

Cahangir Məmmədli

Jurnalistikanın aktual problemləri

(dərs vəsaiti)

Bakı – 2001

Rəyçi:

Famil Mehdi
filologifa elmləri doktoru, professor

Elmi redaktorlar:

Nizami Cəfərov
filologiya elmləri doktoru, professor

Akif Rüstəmov
filologifa elmləri namizədi, dosent

Məmmədli C.Ə. Müasir jurnalistika. Bakı Dövlət Universiteti nəşriyyatının qıfı ilə çap olunur. Bakı, 2001, 390 səh.

Kitabda jurnalistikanın bir çox ictimai institut kimi tarixi kökləri, nəzəriyyəsi, jurnalistin peşə motivasiyaları, jurnalistin differensasiyası, müasir KİV-in hüquqi, iqtisadi əsasları, peşə etikasını və s. məsələlərlə özünün elmi-nəzəri ifadəsini tapmışdır.

Kitab jurnalistika fakültələrinin tələbələri, peşəyə təzə qədəm qoyan praktikalər, KİV əməkdaşları üçün xüsusi maraq kəsb edən dəyərli vəsaitdir.

Filologiya elmləri namizədi, dosent Cahangir Əbdüləli oğlu
Məmmədlinin «Jurnalistikanın aktual problemləri» əsəri barədə
Rəy

C.Ə.Məmmədli uzun illərdən bəri BDU jurnalistika fakültəsində müəllim işləyir. Mətbuat tarixi kafedrasının müdürüdür. Müntəzəm olaraq mətbuatda KİV-in problemləri ilə bağlı yazılarla çıxış edir. İndi o, uzun illərin elmi-nəzəri təcrübələrinin ümumiləşdirilmiş faktı kimi “Jurnalistikanın aktual problemləri” əsərini ortaya qoymuşdur. Əsər jurnalistika fakültələrində təhsil alan tələbələrə dərs vəsaiti kimi yazılmışdır. Jurnalistikaya giriş fənninin proqramı əsasında işlənmiş bu dərs vəsaiti ixtisasın bir sıra aktual məsələlərini özündə cəmləşdirir. Jurnalistikanın müasir cəmiyyətdə yeri, onun beynəlxalq doktrinaları, peşə differensiasiyası, KİV-in auditoriyası, hüquqi, iqtisadi əsasları, peşə etikası və s. məsələləri barədə nəzəri fikirlər bu peşənin müasir daşıyıcıları üçün də çox səmərəli ola bilər.

“Jurnalistikanın aktual problemləri” köhnə kanonlardan uzaq, yeni jurnalistika prizmasından işlənmişdir. C.Məmmədli Azərbaycanda müstəqillik dövründən özünü göstərən yeni jurnalistikanın qanunauyğunluqları, xüsusilə özəl mətbuatın, özəl televiziyanın xarakter xüsusiyyətləri, yaradıcılıq problemləri barədə maraqlı, inandırıcı faktlarla geniş elmi-nəzəri fikirlər söyləyir.

On bir fəsildən ibarət dərs vəsaitinin hər fəsli bir problem qoyur və onun elmi həllini verməyə çalışır. Əsərin dili və üslubu, təhkiyə tərzini müasir tələblərə cavab verir.

Bütün bu keyfiyyətlərini nəzərə alaraq C.Məmmədlinin “Jurnalistikanın aktual problemləri” əsərinin jurnalistika fakültələrinin tələbələri üçün dərs vəsaiti kimi çap edilməsini lazım bilirəm.

Famil Mehdiyev
filologiya elmləri doktoru,
professor.

Filologiya elmləri namizədi, dosent Cahangir Əbdüləli oğlu
Məmmədlinin «Jurnalistikanın aktual problemləri» əsəri barədə
Rəy

İnformasiyalı cəmiyyətə qədəm qoyduğumuz indiki çağda kütləvi informasiya vasitələrinin, bütövlükdə jurnalistikanın ictimai əhəmiyyəti getdikcə artmaqdadır. İdeoloji, təbliğati, manipulyativ funksiya daşıyan sovet jurnalistikasından yeni jurnalistikaya keçid dövrü bu sahənin nəzəri əsaslarının yenidən, daha elmi və obyektiv şəkildə işlənməsini zəruri edir. C.Ə.Məmmədlinin «Jurnalistikanın aktual problemləri» əsəri bu sahədəki boşluğu doldurmaq işində əhəmiyyətli fakt ola bilər. Əsasən, jurnalistika fakültələrində təhsil alan tələbələr üçün dərs vəsaiti kimi nəzərdə tutulan bu əsər müasir jurnalistikanın bir sıra aktual problemlərinin elmi-nəzəri izahı və təhlili baxımından maraqlıdır. Əsəri oxuyub qurtarandan sonra belə bir qənaət yaranır ki, bu kitab jurnalistika aləminə qədəm qoymaq arzusunda olanlara peşənin, ixtisasın əsas sirlərini aydınlaşdırıcaqdır. Jurnalistikanın bir ictimai institut kimi izahı, cəmiyyət həyatında onun yeri və rolu, jurnalistikanın beynəlxalq doktrinaları, jurnalistikanın nəzəri problemləri, tarixi inkişaf yolu, peşə differensiasiyası, KİV-in auditoriyası, hüquqi, iqtisadi əsasları, peşə etikasını və s. kimi fundamental problemlər əsərin əsasını təşkil edir. Əsərdə misal gətirilən illüstrativ materiallar çağdaş jurnalistikanın ümumi mənzərəsini əks etdirir.

Kitabın maraqlı cəhəti bir də orasındadır ki, müəllif jurnalistikanın nəzəri və praktik problemlərinin təhlilində dünyanın aparıcı KİV nümunələri kontekstindən çıxış edir, müasir dünya praktikasına söykənməklə beynəlxalq modellərə əsaslanır.

Əsərin dili və üslubu səlis və aydındır. Dərs vəsaiti tipinin qanunauyğunluqları əsasında aparılan təhlillər, elmi araşdırmalar aydın bir üslubda təqdim edilir.

C.Məmmədli jurnalistikanın tədrisi sahəsində çalışır. O, xeyli müddətdir ki, BDU mətbuat tarixi kafedrasının müdürüdür. Respublika mətbuatında KİV-in, xüsusilə televiziyanın praktik fəaliyyətinə dair məqalələrlə müntəzəm çıxış edir.

Bütün bunları nəzərə alaraq C.Məmmədlinin «Jurnalistikanın aktual problemləri» əsərinin dərs vəsaiti kimi çap olunmasını məqsəduyğun hesab edirəm.

Nizami Cəfərov
filologiya elmləri doktoru,
professor

Giriş

Təxminən on il bundan əvvəl informasiya və informasiyalı cəmiyyət anlayışları elmi üslubun lüğət fondunda daha işlək vahidlərə çevrilməyə başladı. O zaman informasiyalı cəmiyyətə keçid mərhələsinin hələ başlanğıc dövrü idi. Amma aydın hiss olunurdu ki, bu keçid uzun sürməyəcək. Öz ilkin terminoloji və ideyalar gerçəkləşməsinə gedən yolda kompüter, daha sonra İNTERNET informasiya şəbəkələrinin reallığa çevrilməsi qeyd etdiyimiz cəmiyyətə keçid mərhələsinin yolunu qısaltdı. Biz XX əsrin sonunda informasiyalı cəmiyyətə keçdik və XXI əsr, yəqin ki, bu cəmiyyətin xeyirli, ziyanlı keyfiyyətləri ilə yaşamalılı olacaq. Bir çox müasir ölkələrdə informasiya ilə jurnalistika anlayışları arasında az qala bərabərlik işarəsinin qoyulduğunu nəzərə alsaq, XX əsrin sonunda ikinciyə də marağın bu qədər artması səbəblərini anlamaq çətin olmazdı. Kütləvi informasiya vasitələrinin, yəni informasiya ötürücülərinin təkmilləşməsi ilə cəmiyyətin məlumatlandırılması prosesi nəinki sürətlənir, həm də adiləşir, adamların gündəlik tələbatına çevrilir. XX əsrin əvvəli ilə sonunu müqayisə etsək, cəmi yüz il ərzində teleqrafın bəsit morze əlifbasından faksadək, bunun isə İNTERNET-ədək inkişafını izləmək çətin olmaz. XX əsrin əvvəlləri üçün gündəlik qəzet mühüm bir yenilik sayılırdısa, əsrin sonunda elektron qəzet anlayışı məişətə daxil olmaqdadır. Yaşadığımız yüz illiyin 30-40-cı illəri televiziyanın bir texniki ixtira kimi sınaq dövrü idisə, cəmi 50 ildən sonra artıq stereo televiziya anlayışının gerçəkliyini yaşayırıq. Dünya radio sənayesi cəmi yüz il ərzində otuz-qırx kiloqramlıq batareyalardan 5-7 qramlıq məişət batareyalarına keçmişdir.

İndi bir-birindən ən uzaq qütblərdə yaşayan ölkələrdə baş verən hadisələr haqqında informasiya bir neçə saniyə müddətində planetin istənilən nöqtəsinə ötürülür. Ötən əsrin ortalarında «elektromaqnit dalğalarının varlığını öz təcrübələrində sübut edən alman alimi Rudolf Hertsin»¹ ideyaları bizim yüzilliyin sonunda parabolik peyk antennalarına qədər inkişaf edərək söz azadlığına qarşı çıxanların bütün cəhdlərinə son qoymuşdur. Texniki inkişaf informasiyanı sənaye əsasına gətirib çıxarmışdır. Təsadüfi deyil ki, dünyanın ən varlı şirkəti Qeytsin «Maykrasoft» sənaye birliyidir ki, bu da informasiya texnologiyası ilə məşğuldur.

Dünyada qəzetlərin sayı və tirajı günbəgün artmaqda, teleradio kanallarının miqdarı görünməmiş dərəcədə çoxalmaqdadır. Deməli, «ikinci minilliyin son əsri həm də kütləvi kommunikasiya sisteminin yarandığı və yeni informasiya nəzəriyyələrinin meydana çıxdığı bir əsrdir»¹. Bəşəriyyət artıq interaktiv informasiya əlaqəsinin təkmilləşmə çağını yaşayır. KİV, jurnalistika habelə, İV hakimiyyət rolunu daha fərasətlə oynamağa cəhd göstərir. İnformasiya ilə aşkarlama, hakimiyyətin dərin qatlarında gedən və özlüyündə cəmiyyətə faydasız məqamlarını insanlara çatdırılması nəzarətin xüsusi mexanizmi kimi getdikcə daha çox qəbul edilməkdədir. Jurnalistika habelə, ciddi kommertiya münasibətlərinə girərək bu sahənin peşə sahiblərinin işlə təmin olunmasına, potensial imkanlarının reallaşmasına, pul qazanmasına şərait

¹ В.Чолаков. Нобелевские премии. Ученые и открытия. М., 1986, стр. 103.

¹ Г.Мəһəppəмов. Радио далғаларында. Бакы, 1999, сəһ. 7.

yaradır. İri gündəlik qəzetlərin reklam bazarındakı gəlirini ən iri sənaye şirkətinin gəliri ilə müqayisə etmək olar. 1998-ci ilin statistikasına görə ABŞ-da qəzetlər reklamdən ildə 35,1 milyard dollar pul əldə edirlər². Jurnalistika ciddi biznes sahəsinə keçmiş və bu sahədə də özünü doğrultmağa başlamışdır. Bütün sadaladığımız və digər keyfiyyətlər jurnalistikanı prestijli peşə kimi getdikcə yuxarı şkalaya qaldırmaqdadır.

Belə bir fakt özlüyündə maraqlıdır ki, Azərbaycan Respublikası üzrə 2000-ci ildə 11 ali məktəbdə jurnalistika ixtisasına qəbul təklif edilmişdir. Özəl təhsil müəssisələrinin bütün digər ixtisaslarına qəbul planının hamısı kəsirdə qaldığı halda, jurnalistika fakültələrində belə bir problem yaranmamışdır. Üstəlik 1998, 1999 və 2000-ci illərdə ən yüksək müsabiqə Bakı Dövlət Universitetinin jurnalistika fakültəsinə olmuşdur.

İndiyədək bütün dünyada prestijli ixtisas sayılan jurnalistika Azərbaycanda son on ilin yeni tarixini yaşayır. 70 ildən çox bir müddətdə hakimiyyət və kommunist partiyasından asılı olan, bunların hakim ideologiyasını təbliğ edən jurnalistika bu gün dünya təcrübəsinə söykənmək cəhdi ilə öz inkişafının yeni mərhələsinə qədəm qoymuşdur. Yalnız kommunist təcrübəsinə qəbul edən və birtərəfli inkişaf tendensiyası ilə müşahidə olunan sovet jurnalistikasından haqlı imtina yeni jurnalistikanın nəzəri və praktik cəhətlərinin işlənilməsinə hazırlanmasını tələb edir. İndiyə qədər jurnalistikanın tarixi, nəzəri və praktik aspektlərinə dair yazılan əsərlərin üzərinə heç bir kölgə salmadan onların səmərəli cəhətlərindən istifadəni faydalı hesab edirik. Azərbaycan jurnalistikası tarixinin tədqiqini müasir praktika ilə ustacasına bağlayan professor Ş.Hüseynovun, sovet dövrü jurnalistikasının nəzəri problemlərinin məhsuldar tədqiqatçısı professor F.Mehdinin və digər alimlərin əsərlərində bu gün üçün də özünü doğruldan postulatlar çoxdur. Lakin etiraf etmək ki, indi yeni jurnalistikanın dünya nəzəri fikrinə və beynəlxalq praktikaya söykənən modelləri, kanonları, hətta stereotipləri barədə bizdə az əsər yazılıb. Halbuki Azərbaycanda çox sürətlə inkişaf edən qəzet, jurnal, teleradio jurnalistikası bizdən çeviklik, hadisələrə anamlı baxış, jurnalistikanın inkişaf istiqamətlərini görə bilmək bacarığı tələb edir. Habelə Azərbaycan jurnalistikasının yeni inkişafı bu sahəyə axını əsaslandırılan fakta çevrilmişdir. Bu axında peşəni və peşəkarlığı yüksəltmək üçün jurnalist kadrları hazırlığına diqqəti daha da artırmaq tələb olunur. Bu tələb isə özlüyündə yenə də yeni jurnalistikanın problemlərini dərinlən araşdırma əsərlərin ortaya qoyulmasını zəruri edir. Qarşınızdakı bu kitab da həmin zərurətdən doğaraq meydana çıxmışdır.

² М.Керимов, Р. Исмаилов. Реклама в прессе. Баку, 1998, стр. 17.

I Fəsil

Jurnalistika nədir? Jurnalist kimdir?

1. Jurnalistika ictimai institut kimi

İctimai maraq kəsb edən xəbər toplama, müxtəlif kütləvi vasitələrlə adamlara çatdırılması kimi çox mühüm bir missiyanı yerinə yetirən xüsusi peşə sahəsini bir sıra Qərbi ölkələrində – o cümlədən ABŞ-da, İngiltərədə, Fransada, Almaniyada, İtaliyada, Rusiyada bir-birindən az fərqli olaraq jurnalistika adlandırırlar. Azərbaycan dilində də bu peşəyə beləcə – rus dilindən gəlmə olaraq jurnalistika deyirik. Sözün kökü jurnal sözü ilə bağlı olsa da, o özünün ilkin mənasından çıxaraq bu gün bütün informasiya vasitələri ilə – qəzet, jurnal, radio, televiziya –bağlı olan peşəni ifadə edir. Türkiyə türkcəsində Qərbi dillərindən gəlmə olaraq bizim anlamdakı jurnalistika – qəzetçilik kimi ifadə olunur. Burada da sözün kökündəki “qəzet” sözünün ilkin mənasını itirərək bütün informasiya vasitələrinin fəaliyyət dairəsinə daxil olan peşənin mahiyyətini ifadə edir. Hətta bu mənada indi ilk baxışda çox təəccüblü və məntiqsiz görünən biləcəkdir “qəzet jurnalistikası”, “televiziya jurnalistikası”, yaxud Türkiyə türkcəsində işlədilən “televizyon qəzetçiliyi”... kimi ifadələrin leksik məntiqsizliyi barədə düşünməyi çoxdan tərgitmişik.

Jurnalistika bir anlayış, bir termin kimi çap qəzetinin təxminən 400 il bundan əvvəl meydana gəldiyi ilkin çağlardan çox-çox sonralar formalaşsa da, anlayışın kökü kütləvi informasiya vasitəsinin mahiyyəti ilə bağlıdır. İngilislərin “xəbər kağızı” (newspaper), italyanların “gazetta”, o cümlədən bizim də elə bu dildən götürüb qəzet adlandırdığımız ilk kütləvi informasiya vasitəsinin meydana gəlməsi ilə jurnalistika bir ictimai institut kimi formalaşmağa başlamışdır. Qəzet və ondan çox-çox sonra yaranan radio, televiziya, digər çap və elektron kütləvi əlaqə vasitələri birbaşa kütlələrlə ünsiyyətdə olduğundan XX yüzilin sonunda bunlara kütlələrlə əlaqə – mass-media, kütləvi kommunikasiya, kütləvi informasiya vasitələri və s. adlar verilməkdədir. Jurnalistika bu vasitələrlə fəaliyyət göstərərək, cəmiyyəti onu maraqlandıran informasiya ilə təmin edir. Müxtəlif materiallar, forma və üsullarla cəmiyyəti maarifləndirir və hətta əyləndirir. Lakin cəmiyyəti bilgiləndirmək getdikcə o qədər ciddi məna kəsb etməyə başlamışdır ki, bir sıra dillərdə, o cümlədən rus, Azərbaycan və s. dillərdə onun fəaliyyətini gerçəkləşdirən faktorlar kütləvi informasiya vasitələri adlanır. Deməli, jurnalistikanın əsas, birinci vəzifəsi bilgiləndirməkdir. Jurnalistika habelə ictimai rəyi formalaşdırır. Bu, onun çox ciddi və hamı tərəfindən qiymətləndirilən keyfiyyətidir. Jurnalistikanın yaratdığı ictimai rəy cəmiyyətin düzgün, ədalətlə idarə olunmasına xidmət edir. İctimai rəy məişətdən tutmuş dövlət idarəçiliyinə, siyasətə də bütün sahələrə öz müsbət təsirini göstərir.

İctimai rəy cəmiyyətin inkişafında və ədalətlə idarə olunmasında mühüm rolunu olan faktor kimi qiymətlidir. İctimai rəy bütövlükdə cəmiyyətin, yaxud, onun ayrı-ayrı qruplarının mühüm əhəmiyyət kəsb edən, ictimai rezonans doğuran hadisələrə münasibətidir, verdiyi qiymətdir. Xalqın qədim köklərdən gələn min-min yazılmamış cəmiyyət qanunlarının əsası ictimai rəydən

doğmuşdur. “Utanmasan, oynamağa nə var?”, “Eldən ayıbdır!”, “Görən nə deyər?” kimi insanı pis əməllərdən çəkindirən ifadələrin hamısının əsasında ictimai rəy dayanır. İctimai rəy hadisə və proseslərə toplumun qiyməti olduğuna görə, çoxluğun fikri ilə bağlı olduğuna görə heç vaxt mənfə cəlar daşımır.

Jurnalistika ictimai rəyi cəmiyyətə təqdim etdiyi informasiyadan tutmuş ən ciddi publisist təhlillərədək hər cür materialları ilə formalaşdırır.

Cəmiyyət həyatı üçün çox ciddi əhəmiyyət kəsb edən faktorlardan biri aşkarlıqdır. Təsadüfi deyil ki, demokratiya kimi son dərəcə önəmli bir ictimai institutun inkişafı daha çox, yaxud da DAHA ÇOX aşkarlıqla bağlıdır. Hakimiyyət antidemokratik fəaliyyətini adətən “bağlı qapı” arxasında həyata keçirməyə cəhd göstərir. Jurnalistika özünün xəbər toplamaq və bu xəbəri ictimaiyyətə çatdırmaq kimi ilkin vəzifəsi ilə istər-istəməz bu “bağlı qapı”ların əleyhinə çıxır, mümkün qədər faktları aşkarlamağa cəhd göstərir. Deməli, jurnalistika, habelə çox böyük aşkarlıq vasitəsidir. Aşkarlıq isə demokratiyaya aparən ən kəsə yoldur. Əsrlər boyu müxtəlif ölkələrdə müxtəlif səviyyədə (əsasən sərt) özünü göstərən senzura – azad sözə hədd qoyan qurum – məhz aşkarlığın təhlükəsindən yaranmışdır. 1990-cı ilədək dağılacağına az adamın inana biləcəyi SSRİ dövləti yalnız aşkarlığın qurbanı oldu. Bu dövldə senzuranın zəifləməsi, KİV-in, deməli, jurnalistikanın azad söz demək, aşkarlamaq imkanı SSRİ-nin ildırım sürətilə dağılmasına səbəb oldu. Jurnalistika rus imperiyasının saxta dayaqlarını açdı, imperiya sarsıldı və ona tabe olan respublikalar əvvəlcə öz suverenliyini, daha sonra müstəqilliyini əldə etdi.

Jurnalistika bir ictimai institut kimi demokratiyanın formalaşması, insan hüquqlarının qorunması prosesində fəal iştirak edir. Onlardan heç olmasa, birinin, insan haqlarının KİV-də qorunması prosesinə diqqət edək.

İnsan hüquqları və onun qorunması, insanın öz hüquqlarını ifadə etmək üçün göstərdiyi cəhdlər ilk növbədə, xüsusilə çağdaş dünyamızda, əsasən, KİV-lə bağlıdır. Bu gün “Kütləvi informasiya vasitələri”, yaxud, “mass media” adlandırdığımız ictimai institut yarandığı ilkin çağlarından tutmuş müasir super inkişaf dövrünə qədər bu vəzifəni özünün ən önəmli borcu kimi qəbul etmişdir. KİV-in məlumatlandırmaq, maarifləndirmək... kimi ciddi vəzifələrinin özündə insanın hüququnun qorunması, bu hüquqları onun dərk etməsi, digər dövlət və ictimai institutların bu hüquqlara hörmətlə, qanunla yanaşmasına nail olmaq kimi insana sərfəli məqamlar ifadə olunur. Öz inkişafı boyunca bu vəzifələri də özünə əsas götürən KİV həm də əməkçi insanın hüquqlarını qorumaq deyil, habelə bu hüquqların qanunvericilikdə getdikcə daha da təkmilləşməsinə tələb edən vasitə olmuşdur. Bütün bunları yerinə yetirmək imkanı əldə etmək üçün KİV lap ilkin çağlardan özünün qanunla – rəsmi fəaliyyət göstərmək hüquqlarının təsbit olunmasına can atmışdır. Belə bir qanuna hələ 1651-ci ildə İngiltərə qəzetçiləri nail olmuşlar. XVII əsrin ortalarından artıq ictimai-siyasi mübarizə meydanında xüsusi rola malik mətbuatın fəaliyyətinin dövlət tərəfindən tənzimlənməsi həm hakim dairələr üçün, həm də mətbuatın özü üçün zəruri olmuşdur. Çünki Qərbdə qanuna çox böyük ümid və ehtiram ənənəsi var. Həşiyə çıxaraq deyək ki, Qərbin bütün inkişaf tarixi və inkişaf perspektivləri, əsasən, qanuna ümid və qanuna hörmət ənənəsi ilə bağlıdır. Digər bölgələrlə müqayisə etsək, görürük ki, məsələn, Rusiyada Qərb

ölkələrindən fərqli olaraq ilk çap qəzeti dövlətin əlində olmuş, senzura ilə idarə edilmişdir. Mətbuatın əsasən dövlətin əlində olması və dövlət senzurası ilə nəzarətə alınması ənənəsi Rusiyada 1702-ci ildən 1990-cı ilə qədər davam edən bir akt olmuşdur. İngiltərədə XVII əsrin ortalarında, ABŞ-da XVII əsrin axırlarında meydana çıxan mətbuat haqqında rəsmi qanunvericilik aktları Rusiyada və o cümlədən Azərbaycanda 1992-ci illərin əvvəllərindən müzakirə obyektinə olmuş, həyata keçirilmişdir.

Məlumdur ki, hər bir sahənin, institutun hüquq və vəzifələri yalnız qanunla tənzimlənməlidir. ABŞ konstitusiyasına birinci əlavənin ilk maddəsində deyilir: “Senat mətbuat və söz azadlığını məhdudlaşdırma biləcək heç bir qanun qəbul edə bilməz”¹ Yalnız bu qarantıyanı alandan sonra KİV öz fəaliyyətində qarşıya qoyduğu vəzifələri, o cümlədən insan hüququnun qorunmasını müdafiə etmək kimi ciddi bir vəzifənin öhdəsindən gələ bilər. Yəni nəyisə müdafiə etmək üçün ilkin şərt müdafiə vasitəsidirsə, mətbuatın da ilkin müdafiə vasitəsi onun qanuni əsaslarıdır. Azərbaycan 1918-ci ildə özünün müstəqillik bəyannaməsini elan edəndən bir az sonra məhz mətbuat haqqında çox mükəmməl, hətta bugünkündən də mükəmməl nizamnamə qəbul etmişdi və o illərin mətbuat təcrübəsində insan hüquqlarının qorunması faktları istənilən qədərdir.

Jurnalistika həyatın bütün sahələrinə nüfuz edən və əksər hallarda uğur qazanan bir sahədir. Jurnalistikası ciddi, cəsarətli, obyektiv, məhsuldar olan cəmiyyətin inkişaf perspektivi təmin olunmuş hesab edilməlidir.

Jurnalistikanın funksiyaları

Jurnalistikanın funksiyaları ətrafında müxtəlif fikirlər var. Nəzəriyyəçilər daha çox bu funksiyaların xırdalıqları üzərində mübahisəyə girişirlər. 1948-ci ildə Amerika alimi Q. Lasuel aşağıdakı üç funksiyayı irəli sürmüşdür: 1) Ətraf aləmin təqdim edilməsi, göstərilməsi – yəni kütləvi kommunikasiya vasitələrinin xəbərləndirmək funksiyası; 2) Cəmiyyətin sosial strukturları ilə qarşılıqlı əlaqə – yəni cəmiyyətə təsir etmək və onun əks-əlaqəsini dərk etmək; 3) Mədəni irsin ötürülməsi – bu da kulturoloji – anlama funksiyası kimi izah edilə bilər. 1960-cı ildə yenə də amerikalı alim K.Rayt daha bir funksiyayı – öyləndirmək funksiyasını bu nəzəriyyəyə əlavə etmişdir. 1980-ci illərin əvvəllərində Amsterdam universitetinin kütləvi kommunikasiya mütəxəssisi Mak-Kveyl bu funksiyaları şərh edərək özünün daha bir əlavəsini göstərmişdir: KİV-in xüsusi hallarda – daha çox siyasi, seçki və s. kompaniyalar zamanında – səfərbəredicilik funksiyasını sübut etməyə çalışmışdır. Müasir rus sosioloqu V.P.Konetskaya haqlı qeyd edir ki, Mak-Kveylin göstərdiyi «bu funksiya bizim hazırkı cəmiyyətdə getdikcə özünü daha ciddi ifadə etməkdədir.»¹ Diqqət versək, müasir Azərbaycan cəmiyyətində KİV-in səfərbəredicilik funksiyasının getdikcə xüsusi önəm kəsb etdiyini görmək çətin olmaz.

Müasir rus sosiologiya elmində kütləvi kommunikasiyanın dörd funksiyası qeyd edilir. Bu funksiyalar xüsusilə radio və televiziya üçün xarakterikdir: 1) Kollektiv fəaliyyəti dəyişməyə şərait yaradan sosial münasibətlər hesabına cəmiyyətin fəaliyyətini səmərəli istiqamətə yönəltmək; 2) Qrup təfəkkürünün formalaşmasına kömək edən əlaqə funksiyası; 3) Sosial normalara, etik və

¹ Ситат МДУ елми əsərlərinin «Журналистика» серијасындан көтүрүлмүшдүр. № 2, 1992, сәһ. 4.

¹ В.П. Конечкая. Социология коммуникации. М., 1997, стр. 206.

estetik tələblərə əməl etməklə ictimai nəzarət funksiyası; 4) Şəxsiyyətin cəmiyyətə uyğun keyfiyyətlərlə zənginləşdirməklə onun ictimailəşdirilməsi funksiyası.¹

Beləliklə, jurnalistikanın yuxarıda dediklərimizdən irəli gələn üç əsas funksiyası vardır ki, bunlar bu və ya digər mübahisəli cəhətlərilə bircə KİV-in elmi, praktik personajları tərəfindən qəbul edilmişdir. Bu funksiyalara bilgiləndirmək, maarifləndirmək, əyləndirmək kimi fundamental keyfiyyətlər daxildir. Onların üzərində bir az geniş dayanaq:

1. Jurnalistikanın bilgiləndirmək funksiyası

Yuxarıda qeyd etdik ki, bilgiləndirmək KİV-in ilkin vəzifəsi hesab olunur. Çünki cəmiyyətin hadisələrdən xəbər tutmağa marağı çox böyükdür. Deməli, xəbər ictimai maraq sahəsindədir. İctimai marağa etinasızlıq isə jurnalistikanın kütləviliyindən imtina demək olardı. Təsəvvür edin ki, hansısa qəzet, yaxud hansısa telekanal informasiyadan imtina etmişdir. Bu qəzetin oxucusu, bu telekanalın auditoriyası güclü xəbər xidməti təşkil etmiş digər qəzet və telekanallardan mütləq sayca xeyli aşağı olacaqdır. KİV-in auditoriyasının azlığı onu ən azı reklam bazarından və deməli, əsas maliyyə qaynağından məhrum edəcəkdir. Azərbaycanın yeni jurnalistika tarixində (1990-cı illər) fəaliyyətə başlayan «Sara TV» əvvəlcə yalnız əyləncə funksiyasını iş fəaliyyəti qəbul etdi. Maraqlısı o idi ki, «Sara TV» bu iş prinsipi ilə fəaliyyət göstərməyi mümkün hesab edirdi. Lakin çox keçmədi ki, tamaşaçı sonsuz əyləncələrdən usandı və bu kanal auditoriyasını itirmək təhlükəsi ilə üzləşib, bəsit də olsa, informasiya proqramı ilə efirə çıxdı.

Xəbər hər bir informasiya vasitəsinin özəyidir. Bəlkə elə buna görədir ki, VVS kimi möhtəşəm bir qurum özünü «Dünya informasiya xidməti» adlandırır. İnformasiyanın matahlığı onu qəzetin birinci səhifəsinə çıxarır. İndi qəzetlər birinci səhifəyə yerləşməyən xəbərlərin ən azı anonsunu bu səhifəyə çıxarmağa başlamışdır. CNN TV bütün fəaliyyətində xəbəri əsas sayır. Türkiyənin məşhur TV kanalları hər saat başında xəbərləri verməyi üstün tutur. ANS TV özünün «Salam» səhər proqramında on dəqiqədən bir «İlk xəbər» rubrikasını efirə çıxarır. «Literaturnaya qəzeta» kimi ilk baxışda yalnız ədəbi proseslə bağlı analitik yazılar verməli olan bir qəzet də, təsadüfi deyil ki, 1-ci, 2-ci səhifələrində hətta ədəbiyyata dəxli olmayan informasiyalar yerləşdirir və s.

KİV-in bilgiləndirməsi yalnız xəbərlər vasitəsilə deyil. Jurnalistikanın informasiya ilə bağlı janrlar silsiləsi var ki, bu barədə məqamında söhbət açacaq.

Xəbər sahəsi çox genişdir. Xəbər məkani və coğrafiyası da çox genişdir. Azərbaycan milli mətbuatının ilk nümunəsi olan «Əkinçi» də xəbəri, bilgiləndirməyi ilkin funksiya sayırdı. «Əkinçi» dövrünün xəbər sahəsini və xəbər coğrafiyasını bugünkü qəzetlərlə müqayisə etmək qəribə görünür. Bunun üçün 150 il bundan əvvəlki xəbər ötürücüləri ilə bu günün vasitələrini müqayisə etmək lazım gələcək. 100-150 il bundan əvvəl yaranan bəsit teleqraf vasitələrini və elə bu vasitələr sistemində ucqar Azərbaycanı təsəvvür edin. Bu çətin, qaranlıq ictimai və texniki mühitdə belə H.Zərdabi «Əkinçi»nin

¹ А.А. Леонтьев. Психолингвистическая проблематика массовой коммуникации. М., 1974, стр. 46.

informasiyasında həm mövzu genişliyini, həm də coğrafi zənginliyi mütləq nəzərə alırdı.

Bu gün jurnalistika tamam yeni imkanlar şəraitində fəaliyyət göstərir. 50 min nəfərdən çox personalı olan iri dünya xəbər agentliklərinin xidmətinin üstünə ümumdünya informasiya şəbəkəsi deyilən İNTERNET də gəldi. Belə şəraitdə informasiya artıq sənaye məhsulu kimi qəbul edilir. «Assoşeyted press» informasiya agentliyi sutkada 2,5 milyon, YUBİ 3,5 milyon sözlük xəbər istehsal edir. Ən adi qəzet redaksiyaları bu gün azı bir neçə xəbər agentliyinin xidmətinə abunəçidir. Bütün bunlar xəbər sürətlə yayılması, ötürülməsi və qəzet səhifəsinə, teleproqrama çıxarılmasını təmin edir. Jurnalistika bu təminatdan lazımi qədər istifadə etməklə özü də xəbər «istehsalı» ilə ciddi məşğuldur. Bu gün özünün xəbərlər departamenti olmayan TV kanal, xəbərlər redaksiyası olmayan qəzet tapmaq çətindir.

Bütün bunları fəaliyyət sahəsinə cəlb edən jurnalistika özünün bilgiləndirmək kimi ciddi funksiyasını həyata keçirməyə çalışır. Jurnalistika bu funksiyanı necə yerinə yetirir? Bu suala hər bir kütləvi informasiya vasitəsində çalışan kollektivin gücü, jurnalistin ustalığı, xəbərlər xidmətinin xəbəri görə bilmək qabiliyyəti kimi keyfiyyətlər cavablandıra bilər.

2. Jurnalistikanın maarifləndirmək funksiyası

Ədalətlə deyək ki, jurnalistika nəzəriyyəçiləri bu funksiyalar bölgüsündə, KİV-in maarifləndirici funksiyasını xüsusi olaraq çox dəqiq anlayışla ifadə etmişlər. Burada dəqiqlik dedikdə biz ümuminin aydın və tutumlu ifadəsini nəzərdə tuturuq. Jurnalistikanın maarifləndirmə funksiyası özünün ilkin çağlarında bu sözün birbaşa vəzifəsini yerinə yetirmişdir. Təsadüfi deyil ki, ilk Azərbaycan milli qəzetini məhz maarifçi H.B.Zərdabi yaratmışdır. Xalq cəhalətdən, fanatizmdən uzaqlaşdırmaq, ona hüquqlarını anlatmaq, sözün bəsit mənasında savadlanmasına kömək etmək məqsədilə “Əkinçi” misilsiz iş gördü. Hətta “Əkinçi” tədqiqatçıları bəzən bu qəzetin əsas funksiyasını maarifçilikdə görürlər ki, bu da əsassız deyil.

XVII əsr İngiltərəsində, XVIII əsr Rusiyasında qəzet özünün ilkin funksiyası kimi maarifçiliyi əsas götürmüşdür. İngiltərədə hələ XVII əsrdə kralların ünvanına yazılan çox miqdarlı pamfletlərə görə jurnalist məhsullarına, mətbəələrin sayına qoyulan məhdudiyətlər ölkədə yaranan yeni texnikaya savadsız münasibətin bürüzə verilməsi ilə aradan qaldırıldı. Maarifçiliyə bu ənənəvi diqqətin nəticəsidir ki, İngiltərə cəmiyyəti müasir sivilisasiyanın yüksək nöqtələrindən hesab olunur. Əksinə, xalqın maariflənməsindən narahatlıq ənənəsinin həmişə hökm sürdüyü Rusiya həm də elə bu səbəbdən heç vaxt sivil dövlətlər sırasına çıxa bilmir. Tarixən hakim dairələr maarifçiliyin, deməli kütlənin anlamasının əleyhinə olublar. Mətbuata senzuranın qəddarcasına tətbiqinin bir səbəbini də elə onun maarifçilik funksiyasında axtarmaq doğru olardı.

Jurnalistika maarifçilik işini bütün vasitə və üsullarla həyata keçirir. Məlumatlandırmanın özünü də maarifçiliyin tərkib hissəsi hesab etsək bu üsulların nə qədər geniş olduğunu görürük. Lakin bununla belə maarifçilik daha çox analitik janrlarda, xüsusilə publisistikada özünü ifadə edir. Azərbaycanın xalqa bağlı ziyalılarının canfəşanlıqla mətbuata çıxması onların

maarifçiliyindən irəli gəlir. Təkcə musiqisi ilə dünyanı heyran qoya biləcək Üzeyir Hacıbəyli, bir nasir kimi sənət dünyasını fəth edən Y.V.Çəmənşəminli, M.S.Ordubadi, bir şair kimi məşhur olan S.Vurğun... həm də publisist işi görmüşlər ona görə ki, xalqa birbaşa maarifçi sözü deməyə ehtiyac duymuşlar. Maarifçi publisistikanın klassik nümunəsini, bu gün üçün də çox aktual bir nümunəsini misal gətirək: Üzeyir Hacıbəyli: “Rəhbərlərimiz”

“Hər bir millətin təkamül və yaxud inqilab tərqi ilə tərəqqi və təməddününə səbəb o millətin başında duran, rəhbəri olan bir və ya bir neçə tərəqqipərvər və təcəddüdxah firqələrin olması tarixi bir həqiqətdir.

Həmin firqələrdə ki, öz millətini müxtəlif yollarla irəli aparmaq yolunda ciddi cəhd edib və böyük mərdanəlik və fəaliyyət göstərən, qabaqlarına çıxmaq və hər bir cürə mümaniətlər ilə mübarizə və mücahidə etməklə bilaxirə öz məqsudlarına nail olublar.

Firəng olsun, nemes olsun, yapon olsun, bu tayfalar hamısı bugünkü tərəqqi, təməddün və rifahi-hal ilə asudə məişət keçirmələri də həmin başlarında duran və onları tərqi-səadət və tərəqqiyə tuş edən firqeyi-mücahidlərinə borcludurlar.

Firqeyi-mücahideyindən məqsudumuz bir neçə adamın, özlərini millət rəhbəri hesab edib, tərəqqi etmək adı ilə bilib-bilmədikləri işlərə mübaşir olmaq deyildir. Bəlkə hər kəs milləti tərəqqi etdirəcək bir sənət, bir əmələ öz qəlbində bir şövq və həvəs hiss etdiyi surətdə həmin əməlin dalınca düşüb, onu xalq arasında nəşr və təmin etmək, onunla xalqın ya aqlını və yaxud hissiyyat-aliiyəsini nəşvü nüma etdirməklə xalqa maddi və yaxud mənəvi bir xidmət göstərmək işində davam etməkdir.

İştə mütərəqqi və mütəməddin millətlərin dərəcəyi-tərəqqinin ali payəsinə nail olub da, bizlərə nisbətən xoş gün keçirmələri öz karkün adamları sayəsindədir.

Bu gün o millətlərin tərzi-məişəti də bizimkindən dəfələrlə xoşraqdır. Orada hər bir fərd mənafeyi-ümumiyyənin nədən ibarət olduğunu və bu mənafeyi-ümumiyyə ilə hər bir kəsin də mənfəəti-şəxsiyyəsi təmin edildiyini dürüst anlayıb əsl insana yaraşan bir tərzlə ömür sürürlər. Orada hər bir fərd, hər kim olursa-olsun, öz-özlüyündə öz tərzi-məişətində onu təzyiq edə biləcək və onun hüququna və hürriyyəti-şəxsiyyəsinə xələl yetirəcək müqəyyəd deyildir, məgərinki bunun hürriyyəti – şəxsiyyəsi başqaların hüquqi – şəxsiyyəsinə təcavüzdən ibarət olmasın. Bu isə onlar üçün heç bir qeyd olmayıb, bəlkə özləri arzu edən şeylərdəndir. Çünki özgənin hüququna toxunmaq ya hürriyyəti-şəxsiyyəsi başqaların hüquqi-şəxsiyyəsinə xələl yetirəcək müqəyyəd deyildir, məgərinki bunun hürriyyəti-şəxsiyyəsi başqaların hüquqi-şəxsiyyəsinə təcavüzdən ibarət olmasın. Bu isə onlar üçün heç bir qeyd olmayıb, bəlkə özləri arzu edən şeylərdəndir. Çünki özgənin hüququna toxunmaq ya hürriyyəti-şəxsiyyəsinə əl atmağın böyük bir şər və zərəri olduğunu hər bir fərd çox gözəl anlayır. Xülasə, onlar hamısı birlikdə hər bir yaxşını təqdir və hər bir yamanı təkdir və təqbihe etməyə qadirdilər. Yaxşı ilə yamanı da dürüst anlamaq üçün elm və sənayenin, yəni tərəqqi yolunun xalq üzərinə açılmasına da səbəb başçı firqələridir.

Lakin bizlərdə hələ elə rəhbərlər yoxdur, yox olmalarına da səbəb ümum camaatımızı bürüyən, əhatə edən ətalət və kəsalətlə bərabər, rəhbərliyə layiq olan şəxslərimizin məişətcə dar gün keçirmələridir.

Bu halda bizim hər bir fərdimiz öz tərəqqisi üçün bir rəhbərə möhtac olduğunu hiss edir. Lakin bu rəhbərlər öz rəhbərlik işlərinə ehtimam və diqqətlə məşğul olmaq üçün məişətcə təmin olunmalıdırlar. Doğrudan da, rəhbər olmaq istedadını haiz olan şəxslərimizin öz aramızda qədr qiymətləri bilinməsə, onlar təmini-məişət üçün başqa yerlərdə, başqa tayfalar içində və ya başqa bir yolda işləməyə başlayıb, xalqa fayda verə bilməzlər.”¹

Kiçik bir publisist yazıda müəllif Azərbaycanın böyük bir problemini qoymuşdur. Jurnalistika maarifçilik funksiyasının gerçəkləşməsi işində xəbərdən tutmuş bədii sözə qədər, jurnalistdən tutmuş alimə qədər hər şeydən və hər kəsdən istifadə edir.

3. Jurnalistikanın əyləncə funksiyası

Əlbəttə, burada “əyləncə” sözü də çox geniş mənədadır. Sırf əyləncə mənası kəsb edən qəzet materialı, yaxud teleproqram çox da məqbul qəbul olunmur. Və yəqin ki, bu yerdə ölkənin, xalqın mentaliteti, iqtisadi səviyyəsi, ictimai durumu, intellektual səviyyəsi nəzərə alınmalıdır. Nəzərə almazsan, auditoriyanı itirərsən.

Ən yaxşı əyləncə funksiyası “əyləncə-qavrama” üsulu ilə həyata keçirilir. Bir vaxtlar dəbdə olan və bəlkə də qəzetlərin ilkin əyləncə materialı kimi qəbul edilən krassvordları xatırlayaq. Krassvord, adətən təkcə əyləndirmir. O, əyləndirməklə bərabər, həm də nəyisə yada salır, ağılı itiləyir, hazırcavablıq öyrədir və s. Qəzet səhifələrində ənənəvi materiala çevrilmiş anekdotlar, yoldaşlıq şarjları, erotik şəkillər və s. əyləncə materialları sırasındadır. Əyləncə-qavrama üslubunda özünü göstərən teleproqramlar indi dünya TV kanallarının aparıcı efir vaxtına çevrilib. «Praym-taym»da (baxılan vaxt) xəbərdən sonra daha çox bu tipli proqramlar yer alır. TV amerikanizmlərdə “Kitç-şou” kimi adlandırılan bu proqramlarda varlılar və məşhurlar haqqında dedi-qodular, qəribə adamlar haqqında gülməli, qeyri-adi söhbətlər olur.¹

Rusiya telekanallarına Qərb formatlarından gələn² “Çto, qde, koqda”, “Pole çudes”, “O, şçastlivçik!” və s. proqramlar öz əyləncə-qavrama keyfiyyəti ilə diqqəti cəlb edir.

Lakin Azərbaycan telekanallarında son vaxtlar çox dəbdə olan qumar tipli “Loto” oyunları sırf əyləncə xarakteri daşıyır. Hələlik Azərbaycan tamaşaçısının kasıblığı və bu kasıblığın təsadüfi bəxtigətirməyə bağlı “xoşbəxtliyi” belə proqramlara auditoriya toplaya bilir. Qeyd etdiyimiz funksiyaların hamısı ictimai maraq ölçülərinə söykənir. Əyləncəyə də ictimai marağın böyük olduğunu nəzərə alsaq, jurnalistikanın kütləvi informasiya vasitəsinə auditoriya toplamaq, bu auditoriyanın maraqlarını üç böyük və ümumi istiqamətdən təmin etmək istəyini anlamaq mümkündür.

Qeyd etdiyimiz üç əsas funksiyasından əlavə jurnalistikaya təbliğatçılıq və təşkilatçılıq funksiyası prizmasından baxanlar da var. Həm də bu cür

¹ Y.Начыбәјов. Сечилимиш әсәрләри. Бақы, 1984, сәһ. 147-148.

¹ Н.А.Голядкин. ТВ информация в США. М., 1996, стр. 105-195.

² О.Попцов. Интервью. «Литературная газета». 21 май. 1996.

düşünənlər içərisində praktıklərə də rast gəlmək olur. Jurnalistikaya bu nəzəriyyə marksizmdən, xüsusilə Rusiya bolşevik mətbuatının banisi V.İ.Lenindən gəlir. V.İ.Lenin qəzeti kollektiv təbliğat, təşviqat və kollektiv təşkilat vasitəsi hesab edirdi.

O, özünün rəhbərlik edəcəyi partiyanın yaranması və təbliği işində ümumrusiya siyasi qəzetinin böyük rol oynayacağını zənn edirdi. Və doğrudan da, partiyadan əvvəl yaratdığı “İskra” qəzeti bi işdə xüsusi rol oynadı. Bu, kommunist ideologiyasına xidmət edən qəzet idi. İdeoloji maraqların üstünlüyü belə qəzetin müstəqil və obyektiv olmasına heç vaxt imkan verməz. 70 il SSRİ-də davam edən kommunist rejimi təbliğata və təşviqata qulluq göstərən sovet jurnalistikasının dünyada bənzəri olmayan prinsipləri əsasında fəaliyyət göstərdi. Lakin 70 ildən uzun ömür sürmədi. Nəzəriyyə özünü doğrultmadı. Dünya praktikasının qəbul etmədiyi, ayrıca bir ölkə üçün “yarayan” jurnalistika indi aradan çıxmaqda, öz yerini təbii peşə qanunauyğunluğu ilə fəaliyyət göstərən əsl jurnalistikaya verməkdədir.

Jurnalistikanın prinsipləri

Prinsip – hər hansı nəzəriyyənin, təlimin, elmin əsas qaydalarıdır. Hər bir fəaliyyət sahəsinin tarixi inkişaf yolunda onun prinsipləri – söykəndiyi, əməl etdiyi mühüm qaydaları, qanunauyğunluqları formalaşır. Jurnalistika bu mənada kifayət qədər inkişaf tarixinə və öz prinsiplərinə malikdir. Dünya praktikasına söykənsək bu prinsipləri aşağıdakı kimi sıralamaq olar:

Obyektivlik, qərəzsizlik, ictimai marağa xidmət, kütləvilik, kommunikasiyalıq, müstəqillik, plüralizm, milli dilə əsaslanan dəqiq və aydın dil və s.

Çox təəssüf ki, uzun müddət sovet jurnalistikası kimi sırf ideoloji bir institutda çalışan Azərbaycan jurnalistləri də peşənin əsas prinsipi olaraq partiyalılıq, yüksək ideyalılıq, patriotizm, xəlqilik, tənqid və özünütənqid anlayışlarını mətbuatın prinsipləri kimi qəbul etməli olmuşlar. Jurnalistika nəzəriyyəsinə dair elmi əsərlərin hamısında bu prinsiplər önə çəkilmiş, partiyalılığa riayət etmək jurnalistin şərəf işi kimi təqdim edilmişdir.

Əlbəttə, cəmiyyəti siniflərə bölən bir rejimdə ideolojilik, partiyalılıq, kommunist ideyalılığı və s. prinsiplərin özü də sinfi mahiyyət daşıyır və sənətkarın azad fəaliyyətinə əngəl törədir. Bu prinsiplər V.İ.Leninin hələ 1905-ci ildə yazdığı «Partiya təşkilatı və partiya ədəbiyyatı» məqaləsində əsaslandırılmışdı. Bu prinsiplər ayrıca bir ölkədə yaradılan rejimin xidmətində durur və proletar diktaturasının mahiyyətini ifadə edirdi. Bu prinsiplər partiya mətbuatının mövcudluğunu nəinki müdafiə edir, habelə mətbuatı ancaq bu tipdə görürdü. Cəmiyyətin obyektiv inkişaf qanunauyğunluqlarına əsaslanan digər ölkələrdə isə mətbuatın prinsipləri də obyektiv qanunauyğunluqlara söykənir. Doğrudur, mətbuat özünün hər bir ölkədə ilkin intişar mərhələsində bu ölkənin dövlət, hakimiyyət maraqlarından irəli gələn prinsiplərlə fəaliyyətə başlamışdır. İngiltərədə, Almaniyada mətbuatı dövlətin, hakim dairələrin

alətinə çevirmək cəhdləri çox tez aradan qalxmışdır. Rusiyada ilk çap qəzeti xarakterinə görə ofisioz-dövlət qəzeti olmuş və mətbuatın özəl sektoru bu səbəbdən çox gec yaranmış, hətta uzun illər çətin qəbul edilmişdir. ABŞ konstitusiyasında söz və fikir azadlığı ilə bağlı maddənin möhkəmliyi və dəqiqliyi bu ölkədə mətbuatın prinsiplərinin obyektiv qanunauyğunluqlardan doğduğunu şərtləndirmişdir. Bu prinsiplər o qədər ümumi və o qədər əsaslıdır ki, normal inkişafda olan bütün xalqların KİV sistemi üçün yararlıdır.

Obyektivlik prinsipi niyə obyektiv qanunauyğunluq məhsuludur? Çünki həqiqətə, obyektiv informasiyaya etinasızlıq göstərməklə heç bir kütləvi informasiya özünə auditoriya toplaya bilməz. Auditoriya yoxdursa, KİV də yoxdur. İctimai marağa etinasızlıq da eyni keyfiyyətdən doğur: cəmiyyətin deyil, hansısa qrup mənafeyinə xidmət etməklə geniş auditoriya qazanmaq mümkün olmaz. Eləcə də kommunikativlik həmin istiqamətdə izah oluna bilər.

Müstəqillik prinsipi də obyektiv qanunauyğunluğun doğurduğu keyfiyyətdir. Müstəqil olmayan, hansısa cəhətdən, xüsusilə maliyyə baxımından asılı qəzet, TV kanalı mütləq öz “ağasının” diqtəsi ilə işləməlidir. Bu cəhət isə auditoriyanın itirilməsinə gətirib çıxarır. Plüralizm prinsipi – mətbuatın qapılarını cəmiyyətin söz, fikir, rəy demək istəyən bütün üzvlərinə açıq olması deməkdir. Cəmiyyətin yalnız bir qrup üzvünə, seçilmiş adamlara öz səhifələrində yer verən qəzet, öz sözünü deməyə başqasına şans verməkdən imtina edən qəzet heç vaxt populyar ola bilməz və deməli, tirajını yüksəldə bilməz. Məhz buna görədir ki, plüralizm KİV-in son dövrdə yaranan prinsipləri içərisində mühüm yer tutur.

Milli dilə əsaslanmaq – bu da ciddi prinsiplərdən biridir. Qəzet, televiziya ölkənin milli dilinə əsaslanmadan ancaq azlığın – milli azlığın orqanına çevrilə bilər ki, bu da iradlara, çoxluğa etinasızlıqda günahlandırılmağa, ən əsası isə milli maraqların, habelə kommersiya maraqlarının ziyanına gətirib çıxarar. Dəqiq dil və dəqiq üsluba riayət etməyə KİV, sadəcə olaraq, məhkumdur. Çünki başa düşülməyən, anlaşılmayan mətnlərin müntəzəmliyi oxucunu qəzətdən, tamaşaçını televiziya uzaqlaşdıra bilər.

Obyektiv qanunauyğunluqların doğurduğu bu və ya digər prinsiplər mətbuatın, radio, TV kanallarının ümumi iş prinsipləri kimi qəbul olunmalıdır.

Jurnalistin peşə motivasiyaları

Bütün dünyada jurnalistika prestijli peşə hesab edilir. Təsadüfi deyil ki, lap ilkin çağlarından qəzet, jurnal çap etmək onun sahibinin nüfuzuna, populyar olmasına xeyli təsir göstərmişdir. Mətbuat yaradan və onu bir çap məhsulu kimi gerçəkləşdirən adamlar həmişə ziyalı imicinə mənsub olmuşlar və bu imic cəmiyyət içərisində onların yerinin yuxarı şkalada bərqərar olmasına kömək göstərmişdir. XIX əsrin ortalarında Rusiyada jurnal buraxmaq, qəzet nəşr etmək ziyalılıqla bağlı olan fəaliyyət növünə çevrilmişdi. Müxtəlif ədəbi salonlarda, dəbdəbəli qəbullarda jurnal redaktorunun xüsusi çəkisi dərhal hiss olunurdu.¹

¹ Есин Б.И. Издатели журнала в России. МДУ. Елми əsərlərinin «Журналистика» серијасы, № 3, 1994, səh. 39.

Jurnalistikanın nüfuzlu peşə kimi sayə salınması onun IV hakimiyyət rolunun açıq etirafı ilə çox bağlı olmuşdur. Jurnalistikanın aşkarlıq, hadisələri kütlənin müzakirəsinə çıxarmaq, ictimai rəy formalaşdırmaq və bununla da cəmiyyətin inkişafına öz təsirini göstərmək keyfiyyəti onu bir peşə kimi bu gün üçün sayılan, seçilən sahə etmişdir. XX əsrin sonlarında və XXI əsrin astanasında jurnalistika bütün istiqamətləri ilə hiss olunan, cəmiyyətə iddiasız və təmənnəsiz xidmət edən bir ictimai institut kimi ona güclü axını da şərtləndirmişdir. Dünyanın jurnalistika universitetləri, institutları və məktəblərində bu peşəyə sahib olmaq istəyənlərin sayı artmaqdadır. Hətta beynəlxalq aləmdə jurnalist hazırlığı ilə bağlı yüksək səviyyəli müzakirələr əvvəllər daha prestijli sayılan bir çox ixtisasları geridə qoymuşdur. Jurnalistikaya axın bir tərəfdən ixtisaslı adamlarla bağlıdır, digər tərəfdən başqa ixtisas sahibi olub, istedad və qabiliyyətini burada sınaqdan keçirən və özlərini burada tapanlar da çoxdur.

Lakin bütün bu axının maraqlı motivasiyası – səbəbləri vardır. Jurnalist peşəsinə məxsus operativlik, mobillik, kommunikativlik, hadisələri görmək və qiymətləndirmək qabiliyyəti, hazırcavablıq, ədəbi istedad və s. keyfiyyətlər bu motivasiyanın əsaslarını təşkil edir. Prinsipiiallıq və doğruluq, cəsarət, bələdçilik kimi cəhətləri ifadə etmək marağı da motivlərə daxildir.

Əlbəttə, peşənin hamısı maraqlıdır. İnsanın yüksək professionallıqla yerinə yetirdiyi hər bir peşə ona xoşdur və onun həyatını maraqlı qurmağa şərait yaradır. Yarımçıq peşə insana heç vaxt xoşbəxtlik gətirmir. Böyük Nizami nahaqdan demirdi:

Kamil bir palançı olsa da insan,
Yaxşıdır yarımçıq papaqçılıqdan...

Jurnalistika isə peşələr içərisində seçilir və həm də yalnız jurnalistin şəxsi həyatını qurmaq motivi ilə bağlı deyil. Jurnalist peşəsinin ilkin motivasiyalarından bir yaradıcılığa meyli olan, yaradıcılıq qabiliyyətinə malik olan insanın özünü ifadə marağıdır. Özünüifadə ciddi fəlsəfi anlayışdır. Özünüifadə bütövlükdə insanın həyatı, hətta, bioloji tələbatıdır. Onun gerçəkləşməsi, demək olar ki, bütün peşələrdə mümkündür. Lakin jurnalistikanın və onun ifadə vasitələri olan KİV-in kütləvilik keyfiyyəti burada özünüifadəni son dərəcə tutumlu edir. Qəzet nömrəsindəki bir yazı müəllifi, teleefirdəki bir proqramın yaradıcısı ən böyük məmnunluq hissini bu vasitələrin kütləviliyindən alır. Tədqiqatçılardan birinin gətirdiyi analoq, məsələn, televiziyanın yaradıcı insanı siyasətçinin, habelə jurnalistin özünüifadəsini necə kütləviləşdirdiyini yaxşı ifadə edir: Şalyapin kimi məşhur bir müğənninin populyarlaşması üçün onun 40 il müxtəlif konsert salonlarında çıxış etməsi lazım gəlib. Bu 40 ildə onun tamaşaçıların sayı heç vaxt müasir televiziyanın bir saatin içərisində populyarlaşdırdığı sənətçinin auditoriyasına sayca yaxın da gəlməyib. Beləliklə, məşhur olmaq, kütlə tərəfindən qəbul edilmək özü də motivasiyalar sırasına daxildir.

Jurnalist peşəsinin daha bir motivasiyası peşənin cəmiyyətin inkişafına təsir imkanı ilə bağlıdır. Əlbəttə, normal hər insan bu missiya ilə çox rahat olardı, həyatından, fəaliyyətindən razı qalardı. Yazıçı və şairin də, tarixçi və fizikin... də əsas fəaliyyət arzusunu bu istiqamətdə olduğunu nəzərə alsaq, jurnalistin

bu mənada öz istəyini daha tez və daha effektiv gerçəkləşdirməsinin məmnunluğu aydın olardı. KİV-in bilgiləndirmək, maarifləndirmək funksiyalarının gerçəkləşməsində özünün imkanlarını hiss edən jurnalist peşənin verdiyi bu imkandan məmnun olmaya bilməz.

Jurnalistin daha bir peşə motivasiyası onun cəmiyyətdə əlaqələrinin genişliyi, bununla bağlı, bəlkə də çoxlarından artıq informasiyaya malik olmaq imkanı ilə şərtlənir. Təsadüfi deyil ki, dünyanın ən böyük ədəbi sənətkarlarının bir çoxunun yolu həmin sənətə jurnalistikadan düşmüşdür. Qabriel Qarsiya Markes, Çingiz Aytmatov, Xulio Kortasar, Kobe Abe, Valentin Rasputin, Əziz Nesin kimi dünya şöhrətli yazıçılar yaradıcılığa məhz reportyorluqdan başlamışlar. Jurnalistin öz peşəsi ilə bağlı əlaqələri onu bilgiləndirir və özünə inamı təmin edir.

Əlbəttə, heç də axırıncı olmayan peşə motivasiyalarından biri də jurnalistikada qazanmaq, maliyyə problemlərini həll etməkdir. Bu gün teleulduzlar kino ulduzlarını həm populyarlıq, həm də pul qazanmaq sahəsində ötməyə başlamışlar. ABŞ telekanallarının məşhur aparıcıları O.Uells, bizim də yaxşı tanıdığımız Fil Donahyu, O.Uinfri ildə üç milyondan otuz milyon dollaradək pul qazanırlar.¹ Eləcə də dünyanın məşhur TV kanalları ildə təmiz olaraq 800-900 milyon dollar gəlir götürürlər.² “Vaşinqton post”, “Faynenşl tayms” kimi qəzet korporasiyalarının reklamdan gəliri, bəzən ildə 8 milyard dolları da ötür.

Bunlar, əlbəttə, çox yuxarı səviyyənin faktlarıdır. Biz aşağı enib də xırda dövlətlərdə belə jurnalistin pul qazanmaq imkanları barədə danışa bilərik. Azərbaycan şəraitinin özündə də 1990-cı illərin çətin keçid dövründə jurnalistlər ordusunda işsizlik problemi yaranmadı. Narahat iqtisadi dövr yaşayan bir respublika üçün bu faktın özü də müsbət qiymətləndirilirdi.

Jurnalistin peşə vəzifələri

Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, jurnalistika bir sıra maraqlı keyfiyyətləri ilə cəlbedici olduğu qədər həm də çətin, məsuliyyətli və bir çox istiqamətdən istedad, yaxud, ən azı xüsusi qabiliyyət tələb edən peşə sahəsidir. Təsadüfi deyil ki, bir çox ölkələrdə, o cümlədən Rusiyada jurnalistikaya gəlmək arzusunda olan abituriyentlərin peşə qabiliyyətinə rəsmi olaraq xüsusi diqqət yetirilir. Habelə hər hansı bir qəzet, jurnal redaksiyasına, TV və radio işinə qəbul edilən şəxslərin də əvvəlcədən xüsusi testlərdən keçməsi son illərin praktikasında möhkəmlənməyə başlamışdır. Jurnalistin istedad və bacarığını, əlbəttə, bu testlərlə tam müəyyənləşdirmək çətindir, lakin bu testlər peşəyə qədəm qoyanlara həm də xəbərdarlıq rolunu oynayır. Jurnalistin məxsus olduğu keyfiyyətlər sırası zamanın, dövrün, ictimai mühitin xarakterinə uyğun olaraq öz yerini dəyişir. Lakin bu sıra nə qədər dəyişkən olsa da, hər halda keçilən uzun yolun praktikasında formalaşmış və öz yerini möhkəmlətməmişdir. Qeyd etdiyimiz kimi, şərait və mühitlə, zamanla bağlı müxtəlif yerdəyişmələrə baxmayaraq jurnalistin peşə keyfiyyətlərinə, əsasən, aşağıdakılar daxil edilir:

¹ Н.А.Голядкин. ТВ информация в США. М., 1996, стр. 160-161.

² Женя орада.

Yüksək ixtisaslı təhsil, istedad, savadlılıq, peşəkarlıq, geniş dünyagörüşü, bələdçilik, doğruluq və təmiz vicdan, obyektivlik, operativlik, prinsipiallıq, cəsarətlik, analitik düşünmə qabiliyyəti, müstəqillik, qeyri-standart düşüncə, insana məhəbbət, xeyirxahlıq, vətəndaşlıq, maddi nemətlərə soyuqqanlılıq, möhkəm əsəblər, dinləmək, sual verə bilmək qabiliyyəti, skeptiklik, tənqidi yanaşma, iyəşmək, KİV texnikasından istifadə bacarığı, yüksək mədəniyyət, ziyalılıq.

Bu siyahını uzatmaq da olar və bu siyahının elə indiki halında da “uzunluğundan” qorxmaq lazım deyil. Çünki sadələdiyimiz keyfiyyətin böyük bir hissəsi ümumiyyətlə insana aid olub, hər hansı peşə sahibi üçün, o cümlədən jurnalist üçün qaçılmazdır. Bu sırada jurnalist üçün xüsusi olaraq önəm kəsb edən təhsil, savadlılıq, istedad, dünyagörüşü, obyektivlik, operativlik, analitik düşüncə tərzini və s. kimi məqamlar nəzərə alınmasa peşənin sahibi olmaq çətinidir.

Məsələn, cəmiyyəti informasiya ilə təmin edən jurnalistin öz bilgiləri zəif ola bilməz. Deyək ki, seçki prosesini izləyən və işıqlandıran jurnalist seçki qanunlarını, demokratik institutların yaratdığı aktları, bütövlükdə qanunvericiliyi xeyli bilməlidir. KİV haqqında qanunda jurnalistin məsuliyyətini təsbit edən bir sıra normativ aktlara bələd olmamaq jurnalistin tez-tez məhkəməyə düşməsinə gətirib çıxarır.

İqtisadi həyatın dərin qatlarının təhlilini yalnız bu işə bələd olmaqla vermək mümkündür. Ədəbi prosesi bilmədən adi bir resenziya yazmaq mümkün olmazdı. Dünya siyasi prosesini izləmədən xarici informasiya xülasəsi hazırlamaq gülünc olardı və s.

Əlbəttə, jurnalistikada təbii bir ixtisaslaşma prosesi də mövcuddur. Məsələn, təsadüfi deyil ki, günün mövzularını müəyyənləşdirən letuçka prosesində xəbərlər departamentinin rəhbəri hər dəfə mövzunun adını çəkərkən, adətən, artıq redaksiyada hər hansı sahədə öz imicini formalaşdırmış jurnalistə müraciət edir. Lakin bu «ixtisaslaşma» keyfiyyəti digər jurnalistləri başqa keyfiyyətlərə malik olmaq məsuliyyətindən heç də xilas etmir.

Dünyanın inkişaf etmiş ölkələrinin, o cümlədən ABŞ jurnalistikasının kanonlarına çevrilmiş peşə keyfiyyətləri var ki, onlarsız jurnalist olmaq çətinidir. ABŞ redaktorlar cəmiyyəti hələ 1923-cü ildə qəbul etdiyi «jurnalizmin kanonları» qaydalarında mədəniyyət, müstəqillik, səmimilik, dəqiqlik, qərəzsizlik kimi keyfiyyətləri ilk sıraya çəkmişdir.¹ Rusiya federasiyasında aparılan son sorğularda (1997) respondentlər vicdanlılıq və mənəvi təmizliyi, vətəndaşlıq məsuliyyəti kimi keyfiyyətləri əvvəl qeyd etmişlər.² Yuxarıda qeyd etdiyimiz sıra dəyişkənliyi məhz bu sorğuda özünü göstərir: müasir rus jurnalistikasında, eləcə də postsovet məkanında jurnalistlər arasında şəxsi marağın xüsusi çəkisinin artması vicdanlılıq, təmizlik anlayışlarının önə keçməsinə məcbur edir.

Jurnalistin hüquq və məsuliyyəti

İnsan fəaliyyətinin əksəriyyət sahəsi, yaxud elə hamısı hüquqi tənzimləmə tələb edir. Fəaliyyətin hüquqi əsasları olmadan hərəkət etmək çətinidir, bəzən

¹ Профессиональная этика журналистов. Т. I. Документы и справочные материалы. М., 1999, стр. 382.

² А.Г.Свитич, А.А.Ширяева. Журналистское образование. Взгляд социолога. М., 1997, стр. 212.

mümkün deyil. İnsan fəaliyyətinin hüquqi əsasları zəif olan ölkələrin demokratik inkişaf səviyyəsi, adətən, aşağı olur. Hər hansı bir fəaliyyətin hüquqi əsası bu fəaliyyət sahəsinin inkişafı ilə bağlıdır. Jurnalistikanın tarixi və bu tarixin inkişaf yolu yaxın keçmişin hadisəsi deyil. Jurnalistikanın artıq beş əsrə yaxın tarixi var. Keçilən tarixi inkişaf yolunda həm də onun hüquqi əsasları işlənib hazırlanmışdır. Doğrudur, aşkarlıq, hakim dairələrin fəaliyyətinə nəzarət kimi öhdəliklərinə görə dövlət tarixən jurnalistikanın sözünə məhdudiyət qoymağa çalışmışdır. Hələ XVI əsrin ortalarında İngiltərə qəzetçilərinin krallara qarşı dəbə minən pamfletləri hakim dairələrin yeni yaranmaqda və getdikcə çoxalmaqda olan mətbəələrin sayına məhdudiyət qoyan qanun verməyinə səbəb oldu. Mətbuat üzərinə ciddi nəzarəti tətbiq edən senzura Avropada XV əsrdə, Rusiyada XIX əsrin əvvəllərində (1804) xüsusi qurum kimi meydana çıxmışdı. Demokratiyanın zəif olduğu, yaxud heç olmadığı ölkələrdə mətbuatın, o cümlədən jurnalistin fəaliyyət mexanizmində qadağalar daha çox yer tuturdu. Məsələn, Rusiyada senzura qaydalarına hər dəfəki baxışda (1826, 1856, 1865, 1881 və s.) qadağaların möhkəmləndirilməsilə mətbuatın maarifçilik funksiyası zəifləmiş, bununla da cəmiyyətin yeni texnikadan baş çıxarmaq, hadisələri dərk etmək prosesi zəifləmişdir. Ağıllı Qərb ölkələri, məsələn, İngiltərə bu problemdən narahat olaraq mətbəələrin inkişafına mane olan yuxarıda dediyimiz qərarı tezliklə ləğv etmiş, jurnalistikanın fəaliyyət mexanizmini tənzimləmək məqsədilə hələ 1651-ci ildə bizim bugünkü təsəvvürümüzdə olan mətbuat haqqında qanunun əsasını qoymuşdur.¹

Qeyri-demokratik ölkələrdə jurnalist çox təqib olunan peşə sahibidir. Lakin KİV-in hüquqi əsaslarının (biz bu barədə gələcəkdə daha ətraflı bəhs edəcəyik) savadlı hazırlandığı ölkələrdə jurnalistin fəaliyyət mexanizmi də bu əsaslara söykənir. Jurnalistin fəaliyyət mexanizminin, hüquq və məsuliyyətinin işlənmədiyi ölkələr sırasında Rusiya tarixən birinci sıralarda durur. “Ən pis qanun qanunsuzluqdan yaxşıdır” prinsipini qəbul etsək KİV haqqında hər bir qanunun müasir jurnalistin hüquq və vəzifələrini pis-yaxşı əks etdirdiyini başa düşərik.

Bəşər cəmiyyətinin söz və mətbuat azadlığı uğrunda uzun mübarizəsi belə bir nəticəyə gətirib çıxarmışdır ki, indi informasiya toplamaq və onu yaymaq kimi bir hüquqa dünyanın əksər jurnalistləri rəsmi-yuridik qaydada nail olub. Az-çox demokratik meyilli ölkələrdə jurnalistin bu hüququ qanunvericilikdə təsbit edilmişdir. Bu hüquq ilk növbədə konstitusiyada və xüsusi sahə qanununda öz əksini tapır. Eyni zamanda jurnalistin məsuliyyəti barədə də qanun öz sözünü deyir. Jurnalist böhtan atırsa və böhtan yayırsa, dövlət sirrini mətbuata çıxarırsa, parlamentə və məhkəməyə sayğısızlıq göstərsə, insanın şəxsi həyat hüququna etinasızlıq göstərsə, əsərində təhqirə yol verirsə və s. qanun qarşısında cavabdehlik daşıyır.¹ Jurnalist öz hüquqlarını bildiyi və müdafiə etdiyi kimi, məsuliyyətini də dərk etməli və qanuna hörmətlə yanaşmalıdır.

Biz jurnalistin müstəqilliyini, cəsarətini onun peşə keyfiyyəti hesab edirik. Müstəqil jurnalistin fəaliyyətinə heç bir hakimiyyət adamı mane ola bilməz.

¹ Я.Н.Засурский. Юридические основы журналистики. МДУ елми əsərlərinin «Журналистика» серијасы, № 2, 1992, səh. 4.

² Бу барədə ətraфлы бах: Журналистләрин һүгүг-мәлумат китабы. Бақы. 2000. Сəһ. 94-127.

Jurnalist heç bir fərdin, “hökm sahibinin” qarşısında aciz dayanmır. O, yalnız qanun qarşısında cavabdehdir və yalnız qanuna tabedir.

II fəsil

Jurnalistin peşə xarakteristikası

Jurnalist peşəsi, klassik ifadə ilə desək, şərəfli işdir. Şərəfli işdir o mənada ki, jurnalist cəmiyyətə, insana xidmət edir. Bu xidmət sferasında onun peşə xarakteristikası ayrıca önəm kəsb edir. Jurnalistin peşə xarakteristikası, ilk növbədə, onun peşəkarlığı ilə şərtlənir. Peşəkarlıq anlayışı özündə peşəyə məhəbbətdən tutmuş peşəni bacarmağa qədər mühüm elementləri birləşdirir. Peşəkarlıq birdən-birə yaranan keyfiyyət deyil. O, elmin, biliyin, savadın, erudisiyanın, istedadın təcrübədə gerçəkləşməsi prosesi ilə yaranır. «TV park» jurnalının dediyinə inansa, dünyanın önəmli telekanallarından sayılan CNN-in hamını heyran qoyan aparıcısı və jurnalisti Larri King ilk dəfə efirə çıxanda proqramın sonunda bu «əzaba» bir daha düşməyəcəyinə söz verib. Lakin elə telesetkanın növbəti proqramındaca yenidən efirə çıxıb. Və o gündən – 1982-ci ilin dekabrından başlayan jurnalist həyatı bütöv bir ömrə, peşəkar ömrünə çevrilib.

Peşəkarlıq bir yandan istedadla bağlıdırsa, digər tərəfdən trening dözümlü ilə, məşqlə əlaqədardır. 1990-cı illərin Azərbaycan publisistikasında ən məhsuldar jurnalist kimi tanınan R.Arifoğlu fasiləsiz olaraq «Yeni Müsavat» qəzetinin hər nömrəsi üçün böyük həcmli material hazırlaya bilmişdir. ANC Müstəqil Yayım və Mediya Şirkətinin əməkdaşı Mirşahin eyni vaxtda «Təmiz söhbət», «Ən yeni tarix» proqramlarını aparmaqla yanaşı, vaxtaşırı olaraq «Xəbərçi»də günün prioritet mövzularını şərh etmişdir.

Peşəkarlıq jurnalistə peşədən ayrılmaq imkanı vermir. Peşəkarlıq jurnalistin habelə sənətkarlıq keyfiyyətini özündə birləşdirir. Peşəkarlıq ictimai marağı nəzərə almaq, informasiyanı duymaq, prioritet mövzunu dərhal müəyyən etmək, maraqlı müsahib tapmaq və onu söhbətə cəlb etməyi bacarmaq, respondentin informasiyadan imtina cəhdini aradan qaldırmaq və s. onlarca problemin ustadcasına həllini tələb edir.

Səriştəlilik, erudisiya – jurnalistin vacib xarakter xüsusiyyətlərinə daxildir. Erudisiya istedadın tərkib hissəsi olduğu halda səriştəlilik təcrübədə qazanılan keyfiyyətdir. Erudisiya jurnalistikada informasiya duyumu ilə bağlıdır. Səriştəlilik bu informasiyanı almaq və təqdim etmək qabiliyyətidir. Əslində, səriştəlilik sözü ilə təcrübəlilik anlayışı arasında bərabərlik işarəsi də qoymaq mümkündür. Bəzən səriştəli jurnalist təzə başlayan jurnalistin müəllimi rolunu da oynaya bilir.

Məlumatlılıq – jurnalist xarakterinin vacib komponentidir. Təcrübədə və təhsildə, mütaliədə məlumat toplayan jurnalist, habelə məlumatı dəqiqləşdirməyin mənbələrini də bilməlidir. Hər tipli ensiklopediya, lüğət və məlumat kitabları jurnalistin peşə aləti qədər vacib vəsait hesab olunmalıdır. Heç kim hər şeyi bilmədiyi kimi, ən məlumatlı jurnalistin də əlavə olaraq elmi mənbələrdən məlumata ehtiyacı var.

Ədəbi qabiliyyət – bunsuz jurnalistin özünüifadəsi mümkün deyil. Ədəbi qabiliyyət fikrin aydın dildə, aydın üslubda, məntiqi ardıcılıqla ifadəsi

deməkdir. Lakin, məsələn, aydın dil və aydın üslub heç də hamıya müyəssər olmur. Telekanalların birində xəbərlər proqramının efirdən sonrakı müntəzəm seminar – müzakirələrində jurnalistlər bir-birinə belə bir sualı tez-tez verirlər: Sən bu süjetdə nə demək istəyirdin? Sualın ünvanlandığı jurnalist ciddi-cəhdlə nə demək istədiyini aydınlaşdırmağa çalışır. Və bu zaman qalan müxbirlərin üzündə haqlı bir ironiya-təbəssüm yaranır: yəni ki, fikrini dediyin kimi reportajda bax beləcə niyə aydın ifadə etməsən?

Ədəbi qabiliyyət daha çox nitqlə bağlıdır. Jurnalistin leksikası zəngin olmalıdır. O, dilin lüğət tərkibini, cümlə tiplərini, bu tiplərin üslubi imkanlarını yaxşı bilməlidir. Qəza nəticəsində suya qər q olmuş gəminin kapitanına “qatil” demək olmaz. Sözü yerində və məqamında işlətmək vacibdir.

Süjet və kompozisiya kimi ciddi elmi anlayışları qavramaq da ədəbi qabiliyyətə daxildir. Hər hansı bir hadisənin çatdırılmasında onun nəql etmə arxitektikasına bələd olmadan oxucu və tamaşaçıya ancaq söz yığını təqdim etmiş olarıq.

Müşahidə qabiliyyəti – bu, yaradıcı adamların hamısına məxsusdur. Müşahidə qabiliyyəti olmayan adam yaradıcılıqla məşğul deyil. Xulio Kortasar öz romanlarının süjetini metro qatarında qururdu. Onun üçün metro qatarındakı insanlar xarakteri, psixologiyanı öyrənmək mənbəyi olub. Bir az qərribə görünə bilər. Amma nəzərə alın ki, hər birimizin müşahidə mənbələrimiz var. Yazan adam mütləq müşahidənin gücü ilə yazır. Anarın “Mən, sən, o və telefon” hekayəsindən bir misal: “Bəzən mən qara telefonun dəstəyini elə qaldırırdım, elə bil royala qapağını qaldırıram. Bəzən bu qara dəstəyi elə qoyurdum, elə bil tabutun qapağını örtürəm.”¹ Əlbəttə, bu gün həyatımıza daxil olan cib telefonlarının inkişaf perspektivində doğulmuş oxucu üçün yəqin ki, telefon dəstəyinin royala, yaxud tabutun qapağına bənzədilməsi qərribə görünəcək. Ancaq, mənəcə, müasir oxucu bu bənzətmədə Anarın müşahidəsini yaxşı dərk edir.

Jurnalistin müşahidəsi bir az fərqlidir. O, aktual hadisələri, siyasi aləmi, siyasət adamlarını, iqtisadi tənəzzülü və inkişafı, dünya informasiya məkanını, informasiya dinamikasını, ictimai hadisələri... müşahidə etməklə öz yaradıcılığında bunların lazım olacağını, şüurlu şəkildə dərk edir. Məsələn, adi mətbuat konfransında ən vacib məqamı tutmaq müşahidə qabiliyyəti ilə bağlıdır.

Azərbaycan Milli Məclisində 2000-ci ilin qışında Nehrəmlilərin “Yeni Müsavat” qəzeti redaksiyasına hücumu, onun səbəbləri və nəticələri ilə bağlı məsələ müzakirə olunur. İclası spikerin birinci müavini A.Rəhimzadə aparır. Çıxış edənlərin hamısı hadisələrə səbəb kimi “Yeni Müsavat”da dərc olunan bir neçə materialdan bəhs edir. İclası aparən sədr yekun sözünə belə başlayır: “Doğrusu, mən hadisələrə səbəb olan həmin yazıları oxumamışam...”(!) Milli Məclisin həmin iclasından hesabat hazırlayan jurnalistlərin heç biri çox ciddi bir müzakirəyə sədrlik edən adamın hadisələrə səbəb kimi göstərilən yazıları oxumamaq faktını görə bilməmişdi.

Mövzu, adətən müşahidə qabiliyyətindən doğur. Yalnız müşahidə edə bilən jurnalistin öz mövzuları olur və yalnız bu tipli jurnalistə peşəkar, sənətkar demək olar.

¹ Анар. Сечилмиш әсәрләри. I чилд. Бакы, 1988, сәһ. 65.

Müstəqillik və prinsiplilik – jurnalistin vacib atributlarıdır. Müstəqillik, adətən, xarakterlə bağlıdır. İnsan hər yerdə müstəqil olsa yaxşıdır, lakin jurnalistikada müstəqillik peşəkarın xarakterini, şəxsiyyətini müəyyənləşdirən keyfiyyətə çevrilir.

Azərbaycan jurnalistikası 70 il kommunist rejimində fəaliyyət göstərmiş və cəsarətlə demək olar ki, bu dövrdə müstəqil mətbuat orqanı barədə heç nəzəri söhbət də gedə bilməzdi. Həmin 70 ildə mətbuat yalnız dövlətə və kommunist partiyasına məxsus olduğu üçün onun müstəqillik anlayışı heç müzakirə obyektinə də olmayıb. Lakin nə qədər təəccüblü görünsə də, elə o dövrün özündə də, nisbi də olsa, müstəqil jurnalist şəxsiyyəti vardı. Belə jurnalistlər az idi, amma sifariş yazılarına razılıq vermirdilər. 1970-ci illərdə Sabir Rüstəmخانlı, Sirius Təbrizli, Yusif Səmədoğlu və s. mətbuatda xeyli dərəcədə müstəqil görünürdülər. Onlar prinsiplik mövqədə dayanan, yazdığını axıradək müdafiə edən jurnalist imici qazanmışdılar. Bundan belə bir nəticə çıxır ki, hətta bütövlükdə müstəqil olmayan mətbuat nümunəsində jurnalistin bir fərd kimi müstəqilliyi mümkündür.

1990-cı illər Azərbaycan mediasında funksional jurnalistikanın bütün modellərinin iştirakını nəzəri fikir qəbul etməyə başlamışdır. İqtidar, müxalifət, müstəqil media kimi diletant bölgüsünün özü nisbi olsa da, hələlik ictimai rəydə nisbilik bölgünün “müstəqil” şkalasında özünü daha çox göstərir.

Bu illərdə iqtidar KİV-i aydın şəkildə birmənalı mövqə tutaraq, sözün bəlkə də müstəqim tutumunda “babam mənə kor deyib, gəlib gedəni vur deyib” prinsipi ilə fəaliyyət göstərərək cəmiyyətdə ağ-qara kimi yalnız iki rəng tanıdığını nümayiş etdirir. Müxalif mövqədə dayanan KİV-in də rəngləri aydın görə bilməsi iddiası həqiqətdən uzaq olardı. Doğrudan da, iqtidar-müxalifət müstəvisində durub da çalışan KİV-dən rənglərin hamısını görməyi ummaq oxucunun, tamaşaçının sadələhvlüyü olardı. Rənglərin və ələlxüsüs çalarların aydın görünəcəyi yer müstəqil (liberal) mediadır. Demokratik institutların xeyli dərəcə inkişaf etdiyi və medianın rəsmi-ofisioz qolunun da saxlandığı ölkələrdə hətta bu qolun özünün belə cəmiyyətdəki politranı olduğu kimi, obyektiv əks etdirmə bacarığı bizim “müstəqil ” mediamızda indi-indi formalaşmağa başlayır. Müqayisə üçün bizimlə eyni vaxtda demokratiyaya istiqamət almış Rusiyanın “Rossiya” və Az.TV kanallarını misal çəkmək olar. Həqiqətən “keçid dövrü” anlayışı bir çox məqamlarda bəhanə yerinə işlənsə də, jurnalistikada onun ədalətli yeri var. KİV keçid dövrünün bütün ağırlarını yaşayan və bu ağırlardan formalaşan demokratiya institutudur. Bu institutun müstəqil qanadının formalaşmasında əsas ağırlıq müxalif və liberal medianın özündən çox KİV-in bütün tiplərində özünü göstərən müstəqil jurnalist şəxsiyyətinin üzərinə düşür. Əlbəttə, bütün sahələrdə ağırlıq müstəqil fikirli, cəsarətli adamların üzərinə düşür. Jurnalistika cəmiyyətə açıq pəncərə olduğu üçün onun evində kimin kim olduğunu hamıya göstərir. ABŞ-ın, İngiltərənin 1930-cu illərdəki dünya iqtisadi böhranından çıxmasında belə jurnalistlərin zəhməti böyük olub. Azərbaycana bu gün hadisələrə, cəmiyyətə, inkişafa öz baxış bucağı, öz təhlilləri olan jurnalistlər digər ziyalılardan artıq lazımdır. Qeyd etdik ki, müstəqillik şəxsiyyətin xarakteridir. Xarakterdə azadlıq olmasa müstəqillik mümkün deyil. ORT kanalında Sergey Dorenko müstəqil şəxsiyyət kimi elə formalaşmışdı ki, Rusiyanın payız (1998) maliyyə böhranında tamaşaçının ona daha çox inanacağına ümid edərək hökumət islahatlarının

səmərə verəcəyinə inandırmaq üçün televiziya “Vremya” proqramını həftələrlə ona verdi. Yaxud, “Vesti” proqramında hamının, hətta onun rəhbəri N.Svanidzenin də sevdiyi Svetlana Sorokinanın müstəqilliyinə hakim qüvvələr dözmədilər. Lakin bu jurnalist da bir şəxsiyyət kimi müstəqilliyindən dönmədi və NTV-yə keçdi.

Medianın özündə yaranan əsl rəqabət şəraiti müstəqil jurnalistin öz müstəqilliyini qorumasına xeyli imkan verir. Bu tipli jurnalistlər medianın bütün qollarında özünü göstərir. İqtidar KİV-ində Mahal İsmayıloğlunun rəhbərlik etdiyi qəzətdən çox özünün müstəqilliyi fenomenal fakt kimi maraqlıdır. Emin Eminbəyli, Aqil Abbas yenidənqurma dövrünün ilk çağlarından müstəqiliyin dadını duydular və hiss olunur ki, onu heç nəyə güzəştə getməyəcəklər. Mirşahin jurnalistika fakültəsinin tələbəsi olduğu illərdə müstəqil xarakter kimi formalaşmışdı. Təsadüfi deyil ki, ANS-in, müstəqillik müvazinatını saxlayan telepublisist kimi Mirşahin xüsusi cəhd göstərir.

Misalların sayını artırmaq olar. Müxalif cəbhədəki media mənsublarının xalq və cəmiyyət üçün gördüyü böyük işin böyüklüyü aydındır. Lakin bu medianın – xüsusilə qəzetlərin jurnalistikadan çox politoloji xarakteri onların da əməkdaşları arasında müstəqil jurnalist şəxsiyyəti axtarmağa məcbur edir. Əlbəttə, burada müstəqil jurnalist çoxdur. Təəssüf ki, Azərbaycan reallığında obyektiv söz demək müxalifətdə olmaq kimi qəbul edildiyindən bu cəbhədəki situasiyanı aydınlaşdırmaq çətindir.

Hamı kimi jurnalistin də bir tikə çörəyə ehtiyacı var və bu ehtiyac onun müstəqilliyinə ən böyük zərbədir. Həm də bir tikə çörəyə ehtiyacı faciə kimi qəbul edən jurnalistin müstəqillikdən danışmağa haqqı yoxdur. Müstəqillik şəxsiyyətin maddi, iqtisadi mənafe, qazanc iddialarını yalnız müstəqillik şərti ilə qəbul edir. Yalnız obyektivliyə, yalnız fakta, yalnız qərəzsizliyə söykənməklə müstəqil olmaq mümkündür.

Doğruluq, əxlaqlılıq və təmizlik kimi keyfiyyətlər bütövlükdə şəxsiyyəti müəyyənləşdirəndə kimi, jurnalistin də xarakterini aydınlaşdırır. Peşəkar jurnalist inanmadığı faktı, şübhə etdiyi faktı dönə-dönə yoxlayır. O yaxşı bilir ki, hətta dünənki qəzet sətirləri bu gün doğru görünməyə bilər. Yalan və kompromat jurnalistin şəxsiyyətinə xələl gətirən, onu gözdən salan fakta çevrilir. Peşəkar jurnalist birinci əldən aldığı xəbərlə ikinci əldən aldığı xəbəri fərqləndirməyi bacarmalıdır. Peşəkar jurnalist «adının çəkilməsini istəməyən mənbənin verdiyi məlumata görə» və s. tipli qeyri-dəqiq, mücərrəd mənbələrə söykənmir. Peşəkar jurnalist məhkəmənin hökmü ilə müəyyənləşməyə qədər heç kimə «terrorist», «cinayətkar», «oğru», «qatil» leksik vahidlərini tətbiq etmir. Bu keyfiyyət onun əxlaqından, jurnalistikanın beynəlxalq normalarına, beynəlxalq praktikasına sadəcə əməl etməkdən yaranır.

2000-ci ilin avqust ayında «Yeni Müsavat» qəzetinin baş redaktoru R.Arifoğlu Bakı-Naxçıvan reysi ilə uçan təyyarədə terror aktı həyata keçirmək istəyən bir adamla cinayət əlaqəsinə görə həbs edilmişdi. Azərbaycanda bir çox rəsmi media təxminən bir ay yarım müddətində R.Arifoğlunu terrorist adlandırdı. Azərbaycan televiziyası bir neçə günün içində tələm-tələsik «Terror» sərlövhəli bir telefilm istehsal edib efirə verdi. Lakin bir azdan Azərbaycan prezidentinin göstərişi ilə bu «terrorçu» həbsdən azad edildi. R.Arifoğlunu «terrorçu» adlandıran bir çox jurnalist, əslində, çox pis vəziyyətdə qaldı.

Jurnalistin təmizliyi anlayışı daha çox onun öz fəaliyyəti ilə bağlı rüşvət alıb-almamasını əks etdirir. ABŞ qəzet redaktorlarının bəyənətində jurnalistin bəxşiş alması belə məsləhət görülmür. Azərbaycan jurnalistlərinin bəzilərinin peşə xarakteri ilə əlaqədar olaraq 1990-cı illərdə «reket jurnalist» anlayışı leksikona daxil oldu. Reket-jurnalist – hər hansı bir cinayət barədə informasiyanı yayımlamaq hədəsi ilə cinayətkarlardan «pul qoparmaq» kimi başa düşülməlidir. Bu illərdə dövlət məmurunun özbaşınalıq, rüşvətxorluq, məsuliyyətsizlik faktının tipik hala keçməsi «reket jurnalistin» əl-qolunu açmışdı. Bu tipli hadisələrin ictimai maraq sferasını nəzərə almamaq, onu mətbuata, efirə çıxarmaq əvəzinə, nöqsanları aşkarlamaq əvəzinə rüşvət hesabına ört-basdır etmək peşəyə xəyanət kimi qəbul edilməlidir. Hadisələrin qaynar nöqtələrində olan jurnalistin təmizliyi və bunun nəticəsində yalnız sənətə, peşəyə qulluq etməsi cəmiyyətin normalaşmasına çox kömək edir.

Münasibət bacarığı – bu kefiyyət hamıya lazımdır. Ancaq etiraf edək ki, jurnalist gün ərzində tanış və qeyri-tanış adamlarla daha çox təmasda olur. Habelə nəzərə alaq ki, jurnalistin təmasda olduğu, müraciət etdiyi adamların çoxu informasiya mənbələridir. İnformasiya mənbəyi olan adamlarsa, xüsusilə dövlət məmurları informasiya verməyə heç də həmişə həvəs göstərmir. Əlbəttə, KİV haqqında qanunda jurnalistin informasiya almaq hüququ, dövlət məmurunun jurnalistə informasiya vermək borcu dəqiq təsbit edilmişdir. Lakin məmurun informasiya verməkdən çox jurnalistdən qaçmaq istəyi heç kimə gizli deyil. Belə halda jurnalist informasiya mənbəyinə yanaşmağı, respodenti müsahibəyə cəlb etməyi, hətta ən yüksək vəzifəli məmurdan belə istədiyi informasiyanı almağı bacarmalıdır. Bunun üçün yuxarıda saydığımız və bundan sonra sadalayacağımız keyfiyyətlərdən başqa jurnalistin qılığı, həmsöhbət olmaq bacarığı, münasibət yaratmaq taktikası da vacibdir. Hətta belə bacarığı olmayan jurnalist bu keyfiyyəti xüsusi treninqlə qazanmalıdır. ABŞ-da «kommunikeyter» ixtisası mövcuddur ki, bu peşənin sahibləri insana münasibət qılığı öyrədirlər.¹

İnformasiya vermək borcunun qanunda təsbit olduğunu dövlət məmuruna elə ilk imtina zamanı xatırlatmaq taktiki cəhətdən səhv olardı. İlk imtina cəhdlərindən sonra onunla yeni şəraitdə yeni görüş təşəbbüsündə olmaq olar. Bir neçə cəhddən sonra onu «yorma» üsulu deyilən forma ilə hətta kabinetinin qapısı ağzında, aereportda, müşavirə salonunun girəcəyində... və s. yerlərdə «yaxalamaq» da mümkündür.

Hakimiyyət adamlarına da, hakimiyyətə can atanlara da eyni nəzakət qaydasında müraciət etmək vacibdir. Xüsusilə polis işçiləri ilə yaxşı münasibət tələb olunur. Onlar informasiya mənbəyi olmaqla yanaşı, həm də jurnalistə, xüsusilə telejurnalistə işi təşkil etməkdə yardımçı ola bilərlər.

İnformasiya mənbəyini tapmaq bacarığı – bu, sırf jurnalist keyfiyyəti sırasına daxildir. Yazıçı ömrünün bütün anlarında mövzu ilə yaşadığı kimi, jurnalist günün bütün anlarında informasiya axtarır. İnformasiyanın mənbəyini dəqiq müəyyənləşdirmək üçün dövlət qurumlarının funksiyalarını, az-çox məlum məmurları, sorğuya cavab verə biləcək adamları, siyasi xadimləri, partiya liderlərini, dövlət idarələrinin ünvanlarını, dövlət adamlarının telefonlarını... bilmək lazımdır. Redaksiyanın tapşırığını operativ yerinə yetirmək üçün bütün bunlar çox vacibdir.

¹ Бах: «Труд» гәзети, 11 январь 2001.

Ədəbi qabiliyyət – bu keyfiyyət həm də istedad işidir. Adətən ədəbi qabiliyyəti olmayan adamlar jurnalist peşəsini seçmirlər. Ədəbi qabiliyyət yazıçılıq, şairlik jurnalistlik kimi sənət və peşə növlərinə aparən əlamətdir. Bu qabiliyyətin istedadla bağlılığı heç də o demək deyil ki, yazıb pozmaq, cümlə qura bilmək hər şeyi həll edir. Ədəbi istedad təcrübədə cilalanmaq, peşənin sirlərini öyrənmək prosesinin müntəzəmliyini tələb edir. Ədəbi qabiliyyət yazıçılar üçün daha çox yazılı nitq bacarığı deməkdirsə, jurnalist üçün eyni dərəcədə, bəlkə ondan da bir az artıq şifahi nitq istedadıdır.

Yazılı və şifahi nitq müstəvilərində fikrin ustalıqla, aydın, situasiyaya uyğun olaraq emosional, yaxud soyuqqanlı ifadəsi jurnalistin uğurunu təmin edir. Analitik janrlarda ədəbi qabiliyyət jurnalistin fərdi üslubu, ifadə rəngarəngliyi, söz seçimi, süjetin, kompozisiyanın ustalıqla qurulması, məzmunun dəqiq çatdırılması, məntiqi vurğunun yerli-yerində olması kimi ciddi yaradıcılıq anlayışlarını əhatə edir. Bütün bunları bacarmaq üçün jurnalistika təhsilində «Ədəbi redaktə», «Müasir dil», «KİV-in dili və üslubu» kimi fundamental fənlər tədris edilir.

Optimizm, öz gücünə inam – jurnalistin peşə xarakteristikasını təşkil edən elementlər sırasındadır. Optimizm – bu yerdə peşəyə yiyələnmək yollarının inadkarasına gerçəkləşdirilməsi prosesi kimi qəbul edilə bilər. Jurnalistikanın sənətdən daha çox peşə keyfiyyəti onun optimist inadkarlığı ilə gerçəkləşməsi mümkünlüyünün elmi əsasıdır. Sənətin istedad tələbi peşədə stereotipləri öyrənməklə əvəz edilir. Jurnalistikada bir sıra stereotip yaradıcılıq məqamları var ki, onlara inadkarlığın, özünə inamın gücü ilə yiyələnmək olur. Xəbərin stereotip ifadə forması, oçerkin bədiilik elementləri, müsahibə aparmağın qəbul olunmuş qaydaları və s. tipli stereotipin məqamları ancaq öyrənmək və tətbiq etmək lazımdır.

Özünə inam jurnalistikada psixoloji baryeri aşma bilmək keyfiyyətidir. Məsələn, televiziya ilk reportajda stend-ap anı, tok-şou proqramında ilk aparıcılıq xofu, efirdə respodentlə ilk söhbət və s. məqamlarda əksəriyyət jurnalistin psixoloji narahatlığı olur. Bilmək lazımdır ki, bu narahatlıq ötürədir, iki-üç, beş sınaqdan sonra həmin psixoloji gərginlik yox olub gedəcəkdir. Peşə – öyrənməklə, stereotiplərə bələd olmaqla gerçəkləşir.

Müsaibə dinləmək mədəniyyəti – müsahibə jurnalistikanın çağdaş dünyamızda ən dəbdə olan janrları sırasındadır. Bu dəbdə olmaq heç də dəb xatirinə deyil. Müsaibə informasiyanı birbaşa onun mənbəyindən almaq deməkdir və ona görə də ciddi ictimai maraq doğurur. Biz gələcəkdə müsahibəni bir janr olaraq izah etməyə çalışacağıq. İndiki halda bizi müsahibə almaq texnologiyasının vacib komponentlərindən biri kimi respondentin dinləmək mədəniyyəti maraqlandırır. Rus televiziya tənqidçiləri Georgi Bovt və Yuri Boqomolov CNN-in məşhur aparıcısı Larri Kinqin Rusiya prezidenti V.Putinlə müsahibəsilə bağlı yazdıqları məqalə belə başlayır: «O özünün çəhrayı köynəyi və bu köynəyin üstündən bağladığı aşırması ilə stolun üstünə söykənib diqqətlə müsahibəni dinləyir. Arabir gözlərində təəccüb və maraq ifadəsi var. Həm də özünü inadkar bir skeptik kimi göstərir. Arabir üzünün ifadəsini dəyişir və müsahibənin onun cavabından bu dəqiqə yaranmış sualla müraciət etmək istədiyini bildirir... Onun bütün proqram boyu müsahibənin hücumu yalnız bu taktlardan ibarətdir.»¹ Göründüyü kimi, bəyənən odur ki, görək müsahibəni yaxşı dinləməyi bacarasan.

Qəzet üçün müsahibəni diktafona yazan jurnalist də, canlı yayımla müsahibəni efirə çıxaran telejurnalist də eyni dinləmə mədəniyyətinə sahib olmalıdır. Qəzet jurnalisti üçün kəskin vaxt məhdudiyyəti olmadığı üçün o, bəzən sualın müxtəlif variantlarını verə bilər. Yeni sualın mütləq dinlənən cavabdan doğan sual olduğunu hiss etdirməklə aydınlaşmanın zərurətini nəzakətlə başa salmaq olar. Mədəni münasibət tələb edir ki, asan sualdan başlayıb mürəkkəbə doğru gedəsən. İstər diktafona yazılan, istərsə də teleefirdə canlı gedən müsahibədə respondentin düşünmə məqamlarından məhrum etmək olmaz. Hələ telejurnalist tez-tez vaxtın tükəndiyini xatırlatmaqla da respondentə mədəniyyətsizlik göstərə bilər. Televiziyada ən yaxşı müsahibə vaxtının bitməsi ilə mövzunun yekunlaşmasının üst-üstə düşməsindən yaranır.

Tənqidi yanaşma – skeptisizm – tənqidi yanaşmanı heç də tənqid etmək kimi anlamaq olmaz. Tənqidi yanaşma hadisəyə gözüaçıq baxmaq, ictimai marağın dairəsində olan faktı görməyi bacarmaq kimi anlaşılmalıdır. Hadisəyə həmişə bir «nə üçün» sualı verməklə onun mahiyyətində olan, lakin heç də həmişə görünməyən məqamı tutmaq mümkündür. Bunun üçün jurnalistin xarakterində skeptik keyfiyyəti – hər şeyə şübhə ilə yanaşmaq cəhəti olmalıdır. Həqiqəti şübhənin ortaya çıxarması postulatını qəbul etmək lazımdır.

Xüsusilə jurnalist hər hansı bir sorğuya cavab verən, müsahibədə öz şəxsi nöqtəyi-nəzərini ifadə etməyə cəhd göstərən respondentin fikirlərinə skeptikcəsinə yanaşma yolu ilə, mümkün qədər aydın strateji sualları qoymaqla həqiqəti üzə çıxara bilər.

Tənqidi yanaşma xüsusi məharət tələb edir. İlk baxışda, üzde görünməyənə hiss etmək o qədər də asan deyil. Hadisəni bu tipli görümlə təqdim etməyə bir misal çəkək: 2000-ci il oktyabrın 10-da Azərbaycan Hava yolları «Azal» şirkəti qiyməti 120 milyon dollara «Boinq» tipli təyyarə alır. Təyyarənin həmin gün Bakı hava limanına enməsi hadisə kimi Azərbaycan mediasında xüsusi reportajlara mövzu olur. Qəzetlərin və telekanalların böyük əksəriyyətinin önəmli hadisə kimi baxdığı bu fakta ANS Yayım və Mediya şirkətinin reportajı daha bir yozum verir: Azərbaycanın indiki ağır iqtisadi, işsizlik şəraitində, təsərrüfatın bütün sahələrdə iflic olduğu vaxtda bir «Boinq»

¹ «Известия» гəzeti, 9 сентябр, 2000-чи ил.

təyyarəsinə verilən 120 milyon dolların respublikanın tək cə pambıq sahəsinə qoyulması ilə bir neçə dəfə artıq gəlir götürmək olar.

Bu faktı müxbir həm də AZAL Dövlət Konserni prezidentinin təyyarə alınmasından cəmi bir ay əvvəl dedi: «Bütün dünyada, o cümlədən Azərbaycan hava yollarında sənişinlərin sayının azalması tendensiyası hiss olunur» kimi fikrinin xatırlanması ilə interpretasiya edir. Orijinaldır, ağlabatandır, ictimai maraq doğurur və s.

Zövq və abır – KİV-in bütün materialları habelə bu iki anlayışın gerçəkliyinə söykənməlidir. Jurnalist heç vaxt öz yazılarını zövq, abır, həya əleyhinə yönəltməməli, oxuculara, tamaşaçılara qarşı təhqiramiz olmamalıdır. Jurnalistikada söyüş və təhqirə yol vermək olmaz. Televiziyanın canlı verilişlərində, emosiyaların qızıxdığı yerdə belə hallar baş verərkən aparıcı mümkün qədər tərəflərin mövzudan kənara çıxmalarına, şəxsi müstəvidə təhqiramiz ifadələr işlədilməsinə şərait yaratmamalıdır. Mətbuat yazılarında isə bu cür ifadələrə yer vermək üçün çox ciddi kontekst tələbi olmalıdır. Ayrı-ayrı qəzet, radio, televiziya qurumları deyil, bütövlükdə jurnalistika abır və zövqə söykənməlidir. ANS Yayım və Mediya Şirkəti çoxdan hazırladığı və əməkdaşlarına bir vəsait kimi təqdim etdiyi kodekslərində zövq və abır probleminə ayrıca fəsil həsr etmişdir. Çünki ümumiyyətlə jurnalistikanın dünya praktikasında bu, çox ciddi müzakirələrə səbəb olan məsələlərdən biridir.

İlk baxışda sərhədləri dəqiq müəyyən edilən erotika və parnoqrafiya arasında fərqi müəyyənləşdirmək bəzən o qədər də asan olmur. «Yeni Müsavat» qəzetinin 1999-cu ildə nəşr olunan əlavəsi «Aləm» qəzeti məhz bu fərqlərə etinasızlıq ucbatından məhkəməyə düşmüş və prosesi uduzmuşdur.

Keçid dövrü Azərbaycan mediasında jurnalistlərin bəziləri «sarı mətbuat» kimi qiymətləndirilən erotika qəzetlərini dəbə mindirdilər və bu qəzetlərdə abır və zövqə, milli mentalitetə etinasızlıq göstərdilər. Hər cür azad fikrə qəti senzura tətbiq edən sovet jurnalistikasından bazar münasibətləri sistemi şəraitinə keçid mərhələsini yaşayan jurnalistlər xeyli səhvə yol verdilər. İndi bu səhvlər aradan qaldırılmaqdadır.

ANS-in yuxarıda xatırladığımız peşə kodeksində deyildiyi kimi, «Zövq və abır arasındakı xətt çox nazikdir. Başlıca fərq burasındadır ki, abır daha çox fundamental mahiyyət daşıyarsa, zövq manera ilə bağlıdır». Bu kodeksdə xüsusilə seks səhnələrinin təsviri ilə bağlı məsələlərə geniş yer ayrılmışdır. Televiziyada kontekstin tələbi ilə efirə verilməsi lazım hesab edilən belə səhnələrlə bağlı proqramların gecə saatlarında – uşaqların ekran qarşısından çəkildikləri məqamlarda efirə çıxarılması məqsəduyğun hesab edilir.

Mətbuat, xüsusilə televiziya təqlidçiliyə şərait yaradan vasitələrdəndir. Xüsusilə bizim mühafizəkar adlandırdığımız qrup arasında televiziyanın cəmiyyəti, tamaşaçını pozması haqqında yayılan fikir də vardır. Bu fikrə etinasız yanaşmaq olmaz. Jurnalistlər antiictimai davranışın təbliğinə, təqlidinə heç cür şərait yaratmamalıdırlar. Narkomanların həyatı haqqında süjetlərdə, mətləbə dəxli olmayan məqamlarda, xüsusilə uşaqların da ekran qarşısında olduğu gündüz verilişlərində spirtli içkilərin qəbul edilməsi, siqaretin nümayişi antiictimai xarakter daşımaqla təqlidə şərait yaradır.

Jurnalistikanın dünya praktikasında zövq və abır normalarını tənzimləyən yazılmış və yazılmamış maraqlı yaradıcılıq qanunlarına bələd olmaq çox səmərə verər.

KİV-in texniki vasitələrinə bələdçilik və onlarla işləyə bilmək səriştəsi – çağdaş jurnalistin yaradıcılıq xarakteristikasının çox mühüm tərkib hissəsidir. İnformasiyanın sənaye məhsulu səciyyəsi daşdığı bizim günlərdə poliqrafiya və elektron yayım avadanlığı görünməmiş sürətlə, bəlkə də bir çox sahələrdən daha artıq sürət və keyfiyyətlə ortaya çıxmaqdadır. On line sistemi jurnalistika terminləri sırasında adiləşmiş bir anlayış kimi qəbul edilir. Kompüter, İNTERNET şəbəkəsi informasiya yayımının ötürücüsü kimi adiləşməyə başlayıb. Stereotelevizor, dəqiq stereotəsvirlər informasiya texnikası istehsala buraxılır. Poliqrafiyada rəng ayırmaları kimi mürəkkəb prosesi icra edən avadanlıqlar adiləşməyə başlayıb. Sputnik antennalar, kabel televiziya və s. sözlər leksikonumuzun məişət bölümündə özünə yer tutur. Belə bir məqamda jurnalist bu texniki vasitələri bilməli, ondan istifadəni bacarmalıdır. Kompüterdə yazma bilməyən, İNTERNET-ə girməyi bacarmayan jurnalist gülcə vəziyyətdə qala bilər.

Ən yeni poliqrafiya avadanlığına bələd olmadan keyfiyyətli qəzet və jurnal buraxmaq, reklam bazarına girmək mümkün olmaz. Ofset çap maşınlarının müasir texnologiyasını, iş rejimini, tiraj gücünü, keyfiyyət göstəricisini öyrənmək tələb olunur. Televiziyanın yaradıcılıq terminləri ilə bərabər, onun montaj texnikasına, prodüser işinə, kompüter dizaynına, studiya elementlərinə, videoyazı texnikasına... aid anlayışlara dair bilgilərə malik olması jurnalistə çox vacibdir.

Elə təsəvvür yarana bilər ki, guya bu texniki vasitələri bilmək jurnalistin, reportyorun vəzifə borcuna daxil deyil. Əvvəla, hər bir adi müxbirdən tutmuş redaktora qədər hər kəs qəzetin məsul növbətçisi, buraxılışa cavabdeh növbətçi vəzifəsini müntəzəm yerinə yetirməli olur. Bu proses zamanı səriştəsizlik, savadsızlıq nəşrin texniki cəhətdən səviyyəsiz buraxılışına şərait yaradır. Digər tərəfdən bütün sadələşmələrə bələd olmaq jurnalistin yaradıcı işinə təsir göstərir və onun intellektual dünyagörüşünü müəyyənləşdirir.

Televiziya jurnalistikasının durmadan dəyişən və yeniləşən texnikasına bələd olmadan bu günün tələblərini ödəyən reportaj hazırlamaq çətin olur. Hər bir süjetin xronometrajı, videosirasının miqdarı və mətnin bu sıraya uyğunluğu, prodüser əməliyyatının reportajın daha mükəmməl anlaşılmasına köməyi və s. kimi texniki proseslər məcmusu telejurnalistikanın əsasını təşkil edən elementlər sırasındadır.

Müasir jurnalist habelə avtomobil idarə etməyi, avtomobilin texniki təhlükəsizlik şərtlərini də bilməlidir. Bir sözlə, jurnalistin yaradıcılıq, peşə ustalığı ilə bağlı çoxsaylı keyfiyyətlər sırasına elə bəlkə o qədər də texniki bacarıq elementləri daxildir.

III fəsil

Jurnalistikanın beynəlxalq doktrinaları

Azərbaycan dilinin leksikasında son vaxtlar işlənməyə başlamış «beynəlxalq jurnalistika» anlayışı ətrafında hələ də ciddi mübahisələr vardır. Bu mübahisələr «beynəlxalq jurnalistika» ixtisasının tədrisi ilə, bu ixtisasın differensial keyfiyyət kəsb etməsi ilə bir az da artıq qızıqırdı. Elmi seminarlarda və teledebatlarda, məqalə və müsahibələrdə mütəxəssislər beynəlxalq jurnalistika anlayışına ikili xarakteristikadan çıxış edirlər. Bunun birincisi, əlbəttə, xeyli elmi olub beynəlxalq jurnalistikanın funksional nəzəri modellərinin konkret bir ölkədə – indiki halda isə Azərbaycanda tətbiqini nəzərdə tutur. İkinci fikir müəllifləri isə çox bəsit anlama beynəlxalq jurnalistikanı qəzətdə, yaxud radio və televiziya beynəlxalq həyatın işıqlandırılması formaları, metodları ilə eyniləşdirirlər. Bu fikirlərin hər ikisi, xüsusildə ikincisi ciddi elmi interpretasiyadan uzaqdır və anlayışın əsl mahiyyətini ifadə etmir.

Beynəlxalq jurnalistika – bir anlayış olaraq jurnalistikanın milli mentalitədən, regional xüsusiyyətlərindən, məkan fərqlərindən yuxarıda dayanan, dünyanın sivil ölkələrinin bütün KİV sistemində işlək modellər səviyyəsində qəbul edilən faktlarını özündə birləşdirir.

Aydındır ki, yaradıcılıq sahələri nə qədər ümumi qanunauyğunluqlara, ümumi poetikaya malik olsalar da, onlar habelə milli, regional təsirlərdən də azad deyillər. Məsələn, biz nə qədər «informasiyanın milləti, vətəni, vətəndaşlıq təəssübü yoxdur» kimi ilk baxışdan parıltılı və habelə postulat kimi görünən xarakterindən yapışb özümüzü dünya məkanının tərkib hissəsi hesab etsək də, onun da təəssübkeşlik məqamları vardır və bu məqamlar qaçılmazdır. Rusiyanın çeçenlərə qarşı müharibəsində yaralanan çeçen döyüşçülərinin Azərbaycanda müalicə almaları barədə azərbaycanlı müxbirin 2000-ci ilin mayında Rusiya telekanallarına ötürdüyü informasiya ətrafında qalmaqla nahaqdan yaranmadı. İctimai fikir və, elə jurnalistlərin xeyli hissəsi də belə bir məntiqi xüsusi vurğuladı ki, azərbaycanlı müxbir Azərbaycanın milli təəssübünü informasiyaya qurban vermişdir. Digər fikir belə oldu ki, jurnalist əlinə düşən informasiyanı heç nəyə bağışlaya bilməz. Əlbəttə, Qərb nəzəriyyəsində ikinci fikir daha çox müdafiə olunur. Lakin Amerika ictimaiyyətinin və Amerika ictimai fikrinin bu ölkənin yaxın tarixdə İraqa qarşı müharibə kompaniyasının mediayaya çıxarılmasına qoyulan rəsmi embarqonu sayə salmayan jurnalistləri geniş şəkildə qınamaq faktı isə tamamilə başqa mövqedən xəbər verir. Beləliklə, jurnalistikada milli təəssübkeşlik, milli mentalitet, regional-milli-psixoloji cəhətlərin iştirakı kimi problemlər, ən azı tarixi inkişafın indiki mərhələsində hələlik birmənalı qiymətləndirilmir, yaxud elmi əsaslarla işlənilib hazırlanmamışdır.

Lakin jurnalistikanın bir sıra elə məqamları var ki, onlar artıq beynəlxalq aləmdə birmənalı şəkildə qəbul edilmiş, postullara, kanonlara çevrilmişdir. Aşağıdakıları bu sıraya daxil etmək olar:

1. İnformasiyanın mənbəyini göstərmək

2. Prioritet
3. Jurnalistin sosial məsuliyyəti
4. Şərə qarşı mübarizə
5. Qərəzsizlik
6. Vicdanlılıq
7. Dəqiqlik

Jurnalistikanın bu kanonları barədə, yeri gəldikdə, yuxarıda danışmışdıq. Lakin indiki halda bütün dünya jurnalistikası üçün xarakterik keyfiyyətlər kimi onların üzərində dayanaq. Belə bir faktı xüsusi qeyd etməyi lazım bilirik ki, bu keyfiyyətlərin bəziləri müxtəlif ölkələrdə, sözün müstəqim mənasında, doktrinaya çevrilmiş, bəziləri isə, bizim müşahidəmizə görə belə bir status səviyyəsi qazanmaqdadır.

Hər şeydən əvvəl doktrina nədir? Bu söz latın mənşəli olub təlim mənasını ifadə edir. Geniş mənada konsepsiya, prinsiplər məcmusu kimi anlaşılır.¹

Bu izahda bizi daha çox “prinsiplər məcmuu” ifadəsi maraqlandırmalıdır. Doktrinaya çevrilmiş və çevrilməkdə olan bu prinsiplər dünya jurnalistikasının qeyd-şərtsiz qəbul etdiyi faktlardır, yaradıcılıq və fəaliyyət mexanizmini müəyyənləşdirən bəşəri dəyərlərdir.

Informasiyanın mənbəyini göstərmək – bu barədə İngiltərə qanunvericiliyində xüsusi hüquqi tələb vardır. Hələ 1920-ci illərdə qüvvəyə minən bu qanun getdikcə inkişaf etmiş, təkmilləşmiş və bir çox Qərb ölkələrinin moduluna çevrilmişdir. VVS dünya informasiya xidməti mənbəyi mütləq göstərməyi öz fəaliyyətində doktrina kimi qəbul etmişdir.

İlk baxışda sadə görünən bu problemin həmişə müsbət həlli o qədər də asan məsələ deyil. Professor Şirməmməd Hüseynov ciddi araşdırmalarla belə bir nəticəyə gəlmişdir ki, elmi-tekstoloji, tematik və fəaliyyət mexanizmi baxımından ilk Azərbaycan milli mətbuat nümunəsi olan “Əkinçi” qəzeti beynəlxalq jurnalistika təcrübəsinə söykənərək, azad iradə mətbuat nəzəriyyəsi tələblərindən çıxış etmiş və heç vaxt mənbəyi naməlum olan informasiyanı oxucuya təqdim etməmişdir. Azərbaycan mətbuatı qərəzli bolşevik mətbuatına qədər belə fəaliyyət göstərmiş, kommunist rejimi dövründə isə fakt mənbəyinə çox etinasız olmuşdur. Bu gün Azərbaycan jurnalistikasının sovet jurnalistika ənənələrindən ayrılma prosesini uzadan amillərdən biri kimi fakt mənbəyinə etinasızlığı misal gətirmək olar. Hətta bəzi müasir qəzetlərin və jurnalistlərin mənbəsiz “fakta” sovet dövründə öyrəşmiş oxucunun xarakterindən yararlanma keyfiyyəti də göz qabağındadır. “Adının çəkilməsini istəməyən mənbə”, “bəzi mənbələr”, “bizə məlum olmayan mənbələr”, “məlumatlı mənbələr” və s. ifadələrlə müxtəlif yalan, yaxud yoxlanılmamış informasiyaların təqdimi çoxdur. Lakin artıq beynəlxalq jurnalistika belə ifadələri qəbul etmir. VVS dünya xəbərlər xidməti, CNN-in və bir çox digər məlumat vasitələrinin leksikonunda belə ifadələr rəsmi qadağan edilmişdir. Önemli Qərb informasiya vasitələri konfedensial mənbələrə – yəni öz nyusmeykerlərinin (hər hansı bir xəbəri jurnalistə gizli ötürən) mənbələrinə heç vaxt istinad etmir. Konfedensial mənbə leqallaşmayınca xəbəri qəzetə, efirə çıxarmaq olmaz. Mənbəyi leqallaşmamış xəbər Qərb dünyasında qəbul edilmir. Bütün dediklərimizə

¹ Философский энциклопедический словарь. М., 1989, стр.181.

müsbət misal kimi Azərbaycan informasiya ötürmə məkanında hələlik bir neçə qəzet və telekanalın adını çəkmək olar. «Ayna» qəzeti, ANS Yayım və Mediya Şirkəti bu sırada əvvəllinci yer tuturlar. ANS telekanalının yuxarıda xatırladığımız fəaliyyət kodeksində bu məsələ xüsusi doktrina kimi qəbul edilmişdir.

İnformasiya mənbəyinin göstərilməsi oxucuya, tamaşaçıya həqiqətin təqdim olunmasının sübut faktıdır. Oxucu, yaxud tamaşaçı inamını qazanmağın asan yollarından biri də budur.

Jurnalistin sosial məsuliyyəti – beynəlxalq jurnalistikada informasiya və jurnalistin digər materialları tək-cə xəbərləndirmək, məlumatlandırmaq deyil, habelə insanı, cəmiyyəti bu informasiya ilə istiqamətləndirmək, ictimai rəy yaratmaqdır. Jurnalist obyektiv ictimai rəy formalaşdırmağa nail olmaq üçün məsuliyyət daşıyır. Xüsusilə sosial problemlərin yayımında diqqətli olmaq vacibdir. Jurnalist verdiyi informasiyaya görə tək-cə nəşirin qarşısında deyil, habelə cəmiyyət qarşısında da məsuliyyət daşıyır. Məsələn, 2000-ci ilin may ayında Ermənistan jurnalistləri erməni alimlərinin guya spidin müalicəsilə bağlı preporat əldə etdiyi kimi sensasiyalı bir xəbəri dünya mediasına ötürdülər. Heç bir şübhə yeri qoymadan dünya ictimaiyyətinin maraq dairəsində olan bir problemin həlli barədə yalan informasiya rus mətbuatında və telekanallarında sensasiya təbirilə yayımlandı. Lakin az bir müddətdə ABŞ alimləri bu informasiyanın blef olduğunu aşkar etdilər. Həmin informasiyanı qeyd-şərtsiz, mütləq həqiqət kimi mediaya ötürən jurnalistlər dünyə ictimaiyyəti qarşısında daha çox məsuliyyət daşıyırlar.

Hadisənin qeyri-adiliyini bildirən sensasiya sözünün jurnalistikada mənfə cəlar kimi qəbul edilməsinin əsas kökü jurnalist məsuliyyətsizliyinin və nəşrin qəsdən diqqəti özünə yönəltmək cəhdinin gerçəkləşməsi ilə bağlıdır. Jurnalistin bilə-bilə, qəsdən sensasiya xatirinə quraşdırdığı informasiya tək-cə onu yox, həm də onun fəaliyyət göstərdiyi informasiya vasitəsinə gözdən salır. Azərbaycanın qədim qaynaqlarından gələn «yalançının evi yandı, heç kim inanmadı» məsəli bu prosesin izahında yaxşı illüstrasiya rolu oynaya bilər.

Prioritet mövzu – bu ifadə beynəlxalq jurnalistikada latın dilində olduğu kimi işlənir. Mənası – birincilik, üstünlük deməkdir. Jurnalistikada əsas mövzu, başlıca maraq kəsb edən mövzu kimi qəbul olunur.

Bu keyfiyyət barədə də uzun müddət mübahisələr getmişdir. Məsələn, qəzet, yaxud televiziya xəbərlərində nəyə üstünlük verməlidir? Yerli prioritetə, yoxsa, beynəlxalq prioritetə?

Bu sahədə xeyli müddət iki fikir ayrılığı olmuşdur. Bir qism nəzəriyyəçi KİV-in fəaliyyət göstərdiyi ölkənin prioritet xəbərini səviyyəindən asılı olmayaraq başlığa, birinci səhifəyə, anonsa çıxarmağı məsləhət görür. Digər qism dünyada baş verən ən önəmli xəbəri KİV-in harda, hansı ölkədə fəaliyyət göstərməsindən asılı olmayaraq yuxarı çıxarmağı təkid edir. Qeyd edək ki, uzun müddət birinci qism daha haqlı olmuşdur. Dünya xəbərlərinin primitiv üsulla ləng ötürüldüyü çağlarda, habelə dünya inteqrasiyasının çox zəif olduğu vaxtlarda beynəlxalq prioritet xəbər yerli oxucu üçün maraqlı olmaya bilərdi. Bu günkü dəyişən dünyada isə vəziyyət başqadır. İnformasiya ötürücü vasitələrin sürət əmsalı anlarla ölçüldüyü, dünya informasiya məkanının lokallaşdığı, iqtisadi, siyasi əlaqələrin inteqrasiya çağında dünya prioriteti hamı

üçün maraqlıdır. Ona görə də son 50 ildə beynəlxalq jurnalistika, onun örnək məktəbləri mütləq şəkildə dünya prioritetinə üstünlük verir.

Məsələn, deyək ki, ABŞ hərbi hava qüvvələri Yuqoslaviyanı bombardmana başlayıb (1999-cu il). Bütün dünyada ən ciddi xəbər hesab olunan bu hadisəni neçəncisə plana keçirib, tutaq ki, Azərbaycan televiziyasında yerli prioritet naminə musavat partiyasının seçkilərə buraxılmaması informasiyasını anonsa, ilkin sıraya qaldırmaq gülünc olardı. Yaxud, Qəndəhardan terroristlərin Londona qaçırıldığı təyyarə ilə bağlı informasiyanı yerli prioritet naminə hansısa mətbuat konfransından sonraya salasan və s.

Dünya informasiya məkanı getdikcə sıxlaşmağa başlayır. Məsələn, CNN TV kanalının əməkdaşlarına «xarici», «xaricdə» sözlərini işlətmək qadağan edilmişdir.

Dünya prioritetini beynəlxalq jurnalistikada qəbul edilmiş kanonlarla həyata keçirən KİV nümunəsi kimi Azərbaycanda ANS kanalının hələlik tək olduğunu qeyd etmək məcburiyyətindəyik. Lakin elə bu təcrübə barədə də tamaşaçıların rəyi yekdil deyil. Amma bir şey də var ki, indiki rəyin müxtəlif olmasına baxmayaraq beynəlxalq jurnalistika təcrübəsi dünya prioritetinə keçid mərhələsini tamamilə qəbul etmişdir.

Şərə qarşı mübarizə – bu keyfiyyət ətrafında mübahisəni son 50 ilin məhsulu hesab etmək olar. Bütün sənət növü kimi jurnalistika da meydana çıxdığı vaxtdan kamilliyə, bütövlüyə, cəmiyyətin ideallarına xidmət etmişdir. İnformasiyanın tirajlanma imkanının yarandığı çağdan üzü bəri uzun müddət jurnalistikanın əsas məqsədlərindən biri də şərin şər olduğunu göstərmək və hətta müxtəlif publisist yazıları ilə onu ifşa edib aradan götürməyə kömək etmək olub. Dünya jurnalistika təcrübəsində estetik ideallar carçısı olan yazıçıların jurnalistikaya müraciət etməsi məhz bununla da şərtlənir. Təkcə Azərbaycan mətbuatı tarixində H.Zərdabi, C.Məmmədquluzadə, Ü.Hacıbəyli, Ö.F.Nemanzadə, M.Ə.Rəsulzadə və s. kimi onlarca klassik jurnalist şəxsiyyətini xatırlamaq kifayətdir ki, bu peşə sahəsinin cəmiyyətin pis praktikadan təmizlənməsindəki rolu aydın olsun.

Şərə qarşı mübarizədə jurnalistikanın yeri barədə mübahisələrin son dövrün faktı olması informasiyanın tərəfsizlik, qərəzsizlik kimi doktrinalarının nəzəri, praktiki inkişafından irəli gəlir. Xüsusilə praktiki ancaq göstərmək, ancaq aşkarlamaq vəzifəsini jurnalistin əsas işi hesab edərək hadisələrə mövqe bildirməkdən çəkinməyi üstün tuturlar. Bu təcrübənin populyarlaşması prosesi getdikcə artmaqda, möhkəmlənməkdə olsa da, bizcə cəmiyyət şərə qarşı mübarizə ənənələrinin bütün çalarları ilə dirçəlməsini yenidən tələb edəcəkdir. Çünki bu tendensiya ABŞ, Britaniya, Kanada, Rusiya və eləcə də Azərbaycan jurnalistikasında öz yerini möhkəmlətməkdədir.

Müasir dövrdə jurnalist müharibələrin, milli münaqişələrin, dini ayrışdırılıyın... qızıqdırılması əleyhinə fəaliyyətilə təkcə bir regionun deyil, dünyanın gedişinə təsir göstərə bilir. Lakin bəzən tərsinə olur. 1980-ci illərin sonlarında, SSRİ-nin dağılması prosesinin başlanğıcında erməni publisisti, Rusiyanın «Literaturnaya qazeta» kimi nüfuzlu bir mətbuat orqanının xüsusi müxbiri təkcə özünün kitabları ilə deyil, həm də həmin qəzetdəki fəaliyyəti ilə Ermənistan – Azərbaycan münaqişəsinin əsasını qoydu. Münaqişənin qızışmasında Rusiyanın imperiya maraqlarını həyata keçirən «Moskovskiye

novosti», yeni yaranan «Nezavisimaya qazeta» və s. mətbuat orqanları xüsusi rol oynadı. İstər Ermənistanda, istərsə də Azərbaycanda minlərlə insanın ölümünə, ev-əşiyinin dağılmasına, doğma torpaqlardan didərgin düşməsinə gətirib çıxaran bu münaqişənin daha da dərinləşməsi üçün İqor Belyayev, Lidiya Qrafova, Aleksandr Nuykin kimi jurnalistlər əllərindən gələni edirlər. Eləcə də yaxın keçmişdəki Balkan münaqişəsində rus jurnalistikasının bir çox nümayəndəsi konflikti məhz milli, etnik zəmində qızıqdırmağa çalışırdılar.

Əgər dünya praktikasında belə nümunələr hələ də yaşayırsa, onda beynəlxalq jurnalistikanın peşədən və peşəkardan şərə qarşı mübarizə aparmağı özünün mənəvi hüququ hesab etməsi tələbi çox aktual olaraq bəyənilməlidir.

Qərəzsizlik doktrinası – jurnalistin və nəşrin reytingini yüksəldən, qəzetin, yaxud teleproqramın cəmiyyətin bütün təbəqələri tərəfindən qəbul olunmasına şərait yaradan faktor kimi çox qiymətlidir. Jurnalistikada istər nəşirin, istərsə də müxbirin qərəzsiz görünməsi çox çətinidir. Çünki ən obyektiv fikir məqamı da kiminsə mənafeyinə zidd olur və belələri ən obyektiv fikri də özlərinə qarşı qərəz kimi qəbul edirlər. Qeyd edək ki, qərəz təkcə tənqidi fikirdə deyil, habelə təqdirdə, tərifdə də üzə çıxıb bilər. Məsələn, seçkilər dövründə hər hansı bir partiyanın ünvanına, seçkidən çox uzaq bir fakt ətrafında olsa belə, deyilən tərif, təqdir fikri haqqında heç bir söz getməyən partiya üçün qıcıqlandırıcı, qısqanc materiala çevrilə bilər. Yaxud, şəxsi baxışlarını ifadə edən rəspodentin fikirlərini hansısa tərəf qərəz kimi qəbul edir və s. Bundan əlavə, qərəzsiz fəaliyyət həm də onu tələb edir ki, jurnalist hər hansı fakta öz münasibətini bildirməsin. Əslində bu üsul qərəzsizliyin başlıca qərantiyası hesab olunur. Ancaq dünya jurnalistikasının demək olar ki, bütün jurnalist və habelə nəşirləri mövqə bildirməməkdən əziyyət çəkir. Çünki mövqeyin ifadə edilməməsi, adətən, materialın, proqramın təsir gücünü azaldır. Bütövlükdə ədalətli jurnalistika bu tipli uduzmaları bacarmalıdır. Uduzmağı bacarmadan, güzəştə getmədən bəzən nəşə əldə etmək çətin olur. Amma öz mövqeyini heç vaxt bildirməyib də oxucunun, tamaşaçının inamını qazanmaq mümkündür. ABŞ TV kanallarında tamaşaçıların böyük həsrətlə GOD—Allah adlandırdıqları Heraldo River, Opre Unfri, Fil Donahyu, Sami Rafael, Con Karson, Arsenio Holl, Kronkayt kimi teleaparıcılar heç vaxt efirdən öz mövqələrini bildirmirlər. «İzvestiya»nın köşə yazarı, teletənqidçi İ.Petrovskaya Kronkayt haqqında bir məqaləsini belə adlandırır: «Hamının inandığı adam»¹. Bu məqalədə göstərilir ki, tamaşaçıların Allah adlandırdığı Kronkayt otuz illik təcrübəsində yalnız bircə dəfə telekompaniyanın müdiriyyətinə öz şəxsi mövqeyini bildirməyə icazə verməsini xahiş edir. Və Vyetnam müharibəsinin qızğın çağında Kronkayt Amerika tamaşaçılarına bu müharibə barədə öz mövqeyini ifadə edərək ABŞ administrasiyasının Vyetnama bu intervensiya ilə dünya ictimaiyyətinin gözündən düşəcəyi proqnozunu verir. Həmin axşam ABŞ prezidenti müşavirədə deyir: «Əgər biz Kronkaytı itiririksə, deməli, orta amerikalını itiririk»... və bu sözlər o zaman ABŞ-ın Vyetnamdan çəkilməsinə işarə də hesab oluna bilərdi.

Bu misal uzun olsa da, ondan belə bir sual çıxır: öz mövqeyini heç vaxt bildirməyən jurnalistə adamların, hətta prezident institutunun bu qədər inamı hardan yaranır? Əlbəttə, «Aparıcının öz proqramlarında verdiyi informasiyanın

¹ И.Петровская. «Человек каторому верили все». Газета «Известия». 21 августа, 1999-ый год.

həmişə doğruluqdan, sual qoya bilmək bacarığından, diqqətlə, təəccüblə dinləməyindən»¹ və s.

Yenə də CNN-in məşhur jurnalisti Larri Kinqi yada salaq. L.Kinq heç vaxt respondentə hücum etmir, onu müstəntiq sorğu-sualına deyil, tamaşaçını maraqlandıran suallara cavab verməyə sövq edir.

Rusiyada «Kursk» atom sualtı gəmisinin Barents dənizində batması ilə bağlı prezident V.Putinə verdiyi «Qayığa nə olmuşdur?» kimi bir sualda tənqidçilər müəyyən qədər qərəz görmüşdülər. Çünki batan bu gəmi əhvalatı haqqında dünya ictimaiyyəti xeyli informasiyaya malik idi və belə halda Rusiya prezidentinin dərdinə şərək imici yaratmaq əvəzinə L.Kinqin «Gəmiyə nə olmuşdur?» sualında açıq ironiya çaları hiss olunurdu. Elə ona görə də hazır cavab V.Putin aparıcının ironiyasına ironiya ilə cavab verir: «Gəmi batmışdır!» Vəssalam. L.Kinq sualındakı qərəzi dərhal anlayır və özünün peşəkar taktikasına keçir. Bu prizmadan baxsaq Azərbaycan TV kanallarında qərəzsizlik prinsiplərinə əməl edən teleaparıcı, yaxud da qərəzsiz qəzetçinin olmadığı görünməkdədir. Lakin bu fakta keçidin ləngiməsi jurnalisti və naşiri narahat etməlidir. Çünki, məsələn, qərəzsizlik rəsmi doktrina kimi hələ 1934-cü ildə ABŞ-da rabitə haqqında qanuna salınmış, 1949-cu ildən bu ölkədə KİV-ə şamil edilmişdir. Jurnalistin qərəzsizliklə bağlı öz mövqeyini bildirməməsinin yaratdığı təsirsizliyə görə ABŞ Jurnalistlər Assosiasiyası, hətta 1974-cü ildə qərəzsizlik doktrinasının KİV-dən çıxarılması təklifi ilə senata müraciət etməyi ABŞ prezidəndən xahiş etmişdir. Prezident bu müraciətə müsbət cavab versə də, senat onun təklifini rədd etmiş, bu barədə məsələni heç gündəliyə də salmamışdır.

Jurnalistin qərəzsizliklə bağlı aşağıdakı öhdəlikləri mövcuddur: KİV müxtəlif zövq, fikir və təkliflərə cavab və səs verməklə yalnız bütöv auditoriyaya xidmət edir. Bu barədə daha dolğun və daha elmi məlumat almaq üçün oxucunu ANS-in yuxarıda xatırladığımız fəaliyyət konsepsiyasına ünvanlamaq istədik: «Proqramların yaradıcıları irqindən, cinsindən, yaşından, dinindən, dərisinin rəngindən, qabiliyyətindən asılı olmayaraq bütöv bir auditoriya üçün hazırladığı yüksək keyfiyyətli və hərəkətin geniş radiusu ilə əhatə olunmuş məhsulları ilə bu çoxcəhətli maraqları dəf etmək, informasiyalandırmaq və stimullaşdırmaq yolunu tutur. Lazımi tutum təsadüfən əldə edilmir. İncəsənət, musiqi, idman, dramaturgiya, komediya, din, əyləncə, xəbərlər, sənədli filmlər, cari hadisələr və digər proqramlarla məşğul olmasından asılı olmayaraq redaktorlar zəmanət verməlidirlər ki, hər şey fakta əsaslanıb, bütün vacib hərəkət və istiqamətlər proqramda öz əksini tapıb və bütün tərəflərin nöqteyi-nəzərləri lazımi qaydada razılaşıdırılıb.

Bu, gərgin zəhmət və öhdəliklər tələb edən ağır işdir. Redaktorlar heç vaxt elə zənn etməməlidir ki, hər şey aydın və asandır. Biz əldə etdiyimiz rəylərə 100 faizli sübut kimi arxayın olub, yalnız bu fikirlərə qapanıb qalmamalıyıq. Biz stereotiplər və qərəzli fikirlərin təhlükəsinə hazır olmalı, bu mülahizələrin müxtəlifliyinə inanmalı və eyni zamanda bizim nöqteyi-nəzər və mənafeələrimizin ümumi fikrin ifadəçisi olmasına imkan verməməliyik.

ANS-in redaktorları cəmiyyətin dəyişikliklərə həssas olan müxtəlif sferaları haqqında məlumata malik olmalıdır. Onlar inanmalıdır ki, ANS bütün dəyişiklikləri əks etdirir və bu dəyişikliklərə uyğunlaşır.

¹ Н.А.Голядкин. ТВ информация в США. М., 1995, стр. 158.

ANS tam və ətraflı mənzərəyə naminə öz niyyətinin gücünü və vicdanlılığını göstərməyə borcludur. Əgər bu prinsipə yaradıcı yanaşılarsa, proqramlarımız kütləvi etimad qazanacaq, auditoriya tərəfindən qiymətləndiriləcək»¹.

Burada göstəricilər televiziya jurnalistinə ünvanlansa da, zənnimizcə, bu postulatlar jurnalistikanın bütün sahəsinə aid edilə bilər.

Jurnalistikanın vicdanlılıq doktrinası – hər kəsin peşə fəaliyyətinə vicdanla yanaşmasını tələb edir. Peşənin bu cəhətinin bir çox aspektdən izah edilməsi və beynəlxalq jurnalistikada ləyaqətinə hörmət edən hər kəsin və hər bir nəşrin qəbul etməsi onu çox önəmli keyfiyyət kimi xarakterizə edir. Bu doktrina hər hansı bir obyekt, şəxsiyyət və təşkilatın ünvanına deyilmiş tənqidi fikrə görə həmin obyektlərə cavab şansı verməyi, respondentə haqqında söhbət gedəcək məsələ ətrafında ideyanın ağıllı, aydın izahını, redaktə işində, yaxud montaj prosesində fikrin təhrif olunmasının yolverilməzliyini nəzərdə tutur, müsahibin bir cümləsini kontekstdən çıxarıb başqa məqamda istifadəni, digər təşkilatlara kompromat toplamağı, nəşrin, yaxud yayımın imkanlarından istifadə edib müdafiəsiz adamları təhqir etməyi və s. halları rədd edir.

Jurnalistikanın bu doktrinası müsahibədən imtina edən, yaxud informasiya verməkdən boyun qaçıran məmurlara qarşı dərhal qanunun diqtəsi ilə danışmağı tövsiyə etmir. Əlbəttə, KİV haqqında dünyanın əksər ölkələrinin qanununda jurnalistin məlumat toplamaq və yaymaq hüququ olduğu kimi, məmurun da informasiya vermək borcu təsbit olunmuşdur. Ancaq bu heç də o demək deyildir ki, biz informasiya verməkdən boyun qaçıran şəxsi dərhal məhkəməyə verək. Jurnalist belə məqamda bütün vasitələri işə salmalı, bütün digər imkanlarını həmin şəxsdən informasiya almağa yönəltməlidir. O imkanlar və o formalar çox müxtəlifdir. Bunlardan ən önəmlisinə «yorma» üsulu deyirlər. ANS-in konsepsiyasında bu üsula çox dəqiq tərif verilmişdir: «Yayım leksikonunda istifadə olunan bu termin hər hansı səbəbdən intervü verməkdən imtina edən şəxslə reportyorun qabaqcadan razılaşdırmadığı halda müsahibəyə nail olmasına deyilir. Yorma bir qayda olaraq son vasitə olmalıdır.» Müasir dünya bədii ədəbiyyatında da reportyorun inadkarlıq obrazı məhz onun belə məqamlarda respondentini sorğu-suala tutması ilə də yaradılır. Biz jurnalistləri adətən ən qaynar nöqtə və məqamlarda respondentini aeroportda səfərə çıxdığı zaman, iş yerinə gələrkən, yaxud işdən çıxarkən qapı ağzında, avtomobilə oturub aralanmaq momentində və bir çox buna bənzər anlarda yaxaladığını çox görmüşük. Vicdanlılıq tələb edir ki, belə «yaxalanma» zamanı audio, videolentə alınan fikirlərə ehtiyatla yanaşaq. Çünki bu müsahibə qeyri-adi şəraitdə keçib və orada respondentini pis vəziyyətdə qoyan, kontekstə dəxli olmayan məqamların mümkünlüyü var.

Vicdanlılıq qəzet, radio və ya televiziya ekranının belə bir vasitəyə sahib olmayan müdafiəsiz adama daimi, müntəzəm hücumlarını bəyənmir. Azərbaycan jurnalistikasının 1990-cı illər tarixində qəzətdən kiməsə qarşı şər və böhtan atmaq, təhqir etmək, qorxutmaq vasitəsi kimi çox istifadə edilmişdir. Geniş oxucuya o qədər də məlum olmayan belə qəzetlərin nəşri xüsusi məqsəd güdmüş, ancaq onların ömrü çox olmamışdır. Hələ 1859-cu ildə Dobrolyubovun Rusiyada «küçə vərəqələri» adlandırdığı belə qəzetlər adətən çox yaşamır.

¹ АНС әмәкдашлары үчүн нәзәрдә тутулуш «Пешәкар журналистин столүстү китаб»ындан. Компүтер нәшри, сәһ 4.

Ümumiyyətlə qərəzlilik auditoriyanı hiddətləndirən və informasiya vasitəsindən uzaqlaşdıran əlamətdir. 1990-cı illərdə Azərbaycanda dəqiq tərəflərə və və bölgülərə ayrılmış iqtidar-müxalifət qəzetləri kimi məşhurlaşan qəzetlər də qərəzliliyin nümunəsi kimi misal gətirilə bilər ki, bunlar da vicdanlılıq doktrinasına yad elementlərdir.

Vicdanlılıq təkcə jurnalistin yazılı nitqində deyil, şifahi sorğularında, teleproqramlarda da özünü göstərməlidir. Məsələn, oyun şoularına, müsabiqələrə, tok-şoulara dəvət olunmuş adamlar özlərini diskomfort vəziyyətdə, təhqir olunmuş hiss etməməlidirlər. Tok-şoularda emosiyaların coşması proqramın reytinginin qalxmasına təsir edə bilər. Lakin bu emosiya jurnalistdən yox, respondentlərdən qalxmalıdır.

Oyun şoularında zarafat, əyləncə elementləri xüsusi ehtiyat tələb edir. İştirakçılar efirdən sonra özlərini təhqir olunmuş hesab etməməlidirlər. Onlara əvvəlcədən zarafatın, əyləncənin xarakteri və mütləq olacağı barədə xəbər verilməlidir.

Gizli kamera, səs yazıcı vasitələrdən istifadə nə qədər qadağan olsa da, hələ ki, jurnalistlər bunsuz da keçinə bilmirlər.

Lakin informasiya toplamaq naminə bu üsullara əl atan jurnalist normativ sənədlərdən başqa, vicdanının səsini də dinləməyi bacarmalıdır.

Beynəlxalq jurnalistikanın daha bir sıra önəmli doktrinaları var ki, onlar elmi-nəzəri fikrin tədqiqat obyektinə indi-indi çevrilməyə başlayır. Simvolik katarsis doktrinası bu sıradadır. Xüsusilə televiziya tamaşaçısını stressə sala biləcək reportajların xarakterini nəzərdə tutur. Katharsis – yunan sözü olub təmizlənmə – intellektual təsir vasitəsilə ruhun təmizlənməsi anlamını ifadə edir.¹ Antik fəlsəfədə işlədilən bu terminlə müəyyən bir stressə səbəb olacağı ehtimal edilən hadisənin televiziya – xüsusilə xəbərlər proqramında ifadəsilə tamaşaçı təəvvüründə yaranan proseslər məcmuunu ifadə edir: təqdim olunan stress xarakterli reportaj – məsələn, qətl hadisəsinin təsviri –tamaşaçıda əvvəlcə özünütətbiiqlə bağlı xof yaradır. Hadisənin aydınlaşması ilə bu xof hadisəyə təəssüf hissilə əvəz olunur. Təəssüf hissi belə hadisələrdən uzaq olmaq, pis əməllərə qatılmamaq fikrini formalaşdırır.

Bu tipli xəbərlərin televiziya tənzimi də mübahisə obyektidir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, auditoriyanın, ələlxüsüs televiziya tamaşaçısının bəd xəbərlərə marağı böyük olur. Qəzalar, zəlzələlər, yanğın və sel daşqınları, müharibə, üsyan, kütləvi aksiyalar... barədə informasiyalar tamaşaçıda təkcə dərdə şərik çıxmaq deyil, «yaxşı ki, bu hadisənin içindəki mən deyiləm» kimi eqoist bir fikir də oyadır. Və bir halda ki, tamaşaçının bu tipli hadisələrə müxtəlif rakurslardan marağı var və bir halda ki, telejurnalistlər bu marağı hiss edirlər, deməli, bazarın diqtəsi öz rolunu oynayacaq. Əlac problemin öyrənilməsinə və bu tipli hadisələrin təqdimində ehtiyatlılığın, vicdanlılığın tətbiqinə nail olmağa qalır.

¹ Бах: Литературный энциклопедический словарь. М., 1987, стр. 152.

IV fəsil

Jurnalistikanın tarixi inkişaf yolu

Jurnalistikanın tarixi inkişafı çox mürəkkəb situasiyalardan, təzyiqlərdən, söz azadlığına hücumlardan, texniki vasitələrin meydana çıxmasından və s. faktlardan keçmişdir. Jurnalistikanın inkişafı xalqın, ölkənin iqtisadi, ictimai, siyasi, mədəni həyat səviyyəsilə bağlı olmuşdur. Jurnalistika, mətbuat hər hansı ölkənin mədəniyyət göstəricisi kimi qəbul edilmişdir. Təsadüfi deyil ki, harada nəşr olunmasından asılı olmayaraq hər hansı bir qəzetin nəşri tarixi ölkənin irəliyə doğru inkişafının önəmli faktı kimi qiymətlidir.

Bu tarix xalqın, ölkənin mülki tarixi sırasında vacib fakt kimi qiymətlidir. Mətbuat tarixi qədim olan xalqların siyasi, ictimai və mədəniyyət tarixi daha sərfəli yol keçmiş, bu ölkələrin demokratik inkişaf yolu xeyli asan, xeyli kəsə olmuşdur. Mətbuatın, jurnalistikanın tarixi inkişaf yoluna əngəl olan hakimiyyət, tez-gec, bu əməllərinin acı nəticələrini dadmışdır. Bu mənada Qərbi ölkələrindən xeyli fərqlənən Rusiya ibrət illüstrasiyası kimi qəbul oluna bilər. Bütün dünyada və yəqin ki, bütün xalqlarda hakimiyyət bədii ədəbiyyata, bədii sözə jurnalistikadan xeyli az qadağalar qoymuşdur. Çünki fikrin dolayısı ilə ifadəsini heç də hamı anlamadığı halda, fikrin birbaşa ifadəsini təqdim edən jurnalistika hər kəs üçün aydındır ki, kütləni nəzərdə tutduğu üçün kütləvidir. Bu kütləvilik xofu hakim dairələri zaman-zaman narahat etmiş və onlar da öz növbəsində mətbuatın inkişafına xüsusi əngəl törətmişlər. Proses qeyri-demokratik ölkələrdə indi də davam edir.

Rus imperiyası şəraitində formalaşan və uzun müddət bu şəraitdə fəaliyyət göstərən Azərbaycan mətbuatının tarixi də çox çətin, ağır inkişaf yolu keçmişdir.

Özünün elmi-texniki möcüzələri ilə XX əsr, yəqin ki, tarixin yaddaşında xüsusi qalacaq. Lakin bəşəriyyətin tarixi yaddaşında və ayrıca olaraq Azərbaycanın humanitar filoloji zaman yaddaşında XX əsr həm də bədii sözün hökmran gücündən informasiyanın son dərəcə matahlaşması, cəmiyyətə təsir qüvvəsinə keçməsi ilə də yadda qalacaqdır.

XX əsrin lap başlanğıcından informasiya cəmiyyətin üz tutduğu, can atdığı obyektə çevrilməyə başlamışdır. 1875-ci ildə min bir zülmətlə qəzet nəşr edən H.Zərdabinin bu böyük vətəndaşlıq zəhmətini cəmiyyət qiymətləndirə bilmədi. Cəmi 25-30 il sonra Azərbaycanda gündəlik qəzetlərə ehtiyac yarandı. M.Şahaxtinski, Ə. Hüseyinzadə, Ə. Ağaoğlu kimi jurnalistlər, nəşirlər yetişdi. Azərbaycanda Qərbin kommersion qəzet modelləri yarandı. Əsrlərlə özünün ədəbi-bədii məktəbləri ilə yaşayan Azərbaycanda realist, rəşional tərəkürün məhsulu olan «Molla Nəsrəddin» jurnalistika məktəbi yarandı və indiyədək «şer nəşəsi ilə yaşayıb gözlərini tavana zilləyərək qafiyə axtaran» (Cəlil Məmmədquluzadə) Azərbaycan jurnalistikanın cəmiyyətə təsir gücünü duyub da onun inkişafının tərəfində dayandı. Azərbaycan jurnalistikasının özülü məarifçilik funksiyasını ödəmək ehtiyacı ilə qoyulmuşdu. Təsadüfi deyildi ki, bir sıra ölkələrdə artıq jurnalistikanın xeyli dərəcədə kommersionya çevrildiyi bir dövrdə belə Azərbaycan mətbuatı hələ də məarifçilik zəminində fəaliyyət

göstərirdi. XX əsrin əvvəlləri Azərbaycan jurnalistikası çoxçeşidliliyi ilə fərqlənərək maarifçi, partiya mənafeyi, qrup mənafeyi ilə fəaliyyət göstərirdi. Bir çox qütbdən – partiyalılıq, korporativ və s. mənafelərdən eyni vaxtın rus jurnalistikasına çox oxşayan Azərbaycan mətbuatı 1910-cu illərin ortalarından milli müstəqillik («Açıq söz» qəzeti) ideyalarının xüsusi tematikaya çevirməklə seçildi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti kimi müstəqil bir dövlətlə nəticələnən bu ideyaların bəhrəsi kimi Rusiyadan fərqli olaraq Azərbaycanda gerçək mətbuat, söz azadlığına zəmin yaratdı. 1917-ci il rus inqilabından sonra hakimiyyəti ələ alan bolşevik hökumətinin Rusiyada ilk fərmanı bolşevizmə xidmət etməyən qəzetlərin qapadılmasına verildi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti parlamenti isə 1919-cu ildə mətbuat haqqında nizamnamə qəbul etdi. İndi biz hətta fəxrlə deyə bilərik ki, rus jurnalistikası fərqli olaraq Azərbaycan jurnalistikası tarixin heç olmasa bir məqamında söz və mətbuat azadlığının dadını görmüşdür.

Lakin bu uzun sürmədi. 1920-ci ilin bolşevik ekspansiyası hər şeydə olduğu kimi jurnalistikada da kommunist mətbuat modelini tətbiq etdi. Bu model, hətta, avtoritar modeldən də irticaçı olaraq mətbuatı, yalnız, kommunist partiyasının, yalnız, dövlətin inhisarına çevrildi. 1900-1920-ci illərdə və xüsusən 1918-1920-ci illərdə inkişafının aydın perspektivləri görünənə Azərbaycan mətbuatının boynuna təbliğatçılıq, təşviqatçılıq, habelə təşkilatçılıq missiyası qoyuldu. Mətbuatın ideologiya daşıyıcısına çevrildiyi, manipulyasiya vasitəsi rolunu oynadığı Sovet dövründə «sovet jurnalistikası» kimi absurd bir nəzəri, praktik anlayış yarandı.

Sovet jurnalistikası uzun illər əlində repressiya maşını rolunu da oynamış, hakimiyyətə azacıq müqavimət göstərən qüvvələrin «ifşa» poliçonuna çevrilmişdir. Təsədüfi deyil ki, sovet dövründə senzuradan müəyyən üsullarla yayınmağı bacaran bədii ədəbiyyat, bədii söz sənəti yenidən mataha minmiş və özünün sətiraltı sözü ilə cəmiyyətə təsir göstərə bilmişdi. Mətbuatda isə demokratik meyilli «Bakı» və «Baku» axşam qəzetləri, «Ulduz» gənclik jurnalı, bir sıra sahə qəzetləri, «Qobustan» toplusu yaradıldı. Amma bu proses də öz sürətli davamını tapmadı. 1950-ci illərdən başlayaraq dünyada çox sürətlə inkişaf edən radio və televiziya jurnalistikası da bizdə yalnız dövlətin inhisarında olduğuna görə çox geri qalırdı. Təsəvvür etmək çətindir ki, 1956-1992-ci illər arasındakı bu uzun müddətdə Azərbaycanda cəmi bir televiziya kanalı fəaliyyət göstərmişdir.

İndi Azərbaycan jurnalistikası tarixin yeni epoxasına qədəm qoyub. Onun inkişafı nə qədər ağırlı və çətin olsa da, qarşısızdır. Qarşısızdır ona görə ki, xalq, cəmiyyət jurnalistikanın ictimai mühitdə rolunu çox yaxşı dərk edir. Jurnalistika cəmiyyətə iddiasız və təmənnəsiz xidmət institutu kimi aşkarlığı, bilgiləndirməyi, maarifləndirməyi boynuna götürmüşdür. Heç vaxt heç bir yerdə cəmiyyətin həyatına, ölkənin həyatına məsul olan iqtidar jurnalistikanı axıradək sevə bilmir. Çünki jurnalistika onun nöqsanlarını aşkarlayır, cəmiyyətə kimin kim olduğunu aydınlaşdırır. Xüsusilə dəqiq informasiya verməkdə kommersiya maraqları olan özəl KİV sektoruna qəzəb daha çox olur. Lakin bütün bunlarla belə jurnalistika bir peşə növü və bir sahə kimi inkişafdadır. Cəmi 8 ilin müstəqilliyində 500-dən çox qəzet, 40-dan çox çox radio, TV kanal qeydə alınıbsa, bu inkişafdan söhbət açmaq olar.

Özünün məmur təzyiqlərini, iqtisadi çətinliklərini yaşayan Azərbaycan jurnalistikası bütöv bir əsrin ləyaqətli daşıyıcısı olub. Bu jurnalistika yüz ildən çox bir müddətdə rus imperiyası xofu ilə, dünyanın ən ağır senzura müddətini yaşasa da, xalqa H.Zərdabi, C.Məmmədquluzadə, Ü.Hacıbəyli, Ə.Hüseynzadə, Ə.Ağaoğlu, Ö.F.Nemanzadə və s. kimi klassik publisistlər bəxş edib. Bu jurnalistika ən ağır sovet senzurası qarşısında özünün milli keyfiyyətlərini qoruyub saxlayıb. Ağrılı orasıdır ki, H.Zərdabinin milli qəhrəmanlığı, min bir zəhməti və dözümlü hesabına ilk milli qəzetimiz «Əkinçi»dən bu günədək olan bütün bu müddətdə xalqa, yalnız xalqa xidmət edən mətbuat elə bu xalqın özü tərəfindən müdafiə edilməyib. Tarixin onlarca dönəmində bu müdafiəyə, bu dəstəyə çox ehtiyacı olan Azərbaycan mətbuatı məmur, senzura təzyiqləri ilə təkbəşinə qalmışdır. Bu hesabla Azərbaycan mətbuat tarixi yüz ilin tənhalığını yaşamış, amma heç vaxt təslim olmamış böyük bir qüvvə kimi hörmətə, məhəbbətə layıqdır.

Bu tarixin öyrənilməsi millətin ictimai, siyasi, mədəni irsinin öyrənilməsi deməkdir. İndi «mətbuat tarixi» termini «jurnalistika tarixi» anlayışı ilə əvəz edilir. Çünki uzun müddət yalnız mətbuatı nəzərdə tutan kütləvi informasiya vasitələri indi öz sırasını elektron jurnalistikası ilə də möhkəmlətməkdədir.

Jurnalistikanın hər tipinin özünəməxsus inkişaf yolu, inkişaf tarixi vardır. Onlara ayrı-ayrılıqda nəzər salaq.

Qəzet nəşrinin tarixindən

Bu gün «jurnalistika tarixi» kimi qəbul olunan anlayış təxminən XX əsrin ortalarında «mətbuat tarixi» kimi işlədilmişdir. Anlayışın uzun müddət məhz «mətbuat tarixi» şəklində işlədilməsinin elmi əsası olmuşdur. Çünki radio və televiziyanın KİV sistemində funksional bir informasiya vasitəsi kimi daxil olması ən yeni tarixin hadisəsi olduğu halda, mətbuatın meydana gəlməsinin azı 400 il tarixi vardır. Və həm də mətbuat deyəndə ilk növbədə qəzetin yada düşdüyünü qeyd etməliyik. Çünki mətbuat sistemində qəzet daha qədim tarixə malikdir. Qəzetin ən qədim proobrazı əlyazmalar şəklində yayılan məlumat kağızları hesab olunur. Venesiyada belə məlumat kağızları gazzetta adlanan xırda pul vahidində satılırdı. Qəzet adı həmin pul vahidindən götürülmüşdür. 1626-cı ildə Rusiyada da hərbi, diplomatik, saray və ticarət xəbərlərini özündə əks etdirən əlyazma tipli «Kurantı» qəzeti hazırlanıb çara oxunur, qismən də onun yaxın adamlarına yayılırdı. «Kurantı» sözü də fransız dilindən olub «cari» (rus dilində «tekuhiy») mənasını ifadə edir.¹ Lakin Rusiyada hazırlanan əlyazma qəzetlərindən xeyli əvvəl Avropada artıq çap qəzetləri istehsal olunurdu.

İlk qəzetlər XVII əsrin əvvəllərində iqtisadi cəhətdən inkişaf etmiş Qərbi Avropa ölkələrində – 1609-cu ildə Almaniyada, 1622-ci ildə İngiltərədə, 1631-ci ildə Fransada meydana gəlmişdir. Qəzetin meydana gəlməsi, əsasən çap texnikasının yaranması ilə bağlı olmuşdur. Bu texnika ilk kitab çapını ixtira edən İohann Qutenberqin (1394-1468) adıyla bağlıdır. O, XV əsrin ortalarında Mayn şəhərində bibliyanın bütün mətnini kitab halında çap etmişdir ki, bu da erkən mətbuat nümunəsinin şedevri hesab olunur.

¹ Власть, зеркало или служанка? М., 1998, том I, стр. 4.

Kitab çapının təşkili mətnin tirajlanmasına şərait yaradan vaxtdan yuxarıda qeyd etdiyimiz əlyazma məlumat məhsullarının çoxaldılması zərurəti yaranır və beləliklə qəzet meydana çıxır. Çox keçmir ki, qəzet tək-cə məlumatı çoxaltmaq vasitəsi kimi yox, həm də mədəniyyət atributu kimi qəbul olunmağa başlayır. Məsələn, xeyli müddət Almaniya, Fransa öz müstəmləkələrində qəzetin təşkilinə təsir etmişlər. O cümlədən Azərbaycanda ilk qəzet işi də Rusiyanın müstəmləkəçilik dövrünə düşür. 1832-ci ildə Azərbaycan Tiflisdə nəşr olunan “Tiflis əxbarı”nı nümunə kimi görə bildi. Lakin Azərbaycan qəzet sənayesinin əsl tarixi 1875-ci il iyulun 22-də böyük maarifçi H.B.Zərdabinin nəşr etdiyi “Əkinçi” qəzeti ilə başlayır.

XIX əsrin ikinci yarısından teleqrafın və teleqraf agentliklərinin inkişafı informasiyanın ötürülməsi sürətini artırmaqla qəzet işinə böyük təkan verdi. «Əkinçi» qəzetinin nəşrə başladığı dövrdə artıq Qərbi ölkələrində, eləcə də Rusiyada qəzet yuxarıda qeyd etdiyimiz üç məlum funksiyasını həyata keçirirdi. Azərbaycanda ilk milli qəzet daha çox maarifçilik işi üçün ortaya çıxarılmışdı. Sonralar böyük M.Ə.Rəsulzadə yazırdı ki, «Mətbuat elmi, siyasi və bəşəri informasiyanı çoxaldır... Mətbu sistemi geniş olan millətin zehni, fikri də işıqlı olur... Mətbuat bir müəllim vəzifəsini yerinə yetirmək» missiyasını öz üzərinə götürmüşdür. XX əsrin əvvəllərində yaranan «Həyat», «Şərqi-Rus», «Molla Nəsrəddin», «Fyüzat», «Açıq söz», «Azərbaycan» və s. onlarca nəşrin hərəsi bir üslubda məhz bu vəzifəni yerinə yetirmişdir.

Azərbaycanın 1920-ci ilə – sovet dövrünə qədər nəşr olunan qəzetləri əksərən Qərbi modellərinə söykənmiş və oxucuların geniş şəbəkəsini əhatə etmişlər. Sovet dövrü Azərbaycan qəzeti bütün SSRİ-də olduğu kimi, yalnız bir nəzəri modeldə – kommunist mətbuatı modelində fəaliyyət göstərmiş, yalnız partiya və dövlət sektoruna məxsus olmuşdur. Təxminən 70 illik bir dövr ərzində bu qəzetlər Qərbi modellərdən, mətbuatın özəl sektorundan məhrum olaraq kommunist partiyasının, sovet ideologiyasının təbliğatçısına çevrilmişlər. Bazar münasibətlərinin olmaması ilə rəqabətdən uzaq düşən jurnalistika dünya praktikasından kənar şəkildə sovet jurnalistikası kimi absurd, qeyri elmi bir ad altında fəaliyyət göstərmişdir. 1990-cı illərin əvvəllərindən əldə olunan milli istiqlal hər şeydən əvvəl söz azadlığı, mətbuat azadlığı üzərində qurulduğu üçün Azərbaycanda jurnalistikanın uzun müddət aralı düşdüyü özəl qəzetləri ortaya qoydu. Beləliklə, Azərbaycanda qəzet sistemi yeni istiqamət alaraq partiya və dövlətin monopoliyasından çıxıb dünya praktikasına üz çevirdi.

Bu gün Azərbaycanda keçmiş monotipli qəzetləri polifonik qəzet sistemi əvəz edir. 1998-ci ilin statistikasına görə respublikada 366 qəzet qeydə alınmışdır.¹ Onlardan 200-ə qədəri nəşr olunur. Ən yüksək tiraj “Supermarket TV” qəzetinə məxsusdur. (82000). İki səhifəlik “Əkinçi” qəzetindən 48 səhifəlik “Ayna” qəzetinədək böyük bir inkişaf yolu keçən Azərbaycan qəzeti indi özünün yeni inkişaf dövrünü yaşayır. Azərbaycan qəzetləri sırasında beynəlxalq qəzet tipinin, az qala bütün nümunələri nəşr edilir. Siyasi, sahə, ümummaraqları ifadə edən mətbuat orqanları, bulvar, erotik və s. qəzetlər indi günün reallığıdır.

Azərbaycan qəzetləri tez-tez məmur təzyiqlərinə məruz qalsa da, çoxlu nöqsanlarına baxmayaraq onun fəaliyyətini tənzimləyən qanun da mövcuddur.

¹ Средства массовой информации в Азербайджане. Баку, 1999, стр. 97.

Dünya praktikasına can atan Azərbaycan qəzetçiliyi bu gün daha çox öz hüquqlarını mənimsəmə prosesi keçirir.

Əvvəlcə radio, daha sonra televiziya jurnalistikasının böyük imkanlarının ortaya çıxması ilə qəzet jurnalistikasının, habelə Qutenberq erasının sona yetəcəyi barədə fikirlər yarandı. Lakin rəqabət yaradıcılığın hər yerdə əsas stimulu olduğu kimi burada da özünü göstərdi. Qəzet jurnalistikası özünün texniki vasitələrini və texnologiyasını, yaradıcılıq imkanlarını genişləndirdi. İnformasiyanın operativliyi üçün gündəlik qəzet tipinə üstünlük verildi. Axşam, səhər qəzetləri meydana çıxdı. Ağ-qara, hündür çap üsulu öz yerini ofset üsuluna verdi. Poliqrafik baza yeniləşdi. Kompüter texnikasının inkişafı ilə elektron qəzetlər ortaya çıxdı.

Bəs qəzetin cəmiyyətdə indiki və gələcək yeri necə təsəvvür olunur? Bu məsələ üzərində bir az geniş dayanaq.

İnformasiya texnikasının sürətli inkişafı öz əksini bu sahədə ifadə edən bir çox anlayış və terminlərin məzmun və funksiyalarının dəyişməsi prosesində də özünü göstərir. İnformasiya sistemi və rabitə vasitələrinin humanitar nəzəri aspektlərini öyrənən ən yeni elm sahəsi olan kommunikativistika hər gün təzə anlayış və terminlərlə bizi heyran edir. Məsələn, lap bu yaxınlardakı kommunikativistlərin əsasən hansı prosesdə kompleks istifadə olunan bir çox informasiya vasitələrinin ifadəsi kimi işlətdikləri “multimedia”, indi habelə, elektron-informasiya sisteminin və bununla bağlı rabitə xətlərinin mürəkkəb inteqrasiya proseslərinin texniki təkmilləşməsinin nəticələrini də ifadə edir. Bu cür yeni “multimedia” sisteminin köməyi ilə hər hansı bir mətn sürətlə yaddaşa verilir, diskə yazılır, qorunur, uzaq məsafəyə ötürülür, displeydə oxunur. Lazım gələndə istənilən tirajla çap edilir və s. XXI yüzilliyi informasiya əsri adlandıranların tamamilə haqlı olduqları artıq göz qabağındadır. Öz məzmunu və populyarlığı ilə ən yeni anlayışları arxada qoyan İNTERNET dünya informasiya sistemi XXI əsrin astanasında gələcək yüzilliyin fəaliyyət parametrlərini indidən müəyyənləşdirməyə kömək edir. Bu gün ən yeni texniki möcüzələr məhz informasiyanın toplanması, ötürülməsi yönündə baş verir (kosmik tədqiqatların modern üsulları da məhz bununla çox bağlıdır).

Dünya vahid informasiya sisteminin təşəbbüskarı və texniki ifadəçisi olan ABŞ-ın keçmiş dövlət katibi A.Qor konqresdə etdiyi məruzəsində göstərirdi ki, İNTERNET-ə biganə dövlətlər və xalqlar bir neçə ildən sonra bu sistemi indidən qiymətləndirən dövlətlərin nökrinə çevrilə bilərlər. Bu proqnoz artıq özünü doğrultmaqdadır. Və ona görə də iqtisadi cəhətdən ən yazıq ölkələr də hələlik bazarı çox baha olan bu informasiya sistemindən imtina etmək istəmirlər. Çünki, bu sistemin bir azdan nəinki mətbuatın çap məhsullarını, habelə televiziyanın özünü şübhə altına alması ehtimalı haqqında indi çoxlu elmi mülahizələr yayılmaqdadır. Multmedianın özünü də telekommunikasiya anlayışının tərkib hissəsi kimi qəbul etsək, birincinin sonuncuya təsiri hansı keyfiyyət dəyişkənliyinə gətirib çıxaracaq?

Hələlik proqnozlar mətbuat sahəsində özünü daha çox doğruldur və mübahisələr də bu sahə ətrafında daha çox gedir. “Literaturnaya qazeta” “Kompüter ədəbiyyatı öldürəcəkmi?” başlığı altında Maksim Borisovun və Mixail Vizelin kompüter texnikasının ənənəvi yazıya təsiri ilə bağlı polemik yazılarını dərc etmişdir.¹ M.Borisov haqlı göstərir ki, başqa yerdə bilmirəm,

¹ «Литературная газета», 12 декабр. 1997.

Ədəbiyyat İnstitutunda bu gün Vergili, Petrarka, Dante haqqında deyil, “si-di-rom”, “skaner”, “internet” haqqında danışır, ayrılında bir-birinə “uğurlu instalyasiya” arzulayırlar. Müəlliflərdən biri multmedianı yazıçıya faciə kimi, digəri yazıçının yeni imkanları səviyyəsində təqdim edir.

Telekommunikasiyanın inkişaf perspektivlərini də bəziləri ənənəvi jurnalistika erasının sonu kimi, bəziləri də onun üçün açılan yeni imkanlar kimi təqdim edir. Bu mübahisə və proqnozlarda, polemika və diskussiyalarda ikinci argumentə – multmedianın, telekommunikasiyanın inkişafının mətbuatın yeni axtarışlarla, yeni yaradıcılıq tapıntıları ilə nəinki rəqabətə tab gətirəcəyi, habelə özünün bəzi üstünlükləri ilə də irəlində görünəcəyi fikrinə üstünlük verirlər və bunu elmi əsaslarla sübuta yetirənlər də az deyil.

Tarixçilər qeyd edirlər ki, Müqəddəs Roma imperiyasının dağılmasını medialaşma tezləşdirdi. Multmedianın isə tezliklə “Qutenberq qalaktikası”nı dəfnə aparacağını 1960-cı illərin əvvəllərində – hələ kompüterin əsasən layihələrdə olduğu çağlarda Kanada kulturoloqu Herbert Marşal Maklün irəli sürürdü. H.M.Maklünün jurnalistlər üçün bu faciəvi proqnozundan iyirmi il sonra məşhur Amerika kommunikativisti İtiel de Sola Pul göstərdi ki, multmedianın inkişafı ilə qəzet, jurnal, kitab sıradan çıxmıyacaq, lakin onların öz funksiyalarını televiziya, telefon, elektron mətbuatı öz üzərinə götürəcək.¹

Rəqabət dünyasında tərəflərin hər birinin tezliklə təslim olacağına bel bağlamaq sadələşmə olardı. Rəqabət təslimçilikdən çox inkişafı stimullaşdırır. Telekommunikasiyada ilk vaxtlar unifikasiya meylinin güclüliyündən eyforiyaya düşənlər sonradan bölgə kanallarının, yalnız abunəçiləri nəzərdə tutan kabel televiziyanın populyarlığından çəsin qaldılar. Beləcə, elektron jurnalistikasının multimedialaşma ilə ənənəvi mətbuatı öldürə biləcəyi fikrinə inanmaq da yəqin ki, tezdir.

Yunan rəvayətlərinin birində özünə və oğluna mumdan qanad düzəldib yüksəklərə uçmağı təmin edən ata oğluna çox da ucalara uçmamağı, Günəşə yaxınlaşmamağı tapşırır. Ancaq yüksəklərə uçmaq ləzzətindən imtina edə bilməyən oğulun mum qanadlarının Günəşə yaxınlaşanda necə əriməsini təsəvvür etmək çətin deyil.

Əlbəttə, elmin, texnikanın inkişafına qarşı çıxmaq da gülünc görünərdi. Lakin atomun bölünməyinin kəşfi ilə fizikada yaranan elmi səviyyə bəşəriyyəti səksəkədə saxlayan atom bombasının kəşfi ilə nəticələndi. Fiziklərin elmdə bu qədər irəliləməsini liriklərin əxlaqsızlıq adlandırmalarını birdən-birə haqsızlıq hesab etmək də çətin deyil. Hidrogen bombasının atalarından sayılan fizik A.Saxarovun sonradan insan hüquqlarının “alovlu” müdafiəçisinə çevrilməsini də əxlaqsızın əxlaqa qayıtması kimi qiymətləndirmək elmi fikirdən çox da uzaq deyil. Atom bombasının ixtirasına tam yaxınlaşmış Amerika aliminin bəşəriyyətə vurulacaq zərbəni duyub onu tamamlamaqdan imtinası bəşəriyyəti heç də bu təhlükədən xilas etmədi: alimin işini onun şagirdi bitirdi! Məşhur fizik Mak Plank yüz il əvvəl demişdi ki, nəzəri fizikadan daha hansısa möcüzəli, inqilabi kəşf gözləmək artıq olar. Qədim yunanlar da artıq hər şeyin kəşf edildiyi iddiasında idilər. Bu gün çox adi görünən mürəkkəbin, ona uyğun qələmin yazıya cəlb edilməsi də bəlkə nə vaxtsa çox qərribə görünüb! Bəşər

¹ İtiel de Sola. The Cuture of Ellektronik Print., Daedalus 1982. Vol. III, N 4 P. 27; Л. М. Землянова, Мультимедизация печатного дела. Вестник Московского Университета, серия «Журналистика», № 3, 1994, стр. 46.

tarixi və sivilizasiyaya can atan XX yüzillik sübut etdi ki, hələ böyük kəşflər, ixtiralar irəlidədir.

Elmin xisləti belədir. Elm, kim bilir, bəlkə də yaxşı mənada əxlaq tanımır. Onun üçün açdığı, kəşf etdiyi möcüzənin aqibətindən çox özü qiymətlidir, cazibədardır. Multimedialaşma qarşısızalmaz prosesdir. Əvvələ, ona görə ki, onun indiki məqamı mətbuatın özünün də işini yüngülləşdirir, çap məhsullarının keyfiyyətini artırır.

Bu proses İNTERNET vasitəsilə oxucunun sayını saysızlaşdırır. Məşhur rus yazıçısı və yeri gəlmişkən, elmi-texniki tərəqqini özünə mövzu seçmiş D.Qranin müsahibələrinin birində qeyd edir ki, "İnternet" azadlıqdır. Öz əsərini "İnternet"ə göndərən yazıçının üzərində heç bir nəzarət, rəhbər göstəriş, heç bir özge fikri diqtə edən kəs, rəis, senzura yoxdur. Xoşun gələn bir ideyanı "İnternet"ə göndərirsen və dərhal özünə həmfikirlər tapırsan. "İnternet" bəşəriyyətin özünütəşkilinə gətirib çıxarır, o milliyyət tanımır, siyasi, dini əqidə bilmir, ideologiyaya qulluq etmir. Bu sistem söz azadlığını təmin edir.

Biz də qeyd edək ki, mətbuat yarandığı gündən öz sözünün azadlığı uğrunda mübarizə aparıb, həmişə ona qoyulan məhdudiyətdən, ona diqtədən, ona təzyiqdən əziyyət çəkib. Belədə azadlıq arzusu ilə əsrləri yaşamış mətbuat multimedialaşma ilə azadlığa çatır. Qəzetin, jurnalın, kitabın çapında ağır metal şrift dəstləri, bəzək ornamentləri üçün metal vasitələri, yerləşdirilməsi üçün böyük, xüsusi binalar tikilməsini tələb edən, çəkisi bir tondan artıq linotip-sətirtökən maşınları, əridilməsi vacib olan xəlitələri və s. çap vasitələrini bu gün yazı stoluna asanlıqla yerləşdirilən yığı və çap texnikası əvəz edərsə, buna sevinməmək olmaz. Bu kompakt vasitələrin inkişafı elektron jurnalları, elektron qəzetləri terminləri ilə yanaşı, «internet» yazıçıları, «internet» jurnalistləri anlayışlarını da formalaşdırır.

Yazıçının, jurnalistin bu tipli telekommunikasiyada şoumenlərə çevrilməsi təhlükəsinin ehtimalı barədə bir az sonra. İndiki halda söhbət multimedialaşmanın müsbət keyfiyyətlərindən gedir. Yuxarıda dediyimiz ağır metallardan xilasdan başqa, qəzet, jurnal, kitab nəşrində işi asanlaşdıran kompüterin indi ibtidai məktəb şagirdinə də məlum olan sürətlə şriftdəyişmə prosesi aparması, optimal sayda şrift dəstləri təqdim etməsi, sərlövhə şriftinin, tərtibat üçün lazım olan gələn ornamentin min bir çalarını verməsi, korrektura üçün kağıza qənaət edilməsi (birbaşa displeydə düzəlişlər) və başqa üstünlüklər bu gün adi görünür. Lakin elektron jurnalların yaranması telekommunikasiyada mətbuatın axtarış dövrü hesab olunmalıdır. Bu növ mətbuat oxucunu tamamilə tamaşaçıya çevirmək iddiası ilə inkişaf edən televiziya cavabdır və yəqin ki, getdikcə bunun yeni, vizual formaları meydana çıxacaqdır.

Bütün bunlardan görünür ki, telekommunikasiyanın, multimedialaşmanın sürətli inkişafı ilə mətbuatın məzmunu deyil, poliqrəfiya sistemi dəyişir. Lakin mətbuatın ənənəvi məzmununu qoruyub saxlamaq mənafeyində olan tərəfin və ümumiyyətlə, bütün cəmiyyətin, bəşəriyyətin labüd üzleşə biləcəyi çətin rəqabət prosesi artıq başlamışdır.

Televiziya ilə rəqabətdə mətbuatın dözümlü tapması prosesi yazı mətni üzərində düşünmək istəyən, bununla da öz intellektual səviyyəsini şüurlu sürətdə yüksəltmək istəyində olan ağıllı adamların hesabına getmişdir. Bu proses elektron jurnalı, elektron qəzeti, elektron kitabı ilə mübarizədə də oxşar olacaqdır. Yenə də intellektuallığa meylin gücü kanonik mətnlərə ayrıca bazar

yaradacaq. Kanonik mətnlərdə baş verən oxucu ilə aktiv dialoq (üzərində düşünmək, karandaşla qeydlər və s.) displey mətnlərdə interaktivliyə çevrilir (bu yerdə «interaktiv dialoq» anlayışını işlətmək olmur). Ona görə də bu gün «Qutenberq qalaktikasının» sona yetməsindən deyil, onun invariant dözümlü sənətdən söhbət getməlidir. Qəzet özünün avtobusda, metro qatarında, iclas zalında... oxunmaq kimi klassik üstünlüyünü hələ çox zaman qoruyub saxlayacaq. Qutenberq mətbuatı gözə xeyli artıq ziyan vuran elektron displeydən sərfəlidir. Rusiya vilayətlərinin birində aparılan tibbi ekspertizalar saatlarla kompüter qarşısında oturan hamilə qadınların 40 faizinin ciddi qüsurlu uşaqlara «sahib» olduqlarını sübut etmişdir.

Elektron qəzet xeyli dərəcədə fərdi oxucuya yönəlir. Ənənəvi qəzetin hər hansı bir materialı geniş oxucu müzakirəsinə, mübahisəsinə səbəb olur. Bunu dəqiq anlamaq üçün videomaqnitofonla evdə fərdi baxılan filmə kinoteatrda, ya televiziya nümayiş etdirilən filmi müqayisə etmək olar. Birincidə baxılan film heç bir müzakirə obyektinə çevrilə bilmədiyi halda, ikincilərin kütləvilik onun kütləvi müzakirəsinə, təhlilinə, təsvirinə (geniş mənada) gətirib çıxarır. Videomaqnitofonların və videokassetlərin meydana gəlməsi ilə televiziya və kinonun aradan çıxacağına verilən proqnozların özünü qətiyyənlə doğrultmamaq dərəcəsi ənənəvi mətbuatla, telekommunikasiya və multimedialaşma arasındakı dərəcəyə bərabərdir. Eləcə də telekommunikasiyanın inkişaf epoxasında televiziya və mətbuatın, xüsusilə qəzetin yeri bəzən öz-özlüyündə müəyyənləşir. Məsələn, televiziya və qəzetə tipik münasibəti ifadə edən isveçrəlilər kanonik mətnə, indiki halda qəzetə ciddi informasiya mənbəyi kimi baxırlarsa, televiziya və videoya əyləncə mənbəyi kimi yanaşırlar.¹ Eyni münasibət və ya paralel olaraq bir az da artıq münasibəti ABŞ-da «Pablişere uikli» həftəliyi müşahidə etmişdir.² Ən adi tamaşaçı da getdikcə televiziyanın daha çox nəqliyyat rolunda olduğunu anlamağa başlayıb. Yəni qəzetin bütün materialları redaksiyanın öz sözüdürsə, televiziyanın efirə verdiyi materialın – indiki halda proqramların böyük əksəriyyəti başqasının məhsuludur (saatlarla gedən kinofilmləri, teatr tamaşalarını, idman translyasiyalarını, seçki kampaniyalarındakı şərhəz debütləri və s. təsəvvür etmək kifayətdir).

Təsədüfi deyil ki, milli mentalitetdən asılı olmayaraq, xalqların əksəriyyətində yuxarı yaşlı adamlar qəzetə daha çox müraciət edirlər. Skandinaviya ölkələrində aparılan tədqiqatlar göstərir ki, yaşlı nəslin 70 faizi qəzetə üstünlük verir. Məsələn, Finlandiyada əhalinin 87 faizi gündəlik qəzetləri oxuyur. Halbuki burada teletamaşaçıların faizi 73-ü keçmir.¹

XXI əsrin astanasından baxanda yeni çağın hələ çox möcüzələr göstərəcəyini hiss etmək çətin deyil.

Türk dünyasının böyük söz ustası Çingiz Aytmatov bu əsri kütləvi mədəniyyətin epogeyə çatacaq nöqtəsi hesab edir. “Kütləvi mədəniyyət bazar kompleksi olaraq yeni texnologiyanın, yeni kommunikasiyanın məhsuludur və xüsusilə onun Qərb variantı, biz istəsək də, istəməsək də, bütün Yer kürəsinə özünün supertəsirini göstərməkdədir. Biz hətta bu mədəniyyəti müasir “şamanizm” “elektron-lazer ekstrasensi” adlandırırıq. Müasir “şamanizmin”, “elektron-lazer-ekstrasensin” yaxınlaşdığı çağın rəqabət dünyasında mətbuat

¹ Варганова Е.Л. Северная модель к концу столетия, М., 1997, стр. 14.

² Steiner. С. The Future of Electronic Publishing: Two Views 1993, Qan. P.38.

¹ Варганова Е.Л. Северная модель в конце столетия, М., 1997, стр. 15.

yeni axtarışlar yolu ilə əsrlərdən bəri bəşəriyyətin tərbiyəsində oynadığı rolu qoruyub saxlamağı bacarmalıdır. Bu işdə kitab çapı ilə məşğul olan iri şirkətlərin fəaliyyəti maraqlıdır. İndi Amerikada yenə də böyük uğurla kitab nəşr edən və satan kompaniyalar multimedialaşma qarşısında nəinki narahatlıq keçirmir, habelə onun texniki imkanlarından bəhrələnməyə çalışır. Bu kompaniyalar hazırda multimedia sənayesi ilə yaxın əlaqələr saxlayır, birlikdə özündə qrafik tərtibatı, ənənəvi illüstrasiyaları olan ənənəvi kitablarla bərabər, kompakt disklərdə cürbəcür musiqi tərtibatını, multiplikasiya illüstrasiyalarını da əks etdirən genetik kitablar istehsal edirlər. Videokitablardan dəb minməsi ilə işgüzar amerikalılar heç də ənənəvi kitabdan imtina etmirlər. Çünki, yuxarıda dediyimiz kimi, kanonik mətnlər bəşər mədəniyyətinin əsrlərlə formalaşmış tərkib hissəsidir və ondan ayırılmaq o qədər də asan deyil. O cümlədən, qəzet erasının bitməsi haqqında danışmaq hələ çox tezdir.

Məhz bu keyfiyyəti qəzet, mətbuat tarixinə, onun tədqiqinə daha ciddi yanaşmağı tələb edir. Jurnalistikanın bu qolunun hərtərəfli tarixi tədqiqi praktikanın ənənə ilə bağlanmasına çox ciddi müsbət təsir göstərir və göstərmişdir. H.Zərdabinin jurnalistikada alturist fəaliyyətinin tarixi təcrübədən izahı, tədqiqi müasir jurnalistin öz peşəsindən yalnız pul qazanmaq deyil, habelə vətən, xalq, insan naminə istifadənin mümkünlüyünü də yada salır. Klassik qəzet publisistikasının hərtərəfli tədqiqi çağdaş jurnalistin təhlil bacarığının, mövzu zənginliyinin formalaşmasına şərait yaradır. Klassik jurnalistika məktəblərimizin fəaliyyət mexanizminin müasir jurnalistə tədrisi onun öz işində çevik, məhsuldar olmasına kömək edir.

Habelə siyasi, ictimai, mədəniyyət tariximizin mətbuatın tarixə çevrilmiş səhifələrindəki faktlarının ortaya çıxarılması bütöv bir millətin özünüdərkinə səbəb olur və s.

Radiojurnalistikanın formalaşma mərhələləri

Qəzetin tarixi kitab çapının meydana çıxması ilə bağlı olduğu kimi, radiojurnalistikanın tarixi də radionun yaranması ilə əlaqədardır. Radionun tarixi isə sərbəst fəzada yayılan elektromaqnit dalğaların kəşfinə söykənir. Belə ki, XIX əsrin ortaları elektrik, maqnetizm və optika sahəsində geniş kəşflərlə də səciyyələnir. Bu üç sahədə qazanılan uğurlar indiyə qədərki nəzəri təsəvvürlərin elektrodinamika adlanan bir nəzəriyyədə birləşməsinə səbəb oldu. Bu vəzifəni məşhur ingilis fiziki Ceyms Klark Maksvell yerinə yetirdi. Yeni nəzəriyyənin təcrübə sınaqlarını isə alman alimi Henrix Rudolf Herts həyata keçirdi. 1887-ci ildə apardığı təcrübələrdə o, sərbəst fəzədə elektromaqnit dalğalarının olduğunu sübut edərək Maksvellin nəzəri fikrini gerçəkləşdirdi. Lakin Herts bilmirdi ki, bu dalğaların vasitəsilə informasiyanı ötürmək olar. Əsas isə bu oldu ki, bir neçə ildən sonra alimlər arasında elektromaqnit dalğaların vasitəsilə informasiya ötürmək ideyası yarandı. 1895-ci ildə rus fiziki A.S.Popov elektromaqnit dalğaları vasitəsilə məlumatı ötürmə imkanı barədə elmi işini çap etdirdi. Elə həmin il 20 yaşlı italyalı Qulyelmo Markoni Hertsin təcrübələri əsasında öz eksperimentlərinə başladı. Markoni

tezliklə belə bir nəticəyə gəldi ki, radioötürücü üçün antenna gərəkdir. Antennanı hər dəfə böyütməklə o, müntəzəm olaraq ötürmə sahəsini də artırdı. 1895-ci ildə Markoninin qurğusu cəmi 2, 5 km məsafə qət edirdisə, iki ildən sonra bu məsafə 18 kilometrə çatdı. 1897-ci ildə artıq İngiltərədə yaşayan Markoni patent üçün ərizə verdi. Elə həmin il o, elektromaqnit dalğalarının naqilsiz ötürülməsinə dair patent aldı. Qeyd edək ki, bu sahədəki təcrübəsində hələ 8 il öncə eyni nəticələrə gəlmiş rus alimi A.S.Popov patent üçün ərizə vermədiyinə görə Markoni qabağa düşmüşdü. Ona görə də ədalət tələb edir ki, radiomaqnit dalğaları sahəsindəki ilk uğurları məhz onun qazandığı etiraf edilsin. Patentdən sonra dövlətdən maliyyə dəstəyi alan Q.Markoni 1902-ci ildə Atlantik okeanı üzərindən əlaqə yaradaraq dalğanı 3400 km. məsafəyə ötürməyə nail oldu. 1898-ci ildə Strasburq universitetinin professoru Karl Ferdinand Braun da bu sahədə çox böyük kəşflər etdi ki, bunların birləşməsi radorabitənin inkişafına təkan verdi. Beləliklə, XX əsrin lap əvvəllərində radio fakt kimi meydana çıxdı. 1909-cu ildə fizika üzrə Nobel mükafatı komitəsi Markoni və Braunun xidmətlərini mükafatlandırdı.¹

1901-ci ildə Kembricin məşhur Kavendiş laboratoriyasında apardığı tədqiqatlar nəticəsində C.C.Tomson və O.U.Riçardson radiotexnikanın əsasını təşkil edən elektrik lampalarını meydana qoydular. O vaxtdan da radiotexnika və radorabitə çox güclü inkişaf yoluna çıxdı. Radionun ixtirasından 20 il sonra televiziya meydana çıxdı. Televiziya təsvirləri verən kineskop Braunun hələ 1897-ci ildə əldə etdiyi elektron-şüa borusunun əsasında yaranmışdı. Elə ona görə də fizika üzrə Nobel komitəsi 1928-ci ildə mükafatı Riçardsona verdi.

Beləliklə, «Radio bir möcüzə kimi meydana gəldi». İndiyə qədər bəşəriyyət yazılı informasiyaya – qəzet informasiyasına öyrəşmişdi, radio isə şifahi – danışq xəbərini yayımlamağa başladı.

Lakin heç də belə təsəvvür yaranmasın ki, bir texniki ixtira kimi radionun meydana gəlməsilə dərhal radiojurnalistika da əmələ gəlmişdir. Radiojurnalistika bir anlayış və bir fəaliyyət sferası olaraq sonranın məhsuludur. Hələ bu mərhələyə qədər də Azərbaycan radiosu maraqlı inkişaf yolu keçmişdir. Azərbaycan radiosunun önəmli tədqiqatçıları dosent Y.Əlizadə və Q.Məhərrəmov bu sahədə maraqlı əsərlər yazmışlar.¹ Y.Əlizadə özünün «Radiojurnalistikanın əsasları» adlı dərslik-tədqiqat işində radiomuzun keçdiyi tarixi yolu izləmiş, bu inkişafın mərhələlərini araşdırmışdır. Müəllif maraqlı belə bir fakt üzərində dayanmışdır ki, «Azərbaycanda radio rabitəsinin texniki bazasını Azərbaycan Demokratik Respublikası hökumətindən qalmış yeganə hərbi radiostansiya təşkil etmişdir»². Bundan sonra radio həvəskarlarının bu sahənin inkişafında xüsusi rolu qeyd edilir, ilk radiosınaq verilişlərinin xarakteri tədqiq olunur. Tədqiqatçı Q.Məhərrəmov bir kütləvi informasiya vasitəsi kimi radionun sosial mahiyyətini, tarixini və müasir vəziyyətini, onun yaradıcılıq komponentlərini elmi nəzəri cəhətdən işləmişdir. Elə bu kitablara istinadən Azərbaycan radiosunun tarixi inkişaf mərhələlərinə qısa bir ekskurs xeyirli olardı.

¹ Бах: В.Чолаков. Нобелевские премии. Ученые и открытия. М., 1986, стр. 104.

¹ J.Əlizadə. Радиожурналистиканын əsasлары. Bakı, 1991. Г. Мəһəррəмов. Радиодалғаларында. Bakı, 1999.

² J.Əlizadə. Радиожурналистиканын əsasлары. Bakı, 1991, səh. 12

Əlbəttə, bir fakt olaraq Azərbaycanca müntəzəm radio verilişləri 1926-cı il noyabrın 6-da başlanmışdır. Elə bu «müntəzəmliyə» görə də bizdə radionun yaranma tarixi həmin vaxtdan hesab olunur. Lakin 1918-1920-ci illərdə fəaliyyət göstərmiş Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti hökuməti ölkədə radionun təməlini qoymuşdur. Fransa ilə müstəqil Azərbaycanın ictimai, siyasi, mədəni əlaqələri çərçivəsində bu ölkənin xüsusi köməyi ilə Azərbaycanda hələ 1919-cu ilin noyabrında ilk radiostansiya fəaliyyətə başlamışdı. Lakin cümhuriyyətin özünün süqutundan sonra bu işlər yarımçıq qaldı.

Tədqiqatçıların qeyd etdiyi kimi, artıq bu dövrdən sonra Azərbaycanda radionun yaradılması Rusiyada bu sahənin inkişafı ilə bağlı olmuşdur. Kommunistlər radionun təbliğat, təşviqat işində əvəzsiz rolunu hiss edərək istər Rusiyada, istərsə də imperiyanın ucqarlarında onun inkişafına ciddi diqqət yetirməli oldular. Beləliklə, 1922-ci il avqustun 21-də Moskvada yaradılan və Rusiyada geniş sınaq verilişlərinə başlayan Mərkəzi Radio –telefon stansiyası digər respublikalarda radionun yaradılmasının əsası oldu. Və Azərbaycan dinləyicisi 1926-cı il noyabrın 6-dan öz radiosunun səsinə müntəzəm eşitməyə başladı.

Radio bir informasiya vasitəsi kimi dünyanın hər yerində özünün inkişaf yoluna qədəm qoyurdu. Radionun məlumatlandırmaq sahəsindəki fəaliyyəti təkmilləşdikcə radiojurnalistikanın ilk nümunələri özünü göstərirdi.

Xüsusilə 1920-ci illərdə ABŞ-da və bir çox Avropa ölkələrində radioinformasiyalar efirə çıxmağa başlamışdır.

Professor Oya Tokgözün Türkiyədə nəşr olunmuş “Təməl qəzetçilik” kitabında “az inkişaf etmiş və ya inkişaf etməkdə olan ölkələrdə radionun cəmiyyətə gəlişi 1930-1940-ı illər arası” göstərilir.¹ Halbuki ən azı “inkişaf etməkdə olan SSRİ-də, o cümlədən sovet Azərbaycanında radio 1920-ci illərdə xeyli formalaşmış və rəsmi informasiya qurumu kimi 1926-cı ildən tam fəaliyyətə başlamışdır.

Çox müxtəlif mərhələlərdən keçən radionun 1927-ci ildən ikinci dünya müharibəsinin sonunadək olan dövrünü, əslində onun formalaşma dövrü hesab etmək olar. Bu dövrdə artıq radio çox ciddi bir informasiya vasitəsi statusunu alır. SSRİ-Almaniya müharibəsi dövründə Sovet İnformasiya Bürosunun bütün rəsmi məlumatları həm də radio ilə dinləyicilərə ötürülmüşdür. Televiziya ideyalarının II dünya müharibəsi ilə bağlı ləngiməsi bir informasiya vasitəsi kimi radionu daha çox qiymətə mindirmişdir. Oya Tokgöz haqlı olaraq bu dövrü «informasiya vermək imkanı ilə bağlı olaraq radionun qızıl dövrü»¹ adlandırır.

Radio özünün bu ilk çağında dünya siyasətçilərinin, xüsusilə də SSRİ dövlətinin əlində daha çox təbliğat vasitəsi rolunu oynamışdır. İndiyə qədər qəzetə xəbər verilməsi, qəzetin çap prosesinin tələb etdiyi uzun vaxtın qarşısında radioxəbər görünməmiş sürəti, canlılığı və birbaşalılığı bu informasiya vasitəsinin əvəzsiz rolunu təmin etdi. Bu, radiojurnalistikanın artıq meydana çıxdığı mərhələdir. Hələ bu mərhələ istər informasiyanın sürətlə ötürülməsi, istər jurnalistikada yeni müxbir–reportyor tipinin yaranması baxımından televiziya jurnalistikasına böyük bir baza yaratmaq, keçid mərhələsi rolunu oynamaq şərəfi də radionun üzərinə düşdü. Elə buna görə də 1950-ci

¹ Бак: 1994, ... 298.

¹ Бак: 1994, ... 298.

illərdən 1960-cı illərədək olan dövr radiojurnalistikanın və bütövlükdə radionun telejurnalistika və eləcə də televiziya ilə kəskin rəqabətə girdiyi mərhələ kimi səciyyələnə bilər. Bu zaman görməyi dinləməkdən üstün tutan adamları, yəni dünən radioya möcüzə kimi baxanların televiziya üz tutmasının qarşısına çıxmaq üçün radio ciddi mübarizə tarixini yaşamışdır. Və mübarizədə özünün informasiya ötürmək yolunda yeni forma və üsullar tapan, texniki vasitələrini zənginləşdirən radio, bir çox tədqiqatçıların fikrincə, televiziya qarşısında duruş gətirə bilmiş və indi də bu duruşda davam etməkdədir. Yazı maqnit lentlərinin kəşfi radio verilişlərinin forma və məzmununa sonsuz müsbət təsir göstərmiş və artıq radio təkcə informasiya, konsert ötürən bir vasitə deyil, habelə radiotamaşalar, radiokompozisiyalar, radioqəzetlər... vasitəsinə çevrilərək cəmiyyət üçün vacib mədəniyyət atributu rolunu oynayır. Radio böyük siyasətçinin böyük auditoriyaya müraciət imkanından tutmuş evdar qadının mətbəxdə dünyanı dinləmək, taksi sürücüsünün beynəlxalq həyatdan xəbərdar olmaq, heç kimə məlum olmayan bir müğənninin bircə anda populyarlaşmaq... imkanadək hər kəsin köməyinə gəlir, hər kəsin gərəyi olur. İndi dünyanı radiosuz təsəvvür etmək mümkün deyil. Kompakt FM-radiostansiyaları dünyanı bizim evlərimizə gətirir. Lakin bütün bu texniki vasitələrin hamısı habelə yaradıcı insanların fəaliyyəti nəticəsində maraqlı olur, səmərə verir. Bu yaradıcı insanların böyük qrupu jurnalistlərdən ibarətdir. Radiojurnalistika kimi ciddi bir peşə sahəsi onların adı ilə bağlıdır. Bu peşənin yaradıcılıq xüsusiyyətləri barədə ayrıca söhbət açacağıq.

Telejurnalistikanın tarixi inkişaf yolu

Televiziyanın tarixi də radio tarixi kimi bir neçə mərhələdən keçir. Və bu mərhələnin hər biri onun yeni inkişaf səviyyəsi kimi səciyyələnir. Əvvəlcə onu qeyd edək ki, bir sıra bəzi texniki oxşarlıqlarına görə televiziyanın tarixi də, əslində, radionun kəşfi ilə bağlı təcrübələrdən başlayır. Buraya daha çox elektromaqnit dalğalarının ötürülməsi, antenanın ixtirası və s. daxildir. Lakin televiziyanın habelə öz inkişaf tarixi vardır. Bu tarixin tədqiqi bir sıra hallarda, məsələn, xüsusilə rus sovet alimlərinin əsərlərində ideoloji xarakter daşımış, onun nəzəri və praktik istiqamətlərinin bir çoxunun ünvanı kimi Rusiya göstərilmişdir. Ancaq məsələyə köklü və obyektiv yanaşanda Rusiyada – daha dəqiq desək, SSRİ-də televiziyanın təşəkkülü bir sıra Qərbi ölkələrindən, habelə ABŞ-dən xeyli gec baş vermişdir.

XX əsrin böyük və maraqlı kəşflərindən biri televiziya ilə bağlıdır. Bu sahədə eksperimentlər xeyli vəsait tələb etdiyindən inkişaf səviyyəsindən asılı olaraq televiziya müxtəlif ölkələrdə müxtəlif vaxtlarda meydana çıxmışdır. ABŞ elmi-texniki tərəqqinin daha çox inkişaf tapdığı bir ölkə kimi bu sahədə də irəliləmiş və demək olar ki, 1920-ci illərin sonunda televiziya verilişləri sahəsində eksperimentləri gerçəkləşdirmişdir.

1927-ci ildə ABŞ-da yaradılan Federal Rəhbərlik Komissiyası artıq 1930-cu illərdə radio ilə bərabər inkişaf etməkdə olan televiziyanın da fəaliyyətini nəzərdə tuturdu. Elə bu dövrdən də ABŞ-da televiziya verilişləri artıq günün reallığına çevrilir. 1940-cı illərin ikinci yarısından müntəzəm televiziya

fəaliyyətinə başlayan ABŞ-da 1951-ci ildən rəngli televiziya meydana çıxdı. Televiziya bu ölkədə özünün çoxmilyonlu tamaşaçısına nail oldu.

«İngiltərədə teleyayım tarixi BI-BI-SI televiziyasının tarixindən başlayır. Bu şirkətin rəsmi olaraq teleyayım verməsi isə 1936-cı il noyabrın 2-dən hesablanır... 1948-ci ildə artıq Britaniyalıların evlərində 126.567 televizor vardı.»¹

Radionun və televiziya eksperimentlərinin vətəni Almaniya olmasa da, bu texniki ideyaları həmin ölkə də çox ciddi-cəhdlə gerçəkləşdirə bilib. Hətta müntəzəm radioverilişlərinə görə bu ölkə Qərbdə birincilər sırasında olub. «1935-ci ildə isə ilk televerilişlərə kütləvi baxış üçün Berlində kinoteatr tipli xüsusi məntəqə açılmışdı.»¹ 1936-cı ilin yanvarından gündə 2 saatlıq müntəzəm verilişlər yayımlanmağa başlamış və 1944-cü ilədək davam etmişdir. Bu ölkədə televiziyanın inkişafı 1945-ci ildə ikinci dünya müharibəsinin bitməsilə hissələrə bölünmüş Almaniyanın çeşidli ideologiyası üzərində inkişaf etmişdir.

Professor F.Mehdinin qeyd etdiyi kimi, «Rusiyada televiziya texnikasının yaranması sahəsində ilk təşəbbüs XX əsrin əvvəllərinə təsadüf edir.»² Hələ 1910-cu ildə Peterburq texnologiya institutunun professoru B.L.Rozinq təsvirin verilməsi və alınması üçün əsas sayılan elektron şüa aparatını yaratdı. Bir il sonra gələcək televiziyanın eksperimentləri aparıldı. Lakin 1917-ci il Oktyabr çevrilişi bu işləri yarımçıq qoydu. 1918-ci ildə Xalq Komissarları Şurasının xüsusi dekreti ilə Rusiyada radio, teleqraf və bunlarla bağlı fizika elmlərinin inkişaf etdirilməsinə göstəriş verildi. Bolşeviklər təbliğat işində radio kimi televiziyanın da gücünə inanır və bu gücü tezliklə işə salmaq istəyirdilər. İlk sınaqlar səssiz olmuşdur. Ancaq televiziya tezliklə «danışdı» və ilk çağlarında daha çox radionu yamsılamağa başladı. Təsadüfi deyil ki, 30-cu illərdə Rusiyada «radiovideniye» kimi bir termin çox populyar olmuşdur.»³ Tədqiqatçılardan biri o dövrün televiziyasını belə səciyyələndirir: «Radio üstəgəl veriliş zamanı studiyaya baxmaq möcüzəsi.»⁴ Bu günkü təsəvvürlə yanaşsaq 30-cu illər teletexnikası istər Qərb ölkələrində, istərsə də Rusiyada çox bəsit görünərdi. O dövrün televizor adlandırdığımız aparatları kibrit qutusu boyda olub az miqdarda buraxılırdı.

Rusiyada ilk televiziya komplektini P.V.Şmakov hazırlayıb. 1931-ci ildə S.İ.Katayev televiziya trubkasını və kineskopu yaratdı. 1934-cü ildə Leninqradda televiziyanın elektron sistemi sınaqdan keçirildi, 1938-1939-cu illərdə Leninqradda ilk televerilişlər efirə çıxdı. 1938-ci il martın 24-də Moskva mətbuatı Moskva televiziya mərkəzi tikintisinin yaxın vaxtlarda başa çatacağını xəbər verirdi. Moskva klublarında yüzə qədər televizor qoyulacağı da bu xəbərdə öz yerini tuturdu.⁵

¹ Демократик өлкələрин телевизия вә радио системи. Бақы, 1999, сәһ. 49.

¹ Демократик өлкələрин телевизия вә радио системи. Бақы, 1999, сәһ. 49.

¹ Ф.Мехди. Телевизија журналистикасы. «Журналистика мәсәләләри». Бақы, 1972, сәһ, 269.

³ В.В.Егоров. Телевидение: теория и практика. М., 1993, стр. 6.

⁴ В.Саппак. Телевидение и мы. М., 1972 г, стр. 137.

⁵ «Правда» гәзети, 24 март 1938.

1939-cu ildə verilən 106 nömrəli bir əmrədən sitat: «Bu il martın 31-dən gec olmayaraq 1939-cu il üçün televiziya verilişlərinin planını tərtib edib təsdiq üçün təqdim etmək...», SSRİ Xalq Komissarları Şurası yanında Ümumittifaq Radiolaşdırma və Radioverilişləri Komitəsi sədrinin bu əmri həqiqətən də Rusiyada televiziyanın müntəzəm fəaliyyətinin elə o zaman gerçəkləşmək imkanından xəbər verir. Lakin tədqiqatçı V.V.Yeqorovun da qeyd etdiyi kimi, «ikinci dünya müharibəsi dövründə nə Avropada, nə də SSRİ-də televerilişlər olmamışdır.»³ Müharibə qurtarandan dərhal sonra, 1945-ci ilin iyunundan Moskvada ilk verilişlər, dekabrda isə müntəzəm televerilişlər efirə çıxmışdır. Lakin bütün bunlarla belə Türkiyə tədqiqatçısı O. Tokgözün də sözündə böyük həqiqət var ki, əsl televiziya yayımları və televiziya jurnalistikası bütün dünyada 1950-ci illərin məhsuludur.

Azərbaycanda televiziyanın inkişafı, keçmiş Sovet İttifaqına daxil olan respublikaların hamısında olduğu kimi, Moskva Televiziya Mərkəzinin inkişafı ilə əlaqədar olub. 1950-ci illərin ortalarında SSRİ-nin bir sıra iri şəhərlərində və o cümlədən Azərbaycanın paytaxtı Bakıda televiziya mərkəzi yaradıldı. 1956-cı ildə Bakıda hələlik yalnız şəhər əhalisinin baxa bildiyi televiziya fəaliyyətə başladı. 1960-cı illərdə onun əhatə dairəsi ötürücü stansiyalar vasitəsilə genişləndi. Azərbaycan jurnalistikasında elə o zaman televiziya jurnalistikası anlayışı yarandı və fəaliyyətə başladı.

Bütün Sovet İttifaqında olduğu kimi, Azərbaycanda da televiziya yarandığı gündən dövlət inhisarında fəaliyyət göstərib. Özəl telekanallara qadağaların mövcudluğu şəraitində nə televiziyanın, nə də telejurnalistikanın inkişafından söhbət gedə bilməz. Azərbaycan 1990-cı illərin əvvəllərindən müstəqillik əldə edən kimi ölkədə jurnalistikanın bütün funksional qolları, o cümlədən televiziya inkişafa başladı. Əvvəlcə ANS Yayım və Mediya Şirkəti, daha sonra Space, AVA, Lider, ATV televiziya kanalları yarandı. Proses davam edir.

V fəsil

Müasir jurnalistikanın peşə differensiyası

Yuxarıda gördük ki, jurnalistika tarixi inkişaf yolunda primitiv qəzet çapından müasir elektron vasitələrinə qədər böyük və çeşidli mərhələlər keçmişdir. Elm də, sənət də, peşə də mahiyyətə belədir. Zaman keçdikcə yeni dünya yeni kəşflərin, yeni imkanların hesabına sənətə və peşəyə yeni yanaşma metodları və üsulları tələb edir. Jurnalistika da cəmiyyətə öz yolunu qəzətdən saldı. Bir az keçdi, jurnallar, almanaxlar, toplular jurnalistikanın məhsulu oldu. Amma bu, yazı jurnalistikasına aiddir. Deməli, jurnalistika 400 ildən artıq müddətdə yazının monopoliyasında olmuş, öz missiyasını bəşər tarixinin ən böyük kəşflərindən biri sayılan yazı – mətn dili ilə yerinə yetirmişdir. Bəlkə elə qəzet və jurnal nəşrinin jurnalistikada oynadığı çox uzun bir ömür rolunun nəticəsidir ki, dünyanın bir çox ölkələrində bizim peşəmizi qəzet, yaxud jurnal

³ В.В.Егоров. Теория и практика телевидение. М., 1993, стр. 8.

anlayışı ilə ifadə edirlər: qəzet jurnalistikası, radiojurnalistika, televiziya jurnalistikası. Türkiyə türkcəsində: qəzetə qəzetəçiliyi, radio qəzetəçiliyi, televiziya qəzetəçiliyi...

Əlbəttə, hər şey qəzet jurnalistikasından başlayır. Qəzetin inkişaf tarixi jurnalistikanın inkişaf tarixidir—desək yanlışdır. Jurnalistikanın qəzetlə bağlı uzun sürən epoxasında jurnal, almanax, bülleten nəşrləri də fəaliyyət göstərmişdir. Bütün bunların məcmuu mətbuat anlayışı ilə ifadə edilmişdir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, XV əsrin ortalarında Avropada meydana gəlmiş mətbuat əvvəlcə kitab tipli nəşrləri nəzərdə tutmuş, XVII əsrdən başlayaraq daha çox qəzet və jurnal nəşrlərindən ibarət olmuşdur. Əlbəttə, Qərbi ölkələrinin hər birində mətbuat anlayışı o xalqın dilində ifadə olunmuşdur. Məsələn, Rusiyada bu anlayış «pəçatg» sözü ilə ifadə olunur. Türkiyə türkcəsində XX əsrin 30-cu illərində işlədilən mətbuat anlayışı gənc türk dilçilər hərəkatının təşəbbüsü ilə «basın» sözü ilə əvəz edilmişdir. Azərbaycan türkcəsindəki «çap» sözü çap məhsulunu və bu prosesini çox yaxşı ifadə edir. Mətbuat sözü isə ərəbcədən olub bütün çap məhsullarının cəmini anladır.

Azərbaycanda mətbuat sözünün funksional tarixi iki əsrdən artıqdır. Bu gün də mətbuat sözü lüğətin işlək fondundadır. Lakin radio və televiziya yayımlarının meydana çıxması ilə mətbuat sözü də yayım məhsulları ilə əlaqədar özündə əks etdirdiyi monopolik xarakteri itirdi. Əvvəlcə radiojurnalistika terminləri ortaya çıxdı. Artıq mətbuat sözü bu anlayışların hamısını bir yerdə ifadə edə bilmirdi. Ona görə 1960-cı illərin «Kütləvi informasiya vasitələri» anlayışı leksikona daxil oldu. Bu anlayış sovet dövrü mətbuatının ideoloji funksiyasını əsas götürərək əvvəlcə «Kütləvi informasiya və təbliğat vasitələri» kimi qəbul edildi. Anlayışın bu forması rus dilində olan «Sredstva massovoy informatsii i propaqanda» ifadəsinin kalkası idi. Abrevatura şəklində – rusca: SMİP, Azərbaycanca: KİTV – kimi səslənirdi. XX əsrin ikinci yarısından mətbuat anlayışı ingilis dilli xalqlarda da dəyişdi. Bu anlayış İngiltərə və ABŞ kimi ölkələrdə communication – kommunikasiya kimi səslənirdi. 1970-ci illərdən isə anlayışı ümumi ifadə etmək üçün mass-media termini daha işlək olmuşdur. SSRİ dövləti dağılandıqdan sonra kommunist rejiminin aradan qalxması ilə jurnalistikanın da əsl funksiyalarının yeni anlamı Rusiyada, habelə digər postsovet ölkələrində KİTV anlayışına yenidən baxmağa məcbur etdi. Bu gün istər Rusiyada, istərsə də Azərbaycanda populyar olan KİV-kütləvi informasiya vasitələri – SMİ – sredstva massovoy informatsii – terminləri jurnalistikanın təbliğatı rədd etməsi kimi önəmli bir prosesin başlanğıcından xəbər verir. Hətta postsovet məkanı Qərbi çoxdan qəbul etdiyi «Mass-media» – kütlələrlə əlaqə – anlayışını da KİV-ə paralel işlətməyə başlamışdır.

Deməli, KİV, mass-media bir tərəfdən, məlumatlandırmaqdan ibarət olduğunu «elan» etməklə, habelə jurnalistikanın bütün funksional istiqamətlərini də özündə birləşdirir. Lakin bu birləşmə formal xarakter daşıyır. KİV anlayışı, əslində jurnalistikanın üç mühüm qolunu – qəzetçilik, radiojurnalistika, telejurnalistika kimi hər birinin çox ciddi özünəməxsus xüsusiyyətləri olan peşə sahələrini birləşdirir. Bu sahələrin hər birinin xüsusiyyətlərini ayrıca nəzərdən keçirək.

yaradıcılıq xüsusiyyətləri

Jurnalistikanın əsası qəzetçiliklə qoyulduğuna görə peşənin bu qolunun qanunauyğunluqları və nəzəriyyəsi daha erkən işlənməyə və zənginləşməyə başlamışdır. «Mətbuatın dörd nəzəriyyəsi» kitabının müəlliflərinin də qeyd etdiyi kimi, «...mətbuat – yəni qəzet və digər çap məhsulları çoxdan mövcud olduğuna görə onun haqqında nəzəri və fəlsəfi fikirlər daha çoxdur.»¹

Cəmiyyətin inkişaf tarixində elə faktlar var ki, əvvəl onun nəzəri konsepsiyası yaranır, sonra praktik gerçəkləşmə prosesi baş verir. Elə fakt da var ki, praktik gerçəkləşmə prosesindən sonra onun daha da inkişafı üçün nəzəri konsepsiyalar meydana çıxır. Məsələn, xalqın dili bu dilin qrammatikasından əvvəl formalaşmışdır. Ədəbiyyat, bədii sözün tarixi də onun nəzəriyyəsi ilə əlaqəli çox-çox qədimdir. Jurnalistika da bu sıradadır. Əvvəl kütləvi informasiya vasitəsi yaranıb, onun yaradıcılıq konsepsiyası isə çox-çox sonranın məhsuludur. Beləliklə, qəzet jurnalistikasının yaradıcılıq istiqamətləri barədə nəzəri fikirlərin tarixi onun özündən xeyli sonra ortaya çıxmışdır. Lakin «xeyli sonra» olsa da, bu nəzəri fikirlər sənətin yeni növünün mükəmmələşməsi, təkmilləşməsi yolunda misilsiz rol oynamışdır. Biz bu nəzəriyyələri və onların əsasında yaranan işlək modellər ətrafında gələcəkdə söhbət edəcəyik. İndiki halda isə qəzet jurnalistikasının yaradıcılıq xüsusiyyətləri barədə danışmaq vacibdir.

Demək olar ki, bütün izahlı lüğətlərdə qəzet dövrü mətbuat sistemində daxil olan ən qədim informasiya vasitəsi kimi izah edilir. Bu izahda indiki halda bizi daha çox onun informasiya vasitəsi olması faktı maraqlandırır. Həqiqətən də qəzetin hələ əlyazma şəklində olan qədim forması da informasiya – məlumat funksiyası daşımışdır. Qəzet bu gün də, əsasən, həmin vəzifəni yerinə yetirir. Artıq yuxarıda bir dəfə xatırladığımız ingilis dilli xalqlardakı adı – «nyus peype» qəzetin yaranışdan ilkin funksiyasını daha dəqiq ifadə etməkdədir. Beləliklə, qəzet informasiya vasitəsi kimi öz fəaliyyətini necə qurur?

Qəzetin fəaliyyət mexanizmi redaksiyada qurulur. Redaksiya latınca redaktus sözündən olub qaydaya salmaq mənasını verir. Mətnin işlənilməsi hazırlanması prosesinə redaktə deyilir. Bu prosesi icra edən adama redaktor deyilir. Bütün bu proseslərin həyata keçirildiyi məkana isə redaksiya adı verilir. Redaksiya – habelə qəzetin nəşrinə məsuliyyət daşıyan, təsis edilən obyektidir. Bu obyektə, eləcə də qəzetin bütün fəaliyyətinə məsuliyyət daşıyan adam redaktor adlanır.

Qəzet hüquqi cəhətdən fəaliyyət göstərmək üçün təsis edilir. Azərbaycanda qəzetin dövlət qeydiyyatı barədə xüsusi qanun var. Sivil dövlətlərdə qəzetin dövlət qeydiyyatından keçməsi tələb olunmur. Qəzet redaksiyası yalnız öz məhsulunun satışa çıxarılması barədə vergi orqanlarına məlumat verməyə borcludur.

Redaksiyaya redaktor rəhbərlik edir. Redaksiyanın müxtəlif sahələr üzrə şöbələri, şöbə müdirləri, müxbirləri, texniki işçiləri, mühasibatı, çap texnikası vardır. Bütün bunların hamısı birlikdə qəzetin buraxılmasını gerçəkləşdirir. Hər şeydən əvvəl, əlbəttə, qəzetə ad qoyulur. Bu adla qəzet ilk növbədə qəzetlər sistemində özünü müəyyənləşdirir. Qəzetin adı, adətən onun ideyasına, mövqeyinə uyğun olur. Məsələn, «Faynenşl tayms» – İngiltərənin nüfuzlu

¹ Фред Сиберт, Теодор Питерсон, Илбур Шрамм. Четыре теории печати. М., 1997, стр. 15.

qəzeti olub adında ifadə edildiyi kimi, daha çox maliyyə məsələlərinin işıqlandırılmasına üstünlük verir. «Nyu-York Tayms»- qəzetinin adında ifadə olunan Nyu-York lap ilk vaxtlar xüsusi məna kəsb etsə də, bu gün həmin qəzetin xəbərləri təkcə nəşr olunduğu şəhəri deyil, bütün dünyanı əhatə edir. Eləcə də «Vaşinqton post», «Mokovskie novosti»... qəzetlərini misal gətirmək olar.

Lakin qəzetin adı heç də həmişə onun tam ideyası demək deyil. Bəzən qəzet nəşirləri şəraitdən asılı olaraq senzuranı çəkdirmə üçün də qəzetə əsl ideyanı gizlədən ad verməyə məcbur olmuşlar. Məsələn, Azərbaycanın ilk milli mətbuat orqanı «Əkinçi» belə bir tale yaşamışdır.

İdeya ilə çap olunan və ideyaya xidmət edən qəzetlər adətən ideoloji istiqamət daşımışlar. Rusiyada inqilabi demokratik orqanlardan sayılan «Vperyod», «Narodnoye delo», sonralar bolşevik qəzetləri «İskra», «Pravda» bu tipli mətbuat nümunələridir. Azərbaycanın yeni müstəqillik hərəkatı ərəfəsində yaranan «Azadlıq», «Yeni Müsavat», «Müxalifət»... qəzetləri də ideoloji kanonlar əsasında fəaliyyət göstərmişlər.

Bu qəzetlərdə Qərbi jurnalistikasının əsas modellərini təşkil edən qərəzsiz, tərəfsiz informasiya tipinin tətbiqindən söz gedə bilməz. Lakin bu tipli qəzetlər Azərbaycanda yaranmaqda və inkişaf etməkdədir. Qərəzsiz, tərəfsiz informasiya qəzetlərinin adında da həmin keyfiyyətlər öz əksini tapır. Qərbin formalaşdırdığı modellərə söykənən «Ayna», «525-ci qəzet», «Şərq», «Aktual», «Zaman», «Bu gün», «Hər gün» və s. qəzetlər öz adları ilə də ümumi informasiya vasitəsi rolu daşdığına işarə verir.

Qəzetlər bəhs etdikləri sahələrə görə də differensiallaşma prosesi keçirmişdir. Bunlara sahə qəzetləri deyilir. Sahə qəzeti daha çox müəyyən bir sahənin problemləri ilə bağlı fəaliyyət göstərir. Məsələn, Rusiyada 1831-ci ildən əsası qoyulan «Literaturnə qazeta», Azərbaycanda nəşr olunan «Ədəbiyyat» qəzeti daha çox ədəbi-bədii prosesin ətrafında fəaliyyət göstərdiyi kimi, Azərbaycanın müasir qəzetləri sırasındakı «Ədalət» (hüquq-mühafizə problemləri), «Azərbaycan dəmiryolçusu» (dəmir yolu), «Azərbaycan Ordusu» (ordu), «İstehlakçı» (alıcı və məhsul) kimi onlarca qəzetin hər biri adında ifadə olunan sahələrdən daha çox informasiya verir.

Qəzetin müxbirləri onun əsas informasiya toplayan qüvvəsidir. Müxbir – artıq peşəkar jurnalistdir. Qərbi ölkələrində ümumiyyətlə jurnalistə – müxbirə reportyor deyirlər. «Jurnalistikada hər şey reportyordan başlayır. Ən usta redaktorların da əsas gücü reportyorun informasiya toplamaq qabiliyyətilə müəyyənləşir. Axı, hər şeydən əvvəl informasiya məhsulunu yığmaq lazımdır!»¹

Deməli, müxbir qəzetin bel sütunudur. Əslində, ən çətin iş onundur. Jurnalistlər arasında istedadsız adamın müxbirliyə yaramadığını bildiren «bundan ancaq redaktor olar» zarafatı da onun redaktordan artıq yazı qabiliyyətinə malik olması zərurətindən irəli gəlir.

Müxbir, əsasən, jurnalist təhsili almış (başqa sahələrdən jurnalistikaya gələnlər istisna olmaqla), jurnalistikanın nəzəri cəhətlərinə, bir sıra ictimai elmlərin fundamental bilgilərinə sahib olmuş adamdır. Lakin bütün bunlar peşəkar müxbir olmaq üçün, olsa-olsa, bünövrə rolunu oynayır. Yuxarıda

¹ Справочник для журналистов стран центральной и восточной Европы. М., 1998, стр. 10

jurnalistin peşə xarakteristikasına dair dediyimiz fikirlərin hamısı müxbirə də aiddir.

Qəzet yalnız o zaman maraqlı olacaq ki, müxbirlər ictimai əhəmiyyət kəsb edən informasiyanı görə biləcəklər, onu aşkar edə biləcəklər. «Müxbir üzə görünməyən faktı tapmaq, adamları söhbətə cəlb etmək, informasiya mənbələrini bilmək, informatorlar şəbəkəsi yaratmaq, cəld və operativ olmaq kimi keyfiyyətlər daşmalıdır.»¹ Müxbir peşəsinin, yaxşı mənada, fanatiki olmalıdır. Tapşırığı yerinə yetirmək məmnunluğu onun fəaliyyətinin bir hissəsi olmalıdır. Sənədlər, qeydlər, adamlarla müsahibə və şəxsi müşahidə onun əsas informasiya mənbələridir.

Redaksiyada müxbirlər arasında mövzular, sahələr üzrə ixtisaslaşma gedir. Müəyyən sahəni daha yaxşı bilən müxbir həmin sahəni əhatə edən şöbədə fəaliyyət göstərir.

Qəzetin imkanından, əhatə dairəsindən, prestij və iddiasından asılı olaraq şöbələr yaranır. Qərbi ölkələrində bizim şöbə adlandırdığımız belə bölmələrə departament deyirlər.

Biz ənənəvi leksikona, Azərbaycan klassik jurnalistikasına söykənsək redaksiyanın təxminən aşağıdakı şöbələri mövcuddur: xəbərlər, publisistika, iqtisadiyyat, elm, mədəniyyət, beynəlxalq həyat, siyasət və s. bu siyahı müxtəlif qəzetlərdə müxtəlif ola bilər.

Qəzet jurnalistikası – yazı jurnalistikasıdır. Xüsusilə elektron-şifahi jurnalistikanın bugünkü inkişaf mərhələsində qəzet jurnalistikasını fərqləndirmək üçün «yazı jurnalistikası» sözü Qərbdə daha işlək olmağa başlamışdır. Yazı ilə bağlı olduğu üçün qəzet materialları yazılı mətndən ibarətdir. Bu yazıların sərəlvhələri səhifədəki materialları bir-birindən ayırmağa kömək edir. Lakin sərəlvhənin çox mühüm bir vəzifəsi var: «Sərəlvhə qəzətdə, yaxud jurnalda dərc edilən materialın adıdır. Sərəlvhə çap olunmuş mətnin məzmununu ifadə etməli, onun mövzusu, ideyası, xarakteri haqqında təsəvvür yaratmalıdır. Sərəlvhə ifadəli, lakonik, obrazlı, oxucunu cəlb etmək, onu oxumağa məcbur etmək xarakterinə malik olmalıdır. Xüsusi ölçülü şrifflə bir və yaxud bir neçə sətirə yığılır, adətən materialın yuxarısında qoyulur. Müxtəlif yerləşmələr də istisna deyil.»² İfadəli, obrazlı, mənalı, qısa sərəlvhə yaratmaq istedad işidir. Azərbaycan klassik qəzet jurnalistikasında «Uzaq ellərin yaxın töhfələri», «Məzlum ən böyük zalımdır», «Nicat məhəbbətdədir», «Qayıрма hadisələr», yeni jurnalistikamızda «Gözlənilən qətlin tarixçəsi», «Səs işğalçıları», «On beş milyon manat biabırçılıq» kimi tutumlu, lakonik, ifadəli sərəlvhələr çoxdur. Müasir jurnalistikada sərəlvhənin tutumu daha çox əhəmiyyət kəsb etməyə başlamışdır. Əvvəllər bir çox halda sərəlvhəsiz təqdim olunan xəbərlər indi çox cəlbədiçi sərəlvhələrlə qəzet səhifəsinə çıxarılır.

Qəzet jurnalistikasında tarixən formalaşmış janrlar xüsusi əhəmiyyətə malikdir. İnformasiya janrları, analitik informasiya janrları, publisistik, satirik janrlar istər klassiklərin, istərsə də müasirlərin yaradıcılığında mühüm rol oynayır.

¹ Справочник для журналистов стран центральной и восточной Европы. М., 1998, стр. 10

² Власть, зеркало или служанка? Том 2. М., 1998, стр. 192 .

Janr mövzunun ifadəsi üçün ölçü, forma, qəlib, bir az da sərbəst desək, stereotip keyfiyyətdir. Janrın çox ciddi nəzəri keyfiyyətləri Azərbaycanda professor F.Mehdinin tədqiqatlarında öz əksini tapmışdır.²

Biz də yeri gəldikcə bu barədə danışacağıq. İndiki halda bizi janrın qəzet jurnalistikasında rolu maraqlandırır.

Sovet jurnalistikasında peşəkar jurnalistlər mövzu ətrafında olduğu kimi, janr sahəsində də ixtisaslaşmışdılar. Məsələn, sovet jurnalistikasında oçerkin A.Aqronovski, V.Oveçkin, N.Babayev, felyetonun M.Zoşşenko, M.Koltsov, C.Gözəlov... kimi xüsusi peşəkarları olmuşdur. Klassik Azərbaycan jurnalistikasında C.Məmmədquluzadə, Ü.Hacıbəyli felyeton ustası kimi daha çox yadda qalmışdır. Çağdaş Azərbaycan qəzet jurnalistikasında janr ölçülərində əvvəllər hiss etdiyimiz kanonlara o qədər də ciddi əhəmiyyət verilmir. Məsələn, sovet dövründə çox dəbdə olan oçerk janrından jurnalistlər son onillikdə tamam imtina etmişlər. Qəzet səhifələrində felyeton, pamflet və s. kimi janrlara **rast** gəlmək çətinləşmişdir.

Müasir dövrdə qəzətdə informasiya və analitik informasiya janrları – xəbər, geniş xəbər, müsahibə, reportaj, eksklüziv intervü, hesabat daha işlək olmuşdur. Bunun obyektiv səbəblərindən biri informasiyaya tələbin artması, informasiyanın daha çox ictimai maraq dairəsinə düşməsi ilə bağlıdır.

Qəzet jurnalistikasında ciddi yaradıcılıq keyfiyyəti tələb edən xüsusiyyətlərdən biri hazır materialın oxucuya təqdim olumasının forma və üsullarıdır. Bu barədə ətraflı məlumat üçün oxucunu daha fundamental tədqiqatlara ünvanlamaqla bərabər, qısa populyar izahı da artıq hesab etmirik.

Müasir qəzetlər, əsasən, çoxsəhifəli olduğuna görə tərtibat –materialların səhifədə yerləşdirilməsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Qəzetçilər oxucu auditoriyasını yaxşı bildikləri üçün onların marağını nəzərə alaraq materialları səhifədə və nömrədə xüsusi qaydalarla yerləşdirirlər. İnformasiyanın həmişə dəbdə və geniş auditoriyanın tələb dairəsində olduğunu nəzərə alaraq, adətən onu birinci səhifəyə çıxarırlar. Bugünkü dünya praktikasına görə, ümumiyyətlə, nömrənin ön maraqlı materialları birinci səhifədə anonlaşdırılır. Digər səhifələrdə geniş materiallar – analitik xəbər janrları, publisistika, iqtisadiyyat, mədəniyyət, biznes, şou-biznes, idman, bədii ədəbiyyat və s. mövzular yerləşdirilir. Qəzetçi yaxşı bilir ki, nömrədə hər oxucunun öz guşəsi, öz səhifəsi, öz mövzu marağı var. Bunlar nəzərə alınır ki, məsələn, iqtisadi mövzularda yazı axtaranlar onun harada yerləşdiyini dəqiq bilsinlər və s.

Keçmiş iri mətbəələrdən, böyük yığı çap maşınlarından fərqli olaraq müasir qəzet texnikası mükəmməl, kompakt mətbəələrdən, kompüterləşmiş aparaturlardan ibarətdir. İndi qəzet İNTERNET şəbəkəsi ilə istənilən beynəlxalq prioritet informasiyanı əldə edir və öz oxucusuna çatdırır.

Qəzetin çap prosesi həm sadələşmiş, həm də keyfiyyətcə yüksəlmişdir. Neçə əsrdən bəri keçib gələn ağ-qara, hündür çap üsulunu artıq ofset çap üsulu – yəni yastı çap üsulu əvəz etmişdir. Bu da çap məhsulunun sürətliliyini, çapın dözümlülüyünü artırır, çap formasının tez sıradan çıxmasının qarşısını alır və ön əsası isə rəngli çap məhsulu istehsal etməyə şərait yaradır.

Qəzetin yazı jurnalistikası olduğunu dedik. Kütlə içərisinə çıxan yazı isə kütləvi dilə çevrilmək üçün, sözün, cümlənin aydın və dürüst olması üçün redaktə prosesindən keçməlidir. Çox nadir yazı ola bilər ki, qəzet səhifəsinə

¹ Ф.Мехди. Мәтбуат жанрлары. Бакы, 1996.

birbaşa – redaktə olunmamış çıxarılsın. Redaktə – redaksiyada mətnin kəsilib doğranması, müəllif fikrinin təhrif edilməsi deyildir. “Redaksiyaya təqdim olunmuş hər yazını qiymətləndirmək üçün nüfuzlu bir şəxs lazımdır ki, bu şəxs də məhz redaktordur... Ədəbi redaktor materialı işləyərkən ilk növbədə onu qiymətləndirir, qəzet səhifəsində yerləşdirilməsinin məqsəduyğunluğu barədə əsaslı və qəti hökm verir, fikirlərin dəqiqliyini və məntiqi ardıcılığını, kompozisiya bitkinliyini, fakt materialının dürüstlüyünü təmin etməli olur. Şübhəsiz ki, söz və ifadələri cilalamaq, müəllif üslubunun daha aydın və anlaşılıqlı olmasına çalışmaq da bu prosesdə mühüm yer tutur.”¹

Uzun müddət qəzet informasiya mənbəyi olmaqla yanaşı, həm də oxucuya düz yazıb düz oxumağı da öyrədən bir müəllim rolu oynamışdır. Böyük M.F.Axundov Azərbaycan milli mətbuatının banisi H.Zərdabiyə məktublarının birində yazırdı: “Sizin qəzetinizin əsas məziyyətlərindən biri ifadənin gözəlliyi, ibarələrin zərifliyi və aydınlığı, orfoqrafiyanın düzgünlüyü olmalıdır. Çünki sizin qəzetiniz başqa məsələlərlə yanaşı, Azərbaycan yazısını düzgün olmayan ifadələrdən təmizləməyə çalışmalı, bu dildə yazan bütün adamlar üçün nümunə olmalıdır.” H.B.Zərdabi “Əkinçi”də bu prinsipə də ciddi əməl etmişdir.

Qəzətdə sözün düzgün yazılışına, sintaksisin rahatlığına etinasızlıq jurnalist mədəniyyətsizliyidir, redaksiya pıntılığıdır. Bu pıntılığı, bu savadsızlıq aktını redaktə prosesi aradan qaldırır. Redaktənin qanunauyğunluqları isə elmi şəkildə bir çox istiqamətdən işlənmişdir.

Qəzet yazı jurnalistikası olaraq daha çox yazılı mətndən təşkil olunur. Bu yazılar geniş oxucu üçün nəzərdə tutulduğundan onların dili və üslubu spesifik keyfiyyət təşkil edir. Hər bir xalqın ədəbi dilinin üslubları sistemində qəzet üslubu artıq çoxdan formalaşmış, öz yerini müəyyənləşdirmişdir. “Doğrudur, qəzet dili nitq situasiyalarının məcmuudur.”¹ Lakin qəzet dilinin habelə öz xüsusiyyətləri vardır. Bu dilin leksikası, stereotip, basmaqəlib cümlə tipləri onu xüsusişdirir, üslublar sistemində yerini müəyyənləşdirir.

Azərbaycan ədəbi dilinin qəzet üslubu bədii üslubdan çox-çox gec formalaşsa da, bu üslub layiqincə inkişaf etmiş və jurnalistin özünüifadə vasitəsi kimi qiymətə minmişdir.

Qəzet jurnalisti sözlə işlədiyini anlayıb sözə qiymət verməyi, dilin leksik qatlarına dərinləndirən bələd olmağı, sözü məqamında işlətməyi, fərdi üsluba malik olmağı bacarmalıdır. Ədəbi qabiliyyət və bəlkə də istedad tələb edən bu keyfiyyətlər jurnalistin, habelə qəzetin uğurunu təmin edən faktorlardan başlıcasıdır.

Qəzet materiallarının bütün bu hazırlıq prosesi nömrənin çapa hazırlandığı son mərhələdə korrektura prosesindən keçir. Korrektura yığılmış – çapa hazırlanmış material üzərində gedir. Redaktə əlyazması üzərində aparılırsa, korrektura qəzetin səhifəsində, yaxud səhifə üçün yığılmış materialda aparılır. Kompüter texnikasının qəzet texnologiyasında geniş tətbiq olunduğu bizim çağda korrektura birbaşa displeydə – kompüter ekranında aparılır.

Korrektor redaktordan, korrektura redaktədən ciddi şəkildə fərqlənir. Redaktor yaradıcı adamdır, redaktə yaradıcı yanaşma prosesidir. Korrektor müəyyən mənada texniki işçidir, korrektura texniki işdir. Korrektor redaktorun

¹ Т.Рүстәмов. Әдәби редактәнин әсаслары. Бакы, 1975, сәһ. 7-8.

¹ В.Г.Костомаров. Русский язык на газетной полосе. М., 1971, стр. 3.

çapa təqdim etdiyi mətnin orijinalını çap variantı ilə tutuşdurmaq və onların eyniliyini təmin etmək missiyası daşıyır. Redaktorun buraxdığı səhvə görə korrektor məsuliyyət daşımır. Lakin bütün bunlarla belə savadlı korrektor işə yaradıcı yanaşarsa, ondan redaksiya ancaq məmnun ola bilər.

Qəzet jurnalistikasının spesifikasiyası, əlbəttə, heç də dediklərimizlə bitmir. Ancaq ilkin təsəvvür üçün bunların kifayət edəcəyinə də inanmaq olar.

Radiojurnalistikanın yaradıcılıq xüsusiyyətləri

Radiojurnalistika radionun bir texniki vasitə kimi tam formalaşmasından sonra yaranmış anlayışdır, fəaliyyət sahəsidir. Ona görə də əgər radio sırf texniki termindir, radiojurnalistika yaradıcılıq komponentlərini nəzərdə tutur.

Biz radionun yaranma tarixinə kiçik bir ekskurs etdik. Lakin nəhəng, imkanlı, vaxtı ilə möcüzəli bir informasiya vasitəsi kimi onun yaradıcılıq xüsusiyyətləri barədə də danışmalıyıq.

Radio yaranan kimi dərhal kommunikasiya vasitəsi rolunu oynamışdır. Lakin oxucunun da hiss etdiyi kimi biz kommunikasiya sözünün adətən tələb etdiyi “kütləvi” epitetini hələlik işlətmirik. Çünki radionun ilkin kommunikativliyi, əsasən, hərbiçilərə gərək olmuşdu. Orduda, hərbi dəniz donanmasında radio-əlaqə geniş tətbiq olunurdu. Deməli, hər halda bu ilkin informasiya ötürmələri radionun kütləvi kommunikasiya perspektivindən xəbər verirdi. Bu prosesin gələcək perspektivini əvvəlcədən görənlərdən biri hələ 1917-ci ildə böyük uzaqgörənliklə deyirdi: “Baxın, mənzilinizdə qəbulədi radiostansiya dayanıb. Mizin üstündə bir metal çərçivə və gücləndirici qoyulub. Yanında isə dalğası göstərilməklə ötürücü stansiyaların siyahısı asılıb. Mənzilin sahibi səhər tezdən qəzetləri özü oxumur, sadəcə olaraq qulağındakı simsiz telefonla qəzetləri dinləyir. Nahar zamanı o, son xəbərləri eşidir...”¹ Bu proqnoz XX əsrin 20-ci illərində tamam doğruldu və radio kütləvi informasiya vasitəsi kimi KİV sistemində vacib yer tutdu. Elə o zamanlardan da radiojurnalistikanın nəzəri əsasları barədə əsərlər meydana çıxmağa başlayır. Radiojurnalistikanın janrları, radiojurnalistin peşə xüsusiyyətləri, radionun dili və s. komponentlərə dair indiyədək xeyli tədqiqat əsəri işıq üzünə çıxmışdır. Azərbaycan jurnalistikasının nəzəri fikir araşdırıcıları da bu sahədə xeyli iş görmüşlər. Ayrı-ayrı məqalə və məruzələri, praktik qəzet yazıları ilə bərabər ciddi fundamental əsərlər də meydana çıxmışdır. T.Rüstəmovun “Radiojurnalistikanın əsasları”¹, Nəsir Əhmədovun “Səslər içində”², Yalçın Əlizadənin “Radiojurnalistikanın əsasları”³, Q.Məhərrəmovun “Radio dalğalarında”⁵ və s. araşdırmalar Azərbaycan radiosunun yaradıcılıq problemlərini müxtəlif rəqurslardan işıqlandırmışdır.

¹ Ситат Г.Мəһəррəмовун «Радио далғаларында» китабындан кəтүрүлүб. Бакы, 1999, сəһ.13

¹ Т.Рүстəмов. Радиожурналистиканын əсаслары. «Журналистика мəсəлəлəri», Бакы, 1972, сəһ. 245-267.

² Нəсир Əһмədov. Сəслər ичиндə, Бакы,1990.

³ Јалчын Əлизadə. Радиожурналистиканын əсаслары, Бакы, 1991.

⁴ Г.Мəһəррəмов. Радио далғаларында, Бакы, 1999.

Bütün nəzəri və praktik fikirlərdə radionun dinləyici ilə yaratdığı canlı münasibət onun çox böyük üstünlüyü kimi qiymətləndirilir. Qeyd edək ki, qəzet hadisə baş verəndən xeyli sonra bu barədə oxucuya informasiya verə bilər. Deməli, qəzet canlı ünsiyyət imkanından uzaqdır. Hətta bu cür ünsiyyət formasını və imkanını çox arzulayan qəzet təsəlli üçün reportaj janrına istinad etmək məcburiyyətində qalmışdır. Qəzet reportajı çox vaxt felin indiki zaman forması ilə danışaraq oxucuda hadisələrin bilavasitə iştirakçısına çevrilmək illüziyası yaradır. Radio bu illüziyanı gerçəkliyə çevirdi və doğrudan da, öz dinləyicisi ilə canlı əlaqə yaratdı.

Doğrudur, burada da səs canlılığı əsas olub, jurnalistin və onun təsvir etdiyi hadisələrin də görüntüsü meydana çıxmır. Lakin qəzetə nisbətən radiojurnalistika canlı ünsiyyət sahəsində inqilab yaratdı. O, sözü, mətni, səsi, müxtəlif təqlidi səsləri, informasiyada, xüsusilə reportajda vacib element sayılan və adətən rus dilindən alınan “interşum”u efirə çıxardı. Dinləyici həqiqətən özünü hadisələrin bilavasitə iştirakçısı kimi hiss etdi. Vəziyyət beləcə də qalır. Bu prosesdə qəzeti üstələyən radio habelə vizuallığı ilə ondan qabağa çıxan televiziya qarşısında “aciz” qaldı. Bununla belə radio 60-cı illər televiziyanın güclü inkişaf prosesindəki rəqabətə dözə bildi və yeni axtarışları, yeni tapıntıları ilə öz yerini möhkəmləndirməyi bacardı.

Tədqiqatçı Q.Məhərrəmov qeyd edir ki, radionun özünün bir informasiya vasitəsi kimi bir neçə xüsusiyyəti var. Əvvəla “insan nitqi, musiqi və müxtəlif səs effektləri – siqnalın birləşməsi radioverilişlərinin imkanlarını xeyli dərinləşdirir, modallığı, tempi, nitqin ardıcılığını çox incəliklə tənzimləyir”. Digər tərəfdən radiodinləyici istənilən dalğaya müraciət etməklə istənilən digər informasiya kanalına düşə bilər. Üçüncüsü, radio çoxproqramlı bir informasiya vasitəsi kimi maraqlıdır.

Radiojurnalistikası habelə elektron jurnalistikasıdır. Bu jurnalistikada peşəkarın fərdi yaradıcılığı mütləq kollektivin bir çox peşə işinin köməyi ilə üzə çıxır. Deməli, “Radio verilişləri, əsasən, kollektiv əməyin bəhrəsidir, yəni həmin əsərlərin yaranmasında mətni hazırlayanın, informasiya çatdıranın və ayrı-ayrı məlumat müəlliflərinin zəhməti var. Hətta konkret jurnalistin hazırladığı materialda belə rejissor düşüncəsi, redaktor ideyası, operator yeniliyi, musiqi tərtibatçısının zövqü özünü göstərir. Deməli, bütövlükdə veriliş üçün həmin kollektiv məsuliyyət daşıyır.”¹ Ancaq bütün bunlar peşəkar radiojurnalistin məsuliyyətini azaltmır. Əsas material onundur, əsas informasiya, mətn ona məxsusdur.

Radiojurnalistikada uzun müddət diktör sənəti çox köməyə gəlmişdir. Diktör – latınca danışan mənasında olub, müasir anlamda radio və televiziya da efirə gedən mətni oxuyan peşəkar adamı nəzərdə tutur. Radioda diktör, əlbəttə, xüsusi peşədir, onun öz yaradıcılıq xüsusiyyətləri var. Lakin diktör ona verilən mətndən kənara çıxma bilməz. Bu məhdudiyət jurnalistin bədahətən gələn fikirlərinə, dinləyici ilə birbaşa, canlı ünsiyyətinə mane olduğu üçün radio inkişaf etdikcə diktör peşəsi ikinci plana keçmiş, jurnalistin özü efirə daha çox çıxmağa başlamışdır. Bu proses artıqca radiojurnalistikada diktörü aparıcı əvəz etməyə başlamışdır. Bu gün seçilib-sayılan radiostudiyalar artıq tamamilə aparıcı-jurnalist peşəsini mənimsəmişdir.

¹ Г.Мəһəһррəмов. Радио далғаларында. Бакы, 1999, сəһ. 14-15.

Müasir dövrdə jurnalistlərin, demək olar ki, hamısı diktafondan istifadə edir. Lakin radiojurnalisti diktafonla bərabər, xüsusi olaraq radiojurnalist üçün yararlı olan reportyordan istifadə edir. (burada “reportyor” dedikdə səs yazı aparatı nəzərdə tutulur.)

Reportyor səsin effektiv yazılmasını təmin edir. Qələm qəzet jurnalistinin əsas peşə aləti olduğu kimi, reportyor və diktafon da radiojurnalistin peşə alətidir. Çünki radiojurnalistika şifahi nitqin məhsuludur. Burada jurnalistin mikrafon nitqi çox vaxt respondentin sinxron nitqi ilə müşayiət olunur. Bunları yaratmaq üçün səs yazı “alətləri” mütləq lazımdır.

Qəzet jurnalistikası hər hansı bir ciddi hadisə yerindən, tədbirdən, parlament iclaslarından yazılı hesabat, xülasə verdiyi halda, radiojurnalistika bəzən bu obyektlərdən birbaşa yayımla hadisənin tam mənzərəsini (vizuallığı çıxmaqla) təmin edir. Qərb terminologiyasında translyasiya adlanan bu proses radionu matahlandırان elementlər sırasındadır. Bunu aydın dərk etmək üçün futbol meydançasından radio ilə aparılan birbaşa reportajla, bir müddətdən sonra qəzet səhifəsinə bu mövzuda çıxarılan reportajı müqayisə etmək kifayətdir. Gələcəkdə televiziyadan bəhs edəndə bu müqayisədə radionun özünün vizual imkanlı jurnalistikada da uduzduğu məqamları qeyd edəcəyik.

Radio operativlik sevən və buna maksimum imkanı olan informasiya vasitələri sırasındadır. Sadəcə onun operativlik imkanı böyükdür və bundan istifadə jurnalistin öhdəsində qalır.

Radionun inkişafı bizim günlərdə onu böyük şirkətlərə, studiyalara çevirmişdir. Radio informasiyadan əlavə musiqi, teatr, poeziya və s. mədəniyyət atributlarının da ötürücüsüdür. Ona görə radio qurumlarında bu sahələrin hər birinə dair xüsusi redaksiyalar var. Bütün KİV sistemində olduğu kimi, radioda da informasiya – xəbərlər redaksiyası onun əsas, diqqətdə olan bölümüdür. Xəbərlər redaksiyası çox geniş fəaliyyət sahəsini əhatə edir. Ölkənin ictimai-siyasi vəziyyətindən, konkret bir ölkə əhalisinin ictimai marağından asılı olaraq radio verilişlərinin differensasiya statusu müəyyən edilir. Məsələn, deyək ki, dövlət, yaxud ictimai radio redaksiyaları maarifçilik, təhsil, teatr, poeziya, ictimai-siyasi... verilişlərə üstünlük verirsə, kommersiya radio kanalları yalnız ictimai maraqları təmin etməklə reklam bazarına çıxmaq problemini önə çəkir və s. Azərbaycan elektron jurnalistikası məkanında və eləcə də Qafqazda ilk kommersiya radiosu olan ANS-ÇM informasiya və musiqi proqramları ilə işləyir. Bu radionun operativlik keyfiyyəti “İsti-isti” rubrikası altında gedən, 30 dəqiqədən bir efirə çıxan informasiya proqramı ilə hamı tərəfindən etiraf edilir.

Özündən əvvəlki informasiya vasitəsi olan qəzetlə müqayisədə xeyli irəli çıxmış radio qəzətdən çox şey götürmüşdür. Radionun ilk sınaq çağlarında yaranan “radio-qəzet” anlayışını xatırlayın. Radiojurnalistika qəzet jurnalistikasıdan nəyi götürmüşdür? Radioredaksiyalar qəzet redaksiyasının müəyyən spesifik dəyişikliklərə uğramış modelləridir. İkincisi, radioda xəbər toplamaq üsulu qəzet üçün xəbər toplamaqdan çox da fərqlənmir. Xəbər mənbələri, jurnalistin öz müşahidələri burada da yerində qalır, dəyişən texniki vasitələrdir. Şifahi nitqlə yanaşı, radio da yazılı nitqdən çox istifadə edir: hər halda bütün informasiya və ssenarilər əvvəlcə həm də yazı şəklində ortaya çıxır və bundan sonra efir materialına çevrilir.

Redaktə və redaktor anlayışları, onların funksiyaları da qəzet terminologiyasından gəlir. Lakin radioda redaktor qəzet redaktorundan fərqlənir. Qəzet redaktoru bütünlükdə qəzetin fəaliyyətinə cavabdehdirsə, radioda redaktorun vəzifəsi yalnız redaktə ilə, informasiyanın müəyyənləşdirilməsi ilə – bir sözlə, konkret bir tematika sahəsinə cavabdehliklə məhdudlaşır. Radioda redaktə yazılı mətndə və şifahi lent yazılarında aparılır. Respondentin müsahibəsində, sinxronlarda redaktə lüzumu ola bilər və belə yerdə redaktə prosesi köməyə gəlir.

Radio verilişləri də, əsasən, janr üzərində qurulur. Qəzet janrlarının bir çoxunun tarixi kökləri özündən qədim bədii ədəbiyyata bağlıdır kimi, radionun da janr kökü qəzet jurnalistikasına xeyli bağlıdır.

Lakin bununla belə radionun spesifik janrları da çoxdur. Radio mətbuatla, ədəbiyyatla, musiqi, kino və teatr ilə əlaqədə olduğu üçün onun janrlarında sinkretiklik xüsusiyyəti var.

“Məruzəçidən, mühazirəçidən fərqli olaraq radiojurnalist öz dinləyicilərinə görünməz tellərlə bağlanır... O, ilk cümlədən, verilişin lap əvvəlindən dinləyicilərin diqqətini cəlb etməyə çalışmalıdır.”¹ Bunun üçün müxtəlif janrlar da köməyə gəlir. “Radioverilişlərin janr etibarını ilə zənginliyi bunların müvəffəqiyyətini, dinləyicilərə çatmasını təmin edən başlıca şərtlərdəndir. Mətbuatda olduğu kimi, radioda da hər janrın öz xüsusiyyətləri... vardır.”² Tədqiqatçı T.Rüstəmov bu janrları şərti olaraq iki böyük hissəyə ayırır: Xəbər janrları və bədii publisistik janrlar. Lakin Q.Məhərrəmov problemi bir az da dəqiqləşdirərək “jurnalistikada şərti olaraq üç yerə (informativ, analitik və bədii-publisistik) bölünmüş janr təsnifatı prinsipinin radioda da qorunduğunu” qeyd edir.³

Məsələyə diqqətlə yanaşanda yaradıcılığın bütün sahələrində olduğu kimi, radiojurnalistikada da janrların evolyusiyaya prosesini görmək mümkündür. İlk baxışda jurnalistika sahələri üçün nəzərdə tutulan bütün janrlarda habelə radioya məxsus xüsusiyyətlər nəzərə alınmalıdır. Məsələn, radioda xəbər daha aydın ifadə tələb edir. Qəzetdə aydın olmayan fikir üzərində oxucunun dayanmaq, götür-qoy etmək imkanı radiodinləyicidə olmur. Efirdən aydın ifadə ilə deyilməyən anlaşılmaz məqama dinləyicinin yenidən diqqət etməyə imkanı yoxdur.

Radioreportajlar səsyazan aparatlarla hazırlanır. Burada səs effektləri, respondentin lentə alınmış çıxışından kontekstə uyğun sinxronlar radioreportajı xüsusiləşdirir.

Yuxarıda qəzet jurnalistinin xarakteristikası ilə bağlı dediyimiz keyfiyyətlər radioreportajlara da aid edilməklə xüsusi bir əlavəni göstərmək vacibdir: Radiomüxbir səsyazan aparatı idarə etmək, mikrafonun xarakterinə bələd olmaq, veriliş hazırlayarkən montaj işində səhvə yol verməmək kimi keyfiyyətlərə də yiyələnəlməlidir.

Radioda müsahibə janrı ayrıca olaraq qiymətləndirilməlidir. Müsahibə müxbirin informasiya mənbələri ilə canlı söhbəti – sual-cavabdır. Radiomüsahibə iki üsulda aparılır: Bir halda studiyadankənar yerlərdə respondent – xəbər mənbəyi sorğuya tutulur, digər halda respondent studiya

¹ T.Рүстəмов. Радиожурналистиканын əsasлары. «Журналистика мәсələləri», Бақы, 1972, с.260.

² Жөн орада.

³ Г.Мəһəррəмов. Радио далғаларында. Бақы, 1999, с. 16.

şəraitində müsahibəyə cəlb olunur. Hər ikisi effektivdir, məsələ yalnız sualların qoyulma ustalığından, mövzunun ictimai marağa nə dərəcə cavab verməsi ilə əlaqədardır.

Radio verilişlərində şərh, icmal, xülasə kimi populyar janrlara da tez-tez rast gəlmək olur. Sovet dövründə dəbdə olan radio oçerk, radio kompozisiya indi bir çox radiokanallarında çox az-az görünməkdədir. Ümumiyyətlə kommersiya kanalları bu janrlardan tamamilə imtina etmək ərafəsini yaşayır. Bu faktı diqqətlə izlədikdə belə bir nəticəyə gəlmək olur ki, “janr sadəcə olaraq müəyyən, qəlibə düşmüş sabit forma deyil, həm də radio əsərində təcəssüm olunan canlı bir prosesdir. Bu mürəkkəb yaradıcı proses özündə dörd əsas mərhələni birləşdirir. Əvvəla, baş vermiş hər hansı fakt və hadisənin operativ şəkildə qeydə alınması, ikincisi, həmin konkret faktın, hadisənin, epizodun dərk edilməsi, üçüncüsü, dərk olunmuş faktın əks etdirilməsi və nəhayət, dördüncüsü, alınmış məlumatın radio dinləyicilərinə çatdırılması. Məhz sonuncu mərhələdə janrlar həlledici rol oynayır və müasir radio verilişlərində bütün janrların işlədilməsi o deməkdir ki, burada tətbiqi mümkün olan bütün janr vasitələrinin çoxcəhətliliyi informasiyanın dinləyiciyə aydın və dolğun şəkildə çatdırılmasına xidmət edir. Bu iş öz növbəsində, dinləyici auditoriyası ilə sıx və etibarlı əlaqə yaradılmasına güclü təsir göstərir. Beləliklə, radiopublisistika və radio sənətinin geniş janr diapozonu onun çevikliyinə və uzunömürlülüəinə şərait yaradır, eyni zamanda, bütövlükdə radioda yeni imkanların üzə çıxmasına təkan verir.”¹

Radiojurnalistikanın digər bir sıra xüsusiyyətləri var. Bunları daha dərinədən öyrənmək üçün həmin sahəyə dair xüsusi elmi-praktik, nəzəri ədəbiyyata baxmaq və ələlxüsus radionun praktik fəaliyyətində iştirak etmək tələb olunur.

Televiziya jurnalistikası: reallıqlar, perspektivlər

Televiziya jurnalistikası mətbuat və radiodan sonra meydana gəlmiş, yeni bir keyfiyyət, yeni bir peşədir. Televiziyanın meydana gəlməsi ilə elektron informasiya vasitələri sırasının bir boy artması elektron jurnalistikası anlayışını da ortaya qoymuş oldu. İndi elektron jurnalistikası özündə radio, kino, televiziya, internet kimi hər biri müstəqil fəaliyyət göstərən vasitələri birləşdirir. Bunların içərisində hələlik televiziya jurnalistikası bir sıra özünəməxsus, spesifik xüsusiyyətləri ilə bütün dünyada üstünlük təşkil edir. Mətbuatın, radionun, bütövlükdə elektron jurnalistikasının televiziya ilə rəqabəti uzun müddətdir ki, həmişə onların ikinci sırada getmələri ilə nəticələnir. Kəskin və gərgin rəqabətdə televiziyanın qələbəsini təmin edən bir sıra fundamental obyektiv səbəblər var. Onlardan ən başlıcası televiziyanın vizuallığıdır. Vizuallıq – latın sözündən olub görüntü, görünmək mənasını verir. Həm də bu görüntü mütləq optik cihazların vasitəsilə həyata keçirilir. Bəşər elminin və bəşər mədəniyyətinin böyük dəyəri kimi qiymətləndirilən televiziya öz böyük inkişaf mərhələsini yaşayaraq, sərhədsiz bir dünyanın görüntülərini canlı, cansız şəkildə tamaşaçının evinə gətirir. Televizorun qarşısında oturanların sayı getdikcə artmaqdadır. Televizor XX əsrin

¹ Г.Мəһəррəмов. Радио далғаларында. Бакы, 1999, сəһ. 16.

əvvəllərinin elmi kəşfindən XX əsrin sonunun məişət predmetinə çevrilmişdir. Elektron KİV-in, eləcə də televiziyanın tam inkişafı ilə bəşəriyyət Qutenberq erasından (çap texnikasının üstünlüyü) Markoni – Popov erasına (elektron dalğaların yaratdığı imkanlar) keçdi.

Televiziya jurnalistikası müntəzəm televiziya yayımlarının başlaması ilə meydana çıxmış və öz xüsusiyyətlərini qazanmışdır. Bu proses 1950-ci illərdən yüksələn xətlə indiyə kimi davam etməkdədir. “Bu gün üçün televiziya qəzətdən də, radiodan da, digər dərgilərdən də daha ötkəm bir kütləvi informasiya vasitəsi olaraq öz imkanlarını göstərməkdədir.”¹ 1950-ci illərdən etibarən televiziya informasiya proqramları çox mühüm yer tutmağa başlamışdır. Televiziya jurnalistikası anlayışı öz yolunu informasiyanın geniş tamaşaçıya təqdimindən almışdır. 1960-cı illər televiziyanın texniki imkanlarının çox ciddi inkişaf dövrü olduğu kimi, telejurnalistikanın da tam formalaşma, hətta, “qızıl dövrü”² hesab edilir. Məhz bu illərdə indiyədək bəşəriyyətin möcüzə hesab etdiyi radio görümlü – vizual jurnalistikanın yanında bəsit göründü. Rəngli televiziyanın ortaya çıxması bundan xeyli əvvəl rəngliliyi ilə öyünən kinonu da geridə qoydu. Televiziya özünün yaradıcılıq qanunauyğunluqları ilə hazırladığı filmlərlə bərabər, kinofilmlərin də ötürücüsü rolunu oynamaqla ənənəvi kinoteatrlara meydan oxudu. Kameralıq teletamaşalarla bərabər teatrlardan lentə alınıb, yaxud birbaşa tamaşaçıya ötürülən dramaturgiya ilə televiziya habelə teatr salonlarını rəqabətə dəvət etdi. Beləliklə, televiziya qəzet, radio, kino, teatr auditoriyasına ciddi bir iddiaçıya çevrildi. Televiziya mədəniyyət nəqliyyatı rolunu tam oynamağa başladığı məqamda telejurnalistika bu auditoriyanın necə böyük olduğunu nəzərə alaraq yaradıcılıq imkanlarını genişləndirdi. Habelə, televiziya özü də hiss etdi ki, onun digər ötürücülük funksiyalarından fərqli olaraq telejurnalistika xüsusi bir peşə sahəsi kimi özünün qiymətini daha çox almaqda, teleauditoriyanı daha çox genişləndirməkdədir. Ona görə də dünyanın bütün perspektivli telekanalları sırf jurnalist məhsulu olan informasiya proqramlarını ön sıraya çəkdi. Ayrı-ayrı televiziya məktəbləri, məşhur şərhçilər, məşhur reportyorlar, əvəzsiz aparıcılar “ulduzlaşmağa” başladılar. Bu gün, məsələn, teleulduzların kinoulduzlarından artıq tanınması faktını inkar etmək mümkün deyil. Bu, televiziyanın habelə geniş auditoriyalılıq keyfiyyətindən irəli gəlir.

Televiziya bir çox cəhətdən öz kökünü radiodan, habelə kinodan götürsə də, telejurnalistikanın özəllikləri vardır. Məlumdur ki, kütləvi informasiya vasitələrinin hamısı eyni xəbər mənbələrindən qaynaqlanırlar. Lakin iş prosesində qəzet jurnalistləri qələmlə, radio jurnalistləri diktafon, mikrafon və maqnit lentləri ilə, telejurnalistlərsə bunların hər üçü və üstəgəl təsvir yazan videokamera ilə çalışırlar. Sonuncu “alət” televiziyanın özünüdür, onun üçün yaranmışdır. Videokamera videoyazı vasitəsidir, fundamental elmlərin son nailiyyətlərindəndir. Telejurnalisti onsuz təsəvvür etmək mümkün deyil. Bunu nəzərə alaraq videoyazı və videokamera anlayışları barədə bir neçə söz demək məcburiyyətindəyik. Videoyazı ilə bağlı bütün postsovet teleməkanında rus dilində formalaşmış bir abrevatura çox işlək leksikona çevrilib. VMZ. VMZ- Videomaqnitnaya zapis – deməkdir. Azərbaycanca – videomaqnit yazısı. (buradakı video-latinca – görürəm mənasındadır).

¹ 1994, 299.

² Женә орада.

Videoyazı – təsvirin və səsin eyni vaxtda fiksasiyasıdır. Bu proses videokamera və onun təsvirləri köçürdüğü kasset vasitəsilə həyata keçirilir.

Videokamera optik təsvirləri obyektiv vasitəsilə birbaşa yayımlayan, habelə bu təsvirləri lentə alıb sonradan efirə vermək vasitəsidir. Studiyada fəaliyyət göstərən stasionar və jurnalistin iş “aləti” olan mobil telekamaralar mövcuddur. Videokameralar iş prinsipinə görə müxtəlifdir. Həvəskarlar üçün, peşəkarlar üçün. Peşəkar telejurnalistin videokamerası “professional” dərəcəsində olmalıdır. Çünki jurnalist yalnız belə səviyyəli kameralarla öz vəzifəsini yerinə yetirə bilər.

Qeyd etdik ki, televiziya kinodan və radiodan bir sıra yaradıcılıq xüsusiyyətləri əxz etmişdir. Onlardan başlıcası ssenaridir. Kinoda və radioda olduğu kimi, telejurnalist də öz ideyalarını, tamaşaçıya təqdim edəcəyi materialı əvvəlcə ssenariləşdirir. Ssenari latınca Ssaena – səhnə sözündən italyancaya keçib senario kimi səslənir və özündə filmin, radio, televiziya verilişinin hazırlandığı ədəbi material mənasını ifadə edir. Ekran sənətinin əsası olan ssenari dörd komponenti özündə birləşdirir: faktı, hadisəni, personajları, onların hərəkətlərini, hadisənin vəziyyətini təsvir edən, səs və musiqinin, interşumun yerini bildirən remarkalar, verilişin ümumi stilistikasını müəyyən edən dialoq, monoloq tipli məqamlar, kadrarxası müəllif şərhləri və titrlər, subtitrlər şəklində yazı qeydləri.

İnformasiya verilişlərində ssenari rolunu çox vaxt – adətən ssenari planı yerinə yetirir.

Yazılı mətbuata materialı yerləşdirmək üçün səhifədə, nömrədə yer problemi radio və televiziya zaman problemi ilə əvəzlənir. Sutkada 24 saat veriliş yayımlayan telekanallar günümüz üçün artıq adiləşmişdir. Lakin neçə saat yayım işi görməyindən asılı olmayaraq televiziyanın proqramlarının vaxt çərçivəsi və efirə gedəcəyi müəyyən zaman anlayışı vardır. Verilişin efirdə tutduğu vaxt taymeks – ingiliscə vaxt məzmunu ifadə edən bir terminlə müəyyən olunur. Xronometraj verilişin, vidoyazının, sinxronun və s. məqamların ölçü vahididir. Verilişin, proqramın taymeksini pozmaq yaramaz. İşin yaxşı təşkil edildiyi telekanalda proqramların gün ərzində, həftə, hətta ay ərzində hansı saatda yerləşdirildiyini ifadə edən setka anlayışı var. Taymeks proqramın başladığı və bitdiyi ölçüdür. Və ölçüyə əməl etməmək setkada artıq çoxdan yeri müəyyən edilmiş hansısa verilişin vaxtını almaq, yaxud onun setkadan çıxmasına bəis olmaq deməkdir. Ona görə də telejurnalist öz ideyasını, redaktor niyyətini tələb olunan vaxt çərçivəsinə sığışdırmağı bacarmalıdır. 1990-cı illər Azərbaycan milli televiziyanın dünya praktikasında analoqu olmayan nöqsanlarından biri telejurnalistikanın bu əlifba qanununa əməl etməməsi olmuşdur. Əsasən rəsmi hökumət görüşlərindən hazırlanan və «Xəbərlər» proqramının «Xüsusi buraxılışı» kimi təqdim olunan verilişlər, demək olar ki, hər gün telesetka və taymeks qanunlarına etinasızlıq yaratmış, hansısa proqramı efirdən çıxarmaq, yaxud yerini dəyişməklə tamaşaçının hüquqlarını pozmuşdur. Bu kanal hər hansı bir rəsmi tədbirin birbaşa yayımı ilə əlaqədar olaraq bəzi hallarda hətta «Xəbərlər» proqramı kimi dəyişməz yeri olan verilişin də vaxtını qeyri-müəyyən zamana saxlamışdır.

Qəzətdə ciddi ictimai marağa səbəb olacaq materialın səhifədə, nömrədə mətah yeri olduğu kimi, televiziya aktual, ictimai maraq kəsb edən

proqramların da günün saati mənasında öz yeri var. İllərin təcrübəsi, habelə dünya praktikası sübut edir ki, ən çox tamaşaçının ekran qarşısında toplandığı vaxt saat 20-dən başlayır. Dünya praktikasında ən baxımlı proqramlar adətən, bu vaxtdan sonraya salınır. İnformasiya proqramları, müxtəlif tok-şoular, maraqlı müsahibələr bu qəbildəndir. Bu zamanın reklam qiymətlərinin bahalığı da auditoriyanın ehtimal olunan böyüklüyü ilə əlaqədardır.

Xəbərlər bütövlükdə KİV-də və xüsusilə TV-də aparıcı yer tutduğundan müasir dövrdə onun hazırlanması və efirə çıxarılması prosesinə diqqət edək.

Televiziyanın xüsusi xəbərlər departamenti məhz bu işlə məşğuldur. Xəbərlər proqramının müxbirləri gün ərzində qaynar informasiya mənbələrində olur, bu mənbələrlə telefon əlaqəsi saxlayır, mətbuat konfranslarında, yığıncaqlarda iştirak edir, respondentlərin çıxışını lentə alır. Bu materialların hazırlanması zamanı televiziyanın artıq formalaşmış arxivinə müraciət edir, VMZ-ləri süjetə daxil etmək üçün hazırlayır və s.

Bütün televiziya kanallarında xəbərlər proqramının aparıcısı vardır. Təcrübəli kanallar qısa xəbərlərlə gün ərzində dəfələrlə efirə çıxır. Hətta, hər saatin başında xəbərləri efirə çıxaran kanallar var. Lakin həm də bütün günün xəbərlərini özündə cəmləşdirən yekun xəbərlər proqramı xüsusi diqqət tələb edir. Təsədüfi deyil ki, belə proqramlar günün ən baxımlı saatında efirə çıxır.

Xəbərlər proqramının «sahibi» aparıcı hesab olunur. Aparıcı xəbərləri kompüterdə yığır, hər bir xəbərin özü tərəfindən studiyadan veriləcək qısa, lakin başlıca məqamını yazılı nitqdə formalaşdırır. Xəbərin məğzini ifadə edən qısa aparıcı mətninə, Azərbaycanda adətən «podvodka» kimi ruscadan gələn bir ad verilib. Podvodka tamaşaçının diqqətini indicə gedəcək reportaja cəmləşdirmək məqsədi güdür.

Aparıcı habelə son illərin praktikasında özünü doğruldan «xəbər başlıqları»nı da özü formalaşdırır. Xəbərlərin proqramda düzümü çox böyük əhəmiyyət kəsb edir. Yuxarıda izahına bələd olduğunuz prioritet mövzu proqramda birinci yerə çıxarılır. Məsələn, Azərbaycan milli televiziyası prioritet mövzunu ideoloji, siyasi məzmunla müəyyənləşdirir. ANS televiziyası prioritetin müəyyənləşməsində dünya praktikasına söykənərək yeri gələndə hətta harada baş verməsindən asılı olmayaraq beynəlxalq rezonans doğuran hadisəni önə çəkir. Məsələn, Azərbaycan televiziyasının prezidentin iştirakı səbəbilə prioritetə qaldırdığı olimpiada iştirakçıları ilə görüşü əks etdirən süjeti ANS idman xəbərləri blokuna salır və s.

Xəbərlər proqramında, necə deyərlər, «qohum mövzular» bir bloka yığılır. Bu blokları rubrikalaşdıran kanallar da var. Lakin televiziya xəbərlər proqramında rubrika praktikasından imtina etməyə başlanmışdır.

Xəbərlərin efirə çıxması bir çox texniki personalla yanaşı, əsasən, aparıcının və prodüserin məsuliyyəti altındadır. Prodüser montajın keyfiyyətinə, süjetdə redaktor niyyətinin dolğun ifadəsinə və blokların məntiqi düzümünə, titrlərin, subtitrlərin yazılışına, kassetlərin efir hazırlığına nəzarət edir. Beləliklə, «Efirdə xəbərçidir».

ANS Yayım və Mediya Şirkətinin «Xəbərçi» xəbərlər proqramından bir nümunəni diqqətə çatdırırıq:

Axşamınız xeyir. ANS-TV-nin xəbərlər xidməti efirdə öz işini davam etdirir. Xəbərçinin saat 21 buraxılışına baxırsınız. Günün baş xəbərləri:

Anons:

1. Naxçıvan qaranlığa qər q olub. İran İslam Respublikası Muxtar Respublikaya verdiyi elektrik enerjisini kəsib.

2. AXCP-nin mühafizəkar qanadının yeni sədri təşkilatının mətbuatda “qanad” adlandırılmasının əleyhinədir.

3. Eks-prezident Ayaz Mütəllibov bu yaxınlarda Azərbaycana qayıdacağını deyir.

4. Yerevanda minlərlə adam Ermənistan prezidenti Robert Koçaryanın istefasını tələb edir.

İndi isə bu və digər xəbərlər barədə daha ətraflı.

Müdafiə Nazirliyi Mətbuat Xidmətindən verilən məlumata görə, cəbhə bölgələrində sakitlikdir. Atəşkəs pozulmayıb.

ANS-in Naxçıvan bürosunun müxbiri Məşuqə Hübətovanadan aldığımız məlumata görə, İran İslam Respublikası Naxçıvan Muxtar Respublikasına verilən elektrik enerjisini oktyabrın 29-dan kəsib. Buna səbəb Naxçıvanın elektrik enerjisinə görə borclu qaldığı 35 milyon dolların ödənməməsidir. Qeyd edək ki, Naxçıvan, elektrik enerjisinin 60 faizini İrandan alırdı. Muxtar respublikasının özü hər il 12 milyon dollarlıq elektrik enerjisi istifadə edir. Onu da xatırladaq ki, hələ bir ay bundan əvvəl ANS Müstəqil Yayım və Mediya Şirkəti Naxçıvanın enerjisiz qalacağı barədə həyəcan təbili çalanda, Azərbaycan hökumətinin rəhbərləri, başda baş nazir Artur Rəsizadə olmaqla, İranın verdiyi enerjini kəsməyəcəyinə ümid edirdi. Lakin, ümidlər bu dəfə də puça çıxdı.

VMZ-Eldəniz Vəliyev – Naxçıvanda enerji böhranı.

Qeyd edək ki, Əlirza Bığdelli xəbərçidən sonra efirə çıxacaq “Nəzər nöqtəsi” verilişinin qonağı olacaq.

İranın Naxçıvanın elektrik enerjisini kəsməsinə bu ölkənin Azərbaycana yeni təyin olunmuş səfiri Əhəd Qəzayi də münasibətini bildirib.

VMZ-sinxron- Əhəd Qəzayi

Enerji böhranı ilə bağlı ən son xəbəri Azenerjinin prezidenti Müslüm İmanov verir.

Telefon:

Demkonqreslə bağlı yaranmış vəziyyəti nəzərə alaraq ANS İsa Qəmbər və Əli Kərimovun rəhbərlik etdiyi qurumları Demkonqres 1 və Demkonqres 2 adlandırdı. AXCP ilə də bağlı bu üsulu tətbiq edirik. Bu gündən etibarən Əli Kərimovun rəhbərlik etdiyi qurumu AXCP-1, Mirmahmud Fəttayevin sədrlik etdiyi qurumu isə AXCP-2 adlandıracağıq. Bu gün AXCP-2-nin sədri Mirmahmud Fəttayev mətbuat konfransı keçirib. Ətraflı Samir Mehdiyev.

VMZ - AXCP

(KOMP) Eks-prezident Ayaz Mütəllibov tərəfdarlarının xarici ölkələrdən siyasi sığınacaq istəyəcəkləri barədə bəyənətləri hakimiyyət nümayəndələrini narahat etmir. İqtidar, cənab Mütəllibovu ədalət məhkəməsi qarşısında günahsızlığını sübut etməyə dəvət edir. Pərvanə Sabirqızı.

VMZ- Mütəllibov (Pərvanə).

Qeyd edək ki, əldə etdiyimiz məlumatlara görə, sabah saat 10.00-dan etibarən komitənin nümayəndələri rəsmi surətdə siyasi sığınacaq istəyənlərin siyahısını səfirliklərə təqdim edəcək. Komitə sədri Şeyx Əbdül Mahmudbəyovun fikrincə, xalqın baş götürüb ölkədən getməsi iqtidarın ürəyindəndir. Hökumət azərbaycanlıları Azərbaycan yaratmaq istəyir. Adını da Yeni Azərbaycan qoyacaq. Şeyx Əbdül Mahmudbəyov belə deyir.

(KADR) Eks-prezident Ayaz Mütəllibovun özünün isə məsələyə münasibəti belədir ki, hər bir ölkənin prezidenti öz şəxsi münasibətindən əvvəl, xalqın xahiş və tələbini yerinə yetirməlidir. Onlar müraciətlərə baxmamaqla 1 mln. vətəndaşı digər ölkələrə üz tutmağa məcbur edir. O ki, qaldı prezident aparatının səlahiyyətli nümayəndəsi Əli Həsənovun «Ayaz Mütəllibov öz hüquqlarını sübut etmək üçün buyurub Azərbaycana gəlsin və günahsızlığını sübut etsin» ifadəsinə, cənab Mütəllibov deyib ki, onun vətənə qayıtmağına çox az bir müddət qalıb. Qısa müddətdə Azərbaycan xalqı mənimlə əyani təmasda olacaq. Qeyd edək ki, bu, Azərbaycanın eks-prezidenti Ayaz Mütəllibovun mövqeyi idi.

Onu da qeyd edək ki, cənab Mütəllibovu dəstəkləyən Vətəndaş Birliyi partiyası da son zamanlar aktivləşib. Partiya qeydiyyatdan alınmayanadək mübarizəsini davam etdirəcəyini bəyan edir. Samir Mehdiyevin reportajı.

VMZ-VBP-Samir.

(KOMP) Ədliyyə Nazirliyi hüquqi şəxslərin Dövlət Qeydiyyatı İdarəsinin rəisi Fazil Məmmədov bildirib ki, nazirlik hələlik Vətəndaş Birliyi partiya üzvlərinin siyahısını yoxlayır. Partiya rəhbərliyinin isə bundan xəbəri var. Cənab Məmmədovun sözlərinə görə, ola bilsin ki, Vətəndaş Birliyi partiyasının funksionerləri bu prosesdən çox narahatdılar, buna görə də narazılıqlarını nümayiş etdirirlər.

91 sayılı Xanlar-Daşkəsən seçki dairəsindən deputatlığa namizədliyi qeydə alınmış Murad Aşurov, baş verən qanun pozuntuları ilə əlaqədar seçkilər haqqında qanunun 48-ci maddəsinə uyğun olaraq, seçkilərdə iştirakdan imtina edib.

46 sayılı Abşeron Dairə Seçki Komissiyasından namizədliyi qeydə alınmış Dövlət Əmlak Komitəsi sədrinin müavini Barat Nuriyev isə qanunsuzluqlara qarşı mübarizəsini sonadək davam etdirəcəyini deyir. Lalə Qafarlı xəbər verir.

VMZ-Lalə.

Hakim Yeni Azərbaycan partiyasının seçkiqabağı təbliğatı davam edir. ANS-in Cəlilabad bürosundan Ələddin Əzimov.

VMZ –Ələddin-Cəlilabad.

ANS TV seçki gününə qədər əhalinin rəyini öyrənməyi nəzərdə tutur. Bu gün apardığımız sorğunun nəticələri ilə tanış olun.

VMZ-sorğu

(KADRLAR – KASPAR FİLLİGER) Bu gün Azərbaycan prezidenti Heydər Əliyev İsveçrənin Maliyyə Naziri Kaspar Filligerin başçılıq etdiyi nümayəndə heyətini qəbul edib. İsveçrənin Maliyyə naziri Kaspar Filliger isə bildirib ki, Bern hökuməti Qarabağ probleminin nizamlanması istiqamətində əlindən gələni etməyə hazırdır. Tərəflər iki ölkə arasında iqtisadi-ticarət sazişi və su nasoslarının quraşdırılması ilə bağlı layihənin gerçəkləşməsi üçün sənədlər imzalayıblar. Qeyd edək ki, Bakının su təchizatı sisteminin bərpasına 5 milyon dollar məbləğində qrant ayrılıb (ÇIXIŞ). Bundan sonra prezident ABŞ senatının iki əməkdaşını da qəbul edib. İlqar Mikayıloğlu xəbər verir.

VMZ- İlqar Mikayıloğlu

Efirdə xəbərçidir

(KADR) Bu gün Ermənistan paytaxtı Yerevanın azadlıq meydanında 21-ci əsr Beynəlxalq Assosiasiyasının təşəbüsü ilə mitinq keçirilməli idi. Amma bundan bir qədər əvvəl bir qrup mülki geyimli şəxs assosiasiyanın qərargahına hücum edib. Onlar assosiasiyanın sədri Arkadi Vartanyanı zorla polis idarəsinə aparmağa cəhd göstərirlər. Yerli hakimiyyət orqanları cənab Vartanyanı Rusiya vətəndaşı olduğu halda, Ermənistanın daxili işlərinə müdaxilə etməkdə və əhalini dövlət çevrilişinə təhrik etməkdə günahlandırır. Arkadi Vartanyan Rusiyanın Ermənistandakı konsuluna müraciət edib: 10-15 dəqiqədən sonra o, azad edilib və prezident aparatının qarşısında keçirilən mitinqə gəlib (ÇIXIŞ). Mitinqin gedişatı barədə ətraflı məlumat Aleksey Manvelyanın reportajında

VMZ- Aleksey

Helsinki Vətəndaş Assambleyasının Bakıda keçirilən forumu davam edir. Forumun işində 30 ölkənin nümayəndələri ilə yanaşı Ermənistan nümayəndələri də iştirak edir. Pərvanə Sabirqızı.

VMZ- Pərvanə.

Ermənistan nümayəndələri, Yerevanın Dağlıq Qarabağ probleminin sülh yolu ilə həll etmək istəyini bildirsələr də vəziyyət əslində tamam başqa cürdür.

VMZ- Anait Bayandur – Pərvanə.

Bu gün ABŞ Dövlət katibinin yeni müstəqil dövlətlər üzrə müavini Stefan Sistanoviç və Minsk qrupunun amerikalı həmsədri Kerri Kavano Bakıya gəlib. Cənab Sistanoviç yeni təkliflər haqqında söz açmayıb. «Qarabağ məsələsi ilk növbədə iki prezidentin öz arasında müzakirə edilməlidir. Amma bu problem Minsk qrupunun həmsədri kimi bizim də daima gündəliyimizdədir» Stefan Sistanoviç belə deyib. Səfərin digər məqsədlərinə gəlinə

VMZ-sinxron

Yaxın Şərqdə gərginlik səngimək bilmir. Fələstin muxtariyyətinin lideri Yasir Ərəfat, Qüds üzərində Fələstin bayrağı dalğalanmayınca fələstinliləri silahı yerə qoymamağa çağırıb. Burada isə İsrail ordusunun qərargah rəisi Şaul Mafaz bəyan edib ki, artıq fələstinlilərlə mübarizə aparmaq təşəbbüsünü ordu öz üzərinə götürür.

VMZ-Qəzza zolağı

İspaniyada növbəti qanlı aksiya törədilib. 3 nəfər həlak olub, 10 nəfər isə yaralanıb.

VMZ-Madrid.

(KADR) Barens dənizində qəzaya uğramış «Kursk» atom sualtı qayığında dalğıcılar 12 dənizçinin meyitini çıxarıblar. Hava şəraiti Rusiya dalğıcılarına qayığın 9-cu bölməsində intensiv iş aparmağa imkan yaradıb. Ötən gün, dalğıcılar daha 8 dənizçinin meyidini «Reqalia» gəmi-platformasına evakuasiya ediblər. (ÇIXIŞ)

Pərdə

Bu gün ağır cinayətlərə dair işlər üzrə hərbi məhkəmədə, hakim Mürsəl Əliyevin sədrliyi ilə polkovniklərin işi üzrə proses davam edib. Məhkəmədə Gəncə hava limanı gömrük postunun sabiq rəisi, müttəhim Ağası Əkbərov ifadə verib.

VMZ- məhkəmə

Daxili İşlər Nazirliyi və Baş Prokurorluğun həyata keçirdikləri əməliyyat – istintaq tədbirləri nəticəsində uzun illər Gəncə şəhərində cinayətkar fəaliyyətlə məşğul olan, çoxsaylı cinayətlər törədən və bir neçə şəxsi qətlə yetirməkdə təqsirli bilinən, cinayətkar aləmdə «Vor Mübariz» ləqəbi ilə tanınmış Mübariz Niyazov həbs edilib.

Və sonda. Ötən gün Respublika prezidenti Xarici Dillər Universitetinin qocaman müəllimi İsmixan Rəhimovu Şöhrət Ordeni ilə təltif edib. Qeyd edək ki, cənab Rəhimov bu yüksək mükafata layiq görülən ilk pedaqoqdur.

VMZ- İsmixanın reklam kompaniyası

İdman xəbərləri və hava haqqında məlumatla keçməzdən əvvəl bir daha günün baş xəbərləri

«Xəbərçi» informasiya proqramının bütöv şəkildə belə təqdimi yorucu görünə bilər. Lakin bu təqdimat bir televiziya kanalında xəbərlərin yekun proqramının xarakterini, tematikasını, düzüm prinsipini, «podvodka»nın stilistikasını, proqramın ümumi tonunu, ayrı-ayrı reportajlarda redaktor niyyətini, zamanın gün kəsiyində bir proqramın öz tamaşaçılarına nəyi və necə təqdim etdiyini xeyli dərəcədə aydınlaşdırır. Nəzərə almaq lazımdır ki, oxucuya yalnız xəbərlərin podvodkaları təqdim edilir. Reportajlar isə videokassetlərdən efirə çıxır və onların oxucuya videosırasız təqdimi yararsız bir şey olardı.

Televiziyanın bir tərəfdən də kinoteatrdakı, teatr salonundakı tamaşaçı icmalarını pozmaq, onları evlərə, mənzillərə dağıtmaqla insanları bir-birindən ayırmağı yalnız zahiri əlamətdir. Əslində qəzet yazılarının təəssüratı altında indiyədək fərdi düşünən adamdan, kinoteatrdakı birgə düşünən insan qrupundan fərqli olaraq televiziya verilişindən sonra hər bir problem minlərin, milyonların, hətta milyardların müzakirə obyektinə çevrilir və bəzən yer kürəsi bir mövzunu məhz televiziyanın köməyi ilə müzakirə edir. Bu mənada televiziya ideoloji funksiya da yerinə yetirə bilər, tərəfsiz, qərəzsiz informasiya ötürmək funksiyasını da. Birincidə televiziya böyük manipulyator rolunu oynayır. Manipulyasiya KİV-in ən əxlaqsız fəaliyyətidir. Kommunist ideologiyasının təbliğat maşını olan sovet KİV sistemi bu əxlaqsızlığı uzun müddət boynuna götürməli olmuşdur.

Müasir dünya televiziyanın böyük bir hissəsi manipulyasiya rolundan imtina etmiş və etməkdədir. Məsələn, müasir Qərb televiziyanın əsas nəzəri konsepsiyalarından birini qərəzsizlik doktrinası təşkil edir. Uzun müddət ideoloji kanonlarla fəaliyyət göstərmiş kommunist rejimli ölkələr üçün bu nəzəriyyə rejimin süqutundan sonra da anlaşılmaz görünür. Məsələn, Rusiyada televiziya nəzəriyyəçilərindən olan V.V.Yeqorov Qərbin qərəzsizlik doktrinasını qəbul etməkdə çətinlik çəkir.¹

Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, qərəzsizlik ən adi peşə etikası baxımından da qəbul ediləndir. Uzun müddət öyrəşdiyimiz sovet jurnalistikasının

¹ Бах: В.В.Егоров. Телевидение: теория и практика. М., 1993, стр. 29.

partiyalılıq və sinfilik xarakteri bizi bu atmosferdən çıxmağa qoymursa, vicdanlılıq və dəqiqlik kimi jurnalistika doktrinasının başında duran qərəzsizliyi qınamaq görək deyil.

Azərbaycan telemühitində bəzi telekanallarda qərəzsizliyin qəbul edilməməsini köhnə stereotiplərdən çıxma bilməmək faktında axtarmaq olar.

Qərəzli, manipulyativ və qeyri-dəqiq informasiya tədrisən tamaşaçının böyük bir hissəsini auditoriyadan uzaqlaşdırır. Telejurnalist bunu nəzərə almalıdır.

Televiziya kanalları xarakterinə, fəaliyyət istiqamətinə görə müxtəlifdir. Dünyada dövlət televiziyası, ictimai televiziya, kommersiya televiziyası tipli kanallar formalaşmışdır.

Dövlət telekanalları, adətən, dövlətin siyasi xəttini ifadə edir, dövlət büdcəsindən maliyyələşir. Rusiyada «Rossiya» kanalı, Azərbaycanda Azərbaycan milli televiziyası bu tipli telekanallardır. Dövlət televiziyasına bəzən milli televiziya da deyirlər. Burada milli sözü, bəzən adamları çaşdırır. Elə zənn edilməsin ki, milli televiziya yalnız milli, etnoqrafik, bir millətə xas olan keyfiyyətləri işıqlandırmalıdır. Buradakı «milli» sözü «dövlət» sözünün sinonimi kimi qəbul edilməlidir. ABŞ-da dövlət televiziyasına yalnız qavranılması, dərki tələb olunan proqramlar, tədrislə əlaqədar verilişlər aid olur, qalan bütün mövzular kommersiya – özəl kanalların işidir. Bəzi ölkələrin dövlət televiziyası elə ictimai televiziyanın funksiyasını yerinə yetirdiyinə görə çox yerdə ona «ictimai» epitet verirlər. Finlandiyada bir, İtaliyada üç belə kanal var. İctimai və dövlət TV anlayışını özündə birləşdirən tipik kanal kimi Yaponiyanın En-eç-key şirkətini misal gətirmək olar. Ona görə bunu tipik dövlət – ictimai kanal kateqoriyasına daxil edirlər ki, En-eç-key bir yandan dövlət tərəfindən, digər tərəfdən TV vergisindən maliyyələşir. Kanal parlamentin təsdiq etdiyi şura tərəfindən idarə olunur. Şuranın üzvləri cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrini təmsil edirlər. Üzvlərin içərisində dövlət məmuru yoxdur və şura ancaq ona nəzarət edir ki, kanal ictimai maraqlara etinasızlıq etməsin, cəmiyyətin hansısa təbəqəsinin təhqir olunmasına yol verməsin və s. Məşhur praktik və nəzəriyyəçi V.Boqdanov bu modeli ideal sayır.¹ Lakin bir şeyi nəzərə almır ki, hətta müəyyən hissəsi belə dövlətdən maliyyələşən KİV heç vaxt müstəqil ola bilməz.

Kommersiya televiziya kanalları – son illərdə dünyada ən çox inkişaf edən formadır. Kommersiya televiziya kanalları kommersiya məqsədi güdür, əsasən auditoriyaya işləyir. Dünya televiziyası hazırda bu tendensiya ilə inkişaf edir. Özəl telekanal anlayışı ilə də adlanan bu kanallar bazar münasibətləri strukturu kimi bazar qanunları ilə fəaliyyət göstərir. Məqsədi proqramlara qoşulan reklamlardan gəlir əldə etməkdir. Burdan da belə bir nəticə çıxır ki, özəl telekanal, əsasən proqramların reytinginə söykənir. Burada reklam birinci, məzmun ikincidir. Ancaq bazarın sərt qanunları məzmunla etinasızlığı da bağışlamır və ona görə özəl kanallar bu cəhətə də ciddi fikir verməyə məhkumdur.

Kommersiya məqsədləri xüsusilə maarifçi, tərbiyəvi, dərkədicə proqramları sonuncu plana keçirir.

İnkişaf etmiş Qərb ölkələrində, eləcə də ABŞ-da kommersiya televiziya kanallarının sayı və sambalı sürətlə artmaqdadır. Məsələn, ABŞ-da belə

¹ Власть, зеркало или служанка? М., 1998, стр. 44.

kanallar çoxdur. Onları ayrı-ayrı adamlar yaradır, təsis edirlər. Belə adamlar biznes və yaradıcılığı birləşdirməyi bacarırlar. Onlardan birinin həyat və fəaliyyətinə diqqət edək. CNN-in yaradıcısı Ted Turner 1938-ci ildə Ohayo ştatında doğulub. Orta hərbi məktəbdən sonra daxil olduğu Braun universitetindən qeyri-ciddi hərəkətlərinə görə qovulub. Yalnız 50 yaşında ali təhsil diplomu alıb. İntihar edib dünyasını dəyişən atasından da ona heç bir miras qalmayıb. Olan-qalan kiçik reklam müəssisəni atası əvvəlcədən rəqabət aparən müəssisəyə satmışdı. Belə biografiya ilə hər kəs çoxdan ruhdan düşüb taleyini allaha tapşırırdı. T.Turner bütün etik normalara tüpürərək atasının satdığı kompaniyayı geri qaytarır. Bu kompaniyada bir az pul qazanıb onu satır və Atlantada kiçik bir telestudiya alır. Tezliklə burada işi qaydaya salır və sputnik antenası ilə bütün Amerikaya yayımlayır. On ildən sonra, TBS kabel TV stansiyasını təşkil edir. Daha bir ildən sonra o, qlobal sputnik kanalı təşkil etmək ideyasını gerçəkləşdirməyə başlayır. Sutkanın 24 saatını hadisə yerindən verilişləri yayımlayacaq bu kanal CNN olasıdır. Bu tipli kanal hələ dünyada yox idi. Bu ideyanı həyata keçirmək həm də ABŞ-ın ABC, NBC, CBS kimi nəhəng kanalları ilə mücadiləyə girmək demək idi.

1980-ci ildə o özünün 100 milyon dollarlıq bütün vəsaitini ideyanın gerçəkləşməsinə qoyur. 1980-ci il iyulun biri CNN-in doğum günüdür. İlk vaxtlar kanalın diqqəti cəlb etdiyi mövzular: rok-qrup konsertləri, prezident seçkiləri, kosmik gəminin havaya qalxması və s. Tarix tamaşaçıların gözü qarşısında yaranırdı. Düz bir ildən sonra CNN Yaponiyaya, Avropaya yayımlanır.¹ 1989-cu ildə artıq CNN-in 50 milyon abunəçisi vardı. 1992-ci ildə bu rəqəm 198 milyona çatdı. İndi CNN-in 250 milyon abunəçisi var. İldə 700 milyon dollar gəlir götürür. Təmiz qazanc isə 200 milyon dollara yaxındır.

Bir az da pırıca səciyyəsi daşıyan bu misal habelə bazar münasibətləri dünyasında KİV sahəsində də biznesmenin bacarığından çox şeyin asılı olduğunu sübut edir.

SSRİ-dən xilas olub müstəqilliyə qovuşan Azərbaycanın da Ted Turnerləri var. 1990-cı illərin əvvəllərindən əvvəlcə “KL-215” studiyasından, daha sonra Az.TV-dən efirə çıxan “Xəbərçi” proqramı Azərbaycan televiziya dünyasında yeni bir keyfiyyətli –kommersiya kanalının rüşeymini qoydu. “Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, hər hansı cəmiyyətin demokratikləşməsi dövlət informasiya orqanlarından daha çox alternativ olan ictimai və özəl medianın, o cümlədən elektron informasiya vasitələrinin inkişafını tələb edir.”¹ Bu proses özünü 1990-cı illərin Azərbaycanında da göstərdi. Azərbaycan dövlət televiziyaının və hökumətin “kötəklərini” yeyə-yeyə ANS kanalının əsası qoyuldu. Onun təsisçilərindən birinin – Vahid Mustafayevin inadkar xarakteri və taleyi də Ted Turnerə çox oxşayır. Çingiz, Vahid və Seyfulla Mustafayev qardaşları, habelə 1990-cı ilin universitet məzunu Mirşahin Ağayev dördlüyünün çox kasıb bir zamanda ortaya çıxan televiziya yaratmaq ideyası böyük risk tələb edirdi. Əvvəlcə Ermənistanın torpaq iddialarına qarşı ümumxalq mübarizəsinə kömək edəcək Qarabağa Yardım Komitəsinin, bir azdan bu təşkilatın orqanı “Azərbaycan” qəzetinin əməkdaşları olan bu dördlük Qarabağ həqiqətlərini dünyaya çatdırmaq üçün ilk dəfə videokameraya əl atdılar. Sonra bu

¹ Фактлар Й.А.Доброволскинин «Тед Тернер. Человек сделавший мир «глобальной деревней»» мөгаләсиндән көтүрүлүр. “Broadcasting” журналы, №3, мај, 200, сәһ. 32-33.

¹ Г.Мәһәррәмов. Радио далгаларында. Бакы, 1999, сәһ. 139.

kameraların vasitəsilə lentə alınan hadisələr, V.Mustafayevin “Rossiya” kanalının “Vesti” proqramında əməkdaşlığı, hətta kiçik biznes təcrübəsi və bunlardan gələn xırda qazanc ANS müstəqil Yayım və Mediya Şirkətini yaratdı. Bu şirkət Azərbaycan televiziya təcrübəsində ilk müstəqil, özəl, kommersiya qurumu kimi tarixə düşmüşdür.

Bu gün ANS xüsusi məktəb səviyyəsinə yüksəlmişdir. Bu kanal informasiyanın təqdimi, proqramlaşdırma, planlaşdırma, dünya televiziya sisteminin yeni təcrübələrini efirə çıxarmaq, əməkdaşlarını qərəzsiz, vicdanlı və dəqiq faktlarla işləməyə istiqamətləndirmək, reytingi qaldırmaq yollarını axtarmaq, ənənələri qırmaq və yeni tendensiyaları həyata keçirmək, xarici telekanallar və informasiya agentlikləri ilə əməkdaşlıq, yeni tipli tamaşaçı formalaşdırmaq kimi onlarca keyfiyyətin gerçəkləşməsində böyük rol oynayan bir qurumdur. Məhz bu kanalın risk inadkarlığının nəticəsi kimi Space, Sara-Tv, Lider-Tv kanalları yarandı.

İctimai televiziya kanalları – ümummilli maraqlara xidmət edir. Xüsusilə də, demokratik ideyalara, vətəndaş azadlığı, mənəvi dəyərlərin qorunması və formalaşması, əxlaq normaları və s. keyfiyyətlərin işıqlandırılması diqqətdə olur. Habelə cəmiyyətin ayrı-ayrı qruplarının differensial maraqları nəzərə alınaraq bu televiziyanın fəaliyyəti proqramlaşdırılır. Abunə prinsipi ilə ictimaiyyət tərəfindən maliyyələşir və ictimaiyyətin nəzarətində olur. Reklam ya tamam qadağan edilir, ya da ciddi şəkildə məhdudlaşdırılır. Beləliklə, xarakterindən də hiss olunur ki, ictimai televiziya cəmiyyətin vacib informasiya və mədəniyyət atributu kimi çox maraqlıdır. Elə buna görə də demokratikləşməyə doğru gedən Azərbaycan və bütövlükdə postsovet respublikalarında xalqın uğrunda mübarizə apardığı demokratik institutlardan biri də ictimai televiziyaadır.

Hansı ölkədə fəaliyyət göstərməsindən asılı olmayaraq dövlət televiziyası nə qədər ictimai TV xarakterinə meyl etsə də, hər halda informasiya proqramlarında kimə qulluq etdiyini mütləq göstərəcək.

İctimai televiziya isə ilk növbədə cəmiyyətin maraqlarını ifadə etməlidir. Bu isə cəmiyyətin mədəniyyəti, elmi, dini, sənəti və s. sahələrini təmsil edən üzvlərindən doğrulmuş şüuranın köməyi ilə həyata keçirilə bilər. Qərbdə ictimai televiziya mütləq abunəçilərin – tamaşaçıların hesabına maliyyələşir. Ona görə də reklamdən, kommersiya məqsədlərindən azaddır. Bu kanal kommersiyaya meyl edən kimi abunəçilərinin bir hissəsi ondan imtina edir. Və beləliklə onu öz yoluna, məqsədinə qayıtmağa məcbur edir.

Kanalların tiplərində və iş prinsiplərində bəzi fərqli cəhətlər olsa da, televiziya jurnalistikasının yaradıcılıq spesifikasiyası bu peşənin daşıyıcılarının hamısı üçün eynidir.

İlk növbədə televiziya söz şifahi nitq xarakterindədir. Şifahi nitqin əsas keyfiyyətlərini özündə daşıyır. O da aydındır ki, şifahi nitqin quruluşu yazılı nitqdən bir çox cəhətlərinə –sözün vurğu düzümü, intonasiyasına görə fərqlənir. Qəzetdə çox işləmiş və qəzet stilistikasına öyrəşmiş jurnalistin televiziya peşə uğuru çətin olur. Televiziya tamaşaçısı sözü hətta radiodinləyicisindən də fərqli qəbul edir. Çünki vizuallığın özü də sözü daha dərindən qavramağa kömək edən faktordur.

Telejurnalistikanın özünəməxsus xüsusiyyətlərindən biri onun janrları ilə əlaqədardır. Janr ona görə televiziya üçün də xüsusi keyfiyyət kəsb edir ki,

onun müxtəlifliyi televiziya verilişlərin, proqramların özünəməxsus yaradıcılıq formatına ciddi təsir göstərir. Janr televiziya ideyanın, layihənin gerçəkləşdirilməsi prosesində mühüm element kimi çıxış edir. Qeyd edək ki, son vaxtlar qəzet jurnalistikasında janra qarşı yaranan laqeydlik telejurnalistikada hiss olunmur. Hətta televiziya intensiv olaraq qəzet, radio, kino janrlarının televariantlarını yaratmaqdadır. “Bu intensiv proses nəticəsində televiziyanın özünəməxsus yeni janrları ortaya çıxmaqdadır.”¹

Maraqlıdır ki, televiziya janr nə qədər yeniləşsə də, onun təşkil etdiyi proqram formatları çox sabit qalmaqdadır. Rusiyada xeyli televiziya təcrübəsi olan O.Poptsov: “Mən televiziya beş il işlədikdən sonra belə qəti bir qərara gəldim ki, Rusiya telekanallarının heç birində orijinal proqram formatı yoxdur. Bunların hamısı Qərbdən gəlir və bizim (Rusiyanın – C.M.) kanallarda yeni çalarla ortaya çıxır.”²

Nəzərə alsaq ki, janr özü də yaradıcılıq prosesinin tarixən formalaşdırdığı və daşlaşmış kanonlara malik bir keyfiyyətdir, onda bunun köməyiylə yaranan formatın da qəlibləşməyində təəccüblü bir hal yoxdur.

Janr ideyanın başlanğıcıdır. İdeya yaranan kimi onun janr ölçüləri ağıla gələn ilk element olur. Bundan sonra ssenari doğur. Qalan məqamlar artıq ssenarinin planına daxil olanlardır.

V.Yeqorovun da qeyd etdiyi kimi, televiziya tamaşaçısının ən çox sevdiyi janrlardan biri reportajdır. Reportaj bir janr kimi tarixən qəzet jurnalistikasında formalaşmışdır. Lakin müşahidə etmiş oxucu aydın görür ki, reportaj qəzet səhifəsindən az qala tamamilə çıxıb televiziya keçmişdir. Radioda da reportaj üstünlük təşkil edir, qəzətdə isə getdikcə yoxa çıxmaqdadır. Reportaj əsl televiziya janrına çevrilir. Türkiyədə zəlzələ hadisələrini birbaşa reportajla təqdim edən vertolyot--studiyanı xatırlayın. İndi dünyanın bir çox normal telekanallarında vertalyot--studiya adı haldır və bu “hər şeyi görəni” studiya ən çox reportaj üçün yararlıdır. Reportaj hər şeyi dəqiq ifadə etməlidir, onda bədii təxəyyülə, uydurmaya yer yoxdur. Tamaşaçı baxdığı reportajda hadisəni, onun “iyini” hiss etməlidir. Burada dilin gözəlliyi, üslubun sənətkarlığı deyil, ifadənin dəqiqliyi, inandırıcılığı əsasdır.

Kütləvi informasiya vasitələrinin hansında verilməsindən asılı olmayaraq, reportaj informasiya xarakterli olub jurnalistin birbaşa iştirakı ilə fakt və hadisə haqqında əyani təsəvvür yaradır. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, bu təsəvvür vizuallığın hesabına televiziya daha mükəmməl olur. “Reportaj bir tərəfdən özündə ciddi sənədliliyi, obyektivliyi, hadisənin protokol təsvirini əks etdirərək informasiyaya meyl edirsə, digər tərəfdən, canlılıq, emosionallıq, aydın, usta təsvir məqamları ilə reportajlılığı təmin edərək janrı xüsusiləşdirir.”¹ Televiziya bu əlamətlər jurnalistin hadisə yerindən birbaşa – canlı yayımla verdiyi reportajda daha çox üzə çıxır. Buna “birbaşa reportaj” adı verilir. Burada əvvəlcədən hazırlanmış heç bir videosıra yoxdur. Xüsusi hazırlanmış reportaj canlı efirdə hadisələri şərh edərək fəaliyyət göstərir. 1997-ci ilin noyabrında Türkiyə – Yunanıstan toqquşmasının ehtimal edildiyi zaman Türkiyə gəmilərini izləyən TQRT reportajları, Türkiyədə 1998-ci ilin yayında baş verən zəlzələdə STV-nin “vertolyot-studiyadan” apardığı müntəzəm

¹ В.В.Егоров. Телевидение: теория и практика. М., 1993, стр. 49.

² О.Поптсов. Телевидение на завтра. «Литературная газета», 21 март. 1996г.

¹ Г.Я.Солганик. Стиль репортажа. М., 1970, стр. 4.

reportajlar, Rusiyanın Barents dənizində batan “Kursk” sualtı gəmisinin xilas etmə məqamlarından verilən canlı reportajlar buna illüstrasiya ola bilər.

İnformasiya-xəbər janrı bütün KİV-də özünə ilkin və möhkəm yer tutduğu kimi, televiziya da həmin yeri qoruyub saxlayır. Məhz informasiya proqramlarının vasitəsilə televiziya öz reytingini müəyyənləşdirir. Auditoriya uğrunda reklam bazarına daha çox informasiya proqramları ilə girmək olur. İnkişaf etmiş ölkələrdə TV kanalların sürətli artımı ilə bu rəqabət getdikcə güclənməkdədir. Xüsusilə televiziyanın kommersiya xarakteri TV proqramlara gəlir gətirən satış malı kimi baxmağı tələb edir. Proqramlar maraqlı, cəlbedici olmağa məhkumdur. Təsadüfi deyil ki, informasiya proqramlarının bir növü amerikanizmlərdə “şou-biznes” adlanır. İnformasiyaya artan tələb indi bütün dünyada vaxtı ilə üstünlük verilən klassik iri həcmli proqramları sıxışdırmağa başlayıb. İnformasiyadakı gerçəklik, fakt hər şeyi udur. “Tok-şou” adlanan informasiya proqramlarının bütün dünya TV kanallarında artımı dediklərimizə sübutdur.

“Müsahibənin, diskussiyanın, canlı söhbətin elementlərini özündə daşıyan tok-şouda aparıcının şəxsi yaradıcılıq keyfiyyəti çox şeyi həll edir.”¹ Tok-şou öz keyfiyyətinə görə aparıcıya o qədər bağlıdır ki, onu ancaq istedadlı jurnalistlərin proqramı hesab etmək olar. Təsadüfi deyil ki, son vaxtlar dünya praktikasında məşhur kino ulduzları, məşhur aktyor və müğənnilər tok-şou aparıcıları rolunda çıxış etməyə başlamışlar. Aparıcının imici burada xüsusi rol oynayır. “Ağıl, hazırcavablıq, səmimilik, yumor hissi, maraqla dinləmək mədəniyyəti, plastik hərəkətlər və s.”² proqramın uğuruna ciddi təsir edir. Dünyanın usta aparıcıları artıq çoxdan sübut etmişlər ki, tok-şou ən telegenik janrdır. Tok-şouunu söhbət sənətinin ən önəmli vasitəsi hesab edən məşhur aparıcı Orson Uells (ABŞ) onu şəriksiz televiziya janrı kimi qiymətləndirir. Təsadüfi deyil ki, dünyanın bütün kommersiya kanalları tok-şouunu ən rentabelli janr kimi istədikləri qədər “istismar” edir. Həm də ona görə ki, tok-şou xüsusi olaraq möhtəşəm texniki studiya zəhməti, əvvəlcədən ağır hazırlıq tələb etmir. Tok-şou ucuz başa gəlməyi ilə də əlverişlidir. Qərbin televiziya proqramlarında xüsusi formatla çoxdan qəbul edilmiş tok-şoular Azərbaycan televiziya kanallarında 90-cı illərin lap sonunda ANS və Space-də bir sıra uğurlu formatlarda populyarlaşdı. Ümumiyyətlə, ANS Yayım və Mediya Şirkəti bu sahədə məktəb rolunu oynadı və onun başladığı tok-şou formatları Space-də, daha sonra digər kanallarda gerçəkləşdi. Mirşahinin “Ən yeni tarix” kimi mövzu dünyası, televiziya həlli ilə çox tez rəy doğuran tok-şousu Azərbaycanda Qərb formatlarının uğurlu tətbiqinin əsasını qoydu.

Hesabat – janrı yaşca televiziya böyük olsa da, onun ekran həllinin öz xüsusiyyətləri var. Hesabatın tematik əsasını günün aktual sosial hadisələri, yığıncaqlar və s. təşkil edir. Hesabatın hazırlanmasında ssenarisiz keçinmək olar, lakin jurnalist mütləq hadisə yerində iştirak etməlidir. Yalnız hadisədə iştirak etmiş jurnalist lentə alınmış tədbiri şərhətsiz, lakin qısaldılmış şəkildə tamaşaçıya çatdırıla bilər.

Müsahibə – janrı öz başlanğıcını qəzet jurnalistikəsindən alsada, televiziya xüsusi effekt kəsb edir. Müsahibə ictimai maraq doğuran

¹ Телевизионная журналистика. Учебник. М., 1998, стр. 198.

² Женә орада

informasiyanı tamaşaçıya çatdırmaq baxımından çox əlverişlidir. Jurnalist müsahibədə günün aktual problemlərlə bağlı vacib informasiya mənbəyinə sualla müraciət edir və cavab alır. Bəzən xəbərlər proqramlarında güclü kəsərliyə nail olmaq üçün alınan qısa müsahibə respondentini baş vermiş hadisə haqqında maraqlı faktlar, təəssüratlar danışmağa və yeni fikir söyləməyə təhrik edə bilər.

Müsahibədə jurnalistin aydın məqsədi olmalıdır. Jurnalist ona xüsusi hazırlaşmalı, mövzu ətrafında bilgilərini zənginləşdirməlidir. Mövzunun və vaxtın bitməsinin üst-üstə düşməsinə çalışmalıdır. Müsahibə gətirdiyü adamın kimliyindən asılı olmayaraq – istər hakimiyyət adamı, istərsə də hakimiyyətə can atan adam – hamıya eyni ton və taktika ilə, vicdanlı müraciət etməlidir.

Televiziya jurnalistikasında şərh, icmal, söhbət, diskussiya kimi janrlar da geniş intişar tapıb. Şərh – hər hansı bir faktın təhlilini verir və xəbərlər proqramında gedən prioritet faktın aydınlaşmasına kömək edir. ORT kanalında Leontyevin “Vremya” xəbərlər proqramından sonra efirə çıxardığı “Odnako”, Azərbaycan milli televiziyasında Q.Məhərrəmovun 90-cı illərin ortalarında apardığı “Təfəsilat” bu tipli proqramlar sırasındadır. Televiziya özü jurnalistikanın hələlik ən yeni vasitəsi olduğu üçün onun forma və üsulları da güclü formalaşma prosesi keçirir.

Telejurnalistika yeni bir sahə olduğu kimi onun gerçəkləşməsində iştirak edən peşə sahibləri də yeni və müxtəlifdir. Bu peşə sahiblərinin birgə əməyi səviyyəli verilişin, proqramın ortaya çıxmasına səbəb olur.

Telereportyor – informasiyanı əldə edən, informasiya mənbəyini tapan və aldığı informasiyanın mətnini hazırlayan, montaj zamanı informasiyanın dolğunluğuna cavabdeh olan adamdır.

Redaktor – televiziya da çox ciddi yaradıcı fiqurdur. Proqramın niyyəti, konteksti onunla bağlıdır. O, proqramın ideyasının xüsusilə ədəbi cəhətdən gerçəkləşməsinə, verilişin dilinə, üslubuna diqqət yetirir. Redaktor proqrama dəvət olunan adamı təkcə informasiya mənbəyi kimi deyil, həm də maraqlı, öz şəxsi nöqtəyi-nəzəri olan adam kimi dəvət edir. Onun bir çox bacarıq komponentinə arxayın olur və s.

Prodüser -- proqramın efir versiyasının təminatçısıdır. Titrələr, subtitrlər, xəritələr, onların hansı məqamda efirə çıxması, proqramın düzümü və s. məsələlər prodüserin peşə səviyyəsini müəyyən edir.

Bəzi telekanallarda şef-redaktor vəzifəsi də var. Şef-redaktor, məsələn, xəbərlər departamentinin bütün proqramlarının efir səviyyəsinə rəhbərlik edir, proqrama məsuliyyət daşıyır.

Baş redaktor – televiziya da çox məsuliyyətli vəzifədir. O, təkcə ədəbi qabiliyyəti ilə deyil, həm də ortaya çıxma biləcək bütün müşkül suallara cavab vermək, məsuliyyəti boynuna götürmək, normativ qanun aktlarına bələd olmaq, informasiya mənbəyi ilə əlaqə yaratmağa kömək etmək, riskli situasiyalarda necə hərəkət etməyi diktə etmək, materialın efir taleyini əvvəlcədən görə bilmək və s. onlarca funksiyanın məsuliyyətini daşıyır.

Bundan sonrakı direktor, prezident və s. vəzifələr artıq yaradıcılıqdan daha çox inzibati təşkilatçılıq xarakteri daşıyır ki, onların da funksiyalarını bilmək lazımdır.

VI fəsil

Jurnalistikanın nəzəri problemləri

Hər bir sənətin, eləcə də peşənin elmi əsasları olur və bu əsaslar onun yeni inkişaf perspektivlərini görməyə, gerçəkləşdirməyə imkan verir. Elmi əsaslar dedikdə nəzəriyyə məsələlərini nəzərdə tuturuq. Nəzəriyyə yunanca *theoria* – sözündən olub nəzər salmaq, tədqiq etmək deməkdir. Nəzəriyyə elmin hər hansı sahəsi barədə ideyalar sistemidir, gerçəkliyin qanunauyğunluqlarını əks etdirən elmi sahədir.

Məlum olduğu kimi ədəbiyyatın, söz sənətinin, teatrın, kinonun, elmin bütün sahələrinin nəzəriyyəsi olduğu kimi jurnalistikanın da xeyli vaxtdan bəri bir çox ölkələrdə bu sahənin alimləri tərəfindən işlənən və işlənərkən olan nəzəri məsələləri var. Jurnalistikanın nəzəri problemləri onun peşə differensiasiyasına uyğun olaraq, habelə ayrı-ayrı növləri, sahələri, janrları, dili, üslubu və s. çox müxtəlif aspektlərindən öyrənilmiş və öyrənilməkdədir. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, jurnalistika, məsələ, bədii söz sənətindən, teatrdan, musiqidən... sonra meydana çıxdığına görə onun nəzəri problemləri də nisbətən gec öyrənilməyə başlamışdır. Doğrudur, indi bir çox alimlər kilsə xorunda, qədim poeziyada publisistika axtarır və xeyli dərəcədə öz fikirlərini əsaslandırmağa da bilirlər. Bundan çıxış edib qədim publisistika niyə qədim vaxtlarda, deyək ki, elə bədii söz sənətində olduğu kimi çoxdan öyrənilməyib? sualını da qoymaq olar. Məsələ burasındadır ki, jurnalistika özünün ifadə vasitələrini, ötürücü imkanlarını əldə edəndən sonra bir anlayış, bir sahə kimi ortaya çıxıb. Ona görə də bir çox aspektdən jurnalistika özündən əvvəlki sənət növlərinin nəzəri əsaslarından bəhrələnməli olur. Bəlkə də elə ona görədir ki, jurnalistika da ədəbiyyat kimi, üç istiqamətdə öyrənilir: jurnalistikanın tarixi, jurnalistikanın nəzəriyyəsi, jurnalistikanın praktik fəaliyyəti.

Jurnalistikanın tarixi – onun keçdiyi inkişaf yolunu, inkişaf meyillərini, məktəbləri, yaradıcı şəxslərin təcrübəsini, ənənələri, mətbuat orqanlarının ictimai fikir tarixində yerini və rolunu tədqiq edir. Ölüb getməkdə, amma yaşamağa da haqqı olan keyfiyyətlərin yaşamaq haqqını müdafiə edir, ötənlərin fəaliyyətindəki önəmli cəhətləri praktidlərə çatdırır. Ayrı-ayrı mətbuat orqanları nəşr olunduğu dövrün ictimai, iqtisadi, siyasi möhürünü özündə daşıyır. Ona görə də tarixən fəaliyyət göstərmiş qəzet, jurnal öz dövrünün aynası hesab edilir. Əvvəllər qədim təzkirələrə, əlyazmalarına, daş kitabələrə, perqament yazılara, arxeoloji, paleontoloji faktlara, salnamələrə, xatirələrə, folklorla söykənən tarixçilər mətbuat meydana çıxandan sonra ən etibarlı mənbə kimi ona daha çox güvənməli oldular. Ən yeni tarixi mətbuata müraciət etmədən üzə çıxarmaq mümkün deyil. Son 50 ildə yazılı mətbuatla yanaşı, elektron jurnalistikasının videoarxivi də eyni rolunu oynamaqdadır.

Lakin mətbuat tarixini yalnız tarixə kömək faktı kimi qiymətləndirmək olmaz. Jurnalistika – qəzet, jurnal, radio, televiziya arxivlərində habelə sənətin, peşənin yaradıcılıq sirlərini qoruyub saxlayır. «Əkinçi» qəzeti öz səhifələrində maarifçi ziyalıların arzu və istəklərini, yaradıcılıq əzablarını əks etdirir, xalqın, ölkənin konkret bir dövrdəki vəziyyətini güzgü kimi göstərə bilir. «Həyat», «Şərqi-Rus», «Füyuzat»... kimi mətbuat orqanları milli dildə ilk gündəlik qəzet

modellərinin, polemikanın, ideallar uğrunda mübarizənin forma və üsullarını, janrın inkişaf tarixini, publisistikanın əsas mövzularını zaman kontekstində görməyə imkan verir. «Molla Nəsrəddin» jurnalı ədəbi-jurnalistika məktəbinin necə, hansı yollarla formalaşdığını, molla-nəsrəddinçilərin sənətkarlıq boyalarını bu günə örnək edir. «Azərbaycan» qəzeti (1918-1920) ilk dəfə olaraq müstəqil ölkənin müstəqil qəzet modelini təqdim edir və s.

Lakin bütün bunlar sənətin, peşənin keçmişinə, klassikanın gücünə məhəbbəti olan, tədqiqatçılıq istedadının qüvvəsinə güvənən, tədqiqatı elm səviyyəsinə qaldıran alimin söyləri ilə üzə çıxır. Azərbaycan tədqiqatçısını zaman-zaman ideoloji istiqamətlərə xidmət aktı kimi tez-tez dəyişən əlifba problemi, tədqiqatı hakim dairələrin ideoloji kanonları istiqamətində aparmaq məcburiyyəti, obyektiv qiymətləndirmə üsulunun çətinliyi daha ağır vəziyyətdə qoymuşdur. Amma bütün bunlara baxmayaraq jurnalistikamızın keçdiyi yolun böyük bir hissəsi pis-yaxşı tədqiq olunmuş, sənətin ortaya qoyduğu yaradıcılıq faktları barədə maraqlı kitablar, dissertasiyalar yazılmış, məqalələr çap edilmişdir. Azərbaycan mətbuatının akademik Ə.Mirəhmədov, Q.Məmmədli, professor Ş.Hüseynov, dosent N.Zeynalov, dosent V.Məmmədov kimi önəmli tədqiqatçıları öz əsərləri ilə tarixi bizə, bizi tarixə yaxınlaşdırmışdır. Mətbuatımız, onun tarixi bu gün də tədqiq olunur. Onun hələ tədqiqini gözləyən bir çox obyekt, bir çox problemi var.

Jurnalistikanın nəzəriyyəsi – onun tarixindən əvvəl diqqət mərkəzində olmuşdur. İlk milli qəzetimiz olan «Əkinçi» yaranan zaman onun təşkilatçıları – H.B.Zərdabi, M.F.Axundov, N.B.Vəzirov və başqaları qəzetin fəaliyyət mexanizmi, jurnalistin vəzifələri, mətbuatın funksiyaları haqqında maraqlı fikirlər söyləmişlər. M.Ə.Rəsulzadə mətbuat və söz azadlığını ifadə edən «Mətbuat azadlığı» məqaləsində¹ mətbuatın tarixi missiyasını, rolu, vəzifəsi, informasiyanın tipi, tənqidin qərəzsizliyi, jurnalistin peşə etikası, yazının sənətkarlıq xüsusiyyətləri, komromatın cəmiyyətə vurduğu zərər, mətbuatın tematikası və s. kimi onlarca problemin nəzəri əsaslarını ifadə edir.

Lakin bunlar fraqmentar xarakter daşıyır. Jurnalistikanın nəzəri problemləri fundamental şəkildə Qərbi Avropada, Rusiyada və nəhayət, Azərbaycanda öyrənilir. Professor F.Mehdi Azərbaycan bədii publisistikasının, televiziya jurnalistikasının, mətbuat janrlarının və digər vacib problemlərin nəzəri cəhətdən öyrənilməsi baxımından Azərbaycan elmi jurnalistikasının əsasını qoymuşdur.¹ Bu istiqamətdə son vaxtlar ümumiyyətlə xeyli iş görülmüş və görülməkdədir.

Jurnalistika nəzəriyyəsi ayrı-ayrı qəzet modelləri, jurnalistin peşə yaradıcılığı, sənətkarlıq sirləri, televiziyanın, radionun müasir inkişaf meylləri, jurnalistikanın işlək qanunları, janr, dil və üslub məsələləri kimi geniş diapozonlu problemlərin elmi əsaslarını işləyib hazırlayır. Nəzəriyyəyə söykənmədən təcrübədə uğur qazanmaq mümkün olmadığı kimi, praktikaya diqqət etmədən, onu nəzərə almadan nəzəri ümumiləşmələr aparmaq da mümkün deyil. Ona görədir ki, son illərin nəzəri tədqiqatları mütləq praktikaya söykənir və təcrübənin qəbul edilən tərəflərinin inkişaf perspektivlərini

¹ M.Ə.Рәсулзадә. Мәтбуат азадлығы. «Принципләр вә реаллыг», № 3-4, 1998.

¹ Бах: Ф.Мехди. Бәдii публицистика. Бақы, 1984; Телевизија журналистикасы. «Журналистика мәсәләләри», Бақы, 1972; Мәтбуатда публицистика. Бақы, 1990; Мәтбуат жанрлары, Бақы, 1996 вә с.

hazırlayır. Praktikanı təhlil edən, onun nəticələrinə dair konkret faktları araşdıran sahəni, bizcə ədəbiyyatın xüsusi sahəsi olan ədəbi tənqid tipində və bəlkə elə ona söykənərək – jurnalistika araşdırması adlandırmaq olar.

Jurnalistikanın praktik araşdırılması – konkret bir qəzetə, telekanala, teleproqrama, radioya, radio verilişinə ümumi nəzəri kanonlar kontekstində verilən qiymətdir. Mətbuat xülasəsi, qəzet icmalı, televiziya tənqidi və s. rubrikalarla işlənən bu materiallar konkret kollektivin konkret məhsuluna, konkret jurnalistin konkret yaradıcılığına qiymət verir. Yeni jurnalistika bütün sahələrə toxunduğu kimi, özünü də xüsusi tematikaya çevirməyi bacarır.

Bəzi mənbələrin verdiyi məlumata görə mətbuat xülasələri ilkin vaxtlarda tədqiqatçılar, alimlər tərəfindən mətbuatın fəaliyyəti barədə müasirlərinə bilgilər vermək məqsədilə yaradılırdı. İlk belə mətbuat xülasəsi alman ilahiyyatçısı Ahasfer Friç tərəfindən yazılıb. «Yeni qəzetlər» adlanan xəbərlərin xülasəsi» başlığı ilə 1676-cı ildə yazmışdır. Dərc olunan informasiya materiallarının səmərəsi və səmərəsizliyi barədə fikirlərini müəllif müxtəlif qəzetlərdən aldığı parçalarla əsaslandırmışdır.¹ Rus jurnalistikası tarixində də mətbuat xülasəsi bir janr kimi diqqət mərkəzində olmuşdur.

Azərbaycan klassik jurnalistikasında C.Məmmədquluzadə, F.Köçərli, Ö.F.Nemanzadə, Ü.Hacıbəyli, M.Ə.Rəsulzadə kimi jurnalistlər ayrı-ayrı qəzetlərin, jurnalistlərin peşə yaradıcılığını təhlil yolu ilə sənətin inkişaf etdirilməsinə can yandırmışlar.

Ənənə indi davam edir. Dünya pratikasında cari jurnalistikanın fəaliyyətinə qiymət vermək KİV-in tematikasında xüsusi yer tutur. «İzvestiya» qəzeti, 1990-cı illərin sonunda özünə əlavə olaraq 4 səhifəlik «Media» buraxılışı hazırlamışdır və bu buraxılış indi də davam edir. Bundan əlavə, «İzvestiya» xüsusi araşdırıcıların imzası ilə həftədə bir dəfə «Telenedelya» rubrikasını səhifəyə çıxarır.

Sovet – kommunist jurnalistikasıdan imtina edib Qərb modelləri istiqamətində qurulan Azərbaycan jurnalistikasının bu yeni tipli fəaliyyəti barədə indi yazı dərc olunur, telediskussiyalar keçirilir. Azərbaycan milli televiziyaının 1998-ci ildə müntəzəm efirə çıxardığı «Mətbuat klubu» proqramı, qəzetlərin səhifələrində daimi rubrikaya çevrilmiş «Mavi ekran qarşısında» və s. materiallar böyük ictimai maraq kəsb etmişdir.

Azərbaycanda praktik jurnalistikanı araşdıran mətbuat xülasəsinin tarixi daha qədimdir. Klassik jurnalistikamızda bu janrın ən usta nümayəndələrindən biri Üzeyir Hacıbəyli olmuşdur. Onun təkə «Tərcüman» qəzetinin fəaliyyəti ilə bağlı müxtəlif vaxtlarda xeyli yazısı dərc edilmişdir. Ü.Hacıbəylinin «Zənbur» jurnalı haqqında bir məqaləsini diqqətə çatdırırıq:

«Zənbur jurnalı»

«Bizim hər xeyir işimizi, hər bir nəfli və tərəqqimizə xidmət edəcək təşəbbüslərimizi ibtidadan boğub puç etməklə, bir qədər irəli, bir qədər geri qoymağımıza başlıca səbəb aramızda olan bəzi müfsidlərin meydanı – mücahidəyə millətperəstlik maskası altında qərəzi-şəxsi və mənfəəti-

¹ Бах: А.А.Тертычный. Аналитическая журналистика: познавательный—психологический подход. М., 1998, стр. 231.

xüsusilərini yeritmələridir. Bir işin içində də ki, pak və xalis niyyət əvəzinə qərəzi--şəxsi hiyləsi oldu, o iş zərərdən başqa heç bir xeyir gətirməz.

Şəhərimizdə «Zənbur» bir adlı məzhəkənəvis jurnal nəşr olunduğu və elə bir jurnalın başında intelligent və ürəfa qismindən hesab olunan doktor Əbdülxalıq Axundov cənabları olacağını eşidib də, əvvəlcə biz sevindik ki, bəli, camaatımızın tərəqqisinə xidmət edəcək bir qələm arkadaşımız dəxi artdı. Lakin minlərcə təəssüflər olsun; «Zənbur» jurnalının məqsədi millətə xidmət deyilmiş, bəlkə bu ünvan altında gizlənilib də öz qərəzi – şəxsisini yeritməklə, müqəddəs qələmi ehtiramdan salmaq və mətbuatı xalq nəzərində palçıqlamaq imiş.

Haman jurnal qərəzi–şəxsi oxunu bizim qəzetin müdiri Əhmədbəy Ağayev cənablarına dəxi tuş edib, bu axırkı nömrəsində jurnalın üz səhifəsində müdirimizi nalayiq surətlərdə çəkibdir. Məzhəkənəvis jurnallar, zətən, hər bir kəsi hər bir tövrədə çəkməyə muxtardırlar. Buna bir sözüümüz yox, lakin bir şəxsi özgə jurnallarda çəkməyə manefeyi–ümumi nöqtəyi-nəzərincə bir bahənə, bir səbəb lazımdır. Jurnalda o adamın şəklini çəkərlər ki, onun gördüyü işlər, tutduğu yol və məslək ümum camaatın manafeyinə, hüququna, tərəqqisinə zidd və müxalifdir. Əcaba, Əhmədbəy nə iş görübdür və nə iş görür ki, ondan camaata zərər gəlsin? Əhmədbəyin qəbahəti nədir? (...) Əhmədbəy məsələsi dursun.

Bir qələm sahibi olub da, bütün səy və guşuşimizi ona sərf edirik ki, camaat arasında qələm etibardan düşməsin, qələmin hörməti baqi qalsın. «Zənbur» jurnalı isə haman müqəddəs qələmi palçığın içinə batırıb, camaatın nəzərində bütün etibar və ehtiramını yerə soxur. Məzhəkə və rişxənd, söyüş söymək və tərbiyəsiz sözlər istemal etmək deyildir. Məzhəkənəvis heç vaxt ədəb və tərbiyə dairəsindən çıxmamalıdır. Möhtərəm «Molla Nəsrəddin» jurnalı tərəqqi və təalimizə mane olan bütün qəbahətləri ən gözəl ədibanə və ləzzətli, dadlı, duzlu sözləri ilə yazmaqla bütün xalqın, hətta, ondan incik olanların dəxi məhbubəlxəlbi olubdur; çünki bu jurnal bir dənə olsun tərbiyəsiz və ədəbsiz sözü özünə rəva görmədi. Və bir də tərbiyəsizlik qələm sahibinə yaraşan şeylərdən deyildir. Halbuki «Zənbur» jurnalında bir dənə də olsun məqalə çıxmayıbdır ki, ondan insan bir ləzzət anlasın, zövqü artsın. Məqalələrin hamısı dadsız, şit, insan oxuduqca əti tökülür, utanır (tüpürcək əhvalatı).

«Zənbur» jurnalı guya «Molla Nəsrəddin»ə təqlid ilə mollalara sataşmağı özünə qalxan edib, qərəzi–şəxsisini olanlara pis-pis, ədəbsiz sözlər yazır.

Bütün Quba camaatının cahələt və zillətinə səbəb olan hacı Babaları kənarda qoyub. Bakının tərəqqipərvər mollalarına nalayiq bir surətdə sataşib. Onları itə, donuza təşbih etmək, heyvan demək kimi tərbiyəsiz və ədəbsizliyi rəva görür. Bütün qələm sahiblərinin borcu millətin tərəqqisinə mane olan mollaları –zəmm və qədh etməklə, ədalət və manafeyi–millət naminə olmaq üzrə, tərəqqiyə çalışan mollaları dəxi müraat və müdafiə etməkdir, onların arzusunu gözləməkdir.

Söyüş söymək ilə nə xalqı güldürmək olar, nə də mənəfəət vermək, bəlkə nifrət qazanmaq olar.

Qələm sahiblərinin və oxucuların diqqətini «Zənbur»un axırkı nömrəsində yazılmış «Toyda» ünvanlı biabru və bihəyə sözlərə cəlb edirəm. O məqalənin heç bir ümumi mənası olmayıb, bəlkə bunu isbat edir ki, onu yazan

tərbiyəsiz kimdirsə, bir adamla qərəzi–şəxsi olduğuna görə, götürüb onun barəsində yazıbdır. O cürə şeyləri oxuduqda adamın əti əriyir, nifrətdən başqa heç bir hiss oyanmır. Bu nədir? Tərəqqiyə xidmətdir, yoxsa əhalinin əxlaqını pozmaqdır? Yazıq qələm, yazıq oxucular, yazıq ədəbiyyat ki, tərbiyəsizlər əlinə düşübdür! Nifrət, nifrət olsun müqəddəs qələmi qərəzi–şəxsi aləti edənlərə, nifrət!»¹

Ü.Hacıbəylinin bu yazısını ona görə bütöv misal gətirdik ki, müasir oxucu klassik jurnalistikamızda fəaliyyət göstərən ustadların satirik (bu kontekstdə -- məzhəkə) mətbuatın ictimai həyatda yeri və rolunu necə doğru, elmi qiymətləndirdiklərinin şahidi olsun. Bu mətbuat xülasəsi bir klassik nümunə olmaqla, bu günkü satirik jurnalistikamızda da baş alıb gedən özbaşınalıq, şəxsi intiqam hissi, şəxsi maraq hissi, auditoriyanı nəzərə almadan hər cür zövqdən və abırdan uzaq söz və ifadələrin çəkinmədən işlədilməsi və s. onlarca nöqsana qarşı mübarizədə köməyə gələ bilər.

Sovet dövrü Azərbaycan jurnalistikasında mətbuat xülasəsi çox işlək bir janr olmuşdur. Bu gün də qəzetlərin, jurnalların, teleproqramların fəaliyyətini araşdıran təhlili yazılara çox rast gəlmək mümkündür. Bu, həm də belə bir faktın göstəricisidir ki, mətbuatın, radio və televiziyanın necə fəaliyyət göstərməsi ictimai maraq dairəsindədir.

Beləliklə, jurnalistikanın tarixi, nəzəriyyəsi və praktikasi elmi, nəzəri və ictimai fikirdə özünə çoxdan yer tutmuş və bu gün də tutmaqdadır. Elmi fikrin ən çox diqqət yetirdiyi və praktik jurnalistlərin də çox maraqlandığı sahə isə jurnalistikanın nəzəri əsaslarıdır. Bu problemə bir az diqqətlə yanaşaq.

Jurnalistikanın beynəlxalq nəzəri modellərinin tarixi inkişaf mərhələləri

Yuxarıda qeyd etdik ki, jurnalistikaya ictimai, elmi maraq yeni tarixin deyil, onun bir ictimai institut kimi formalaşma dövrünün məhsuludur. İlk vaxtlar bir az bəsit görünən nəzəri fikirlər getdikcə öz ümumi qanunauyğunluqlarını taparaq ciddi elmi sahəyə çevrilməyə başlamışdır. Ancaq təkrar görünsə də, yeridir deyək ki, jurnalistika nəzəriyyəsi digər fundamental və ictimai elmlərə nisbətən xeyli cavan sahədir. Hətta o qədər cavan ki, hələ onun öz kateqoriyaları, yalnız özünə xas olan nəzəri postulatları indi-indi formalaşır. Mətbuatın yaranışından bütün funksiyaları ilə bərabər, həm də çox vaxt ideoloji, manipulyativ keyfiyyəti və bu keyfiyyətin zamana, şəraitə, məkana, ölkəyə, rejimə görə dəyişkən olması onun ümumi qanunauyğunluqlarının gec yaranmasına səbəb olmuşdur. Bir az da aydın olsun deyə açıqlayaq: məlumdur ki, bədii ədəbiyyat da zamana, şəraitə, ölkəyə, rejimə görə ideoloji, manipulyativ xarakterdən heç də həmişə uzaq olmamışdır. Lakin bədii sözün qədimliyi, tarixən jurnalistikadan çox-çox qədimliyi onun nəzəri aspektlərinin, estetik dəyərlərinin nəzəri konsepsiyasının çoxdan işlənilməsini şərtləndirmişdir. Digər tərəfdən, bədii sözün folklor qolu ideolojilik, manipulyativlik kimi anlayışları heç vaxt qəbul etməyib. Senzuranın təqib etməyə gücü çatmadığı folklor bütün dünyada, bütün zaman və məkanlarda, bütün rejimlərdə ancaq kamillik ideallarına, ancaq ədalət və estetik dəyərlərə xidmət etdiyindən onun ümumbəşəri inkişaf qanunauyğunluqlarının

¹ У.Һачыбэјов. Сечилимиш әсәрләри. Бақы, 1985, сәһ. 241-242.

elmi-nəzəri modelləri, az qala, təbiət elmlərinin qanunauyğunluqlarının elmi-nəzəri modelləri ilə müqayisəyə gələr.

Jurnalistikanın bu tipli ümumi kateqoriyaları XX əsrin sonlarında xeyli formalaşsa da, hələ, məsələn, KİV ABŞ-da öz xüsusiyyətlərinə, Böyük Britaniyada başqa xüsusiyyətlərə, Çində digər xarakterə, Rusiyada fərqli cəhətlərə malikdir.¹ Bu fərqli cəhətlər jurnalistika elminin, xüsusilə onun nəzəriyyəsinin ümumiləşdirmə səmərəsinə uzun müddət mane olmuşdur. Son yüz ildə isə bütün fərqlərə və ölkə xüsusiyyətlərinə baxmayaraq dünyanın hər yerində az və ya çox dərəcədə qəbul edilən eyni, yaxud bir-birinə çox bənzəyən xüsusiyyətlər nəzəri ümumiləşmələrə təkan vermişdir.

Qeyd edək ki, jurnalistikanın ən ciddi və fundamental problemlərindən biri onun ifadə etdiyi sözün azadlığıdır. Jurnalistikanın lap erkən çağından onun ifadə azadlığı, onun təqdim etdiyi informasiyanın müstəqilliyi ətrafında mübahisələr və mübarizələr başlamışdır. Mətbuat azadlığı problemi hələ XVII əsrdə İngiltərədə ciddi şəkil almışdı. Mətbuatın vəzifəsi və cəmiyyətdə yeri barədə diskussiyaların Avropada üç yüzə yaxın yaşı var. ABŞ-da mətbuatın nəzəri cəhətdən öyrənilməsinin tarixi bu ölkədə 1860-70-ci illərdə əsası qoyulan jurnalist təhsili ilə əlaqələndirilir. Onu da demək vacibdir ki, mətbuata dair ilk əsərlər onun tarixinin tədqiqi və xüsusilə hüquqi aspektlərinin öyrənilməsi ilə əlaqədar olmuşdur.

Qərb ölkələrindən fərqli olaraq Rusiyada mətbuatın nəzəri problemlərinə ciddi diqqət verilmişdir. İndinin özündə də Qərb ölkələrində jurnalistikanın praktik cəhətlərinə onun nəzəri problemlərindən qat-qat artıq diqqət yetirilir. Lakin ənənəvi olaraq, Rusiya elə bu gün də sənətin nəzəri araşdırılmasına xeyli tədqiqat həsr edir. Qərb ölkələrində praktik istiqamətə marağın çoxluğu təkcə belə bir faktla sübut edilir ki, bəzi ölkələr indi hətta jurnalistin KİV-də birbaşa iş yerində daha yaxşı hazırlandığını iddia edir. Bəzi ölkələrdə isə başqa sahələrdə fundamental biliklər alan – ali təhsili olan, habelə jurnalistikaya maraq göstərən adamları xüsusi məktəblərdə az müddətə peşəyə hazırlayırlar.

Jurnalist hazırlığının Rusiya təcrübəsi də özünü doğruldur. Burada jurnalistika ixtisası fundamental biliklərlə birgə verilir. Habelə Rusiya ənənəvi olaraq jurnalistikanın nəzəri istiqamətlərinə ciddi diqqət yetirir. Hələ 1820-30-cu illərdə A.S.Puşkin, N.V.Qoqol, V.Q.Belinski və s. kimi ədiblər jurnalistikanın nəzəri məsələlərinə xeyli əsər həsr eləmişlər. Hələ XVII əsrin ortalarında M.V.Lomonosov onun əsərlərini əsassız tənqid etmiş jurnalistlərə verdiyi maraqlı məsləhətləri ilə bu sahədə nəzəri fikirlərin başlanğıcını qoymuşdur.¹ V.Q.Belinski 1830-cu illərdə «Библиотека для чтения» jurnalının redaktoru Bulqarinin jurnalı populyarlaşdırmaq üsulunu öyrənməyə çağırırdı. 1856-cı ildə N.Dobrolyubov özünün «Yekaterina dövrü rus satirası» məqaləsində satirik jurnalistikanın nəzəri əsasları barədə xeyli fikir demişdi. Azərbaycan nəzəri fikir tarixində M.F.Axundovun «Yüksək İrənin «Millət» qəzetinin münşisinə kritika» və «Kəmalüddövlə məktubları»ndakı mülahizələrini nəzəri jurnalistikanın başlanğıcı hesab etmək olar.

Azərbaycan jurnalistikasının bünövrəsi olan «Əkinçi» qəzetinin yaradılması ərəfəsində M.F.Axundovun, H.Zərdabinin bir-birinə məktubları hələ qəzet ortaya çıxmamışdan onun nəzəri modeli barədə maraqlı fikirlərlə

¹ Ф.Сиберт, Т.Петерсон, Уилбур Шрамм. Четыре теории печати. М., 1997, стр. 15.

¹ Бах: История русской журналистики XVIII-XIX в.в.М., 1973.

zəngindir. Sonralar H.Zərdabinin «Rusiyada əvvəlinci türk qəzetəsi» (1904) məqaləsi də nəzəri məsələlərə toxunur. Böyük ictimai xadim və publisist M.Ə.Rəsulzadə özünün «Mətbuat azadlığı» məqaləsində mətbuatın dünya praktikasındakı işlək modelləri, onların nəzəri əsasları, söz və mətbuat azadlığı barədə bu gün üçün də çox aktual səslənən fikirlər demişdir.

Sovet dövründə SSRİ-də jurnalistikanın nəzəri aspektlərinə diqqət çox olsa da, bu diqqət birtərəfli xarakter daşımış, dünya praktikasının işlək modellərindən yalnız tənqid hədəfi kimi istifadə edilmişdir. Bu modelləri üzə çıxarmaq və onların barəsində obyektiv fikir demək kommunist ideologiyasına qarşı çıxmaq demək olardı. Ona görə də, olsa-olsa həmin nəzəri fikirlər barədə ancaq tənqidi monoqrafiyalar üzə çıxırdı.¹ Qərbdə isə alimlər jurnalistika nəzəriyyələrinin tarixi inkişaf yolunu, onları doğuran ictimai şəraiti və bu nəzəriyyələrin təcrübədə gerçəkləşmə mexanizmini izah edirdilər.

Məşhur ABŞ sosioloq və mətbuat nəzəriyyəçiləri, habelə mətbuat tarixçiləri Fred Sibert, Teodor Piterson və Uilbur Şrammin «Mətbuatın dörd nəzəriyyəsi»² kitabı bu formalaşmanın məhsulu kimi XX əsrin ortalarında meydana gəlmişdir. Hələlik bu kitabın ortaya qoyduğu, əsaslandığı dörd nəzəriyyə özünün həm elmi, həm də praktik qiymətini indi də saxlayır. Bu kitab mətbuatın mahiyyətini, xidmət etdiyi məqsədləri, müxtəlif ölkələrdə özünü niyə müxtəlif cür göstərdiyi barədə maraqlı elmi mülahizələr irəli sürür. «Mətbuatın dörd nəzəriyyəsi»nin müəllifləri sübut edirlər ki, mətbuat həmişə əhatəsində fəaliyyət göstərdiyi sosial və siyasi strukturun forma və rənglərini qəbul edir. Mahiyyətə mətbuat sosial nəzarət sistemini əks etdirərək ayrı-ayrı adamlarla ictimai institutlar arasındakı münasibətləri tənzimləyir. Kitabda təfəssilatı ilə izah olunan dörd nəzəriyyənin ikisi, müəlliflərin özlərinin də qeyd etdiyi kimi, əslində, iki əvvəlki nəzəriyyənin modifikasiyası təbirində qəbul edilməlidir. İlkin və əsaslı modellər:

1. Avtoritar;
2. Libertarian;

Doğrudan da, sonrakı dövrün nəzəri modeli kimi qəbul edilən sovet – kommunist mətbuat nəzəriyyəsi avtoritar modelin, sosial məsuliyyət mətbuat nəzəriyyəsi isə libertarian modelinin çox xırda çalarlı dəyişiklərə uğrayan forması kimi qavranılmalıdır. Beləliklə, mətbuatın dörd nəzəriyyəsi aşağıdakılardır:

1. Avtoritar mətbuat nəzəriyyəsi;
2. Libertarian mətbuat nəzəriyyəsi;
3. Sosial məsuliyyət mətbuat nəzəriyyəsi;
4. Sovet-kommunist mətbuat nəzəriyyəsi;

Bu nəzəri konsepsiyalara ayrı-ayrılıqda diqqət edək, onların tarixi-funksional yolunu izləyək.

Avtoritar mətbuat nəzəriyyəsi

Mətbuat nəzəriyyələri içərisində ən qədimidir. O, intibahın son çağındakı avtoritar üsul-idarəsi dövründə, xüsusilə kitab çapının meydana

¹ Бах: Журналистика в буржуазном обществе. М., 1976... Буржуазные теории журналистики. М., 1983; М

² Ф.Сиберт, Т.Питерсон, Уилбур Шрамм. Четыре теории печати. М., 1997, стр. 15.

gəlməsi ilə formalaşmışdır. Bu dövrün cəmiyyətində belə bir fikir vardı ki, həqiqət geniş kütlədən deyil, onu idarə edən və istiqamətləndirən imtiyazlı adamlardan gəlir. Təzəcə formalaşmağa başlayan mətbuat da yuxarıdan aşağıya fəaliyyət göstərirdi. O dövrün hakim dairələri cəmiyyətə mətbuat vasitəsilə özlərinə sərf edən informasiyanı ötürürdülər. Habelə, insanlara hansı siyasəti dəstəkləmək istiqamətini aşılırdılar. Hakimiyyət adamları mətbuatın hakimiyyətə məxsus olduğunu iddia edərək onu kral siyasətini həyata keçirməyə borclu sayırdılar. Mətbuatın xüsusi mülkiyyət sektoruna düşməyi çox çətin idi və xüsusi icazə tələb olunurdu.

Xüsusi mətbuat hakim dairələrin diqtəsindən azacıq imtina edən kimi çətinliklə əldə edilmiş bu icazə dərhal ləğv olunurdu. Deməli, naşir onun fəaliyyətinə icazə verən hakimiyyətin siyasətini təbliğ etməyə məhkum idi. Hakimiyyət mətbuatın siyasətini müəyyən edir, yeri gəldikdə senzura tətbiqindən, lisenziyanı ləğv etməkdən də çəkinmirdi. Aydın ki, belə mətbuat özünün bu günkü anlamda olan hakimiyyətə nəzarət funksiyasını heç vaxt yerinə yetirə bilməzdi. Mətbuatı hakimiyyətə nökr funksiyasında qəbul edən bu nəzəriyyə XVI əsrdən başlayaraq uzun müddət öz qüvvəsini saxlamışdır. Bu konsepsiya müxtəlif ölkələrdə mətbuatın başlanğıc nöqtəsi olmuş və bu gün də bəzi yerlərdə yaşamaqdadır.

Avtoritar mətbuat nəzəriyyəsinin aşağıdakı əsas xüsusiyyətləri müəyyənləşdirilmişdir:

- 1.XVI-XVII əsrdə formalaşmış, bir çox ölkələrdə hələ də özünü göstərir;
- 2.Monarxın, yaxud onun hökumətinin tam hökmranlığı fəlsəfəsindən doğmuşdur.
- 3.Əsas məqsədi – hakimiyyətdə olan hökumətin siyasətini dəstəkləmək və həyata keçirmək, hakimiyyətə xidmət etmək;
- 4.Mətbuatı yalnız kral patentli, yaxud başqa növ icazəsi olan adamlar işlədə bilər;
- 5.Mətbuata dövlət patentləri, gildiyalar (birlilər), lisenziyalar, bəzən senzura vasitəsilə nəzarət edilir;
- 6.Mətbuatda siyasi idarə sistemini və bu idarənin hakimiyyət adamlarını tənqid etmək qadağandır;
- 7.Mətbuat şəxsi adamların (özəl) və dövlətin əlində olur;
- 8.Hökumətin əlində olmayan mətbuat orqanları da hakimiyyətin siyasətini həyata keçirir.

Bu nəzəriyyənin ən mürtəce mahiyyəti onun hakim dairələrin diqtəsi ilə fəaliyyət göstərməsidir; onun fəaliyyəti üçün dövlət lisenziyasının mütləq olmasıdır, hakimiyyət adamlarını tənqid etmək qadağasıdır; senzuranın mövcudluğudur. Lakin sonralar yaranacaq və haqqında bir azdan danışacağımız kommunist mətbuat nəzəriyyəsinədən bunun müsbət cəhəti odur ki, bu modeldə həm də özəl sektor fəaliyyət göstərə bilər.

Məlumdur ki, mətbuat demokratiya uğrunda mübarizənin bir vasitəsi, demokratiyanın inkişafını təmin edən bir faktdır. Tarixin inkişaf yoluna diqqət etmək kifayətdir ki, avtoritar sistemin uzun müddət yaşaması ilə dövlətin, ölkənin inkişafdan necə qaldığının şahidi olaq. Qərbi ölkələrinin avtoritar rejimdən nisbətən tez xilas olmasının əsas səbəblərindən biri mətbuata verilən az-çox azadlıqla bağlıdır. İngiltərə hakimiyyəti hələ XVII əsrin sonundan anlamağa başlamışdı ki, mətbuatın təzyiqlərə məruz qalması cəmiyyətin total

savadsızlığına gətirib çıxarır ki, bu keyfiyyət də öz növbəsində yeni texnika və texnologiyanın yaranmasına əngəl olur, onun idarəsinə tələb edilən bilgiləri yox edir. Bu səbəbdən də İngiltərə Qərbi ölkələri içərisində mətbuatın maarifçilik funksiyasını daha tez dərk edərək onun normal nizamlanması qayğısına qalmışdır.

Rusiya ənənəvi olaraq, mətbuata uzun müddət avtoritar bucaqdan baxmış və onu hakimiyyətə qulluq edən vasitə kimi nəzarətdə saxlamışdır. Hər cür potensial intellektual qüvvəyə, maddi zənginliyə, yeraltı sərvətə malik Rusiyanın bu günə kimi davam edən geriliyi, qeyri-sivilliyi və qeyri-demokratikliyi mətbuata avtoritar münasibətin nəticəsindən də irəli gəlir. Avtoritar-faşist rejiminin ən ağır nümunəsi olan Hitler Almaniyası zamanı onun «rəhbərinin» «Mənim mübarizəm» kitabında təbliğatla bağlı sözləri Rusiyanın uzun müddət qəbul etdiyi konsepsiyaya çox bənzəyir: «Bütün təbliğat aydın olmalı, ən aşağı səviyyəli kütlə üçün nəzərdə tutulmalıdır. Diqqət ona yönəlməlidir ki, yüksək intellektual səviyyə yaranmasın. Yüksək intellektual səviyyə təbliğatı qəbul etmir.» Hitler «rəhbərə» pərəstiş prinsipi ilə kütlələri ələ almağı ən etibarlı üsul sayırdı.

Rusiyada dövlət mövcud olandan «rəhbərə» pərəstiş özünü həmişə göstərmişdir. Hətta 2000-ci ilin astanasında belə Rusiyada «Boje, soxrani üarə!» avtoritar dövlət himninin bərpası ətrafında müzakirələr getdi.

Mətbuat Rusiyada cəmiyyəti məlumatlandırmaq üçün deyil, ona hakimiyyətin vacib saydığı informasiyanı sırımaq instrumenti olmuşdur. Doğrudur, avtoritar modellərin işlək olduğu bütün ölkələrdəki kimi Rusiyada da özəl mətbuat olmuşdur. Lakin sivil Qərbi ölkələrindən fərqli olaraq buradakı özəl mətbuat həmişə rəsmi dövlət senzurasının nəzarəti altında fəaliyyət göstərmiş, ən adi müstəqil fikrə görə təqib edilmişdir. Rus çarları içərisində azad fikrə – mətbuatın müstəqilliyinə tolerant II Yekaterina (1770-ci illər) və II Aleksandr (1850-ci illərin ikinci yarısı) bu dözümlülüyü cəmi 4-5 il davam etdirmişlər. Kütlənin mətbuat vasitəsilə nəyisə dərk etməsi rus hakim dairələri üçün tarixən təhlükəli hesab edilmişdir.

Sovet-kommunist rejimində bu «təhlükə» daha çox nəzərə alınmış və mətbuata nəzarət ikiqat güclənmişdir. Mətbuatın rus ənənələri ilə yaşamış sovet respublikaları 70 il avtoritar modelin təsiri ilə fəaliyyət göstərmişlər. Son illər bu nəzarətdən çıxmış müstəqil postsovet respublikaları özünün bazar münasibətlərinə keçid dövrünü yaşayır. Bu keçid dövründə MDB ölkələrinin çoxunda avtoritar mətbuat nəzəriyyəsinin qalıqları hələ çox güclüdür. Yalnız Baltikyanı respublikalar istisnadır. Ona görə ki, bu ölkələr burjua-bazar münasibətləri dövrünü digər respublikalara nisbətən çox yaşamış və yalnız 1940-cı illərin əvvəlində SSRİ tərəfindən işğal edildikdən sonra totalitar prinsiplərin qurbanı olmuşlar.

Keçmiş sovet respublikalarının əksəriyyətində mətbuata avtoritar münasibətin qalıqlarını dövlət mümkün qədər saxlamağa, onun ömrünü uzatmağa cəhd göstərir. Lakin beynəlxalq təşkilatların, demokratik ölkələrin nəzarəti, Avropa Şurasının tələb və təklifləri, xalqın demokratik dəyərlərə can atması avtoritar rejimi və avtoritar mətbuat tipini tarixin faktına çevirməkdədir.

Mətbuatın libertarian, yaxud azad iradə nəzəriyyəsi

İnsan cəmiyyətinin inkişafı və dünyada maariflənmə prosesinin sürətlənməsi avtoritar rejimin dayaqlarını, hər yerdə olmasa da, ayrı-ayrı ölkələrdə, sivilizasiya meyli edən bölgələrdə sarsıtmağa başladı. Avtoritar rejimin sarsılması mətbuata münasibətin dəyişməsinə və onun yeni konsepsiyasının meydana çıxmasına təkan verdi. XVII əsrin axırlarında özünü göstərən, XVIII əsrdə formalaşan, XIX əsrdə tam mənası ilə işlək modelə çevrilən yeni nəzəriyyəni tədqiqatçılar libertarian, yaxud azad iradə nəzəriyyəsi adlandırdılar. Bu nəzəriyyə mətbuatın insan və dövlət münasibətlərində avtoritar sistemin tam əksi kimi özünü göstərir.

Bu nəzəriyyə insanı yalnız idarə olunan varlıq kimi deyil, öz təbii fikri, öz düşüncəsi, özünüifadə qabiliyyəti olan, yalanı doğrudan ayıran varlıq kimi təqdim edir. Burada insana bir neçə variantdan seçmək, ayırd etmək, müstəqil qərar qəbul etmək imkanı verilir. Həqiqətin yalnız hakimiyyətə məxsusluğu fikri rədd edilir, onun insanın hər birinə xas olan keyfiyyət kimi qəbulu məqbul sayılır. İnsana seçim hüququ verilir. Bu cəmiyyətdə mətbuatın yeri çox maraqlıdır: mətbuat həqiqət axtarışında insanın köməkçisinə çevrilir. Universal keyfiyyətdə olub, sinfilik mahiyyətini rədd edən mətbuatın azad iradə nəzəriyyəsi də, «Mətbuatın dörd nəzəriyyəsi» müəlliflərinin fikrincə, aşağıdakı əsas xüsusiyyətləri özündə əks etdirir:

1. Bu nəzəriyyə İngiltərədə (1688-ci ildən sonra) və ABŞ-da formalaşmış və qəbul edilmiş, digər ölkələrə də öz təsirini göstərmişdir;

2. Nəzəriyyə Milton, Lokk və Millin əsərlərindən, rəşonalizm və insanın təbii hüquqlarından intişar tapmışdır;

3. Bu mətbuatın əsas məqsədi–bilgiləndirmək, öyləndirmək, satışı çıxmaq, lakin ən əsası, həqiqəti tapmağa kömək etmək, hökumətin fəaliyyətinə nəzarət etməkdən ibarətdir;

4. Mətbuatı maliyyə imkanları və vasitələri olan hər bir vətəndaş işlədə bilər;

5. Mətbuata «azad ideyalar bazarı»nda həqiqətin təsdiqi və məhkəmələrlə nəzarət olunur;

6. Bu mətbuatda böhtan, əxlaqsızlıq, müharibə zamanı satqınlıq qadağan edilir;

7. Mətbuat, əsasən, xüsusi şəxslərə (özəl sektora) məxsusdur;

8. Başqa konsepsiyalardan bu mətbuat dövlətə nəzarət vasitəsi olması, cəmiyyətin digər ehtiyaclarını təmin etməsi ilə fərqlənir.

Libertarian mətbuat nəzəriyyəsinə görə KİV hakimiyyətin təzyiqli, təbliğat, manipulyasiya aləti deyil, təqdim olunan faktlar vasitəsilə xalqın, cəmiyyətin hakimiyyətə nəzarət etmək və faktlara söykənərək öz fikrini, qərarını, nəticələrini müəyyənləşdirmək vasitəsidir. Ona görə də belə şəraitdə mətbuat dövlətin nəzarətindən və təsirindən çıxmalı olur. Həqiqətin üzə çıxması üçün hamının səsi, ideyası eşidilməlidir. Bu səs isə ancaq kütləvi kommunikasiya vasitəsilə tirajlanır və ancaq onun köməyiylə eşidilir. Deməli, libertarian mətbuat modeli azad ideyalar və informasiyalar bazarını yaradır. Burada istənilən çoxluq, istənilən azlıq, istənilən zəif, istənilən güclünün – hamının mətbuata əli çatmalı, ondan öz fikrini ifadə etmək vasitəsi kimi bəhrələnməlidir.

ABŞ, İngiltərə, Almaniya, Fransa kimi ölkələr bu modelin işləklik səviyyəsinin yüksəlməsində nümunə rolu oynamışlar. Əslində mətbuatla bağlı bir anlayış kimi «dördüncü hakimiyyət» ifadəsinin öz başlanğıcını məhz İngiltərədən alması da təəccüblü deyil.

Bu nəzəriyyə o qədər işıqlı, o qədər aydın, ədalətli və yarayandır ki, hətta kommunistlər də sözdə onu qəbul etdiklərini bildirirdilər. Kommunistlərin minimum proqramlarında söz və mətbuat azadlığının xalqa təklif olunan modeli məhz libertarian nəzəriyyəsinə söykənirdi. Sosial ədalətə, sosial məsuliyyətə, plüralizmə, hər kəsin azad özünüifadəsinə söykənən libertarian nəzəriyyəsi sonralar sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi kimi qəbul edilmişdir. Mətbuatın bu nəzəriyyəsi, hər şeydən əvvəl, demokratik prinsiplərə söykənən liberal cəmiyyətin məhsuludur. Doğrudur, mətbuatın bu tip funksional şərtini elə mətbuatın özü uzun mübarizələrdən sonra yetişdirmişdir. Lakin bu şəraitin formalaşması üçün digər ictimai institutların da rolu böyük olmuşdur. Hansı ölkə sosial məsuliyyət nəzəriyyəsinə gec gəlibsə, yaxud, hələ də gələ bilməyibsə, onun günahı başda dövlət sistemi olmaqla o ölkənin mətbuatının və ictimai institutlarının –parlamentin, icra strukturlarının, məhkəmə sisteminin üzərində qalır.

Digər tərəfdən, mətbuatın libertarian nəzəriyyəsi, habelə bazar, kommersiya stixiyasının məhsuludur. Geniş tiraj və populyarlıq mətbuatın bel sütunu, onun bazarda uğurlarını şərtləndirən bir fakt kimi cəmiyyətin bütün təbəqələrini nəzərə almağı tələb edir. Populistlərin söykəndiyi vədlər həmişə cəlbedici olur. Ona görə cəlbedici olur ki, bu vədlərlə bağlı faktlar yararlıdır, hamıya, əksəriyyətə sərfəlidir. Bu mənada libertarian nəzəriyyə populistlərin də söykənəcək yeridir. Ona görə də XX əsrdə ən qatı antidemokratik ölkələrin hakim dairələri belə bu nəzəriyyənin gerçəkləşəcəyini vəd edirdilər. Hakimiyyətdə olanlar da, hakimiyyətə can atanlar da.

Sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi azad rəqabətə söykənir. Bu nəzəriyyə mətbuatın libertarian modelini inkişaf etdirərək, hətta, mətbuatın sahibkardan da asılı olmamaq ideyasını irəli sürür. Doğrudan da, adi məntiqlə yanaşsaq, rəqabət bazarında duruş gətirmək üçün istər hakimiyyətin, istərsə də sahibkarın diktəsi ilə işləmək digər maraqlara məxsus böyük bir auditoriyanı itirmək təhlükəsi ilə üzləşir. Əlbəttə, sahibkarın öz diktəsindən tamamilə imtina edib mətbuatın fəaliyyətini yalnız jurnalistlərə və cəmiyyətə həvalə etməsi də çətin gerçəkləşən bir prosesdir. Ona görə də libertarian nəzəriyyəsi heç də total şəkildə reallaşa bilmir. Cəmiyyət libertarian modelindən sosial məsuliyyət modelinə keçir.

Mətbuatın sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi

Mətbuatın libertarian – azad iradə nəzəriyyəsinin bəzi məhdud cəhətləri söz azadlığının yüksək təminatına mane olur. Belədə ABŞ-da meydana çıxan yeni bir konsepsiya irəli sürülür. Belə ki, 1942-ci ildə Birləşmiş Ştatlarda Mətbuat azadlığı haqqında Komissiya yaradılır. Bu Komissiya «ABŞ-da mətbuat azadlığına təhlükə varmı?» sualına müsbət cavab verir. Buradan da Komissiya mətbuatın cəmiyyət qarşısında məsuliyyəti və dövlətin onun işinə müdaxiləsi məsələsini irəli sürür. Yenə də «Mətbuatın dörd nəzəriyyəsi» kitabına müraciət etsək, bu nəzəriyyənin də əsas xüsusiyyətləri ilə tanış ola bilərik:

1. Mətbuatın sosial məsuliyyət nəzəriyyəsi XX əsrdə ABŞ-da yaranıb;

2. Bu konsepsiya mətbuat azadlığı Komissiyasının materialları, komissiya üzvü, Harvard universitetinin fəlsəfə üzrə professoru U.E.Hokinqin əsərləri, jurnalistlərin təcrübəsi və təşkilatlarının kodeksləri əsasında formalaşmış;

3. Bu mətbuatın əsas məqsədi – bilgiləndirmək, əyləndirmək, satışa çıxmaq, xüsusilə də konfliktləri diskussiya məcrasına keçirməkdir;

4. Bu mətbuatdan söz demək istəyən hər kəs istifadə edə bilər;

5. Bu mətbuata cəmiyyətin rəyi ilə, istehlakçıların fəaliyyəti, peşə etikasının təsiri nəzarət edilir;

6. Bu mətbuatın şəxsi həyata, vacib ictimai maraqlara müdaxiləsi qadağan edilir;

7. Bu mətbuat cəmiyyət maraqları naminə onu öz əlinə almaq məcburiyyətində qalanadək şəxsi əllərdə olur;

8. İnformasiya vasitələri öz üzərinə sosial məsuliyyət götürməlidir. Onlar bunu etməsə, bu vəzifəni mətbuatın yerinə yetirməsi üçün kimsə onun fəaliyyətini izləməlidir.

Libertarian modeldə nəzəri cəhətdən irəli sürülən, lakin gerçəkləşməsinə bir çox obyektiv səbəbin imkan vermədiyi məqamlar sosial məsuliyyət modelində reallaşa bilər. Bu mətbuat cəmiyyət qarşısında sosial məsuliyyət daşıyır, çünki o, bir çox cəhətdən – informasiya toplamaq və ötürmək cəhətdən sərbəst üstünlüyə malikdir. Bu modeldə mətbuat özü üzərinə nəzarət öhdəlikləri götürür.

Nəzəriyyə özünün tarixi inkişaf yolunda altı vəzifəni üzərinə götürmüşdür: 1. Sosial məsələlər üzrə informasiya təminatı, müzakirə və polemika yolu ilə siyasi sistemə xidmət etmək; 2. Özünüidarə etmək qabiliyyətini tərbiyə üçün kütləni maarifləndirmək; 3. Şəxsiyyətin hökumətlə bağlı hüquqlarını müdafiə etmək; 4. Reklam vasitəsilə iqtisadi sistemə xidmət etmək; 5. Əyləndirmək; 6. Fəaliyyət müstəqilliyini təmin etmək üçün özünün maliyyə problemlərinin qayğısına qalmaq.

Bu altı vəzifənin hamısının nəzəri əsasları var. Lakin narahatlıq bəzi media sahibinin bu funksiyaları necə başa düşməsində və mətbuatın onları necə yerinə yetirməsindədir. Nəzəri araşdırmalarda bu tipli mətbuatın özünəməxsus böyük imkanlarından öz nəfinə istifadə edilməsindən narahatlıq bildirilir. Onun sahibləri siyasi, iqtisadi məsələlərdə öz baxışlarını yeritməyə çalışırlar; bu mətbuat, yeri gələndə, böyük biznesə güzəştlər edir, reklam sahiblərinin redaksiya siyasətinə nəzarət etmələrinə şərait yaradır; bu mətbuat sosial dəyişikliklərə müqavimət göstərir; bu mətbuat cari hadisələrin işıqlandırılmasında prioritetə deyil, sensasiya xarakterli materiallara üstünlük verir, əyləncə materiallarında ictimai normalara meydan oxuyur. Bu mətbuat əsassız olaraq insanların şəxsi həyatına soxulur; bu mətbuat bir sosial-iqtisadi qrupun nəzarətində olur, yeni adamların bu sahəyə keçmələrini çətinləşdirir və s.

Lakin bütün bunlar sosial məsuliyyət nəzəriyyəsinə radikal tənqidi yanaşan nəzəriyyəçilərin görüşüdür. Bu maddələrdə həqiqətin aydın simptomları olsa da, hər halda, cəmiyyətin yüksək maarif səviyyəsi, qanunların dəqiq mexanizmlə işlədiyi şəraitdə onun vəzifələrinin gerçəkləşməsi üçün maneələr o qədər güclü olmur. Məsələn, ABŞ konstitusiyası mətbuatın

iradəsini, insanın öz fikrini azad şəkildə ifadə edə bilməsini şərtləndirən konstitusiya hüququ yaratmışdır. Qəbul olunduğu gündən indiyədək –yəni 250 ildə cəmi 28 düzəliş edilmiş bu konstitusiya ilk əlavə mətbuat azadlığı ilə əlaqədar olmuşdur. Bu düzəlişə görə ABŞ-da mətbuat azadlığını məhdudlaşdırma biləcək heç bir qanun qəbul edilə bilməz. Məhz bu konstitusiya mexanizmi ABŞ-da ideallığa yaxın mətbuat azadlığını təmin etmişdir ki, dünya praktikası çox zaman bu təcrübəyə söykənir.

Mətbuatın kommunist – sovet jurnalistikası nəzəriyyəsi

Marksizm özünün lap başlanğıc nöqtəsindən cəmiyyətin sinfi mahiyyəti üzərində dayanır. Xüsusi mülkiyyəti və mülkiyyət sahibini yalnız istismarçı rolunda görür. «Əzilən və istismar olunan» fəhlə sinfinin mənafeyi marksizmin istismarçı sinflərə qarşı mübarizəsinin əsasını təşkil edir. Bu mübarizədə özünə tərəfdarlar toplamaq üçün Marksın davamçıları – xüsusilə V.İ.Lenin partiya yaratmaq və onun proqramını, platformasını elan etmək vəzifəsini mətbuatla reallaşdırır. 1898-ci ildən əsası qoyulan Rusiya Sosial Demokrat Fəhlə Partiyası və onun inkişafı olan bolşeviklər partiyası öz proqramında söz və mətbuat azadlığını önə çəkir. Lakin bu proqramın maksimum hissəsini təşkil edən mütləqiyyətin devrilməsi və sosialist inqilabının qələbəsini təmin etmək vəzifəsi yerinə yetirilən kimi bolşeviklər mətbuatın vəd etdikləri libertarian nəzəriyyəsinə atıb onu yalnız proletariyatın tribunasına çevirmək cəhdinə düşdülər. Əslində, bu da populist bir ideya idi və təcrübə göstərdi ki, bolşevik-kommunist ideoloqları mətbuatı hakim partiyanın ideyalarını həyata keçirən maşına çevirdilər. Və onu «partiya–sovet mətbuatı» adlandırdılar. Onun əsas məqsədini guya fəhlə sinfinə, marksizm-leninizm ideyalarına xidmətdə görürdülər.

Hələ K.Marks və F.Engels mətbuat işini əsl mənada partiya işi hesab edirdilər. Onlar hətta mətbuatın sinfi xarakterini qorumaq işinə xüsusi diqqət yetirmişlər. Bu nəzəri fikirləri inkişaf etdirən V.İ.Lenin kommunist mətbuatının nəzəriyyəsinə yaratmağa xüsusi əhəmiyyət vermişdir.

Rusiyada inqilabi marksist fəhlə mətbuatının sonrakı mərhələsi onun adı ilə bağlıdır. Artıq elə o dövrdə bir sıra Qərb ölkələrində libertarian, sosial məsuliyyət nəzəriyyəsinin formalaşdığı bir vaxtda – XX əsrin lap ilk illərində V.İ.Lenin partiya mətbuatı, partiyalı ədəbiyyat ideyasını irəli sürüb, bunun özünəməxsus nəzəri əsaslarını hazırlayır. Mətbuatın birtərəflilik, qərəzlilik, təbliğatçılıq xarakterindən imtina etməkdə olan Qərb dünyasının əksinə olaraq V.İ.Lenin «Nədən başlamalı?» məqaləsində yazırdı: «... qəzetin rolu yalnız ideyalar yaymaqdan, yalnız siyasi tərbiyə verməkdən və siyasi müttəfiqlər cəlb etməkdən ibarət deyil. Qəzet nəinki kollektiv təbliğatçı və kollektiv təşkilatçı, habelə təşviqatçısıdır.»¹ Bu, kommunist mətbuatının doktrinasıdır. Mətbuatın bilgiləndirmək, maarifləndirmək, əyləndirmək funksiyaları bu doktrinada qrup ideyalarını, partiya mənafeələrini təbliğ, təşviq etmək və qrup mənafeələrinə xidmət edəcək qrupun təşkilinə xidmət göstərmək həddinə endirilir.

V.İ.Leninin sonralar yaratdığı «İskra», «Pravda» tipli qəzetlər məhz kommunist partiyasının ideoloji təbliğat vasitəsi olmuşdur. Rusiyada bolşeviklər

¹ В.И.Ленин. Әсәрләри. V чилд, сәһ, 11.

hakimiyyətə gələndən sonra V.İ.Lenin Xalq Komissarları Sovetinin sədri kimi ilk dəfə imzaladığı dekret «Mətbuat haqqında» olmuşdur. Bu dekretlə bolşeviklərə dəstək olmayan, inqilaba qoşulmayan mətbuat orqanları «əksinqilabçı» damğası ilə qapadılır, «burjuaziya üçün mətbuat azadlığına» son qoyulur. Hakimiyyət çevrilişi etmiş bolşeviklər onu əldə saxlamaq üçün plüralizmə, hər kəsin öz fikrini ifadə etmək hüququna veto qoyurlar. Mətbuatın özəl, komməriya sektorunu «burjua» damğası ilə düşmən elan edən dekretdə deyilirdi: «Hamıya məlumdur ki, burjua mətbuatı burjuaziyanın ən güclü silahlarından biridir. Xüsusən, bu ağır vaxtda, yeni hakimiyyət – fəhlə və kəndlilərin hakimiyyəti yenicə möhkəmlənməkdə olduğu bir zamanda bu silahı bütünlüklə düşmənin əlində saxlamaq mümkün deyildir; çünki belə anlarda bu silah bombalardan və pulemyotlardan az təhlükəli deyildir. Məhz buna görə də xalqın təzəcə qələbəsini, prinsipsiz və satqın mətbuatın həvəslə boğmaq istədiyini çirkab və böhtanlar selinin qarşısını almaq üçün müvəqqəti və təcili tədbirlər görmək lazım gəldi.»¹²

Əslində, kommunist mətbuat nəzəriyyəsinin əsası habelə bu sənədlərdən də qoyulurdu. Mətbuat kommunistlərin diqtəsi ilə fəaliyyət göstərməli idi. V.İ.Leninin daha bir məqaləsindəki sözləri kommunist mətbuatının birtərəflilik mövqeyini, bu mətbuat üzərində möhkəm dövlət monopoliyasının bərqərar olmasını rəsmiləşdirir: «Fəhlə və kəndli hökuməti mətbuat azadlığı dedikdə (kursiv mənimdir - C.M), kapital əsarətindən mətbuatın azad olmasını, kağız fabriklərinin və mətbəələrin dövlət mülkiyyətinə keçməsinə nəzərdə tutur.»² Bizcə, şərhə ehtiyac qalmır. Bu cümlədəki «mətbuat azadlığı» anlayışı ilə onun yalnız dövlət mülkiyyətinə aid olması arasındakı məntiqsizliyi orta məktəb şagirdi də anlaya bilər. Beləliklə, bu doktrina özünəuyğun prinsiplərə malik olur: partiyalılıq, marksist-leninçi ideyalılığı.

Əlbəttə, bu başlıca prinsiplərdən sonra «tələb olunan» obyektivlik, kütləvilik, operativlik... kimi digər prinsiplərin həyata keçirilməsi absurd olardı. Ona görə də 70 il müddətində SSRİ-də və digər kommunist ölkələrində fəaliyyət göstərən mətbuat partiyalılıq prinsipini əsas götürmüş, insanın azad iradəsinin ifadəsinə imkan yaratmamış, yalnız bir qüvvənin—hakimiyyətin iradəsinə xidmət etmişdir.

Qərb nəzəriyyəçiləri bu mətbuatın praktik fəaliyyətini izləyərək aşağıdakı nəticələrə gəlmişlər;

1.Kommunist rejimində mətbuat dövlətin və partiyanın əlində hakimiyyəti saxlamaq, öz ideologiyasını təbliğ etmək vasitəsidir;

2.Bu mətbuat dövlət hakimiyyətinin və partiya təsirinin digər alətlərini vahid sırasındadır;

3.Bu mətbuat partiya və dövlət daxilində birgəliyinin aləti kimi istifadə edilir;

4.Mətbuat dövlət və partiya əleyhinə faktların «ifşasında» istifadə olunur;

5. Mətbuat tam mənada təbliğat və təşviqat rolunu oynayır.

6.Mətbuat tam mənada dövlətin, hakimiyyətin onun üzərinə qoyduğu öhdəlikləri yerinə yetirir.

¹ О партийной и советской печати. Сборник документов. М., 1954. Стр. 173.

² В.И.Ленин. Əsərləri, XXVII чилд, səh. 257.

Partiya-sovet mətbuatı, əslində, bir çox cəhətdən avtoritar mətbuat nəzəriyyəsinə söykənsə də, cəmiyyət üçün bundan da təhlükəli olan totalitar modelə çevrilmişdir. Yuxarıdan diqtə, yuxarıdan direktivlər total düşüncənin, total təfəkkürün formalaşmasına xidmət etmişdir.

İkincisi, kommunist mətbuat nəzəriyyəsinə görə bütün mətbuata yalnız dövlət və partiyanın nəzarət etməsi – sahib olması, özəl sektorun qəti şəkildə inkarı, qadağası avtoritar modelə şükranlıq yaradır. Sovet dövründə bu gün ən adi görünən vizit vərəqəsinin mətbəə üsulu ilə çapı üçün senzuranı əvəz edən «qlavlit»dən xüsusi icazə tələb olunurdu ki, onu da hər kəsə vermirdilər. Ən adi bədii əsərin bir neçə mərhələ ideoloji cəhətdən yoxlanılması prosesi ədəbiyyatın estetik mahiyyətini azaldıb «kommunist» dəyərini artırmaq səviyyəsinə gətirirdi.

Kommunist mətbuatı orqanı olduğu təşkilatı tənqid edə bilməzdi. Bu keyfiyyət onun normativ aktlarında təsbit edilmişdi. Mətbuat isə kiçik istisnalar olmaqla bütövlükdə partiyanın mərkəzi komitəsinin, rayon komitələrinin, zavod, fabrikanın komitələrinin orqanı idi. Deməli, mətbuat bu orqanları tənqid edə bilməzdi. Belə bir fakt fikrimizi tam aydınlaşdırır: 1956-cı ildə Sov.İKP-nin XX qurultayında Baş katib N.S.Xuruşovun Stalin dövründə partiyada yaranan şəxsiyyətə pərəstişin ifşasına həsr olunmuş məruzəsi 44 il sonra – SSRİ-nin dağılması, demokratikləşmə prosesi başlayan çağda -- 1990-cı ildə çap edilmişdir.

Azad fikrə görə təqiblərin, sovet adamlarının içində uzun müddət yaşayan xofun yaşarılığına bu mətbuat özü də məsuliyyət daşıyır. Dövlət maşınının azad sözə görə yaratdığı xofun yaşarılığına bir misalı xalqın ən yeni folklorunda belə ifadə edir: Bir nəfər tanışına zəng edərək «Pravda» qəzetinin baş məqaləsində görünməmiş azad fikrin çap olunduğunu söyləyir. Tanış adam məqalədə söhbətin nədən getdiyini soruşanda: telefon söhbəti deyil – deyir – görüşəndə deyərəm – cavabını alır.

Kommunist mətbuatı nəzəriyyəsi SSRİ-nin süqutu ilə rəsmi olaraq öz qüvvəsini itirməyə başladı. SSRİ konstitusiyasında kommunist partiyasının sovet dövlətində rəhbər rolunu təsbit edən 6-cı maddənin ləğvi ilə bir partiyanın mətbuat üzərində də monopoliyası zəiflədi. İndi Rusiyada və eləcə də rus imperiyasından qopan postsovet respublikalarında mətbuatın sosial məsuliyyət, azad iradə modelinə meyl güclənmiş və gerçəkləşmə prosesi keçirməkdədir. Lakin postsovet məkanında avtoritar, totalitar mətbuat modellərinin tamamilə aradan çıxmasını iddia etmək hələ düzgün olmazdı. Rusiyada, Orta Asiya, Zaqafqaziya respublikalarında azad iradə nəzəriyyəsi ilə bərabər avtoritar və totalitar modellərin nümunələri hələ də yaşamaqdadır. Lakin bazar münasibətlərinə keçid mərhələsinin reallaşması, mətbuatın özəl sektorunun genişlənməsi birmənalı şəkildə vəd edir: mətbuatın yaşaya biləcək yeganə modeli azad iradə nəzəriyyəsidir.

Jurnalistika janrlarının nəzəri problemləri

Yuxarıda yeri gəldikcə janrların xarakterik xüsusiyyətləri barədə, xüsusilə informasiya janrlarının bəzi yaradıcılıq istiqamətləri barədə söhbət açmışıq.

Lakin ümumiyyətlə janrın mahiyyəti, evolyusiyası, tarixi inkişaf yolu, müasir jurnalistikada yeri və rolu barədə ümumi biliklərin olması da vacibdir.

Bütün sənət növlərində olduğu kimi jurnalistikada da janr birdən-birə, formalaşmış şəkildə üzə çıxmamışdır. Yaxud da, dünyanın hansısa regionunda formalaşan janr heç də birdən-birə Azərbaycan jurnalistikasına gəlməmişdir. Qədim Yunanıstanda yüz illər boyu formalaşmış dram növünün Azərbaycan ədəbiyyatına 1850-ci illərdə M.F.Axundov tərəfindən tətbiq edildiyini, yenə də Qərbi ölkələrində çox-çox əvvəl yaranmış prozanın ədəbiyyatımıza əsasən M.F.Axundovla gəlməsini xatırlayaq. Eləcə də Qərbi mətbuatında XVI-XVII əsrlərdə formalaşan reportaj rus mətbuatında XVIII əsrin əvvəllərində görünməyə başlayır. Karikatura ilk dəfə 1812-ci ildə «Син отечество» jurnalında görünür və s. Azərbaycanda da jurnalistika janrlarının artıq dünyada xeyli vaxtdan bəri formalaşmış modellərinin bir çoxunun ilk dəfə milli mətbuatımızın bünövrəsi olan «Əkinçi»də görünməsinə baxmayaraq onun evolyusiyası sürətli olmuşdur. Həm də janrın dünya praktikasındakı ümumi yaradıcılıq qanunauyğunluqları milli-ədəbi kolorit zənginliyi kontekstində yeni çalarla özünü ifadə etmişdir.

«Əkinçi» informasiya janrını – özü də azad iradə mətbuatının nəzəri modeli əsasında işlənən və təqdim olunan modeli ilə janrın jurnalist həllini təqdim etmişdir.

Jurnalistikanın nəzəri məsələlərindən söhbət açarkən ilk milli mətbuat nümunəmizin söykəndiyi nəzəri konsepsiyayı önə çəkmək istərdik.

«Əkinçi» qəzetinin təqib etdiyi prinsiplər janrdan tutmuş bütün yaradıcılıq komponentlərində dünya mətbuatı praktikasının ən yaxşı örnəklərinə söykənirdi. Onu da qeyd edək ki, Azərbaycan mətbuatının demokratik qolunun həmişə sadıq qaldığı «Əkinçi» prinsipləri sovet dövründə ciddi deformasiyaya uğrayaraq sovet jurnalistikası kimi qeyri-elmi bir anlayışın qeyri-elmi fəaliyyət formasına çevrildi. Sovet jurnalistikasının partiyalıq, ideyalıq prinsiplərini önə çəkən fəaliyyəti, əslində mətbuatın birtərəflilik, bir az da artıq desək, qərəzlilik faktlarına söykənirdi. «Əkinçi» isə özünün ilk nömrəsindən mətbuat üçün ölümə bərabər qərəzlilik və qeyri-dəqiqlik faktını rədd edirdi. Qəzetin ilk iki nömrəsində onun daimi ünsürləri içərisində – başlığın sonunda verilən məlumatın məntiqinə diqqət edək: «Hər kəs bu qəzetdə hər bir qism əhvalat barəsində məktublar basdırma bilər və əgər bir şəxs bu künə məktubatı həmişə göndərməyə xahiş etsə, o kəs üçün müftə göndərlənir. Əgər bu məktubların məzmunu qəzetin əvvəlinci nömrəsinin daxiliyyəsinə adlanan şəxsə dəyən sözlər ola, ya bu məktublarda dövləti-əliyyə və ya qeyri-dövlətlərə ya məzhəbə, ya bir ismənlə adlanan şəxsə dəyən sözlər ola, o vaxtda qəzetin münşisində ixtiyar var o məktubu çap etməsin, ya o nalayiq sözləri bərkənar edib sonra çap etsin.»

Redaksiyadan gedən bu «xəbərdarlığın» ilk cümləsi, «Hər kəs bu qəzetdə hər bir qism əhvalat barəsində məktublar basdırma bilər...» fikri Qərbi mətbuatında çoxdan formalaşan azad iradə mətbuat prinsiplərinə uyğun olub, qəzetdə hər kəsə söz demək imkanı yaradılacağına verilən ilkin vəddir. «Əkinçi» bu vədinə axıradək əməl etməsi və redaksiyanın ünvanına göndərilən məktublara liberal mövqeyi ilə diqqəti cəlb edir. Onun səhifələrində o dövr üçün maraqlı görünə biləcək qədər müxtəlif tipli müəlliflərin yazıları çap edilib.

Bu tipli məktublar «Məktubat» şöbəsindən təqdim olunur və «Əkinçi»nin tədqiqatçılarından olan V.Məmmədovun qeyd etdiyi kimi, «Məktubat» şöbəsi qəzetin 1875-ci ildə çıxan 6-cı nömrəsindən etibarən verilir. Zərdabi bu şöbədə qəzetin oxucu – müəllif imzasına söykənmək kimi ciddi nəzəri məqamı gerçəkləşdirir. Qərb, o cümlədən rus jurnalistikasında çoxdan tətbiq edilən bu forma bizim ilk milli mətbuat orqanımızda özünü göstərdi. H.Zərdabi informasiyanı leqallaşdırmaq prinsipində ən çox yerlərdən yazan müəllif imzasına söykənirdi. Çağdaş qəzetçilərimizin bu gün gen-bol işlətdikləri «adının çəkilməsini istəməyən mənbənin verdiyi məlumata görə», «etibarlı mənbədən aldığımız məlumata görə» tipli cümlələrə «Əkinçi»də rast gəlmək mümkün deyil. «Əkinçi» «deyilənə görə», «yəqin ki», «aldığımız məlumata görə» və s. tipli mücərrəd mənbələri qəbul etmirdi. «Əkinçi»nin xəbər mənbəyi aşağıdakı şəkildə qoyulur: «İrəvandan Məhəmməd Rəhim bəy yazır ki,...», «Əkinçi»yə «Misirdən yazırlar ki...», «Qubadan bizə yazırlar ki...» tipli informasiya mənbəyini xatırladanda birincinin qəzet mənbəyi, ikincinin məktub mənbəyi olduğu hiss edilir. Bu mənada «Əkinçi»nin informasiya janrlarına diqqəti xüsusi araşdırma tələb edir.

«Əkinçi» informasiyada faktın konstataşiyasını əsas götürür. «Təzə xəbərlər» şöbəsində şərhə, heç bir mövqə bildirməyən xəbərlər istənilən qədərdir. Məsələn: «Tehrandan yazırlar ki, 2000 süvari əsgəri onlara 4 ay məvacib verilmədiyinə bunt ediblər.»

«Təzə xəbərlər»də şərhə, izahsız verilən informasiyalar, bir çox halda, sonrakı nömrədə «Daxiliyyə» kimi publisistik guşədə redaksiyanın mövqeyini, təhlilini əks etdirən materialla yekunlaşdırılır. Məsələn, qəzet özünün 6-cı (1875) nömrəsində belə bir xəbər verir: «1873 sənədə Rusiyanın universitetlərində 8000-cən, gimnaziyalarında 20000-cən, üç klass məktəbxanalarında 30000-cən və bir klass məktəbxanalarda 10.000.000-cən oxuyan olub». 8-ci nömrəsində qəzet «Daxiliyyə» şöbəsindəki ciddi bir yazı ilə bu informasiyanı belə şərh edir: «Keçən nömrələrdə Rusiya dövlətinin, xalqının və məktəbxanalarda oxuyan şagirdlərinin hesabından xəbər verdik ki, hər həştad adamdan bir adam oxuyan var. Əlbəttə, o qədər oxuyana çox demək olmaz. Ona binaən ki, hər həştad adamdan bir adam oxuyur. Amma qeyri vilayətlərdə, məsələn, yeni Dünya, yəni Amerika qitəsində cəmahiri-müttəfiqə yerlərində hər 15 adamdan birisi oxuyur. Bəs Rusiya elm təhsil etməkdə qeyri millətlərdən geri qalıb.»

Bu şərhin məqsədi axırda gətirib məsələni Bakıya çıxarmaq, burada məktəblərin və oxuyanların sayını göstərmək, müsəlmanın oxumağa meylinin az olmasının səbəblərini açıqlamaqdır. Şərhin son məqsədi aşağıdakı fikirdə öz ifadəsini tapıb: «Ey müsəlmanlar, heç insafdırmı bizim qonşularımız elm, təhsil etməyə səy etsinlər ki, zindəganlıq çəngində düşməyə faiq gəlsinlər, amma bizlər Allahdan buyruq, ağzımıza quyruq deyib duraq? Ey müsəlmanların millət təəssübü çəkən kəsləri, bir açın gözünüzü, dünyaya tamaşa edin...» Bir sətirlik informasiyadan doğan bir mövzudur ki, qəzet ciddi milli problemin publisistik ifadəsini verir. Ancaq bu problemlərin mətbu ifadəsində söykəndiyi mənbələr aydın və açıqdır. Burada bizi maraqlandıran cəhət «Əkinçi»nin informasiya və təhlil tələb edən janrların sinxronluğudur. «Əkinçi» bunu bacarırdı.

Yuxarıda qeyd etdiyimiz cümlənin ikinci tərəfi «Və əgər bir şəxs bu kunə məktubatı həmişə göndərməyə xahiş etsə, ol kəs üçün qəzet müftə

göndərlənir» fikri qəzetə mümkün qədər çox müəllif toplamaq prinsipindən irəli gəlir. Qəzet, aydındır ki, müəlliflərinin çeşidliliyi, deməli, üslubun müxtəlifliliyi və habelə informasiya mənbəyinin çoxluğu ilə reyting qazana bilər. Bu problemin özü də ilk nömrədən Zərdabini düşündürmüşdür.

Qeyd etdiyimiz redaksiya məlumatının ikinci cümləsi bu günün özündə də heyrət doğuracaq dərəcədə önəmli bir qəzetçilik prinsipini – qərəzsizlik, dəqiqlik prinsipini özündə əks etdirir: «Əgər bu məktublarda məzmunu qəzetin əvvəlinci nömrəsinin daxiliyyəsinə adlanan əhvalatlardan savayı əhvalat ola, ya bu məktublarda dövləti – əliyyə və qeyri-dövlətlərə ya məzhəbə, ya ismən adlanan şəxsə dəyən sözlər ola, o vaxtda qəzetin münşisinə ixtiyar var o məktubu çap etməsin, ya o nalayiq sözləri bərkənar etsin».

Zərdabi bu sözlərlə ilk növbədə «Əkinçi»nin proqramına işarə edir: «Qəzetin əvvəlinci nömrəsinin daxiliyyəsi «Əkinçi»nin proqram məqaləsidir. «Əkinçi» adından çıxış edib qəzetin yalnız bağ-bostan, əkin-biçin problemlərlə bağlı olmasını iddia edənlərin təkcə bu proqram məqaləsini oxumasını, ancaq anlayanaqədər oxumasını məsləhət görürdük». Yuxarıdakı fikirlə Zərdabi dünya modellərinə söykənir və demək istəyir ki, qəzetin aydın proqramı və aydın istiqaməti olmalı və bu xətti həmişə qorunmalıdır. Həmin cümlədə «dövləti-əliyyə və qeyri-dövlətlərə... dəyən sözlər» fikri də çox maraqlıdır. «Əkinçi» əvvəlcədən vəd edirdi ki, dövlətin və ya başqa dövlətlərin ünvanına təhqir deyilməyəcək. Bu da mətbuatın mövcud prinsiplərindən biridir ki, bizim çağda əməl edilmədikcə dövlətlərarası münasibətlərin kəskinləşməsinə bəis olur.

Amma həmin cümlədə bizim üçün ən müasiri «məzhəbə... dəyən sözlər» ifadəsidir. Diqqətlə baxsaq görürük ki, ilk Azərbaycan milli qəzeti məzhəblərə münasibətdə ehtiyatlı olmağı, peşə etikasına əməl etməyi tələb kimi qoyur. Bu gün müxtəlif məzhəblərə məxsus qrupların qəzetləri din və məzhəb qarşıdurması yaratmaq prinsipindən çəkinmir. Müxtəlif telekanalların, KİV-in materiallarında gedən məzhəb ayrı-seçkiliyinin yaratdığı dəhşətləri sadalamağa ehtiyac duymuruq.

Sonra bu cümlədəki «bir ismən adlanan şəxsə dəyən sözlər...» ifadəsinə diqqəti cəlb etmək istərdik. Bu fikirlə «Əkinçi» hər hansı konkret şəxsi təhqir etməkdən çəkindirirdi. Bu gün dəbdə olan və hətta «KİV haqqında» qanunda belə öz əksini tapan şərəf və ləyaqətin təhqir edilməsinə qarşı yuridik tədbirləri Zərdabi hələ o zaman yaxşı görürdü və öz müəlliflərinə ehtiyatlı olmağı tövsiyə edirdi.

Mətbuatın, eləcə də bütövlükdə KİV-in əsas prinsiplərindən olan dəqiqlik hələ o zaman, informasiyanın doğruluğunu müəyyən etməyin çətin olduğu dövrdə «Əkinçi»nin əməl etdiyi mühüm keyfiyyətdir. V.İ.Leninin «burjua mətbuatının həmişə və bütün ölkələrdə xüsusi üslubunu aldatmaq, səs-küy salmaq, qışqırmaq, yalandan təkrar etmək» olduğunu iddia etməsi, əslində onun yaratdığı mətbuatın bu tipli eyiblərini ört-basdır məqsədi güdürdü. Güclü rəqabət münasibətlərində olan qəzet bir dəfə yalan deyər, iki dəfə yalan deyər və üçüncüdə öz oxucularından məhrum olar. Ona görə də əsl mətbuat istər-istəməz dəqiqlik prinsipini qorumağa məhkumdur.

«Əkinçi»nin xəbərlərində kiməsə yarımaq, kiminsə mənafeyinə xidmət etmək məqamları hiss olunmur. Bu xəbərlər müasir xəbər tipinə son dərəcə uyğun olub müəllif, yaxud redaksiya mövqeyindən uzaq olmağı, yalnız «kim, harda, nə vaxt, nə baş vermişdir?» suallarını emosiyasız cavablandırmağı əsas

götürür. «Əkinçi» xəbərlərinin prinsiplərindən biri qərəzsizlikdir. Bütün materiallarında müəlliflərin ictimai maraqdan çıxış etdikləri aydın hiss olunur. Qeyd edək ki, ictimai maraq KİV-in əsas prinsiplərindən biri kimi qəzetin tirajının artması üçün ilkin şərtidir. İnformasiyanın lazımlılıq və lazımsızlıq dərəcəsi ictimai maraqla ölçülür. Hətta müəyyən mənada qərəzli görünə biləcək informasiya ictimai marağın böyüklük dərəcəsi ilə məhkəmə prosesində belə özünü doğrulda bilər. Məsələn, bu gün hər hansı dövlət məmurunun çox bahalı villasının mətbuata, teleproqrama çıxarılması jurnalisti məhkəməyə qədər aparıb çıxara bilər. Və bu məhkəmədə məmurun təmizlik vəziyyəti sübut oluna bilər. İndiki günlərimizdə cəmiyyətin məmur təmizliyinə ümumin şübhəsi jurnalistin ictimai maraqlı faktından çıxış etməsini əsaslandırır və ədalətli istintaq hətta səhv etmiş jurnalistin səhvinin qərəzsiz olduğunu nəzərə alır. Bütün bunlar informasiyanın nəzəri cəhətdən işlənilməsini zəruri edir.

Əlbəttə, informasiyanın bir janr olaraq nəzəri problemlərinin işlənilməsi hazırlanması onun müntəzəm inkişafına həmişə təsir göstərirdi. Lakin informasiyanın bir janr kimi nəzəri problemləri gec öyrənilməyə başlamışdır. Ədəbi-bədii janrlara nisbətən ümumiyyətlə mətbuat janrlarının nəzəri aspektləri xeyli sonralar öyrənilmişdir.

Sovet nəzəriyyəçiləri janrın mahiyyətini, spesifikasiyasını, yaradıcılıq komponentlərini xeyli dərəcədə işləyib hazırlamışlar.¹ Sənətkarlıq və poetika məsələləri o qədər də ideoloji mahiyyət daşımadığına görə həmin əsərlər öz qiymətini xeyli dərəcədə indi də saxlayır.

Lakin elmi-nəzəri cəhətdən nə qədər işlənmiş olsa da janr problemi öz mürəkkəbliyində qalmaqdadır. Janr, əslində, öz mahiyyətində yaradıcılığın stereotip məqamlarına aid olsa da, onun bir sıra elə ədəbi – yaradıcılıq cəhətləri var ki, bu çalarlar onu həm də stereotiptən uzaqlaşdırıb fərdiləşməsinə şərait yaradır. Bu keyfiyyətlərdən biri janrın stilistikası ilə bağlıdır. Funksional üslubların hamısı janr müxtəlifliyinə görə daxili differensasiya keyfiyyətinə malik olur. Roman, povest, hekayə, poema, lirik şeir arasında differensasiyalılıq, mətbuat janrlarında da özünü göstərir. Beləliklə, xəbər müsahibədən, felyeton məqalədən, hesabat reportajdan... fərqlənir. Bütün bunlar və digər xüsusiyyətlər müxtəlif nəzəri ədəbiyyatda öz əksini tapmış olsa da, janr barədə bütün nəzəriyyəçilərin ümumi rəyə gələn fikirləri azdır. Xüsusilə mətbuatın analitik janrları barədə mübahisəli fikirlər çoxdur. Biz oxucunu bu mübahisəli fikirləri özündə əks etdirən əsərlərə ünvanlamaqla bərabər analitik janrların bəzi xarakterik xüsusiyyətlərinin nəzəri aspektlərini şərh etmək də istərdik. İlk növbədə «analitik jurnalistika» anlayışını izah etmək lazım gələcək.

Analitik jurnalistikanın informasiya, «yeniliklər» jurnalistikası ilə xeyli fərqi var. Qeyd edək ki, «informasiya jurnalistikası» anlayışı daha çox baş verən hadisənin operativ hazırlanması və ötürülməsini nəzərdə tutur. Reportyorun, informatorun, hətta nyusmeykerin (xəbərçinin) bu jurnalistikada əsas vəzifəsi hadisəni, faktı hamıdan tez görmək və mümkün qədər digər informasiya vasitələrindəki jurnalistlərdən daha tez auditoriyaya çatdırmaqdır. Janrın belə bir operativlik tələb edən növü maksimum qısalıq, konkretlik tələb edir.

¹ Бах: Багиров Э.Г. Жанры телевидения. М., 1967; Стрельцов Б.В. Аналитические жанры. Минск, 1974; Газетные жанры М., 1973. ; Жанры телевидения. М., 1967; Вакуров В.Н, Кохтев Н.Н, Солганик Г.Я. Стилистика газетных жанров. М., 1978; Мехди Ф. Бэдии публицистика. Бақы, 1984; Мехди Ф. Мəтбуат жанрлары. Бақы, 1996.

Jurnalistika dünyasında medianın bu sahədəki işini «birinci dərəcəli» adlandırırlar. Çünki xüsusilə indiki informasiyalı cəmiyyətdə xəbər tez ötürülməsi həm xüsusi bacarıq tələb edir, həm də auditoriyanın marağında olur.

Analitik jurnalistika – yaxud Qərb nəzəri fikrinin epiteti ilə adlandırsaq – «ikinci dərəcəli» jurnalistika mətbuatın keyfiyyətini təmin edən fakt kimi qiymətlidir.¹ Əgər informasiya jurnalisti öz yaradıcılığında operativliyi əsas götürüb «kim, nə, harda» suallarını cavablandırmaqla kifayətlənsə, analitik-jurnalist bu hadisənin və faktın baş vermə səbəbinin bütün, yaxud da bir çox aspektlərinin təhlilini verir, məntiqi ardıcılıqla son nəticəni və hətta gələcək proqnozları müəyyənləşdirir. Bir çox xarici KİV-də jurnalistlərin fəaliyyət sahəsinə görə reportyorlara və şərhçilərə bölünməsi də informasiya janrları analitik janrların arasındakı ciddi fərqlərdən xəbər verir. «Reportyorun (jurnalist – informatorun) vəzifəsi faktı tapmaq və redaksiyaya gətirməkdirsə, hər hansı bir sahəni yaxşı bilən jurnalist – şərhçinin vəzifəsi onu təhlil etməkdir. Yaxşı təcrübəsi olan qəzet və televiziya kanalı, adətən, başlığa çıxardığı prioritet mövzunu və ya mövzuları müxtəlif forma və üsullarla təhlilə cəlb edib, oxucuya və ya tamaşaçıya geniş şərhə çatdırmağa cəhd göstərir. Azərbaycan televiziyası xeyli müddət bu formanı «Aktual ekran» rubrikasında təqdim etmiş və bu praktikanı indi də həyata keçirməkdədir. Lakin bu rubrikanın yalnız çox «vacib» hallarda, deməli, həm də nadir hallarda efirə çıxması hadisələrin hər zaman analitik təhlilini təqdim etməyə imkan vermir. ANS Yayım və Mediya Şirkətinin bir neçə ildən bəri hər gün «Xəbərçi» informasiya proqramındakı prioritet informasiya əsasında efirə çıxardığı «Nəzər nöqtəsi» verilişi dediyimiz təcrübəyə maraqlı illüstrasiya ola bilər.

«Nəzər nöqtəsi» günün ən vacib, prioritet mövzusunun şərh etmək üçün studiyaya qonaq – yəni həmin faktı açıqlaya biləcək, yaxud həmin faktla bilavasitə bağlılığı olan adamı dəvət edir. Jurnalistin bu proqramda əsas iki vəzifəsi var: 1. Şərh olunacaq mövzu ilə bağlı maksimum bilgiyə malik olmaq; 2. Bu mövzu ilə bağlı şərh verə biləcək, daha doğrusu, özünün nöqtəyi-nəzəri olan qonağı və ya qonaqları müəyyənləşdirmək.

Bu funksiyalardan sonra qalan şeylər jurnalist – aparıcının yaradıcılıq keyfiyyətinə daxildir ki, biz sizinlə onları indi az-çox bilirik.

Analitik janrlardan birinin «Nəzər nöqtəsi» proqramında necə gerçəkləşdiyinə tipik misal kimi həmin proqramın bir buraxılışına diqqət edək:

(Proqramın internetə verilən variantında bəzi ixtisarlar olduğunu nəzərə almaq lazımdır).

«Nəzər nöqtəsi»

Qonaq – Novruz Məmmədov, Prezident aparatı beynəlxalq əlaqələr şöbəsinin müdiri

Mövzu:

Qarabağ problemi

Sual – Novruz müəllim deyəsən Qarabağı unuduruq?

Cavab—Mən belə deməzdim. Ola bilsin ki, son bir neçə ay ərzində parlament seçkilərinə baş qarışdığından məsələ az-az qaldırılır. Buna görə ola

¹ Бах: А.А.Тертычный. Аналитическая журналистика: познавательный—психологический подход. М., 1998, стр. 8.

bilsin sizdə belə təsəvvür yaranıb ki, Qarabağ unudulub. Amma Azərbaycan prezidenti bu işlə geniş surətdə məşğul olur.

Sual - Hər halda prioritet mövzu deyil.

Cavab - Ola bilsin ki, sizin mövzularınız içində Qarabağ problemi prioritet deyil.

Sual - Yaxşı, onda hansı konkret işlər görülür ki, bizim diqqətimizdən yayınır?

Cavab – Görülən işləri iki hissəyə bölmək olar. Birincisi gündəlik diplomatik kanallarla aparılan işlər, ikincisi isə ictimaiyyətin daha çox diqqətini çəkən hadisələr, görüşlər və s. Bu mövzu Azərbaycanın xarici siyasətinin ən başlıca xəttidir. Mən hesab edirəm ki, artıq bu, problemin elə bir dövrüdür ki, artıq razılığa gəlmənin müəyyən elementlərinin axtarış mərhələsidir.

Sual - Siz irəliləyişlərdən danışmırsınız. Amma mən hesab edirəm ki, bu gün münaqişənin ən arzuolunmaz zirvəsindəyik. Hansı ki, Qarabağda kürdlər yerləşdirilir. Onların liderləri ilə Ermənistan rəhbərliyinin danışıqları gedir.

Cavab – Diplomatiyada və ya siyasətdə sizin nəzərdə tutduğunuz zahiri effekt verən hadisələrdən söhbət gedirsə, bu o qədər də düzgün yol hesab edilmir. Azərbaycan rəhbərliyi həmişə danışıqlara hazırdır. Amma elə olur ki, qonşu ölkədəki siyasi proseslər buna imkan vermir. İndi razılığa gəlmənin elementləri axtarılır.

Sual – Nəyə əsasən belə qənaətə gəlmisiniz?

Cavab – Ümumiyyətlə son vaxtlar zaman Azərbaycanın xeyrinə işləyir. Biz Avropa Şurasına qəbul olunduq. Bu, böyük əhəmiyyətə malikdir.

Sual – O Avropa Şurasına ümid edirik ki, Şuranın Azərbaycana şamil edilən 5 bəndlik tövsiyəsindən birində deyilir: Azərbaycan münaqişənin sülh yolu ilə həll olunmasına çalışmalıdır. Deməli, münaqişənin həllini bir neçə il də gözləməli olacağıq.

Sual – Bu gün ayın 13-dür. Deməli, ilin axırına 48 gün qalıb. Deməli, Heydər Əliyevin vədinin də vaxtı azalır. Çünki, prezident bu ili problemin həlli ili adlandırmışdı. Deməli, belə çıxır ki, biz ümidimizi növbəti ilin saxta babasına bağlamalı olacağıq.

Cavab – Bu məsələ çox ciddi məsələdir. Metafora ilə yanaşmaq olmaz buna. Ümumiyyətlə bu, düzgün yanaşma deyil. Hələ ilin axırına 48 gün qalıb.

Aparıcı – Çox sağ olun. Və biz ümid edirik ki, bu 48 gün ərzində nəsə fəvqalədə bir hadisə baş verəcək və problemimiz həll olunacaq.»

İyirmi dəqiqəlik söhbətin qısa variantı təqdim olunsada, aydın görünür ki, prioritet mövzunun kəskin və konkret suallarla təhlili problemin tamaşaçı auditoriyası üçün aydınlaşmasına gətirib çıxarmışdır.

Analitik jurnalistika oxucu, dinləyici və tamaşaçı auditoriyasının müəyyən olmaları, bu auditoriyanın hadisə və faktları dərk etməsi, aldığı

informasiyaların bu dəfə əsas mahiyyətinə varması kimi maraqlı komponentləri şərləndirir. Ona görə də analitik janrlara maraq böyük olduğu kimi, onlarla işləyən jurnalistin yarırdıcılıq səviyyəsinə də tələb artıqdır.

Azərbaycan jurnalistikasının təcrübəsində analitik jurnalistika qədərincə olub. Bu jurnalistikaya istər ictimai marağın, istərsə də media marağının haçansa azlığından gileylənmək doğru olmazdı. Analitik janrlar «Əkinçi»dən başlamış bu günkü super siyasət qəzeti «Yeni Müsavat»a qədər bütün mətbuat tariximiz boyu özünü göstərmişdir. Klassik jurnalistikamızda onun önəmli nümunələri çoxdur. Ö.F.Nemanzadə, Ü.Hacıbəyli, M.Ə.Rəsulzadə kimi jurnalistlərin klassik keyfiyyəti bir də ondadır ki, onlar günün aktual hadisə və faktlarını dərhal şərh etmək qüdrətinə malik olmuşlar.

1906-cı ilin yayında Rusiya dövlət dumasının buraxılması bir ciddi hadisə kimi geniş ictimai çaşqınlıq yaratmışdı. O cümlədən Azərbaycan üçün də bu məsələ ciddi ictimai maraq kəsb edirdi. Ü.Hacıbəyli bu hadisə ilə bağlı «İrşad» qəzetinin 1906-cı il 5, 10 və 13 iyul tarixli nömrələrində dalbadal üç analitik yazı dərc etdirmişdir. Həmin şərhərdən biri «Duma buraxıldı» adlanır. Klassik jurnalistikanın analitik janrlarını əks etdirən bir nümunə kimi «Duma buraxıldı» məqaləsinə diqqət edək:

«Duma buraxıldı... Bu iki kəlmə yalnız bir Rusiya deyil, bütün aləmi əsəbi bir hərəkətə, laənsüür bir qələyana gətirib, əqəbincə də məbhut və mütəhəyyir qoyub. Onun bədinə də «dərindən və qara fikirlərə qər q edir» -- desək xəta etmərik. Dumanın buraxılmağını şiddətlə arzu edənlər dəxi, zənn edirəm, bu iki sözdən əvvəl dəfə xof və hirasə düşürlər. Dumanı ümidgahi-yeganə ədd edənlərə isə bu iki söz öldürücü bir əsər çırpır...

Duma buraxıldı... İkinci дума 1907-ci sənə fevralının iyirmisində qurulacaqdır... Lakin bu bir təsəllidirmi? İşlərin vəziyyətini dürüst mülahizə edərsək, bir təsəlli yeri qalmadığını kəməli-qəm və kədər ilə düşünərik. Bu дума hökumətin öz məramınca yığılmış дума ilə münaizə və mübarizədə idi. Görünür ki, dumanın yığılmasına izn verib də axırda öz iznindən peşiman olmuşdu. İndi aşkardır ki, ikinci дума, yəni ikinci dəfə dumaya vəkil seçkisi əvvəl gündən yaxşı olacaqdır. Demə ki, heç bir halımız gərək olmasın.

Millət, dumanın naqis seçkisinə bir o qədər əhəmiyyət verməyib, bu birinci dumaya dörd əl-ayaqlı yapışmışdı. Çünki son ümidi bu dumaya idi. Duma qurulduqdan sonra millət islahat gözləyirdi. Öz əsirvar halının yaxşılaşmağına müntəzir idi, əsirçilərin tərəddüd və təbəidi intizarında idi. Dumanın buraxılmasını isə heç kəs göz önünə almayırdı, çünki axırıncı ümidini itirmək istəmirdi. İndi дума buraxıldı... O son ümid itmədimi?

Demək olur ki, bundan sonra Rusiyada dəxi digər bir dövrən, «dumasız dövrən» başlanacaqdır. Və bu dövrən əqəllən səkkiz ay davam edəcəkdir. Bunun necə bir dövrən olacağını allah bilir. Amma şəksizdir ki, «dumasız dövrən» işə müdaxilə etməkdən məhrum edilmiş milləti böyük bir hüzn və mükəddər içində saxlayacaqdır. Bu gündən etibarən qabağımız qalın bir duman ilə tutulubdur. Fəqət gec-tez bu duman çökilər və qabaq görünər. Lakin nə görünər? Vəhşətli bir mənzərəmi?.. Onu da allah bilir!»¹

Bu əsəri ona görə bütövlükdə, heç bir ixtisarsız və izahsız təqdim edə bilirik ki, klassik jurnalistikamızın hadisələrə operativ reaksiyası və operativ təhlil bacarığı müasir oxucuya aydın olsun.

¹ У.Начыбэјов. Сечилимиш əсэрлэри. Бакы, 1985, с.ə. 48-49.

Azərbaycan jurnalistikası arxasında bu tipli klassik örnəklərin olmasından bəhrələnərək sovet dövrünün obyektiv şərhə mane olan buxovlarından qurtulan kimi özünün yeni sənətkarlıq keyfiyyətlərini üzə çıxardı.

Bu gün Azərbaycan mediasından nə qədər giley səsi eşidilsə də, cəsarətlə deyərdik ki, ən çox yaradıcılıq axtarışları da elə bu sahədə özünü göstərir. Yaxın çağa qədər, yəni sovet dönəmində dünya jurnalistikasının aparıcı nəzəriyyələrinin və praktikasının iştirakına belə həsrət qalan, onun «burjua jurnalistikası» termini altında yalnız tənqidinə rast gələn mətbuat işçiləri sistemin dəyişməsi yönündə ən önəmli tarixi dəyərləri canlandırmaq, beynəlxalq sivil dünyanın qabaqcıl təcrübəsini xeyli dərəcədə mənimsəmək kimi çətin bir yolu keçə bildilər. İndi ölkədə jurnalistikanın müstəqil, liberal örnəklərindən tutmuş çox çeşidli qollarınadək polifonik bir sistemi yaranmaqdadır. Belə bir zərurət dərk edilmişdir ki, mətbuatın avtoritar və kommunist nəzəriyyələrinə əsaslanan təcrübəsi tarixin faktına çevrilməkdə, öz yerlərini yeni çağın istəklərinə uyğun məzmunla verməkdədir. «Sponsor»luq, kənardan maliyyə köməyi anlayışları da köhnəlməkdədir. Hansısa qrupun mənafeyinə xidmət, partiya təbliğatı rüporu kimi tarixin sınağından çıxıb bilməmiş praktikaya yenidən söykənmək cəhdlərinin də özünü doğrultmayacağı açıqca hiss olunmaqdadır. Media yalnız özünün dəqiqləşdirdiyi, ünvanlandığı oxucuya, tamaşaçıya söykənməklə rəqabət sınaqlarına tablaşa bilər. Bunun üçünsə ciddi yaradıcılıq axtarışlarının vacibliyi getdikcə daha çox dərk edilməkdədir. Bu mənada analitik jurnalistikaya xüsusi diqqət ayrılması mətbuatın keyfiyyətini yüksəldə biləcək amillər sırasındadır.

Jurnalist--analitik xüsusi istedadla, hadisələri duymaq və onları şərh edə bilmək qabiliyyətinə malik olmalıdır. O, hətta hadisələr arasında görünməyən əlaqələri, bu əlaqələrin səbəblərini duymalıdır. Bunun üçün hələ, xüsusi sahə təhsili olmalıdır.

Jurnalistikanın Qərb nəzəriyyələrində tərəfsiz, jurnalist mövqeyinin ifadə olunmadığı informasiya ilə bu informasiyanın şərhini verən analitik janrların xüsusiyyətlərini qarışdırmaq olmaz. İnformasiyanın obyektivliyi naminə qərəzsizlik, xəbərlərin şərhə təqdimi, yuxarıda dediyimiz «birinci dərəcəli» jurnalistikaya aiddir. Analitik jurnalistika hadisələri xüsusi təhlildə, hipotezlərdə, proqnozlarda təqdim edir. Və yəqin ki, jurnalistikanın maarifçilik funksiyası açıq və birbaşa şəkildə bu janrlarda ifadə olunur. Burada jurnalist hadisələrin mahiyyətini açıqlayan tədqiqatçı rolunda çıxış edir. Burada müxtəlif müqayisələr, analitik-sintetik əməliyyatlar, bənzətmələr, xırdalama, izah etmə, sübut gətirmək, qanunauyğunluğu aşkarlamaq və s. onlarca keyfiyyəti ortaya qoymağı bacarmaq lazımdır. İnformasiyadakı «kim, nə, harda» sualları analitik janrlarda nə olmuşdur, necə olmuşdur, nə olacaq, nə etməli və s. geniş izah tələb edən suallara çevrilir. Belə jurnalistika auditoriyanın sosial istiqamətinin müəyyənlişməsinə kömək edir. Analitik jurnalistika tematikadan, təqdimat üslubundan, redaktor niyyətindən çıxış edərək özünün tarixən formalaşmış janrlarını yaratmışdır. Onlardan bəziləri üzərində dayanacaq.

Bir janr kimi hesabat jurnalistikada çoxdan formalaşmış. Əsasən, informasiya – xəbər janrlarına aiddir. Müasir hesabatın analitik forması da çox işlək olmuşdur. İndiki anlamda analitik hesabatın predmetini hər hansı yığıncaq, iclas, qurultay, mətbuat kofransı, məruzə, rəsmi görüşlər, konfranslar, simpoziumlar və s. təşkil edir. Bu obyektlər, əlbəttə, ilk növbədə informasiya hesabatının materialıdır. Lakin informasiya hesabatı auditoriyaya hadisənin gedişi haqqında yalnız xəbər verməkdirsə, analitik hesabat buradakı mülahizə və fikirlərin əlaqəsini, hadisələrin qiymətini, bundan doğan nəticələri, situasiyaları, çıxışlarda qoyulan təkliflərin köklərini, ölkənin, regionun, sahənin burda qoyulan problemlərini araşdırmaq, izah etmək vəzifəsini yerinə yetirir.

Analitik korrespondensiya

Bu janrın tarixi xeyli qədimdir. Xüsusilə rus jurnalistikasında XVIII əsrdən fəal şəkildə istifadə edilir. Korrespondensiyada hər hansı bir fakt, hadisə geniş təhlilə çevrilməklə onun analitik nümunəsi ortaya çıxır. Demək olar ki, sırf qəzet janrıdır. Televiziya və radioda bu janrı geniş, təhlili reportaj əvəz edə bilər. ABŞ telejurnalistikasında hətta informasiya proqramlarında günün vacib prioritet faktı bəzən proqramın dördü bir vaxtının həsr edildiyi korrespondensiya tipli reportaja həsr edilir. Rusiya telekanallarında, xüsusilə ORT-də 2000-ci ilin avqustunda Barents dənizində batan «Kursk» gəmisiylə bağlı xüsusi analitik süjetləri xatırlasaq məsələ aydın olar. Barents dənizində «Kursk» gəminin batması və bütün ekipajın həlak olması bir neçə müddət dünya informasiya vasitələrinin prioritet mövzusu oldu. Rusiya qəzetləri və televiziya kanalları gəminin xilas edilməsi ilə bağlı hər saatın informasiyasını verməklə bərabər, hadisəylə bağlı çoxsaylı təhlili materialları, reportajları da səhifəyə, ekrana çıxarırdı. Media əgər qısa informasiya vasitəsilə saatın, günün dəyişən, yaxud dəyişməli olan vəziyyətini diqqətə çatdırırdısa, xüsusi təhlili materialları ilə hadisələrin mahiyyətində dayanan məqamları ifadə edirdi.

Əgər reportajın məqsədi hadisə haqqında əyani təsəvvür yaratmaqdırsa, hesabatın məqsədi informasiyanı detallarınadək təqdim etməkdirsə, analitik korrespondensiya bütün bunlarla bərabər hadisənin geniş təhlilini təqdim edir ki, bu onun əsas xüsusiyyətidir. Bu yerdə, əlbəttə, analitik korrespondensiya şərhə yaxınlaşır. Məsələ burasındadır ki, digər janrlardan fərqli olaraq analitik korrespondensiyanın informasiya mənbəyi müəllif özüdür və bu informasiyaya şərhəldə öz müşahidələrindən çıxış edir. Analitik korrespondensiya bir hadisə ətrafında təhlil aparır.

Analitik müsahibə

Aydındır ki, müsahibə informasiya janrları sırasındadır. Bu barədə yuxarıda söhbət açmışıq. İnfomasiya məqsədilə alınan müsahibələrdəki faktın sonradan digər kontekstdə maraqlı təhlil predmeti olacağı da istisna deyil. Əgər informasiya müsahibəsi xəbərdə olduğu kimi, kim, nə, harda – suallarını cavablandırırsa, analitik müsahibə niyə, necə, bu nədir – suallarına cavabı nəzərdə tutur. Bu müsahibəni aparan jurnalist sualları xüsusi istiqamətə –təhlil

istiqlamətinə yönəldir. Lakin təhlil vəzifəsi müsahibin üzərinə düşür. Fərz edək ki, jurnalist Xarici İşlər Nazirindən Azərbaycan-İran münasibətlərindəki gərginliyə aydınlıq gətirən müsahibə alır. O zaman müsahibədə bütün suallar bu gərginliyi doğuran səbəblər və faktlara, baş verə biləcək nəticələrə, gərginliyi aradan qaldıra biləcək mülahizələrə, proqnozlara yönəlməlidir.

Yəni burada jurnalist stimulyator rolu oynamalıdır. Respondentin «hə», yaxud «yox» cavabları verə biləcəyi ehtimal olunan suallardan qaçmaq lazımdır. Çünki bu tipli sual və cavab faktın təhlilinə kömək etmir. Xüsusilə cavabın jurnalistə aydın olduğu hiss edilən suallara yer olmamalıdır. Təhlilə təhrik edən suallar daha məqsədəuyğundur. İstedadlı jurnalistin sualları dolğun olur və yalnız bu suallar respondentini öz həqiqətini açmağa məcbur edir. Ona görə də analitik müsahibə niyyətində olan jurnalist problemlə bağlı mümkün bilgilərə malik olmalıdır.