai yayım ideyasını gözdən sala bilər.

İkinci məqam ictimai TV-yə rəhbərlik edəcək Yayım Şurası üzvlərinin və baş direktorun təyinatı ilə bağlıdır. Mütəxəssislərin çoxu belə düşünür ki, rəhbər orqanları ölkə başçısının təyin etməsi ictimai yayım müstəqilliyinə xələl getirər, onu birbaşa prezidentdən asılı edər, yaxad ictimai yayımı dövlət TV-sinin başqa bir formasına çevirir. Əslində, Avropa ölkələrinin bəzilərində, o cümlədən yayım modelini əsas götürdüyümüz Hollandiyada Şura üzvlərini və baş direktoru dövlət başçısının təyin etməsi təcrübəsi çoxdan mövcuddur. Lakin bu variant heç bir halda ictimai yayımın müstəqilliyini əlindən alırmır, onu maliyyə mənbəyindən və ali icra orqanından asılı vəziyyətə salır. Doğrudur, bu fikrə etiraz edib demək olar ki, Avropa cəmiyyəti ilə bizim cəmiyyətin ictimai şürə seviyyəsi fərqlidir. Amma Avropa Şurasının himayəsi ilə biz də belə bir cəmiyyətə doğru gedirik. Görünür, Hollandiya modelinin seçilməsində də (həm dövləti, həm də cəmiyyəti qane edəcək model kimi) məhz bu perspektiv amil nəzərə alınır. Əslində isə ictimai yayımın yaradılması prosesində ən mühüm amil mövcud

### Gerçəkliyin nəzərə alınması

və proseslərə də məhz bu prizmadan baxılmalıdır. Gerçeklik isə ondan ibarətdir ki, demokratik cəmiyyətin mühüm atributu olan ictimai yayım ideyası bizim cəmiyyətin sosial sıfarişi kimi deyil, Avropa Şurasının tövsiyəsi kimi meydana çıxır. Bu nüfuzlu təşkilat qarşısında öhdəlik götürmiş hakimiyyət isə həm beynəlxalq imicini qoruyub saxla-

mağɑ, həm cəmiyyətin mənafeyini nəzərə almağa, həm də dövlətin məraqlarını təmin etməyə çalışır.

Təbii ki, inlikli şəraitdə maraqların uzlaşdırılması heç də həmişə ideal səviyyədə olmur. Bir tərəfdən, ictimai yayının mahiyyətinin lazımnıça anlaşılmaması, vətəndaşların buna tam hazır olmaması, digər tərəfdən isə cəmiyyətin özünün siyasi strukturundan irəli gələn qarşıdurma və inamsızlıq elementləri bəzi çətinliklər yaradır. Əlbəttə, mövcud çətinlik və uyğunsuzluqlara baxmayaraq, bütün hallarda bu gün əsas məsələ üzünü Qərba çevirmiş cəmiyyətimiz ictimai yayının göstirilməsi, Azərbaycan teleməkanında yeni TV-nin doğulmasıdır. Şübhə yoxdu ki, cəmiyyətə yeni ab-hava götirəcək bu TV nə qədər qüsursuz və sağlam doğulsə, bir o qədər gərəkli və uzunömürlü olacaq.

«525-ci qəzet», 9 oktyabr 2002-ci il

## **Telejurnalist «İctimai Teleradio yayımı haqqında» qanunun gözdən salınmasına etiraz edir**

Azərbaycanda elektron KİV-lərin fəaliyyəti ilə bağlı köklü islahatlar aparılması sosial sıfarişdir. İctimai TV və radionun yaradılması ölkəmizin Avropa Şurası qarşısında götürdüyü öhdəliklərdən biridir. Respublikamızın teleradio məkanında ictimaiyyətin mütləq əksəriyyətinin mövqeyini özündə əks etdirən teleşirkətin mövcudluğuna çox böyük ehtiyac duyulduğu da sərr deyil. Çünkü adından da göründüyü kimi, dövlət teleradio şirkəti dövlətə məxsusdur və hakimiyyətin sərf maraqlarına xidmət edir.

Özəl telekanallar dövlət TV-si ilə müqayisədə bir addım irəli getsələr də, onların haqqında «ictimaiyyətin maraqlarını əks etdirir» demək doğru olmaz. Dövlət TV-si və radiosu köhnəliyin, ömrünü çoxdan başa vurmuş stereotiplərin məngənəsində çabalayırsa, özəl teleradiolar yenilik axtarışı ilə əksər hallarda, xüsusilə də şou programlarında bayağılığın arxasında qaçırlar, məhdud dairənin maraqlarını əks etdirir və tamaşaçılara haqlı tənqidlərinə məruz qalırlar. Bu və digər səbəblərdən Azərbaycanda teleradionun fəaliyyətini tənzimləyəcək qanunvericilik bazasının yaradılması alqışlanmalıdır.

Oktjabrin 8-də «Televiziya və radio yayımı haqqında» Qanun qüvvəyə mindi. Milli Teleradio Şurasının yaradılması, onun işi ilə bağlı bütün mexanizmlərin qurulması Prezident fərmanı ilə müyyənləşdiriləcək. Bu şərt bezi lərinin fikrincə, «Avropa Şurası standartlarına və ümumiyyətlə, jurnalistika praktikasına uyğun deyil».

Tanınmış telejurnalist, AzTV-nin «Şəhər» programının rəhbəri Qulu Məhərrəmli yuxarıda qeyd olunan məsələyə münasibətini belə bildirdi:

- Teleradio Şurası üzvlərinin Prezident tərəfindən təyin edilməsini, necə deyərlər, süngü ilə qarşılımaq olmaz. Bu, dünya təcrübəsində öz əksini tapmışdır və Azərbaycanda da onun tətbiqini şəraitə uyğun addım kimi qiymətləndirmək lazımdır. Teleradio Şurasının öz vəzifəsi, funksiyası var, bu şura mövcud qanun əsasında fəaliyyət göstərəcək. Qanunun, həm də Milli Teleradio Şurası haqqında Əsasnamənin metbuatda çap olunması, eyni zamanda «İctimai televiziya haqqında» qanunun MM-də müzakirəsi Azərbaycanda teleradio fəaliyyətinin tənzimlənməsində çox mühüm bir mərhələdir. Axi, indiyədək TV məkanı, televiziyaların fəaliyyəti üçün hüquqi tənzimləmə yox idi. Bu qanun həmin fəaliyyət üçün əsas yaradır.

Teleradio Şurası TV və radionun fəaliyyətinin tənzimlənməsi sahəsində ali tənzimləyici orqandır. Bu orqan prezident tərəfindən forma-

laşdırılsa da, müstəqil fəaliyyət göstərəcək. O, Azərbaycan telemakənində, fənni niyyətli, TV və radio siyasetinin müəyyənləşməsində həlledici rol oynayacaq. Teleradio Şurasının qanunda nəzərdə tutulan formada ya adımasının əleyhinə də, lehini də olanlar var. Amma indiki reallıq inəhz bu cür seçimi şərtləndirib.

- *Adı çəkil mə qanun beynəlxalq standartlara nə dərəcədə uyğundur?*

- «Teleradio yayımı haqqında» Qanun, Teleradio Şurası haqqında Əsasnamə hazırlanarkən Avropa təcrübəsinə istinad olunub. Avropanın bir çox ölkələrində bir neçə tənzimləyici orqan mövcuddur. Məsələn, Böyük Britaniyada teleradio fəaliyyətini tənzimləyən bir neçə ali qurum fəaliyyət göstərir: ictimai TV-lər üzrə bir, kommersiya fəaliyyəti ilə məşğul olan TV-lər üzrə başqa, abonentlər, votandaşların şikayyətlərini aşadıran TV-lər üzrə tamamilə digər tənzimləyici qurum mövcuddur. Azərbaycanda yeni yaradılacaq Teleradio Şurası bütün bu fəaliyyət parametrlərini özündə ehtiva edəcək. Söyügedən qanunda dünya təcrübəsindən təcrid olunan, ona zidd çıxan elə bir xüsusi məqam yoxdur. Əksinə, bu Şuranın TV-lərin müstəqilliyinə qarışmaması olduqca tödirəlayiq cəhətdir.

- *İctimai televiziya və radio yayımı haqqında» Qanun layihəsi Milli Məclisdə müzakirə olunur. Bir pəşəkar, bir ekspert kimi müzakirələrin gedisi ilə də tanışsunuz. Qəbul ediləcək qanunu necə görmək istərdiniz?*

- Məlumdu ki, ictimai TV-nin yaradılması həm də Azərbaycanın Avropa Şurası qarşısında götürdüyü öhdəliklərdən birinin yerinə yetirilməsi ilə bağlıdır. Qanun layihəsi Milli Məclisdə ikinci oxunuşda deputatların müzakirəsinə verilib. Adı, işgütər müzakirələr gedir, müxtəlif fikirlər söküñir. Bir-birinə zidd, yersiz iradalar da, sanballı təkliflər də var. Normal müzakirələrdir.

«İctimai televiziya və radio yayımı haqqında» Qanun layihəsinə Avropa Şurasının ekspertləri də müsbət rəy veriblər. Qanun layihəsində ictimai yayımın inahiyətini, maliyyəlaşdırılmasını aks etdirən prinsiplər, eləcə də onun idarə olunması, fəaliyyətini tənzimləyen müddəələr var. Başqa sözlə, bir çox principial məsələlər qanunda nəzərə alınıb. Eyni zamanda müəyyən boşluqlar da var. Deputatların və mütəxəssislərin əksəriyyəti hesab edir ki, teleradionun əsas ali strukturu olan Yayım Şurasının formallaşması qanunda öz əksini tapıb.

İctimai TV haqqında məşhur bir kəlam var: «İctimai TV-ni cəmiyyət yaradır cəmiyyət maliyyəlaşdırır və cəmiyyət ona nəzarət edir». Amma qanun layihəsində ictimai TV-nin fəaliyyətinə hüquqi nəzarət maddəsi – 25-ci maddə var ki, o məndə müəyyən narazılıq doğurur. Belə bir fikirdə deyildəm ki, ictimai TV-ni tam nəzarətsiz buraxmaq lazımdır. O, cəmiyyətin içərisində yaşayır. Bu mənada ona

hüquqi nəzarət labüddür. Lakin həmin nəzarəti elə formada həyata keçirmək lazımdır ki, ictimai TV-nin müstəqiliyinə, eləcə də söz, fikir, informasiya azadlığına xələl golməsin. Bütövlükdə qanun layihəsi yaxşı işlənib. İşçi qrupun, xüsusilə də Rizvan Cəbiyevin əməyi təqdirəlayıqdır. Çünkü ictimai TV ilə bağlı dünya təcrübəsi nəzərdən keçirilib və qənaətbəxş bir qanun layihəsi ortalığa çıxarılib. Ona görə də belə hesab edirəm ki, bəzi əsassız mülahizələrlə ictimai yayım haqqında qanunu gözdən salmaq olmaz.

- «İctimai televiziya və radio yayımı haqqında» Qanun layihəsində belə bir maddə də var ki, orada abonent haqqının ödənməsi şərtləndirilir və məcburi xarakter daşıyır. Bu, vətəndaşlar arasında narazılığa səbəb olmayıacaq ki?

- Bəzən ictimai TV-nin məqsədini və mahiyyətini düzgүh şərh etmir-lər. O cümlədən abonent haqqı ilə bağlı məsələyə yanaşmında təhriflərə yol verilir. İndiki şəraitdə bizim vətəndaşların ictimai TV üçün hər il əlavə ödəniş vermək imkanı yoxdur. İqtisadi vəziyyətimiz bu gün həmin sistemin tətbiqinə imkan vermir. Abonent haqqının ödənilməsi qanunda 2010-cu ildən sonra nəzərdə tutulub. İndiki şəraitdə ən əlverişli variant kimi ictimai TV-nin dövlət bütçesindən maliyyələşdirilməsi yolu seçilib. Qanunda göstərildiyi kimi, dövlət bütçesindən maliyyələşdirilmə heç də dövlətin ictimai TV-nin fəaliyyətihe müdaxiləsi üçün əsas vermir. Mənəcə, bu, normal bir haldır və dövlətin ictimai TV-yə çox böyük himayəsidir. Güman edirəm ki, 2010-cu ilədək vətəndaşlar ictimai TV-nin labüdüyüünü, vacibliyini daha aydın şəkildə dərk edər, ictimai TV də cəmiyyət üçün daha faydalı teleorqanıa çevrilə bilər. Əslində, abonent haqqı təkcə ödəniş faktı demək deyil. Abonent haqqı, eyni zamanda vətəndaşa ictimai TV üzərində ictimai nəzarətdə maraqlı olmaq üçün lazımdır.

- Bəziləri belə düşünürlər ki, ictimai TV yaradıldıqdan sonra dövlət TV-si mütləq ləğv olunmalıdır. Siz bu məsələyə necə baxarsınız?

- Mən bu yaxnlarda mətbuatda deyilən məsələyə münasibət bildirmiş, dövlət TV-sinin qalmاسının lehинə və əleyhinə olan müddəələri şərh etməyə çalışmışam. Bu fikirdəyəm ki, ictimai TV-nin yaradılmasından istifadə edib dövlət TV-si əleyhinə kampaniya aparmaq olmaz. Avropa Şurası dövlət TV-sinin ləğvində israrlıdır. Amma bu məsələdə həllədici söz Azərbaycanın dövlət başçısına məxsusdur. Mənəcə, Azərbaycanda rəsmi informasiyaya güclü maraq olduğu üçün dövlət TV-sinin hansısa formada saxlanılması variantına üstünlük veriləcək. Mövcud realliq məhz belə düşünməyə əsas verir.

Jalə TOFIQQIZI,  
«Arena» qəzeti, 17 oktyabr 2002-ci il.

## **İctimai və dövlət televiziyalarını**

### **üz-üzə qeyd etmək olmaz**

«Televiz ya və radio yayımı haqqında» Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiq edilməsi barədə prezident Heydər Əliyevin fərmani ilə yaradılan Milli Televiziya və Radio Şurası Azərbaycanda teleradio yayımı üçün fəaliyyətinə tam nezərəti həyata keçirən orqan statusuna malikdir. Ölkə başçısının bu sahənin işini nizama salan fermanından sonra 2003-cü ilin əvvəllərindən ictimai televiziya da işə düşməlidir. Bu gün ictimai TV ətrafında müzakirələrin getdiyini və mövzunun aktuallığını nəzərə alaraq təcrübəli televiziyaçıların fikirlərini də bilmək maraqlı olardı. Belə simalardan biri də tanınmış telejurnalist, sözügedən qanunun həmmüəllifi Qulu Məhərrəmlidir. Söhbətə körpü salmaqdan ötrü yeni Şuradan söz açırıq...

- Sura haqqında əsasnamədə hər şey aydın yazılb. Azərbaycan teleradio məkanının la bu, olduqca normal haldır, yəni teleradio fəaliyyəti qanun əsasında tənzimlənir. Azərbaycan demokratik cəmiyyət qurur və bu cəmiyyətdə də bütün fəaliyyət növleri qanun əsasında gerçəkləşdirilir. O cümlədən də Milli Televiziya və Radio Şurası teleradio yayımı sahəsində üstqurumdur, ali tənzimləyici orqandır. Onun əsas məqsədi isə TV və radio yayımı sahəsində dövlət siyasetinin həyata keçirilməsini təmin etməkdən ibarətdir. Sura məhz bu fəaliyyəti tənzimləmək məqsədi ilə yaradılır.

- *İctimai TV-ni necə görmək istərdiniz?*

- İctimai TV-yə fərdi baxış yoxdur, bu TV-yə cəmiyyət baxışı var. Bugünkü dünya təcrübəsində ictimai TV bir gerçeklik kimi mövcuddur, o hər hansı demokratik dövlətin atributlarından biridir. Bu cəmiyyətin yaradığı, maliyyələşdiriyi, eləcə də nezərat etdiyi bir TV yayım növüdür. Azərbaycanda da bu cür TV yaradılır. Onun konkret məqsədi var. Əsas şərt ondan ibarətdir ki, bu TV həm dövlət, həm də kommersiya TV-sindən fərqli olaraq cəmiyyətin bütün təbaqələrinin maraqları və mənafeyini ifadə etməlidir. Bu da fikir plüralizminə əsaslanan və daha çox milli mədəniyyətin güzgüsi olan TV-dir. Bizim hazırladığımız qanunda ictimai TV-nin əsas mahiyyəti öz əksini tapıb.

- *İctimai TV ətrafında gedən müzakirələr onu göstərdi ki, cəmiyyət üçün yeni olan bir məsələyə olduqca fərqli baxışlar var. Müxalifat dairələrinin bəyanatlarında ictimai TV-nin dövlət TV-sindən fərqlənməyəcəyi iddia olunur. Sizin belə iradılara münasibətiniz necədir?*

- İndiki şəraitdə ancaq mövcud qanun və dünya təcrübəsi əsasında müləhizələr yutudə bilərik. Azərbaycanda ictimai TV hələ yaranmayıb. İnididən içti nai TV-nin gələcək fəaliyyətinə siyasi qiymət vermək də düzgün deyil və bu müləhizələr əsassızdır. Mən hesab edirəm ki,

Azərbaycanda normal ictimai TV yaradılması istiqamətində proses gedir, dövlət bu öhdəliyi öz üzərinə götürüb və onun gerçəkləşdirilməsi üçün konkret addımlar atır. Artıq mühüm irəliləyişlər var, ictimai TV-nin qanunvericilik bazası formalasdırılıb. Onun idarəcilik problemləri həll olunub və qəbul edilmiş öhdəliyə görə, 2003-cü ildən Azərbaycanda ictimai TV fəaliyyət göstərəcək.

Amma inidən müxalifət nümayəndələrinin dediklərini də özüm üçün dəqiq təsəvvür edə bilmirəm. Bilirsiniz, ictimai TV-nə siyasişdirmek olmaz. Çünkü bu, cəmiyyət üçün siyasi təsisat deyil. Bu, KIV-dir və cəmiyyətin mənafeyinə xidmət edən TV-dir. Təbii ki, ictimai TV-də bu və ya digər formada müxalifət də öz mövqeyini bildirmək imkannya malik olacaq. Amma bu, heç də o demək deyil ki, ictimai TV müxalifət TV-si kimi qələmə verilsin. Bozən yanlış olaraq bu cür bəyanatlar səslənir. Fikrimcə, bunların heç bir əsası yoxdur.

- *Hər halda, Azərbaycanda yaradılacaq ictimai TV dünya praktikasında diqqəti çəkən TV-lərdən fərqlənəcək. Bəzi mütəxəssislər cəmiyyətin hələ o tipli TV-lərə hazır olmadığını iddia edir...*

- Avropa təcrübəsində cəmiyyət öz inkişafının müəyyən mərhələsində ictimai TV-sini yaratmağa lüzum görülür və bunu zəruri hesab edirə, Azərbaycanda bu proses əksinədir. Yəni dövlət seviyyəsində ictimai TV yaradılır və sonra o, cəmiyyətdə demokratiyani inkişaf etdirmək vasitəsinə çevrilir. Bu mənada bizdə ictimai TV-nin spesifik cəhəti var. İlkinci tərəfdən, Azərbaycanda demokratik təcrübə o qədər də qədim ənənəyə malik deyil və biz də demirik ki, sabah cəmiyyət üçün ideal TV olacaq. Əsas məsələ odur ki, belə bir TV yaradılsın. O, cəmiyyətdə yəni təsisat kimi həm özəl, həm də dövlət TV-sindən fərqlənsin, öz yayım və fəaliyyət prinsiplərinə görə, cəmiyyətlə əlaqələr sistəmində fəqli nüanslarına görə onun yeni bir şey olduğu diqqəti çəksin. Təbii ki, ictimai TV-nin öz ideallarını cəmiyyətdə yüz faiz gerçəkləşdirəcəyini də demək olmaz. Avropa ölkələrinin özündə də belə bir idealın gerçəkləşməsi yüzdə yüz şəkildə mövcud deyil. Bizdə müsbət cəhət odur ki, dövlət ictimai TV-nin fəaliyyətə başlaması üçün qayğı göstərir. Bu, ilk növbədə, TV-nin 2010-cu ilədək bütçədən maliyyələşməsidir.

- *Yeri gəlmışkən, ictimai TV-nin dövlət bütçəsindən müvəqqəti də olsa, maliyyələşməsi cürbəcür şübhələr yaradıb...*

- İctimai TV haqqında qanunda göstərilir ki, TV-nin bütçədən maliyyələşdirilməsi dövlətin onun işinə müdaxiləsinə əsas vermir. Sadəcə, bizim vətəndaşların abonent haqqı ödəmək imkanı yoxdur. Aylarla kommunal xərcləri ödəyə bilməyənlərdən indi TV pulu almaq ağlaba-tan deyil. Ona görə də indiki şəraitdə bütçədən maliyyələşmə ən əlvərişli yoldur. Qeyd etməliyəm ki, bir çox ölkələr, xüsusilə Şimali Avropa

ölkələrin ləki təcrübə göstərir ki, budeoden maliyyələşdirmə dövlətla ictimai TV arasında müməsibələrdə heç bir rol oynamır. Bu nikbin faktları işləyir ki, «ictimai TV maliyyə cəhətdən sıxıntı keçirəcək» kimi və dövlətin ora müdaxiləsi ilə bağlı versiyalara inanmayaq.

- *Bəzən TV-nin texniki bazası hansı əsaslıarda qurula bilər?*

- İctimai TV dövlət TV-sinin bazasında formalıdır. Dövlət resurslarından istifadə etməklə TV-nin qurulması da əsas götürülüb. Bu, məqbul variantdır. Cənubi yenidən TV təşkil etmək çox uzun vaxt, olduqca ağır və böyük maliyyə aparan prosesdir.

- *Bəzən versiya söyləmək olarmı ki, ictimai TV reallaşarsa, dövlət TV-si ləğv olur a bilər?*

- Yox, bəzən müxtəlif ehtimallar mövcuddur. Məsələyə elmi cəhətdən yanassaq, bəzən görünə bilər. Amma reallıq budur ki, tamaşaçıların rəsmi xəbərlərə xüsusi marağı, eləcə də keçid dövrünün öz qanunuñğunluğunu var. Dövlət TV-sinin qahib-qalmaması əsasən dövlət başçısının iradəsindən, siyasetindən və seçdiyi strategiyadan asılı olacaq. Bütün hallarda mən onun tərəfdarıyam ki, ictimai TV-nin yaranması fəlakətən ictimai və dövlət TV-lərini üz-üzə qoymaq olmaz. Təsəssüf edirəm ki, bəzi subyektiv fikir söyləyənlər bu haldan istifadə edib dövlət TV-sinin, xüsusən də onun kollektivinin əleyhinə kampaniya aparır. Bu, yolverilməzdür.

- *Dövlət TV-si yayım sahəsinə liderlik edir. İctimai TV-nin yayım diapazonu da bəzən geniş olacaqmı?*

- İctimai TV-nin şəhərlərindən biri ondan ibarətdir ki, o, ümummilli TV olduğunu görə, ölkə ərazisinin və əhalisinin en azı 98 faizini əhatə etsin. Ona görə də onun yayım diapazonu həddən artıq geniş olmalıdır.

- *Bir daha Teleradio Şurasına qayıdaq. Şuranın üzvlərinin dövlət başçısı tərəfindən təyin olunmasını necə qiymətləndirirsınız?*

- Bilirsiniz, bu, müxtəlif ölkələrdə fərqli olur. Bəzən parlament, bəzən dövlət başçısı, bəzən də məhkəmələr Şura üzvlərini təyin edir. Dünya praktikasında qeyd etdiklərimizin ilk ikisində daha çox rast gəlinir. Ona görə də Azərbaycanda Teleradio Şurasının üzvlərini dövlət başçısının təyin etməsi qəbahət deyil. Cənubi onların konkret vəzifələri var və bütün hallarda bu şəxslərin müstəqiliyinin təmin edilməsi xüsusilə vurgulanır. Şuranın dövlət təsisatı kimi meydana gəlməsinə baxmayaraq, teleradio sahəsində ali tənzimləyici orqan kimi müstəqil fəaliyyət göstərir.

Mübariz ZEYNALOV,  
«Palitra» qəzeti, 16 oktyabr 2002-ci il.

## Ictimai TV-ni inididən gözdən salırlar

Azərbaycan cəmiyyəti yeni bir təsisatın – ictimai TV-nin yaranması ərəfəsindədir. İctimai TV nədir? Onun yayım prinsipləri, idarəciliyi, maliyyələşdirilməsi və programlarına verilən tələblər necə olmalıdır? Təəssüf ki, bu barədə cəmiyyətdə aydın təsəvvür yoxdur. İctimai TV haqqında danışanlar isə sanki bilərkəndən nələri isə dolaşdırmağa çalışır və onsuz da mahiyyəti aydın olmayan bir problemi daha da qəlizləşdirirler. Bu barədə peşəkarlar nə deyirlər? Tanınmış telejournalist Qulu Məhərrəmli ictimaiyyəti maraqlandıran bu məsələlərə aydınlıq götürir:

- *Ictimai TV-dən danışanlar tez-tez «Holland variantı»nın adını çəkir-lər. Bu nə variantdır və nəyə görə Azərbaycan öz seçimində ictimai TV-nin «Holland variantı»na əsaslanır?*

- Ümumiyyətlə, ictimai yayım modelləri bir-birindən maliyyələşmə, idarəolunma və mülkiyyət formalarına görə fərqlənir. «Holland variantı» ona görə seçilib ki, həmin ölkədə də ictimai yayım dövlət teleraudiosunun ictimai xidmətə transformasiyası əsasında yaradılıb. İkincisi, bu modelə görə, ictimai TV-nin maliyyələşdirilməsi və idarə olunmasında, ilk dövrlərdə isə bu xidmətin təşkilində dövlət orqanları iştirak edirlər. Görünür, məhz bu cəhətlərinə görə Azərbaycanda «Holland variantı» daha münasib sayılıb. Amma hansı modelin seçilməsindən asılı olmayaraq, ictimai TV-nin öz yayım prinsipləri, ictimai maraqlara, cəmiyyətin ayrı-ayrı sosial təbəqələrinə xidmət edən strateji yayım siyaseti vardır. Bu yayım növü, ilk növbədə, geniş əhatəsi universallığı, fikir plüralizminə əsaslanması və müstəqil fəaliyyət göstərməsi ilə fərqlənir. Bu, bütün ölkələrdə belədir. ABŞ-da, Hollandiyada, Kanadada, Almaniyada və s. Məsələn, Hollandiyada ictimai TV bündən maliyyələşir. İdarəetmə strukturlarını dövlət başçısı təyin edir. Amma dövlət ictimai TV-nin fəaliyyətinə müdaxilə etmir. Bu barədə həmin ölkənin ictimai yayım haqqında qanununda xüsusi maddə vardır.

- *Sizə, necə etmək olar ki, Azərbaycanda həqiqətən müstəqil və bütün cəmiyyətin qəbul etdiyi TV yaradılsın?*

- Bunun üçün, necə deyərlər, Amerika kəşf etmək lazımlı deyil. Dünya təcrübəsi göstərir ki, yüksək seviyyəli, peşəkar və müstəqil ictimai TV yaradılması üç vacib şərtə əməl olunmalıdır. Birinci, ictimai yayının normal qanunvericilik bazası yaradılmalıdır; ikincisi, bu yayımı bazar şəraitinin təzyiqlərindən və müxtəlif təsirlərdən qoruyub apara bilən yaxşı rəhbər olmalıdır; üçüncüsü isə yüksək peşəkarlıq və

cəmiyyət qurşusunda məsuliyət hissi unanılmamalıdır. Mənca, bunlar çox vacib amillərdir.

*Gəcləri eh iyatlumur ki, yeni yaradılacaq ictimai TV ikinci AzTV olabilir. Siz buna necə baxırsınız?*

- Mənca, hələ mövcud olmayan və yaranmayan bir qurum haqqında indidən belə tədbin proqnozlar vermək olmaz. Mən bəzi adamların çıxış və müsahibələrində indidən ictimai TV-ni gözdən salmaq meyli görürem. Bu, yolverilməzdir. Biz gözləyirik ki, ictimai TV, ilk növbədə, ictimai məraqlara xidmət edən bir təsisat olacaq. Yəni ictimai TV ayrı-ayrı siyasi qurumların mövqelərinin ifadəçisi kimi deyil, Azərbaycan cəmiyyətinin ictimai həyatını, onun problemlərini heç bir siyasi konyukturaya yol vermədən işıqlandıran bir kanal olacaq.

*Bu necə olsun bilər ki, dövlət ictimai TV-ni maliyyələşdirsin, amma onun işinə nəzarət etməsin? Ümumiyyətlə, ictimai TV-nin büdcədən maliyyələşdirilməsi nə dərəcədə düzgündür?*

- İndiki reallığa görə, ictimai TV-nin büdcədən maliyyələşməsindən başqa yol yoxdur. Bütün dünyada belə bir praktika var, büdcə maliyyələşmənin əsas mənbələrindən biri sayılır. Amma nədənsə biz bu məqamdan həddindən artıq ehtiyatlanırıq. Dövlətin ictimai TV-nin işinə birbaşa müdaxələsini qanun qadağan edir. Amma təbii ki, cəmiyyət özünün nəzarət mexanizmlərini hazırlayanadək, ictimai institutlar özüne gələnədək və demokratik nəzarət sistemi formallaşana kimi dövlətin ictimai TV-yə hüquqi nəzarəti mümkündür. Hüquqi nəzarət yalnız yazışmalar soviyyəsində, qanunlara əməl olunmasına nəzarət istiqamətində həyata keçirilə bilər. Bunu isə faciəyə çevirməyə dəyməz.

*Sizcə, ictimai TV-nin mövzuları və programlarına verilən tələblər necə olmalıdır?*

- Bütün bunlar qanunda öz əksini tapıb. İctimai TV cəmiyyəti məraqlandıran, onu qayğılandıran bütün mövzulara ekranda geniş yer verməlidir. İlk növbədə, informasiya proqramları mövzu dairəsi və faktlara münasibət baxımından dünya yayım standartlarına uyğun olmalıdır. Yəqin ki, hadisələrin işıqlandırılmasında obyektivlik və siyasi plüralizmin gözənləşməsi, cəmiyyətin mənəvi ehtiyaclarının ödənməsi əsas şərtə çevrilənəlidir.

Verilişlərdə məlli dəyər və ənənələrin əks etdirilməsi, hüquqi-siyasi maariflənmə, məsiyyən ölçülərə salınmış əyləncə proqramları yayım şəbəkəsində əsas yer tutmalıdır. Gənclər və uşaqlar üçün proqramlara xüsusi tələblər yarışılmalıdır. Yəni özəl TV-lərin toxunmadığı və ya to-

xuna bilmədiyi bütün mövzu spektri ictimai TV-də oks etdirilməlidir. Bir sözlə, ictimai TV-nin programları mövzu rəngaranglıyi, yüksək peşkarlığı və cəmiyyət qarşısında sosial məsuliyyəti ilə forqlanmalıdır. Belə olmasa, bu yayma maraq göstərilməyəcək.

- *Ictimai TV-yə kadrlar necə seçilməlidir? Yenədəmi biz AzTV-də o «məşhur» sifətlərə baxacaq?*

- Bilirsiniz, indiki dövlət TV-sində maraqlı adamlar, peşkar jurnalistlər az deyil. Hansısa zəif veriliş, səviyyəsiz aparıcıya, yaxud ləyəqətsiz bir jurnalistə görə nəhəng bir qurumu gözdən salmaq olmaz. İctimai TV dövlət TV-sinin bazasında yaradıldığına görə, təbii ki, onun kadr potensialından da istifadə olunacaq. Müəyyən olunmuş qaydaya görə, əməkdaşlar müsabiqə yolu ilə seçiləcək. Bu kadrları kimin seçəcəyi başqa məsələdir. Hər halda, məxanizm belədir. İşçilər qəbul edildikdən sonra ictimai TV-də layihələr təqdim etmək sistemi işlədüşəcək. Səviyyəsi, bacarığı, TV-də işləmək haqqı olanlar sınaqdan keçib ictimai TV-nin simasının formallaşmasında iştirak edəcəklər.

- *Son günlər ictimai TV ideyasının gerçəkləşəcəyinə inanmayan siyasi qüvvələr «müxalifət TV-si» yaratmaq təklifi irəli sürütlər. Sizin buna münasibətiniz necədir?*

- Əvvəla, bu, real deyil. İkincisi də, mətbuat və TV siyasi qüvvələrdən nə qədər az asılı olsa, bir o qədər yaxşıdır. Cəmiyyətdə TV-nin azad və müstəqil olmasının xüsusi önəmi vardır. Azərbaycanda ictimai TV məhz ona görə yaradılır ki, o, məhdud siyasi palitranı deyil, bütün cəmiyyətin maraqlarını ifadə etsin. Bu mənada «müxalifət TV-si» yaratmaq ideyası perspektivsizdir.

Bahar RÜSTƏMLİ,  
«Reytinq» qəzeti, 27 oktyabr 2002-ci il.

## **İctimai televiziya cəmiyyətin və dövlətin xeyrinədir (ixtisarla)**

Tamaşaçı üçün zamanda cəmiyyətin maraqlarından doğan və ona xidmət edəcək ictimai TV-nin fəaliyyətə başlayacağını səbirsizliklə gözləyir. İctimai TV-də çalışanların məsuliyyət hissi güclü olmalıdır. Çünkü tamaşaçı ictimai TV-dən yüksək nitq mədəniyyəti, geniş dünyagörüşü, aparıcılıq qabiliyyəti, operativlik, sənətkarlıq və telemühitdə qeyri-adi yenilik tələb edəcək. Etiraf edək ki, bu gün Azərbaycan eñirində sadalananlar istəni en səviyyədə deyil. Müsahibim AzTV-nin «Səhər» müsiqui-informasiya programının rəhbəri, siyasi icmalçi Qulu Məhərrəmli özü bu sahədə çalışsa da, eñirdə olan çatışmazlıqları da etiraf edir.

- *Rusiyada, ictimai TV özünü doğrultmadı. Bizzət bu TV-nin özünü doğruldacağını söyləmək mümkünürmü?*

- İctimai TV dövlət və kommersiya TV-lərindən sonra yeni, üçüncü nəsil sayılan yayım növüdür. Bu, cəmiyyətin maraqlarını müdafiə edən, onun bütün təbəqələrini əhatələyən fikir plüralizminə əsaslanan obyektiv, qərəsiz, heç bir strukturdan asılı olmayan TV-dir. İctimai TV-ni cəmiyyət yaradır, maliyyələşdirir və özü də ona nəzarət edir. MDB məkanında yalnız Estoniyada ictimai TV ideallara tam uyğun qurulub. Görü nür, bu, cəmiyyətin inkişafı, insanların şur səviyyəsi, siyasi sistemin nahiyyəti ilə bağlıdır.

Xarici ölkələrdə bu TV cəmiyyətin inkişafının müəyyən bir mərhələsində yaranıb, lakin ictimai TV-ni yaradıb, onun vasitəsilə cəmiyyətin səviyyəsini yüksəltmək istəyirik. Konkret olaraq Rusiya faktına gəldikdə, mən deyərdim, orada ictimai TV deyil, əcaib bir struktur yaradıblar. Yəni OFT-nin səhmlərini satanda bir hissəsi dövlətə qaldı, xeyli hissəsini isə Boris Berezovski aldı. Sonradan hadisələrin gedisi göstərdi ki, belə ictimai TV-nin yaradılması nə cəmiyyətə, nə də TV-yə fayda vermir.

*Rusiya təcrübəsi sübut etdi ki, ictimai TV-nin aksiyalarının hər hansı bir iş adəmına satılması nəticə etibarı ilə medianın özünü gözdən salır. Tutaq ki, Berezovski Moskvanın meri Yuri Luijkova qarşı apardığı kampaniyada siyasi sıfarişlər verir və bu zaman Sergey Dorenko kimi jurnalistlərdən istifadə edirdi. Bəs bizdə necə olacaq?*

Əslində, hər şey cəmiyyətdə gedən proseslərdən asılı olduğundan burada qəti hökm vermək çətindir. Amma nəzəri cəhətdən deyə bilərəm ki,

Azərbaycanda ictimai TV-nin yaradılması həm hakimiyyətin, həm dövlətin, həm də cəmiyyətin xeyrinədir. TV üzərində siyasi nəzarətin məhdudlaşdırılması, ona ekranda həm dövlətin, həm də cəmiyyətin maraqlarını uzlaşdırmağa kömək edəcək.

- *Hələ ictimai TV yaranmadan indidən üstünə kölgə salmaq istəyənlər dövlətin onu öz təsiri altına alacağı barədə fikir formalaşdırırlar. Siz buna necə baxırsınız?*

- İctimai TV-nin yaradılmasında dövlətin və hakimiyyətin köməyi olmadan keçinmək mümkünəsdür. Çünkü Avropa Şurası ictimai TV-nin yaradılması barədə danışqları məhz hakimiyyətlə aparır. Bu məsələdə hakimiyyətə qarşı müharibə elan etmək olmaz. Əksinə, bu prosesdə hakimiyyətə kömək etməliyik. Hakimiyyət bu istiqamətdə az iş görməyib. İlk növbədə, onun qanunvericilik bazası hazırlanıb ki, bu yaxınlarda ictimai TV haqqında qanunun Milli Məclisdə qəbul olunması gözlənilir.

- *Azərbaycan məkanında telekanalların sayı get-gedə çoxalır. Onların fəaliyyətindən razısanız?*

- Bütövlükdə götürəndə, bizdə TV məkanında maraqlı proseslər gedir, yaxşı informasiya proqramları yaranıb, maraq doğuran tok-şoular, kütłəvi-əyləncəli verilişlər var. Eyni zamanda ekranlarda zəif, lazımsız verilişlər də görünür. Bizim cəmiyyət TV-yə çox baxır. Bu yerdə TV haqqında bir fikri xatırlayıram: «İndiyədək iki böyük kəşf varsa, bunun biri bizi kitaba bağlayan çap sənəti, digəri isə bizi kitabdan ayıran TV-dir». Biz indi kitabdan və qəzetdən ayrılib, ancaq TV-yə baxırıq. Bu mənada TV-dən çox şey umur, psixoloji baxımdan ruhumuzu oxşayan, dolğun, obyektiv informasiya gözəlyirik. Telekanallımızdakı prosesləri yaxşı mənada dinamik adlandırmaq olar. Mövcud gerçekliyin hüdudlarından çox kənara çıxməq da, ondan geridə qalmak da təhlükəlidir. Baxdığımız TV-lər mənfi və müsbət cəhətləri ilə Azərbaycan cəmiyyətinin güzgüsü kimi çıxış edir.

- *Çalışığınız AzTV-yə də müəyyən tamaşaçı iradları var. Bununla nə dərəcədə razısanız?*

- Mən demirəm ki, AzTV ideal kanaldır. Ola bilər ki, onun verilişlərinin ritmi bu gün başqa TV-lərlə müqayisədə fərqlidir. Amma nəzərə almaq lazımdır ki, AzTV dövlət qurumu kimi müəyyən çərçivədə fəaliyyət göstərir. Digər tərəfdən, bu iradları kanala deyil, ayrı-ayrı verilişlərə, proqramlara ünvanlamaq lazımdır. Çünkü burada heç kimə demirlər ki, zəif veriliş hazırla. Səviyyəsi və vicdanı olan jurnalist yaxşı

veriliş hazırlımlıdır. «AzTV-də çərçivə var» deyə zəif verilişlərə bərat qazandırmaq olmaz. Məsələn, RTR-də dövlət TV-sidir. Amma, gətün, orada nə qədər parlaq verilişlər və jurnalistlər var.

- Nədənsə Azərbaycan efiində özəl verilişlər azlıq təşkil edir.  
- Bu, çox qlobal məsələdir. Ən əsası, bu, TV sahəsindəki ənənələrlə bağlıdır. AzTV-nin müəyyən yaradıcılıq ənənələri var. Amma deyək ki, Moskva telekanallarında məsələ daha dərindir. Odur ki, indi Moskvada yaradıcılıq prosesləri daha canlı və qlobal şəkildə gedir. Orada çox bənzərsiz jurnalistlər meydانا çıxıb. Onların böyük bir dəstəsi lider jurnalistlərdür ki, artıq özlərinin məktəblərini yaradıblar. Bir kanalda onlar üçün iş şəraiti olmayanda çox asanlıqla başqa bir telekanalda işləyib istədiklərini yaradırlar. Rusiyada TV bir mədəniyyət faktı kimi şəhər hadisəsidir. Burada çox müasir düşüncəli, prosesləri duyan və istiqamətləndirməyi bacaran peşəkarlar çalışırlar.

- Azərbaycan efiində təkrarçılıq qabarıq şəkildə özünü bürüzə verir. Deyək ki, üç əzəl telekanalda təxminən eyni oxşar förməli «Nəzər nöqtəsi», «Nəbz», «Nədədan sonra»nın efiə çıxmazı, sizcə, tamaşaçını yormur?

- Forma təkrarçılığı çox da dəhşətli bir şey deyil. Bizdə TV modellərinin, verilişlərinin çoxu Qərbdən gelir. Məsələn, CNN-də də əsas xəbər programından sonra günün mövzusu qoyulur və bununla bağlı qonaq dəvət edilir. Bu model cəmiyyətin geniş informasiya almaq istəklərinə uyğundur.

- Sizin dədiklərinizi bəzə qəbul etmek olar ki, əgər CNN-də bu cür olmasaydı, bizdəki telekanallarda da həmin təkrarçılığı görməyəcəkdik?..

- Yox, CNN yaranmadan və bizim məkana gəlməzdən əvvəl Rusiya telekanallarında da, AzTV-də də, məsələn, «Aktual ekran» tipli verilişlər mövcud idi. Amma burada bir şeyi nəzərə alaq ki, bir çox parlaq TV layihələri Qərbdə hazırlanır. Məsələn, tanınmış telejurnalist Vladislav Listyev Qərbdən götürdüyü modellərin əksəriyyətini cəmiyyətin tələbinə, istəyinə uyğunlaşdırmaqla tətbiq edir, layihələri gerçekləşdirirdi. Amma bəzən «Milyonçu» kimi layihələrin dəyişmədən saxlanması əsas şərt olaraq ortaya qoyulur. Ümumiyyətlə, program siyasetində TV-lər bacardıqları və yarada biləcəkləri formanı götürürler. Səyyar TV stansiyası qurub caılı yayım verməkdənə, kimisi studiyaya dəvət edib danışdırmaq daha asandır. Həm də tamaşaçı üçün çox vaxt forma deyil, məzmun maraqlı olur. Təbii ki, yaxşı məzmun münasib forma ilə birləşəndə biz artıq sənətkarlıq haqqında danışa bilərik. Dediinizdən bələ başa düşürən ki, ziyanlı təbəqə, cəmiyyətin elitasi TV-lərdə məhz sənətkarlığın aşağı səviyyəsindən gileylidir.

- *Telekanalda narazılıq doğuran məsələlərdən biri də aparıcılığı sənətinin lazımı səviyyədə olmamasıdır...*

- Azərbaycanda aparıcılığı yüksək səviyyədə qəbul olunanlar, uzun müddət çalışın, amma özünü təsdiq etməyənlər, bu sahəyə yeni gələn və diqqəti cəlb edənlər kimi üç kateqoriyaya bölmək lazımdır. Bundan başqa, aparıcıları verilişlərin xarakterinə görə də təsnif etməliyik. Yəni xəbər programlarının, geniş ictimai-siyasi verilişlərin, tok-şoularının, əyləncəli programların aparıcıları olur. Məsələn, «Lider» və «Space»də maraqlı aparıcılar, ANS-də yaxşı informatorlar görünür. AzTV-də də ayrı-ayrı programlarda diqqəti cəlb edən aparıcılar var. Lakin bütövlükdə, bizdə aparıcı məktəbi yüksək səviyyədə deyil və intellektual səviyyəli teleaparıcılarımız azdır. Hiss olunur ki, aparıcıların çoxu oxuduğu, danışığı materialları lazımlıca qavramır, verilişin ümumi ruhunu tuta bilmir. Müsahibə aparmaq, sual vermək də bizdə bərbad vəziyyətdədir. Bu, bəzən mövzunu, cəmiyyətdə gedən proseslərin mahiyyətini yaxşı bilməməklə və bir də peşəkarlığın aşağı səviyyədə olması ilə bağlıdır.

- *Etiraf etmək lazımdır ki, nitq mədəniyyətində olan qüsurlar da qabarlıq şəkildədir.*

- Ümumiyyətlə, nitqdəki qüsurlar təkcə ekrandakı aparıcılarda deyil, reportyorlarda da diqqəti cəlb edir. Bütün telekanallarda ədəbi normaların pozulması adı hala çəvrilib. Efir danışıği qaydalarına əməl olunmur. Ədəbi dilin leksik normaları, intonasiya zənginliyi pozulur. Həm TV-də, həm də radioda dilin mövcud qaydalarına uyğun olmayan əlamətləri tətbiq etməyə çalışırlar. Bunların da əsas səbəbini ekrana çıxanların ədəbi dili lazımlıca bilməməsi ilə izah etmək olar. Onların söz ehtiyatı lazımı səviyyədə deyil. Başqa dillerin formalarını Azərbaycan dilinə tətbiq etməyə çalışırlar ki, bu da çox pis nəticə verir. Şoumenlər Azərbaycan dilini həddindən artıq pis günə qoyublar. Onlar bəzən ekranda olduqlarını unudurlar. Dildə improvisasiya, mənfi mənada islahatlılıq heç də həmişə yaxşı qarşılıqlıdır. Dil mühafizəkarlığı, normaları sevir. Əgər ekranə çıxb populyar olmaq iddia-sındayıqsa və qarşımıza ictimai fikrə müraciət etmək məqsədini qoymuşusqa, ümumi səviyyəmizin qayğısına qalmalı, ilk növbədə, dilimi zi gözlə bilməliyik.

- *Moskvada teatr mərkəzində baş verən son məlum hadisələrdə jurnalistləri operativ işləməməkdə qızayanlar oldu. Bizdə operativlik hansı səviyyədədir?*

- Operativlik üçün, birincisi, informasiya mənbəyinə yaxın olmaq, ikinciisi isə əldə edilən məlumatı operativ şəkildə çatdırmaq texnologiyasına yiyələnmək vacib şərtidir. Bu cəhətdən ANS, «Lider» telekanallarının inkanlarını yüksək qiymətləndirirəm. Amma ümumiyyətə, bizdə operativ informasiyanı yüksək sənətkarlıqla çatdırmaq məhərəti formalasınmayıb.

- *Tamaşaçıların TV-dən narazı qaldığı bir məsələ də maarifçilik və tərbiyəvi verilişlərin istənilən səviyyədə olmamasıdır...*

- Bütün dünyada ekranlarında maarifçilik verilişlerinin ümumi həcmi azalıb. Əsas səbəb cəmiyyətin və TV-nin bu verilişlərə marağının zəifləməsidir. Təəssüf ki, cəmiyyətin bu tip verilişlərə 50-60-ci illərə qədər marağı vardi. Yəni belə verilişlər gəlir gətirmir, auditoriyani cəlb etmir. Burada bir məqamı da qeyd edim ki, ictimai TV-nin mənbəyində və mənşeyində məhz tədris-təhsil verilişləri dayanır. Məsələn, Amerikada ictimai TV əsas universitetlərin təşkil etdiyi tədris verilişlərindən başlayır. Azərbaycanda ictimai TV yarananda, yəqin ki, bu problem öz həllini daha geniş tapacaq. Cənubi cəmiyyətin inkişafı elm və maarifçiliklə bağlıdır.

S.Cahangirli  
«Paritet» qəzeti, 23-25 noyabr 2002-ci il.

## **İctimai TV nə vaxta qaldı?.. Konkret fikir söyləmək qəliz məsələdir.**

Azərbaycanda ictimai TV-nin ötən ilin sonunda yaradılacağına bəslənən ümidişlər, verilən vədlər, proqnozlar və rəsmi bəyanatlar özünü doğrultmadı. Məsələ yaddan çıxmış kimi görünür: Avropa Şurasından xəbər yoxdur, hakimiyyət dairələri susur, məmurlar və ekspertlər isə mətbuatdan yayınırlar. «İctimai yayım haqqında» Qanun da sanki yüz arşınlıq quyuya düşüb. Bu yandan da durğunluq girdəbəndə çabalaşan AzTV köhnə dəyirmən kimi səs salaraq bayağı verilişləri barədə bir az əvvəl efirə verdiyi mənasız anonsları ilə hələ bu il də tamaşaçıları «feyzyab» edəcəyini bildirirdi.

Mütəxəssislər ictimai TV-nin gecikməsini müxtəlif səbəblərlə izah edir, hətta onu bu il ölkəmizdə keçiriləcək prezident seçkiləri ilə əlaqələndirirlər. Başqa versiyalar üzərində dayananlar da var. Bu məsələlərə münasibət bildirmək üçün biz ictimai yayım haqqında qanunu hazırlayan işçi qrupunun üzvü, tanınmış telejurnalist Qulu Məhərrəmliyə müraciət etdi. İlk sualımız ictimai TV-nin niyə ləngidilməsi ilə bağlı oldu.

- *İctimai TV-nin yaranması ilə bağlı obyektiv ləngimələri faciəyə çevirmək olmaz. Burada bir-biri ilə bağlı olan və uzlaşdırılması vacib sayılan müxtəlif amillər mövcuddur. Ümumiyyətlə, bizim kimi keçid dövrünü yaşıyan ölkələrdə ictimai TV-nin yaradılması uzun prosesdir və bunun üçün ay və həftə ilə ölçülən hansısa konkret müddət müəyyənləşdirmək çətindir. Əsas odur ki, Azərbaycan cəmiyyəti və onu idarə edənlər ictimai TV yaradmasının labüdüyüni qəbul edir, bu istiqamətdə konkret addımlar atılır.*

- *Bəs onda konkret nəticəyə gəlməyə nə mane olur? Qanun üzərində iş sona yetdiyi halda qurumun yaradılması prosesi niyə uzanır?*

- Əvvələ, qanun üzərində iş sona çatmayıb və hələlik bir sıra prinsipi-al məqamlara, o cümlədən idarəetmə sisteminə aid mexanizmə aydınlıq gətirilməyib. İkincisi, ictimai TV bizim cəmiyyət üçün yeni təsisat olduğundan onun bütün parametrləri indidən dəqiq müəyyən edilməlidir. Onun hansı bazada, necə yaradılması, maliyyəleşməsi və idarə olunmasının mükəmməl mexanizmi, fəaliyyət prinsipləri, cəmiyyət və hakimiyyətlə qarşılıqlı münasibətləri, ictimai nəzarətin tətbiqi və s. məsələlər elə dəqiq işlənməlidir ki, sabah ortaya cürbəcür problemlər çıxmasın.

- *Bəzi mülahizələrə görə, hakimiyyət ictimai TV yaradılmasını ona görə gecikdirir ki, prezident seçkisi ilində belə bir demokratik institut oraya çıxmasın və AzTV «öz rolunu» rahat oynaya bilsin.*

- Bu, inandırıcı tezis deyil və onun mahiyyətində inidən hakimiyyətlə ictimai TV-ni bir-birinə qarşı qoymaq cəhdini gizlənir. Halbuki, ictimai yayım cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin mənafeyini, o cümlədən ictimai yətin bir hissəsi olan hakimiyyətin də müəyyən maraqlarını ifadə etməlidir. Bəlkə də, ləngimə məsələsində seçki ilə bağlı hansıa təşkilatı-texniki məqamlar var, amma bütövlükdə bu, əsas amil ola bil-məz. O ki qaldı artıq çoxdan bir neçə alternativi olan AzTV-yə, mənçə, siz ədaləti dəyişsiniz və rəngləri çox tündləşdirirsiniz. Axi, hamımız şahidik ki, seçki illərində, xüsusən seçki kompaniyasının müəyyən mərhələsində AzTV bir xeyli demokratik görünür. Yəni o, qanuna uyğun olaraq namizədərin hamısına bərabər efir vaxtı verməklə, xeyli plüralist mənzərə yaradır. Biz bu faktı necə dana bilərik?

- *Bəs elə iş nəyə görə Avropa Şurası hakimiyyəti dövlət televiziyanın imtina etməyə və onun bazasında ictimai TV yaratmağa çağırır?*

- Bunun sənədləri barədə çox danışılıb. AŞ nümayəndələrinin fikrincə, bütövlilikdə dövlət TV-si cəmiyyətin və ictimai rəyin bütün spektrini əks etdirmir. Bütün bunlar mövcud hadisələrin yozumunda, informasiya seçimində və onun təqdimat üsullarında özünü açıq göstərir. Özəl televiziylər işa kommersiya və s. müləhizələrə görə cəmiyyətin maraqlarını ifadə etmək iqtidarında deyil. Ona görə də dünya təcrübəsi belə bir missiyani yerinə yetirə biləcək qurum kimi yalnız ictimai TV-ni tanıyır. AŞ da bizə məhz bu modeli gerçəkləşdirməyi tövsiyə edir. Amma mənçə, bizdə ictimai TV-nin hansı bazada formalasacağını Avropa Şurası yox, Azərbaycan rəhbərliyi özü müəyyənləşdirəcək. Şübhəsiz ki, bu məsələdə beynəlxalq təcrübə, Azərbaycanın mövcud gerçəkliliyi, siyasi, iqtisadi və xüsusən psixoloji amillər həllədici rol oynayacaq. Ümumiyyətlə, bu, bir az ince məsələdir. Həm də həllədici məqamda dövlətin əsas töbliğat vasitəsindən imtina edəcəyi bir az nəndirici görünümür.

- *Artıq hakimiyyətin yüksək çinli məmurları Azərbaycanda ictimai və dövlət televiziylərinin yanası fəaliyyət göstərəcəyini bildirirlər. Buna necə baxırsınız?*

- Yəqin ki, bu məlumatlar əsassız deyil. Çünkü ictimai TV-ni hakimiyyət yaradır və təbii ki, hakimiyyətin yeni qurumla bağlı konkret planları var. Əgər bündə bizə iki TV-ni maliyyələşdirməyə imkan verəcəksə, bu, yaşıdır. Yox, əgor biz bir TV-ni bölüb iki kanal düzəldəcəyiksə, burada xeyli problemlər ortaya çıxacaq. Əgər ictimai TV-yə «ögey övlad» kimi baxılsa, onun taleyi acınacaqlı olacaq. Əlbəttə,

mən arzu edərdim ki, biz «En-eyc-key» (Yaponiya) kimi dövlət və cəmiyyətə xidmət edən dəyərli bir ictimai TV yaradaq.

- *Sizcə, ictimai TV ideyasının, heç olmasa, 2003-cü ildə gerçəkləşməsi baş tuta bilərmi?*

- Mən lap əvvəldən bu məsələdə illüziyalara qapılmamığın tərəfdarı olmuşam. Çünkü ictimai TV təkcə istəyə bağlı deyil. Burada cəmiyyətin xarakteri, siyasi palitrası, ictimai şüurun səviyyəsi və s. məsələlər həlli-dici rol oynayır. Digər tərəfdən beynaxalq təcrübə də bizi az kömək edir. Bir faktı nəzərinizə çatdırırm ki, Estonia istisna olmaqla keçmiş SSRİ məkanında normal ictimai TV yaradılması təcrübəsi yoxdur. Finlandiya kimi ölkədə belə bir TV yaradılması üçün 2-3 il mübarizə gedib. Biz, ictimai şüur səviyyəsi hər kəsə belli olan cəmiyyətdə yaşayıriq, problemlərimiz, siyasi mühitimiz və qeyri-müəyyənliliklərimiz də göz qabağındadır. Ona görə də ictimai TV-nin nə vaxt, həm də necə yaradılacağı barədə konkret fikir söylemək qədiz məsələdir.

- *Mən belə başa düşürəm ki, cəmiyyətdə barışq olmadığından hakimiyyət siyasi mülahizələrə görə ictimai TV-ni yaratmaqdə ehtiyatlanır.*

- Azad və açıq cəmiyyətdə jurnalistlər, siyasetçilər və rəsmi hakimiyyət nümayəndələri qarşılıqlı anlaşma deyilən bir vərdişi yiyələnməyi bacarmalıdır. Lakin etiraf edək ki, hətta demokratik əmənəsi olan ölkələrdə belə bu peşələrin nümayəndələri arasında qarşılıqlı əlaqə çox vaxt mübarizə xarakteri daşıyır. Təssüs ki, bizdə də belədir. Amma belə güman olunur ki, ictimai TV Azərbaycan cəmiyyətinin problemlərini heç bir siyasi konyukturaya yol vermədən işıqlandıracaq.

- *Bəs, sizcə, hər hansı KİV kimi ictimai TV-nin müstəqilliyi və sərbəstliyi nədən asılı olacaq?*

- Siz əmin olun ki, ictimai TV-nin yaranması ilə bizdə nə göy guruldayacaq, nə də şimşəklər çaxacaq. Bu, cəmiyyətdəki mövcud demokratiyanın inkişafına və söz azadlığının dərəcəsinə uyğun gələn bir TV olacaq. Onun azadlığı və müstəqilliyi issə bir sıra siyasi nüanslarla yanaşı, üç əsas amıldən asılı olacaq. Birincisi, müvafiq qanunvericilik bazası və qaydaların mövcudluğu, ikincisi, bazar mühəsibətlərindən baş çıxaran ağıllı və bacarıqlı rəhbərin olması, üçüncüsi isə yüksək pəşəkarlıq səviyyəsi və məsuliyyət hissinin dərk edilməsi. Əslində, bù amillər bizim TV-lərin hamısı üçün hava və su kimi lazımdır.

İlkin QURBANOV

«Ayna» qəzeti, 21 fevral 2003-cü il.

İctimai yayımın hər hansı cəmiyyətin inkişafının müəyyən mərhələsinin də meydana çıxaraq, ilk növbədə, toplumun azadlıq ideallarını, eləcə də ictimai şurun və siyasi mədəniyyətin mövcud səviyyəsini eks etdi.

Güman edirik ki, artıq ictimai TV-nin mahiyyəti, onun məqsəd və prinsipləri, demokratik cəmiyyət üçün dəyəri barədə bizim müəyyən təsəvvürümüz vurdur. Hər halda bu kitabı nəzərdən keçirən oxucunun ictimai TV haqqında ən adi bilgilərə yiylənəcəyi şübhə doğurmur.

Əslində bizim ictimai yayımıma marağımız bütövlükdə televiziyyaya, onun həyatımızda və məişətimizdə oynadığı rola maraqla bağlıdır. Eyni zamanda ənənəvi düşüncə tərzimizdə etdiyi döyişikliklərə görə da biz televiziyanı sehrindən çıxa bilmirik. Psixoloqların fikrincə, bizim ətraf aləmi qavramaq modelimizi tarixən mətbuat müəyyən edib: söz ardınca söz, cümlə ardınca cümlə, səhifə ardınca səhifə – hər konkret anda bir obyekti qarvanılmış və beləliklə də, məntiqi – ardıcıl, əlaqəli xətt yaranmışdır. Lakin elektron informasiya vasitəsi olan televiziya bizim düşüncəmizdəki bu ardıcılığı pozaraq gerçəkliyi qarvamağın başqa üsulunu təqdim etmişdir. Yəni XX əsrin ortalarında tarix meydanına çıxan televiziya ətraf aləmin bilavasitə qarvanılmasını düzxətli təfəkkür üsuluna qarşı qoymuşdur. Televiziya hər konkret anda bir «obyekt» əvəzir, bir-birinin ardınca düzəlmüş sözlər, cümlələr əvəzinə eyni vaxtda çoxlu təssürat yarada bilir. Beləliklə, mavi ekran insanların gerçəkliyi qovuşmasında misilsiz rol oynayaraq hər birimizin hadisələrdə iştirakını və müşahidəciliyini fəallaşdırır. Bir sözlə, televiziya gerçəkliyi bize mozaika şəklində çatdırır.

İctimai TV-də düşüncə modeli çoxplanlılıq, mozaikliyə əsaslanır. Yəni dövlət və özəl televiziyalarından fərqli olaraq ictimai TV cəmiyyətə daha geniş nəzərlərlə baxır, gerçəkliyi daha obyektiv və geniş planda əks etdirir. Məhz buna görə də yayımın bu növü cəmiyyətin bütün sosial təbəqələrinin maraqlarını ifadə edən sosial institut kimi dəyərləndirilir.

İctimai yayım hər hansı cəmiyyətin inkişafının müəyyən mərhələsinin də meydana çıxaraq, ilk növbədə, toplumun azadlıq ideallarını, eləcə də ictimai şurun və siyasi mədəniyyətin mövcud səviyyəsini eks etdi.

rir. Tamaşaçıya obyektiv, dolğun və qərəzsiz informasiya verən icimai TV, həm də cəmiyyətdəki fikir plüralizmini, müxtalif maraqları və ən aktual mövzuları dəyişkən formalarda işıqlandırmaqla ekranda sozial konsensus yaradır. İctimai TV milli və bəşəri dəyərləri təbliğ etməklə tamaşaçıya geniş bilik verib onda yüksək zövq formalasdırmaqla cəmiyyəti müasir mədəniyyətə qovuşdurmaq missiyasını da yerinə yetirir.

Müasir Avropa məkanında ictimai TV artıq çoxdan azad cəmiyyətin manafeyinə və fikir plüralizminə xidmət edən müstəqil qurum kimi qəbul olunub. Demokratianın zəif inkişaf etdiyi ölkələrdə isə bu qurumun azadlığı və müstəqilliyi üç əsas amildən asılıdır: birincisi, müvafiq qanunvericilik bazası və şəffaf idarəciliq qaydalarının mövcudluğu, ikincisi, bu quruma siyasi-iqtisadi şəraitdən baş çıxaran mütxəssisin rəhbərlik etməsi, üçüncüsü isə TV-nin yaradıcı kollektivinin yüksək peşəkarlığı və cəmiyyət qarşısında məsuliyyət hissi. Məhz bu amillərin bir-birini tamamlaması ictimai TV-ni demokratik cəmiyyətin mühüm atributuna çevirir.

## Mənbələr və əsas ədəbiyyatların siyahısı

1. Avropa Şurasının tələbləri: ictimai teleradio haqqında qanun layihəsinin hazırlanması çərçivəsində keçirilən seminarlar. B., 2001.
2. Bağırov Ə.H. Kütləvi informasiya və təbliğat vasitələri sistemində televiziyanın yədi. ADU-nun Elmi əsərləri. Jurnalistika ser. №3, 1978 və №1-4, 1979.
3. Demokratik dövlətlərin seçki prosesində televiziya və radionun rolu. B., 2001.
4. Demokratik dövlətlərin televiziya və radio sistemi. B., 1999.
5. İctimai TV: Bi-bi-si modeli. B., İnternews, 2002.
6. Məhərrəmov Q.M. Televiziya haqqında etüdlər. B., 1996.
7. Məmmədli C. Jurnalistikaya giriş. B., 2001.
8. Nağı A. Fransa nın televiziya və radio yayımları, mövcud qanunlar. Demokratik dövlətlərin televiziya və radio sistemi. B. 1999, s.130.
9. Televiziya və radio yayımı haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. 25 iyun 2002-ci il.

### Rus dilində

10. Аткинсон Д. Общая картина кризиса. В кн.: Служба общественного вещания: Проблемы двадцать первого века. изд. ЮНЕСКО, 1997.
11. Беглов С.И. Британская печать на исходе века. М., 1995.
12. Бирюков Н.С. Буржуазное телевидение и его доктрины. Москва, «Мысль», 1977.
13. Вартанова Е.. И Северная модель в конце столетия. Печать, ТВ и радио стран Северной Европы между государственным и рыночным регулированием. М., 1997.
14. Голованова Г.А. Печать США в начале 90-х годов. М., 1996.
15. Голядкин Н.Л. ТВ информация США. М., 1995.
16. Государственный договор о телевидении и радиовещании. Бонн, 1997.
17. Задорожная К.Е. Новое в развитии телерекламы в США (конец 1980 – начало 90-х годов) // Вестн. Моск. Ун-та. Сер. 10. Журналистика. 1994. №6.
18. Засурский Я.Н., Голованова Г.А., Беглов С.И., Прокопенко С.И., Шарончикова Л.В., Самарина Н.А. Средства массовой информации США, Великобритании, Франции в 1994 году // Вестн. МГУ, Сер. 10. Журналистика. 1995. №4.
19. Землинова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М., изд. Моск. Ун-та., 1999.
20. Землинова Л.М. Медиа и политика в переходный период // Вестн. Моск. Ун-та. сер. 10. Журналистика. 1998. №5.

21. Колесник С.Г. Основные тенденции развития телевидения в СНГ (1995-96 годы) // Вестн. Моск. Ун-та. 1998. №1.
22. Мельхин И.С. Информационное общество: проблемы, тенденции, источники, развитие. М., МГУ, 1999.
23. Общественное телерадиовещание. Документы. Комментарии. Рекомендации. С-Пб., «Лик», 2000.
24. Служба общественного вещания: Проблемы двадцать первого века. Париж. изд. ЮНЕСКО. 1997, №3.
25. Совет Европы: документы по проблемам средств массовой информации. С-Пб. 1998.
26. Средства массовой информации и выборы. М., 1995.

### Xarici dillerde

27. Achille Y. with the collaboration of J. Ibanez Bueno, *Les televisions publiques en quete d'avenir*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 1994, p. 314.
28. Aufderheide P. «Public Television and the Public Sphere», in *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 8, №2, 1991, pp. 168-9.
29. Barendt E. *Broadcasting Law/A Comparative Study (with corrections)*. - Oxford. Clarendon Press, 1995.
30. Blumler J.G. and Hoffmann-Riem W. «New Roles for Public Television in Western Europe: Challenges and Prospects», in *Journal of Communication*, Vol. 42, №1, Winter 1992, pp. 21-2.
31. Blumler J.G. and Nossiter T.J. «Broadcasting Finance in Transcation: An International Comparison» Oxford University Press, 1991, p.407.
32. Bourges. H. *La television da public (The Public's Television)*, Flammarion, Paris, 1993, p.1.
33. Brown D. «Citizens or Consumers: U.S. Reactions to the European Community's Directive on Television», In *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 8, №1, 1991, p. 8.
34. Consultant Study on the Impact of the New Communications Technologies on Human Rights and Democratic Values // Council of Europe. Strassburg. 1995. Dec. 4.
35. Corcoran F. Nationalism, Identity and Social Memory // *Media Development*. 1993. V. XL. №4.
36. Fransis B. *Medias et Societe. De Qytenberg a internet*. Paris, 1997.
37. Gernham N. «Media Theory and the Political Future of Mass Communication», Sage Publications, London, 1990, p.1.
38. Holznagel Rundfunkrecht in Europa, Auf dem Weg zu einem Gemeinrecht europäischer Rundfunkordnungen (Jus publicum, 18). – Tübingen. J.C.B. Mohr, 1996.
39. McLuhan M. and Fiore Q. *The medium is the massage*. N.Y., 1967, p.62.
40. McLuhan M. *Culture is Our Business*. N.Y., Toronto. 1970.

41. M. Fichera, «Satellite Channels/Les chaines par satellite», in European Broadcasting Union, Brussels, 1993, op. cit., p. 63.
42. M. Souchon, «Un avenir pour la television publique» (A Future for Public Television), in Etudes, Vol. 373, №4, October 1990, pp. 349-50.
43. Richeri G. «Television and New Technology-Satellite and Cable in Europe», in A. Silj, The New Television in Europe, London, 1992, p. 72.
44. Rowland W.E., Jr. and M. Tracey. Worldwide Challenges to Public Service Broadcastin. 1990, Journal of Communication 40 (2): 8-27.
45. Scannell P. «Public Service Broadcasting: The History of a Concept», in A. Goodwin and G. Whannel, Understanding Television, Routledge, London, 1990, p. 26.
46. Schurmann Leo. Medienrecht, 2. Überarbeitete Auflage (Stdmpfli juristische Lehrbucher). - Bern. Stdmpfli, 1993.
47. Silj A. «Domestic Markets and the European Market», in A. Silj(ed), 1997, p. 47.
48. Smith A. «Public B. in a Multi-Channel Europe», in A.Silj(ed). 1989, pp.61-2.
49. Television and the American Family (Communication Series) -Published, 1997.
50. Tracey M. The Future of Public Service Broadcasting: Bye, Adios, Vaya Con Dio!, Aurevoir, Ciao, You're Outta Here-Maybe. INPUT Conference, 1994, Montreal.
51. Wolton D. «Eloge du grand public une théorie critique de la télévision», Praise of the General Public, Paris, 1990, p.101, 120.

### İnternet ünvanları

[http://www.medialaw.ru/laws/other\\_laws/european/tv-europe.htm](http://www.medialaw.ru/laws/other_laws/european/tv-europe.htm)  
[www.internews.ru \(sañadlar\)](http://www.internews.ru)

## MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ .....	3
<b>I HİSSƏ: Coxkanallı teleradio şəbəkəsi və ictimai televiziya .....</b>	<b>9</b>
Ictimai yayına doğru .....	10
Ictimai sahə: iqtisadi maraqlar mədəniyyətə və demokratiyaya qarşı .....	23
Ictimai sahədən ictimai televiziyaya .....	27
Ictimai TV-nin ideali, vəzifə və prinsipləri .....	31
Program siyaseti və veriliş özellikləri .....	37
Cəmiyyət maliyyələşdirir, idarə və nəzarət edir .....	44
Böhran, yoxsa ictimai TV üçün tələ .....	58
Ictimai yayım və qloballaşma: golçuk necə görünür .....	63
<b>II HİSSƏ: Xarici ölkələrin ictimai yayım sistemi .....</b>	<b>73</b>
ABŞ-da ictimai yayım: dünən və bu gün .....	75
Böyük Britaniya: Bi-bi-si ictimai yayımın klassik modeli kimi .....	82
Almaniyada ictimai yayım: tənzimlənmə mexanizmi .....	89
Fransada ictimai yayımın hüquqi əsasları .....	95
Yaponiya: ictimai yayım cəmiyyətin güzgüsi kimi .....	100
Şimali Avropa ölkəleri və ictimai yayımın yeni modeli .....	105
Polşa: ictimai yayımın kövrək addimları .....	110
MDB məkanı: həqiqi ictimai TV intizarında .....	115

### **III HİSSƏ Azərbaycan ictimai TV: problemlər,**

İllüziya və gerçəkliliklər (məqalə, müsahibə və çıxıqlar) . . . . .	123
Azərbaycanda ictimai televiziya olacaqmı? . . . . .	125
İctimai televiziya günün reallığıdır . . . . .	133
AzTV-2 ictimai televiziya üçün obyekt ola bilməz . . . . .	135
İctimai yayımın məqsədi ictimai fikir, ictimai düşüncə və ictimai mənafedir . . . . .	137
Eizo ictimai TV lazımdır? . . . . .	141
Azərbaycanda ictimai TV: problemlər, illüziyalar və gerçəkliliklər . . . . .	144
Telejurnalıst «İctimai teleradio yayımı» haqqında qanunun gözdən salınmasına etiraz edir . . . . .	152
İctimai və dövlət televiziyalarını üz-üzə qoymaq olmaz . . . . .	155
İctimai TV-ni indidən gözdən salırlar . . . . .	158
İctimai televiziya cəmiyyətin və dövlətin xeyrinədir . . . . .	161
İctimai TV nə vaxta qaldı?.. . . . .	166
<b>NƏTİCƏ . . . . .</b>	<b>169</b>
Mənbələr və əsas ədəbiyyatların siyahısı . . . . .	171

Məhərrəmli Qulu Məmmədqulu oğlu

**İCTİMAİ TELEVİZİYA**  
prinsiplər, gerçekliklər, perspektivlər

Kompüter yığımı:  
**Ruhiyyə Mustafayeva**

Korrektor:  
**Pəri Səmədova**

Çapa imzalanmışdır 04.03.2003.  
Format 60x841/16. «Tayms» qarnituru.  
Ofset çapı. Sifariş № 12 .  
Tiraj 500 nüsxə.



Dizayn: «BakıART» dizayn studiyası  
Rəhbər: T.Məlik



«Bakı» nəşriyyatı Bakı 9, Ə.Quliyev 65/5.  
Tel: (994 12) 943 315



«Qamma Servis» mətbəəsində çap olunmuşdur.  
Bakı ş. Tbilisi pr.1.