

# UŞAQ VƏ YENİYETMƏLƏRLƏ BAĞLI TELEVİZİYA VERİLİŞLƏRİNİN HAZIRLANMASINDA STANDARTLAR

JALƏ HAFİZ QIZI İSMAYİLOVA

Azərbaycan Respublikasının Təhsil İnstitutu,  
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru  
Bakı ş., A. Cəlilov küçəsi 86

TOHİD DÜNYAMALI OĞLU ƏLİYEV

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında  
Dövlət İdarəçilik Akademiyası,  
Azərbaycan Respublikası, Bakı ş., Səbail r.,  
AZ1001, Lermontov küç. 74  
E-mail: tohidaliyev@gmail.com

## XÜLASƏ

Məqalədə uşaq və yeniyetmələrlə bağlı televiziya verilişlərinin hazırlanmasında mövcud standartların nəzəri əsasları və praktiki tətbiqləri araşdırılır. Təhlildə göstərilir ki, televiziya proqramları uşaqların psixoloji və sosial inkişafına bilavasitə təsir göstərdiyindən, onların hazırlanmasında etik, məzmun və texniki prinsiplərin qorunması vacibdir. Araşdırmada beynəlxalq təcrübə ilə Azərbaycan televiziyaçılarının təcrübəsi müqayisə olunur, uşaq yönümlü proqramların keyfiyyət, təhlükəsizlik və faydalılıq meyarlarına uyğunlaşdırılması yolları göstərilir. Nəticələrə əsasən, milli televiziya məkanında uşaq proqramlarının inkişafı üçün normativ-hüquqi baza, etik standartlar və ictimai monitorinq mexanizmlərinin gücləndirilməsi zəruridir.

**Açar sözlər:** *televiziya, uşaq proqramları, yeniyetmələr, media standartları, etik prinsiplər, beynəlxalq təcrübə.*

## GİRİŞ

Müasir dövrdə televiziya informasiya və əyləncə vasitəsi olmaqla yanaşı, sosializasiyanın əsas alətlərindən birinə çevrilmişdir. Uşaqlar və yeniyetmələr üçün televiziya yalnız informasiya ötürücüsü deyil, həm də onların dünyagörüşünün, sosial davranış modellərinin, mədəni kimliyinin formalaşmasına təsir göstərən mühüm mənbədir (Livingstone & Haddon, 2009). Xüsusilə XXI əsrdə media istehlakının həcmnin artması, texnoloji inkişafın audiovizual məhsulların əlçatanlığını asanlaşdırması, televiziyanın uşaqların gündəlik həyatında oynadığı rolu daha da artırmışdır.

Uşaq auditoriyası digər yaş qruplarından fərqli olaraq, daha həssas və manipulyasiyaya açıq olduğu üçün bu sahədə xüsusi etik, pedaqoji və psixoloji yanaşmalar tələb olunur (Buckingham, 2011). Məhz bu səbəbdən, uşaq və yeniyetmələrə həsr olunmuş televiziya proqramlarının hazırlanmasında beynəlxalq standartların işlənməsi və tətbiqi məsələsi global

miqyasda mühüm aktuallıq kəsb edir.

Azərbaycan kontekstində də televiziya uşaqların tərbiyə və təhsilində mühüm sosial institut kimi çıxış edir. Buna baxmayaraq, son illərdə televiziya kanallarında uşaq və yeniyetmələr üçün nəzərdə tutulan verilişlərin sayının azlığı və keyfiyyət baxımından müəyyən çatışmazlıqlar mövcuddur (Məmmədov, 2020). Bu, uşaqlar üçün sağlam media mühitinin formalaşdırılması ilə bağlı yeni yanaşmaların işlənməsini zəruri edir.

Uşaqlar və yeniyetmələr televiziya vasitəsilə həm maariflənir, həm də mədəniyyətlə tanış olur. Lakin onların informasiya qəbulu prosesi böyüklərdən kəskin şəkildə fərqlənir. Tədqiqatlar göstərir ki, 3–7 yaş arası uşaqlar televiziya məzmununu çox vaxt realılıqla qarışdırır, 7–12 yaş arası uşaqlar isə simvolik və real məzmunu müəyyən qədər fərqləndirə bilsələr də, hələ də yüksək emosional təsirə məruz qalırlar (Anderson & Hanson, 2017). Bu baxımdan televiziya məzmunu hazırlanarkən uşaqların psixoloji inkişaf mərhələləri nəzərə alınmalıdır.

Avropa Audiovizual Siyasi Mərkəzinin hesabatına görə, Avropa ölkələrində televiziya kanallarında yayımlanan uşaq verilişlərinin məzmunu xüsusi qaydalarla tənzimlənir. Burada zorakılıq, gender stereotipləri, dini və etnik ayrı-seçkilik, habelə sağlamlığa zərərli davranışların təbliği qadağan olunur.

Media pedaqogikası uşaqların və yeniyetmələrin televiziya vasitəsilə düzgün istiqamətləndirilməsi üçün əsas nəzəri baza hesab olunur. Media pedaqogikanın əsas məqsədi uşaqlarda tənqidi düşüncə bacarıqlarının inkişafı, media məzmununu dərk və təhlil etmək qabiliyyətinin formalaşdırılmasıdır. Əgər televiziya yalnız əyləncə vasitəsinə çevrilirsə, bu zaman uşaqların maarifləndirilməsi və sosial inkişafı ikinci plana keçir. Bu səbəbdən, televiziya verilişlərinin hazırlanmasında etik prinsiplərin qorunması zəruridir.

Beynəlxalq miqyasda qəbul olunmuş etik çərçivələr arasında UNESCO-nun “Media and Information Literacy” konsepsiyası, həmçinin UNICEF-in

“Child Rights and the Media” tövsiyələri xüsusi əhəmiyyət daşıyır (UNICEF, 2012; UNESCO, 2013). Bu sənədlər uşaqlar üçün media məhsullarının hazırlanmasında həm hüquqi, həm də pedaqoji standartların müəyyən edilməsinə yardım edir.

### Uşaq və yeniyetmələrin televiziya ilə münasibəti

Televiziya uşaqların həyatına çox erkən yaşlardan daxil olur. Müxtəlif tədqiqatlar göstərir ki, 3–5 yaşlı uşaqlar gündə orta hesabla 1–2 saat televiziya izləyir, məktəbli yeniyetmələr isə bu rəqəmi gündə 3–4 saata qədər artırır (Rideout, 2015). Bu isə onların sosial davranışlarına, emosional inkişafına və öyrənmə vərdişlərinə birbaşa təsir göstərir.

Albert Banduranın “sosial öyrənmə nəzəriyyəsi”nə görə, uşaqlar davranış modellərini daha çox müşahidə və təqlid vasitəsilə mənimsəyirlər (Bandura, 2001). Bu kontekstdə televiziya personajlarının davranışları uşaqlar üçün nümunəyə çevrilir. Əgər televiziya məzmununda zorakılıq, aqressiya və ya mənfi sosial modellər üstünlük təşkil edərsə, bu, uşaqların davranışlarına da sirayət edə bilər.

Buna görə də psixoloqlar uşaqlar üçün nəzərdə tutulmuş verilişlərin hazırlanmasında mütləq “pozitiv rol modellərinin” yaradılmasının vacibliyini vurğulayırlar.

Televiziya yalnız əyləncə vasitəsi deyil, həm də koqnitiv inkişaf alətidir. Tədqiqatlar göstərir ki, maarifləndirici proqramlar uşaqların dil bacarıqlarını, riyazi düşüncəsini və yaradıcı qabiliyyətlərini inkişaf etdirə bilər. Klassik nümunə kimi “Sesame Street” proqramı göstərilir. ABŞ-də 1969-cu ildən yayımlanan bu veriliş uşaqların erkən yaş təhsilinə müsbət təsir göstərmiş, məktəbə hazırlıq səviyyəsini yüksəltmişdir (Fisch & Truglio, 2014).

Lakin televiziya məzmunu pedaqoji baxımdan düzgün qurulmadıqda, uşaqların diqqət dağınıqlığına, passiv öyrənmə vərdişlərinə səbəb ola bilər. Buna görə də koqnitiv inkişaf baxımından televiziya proqramlarının strukturlaşdırılması xüsusi standartlar tələb edir: sadə dil, təkrarlanan motivlər, interaktiv elementlər və yaş qrupu üzrə uyğunlaşdırma.

Son 30 ildə aparılmış beynəlxalq tədqiqatlar göstərir ki, uşaqların televiziya istehlakına dair yanaşmalar mədəni və sosial kontekstdən asılı olaraq dəyişir.

**ABŞ və Qərbi Avropa:** Burada televiziya tənzimləyici orqanlar tərəfindən ciddi nəzarət altındadır. Uşaq verilişlərində reklam məhdudiyyətləri, zorakılığın senzurası və maarifləndirici məzmunun təşviqi əsas prinsiplərdəndir (Ofcom, 2019).

**Sərqi Avropa və postsovet məkanı:** Burada tele-

viziya daha çox əyləncə yönümlü olduğundan maarifləndirici proqramların həcmi nisbətən azdır. Bu da uşaqların televiziya vasitəsilə öyrənmə imkanlarını məhdudlaşdırır (Lemish, 2015).

**Asiya:** Yaponiya və Cənubi Koreyada uşaq kontenti yüksək keyfiyyətli animasiya və təhsil yönümlü proqramlarla zəngindir. Çində isə dövlətin ciddi nəzarəti səbəbindən zorakılıq və yad mədəniyyət elementlərinin televiziya buraxılmaması üstünlük təşkil edir (Zhang, 2018).

Bu müqayisə göstərir ki, uşaq verilişlərinin hazırlanmasında vahid beynəlxalq çərçivə olsa da, ölkələr öz milli dəyərlərinə uyğun fərqli standartlar tətbiq edirlər.

Uşaqlar üçün televiziya proqramlarını ümumilikdə dörd kateqoriyaya bölmək olar:

1. Maarifləndirici proqramlar – təhsil yönümlü, dil və riyaziyyat bacarıqlarını inkişaf etdirən, sağlam həyat tərzini təşviq edən proqramlar.

2. Əyləncəli proqramlar – multfilmlər, musiqili şoular, yarışmalar.

3. Maarifləndirici-əyləncəli hibrid proqramlar – həm öyrədən, həm də əyləndirən məzmun (“edutainment”).

4. İnteraktiv proqramlar – uşaqları iştirakçı edən, sual-cavab, oyun və müsabiqə formatlı verilişlər.

Bu təsnifat həm pedaqoji, həm də tənzimləyici çərçivələrdə uşaq verilişlərinin keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi üçün mühüm göstəricidir.

Zorakılıq səhnələri, stereotiplər və gender bərabərsizliyi uşaqların şüurunda mənfi təsəvvürlər formalaşıdır. “National Television Violence Study” (1998–2000) göstərmişdir ki, ABŞ-də yayımlanan uşaq proqramlarının 60%-dən çoxunda zorakılıq elementləri mövcud idi.

Digər tərəfdən, pozitiv məzmun – dostluq, əməkdaşlıq, tolerantlıq və ekoloji dəyərlər kimi mövzular uşaqlarda sosial məsuliyyət hissini gücləndirir (Rideout & Robb, 2019). Bu səbəbdən televiziya verilişlərinin hazırlanmasında etik standartlar təkcə neqativ məzmunun qarşısını almağa deyil, həm də pozitiv dəyərlərin təşviqinə yönəlməlidir.

Azərbaycan televiziya məkanında uşaq və yeniyetmələrə həsr olunmuş proqramların sayı məhduddur. 1990–2000-ci illərdə əsasən klassik nağıl motivli verilişlər (“Göyçək Fatma”, “Nağıl dünyası” və s.) üstünlük təşkil etsə də, son illərdə kommersiya yönümlü proqramlar artmışdır (Məmmədov, 2020). Bununla belə, Azərbaycan cəmiyyətində televiziya hələ də uşaqların əsas informasiya və əyləncə mənbəyi olaraq qalır.

Milli qanunvericilikdə uşaqlar üçün televiziya

məzmununun qorunması ilə bağlı bəzi müddəalar olsa da, praktiki tətbiqdə problemlər qalmaqdadır. Məsələn, uşaq verilişlərində reklamın miqdarı, dilin sadəliyi və pedaqoji dəyər çox zaman nəzərə alınmır. Bu isə beynəlxalq standartların yerli mühitə uyğunlaşdırılmasının vacibliyini göstərir.

Televiziya uşaqların sosial, psixoloji və koqnitiv inkişafında mühüm rol oynayır. Onun təsiri həm pozitiv, həm də neqativ ola bilər və bu, əsasən verilişlərin məzmunundan asılıdır. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, uşaq verilişlərinin hazırlanmasında vahid etik, pedaqoji və texniki standartların tətbiqi vacibdir. Azərbaycan üçün də bu istiqamətdə yeni yanaşmaların işlənməsi, beynəlxalq təcrübənin nəzərə alınması və milli xüsusiyyətlərə uyğunlaşdırılması aktualdır.

### **Uşaq və yeniyetmələrə həsr olunmuş verilişlərdə etik və hüquqi normalar**

Televiziya proqramlarının hazırlanmasında etik normalar auditoriyanın xüsusiyyətlərinə uyğun davranma qaydalarını müəyyən edir. Uşaq və yeniyetmələr üçün nəzərdə tutulmuş verilişlərdə bu normalar daha da ciddi xarakter daşıyır. Çünki böyüklərlə müqayisədə uşaqlar televiziya mesajlarına qarşı daha həssasdır və onların real həyatla media məzmununu ayırd etmək bacarığı zəifdir (Buckingham, 2011).

Əsas etik prinsiplərə aşağıdakılar daxildir:

- Zərər verməmək – uşaqların psixoloji və emosional sağlamlığına zərərli ola biləcək məzmunun qarşısını almaq;
- Məlumatın düzgünlüyü – uşaqlar üçün təqdim edilən biliklərin elmi və pedaqoji baxımdan etibarlı olması;
- Mədəni dəyərlərə hörmət – milli və beynəlxalq dəyərləri təhrif etmədən təqdim etmək;
- İnküzivlik – gender, din, etnik mənsubiyyət və əlilliklə bağlı diskriminasiyadan uzaq olmaq.

UNESCO (2013) qeyd edir ki, media uşaq auditoriyası ilə bağlı fəaliyyətində həm etik, həm pedaqoji, həm də sosial məsuliyyət çərçivələrinə əsaslanmalıdır.

Uşaqlara dair televiziya proqramlarının hazırlanmasında hüquqi çərçivə əsasən BMT-nin Uşaq Hüquqları Konvensiyasına (1989) söykənir. Konvensiyanın 17-ci maddəsi dövlətləri öhdəlik altına alır ki, uşaqlar üçün faydalı informasiyanın yayılmasını təşviq etsin və onların zərərli məzmunundan qorunması üçün müvafiq mexanizmlər yaratsın (UNCRC, 1989).

Bundan əlavə, bir sıra beynəlxalq sənədlər mövcuddur:

- Avropa İnsan Hüquqları Konvensiyası (1950) – ifadə azadlığı ilə yanaşı, uşaqların mənəvi və psixolo-

loji sağlamlığının qorunmasını nəzərdə tutur;

- Avropa Şurasının Audiovizual Media Xidmətləri Direktivləri (AVMSD, 2018) – televiziya və onlayn media xidmətlərinin uşaqlara zərərli məzmun yaymasını qadağan edir;

- UNICEF Media Guidelines (2012) – uşaq hüquqlarının media sahəsində qorunmasına dair praktik tövsiyələr təqdim edir.

Bu sənədlərin ortaq xüsusiyyəti ondan ibarətdir ki, uşaq auditoriyası üçün nəzərdə tutulan verilişlər həm hüquqi, həm də etik baxımdan xüsusi qorunma tələb edir.

Tədqiqatlar göstərir ki, televiziya proqramlarında zorakılıq səhnələrinin çoxluğu uşaqlarda aqressiv davranış modellərinin formalaşmasına səbəb olur. Bu səbəbdən beynəlxalq standartlarda zorakılığın uşaqlara yönəlmiş proqramlarda istifadəsi ciddi şəkildə məhdudlaşdırılır.

Məsələn:

- Ofcom qaydaları (Böyük Britaniya): uşaqlar üçün nəzərdə tutulmuş proqramlarda zorakılıq səhnələri yalnız pedaqoji məqsədlə və xüsusi izahla təqdim edilə bilər.

- Amerika FCC qaydaları: “Children’s Television Act” (1990) uşaq proqramlarında zorakı, seksual və ya narkotik istifadəsini təbliğ edən elementləri qadağan edir.

Azərbaycan kontekstində də “Uşaqların zərərli informasiyadan qorunması haqqında Qanun” (2018) qəbul olunmuşdur. Bu qanuna görə, televiziya və digər media məhsullarında uşaqların fiziki, intellektual və mənəvi inkişafına zərər vura biləcək informasiya qadağan edilir.

Uşaq proqramlarının mühüm etik aspektlərindən biri də gender bərabərliyi və mədəni müxtəlifliyin düzgün təqdim olunmasıdır. Lemish (2015) qeyd edir ki, televiziya uşaqların gender rollarını formalaşdıran ən güclü alətlərdən biridir. Əgər proqramlarda qızlar yalnız passiv, oğlanlar isə həmişə dominant mövqedə təqdim edilsə, bu, uşaqlarda yanlış stereotiplər yaradır.

Beynəlxalq standartlarda gender balansı əsas şərtlərdən biridir. Avropa Birliyi ölkələrində uşaq proqramlarında qız və oğlan personajlarının nisbəti, onların sosial rolları və təqdimat tərzisi xüsusi nəzarət altındadır (European Commission, 2020).

Azərbaycan televiziya məkanında isə gender balansı məsələsində müəyyən çatışmazlıqlar mövcuddur. Bəzi proqramlarda qız uşaqları daha çox məişət və mədəniyyət sahələrində, oğlanlar isə aktiv, idman və intellektual sahələrdə təqdim olunur. Bu isə stereotiplərin möhkəmlənməsinə səbəb ola bilər (Həsənlı, 2021).

Televiziya proqramlarının maliyyələşməsi çox vaxt reklam və sponsorluqla bağlıdır. Lakin uşaq auditoriyası reklam mesajlarına qarşı xüsusilə həssasdır. 8 yaşa qədər olan uşaqlar reklam və əsas məzmun arasındakı fərqi tam dərk edə bilmirlər. Bu isə onların istehlakçı davranışlarına mənfi təsir göstərə bilər.

Ona görə də beynəlxalq təcrübədə aşağıdakı məhdudiyyətlər tətbiq olunur:

- Qida məhsullarının, xüsusilə də sağlamlığa zərərli “fast food” reklamlarının məhdudlaşdırılması;
- Uşaq proqramlarının içində və ya dərhal əvvəl/sonra reklam verilməsinin məhdudlaşdırılması (Ofcom, 2019);
- Sponsorluğun açıq şəkildə göstərilməsi və uşaqları manipulyasiya edən örtülü reklamın qadağan olunması.

Azərbaycan qanunvericiliyində də bu istiqamətdə addımlar atılıb. “Reklam haqqında Qanun” (2015) uşaqlar üçün nəzərdə tutulan verilişlərdə reklamların məhdudlaşdırılmasını nəzərdə tutur. Lakin praktikada televiziya kanallarında kommersiya maraqlarının üstünlüyü bəzi hallarda bu normaların pozulmasına gətirib çıxarır.

Uşaq və yeniyetmələrlə bağlı televiziya proqramlarını hazırlayan jurnalistlər və prodüserlər xüsusi etik məsuliyyət daşıyırlar. Burada əsas prinsiplər bunlardır:

- Uşaqlar haqqında məlumat verərkən onların şəxsi həyatına hörmət;
- Uşaq müsahibələrində valideyn və ya qəyyum razılığının alınması;
- Uşaqların mənfi işıqda təqdim olunmaması;
- Sensasiya xatirinə uşaq travmalarının efirdə nümayiş etdirilməməsi.

UNICEF (2012) tövsiyə edir ki, jurnalistlər uşaqları yalnız “obyekt” kimi deyil, həm də “subyekt” kimi təqdim etsinlər. Yəni, uşaqların səsi eşidilməli, onların fikirləri hörmətlə təqdim olunmalıdır.

Beynəlxalq standartlarla müqayisədə Azərbaycan televiziya məkanında uşaq proqramları ilə bağlı hüquqi çərçivə nisbətən yeni formalaşmaqdadır. Qanunvericilikdə əsas prinsiplər müəyyənləşsə də, praktik tətbiqdə aşağıdakı problemlər mövcuddur:

- Uşaq proqramlarının azlığı;
- Reklam məhdudiyyətlərinin bəzən pozulması;
- Gender və mədəni müxtəliflik baxımından stereotiplərin qalması;
- Maarifləndirici proqramların kommersiya baxımından rəqabət qabiliyyətinin zəifliyi.

Buna baxmayaraq, milli qanunvericiliyin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması prosesi da-

vam edir. Xüsusilə də Audiovizual Şuranın tənzimləyici rolu bu sahədə mühüm əhəmiyyət kəsb edir.

### Uşaq və Yeniyetmə Verilişlərinin Məzmunsal Standartları

Televiziya uşaq və yeniyetmələrin dünyagörüşünün, sosial davranışlarının və dəyərlərinin formalaşmasında mühüm rol oynayır. Bu səbəbdən uşaqlar üçün nəzərdə tutulmuş verilişlərin məzmunu təsadüfi şəkildə deyil, elmi-pedaqoji və etik prinsiplərə uyğun olaraq hazırlanmalıdır (Buckingham, 2013). Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, uşaq proqramları sadəcə əyləncə məqsədi daşımamalı, onların bilik bazasını genişləndirməli, sosial münasibətləri anlamağa və tənqidi düşünmə bacarıqlarını inkişaf etdirməyə dəstək olmalıdır.

Məzmunsal standartların əsas komponentlərindən biri maarifləndirici və əyləncəli məzmunun balanslaşdırılmasıdır. Əgər televiziya yalnız didaktik yanaşma ilə uşaqlara müraciət edərsə, bu, onların maraq dairəsini zəiflədə bilər. Əksinə, sırf əyləncə üzərində qurulan proqramlar isə tərbiyəvi və maarifləndirici funksiyanı zəiflədə bilər (Livingstone & Blum-Ross, 2020). Buna görə də balanslı yanaşma tələb olunur:

- Maarifləndirici elementlər – elm, texnologiya, təbiət, mədəniyyət, dil öyrənmə mövzularını əhatə etməlidir.
- Əyləncəvi elementlər – musiqi, animasiya, oyun və yumor vasitəsilə öyrənməni asanlaşdırmalıdır.
- İnformativ elementlər – uşaqlara gündəlik həyat, sağlamlıq, sosial münasibətlər və təhlükəsizlik haqqında sadə, anlaşıqlı məlumatlar təqdim etməlidir.

Uşaq və yeniyetmə verilişlərinin mühüm funksiyalarından biri onların təhsil prosesinə dəstək göstərməkdir. UNESCO-nun media və informasiya savadlılığına dair hesabatında vurğulanı ki, televiziya yayımlanan uşaq proqramları məktəbdə öyrənilən biliklərin möhkəmlənməsində mühüm vasitə ola bilər (UNESCO, 2019). Bu xüsusda, standartlar aşağıdakı məqamları nəzərdə tutmalıdır:

- Yaş qruplarına uyğun mövzuların seçilməsi;
- Psixoloji inkişaf mərhələlərinə uyğun pedaqoji metodların tətbiqi;
- Milli-mədəni dəyərlərin qorunması və təbliği;
- Sosial məsuliyyət, humanizm, tolerantlıq və əməkdaşlıq kimi dəyərlərin aşılması.

Televiziya uşaq və yeniyetmələr üçün həm də dil və nitq mədəniyyətinin formalaşdırılmasında əsas vasitələrdən biridir. Bu baxımdan, məzmun standartları dil və üslub normalarına xüsusi diqqət yetirməlidir:

- Söz ehtiyatı sadə və anlaşıqlı olmalı;
- Dialekt və jarqonlardan uzaq durulmalı;
- Zorakı, aqressiv və ya ayrı-seçkilik yaradan ifadələrə yol verilməməlidir;
- Nitq tərbiyəvi, aydın və ritmik olmalıdır.

Dil normalarına əməl olunmaması uşaqların lüğət ehtiyatının məhdudlaşmasına, yanlış ifadələrin gündəlik ünsiyyətə daxil olmasına səbəb ola bilər.

Uşaq və yeniyetmə proqramlarında sosial və mədəni müxtəlifliyin düzgün təqdimatı mühüm əhəmiyyət daşıyır. Proqramlar etnik, dini və gender fərqliliyini hörmətlə əks etdirməli, diskriminasiya və stereotiplərə yol verməməlidir. Bu, uşaqların empatiya, multikultural dəyərlər və tolerantlıq hisslərinin inkişafına kömək edir (Götz & Lemish, 2012).

Uşaqlara yönəlmiş televiziya proqramlarının məzmununda reklam və kommersiya elementləri xüsusi tənzimlənməlidir. Bir çox ölkələrdə (məsələn, İsveç və Norveçdə) 12 yaşadək uşaqlara yönəlik reklamların televiziya qadağan edilməsi praktikasına rast gəlinir. Bu, uşaqların manipulyasiya və istehlak yönümlü davranışlardan qorunması üçün tətbiq edilən standartlardan biridir. Azərbaycanda da uşaqlara yönəlmiş verilişlərdə reklamların miqdarı və məzmunu ciddi şəkildə tənzimlənməlidir.

Ümumilikdə, uşaq və yeniyetmə verilişlərinin məzmunsal standartları onların sağlam psixoloji inkişafını, intellektual və mədəni dünyagörüşünü formalaşdırmağa xidmət etməlidir. Maarifləndirici, əyləncəli və informativ balansın qorunması, dil və üslubun sadə və pedaqoji baxımdan məqsədəuyğun olması, sosial-mədəni müxtəlifliyin obyektiv təqdim edilməsi bu standartların əsasını təşkil edir.

### Texniki və İstehsalat Standartları

Televiziya verilişlərinin hazırlanması prosesi yalnız məzmun baxımından deyil, həm də texniki keyfiyyət, istehsalat mədəniyyəti və auditoriya üçün uyğunlaşdırma baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Xüsusilə uşaq və yeniyetmələr üçün nəzərdə tutulan proqramların hazırlanmasında texniki və istehsalat standartlarının yüksək səviyyədə tətbiqi vacibdir.

Uşaq auditoriyası üçün nəzərdə tutulan televiziya verilişlərində audiovizual keyfiyyət ilk baxışda yalnız estetik element kimi görünərsə də, əslində uşaqların öyrənmə və qavrama prosesinə birbaşa təsir göstərir.

By mənada texniki aspektlər olduqca önəmlidir:

- Səs keyfiyyəti: Uşaqlar, xüsusilə erkən yaş dövərində, nitq və səslərə qarşı daha həssasdırlar. Bu səbəbdən verilişlərdə səs aydınlığı, fon musiqisinin dominant olmaması və nitqin anlaşıqlı olması vacibdir.

- Görüntü keyfiyyəti: Aşağı keyfiyyətli görüntü uşaqların diqqətini yayındırır və mesajın qəbulunu çətinləşdirir. HD və UHD formatında çəkilişlərin tətbiqi daha yüksək təsir gücü yaradır.

- Rəng və qrafik elementlər: Uşaqlar üçün hazırlanmış kontentdə parlaq, lakin göz yormayan rənglərin istifadəsi, animasiyaların sadə və didaktik xarakter daşması tövsiyə olunur (Rideout, 2019).

Uşaqlar və yeniyetmələr eyni auditoriya deyil. Bu səbəbdən televiziya verilişlərinin dizaynı və təqdimatı yaş qruplarına uyğunlaşdırılmalıdır.

- Məktəbəqədər yaş qrupu (3–6 yaş): Animasiya, musiqi və oyun elementləri üstünlük təşkil etməlidir. Qəhrəmanlar sadə, pozitiv və asan yadda qalan olmalıdır.

- Kiçik məktəb yaşı (7–12 yaş): Maarifləndirici proqramlarla əyləncə elementlərinin balansı vacibdir. Təcrübələr, təhsil rubrikaları və interaktiv oyunlar ön planda olmalıdır.

- Yeniyetmələr (13–18 yaş): Bu yaş qrupu üçün proqramlar daha çox sosial, mədəni və psixoloji məsələlərə fokuslanmalıdır. Musiqi, idman, innovasiya və debat tipli proqramlar onların maraq dairəsinə uyğundur.

Təqdimatçının yaşı və davranış tərzində də mühüm faktordur. Yeniyetmələr yaşıdlarını və ya özlərinə yaxın üslubu olan aparıcıları daha tez qəbul edirlər.

Reklam uşaq proqramlarının ən həssas istiqamətlərindən biridir. Uşaqlar reklam mesajlarını kritik şəkildə dəyərləndirə bilmədikləri üçün bu sahədə ciddi etik və hüquqi məhdudiyyətlər mövcuddur.

- Reklam məzmunu: Şiddət, stereotiplər və sağlamlığa zərərli məhsullar (fast food, qazlı içkilər və s.) uşaqlara yönəlmiş reklam çarxlarında qadağan edilməlidir.

- Sponsorluq: Sponsorlu proqramlarda reklam mesajı ilə məzmun arasında sərhədlərin aydın olması vacibdir. Çox vaxt sponsor şirkətlərin təsiri ilə proqram məzmununun kommersiyalaşması uşaqların maariflənmə imkanlarını məhdudlaşdırır.

- Qanuni tənzimləmələr: Avropa Audiovizual Media Xidmətləri Direktivinə (AVMSD) görə, uşaq proqramlarında reklam vaxtı məhdudlaşdırılır və valideyn icazəsi olmadan uşaq məlumatlarının istifadəsinə yol verilmir (European Commission, 2018).

Texniki keyfiyyətlə yanaşı, istehsalat prosesində də peşəkarlıq əsas şərtədir. Uşaq auditoriyası ilə işləyən yaradıcı qruplar pedaqogika, psixologiya və kommunikasiya üzrə biliklərə malik olmalıdır:

1. Multidissiplinar yanaşma: Uşaq verilişlərinin hazırlanmasında pedaqoqlar, psixoloqlar və sosioloqların iştirakı məzmunun sağlam və maarifləndirici

ci olmasını təmin edir.

2. İstehsal resursları: Keyfiyyətli studiya avadanlıqları, montaj texnologiyaları və interaktiv elementlər (məsələn, artırılmış reallıq, virtual qrafika) uşaqların diqqətini daha çox cəlb edir.

3. Etik məsuliyyət: Prodüser və yaradıcı heyət uşaqların informasiyadan istifadəsində həssas davranmalı, manipulyativ elementlərdən uzaq olmalıdırlar.

Texniki və istehsalat standartları uşaq və yeniyetmə verilişlərinin təsir gücünü müəyyən edən əsas parametrlərdəndir. Yüksək səs və görüntü keyfiyyəti, yaş qrupuna uyğunlaşdırılmış dizayn, etik reklam və sponsorluq prinsipləri, həmçinin peşəkar istehsalat mədəniyyəti olmadan bu verilişlərin məqsədyönlü təsirindən danışmaq mümkün deyil. Təcrübə göstərir ki, texniki standartlara riayət olunmayan proqramlar uşaqların psixoloji və sosial inkişafına mənfi təsir göstərə, onların televiziya məzmununa olan etibarını azalda bilər. Bu səbəbdən həm milli, həm də beynəlxalq səviyyədə texniki və istehsalat standartlarının sistemləşdirilməsi vacibdir.

### Beynəlxalq təcrübə və Azərbaycanda mövcud durum

Uşaqlar və yeniyetmələr üçün televiziya kontentinin hazırlanmasında beynəlxalq təcrübənin öyrənilməsi xüsusi əhəmiyyət daşıyır. Çünki dünya praktikasında bu sahədə yüzilliklərə yaxın təcrübə formalaşmış, həm hüquqi, həm də texniki baxımdan konkret standartlar müəyyən edilmişdir. BMT, UNESCO, UNICEF, Avropa Şurası, Avropa Yayım Birliyi (European Broadcasting Union – EBU) kimi təşkilatlar televiziya məzmununun uşaqların maraqlarına və təhlükəsizliyinə uyğunlaşdırılması ilə bağlı normativ sənədlər və tövsiyələr hazırlamışdır. Digər tərəfdən, inkişaf etmiş televiziya mərkəzləri olan Böyük Britaniya, ABŞ, Yaponiya, Almaniya kimi ölkələrdə uşaq kontenti həm dövlət siyasətinin, həm də ictimai yayımçılığın prioritet sahəsinə çevrilmişdir.

*Böyük Britaniya (BBC Children's və Ofcom təcrübəsi)*

Böyük Britaniya uşaq televiziyası sahəsində ən qabaqcıl təcrübəyə malik ölkələrdən biridir. Burada BBC Children's brendi altında CBBC (7–12 yaş) və CBeebies (2–6 yaş) kanalları fəaliyyət göstərir. Hər iki kanal maarifləndirici, əyləncəli və təhlükəsiz kontent istehsal edir. Ofcom – Böyük Britaniyanın media tənzimləyicisi olaraq uşaq proqramlarında zorakılıq, qeyri-etik dil və zərərli reklamların qarşısını almaq üçün ciddi nəzarət həyata keçirir. BBC-nin prinsipləri üç əsas istiqamətə söykənir:

1. Maarifləndirmə – uşaqların idrak qabiliyyətini və bilik bazasını artırmaq;

2. Əyləncə – yaradıcılıq və mədəni inkişafı stimullaşdırmaq;

3. Müxtəliflik – gender, etnik və mədəni müxtəlifliyi əks etdirmək.

*ABŞ (PBS Kids və kommersiya kanalları)*

ABŞ-də uşaq kontenti əsasən iki istiqamətdə inkişaf edir: ictimai yayım (PBS Kids) və kommersiya kanalları (Cartoon Network, Nickelodeon, Disney Channel). PBS Kids yüksək keyfiyyətli maarifləndirici kontentlə tanınır, “Sesame Street” (Sezam küçəsi) kimi klassik layihələr dünyada media-pedaqogikanın simvoluna çevrilmişdir. ABŞ Federal Rabitə Komissiyası (FCC) hər bir yayımçıya həftədə minimum 3 saat maarifləndirici uşaq proqramı yayımlamağı məcburi edir. Bu qayda həm televiziya şirkətlərinin kommersiya maraqları ilə sosial məsuliyyət arasında balans, həm də uşaqların media vasitəsilə düzgün inkişafına şərait yaradır.

*Avropa təcrübəsi*

Avropa ölkələrində uşaq proqramları daha çox dövlət və ictimai yayımçılar tərəfindən təmin edilir. Almaniyada KiKA (KinderKanal) uşaqlar üçün xüsusi televiziya kanalı kimi fəaliyyət göstərir və təhsil, mədəniyyət, əyləncə balansına önəm verir. Skandinaviya ölkələrində isə uşaqlar üçün kontent milli dillərdə hazırlanır və yerli mədəniyyətin qorunmasına xidmət edir. Avropa Yayım Birliyi (EBU) uşaqlar üçün etik yayım kodeksi hazırlamış, burada əsas prinsiplər – uşaqların müdafiəsi, təhlükəsizliyi, iştirakçılığı və inklüzivliyi vurğulanmışdır.

*Asiya və digər region təcrübəsi*

Yaponiyada NHK dövlət televiziya kanalı uşaqlar üçün yüksək keyfiyyətli maarifləndirici və animasiya proqramları hazırlayır. “NHK for School” layihəsi vasitəsilə televiziyanın tədris proqramları məktəblərlə inteqrasiya edilir. Avstraliya, Kanada və Cənubi Koreya da uşaq kontentində həm dövlət dəstəyi, həm də tənzimləyici mexanizmlərlə seçilir. Bu ölkələrdə əsas prinsip uşaqların texnologiyaya adaptasiyası, mədəni dəyərlərin qorunması və kreativlik bacarıqlarının inkişaf etdirilməsidir.

*Azərbaycanda Mövcud Durum*

Azərbaycan televiziya məkanında uşaqlara yönəlik məzmunun xüsusi kanalda toplanması sahəsində mühüm addımlardan biri ARB Günəş kanalının fəaliyyəti olmuşdur. Bu kanalın məqsədi uşaqlar və yeniyetmələr üçün həm milli dəyərləri qoruyan, həm də maarifləndirici xarakter daşıyan proqramlar təqdim etməkdir. ARB Günəş müxtəlif yaş qruplarını nəzərə alaraq animasiya filmləri, maarifləndirici

verilişlər və mədəniyyət yönümlü proqramlarla çıxış edir. Lakin ümumi televiziyanın fonunda bu tip kanalların sayı azdır və belə bir platformanın daha sistemli inkişafına ehtiyac qalmaqdadır.

Azərbaycan televiziyasında uşaq və yeniyetmələr üçün verilişlərin tarixi sovet dövrünə gedib çıxır. “Göyərçin”, “Sehrli xalat”, “Nağıl dünyası” kimi klassik proqramlar bir neçə nəslin mədəni yaddaşında iz qoymuşdur. Lakin müstəqillik dövründə kommersiya kanallarının artması ilə maarifləndirici uşaq kontentinin istehsalı azalaraq daha çox xarici animasiya və seriallarla əvəz olunmuşdur.

Hazırda uşaq verilişləri yalnız müəyyən vaxtlarda ümumi kanalların (Mədəniyyət TV, İctimai TV, AzTV) efirində yayımlanır. Məzmun baxımından proqramlar daha çox maarifləndirici xarakter daşısa da, beynəlxalq təcrübə ilə müqayisədə onların həm texniki, həm də kreativ baxımdan zəif olduğu görünür. Əksər hallarda televiziya kanalları xarici cizgi filmlərinin dublyajı ilə kifayətlənir.

Eyni zamanda Azərbaycanda fəaliyyət göstərən özəl televiziya kanalları – ATV, Xəzər TV, Space və digərləri – uşaq auditoriyasına hesablanmış ayrı-ayrı proqramlar efirə versələr də, onların sayı məhduddur və davamlılıq problemi mövcuddur. Əsasən bayram günlərində, məktəb mövsümündə və ya xüsusi kampaniyalar zamanı uşaqlara yönəlik verilişlər nümayiş olunur. Lakin müntəzəm şəkildə maarifləndirici uşaq verilişləri kifayət qədər deyil. Məsələn, tədris ili ilə bağlı maarifləndirici verilişlər və ya milli-mədəni mövzulu uşaq proqramları epizodik xarakter daşıyır. Bu, uşaqların televiziya vasitəsilə davamlı maariflənməsi baxımından çatışmazlıq hesab olunur.

Azərbaycan Respublikasında “Uşaq hüquqları haqqında” Qanun, “Televiziya və radio yayımı haqqında” Qanun, həmçinin Audiovizual Şuranın normativ sənədləri mövcuddur. Lakin uşaq kontentinə dair konkret standartlaşdırılmış qaydalar hələ ki, kifayət qədər işlənməyib. Bu isə televiziya şirkətlərinin öz kommersiya maraqlarını sosial məsuliyyət üzərində üstün tutmasına səbəb olur.

Bu mənada mövcud məsələ ilə bağlı televiziya məkanımız bir sıra problem və çağırışlarla üz-üzədir: xüsusi uşaq kanalı və ya genişmiqyaslı uşaq proqram bloklarının olmaması; tədris proqramları ilə integrasiyanın zəifliyi; yerli kontent istehsalının azlığı, xarici animasiyalara həddən artıq asılılıq; reklamlarda uşaqlara yönəlmiş manipulyativ məzmunun mövcudluğu; media savadlılığının aşağı səviyyədə olması.

Azərbaycan qanunvericiliyi və Audiovizual Şuranın qərarlarına əsasən, uşaqların mənəvi inkişafına

zərər verə biləcək kontent müəyyən saatlarda efirə buraxılmır. Buraya zorakılıq səhnələri, açıq-saçıq məzmun, nalayiq ifadələr və uşaqların yaşı üçün uyğun olmayan digər proqramlar daxildir. Bu məzmunun əsasən gecə saatlarında (23:00-dan sonra) efirə verilməsinə icazə verilir.

Dünyanın aparıcı ölkələrində də oxşar mexanizmlər tətbiq olunur.

Böyük Britaniyada (Ofcom qaydaları) ümumi yerüstü kanallarda “watershed” prinsipi mövcuddur. Bu prinsipə görə, uşaqlar üçün zərərli hesab edilə biləcək proqramların 21:00-dan əvvəl yayımlanması qadağandır. Buraya zorakılıq, seksual məzmun, nalayiq sözlər və qorxuducu səhnələr daxildir.

Almaniyada Federal Media Hüququna əsasən, açıq-saçıq və ya zorakı səhnələr yalnız gecə saatlarında nümayiş etdirilə bilər. Uşaqlara uyğun olmayan proqramların konkret vaxt bölgüsü mövcuddur (məsələn, PG-12, PG-16 sisteminə əsaslanan vaxt çərçivələri).

ABŞ-də (FCC qaydaları) “safe harbor” adlanan tənzimləmə tətbiq edilir. Buna görə, nalayiq sözlər və açıq məzmun yalnız 22:00-dan 06:00-a qədər yayımlana bilər.

Fransada və Skandinaviya ölkələrində uşaqlar üçün qadağan edilmiş məzmunun saat bölgüsü ilə yanaşı, vizual işarələmə sistemi də var. Proqramların küncündə yaş məhdudiyyətləri göstərilir (“-10”, “-12”, “-16” və s.).

Beləliklə, beynəlxalq təcrübədə uşaq yönümlü məzmunun qorunması əsasən üç üsulla həyata keçirilir: Saat bölgüsü ilə qadağalar (watershed və safe harbor prinsipləri); Yaş kateqoriyalarına uyğun işarələmə sistemi; Uşaqlar üçün ayrıca kanalların inkişafı və dövlət dəstəyi.

Azərbaycan televiziya məkanında da beynəlxalq praktikanın əsas elementləri – ixtisaslaşmış uşaq kanalı (ARB Günəş), müəyyən qadağalar və özəl kanallarda uşaq verilişləri mövcuddur. Lakin beynəlxalq təcrübə ilə müqayisədə bu istiqamətdə daha sistemli, davamlı və mütərəqqi mexanizmlərin tətbiqinə ehtiyac qalır. Xüsusən də uşaq proqramlarının sayının artırılması, məzmun keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması və ictimai monitorinq mexanizmlərinin gücləndirilməsi vacibdir.

Perspektiv baxımından isə aşağıda sadalanan addımların atılması mövcud problemin aradan qaldırılmasına ciddi şəkildə təsir göstərə bilər:

1. Milli Uşaq Kanalının yaradılması – maarifləndirici, əyləncəli və kreativ proqramları özündə birləşdirən dövlət dəstəkli televiziya kanalı zəruridir.

2. Milli kontentin istehsalı – animasiya studiyala-

rının dəstəklənməsi, milli nağıllara və folklora əsaslanan layihələrin hazırlanması.

3. Normativ standartların hazırlanması – beynəlxalq təcrübəyə uyğun, amma milli mədəni dəyərləri nəzərə alan xüsusi “Uşaq Televiziya Yayımı Standartları”nın qəbul olunması.

4. Təhsil və televiziya inteqrasiyası – məktəblərlə əməkdaşlıq edərək tədris materiallarına uyğun proqramların hazırlanması.

5. Media savadlılığının artırılması – uşaqlar və valideynlər üçün maarifləndirmə proqramlarının təşkili.

Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, uşaq və yeniyetmələr üçün televiziya kontenti yalnız əyləncə vasitəsi deyil, həm də maarifləndirmə və sosiallaşdırma aləti kimi mühüm rol oynayır. Böyük Britaniya, ABŞ, Almaniya, Yaponiya kimi ölkələrdə formalaşmış standartlar Azərbaycan üçün nümunə ola bilər. Azərbaycanda isə bu sahədə mövcud problemlərə baxmayaraq, potensial kifayət qədər genişdir. Yaxın gələcəkdə uşaq kontentinin sistemli inkişafı üçün dövlət, televiziya qurumları və ictimaiyyət arasında əməkdaşlıq zəruri görünür.

## NƏTİCƏ

Uşaqlar və yeniyetmələr cəmiyyətin ən həssas və gələcəyə yönəlik sosial qruplarından biri olmaqla, onların informasiya mühitindəki mövqeyi, xüsusilə də televiziya ilə münasibəti xüsusi diqqət tələb edir. Bu tədqiqat göstərdi ki, televiziya yalnız əyləncə vasitəsi deyil, həm də güclü sosiallaşma alətidir və uşaqların psixoloji, mənəvi və intellektual inkişafına bilavasitə təsir göstərir. Məhz buna görə də uşaq və yeniyetmələrlə bağlı televiziya verilişlərinin hazırlanmasında standartların işlənməsi və tətbiqi strateji əhəmiyyət daşıyır.

Araşdırmada qeyd olunan məzmun, etik, texniki və təşkilati prinsiplər, həmçinin beynəlxalq təcrübə göstərir ki, uşaqlara yönəlik televiziya proqramlarının uğurlu olması üçün üç əsas şərt mövcuddur: təhlükəsizlik, keyfiyyət və faydalılıq. Təhlükəsizlik dedikdə uşaqların psixoloji zərərdən, zorakılıq, diskriminasiya və stereotiplərin təsirindən qorunması nəzərdə tutulur. Keyfiyyət isə həm texniki, həm də məzmun baxımından yüksək standartların təmin edilməsini, faydalılıq isə maarifləndirici və inkişafetdirici funksiyanın gücləndirilməsini tələb edir.

Beynəlxalq təcrübənin müqayisəsi göstərdi ki, inkişaf etmiş ölkələrdə uşaqlara aid televiziya məzmunu ciddi tənzimləmə, monitoring və ictimai nəzarət mexanizmlərinə tabedir. BBC Children's, Nickelodeon, Cartoon Network kimi kanallar yalnız əyləncə

deyil, həm də maarifləndirici proqramlarla uşaqların müxtəlif yaş qruplarının ehtiyaclarını nəzərə alır. Azərbaycanda isə bu sahədə mühüm addımlar atılsa da, televiziya məkanında uşaq və yeniyetmələr üçün sistemli və davamlı proqram siyasətinin qurulması hələ də aktualdır.

Bu kontekstdə, uşaq və yeniyetmələrlə bağlı televiziya verilişlərinin hazırlanmasında standartların formalaşdırılması aşağıdakı istiqamətlərdə vacibdir:

1. Normativ-hüquqi baza – BMT Uşaq Hüquqları Konvensiyası və UNESCO prinsiplərinə uyğun milli standartların qəbul edilməsi.

2. Etik qaydalar – zorakılıqdan uzaq, inklüziv və gender bərabərliyini təşviq edən məzmun istehsalı.

3. Məzmun siyasəti – uşaqların yaş qruplarına uyğun, həm əyləndirən, həm də maarifləndirən proqramların hazırlanması.

4. Texniki keyfiyyət – yüksək səviyyəli vizual, səs və dizayn elementlərinin tətbiqi.

5. Monitoring və ictimai iştirakçılıq – valideynlər, pedaqoqlar və media ekspertlərinin prosesə cəlb olunması.

Beləliklə, uşaq və yeniyetmələr üçün televiziya məzmununun hazırlanmasında standartların tətbiqi təkcə televiziya kanalları üçün deyil, həm də dövlət qurumları, ictimai təşkilatlar və valideynlər üçün ortaq məsuliyyət sahəsidir. Bu standartlar həm uşaqların sağlam inkişafını təmin edir, həm də gələcəkdə onların sağlam informasiya mühitində formalaşmasına zəmin yaradır. Nəticə etibarilə, uşaqlar üçün hazırlanan televiziya proqramları yalnız milli dəyərləri qoruyan deyil, həm də global təcrübədən bəhrələnən bir model əsasında inkişaf etdirilməlidir.

## ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Anderson, D. R., & Hanson, K. G. (2017). *Children, television, and development*. Oxford University Press.

2. Bandura, A. (2001). *Social cognitive theory of mass communication*. *Media Psychology*, 3(3), 265–299.

3. Buckingham, D. (2011). *The material child: Growing up in consumer culture*. Polity.

4. European Commission. (2018). *Audiovisual Media Services Directive (AVMSD)*. Brussels.

5. European Commission. (2020). *Study on gender equality in children's television in the EU*. Brussels: EC.

6. Fisch, S. M., & Truglio, R. T. (2014). *G is for growing: Thirty years of research on Sesame Street*. Routledge.

7. Götz, M., & Lemish, D. (2012). *Sexy girls, he-*

roes and funny losers: Gender representations in children's TV around the world. Peter Lang.

8. Həsənlı, S. (2021). Gender stereotiplərinin Azərbaycan televiziya məkanında təzahürü. *Media və Cəmiyyət Jurnalı*, 14(1), 77–89.

9. Lemish, D. (2015). *Children and media: A global perspective*. Wiley-Blackwell.

10. Livingstone, S., & Haddon, L. (2009). *Kids online: Opportunities and risks for children*. Policy Press.

11. Livingstone, S., & Blum-Ross, A. (2020). *Parenting for a digital future: How hopes and fears about technology shape children's lives*. Oxford University Press.

12. Məmmədov, R. (2020). Azərbaycanda televiziya məkanında uşaq proqramlarının inkişaf problemləri. *Media və Cəmiyyət Jurnalı*, 12(2), 45–59.

13. Ofcom. (2019). *Children and parents: Media use and attitudes report*. London: Ofcom.

14. Rideout, V., & Robb, M. B. (2019). *The common sense census: Media use by kids age zero to eight*. Common Sense Media.

15. UNCRC. (1989). *United Nations Convention on the Rights of the Child*. New York: United Nations.

16. UNESCO. (2013). *Global media and information literacy assessment framework*. Paris: UNESCO.

17. UNESCO. (2019). *Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines*. UNESCO.

18. UNICEF. (2012). *Child rights and the media: Guidelines for journalists*. New York: UNICEF.

19. Zhang, W. (2018). *Media regulation and children's programming in China*. *Journal of Children and Media*, 12(4), 457–472.

### Стандарты производства телевизионных программ для детей и подростков

Джала Хафиз Исмаилова

Доктор философии по филологии,

Тохид Дуньямили Алиев

Академия Государственного Управления при Президенте Азербайджанской Республики

### РЕЗЮМЕ

В статье исследуются теоретические основы и практическое применение стандартов при подготовке телевизионных передач для детей и

Rəyçi: Vüqar Zifəroğlu, filologiya elmləri doktoru, professor

Məqalə redaksiyaya daxil olub: 01.06.2026

Çapa qəbul olunub: 30.06.2026

подростков. Подчеркивается, что телевизионный контент оказывает прямое влияние на психологическое и социальное развитие детей, поэтому необходимо учитывать этические, содержательные и технические принципы. В работе проводится сравнительный анализ международного опыта и практики азербайджанского телевидения, рассматриваются пути адаптации детских программ к критериям качества, безопасности и полезности. Сделан вывод о важности совершенствования нормативно-правовой базы, этических стандартов и общественного мониторинга в данной сфере.

**Ключевые слова:** телевидение, детские передачи, подростки, медиа-стандарты, этические принципы, международный опыт.

### Standards for Producing Television Programs Involving Children and Adolescents

Jala Hafiz Ismayilova

PhD in Philology,

Tohid Dunyamali Aliyev

Academy of Public Administration under the President of the Republic of Azerbaijan

### SUMMARY

This article examines the theoretical foundations and practical applications of standards in the production of television programs for children and adolescents. The analysis highlights that television content has a direct impact on children's psychological and social development, thus requiring adherence to ethical, content, and technical principles. The study compares international practices with the Azerbaijani television landscape and explores strategies for aligning child-oriented programs with the criteria of quality, safety, and educational value. The findings emphasize the necessity of strengthening the legal framework, ethical standards, and public monitoring mechanisms to ensure the sustainable development of children's programming in the national media environment.

**Keywords:** television, children's programs, adolescents, media standards, ethical principles, international experience.

The date of the admission of the article to the editorial office: 01.06.2026

Accepted for publication: 30.06.2026