

The background of the cover features a hand pointing at a network diagram. The diagram consists of several white human figures connected by a web of white lines on a light blue background. The hand is positioned in the lower right quadrant, with the index finger pointing towards the center of the network.

# **Azərbaycanda KİV-də ümumi bəşəri dəyərlərin işıqlandırılması**

***Tədqiqat Hesabatı***

***Bakı 2020***

***Bu t dqiqrat hesabatı “Şərq T r fdaşlıđı ölkələri v  Rusiyada vətəndaş cəmiyyəti ilə  m kdaşlıđın inkişafı” proqramı  r r v sində Almaniya Federal Xarici İşlər Nazirliyi tərəfindən maliyyələşdirilən, “Qeyri-zorakı cəmiyyətin inkişafı  r n dəyərlərin təşviqi” layihəsi  r r v sində aparılmışdır. Hesabat Qadınlar Arasında Həmrəylik İctimai Birliyi tərəfindən sifariş edilmişdir.***

***Hesabatın müəllifi müstəqil media ekspert , jurnalist Zaur İbrahimlidir.***

*Hesabat Azərbaycan təcrübəsində KİV-də ümumbəşəri dəyərlərin (humanizm, gender bərabərliyi, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi ehkamlar/dəyərlər) işiqlandırılması, KİV-in aktual ictimai-siyasi hadisələri işiqlandırmasının bu dəyərlər r kursundan təhlilinin, t dqiqratın nəticələrini əks etdirir. Hesabat bu məsələlərlə bađlı aparıcı meylləri, müsbət və zəif cəhətləri, mövcud vəziyyətin obyektiv fiksasiyasını təsvir edir. Eyni zamanda problemlərin aradan qaldırılması  r n t vsiiy l ri müəyyən edir.*

## ***Mündəricat***

<b><i>Xülasə</i></b>	<b><u>3</u></b>
<b><i>Metodologiya</i></b>	<b><u>6</u></b>
<b><i>Xəbər sayt və portallarının analizi</i></b>	<b><u>8</u></b>
<b><i>Jurnalist və redaktorlar arasında sorğunun nəticələri</i></b>	<b><u>14</u></b>
<b><i>Fokus qrup müzakirələrinin və nəticələri</i></b>	<b><u>18</u></b>
<b><i>Dərinləşdirilmiş müsahibələrin nəticələri</i></b>	<b><u>22</u></b>
<b><i>Ümumiləşdirilmiş nəticələr və tövsiyyələr</i></b>	<b><u>25</u></b>

Sosiologiya və psixologiya elmlərinin, ictimai rəyin öyərilməsi ilə əlaqədar aparılan tədqiqatlar göstərir ki, KİV-də ümumbəşəri dəyərlərin (*humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi ehkamlar/dəyərlər*) işıqlandırılması vəziyyəti, sepsifik xüsusiyyətləri insanların düşüncəsi və davranışlarına birbaşa təsir edir. İctimai rəyin formalaşmasına təsir göstərmək imkanında olan KİV-in hansı “dildə danışması” ilə həmin cəmiyyətdə ümumbəşəri dəyərlərin hansı səviyyədə təşəkkül tapması arasında düz mütənəsiblik müşahidə olunur. KİV-də nifrət dili gücləndikcə, ksenofobiya, ayrışdırıcılıq, zorakılıq təbliğ edən, haqq qazandıran materiallar artdıqca, yaxud bunları təbliğ edən şəxs və qruplara, ideoloji cərəyan, hərəkat və qüvvələrin təmsilçilərinə geniş yer verildikdə cəmiyyətdə dinc birgəyaşayış, humanizm, demokrtaik dəyərlər zəifləməyə başlayır. Buna görə hər bir cəmiyyət, ölkədə mütəmadi olaraq bu məsələlərlə bağlı araşdırmalar, tədqiqatlar aparılması zərurətə çevrilib. Bu cür araşdırmalar cəmiyyətin “hərəətini” ölçməyin və müsbət dəyişikliklər üçün alətlərindən biri kimi çıxış edir.

Şərq və Qərb mədəniyyətlərinin kəsişməsində, sivilizasiyaların kəsişmə coğrafiyasında yerləşən, çoxmillətli, ərazilərinin 20% 30 il Ermənistan tərəfindən işğal altında saxlanılmış, fərqli, bir çox hallarda isə rəqabət aparıcı dini və sivilizasiya dünyagörüşlərinə malik iki böyük ölkə (İran İslam Respublikası və Rusiya Federasiyası) ilə sərhəddə yerləşən Azərbaycanda cəmiyyətin aparıcı təbəqələrində mötədil dünyagörüşü formalaşması ümumi sabitlik, inkişaf, cəmiyyətin bütövlüyünün qorunması üçün çox mühümdür.

Tədqiqat göstərdi ki, Azərbaycan KİV-də humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi dəyərlər mövzuları olduqca zəif işıqlandırılır. Azərbaycanda media sektorunun spesifik özəllikləri və mövcud vəziyyəti ümumbəşəri dəyərlərin əsas fokusda qalmasına imkan vermir.

Azərbaycanda geniş auditoriyaya əhatə etmək imkanında olan xəbər sayt və portalları, qəzetlərin veb-səhifələri daha çox aqreqator saytlar kimi fəaliyyət göstərirlər və faktiki olaraq araşdırma jurnalistikası, sosial kontekstin təhlili, ümumbəşəri dəyərlərin təbliği, təşviqi ilə əlaqədar fəaliyyətlər yox səviyyəsindədir.

Azərbaycanda hökumət səviyyəsində son 5 ildə multikulturalizm, tolerantlıq, dinlərarası, sivilizasiyalararası dialoqla bağlı beynəlxalq təşəbbüslər irəli sürülməsi, mövcud trendlərin dəstəklənməsi ümumbəşəri dəyərlərin müəyyən qədər KİV-in foksuna gəlməsinə və media gündəliyində yer almasına əhəmiyyətli töhvə verib.

2011-2018-ci illərdə 6 dəfə Bakı Beynəlxalq Humanitar Forumu keçirilib. 6 Forumun hər birinin gündəliyində humanizm, multikulturalizm, tolerantlıq, davamlı inkişaf, təbiətin mühafizəsi, insan hüquqları əsas mövzular kimi müəyyən edilib.

2008-2019-cu illərdə Azərbaycanda 5 dəfə Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumu keçirilib. 2019-cu ildə mayın 2-4də Bakıda “Ayrı-seçkilik, qeyri-bərabərlik və zorakı münaqişəyə qarşı fəaliyyət naminə dialoq quraq” şüarı altında V Ümumdünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumu keçirilib. Forum Azərbaycan hökumətinin təşkilatçılığı, UNESCO, BMT-nin Sivilizasiyalar Alyansı, Dünya Turizm Təşkilatı, Avropa Şurası və ISESCO-nun tərəfdaşlığı ilə keçirilir. Tədbirdə 100-dən çox ölkənin və 30-dan çox beynəlxalq təşkilatın yüksək səviyyəli rəsmiləri iştirak ediblər.

2008-ci ildən Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin təşəbbüsü ilə həyata keçirilən “Bakı Prosesi” 10 il ərzində müxtəlif qitələrdə yaşayan fərqli etnik, mədəni, dini və linqvistik mənsubiyyəti olan ayrı-ayrı insanlar və qruplar arasında qarşılıqlı anlayış çərçivəsində səmimiyyət və hörmətə əsaslanan fikir mübadiləsi üçün müsbət platforma yaradılıb. Araşdırmalar göstərir ki, bu Forumlar qısa müddətə də olsa bu mövzuların KİV-də əsas foksə gəlməsini şərtləndirib. Eyni zamanda KİV üçün hökumət təşəbbüslərində bu mövzuların yer almasını şərtləndirib.

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2008-ci il 31 iyul tarixli 2957 nömrəli Sərəncamı ilə Azərbaycan Respublikasında Kütləvi informasiya vasitələrinin inkişafına dövlət dəstəyi Konsepsiyası təsdiq olunub. Konsepsiya kütləvi informasiya vasitələrinin inkişafına dövlət dəstəyinin verilməsinin təşkilati-texniki, hüquqi, iqtisadi və digər tədbirləri müəyyən edir. KİV-ə dövlət dəstəyinin verilməsi ilə Konsepsiyanın müəyyən etdiyi istiqamətlərdə ümumbəşəri dəyərlər, humanizm dəyərləri də əks olunub. Bura insan hüquq və azadlıqlarının müdafiəsi, vətəndaşların hüquqi, siyasi mədəniyyət səviyyəsinin yüksəldilməsi, dini və milli tolerantlıq, millətlərarası münasibətlərin inkişaf etdirilməsi, ekologiya və ətraf mühitin mühafizəsi, gender, ailə məsələlərinin işıqlandırılmasını aid etmək olar. Bu Konsepsiyaya uyğun olaraq 2008-ci ildə yaradılan Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin İnkişafına Dövlət Dəstəyi Fondu bu istiqamətlər üzrə qəzetlər üçün 20-dən çox müsabiqə elan edib. Eyni zamanda bu mövzular Fond tərəfindən elan olunan 10-dan çox fərdi jurnalist müsabiqələrinin mövzuları sırasına daxil edilib. Məhz bu müsabiqələr nəticəsində dərc olunan məqalələr son 5 ildə ümumbəşəri dəyərlər, humanizm, insan hüquqları, gender bərabərliyi, milli və universal dəyərlər mövzularında KİV kontentinin təxminən 80% təşkil edir. Bu müsabiqələrdən kənar əsasən qeyd olunan mövzularda yalnız informativ xarakterli materiallar, rəsmi xəbərlər kontentin əsas hissəsini təşkil edir.

2003-cü il martın 15-də Azərbaycan jurnalistlərinin birinci qurultayında qəbul edilən ATƏT və Mətbuat Şurasının birgə layihəsi əsasında təkmilləşdirilən Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranışı Qaydalarında jurnalistlərin ictimai əhəmiyyət kəsb edən maraqların qorunması, müstəqil mövqe nümayiş etdirməsi əsas prinsiplərdən biri, ali məqsədin həqiqəti yaymaq olması təsbit edilib, obyektivlik isə əsas peşəkarlıq meyarı kimi qeyd edilib. Bu ümumbəşəri dəyərlərin KİV-də işıqlandırılması baxımından jurnalistlər üçün müvafiq əxlaqi, hüquqi, etik əsas və bünövrə formalaşdırır.

KİV-də ümumbəşəri dəyərlərin (humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi ehkamlar/dəyərlər) işıqlandırılması vəziyyətinə vətəndaş cəmiyyətinin fəaliyyəti, QHT-lərin layihələri və təşəbbüsləri, tədqiqatları da bilavasitə təsir göstərir. Jurnalistlərlə fokus-grup müzakirələri göstərdi ki, QHT-lərin bu cür təşəbbüsləri media gündəliyinin formalaşmasına xüsusən meynstrimə daxil olmayan, dəyərlərlə bağlı mövzuların diqqət mərkəzinə gəlməsində ciddi təsirə malikdir.

Fokus qrup müzakirələri və dərinləşdirilmiş müsahibələrə əsasən o qənaətə gəlmək olar ki, bəşəri dəyərlərin təbliği, təşviqi, bunlara uyğun ictimai rəyin fokuslanması ilə bağlı redaksiya mövqeyini əks etdirən mövqe sənədləri, rəqlament, daxili təlimatlar yoxdur. Bu mövzular kontekstdən asılı olaraq diqqət mərkəzinə gəlir.

10 aparıcı xəbər saytı və qəzetin elektron versiyaları üzrə - humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi ehkamlar/dəyərlər – açar sözləri üzrə axtarış həyata keçirilib və son bir ildə bu mövzuda dərc olunan materiallar statistik və analitik təhlil edilib. Bu mövzuda kontentin həcmi, hansı kontekstdə yazılması, hansı mesajları verməsi, ümumi kontentdə nə dərəcədə yer tutması, KİV-in aktual ictimai-siyasi hadisələri işıqlandırmasında bu dəyərlər rakursundan analizi həyata keçirilib.

20 aparıcı redaksiyanın redaktorları, aparıcı jurnalistləri arasında yazılı Anket Sorğusu keçirilib. Sorğu KİV-in birbaşa rəhbərlik edən, redaksiya siyasətini müəyyən edən şəxslərin rəyini, dəyərləndirməsini, münasibətini öyrənmək məqsədilə keçirilib. Həmçinin, KİV-in özünüqiymətləndirilməsi kimi qeyd oluna bilər.

8 aparıcı xəbər saytının fəal əməkdaşı ilə fokus-qrup müzakirəsi keçirilib. Fokus-qrup vasitəsilə KİV üçün kontent hazırlayan şəxslərin mövcud vəziyyətə baxışları, problemlərə, onların həlli yollarına münasibəti, fikirləri, həmçinin təklifləri öyrənilib.

4 tanınmış KİV redaktoru ilə dərinləşdirilmiş müsahibə aparılıb. Bu müsahibələr peşəkarların baxışını, yanaşmasını öyrənməyə, müqayisəli təhlil etməyə imkan verib.

Bu tədqiqat alətlərindən istifadə olunan məlumatlar analiz edilib və Tədqiqat Hesabatında əks olunub.

### **Metodoloji çətinliklərlə bağlı qeydlər**

1. Azərbaycanda əksər xəbər sayt və portallarında çox zəif axtarış sistemi var. Axtarış sistemi olanların axtarış parametrləri isə çox minimum imkanlar təqdim edir.
2. Azərbaycanda KİV və media sektoru əsasən hökumətin nəzarətindədir. Müstəqil jurnalist həmkarlar təşkilatları və jurnalistləri müdafiə təşkilatları yoxdur. Bütün bunlar jurnalistlərin sorğularda (hətta tam anonimlik təmin edilsə belə), fokus qrup müzakirələrində, dərinləşdirilmiş müsahibələrdə müstəqil mövqe ifadə etməsinə ciddi şəkildə mane olur. Nəzərə almaq lazımdır ki, hətta 10 ildən artıq fəaliyyət göstərən xəbər saytlarında əməkdaşlar əmək müqaviləsi ilə çalışmır, daha çox xidmət müqaviləsi, yaxud ştatdankənar əməkdaş kimi çalışırlar. COVID-19 pandemiyası ilə əlaqədar karantin rejimi elan olunması da göstərdi ki, hökumət elektron sistemində jurnalistlərin əmək müqaviləsi qeydə alınmayıb. Bu jurnalist və redaktor kimi çalışan əməkdaşları belə redaksiya rəhbərliyi, yaxud təsisçilərdən tam asılı vəziyyətə salır. Bu onların müstəqil mövqe ifadə etməsini maksimum məhdudlaşdırır.
3. Azərbaycanda yazılı KİV (qəzet, jurnal), elektron KİV (sayt və portallar, onlayn qəzet və jurnallar), TV-lərin reytinginin müəyyənləşdirilməsi, ictimai rəyə təsir

imkanlarının qiymətləndirilməsi, oxucu və izləyicilərin münasibətinin müəyyənləşdirilməsi ilə bağlı sosioloji tədqiqatlar, yaxud marketing tədqiqatları aparılmır. Biznes subyekt kimi media orqanları publik hesabat vermirlər və auditoriya, reklam, oxucular, izləyici marağı, gəlirlər və s barədə hesabatlar, məlumatlar açıqlamırlar.

4. KİV-lərin redaksiya siyasəti ilə bağlı mövqe sənədləri yoxdur. 30 il fəaliyyət tarixi olan KİV-lərin saytlarında belə redaksiya siyasəti ilə bağlı qaydalar, təlimatlar, bələdçilər yoxdur.

Bütün bu amillər bu tədqiqatın aparılması zamanı ilkin analiz üçün statistik məlumat bazası formalaşdırılması, kəmiyyət göstəricilərinin əldə edilməsi, statistik məlumatların beynəlxalq təcrübə ilə müqayisəsini qeyri-mümkün edir. Azərbaycanda media ilə bağlı baza statistikası yalnız Ədliyyə Nazirliyinin açıqladığı dövlət qeydiyyatına alınan KİV-in sayı ilə bağlıdır. Azərbaycanda qanunvericiliyə elektron KİV-lə bağlı müvafiq normalar daxil edilmədiyindən xəbər sayt və portalları şirkət kimi, biznes subyekt, hüquqi şəxs kimi qeydiyyatdan keçirlər. Bütün bu amillər daha çox fokus-qrup müzakirələri və dərinləşdirilmiş müsahibələrin nəticələrini daha çox əlçatan edir.



## Xəbər sayt və portallarının analizi

8 xəbər saytı, portalı, 2 qəzetin veb-səhifəsinin monitorinqi aparılıb. Monitorinq 01 noyabr-15 dekabr 2020-ci il tarixdə həyata keçirilib. Monitorinq son 12 aylıq dövrü əhatə edib. Monitorinq zamanı Google axtarış sistemi və sayt, portallar, veb-səhifələrindəki axtarış sistemlərindən istifadə olunub.

Monitorinqə cəlb edilən 8 xəbər saytı, portalı Azərbaycan üzrə beynəlxalq reyting indekslərində ilk 10-luqda yer aldığına, ictimai rəyə təsir imkanlarına, ictimai əhəmiyyətli mövzulara tez-tez müraciət etdiklərinə görə seçiliblər. 2 qəzetin isə 30 illik fəaliyyət tarixi var. Sayt və portalların yalnız 1 son bir ildə yaranıb. Digərləri 5-10 il müddətinə fəaliyyət göstərirlər.

Monitorinq zamanı aşağıdakı suallara cavab axtarılıb.

**Azərbaycanda yayımlanan Kütləvi İnformasiya Vasitələrində (KİV) ümumbəşəri dəyərlər - humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi ehkamlar necə işıqlandırılır?**

**Cəmiyyət həyatının ən aktual problemlərinin cəmləşdiyi bu sahələrə medianın diqqəti varmı?**

**İxtisaslaşmış dövlət qurumlarının, vətəndaş cəmiyyəti institutlarının fəaliyyəti və onların mətbuatda işıqlandırılması, ictimai təqdimatı yetərlidirmi?**

**Ümumiyyətlə, media bu vacib məsələlərdə üzərinə düşən funksiyaları yerinə yetirmək iqtidarındadırmı?**

**Qoyulan sualları cavablandırmaq və real vəziyyəti təsvir etmək üçün ölkədə ictimai rəyi formalaşdıran 10 populyar internet resurslarında axtarış apardıq. Ortaya çıxan mənzərə həqiqətən məyusedicidir.**

### **AzPolitika.info saytı:**

2020-ci il ərzində *gender bərabərliyi, qadın hüquqları* mövzularına AzPolitika.info saytında 103 dəfə müraciət edilib. Əsasən dövlət qurumlarının press - relizlərində, QHT-lərin fəaliyyətini əks etdirən xəbərlərdə bu barədə bəhs edilib. Ailə, Uşaq və Qadın Problemləri üzrə Dövlət Komitəsinin fəaliyyətinin işıqlandırılmasına həsr olunmuş materiallarda da sözügedən mövzularla bağlı müxtəlif məsələlər əks olunub.

### *İnsan hüquqları:*

AzPolitika.info saytında bu mövzu daha çox ölkə başçısının çıxışlarında və ayrı-ayrı müəlliflərin yazılarında yer alıb. Xüsusən, xarici siyasət, ölkələr arası münasibətləri əks etdirən 163 materialda ona yer verilib.

Saytda insan hüquqları ilə bağlı xəbərlərə, şərhlərə isə siyasi partiyaların, beynəlxalq hüquq müdafiə təşkilatlarının bəyanatlarında, müəllif yazılarında və ölkə rəsmilərinin çıxışlarında rast gəlinir. İl ərzində 160-dan çox bu tipli xəbər işıq üzü görüb.

*Tolerantlıq, mənəvi dəyərlər, humanizm:*

Bu mövzuda ayrıca müəllif yazıları, araşdırma və ya şərhlər yoxdur. Yalnız Azərbaycan rəsmilərinin beynəlxalq tədbirlərdəki çıxışların, ikitərəfli görüşlər, forumlar və ölkədəki dini durumla bağlı hesabatları ilə bağlı materiallarda bu ifadələr keçir.

### **Qafqazinfo.az saytı**

Ölkənin populyar media resurslarından biri olan bu saytda *gender bərabərliyinə* həsr olunmuş 40-dən çox yazı dərc olunub. Maraqlıdır ki, bu ifadə daha çox növbədənkənar parlament seçkilərinin işıqlandırılması zamanı istifadə olunub. MSK sədrinin, seçki administrasiyasının açıqlamalarında gender bərabərliyinin qorunması barədə çağırışlara rast gəlinib. Eyni zamanda bankların press - relizlərinin, ayrı-ayrı dövlət strukturlarının mediaya verdikləri məlumatlarında da bu ifadəyə geniş rast gəlinir.

*Humanizm* ifadəsinə 80-dən artıq məqalədə rast gəlinib. Əsasən həbsdə olan siyasi fəallarla bağlı müraciətlərdə, dövlət qurumlarının açıqlamalarında rəsmi şəxslərin çıxışlarında humanizm prinsiplərinin vacibliyindən bəhs olunub. Əsas ağırlıq dövlət rəsmilərinin üzərinə düşsə də, QHT rəhbərləri, siyasətçilər də saytdakı çıxışlarında tez-tez bu ifadəyə baş vurublar.

*Tolerantlıq* ifadəsi 100-dən çox məqalədə əskini tapıb. Əsasən Prezidentin nitqlərindən, Xarici işlər nazirinin və diplomatik korpusa daxil olan şəxslərin çıxışlarından verilən xülasələrdə tolerantlıq mövzuları qabardılıb.

*Mənəvi dəyərlər* mövzusunda gəldikdə, Qafqaz Müsəlmanları İdarəsinin fəaliyyətinin işıqlandırılması, Prezidentin çıxışlarının dərcində bu hissələrə önəm verilib. Bundan başqa beynəlxalq konfranslardan verilən reportajlarda, şəhid ailələrinin, qazilərin durumunu əks etdirən müraciətlərdə mənəvi dəyərlər mövzusu ön plana çıxarılıb.

### **Müsavat.com saytı**

Bu, *insan hüquqları* mövzusunda ən çox müraciət etmiş media orqanıdır. Bir il ərzində 300-dən çox yazıda bu istiqamətdə problemlərə toxunulur ki, onların 50-dən çox siyasi partiya nümayəndələri və hüquq müdafiəçilərindən alınmış müsahibələrdir. Partiyaların bəyanatları, siyasətçilərin açıqlamaları, köşə yazıları, habelə yerli və beynəlxalq hüquq müdafiə təşkilatlarının saytda yer alan məlumatlarında da insan hüquqları mövzuları prioritet olub.

*Gender bərabərliyi* məsələsi müsavat.com saytında daha çox QHT-lərə Dövlət Dəstəyi Şurasının fəaliyyətinin və bu qurumun layihələrinin icrasını həyata keçirən QHT-lərin informasiyalarında yer alır. İl ərzində cəmi 12 belə yazı dərc olunub ki, onların cəmi 3-nün başlığında "*gender bərabərliyi*" ifadəsi yer alıb.

*Bir il ərzində humanizm* mövzusunda cəmi bir köşə yazısında və bir eks- deputatın müsahibəsində müraciət edilib.

Müsavat.com *tolerantlıq* ifadəsinə cəmi bir neçə yazıda yer verib ki, onlar da qərb mediasında Azərbaycanla bağlı dərc olunan məqalələrin xülasəsində yer alıb. Qalan materiallar dövlət başçısının və nazirlərin çıxışlarını əhatə edir.

#### **Strateq.az saytı:**

*Gender bərabərliyi* mövzuna bu saytda il ərzində 21 yazı həsr olunub, onların 5-də bu ifadə yazı başlığına çıxarılıb. Məqalələr əsasən dövlət qurumlarının və QHT-lərin fəaliyyətini işıqlandırılmasını əhatə edib.

*İnsan hüquqları* problemlərinə də saytda məhdud sayda rast gəlinir -cəmi 23 məqalə. Avropa İnsan Haqları Məhkəməsinin qərarları, dövlət qurumları ilə beynəlxalq təşkilatların əlaqələrinə həsr olunmuş yazılar və hüququ müdafiəçilərinin, QHT rəhbərlərinin açıqlamalarında insan hüquqlarını əhatə edən məsələlərdən bəhs olunub.

#### *Tolerantlıq*

Strateq.az da bu mövzuda məqalələrə daha çox rast gəlinib. İl ərzində 43 məqalədə tolerantlıq mövzuna toxunulub. Əsasən xarici mediadan Azərbaycana həsr olunmuş məqalələrinin tərcüməsindən, Prezidentin nitqindən, Xarici işlər nazirinin görüşlərindən verilən xülasələrdə bu barədə ətraflı bəhs olunub.

*Humanizm* mövzusu 38 məqalədə əsas prioritet olub. Ayrı-ayrı müəlliflərin yazılarında, dövlət rəsmilərinin çıxışlarında, xüsusən, Ermənistanın işğalçılıq siyasətindən bəhs olunan məqalələrdə bu barədə ətraflı qeyd olunub.

#### **Azpost.info saytı:**

*Gender bərabərliyi* mövzusunda 8 yazı məqalə həsr olunub. Onlardan ikisi müsahibə və dövlət qurumlarının mediaya ötürdüyü xəbərlərdir. Prezidentin çıxışlarından verilən məqalələrdə, beynəlxalq təşkilatlardan verilən açıqlamalar da bu mövzuya toxunulub.

#### *İnsan hüquqları*

Saytda 40-dan artıq məqalə bu mövzuya həsr olunub. Saytda yer alan dövlət rəsmilərinin, siyasi partiya təmsilçilərinin açıqlamalarında, habelə vətəndaş cəmiyyəti təmsilçilərinin çıxışlarında insan hüquqlarından bəhs olunub. Əksər məqalələrin sərlövəsinə "*insan hüquqları*" söz birləşməsi çıxarılıb.

#### *Tolerantlıq*

AzPost. info saytı bu mövzuya daha çox yer ayırır. 100-dən artıq məqalədə tolerantlıq mövzusu prioritet təşkil edib. Əsasən Qafqaz Müsəlmanları İdarəsinin fəaliyyətinin işıqlandırılması, ölkədəki dini konfesiya nümayəndələrinin açıqlamalarında bu mövzu diqqət mərkəzində olub. Bundan başqa işğaldan azad edilmiş ərazilərdə tarixi-dini

abidələrin durumunu əks etdirən məqalələrdə, dövlət rəsmilərinin çıxışlarında da tolerantlıq mövzusu aktuallığını qoruyub.

### *Humanizm*

Əsasən həbsdə olan siyasi fəallarla bağlı məqalələrdə, ölkə rəhbərliyinə müraciətlərdə, əfv məsələləri ilə bağlı müzakirələrdə humanizm mövzusu qabardılıb. Və daha çox hökumət rəsmilərinin və hüquq müdafiəçilərinin çıxışlarında rast gəlinir. Adıçəkilən saytda il ərzində 52 dəfə bu mövzuya müraciət edilib, 3 müsahibənin sərəlvhəsində yer alıb.

### **Oxu.az saytında:**

*Gender bərabərliyi* mövzusu bu saytda il ərzində dərc olunmuş 41 məqalədə yer alıb. Qadınların yeni vəzifələrə təyinatı, Milli Məclisin və bir neçə dövlət qurumunun fəaliyyətinin işıqlandırılması zamanı bu mövzulara yer verilib. Habelə ayrı-ayrı məmurların, deputatların gender bərabərliyinə həsr olunmuş çıxışlarına da önəm verilib.

*İnsan hüquqları* mövzusunda il ərzində 98 dəfə müraciət edilib. Əsasən Ombudsmanın, Əsir və İtkin düşmüş şəxslərlə bağlı Dövlət Komissiyasının dərc olunmuş press-relizlərində bu barədə söhbət açılır. Hüquq mühafizə orqanların rəhbərlərinin və Xarici işlər nazirinin fəaliyyətindən bəhs olunan məqalələrdə də insan hüquqları mövzuna geniş yer verilib. Məqalələrin əksəriyyətinin sərəlvhəsində insan hüquqları məsələsi qabardılıb.

*Mənəvi dəyərlər və humanizm* mövzularına 6 müsahibədə və 29 məqalədə yer verilib. Əsasən, dövlət rəsmiləri Ermənistanın işğalçılıq siyasətini tənqid edərkən bu məsələni xüsusi ilə qabardıblar. Prezidentin, məmurların, deputatların bu mövzuda çıxışlarına yer verilib və müsahibələrdə də başlığa çıxarılıb.

### *Tolerantlıq*

Oxu.az saytında Dini İşlər üzrə Dövlət Komitəsinin press relizlərində, Xarici işlər nazirinin çıxışlarında, xarici mediada Azərbaycan haqqında dərc olunan məqalələrdən verilən xülasələrdə, habelə dini liderlərin çıxışlarından verilən məqalələrdə tolerantlıq mövzusu ətraflı işıqlandırılıb. Ümumilikdə 40-dan çox belə məqalədən nümunə gətirmək mümkündür.

### **Moderator.az saytı:**

*Gender bərabərliyi* mövzusu bu saytda cəmi 13 məqalədə epizodik olaraq keçir. Bu da müxtəlif dövlət qurumlarında vəzifə təyinatları ilə bağlı açıqlamaları və Birinci Vitse – prezidentin fəaliyyətinin işıqlandırılmasını əhatə edir.

*İnsan hüquqları* mövzusunda saytda müəllif yazıları, müsahibələr yer almayıb. Dövlət qurumlarının press - relizlərində, müxtəlif açıqlamalarda insan hüquqları barədə danışılır. Amma heç bir yazıda bu mövzu sərəlvhələrdə qabardılmayıb.

*Tolerantlıq, humanizm, mənəvi dəyərlər* mövzuları haqqında da demək olar eyni ifadələri işlətmək mümkündür. Yalnız xəbərlərdə, açıqlamalarda, press - relizlərdə bu barədə qeydlər var.

#### **Milli.az saytı:**

Bu informasiya resursunda *gender bərabərliyindən* 200-dən artıq məqalədə bəhs olunsa da onların heç birində başlıca mövzu olmayıb və yazı başlıqlarına çıxarılmayıb. Müxtəlif dövlət qurumlarının informasiya buraxılışlarından verilən xəbərlərdə, xarici mediadan tərcümələrdə *gender məsələlərindən* epizodik olaraq bəhs olunub.

*İnsan hüquqları* mövzusu da bu saytda prioritet olmayıb. 68 məqalədə bu barədə qeydlər var, onlar isə Ombudsmanın açıqlamaları, cəzaçəkmə müəssisələrində keçirilən monitorinqlər, əsir və girovlar haqqında informasiyalardır.

**Humanizm, tolerantlıq, mənəvi dəyərlər** mövzuları da bu media resursunda aktual olmayıb. Cəmi 3 müəllif yazısında bu mövzular prioritet olub. Qalan materiallar yenə müxtəlif dövlətə qurumlarının, dini təşkilatların mətbuata göndərdikləri informasiyaların dərcindən ibarətdir.

#### **Pressklub.az saytı:**

Bu informasiya resursunda *gender* mövzularından cəmi 12 məqalədə bəhs olunur. Onun 8-də sözgedən problemlər məqalələrin başlığına çıxarılıb. Müsahibələr yoxdur, yalnız müxtəlif dövlət qurumlarının, beynəlxalq təşkilatların açıqlamaları və ekspert rəyləri yer alıb.

*İnsan hüquqları* mövzusunda saytda hər hansı məqaləyə rast gəlinməyib. *Mənəvi dəyərlər, tolerantlıq, humanizm* mövzularında da saytda hər hansı xəbərlər yoxdur.

#### **Sherq.az saytı:**

Bu resursda *gender* mövzularına **8 məqalə** və müsahibə həsr olunub. Digər media qurumlarından fərqli olaraq bu KİV-də Azərbaycanda *gender bərabərliyi* problemləri araşdırılıb, ixtisaslı mütəxəssislərin rəyləri dərc olunub.

Bu saytda insan hüquqları ilə bağlı olduqca məhdud xəbərlərə yer verilib. Amma mənəvi dəyərlər, humanizm, tolerantlıq mövzularında jurnalist araşdırmaları, ekspert şərhləri kifayət qədərdir. Hiss olunur ki, saytın xəbər siyasətində bu mövzulara xüsusi yer verilir. Yazılarda bu sahədə olan müxtəlif problemlər qaldırılır, onların həlli yolları ilə bağlı ekspert şərhləri təqdim edilir.

Media resurslarında aparılan araşdırma zamanı humanizm, *gender bərabərliyi*, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi dəyərlər mövzularının olduqca zəif işıqlandırıldığı qənaətinə gəldik.

Saytlar bir qayda olaraq dövlət qurumlarının xəbərlərini eyni məzmununda, hətta eyni başlıqla yaymaqla kifayətlənib. Prezidentin və ölkə rəsmilərinin, deputatların çıxışlarında

adıçəkilən istiqamətlərdə problemlərdən nadir hallarda bəhs olunub. Mediada jurnalist araşdırmaları nadir hallarda aparılıb, birbaşa insana bağlı olan bu mövzular diqqətə alınmayıb.

Ümumiyyətlə KİV orqanlarında ixtisaslaşmış jurnalistlərin sayı azdır, onların araşdırma, tədqiqat aparmaq üçün resursları yox dərəcəsindədir.

Bu sahədə çalışan vətəndaş cəmiyyəti institutları ilə medianın əlaqələri zəif qurulub, dövlət qurumları da cəmiyyətlə əhatəli, sistemli iş qura bilməyiblər.

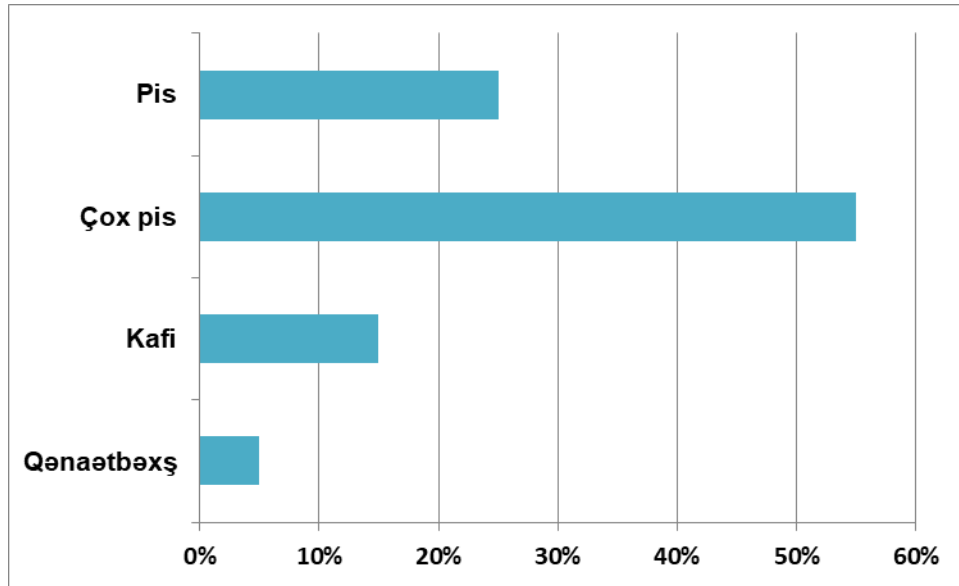
Nəticədə ən vacib problemlərin müzakirəsi ictimai diqqətdən kənar qalıb. Bu sahədə illərdən bəri yığılıb qalan problemlər böhran həddinə çatıb.

## Jurnalist və redaktorlar arasında sorğunun nəticələri

20 aparıcı redaksiyanın redaktorları, aparıcı jurnalistləri arasında yazılı Anket Sorğusu keçirilib. Sorğu KİV-in birbaşa rəhbərlik edən, redaksiya siyasətini müəyyən edən şəxslərin rəyini, dəyərləndirilməsini, münasibətini öyrənmək məqsədilə keçirilib. Həmçinin, KİV-in özünüqiymətləndirilməsi kimi qeyd oluna bilər.

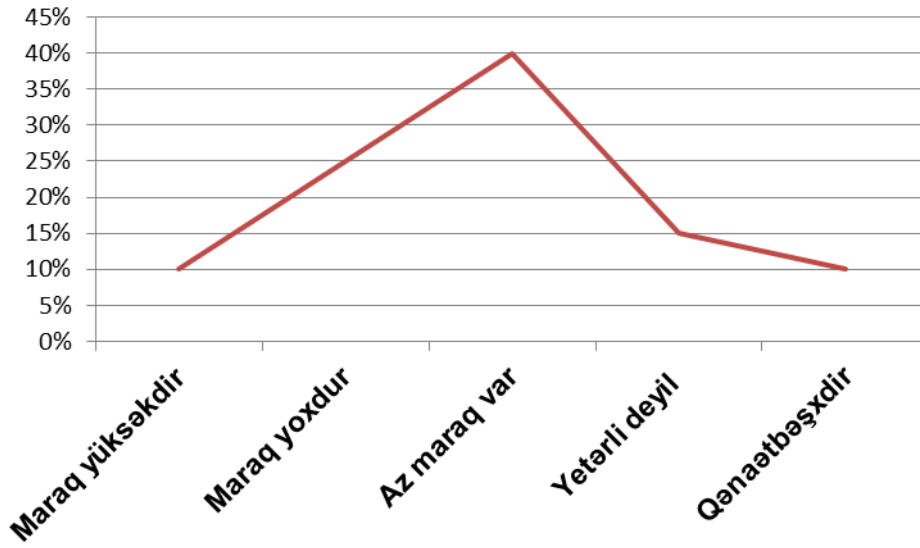
Sorğu 10-20 noyabr 2020-ci il tarixdə keçirilib. Sorğu anketi 4 sualı əhatə edib. Sualların hamısı qapalı suallar kimi müəyyənləşib. Bu respondentlərin uzun müddət KİV sektorunda çalışması və təcrübəli olması nəzərə alınmaqla edilib. Tədqiqatçılar hesab ediblər ki, ən azı 5 il KİV-də iş təcrübəsi olan jurnalist bu suallarla bağlı müəyyən fikirə və mövqeyə sahib olmalıdır. Həmçinin bu zaman metodologiyaya qeydlərdəki amillər nəzərə alınır. Ümumilikdə, anket elə tərtib edilib ki, jurnalistlər təرددüzsüz suallara cavab versinlər və diskomfort keçirməsinlər.

### 1. *Azərbaycanda Kütləvi İnformasiya Vasitələrində (KİV) ümumbəşəri dəyərlər - humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi ehkamların işıqlandırılmasını necə qiymətləndirirsiniz?*



Nəticələr göstərir ki, ümumilikdə, respondentlərin 70% ümumbəşəri dəyərlərin KİV-də işıqlandırılmasını pis hesab edir, mövcud vəziyyət onları qane etmir. Yalnız 30% ümumiləşdirilmiş şəkildə vəziyyəti kafi qiymətləndirib.

**2. Jurnalistlər özləri nə dərəcədə ümumbəşəri dəyərlər - humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi ehkamların işıqlandırılmasında maraqlıdırlar?**



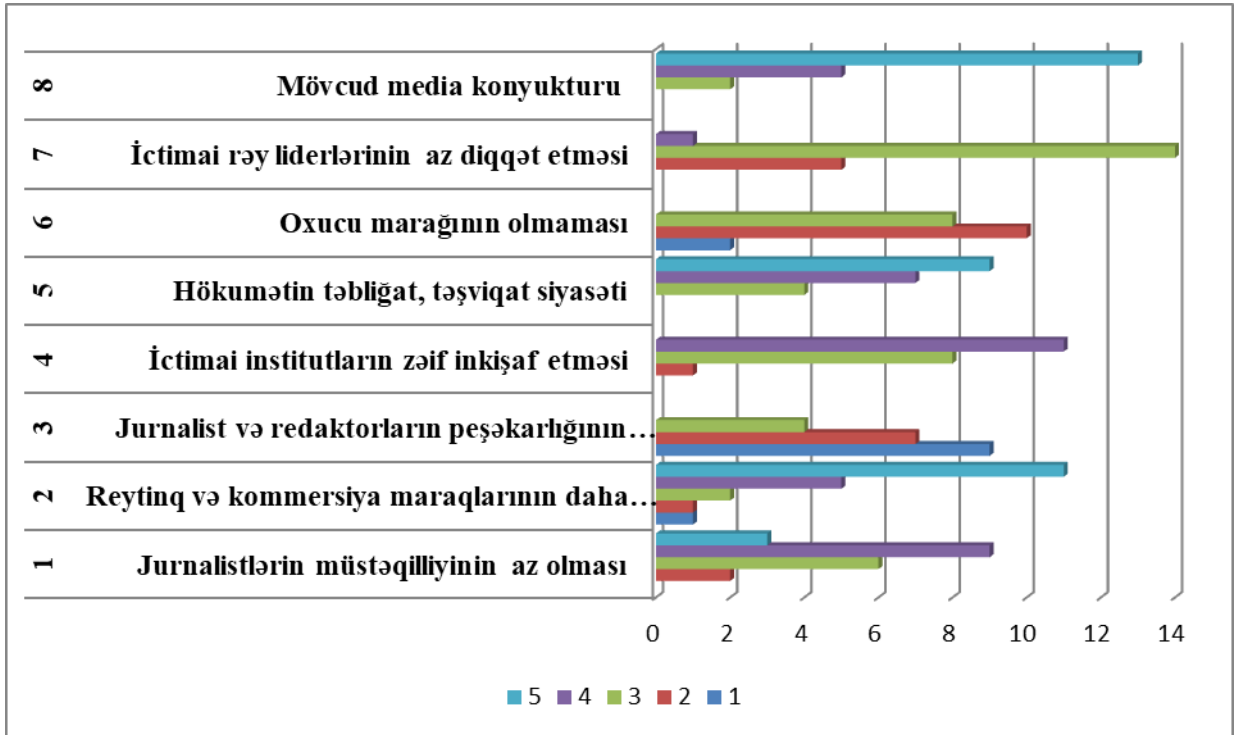
Respondentlərin yalnız 20% hesab edir ki, jurnalistlərin ümumbəşəri dəyərlərin işıqlandırılmasına marağı qənaətbəxşdir. Bununla belə 40% hesab edir ki, marağ var, amma azdır və yetərli deyil.

**3. KİV-də ümumbəşəri dəyərlər - humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi ehkamların daha yaxşı işıqlandırılmasına mane olan əsas çətinliklər hansılardır? (1 az əhəmiyyətli – 5 çox əhəmiyyətli)**

	1	2	3	4	5
1 Jurnalistlərin müstəqilliyinin az olması		2	6	9	3
2 Reyting və kommersiya maraqlarının daha çox əhəmiyyət kəsb etməsi	1	1	2	5	11
3 Jurnalist və redaktorların peşəkarlığının aşağı olması	9	7	4		
4 İctimai institutların zəif inkişaf etməsi		1	8	11	
5 Hökumətin təbliğat, təşviqat siyasəti			4	7	9
6 Oxucu marağının olmaması	2	10	8		
7 İctimai rəy liderlərinin az diqqət etməsi		5	14	1	
8 Mövcud media konyukturu			2	5	13

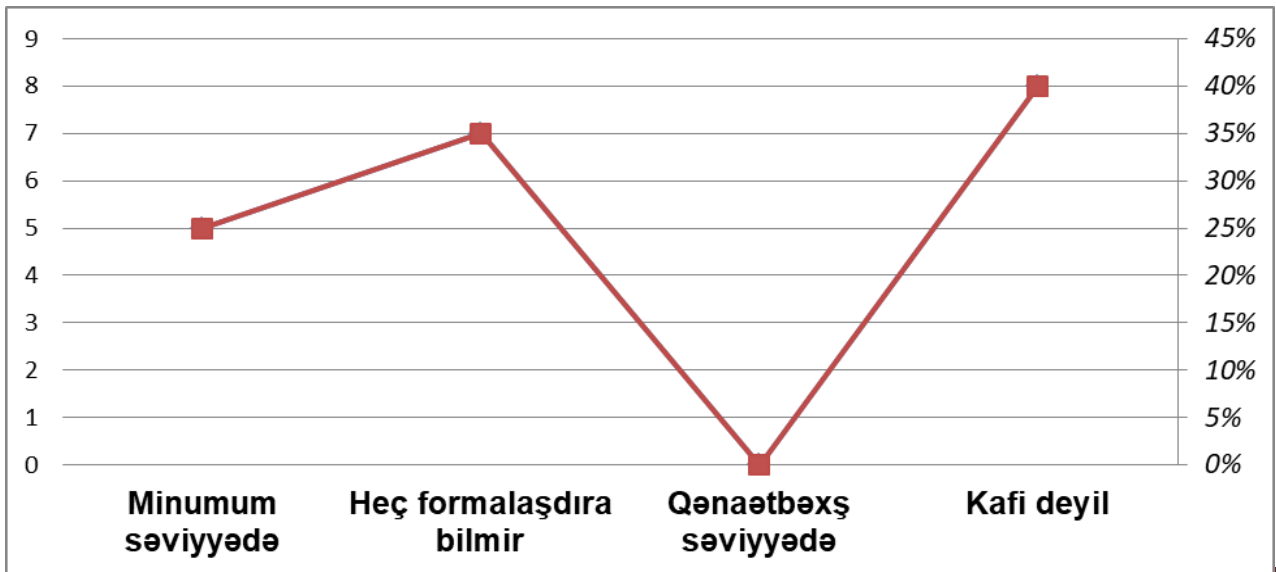


**Qrafik təsviri:**



Gözlənilməli kimi respondentlər hesab edirlər ki, ümumbəşəri dəyərlərin yetərli səviyyədə, fəal olaraq işıqlandırılmasında əsas mane mövcud media konyukturu, müstəqilliyin az olması, reyting və kommersiya maraqlarının ön plana çıxmasıdır. Ümimilikdə, respondentlərin 70% çoxu bu qənaətdədir.

**4. KİV ümumbəşəri dəyərlər - humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi ehkamların daha yaxşı işıqlandırılması ilə bağlı özü ictimai təşkilatlar, hökumət, vətəndaşlar üçün nə dərəcədə aktual gündəlik, məsuliyyət formalaşdırı bilər?**



Respondentlərdən 40% hesab edir ki, ümumbəşəri dəyərlərlə bağlı KİV-in proaktiv fəaliyyəti, yəni cəmiyyət, hökumət, vətəndaşlar üçün aktual gündəlik formalaşdırmaq fəaliyyəti kafi deyil, 30 faizi isə hesab edir ki, bu minimum səviyyədədir. Qənaətbəxş səviyyədə olduğunu isə düşünən yoxdur.

Jurnalistlər arasında keçirilən sorğunun ümüləşdirilmiş nəticələri deməyə əsas verir ki, media konyukturu ilə ümumbəşəri ideyaların KİV-də fəal işıqlandırılmasıyla bağlı birbaşa əlaqə var. Azərbaycan təcrübəsində bu məsələlərlə bağlı jurnlistin vətəndaş mövqeyi, dünyagörüşü, baxışlarından daha çox mediaya nəzarət, hökumət siyasəti əhəmiyyət kəsb edir.

Sorğunun nəticələri göstərir ki, hökumət siyasətinin motivləri, məqsədi Azərbaycan təcrübəsində həlledici amil kimi çıxış edir. Buna görə, sorğunun da nəticələri bir daha təsdiqləyir ki, hökumət nəzarətin yüksək olması ümumbəşəri dəyərlərlə bağlı KİV-in müstəqil, proaktiv gündəlik formalaşdırılması arasında tərs mütənasiblik var. Bu mühit jurnalistlər üçün motivasiyanı məhdudlaşdıran amil kimi çıxış edir.

## Fokus qrup müzakirələrinin nəticələri

8 aparıcı xəbər saytının fəal əməkdaşı ilə fokus-qrup müzakirəsi keçirilib. Fokus-qrup vasitəsilə KİV üçün kontent hazırlayan şəxslərin mövcud vəziyyətə baxışları, problemlərə, onların həlli yollarına münasibəti, fikirləri, həmçinin təklifləri öyrənilib. Fokus-qrup müzakirələri onlayn formatda 30 noyabr 2020-ci il tarixdən saat 15.00-16.30 müddətində Bakı şəhərində keçirilib. Fokus-qrup müzakirələrinin moderatoru kimi tədqiqat qrupundan Zaur İbrahimli çıxış edib. İştirakçılardan 3 xanım və 5 kişi olmaqla xəbər sayt və portallarını təmsil ediblər.

İştirakçılar qeyd ediblər ki, - Dəyər oriyentasiyası insanın ictimai hadisələri və obyektləri qiymətləndirməsi üçün ideoloji, siyasi, əxlaqi, estetik və digər əsasları, eləcə də qavranılmış motivlərə uyğun şəkildə insanın öz davranışını təşkil etməsi üsulunu əhatə edir.

Ayrı-ayrı şəxslər üçün dəyər istiqamətləri öz davranış və həyat tərzi modelini qurmaqda mühüm rol oynayır. İnsanın dəyər istiqamətlərinin formalaşmasına müasir kütləvi informasiya vasitələri də daxil olmaqla müxtəlif amillər böyük təsir göstərir. Mətbuatın, televiziya və radio yayımlarının ətraf vətəndaşların, xüsusilə də gənc nəslin şüurunda dünya və həyat normaları haqqında təsəvvürlərin formalaşmasında rolunu misilsizdir.

Ən müxtəlif, çoxsaylı qruplardan ibarət olan müasir, mürəkkəb təşkil olunmuş bir cəmiyyətdə bütün sosial problemlərin həlli üçün ortaq məxrəc, şübhəsiz ki, bəşəriyyətin inkişafı prosesində təkmilləşmiş, bütün insanları birləşdirən və hər kəsin həyatın müxtəlif sahələrində: siyasət və iqtisadiyyatda, dövlət həyatında və şəxsi həyatda, ölkələr və ayrı-ayrı insanlar arasındakı münasibətlərdə və s. davranışının arxa planını yaradan universal humanist dəyərlərdir.

Təbii ki, jurnalistika üçün də ümumbəşəri dəyərlər sosial mövqeyinin əsasını təşkil edir. Bununla birlikdə, xüsusi qrup ehtiyacları, maraqları, dəyərləri obyektiv olaraq mövcuddur və bu səbəbdən "ləğv olunmazdır". Buna görə də xüsusi qrup yanaşmalarından imtina edib ümumbəşər yanaşmasına keçmək fikri reallaşdırıla bilməz. Çünki həyat fenomenlərini anlanması, qiymətləndirilməsi və onlarla bağlı hökm verilməsi zaman bütün ümumbəşəri dəyərlərə dürüst şəkildə əməl olunması bir sıra çətinliklərlə qarşılaşır.

Birincisi, jurnalistin sosial mövqeyi çərçivəsində onların "hərəkətləri" konkret olmalı və "tətbiq edildikləri" vəziyyətlərin spesifik xüsusiyyətlərinə əsaslanmalıdır.

İkincisi, bu ümumbəşəri dəyərlər mücərrəd bir şəxs tərəfindən istifadə olunmur və "ümumiyyətlə bir insana" qarşı tətbiq edilmir. Hər bir konkret fərd bəşəriyyətə müəyyən qrup xüsusiyyətlərinin daşıyıcısı kimi daxil edilir. "Ümumiyyətlə insan" yoxdur, obyektiv olaraq böyük məcmusuna daxil olan bir şəxsiyyət (bir jurnalist və ya haqqında yazdığı və ya müraciət etdiyi bir şəxs) var. Hər bir insan mədəni və sivilizasiyalı təməlləri olan müəyyən bir sinifə, millətə, bölgəyə, ölkəyə aiddir; ona yaş, cins, peşə, təhsil və digər

fərqli xüsusiyyətlər xasdır. Müvafiq olaraq hər bir qrupun onun cəmiyyətin həyatında tutduğu yer və digər qruplarla münasibətlərin təbiəti ilə əlaqədar olaraq öz qrup ehtiyaclarını, maraqlarını və dəyərlərini meydana gətirir və bu səbəbdən zahirən qəbul edilmiş fikirlərin ("ədalət", "bərabərlik", "azadlıq", "yaxşılıq" və s.) özünəməxsus şərhlərini təşkil edir.

Jurnalistin özü də müəyyən sosial qrupların xüsusiyyətlərinin daşıyıcısı kimi həyata və öz peşə fəaliyyətinə daxil edilir və buna uyğun olaraq müəyyən qrupların nümayəndəsi, sözcüsü, maraqlarının və dəyərlərinin müdafiəçisi kimi çıxış edir. Öz vəziyyətini fikrini çəkən və qadınların və ya uşaqların, təqaüdcülərin və ya gənclərin, dəmir yolu işçilərinin və ya kiçik xalqların ehtiyaclarını ifadə edən bir jurnalisti təsəvvür etmək olar.

Jurnalistlərin hamısı o fikirlər razılaşır ki, bəziləri üçün ümumbəşəri humanist dəyərlər (çoxlarına onlar "bu dünyadan deyillərmiş" kimi görünür), bəziləri üçün xüsusi qrup dəyərləri (deyirlər ki, "öz köynəyimiz bədənimizə daha yaxındır") birinci yerdədir, bəziləri üçün isə tarazlıq tapmaq çətinidir (özünün qayğısına qal, ancaq başqalarının zərər vurma; bu mövqeni çox zaman "məntiqli eqoizm" adlandırırlar).

Bununla belə hesab edirlər ki, obyektivlik prinsipləri gözlənilməklə tarazlı mövqə tapmaq ən vacib amildir. Jurnalist bu baxımdan başqa peşə sahiblərindən fərqlənir. Yeganə fərq ondan ibarətdir ki, jurnalistin sosial mövqeyinin formalaşması peşəkar xarakter daşıyır və bu mövqeyi ilə geniş auditoriyaya "çatması" səbəbindən daha vacibdir.

Ümumbəşər yanaşmanı özəl-qrup yanaşması ilə ("xüsusi" nəzərə alınaraq "ümumi" və ya "ümumi" işığında "xüsusi") birləşdirmək bacarığı sayəsində jurnalistin həyatın ictimai əhəmiyyətli hadisələrinə münasibətini və bunu təqdim etmək istəyini müəyyənləşdirir, oxucuların, dinləyicilərin, izləyicilərin şüurundakı davranış, bundan sonra davranışlarını təyin edəcəkdir. Buna görə də jurnalist heç bir halda "şərtlərə görə" ("xidmət yerindən" və s. asılı olaraq) spontan bir mövqə formalaşmasına etibar etməməlidir. Burada dərin ağıl işi və "ümumi" və "xüsusi" anlayışlarının bir birini tamamlayıcı olduğu cəmiyyətin həyat qanunları ilə əlaqədar öz mövqeləri və bağlılıqları barədə ciddi dərk edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir. Bu səbəbdən, xüsusən də "ümumbəşər prioriteti" ndən çıxış edən bir jurnalist, ümumbəşər maraqlar fonunda özəl qrup maraqlarını və dəyərlərini, istəklərini və ideallarını görməməzlikdən gələ bilməz və ümumbəşər ehtiyaclarına uyğun olan xüsusi qrup tələblərində təcrid olunmaq və mübarizə aparmaq üçün səy göstərə bilməz, eyni zamanda ümumbəşər tələbləri ilə uyğun olmayan tələblərin qəbul edilməzliyinə işarə edə bilməz. Bu çətin balans axtarışı jurnalistin üzərinə düşür. Xüsusən Azərbaycan təcrübəsindəki hökumətin total nəzarətində olan media mühtində və strukturunda jurnalistin fərdi məsuliyyəti ön plana çıxır.

İştirakçıların böyük əksəriyyəti hesab edir ki, Azərbaycan kimi siyasi baxımdan qütbləşmiş, böyük sosial təzadlar və qeyri-bərabərliyin müşahidə olunduğu cəmiyyətlərdə ümumbəşəri dəyərlərin ön plana çıxarılması, KİV-in bu məsələlərdə proaktiv mövqə tutması ictimai maraqların və vətəndaş maraqlarının müdafiəsinə mühüm töhvə verərək, konsensusu təmin edən amillərdən biri kimi çıxış edə bilər. Cari

sosial problemlərin, cəmiyyətin üzləşdiyi çətinliklərin ümumbəşəri dəyərlər kontekstində təhlili, işıqlandırılması cəmiyyətdə daha konstruktiv ab-hava yaradır.

İştirakçılar hesab edirlər ki, Azərbaycanın torpaqlarının 20%-nin Ermənistan tərəfindən 30 il müddətində işğal altında saxlanması və beynəlxalq birliyin adekvat reaksiya verməməsi də global miqyasda universal dəyərlərin əsas tutulduğuna inamı azaldan amil kimi çıxış edib. COVID-19 pandemiyası ilə əlaqədar dünyada müşahidə olunan rəqabət və ölkələrin eqoist siyasəti universal dəyərlərin çağdaş dünyada oynadığı rola baxışları dəyişib. Bu Azərbaycanda da bariz müşahidə olunub.

Jurnalistlər hesab edirlər ki, KİV-in əksər əməkdaşlarında sosial ədalət, insan hüquqlarına hörmət, universal dəyərlərə sədaqət hissi yüksək inkişaf edib. Jurnalistlər bu baxışlarını daha çox sosial şəbəkələrdə ifadə edirlər. Sosial şəbəkələrdə onların universal dəyərlər, onlara sadıqlıqla bağlı çətinlikləri sərbəst şəkildə qeyd edə bilirlər və de-fakto ictimai rəyə əhəmiyyətli təsir göstərir. Məhz buna görə, jurnalistlərin əksəriyyətinin sosial şəbəkə profili ilə redaksiya əməkdaşı kimi profili arasında böyük fərq müşahidə olunur. Bu tendensiya bütün dünyada var, lakin Azərbaycan təcrübəsində çox qabarıq şəkildə özünü biruzə verir.

Müzakirə iştirakçıları hesab edir ki, COVID-19 pandemiyası sosial ədalət, sosial bərabərsizlik, cəmiyyətdə sosial fərqlər, azadlıq, şəxsiyyətin toxunulmazlığı və ləyaqəti, bərabərlik, mərhəmət, humanizm kimi anlayışların necə vacib olduğunu bir daha cəmiyyətə xatırladı. Xüsusən sosial şəbəkələrin təsiri ilə KİV bu məsələlərlə bağlı son aylar daha fəal mövqə tutmağa başlayıb. Bu insanların davranış və düşüncəsinə də təsir edib, sosial şəbəkələrin, KİV-in müsbət davranış nümunələrini tirajlaması humanizm, xeyriyyəçilik, həssas qrupların müdafiəsi kimi fəaliyyətlərə diqqəti artırıb və trendə çevrilməsini şərtləndirib.

Jurnalistlər hesab edirlər ki, yaxın gələcəkdə də media sektorunun konyukturu, hökumətin nəzarət səviyyəsi bəşəri dəyərlərin aktuallaşdırılması, işıqlandırılmasında əsas həlledici amil olacaqdır. İştirakçıların əksəriyyəti yaxın 3 ildə bu sahədə vəziyyətin kəskin dəyişəcəyinə inanmır. Çıxış yolu kimi ictimai təşkilatların, beynəlxalq təşkilatların jurnalistlərə təlim dəstəyi verməsi, müsabiqələr yolu ilə fərdi məsuliyyət və cavabdehlik hissinin artırılmasını görürlər.

Orta perspektivdə isə KİV-in müstəqillik dərəcəsinin artması, KİV sektorunda bazar iqtisadiyyatı prinsiplərinin bərqərar olması, cəmiyyətdə demokratikləşmə səviyyəsinin artmasının mümkünlüyünü qeyd edirlər. Bu dəyişikliklər isə KİV-də universal dəyərlərin daha geniş yer almasını şərtləndirəcək.

Jurnalistlər hesab edirlər ki, Şərq və Qərb mədəniyyətlərinin kəsişməsində, sivilizasiyaların kəsimə coğrafiyasında yerləşən, çoxmillətli, fərqli, bir çox hallarda isə rəqabət aparıcı dini və sivilizasiya dünyagörüşlərinə malik iki böyük ölkə (İran İslam Respublikası və Rusiya Federasiyası) ilə sərhəddə yerləşən Azərbaycanda cəmiyyətin aparıcı təbəqələrində mötədil dünyagörüşü, çox dərin kök salmış multikultural ənənələr,

tolerant dünyagörüşü, dəyərlər ümumbəşəri dəyərlərin daha geniş bərqərar olması üçün münbit şərait yaradır. Bu dəyərlər Azərbaycan xalqının mifoloji dünyagörüşündə, mədəniyyət və folklorunda dərin köklərə malikdir. Məhz Azərbaycanın multukultral ənənələr, cəmiyyətin tolerant dünyagörüşünün bünövrəsini bu təşkil edir.

## Dərinləşdirilmiş müsahibələrin nəticələri

Dərinləşdirilmiş müsahibələr Azpolitika.az saytının, QHT.az saytının, Azpost.az, İstiqlal.az saytının Baş redaktorları ilə aparılıb.

Bu müsahibələr peşəkarların baxışını, yanaşmasını öyrənməyə, müqayisəli təhlil etməyə imkan verib. Müsahibələr 25-27 noyabr 2020-ci il tarixlərdə aparılıb.

Jurnalistin rolu ilə bağlı ümumiləşdirilmiş fikir ondan ibarət oldu ki, bir jurnalistin ilk vəzifəsi müasir dünyanın mümkün qədər aydın anlaşılması, ictimaiyyətlə əlaqələr sistemində hərtərəfli bir istiqamətləndirməsidir. Burada cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrinin xüsusiyyətləri və mövqeləri səbəbindən fərqli konseptual yanaşmalar (liberal, sosialist, dini və ya hər hansı bir başqa yanaşma) mümkündür və qaçılmazdır. Buna görə də, iqtisadçı və politoloqların, hüquqşünasların və kulturoloqların köməyi ilə ictimai həyat dünyasının humanist tərəqqinin tələblərinə ən uyğun olan ictimai həyat dünyasının dərk edilməsi vacibdir.

Jurnalistlər açıq şəkildə dərk etməlidir ki, 20-ci əsrin ikinci yarısından başlayaraq bəşəriyyəti yeni həqiqətlər qarşısında və müvafiq olaraq müasir dövrün xarakterinin, fəaliyyət göstərən qüvvələrin və cəmiyyətin gələcək inkişaf trayektoriyası istiqamətinin yenidən dərk edilməsi zərurəti qarşısında qoyan sosial həyatın bu kimi xüsusiyyətləri yaranıb və inkişaf etməyə başlayıb.

Bu və digər "qlobal problemlər" (informasiya, humanitar, demoqrafik, qida, tibbi və s.) ayrı-ayrı dövlət və ya ölkələr qrupu çərçivəsində həll olunmayan hal alır və bütün dünya ölkələrinin və xalqlarının razılaşıdırılmış səylərini tələb edir. Beləliklə, dialoq və razılaşmalar yolu ilə "qaldırılmalı" olan fikir ayrılıqları, ziddiyyətlər və rəqabətlər davam etsə də, bəşəriyyətin yaşaması naminə qarşıdurmadan əməkdaşlığa keçməsinə zərurət yaranıb.

Bu şəraitdə jurnalistlərin sosial mövqeləri "beynəlxalq münasibətlərin ideologizasiyadan kənarlaşdırmaq" fikri əsasında formalaşır, yəni, onlar özəl qrup maraqlarını (milli, regional, blok və s.) boğaraq, ümumbəşər mənafeələrinə yönəlməyə borcludurlar. Ölkənin (regional birliklərin, qitələrin) maraqları ilə əlaqəli məsələləri bütün dünyanın maraqları fonunda görmək və ümumbəşəri ilə özəllik arasında müəyyən razılaşma formalarını tapmağı öyrənmək vacibdir. Sosial hadisələrə baxış və yanaşmalarda bir çox çalarlar və nüanslar ola bilər, hətta ciddi toqquşmalar da mümkündür və buna baxmayaraq jurnalistlər yanaşmaların, qiymətləndirmələrin və həll yollarının yaxınlaşmasını axtarmağa "məhkumdurlar".

Sosial mövqe - eyni zamanda bütün cəmiyyətin mənafeələrini təmsil edərkən cəmiyyətin müəyyən təbəqələrinin maraqlarına uyğun hərəkət etmək - kütləvi informasiya fəaliyyətinin mahiyyətini birmənalı şəkildə müəyyənləşdirmir.

Axı jurnalist bu maraqları müxtəlif şəkildə başa düşə bilər - bütün "tərəflərdə" və "sektorlarda" (məsələn, iqtisadi və ya mədəni sahədə) olduqca düzgün; yalnız bəzi sahələrdə doğru, digərlərində isə səhv; ümumiyyətlə səhvdir və s. Başqa sözlə, eyni

sosial gücün fərqli nümayəndələri üçün sosial mövqenin məzmunu, ideoloji təyini çox fərqli ola bilər. Bu, maraqlarını jurnalistin ifadə etdiyi şəxslərin həqiqi ehtiyaclarının sədaqət dərəcəsi və ardıcılığından asılıdır və bu da öz növbəsində jurnalistin dünyagörüşü rəhbərliyinin dərinliyi və düzgünlüyü, paylaşdığı ictimai-tarixi konsepsiya, nümunələr, istiqamət, fəaliyyət göstərən qüvvələr barədə fikirlərlə bağlıdır.

Müstəqilliyin nədən ibarət olması və kimdən (nədən) asılı olmasını başa düşmək vacibdir.

İlk problemi həll etmək asan görünür - kimin maraqlarını ifadə edəcəyini, onları ideoloji və praktik olaraq necə təqdim edəcəyini, kənar təzyiq olmadan geniş auditoriyaya necə çatdıracağını müəyyənləşdirməkdə müstəqillikdir. Bu mənada müstəqillik - müstəqil qərar vermək və daxili inama uyğun hərəkət etmək bacarığıdır. Lakin bu, şəxsiyyət üçün qəbul ediləməz olan xarici təsirlərdən bu müstəqilliyidir, öz fikir və istəklərindən müstəqilliyi deyil. Xarici müstəqillik daxili olaraq jurnalistin təmsil etdiyi, mövqelərində inandığı və maraqlarını və ehtiyaclarını müdafiə etməyə qərar verdiyi qüvvələrin maraqlarından, habelə onların anlayışları əsasında inkişaf etdirilən fikirlərdən asılılığa çevrilir. Ancaq bu "asılılıq" jurnalist tərəfindən könüllü olaraq onun inancına uyğun olaraq qəbul edildiyi üçün, bu barədə yalnız məcazi olaraq danışmaq olar.

İkinci problem daha kəskindir. Axı, başqa bir "asılılıq" var. İnsanın öz əqidəsi qeyri-müəyyəndirsə və ya hətta inkişaf etməyibse və daha çox jurnalistin özünü müəyyən bir mövqedən "azad" hesab etməsi halında, "başqalarının" inancından - çalışdığı insanlardan və mediadan asılılıq var. İnancların bu "müstəqilliyi" ən pis asılılıq növüdür. Bunun adı vicdansızlıqdır.

Üçüncü problem, bir jurnalistin mövqeyi ilə bu və ya digər dərəcədə razılaşmadığı bir media işçisi olduğu vəziyyətlə əlaqədardır. Bunun üç həlli var. Bunlardan biri, media sahibi ilə jurnalistlərin ortaq olduqları qəbul edildiyi təqdirdə, redaksiya içi dialoqun qurulması ilə əlaqədardır. Əgər belə bir dialoq ümumilikdə razılaşdırılmış bir mövqeyə səbəb olarsa, iştirakçıların fikirlərində inama əsaslanan "düzəlişlər" müstəqilliyin itirilməsi demək deyil, əksinə müstəqil bir mövqenin aydınlaşdırılması deməkdir. Əlbətdə ki, hər hansı bir canlı orqanizmdə olduğu kimi, daxili dialoqa meyilli olan redaksiya, dəyişən realıq şərtlərinə yanaşmada mövqeyi aydınlaşdırmaq üçün gələcək müstəqil qərarların "böyümə nöqtələri" olan fərdi xüsusiyyətləri saxlayır. İkinci qərar - bir razılığa gəlmək mümkün deyildisə, müstəqillik istəyi jurnalisti həmfikirlərinin fəaliyyət göstərdiyi, hətta öz yaradıcılığını yaratmağa çalışdığı (ya da əsərlərini həmin KİV-lərə təklif edən "müstəqil" bir jurnalistin) olması üçün jurnalisti verilmiş KİV-dən tərki etməyə vadar etməlidir. yayımlamağa hazır olanlar). Üçüncü həll yolu da mümkündür: bu, media rəhbərliyinin mövqeyinin "lehinə" mövqeyindən imtina etməkdir. Ancaq bu vicdansızlığa aparan yoldur.

Buna görə də əsas məsələ aydın bir sosial mövqə inkişaf etdirmək və bu əsasda jurnalisti özünün müəyyən etdiyi prinsiplial davranış xəttindən sapmağa məcbur edən bu cür qüvvələrdən və təsirlərdən müstəqilliyini qorumaqdır.



Baş redaktorlar hesab edirlər ki, əsas problem KİV sektourunda bazar iqtisadiyyatı prinsiplərinin bərqərar olmaması və hökumətin təkə arbitr rolunda çıxış etməsidir. Bu isə redaksiyaların müstəqil gündəlik formalaşdırmaq imkanlarını minuma endirir.

Başqa əsas problem hökumət təbliğatı və təşviqatı ilə bağlı siyasətidir. Hökumətlər bir qayda olaraq pozitiv gündəlikdə maraqlıdır. Unversal dəyərlərin fəal işıqlandırılması və gündəliyə gətirilməsi sosial təzadların qeyd edilməsini qaçılmaz edir. Redaksiyalar belə bir şəraitdə kövrək tarazlıq tapmaq üçün çalışırlar.

Başqa ciddi problem reyting və auditoriya uğrunda rəqabətdir. Yerli təcrübədə bu ifrat həddə çatıb və daha çox sensasiya, problemlərə səthi baxış, dərin analizdən qaçmaq və daha çox “sadə həqiqətlər”in diqqətə çatdırılması əsas iş prinsipinə, “uğur” formuluna çevrilib. Belə kontekstdə unversal dəyərlər, onların cəmiyyət tərəfindən necə qavranılması, mövcud proseslərin unversal dəyərlər süzgəcindən təhlil edilməsi az faydalı işə çevrilir. Bu bütün dünyada müşahidə olunur, milli təcrübədə isə daha ifrat formada təzahür edir. KİV-in instituional əsaslarının çox əzif olması, faktiki KİV-in fəaliyyətinin leqal kommersionlaşmaması, yəni leqal gəlirlərin olmaması çox müdafiəsiz vəziyyət yaradıb. Belə vəziyyətdə isə KİV, redaksiyalar üçün ictimai maraqları ön planda tutmaq çox çətinləşir və xarici konyuktura, hökumət təsiri əsas amilə çevrilir.

Media konyukturu ilə ümumbəşəri ideyaların KİV-də fəal işıqlandırılmasıyla bağlı birbaşa əlaqə var. Azərbaycan təcrübəsində bu məsələlərlə bağlı jurnalistin vətəndaş mövqeyi, dünyagörüşü, baxışlarından daha çox mediaya nəzarət, hökumət siyasəti əhəmiyyət kəsb edir. Sorğunun nəticələri göstərir ki, hökumət siyasətinin motivləri, məqsədi Azərbaycan təcrübəsində həlledici amil kimi çıxış edir. Buna görə, sorğunun da nəticələri bir daha təsdiqləyir ki, hökumət nəzarətin yüksək olması ümumbəşəri dəyərlərlə bağlı KİV-in müstəqil, proaktiv gündəlik formalaşdırılması arasında tərs mütənasiblik var. Bu mühit jurnalistlər üçün motivasiyanı məhdudlaşdıran amil kimi çıxış edir.

## Ümumiləşdirilmiş nəticələr və tövsiyələr

Tədqiqat göstərdi ki, Azərbaycan KİV-i humanizm, gender bərabərliyi, qadın hüquqları, insan hüquqları, tolerantlıq, mənəvi dəyərlər mövzularının olduqca zəif işıqlandırılır. Azərbaycanda media sektorunun spesifik özəllikləri və mövcud vəziyyəti ümumbəşəri dəyərlərin əsas fokusda qalmasına imkan vermir.

Ümumbəşəri dəyərlərlə bağlı media gündəliyi əhəmiyyətli dərəcədə hökumətin təşviqat və təbliğat siyasəti ilə müəyyən olunur. Media konyukturunun əsasən bu və ya digər formada hökumətin təsirində olması media gündəliyinin formalaşmasında əsas rol oynayır. Hökumətin təbliğat və təşviqat siyasəti isə universal dəyərlərin cari siyasi kontekstdə tələb olunan formada aktullaşmasına maraq göstərir. Bu hökumətin daxili siyasi prioritetləri və xarici siyasət təşəbbüsləri ilə şərtlənir.

Azərbaycanda qəzetlər yalnız hökumət subsidiyası hesabına nəşr olunur. Bu isə rəsmi gündəliyi əsas mövzulara çevirir və sosial, humanist gündəlik çox az diqqət mərkəzinə gəlir.

Azərbaycanda KİV biznes sektor kimi formalaşa bilməyib və bu və ya digər formada hökumət dəstəyindən asılı vəziyyətdədir. Müstəqil jurnalist təşkilatları və həmkarlar ittifaqı təşəkkül tapmayıb və jurnalistlər redaksiya siyasətindən tam asılı vəziyyətdədirlər.

Azərbaycanda media sektor, KİV ciddi şəkildə iqtidaryönlü, müxalifətyönlü qütblərə bölünüb. Bu zaman əsas oriyentir aparıcı Qərb ölkələrində olduğu kimi siyasi ideologiya, dünyagörüşdən irəli gələn fərqli baxışlar, yanaşma deyil siyasi iqtidara münasibət çıxış edir. Bu cür kəskin qütbləşmə KİV, jurnalistlərin fəaliyyətində məxsusi bir yanaşma meydana gətirib və onları de-yur və de-fakto seçim qarşısında qoyub. Bu seçimi mövcud şərtlər dikte edir və jurnalist, KİV mövcud vəziyyətə adaptasiya olunmağa çalışır. Müxalif KİV xarici donordardan maliyyələşir, digər media sektor isə bu və ya digər formada hökumət tərəfindən dəstəklənir. Qərb ölkələrində bu və ya digər formada oturmuş ənənəvi reklam bazarı formalaşmayıb.

2014-cü ildən sonra QHT-lərin fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericiliyin sərtləşməsi, QHT-lərin, KİV-in xarici donordardan qrant almasının maksimum məhdudlaşdırılması ümumbəşəri dəyərlərin təbliği, təşviqi işinə çox böyük ziyan vurub. Bu layihələr jurnalistlər üçün əlavə imkanlar yaradır, qismən müstəqillik təmin edir və müvafiq motivasiya yaradırdı. Eyni zamanda bu layihələr müzakirə, diskussiya mühiti yaradır, yeni ideyalar verir, KİV, jurnalistlər üçün humanist, bəşəri ideyalarla bağlı gündəliyi aktuallaşdırmağa, xarici təcrübəni öyrənməyə imkan verirdi. Hazırda bu imkanlar çox məhduddur.

KİV-in əksər əməkdaşlarında sosial ədalət, insan hüquqlarına hörmət, universal dəyərlərə sədaqət hissi yüksək inkişaf edib. Jurnalistlər bu baxışlarını daha çox sosial şəbəkələrdə ifadə edirlər. Sosial şəbəkələrdə onların universal dəyərlər, onlara sadıqlıqla bağlı çətinlikləri sərbəst şəkildə qeyd edə bilirlər və de-fakto ictimai rəyə əhəmiyyətli təsir göstərilir. Məhz buna görə, jurnalistlərin əksəriyyətinin sosial şəbəkə profili ilə redaksiya əməkdaşı kimi profili arasında böyük fərq müşahidə olunur. Bu tendensiya bütün dünyada var, lakin Azərbaycan təcrübəsində çox qabarıq şəkildə özünü biruzə verir.

Bu tədqiqat göstərdi ki, universal dəyərlərin işıqlandırılması, təbliği, təşviqi, bu dəyərlər əsasında proaktiv media gündəliyinin formalaşması keçici, situtaiv çətinliklərdən, jurnalistikaya xas ənənəvi

problemlərlə bağlı deyil və sistem xarakter daşıyır. Bu sistem xarakterli problemlər son 15 ildə formalaşmış və onların həlli ilə bağlı tövsiyələr müəyyən etmək bu tədqiqatın məqsədi deyildir. Bu problemlər ölkənin keçdiyi tarixi yol, daxili siyasi təkamülün özəllikləri, çoxsaylı xarici və daxili amillərlə bağlıdır. Bu kontekstdə bu tədqiqat çərçivəsində elə tövsiyələr hazırlanıb ki, yaxın və orta perspektivdə media konyukturu və arxitekturası ciddi şəkildə dəyişməyi halda universal dəyərlərin təbliği, təşviqi ilə bağlı vəziyyəti müsbətə doğru dəyişmək potensialına malik olsun.

#### **Tövsiyələr olaraq aşağıdakıları qeyd etmək olar:**

- KİV redaksiyalarının siyasətinin müəyyənləşdirilməsi prinsipləri, meyarları və yanaşmasını əks etdirən rəhbər sənədlərin qəbulu və əlçatanlığının təmin olunması
- Universal, bəşəri dəyərlərin KİV-də işıqlandırılması vəziyyəti ilə mütəmadi monitorinqlərin, aparılması və izləmə mexanizmlərinin tətbiqi, daha ixtisaslaşdırılmış tədqiqatlar aparılması
- Beynəlxalq tərəfdaşların, ictimai təşkilatların, vətəndaş cəmiyyətinin hökumətin media siyasətinə cavabdeh strukturları ilə substantiv müzakirələr, fikir mübadiləsi aparılması yolu ilə universal dəyərlərlə bağlı medianın fəal mövqedən çıxış etməsinin ölkə, cəmiyyətin rifahı üçün faydalı olması qənaətinin möhkəmləndirilməsi
- KİV əməkdaşları, redaktor heyəti üçün təlim, vebinarlar təşkil edilməsi, başqa ölkələrin müsbət nümunələrinin təbliği
- Universal dəyərlərin ictimai şüurda inkiası, gerçək sosial, iqtisadi və siyasi proseslərə poeksiyası ilə bağlı jurnalist müsabiqələrinin təşkili
- Jurnalistlər üçün açıq mühazirələrin, master-klasların təşkili.
- İctimai fəallar üçün universal dəyərlərin aktuallaşdırılması ilə bağlı təlimlər, vebinarların təşkili