

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ**

JURNALİSTİKA

- Radiotelejurnalistika
- Beynəlxalq jurnalistika
- Jurnalistikanın nəzəriyyəsi
- Mətbuat tarixi
- Dilçilik və ədəbiyyat
- Beynəlxalq əlaqələr və sosial məsələlər

**Elmi-nəzəri və təcrübi
metodiki jurnal**

№1(11) 2019

Jurnal 2014-cü ildən nəşr olunur

**«Elm və təhsil»
Bakı – 2019**

Təsisçi
Sevinc Əliyeva
Baş redaktor

**BDU –nun Jurnalistika fakültəsinin elmi işlər üzrə dekan müavini,
filologiya elmləri üzrə fəlsəfə doktoru**

Redaktor
Vüqar Əliyev
Filologiya üzrə elmlər doktoru, professor

Redaksiya heyəti

Cahangir Məmmədli – filologiya elmləri doktoru, professor

Şamil Vəliyev - filologiya elmləri doktoru, professor

Rasim Əliquliyev – texnika elmləri doktoru, professor, AMEA-nın müxbir üzvü

Əflatun Amaşov – Azərbaycan Mətbuat Şurasının sədri

Həmid Vəliyev - filologiya elmləri üzrə fəlsəfə doktoru, professor

Allahverdi Məmmədli - filologiya elmləri doktoru, professor

Nəsir Əhmədli - filologiya elmləri doktoru, professor

Alxan Bayramoğlu – filologiya elmləri doktoru, professor

Qulu Məhərrəmli - filologiya elmləri doktoru, professor

Sevinc Məhərrəmov - filologiya elmləri doktoru, professor

Xarici ölkələr üzrə redaksiya üzvləri

İsmayil Haqqı Polat –professor (Kadir Hass Universiteti)

Bülent Çaplı –professor (Bilkent Universiteti)

Kipras Majeyka –professor (Mediaindustriya akademiyası)

İrina Erofeeva – professor (Zabaykalya Dövlət Universiteti)

Adem Ayten – dosent (Istanbul Aydın Universiteti)

Jurnalistika: Elmi-nəzəri və təcrübi-metodik jurnal.

-Bakı: Bakı Universiteti Nəşriyyatı, 2019, №1 (11)

“Jurnalistika” Elmi-nəzəri və təcrübi-metodik jurnal Azərbaycan Respublikası Ədliyyə Nazirliyində rəsmi olaraq qeydə alınmışdır.

Şəhadətnamə № 4272. Qeydiyyat tarixi 28.11.2019

Redaksiya ünvanı: Az 1073, Bakı şəhəri, Zəhid Xəlilov küçəsi, 23, 2 Nöli tədris korpusu, 305-ci otaq, Bakı Dövlət Universitetinin Jurnalistika fakültəsi.

“Jurnalistika” jurnalının redaksiyası.

Telefonlar: (+994 12) 538-42-08, (+994 50) 387-64-97, (+994 55) 831-18-75

**MINISTRY OF EDUCATION OF AZERBAIJAN REPUBLIC
BAKU STATE UNIVERSITY**

JOURNALISM

- **Radio and television journalism**
- **International journalism**
- **Theory of Journalism**
- **Press History**
- **Linguistics and literature**
- **International relations and social issues**

**SCIENTIFIC – THEORETICAL
AND PRACTICAL – METHODOLOGICAL JOURNAL**

№1 (11) 2019

The magazine has been published since 2014

**«Elm və təhsil»
Bakı – 2019**

Founder
Sevinj Aliyeva

Editor-in-chief
Sevinj Aliyeva
Deputy Dean for Academic Affairs at the Faculty of Journalism of BSU, Doctor of Philosophy in Philology

Editor
Vugar Aliye
Doctor of Philology, Professor

Editorial board

Jahangir Mammadli - Doctor of Philology, Professor
Shamil Valiyev - Doctor of Philology, Professor
Rasim Aliguliyev - doctor of technical sciences, professor, corresponding member of ANAS
Aflatun Amashov - is the chairman of the Azerbaijani Press Council
Hamid Valiyev - Doctor of Philosophy, Professor
Allahverdi Mammadli - Doctor of Philology, Professor
Nasir Ahmadli - Doctor of Philology, Professor
Alkhan Bayramoglu - Doctor of Philology, Professor
Qulu Maharramli - Doctor of Philology, Professor
Sevinj Maqerramova - Doctor of Philology, Professor
Editorial members of foreign countries
Ismayil Haqqı Polat Politician (Kadir Hass University)
Bulent Çaplı -Professor (Bilkent University)
Kipras Majeyka - Professional (Media Academy)
İrina Erofeeva - Professor (Zabaykalya State University)
Adem Ayten - Associate Professor (Istanbul Aydin University)

Scientific-theoretical and practical – methodical journal
“Journalism” is officially registered in the Ministry of Justice of the Republic of Azerbaijan.
Certificate number 4272. The date of registration is 28/11/2019.

Address of the editorial Office: Baku city, Az 1073, Zahid Khalilov str.,23
Baku State University, the 2nd teaching building, Room 305
Editorial Office of the journal “Journalism”.
Telephone: (+994 12) 538-42-08, (+994 50) 387-64-97, (+994 55) 831-18-75

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ
РЕСПУБЛИКИ
БАКИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

ЖУРНАЛИСТИКА

- **Радиовещание**
- **Международная журналистика**
- **Теория журналистики**
- **История печать**
- **Лингвистика и литература**
- **Международные отношения и социальные вопросы**

**НАУЧНО – ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ
И ПРАКТИКО – МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ**

№1 (11) 2019

Журнал издается с 2014 года

**«Elm və təhsil»
Баку, – 2019**

Учредитель
Севиндж Алиева

Главный редактор
Севиндж Алиева
Заместитель декана по учебной работе,
доктор филологических наук, БГУ

Редактор
Вугар Алиев
Доктор филологических наук, профессор

Редакционная коллегия

Джахангир Мамедли - доктор филологических наук, профессор
Шамиль Велиев - доктор филологических наук, профессор
Расим Алигулиев - доктор технических наук, профессор, член-корреспондент НАНА
Афлатун Амашов - является председателем Совета прессы Азербайджана
Гамид Велиев - доктор философских наук, профессор
Аллахверди Мамедли - доктор филологических наук, профессор
Насир Ахмедли - доктор филологических наук, профессор
Алхан Байрамоглу - доктор филологических наук, профессор
Гулу Магеррамли - доктор филологических наук, профессор
Севиндж Магеррамова - доктор филологических наук, профессор
Редакция зарубежных стран
Исмаил Хаггы Полат - профессор (Университет Кадира Хасса)
Бюлент Флэт-профессор (Билкентский университет)
Кипрас Мажейка - Профessional (Медиа Академия)
Ирина Ерофеева - профессор (Забайкальский государственный университет)
Адем Айтен - доцент (Стамбульский университет Айдын)

Научно-теоретический и практико-методический журнал
«Журналистика» официально зарегистрирован
в Министерстве Юстиции Азербайджанской Республики.
Свидетельство №4272 (Дата регистрации 28.11.2019).

Адрес редакции: г.Баку, Аз 1014, ул. Захид Халилова, 23
Бакинский Государственный Университет, учебный корпус №2, аудитория №305,
Редакция журнала «Факультет журналистика».
Телефоны: (+994 12) 538-42-08, (+994 50) 387-64-97, (+994 55) 831-18-75

BAŞ REDAKTORDAN

Jurnal 28 noyabr 2019-cu il tarixdə Azərbaycan Respublikasının Ədliyyə Nazirliyində qeydiyyatdan keçmişdir. Mətbu nəşrlərin reyestrinə daxil edilmə nömrəsi- № 4272

"Jurnalistika" elmi-nəzəri və təcrübi metodiki jurnal ildə 2 dəfə dərc olunan, ictimaiyyət üçün açıq olan resenziyalı, elmin kompleks problemləri, humanitar və ictimai siyasi, sosial sahələrini əhatə edən elmi-tədqiqat jurnalıdır. Jurnalda indiyədək dərc olunmayan, orijinallığı, yeniliyi və aktuallığı, ciddi elmi arqumentasiyası, qabaqcıl nəzəri və praktiki əhəmiyyəti ilə diqqəti cəlb edən elmi-texniki məqalələr dərc edilir. Əsas məqsədimiz elmdə baş verən yenilikləri beynəlxalq ictimaiyyətə çatdırmaq, yerli və xarici alimlər arasında elmi ünsiyyət qurmaqdır.

"Jurnalistika" elmi-nəzəri və təcrübi metodiki jurnal məzmununa görə elmi- tədqiqat nəşr kimi fəaliyyət göstərir. Jurnal əsasən Azərbaycan, Rus , İngilis və Türk dillərində elmi məqalələri dərc edir. Jurnal eyni zamanda konfranslar, simpoziumlar, elmi məktəblər, ümumiyyətlə, elmi həyatda cərəyan edən hadisələr haqqında məlumatlara da səhifələrində yer verir. Azərbaycan elminin beynəlxalq ictimaiyyətə çatdırılması, yerli alimlərlə müxtəlif ölkələrin alimləri arasında elmi kommunikasiyaların yaradılması nəşrin qarşısına qoyduğu başlıca vəzifələrdəndir.

Jurnalda hakimli rəy sistemindən istifadə olunaraq, məqalələr ən azı 2 dəfə yoxlanıldıqdan sonra dərc üçün təsdiqlənir. Akademik və professorlarla yanaşı elmin müxtəlif sahələrində tədqiqat aparan gənc aspirant və doktorantlar, tədqiqatçılar da jurnalda məqalə çap etdirə bilirlər.

Məqalələrin müəlliflik hüquqları, çap olunduqdan sonra Nəşriyyat tərəfindən həyata keçirilir. Bununla belə, istifadəçilər nəşir və ya müəllifdən əvvəlcədən icazə almadan belə jurnalda çap olunan məqalələrin tam mətnini oxumaq, yükləmək, surətini çıxarmaq, yaymaq, çap etmək kimi hüquqlara sahibdir.

JURNALİSTİKANIN NƏZƏRİYYƏSİ

UOT070

Əhmədli Nəsir Abbas oğlu

Bakı Dövlət Universiteti

Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının professoru

JURNALİSTLƏR ÜÇÜN ORFOEPIYA

Xülasə

Məqalə radio və televiziya jurnalistləri üçün nəzərdə tutulub. Burada çağdaş Azərbaycan ədəbi dilinin orfoepiya qaydalarından bəhs olunur, gənc jurnalistlərə audial və audiovizual nitq mədəniyyəti ilə bağlı bəzi tövsiyələr verilir.

Açar sözlər: *orfoepiya, şifahi nitqin üslubları, qarışıq üslub, lüğəvi şərait, qrammatik şərait.*

Nitq dil vasitəsilə ifadə olunmuş fikirdir. Bu ifadə iki formada özünü göstərir: şifahi və yazılı. Şifahi nitq yazılı nitqdən milyon illər öncə meydana gəlib. Həmin müddətdə əvvəl kortəbii, sonra isə sistemli şəkildə onun qaydaları, prinsipləri formalaşaraq qanun qatına yüksəlib, şifahi ədəbi dil yaranıb. Burada əsas tələb sözlərin, söz birləşmələrinin, sintaqmların, cümlələrin düzgün tələffüzüdür. Şifahi ədəbi dilin daha geniş ölçüdə başlıca işlənmə məkanı radio və televiziyaadır.

Audial (radio) və audiovizual (TV) nitqi başqa növlərdən fərqləndirən cəhətlərdən biri budur ki, o özündə həm yazılı, həm də şifahi nitqin əlamətlərini əks etdirir. Radioda, televiziyaada çıxış edən hər bir kəs fikirini şifahi formada çatdırmağa çalışsa da, əvvəlcədən hazırlanmış müəyyən yazılı mətnlə (ssenari ilə, çıxış mətni ilə, müəyyən tezislərlə və s.) bağlı olur. Məşhur rus dilçisi, professor Aleksandr Matveyeviç Peşkovski (1878-1933) hələ otən əsrin 20-ci illərində, televiziyanın olmadığı bir vaxtda ədəbi dildən bəhs edərək yazırdı: “Ədəbi dildə danışmaq, yəni eyni zamanda həm yazılı nitqin qanunlarına tam əməl etmək, həm də şifahi nitqin xüsusiyyətlərini nəzərə almaq və dinləyicinin psixikasını oxucunun psixikasından fərqləndirməyi bacarmaq o qədər də asan deyil. Bu, ədəbi nitqin xüsusi - ayrıca bir növüdür. Elə bir növü ki, mən onu yazılı nitqin şifahi nitqə uyğunlaşdırılması adlandırardım” [2, c165].

A.M.Peşkovskinin bu fikirini tamamilə audial və audiovizual nitqə də aid etmək olar.

Təəssüflər olsun ki, mikrofon və kamera qarşısında çıxış edən şəxslər, o sıradan jurnalistlər çox zaman bu xüsusiyyəti unudur, sözləri yazıldığı kimi tələffüz etməyə çalışırlar. Bu ondan irəli gəlir ki, şifahi nitq mədəniyyətinin mühüm tərkib hissəsi olan düzgün tələffüz qaydaları ailədə, orta və ali məktəblərimizdə pis, bəzən isə əksi-nə təbliğ olunur.

Azərbaycan ədəbi dilinin yazılı qoluna aid normaların müəyyənləşdirilməsi və qaydaya salınması sahəsində xeyli iş görülsə də, düzgün tələffüz qaydaları sahəsində boşluq çoxdur.

Bəzilərinə elə gəlir ki, kitab cümlələri ilə danışmaq, sözü yazıldığı kimi tələffüz etmək yüksək savadlılıq əlamətidir. Əslində isə belə deyil. Ədəbi yazının öz qaydaları olduğu kimi, ədəbi danışığın da öz qaydaları var və onlara əməl etmək hamının borcudur.

Düzgün danışiq qaydalarını öyrənən dilçilik sahəsinə *orfoepiya* deyilir. *Orfos* yunanca sadə, düzgün, *epos* danışiq deməkdir.

Professor Ə.Dəmirçizadə orfoepiyaya belə tərif verib:

«Orfoepiya ədəbi dilin şifahi qolunu ümumi normalar əsasında formalasdıran, yəni fonetik cəhətdən ümumiləsdirici normaları təzahür etdirən tələffüz qavda-qanunlarının sistemli məcmusudur» [1, s. 142].

Yazılı ədəbi dilin üslubları olduğu kimi, şifahi ədəbi dilin də üslubları var. Bunlar danışığın hansı şəraitdə getməsindən, hansı tərzdə və məzmununda olmasından asılıdır. Mövcud ədəbiyyatda şifahi nitqin 2 əsas üslubundan bəhs olunur: **akademik üslub** və **sərbəst üslub**.

Akademik üslubdan ən çox elmi məclislərdə, orta və ali məktəb dərslərində istifadə olunur. Bu üslubun özəlliyi burasındadır ki, sözlərin fonetik qabığı təşkil edən səslər məxrəcələrinə görə çox aydın, bəzi hecalar isə ayrılıqda, xüsusi intonasiya ilə tələffüz olunur.

Bu üslubda məntiqi vurğu xüsusi rol oynayır, yeni sözlər, terminlər, ifadələr dinləyiciyə son dərəcə aydın şəkildə çatdırılır, onların mənası açıqlanır.

Sərbəst üslubdan adi danışılarda, ailə-məişət söhbətlərində, adi hadisələr barədə məlumat verərkən istifadə olunur.

Radio və televiziya bu üslubların qovuşduğu daha geniş yer tutur, yəni verilişin xarakterindən asılı olaraq ya akademik üslub, ya da sərbəst üslub üstünlük təşkil edir, yaxud hər ikisi bərabər səviyyədə işlədilir. Akademik üslubda orfoepiya qaydalarından yayınma halları təbiidir, çünki bəzən yeni söz, termin və ifadələrin etimologiyasını, müasir anlamını açmaq üçün onları yazıldığı kimi tələffüz etmək lazım gəlir. Sərbəst üslub bütövlükdə orfoepiya qaydaları əsasında fəaliyyət göstərir, qarışıq üslubda isə bu qaydalara təxminən 50+50 nisbətində əməl olunur. Konkret olaraq radio və televiziya jurnalistlərinin çıxışlarından danışarkən demək lazımdır: audial və audiovizual mətn yazılı fikirin şifahi ifadəsi olduğu kimi, ekran-efir jurnalistinin çıxı-

şı da akademik üslubla sərbəst üslubun müəyyən nisbətdə (çıxışın mövzusunda asılı olaraq) sintezindən yaranmış audial və audiovizual üslubdur.

Orfoepiya qaydalarına əməl olunması çıxışa təbiilik gətirir, onun inandırıcılığını, emosional təsir gücünü artırır, dinləyicini, tamaşaçını yormur, əsəbiləşdirmir.

Orfoepiya qaydaları 3 şəraitdə nəzərdən keçirilir:

1. Lüğəvi şərait;
2. Qrafik şərait;
3. Qrammatik şərait.

Bunlara qısaca nəzər salaq.

Lüğəvi şərait dedikdə sözün başlanğıc formasında, yəni lüğətdə necə yazılıbsa, cümlədə başqa sözlərlə əlaqəyə girmədən onun tərkibindəki səslərin tələffüz qaydaları nəzərdə tutulur. Bu barədə müvafiq ədəbiyyatda¹ yetərincə məlumat olduğunu nəzərə alaraq biz onlardan yalnız bir neçəsini göstərməklə kifayətlənəcəyik:

1. Yazıda *q* səsi ilə bitən sözlərdə *q* ya *x*, ya da *k'* (*kurs*) kimi tələffüz olunur: *otax*, *qulax*; *eşk'*, *şəfək'* və s. *Q-x* əvəzlənməsi xalis Azərbaycan sözlərində (*bulaq-bulax*) və son hecasında *a* saiti olan bəzi alınma sözlərdə (*təmtəraq-təmtərax*), *q-k* əvəzlənməsi isə daha çox alınma sözlərdə müşahidə olunur (*üfüq-üfük'*, *filoloq-filoloq'* və s.);

2. Rus və Avropa mənşəli sözlərdə vurğusuz *o* saiti vurğulu hecadan əvvəl *a* kimi tələffüz olunur: *kasmana'vt*, *samava'r*, *manalo'k* və s. *O* saiti vurğu altında olanda və vurğulu hecadan sonra gələndə *o* kimi tələffüz edilir: *ko'smos*. Bu tələbə sovet dövründə çox ciddi əməl edilirdi, lakin indi azərbaycanlıların danışığında hər iki variant işləkdir: *Lamanosov* da deyilir, *Lomonosov* da. Görünür, gələcəkdə ikinci variant üstün olacaq;

3. Alınma sözlərdə bir qalın, bir incə (yaxud əksinə) sait yanaşı gəldikdə tələffüz zamanı onların arasına *y* samiti əlavə olunur: *na+y+il*; *pa+y+ema*; *Si+y+am* (əkizləri); *di+y+ametir*; *eqa+y+ist* və s.;

4. Söz ortasında yanaşı gələn üç samitdən birincisi ilə ikincisinin (*zül+ü+mkar*), yaxud ikincisi ilə üçüncüsünün arasına bir sait əlavə olunur: *qəsb+i+kar*;

5. Rus dilində tərkibində *ı* (*ts*) olan ümumi isimlər azərbaycanca *s* ilə (*ııрк - sirk*; *лшсеı - lisey*; *абзаı - abzas*. *Vitse* sözü istisnadır), xüsusi isimlərdə isə sözün əvvəlində *s* (*ııвалковскш - Sialkovski*), ortasında və sonunda isə *ts* ilə yazılır və deyilir: *Кшзнеıов - Kuznetsov*; *Мыромеш - Muromets*;

6. Rus dilində tərkibində *ıı* olan və dilimizdə işlənən sözlərdə əvvəldə və axırda bir *ş*, ortada isə iki *ş* yazılır və deyilir: *ııедршн - Şedrin*, *борıı - borş*, *мешшншн - meşşan*;

¹ Dəmirçizadə Ə. Azərbaycan dilinin orfoepiyası. – Bakı: 1982; Şirəliyev M. Azərbaycan dili orfoepiyasının əsasları. – Bakı: 1970 və s.

7. Rus dili vasitəsilə dilimizə keçmiş və ruscada *ь* işarəsi ilə müşayiət edilən, yəni yumşaq tələffüz olunan samitlər Azərbaycan dilində sözün ortasında yumşaq, sonunda isə sərt deyilir: *пальто* - *pal(ь)to*, *роль* - rol.

Qrafik şərait audio- və audiovizual nitqdə işlədilən qısaltmaların, ixtisarla yazılan sözlərin, elmi terminlə desək, abreviaturların (latınca: *brevis* - qısa) tələffüzü ilə bağlıdır. Ümumiyyətlə götürsək, radio və televiziya verilişlərində bir neçəsi istisna olmaqla (*BMT – Be-eM-Te*, *YuNESKO*, *YAP*, *AzərTAc*, *KİV*, *AXCP – A-Xe-Ce-Pe* və s.) abreviaturlardan istifadə etmək məsləhət deyil, çünki onlar vizual nitqdə yerə (kağıza) qənaət etmək üçün yaradılmışdır.

Abreviaturların müstəqil söz kimi işlənən növləri də var. Məsələn, sintetik parça növlərindən olan *lavsan* sözü Rusiyada həmin parçanın ilk nümunələrini hazırlamış laboratoriyanın (**Л**абора**т**ория **в**ысо**к**омолеку**л**ярных **с**оединений **А**кадемии **н**аук) adının qısaltılmasından əmələ gəlmiş, sonralar müstəqil söz kimi işlənməyə başlamışdır. Eyni prinsiplə yanaşsaq, həmin sözü dilimizə *elaybil* (**Е**İmlər **А**rademiya**с**ının **Y**ürsəkmolekullu **B**irləşmələr **L**aboratoriyası) kimi kalka edə bilərik.

Sovet dövründə ən işlək sözlərdən olmuş kolxoz (**К**ОЛ**л**ективное **х**ОЗ**я**йство – kollektiv təsərrüfat), sovxoz (**С**О**В**етское **х**ОЗ**я**йство – sovet təsərrüfatı), komsomol (**К**О**М**мунистический **с**О**Ю**з **м**О**Л**одежи – Kommunist Gənclər İttifaqı) da sözlərin qısaltılması yolu ilə yaradılmışdı.

Grammatik şərait özü də iki yerə bölünür: morfoloji şərait, sintaktik şərait.

Morfoloji şəraitdə tələffüz söz kökünə şəkilçi artırılarkən baş verən dəyişiklikləri əks etdirir. Bunlardan bir neçəsinə baxaq:

1. *a* və *ə* saitləri ilə bitən sözlərə saitlə başlanan şəkilçi artırıqda bitişdirici *y*-dan əvvəlki *a* saiti *ı* saitinə, *ə* saiti *i* saitinə çevrilir: *ana+y+a* - *anıya*, *nənə+y+ə* - *nəniyə*, *bəzə+y+ir* - *bəziyir*. Bu cür sozlərdə əvvəlki sait dodaqlanandırsa, *y*-dan əvvəlki sait də dodaqlanana çevrilir: *doğra+y+ir* - *doğruyur*, *ula+y+ir* - *uluyur*, *söylə+y+ir* - *söylüyür*, *ütülə+y+ir* - *ütülüyür*.

2. *ş*, *ç*, *c* samitləri ilə bitən isimlərə *l* samiti ilə başlanan şəkilçi artırıqda *l* samiti *d* samiti kimi tələffüz olunur: *baş+la+yır* - *başdıyır*, *daş+lar* - *daşdar* və s.

3. Xəbərlik şəkilçilərinin sonundakı *r* samiti tələffüz edilmir: *adamdır* - *adamdı*, *düzdür* - *düzdü* və s.

4. *r* və *n* ilə bitən sözlərə *l* ilə başlanan şəkilçi artırıqda *l r*-ya və *n*-ya çevrilir: *dəftər+lər* - *dəfdər+rər*; *heyvan+lar* - *heyvan+nar* və s.

5. *-la*, *-lə* qoşması samitlə bitən sözlərə artırıldıqda *-nan*, *-nən* kimi tələffüz olunur: *adam+la* - *adamnan*. *m* və *n* ilə bitən sözlərə çıxışlıq hal şəkilçiləri artırıqda da eyni hal müşahidə olunur: *badam+dan* - *badamnan*, *Həsən+dən* - *Həsənnən*. Fərq burasındadır ki, birinci halda vurğu sözün kökündə qalır, ikinci halda isə şəkilçinin üstünə keçir: *bada'mnan* (badamla), *badamna'n* (badamdan).

*İl*ə qoşması (bağlayıcısı) saitlə bitən sözlərlə birgə tələffüz edilərkən sözün kökü ilə *-nan*, *-nən* arasına bitişdirici samit artırılır və 1-ci bənddəki hadisə burada da müşahidə olunur: *ana ilə* - *anıynan*, *əmi ilə* - *əmiynən*, *tülkü ilə* - *tülküynən* və s.

6. Qoşa samitlə yazılan sözlərin çoxu bir samitlə deyilir: *ədəbiyat, xasiyyət, vəziyyət, qramatika, ləzət* və s.

7. Yalnız bir formada yazılan *ki* bağlayıcısı və ədatı özündən əvvəlki sözün tələbi ilə ahəng qanununa tabe olaraq 4 cür tələffüz olunur: *baxır ki, bilir ki, qorxur ku, görür kü*.

Sintaktik şəraitdə tələffüz söz birləşmələrində və cümlə daxilində səslərin dəyişməsi ilə bağlıdır. Məsələn, q və k ilə bitən sözlərdə bu saitlər təkcə şəkilçilərin deyil, həm də özündən sonra gələn, saitlə başlanan və sintaqm olaraq onunla birgə deyilən sözün təsiri ilə *ğ-ya*, və *y-ya* çevirilir: *Uşağ ağılamağa başladı; Küləy əsəndə yarpaxların xışiltısı hər tərəfi bürüyürdü*.

Əhmədli Nəsir Abbas oğlu

ORTHOEPY FOR JOURNALISTS

Abstract

The article is intended for radio and television journalists. It speaks of the rules of orthoepy of the modern Azerbaijani literary language, there are some recommendations about the culture of the audio and audiovisual culture of speech.

Key words: *orthoepy, spoken language styles, mixed style, vocabulary circumstance, grammatical circumstance.*

Ахмедлы Насир Аббас оглы

ОРФОЭПИЯ ДЛЯ ЖУРНАЛИСТОВ

Резюме

Статья предназначена для радио- и тележурналистов. В ней говорится о правилах орфоэпии современного азербайджанского литературного языка, имеются некоторые рекомендации по культуре аудиальной и аудиовизуальной культуре речи.

Ключевые слова: *орфоэпия, стили устной речи, смешанный стиль, словарное обстоятельство, грамматическое обстоятельство.*

ƏDƏBİYYAT

1. Dəmirçizadə Ə. Müasir Azərbaycan dili. I hissə. Fonetika, orfoepiya, orfoqrafiya. Bakı: "Şərq-Qərb", 2007, 256 s.

2. Пешковский А.М. Как вести занятия по синтаксису и стилистике в школах взрослых. В кн.: Пешковский А.М. Избранные труды. Москва: 1959, 252 с.

Rəyçilər: dosent Secinc Əliyeva, professor Qulu Məhərrəmli

Reviewers: dosent Sevinj Aliyeva, professor Qulu Maqeramli

Рецензенты: доцент Севиндж Алиева, профессор Гулу Магеррамли

UOT 070 (49)

Rəhimova Sima Israfil qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Mətbuat tarixi kafedrasının dosenti,
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru

JURNALİSTİN FƏALİYYƏTİNDƏ HƏSSAS HƏDƏFLƏR

Xülasə

Əxlaqi və peşə keyfiyyətləri bir jurnalistin davranışının etik normalarının səviyyəsini müəyyənləşdirir. Ailənin, yeniyetmələrin və şəxsi həyatlarının mövzularına həsr olunmuş məqalələr xüsusi bacarıq və həssaslıq tələb edir. Bu mövzularda hüquq normaları ilə yanaşı, ailələrə zərər verə biləcək etik normalar da qorunmalıdır. Bu nüanslar həm də jurnalist fəaliyyətinin xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirir.

Açar sözlər: *ailə, yeniyetmə, psixoloji yanaşma, etik normalar, jurnalist fəaliyyəti*

Ailə insanın şəxsi həyatının ən vacib və ayrılmaz hissəsini təşkil edir. Ailə cəmiyyətin ən kiçik özəyidir. Dünyaya göz açan hər bir insanın ilk tərbiyəsini burda alır. Ailədə alınan tərbiyyədən çox şey asılı olur. Həyata yeni addım atan uşaq və yeniyetmə ətrafdakılarla münasibətləri tənzimləyərkən problemlər yaşayır. Yeniyetməlik uşaqlardan yetkinliyə keçid, bioloji, psixoloji, fizoloji, ictimai inkişafın müşahidə olunduğu dövrdür.

Psixoloqlar bu dövrü insan həyatının ən böhranlı çağları adlandırırlar. Bu dövrdə onlar qarşıya çıxan problemləri həll etməkdə çətinlik çəkillər. Ailədə valideynlərlə toquşmalar baş verir. Bu zaman yeniyetmə özünü tanımağa özünü təsdiqləməyə ehtiyac hiss edir. Valideynlə yeniyetmələr arasında kəskin konfliktlər daha çox erkən yeniyetməlik dövrünə təsadüf edir. Onun özəlliyi ondan ibarətdir ki, valideyn övladının nə vaxt böyüməsindən xəbərsizdir. O həmişəki tələbkarlığı edir, əvəzində etiraz görür. Valideynlərlə konfliktlər yaşayan yeniyetmə üçün ən qəbul ediləməz şey onu tənqid etməkdir. Onları tənqid etməklə hər gün bu yeniyetmələrdən uzaqlaşır, yaddaşırlar. Ayıləşindən uzaqlaşan yeniyetmələr kənarlara meyil göstərirlər ki, bu da onları neqativ vərdişlərə yiyələnməsi ilə nəticələnir. Yeniyetmələr ilə valideynlər arasında bu dövrdə inam hissi yaranmalı, onların maraq aləminə daxil olmalı, fikirlərini paylaşmağa çalışmalı, onların dostu olmalı, onların fikirlərinə önəm verməli, ge-

yim və görünüş məsələlərinə çox müdaxilə etməməli, onları olduqları kimi qəbul etməlidirlər.

Jurnalist öz fəaliyyətində insan hüquqlarını və etik davranış qaydalarını nəzərə almalıdır. KİV nümayəndələrinə əlavə hüquq və səlahiyyətlər verdiyi kimi onun üzərinə həm də əlavə məsuliyyət qoyur. Bu məsuliyyəti dərk edən jurnalist həm peşə etikasına riayət etmiş, həm də peşə ləyaqətini yüksək tutmuş olacaq.

Jurnalist xəbərlə və faktlarla işləyir, hadisə və cəmiyyət arasında informasiya körpüsü rolunu oynayır. O, informasiyanın həqiqiliyi ilə yanaşı onun cəmiyyətə təsirinə görə də məsuliyyət daşıyır. Bu səbəbdən yaranan etik qaydalar jurnalistin eyni zamanda cəmiyyətin haqqlarını qoruyur, onları mənfi təsirdən uzaqlaşdırır.

Jurnalistin fəaliyyətində və etikasında həssas hədəflər dedikdə bəzi məqamları nəzərdən keçirək. Onlardan biri – ailə, yeniyetmələr və azyaşlıların mediada işıqlandırılmasını nəzər yetirək.

Yeniyetmələrə, uşaqlara təsir etmək, onların psixikasını zədələmək olduqca asandır. Bu səbəbdən jurnalist hədəf auditoriyasında onları olduğunu nəzərə alaraq diqqətli davranmalıdır. Cinayətə qarışmış, şübhəli hesab edilən yeniyetmə və uşaqların bu səbəbdən onların hüquqi təmsalçisinin icazəsi olmadan müsahibə alınmamalıdır. Onların psixoloji travma almasına və gələcəklərini zərbə altında qoyulmasına şərait yaradaraq xəbərlərə yer verməməlidir. Jurnalist həmçinin yeniyetmə, uşaqlardan yazarkən bəzi məqamlara xüsusi ilə diqqət yetirməlidir. Onların gələcəyinin təhlükə altında ola biləcəyini, həmyaşıdları tərəfindən təcrid edilərək psixikasına mənfi təsirlər ola biləcəyini nəzərə almalıdır. Jurnalist əsas məsuliyyəti doğruları öyrənməklə onları mənfi təsirlərdən uzaq tutmalıdır. Bu şiddət, kin, nifrət kimi emosional hisslərin aşılınması ilə yanaşı zərərli vərdislər, oğurluq, zorakılıq və s. kimi əməllərin təbliği də ola bilər.

Mənəvi keyfiyyətlə professional ustalıqın vəhdəti jurnalistin etik davranış tərzini təşkil edir. Bu baxımdan jurnalistin mövzu seçimi, ona yanaşma tərzini, seçim meyarı çox maraqlı və məsuliyyətlidir. Ailə mövzusu və onların həyat tərzini, yeniyetmə və uşaqlar haqqında yazılar xüsusi ustalıq və bacarıq istəyir. Belə məqamlardan biri yeniyetmə ailə mövzusunun işıqlandırılmasıdır. Qanunvericilikdə şəxsi və ailə həyatının sirlərinin toplanması, həm də yayılması üçün məsuliyyət nəzərdə tutulmuşdur.

Ailə mövzusunda hüquqla bərabər etik normalar da pozulur, ailələrə zərər dəyir.

Mediada etik tələblərə əməl edilməsindən zərər görənlər sırasına yeniyetmələr və uşaqlar da daxildir. Onlardan bəhs edilən yazılarda etik normaların pozulması onların həyatına çox böyük ziyan vura bilər. Oğurluq, narkotikdən istifadə, zorlama, xəsarət yetirmə, intihar və s. Bu qisim işlərdən zərər çəkmiş və ya təsir altına düşmüş yeniyetmə və uşaqların adı və soyadlarının efirdə və ya mediada işıqlandırılması çox kobud şəkildə etik normaların pozulmasıdır. Belə yazılar yeniyetmə və uşaqların təkcə bu gününə deyil, onların sabahına, daha doğrusu uzun müddət gələcəyinə ziyan gətirir.

Jurnalistin bir diqqətsiz xəbəri ilə bir insan ömrü boyu damğa altında yaşamaq məcburiyyətində qala bilər. Onun əsl məqsədi xəbər çatdırmaqla yanaşı həm də yalnız yola düşmüş, cinayətə, zorakılığa məruz qalmış yeniyetmələrə həyata qayıtmağa yeni bir şans verməyə çalışmalıdır. Jurnalistlər onlarla görüşərkən nələrə diqqət yetirməlidir:

Tematik olaylar xəbər mövzudursa, yenietmə və uşaqların - azyaşlının çəkdiyi ağrıları artırma biləcəklərindən, şərhərdən qaçmaq lazımdır;

Yenietmə və uşaqların – azyaşlılardan onun yaşam tərzi olmayan, təsadüf üzündən və ya ilk dəfə üzləşdiyi şeylər haqqında suallar vermək, buna xidmət edən digər hərəkətlə, azyaşlını xəbərə mövzu edən olayı yenidən onun gözündə canlandırılmasına səbəblər vermək yolverilməzdir;

Hər hansı görüş, habelə video, foto çəkiliş üçün azyaşlının, eləcə də yetkinlik yaşına çatmış şəxsin icazəsi alınmalıdır;

Jurnalist yenietmə və uşaqlarla görüşərkən diqqətli olmalıdır. Azyaşlının özünü tam sərbəst hiss etməyi ortamda olduğu ona hiss etdirməməlidir.

Müsahibinə hörmətsizlik, onun şəxsi ləyaqət hissi ilə hesablaşmamaq ən azı öz auditoriyasına hörmətsizliklə dəlalat edir. Jurnalist unutmamalıdır ki, həmsöhbətinin mədəniyyətini açıq-aşkar qiymətləndirən vaxt özü öz mədəniyyətini də nümayiş etdirən obyektə çevrilir.

Kütləvi informasiya işçilərinin yüksək peşə hazırlığına, mövzuya bələd olmasına, istifadə edilən fakt materialının səhihliyinə getdikcə daha böyük əhəmiyyət verilir. Öz səhvlərini təhlil etməyi, onlardan faydalı nəticələr çıxarmağı bacarmaq jurnalistlərin yaradıcılıq fəaliyyətinin ən mühüm şərtlərindən biri hesab olunur.

Jurnalistin öz fəaliyyətində müəyyən psixoloji biliklərə yiyələnməsində vacib məsələdir. Şəxsi məsələlərlə bağlı suallar vermək, lazım gələndə ünsiyyətə meyilli olmayan həmsöhbətini ələ almaq, onun rəğbətini qazanmaq, psixoloji sədləri keçmək üçün müsahibinə fərdi yanaşmaqda, onda inam yaratmaqda psixoloji biliklər köməyinə çatır.

Ekstremal vəziyyətdə olmuş adamlarla ünsiyyət qurmaq çətin olur. Belə bir vəziyyətdə jurnalit həmsöhbətinin psixikasının özəlliklərini və onun psixoloji vəziyyətinin dəyişkənliyini nəzərə almalıdır. Müsahibində özünə simpatiya əvəzinə inamsızlıq, antipatiya yaratmamaq üçün jurnalist dözümlü, xeyirxah və ünsiyyətçil olmalıdır. Yeniyetmələrlə müsahibə zamanı bunlar daha vacib şərtlər kimi qiymətləndirilir. Belə demək düz olarsa, jurnalist fərdi psixoloq olmalı, ali psixoloji funksiyalar haqqında ümumi anlayışa yiyələnməlidir.

Jurnalist aydın başa düşməlidir ki, yeniyetmələrlə ünsiyyət yaratmaq bacarığı onun peşə hazırlığının ən vacib göstəricilərindən biri olmalıdır.

Dəqiq, obyektiv informasiya jurnalistə öz fikrini mənəvi hüquq nöqtəyi-nəzərindən tam müəyyənlik səviyyəsində söyləməyə, problemi obyektiv qiymətləndirməyə imkan verir.

Vacib məsələləri, insan taleyi ilə bağlı bütün problemləri kütləvi müzakirəyə çıxarmaq jurnalistin boynuna həm də böyük məsuliyyət yükü qoyur. Çünki onun kiçik bir

səhlənkarlığı, diqqətsizliyi, kiminsə, nəyinsə xatirinə həqiqəti təhrif etməsi ağır mənəvi-psixoloji sarsıntılara, adamların ləyaqətinə, nüfuzuna xələl gətirə bilər.

Jurnalist baş verənləri hamıya anlatmaq üçün ilk növbədə dəqiq olmalıdır.

Jurnalistin həm fərd, həm də vətəndaş kimi cəmiyyət qarşısında hiss etməli olduğu məsuliyyət kateqoriyaları müxtəlif və rəngarəngdir. Bunların içərisində ən çox özünü abarıq göstərən mənəvi məsuliyyətdir.

Cəmiyyətin diqqət etdiyi mənəvi dəyərlərə və baxışlara hörmət edən jurnalist təmsilçisi olduğu cəmiyyətin mənəvi-etik dəyərlər kontekstindən kənara çıxmamalıdır. Jurnalistika sosial institut kimi cəmiyyət qarşısında bir sıra öhdəliklər götürür və bu öhdəliklərə əməl etməyə borcludur. Bu öhdəliklər hansılardır? Ən əsası cəmiyyəti qərəzsiz məlumatlarla təchiz etmək, obyektiv məlumatlandırmaq, öz mövqeyindən sui-istifadə etməmək və s. Beləliklə, jurnalist öz mənəvi məsuliyyətini dərk edərək özünün yaradıcılığı ilə cəmiyyətin inkişafına yardım etməlidir.

İnsan taleyinə təsir etmək imkanı jurnalistdə sosial məsuliyyət hissi doğurur.

Öz çıxışlarına cavabları izləyərək jurnalist eyni zamanda həm də oxucunun ondan nə gözlədiyini, onun tərəfindən elan olunanlardan hansının cəmiyyətdə müdafiə olunduğunu dərk edir. Bu bilgi öz növbəsində jurnalistin gələcək davramşında əsas yönləndirici rol oynayır.

Jurnalist öz fəaliyyətində daha bir çox həssas həfəflərlə rastlaşır. O, bu həfəflərlə işlərkən etik prinsiplərə maksimum riyyat etməlidir. Həssas hədəflərin mənfi təsirindən və gələcək təhlərin zərbə altına atılmasından qaçınmalıdır.

Rahimova Sima İsrafil qızı

Important goals in journalist's activities

Abstract

Moral and professional qualities determine the level of ethical behavior of a journalist. Articles on the topics of the family, the undergrowth and their personal lives require special skills and abilities. In these articles, along with legal norms, ethical norms are also infringed, from which families suffer. These nuances and determine the features of journalistic activity.

Key words: *family, teenager, psychological approach, ethical standards, journalistic activity*

Рагимова Сима Исафил гызы

Важные цели в деятельности журналиста

Резюме

Моральные и профессиональные качества определяют уровень этических норм поведения журналиста. Статьи, посвященные темам семьи, подростков и их личной жизни требуют особого мастерства и способностей. В этих статьях наравне с юридическими нормами ущемляются и этические нормы, от чего страдают семьи. Эти нюансы и определяют особенности журналистской деятельности.

Ключевые слова: семья, подросток, психологический подход, этические нормы, журналистская деятельность

ƏDƏBİYYAT

1. *Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı, 2002.*
2. *Azərbaycanda söz və mətbuat sahəsində vəziyyət. Bakı, 2003*
3. *Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışları qaydaları. Yeni nəsil jurnalistlər birliyinin nəsiri. Bakı, 2003*
4. *Bayramov Ə.S., Əlizadə Ə.Ə. Sosial psixologiyanın aktual məsələləri. Bakı, 1989*
5. *Əhmədli N. Nitq mədəniyyəti və üslubiyatın əsasları. Bakı, 1999*
6. *Mediya etikası. Bakı, 2008*
7. *Mediya hüququ. Bakı, 2006*
8. *Məmmədli C. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. Bakı, 2012*
9. *Rəhimova S.İ. Jurnalist etikası və kommunikasiya mədəniyyəti. Bakı, 2017*
10. *Həqiqəti çatdırmaq: Etika Jurnalistika Təşəbbüsləri. Bakı, 2012*

Rəyçilər: professor Cahangir Məmmədli, professor Vüqar Əliyev

Reviewers: professor Cahangir Mamedli, professor Vuqar Aliyev

Рецензенты: профессор Джахангир Мамедли, профессор Вугар Алиев

Jurnalistikada süjet və kompozisiya vəhdəti

Xülasə

Məqalədə jurnalistin yaradıcılığında işıqlandırılan əsərlərin süjet və kompozisiya anlayışı və quruluşunun nəzəri aspektləri işlənmişdir. Təhlillər nəzəriyyəçilərin mülahizələri və Azərbaycan mətbuatında işıqlandırılan materiallar əsasında edilmişdir.

Açar sözlər: nəşr, süjet, kompozisiya, iş, sintez

Jurnalistikada süjet (fr.sujet – mövzu) – əsərdə təsvir edilən hadisələrin ardıcıl inkişaf xəttidir. Müəllifin bu hadisələri oxucuya, dinləyiciyə, yaxud tamaşaçıya hansı formada təqdim etməsindən asılı olmayaraq süjet dedikdə onların məhz xronoloji ardıcılığı nəzərdə tutulur. Bununla da süjet fabuladan – müəllifin qələmə aldığı hadisələrin əsərdəki ardıcılığından fərqlənir [4,229]

Bədii ədəbiyyatda süjet (fr.sujet – əşya, predmet) – ədəbi əsərin məzmununu təşkil edən, ardıcıl inkişaf edən hadisələrdir. Əsli fransızca olan süjet sözünün bədii ədəbiyyatda mənası hərəkət, hadisə və tiplərin əsərdəki məzmunla əlaqədar olan məcmusudur. O, xarakterləri açmaq, konkret hadisələri cəmləşdirmək üçün bir vasitədir. Hər hansı bədii əsərdəki əhvalat və hadisə müəyyən bir məqsəd daşıyır, bir və ya bir neçə süjet xətti üzərində qurulur [1,68]

Jurnalist əsərinin süjet və kompozisiya quruluşu konkret olaraq jurnalistin bir müəllif kimi qarşıya qoyulan məqsədindən və niyyətindən asılıdır. Yazıçı insanları və onların hadisələrlə əlaqəsini göstərmək üçün faktları seçib ümumiləşdirir, səciyyəvi saydığını verir. Belə ki, bəzi hallarda jurnalist hadisənin inkişafının dinamikasını əks etdirər, bəzən publisistik əsərin qəhrəmanının xarakterinin formalaşmasını göstərər, bəzən həyatı konfliktləri əks etdirər, problemi işıqlandırır – hər halda məqsədi əsərinin ideyasının, predmet və obyektinin işıqlandırılmasının ərsəyə gəlməsində uyğun vasitə seçməkdir.

Süjetin quruluşunda jurnalistin məqsəd və vəzifəsi müxtəlif ola bilər.

Jurnalistikada süjet anlamında «hadisələrin, düşüncələrin, həyəcanların hərəkəti zəminində insan xarakterlərinin, düşüncələrinin, taleylərinin, qarşıdurmaların, ictimai konfliktlərin açıqlanması başa düşülür. Məhz süjet publisistə imkan yaradır ki, hərtərəfli insan xarakterlərini və vəziyyətləri hərtərəfli təsvir etsin və onların arasında olan əlaqəni aşkarlasın [5]

Həyatda baş verən fakt və hadisələr jurnalist əsərlərində janrından asılı olmaya-raq öz əksini tapır. Mərkəzdə isə təbii ki, insan faktoru, onların ictimai-siyasi, fərdi-psixoloji maraqları dayanır. Buna misal olaraq, «Kaspi» qəzetinin müxbiri Ramilə Qurbanlının «Artilleriyaçı müəllimənin hekayəti» adlı reportajına nəzər salaq [2] Qeyd edək ki, reportaj jurnalist ilə qəhrəmanı arasında olan ünsiyyət üzərində qurulub.

Reportajın giriş hissəsini müəllif təsirli kompozisiya ilə açır. «Həyat insana qınamamağı öyrədir. Bir vaxt kimisə atdığı addım, verdiyi qərar üçün qınayırsan, mən heç vaxt bunu eləməyəm - deyirsən, yaxud, düşünürsən. Həyat səni dolandırır o atdığı addımın, verdiyi qərarın düz astanasına gətirir. O zaman həmin adamın nə yaşadığını, niyə o addımı atdığını çılpaqlığı ilə görürsən, yaşayırsan, anlayırsan. Heç vaxt eləməyəm - dediyini xatırlayıb, bu dəfə özünü qınayırsan. Kimsəni qınamamağı öyrənirsən. Heç vaxt etməyəm - demədən, heç kimi qınamadan oxuyun bu reportajı, lüt-fən» [2]

Jurnalist əsərinin maraqlı başlanğıcı üçün, mətnin məntiqli düzülüşü, hadisələrin gərginliyini ətraflı açıb göstərmək üçün, oxucu tərəfindən mövzuya maraq oyadır. Bu səbəbdən, publisistikada süjet və kompozisiya özünəməxsus funksiya daşıyır, xüsusi yanaşma üsulu, faktları qurmaq, düzmək bacarığı, üslubu olur [6]

Süjet və kompozisiya arasında balans yaratmaq yaradıcılığın əsas şərtlərindən- dir. Kompozisiya süjetə xidmət edir. Süjet isə öz növbəsində kompozisiyanın genişliyinə, zənginliyinə, məzmunluğuna şərait yaradır. Yuxarıda qeyd olunan reportajdan süjetin mahiyyətini təhlil edək. Süjetin əsasını tarix müəlliməsi, Günəş adlı yaşlı qadının daxili aləmi, yuxarı instansiyalarla olan konflikti, hadisələrdəki inkişaf xətti süjetin əsasını təşkil edir. «- Əvvəllər yenə jurnalistlər gəlirdilər, yazırdılar, indi onlar da gəlmir. Evlər verilir qaçqınlara amma hansı qaçqınlara verilir, bilmirəm, bizə gəlib çatmır. Mən Zəngilan rayonundanam. Artilleriyada işləmişəm. –Necə yəni artilleriyada işləmişəm, döyüşmüşünüz? - Yox e, məktəbimizdə dərsi dayandırdılar, hərbiçilər silahları gətirib yığdılar məktəbə. Biz də müəllimlikdən keçdik silahdaşyan olduq. Qaçqın düşəndən sonra çox müraciət etdim cənab prezidentə ki, qalmağa yerim yoxdur. Prezident, sağ olsun, göstəriş verdi Zəngilan İcra Hakimiyyətinə ki, məni yerləşdirsin. Onlar gətirib məni yerləşdirdilər bura. Dedilər tezliklə sənə ev veriləcək, çıxacaqsan burdan. Heç indi maraqlanmırlar mənimlə». (Stat)Reportyor qəhrəmanının xarakterik xüsusiyyətini göstərmək məqsədi ilə məzmununa elavə edir: «Keçən dəfə müsahibəsini verdim Tahirə müəllimənin otağından çıxıb, pilləkənlərlə aşığı düşürdüm. Həm də maşın gözlədiyindən tələsirdim. Növbəti mərtəbəni keçəndə, foədə əyləşən xanımlardan biri məni səslədi: -Dayan görün, bizdən də yazın də» [2] Müəllif süjetə bu şəkildə daxil olur. Və Günəş xanımın ünsiyyət yaratma cəhdindən onun psixoloji durumunu oxucusuna çatdırır.

Məlum olur ki, ahıl yaşlı qadın artıq illərdi ki, Bilgəh qəsəbəsində, dəniz kənarında ötən əsrin 60-cı illərindən fəaliyyət göstərən pansionatda yaşayır.

Reportajda verilən əhvalatın, insan amilinin, hadisələrin inkişaf etdirilməsi süjetin inkişaf etdirilməsidir.

Yaradıcılıqda müəyyən qanunauyğunluqlar var. Bunlar məntiqi ardıcılıq, fakt və hadisələrin inkişafının gözlənilməsidir. Bu isə bir çox hallarda həyatın özündə baş verən situasiyaların vəziyyəti, inkişafı və nəticəsi ilə bağlı olur. Yaradıcı fərd tərəfindən süjet və kompozisiyanın qurulmasında isə mümkün qədər rol oynayır. Bəzən hadisələri «hazır» süjetlər yaradır. Lakin, jurnalist əsəri üçün bu süjetlər bitkin sayılmır – xam materialdır. Jurnalist fakt üzərində araşdırma aparır, məqsədinə uyğun şəkildə-ondan istifadə edir, yeri gələndə hətta, faktların istiqamətini də dəyişir, yeni-yeni personajlar yaradır (müəyyən janrlara aiddir). Nəticədə yeni, orijinal süjet və kompozisiya, buna uyğun da məzmun yaranır. Həyatda bas verən hadisənin sadəcə təsvirini vermək, surətini çıxarmaq sənədlə ədəbiyyatdan belə çox uzaqdır. Bu mənada jurnalist üçün əsərində düşünülmüş süjet və kompozisiya qurmaq adi texniki vəzifə deyil, publisistik canlandırılmasını göstərməkdir. Deməli, yeni maraqlı süjet və məzmun deməkdir.

Nəzərə almaq lazımdır ki, hər bir əsərin süjet və kompozisiyası yaradıcılığın özünəməxsus funksiya və predmetindən, başlıca vəzifəsindən və fərqli janrlarından asılıdır. Ümumiyyətlə, bədii ədəbiyyatın və publisistik əsərlərin süjet və kompozisiyası fərqlidir. Çünki birinci halda yazıçı sərbəstdir – yaradıcı təxəyyülü üçün yeni meydan vardır. İkincidə isə, sənədlilik əsas prinsiplərdən biri kimi qəbul olunur və bununla bağlı məhdudluqda özünü göstərir. Lakin fərqlilik jurnalist əsərlərində süjeti əsla inkar etmir. Əlbəttə, süjet böyük həcmli ədəbi əsərlərin fəqərə sütunudur. Lakin, fərqi yoxdur bədii, yaxud publisistik – süjet kompozisiyasız mümkün deyildir. Çünki hər bir əsər hansı formada olursa olsun, həyata müraciət edir. Həyatda isə bir-birindən təcrid olunmuş halda, rabitəsiz, inkişafsız, ziddiyyətsiz hadisə yoxdur və ola da bilməz. Digər tərəfdən isə, hər bir süjet həm də müəllifin faktlara münasibətidir. Yaradıcılıqda bu münasibətin özünün də müxtəlif formaları vardır. Məs., bədii ədəbiyyatda bu münasibət özünü əksər hallarda dolaylı yolla, müxtəlif surətlərin canlandırılması ilə özünü göstərir. Jurnalistika (publisistika) isə bir çox hallarda açıq-aşkar münasibət bildirir.

Jurnalist daim faktlar zənginliyi əhatəsindədir. Hadisələrdən çıxış yolları tapmağa çalışır. Burada düşünülmüş kompozisiya böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Nəzəriyyəçilərin fikrincə, kompozisiya əsərin mövzusu, hadisələri, müəllifin dünyagöryüşü, bədii metodu, məqsədi, qayəsi və janrın tələbləri ilə şərtlənir. Jurnalistin mühakimə və düşüncələri süjetin kompozisiyasını ətə-qana doldurur, əsas ideyanı tamamlayır, ifadə olunan fikirdə ardıcılıq, tamlıq yaradır. Rus nəzəriyyəçisi K.Fedinin qeyd etdiyi kimi: «Kompozisiya mövzunun, süjet isə obrazın məntiqi inkişafıdır» [3] Lakin problem məsələlərə həsr olunan jurnalist əsərlərində (analitik yazılarda) bunların funksiyası təbiidir ki, bir qədər dəyişir. Burada süjet də, kompozisiya da, jurnalistin qaldırdığı problemin elmi cəhətdən düzgün, hərtərəfli açılmasına xidmət edir. Publisistik təsvir edir, xarakterik hadisə, səhnə, detal və ştrixləri göstərir, qələmə

aldığı mövzu ilə bilavasitə bağlı mühakimələr irəli sürür, yekunlaşdırır, məntiqi nəticəyə gəlir, ümumiləşdirir. Burada müəllifin özü görünməsə də, fikirlərini öyrənirik. Publisistin bu fikir və mülahizələri hətta bəzən ictimaiyyətin fikir və mülahizələrini birləşdirir, daha bir sıra hadisələr ilə bağlı olur. Burada publisistin fikir ardıcılığı, məntiqi bağlamaları, fikrini əsaslandırmaq üçün söhbətinə cəlb etdiyi sübut və dəlillər, insan, zaman, gələcək haqda fəlsəfi mühakimələr ağıllı, orijinal süjet xətti və onun tələblərinə cavab verə bilən kompozisiya ətrafında düzülüb bağlandıqda – uğurlu əsərə çevrilir.

Ümumiyyətlə, məhz analitik yazılarda jurnalistin hadisələrə müdaxiləsi ən qabarıq formada üzə çıxır. Müəllif ictimai rəy yaratmaq, təsir etmək, eyni zamanda nöqsanlara qarşı barışmaz olmaq və s. kimi fikirlərə, mülahizələrə doğru gedir, problemi yaradanlar ilə üz-üzə dayanır, çarpışır, sübut edir, əsaslandırır. Və bu konflikt süjet xəttinin daha da möhkəmləndirilməsinə və formalaşmasına kömək edir.

Садыхова Гюльнара Камил кызы

Синтез сюжета и композиции в журналистских произведениях

Резюме

В статье раскрываются понятия «сюжета» и «композиции» относительно в журналистских произведениях. Для выявления закономерностей мастерства журналиста и наличие сюжета и композиции в журналистских произведениях в статье анализируются публикации журналистов Азербайджана.

Ключевые слова: публикация, сюжет, композиция, произведение, синтез.

Sadixova Gulnara Kamil qızı

Syntesis of plot and composition in journalistic works

Abstract

The article reveals the concepts of “plot” and “composition” relative to journalistic works. In order to identify the patterns of journalism skill and the presence of the plot and compositions in journalistic works, the article analyzes publications of Azerbaijani journalistic.

Key words: publication, plot, composition, product, synthesis.

ƏDBİYYAT

Azərbaycan dilində:

1. Hacıyev S.X. Ədəbiyyat nəzəriyyəsi, Bakı, 1958
2. Qurbanlı R.«Artilleriyaçı müəllimənin hekayəti». «Kaspi» qəz., 11.09.2019
3. Mehdi F. Bədii publisistika. Maarif nəşr., 1982
4. Məhərrəmli Q. Jurnalistika terminləri lüğəti. Altunkitab MMC Bakı, 2016
5. Məmmədli C. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. «Zərdabi LTD» MMC, B., 2012

Rus dilində:

6. Kim M.N. Texnoloqiə sozdaniə jurnalistskoqo proizvedeniə/-SPb.: İzd-vo Mixaylova V.A., 2001
7. Qoroxov V.M., Pelğt V.D. Masterstvo jurnalista. İzdat-vo MQU,1977

Rəyçilər: professor Cahangir Məmmədli, professor Allahverdi Məmmədli

Reviewers: professor Cahangir Mamedli , professor Allahverdi Mammadli

Рецензенты: профессор Джахангир Мамедли, профессор Аллахверди Мамедли

Новые медиа и феномен «фейковых новостей»

Xülasə

Yeni media və “saxta xəbər” fenomeni

Məqalə yeni media məkanında saxta xəbərlər fenomeninə həsr olunub. Müasir media məkanında saxta xəbərlər böyük sürətlə adi xəbərləri sıxışdırmağa başlayır.

Məqələdə təsnifat meyarları, xarakteristikası və saxta xəbərlərin müxtəlif növlərinin nümunələri təqdim olunur. Saxta xəbərlərin ictimai təhlükəsini və peşəkar jurnalistlər, həmçinin dövlət təşkilatları tərəfindən qanunvericilik səviyyəsində onlarla mübarizənin zəruriliyini təsdiq edən arqumentlər gətirilir.

***Açar sözlər:** yeni media, saxta xəbərlər, sosial şəbəkələr, post, jurnalistika*

Фейки пришли внезапно и незаметно, но заполнили все информационное пространство, как будто существовали в нем всегда. Пока они побеждают правдивую информацию, ведь для распознавания фейков требуется сложный инструментарий, которого нет у рядового потребителя. Как нет у него и лишнего времени на это. Более того, такой инструментарий ему и не нужен: фейки рассказывают о том, что он и так хочет услышать.

Фейк (также фэйк, от англ. fake — подделка) — наименование любой подделки, выдаваемой за настоящую вещь. Это слово — весьма распространенный элемент интернет-сленга.[1]

Уточним, что сегодня называют «фейками»:

Фотографии, подделанные в фотошопе, а иногда и видеоролики, смонтированные в видеоредакторе, либо снятые совсем в другое время и в другом месте.

Фальшивые новости, которые не все способны отличить от правды (то, что раньше называлось «газетными утками», а сегодня иногда именуется «вбросами»).

Фейковый аккаунт — это аккаунт, который является недостоверной копией аккаунта какого-либо пользователя, зарегистрировавшегося на том же ресурсе. Распространены фейковые аккаунты в соцсетях, ведущиеся от имени известных людей, вплоть до давно умерших вроде Адольфа Гитлера. Для борьбы с этим явлением настоящие аккаунты известных людей обычно

проходят верификацию и потом показываются как верифицированные (подтвержденные) с галочкой или другим аналогичным по смыслу знаком.

Фейковые страницы в Интернете, имитирующие известные сайты, могут использоваться для фишинга — кражи паролей, банковских данных, прочей персональной информации.

Фейками могут называться также фальшивые аккаунты в твиттере

Вот как развивалось «мировое фейкостроение». Сперва были фейки. Потом их стали публично разоблачать. Потом на этом поприще – разоблачения фейков – начало появляться целое ответвление медиа-индустрии. А в итоге зародилось нечто совсем уж несусветное – вполне реальные новости и описания реальных событий начали опровергать, маскируя это опровержение под «разоблачение фейка».

Сущность фейковых новостей заключается в том, что они тоже являются «новостями», но новостями недостоверными в той или иной степени, обладающими признаками сенсационности и эксплуатирующими зачастую инстинкты и сферу бессознательного. Такие «новости» всегда будут иметь определенной успех у неискушенной публики. Причем успех фейковых новостей у массовой аудитории в большинстве случаев будет выше, чем новостей настоящих. [2]

С развитием Интернета всё большее значение стали приобретать фальшивые или фейковые новости, которые используются для манипуляции сознанием людей. Особенно остро вопрос встал во время выборов президента США в 2016 году, на которых победил Дональд Трамп. Фейсбук объявил, что будет пометать фейковые новости.

Фейки становятся основным источником информационно-сетевых каскадов, в которых основным фактором лавинообразного распространения информации является стадное поведение.

Словосочетание *fake news* (фальшивые новости, фейки) настолько часто упоминалось в 2017 году, что словарь английского языка Collins признал его словом года. Словарь толкует это словосочетание как "ложную, часто сенсационную информацию, которая распространяется под видом новостных сообщений".

Фейковые новости по степени недостоверности информации могут быть разделены на три группы:

— В первую группу входят новости, ложные от начала и до конца.

— Во вторую группу фейковых новостей входят новости, являющиеся частично ложными. На фоне достоверных событий, представленных выборочно, появляется откровенный фейк.

— В третью группу фейковых новостей входят новости, искажающие суть реального события. Это могут быть фразы, цитаты, выдернутые из контекста или

изложенные не целиком, а выборочно. С таким фейком бороться сложнее всего, на него могут поддаться даже искушенные люди.

Фейковые новости имеют разнообразный характер и назначение. в силу своей сенсационной природы такие «новости» всегда будут востребованы немалой частью общества. Отличить объективные факты от фейка в некоторых случаях представляется затруднительным. в первую очередь необходимо критично относиться к информационным источникам, анализировать поступающую информацию, сопоставлять различные источники и делать самостоятельные выводы. Необходимо помнить, что эти выводы в любом случае будут детерминированы нашими убеждениями, опытом и мышлением.

Фейковые новости могут также классифицироваться по степени восприятия достоверности информации:

— В первую группу входят «новости», сомнений в фейковости которых не остается практически ни у кого.

— Во вторую группу входят «новости», которые вызывают сомнения в их правдивости, и поэтому у потребителя возникает желание проверить их из других источников. в третью группу входят «сообщения», которые настолько похожи на правду, что сомнения в их достоверности мало у кого остаются. [3]

В современных коммуникативных практиках мы можем наблюдать использование мистификации в том же диапазоне: от невинной игры до преднамеренного обмана. Вошедшее в коммуникативные практики новых медиа явление – фейк – требует как лингвосомиотического, так и критического дискурсивного анализа. [4]

Сегодня фейки создаются с несколькими разными целями и можно их классифицировать в следующем порядке:

— Фейки случайные. Обычно становятся результатом редакционной спешки, помноженной на некомпетентность журналистов, злоупотребление автоматическими переводчиками и своеобразный юмор средств автоматической проверки орфографии.

— Фейки, созданные в рамках информационной войны.

— Фейки, созданные в коммерческих целях. Чаще всего используются недобросовестными коммерсантами, которые зарабатывают на разного рода псевдонаучных разработках типа «нормализаторов биополя» или «фильтров Петрика», а также торгующих разного рода биодобавками с якобы чудодейственными свойствами. Несколько реже фейки используются как инструмент «черного PR».

— Фейки, созданные ради привлечения трафика. Это классика жанра и чаще всего такие фейки безобидны, хотя многие отличаются злым юмором.

— Фейки, сделанные непонятно зачем.

Онлайн-издание Tjournal.ru. приводит мнение журналистки Washington Post Кейтлин Дьюи, которая на протяжении последних полутора лет писала

еженедельный обзор ставших популярными в интернете фейков. Как теперь заявляет Кейтлин Дьюи, невозможно бороться с людьми, которые распространяют лживые истории, так как они искреннее хотят верить в их правдивость. По ее мнению, люди не перестанут верить в вымышленные истории, если они совпадают с их картиной мира: они хотят считать их правдой, даже когда подозревают, что это ложь. Дьюи уверена, что ей не удастся разубедить тех, кто делится фейковыми новостями: «Тот тип людей, которые без скептицизма поделились бы такой притянутой за уши историей, как раз принадлежит тем читателям, которых бы не убедило опровержение от Washington Post». [5]

К сожалению, люди в интернете ленивы и часто не только не проверяют информацию, банально не замечая, что сайт является порталом сатирических новостей, но и зачастую даже не переходят по ссылкам из соцсетей, мгновенно распространяя дезинформацию дальше.

Приведу в пример некоторые фейковые новости в новой меди:

Американский телеканал ABC выдал военные учения в США за атаку турецкой армии в Сирии. Зрители обвинили журналистов во лжи из-за трансляции видео "Бойня в Сирии". В материале говорилось, что это последние кадры с места событий, на которых "отчетливо видна атака турецкой армии". Однако на самом деле демонстрировались кадры, снятые в 2017 году на военном полигоне под Луисвиллем в штате Кентукки, передает РИА Новости. ABC признал, что видео — фейк, и заявил, что "сожалеет об ошибке". Однако пользователи соцсетей отметили, что телеканал потерял доверие значительной части аудитории.

В свою очередь глава Белого дома Дональд Трамп раскритиковал телеканал за фейк о Сирии. "Большой скандал на ABC News — они были пойманы на использовании действительно ужасных поддельных кадров бомбардировок Турции в Сирии", — написал в Twitter Трамп.

Другой пример: Один шведский актер был известен как немножко дебошир, любящий выпить. И газета опубликовала историю, будто этот актер пошел на лечение от алкоголизма в реабилитационный центр. Там было интервью с терапевтами центра, фотография здания. И выстроилась картина, будто актер действительно там находится... Все оказалось фейком! Дело дошло до суда. Суд очень серьезно оштрафовал ответственного издателя. Примечательно, что реальные врачи давали реальное интервью, но там не было имени актера. Врачи просто рассказывали о том, что вообще происходит в реабилитационном центре и не знали в каком контексте это будет выставлено. [6]

Соцмедиа характеризуются одиночным входом информации и массовым выходом. Это модель рупора в отличие от модели воронки. При этом соцмедиа также обладают механизмом самораспространения сообщения. Фейковые новости, поскольку они основаны на негативной информации,

распространяются в соцмедиа особенно хорошо, в несколько раз быстрее позитива. То есть удачно сконструированное сообщение, подобранное под конкретную информационную группу из соцмедиа, обязательно получает отклик у аудитории и соответствующее распространение.

Мир заполонила фейковая информация, поскольку интернет в механизме соцсетей дал право на голос каждому, имеющему аккаунт. В традиционных медиа писали профессиональные журналисты и была ответственность за достоверность. Ни того, ни другого нет у человека в пижаме, распространяющего чужое сообщение, исходящее от спрятанного в тени человека в галстук.

Бесконечные информационные потоки характерны для современного мира. Где бы вы ни спрятались, информация все равно найдет вас, причем в количестве большем, чем человек даже чисто физиологически в состоянии обработать. Поэтому он читает все меньше и меньше, а пропускает все больше и больше. И читает уже тоже условно, скользя по тексту, а большинство вообще не выходит за первую страницу, открытую на экране.

Отсюда и возникла новая задача для всех, кто связан с информацией, как заставить человека остановить внимание на тексте или сайте, когда он реально не хочет этого делать.

Фейсбук, Твиттер и другие компании используют методы, сходные с игровой индустрией, чтобы удержать пользователей на своих сайтах. В онлайн-экономике доход зависит от продолжительного внимания потребителя, которое измеряется в кликах и проведенном времени

Есть один очень простой способ отличить фейковую новость от правдивой. Если кто-то утверждает, что произошло какое-то событие, проще всего - подождать и увидеть, появятся ли фотографии этого события. Потому что сейчас все ходят с мобильными телефонами. Люди фотографируют любое событие и выкладывают фото в социальные сети.

Единственный способ вычислить фейковую новость – попытаться ее проверить. Для проверки новости на правдивость нужно общаться с людьми, находить подтверждения и независимые друг от друга источники.

Мир перешел от индустрии факта к индустрии фейка. И самое главное, что обычный потребитель информации не ищет фактов, он спокойно сам распространяет фейки, поскольку они более соответствуют его модели мира. У индустрии фактов была небольшая армия журналистов, у индустрии фейков миллионы читателей, каждый из которых одновременно является и журналистом.

По этой причине борьба с фейками максимально затруднена. Это временами становится войной с самими потребителями информации, поскольку они выполняют роль переносчиков фейков. [7]

Мир сложен, непредсказуем и хаотичен. В ответ наш разум, соединяя несоединимое, строит свое понимание происходящего, убивая хаос и бессвязность мира. Это делают конспирология, фейки, дезинформации. Кстати,

как учат специалисты, в дезинформации обязательно присутствие правды, а не только одной лжи. Ложь с правдой составляет убийственную смесь. Всегда можно сослаться на правдивую часть в доказательство достоверности всего сообщения, которое на самом деле создано ради продвижения конкретной лжи. [8]

На сегодня имеется такое превышение объемов информации над физиологическими возможностями человека по ее обработке, что нормальный человек не в состоянии ее переварить, а не то что проверить. Тем более никому не нужен вчерашний фейк, поскольку сегодня у нас новый, а завтра появится другой...

Бабаев Акиф Нахмед оглу

Новые медиа и феномен «фейковых новостей»

Резюме

Статья посвящена феномену фейковых новостей в пространстве новой медиа. В современном медиaprостранстве фейковые новости с большой скоростью начинают вытеснять обычные. В данной статье представлены классификационные критерии, характеристика и примеры различных видов фейковых новостей. Приводятся аргументы, подтверждающие общественную опасность фейковых новостей и необходимость борьбы с ними со стороны профессиональных журналистов, также государственных организаций на законодательном уровне.

Ключевые слова: новые медиа, фейк, фейковые новости, социальные сети, пост, журналистика

Babayev Akif Nehmed oqlu

New media and the phenomenon of “faking news”

Abstract

The article is devoted to the phenomenon of fake news in the space of the new media. In today's media space, fake news begins to crowd out regular news with great speed. In this article classification criteria, characteristics and examples of various types of fake news. Arguments are presented confirming the public danger of fake news and the need to deal with it from professional journalists, as well as government organizations at the legislative level.

Keywords: new media, fake, fake news, social networks, post, journalism

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://wikireality.ru/wiki/>
2. Ильченко С.Н.- Фейковая журналистика как элемент современной шоу-цивилизации. – Известия Уральского федерального университета. Сер. 1. Проблемы образования, науки и культуры. Т. 153. № 22-3. 2016, с. 16.
3. Суходолов А.П. - Феномен «фейковых новостей» в современном медиaprостранстве. – Евроазиатское сотрудничество: гуманитарные аспекты: материалы международной научно-практической конференции. Иркутск: Изд-во Байкальского государственного университета. – 2017, с. 100
4. Merriam-Webster on line: Dictionary and Thesaurus. URL: <http://www.merriam-webster.com/> (дата обращения: 10.10.2014).
5. www.tjournal.ru.
6. www.gigaentertainmentmedia.com
7. www.fivethirtyeight.com
8. www.scientificamerican.com

Rəyçilər: Ayaz Musayev, dosent Zaur Babayev
Reviewers: Ayaz Musayev, dosent Zaur Babayev
Рецензенты: Аяз Мусаев, доцент Заур Бабаев

UOT 070 (49)

Rəhimova Sima Israfil qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Mətbuat tarixi kafedrasının dosenti,

filologiya üzrə fəlsəfə doktoru

MEDIA ETİKASINI ZƏRURİ EDƏN ƏSAS SƏBƏBLƏRDƏN BİRİ

Xülasə

Hər bir vətəndaşın şərəf və ləyaqəti, mənəvi, mənəvi və sosial dəyərləri dövlət tərəfindən qorunur. Jurnalist nəinki xalqa məlumat verir, eyni zamanda müəyyən prinsiplərə əməl edir. Jurnalist oxucuya, dinləyiciyə, izləyiciyə hörmət etməli, əxlaq normalarına riayət etməli, şəxsi həyatının toxunulmazlığı, hər bir insanın şərəf və ləyaqət prinsiplərinə hörmətlə yanaşmalıdır.

***Açar sözlər:** media, şərəf və ləyaqət, böhtan, təhqir, mənəviyyat, sosial dəyərlər, məsumluq, ünsiyyət, dövlət*

Şərəf və ləyaqət anlayışları bir-birinə yaxın olan əxlaqi kateqoriyalardır. Onlar arasındakı fərqlər bu anlayışların qiymətləndirilməsi zamanı yalnız subyektiv və obyektiv yanaşmada təzahür olunur. Hüquq ədəbiyyatlarında, eləcə də gündəlik həyatda şərəf, ləyaqət və işgüzar nüfuz anlayışları bir qayda olaraq, mənaca ciddi fərqləndirilmədən birgə işlədilir. Onlar məzmun etibarilə çox yaxın və əhəmiyyətli olsalar da, bir-birindən seçilir və bu fərq şərəf, ləyaqət və nüfuzun müdafiəsi məqsədilə hüquqi vasitələr seçmək üçün praktik əhəmiyyət kəsb edir.

Şərəf - cəmiyyətin üzvü kimi insanın əxlaqi, mənəvi, mədəni keyfiyyətlərinə, başqa şəxslərə, dövlətə, cəmiyyətə münasibətinə görə ona verilən ictimai qiymətdir. Şərəf - cəmiyyətin üzvü kimi vətəndaşın sosial ölçüləri, əxlaqi keyfiyyətləri haqqında ona verilən ictimai qiymətdir. Dövlətə, cəmiyyətə, kollektivə və başqa şəxslərə münasibəti, davranışı və s. şəxsiyyətin qiymətini müəyyənləşdirir. Şərəf - cəmiyyətin vətəndaşa münasibətini müəyyən edən şəxsiyyətin obyektiv qiymətləndirilməsi, şəxsiyyətin mənəvi və digər keyfiyyətlərinin sosial qiymətləndirilməsidir. Göründüyü kimi, şərəf anlayışı şəxsin cəmiyyət tərəfindən onun mənəvi keyfiyyətləri nöqtəyindən qiymətləndirilməsi ilə əlaqəlidir. Hüquq ədəbiyyatında şərəf anlayışına müxtəlif təriflər verilib. Şərəf cəmiyyətin vətəndaşa münasibətini müəyyən edən şəxsiyyətin obyektiv, mənəvi və digər keyfiyyətlərinin sosial qiymətləndirilməsidir. Hər kəsin şərəf və ləyaqəti bir-biri ilə sıx bağlı olan mənəvi, əxlaqi, sosial dəyərlər olduğuna görə dövlət tərəfindən müdafiə olunur. Vətəndaşın şərəf və ləyaqəti konstitusiyaya və digər qanunvericilik aktları ilə qorunur. İnsanlar öz aralarında icti-

mai münasibətlərə, yəni mürəkkəb və çoxtərəfli münasibətlərə girdikləri üçün şərəf və ləyaqət real olaraq mövcud olur.

Şərəf və ləyaqətin müdafiəsi sadəcə dövlətin insanların şəxsi həyatına müdaxiləsini qadağan etmir. Eyni zamanda, insanların bir-birinin şəxsi məsələlərinə müdaxiləsini, ona qarşı şər-böhtanı, təhqiri qəbul etmir. Bu prinsiplər insanların təbii hüquqları kimi tanınır. İnsanın şərəfi və ləyaqəti hüququn ən ali bəşəri dəyərlərindən hesab olunur.

Azərbaycanda da insanların şərəf və ləyaqətinin qorunması prinsipinə hörmətlə yanaşılır və bu məsələ bütün qanunvericilik sistemində gözlənilir. Konstitusiyaya əsasən, hər kəsin şərəf və ləyaqətinin müdafiəsi hüququ var. Əsas qanunda bildirilir ki, şəxsiyyətin ləyaqəti dövlət tərəfindən qorunur. Heç bir hal şəxsiyyətin ləyaqətinin alçaldılmasına əsas verə bilməz. Konstitusiyada o da bildirilir ki, heç kəsə işgəncə və əzab verilə bilməz. Heç kəs insan ləyaqətini alçaldan rəftara və ya cəzaya məruz qala bilməz. Özünün könüllü razılığı olmadan heç kəsin üzərində tibbi, elmi və başqa təcrübələr aparıla bilməz. İnsanın şərəfi və ləyaqəti bir-biri ilə sıx surətdə bağlı olan mənəvi, əxlaqi və sosial dəyərlər olduğuna görə bu dəyərlər dövlət tərəfindən müdafiə olunur. Konstitusiyaya fikir və söz, məlumat və yaradıcılıq azadlıqlarını həyata keçirərək hər kəsdən qanunlara riayət etməsini və başqalarının hüquqlarına hörmətlə yanaşmasını tələb edir. Mülki hüquqa aid olan normalardan biri də şərəf və ləyaqətin qorunması ilə bağlıdır. Mülki Məcəllənin 23-cü maddəsi şərəfin, ləyaqətin və işgüzar nüfuzun müdafiəsi məsələlərini tənzimləyir. Məcəllədə qeyd edilir ki, fiziki şəxs onun şərəfini, ləyaqətini və ya işgüzar nüfuzunu ləkələyən, şəxsi və ailə həyatının sirrini və ya şəxsi toxunulmazlığını pozan məlumatların məhkəmə qaydasında təkzib olunmasını tələb edə bilər.

Kütləvi informasiya vasitələrinin əməkdaşları onlara verilən hüquq və azadlıqlardan sui-istifadə edərək başqalarının şərəf və ləyaqətini ləkələyən, onları nüfuzdan salan təhqir və böhtan xarakterli məlumatların kütləvi şəkildə yayılmasına yol verirlər.

Jurnalist peşəsi həddindən artıq dərəcədə məsuliyyət tələb edən bir sahədir. Buna görə də jurnalistlərin çiyinə olduqca ağır yük düşür. Jurnalistlər təkcə insanları məlumatlandırmır, eyni zamanda bəzi prinsiplərə də riayət edirlər. Bu prinsiplər jurnalistikanın təməlini təşkil edən əsas, özü rolunu oynayır.

Jurnalist peşəsi ilə əlaqədar ünsiyyətdə olduğu adamların şəxsiyyətinə və ləyaqətinə hörmət edir, onları incidə biləcək heç bir hərəkətə yol verməməlidir. Adamların şəxsi həyatına müdaxilə, bu haqda faktların yayılması yolverilməz sayılır. Jurnalistin şayiələrə əsaslanıb hər hansı şəxs barədə onun nüfuzuna zərər gətirə biləcək yazı yazmağa, ifadələr işlətməyə hüququ yoxdur. Jurnalist oxucuya, dinləyiciyə, tamaşaçıya, öz həmkarlarına hörmətlə yanaşmalı, ümumi mənəvi normalara riayət etməlidir.

Jurnalist insanın şəxsi ləyaqət hissəsinə hörmət etməlidir. Beləliklə, jurnalist hər bir şəxsin şərəf və ləyaqətinə, şəxsi həyatının toxunulmazlığı prinsipinə hörmətlə yanaşmalıdır.

Əsassız ittihamlar, faktların təhrifi və yalan professional pozuntu hesab edilir. Böhən və qərəzli yazıların yazılması, söz və mətbuat azadlığından sui-istifadə halları jurnalist etikasının pozulmasıdır.

Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydalarının 3-cü prinsipində göstərilən kimi: ən önəmlisi olan “Şərəf və ləyaqətin qorunması, şəxsi həyatın toxunulmazlığı” prinsipinə nəzər salmaq:

3.1. Jurnalist adamları millətinə, irqinə, cinsinə, dilinə, peşəsinə, dininə, yaşadığı və ya anadan olduğu yerinə görə pislənməməli, ehtiyac duyulmadıqda onlar haqqında bu qəbildən olan bilgiləri qabartmamalıdır.

3.2. Jurnalist görüşdüyü, haqqında yazdığı hər bir şəxsin şərəf və ləyaqətinə, şəxsi həyatının toxunulmazlığı prinsipinə hörmətlə yanaşmalıdır.

3.3. Jurnalist vətəndaşların şəxsi həyatına aid faktları, onlar cəmiyyətin maraqlarına toxunmursa və ictimai əhəmiyyət kəsb etmirsə, özlərinin razılığı olmadan yayıla bilməz.

3.4. Jurnalist və kütləvi informasiya vasitəsi buraxdığı səhvi, həmin səhvi kimi müəyyən etməsindən aslı olmayaraq, maksimum qısa müddətdə və tam həcmdə radan qaldırmalıdır. Düzəliş zamanı aydın olmalıdır ki, əvvəl verilən məlumat tam, yoxsa konkret hansı hissədə səhvdir.

3.5. Şəxsi xarakter daşıyan məktublar dərc edilərkən onların müəllifindən, göndəriləndən və ya həmin şəxsin varislərindən icazə alınmalıdır.

3.6. Bədbəxt hadisələr və ya cinayət nəticəsində zərər çəkmiş şəxslərin razılığı olmadan onların adları açıqlanmamalı, şəkilləri verilməməlidir. Bu yalnız xüsusi məqamlarda və zərərçəkənlərin ictimai xadim olduğu hallarda mümkündür. Əgər cinayəti yeniyetmələr və uşaqlar törədiblər. İctimai maraq kəsb etmədikdə, bu zaman da cinayətkarların adını açıqlamaqdan və şəklini yaymaqdan çəkinmək lazımdır.

Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranış qaydalarının 3-cü prinsipinin (3.5 və 3.6 maddələrində) göstəriləndi kimi şərəf və ləyaqət, şəxsi həyata müdaxilə şəxsi sənədlər, fotolar, gizli kameralarla da pozulur.

Mediyanın ən əhəmiyyətli vizual element olan fotolar, həyatın axışında yaşanan hadisələr haqqında fikir əldə edə bilməklə yanaşı, müxtəlif mənfəətlərin düzəldilməsində də təsirlidir.

Mətbuat səhifələrində, radio və televizya verilişlərində faktlara, hadisələrə, problemlərə tənqidi münasibət ciddi məsələdir. Çünki jurnalistin məsuliyyəti və səriştəsi belə materiallar hazırlayarkən özünü parlaq surətdə təzahür edir. Jurnalist tənqidi silahını işlətməzdən əvvəl öz məsuliyyətini dərk etməyə borcudur. Jurnalist bilməlidir ki, məsələnin bu cür qoyuluşu və həlli cəmiyyətə, tənqid olunan obyektə nə dərəcədə səmərə verəcək, işi nə qədər irəli aparacaq. Jurnalist etikasınca çox zaman tənqidi yazılarda, verilişlərdə pozulur. Tənqid təhqirə çevrilir. Tənqidi çıxışlar yalnız əks-səda doğurmaq üçün yazılmamalıdır. Tənqid adamlarda iş məsuliyyət hissini möhkəmləndirməyə, buraxılmış nöqsanların qarşısını vaxtında almağa kömək etməlidir.

Jurnalist rəsmi sənədlərlə işləyərkən bir sıra etik normaları gözləməlidir. *Foto, video-audio kaset, rəsm, statistik məlumatlar, sosioloji sorğuların nəticələri* və s. nəzərdə tutulur. Sənədlərlə işləyərkən jurnalist unutmamalıdır ki, bu sənədləri hazırlayanlarla təmasa girir. Mübahisə doğuracaq materialları hazırlayarkən jurnalist bu sənədlərə istinad etməyə borcludur. Bu cür sənədlərlə işləyən jurnalist o faktlara əlavə və ya düzəliş edə bilməz.

Diktafon və fotokameradan istifadə edərkən də bir sıra etik normalara riayət etməlidir. Onlardan istifadə edərkən çalışmalıdır ki, müsahibə verərkən şəxs bundan sıxılmasın. Şəxsi söhbətlərdə diktafondan istifadə qeyri-etik sayılır.

Foto jurnalist şəkil çəkməyə gedərkən nəinki texniki təchizatla təmin edilməli, həm də çəkəcəyi obyektə yaxşı öyrənməli, onun haqqında müfəssəl məlumata malik olmalıdır.

Gizli kameralar son illərdə geniş istifadə olunan vasitələrdən hesab olunur.

Jurnalist gizli kameradan istifadə edərkən ilk növbədə özəl həyata zərər verməkdən çəkinməlidir.

O, unutmamalıdır ki, onun hazırladığı material müasir səviyyəyə cavab verməli, mətbuat haqqında qanun və digər əlaqədar qanunvericilik aktlarının hüquqi tələblərinə uyğun gəlməlidir. Bu cəhətdən jurnalistin səlahiyyət və məsuliyyəti hiss olunan mənəvi mədəniyyəti və peşənin etik normalarına düzgün riayət etmək bacarığı ilə həmahəng olmalıdır. Bu xüsusiyyət jurnalistin fəaliyyətində ən çox diqqəti cəlb edən mərhələdir.

Media, insanları təsir və istiqamətləndirmək üçün güclü bir vasitə halına gəlib, bu da bizi fotoqrafiya etikasının əhəmiyyətini sorğulamağa sövq edir.

Fotoqrafçılıq prinsipləri fotoların hər hansı bir şəkildə dəyişdirilməsinə qarşı çıxır - onlara görə fotolar orijinallıqlarını qorunmalıdır.

Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasının 46-cı maddəsində deyilir: “Şəxsiyyətin ləyaqəti dövlət tərəfindən qorunur. Hər bir hal şəxsiyyətin ləyaqətinin alcağılmasına əsas verə bilməz”. 32-ci maddədə isə deyilir:

I. Hər kəsin şəxsi toxunulmazlıq hüququ vardır.

II. Hər kəsin şəxsi və ailə sirrini qorumaq hüququ vardır. Qanunla nəzərdə tutulan hallardan başqa, şəxsi və ailə həyatına müdaxilə etmək qadağandır. Hər kəsin şəxsi və ailə həyatına qanunsuz müdaxilədən müdafiə hüququ vardır.

III. Öz razılığı olmadan kimsənin şəxsi həyatı haqqında məlumatın toplanmasına, istifadəsinə və yayılmasına yol verilmir. Qanunla müəyyən edilmiş hallar istisna olmaqla, heç kəsin onun xəbəri olmadan və ya etirazına baxmadan izlənilə bilməz, video və fotoşəkilə, səsyazısına və ya bu cür hərəkətlərə məruz qoyula bilməz.

IV. Hər kəsin yazışma, telefonla danışıqları, poçt, teleqraf və digər rabitə vasitələri ilə ötürülən məlumatların sirrini saxlamaq hüququna dövlət təminat verir. Bu hüquq qanunla nəzərdə tutulmuş qaydada cinayətin qarşısını almaqdan və ya cinayət işinin istintaqı zamanı həqiqəti üzə çıxarmaqdan ötrü məhdudlaşdırıla bilər.

V. Qanunla müəyyən edilmiş hallar istisna olmaqla, hər kəs onun haqqında toplanmış məlumatlarla tanış ola bilər. Hər kəsin onun barəsində toplanmış və həqiqətə uyğun olmayan, tam olmayan, habelə qanunu tələblərini pozmaqla əldə edilmiş məlumatların düzəldilməsini və ya çıxarılmasını (ləğv edilməsini) tələb etmək hüququ vardır.

İnsanın şəxsi həyatının üç başlıca sahədə formalaşdığı qəbul edilir:

1. Şəxsin ümumi həyat sahəsi.
2. Şəxsin özəl həyat sahəsi.
3. Şəxsin gizdi həyat sahəsi.

“Şəxsi həyata müdaxilə təkcə kiminsə yaşadığı əraziyə soxulmaq, gizdi çəkiliş aparmaq deyil, ictimai və kütləvi yerlərdə şəxsin ən arzuolunmaz halda belə saxlanması da buna aiddir”.

Peşəkar jurnalist etik normalar, qanunlar çərçivəsində qalib çıxar. Əsaslı bilik, hərtərəfli təhsil, yüksək hazırlıq səviyyəsi, ümumi mədəniyyət, etik qaydalar, hüquqi normalar və s. peşəkarlığın əsas amilindəndir.

Qeyri-peşəkar etik davranış və məsuliyyətsizlik jurnalistin nüfuzuna xələl gətirib onun fəaliyyətinə çox ziyan vura bilər.

Peşəkar jurnalistika fəaliyyətini bütün dünyada qəbul edilmiş bəlli dəyərlər və qaydalara uyğun gerçəkləşdirir. Müstəqil jurnalistika müəyyən edilmiş normalarla səciyələndirilən peşəkar davranışa arxalanmalıdır.

Rahimova Sima Israfil qızı

One of the main reasons for studying media ethics

Abstract

Honor and dignity, as well as the moral, moral and social values of every citizen are protected by the state. The journalist not only informs the public, but also follows certain principles. A journalist should respect the reader, listener, viewer, adhere to moral standards, respect the principles of privacy, honor and dignity of each person.

Key words: *media, honor and dignity, slander, insult, morality, social values, innocence, communication, state*

Рагимова Сима Исрафил гызы

Одна из основных причин изучения медиаэтики

Резюме

Честь и достоинство, а также нравственные, моральные и социальные ценности каждого гражданина защищаются государством. Журналист не только информирует общественность, но и следует определенным принципам. Журналист должен с уважением относиться к читателю, слушателю, зрителю, придерживаться моральных норм, относиться с уважением к принципам неприкосновенности личной жизни, чести и достоинства каждого человека.

Ключевые слова: *медиа, честь и достоинство, клевета, оскорбление, нравственность, социальные ценности, невинность, общение, государство*

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı, 2002.
2. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışları qaydaları. Yeni nəsil jurnalistlər birliyinin nəşiri. Bakı, 2003
3. Həqiqəti çatdırmaq. Etika jurnalistika təşəbbüsləri. Bakı, 2002
4. KİV haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. Bakı, 2002
5. Mediya etikası. Bakı, 2006
6. Mediya hüququ. Bakı, 2008
7. Maykl Berin. Jurnalist etikası. Bakı, M., Nauka, 1995
8. Məmmədli C. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. Bakı, 2012
9. Məmmədov T. "Bədii fotoqrafiya". Bakı, 2012
10. Rəhimova S.İ. Jurnalist etikası və kommunikasiya mədəniyyəti. Bakı, 2017
11. Jurnalist etikası kursu üzrə proqram. Avropa Şurası, 2017-ci il.

Rəyçilər: *dosent Sevinc Əliyeva, professor Vüqar Əliyev*

Reviewers: *dosent Sevinj Aliyeva, professor Vuqar Aliyev*

Рецензенты: *доцент Севиндж Алиева, профессор Вугар Алиев*

Sosial şəbəkələr informasiya cəmiyyətinin fenomeni kimi

Xülasə

Virtual sosial şəbəkə müasir həyatın məşhur bir atributuna çevrilib. Məqalədə bu fenomen cəmiyyət üçün potensialını ortaya qoyan bir sosial-mədəni yanaşma baxımından təhlil edilir. Virtual sosial şəbəkələrin sosial-mədəni təsiri üzə çıxır ki, bu da onların qloballaşma əhəmiyyəti, eləcə də virtual kütlənin formalaşması tendensiyaları barədə nəticə çıxarmağa imkan verir.

Açar sözlər: *sosial media, jurnalistika, media, funksiya, veb texnologiyaları şəbəkə*

Современное общество невозможно представить без компьютеров и интернета. В последнее время темы, затрагивающие сферу компьютерных технологий и интернет-коммуникаций, приобретают все большую значимость. Особо следует выделить такое явление как социальные сети. Изменения технологического инструментария коммуникации (Интернет, мобильная связь) приводит к изменениям принципов её организации. В статье предпринята попытка рассмотреть особенности феномена «социальных сетей», его роль и влияние на процессы, происходящие в сфере реального взаимодействия индивидов.

Под влиянием развития технологий коммуникации (Интернет, мобильная связь) на современном этапе происходят глобальные изменения принципов самоорганизации общества и взаимодействия между людьми, которые все менее привязаны к территориальной, государственной или какой-либо другой осязаемой конкретике. Значение этих изменений пока недостаточно оценено научным сообществом и структурами государственной власти и управления. Пока большинство экспертов склонно оценивать развитие этих технологий как некие «гаджеты», не добавляющие ничего принципиально нового в процесс жизнедеятельности человека. Однако уже заметны определенные симптомы, свидетельствующие о том, что это не так. С практической точки зрения это выражается в том, что традиционные технологии регулирования социальных процессов, сформировавшиеся в XIX и XX вв., все чаще «дают сбой» или не приносят ожидаемого результата.

Руководствуясь понятийным аппаратом, доставшимся в наследство от предыдущих столетий, аналитик, исследователь, управленец и сегодня пытаются видеть во всем единые сущности и оперировать абстрактными понятиями («нация», «общество», «государство», «аудитория» и т.д.), тогда как современность – время явлений «расщепленных», сведенных до уровня конкретного индивида, видимое единство которых сохраняет лишь абстрактная и обветшавшая понятийная оболочка, имеющая слабую связь с фактическим содержанием. Для того, чтобы выработать подходы к регулированию социальных и политических процессов в современных условиях, необходимо изменить парадигмальное видение ситуации, сформировать новый понятийный аппарат и, соответственно, новый инструментарий политико-социальных технологий. Иначе возникает вполне оправданная убежденность, что в результате смены поколений (когда нынешние люди в возрасте до 40 лет войдут в пенсионный возраст) «партии телевизора» в чистом виде не останется, так как все члены общества будут в той или иной степени вовлечены в виртуальное общение (в первую очередь, в различные социальные сети).

Далее мы постараемся ответить на вопрос, в чем причина массовой популярности социальных сетей Интернета, в той или иной степени охватывающих все общество. По нашему мнению, таких причин несколько (они же являются и «родовыми» особенностями социальных сетей как платформы коммуникации). Также будут рассмотрены специфические черты коммуникации в социальных сетях, влияющие на поведение её участников, производство и потребление информации, которые там осуществляются.

1. Стирание традиционных ограничений. Социальные сети способствуют преодолению статусных различий между представителями разных слоев общества. Например, позвонить по телефону звезде шоу-бизнеса, телеведущему или политику и общаться с ними без посредников рядовой гражданин не может, а в рамках социальных сетей такое общение может происходить без затруднений. При этом следует подчеркнуть, что участники коммуникации с разным статусом в подавляющем большинстве случаев не заинтересованы в переводе виртуальных контактов в реальные. Ситуация, когда знакомство в Интернете является шагом на пути к знакомству в реальной жизни, встречается нечасто. В более расширенном понимании социальные сети являются инструментом преодоления пространственных, статусных и даже временных границ и связанного с ними традиционного распорядка дня и образа жизни.

2. Формирование самобытной культуры общения. Общение в социальных сетях уже стало определенным жанром коммуникации, который за непродолжительное время сформировал собственную систему правил поведения, культуру, к которой все постоянные участники такого общения в разной степени причастны. В психологической сфере общение в социальных сетях имеет важное преимущество, которое заключается в том, что оно не

накладывает на своих участников дополнительных обязательств, которые возникают в случае реального общения и аккумулируются общим понятием «ответственность» (не только моральная, но и уголовная, административная). Это подтверждает то обстоятельство, что любой вопрос о сокращении возможностей для анонимных действий в сети Интернет является очень болезненным для нашего общества. Можно с уверенностью утверждать, что для большинства активных пользователей сети Интернет анонимность является залогом свободы слова.

3. «Плавающий» статус участников коммуникации. Аудитория социальных сетей делится на три неравные категории: те, кто преимущественно является создателем контента (размещает ссылки, фотографии, публикации и заметки) – именно эта часть является флагманской и создает информационный фон (эта часть пользователей самая малочисленная, но самая влиятельная); те, кто преимущественно является активным участником обсуждений и с помощью своих комментариев также влияет на развитие той или иной темы (по нашим наблюдениям, данная группа является наиболее массовой); те, кто присутствует в сети нерегулярно и в основном использует данный ресурс для общения с теми, кого знает в реальной жизни, изредка принимая участие в дискуссиях и просматривая чужие страницы (эта часть пользователей достаточно многочисленна). По сути дела, это распределение дублирует структуру участников информационного взаимодействия у традиционных СМИ, с той лишь разницей, что дистанция между автором и получателем информации минимизирована, и они могут свободно меняться ролями (статусные позиции не являются строго фиксированными).

4. Особенности взаимодействия текстового и визуального контента. Если в классическом представлении текста визуализация образов следовала за текстом (иллюстрации), то для контента социальных сетей характерна обратная закономерность – текст (комментарий) следует за "картинкой". [4, с.78] Текст и изображение, по меньшей мере, выступают на равных, причем у визуального образа больше шансов на самостоятельную жизнь, тогда как текст без изображения практически мертв.

5. Психологический эффект. Популярность социальных сетей и связанный с этим «эффект привыкания» обусловлена ещё и тем, что в этой среде человек получает гораздо большее количество проявлений одобрения со стороны общества, чем в реальной жизни. Даже незначительное количество «лайков» личных фотографий, комментариев, высказываний со стороны «друзей» (со многими из которых человек может быть и не знаком лично) повышают самооценку, улучшают настроение, помогают выйти из депрессивного состояния. Социальные сети дают понять пользователю, что он не один, у него есть единомышленники, то, что он делает, ценно, значимо и кому-то

интересно. Положительное влияние этого аспекта социальных сетей трудно переоценить.

Таким образом, общество, под влиянием глобальных изменений переживающее атомизацию, начинает в определенном смысле собираться заново, структурироваться по новой модели, пока представляющей собой конгломерат «обществ по интересам», сформировавшихся вокруг определенной темы или конкретной личности. Эта модель с точки зрения старых представлений может показаться децентрализованной, однако правильнее говорить о том, что у нее формируются свои (пока ещё недостаточно исследованные и понятые) «точки сборки».

Помимо отмеченных выше плюсов социальных сетей, таких как преодоление одиночества, повышение качества психологического самочувствия индивида и его интеллектуальной активности, безусловно, существуют и минусы, проявляющиеся в различных сферах социальной жизни.

Механизмом запуска всех процессов, влияющих на общество как положительно, так и отрицательно, на наш взгляд, в данном случае является культ публичности, характерный для современности. Если в традиционной массовой культуре в центре внимания находится фигура «недоступной звезды», то в современной культуре и «звезда» доступна, и сам ты – «звезда». У современного человека, интегрированного в пространство социальных сетей, фактически потеряна сфера приватного: любой факт только тогда становится частью реальности, когда о нем знает кто-то ещё (причем качество знающей аудитории не имеет большого значения). Этим объясняется погоня за количеством виртуальных «друзей» в социальных сетях (чем их больше, тем социально успешнее владелец страницы).

В данной среде крайне важно быть в чем-то особенным, индивидуально окрашенным, «творческой личностью» (тут возникает прямой выход на популярный ныне концепт «креативного класса», который, правда, в данном случае мало ориентирован на участие в какой-либо созидательной деятельности). Основными характеристиками общения в социальных сетях является поверхностность, нестабильность, постоянная сменяемость (обновляемость) состояний и предпочтений. В такой среде активно формируются и транслируются суррогаты традиционных чувств, ценностей («дружба», «любовь» и т.д.) и знаний. Как следствие всего перечисленного возникают суррогаты социально-политических представлений, во многом основанные на смысловых конструктах, почерпнутых из продуктов массовой культуры.

В данных условиях складывается принципиально иная структура производства и потребления информации. Для блоггера, по большому счету, одинаково важны такие явления как ультрасовременные японские поезда, сервировка блюд французской кухни, незаконные методы воздействия полиции

на задержанных и митинг «За честные выборы». Это все – отдельные информационные единицы, общий «экзистенциальный поток», в котором нет важного и неважного, читатель сам может расставлять приоритеты, исходя из личных предпочтений. В этом плане отдельно взятый качественный блог, имеющий много подписчиков, похож на телеканал, которому, чтобы сохранять рейтинг, необходимо работать на максимально широкую целевую аудиторию.

С психологической точки зрения здесь работает тот же механизм, что и при выборе продуктов питания: уровень доверия к фермерскому продукту выше, чем к аналогичному, но произведенному на большом заводе. [7, с.56] Этот психологический нюанс успешно учитывают в своей работе маркетологи, теперь на него стоит обратить внимание и работникам сферы массовых коммуникаций.

Таким образом, основным «героем» «социальных сетей» является «индивид и его единомышленники», микрогруппа, а основной технологией получения новых знаний – интерпретация социальных фактов по принципу «снежного кома». Очень важным обстоятельством является то, что в каждой микрогруппе происходит пересмотр «шкалы ценностей», которая может очень существенно отличаться от общепринятой, есть свои лидеры и аутсайдеры. Человек, который общается в такой среде единомышленников (а группы в социальных сетях формируются именно по этому принципу) начинает экстраполировать точку зрения своего ближайшего окружения на общество в целом и недоумевает, когда оказывается, что «дальнее окружение» (другие сегменты общества) почему-то придерживается иной точки зрения. Мнение локальной группы становится важнейшим на фоне ослабления единой общественной системы ценностей. Это может приводить к серьезным противоречиям, вплоть до открытых столкновений между группами, когда конфликт переходит в реальную плоскость.

Таким образом, сегментированность Интернет-аудитории является её природным качеством и не может преодолеваться на длительный срок. У такой аудитории, в силу её «врожденной» специфики, не может быть ни единого постоянного лидера, ни единой программы действий, условное объединение этой обширной группы может происходить исключительно ситуативно, вокруг незначительного числа идей, которые разделяют большинство её членов (сейчас в России это «русский национализм» и «недовольство властью»). В этой связи следует подробнее остановиться на рассмотрении мобилизационного потенциала социальных сетей, который интересует не только исследователей, но и практиков из самых разных областей. Отправной точкой этого интереса стало то, что события «арабской весны», как было установлено впоследствии, инициировались с использованием ресурса социальных сетей. В этой связи надо отметить следующее.

Важной чертой специфики основной части Интернет-аудитории является ориентация на избегание реальных действий, которая выражается в замене их действиями виртуальными. Это, в первую очередь, связано с преобладанием ситуативных моделей поведения у её членов. Например, в Интернете существует такой интересный феномен как сайты виртуальных убийств, на которых можно «заказать» любую жертву и выбрать способ её устранения (безусловно, всё происходит исключительно в виртуальном пространстве), информация о произошедшем публикуется на сайте, а «жертва» ставится в известность путем сообщения по электронной почте. Безусловно, заказчики подобной услуги в реальной жизни не только не готовы, но даже не смогли бы в силу своих личностных качеств привести подобный приговор в исполнение.

Опираясь на все вышесказанное, основные причины активного обращения Интернет-аудитории к политике в конце 2000-х гг. можно описать следующим образом:

- Рост потребительских запросов жителей крупных городов под влиянием продуктов массовой культуры, не подкрепленный пропорциональным ростом уровня доходов (данная характеристика применима к большинству аудитории);
- Фактор «пресыщенности стабильностью» (по принципу «слишком хорошо тоже плохо»): является движущим мотивом для меньшинства аудитории;
- Кризис общественного доверия в целом (к власти, политическим партиям, социальным институтам, таким как школа, полиция, церковь и т.п.), который непосредственно связан с ростом влияния микрогрупп (ближайшего окружения индивида);
- Фактор «социальной моды» (для современного человека очень важно «быть в тренде», политический протест воспринимается как подходящий способ выделиться из общей массы).

Orujaliyeva Gunel İsgender qızı

Social networks as a phenomenon information society

Abstract

Virtual social networking has become a popular modern day life. In this paper, this phenomenon is analyzed in terms of socio-cultural approach, which reveals its potential for society. Identified socio-cultural effects of virtual social networking, which allows to conclude that the globalization of their value, as well as trends in the formation of virtual mass.

Key words: social media, journalism, media, function, web, technology, network.

Оруджалиева Гюнель Исгендер кызы

Социальные сети как феномен информационного общества

Резюме

Виртуальная социальная сеть стала популярным атрибутом современной жизни. В статье этот феномен анализируется с позиций социокультурного подхода, раскрывающего его потенциал для общества. Выявлены социокультурные эффекты виртуальных социальных сетей, что позволяет сделать вывод об их глобализационном значении, а также о тенденциях формирования виртуальной массы.

Ключевые слова: социальные медиа, журналистика, медиа, СМИ, функция, веб-технологии, сеть.

ЛИТЕРАТУРА

1. Апрелева В.А. Эстетика виртуальной реальности // Машины. Люди. Ценности. Материалы Международной междисциплинарной научной конференции. – Курган, 2006. – С. 204.
2. А. Долгин, Д. Кудрявцев, В. Санин, М. Ратгауз). URL: <http://www.openspace.ru/society/world/details/3088/> (Дата обращения – 20.03.2012).
3. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: РУДОМИНО, 2001. – 218 с. В сетях Facebook // Chip. 2010. № 12. С. 110-112;
4. Горник Д. Социальные Сети 3.0. URL: <http://galleo.ru/articles/sw205> (Дата обращения – 24.03.2012).
5. Каннети Э. Масса и власть. М.: АСТ. 2012. – 574 с.
6. Фридман Т. Плоский мир. Краткая история XXI века. М.: Хранитель, 2006. – 608 с.
7. Хейзинга Й. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. М.: Прогресс, 1998.-464 с.

Rəyçilər: dosent Secinc Əliyeva, professor Alxan Məmmədov

Reviewers: dosent Sevinj Aliyeva, professor Alxan Mamedov

Рецензенты: доцент Севиндж Алиева, профессор Алхан Мамедли

UOT (070)

Babayev Akif Nəhməd oğlu

Bakı Dövlət Universiteti

Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi kafedrasının müəllimi

Yeni media auditoriyasının statistikasi və spesifik xüsusiyyətləri

Xülasə

Bu yazı müasir cəmiyyət üçün aktuallığı baxımından "yeni media" sistemini nəzərdən keçirir. Yeni medianın ən uğurlu format və modellərinin təhlili aparılır, ənənəvi medianın onlayn yayımlanması və müasir media sisteminin dinamikasına uyğunlaşması təsvir edilmişdir.

Məqalədə yeni media auditoriyasının xüsusiyyətləri təhlil edilir. Yeni medianın və bütövlükdə internetin auditoriyasının statistikasi geniş şəkildə işıqlandırılmışdır.

Açar sözlər: *yeni media, media, yeni medianın auditoriyası, sosial şəbəkə, statistika.*

Vətəndaş və informasiya cəmiyyətlərinin, demokratiya ideologiyasının təməl nöqtələrindən biri olan ifadə azadlığının, fikir formalarının meydana çıxmasında əhəmiyyətli rol oynayan kütləvi informasiya vasitələri (KİV) həm də düşüncə formaları, fikir istehsal edir. Bu mənada, yeni media demokratik və azad fikir sahəsi olub, ənənəvi mediadan fərqli olaraq, auditoriyanın mediada davamlı və azad şəkildə iştirakını təmin edir, interaktivlik xüsusiyyəti və çoxqatlı quruluşu ilə insanlara özünü ifadə etmək, sosial-siyasi prosesləri müzakirə etmək və onların iştirakçısına çevrilmək imkanı verir. Media, eyni zamanda, aid olduğu sosial sistemin formalaşmasında və interpretasiyasında təsirli bir vasitədir. Bu kontekstdə "İnternetin imkanlarına əsaslanan və əvvəlki KİV formalarının hamısını öz qanadı altına yığan yeni media qlobal informasiya məkanının, cəmiyyətinin ən mühüm atributu və əsas təkanverici qüvvəsidir" [1].

We Are Social və Hootsuite tərəfindən hazırlanan 2019-cu il üçün qlobal rəqəmsal sənayenin vəziyyəti haqqında yeni hesabat paketində deyildiyi kimi İnternet auditoriyası gündə 1.000.000 yeni istifadəçi sürətində artır. Bu gün dünyada 5,11 milyard nadir mobil istifadəçi var ki, bu da ötən illə müqayisədə 100 milyon (2%) çoxdur. 2019-cu ildə İnternet auditoriyası 4,39 milyard nəfər təşkil edir ki, bu da 2018-ci ilin yanvar ayına nisbətən 366 milyon (9%) çoxdur.

3.48 milyard istifadəçi sosial şəbəkələrdə qeydiyyatda alınıb. Ötən ilin əvvəlindəki məlumatlarla müqayisədə bu rəqəm 288 milyon (9%) artmışdır. Bu gün 3,26

milyard insan mobil cihazlardan sosial şəbəkələrə daxil olur. Bu, sosial şəbəkələrdə 297 milyon az insanın mobil telefonda oturduğu ötən illə müqayisədə 10% çoxdur.

2018-ci ilin yanvarından bəri hər gün orta hesabla bir milyon insan qlobal şəbəkəni kəşf etdi və bu saniyədə 11 yeni gələndir.

Bu il əhəmiyyətli bir artım İnternetin çox yayılmadığı inkişaf etməkdə olan ölkələr tərəfindən verildi. Hindistanda xüsusilə son 12 ayda, onlayn istifadəçilərin sayı 100 milyon nəfər artaraq ildə 20 faizdən çox artım təşkil etmişdir. Bu gün Hindistanda İnternetə girmə təxminən 41% təşkil edir - keçən il 31% ilə müqayisədə əhəmiyyətli bir inkişafdır.

Beləliklə, Hindistan ümumi qlobal auditoriya artımının dördüdə birindən çoxunu təşkil edir. Asiya-Sakit Okean bölgəsi illik artımın 55% -ni, Çin ümumi səbətə 50 milyon yeni istifadəçi əlavə etdi.

Gözlənilmədən Amerika Birləşmiş Ştatları onlayn auditoriya artımının qlobal reytingində üçüncü yeri tutur. Ötən il burada İnternetin nüfuz etmə səviyyəsi 88% olmasına baxmayaraq, İnternet auditoriyası 2018-ci ilin yanvar ayı ilə müqayisədə demək olar ki, 9% artmışdır. Ümumilikdə bu gün ABŞ-da 310 milyondan çox insan İnternetdən istifadə edir və İnternetə giriş 95% -ə çatmışdır.

2014-cü ilin məlumatları ilə müqayisədə dünyada internet istifadəçilərinin sayı 5 ildə 1,9 milyarddan çox, yəni 75% artmışdır. İndiki 4.39 milyard İnternet istifadəçisi, 2012-ci ildəki rəqəmdən 2,08 milyard ikiqat çoxdur. [2].

Auditoriyanın ətraflı və onlayn rejimdə fəallılığını ölçmək prosesi - 2000-ci illərin əvvəllərində, texniki imkanların, texnologiyanın, metodların və proqramların vasitəsilə həyata keçirilməyə başlamışdır. Məlumatların sürətli işlənməsi ənənəsinin formalaşmasına və onlardan medianın gündəlik işində istifadə olunmasına bir neçə il sərf olundu. Bununla birlikdə, iş seqmentinin veb saytları daha fəal və diqqətli auditoriya istifadəçisidir. Buna baxmayaraq, müasir texnologiyalar və statistik mənzərə, real vaxt rejimində istifadəçi davranışı və media izləyicilərinin sorğuları haqqında demək olar ki, hər şeyi izah edə bilən ətraflı virtual monitorda olduğu kimi auditoriyanın davranışını, reaksiyasını, sorğularını və hətta yorğunluğunu müşahidə etməyə imkan verir. [3].

Rabitə proseslərində getdikcə daha çox insan iştirak edir. Hər mesaj birbaşa bütün insanlara ötürülə bilər. İstənilən məlumatı əldə edən auditoriyanın sayı artır, yəni hər bir şəxs daha çox və daha çox məlumat alır.

İstənilən vaxt hər bir insan dünyanın hər yerindən mesaj ala bilər. Hər gün bunu telefon zəngləri, elektron poçtları, qəzet məlumatları, radio və televiziya xəbərləri, reklam təbiiqləri, reklam məktubları və ya mesajları sayına görə hiss edirik. Onların sayı daim artır. [4].

Kütləvi informasiya vasitəsi məhsulunun, yaxud konkret informasiyanın ünvanlandığı toplumun, yəni auditoriyanın özünəməxsus psixologiyası və tələbatları mövcuddur.

Auditoriyanın öyrənilməsi dedikdə, kütləvi informasiya vasitəsinin oxucu, təmaşaçı, yaxud dinləyicilərinin ümumi kəmiyyət və keyfiyyət göstəricilərini müəyyənənləşdirmək, onların rəylərini, təkliflərini toplamaq üçün keçirilən sosioloji tədqiqat başa düşülür. Belə tədqiqatlara ictimai rəy sorğusu, ekspert sorğuları, fokus-qruplarda araşdırmalar və s. misal ola bilər.

Veb sahifəni ziyarət edən bir İnternet istifadəçiləri qrupu isə saytın auditoriyası sayılır.

Müəyyən vaxt çərçivəsindən asılı olaraq, veb sahifəni ziyarət edən İnternet istifadəçilərini bir neçə auditoriyaya növünə bölmək olar:

- müntəzəm olaraq İnternetə qoşulan aktiv auditoriya;
- hərdən-bir İnternetə qoşulan passiv auditoriya;
- daimi, müəyyən vaxt çərçivəsində (həftəlik və ya aylıq) İnternetə qoşulan auditoriya;

Saytın daimi və aktiv auditoriyası keyfiyyət baxımından saytın hədəf auditoriyası sayılır. Onlayn resursların auditoriyasının keyfiyyətinin tədqiqatını müəyyən edən əsas metod onlayn sorğudur.

Veb proyektə müəyyən bir auditoriyayı (yaş, cins, sosial status və s.) cəlb etmək üçün cürbə-cür texnologiyalardan istifadə edilir:

- axtarışın optimallaşdırılması;
- populyar saytlarda reklam yerləşdirilməsi;
- xüsusi şəbəkə cəmiyyətlərinin yaradılması;
- linklərin yerləşdirilməsi.

Saytın auditoriyasının sayını öyrənmək üçün məlumatlar axtarış motorlarına, kataloqlara, göndərilir və bu məlumatlar Google Analytics kimi saytlarda təhlil edilir. Sayt trafikinin əsas göstəricilərinə əsasən ziyarətçilərin saytda səfərlərinin orta müddətini, səfərlərin sayını, unikal ziyarətçilərin sayını, yeni ziyarətçilərin sayını və başqa parametrləri qeyd edərək təhlil edilir.

Ziyarətçilərin "qalıcı" və "təsadüfi" qruplara bölünməsi bir reklam kampaniyasının gedişini təhlil etmək üçün böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Orta hesabla insanlar hər gün 6 saat 42 dəqiqə internetdədirlər.

Bu gün on iki ölkə və ərazi İnternetə qoşulmada 100 Mbit / s-dən yuxarı orta sabit bir sürətə malikdirlər.

On ölkədə orta mobil sürət əlaqələri 50 Mb / s-dən yuxarıdır.

Sinqapurda ən yüksək İnternet bağlantısı sürəti 191 Mbit / s təşkil edir ki, bu da reytingin digər sonunda olan Venesuelanın orta səviyyəsindən 50 dəfə sürətlidir. İslandiya mobil rabitə sürətinə görə bu sıraya liderlik edir ki, bu da ölkənin bu il İnternetə nüfuz etməsinə görə global reytingdə birinci yeri bölüşməsinin səbəblərindən biri ola bilər.

Mobil İnternet sürətinin artması, mobil cihazlardan İnternetdən istifadə vaxtının artmasına səbəb oldu. Bu gün ortalama olaraq İnternetdən istifadə vaxtı 6,5 saati təş-

kil edir və bunun 3 saat 14 dəqiqəsini internet istifadəçisi cib telefonu və planşet vasitəsilə həyata keçirir.

4.4 milyard İnternet istifadəçisi hər gün bu 6.5 saat ərzində nə edir?

Google-un dünyanın ən çox ziyarət edilən saytlarının sıralamasında liderliyini davam etdirəcəyi gözlənilir -

SimilarWeb və Alexa axtarış nəhəngini Google öz cədvəllərində birinci sıralayıır.

YouTube, hər iki xidmətin reytingində ikinci, Facebook isə üçüncü yerdədir. Maraqlıdır ki, Twitter istifadəçilərin sayının azalmasına baxmayaraq ən çox ziyarət edilən saytların siyahısında ilk pillələrdə görünməyə davam edir.

Ümumiyyətlə video onlayn həyatımızın getdikcə vacib bir hissəsinə çevrilir. Son bir ildə Google-da "video" sözü olan sorğuların sayı 30% artdı - bu sorğu bütün sorğular arasında Facebook, YouTube və Google-dan sonra dördüncü yeri tutdu.

GlobalWebIndex-ə görə, İnternet istifadəçilərinin 92% -i hər ay videoya baxır, bu da 2019-cu ilin əvvəlində dünyada 4 milyarddan çox insanın onlayn videolara üstünlük xerdiyinin göstəricisidir. Müqayisə üçün, BTİ-nin məlumatına görə, təxminən 6 milyard insanın evdə televizoru var.

Bu inanılmaz bir şey kimi səslənə bilməz, ancaq İnternetdə ən populyar 10 milyon səhifənin 54% -i ingilis dilindədir. İkinci yerdə, böyük bir fərq ilə rus dili onlayn məzmunun 6,1% -ni təşkil edir. Rus dilini isə Alman dili izləyir.

İnsanların İnternetlə qarşılıqlı əlaqələri dəyişir. 2018-ci illə müqayisədə səs idarəetmə vasitələri daha populyarlaşdı - hər 10 İnternet istifadəçisinin dördü biri səs əmrlərindən və ya səs axtarışından istifadə edir.

Qeyd etmək vacibdir ki, bu gün Çin və Hindistandakı bütün İnternet istifadəçilərinin yarısı səs nəzarətindən istifadə edir. Və bu iki bazar inkişaf etdiyi üçün və prioritet olduğu üçün, 2019-cu ildə səs texnologiyasının daha da geniş yayılacağını gözləyə bilərik.

2019-cu ilin əvvəlində dünyada sosial şəbəkələrdən istifadə edənlərin sayı demək olar ki, 3,5 milyarda çatmışdır.

Təkcə son 12 ay ərzində sosial şəbəkələrdə 288 milyon yeni hesab qeydə alınıb ki, bunun nəticəsində dünyada sosial şəbəkələrə giriş nisbəti 45% təşkil edib.

Sosial şəbəkələr hələ də qeyri-bərabər paylanır. Məsələn, Afrikanın bəzi bölgələrində sosial şəbəkələrin nüfuz dərəcəsi 10% -ə çatmır. Yaxın Şərq ölkələri bu il yenə də sosial mediaya nüfuz etmə reytinginə görə birinci sıradadırlar. Bu Birləşmiş Ərəb Əmirlikləri və Qətərdir.

2019-cu ildə ən populyar sosial şəbəkələr və mesajlaşmalar

Ötən ilin çətin olmasına baxmayaraq, Facebook ən populyar sosial şəbəkələrin reytinginin ilk pilləsindədir və mediada davam edən istəriyaya baxmayaraq, insanların platformanı tərk etməsinə dair inandırıcı bir dəlil yoxdur.

Əslində, Facebook-da ayda aktiv istifadəçilərin sayı son 12 ay ərzində durmadan böyüdü və son gəlir hesabatlarında istifadəçi sayının ilbə-il 10 faiz artdığı bildirilir.

YouTube bu ilki reytingdə ikinci yeri tutdu. İl ərzində dünyanın ən populyar video saytı yeni bir tamaşaçı böyüməsi baxımından təsirli nəticələr göstərdi və 2 milyard istifadəçisi olan növbəti sosial platforma olmaq üzrədir. Mövcud böyümə tempi, WhatsApp'ın 1.5 milyard istifadəçisinin olduğunu göstərir və bu rəqəmin artacağı proqnozlaşdırılır və onun reyting liderlərindən geri qalmayacağını göstərir.

Ani mesajlaşanlar arasında son Web məlumatlarına görə 234 ölkə və ərazinin 208-də ən çox istifadə edilən WhatsApp və ya Facebook Messenger oldu.

Medianın bütün tarixi və cəmiyyətin təsir dairəsində yeni bir məlumat yayma kanalının meydana çıxması, jurnalist peşəsinə olan tələbləri dəyişdirərək yeni bir media mühiti formalaşdırdı. İnternet texnologiyaları məlumat ötürmənin ənənəvi yollarından və multimedia məzmunun yerləşdirmə imkanlarından əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənən rəqəmsal medianın tətbiqinə başlamışdır. Müasir dövrimizdə yeni medianın cəmiyyətə təsiri mexanizmi durmadan artır və bu fenomen mütəxəssislər tərəfindən daim araşdırılır. [5].

Babayev Akif Nehmed oqlu

Statistics and specifics of the New Copper audience

Abstract

This article considers the system of in terms of their relevance to modern society. The analysis of the most successful formats and models of new media is carried out, the processes of traditional media going online and their adaptation to the dynamics of a modern media system are described.

The article analyzes the specific features of the audience of new media. The statistics of the audience of new media and the Internet as a whole are widely covered.

Keywords: *new media, media, audience of new media, social network, statistics.*

Бабаев Акиф Нахмед оглу

Статистика и специфические особенности аудитории Новой меди

Резюме

Данная статья рассматривает систему «новых медиа» с точки зрения их актуальности для современного общества. Проводится анализ наиболее успешных форматов и моделей новых медиа, описываются процессы выхода традиционных СМИ в онлайн и их адаптации к динамике современной медиасистемы.

В статье анализируются специфические особенности аудитории новых медиа. Широко освещаются статистические данные аудитории новых медиа и Интернета в целом.

Ключевые слова: *новые медиа, СМИ, аудитория новых медиа, социальная сеть, статистика.*

ƏDƏBİYYAT

- 1.Əliquliyev R.M., Mahmudov R.Ş. İnternet fenomeninə çoxaspektli baxış. Ekspres-informasiya, Bakı, “İnformasiya Texnologiyaları”, 2010, s.26
- 2.<https://wearesocial.com>
- 3.Амзин А. и др.- Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 /
- 4.Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. , s.31
- 5.Соловьев, А. И. - Современные технологии массмедиа - Минск : БГУ, 2018. – s. 9
- 6.Я. В. Яненко - Особенности новых медиа: человекоцентричность, сторителлинг, социализационное влияние - Журнал Белорусского государственного университета. Журналистика. Педагогика. 2018. № 1.,с.13

Rayçilər: *dosent Osman Gündüz, dosent Könül Niftəliyeva*

Reviewers: *dosent Osman Qunduz, dosent Kenul Niftəliyeva*

Рецензенты: *доцент Осман Гюндүз, доцент Кенуль Нифталиева*

УДК (070)

Бабаев Заур Какмал оглы

*Бакинский государственный университет
доцент кафедры Теория и практика журналистики,
доктор философии по филологии*

**Сотрудничеству между Россией и
Азербайджаном - нет предела**

Xülasə

Azərbaycan-Rusiya əlaqələri məhdudiyyətsizdir

Politoloqlar qeyd edirlər ki, hazırda Azərbaycanla münasibətlər bütün postsovet məkanında Rusiya üçün ən yaxşılardan biridir. Həm liderlər, həm də ölkələrimizin dövlətləri və xalqları arasındakı Rusiya-Azərbaycan münasibətləri güc sınaqlarından uğurla keçdi və Cənubi Qafqazda və bütövlükdə MDB-də hər iki qonşu üçün nümunə ola bilər. Ancaq bu, Bakı ilə Moskva arasında heç bir çətin məsələnin olmadığı və əlaqələrin inkişafının ən yüksək həddə çatdığı anlamına gəlmir. Prezidentlər arasında aydın bir anlaşma Bakı ilə Moskva arasında davamlı siyasi dialoqun olduğunu göstərir və bu, bütün digər həyat fəaliyyətlərinə də şamil olunur.

***Açar sözlər:** politoloq, Rusiya, Moskva, cənubi Qafqaz, MDB, Bakı, postsovet, münasibət*

Качественно новый этап в отношениях РФ и Азербайджана начался с исторического визита Президента России Владимира Путина в январе 2001 года в Баку - первого визита главы российского государства в суверенный Азербайджан. На это обратив внимание и сам Владимир Владимирович, отметил, что факт отсутствия на протяжении последних десяти лет визитов глав двух стран «уже смотрится как огромный минус в развитии двусторонних отношений».

Принятая по итогам визита «Бакинская декларация» явилась результатом решимости стран вывести двусторонние связи на новый, более высокий уровень стратегического партнерства.

Одними из наиболее символических событий в развитии культурно - гуманитарных связей между Азербайджаном и Россией стали открытие 12 октября 2001 года памятника великому русскому поэту А.С.Пушкину в центре Баку и открытие 9 июня 2002 года памятника выдающемуся азербайджанскому поэту Низами Гянджеви в Санкт-Петербурге. Тогда же в 2001 году между правительствами Российской Федерации и Азербайджанской Республики были подписаны «Соглашение о статусе корреспондентов средств массовой

информации обеих стран Преемственность курса на повышения уровня сотрудничества в гуманитарной сфере между нашими странами была сохранена и после избрания Президентом Азербайджанской Республики Ильхама Алиева.

Знаковыми и очень плодотворными в российско-азербайджанских отношениях стали 2005 и 2006 годы. 16 февраля 2005 года в ходе рабочего визита Президента Азербайджана в РФ в Государственном Кремлевском дворце при участии Президента Российской Федерации Владимира Путина состоялась торжественная церемония открытия «Года Азербайджана в России». 21 февраля 2006 года в присутствии президентов обеих стран был дан старт «Национальному Году России в Азербайджанской Республике».

В приветственных выступлениях глав двух государств была особо отмечено, что наши народы умеют «понимать друг друга, впитывать духовные ценности столь самобытных культур, беречь бесценный опыт взаимного уважения и толерантности национальных и межконфессиональных отношений», а «наше сотрудничество продиктовано искренней потребностью, оно не спущено сверху, это не директива, которую надо выполнять».

Другие направления сотрудничества в гуманитарной сфере также представляют большое значение. К примеру, порой мы рассматриваем связанные со спортом вопросы лишь с спортивной точки зрения. Но истина в том, что трудно найти в мире второе такое представительное мероприятие, которое бы объединяло людей так, как Олимпийские игры. Это и конкуренция, и соревнование, и символ дружбы и взаимопонимания. Порой представители враждующих друг с другом стран состязаются на спортивной арене, пожимают друг другу руки, поздравляют друг друга с победой. Таким образом, спортивный фактор играет очень важную роль и в усилении диалога между культурами, и в Азербайджане этому уделяется большое внимание.

В российских вузах обучается около шесть тысяч граждан Азербайджана. Интересно, есть ли другая страна, где есть столько же стипендиатов из Азербайджана? И, заметьте, 800-900 человек поехали в Россию по государственным программам. Остальные выбрали российские вузы без всякой агитации, по собственной воле и учатся там за свой счет. Это еще одно проявление ничем не заменимой естественности, о которой говорилось выше. Прочность позиций русского языка в Азербайджане обеспечивается сохраняющейся потребностью в нем со стороны широкой общественности страны. Руководство Азербайджана создает все условия для того, чтобы эти потребности могли быть реализованы. Более гармоничной основы не придумаешь никакими планами и программами. Были времена, когда из Москвы привозили учебное пособие и литературу по русскому языку, но сейчас это все позади. Русскоязычный сектор в системе образования Азербайджана в настоящее время имеет прочную материально-педагогическую

базу. Вот уже много лет в Азербайджане действует Бакинский филиал МГУ имени М.В. Ломоносова, который возглавляет академик Наргиз Пашаева.

Взаимное доверие, стремление к партнёрству народов наших стран ещё раз убеждают в том, что культура представляет собой универсальный язык общения и взаимопонимания, имеется колоссальный ресурс для объединения людей вокруг высоких целей.

При этом именно культура сохраняет и передаёт поколениям самые важные, базовые ценности и ориентиры. Позволяет связать прошлое, настоящее и будущее, сохранить самобытность, уникальность каждого народа и помогает людям ориентироваться в бурно меняющемся глобальном мире.

И наконец, культура, искусство, просвещение – это ответ на вызовы варварства, нетерпимости и агрессивного радикализма, угрожающие современной цивилизации. Это путь к преодолению барьеров, разного рода предубеждений мешающих двигаться вперёд.

Неотъемлемой частью гуманитарных отношений между Россией и Азербайджаном является сотрудничество в области туризма. В сентябре 2018 года между правительствами наших стран было подписано соглашение о сотрудничестве в этой области. За последние несколько лет туристический поток между Россией и Азербайджаном неуклонно растет. По словам заместителя начальника Управления международного сотрудничества Федерального агентства по туризму РФ Владимира Фомина Азербайджан является одним из основных партнеров Российской Федерации в сфере развития взаимных туристических обменов.

«Ежегодные цифры свидетельствуют о том, что взаимные потоки уверенно растут. В ближайшее время можно будет говорить уже о семизначных цифрах. Все большую популярность набирают культурно-познавательный и гастрономический туризм. Азербайджанская кухня очень популярна в России, это видно по большому числу соответствующих ресторанов.

А для азербайджанских туристов в России мы можем предложить как историческую и культурно-познавательную платформу, так и все многообразие культур и этносов населяющих РФ. Южная Россия отличается от северной особыми приметами в культуре, в языках, в обычаях. Думаю, азербайджанским туристам будет интересно посетить нашу страну», - уверен Владимир Фомин.

В октябре 2018 года «на полях» VI Бакинского международного гуманитарного форума вице-премьер России по вопросам культуры, спорта и туризма Ольга Голодец также коснулась этой темы. «Азербайджан представляет для России интерес, особенно в сфере туризма, и точно также азербайджанская сторона заинтересована в развитии новых туристических маршрутов, в том числе морского туризма на Каспии. Проект, нацеленный на развитие морского и речного туризма на Каспии, является приоритетом для

России и в этом направлении предусмотрена большая работа», - сказала российский вице-премьер.

Стоящие перед Россией и Азербайджаном глобальные вызовы обострились. Сегодня они несут в себе как новые возможности по повышению конкурентоспособности экономики наших стран, дальнейшему развитию многостороннего политического, торгово – экономического, культурного, гуманитарного сотрудничества, так и новые угрозы инвестиционного и технологического характера. В мире нарастает нестабильность. Начался этап глобального передела мировых рынков. Историческое время стремительно ускорилося. Мир интенсивно трансформируется, и скорость происходящих изменений поражает.

Западные страны, естественно, пытаются переложить всю тяжесть глобального экономического кризиса на плечи остального мира. Технологический разрыв между государствами, очевидно, в ближайшие годы будет увеличиваться. В перспективе может возникнуть дестабилизация на глобальном уровне. Запад, в силу своих серьёзных внутренних проблем, хочет отправить РФ на геополитическую галёрку. Сделать послушной региональной державой, как выражается один из лидеров страны, не участвующей в большой политической игре. Для РФ смириться с такой ролью - значит утратить перспективы дальнейшего развития, национальную идентичность, забыть собственную культуру и историю. Россия никогда не откажется от своей политической субъектности, от полноценного государственного суверенитета. Самостоятельная линия России в сирийском кризисе, укрепление БРИКС, развитие отношений с Китаем, создание Евразийского экономического союза, отстаивание своих геополитических интересов – всё это свидетельствует о том, что Россия не сдаст своих позиций и останется ключевым участником международных отношений.

Нам принципиально важно не втягиваться в этот мировоззренческий дискурс, оберегая наши проверенные годами ценности. На собственном опыте мы знаем, как то, что называли нашей ахиллесовой пятой - многоэтничность и поликонфессиональность, мы обратили в свое преимущество.

В этой связи мы должны выработать продуманный, согласованный и скоординированный курс всех ветвей власти, государства и общества с тем, чтобы быть во всеоружии при любом сценарии развития международной ситуации.

Азербайджанское государство вступило в новый этап развития. Президент страны Ильхам Алиев провозгласил обеспечение интеллектуального развития Азербайджана национальным приоритетом. Для осуществления на предстоящем этапе курса на интеграцию в глобальное научное, образовательное и информационное пространство, модернизацию и инновационное развитие возникла большая необходимость в формировании нового поколения исследователей, креативной элиты XXI века. Потенциал

именно этого поколения будет определять национальную действительность и перспективы развития государства и общества в новом столетии.

В интеграционном пространстве мира, где соревнуются 200 государств и 8 цивилизаций, социально-гуманитарный потенциал Азербайджана должен быть мобилизован в масштабах всего общества, принятие мер, направленных на создание адекватной социально-культурной среды, должно быть признано общенациональной задачей.

Начало октября 2019 года запомнилось визитом президента Азербайджана в Сочи, где прошла встреча президента страны с президентом России, а также принятием участия главой государства в международном дискуссионном клубе «Валдай». Визит оказался результативным с точки зрения задач, которые были поставлены в свете актуальной повестки 16-ого заседания Валдайского клуба. Сам факт участия Ильхама Алиева на важном форуме уже стал свидетельством большого внимания организаторов к азербайджанской модели развития, которая позволяет осуществлять реформенную программу внутри страны, а далее создает предпосылки для выполнения задач региональной и глобальной интеграции... Что касается итогов двусторонних переговоров Ильхама Алиева с Владимиром Путиным, то помимо лапидарных заявлений, сделанных представителями сторон прессе, сам азербайджанский лидер в своей речи на панели Валдайского клуба дал развернутую характеристику нынешнему состоянию двусторонних отношений и их перспективе.

Фактически Ильхам Алиев подтвердил реалистичность ожиданий, которые имеются в контексте синхронизации расчетов в экономике, инвестиционной политике, реализации культурно-гуманитарных совместных программ. Это в определенном смысле можно расценивать в качестве успешной формулы двустороннего сотрудничества, от которого перепадает прока и соседям по Кавказскому и Каспийскому региону. Касаясь Каспийского региона - это регион среднего востока, здесь обсуждаются планы выхода российских товаров на рынки индийского океана, то есть проект «Север-Юг». Это все элементы, которые передают вес Азербайджану в российской внешней политике и в нашем регионе. Также следует отметить, что на сегодня товарооборот между странами составляет 2.5 миллиардов долларов, это больше чем с Грузией и Арменией вместе взятых.

Политологи отмечают, что в настоящий момент отношения с Азербайджаном – одни из лучших для России на всем постсоветском пространстве. Российско-азербайджанские отношения - как между лидерами, так между государствами и народами наших стран, успешно прошли испытания на прочность и могут служить примером как для соседей по Южному Кавказу, так и для СНГ в целом. Однако это не означает, что между Баку и Москвой нет трудных вопросов, и развитие отношений достигло своего

пика. Четкое понимание между президентами говорит об устойчивом политическом диалоге между Баку и Москвой, и он распространяется на все остальные жизни деятельности.

Справка:

"Валдайский клуб состоялся 3 октября в Сочи. Участниками сессии были президент Азербайджана Алиев, король Иордании Абдалла, президент Казахстана Токаев, президент Филиппин Дутерте.

Валдайский клуб – это авторитетное международная площадка, на которой собирается вся мировая интеллектуальная элита. Там аккумулируется экспертное мнение по будущему мироустройству. Впоследствии сказанного делаются рекомендации для глав государств, которые артикулируются на экспертном уровне, но главным событием данного форма, как и заявляют сами участники данного форума – участие в нем пяти президентов, которые впервые встретились на полях валдайского клуба.

Zaur Babayev Kamal oqlu

Between The Russian Federation And Azerbaijan

Abstract

Today, humanitarian cooperation issues are becoming particularly relevant, and this is primarily due to the increased influence of the human factor on the state's activities in the field of international relations. Almost two centuries of cohabitation within the framework of one state, first tsarist Russia, and then the Soviet Union, created favorable conditions and prerequisites for young generations in Azerbaijan to familiarize themselves with the rich heritage of Russian science, culture and art. Russia historically presented itself to Azerbaijan as an adapted West, not in the sense of the bearer of European political values, but in philosophical and sociological terms - as a large country belonging to the world of gradual development and technological progress. "

Key words: *Russia, Azerbaijan, Azerbaijan-Russia relations, North-South, transport corridor*

Заур Бабаев Какмал оглы

**Сотрудничеству между Россией и
Азербайджаном - нет предела**

Резюме

Политологи отмечают, что в настоящий момент отношения с Азербайджаном – одни из лучших для России на всем постсоветском пространстве. Российско-азербайджанские отношения - как между лидерами, так между государствами и народами наших стран, успешно прошли испытания на прочность и могут служить примером как для соседей по Южному Кавказу, так и для СНГ в целом. Однако это не означает, что между Баку и Москвой нет трудных вопросов, и развитие отношений достигло своего пика. Четкое понимание между президентами говорит об устойчивом политическом диалоге между Баку и Москвой, и он распространяется на все остальные жизни деятельности

Ключевые слова: Россия, Азербайджан, Азербайджано-российские отношения, транспортный коридор Север-Юг

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиев Г.А. На путях независимости. Сборник речей и статей в 4-х томах, т. 4, Баку, 1999.
2. Декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций. Резолюция 55/2 ГА ООН от 2.08.2000.
3. Декларация глав государств СНГ об основных направлениях развития Содружества Независимых Государств. Принята Советом глав государств СНГ 2.04.1999.
4. Бабаев З., Нуриев Ф. Россия глазами зарубежных журналистов . Баку 2019 стр. 40- 69
6. Справочник НАТО, 2001, Office of Information and Press НАТО-1110 Brussels-Belgium, 672 с.
7. Гейдар Алиев. Наша независимость вечна. I-VII книги, Баку, 1996-1997.
8. Материалы Министерства Иностранных Дел Азербайджанской Республики; Посольства Российской Федерации в Баку, Россия-Азербайджан, 1992-2002. "Джума", 2002, 590 с.
9. Адамс Т. Каспийские углеводороды, политизация региональных трубопроводов и дестабилизация Кавказа, www.poli.vub.ac.be/publi/crs/rus/vol5/AdamsNEW Rus.htm.

10. Азербайджан и Россия: новые взаимоотношения, новые горизонты. Баку, 2002, 574 с.
11. Азербайджан-Россия: новая веха в развитии отношений дружбы и сотрудничества. Баку, 2009, 164 с.
12. Алиев в Москве: мнение обозревателя Би-би-си. -BBC.Russian.com. 25 января 2002.
www.news.bbc.co.uk/hi/russian/news/newsid-1782000/1782825.stm.
13. Восток и Россия на рубеже XXI века. М., 2007, 301 с.
14. Гаджиев К.С. Геополитика Кавказа. М., "Международные отношения", 2014, 464 с.
15. Гейдар Алиев открывает миру Азербайджан. Баку, 1994, 174 с.
16. Иванов И. Внешняя политика России в эпоху глобализации. Статьи и выступления. М., 2002.
17. Иванов С. Стратегия безопасности России. www.scrf.gov.ru/News/2000/11/29.htm.
18. Исмаилов Э., Кенгерли З. Кавказ в глобализирующемся мире: новая модель интеграции. -Журнал "Центральная Азия и Кавказ", №2 (26), 2003.
19. Катлер Р. О совместной энергетической безопасности на Южном Кавказе. www.vub.ac.be/POLI/publi/journal/caucasus/catter.htm.
20. Киссинджер Г. Дипломатия. Пер. с англ. В.В.Львова. М., Ладомир, 1997, 848 с.
21. Клоков Н. Десять лет на фоне столетий. "Независимая газета", 3 апреля 2016.
22. Кувалдин В.Б. Глобализация: рождение мегаобщества. В кн.: "Мир и Россия на пороге XXI века", М., 2001.
23. Кулиев Г. Геополитические коллизии Кавказа. -Журнал "Центральная Азия и Кавказ».
24. www.wem.az

Rəyçilər: dosent Könül Niftəliyeva, professor Cahangir Məmmədli

Reviewers: dosent Kenul Niftaliyeva, professor Cahangir Mamedli

Рецензенты: доцент Кенуль Нифталиева, профессор Джухангир Мамедли

İskəndərli Nəzrin Aydın qızı
Bakı Dövlət Universiteti
Jurnalistika fakültəsi Jurnalistikanın
nəzəriyyəsi və təcrübəsi kafedrasının magistrantı

Bakı Dövlət Universiteti dövrü mətbuatda

Xülasə

2019-cu ildə Bakı Dövlət Universitetinin yaranmasından 100 il ötür. Yarandığı gündən bəri Müsəlman Şərqində yeni tipli ilk ali təhsil müəssisəsi kimi Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətindən miras qalan Bakı Dövlət Universiteti uğurlarla zəngin şərəfli bir yol keçmişdir. Universitetin 100 illik yubileyinə həsr olunmuş silsilə tədbirlər və məqalələr. Bu elmi məqalə dövrü mətbuatda dərc olunan məqalələri araşdırır.

Açar sözlər: *media, jurnalist, jurnalistika, dövlət, Bakı Dövlət Universiteti*

Respublikamızda ali təhsilin və elmin ənənələrinin zənginləşməsində, milli dövlətçiliyin qorunub saxlanmasında, möhkəmləndirilməsində böyük xidmətləri olan Bakı Dövlət Universitetinin 100 illiyi 2019-cu ildə tamam olur. Bununla əlaqədar Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev 14 noyabr 2017-ci ildə sərəncam imzalayıb. Sərəncamda qeyd edilir ki: “Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 109-cu maddəsinin 32-ci bəndini rəhbər tutaraq və ölkədə ali təhsilin, elmin ənənələrinin zənginləşdirilməsində, gənc nəslin müstəqil dövlətçilik ideyalarına sədaqət ruhunda tərbiyəsində mühüm xidmətlərini nəzərə alaraq, Azərbaycan xalqının milli sərvəti Bakı Dövlət Universitetinin 100 illik yubileyinin layiqincə qeyd olunmasını təmin etmək məqsədilə qərara alıram:

1. Bakı Dövlət Universitetinin 100 illik yubileyi dövlət səviyyəsində qeyd edilsin.

2. Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabineti Bakı Dövlət Universitetinin 100 illik yubileyinə həsr olunmuş tədbirlər planını hazırlayıb həyata keçirsin” (2)

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin yadigarı olan Bakı Dövlət Universiteti müsəlman Şərqində yeni tipli ilk ali məktəb kimi yarandığı vaxtdan zəngin yol keçmişdir. Dövlətçiliyimizin, müstəqilliyimizin qorunub saxlanmasında, azərbaycançılıq məfkurəsinə sadıqlıq nümayiş etdirməsində Bakı Dövlət Universiteti daim mayaq rolunu oynamışdır. Ölkədə ali təhsil sisteminin qurulmasında mühüm xidmətləri olan bu məbəd elmi tədqiqatların yüksək səviyyədə aparılmasında digər təhsil, elm ocaqlarından həmişə həmişə fərqlənmişdir.

Bu münasibətlə saysız-heysabsız məqalələr yazılmış və hələ də yazılır. BDU-nun 100 illik yubileyi ilə bağlı mətbuatda müxtəlif müəlliflər tərəfindən yazılar dərc olunur. Bu məqalə müəlliflərindən biri də BDU-nun “Mətbuat tarixi və ideolo-

ji iş metodları” kafedrasının dosenti, Əməkdar jurnalist Qərənfil Dünyaminqızıdır. Q.Dünyaminqızı yubiley münasibətilə müntəzəm olaraq dövrü mətbuatda çıxış edir. Xüsusən də “Kaspi” qəzetində. Həmin məqalələr BDU rektorlarının həyatına, idarəetmə mədəniyyətinə və ən başlıcası BDU-nun inkişafı üçün gördüyü işlərə həsr edilib.

Müəllif yazır: “Bu gün 100 yaşını qeyd edən BDU ilk yubiley sevincini 1930-cu ilin 12 yanvarında yaşadı. Sonra 50, 60, 75, 80, 90, 95 və nəhayət 100 yaşını qeyd edən BDU-nun Azərbaycan elminin, təhsilinin inkişafında özünəməxsus yeri var və bu özünəməxsusluğun qazanılmasında BDU-nun rektorlarının əməyini inkar etmək olmaz. Önəmli bir faktı da qeyd etmək istərdim ki, gördüklərimə, eşitdiklərimə və oxuduqlarıma əsasən deyə bilərəm ki, BDU-nun bəxti rektor sarıdan çox vaxt gətirib (33 ildir mən BDU-dayam). Çünki BDU-ya əksərən “ürəyi Vətən, millət sevgisi ilə dolu olan alimlər, ictimai xadimlər rəhbərlik edib. Prof. Cahangir Məmmədli yazır ki: “BDU-nun rektorlarının hamısı tarixən ayrıca elmi statusa, aydın vətəndaşlıq mövqeyinə malik alimlər olmuşdur. Onların hər birinin universitetdəki ömrünə çətin mərhələ düşmüş, lakin hər biri bu çətinliyi özünəməxsus fəaliyyəti, rəhbərlik prinsipləri ilə dəf etmişlər. Onlar tarixən elə seçilmişlər ki, bir çox müəssisə rəhbərlərindən fərqli olaraq, hər biri böyük vətəndaş, böyük alim, böyük təşkilatçı kimi tariximizə düşmüşlər” (5).

Müəllifin BDU-ya rəhbərlik edən rektorların fəaliyyətinə həsr etdiyi ilk məqalə “O, universitetin yaranmasında mühüm işlər gördü” sərlövhəli məqaləsidir. Bu məqalə “1919-cu il sentyabrın 1-də Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin parlamenti tərəfindən təsis edilən və həmin ilin 8 sentyabrında Xalq Maarif Nazirliyinin təqdimatına əsasən BDU-ya ilk rektor təyin edilən Vasili İvanoviç Razumovskiyyə həsr edilib. Kazan Universitetinin tibb fakültəsinin məzunu, tibb elmləri doktoru, Qafqaz Ordusunun baş cərrahı, 1909-cu ildə Saratov, 1918-ci ildə Tbilisi Universitetlərinin əsasını qoyanlardan biri, 1909-1912-ci illərdə Saratov Universitetinin ilk rektoru olan V.İ.Razumovski 1919-cü ilin 8 sentyabrından 1920-ci ilin 26-ı mayınadək BDU-ya rəhbərlik edir” (6).

Q.Dünyaminqızı məqaləsinin sonunda bildirir: “Sovet dövrü tədqiqatlarını nəzərdən keçirərkən aydın olur ki, V.İ.Razumovskiyyə Şura hökumətinin münasibəti təzadlı olub. Cümhuriyyətin süqutundan sonra bolşeviklər Cümhuriyyət dövrünün idarəetmə aparatını dağıdaraq inzibati amiranəlik “idarəetmə” sistemini yaratmağa başladılar. Ölkədə qurulan bu amiranəlik rejimi “Azərbaycan xalqının milli dövlətçilik ənənələrini, milli ruhunu məhv etməyə istiqamətləndirildi. Bu ilk olaraq təhsildən başladı. Xüsusən də yeni yaradılan BDU-dan. Respublikanın Sovet Rusiyası tərəfindən idarə edilməsi BDU-nun da işinin məzmununu tamamilə dəyişməyə istiqamətləndirildi” (5).

Moskva Dövlət Universitetinin məzunu, Moskvada və Xarkovda psixiatrik xəstəxanada çalışan, Xarkov Qadın Tibb İnstitutunun sinir və zehni xəstəliklər kafedrasında işləyən, klinik neyrogenetikanın qurucusu kimi tanınan Sergey Ni-

kolayeviç Davidenko “1920-ci il noyabrın 23-də Birləşmiş Cəmiyyətlər Şurasının iclasında gizli səsvermə yolu ilə BDU-nun rektoru seçilib” (6).

Müəllifin “Təzyiqlər onu da “səhhətindən şikayətlənməyə” vadar etdi” sərlöv-həli məqaləsi S.N.Davidenkonun həyatına, BDU fəaliyyətinə həsr edilib. Onu da qeyd edək ki, A.N.Davidenko haqqında yazılan bu geniş məqalə dövrü mətbuatımızda çap olunan ilk məqalədir. Q.Dünyaminqızı yazır ki, onun rəhbərliyi dövründə ilk olaraq “Xalq Maarif Komissarlığının 6 dekabr 1922-ci il kollegiyasının qərarına əsasən Bakı Dövlət Universitetinin adı dəyişdirilərək Azərbaycan Dövlət Universiteti adlandırıldı. Xalq Maarif Komissarlığının yerli-yersiz sərəncamları tez bir zamanda S.N.Davidenkovu da V.İ.Razumovski kimi “səhhətindən şikayətlənməsinə” gətirib çıxardı. O, 1923-cü il sentyabrın 29-da ərizə yazaraq “xəstəliyinə və ailə şəraitinə görə” universitetin rektoru vəzifəsindən “imtina” etdi (6).

Q.Dünyaminqızı BDU-nun üçüncü rektoru Aleksandr Dmitriyeviç Qulyayev haqqında bəhs etməzdən əvvəl BDU-nun yaranma tarixi, fəaliyyəti ilə bağlı sovet dövründə yazılan anlaşılmazlıqlara da diqqət yetirir.

“1923-cü il oktyabrın 15-də prorektor Aleksandr Dmitriyeviç Qulyayev BDU-nun rektoru seçildi”. Müəllif qeyd edir ki, arxiv sənədlərinə əsaslanaraq deyər bilirik ki, A.D.Qulyayev BDU-ya rəhbərlik etdiyi illər (1923-1926) universitetin həyatında mühüm hadisələr baş verdi, qərarlar qəbul edildi. Təbii bu qərarlar hökumətin “qayda-qanun”larına uyğun idi. O, 1923-cü ilin oktyabrında rektor seçilərəkən BDU-nun Nizamnaməsinə əsasən “Şərq fakültəsi istisna olmaqla, digər fakültələrdə bütün məcburi kursların və məşğələlərin rus dilində aparılması haqqında qərar qəbul etdi” (1, 7). Və yaxud elə həmin il universitetin Nizamnaməsinə “yeni bir maddə də əlavə edildi. Bu maddəyə əsasən universitet şurasının, fakültələrin idarə heyətinin, klinik şuranın bütün protokollarının, təftiş komissiyası aktlarının bir nüsxəsi Xalq Maarif Komissarlığının Baş Maarif İdarəsinə təqdim edilməlidir”. Bir il sonra “1924-cü ilin yanvarından Azərbaycan Dövlət Universiteti Vladimir İliç Lenin adına Azərbaycan Dövlət Universiteti adlandırıldı” (6).

BDU-nun dördüncü və ilk Azərbaycanlı rektoru Tağı Abbas oğlu Şahbazi (Simurq) oldu. Azərbaycan sovet ədəbiyyatının, publisistikasının görkəmli nümayəndəsi olan T.Şahbazi həm də BDU-nun qurucularından olub. Əksər tədqiqatçıların fikrincə, Tağı Şahbazi BDU-ya rəhbərlik etdiyi illərdə (1926-1929) “Azərbaycanın milli mənafeyi uğrunda mübarizə aparan qüvvələrin səyi nəticəsində universitet özünün əsl simasını qoruyub saxlaya bilmişdir” (3, 67). Məhz həmin illərdə “universitetin elmi və siyasi həyatında ən mühüm hadisələrdən biri onun türkləşdirilməsi probleminin irəli sürülməsi olmuşdu. Bu barədə 3 aprel 1927-ci ildə qəbul edilmiş “AK (b) P MK Rəyasət Heyətinin Azərbaycan Dövlət Universiteti haqqında əməli təklifləri” adlı sənəddə göstəriş verilmişdi” (3, 67).

Sözsüz ki, “universitetin türkləşdirilməsi” məsələsi nəinki bu təhsil ocağında, heç respublika ərazisində də “birmənalı qarşılanmır, digər millətlərdən olan professor-müəllim heyəti bunu öz mənafeyinə təhlükə kimi qarşılayaraq, türk millətinin in-

tellektual səviyyəsinin aşağı olması iddiası ilə çıxış edir”(5). Amma bu zaman universitetdə Tağı Şahbazi ilə yanaşı Böyükağa Talıblı, Əbdürrəhim bəy Haqverdiyev, Həmid Şahtaxtinski, Mirzə İbrahimov, Rəşid Əfəndiyev kimi Azərbaycanın tanınmış, savadlı, millətsevər, vətənpərvər ziyalıları da çalışırdılar. Onlar universitetin türkləşdirməsi siyasətini “çox ehtiyatla, digər millətlərdən olanları qorxutmadan həyata keçirdilər” ki, nəticədə “1927-30-cu illərdə universitet tələbələri arasında azərbaycanlıların sayı artır, ana dilində müxtəlif elm sahələrinə dair tədqiqat əsərləri, dərslilər hazırlandı” (4, 16).

Bir faktı qeyd edək ki, BDU-nun rektorları rubrikası altında çap olunan bu məqalələrdə hər dəfə BDU-ya müxtəlif illərdə rəhbərlik edən rektorlardan birinin fəaliyyəti, həyatı haqqında məlumat verilir. Həmçinin onların BDU-ya rəhbərlik etdiyi illər ərzində universitetdə görülən işlərdən, xüsusən də elmin inkişafından, əldə edilən yeni uğurlardan, nailiyyətlərdən geniş şəkildə bəhs edilir. Zəngin arxiv materialları, sənədləri və tədqiqat əsərləri əsasında yazılan bu məqalələr BDU-nun həm də yaranma tarixinə, inkişafına, Azərbaycanda elmin və təhsilin inkişafına həsr edilib. Sözsüz ki, BDU-ya rəhbərlik edən bu rektorların hər birinin universitetdə təhsil və tədrisin keyfiyyətini yüksəltmək, müasir dövrün tələblərinə uyğunlaşdırmaq üçün çox böyük əməyi olub.

Q.Dünyaminqızı bildirir ki, “BDU-ya rəhbərlik edən 25 rektorun həyat və fəaliyyətini bir yerdə əks etdirən heç bir kitab yoxdur, yalnız məqalələr yazılıb, o da bəziləri haqqında. Məsələn, Xalid Əlimirzəyevin “Azərbaycan Dövlət Universiteti 50 ildə” (1969), Aslan Atakişiyevin “Bakı Dövlət Universitetinin tarixi” (1991) və akademik Abel Məhərrəmovun “Bakı Dövlət Universiteti” (2000), “Bakı Dövlət Universiteti-90” (2009) və “Bakı Dövlət Universiteti-95” (2014) əsərləridir. Bu əsərlərdə BDU-nun yaranma tarixi, inkişafı, elmi-tədqiqat mərkəzinə çevrilməsi və s. məsələlər ətraflı şəkildə şərh edilib”.

Məqalələrin müəllifi Q.Dünyaminqızı bu yazıları BDU-nun 100 illik yubileyinə hədiyyə olaraq kitab şəklində çap etdirmək fikrindədir.

Искендерли Назрин Айдын кызы

**Бакинский Государственный Университет в
периодической печати**

Резюме

В 2019 году исполняется 100 лет со дня создания Бакинского Государственного Университета. Бакинский Государственный Университет, оставшийся в наследство от Азербайджанской Демократической Республики, как первое высшее учебное заведение нового типа на мусульманском Востоке со времени создания прошел славный путь, богатый достижениями. 100 летию

университета посвящены ряд мероприятий и статей. В данной научной статье исследуются статьи, опубликованные в периодических изданиях.

Ключевые слова: СМИ, журналист, журналистика, государство, Бакинский Государственный Университет

Iskenderli Nezrin Aydın qızı

Baku State University in the press

Abstract

Year 2019 marks 100 years since the establishment of Baku State University being inherited from Azerbaijan Democratic Republic as the first higher education institution of new type on Muslim East that has gone a glorious way full of achievements. Number of events and articles are dedicated to the celebration of this date of centenary.

This article studies the articles published in periodicals.

Keyword: *Mass media, journalist, journalism, state, Baku State University*

ƏDƏBİYYAT

1. Atakişiyev A. Bakı Dövlət Universiteti. “Bakı Universiteti” nəşriyyatı, Bakı, 1991
2. “Bakı Dövlət Universitetinin 100 illik yubileyinin keçirilməsi haqqında” Azərbaycan Respublikası Prezidentinin sərəncamı. Bakı şəhəri, 14 noyabr 2017. Azərbaycan
3. Əlimirzəyev X. Azərbaycan Dövlət Universiteti 50 ildə. Azərbaycan Dövlət Nəşriyyatı, Bakı, 1969
4. Məhərrəmov A. Bakı Dövlət Universiteti-90. “Bakı Universiteti” nəşriyyatı, Bakı, 2009
5. “Kaspi” qəzeti, 29 yanvar 2018
6. “Kaspi” qəzeti, 5 mart 2018

Rəyçilər: *dosent Könül Niftəliyeva, dosent Mahmud Mahmudov*

Reviewers: *dosent Konul Niftaliyeva, dosent Mahmud Mahmudov*

Рецензенты: *доцент Кенуль Нифталиева, доцент Махмуд Махмудов*

Qəzetin informasiya siyasətində müsahibənin rolu

Xülasə

Əslində “informasiya siyasəti” dolayısı ilə siyasət – yəni politika anlayışını ehtiva etsə də bu iki sözün bir-birindən xeyli fərqli olduğunu da qeyd etməliyik. Media kontekstində informasiya siyasəti hər hansı bir kütləvi informasiya vasitəsinin tipoloji xarakterinə uyğun informasiya seçimi deməkdir”. “Hansı yöndə, hansı sahədə olmasından asılı olmayaraq bütün informasiyalar, əlbəttə, geniş kütlənin ictimai maraqa dairəsində olmalı, ictimai rəy yaranmasına təsir göstərməlidir”. “Lakin bununla belə, ümummilli, transmilli mətbuat orqanları istisna olmaqla, hər bir media vasitəsinin həm də öz auditoriyasına ünvanladığı informasiya seçimi mövcuddur”. Bu seçim auditoriyanın tələbidir. Çünki, məsələn, hər hansı bir media qurumunu (qəzet, televiziya, radio, internet xəbər saytları və s.) təsis edən redaksiyanın yaradıcı kollektivi özünə auditoriya seçir. Bu auditoriyaya uyğun informasiya seçimi prosesinin müntəzəmliyi həmin media orqanının tipoloji xarakterini formalaşdırır. Bu yerdə qeyd edək ki, “tipologiya anlayışı hiss olunduğu qədər də tez və asan başa düşülən məsələ deyil”. “Tipologiya (yunanca *typology*; *typos* iz, nümunə+logiya) kommunikativistikada kütləvi informasiya vasitələrinin öyrənilməsinə sistemli yanaşmanın mühüm hissəsidir. Burada KİV-in təkcə texnoloji xüsusiyyətlərinin deyil, həm də atributkanın və funksiyaların humanitar spesifikasiyasının müəyyənləşdirilməsinə cəhd edilir. Belə müəyyənləşmə informasiyanın məzmununda, janrlarında və formatlarında, yayım vasitələrində... auditoriyaya təsir xarakterində və dərəcəsində fiksasiya olunan, təkrarlanan başlıca informasiya tiplərinin təsnifləşdirilməsi yolu ilə baş verir”

Açar sözlər: *informasiya, kütləvi informasiya vasitələri, informasiya siyasəti, müsahibə, qəzet*

Bu yerdə hər şeydən əvvəl informasiya siyasəti anlayışı özünün elmi izahını tələb edir. Güman etsək ki, informasiya, kütləvi informasiya, informasiya vasitələri kimi anlayışlar hamıya məlumdur, onda biz konkret olaraq informasiya siyasəti anlayışına nəzər sala bilərik. Əslində “informasiya siyasəti” dolayısı ilə siyasət – yəni politika anlayışını ehtiva etsə də bu iki sözün bir-birindən xeyli fərqli olduğunu da qeyd etməliyik. Media kontekstində informasiya siyasəti hər hansı bir kütləvi informasiya vasitəsinin tipoloji xarakterinə uyğun informasiya seçimi deməkdir” (5, s. 137). “Hansı yöndə, hansı sahədə olmasından asılı olmayaraq bütün informasiyalar, əlbəttə,

tə, geniş kütlənin ictimai marağ dairəsində olmalı, ictimai rəy yaranmasına təsir göstərməlidir” (7). “Lakin bununla belə, ümummilli, transmilli mətbuat orqanları istisna olmaqla, hər bir media vasitəsinin həm də öz auditoriyasına ünvanladığı informasiya seçimi mövcuddur” (4, s. 43). Bu seçim auditoriyanın tələbidir. Çünki, məsələn, hər hansı bir media qurumunu (qəzet, televiziya, radio, internet xəbər saytları və s.) təsis edən redaksiyanın yaradıcı kollektivi özünə auditoriya seçir. Bu auditoriyaya uyğun informasiya seçimi prosesinin müntəzəmliyi həmin media orqanının tipoloji xarakterini formalaşdırır. Bu yerdə qeyd edək ki, “tipologiya anlayışı hiss olunduğu qədər də tez və asan başa düşülən məsələ deyil” (2, s. 269). “Tipologiya (yunanca typology; typos iz, nümunə+logiya) kommunikativistikada kütləvi informasiya vasitələrinin öyrənilməsinə sistemli yanaşmanın mühüm hissəsidir. Burada KİV-in tək-cə texnoloji xüsusiyyətlərinin deyil, həm də atributkanın və funksiyaların humanitar spesifikasiyasının müəyyənləşdirilməsinə cəhd edilir. Belə müəyyənləşmə informasiyanın məzmununda, janrlarında və formatlarında, yayım vasitələrində... auditoriyaya təsirin xarakterində və dərəcəsində fiksasiya olunan, təkrarlanan başlıca informasiya tiplərinin təsnifləşdirilməsi yolu ilə baş verir” (3, s. 234). Bu sırada, əlbəttə “informasiya tipi” bizim əsas predmetimizdir. KİV öz auditoriyasını seçərək və bu auditoriyaya uyğun informasiya təqdim etməklə özünün informasiya siyasətini formalaşdırır. Beləliklə, hər hansı bir kütləvi informasiya vasitəsinin informasiya siyasəti onun təsis öncəsi nəzərdə tutduğu auditoriyanın maraqlarını təmin edən xəbər, məlumat sistemini başqalarından fərqləndirən faktını nəzərdə tutur. Bu fakt, bu fərqli informasiya seçimi və təqdimatı qəzetin, digər informasiya vasitələrinin tipologiyasını formalaşdırır. Məhz bununla əlaqədar olaraq ümummilli, mərkəzi, sahə, partiya və s. tipli media qurumları meydana çıxır.

Məlumatlandırmaq, bilgiləndirmək bütün tip kütləvi informasiya vasitələrinin əsas funksiyasıdır. Müasir mətbuat, radio və televiziyanın ən çox diqqət yetirdiyi informasiyadır. İnformasiya cəmiyyət üzvlərinin hamısını maraqlandırdığına görə onun auditoriyası böyük olur. Müasir insan tək-cə öz ölkəsində, öz regionunda, öz rayonunda deyil, habelə dünyada baş verən hadisələrdən xəbər tutmaq istəyir. İsrail-Fələstin münasibətlərinin gərginliyi, ABŞ-ın İraqa qarşı müharibə planı, Almaniya bündəstəqinə seçkilər, Rusiya prezidentinin Gürcüstan haqqında bəyanatı... eyni dərəcədə Azərbaycan oxucusu, dinləyicisi və tamaşaçısı üçün də maraqlıdır. Ona görə də tipindən asılı olmayaraq bütün qəzetlər və telekanallar informasiyanı özlərinin ən mühüm işi hesab edirlər.

Azərbaycanın müasir qəzet sistemində respublika üzrə yayılan və auditoriyası geniş olan bir sıra mətbuat orqanları var ki, onların arasında daha çox informasiyaya önəm verən, yaxud geniş analitik təhlillərə üstünlük verən mətbuat orqanları var. Lakin bu qəzetlərin demək olar ki, hamısı müsahibə janrına müntəzəm yer verir. Həmin qəzetlər içərisində “Yeni Azərbaycan”, “Azərbaycan”, “Xalq qəzeti” kimi iqtidar istiqamətli qəzetləri, “525-ci qəzet”, “Kaspi”, “Şərqi” kimi müstəqil qəzetləri göstərmək olar. Bu tip mətbuat orqanları müsahibə janrına ona görə üstünlük verirlər ki, “müsa-

hibə bir janr kimi jurnalistə hər hansı bir hadisə, problem ətrafında geniş məlumat almağa imkan verir” (6, s. 107). Müsahibə o janrlardandır ki, o həm informasiya kimi, həm də analitik formatda jurnalistin köməyinə gəlir.

Bir məsələni də xüsusi qeyd etməliyə ki, hər bir qəzet müsahibə janrına müraciət edərkən mütləq özünün informasiya siyasətini nəzərə alır. Məsələn, deyək ki, “Ədəbiyyat qəzeti” üçün hər hansı bir siyasi partiyanın fəaliyyəti ətrafında müsahibə onun oxucusuna gərəkli ola bilməz. Yaxud, “İqtisadi xəbərlər” qəzeti üçün hər hansı bir ədəbi hadisəylə bağlı müsahibə maraqsız olardı. Yaxud, ümumölkə auditoriyasına ünvanlanan qəzet, demək olar ki, bütün sahələrə dair müsahibələrə yer verə bilər və s. Bu mənada, məsələn, “525-ci qəzet”, “Kaspi” kimi mətbuat orqanlarında dərc olunan müsahibələrə həm janr baxımından, həm də tematika istiqamətindən nəzər salmaq maraqlı olardı. Əvvəlcədən qeyd etmək ki, “Kaspi” qəzeti Azərbaycanın KİV sistemində müstəqil mətbuat orqanı kimi ümumrespublika oxucu auditoriyasına ünvanlanan və hətta ümumrespublika qəzeti kimi tipoloji bir keyfiyyəti qazanmaq arzusu ilə fəaliyyət göstərməkdədir. “Kaspi” qəzetinin bu tipoloji xarakteri onun səhifələrindəki ümumölkə ictimai marağında olan fakt kimi dəyərləndirməyə imkan verir. Məsələn, aydındır ki, son vaxtlar – yəni 2010-2018-ci illər müddətində və hiss olunur ki, bundan hələ bir müddət də sonra dünyada terror hadisəsi intensiv şəkildə alınıb və alınmaqdadır. Azərbaycanın geosiyasi vəziyyətinə nəzər salsaq görərik ki, dünyanı bürüyən terror hadisəsi bizim üçün də təhlükə törədə bilər. “Azərbaycan Qafqazın, Xəzər-Qara dəniz hövzəsinin, Avrasiyanın və bütövlükdə qlobal dünyanın mühüm geosiyasi, geoiqtisadi və geostrateji əhəmiyyət kəsb edən bir bölgəsində yerləşir. Odur ki, bir dövlət olaraq onun milli maraqları, milli təhlükəsizliyi region və qlobal dünya maraqlarından ayrıca, təcrid olunmuş şəkildə təmin oluna bilməz. Azərbaycanın, Qafqazın, Xəzər-Qara dəniz hövzəsinin və bütövlükdə Avrasiyanın təhlükəsizlik məsələlərinə müxtəlif yanaşmalar, qlobal, regional və milli maraqlar, onların arasındakı üst-üstə düşən və kəsişən məqamlar hazırda geniş müzakirə olunan mövzular"dandır” (1, s. 695). Göründüyü kimi, Azərbaycan bir sıra təhdidlərdən, o cümlədən terror təhdidlərindən qorunmaq üçün problemin köklərinə bələd olmalıdır. “Kaspi” qəzeti bir səhifəlik “Nüvə təhlükəsizliyi sammiti yaxşı fürsətdir” (8) sərlövhəli bir müsahibədə dünyaya və o cümlədən Azərbaycana təhlükə törədən məsələlərə aydınlıq gətirmişdir. Qəzet müsahibəyə giriş sözündə - yazının head-layn hissəsində göstərir: “Son vaxtlar terror aktları dünyanın müxtəlif ölkələrinə ayaq açaraq dövlətləri təhdid etməklə bərabər, çoxsaylı günahsız insanları da qurbana çevirib. Təkcə cari ilin mart ayında Türkiyənin, Belçikanın mərkəz şəhərləri sayılan Ankara və Brüssel-də, iki gün bundan öncə isə Pakistanın Lahor şəhərində terror aktları törədilib...” (8). Bu hadisələr zamanı ölənlərin sayını təqdim etməklə qəzet terror faciələrinin miqyasını göstərir və xüsusi qeyd edir ki, “Azərbaycanın da bu bəla ilə üzləşmə ehtimalı və digər məsələlərlə bağlı “Kaspi”nin suallarını “Atlas” Araşdırmalar Mərkəzinin rəhbəri, politoloq Elxan Şahinoğlu cavablandırır” (8). Müsahibədə E.Şahinoğlu müxbirin terror hadisələrinin niyə belə intensivləşməsi, terrora qarşı Suriya ətrafında yara-

dılan Koalisiyanın nəticəsiz qalmasının səbəbləri və s. kimi ciddi əhəmiyyət kəsb edən suallar içərisində Azərbaycanla bağlı sualı da cavablandırır. Müxbirin sualı bu gün ayrı-ayrı adamları deyil, Azərbaycan cəmiyyətinin hər bir üzvünü narahat edən problemlə bağlıdır.

Azərbaycan media sistemində müstəqil jurnalistikanın aparıcı qəzetlərindən olan “525-ci qəzet” də ümumazərbaycan auditoriyasını özünə daimi adresat seçmiş və öz tipologiyasını, informasiya siyasətini buna görə formalaşdırmışdır. Qəzet yarandığı ilkin çağlarda – 1992-1995-ci illər arasında xeyli dərəcədə müxalif mövqedə olub hakimiyyətdən narazı elektoratı nəzərdə tutsa da, 1990-cı illərin ikinci yarısından ölkənin hərtərəfli inkişafına dəstək prinsipini əsas tutaraq tamamilə müstəqil mövqedə dayanıb ümumölkə miqyasında ictimai maraq kəsb edən yüzlərlə maraqlı müsahibə dərc etmişdir. Bu müsahibələrin hamısında müsahiblər səriştəli, qoyulan problemlərə yaxşı bələd olan informasiya mənbəyi kimi seçilir və verilən suallara ağılabatan cavabları ilə oxucunu razı salırlar. Ümumölkə oxucusuna ünvanlanan bu qəzetin dərc etdiyi müsahibələrdən bəzilərinə diqqət edək. Məsələn, aydındır ki, ünvanlı sosial yardım bu gün hər kəsi maraqlandıran bir problemdir. Hətta, bu məsələ o qədər ciddi ictimai maraq kəsb edir ki, Prezident İlham Əliyev problemi daim şəxsi nəzarətində saxlayır. Və Prezident ölkənin 2016-cı ilin I rübünün iqtisadi göstəricilərlə bağlı müşavirədə bir daha ünvanlı sosial yardımın təyinatı ilə əlaqədar söz deyərək, adamları ələbaxımlıqdan çıxarıb, bunun əvəzində onların xırda sahibkarlıq işinə kömək göstərməyi məsləhət gördü (9).

“525-ci qəzet” bu problemin şəffaflığı ilə bağlı yaradılmış “Vahid Elektron Müraciət və Təyinat Alt Sistemi” (VEMTAS)lə bağlı maraqlı bir müsahibə dərc etmişdir. Müxbir bu qurumun effektiv işi ilə bağlı Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyinin İctimaiyyətlə Əlaqələr Şöbəsinin müdiri Elman Babayevlə müsahibə dərc etmişdir. Bu müsahibədə müxbir ünvanlı sosial yardıma ehtiyacı olan kəslərin bu sahədə sorğularını cavablandıran, onları məmur qəbullarından xilas edən bir Elektron Mərkəzin işi ilə bağlı hamıya aydın bir üslubda məlumat almağa müvəffəq olmuşdur. Bu müsahibədə müxbirin sualları da, suallara verilən cavablar da ictimai maraq prinsiplərinə tamamilə cavab verməkdədir.

Gətirdiyimiz illüstrativ materiallardan aydın göründüyü kimi, qəzetin tipoloji xarakteri bütövlükdə onun informasiya istiqamətini müəyyən etdiyi kimi, müsahibə janrına diqqətinin bir sıra fərqli nüanslarını da ortaya qoyur. Bu sahədə fəaliyyətini təhlil etməyə çalışdığımız qəzetlər və onlardan gətirilən nümunələr iki mühüm nəticəyə gəlməyə imkan verir: 1. Müsahibə bir janr və aparıcı format kimi tipologiyasından asılı olmayaraq bütün qəzetlərin müraciət etdiyi yaradıcılıq formasıdır; 2. Hər bir qəzet müsahibə mövzusunə çevrilən problemi özünün informasiya siyasətinə uyğunlaşdırmağa cəhd göstərir.

Hər iki nəticə müasir mediada bir daha müsahibənin işlək janr olduğunu sübut etməkdədir.

Fridunbekova Guney Salam kizi

Role Interview in Informational Politics of Newspaper

Abstract

If we assume that information and media are well known to everyone, we can clearly glance at the concept of information policy. In fact, it should be noted that, despite the fact that the policy of "information policy" involves politics - ie the concept of politics, these two words are quite different from each other. Within the media context, information policy means the selection of information relevant to the typological character of any media. Each newspaper takes into consideration its information policy when applying to the interview genre. For example, an interview on the activities of some political party cannot be relevant for the reader of "Literature Newspaper". Or an interview about some literary event would not be interesting for the reader of "Economic News" newspaper. Or the newspaper, which addresses the general events, can have interviews about almost all areas, and so on. The newspapers and examples given help us to reach two important conclusions: 1. As a genre and leading format interview is a form of creativity that all newspapers apply regardless of typology. 2. Each newspaper tries to adapt the problem of the interview to its information policy.

Key words: information, media, information policy, interview, newspaper.

Фридунбекова Гюней Салам кызы

Роль интервью в информационной политике газеты

Резюме

Такие понятия, как информация, массовая информация, средства массовой информации известны всем, проанализируем, что такое «информационная политика». На самом деле, «информационная политика» - это та же политика со значительными отличиями. В контексте медиа информационная политика предполагает выбор информации, соответствующей типологическому характеру средств массовой информации. Каждая газета, обращающаяся к жанру интервью, при этом обязательно учитывает свою информационную политику. К примеру, скажем интервью о деятельности какой – либо политической партии, помещенной в газете «Литературная газета» не может вызвать интерес у широкой аудитории. Или же, интервью о каком-либо литературном происшествии в газете «Экономические новости» так же

не будет популярной среди читателей. Или же, газета, рассчитанная на широкую аудиторию, может размещать интервью на любые темы. Прделанное исследование приводит к следующим выводам: 1. Интервью как жанр и ведущий формат, не зависимо от типологии является творческой формой, к которой прибегают все газеты. 2. Каждая газета стремится приспособить проблему, отражаемую в интервью, к своей информационной политике.

Ключевые слова: информация, средства массовой информации, информационная политика, интервью, газета

ƏDƏBİYYAT

1. Həsənov Əli. Müasir beynəlxalq münasibətlər və Azərbaycanın xarici siyasəti. Bakı: Azərbaycan, 2005, 752 s.
2. Məmmədli C. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. Bakı: Zərdabi LTD, 2012, 616 s.
3. ЗЕМЛЯНОВА Л.М. ЗАРУБЕЖНАЯ КОММУНИКАТИВИСТИКА В ПРЕДДВЕРИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА. МОСКВА: ИЗД-ВО МОСКОВСКОГО УНИВЕРСИТЕТА, 2000, 256 с.
4. Коновченко С.В., Киселева Г. Информационная политика в России. Москва: РАГС, 2004, 528 с.
5. ТЕРИН В.П. МАССОВАЯ КОММУНИКАЦИЯ: ИССЛЕДОВАНИЕ ОПЫТА ЗАПАДА. МОСКВА: ПРОГРЕСС, 2000, 410 с.
6. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. Москва: Аспект Пресс, 2011, 320 с.
7. Fendrich M., Johnson T., Shaligram C., Wislar J. The impact of interviewer characteristics on drug use reporting by male juvenile arrestees // Journal of Drug Issues, 1999, Vol. 29, № 1, p. 37–59
8. “Kaspi” qəz., Bakı, 2016, 30 mart
9. “Azərbaycan” qəz., Bakı, 2016, 10 aprel

Rəyçilər: dosent Mahmud Mahmudov, professor Akif Rüstəmov
Reviewers: dosent Mahmud Mahmudov, professor Akif Rustamov
Рецензенты: доцент Махмуд Махмудов, профессор Акиф Рустамов

UOT (070)

İskəndərli Nəzrin Aydın qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Jurnalistika fakültəsi Jurnalistikanın

nəzəriyyəsi və təcrübəsi kafedrasının magistrantı

Bakı Dövlət Universiteti -100 il

Xülasə

Bakı Dövlət Universiteti elm və təhsil sahəsində, milli dövlətçiliyimizin qorunmasında və möhkəmləndirilməsində mühüm rol oynadı. Bu il Bakı Dövlət Universitetinin 100 yaşı tamam olur. Bu yazıda universitetin illər ərzində keçdiyi yol təhlil edilir.

***Açar sözlər:** Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti, dövlət müstəqilliyi, Bakı Dövlət Universiteti, təhsil, elm*

Şərqdə ilk demokratik dövlət kimi meydana gələn Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin şah əsərlərindən biri məhz Bakı Dövlət Universitetidir. 1918-ci il mayın 28-də Milli Şuranın birinci iclası keçirildi. İclasda Azərbaycanın müstəqil dövlət elan olunması haqqında qərar qəbul edildi və Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti yaradıldı. Beləliklə, Azərbaycanın Şərqi və Cənubi Zaqafqaziya hüduqlarında milli dövlətçiliyi bərpa olundu. Ali təhsil müəssisənin yaradılması, ali təhsilli milli kadrların hazırlanması AXC hökuməti qarşısında ən vacib məsələlərdən biri idi. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti Parlamentinin 1 sentyabr 1919-cu il tarixli iclasında Bakıda universitetin təsis edilməsi qərarı qəbul edildi və onun nizamnaməsi təsdiq olundu.

Bakı Dövlət Universitetinin professoru Akif Rüstəmov universitetin 100 illiyinə həsr olunan "Mənim universitetim" məqaləsində yazır: "1919-cu ilin sentyabrında Azərbaycan parlamenti universitetin təsis olunması haqqında sənəd qəbul etdi. Universitetin ilk rektoru V.İ.Razumovski parlamentdə çıxış edərək bu tarixi hadisəni çox yüksək qiymətləndirdi: "Mən çox şadam ki, darülfünunu təsisinə bütün partiyaların vicdanlı münasibət bəslədiyinin şahidi oldum. Azərbaycanda, hətta müsəlman dünyasında bu böyük hadisə - darülfünunun təsisi mərasimi təntənəsini qeyd etməyə, nəinki parlamentin, buraya toplaşan kütlələrin şəxsində ictimai fikri gördüyümə də hədsiz xoşbəxtəm". Universitetdə ilk mühazirə 1919-cu il noyabrın 15-də başladı. Yeni təhsil ocağında 4 fakültə - Şərq şöbəsi olan tarix-filologiya, fizika-riyaziyyat, hüquq və tibb fakültələri vardı"(2).

Bu tarixi hadisəni xalqımız böyük razılıqla qarşıladı. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin rəsmi orqanı olan "Azərbaycan" qəzeti 1919-cu il 17 noyabr tarixli sayında yazırdı: "Azərbaycan Darülfünunu ilk dəfə olaraq açıldı və ilk gündür ki, məşğuliy-

yətə başladı. Darülfünunu məşğuliyyətə başlaması tarixi olan 15 noyabr yeni bir tə-rəqqi dövrünün açılmasının ibtidası olacaqdır" (2).

Təəssüf ki, 1930-cu ildə Xalq Komissarları Sovetinin qərarı ilə yenidən qurul-ma (reorqanizasiya) adı ilə universitet ləğv edildi və onun bazasında Ali Pedaqoji İnstitut yaradıldı. Ancaq 1934-cü ildə Dövlət Universiteti yenidən işə başladı və o, yenə də respublikada elmi-pedaqoji fikrin mərkəzinə çevrildi. İkinci dünya müharibəsi illərində professor-müəllimlərin müharibəyə getmələri ilə bağlı kəskin çatışmazlıqlara baxmayaraq, universitet ölkədə öz öncül mövqeyini qoruyub saxlaya bildi. Universitet alimlərinin 1945-ci ildə Azərbaycan Elmlər Akademiyasının təşkil edil-məsində xüsusi xidmətləri olmuşdur.

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev 14 noyabr 2017-ci il tari-xində Bakı Dövlət Universitetinin 100 illik yubileyinin keçirilməsi ilə bağlı sərəncam imzaladı.

BDU-nun Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi kafedrasının dosenti kö-nül niftəliyeva "Cümhuriyyətin milli yadigarı" məqaləsində yazır: "Universitetin 100 illik yubileyinin keçirilməsi ilə bağlı prezident sərəncamından irəli gələn və-zifələrin icrasına başlanıb. Universitet elmi şurası bu sərəncamla bağlı tədbirlər planı hazırlayıb və təsdiq edib. Xalqımızın qürur mənbəyi olan universitetimizin bu gün dünya universitetləri sistemində özünün layiqli yeri var. baki dövlət uni-versiteti son 15 ildə dünyanın 100-dən çox adli-sanli universiteti ilə qarşılıqlı ya-radicilik məqsədi daşıyan memorandum-niyyət protokolu imzalamışdır. Bu qar-şılıqlı münasibətlər sayəsində həmin universitetlərin təmsil olunduğu ölkələrin bir çoxunda bdu-nun diplomu tanınır. Xarici universitetlərlə bu münasibətlər el-min, təhsilin inkişafı ilə bərabər, ölkəmizin beynəlxalq aləmdə tanınması prose-sinə də təkan verir" (3).

Bu il universitet 100 illik yubileyini qeyd edir. Həyata keçirilən tədbirlərlə ya-naşı dövrü mətuatda da yazılar dərc olunur. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi kafedrasının müdiri, professor Cahangir Məmmədli 2019-cu il 16 oktyabrda Azər-baycan Dövlət Pedaqoji Universitetində keçirilən tədbirdə iştirak etmiş və özünün "Yüz il bundan əvvəl eyni məkanında" məqaləsində tədbir haqqında fikirlərini oxu-cularla bölüşüb.

"Bu tədbir bir çox istiqamətdən maraqlı oldu. Birincisi, bu tədbir Bakı Univer-sitetinin 100 il bundan əvvəl yarandığı və ilk dərslərə başladığı tarixi binada - bugün-kü Dövlət Pedaqoji Universitetinin yerləşdiyi məkandaydı. İkincisi, BDU əməkdaşla-rının qonaq olduğu Pedaqoji Universitetin ilk iki ili Bakı Universitetinə bağlıdır. Bu Universitet Bakı Universitetinin ilk illərinin özəyi olan tarix-filologiya fakültəsinin əsasında - 1921-ci ildə təsis edilmişdir. Üçüncüsü, Bakı Dövlət Universiteti ilə Azər-baycan Dövlət Pedaqoji Universiteti ötən bir əsr ərzində daim bir-birinə dəstək və həyan olmuş, hər iki Universitet bir-biri üçün yüksək səviyyəli kadrlar hazırlamışdır " (1).

Universitet hər zaman Azərbaycanda mütərəqqi fikrin, milli düşüncənin mərkəzi olmuşdur. Burada Azərbaycanın yüzlərlə tanınmış alimləri, ziyalıları, görkəmli diplomatları təhsil almışlar.

“Qonaqlar ADPU-nun geniş və vaxtilə klassik Universitet üslubunda inşa edilmiş dəhlizində maraqlı bir sürprizlə qarşılaşdılar: Bu geniş foyədə düzənlənmiş iki sıra uzun masanın üstündə yüzlərlə kitab, jurnal, toplu vardı. Məlum oldu ki, bütün bu çoxsaylı dərslik, dərs vəsaiti və monoqrafiyaların hamısının müəllifləri vaxtilə Bakı Dövlət Universitetini bitirmiş, bu gün ADPU-da fəaliyyət göstərən alimlərdir. Sərgi çox duyğulu bir məqam yaratmışdı. Və bu sərgi bir daha sübut edirdi ki, BDU və ADPU vaxtilə bir-birindən ayrılıb iki möhtəşəm təhsil ocağı yaratmış və bu gün eyni qayə, eyni məqsədlə mənsub olduqları xalqa xidmət göstərməkdədirlər”(1).

Respublikamızda fəaliyyət göstərən bir çox ali təhsil ocaqları Bakı Dövlət Universitetinin bazasında yaradılmışdır. Azərbaycan Dövlət Pedaqoji Universiteti, Azərbaycan Tibb Universiteti, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti və s.

Universitetin 100 yaşı tamam olur. Çətin və məşəqqətli dövrlərdən keçən universitet 100 il ərzində böyük nailiyyətlərə imza atdı. Fəaliyyət göstərdiyi bu 100 ildə bir çox mübarizələrdən keçib. 1920-ci illərin müəllim-alim çatışmazlığı, 1930-cu illərin Sovet-kommunist repressiyası və bu repressiyanın qurbanlarından olan neçə-neçə universitet müəllimi, 1940-cı illərin rus-alman müharibəsi və bu müharibənin universitetimizə vurduğu ağır zərbələr, 1950-1960-cı illərin azacıq da olsa Sovet ideoloji sisteminin bəzi güzəştləri və universitetimizin dirçəliş illəri, 1970-1980-ci illər ümummilli liderimiz Heydər Əliyevin rəhbərliyi dövründə yeni yüksəliş dövrünə qədəm qoymuş universitetimiz və nəhayət, bugünkü müstəqillik dövründə Azərbaycan dövlətinin qaygısı ilə indi dünya təhsil sistemində öz yeri olan Bakı Dövlət Universiteti.

Göründüyü kimi, universitetimiz enişli-yoxuşlu yol keçsə də, öz elmi-tədris potensialını gücləndirib və müasir günlərimizə möhtəşəm bir maarif ocağı kimi daxil olub.

İskenderli Nezrin Aydın qızı

Baku State University-100 years

Abstact

Baku State University, which has a great contribution to the enrichment of higher education and science traditions in the Republic, to the preservation and consolidation of national statehood. 100 years have passed since the foundation of the University. In this article, we will look at the honorable way that the university has been through these years.

Key words: *Azerbaijan Democratic Republic, state independence, Baku State University, education, science*

Искендерли Назрин Айдын кызы

Бакинский Государственный Университет-100 лет

Резюме

Бакинский Государственный Университет сыграл важную роль в области науки и образования, в сохранении и укреплении национальной государственности. В этом году Бакинскому Государственному Университету исполняется 100 лет. В данной статье анализируется путь, пройденный университетом за эти годы

Ключевые слова: *Демократическая Республика Азербайджан, государственная независимость, Бакинский Государственный Университет, образование, наука*

ƏDƏBİYYAT

1. Məmmədli C. "Yüz il bundan əvvəlin eyni məkanında - Bakı Dövlət Universiteti - 100" , "525-ci qəzet" ,19 oktyabr 2019
2. Rüstəmov A. "Mənim universitetim" , "525-ci qəzet" ,13 noyabr 2018
3. Niftəliyeva K. "Cümhuriyyətin milli yadigarı" , "525-ci qəzet" , 12 fevral 2018
4. https://az.m.wikipedia.org/wiki/Bak%C4%B1_D%C3%B6vl%C9%99t_Universiteti
5. <http://bsu.edu.az/az/content/tarxmz>

Rəyçilər: *dosent Könül Niftəliyeva, dosent Mahmud Mahmudov*

Reviewers: *dosent Konul Niftəliyeva, dosent Mahmud Mahmudov*

Рецензенты: *доцент Кенуль Нифталиева, доцент Махмуд Махмудов*

RADİO-TELEJURNALİSTİKA

UOT (070)

Məmmədli Allahverdi Məhərrəm oğlu

Bakı Dövlət Universiteti

*Radio-telejurnalistika kafedrasının müdiri,
filologiya üzrə elmlər doktoru, professor*

Jurnalistika janrlarında “Molla Nəsrəddin” gülüşü

Xülasə

Məqalədə “Molla Nəsrəddin” satirik jurnalında çap olunan müxtəlif janrların əsərləri təhlil edilib. Qeyd olunub ki, məqalə, xəbər, yazışma, reportaj, reportaj və s. kimi jurnalistikanın janrları “Molla Nəsrəddin” jurnalının səhifələrində aydın şəkildə öz əksini tapmışdır. Mollanəsreddin bu janrlardan ustalıqla istifadə edərək, parlaq folklor nümunələri, feiletonlar, satirik hekayələr, yumoristik şeirlər yaratdı, cəmiyyətin pisləklərini amansızcasına lağa qoyurdu. Jurnal Azərbaycan nəsr və poeziyasının yeni, orijinal bir üslubunun yaradıldığı bir növ yaradıcı bir laboratoriyaya çevrildi. Bu yazıda aparılan araşdırma Molla Nəsrəddin kimi bir jurnalistika məktəbinin tədqiqi üçün böyük əhəmiyyət daşıyır

Açar sözlər: *Mollf Nəsrəddin, jurnalistika, satira, janr, gülüş, üslub*

“Molla Nəsrəddin” satirik jurnalistika məktəbi bəzi istisnalar nəzərə alınmazsa, demək olar ki, öyrənilməyib. Cəlil Məmmədquluzadənin bu sahədəki fəaliyyəti mollanəsrəddinçiliyin özəyi və təməl daşdır. O, hələ “Şərqi-Rus” qəzeti redaksiyasında işləkən, həmin qəzetdə dərc etdirdiyi məqalələri ilə mollanəsrəddinçiliyin əsasını qoymuşdur. Ancaq Mirzəcəmilçi mollanəsrəddinçilik təlim olaraq 1906-cı il aprelin 7-dən başlayıb. Cəlil Məmmədquluzadənin bilavasitə rəhbərliyi ilə keçirilən bu möhtəşəm yaradıcılıq təlimləri 1906-1917-ci illərdə Tiflisdə, 1921-ci ildə Təbrizdə, 1922-1931-ci illərdə Bakıda baş tutub. Qeyd edək ki, mollanəsrəddinçi təlimlərlə bağlı materiallar “Molla Nəsrəddin” jurnalının Tiflisdə 370, Təbrizdə 8, Bakıda 398 - cəmi 776 nömrəsində öz əksini tapmışdır.

İndi mollanəsrəddinçilik xüsusi bir təlim kimi öyrənilir. Bu təlim kitabında tənqidi-realist ədəbiyyatın və jurnalistikanın poetikasından, ideya-bədii istiqamətlərindən bəhs edilir. Mollanəsrəddinçilik azərbaycançılıq ideyasını reallaşdırmaq üçün təlim kitabıdır. Bu təlim kitabının baş müəllifi Cəlil Məmmədquluzadədir. Azərbaycan

canda tənqidi-realist ədəbiyyatın və mətbuatın inkişaf istiqamətlərini və xüsusiyyətlərini müəyyən edən ideya-estetik prinsiplər molla-nəsrəddinçilikdə öz əksini tapmışdır.

Böyük demokrat ədib Cəlil Məmmədquluzadə (1869-1932) 37 yaşında ikən “Molla Nəsrəddin”i yaratdı, jurnal qapananda isə o, 62 yaşın içində idi. Həm bu 25 ilin publisistika çərçivəsində, həm də ondan əvvəlki ədəbi yaradıcılığı ilə Azərbaycan ədəbiyyatı tarixində silinməz cığırılar açdı: satirik ədəbiyyatın, satirik publisistikanın, karikatura sənətinin əsasını qoydu, ilk rəngli şəkilli jurnal yaratdı, kiçik hekayənin böyük ustadı oldu, Azərbaycan ədəbiyyatında “Molla Nəsrəddin” ədəbi məktəbinin, tənqidi realizmin banisi kimi şöhrət qazandı, bir sözlə, milli satirik ədəbiyyatın molla-nəsrəddinçilik ədəbi təlimini formalaşdırdı, bununla da azərbaycançılıq ideyasının ədəbiyyatda və jurnalistikada, ictimai fikirdə əsas yaradıcılarından biri kimi milli qan yaddaşımızda əbədilik qazandı. “Molla Nəsrəddin” jurnalı Azərbaycan xalqının ictimai fikrinin, mədəniyyətinin və folklorunun inkişafında mühüm rol oynamışdır. Milli istiqlal, milli birlik, mənəvi yüksəliş, xüsusilə, ana dili uğrunda mübarizə ideyalarına xidmət etmişdir.

Qəzet, jurnal sahəsində çalışanlar, jurnalistlər daha yaxçı bilir ki, jurnalistikanın müxtəlif janrları var. Məqalə, xəbər, korrespondensiya, müsahibə, reportaj və sairə. Bu janrların tələblərinə dürüst əməl edən “Molla Nəsrəddin” jurnalı həmin janrlarda folklor nümunələrini, şəfqətli, ayıldıcı, sarsıdıcı gülüşü yerində və mükəmməl işlətməmişdir. Bəzi orijinal yaradıcılıq nümunələrini isə yeni janr səviyyəsinə qaldırılmışdır.

Məqalə. “Sizi deyib gəlmişəm” jurnalın birinci sayında dərc olunmuş birinci məqalədir. “Ey mənim müsəlman qardaşlarım! Zəmani ki, məndən bir gülməli söz eşidib, ağzınızı göyə açıb və gözlərinizi yumub, o qədər “xa-xa!..” edib güldünüz ki, az qaldı bağırsaqlarınız yırtılsın və dəsmal əvəzinə ətəklərinizlə üz gözünüzü silib, “lənət şeytana!” dediniz, o vaxt elə güman etməyin ki, Molla Nəsrəddinə gülürsünüz.

Ey mənim müsəlman qardaşlarım! Əgər bilmək istəsəniz ki, kimin üstünə gülürsünüz, o vaxt qoyunuz qabağınıza aynanı və diqqətlə baxınız camalınıza”(1, s.4).

Cəlil Məmmədquluzadə millətin ruhundan qopan bu məhrəm və şəfqətli gülüşlə milləti özünüdərəkə səsəyir.

Cəlil Məmmədquluzadənin “Azərbaycan” məqaləsi baş məqalə timsalındadır. Məqalə “Molla Nəsrəddin” jurnalının 1917-ci ildə çıxan ilk sayında dərc olunmuşdur. Məqalədə oxuyuruq: “Ax, unudulmuş Vətən, ax yazıq Vətən! Dünyalar titrədi, aləmlər mayallaq aşdı, fələklər bir-birinə qarışdı, millətlər yuxudan oyanıb gözlərini açdılar və pərakəndə düşmüş qardaşlarını tapıb, dağılmış evlərini bina etməyə üz qoydular. Bəs sən hardasan, ay biçarə Vətən?! (2, s.4).

Cəlil Məmmədquluzadə bu məqalədə yüksək vətəndaşlıq qayəsini ortaya qoymuşdur. Azərbaycan torpaqlarının işğalı, Vətən anlayışının yaddaşlardan silinmək təhlükəsi. Mirzə Cəlil məqalə janrının xüsusiyyətinə uyğun olaraq oxucunu ideyanın, fikrin düzgünlüyünə, həyatiliyinə və ədalətli olmasına inandırır. Onu məntiqə doğru

yönəldir, düşünməyə vadar edir. Və əsas məqsədinə-Vətən məsələsində həmvətənlərin yatmış yaddaşını oyatmaq məqsədinə nail olur.

Xəbər. Jurnalda xəbər “Molla Nəsrəddin”in teleqramları” kimi təqdim olunur. Nümunələr:

“Peterburq-mart 30. Bütün Rusiya məmləkəti sakitlikdir, qurd quzu ilə otlayır.

Tehran- mart 30. Şah həzrətləri Yevropaya səfərə hazırlaşır.

İstanbul-mart 29. Küçə ilə gedən vaxt öskürməyi Osmanlı hökuməti əhaliyə qəddəğan edib.

Təbriz –mart 30. Camaata hürriyyət müjdəsi verildi: belə ki, sərbazların ciyərcilik, qəssabçılıq və dilənçilik etmələrinə dövlət tərəfindən maneçilik yoxdur.

Şamaxı-30 mart. Müsəlmanlar tərəqqi etməkdədirlər. Bir rus aptekçisinə izn verilib qiraətxana açsın, bu şərt ilə ki, türkcə orada bir şey oxunmasın.

Təbriz-30 mart. Hacı Qurbanın şəkər zavodu yandı və iki milyon zərər mülahi-zə olunur. (3, s.19).

Bu xəbərlər günün konkret hadisə və faktını ifadə etməsə də satirik gülüş vasitəsilə zamanın, mühitin mənzərəsini, günün əsas mövzularının nədən ibarət olduğunu əks etdirir.

Korrespondensiya.“Molla Nəsrəddin” müəyyən məlumatların yayımlanması, estetik idealının təqdimi üçün analitik janrlardan geniş istifadə edirdi. Əlbəttə, yeni üslub və metodlarla. Xüsusilə, satiranın gücü ilə. Məlumdur ki, xəbərdən fərqli olaraq korrespondensiyada fakt və hadisə təkcə çatdırılmır, həm də təhlil olunur, müəllif mövqeyi bildirilir. “Molla Nəsrəddin” jurnalının 1908-ci il birinci sayında dərc olunan “Müəllimlər”, 26-cı sayında “Babilər”, 29-cu sayında “Dua”, 39-cu sayında “Politika aləmindən” yazıları məhz korrespondensiya nümunələri sayıla bilər. “Dua” korrespondensiyasına diqqət yetirək. Müəllif onu düşündürən və narahat edən hadisədən danışır. Tiflisdə yaşayan iranlılar teleqrafla Sultan Əbdülhəmidə dua göndərirlər. Guya sultan tərəfindən “qanuni-əsasi”nin elan olunması iranlılar tərəfindən sevinc və razılıqla qarşılanmış, bunu ona dua göndərməklə bildirmişlər. Jurnalistin incə detallarla təhlili və sonda öz mıvqeyini özünəməxsus tərzdə ortaya qoyması sultan siyasətinin iç üzünü açır. Yazının sonunda məlum olur ki, söhbət konkret olaraq sultandan və iranlılardan deyil, Osmanlıda seçiləcək millət vəkillərinin faciəli taleyindən gedir. “Ax yazıqlar, biçarələr, başdaşlılar, bəxti qaralar! Mənim yazığım gəlir haman millət vəkillərinin balaca uşaqlarına ki, ataları cəm olacaqlar İstanbula, millət məclisinə və uşaqları da gözləyəcəklər ki, bir aydan sonra atalarımız qayıdıb və bizə tilməkli qırmızı fəs gətirəcəklər.

Doğrudan, Osmanlının əvvəlinci millət məclisinin vəkillərinə çox yazığım gəlir; ondan ötrü ki, göz gördüyümdən qorxur. Vallah öz gözümünən görmüşəm, öz başıma gəlib. Elə hər yanda ki, millət məclisi eşitmişəm, - axırını da belə görmüşəm” (4.s. 229). Məsələyə publisist mədəniyyəti ilə yanaşma budur.

Müsahibə.“Molla Nəsrəddin” jurnalında müsahibələr sualların dəqiqliyi və sərrastlığı ilə fərqlənir. Şübhəsiz, müsahibənin uğuru müsahibə ünvanlanan sualla-

rın düzgün tərtib edilməsindən xeyli dərəcədə asılıdır. Müasir jurnalistikada da müsahibə janrından geniş istifadə olunur. Bu janrın klassik nümunələrini isə Cəlil Məmmədquluzadə yaratmışdır. Cəlil Məmmədquluzadə jurnalın 1906-cı il 2-ci sayında “Çerivanski ilə yoldaşının söhbəti” adlı bir müsahibəni dərc etmişdir. Janrın tələblərinə uyğun olaraq “Çerivanski ilə yoldaşının söhbəti” müsahibə apararı tərəfin “girişi” ilə başlayır və onun “son sözü” ilə tamamlanır. Müsahibə apararı bəzən sual əvəzinə təsdiq cümlələrindən yararlanır və öz məqsədinə uurla çatır. Müsahibə nəticəsində dövlət dumasında antimüsəlman mövqeyi ilə tanınan Çerivanskinin əsl siması üzə çıxır...

“Molla Nəsrəddin”in əsas məqsədi mühitə, mühitin yaratdığı mövhumata, cəhalətə qarşı mübarizə olduğundan jurnaldakı müsahibələrin bir çoxu bu mövzudadır. Jurnalın 1909-cu il 7-ci sayında “Lağlağı” imzası ilə müxbir Dəlinin Axund ilə söhbəti verilmişdir. Müxbir əvvəlcədən söhbətin Huh peyğənbərdən getdiyini bildirmiş və buna görə də müsahibəyə çox ciddi hazırlaşmışdır. Diqqət yetirək:

“Dəli - Axund, Nuh peyğənbər tufan zamanında gəmisinə kimləri qəbul elədi?

Axund – Yalnız iman gətirənləri.

Dəli – Demək, asilərin hamısı tələf oldu?

Axund – Bəli, tək bir məxluq da qalmadı.

Dəli – Çox əcəb, şəkk yox ki, asilərin başçısı olan və həzrət Adəmi aldadan şeytani-məlnun da tələf oldu.

Axund – Təəssüf ki, şeytani-məlnun bijliklə yaxasını qurtardı.

...

Dəli – Allah ömürlər versin! Axund, tufan yalnız Nuh qövmünümü həlak etdi, yoxsa cəmi yer üzündə məxluqatı?

Axund – Şəkk yox, yer üzündəki cəmi məxluqatı həlak etdi, ancaq gəmidəkilər xilas oldu”(4.s.521).

Reportaj. Jurnalist reportaj hazırlayarkən birbaşa hadisənin iştirakçısı olur, çevik, operativ müşahidələr aparır, maraqlandığı insanları, hadisələri daha yaxından izləyir, hadisənin təfərrüatlarını canlandırır. Bütün bunlardan nəticə çıxarmağı isə oxucunun öhdəsinə buraxır. “Molla Nəsrəddin” jurnalının 15 dekabr 1906-cı ildə çap olunmuş “Gimnaziyada təzə məscid” felyetonunda olduğu kimi. Müxbir əvvəlcə oxucunu məlumatlandırır, sonra reportajı təqdim edir: ...Təxminən bir saat qədərincə molla əfəndi dua oxudu. Oxudu, oxudu, oxudu, oxudu... Axırda birdən başladı ağlamağa, ağladı, ağladı və başını yuxarı qalxızıb başladı divarlarda padşahın şəklini axtarmağa. Gözünü divarlara dolandırıb üzünü çöndərdi dal divara və divardan asılan şəkillərin birini padşahın şəkli sanıb getdi durdu hamı şəklin qabağında, dalını çöndərdi camaata və başladı dua eləməyə. Bu heyndə rus qulluqçularından bir parası başladı gülməyə. Mən əvvəl təəccüb elədim, amma sonra gördüm ki, molla əfəndi dua elədiyi şəkli padşahın şəkli deyil, rus ədiblərindən Turgenevin şəkli. Müsəlmanlardan bir neçəsi molla əfəndiyə yavuqlaşdı başladılar pıçıldamağa ki, a rəhmətliyin oğlu, o ki padşahın şəkli deyil. Amma eşidirmə: “Məhəbbət bir bəla şey-

dir”. (3, s.306). Bu reportajda müxbir seyrçi mövqeyi tutaraq hadisələrə şəxsi münasibətini bildirməmişdir. Bu isə müasir jurnalistikanın əsas şərtlərindən biridir.

Jurnalın 1906-cı il 18-ci sayında dərc olunmuş “Qoloşapovun geri çağırılması” reportajı da çox canlı və dinamik hazırlanmışdır. Əlbəttə, bu cür reportajlar “Molla Nəsrəddin”də çoxdur.

“Molla Nəsrəddin” jurnalında jurnalistikanın müxtəlif janr istiqamətlərini özündə daşıyan “hesabatları”, “nekroloqları”, “söhbətləri”, “resenziyaları” da xalqın gülüş, yumor, satira mədəniyyətinin müxtəlif formaları kimi təhlilə cəlb etmək olar. Ancaq mən “Molla Nəsrəddin” jurnalında istifadə olunan “**Atalar sözləri**” haqqında danışmaq istəyirəm. Niyə? Ona görə ki, istedadlı qələm sahibi Cəlil Məmmədquluzadə “atalar sözləri”ni yeni janr səviyyəsinə qaldırmışdır. Jurnalda işlədilən “Atalar sözləri” dəyişdirilərək özünəməxsus şəkildə təqdim olunmuşdur. Həmin “Atalar sözləri” ilk oxunuşda gülüş doğursa da, çox dərin ictimai, siyasi və sosial mətləblərdən xəbər verir. O dövrün mühitini və əhval-ruhiyyəsini gözlərimiz qarşısında canlandırır. Bir neçə nümunəni diqqətinizə çatdırmaq istəyirəm.

Ata malı olan yerdə özün qazandığın haramdır.

Adamın ölümü bikaqların bayramıdır.

Ac toyuq yuxusunda plov görər.

Açıq ağız ac qalmaz – küçələrimizin tozuna allah bərəkət versin.

Axşamın içini sabaha qoy, sabahın işini axşama.

Adam yata – yata alim olar.

Adama sözü min kərə deyərlər, qanmasa eybi yoxdur.

Anlayana da qul ol, anlamayana da.

Ölüdən şeytan da əl çəkər, arvadlar əl çəksə.

Ölmə, eşşəyim, ölmə, yaz gələr, hürriyyət bitər.

Uşağın şüurlusu dərsdən qaçar.

At at ilə boğuşar, hökumətin işi rast gələr.

Eşşəyə gücü çatmır, müsəlmanı taptayır.

İşləmək adamı puça çıxardar.

İşsizlik dövlətlilik açarındır.

İkiarvadlı ev bərəkətli olar.

Başladığın işi yarıda qoy.(5. s.2).

“Molla Nəsrəddin” jurnalı yazır ki, dünyada hər bir kəs üçün sözdən böyük yadigar yoxdur, zira ki, mal-mülk tələf olur gedir, amma söz qalır. Belə ki, keçmiş hökəmanın, şüəranın sözləri hala bağlıdır. Buna görə türk hökəmalarınınin təcrübəli və işə yarar zərb məsəllərindən “Atalar sözü” namilə bir neçəsini məcmuəmizdə yazdıq ki, oxucularımız oxuyub lazımı yerində onlardan istifadə etsinlər.

Jurnal klassik “Atalar söz”lərinə yeni bir məna verir. Həmin “Atalar söz”ləri orijinalda tam başqa bir məna və mahiyyət daşıdığı halda burada mənasını dəyişir və bir az da yumor, gülüş yaradır.

“Molla Nəsrəddin” jurnalında dərc edilən “Atalar sözü” xalqı özünü dərk etməyə, hüququnu, haqqını bilməyə, onu tələb etməyə çağırırdı. Burada dərc edilən “Atalar sözləri” mükəmməl bir sənət nümunələri olmaqla yanaşı, həm də millətin mənəvi cəhətdən formalaşmasına xidmət edirdi. Bu çoxcəhətli nümunələr əsil folklor yaradıcılığı idi. Burada təbəssüm də var, kinayə də. Gülüş də var, kəskin tənqid də.

Mammadli Allahverdi Maharram oğlu

Laughter of “Molla Nasreddin” in the genres of journalism

Abstract

The article deals with the analysis of the works of the different genres published in the satirical journal “Molla Nasreddin”. It is noted that such genres of journalism as an article, news, correspondence, interview, reportage etc. Were reflected in the journal “Molla Nasreddin”. The Mollanasreddin’s masterfully using these genres created the brilliant folklore samples, feuilletons, satirical articles, stories, humorous verses ridiculing ills of society. The journal became a kind of creative laboratory that created a new, original style of the Azerbaijani prose and poetry. The research carried out in this article is of great significance for study such a school of journalism as “Molla Nasreddin”.

Keywords: “Molla Nasreddin”, journalism, genres, satire, laughter, style

Мамедли Аллахверди Магеррам оглы

Смех «Моллы Насреддина» в жанрах журналистики

Резюме

В статье анализируются произведения различных жанров, опубликованные в сатирическом журнале «Молла Насреддин». Отмечается, что такие жанры журналистики, как статья, новости, корреспонденция, интервью, репортаж и др., нашли свое яркое отражение на страницах журнала «Молла Насреддин». Молланасреддиновцы, мастерски используя эти жанры, создавали блестящие фольклорные образцы, фельетоны, сатирические рассказы, юмористические стихотворения, нещадно высмеивая пороки общества. Журнал стал своего рода творческой лаборатории, в которой создавался новый, оригинальный стиль азербайджанской прозы и поэзии. Исследование, проводимое в данной статье, имеет большое значение для изучения такой школы журналистики, как «Молла Насреддин».

Ключевые слова: Молла Насреддин, журналистика, жанры, сатира, смех, стиль

ƏDƏBİYYAT

1. Məmmədquluzadə C. Əsərləri, 4 cilddə, II cild. Bakı, “Öndər Nəşriyyat”, 2004
2. Məmmədquluzadə C. Əsərləri, 4 cilddə, III cild. Bakı, “Öndər Nəşriyyat”, 2004
3. “Molla Nəsrəddin” jurnalı, 12 cilddə, I cild, Bakı, “Elm”, 1988
4. “Molla Nəsrəddin” jurnalı, 10 cilddə, II cild, Bakı, “Azərnəşr”, 2002
5. “Molla Nəsrəddin” jurnalı, 7 aprel 1906-cı il, №1

Rəyçilər: professor Alxan Məmmədov, professor Qulu Məhərrəmli

Reviewers: professor Alxan Mamedov, professor Qulu Maharramli

Рецензенты: профессор Алхан Мамедов, профессор Гулу Магеррамли

UOT (654.197)

Məhərrəmli Qulu Məmmədqulu oğlu

Bakı Dövlət Universiteti

Radio-telejurnalistika kafedrasının professoru

Azərbaycan telekanallarının yaradıcılıq problemləri

Xülasə

Məqalədə, Azərbaycan televiziya məkanında peşəkarlığın və yaradıcılığın aşağı səviyyəsinin səbəbləri ilə əlaqəli problemlərdən bəhs olunur. Müəllifin fikrincə, İnternet və sosial şəbəkələr kimi güclü bir rəqibin olmasına baxmayaraq, Azərbaycan telekanalları tamaşaçıların diqqətini cəlb etmək, təsir gücünü və proqramların effektivliyini artırmaq üçün qətiyyətli addımlar atmağa qadir deyil. Bunun səbəbi bir tərəfdən televiziya kanallarının yayımlanması ilə bağlı qeyri-müəyyən siyasət və bir tərəfdən müstəqillik və yaradıcı sərbəstliyin olmaması, digər tərəfdən isə peşəkarlığın olmamasıdır. Bunun əsas səbəblərindən biri kimi müəllif yayım haqqında qanuna əməl edilməməsini ən ciddi nöqsanlarla bərabər qoyur.

Açar sözlər: *televiziya proqramı, format, telekanal, peşəkarlıq, reyting, televiziya jurnalistikası*

Hazırda mediada və sosial şəbəkələrdə ölkə telekanallarının qeyri-qənaətbəxş vəziyyəti, verilişlərin müasir tələblər səviyyəsindən geri qalması, auditoriyanın istək və maraqlarına cavab verməməsi, TV aparıcılarının efirdəki qeyri-peşəkar və etik cəhətdən yolverilməz davranışları geniş müzakirə olunur. Yerli televiziyanın xoşagəlməz durumu, auditoriyanın narazılığına səbəb olan qıcıqlandırıcı fəaliyyəti bəzən parlamentdə də ciddi diskussiyalara və fikir ayrılıqlarına səbəb olan əsas mövzularındandır. Bəs ölkə teleməkanında yaranmış və davam etməkdə olan belə mənfi tendensiyanın səbəbi nədir?

Günümüzün bu vacib sualına cavab verməzdən əvvəl belə bir məqamı qeyd edək ki, “kommunikasiya sahəsindəki inkişafın son mərhələsində meydana çıxan, özündən əvvəlki vasitələrdən, demək olar ki, təsirlənməyib və tamamilə yeni bir istiqamət müəyyənləşdirən” internetin (1, s.95) bütün dünyadakı ciddi uğurlarına baxmayaraq TV bir informasiya kanalı kimi hələ də öz üstünlüklərini saxlayır. Xüsusən Qərbin inkişaf etmiş ölkələrində əhalinin 70 faizə yaxını əsas yenilikləri teleekrandan alır. Televiziyanın eyni anda insanların həm şüuruna, həm də hisslərinə təsir etməsinin üstünlükləri də burada öz rolunu oynayır.

Bu gün *audiovizual epoxada* yaşadığımızdan müasir insan üçün informasiyanın özəyini məhz *görüntü* təşkil edir. Bu baxımdan TV həmin görüntünü çatdırmağın əsas aləti funksiyasını yerinə yetirir (2;3). Digər tərəfdən, həmin *vizual informasiyanı*

istehsal edib yayanların da sayı artır. Məsələn, son hesablamalara görə, hazırda dünyada 2,5 milyarddan çox adam rəqəmli fotokamera ilə, 1 milyard nəfərdən çox aktiv mobil telefon istifadəçisi (başqa sözlə, dünya əhalisinin yarısı) isə smartfonla görüntülər çəkib internetə yükləyir, əyləncə, istirahət və iş məqsədilə bu görüntülərdən istifadə edir. TV süjetlərinin də bu sıraya əlavə olunması virtual aləmdə görüntü axınıni xeyli sürətləndirir. İndi *Yutub, Feysbuk, Instagram* kimi veb-saytlara gündə milyonlarla şəkil və video qoyulur. Təkcə Instagramın 100 milyon aylıq aktiv istifadəçisi var, gündə buraya 40 milyon şəkil əlavə olunur. 2018-ci ilin məlumatına görə, Yutuba hər dəqiqə ümumi davamiyyəti 81 saat olan yeni videolar yüklənir (*www.youtube.comwatch*).

Əslində belə fasiləsiz görüntü axını, texnoloji üstünlüklər, dünya ilə səsleşmənin asanlaşması və informasiya bolluğu şəraitində Azərbaycan telekanalları da öz auditoriyasını maraqlı layihələrlə cəlb etməli idi. Amma görünür, burada sağlam məntiqin diktəsi təsirsiz olduğundan tamamilə əks proseslər gedir. Yəni artıq danılmaz faktdır ki, hazırda Azərbaycanda tamaşaçı auditoriyası 10-15 il əvvəllə müqayisədə sürətlə daralır, yerli televiziya proqramlarına baxanların sayının kəskin şəkildə azalması tendensiyası güclənir. Ölkə tamaşaçısı əsasən xarici telekanallara (TRT, ORT, RTV, CNN, BBC, Avronyus və s.) baxır, yerli TV-lərin ən reytingli verilişinin topladığı tamaşaçıların sayı çox azdır. Fikrimizcə, seyrçilərin yerli kanallardan üz döndərməsinin əsas səbəbləri (4, s.32; 5, s.14) aşağıdakılardır:

- tamaşaçı yerli kanallardan gərəkli bilgi ala bilmir;
- informasiya proqramları daha çox təbliğat yöümlüdür;
- TV-lər cəmiyyət həyatını dolğun ifadə edə bilmir;
- ekran-efir demokratik və mədəni dəyərlərə maraq oyatmır;
- maarifçi verilişlər azalıb və keyfiyyəti aşağı düşüb;
- ədəbi-bədii proqramlar estetik dəyər səviyyəsi qazana bilmir;
- verilişlərin əksəriyyəti həyatla bağlı olmadığından maraq oyatmır;
- gəncləri qane edəcək müasir forma və məzmunlu verilişlər yox səviyyəsindədir;
- ekranda ictimai müzakirələr yox dərəcəsidir, olanlar da birtərəflidir və s.

Bu çatışmazlıqların əsas səbəbi bir tərəfdən, teleradio kanallarının qeyri-müstəqilliyi, TV-lərin cəmiyyəti narahat edən problemləri ictimai müzakirəyə çıxarmaq iqtidarında olmaması, tənqidi fikrə yer ayrılmaması, ictimai diskussiyaların aparılmaması, məhdud mövzularla kifayətlənməsi, vacib məsələlərə diqqət yetirməməsi, digər tərəfdən isə teleradio yayımı haqqında qanunlara məhəl qoyulmaması, o cümlədən fikir plüralizminə yer verilməməsi və ekranda peşəkarlıq səviyyəsinin aşağı olması ilə bağlıdır.

Ölkədə teleradio yayımının hüquqi əsaslarının yaradılmasına, teleradio və ictimai yayım haqqında ayrıca qanunların qəbul edilməsinə (3; 6, s.58), həmçinin yayım sahəsində dövlət siyasətini tənzimləyən ayrıca qurumun (MTRŞ) mövcud olmasına baxmayaraq ekrana çıxan verilişlər auditoriyada ciddi maraq doğurmur. Xəbər və xə-

bərdəntörəmə proqramlar yeknəsəq və maraqsızdır, daha çox təbliğat xarakteri daşıyır, ciddi siyasi və sosial-iqtisadi informasiyalara yer verilmir. Ölkədəki mövcud problemlər və onların həlli yolları barədə lazımcə danışılmır. Telekanalların əksəriyyətinin informasiya proqramlarında canlı bağlantılar, maraqlı müsahibələr, cəmiyyətdə geniş maraq doğuran məsələlər barədə xüsusi reportajlar, araşdırma və təhlillər verilmir. Ekranlara köhnə sovet təşviqat sisteminin ab-havası hakim kəsilib. Telekanalların ədəbi-publisistik verilişlərində sözdən, mənadan çox süni pafos, informasiya proqramlarında isə məlumatdan daha çox yalan və şişirtmə halları hələ də özünü göstərməkdədir.

Azərbaycan telekanalları ilə bağlı ən paradoksal cəhət budur ki, “Teleradio yayımı haqqında” AR qanununda efir üçün hazırlanan verilişlərin məzmununa ciddi tələblər verildiği halda reallıqda bu tələblərə məhəl qoyulmur. Məsələn, qanunda verilənlərin məzmunu ilə bağlı aşağıdakı tələblər (maddə 32) irəli sürülür:

- maarifçilik və mədəniyyət məsələlərinə üstünlük verilməli, proqramların tarazlaşdırılması yolu ilə efirin kommersiya, informasiya, yaxud digər eynitipli verilişlərlə yüklənməsinin qarşısı alınmalıdır;

- hər kəsin öz fikir və baxışlarını sərbəst şəkildə ifadə etmək hüququna şərait yaradılmalıdır, bu şərtlə ki:

- informasiyanın tərəfsizliyi, qərəzsizliyi, əhatəliliyi, tam və doğru-dürüstlüyü prinsiplərinə əməl olunsun;

- proqramı hazırlayanlar qanun qarşısında birbaşa məsuliyyət daşıyırlar;

- insanların şərəf və ləyaqətinin alçaldılmasına, işgüzar nüfuzunun ləkələnməsinə yol verilməməli, şəxslərin Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası ilə müəyyənənən edilmiş hüquq və azadlıqlarına hörmətlə yanaşılmalıdır;

- faktlar və hadisələr ədalətli şərh olunmalı, birtərəfliliyə yol verilməməlidir;

- terrorizm, zorakılıq, qəddarlıq, milli, dini və irqi ayrı-seçkilik təbliğ olunmalıdır;

- proqramlarda (verilişlərdə) dövlət dilindən istifadə təmin edilməlidir;

- teleradio yayımı sahəsində dövlət texniki standartlarına əməl olunmalıdır;

- milli-mənəvi dəyərlərin qorunmasına ardıcıl şəkildə əməl edilməlidir (6, s.75).

Təəssüflə qeyd etmək lazım gəlir ki, istənilən telekanalın yayım siyasətinin düzgün qurulmasından tutmuş, adi bir verilişin məzmununa təsir edəcək faktorları müəyyənənənənən bu müddəaların, demək olar ki, heç birisinə, o cümlədən “*informasiyanın tərəfsizliyi, qərəzsizliyi, əhatəliliyi, tam və doğru-dürüstlüyü*” prinsipinə əməl olunmur. Nəticədə ölkədə və dünyada gedən prosesləri doğru-dürüst əks etdirməli olan xəbər proqramları mahiyyətə səmərəsiz təbliğat və piar məhsuluna çevrilir. Xəbərlərin coğrafiyası məhdud görünür, bölgələrdən verilən süjetlər çox vaxt əkin-biçin və kənd təsərrüfatı məsələlərinə aid olur. Bu proqramlarda eləcə də xəbərəntörəmə verilişlərdə çıxış edən kənd təsərrüfatı mütəxəssisləri və “ekspertlər” hələ də qızgın məhsul yığıcı, əmək fədakarlığı, yüksək gəlir faizləri, ölkənin rifah göstəriciləri, yalnız özlərinə bəlli olan davamlı inkişaf və s. barədə ziddiyyətli məlumatlar verirlər.

Məhz bu cür gərəksiz xəbər süjetləri və şərhərlə bizim telekanallar TV xəbər proqramı və ümumən media üçün üçün vacib olan, hətta zəruriliyi qanunla təsbit edilmiş “aktuallıq, gərəklilik, vacibliq, obyektivlik, maraqlılıq, faydalılıq, relevantlıq, aidlik və s.” kimi bütün dünya mediasının qəbul etdiyi xəbər parametrlərini qulaqardına vururlar.

ANS-in mövcud olduğu dövrlərdə bəzi manipulyativ davranışlarına, xüsusən son illərdə olayları interpretasiya etmək sahəsindəki zəngin “təcrübəsinə” baxmayaraq, hər halda xəbər dəyərləri haqqında bir təsəvvür var idi və telekanalı idarə edənlər mövcud azadlıqlar çərçivəsində bu dəyərləri qorumağa çalışırdılar. Həmin telekanalın bağlanması müəyyən müddət sonra ölkənin xəbər həyatında ciddi boşluq hiss olundu. Xəbər mühitini canlandırmaq kimi nəcib məqsədlə 2018-ci ildə fəaliyyətə başlamış Real TV və ARB-24 telekanalları hazırda tamaşaçı etimadını qazanmaq üçün ciddi səylər göstərirlər.

Digər telekanalların efirində hələlik ciddi durğunluq hökm sürür. Lider TV və Spase TV özlərinin yaradıb-formalaşdırdıqları xəbər çərçivələrindən çıxıb bilmirlər. Sonuncunun yeganə “uğuru” həm də heç nəyə baxmadan hind filmlərinin davamlı nümayişi taktikası üzərində inadla təkid etməsindədir. ATV əvvəlcədən mövcud olan xəbər standartlarını və ümumi səviyyəni saxlamağa, efirdə təcrübəli aparıcılarının köməyi ilə xəbər ab-havasının ənənəvi tempini qorumağa çalışsa da, ayrı-ayrı süjetlərin hazırlanmasında və təqdimatında daimi qüsura çevrilmiş qeyri-peşəkarlıqları ört-basdır edə bilmir..

Xəzər TV artıq neçə illər əvvəl teleməkana yeni və maraqlı xəbər ab-havası gətirmiş telekanala oxşamır. Əvvəlki səviyyə və iş üslubundan əsər-ələmət saxlamayan bu telekanalda xəbərlərin ümumi səviyyəsi və reportyor işinin keyfiyyəti xeyli aşağı düşüb. Son bir-iki ildir ki, Xəzər TV-nin adı daha çox keyfiyyətsiz şoular və aparıcılarının qeyti-normativ davranışları ilə gündəmə gəlir. Gündəlik efir vaxtının xeyli hissəsini həkim məsləhətlərinə, musiqiyə və keyfiyyətsiz şou proqramlarına ayıran Xəzər TV-nin reklam bazarında xüsusi üstünlüyə yiyələnməsi başqa söhbətin mövzusu olsa da, bir faktı deyək ki, bu telekanal da daxil olmaqla özəl TV-lərin heç birisinin maliyyələşmə mənbəyi açıq deyildir.

Bu gün Azərbaycan telekanallarının efir vaxtının əhəmiyyətli hissəsini keyfiyyətsiz şou proqramlara ayırması tamaşaçı narazılığının əsas səbəblərindən biridir. Ölkənin şou əhli birmənalı şəkildə toy biznesinə yönəlmiş bu proqramlar vasitəsilə reklam olunaraq öz mikromühitlərini yarada biliblər. Telekanalların efiri üzərində davamlı müşahidələr və məsələnin biznesə bağlılığı təsdiq edir ki, bayağı şou proqramlarının ekranlarda getdikcə çoxalaraq belə dərinləşməsi, həmçinin (alim, yazıçı, fikir adamlarının deyil) şou-biznes əhlinin öndə olması qətiyyətlə təsadüfi deyil, əksinə düşünülmüş və sistem xarakteri almış siyasət təsiri bağışlayır. Təbii ki, biznes maraqları fonunda dərinləşən bu siyasət milli-mənəvi dəyərlər üçün ciddi təhlükə yaradır. Ən pisi odur ki, bəzilərinin “bayağı və qeyri-ciddi” saydığı şou adamları cəmiyyətə az qala yeni dəyər kimi sınıdır. Buradakı təhlükə prosesin davamlı, həm də

hazırlıqsız tamaşaçıya təsir edə bilməsindədir. Təəssüf ki, bu tendensiya dünyanın bəzi ölkələrində, o cümlədən qardaş Türkiyə teleməkanında da yayılmaqdadır (1;8;9).

Əlbəttə, teleməkanda belə acınacaqlı mənzərənin yaranmasının bir səbəbi də teleradio yayımına tənqidi reaksiyanın və təsirli ictimai nəzarətin yoxluğuudur. Mediada və ictimaiyyət arasında telekanalların ünvanına söylənilən tənqidlər təsirsiz qalır, xüsusən büdcədən maliyyələşən TV-lərin fəaliyyətinə effektiv ictimai təsir olmur. Bü-tövlükdə yayım siyasətində cəmiyyətin maraq və istəklərinin nəzərə alınmasına, həmçinin teleradioya aid qanunlarda göstərilən *dürüstlük, qərəzsizlik, balanslı olmaq, fikir müxtəlifliyinə əməl etmək* kimi önəmli yayım prinsipinə riayət edilməsinə ictimai nəzarət gerçəkləşdirilmir. Geniş tamaşaçı kütləsini fəallaşdırmaq, ölkə ictimaiyyətinin diqqətini teleradio yayımının problemlərinə yönəltmək, yayım siyasətinə cəmiyyətin təsirini artırmaq, həmçinin televiziya üçün qarşısında hesabatlılığına nail olmaq üçün heç bir addım atılmır. Məhz bu göstərilən səbəblər ucbatından Azərbaycan TV-lərində seyrçilərə sonsuz sayğıya, ədalət və hüquqa, yaradıcılıq ruhuna və peşəkarlığa söykənən yaradıcı fəaliyyət normaya çevrilməmişdir. Buna görə də cəmiyyətin TV-yə diqqətini artırmaq üçün mediada teletənqidin çoxalmasına çalışmaq, bu mövzuda debatlar və tamaşaçı diskussiyaları təşkil etmək, tənqidi fikirləri ümumiləşdirərək TV kanalları üçün davamlı tövsiyələr hazırlamaq çox vacibdir.

Azərbaycan teleməkanının çağdaş durumundan danışarkən son aylarda dövlət büdcəsindən maliyyələşən AzTV və xüsusən İctimai TV-də zəif də olsa gedən bəzi müsbət prosesləri də qeyd etmək vacibdir. On ildən çox bir müddətdə öz qüsurlu və qeyri-peşəkar idarəçiliyi ilə dövlət televiziyasını məngənədə saxlamış köhnə rəhbərliyin vəzifədən uzaqlaşdırılması ciddi tarixi və yaradıcılıq ənənəsi olan AzTV-də müəyyən canlanma yaratmışdır. Bəzi müsbət addımların atılması, o cümlədən peşəkar işçilərin müəyyən qisminin yenidən yaradıcılıq işlərinə cəlb olunması bu TV-də maraqlı telelayihələrin yer alacağına ümidlər oyadır. Hazırda “Mədəniyyət” kanalında gedən bir çox verilişlərin bədii-estetik səviyyəsinin yüksəlməsi də müsbət tendensiya kimi diqqəti cəlb edir.

İTV-də də yeni rəhbərliyin telekanalın simasını yeniləşdirmək üçün atdığı düşünülmüş addımlar daha ciddi və aydın görünən meyllər barədə danışmağa əsas verir. Telekanal cəmiyyətə daha geniş qucaq açmağa, süni qadağaları aradan götürərək tamaşaçılarla açıq dialoq aparmağa, həssas mövzulara toxunmağa çalışır. Bu baxımdan yeni format kimi düşünülmüş və müxtəlif problemlərin müzakirəsinə həsr olunmuş “Pressinq”, “3D”, “Dikdaban”, “Radius”, “Sabaha saxlamayaq” kimi verilişlərin rəğbətlə qarşılınması təbiidir. Hər halda bu verilişlərdə fərli bir səviyyənin və yeni yanaşmanın olması faktıdır. Aktual mövzuları əhatə edən gündəlik “Diqqət mərkəzi” verilişinin dövriliyinin artması və həftə ərzində baş verən ən mühüm ictimai-siyasi olayları müzakirə edən “Diqqət mərkəzi Yekun”un efiirə çıxması ekranda ictimai müzakirələrə diqqət yetirilməsinin əlaməti kimi təqdirəlayiqdir. Amma nəzərə almaq lazımdır ki, bu növ verilişlərdə alternativ fikirlərə yer verilməsə ən yaxşı la-

yihələrin də perspektivi şübhə altında olacaq. Əslində bunu bilmək vacibdir ki, hər hansı problemin ekranda ağıllı bir şəkildə müzakirəsi insanların təkcə həmin problemi yox, ölkənin və dünyanın problemlərini də dərk etməyə, impulsiv hisslərlə deyil, ağıl və şüurla davranmağa kömək edir.

Bütün bunlar o deməkdir ki, cəmiyyəti ifadə edən yaxşı televiziya, ekranda normal müzakirələr Azərbaycan tamaşaçısını kütlə adamına deyil, düşünən, yaradan və özünü tanıyan fərdə - şəxsiyyətə çevrilməsində ciddi rol oynayır.

Maherremlı Qulu Mammadqulu oqlu

Problems of creativity of Azerbaijani TV channels

Abstract

The reasons of low-quality of general creativity, and professionalism of TV programs in Azerbaijan were determined in the article. The opinion of author, there are strong opponents, such as internet and social networks, however, there are not any considerable attempts of Azerbaijani TV channels to attract audience, increase efficiency and impact of programs. The reasons of it are the indefinite of the polytics of broadcasting, lack of freedom of creativity, and lack of professionalism. The author think, the another main reason is non-observance of the Broadcasting law.

Key words: *TV programs, format, TV channel, professionalism, ranking, TV journalism.*

Магеррамлы Гулу Мамедкулу оглы

Проблемы творчества Азербайджанских телеканалов

Резюме

В статье освещаются проблемы связанные с причинами низкого уровня профессионализма и творчество в общем, на Азербайджанском телепространстве. Согласно автору, несмотря на наличие такого сильного противника как интернет и социальные сети, Азербайджанские телеканалы не способны на решительные шаги для привлечения внимания аудитории, увеличения силы влияния и эффективности передач. А причина этого кроется в неопределенности политики вещания телеканалов и в отсутствии независимости и творческой свободы с одной стороны, и в нехватке профессионализма, с другой. Как одну из главных причин этого несоблюдение

законa о радиовещании автор ставит в один ряд с самыми серьезными недостатками.

Ключевые слова: телевизионная передача, формат, телеканал, профессионализм, рейтинг, телевизионная журналистика.

ƏDƏBİYYAT

1. Məmmədzadə V. Azərbaycan efir məkanında onlayn alətlərin xəbər in istehsalı və çatdırılması prosesində tətbiqi problemləri // *BDU Jurnalistika ser.*, 2018, s.94-103.
2. Əliquliyev R.M., Şükürlü S.F., Kazımova S.A. Elmi fəaliyyətdə istifadə olunan əsas terminlər. Bakı, İnformasiya texnologiyaları, 2009.
3. Məhərrəmli Q. Jurnalistikanın əsasları. Bakı, Qanun, 2012.
4. Aziz A. Siyasal İletişim. 6-ci basım. Ankara, Nobel AY, 2015.
5. Çakır V., Çaçır V. Televizyon baxımlılığı. Konya, Literatürk, 2010.
6. İnformasiya və məlumat azadlığı haqqında sənədlər toplusu. Bakı, Qanun, 2007.
7. Işıklar H.C. Profesyonel TV Haberciligi. Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara, 2014.
8. Maigret E. Medya ve İletişim sosyolojisi. İstanbul, İletişim yayıncılık, 2011.
9. Jason Bainbridge, Nicola Goc, Liz Tynan, “*Media & Journalism: New Approaches to Theory and Practices.*” Oxford University Press. London, 2011.
10. Dr. Kamal Sayar. Yeni media konfransı. “Yeni Medya; Yeni birey, Yeni toplum”. Ankara, 2012.

Rəyçilər: professor Nəsir Əhmədli, professor Allahverdi Məmmədli

Reviewers: professor Nasir Ahmedli, professor Allahverdi Mammedli

Рецензенты: профессор Насир Ахмедов, профессор Аллахверди Мамедли

Hacıyev Əli Əflan oğlu

Bakı Dövlət Universiteti

Radio-telejurnalistika kafedrasının baş müəllimi

Medianın üçüncü gözü: dron jurnalistikası

Xülasə

Müasir dövrdə internetin və digər texnologiyaların sürətli inkişafı mediaya da təsirsiz ötüşməyib. Bu isə öz növbəsində bir sıra yeni anlayışların yaranması və tətbiqi ilə nəticələnib. Yeni istiqamətlərdən biri də ilk dövrlər hərbi sahədə istifadə olunan dronların bu gün mediada tətbiq olunaraq “Dron jurnalistikası” nı formalaşdırmasıdır. Dron qurğuları jurnalistikada tətbiq olunmamışdan öncə müxtəlif vasitələrlə səmadan görüntü əldə etmək mümkün olmuşdur. Bu cihazların texnoloji imkanları və maliyyə dəyəri onları qısa vaxt ərzində aktuallaşdırdı. Eyni zamanda bu qurğuların istifadə olunması təhlükəsizlik məsələsini, mediada dronların istifadəsini tənzimləyən qanunların olmasını gündəmə gətirdi.

***Açar sözlər:** Jurnalistika; dron; texnologiya; KİV; havadan görüntülər; tənzimləmələr*

Son illərdə texnologiya və idarəetmə sistemlərinin təkamülü nəticəsində dron qurğularına tələbat günü-gündən artır və biz bu ifadəyə KİV-də mütəmadi olaraq rast gəlməyə başlamışıq. İngilis dili lüğətlərində “Vızılı”, “Erkək arı” mənasında işlənən dron ifadəsi, dilçi və leksikoloq Ben Zimmerə görə 1935-ci ildən radio ilə idarə olunan DH.82B “Queen Bee” təyyarələrinin nümayişindən sonra termin olaraq istifadə olunmağa başlanılıb. [2] Bundan əlavə dron ifadəsi “Pilotsuz uça bilən vasitələr”, “Uzaqdan idarə olunan hava vasitələri” kimi də istifadə olunur. **Pilotsuz uçuş aparatları (Dronlar) - uçuşunu bortunda komandir olmadan həyata keçirən, uzaq məsafədən, yerdən, havadan, gəmidən, kosmosdan tam idarə edilən və ya xud da tam avtonom şəkildə proqramlaşdırılan hava vasitəsidir.**

Müasir dünyada Dron və PUA ifadələri artıq bir sinonimə çevrilib. Belə ki, dron ifadəsi hər hansı bir PUA-ya aid edilə bilər, lakin radioidarə olunan vasitələrə əksinə tətbiq edilə bilməz. [9]

Dron sadəcə xəbər bülletenlərində həm PUA-ları, həm də multikopterləri ifadə etmək üçün istifadə edilən gözəl bir termdir. Bəzi texniki vasitələr suni peykələr, videotexnologiyalar və s. kimi bu qurğular da ilk dövrlər hərbi məqsədlər üçün nəzərdə tutulsa da, daha sonra kənd təsərrüfatı, səhiyyə, təhsil, incəsənət, tikinti, ekologiya və s. sahələrdə geniş istifadə olunmağa başlandı.

Jurnalistikada dronlardan istifadə 2010-cu ildən başlasa da, səmadan fotoların çəkilməsi təyyarənin kəşfindən də əvvəlki dövrə gedib çıxır. Belə ki, insanlar istər

özlərinin iştirakı, istərsə də özləri olmadan müxtəlif yollarla kameranı səmaya qaldırmağı bacarırdılar. [2]

Hündürlüyə qalxaraq ilk dəfə yerin şəklini çəkən daha çox Nadar adı ilə tanınan əsl adı isə Qaspar Feliks Turnaşon olan məşhur Fransız fotoqrafı olmuşdur. O, bu fotonu 1858-ci ildə yerdən 80 metr yüksəklikdən çəkmişdir. XIX əsrin ən böyük karikatura ustalarından biri Onore Domye 1862-ci ildə “Nadar fotonu incəsənətin yüksəkliyinə qaldırdı” başlığı altında onun karikaturasını çəkərək çap etdirmişdi. Çox təəssüf ki, Nadarın ilk səmadan çəkildiyi fotosunu uzun müddət mühafizə etmək mümkün olmadı. [13]

2 il sonra 1860-cı ildə ABŞ-da hava şarının köməyi ilə uğurlu fotosəkil çəkilirdi. Beləliklə də səmadan çəkilən və bu günə gəlib çatan foto məhz bu şəkil hesab edilir.

Vaxtilə səmadan yeri çəkmək üçün digər üsullardan da istifadə olunurdu. Bunlardan biri də çərpələngdən istifadə idi. Buna misal olaraq 1882 -ci ildə ingilis metroloqu E.D.Arçibald, 1889-cu ildə isə Artur Batutun çərpələngdən istifadə edərək uğurlu foto əldə edə bildiklərini göstərə bilərik.

Bu çəkiliş üsulundan 1906-cı ildə ABŞ-ın Kaliforniya ştatında baş verən güclü zəlzələdən sonra San Fransisko şəhərində böyük dağıntılar və yanğının fəsadlarını çəkmək üçün də istifadə olmuşdu. Corc Raymond Lourens şəhərin görüntülərini əldə etmək üçün ağır kameranı 17 çərpələngin köməyi ilə 609 metr (2000 feet) hündürlüyə qaldıraraq bu fotonu çəkmişdir. Sonradan, o, bu fotonun nüsxələrini müxtəlif qəzet və şəxslərə sataraq bundan 15000 dollar qazanc əldə edib, bu gün bu qazanc təxminən 210000 ABŞ dollarına bərabərdir. [11]

İlk dron ingilis mühəndisi və tədqiqatçısı Arçibald Montqomeri Lou tərəfindən 1916-cı ildə istehsal olunub. Bu qurğular “Hewit Sperry” adlanan dron I Dünya müharibəsində istifadə olunub və məhdud sayda istehsal edilib. Həmin dronlarda kameralar olmayıb və onlardan havadan mərməyi yağdırmaq üçün istifadə edilib. Dronların kameralarla təchiz olunması isə Vyetnam müharibəsi zamanı geniş vüsət aldı.

Jurnalistikada dronlardan 21-ci əsrin ilk onilliyindən istifadə olunmağa başlandı. İlk dron mediada 2011-ci ildən istifadə olundu və bu sahəyə diqqət cəlb edə bildi. Əvvəllər səmadan görüntü əldə etmək üçün hava şarları, helikopter və təyyarələrdən istifadə etmək mümkün olsa da maliyyə baxımından bu baha başa gəlir, eyni zamanda onları uzaqdan idarə etmək mümkün olmurdu. Bu səbəbdən də bu cür çəkilişlərdən geniş istifadə olunmurdu. 2011-ci ildə Yaponiyada baş verən güclü zəlzələdən sonra yaranmış sunami nəticəsində Fukuşima Atom Elektrik Stansiyasında böyük bir fəlakət, radiasiya və dağıntı səbəbiylə stansiyaya daxil olmaq çətin olmuş və zərəri müəyyənləşdirmək, xilasetmə işlərini həyata keçirmək üçün dronlardan istifadə olunmuşdu. Rəsmi qurumlar tərəfindən həyata keçirilən bu dron çəkilişləri mediada yayımlanmış və böyük marağa səbəb olmuşdur. Bu hadisə insan sağlamlığı üçün riskli olan bölgələrdən informasiya və görüntü əldə etmək üçün dronlardan istifadə etmək məsələsini aktuallaşdırdı. Bu da öz növbəsində media mütəxəssislərini pi-

lotsuz jurnalistikanın imkanları ilə maraqlanmağa həvəsləndirdi. Həmin hadisədən sonra New York Times “Dron Jurnalistika gəlir” başlığı ilə xəbər yayımladı. Dron Jurnalistikası drondan istifadə edilərək media üçün xəbər toplama mənasını verir.

Pilotsuz nəqliyyat vasitələrinin xəbər və məlumat toplama vasitələri kimi istifadəsi ilə bağlı araşdırma və təcrübələr artırıldı, bu qurğuların etikasını öyrənmək və ən yaxşı təcrübə təlimatlarını yaymaq məqsədi ilə bir sıra tədbirlər görüldü. Bu sahəyə ayrılan maliyyə vəsaitlərinin həcmi artırıldı.

2012-ci ildə Knight Fondu, Dron Jurnalistika Laboratoriyasını quran Metyu Vayta 50.000 dollar qrant bağışladı.

2015-ci ildə on xəbər media şirkəti xəbər toplamaq üçün kiçik pilotsuz təyyarə sistemlərinin (UAS) sınaqdan keçirmək məqsədi ilə Virginia Tech şirkəti ilə tərəfdaşlıq etdi.

2016-cı ilin dekabr ayında Çində çap olunan İngilis dilli qəzet “China Daily” yerli dron istehsalçısı ilə rəqəmsal xəbər yayımlarını müntəzəm olaraq zənginləşdirmək üçün müqavilə imzaladı.

Gördüyümüz kimi dünyada PUA-ların mülki məsələlərin həllində tətbiqi 2010-cu ildən başlayaraq çox böyük vüsət almış və bu proses bu gün də sürətlə artmaqdadır. Amerika Federal Aviasiya Agentliyinin 2016-cı ildə verdiyi proqnoza görə 2020-ci ildə 550000 drondan istifadə ediləcəyi gözlənilir.

Dronların jurnalistikaya asanlıqla nüfuz etməsinin bir çox səbəbləri var. Belə ki, Drone jurnalistikası, məlumat mənbəyi kimi foto və video görüntülər əldə edərkən böyük üstünlüklər təqdim edən bir vasitədir (xəbərlər, reportajlar, sənədli filmlər və s. üçün): Məsələn, görüntülərini çəkmək çətin olan yerlərin fotosəkillərini və ya görüntülərini əldə etmək üçün istifadə edilə bilər (mağaralar, meşələr, okeanlar, səhralar və s.). Və ya təbii (qasırğalar, zəlzələlər, daşqınlar və s.), texnoloji (meşə yangınları, dağılma və s.) fəlakətlər zamanı onlardan asanlıqla istifadə oluna bilər.

2014-cü ildə İtaliyada torpaq sürüşməsi nəticəsində nəhəng qayanın aşmasını, 2014-cü ildə Arkanzasda tornadonu, Nepalın paytaxtı Katmanduda 7.9 bal gücündə baş vermiş zəlzələnin görüntülərini buna misal göstərilə bilər. Bu tip təbii fəlakətlər baş verərkən siravi vətəndaşlar da dronların köməyi ilə asanlıqla görüntülər əldə edə bilirlər. Bu cür çəkilişlərdən biri də 2013-cü ilin yanvar ayında Rian Taylor adlı həvəskar tərəfindən çəkilmiş Avstraliyada Tasmaniya meşə yangınının videosudur. Taylorun YouTube-a yüklədiyi bu görüntülər ABC TV xəbərlərində də yayımlanmışdı. Bu tipli digər videonu həmin ilin oktyabr ayında Avstraliyanın Yeni Cənubi Uels əyalətində baş verən meşə yangınını Cividrones adlı şəxs çəkmiş və YouTube-a yüklənmişdi. 37 min hektarlıq meşə sahəsindəki baş verən bu yanğın, onun törətdiyi fəsadlar və yanğını söndürmə cəhdlərini əks etdirən bu video görüntüləri BBC News və ABC TV də daxil olmaqla bir neçə böyük media qrupu tərəfindən yayımlanmışdı. [4]

Çox kiçik ölçüləri sayəsində dronlar yerə 2-5 metrə qədər yaxınlaşıb sonra tez bir zamanda sürətlə çox yüksəyə qalxa bilirlər. Başqa heç bir şəkildə əldə edilə bilinməyən bənərsiz görüntüləri çəkmək üçün də onlardan istifadə olunur.

Bir qədər də dronların imkanları və üstün cəhətlərini araşdıraraq. Silahlı qarşıdurmalar zamanı münaqişə bölgəsində fotosəkil və ya görüntü əldə etmək nə qədər çətin və təhlükəli olduğu heç kim üçün sirr deyil. Belə hallarda müxbirlərin həyatını təhlükə altına almamaq üçün dronlardan istifadənin nə qədər önəmli olması ön plana çıxır.

Dronlar həmçinin müxbir iştirak etmədən istintaq və reportyor jurnalistika üçün bir çox imkanlar təklif edir. Belə ki, qanunsuz fəaliyyət haqqında məlumat əldə etmək üçün, dronlar istifadə oluna bilər. Baxmayaraq ki, hazırda dronlar nadir hallarda bu məqsədlə istifadə olunur.

Eyni zamanda son xəbərləri operativ işıqlandırmaq üçün də bu qurğular çox münasibdir. Ölçüsünə görə dronlar qısa müddət ərzində nəql oluna və iş vəziyyətinə gətirilə bilər. Müqayisədə helikopteri icarəyə götürmək daha çox vaxt və çox pul tələb edir.

Dronlar panoram mənzərələri əldə etmək, izləmək üçün idealdır və izləyiciləri təəccüblü vizual məlumatlarla təmin edə bilər (nümayiş, etiraz və s.). Bu görüntüləri müxtəlif bucaqdan və yüksəklikdən tutmaq olur. İdman yayımı üçün də faydalı ola bilməsi heç kim üçün sirr deyil.

Bu qurğularla çəkiliş aparmaq xərcləri azaldır. Belə ki, pilotsuz film çəkmək həmişə idarə olunan təyyarə ilə bunu etməkdən daha ucuz başa gəlir.

Digər tərəfdən dronlarla xəbər , videogörüntü əldə etmək daha asan olmaqla paralel, dronun köməyi ilə hazırlanmış xəbər auditoriya tərəfindən daha yaxşı mənimsənilir və sevilir. Nebraska-Lincoln Universitetinin Dron Jurnalistika Laboratoriyasının həmtəsisçisi, jurnalist Metyu Vaytın dronların imkanları haqqında dediklərinə nəzər salaq: “ Bir jurnalist olaraq güclü tornado və ya daşqın olduğuna dair xəbər hazırladığımız təqdirdə zərərin miqyasını ifadə etməyin nə qədər çətin olduğunu bilirsiniz. Bu mənada dronlar məqsədyönlü vasitələrdir. Sadəcə bir neçə saniyəlik video və bir neçə kadr insanların başa düşməsi üçün kifayətdir.”

Dronların üstün cəhətləriylə yanaşı bu qurğuların çatışmayan cəhətləri də mövcuddur. Çatışmayan bəzi məqamlara diqqət yetirək ;

Dron texnologiyası artıq müəyyən qədər keyfiyyətli fotosəkilləri və görüntüləri təqdim etmək üçün yararlı olsa da, stabilizatorlar, uçuş diapazonları və mühərriklərin səs-küyü ilə əlaqədar hələ çox iş görülməlidir.

Dron texnologiyasının maliyyə dəyəri ilə əlaqədar problemlər də var. Belə ki, hazırda daha ucuz qiymətə dron almaq mümkün olsa da ancaq hələ də professional görüntü əldə etmək üçün lazım olan dronlar bahadır.

Eyni zamanda dronların səmada digər dron və ya yad cisimlə toqquşma ehtimalı daha çoxdur.

Digər tərəfdən bu texnologiyanın hərbi ilə əlaqəli olması, ona qarşı olan inamsızlığı formalaşdırıb və bu da mediada narahatlıq yaradır. Belə ki, uzaqdan idarə oluna bilən və müəyyən bir uçuş planı ilə avtomatik olaraq hərəkət edə bilən bu vasitələr ilk vaxtlar olduğu kimi bu gün də kəşfiyyat məqsədləri ilə yanaşı silahlı hədəfləri məhv etmək üçün hərbi müdaxilərdə istifadə olunur. Hərbi hücumlarda çox saylı mülki şəxsin həyatını itirməsinə səbəb olması bu texnologiyaların " Öldürücü maşınlar" olaraq qəbul edilməsinə səbəb olub. [4]

Bu gün dron jurnalistikası ilə bağlı çox saylı veb sayt, bloq, təlim forumu hətta akademik tədris proqramları yaradılır ki, bu da dronların istifadəsinin sürətlə yayılmasında əsas faktorlardan biridir.

Dronlar jurnalistika üçün bir çox perspektivlər təklif edir. Kameralarla təchiz olunmuş bu cihazlar havadan çəkiliş edərək əlçatmaz yerlərdən mükəmməl görüntülər əldə etməyə kömək edir. Mediada dronlardan əsasən böyük münaqişələrlə bağlı, vətəndaş iğtişaşları və təbii fəlakət zonasından xəbər hazırlanan zaman istifadə olunur.

2012-2013-cü illə əsasən Avstraliyanın ABC televiziyasının " Foreign Correspondent " proqramında inkişaf edən beynəlxalq dron bazarı və xəbərlərin toplanmasında istifadə olunan dronların 4 kateqoriyası müəyyən olunmuşdur.

I kateqoriyadakı dronlar kiçik, helikopterə bənzər, çox rotorlu, çəkisi 2 kiloqramdan az, üzərindəki Wifi ilə telefondan idarə olunur. Bu qurğuları bir neçə 100 metrədən idarə etmək mümkündür və çəkilişlərdə GoPro standart kameralarından istifadə olunur.

II kateqoriyadakı dronlar geniş , çox-rotorlu , çəkisi 2-7 kiloqram olub üzərində HD keyfiyyətli kameralarla istismar olunur. Saatda 70 km sürəti olub maksimum 2000 metrə qədər hündürlükdə idarə edilir və havada 12-20 dəqiqə qala bilir. İlk vaxtlar bu tip dronlardan şəhər ərazilərində istifadə olunurdu.

III kateqoriya kiçik fiksasiya edilmiş qanadlı təyyarə -Böyük təyyarə modelinə bənzər olub , müxtəlif növlərdən ibarətdir. Bu dron növləri 10-45 km məsafədə 45-90 dəqiqə qala bilir. Operatorun görmə xətti xaricindən idarə oluna bilir. Bu dronlar uzaq regionlarda və sahiləni ərazilərdə çəkiliş aparmağa uyğundur.

IV kateqoriya uzun məsafəli fiksasiya edilmiş qanadlı təyyarə - 18-25 kiloqram çəkisi olub, mürəkkəb quruluşludur. 3-4 nəfərdən ibarət təcrübəli heyət tərəfindən idarə olunur. Ehtiyac olduqda bu dronlar 24 saatdan artıq gecə və gündüz istifadə oluna bilər. [3]

Eyni zamanda , dronların fərqli xəbərləri toplama üçün digər görüntülü texnologiyalardan üstün cəhətləri onların istifadəsi ilə bağlı müəyyən şərtlər də yaradır. Ölkənin , hava məkanının təhlükəsizliyi, məxfiliyin qorunması kimi daha çox təhlükəsizlik baxımından əsaslı narahatlıqlar doğurur və bu səbəblərə görə dronların istifadəsini məhdudlaşdıran hüquqi tənzimləmələr müəyyən edilir. Dronlar mediada daha çox istifadə edildikcə bu cihazların qanunla istifadəsinin tənzimlənməsi məsələsi daha da aktuallaşır. Son dövrlər dron qurğularının Mülki Aviasiya uçuşlarına da mü-

əyyən problemlər yaratması da diqqətdən yayınmır. ABŞ Federal Hava Yolları İdarəsinin 2015-ci il avqust bəyanatına əsasən pilotlar 2014-cü ildə 650 təhlükəli dron uçuşunu müşahidə etmişlər. Amerika Milli Təhlükəsizlik idarəsinin məlumatına görə 2012-2015 ci illər ərzində 500-ə yaxın həssas və kritik bölgədə dron uçuşu müşahidə edilib. [5]

Dronların istifadəsiylə bağlı müxtəlif ölkələrdə müxtəlif növ məhdudiyyətlər də mövcuddur. PUA-lardan istifadə etmək üçün icazə baxımından ölkələri 3 kateqoriyaya bölmək olar.

1) Dronlardan istifadənin tamamilə məhdud olduğu ölkələr; Buna misal olaraq Mərakeş, Tunis, Misir, Nigeriya, İran, Qətər, İraq, Suriya, Fələstin, İsrail və s. göstərmək olar. Bu ölkələrdə dron sahibi olmaq və ondan müxtəlif məqsədlər üçün istifadə etmək qəti qadağandır.

2) Müəyyən məhdudiyyətlərin olmasına baxmayaraq dronlardan istifadəni icazə verən ölkələr. Bəli, belə ölkələr də mövcuddur. Bunlara misal Filippini göstərmək olar. Bu ölkədə dronlardan istifadəyə icazə verilsə də, yaşayış yerləri, aeroportlar, hərbi təlim düşərgələri, prezidentin rəsmi iqamətgahı və iş yeri olan Manacang sarayı üzərindən dronla çəkiliş etmək qadağandır.

3) Dronların qanunla istifadəsi üçün heç bir tənzimləmənin olmadığı ölkələr. Məsələn Belarus Respublikasını qeyd edə bilərik.

Azərbaycanda məsafədən idarə olunan uçuş aparatlarının (dronların) əldə edilməsinə və istifadəsinə uzun müddətdir ki, məhdudiyyət qoyulub. Buna əməl etməyənlər üçün isə cinayət məsuliyyəti də müəyyən edilib. Bu «Mülki dövriyyənin müəyyən iştirakçılara mənsub ola bilən və dövriyyədə olmasına xüsusi icazə əsasında yol verilən (mülki dövriyyəsi məhdudlaşdırılmış) əşyaların siyahısı haqqında» Azərbaycan Respublikasının Qanununda dəyişiklik edilməsi barədə» qanuna və Cinayət Məcəlləsinə edilən dəyişikliklərdə nəzərdə tutulub.

Yuxarıda adı çəkilən qanunda dövriyyədə olmasına xüsusi icazə əsasında yol verilən əşyaların siyahısına məsafədən idarə edilən pilotsuz uçan aparatlar da əlavə edilib (siyahıda 18-ci olub). Başqa sözlə, qanunvericiliyə edilmiş əlavəyə əsasən, həmin aparatların əldə edilməsinə yalnız xüsusi icazə əsasında yol verilə bilər. Sözügedən aparatlarla bağlı xüsusi icazəni Azərbaycan Respublikasının Dövlət Mülki Aviasiya Administrasiyası (Azərbaycan Respublikası Müdafiə Nazirliyinin, Azərbaycan Respublikası Dövlət Təhlükəsizliyi Xidmətinin və Azərbaycan Respublikası Xüsusi Dövlət Mühafizə Xidmətinin rəyləri nəzərə alınmaqla) verir. Xüsusi icazə almış şəxs, aparatdan yalnız özü istifadə edə bilər, onu başqa şəxsə verə bilməz.

Uçan aparatlardan istifadə etməklə kiminsə şəxsi və ailə həyatının sirri olan məlumatların əldə edilməsinə, yayılmasına, satılmasına və qanunsuz toplanmasına görə cinayət məsuliyyəti müəyyən edilib. Bu hərəkətlərə yol vermiş şəxs 2 ilədək müddətə azadlıqdan məhrum etmə cəzasına məhkum edilə bilər.

Qeyd edilən aparatların gömrük sərhəddindən keçirilməsi üçün xüsusi icazə təqdim edilməlidir, əks halda həmin aparatlar sərhəddən buraxılmır. Gömrük Məcəll-

ləsinin tələbinə əsasən, xüsusi icazə ilə əldə edilə bilən əşyaların siyahısı gömrük keçid məntəqəsinin hamıya yaxşı görünən yerində mütləq yerləşdirilməlidir ki, vətəndaş xaricdən bu cür əşya alıb gətirərəkən gömrükdə xoşagəlməz halla rastlaşmasın.

Azərbaycan Respublikasının Nazirlər Kabinetinin «İxrac nəzarəti haqqında» Azərbaycan Respublikası Qanununun tətbiqi ilə bağlı bəzi normativ aktların təsdiq edilməsi barədə 15 dekabr 2005-ci il tarixli, 230 nörməli qərarına əsasən məsafədən idarə edilən pilotsuz uçan aparatların ölkəyə idxalına və ixracına icazənin verilməsi Nazirlər Kabinetinin səlahiyyətindədir. [18]

Qonşu ölkə olan Türkiyədə çəkisi 500 qrama qədər olan dronlar hərbi sahələri, stadionlar, dövlət idarələri istisna olmaqla ən çoxu 50 metr yüksəklikdən şəhər daxilində hobbii olaraq istifadə edilə bilər. Yeri gəlmişkən son illərdə Türkiyədə dron jurnalistikasına marağın xeyli artdığını qeyd edə bilərik. Bu sahədə aparılan araşdırmalar aktual məsələlərlə bağlı dronların köməyi ilə hazırlanan xəbərlərin xüsusilə artdığını göstərir. Türkiyədə 2018-ci ilin yanvar-sentyabr aylarında mediada dron ilə hazırlanan 65 xəbərin məzmunu araşdırılaraq istifadə olunmuş dronların çəkilişlərinin 60%-i aktual xəbərlərin hazırlanmasında, onların 40% -i isə ətraf, təbiət, mənzərə və arxitektura mövzulardakı olduqları göstərilir. [6]

Məsələn, ABŞ-da dronların istifadəsinə Amerika Mülki Aviasiya Təşkilatı FAA (Federal Aviasiya Administrasiyası) tərəfindən nəzarət edilir. Buna görə də, qanuni icazə tələb edən dronların jurnalist aləti kimi işlənməsi və media qurumlarına dronlardan istifadə etmək icazəsini almaq asan deyil. Eyni zamanda ən vacib mübahisələrdən biri də dron istifadəsinin ifadə azadlığı, mətbuat azadlığı və ictimaiyyətin məlumat azadlığı arasındakı əlaqədir. Yeri gəlmişkən beynəlxalq xəbər agentliyi olan CNN, Amerika hava məkanında xəbər məqsədləri üçün pilotsuz uçuş aparatlarına icazə alan ilk qurum olduğunu qeyd etmək lazımdır. CNN FAA-dan ilk başda çox saylı rədd cavabı alsa da, uzun və qətiyyətli bir prosesdən sonra, müəyyən qaydalara riayət etmək şərti ilə öz dronlarından istifadə etmək üçün təsdiq ala bilib. Dronlardan istifadənin mediaya gətirdiyi üstünlüklər, bu vasitələrdən davamlı istifadə və onların öz texniki bazasına daxil etmək istəyi bir çox media qurumlarını da cəlb etdi. CNN-dən sonra Facebook və Google da öz pilotsuz təyyarələrinin imkanlarından istifadə etməyə müvəffəq oldular. Dronların mediada istifadəsi artdıqca təhsil müəssisələrində də dronlarla bağlı laboratoriyalar və s. yaranmağa başlayıb. Buna misal olaraq, 2011-ci ildə ABŞ-ın Linkoln-Neb-raska universitetində Rabitə və Jurnalistika fakültəsində Dron jurnalistikası laboratoriyası yaradılmasını, 2013-cü ildə isə Missouri universitetində dron jurnalistikası proqramı açılmasını göstərə bilərik. [4]

Ümumiyyətlə, istənilən ölkənin mediasında dron texnologiyalarından istifadə və bu sahənin inkişaf etdirilməsi həmin ölkədəki iqtisadi vəziyyətlə də birbaşa əlaqəlidir. Məsələn, İspaniyada media sahəsində 2008-2015-ci illər baş verən böhran ərzində qəzet, jurnal, televiziya kanalları və s. daxil olmaqla 375 media şirkətini iflas etdi. Və bu vəziyyətdə media üçün texnologiyaların o cümlədən də, dronlar üçün yeni investisiyalar yatırmaq məsələsi təxirə salındı. [2]

Əhəmiyyətli xəbər kanalları və xəbər agentlikləri; CNN, BBC, AP, Reuters, AFP, İtar-Tass, Xin-Hua, Kyoto və s. artıq dronlardan geniş istifadə edirlər.

Bir çox tədqiqatçılar dronların jurnalistikaya sürətlə daxil olmasını və bu prosesin sürətlə inkişaf etməsi fikrini təsdiqləyir. Bu da öz növbəsində tipik bir xəbər toplama qrupunda tələb olunan insan resurslarının azalmasına gətirib çıxaracağını proqnozlaşdırır. Hər halda, sosial media dövründə jurnalistikanın transformasiyası ilə əlaqədar olaraq, jurnalist yaradıcılığının köklü şəkildə dəyişdirilməsi ehtimalı da azdır. Yenə də redaktor qərarı, hekayə metodologiyası və ümumi kütləvi rabitə siyasəti üçün insan amilinin rolu vacib olaraq qalacaqdır. Eynilə, dronların tamamilə xəbər vertolyotlarını əvəz edəcəyi gözlənilmir. Dron Jurnalistikasının gələcəyinin ən vacib üstünlükləri gözümüz qarşısında duran saysız-hesabsız problemlərdən qaynaqlanır. Məsələn, ekoloji problemlər, yer ehtiyatlarının daha yaxşı idarə olunması qarşısındakı onilliklər üçün çox vacib hesab olunur. Bu baxımdan dronlara olan ehtiyac gün-gündən artacaq.

Hajiyev Ali Aflan oğlu

The third eye of the media: droning journalism

Abstract

The rapid development of the Internet and other technologies in modern times has affected the media. This resulted in the emergence and application of a number of new concepts. One of the new trends is the use of drones in media to form Drones journalism. These drones were first used in the military. Before their application in journalism, various means were used for the shots from the sky. The technological capabilities and financial cost of these devices have made them relevant in a short time. At the same time, the use of these devices has imposed security issue and the development of the laws regulating the use of drones in media.

Keywords: Journalism; dron; technology; Mass media, aerial images; regulations

Гаджиев Али Афлан оглы

Третий глаз СМИ: дрон журналистика

Резюме

Стремительное развитие Интернета, других цифровых технологий в современную эпоху способствовало появлению новых форматов в журналистике, расширяя как творческие, так и технические границы медиасистемы. Одним из важных трендов последних лет является использование дронов, ранее задействованных в военной сфере, а ныне используемых современной журналистикой. Сегодня дроны становятся всё более востребованными в работе СМИ. Таким образом, есть все основания предполагать, что мы находимся на пороге возникновения новой ветви журналистики – журналистики дронов. В настоящее время дроны обретают всё большую популярность в мире, благодаря им журналистский контент обогащается визуализацией, становится более зрелищным и наглядным, создается «эффект присутствия». В то же самое время сегодня на повестке дня стоят вопросы, связанные с законодательным регулированием видеосъемки с воздуха и ее безопасностью.

Ключевые слова: Журналистика, дрон, СМИ, медиа, аэросъемка, регулирование

ƏDƏBİYYAT

1. Andreas Ntalakas, Charalampos Dimoulas, George Kalliris, Andreas Veglis, Journal of Media Critiques [JMC] Drone Journalism: Generating Immersive Experiences 2017 . pp 187-199
2. Ángeles Fernández Barrero, Journalism and drones. Challenges and opportunities of the use of drones in news production 2017. pp 35-58
3. Mark Corcoran , International Correspondent – Australian Broadcasting Corporation. Drone Journalism: Newsgathering applications of Unmanned Aerial Vehicles (UAVs) in covering conflict, civil unrest and disaster. pp 1-47
4. Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademia Dergisi, cilt 5, sayı 3 Nurhan Kavaklı (Yrd. Doç. Dr.) DroNe’Ların gazetecilikte kullanımı: Drone haberciliğinin olanakları, zorlukları ve sınırları 2018 s. 160-172
5. The Journal of Academic Social Science Studies, Geçmişten geleceğe internet gazeteciliği: Türkiye örneği, Yrd. Doç. Dr. Berrin Kalsın 2016. Sayı 42. s 75-94
6. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi Muzaffer Şahin, Dr. Öğr. Üyesi, Drone Gazeteciliğinin Haber Değerine Katkısı ve Türkiye Pratiği - Sayı 47 / Güz 2018

7. Bird's Eye Viewfinder: 160 Years of Aerial Photography 2018 <https://airandspace.si.edu/stories/editorial/bird%E2%80%99s-eye-viewfinder-160-years-aerial-photography>
8. 8.A brief history of drones 2018. <https://www.iwm.org.uk/history/a-brief-history-of-drones>
9. PUA, yoxsa Dron?| Pilotsuz Uçuş Aparatlarının təsnifatı – ARAŞDIRMA 2018. https://ordu.az/az/news/129793/pua,-yoxsa-dron-%7C-pilotsuz-ucus-aparatlarinin-tesnifatı-%E2%80%93-arasdirma-?fbclid=IwAR1kJ2jDX0-V3JXmz9igoKB0zGqfgkMk_s5G53TL48wqJB7D4bMHomSSmI
10. Drone'ların Uçtuğu Yeni Dünya: Sınırlar ve Kurallar 2018 <https://www.nef.com.tr/blog/droneların-uctugu-yeni-dunya-sinirlar-ve-kurallar?fbclid=IwAR0x0L4eBi2bKWjYQLED6RCgtN-T0kpFUrSEICsr6YsGWrOxcnfUg4xTf4E>
11. George Lawrence A Giant in Kite Aerial Photography <http://robroy.dyndns.info/lawrence/kitelines94.html>
12. Nedir Drone Gazeteciliği? 2016. <https://www.demokrasiahaber.com/medya/nedir-drone-gazeteciligi-h11930.html>
13. 13. Journal of art in society, The adventures of Nadar photography, ballooning, invention and the impressionist 2016 <http://www.artinsociety.com/the-adventures-of-nadar-photography-ballooning-invention--the-impressionists.html>
14. Keeping an eagle eye on Drone Journalism What journalists need to know about reporting with birds' eyes 2017. <https://medium.com/journalism-trends-technologies/keeping-an-eagle-eye-on-drone-journalism-cc907afbde30>
15. Drone Journalism:Pros and Cons 2018. https://normanzafra.wordpress.com/2018/11/19/drone-journalism-pros-and-cons/?fbclid=IwAR-3Uz7lXITlznBcpQVDUuULzE1Cw-QG5mBdv3BBY_DAH4bsf6flklhRcje4
16. Opportunities & Challenges In Drone Journalism: 15 Industry Experts Share Their Views 2016 <https://skytango.com/drone-journalism-opportunities-and-challenges-15-experts-share-their-views/>
17. Whitaker, Nicholas., (2016): An interview with Matt Waite about the future of Drone Journalism, Medium In: <https://medium.com/google-news-lab/drone-journalism-aninterview-with-matt-waite-about-the-future-of-drones-in-journalism7b1811c661aa#.ua2mkwIzw> [Accessed Oct. 10, 2016].
18. Bütün dünyada istifadə edilən dronlar Azərbaycanda niyə qadağan edilib? 2017 https://musavat.com/news/bütün-dunyada-istifade-edilen-dronlar-azerbaycanda-niye-qadagan-edilib-fotolar_415428.html

Rəyçilər: professor Nəsir Əhmədli, professor Allahverdi Məmmədli

Reviewers: professor Nasir Ahmedli, professor Allahverdi Mammedli

Рецензенты: профессор Насир Ахмедов, профессор Аллахверди Мамедли

Əliyev Bəkir Bahəddin oğlu

Bakı Dövlət Universiteti

Radio və televiziya kafedrasının II kurs magistrantı

Teleməkanımızda ədəbi dil; problemlər və nöqsanlar

Xülasə

Klassiklərimiz uzun illər ana dilimizin qorunması və yaşanması üçün mübarizə aparıblar. Çünki dil milli varlığın ən davamlı daşıyıcısıdır. Uzun illərin təcrübəsi sübut etdi ki, dil yalnız ünsiyyət vasitəsi deyil, o həm də mədəniyyətdir. Bir xalqın yaşam tərzini, tarixini yaşadan bir mədəniyyət. Bu gün Azərbaycan dilinin təmizliyinin, saflığının, yad təsirlərdən qorunmasında KİV -nin üzərinə çox böyük məsuliyyət düşür. Xüsusən də televiziya bu sahədə misilsiz kommunikasiya vasitəsinə çevrilərək cəmiyyətdə önəmli yer tutur. Bu danılmaz faktdır ki, televiziya gündəlik həyatımıza, məişətimizə çoxdan daxil olmuşdur. Televiziyada operativlik, vizuallıq və canlılıq var, tamaşaçı ilə bir başa ünsiyyətdədir. Odur ki, televiziya ədəbi dil normalarımızın ən yaxşı yayıcısı və təbliğatçısıdır. Televiziyada sözün qüvvəsi, estetik vəzifəsi, şışirtmə olmasın, bəlkə də bütün təbliğat vasitələrindən seçilir. Amma etiraf edək ki, bu gün teleməkanlarımızın hamısında ana dilimizin qorunmasına və saflığına eyni dərəcədə məsuliyyətlə yanaşılmır. Bu məsuliyyətsizlik əsasən özəl teleməkanlarda baş verir. Bunların qarşısını almaq üçün dövlətimiz tərəfindən bir çox işlər görülmüş və görülməkdədir. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən sərəncamlar, fərmanlar verilmiş, qanunlar qəbul edilmiş, “dövlət proqramları” hazırlanmışdı.

Açar sözlər: teleməkan, ədəbi dil, dil mədəniyyəti, şifahi nitq, teleaparıcı

Uzun illərin təcrübələri bir daha sübut etdi ki, dil yalnız ünsiyyət vasitəsi deyil, o həm də mədəniyyətdir. Bu mədəniyyət hər millətin və dövlətin təməlində duran məsələdir. Odur ki, bu məsələyə həmişə diqqət və qayğı ilə yanaşmaq vacibdir. Unutmaq olmaz ki, dil dedikdə ilk olaraq onun daşıyıcısı olan xalq göz önünə gəlir. Qədim tarixə malik olan Azərbaycan dili də ümumtürk kökündən ayrılmış bir qolu olmasına baxmayaraq hər zaman öz varlığını qoruyub saxlamış və bu günümüzdə gəlib çatmışdır. Dilçi və nəzəriyyəçi alim Nizami Xudiyev “Radio, televiziya və ədəbi dil” əsərində yazır ki: “dil hər zaman Azərbaycan xalqının milli varlığının, onun özünüifadəsinin ən mühüm nişanəsi olaraq qalır” (4, s.22).

Təbii dilin qorunmasında və yaşadılmasında Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin çox böyük rolu var. Xüsusən də televiziya bu sahədə misilsiz kommunikasiya vasitəsinə çevrilərək, cəmiyyətdə önəmli yer tutur. Çünki KİV sistemində televiziyanın öz yeri var. Televiziya da operativlik, vizuallıq və canlılıq olduğu üçün tamaşaçı ilə bir

baş a ünsiyyətdədir. Deməli “televiziya və radio dili mətbuat dilinin cilalanmasına xidmət edir” (4, s.19) fikri ilə tamamilə razılaşmaq lazımdır.

Türkiyənin tanınmış nəzəriyyəçi alimi Küçükerdoğan Bülent də “Kültür və Televizyon” əsərində fikirlərini belə açıqlayır: “televiziya elə bir texnoloji vasitədir ki, rəng, din, irq, milliyyət tanımaz. Yəni, mədəniyyətlər və dillərin üstündə dayanan bir texniki vasitədir” (5, s. 69). Bu gün zaman sübut edir ki, bu “texniki vasitə” geniş kütlələrə “mədəniyyət ötürücüsü” rolunu oynayır. Cəmiyyətin bütün təbəqələrini nəzərə alaraq mədəniyyətin hər növünü işıqlandıran televiziya bununla da böyük tamaşaçı auditoriyasına malik olur” (5, s. 71). Amma çox təəssüf ki, bəzən Kütləvi İnformasiya Vasitələrində dilimizin imkanlarından doğru, düzgün istifadə edilmir, lazımı səviyyədə faydalanılmır. Burada ilk olaraq ana dilimizin orfoepiya, orfoqrafiya qaydalarına və nitq mədəniyyəti məsələlərinə riyaət edilməlidir. Etraf edək ki, son zamanlar bu sahədə qeyri-peşəkarların işləməsi nəticəsində, bu sahədə çoxlu nöqsanlar var. Bu bəzən onların Azərbaycan dilinin qayda-qanunlarını bilməməsindən irəli gəlir və nəticədə Azərbaycan dilinin qayda-qanunları pozulur. Bu hallara adətən özəl radio və televiziya kanallarında çalışan aparıcılar, diktorlar yol verir. Çünki onların bir çoxunun nitqində intonasiya, fasilə, düzgün tələffüz və onlara verilən tələblər yerinə yetirilmir. Əksəriyyətinin jurnalist və filoloji təhsili olmadığı üçün mətbuat, radio və televiziya dilinin nə olduğunu bilmirlər, unudurlar ki, televiziya ədəbi dil normalarımızın ən yaxşı yayıcısı və təbliğatçısıdır.

Dilçi alim İsmayıl Məmmədov “KİV-də ədəbi dil normalarına həssaslıqla yanaşılmalıdır” sərlövhəli məqaləsində bu mövzunu geniş şərh edərək bütövlükdə KİV-ləri bu məsələdə həssas olmağa çağırır. “Televiziya və radio verilişlərinin maraqlı, məzmunlu, anlaşılıqlı şəkildə çatdırılmasında sözlərin məna çalarını nəzərə almaq çox vacibdir. Verilişlərdə, danışqda sözcülüyn yaranmasının səbəblərindən biri də dil vahidlərinin ölçülüb-biçilmədən işlənməsidir” (7, s.31-32). Müəllif daha sonra qeyd edir: “əslində televiziya səsələnən dil ədəbi tələffüz normalarına əməl olunmaqla işlədilən mədəni dildir. Lakin bu dil nə tamamilə mədəni dildir, nə də bir o qədər bədi dildir, bu dil canlı danışqqla, ümumxalq dili ilə zənginləşmiş ədəbi dilin dolğun bir formasıdır” (7, s. 32).

Efirdə ləhcə ilə danışmaq, sözlərin düzgün tələffüz edilməməsi, dialekt və şivələrdən, jarqon, bayağı sözlərdən istifadə edilməsi və s. nöqsanlar davam etməkdədir. Əslində bu yalnız ədəbi dilimizə hörmətsizlik deyil, həm də dillə bağı verilən qanunlara riayət edilməməsi, onların köbudcasına pozulması deməkdir. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2 yanvar 2003-cü il tarixli fərmanı ilə qüvvəyə minən “Azərbaycan Respublikasında dövlət dili haqqında” (1) qanun bir daha bu məsələnin həssaslığını, vacibliyini ön plana çıxardı. Çox böyük tarixi əhəmiyyəti olan bu sənəd KİV-ləri məsələyə qayğı ilə, diqqətlə yanaşmağı tələb edərək, dilimizin normal sabitliyinin təmin olunmasına stimül yaratdı. Məsələnin vacibliyini nəzərə alan dövlət başçısı bu sahədə bir-birinin ardınca bir çox sərəncamlar, fərmanlar imzalamış, dövlət proqramlarının həyata keçirilməsi üçün şərait yaratmışdı. “Azərbaycan dilinin

qloballaşma şəraitində zamanın tələblərinə uyğun istifadəsinə və ölkədə dilçiliyin inkişafına dair dövlət proqramı haqqında” (2) 23 may 2012-ci il və 2013-cü il aprelin 9-da imzalanmış “Azərbaycan dilinin qloballaşma şəraitində zamanın tələblərinə uyğun istifadəsinə və ölkədə dilçiliyin inkişafına dair dövlət proqramı”nın təsdiq edilməsi haqqında” (3) Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin tarixi sərəncamları bu mənada müstəsna əhəmiyyət daşıyır. Bütün bunlar bir daha sübut edir ki, ölkəmizdə Azərbaycan dilinin dövlət dili kimi tətbiqi, qorunması, yaşanması üçün geniş hüququ baza da yaradılıb.

Nəzəriyyəçi alim Cahangir Məmmədli qeyd edir ki: “televiziyanın dili deyəndə bəzilərinin bəsit anladığı kimi, yalnız leksika, sintaksis, sintaktik üslub deyil, həm də təsvirin, görüntünün, formatın, səsin, vurğunun dili nəzərdə tutulur” (6, s.551). Amma unutmamaq olmur ki, televiziya kökünü radiodan götürsə də, telejurnalistikanın ciddi özəllikləri var. Onlardan birincisi də telejurnalistin tamaşaçı ilə çanlı ünsiyyət qurmasıdır. Keroll Viktoriya “Yaxşı telejurnalist olmağın başlanğıcını qrammatikani yaxşı bilməkdə görür” (8, s.28-29). Ona görə də telejurnalistlərə “danışdığınız kimi yazın. Danışiq dili ilə yazın. Nağıl edin. Şifahi nitqə yiyələnin. Televiziya tamaşaçısı ilə söhbət edin” məsləhətini verir (8, s.29). Tamamilə düzgün məsləhətdir. Çünki, televiziya vizual informasiya vasitəsidir. Burada sözü oxumuruq, bircə dəfə eşidirik. Odur ki, hər şey çox aydın, səlis olmalıdır. Unutmayaq ki, “televiziyada söz şifahi nitq xarakterindədir. Şifahi nitqin əsas keyfiyyətlərini özündə daşıyır. O da aydındır ki, şifahi nitq quruluşu yazılı nitqdən bir çox cəhətlərinə sözün vurğu düzümü, intonasiasına görə fərqlənir. Televiziya tamaşaçısı sözü, hətta radio dinləyicisindən də, fərqli qəbul edir. Çünki vizuallığın özü də sözü daha dərinədən qavramağa kömək edən faktordur” (6, s. 573). Burada əsas vəzifə “vizual informasiyanı təkrar etmək deyil, həmin görüntünün mahiyyəti haqqında tamaşaçıya bilgi verməkdir” (4, s. 231).

Təəssüf ki, Azərbaycan telemühitində bəzi telekanallarda bu yanlış başa düşülür. Bəzi aparıcılar, diktorlar danışiq dili dedikdə məhəlli dialektini ekrana gətirirlər. Təbii bu daha çox özəl kanallarda baş verir. Azərbaycan Televiziya və Radio Verilişləri Qapalı Səhmdar Cəmiyyətiində bu tipli verilişlərə rast gəlmək olmaz. Bəzən milli və yaxud ana televiziya adlanan bu teleməkanda bunlara ciddi nəzarət edilir. Hər bir sahədə olduğu kimi dil məsələsində də Az TV KİV sistemində özünəməxsusluğu uzun illərdir qoruyub saxlaya bilir. Əslində yalnız Azərbaycan Milli Televiziyası yox bütövlükdə Azərbaycan teleməkani unutmamalıdır ki, bir millətin tarixini, milli-mənəvi dəyərlərini yaşatmalıdırlar.

Düzdür, Azərbaycan teleməkani fəaliyyət göstərən özəl TV kanalları milli maraqlara, ictimai marağa xidmət etsə də, hər birinin də öz tamaşaçı və maraq dairəsi var. Amma unutmamaq olmur ki, ilk növbədə vətəndaşlıq mövqeyi, milli-mənəvi dəyərlər hər şeydən üstün tutulmalıdır. Bu baxımdan İctimai TV hər zaman milli maraqlara xidməti üstün tutur və bu hiss olunacaq səviyyədədir. Əsasən də demokratik ideyalar, vətəndaş azadlığı, mənəvi dəyərlərin qorunması, formalaşması, əxlaq normaları

və s. keyfiyyətlər əsas götürülür. Yaxşı olardı ki, bütün özəl telekanallarımız İctimai TV-nin bu ənənəsinə şərək olsunlar.

Aliyev Bakir Baheddin oqlu

Literary language on our television problems and drawbacks

Abstract

Our classics have been fighting for the preservation and survival of our native language for many years. This is because language is the most stable carrier of national existence. The experience of many years has shown that language is not only a means of communication, it is also a culture. It is a culture that lives a history of a people, a history. Nowadays, the media is responsible for the purity and protection of the Azerbaijanian language. Especially, television has become an important means of communication in this area. It is an indisputable fact that television has long been in our daily lives. Television has operativeness, visibility and vibrancy and communicates with the audience. Therefore, television is the best distributor and propagandist of our literary language norms. In television, the power of the word, the aesthetic function, and not the exaggeration, is probably chosen by all means of propaganda. But let's admit that not all of our broadcasters today are equally responsible for the protection and purity of our native language. This irresponsibility occurs mainly in private broadcasters. A lot has been done and is being done by our state to prevent this. The President of the Republic of Azerbaijan issued decrees, decrees, adopted laws, and developed "state programs".

Keywords: teleconference, literary language, language culture, oral speech, television presenter

Алиев Бакир Бахатдин оглы

Литературный язык на нашем телевидении: проблемы и недостатки

Резюме

Наши классики уже много лет борются за сохранение и выживание нашего родного языка. Это потому, что язык является наиболее устойчивым носителем национального существования. Многолетний опыт показал, что язык - это не только средство общения, но и культура. Это культура, которая живет историей людей, историей. В настоящее время СМИ несут ответственность за чистоту и защиту азербайджанского языка.

В частности, телевидение стало важным средством коммуникации в этой области. Это неоспоримый факт, что телевидение уже давно в нашей повседневной жизни. Телевидение обладает оперативностью, видимостью и яркостью и общается с аудиторией. Поэтому телевидение является лучшим распространителем и пропагандистом наших литературно-языковых норм. В телевидении сила слова, эстетическая функция, а не преувеличение, вероятно, выбирается всеми средствами пропаганды. Но давайте признаем, что не все наши вещатели сегодня несут равную ответственность за защиту и чистоту нашего родного языка. Многие сделано и делается нашим государством для предотвращения этого. Президент Азербайджанской Республики издал указы, указы, принял законы и разработал «государственные программы».

Ключевые слова: телеконференция, литературный язык, языковая культура, устная речь, телеведущий

ƏDƏBİYYAT

1. “Azərbaycan Respublikasında dövlət dili haqqında qanun”. “Azərbaycan” qəz., 2 yanvar 2003
2. “Azərbaycan dilinin qloballaşma şəraitində zamanın tələblərinə uyğun istifadəsinə və ölkədə dilçiliyin inkişafına dair dövlət proqramı haqqında”. “Azərbaycan” qəz., 23 may 2012
3. “Azərbaycan dilinin qloballaşma şəraitində zamanın tələblərinə uyğun istifadəsinə və ölkədə dilçiliyin inkişafına dair dövlət proqramı”. “Azərbaycan” qəz., 9 aprel 2013
4. Xudiyev Nizami. Radio televiziya və ədəbi dil. Bakı, “Elm və təhsil”, 2013, 648 s
5. Küçükerdoğan Bülent. Kültür və Televizyon. “Televizyon ve ...” Editor.: Bülent Küçükerdoğan. Utopiya Yayım Evi. Ankara, 2009, 171 s
6. Cahangir Məmmədli. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. Dərslik. II nəşr, Bakı, “Təhsil”, 2013, 656 s
7. İsmayıl Məmmədli. “KİV –də ədəbi dil normalarına həssaslıqla yanaşılmalıdır”. “Füyuzat” jurnalı. N-5, 2014, 31-32

Rus dilində:

8. Кэрролл В.М. Новости на ТВ. М., 2000, 200 с.

Rəyçilər: dosent Sevil Həsənova, professor Allahverdi Məmmədli

Reviewers, dosent Sevil Hasanova professor Allahverdi Mammedli

Рецензенты: доцент Севиль Гасанова, профессор Аллахверди Мамедли

UOT(070)

Nəsirli Gülnar Sahid qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Radio-telejurnalistika kafedrasının magistrantı

najafovagulnar@gmail.com

Televiziyada xəbər proqramlarında gözlənilməsi vacib olan əsas etik prinsiplər

Xülasə

Məqalədə jurnalist etikasının əsas prinsipləri, ümumi problemləri, telejurnalist fəaliyyətinin peşəkar-etik oriyentirləri nəzərdən keçirilir. Xüsusi diqqət peşə etikasının təcrübəyə təsiri mexanizmləri ilə bağlı problemlərə ayrılmışdır. Peşəkar jurnalistin göstərilən etik prinsiplərə riayət etməsinin önəmi vurğulanır. Məhz bu yolla tamaşaçı rəğbəti və inamını qazanmağın mümkün olduğu qeyd edilir.

Açar sözlər: Televiziya, jurnalistika, xəbər, etika, peşə etikas

“Televiziyada heç bir, hətta ən peşəkar məsələ onun etik əsasında kənarında həll edilə bilməz”, – tanınmış tədqiqatçı və teatrşünas V.Sappak yazırdı. Onun fikrinə, teatr asılıqandan başladığı kimi, televiziya da etikadan başlanır.

Etika yunanca “ethike” sözündən olub, “etikos” sifətindən doğmuşdur. İlk anlamı heyvanların və ya insanların birgə yaşayış yeri, yurd yeri, ikinci anlamı: ənənə, vərdiş, cəmiyyətdə istifadə edildikdə: adət, ədəb, daha bir mənası isə bir şəxsin yaradılışı; cəmiyyətdə: əsas xüsusiyyətləri; məcazi mənada: “xasiyyəti-xarakteri”dir. Fəlsəfi anlamda insanın əxlaqlı həyat tərzini mənəsidir. Bir çox Avropa dillərində “moral” kimi də işlənən etika insanın qanunlarla deyil, öz əxlaqına görə fəaliyyətini nəzərdə tutur. Etika xeyli dərəcədə insanın vicdan səsidir, nəfsinə qarşı olan hərəkətdir. Yalan danışmaq, başqasına böhtan atmaq, pis düşünməmək və s. həyat prinsiplərini bildirir. [1]

Jurnalist etikasını bu peşə sahiblərinin işində son dərəcə əhəmiyyətli yer tutur. Məhz peşə etikasını aspektində jurnalistlərin fəaliyyəti tez-tez nəzərdən keçirilir və tədqiqatçılar, vətəndaş cəmiyyətinin nümayəndələri, oxucular və tamaşaçılar tərəfindən tənqid olunur. Cəmiyyətin həyatına KİV-in təsiri jurnalistlərin məsuliyyəti ilə ayrılmaz surətdə bağlıdır. Bununla yanaşı, peşəkar jurnalistlər cəmiyyəti davranış standartlarını yaradır və qanuni sərhədləri müəyyən edir. Bu, uzun və mürəkkəb proses olduğundan peşə etikasını normaları, onların müasir Azərbaycan jurnalistikasında yeri və s. kimi məsələlər aktuallaşır.

Müasir Azərbaycan jurnalistikasında peşə etikasını normaları mövzusu iki aspektdə praktik aktuallığa malikdir. Birincisi, demokratik cəmiyyətin formalaşması

məsuliyyətli jurnalistikanı tələb edir ki, bu da xüsusilə, jurnalistlərin peşə etikasını normaları hazırlaması və onlara riayət etməsində ifadə olunur. İkincisi, jurnalistlər öz peşəkar fəaliyyətlərinin etik oriyentirləri axtarışındadırlar. Bu, onlara beynəlxalq müstəvidə birləşmə üçün, peşəkar həmrəyliyin əsası kimi lazımdır.

Demokratik dövlətdə hər bir vətəndaşın öz fikrini ifadə etmək azadlığı hüququ vardır. Öz növbəsində, cəmiyyət özü haqqında dolğun informasiya əldə etmək hüququna malikdir. Buraya kütləvi şüur sferasını təşkil edən fikirlərin müxtəlifliyi haqqında bilik daxildir.

Demokratik cəmiyyətdə jurnalistikanın azadlığı aktual problemləri, ən kəskin sosial ziddiyyətləri müzakirə etmək, hakimiyyətin fəaliyyətsizliyini və ya hakimiyyət tərəfindən sui-istifadəni, hökumətin, dövlət və ya özəl müəssisələrin fəaliyyətini ictimai maraqları təhdid edən zaman tənqid etməkdən ibarətdir.

Azadlığın mövcud olduğu yerdə qəbul olunan qərarlara görə məsuliyyət də böyükdür. Televiziya jurnalisti üçün bu, bütövlükdə cəmiyyət, teletamaşaçı auditoriyası, hadisə, veriliş və film qəhrəmanları, jurnalistlər cəmiyyəti, çalışdığı teleşirkət və özü qarşısında məsuliyyət deməkdir.

Televiziya informasiyasına uyğun olaraq, jurnalistikanın əsas etik prinsipləri hər bir xəbərin doğruluğu, təqdim edilmiş faktların tamlığı, müəllif mövqeyinin obyektivliyi və qərəzsizliyidir.

Peşəkar jurnalistika fakta əsaslanmalı, vicdanlı, ədalətli, dolğun və ardıcıl olmalıdır. Burada bitərəflilik, dəqiqlik, doğruluq da əsas prinsiplər kimi öz yerini tutmalıdır. Dünyanın hər yerində jurnalistika fəaliyyəti fərqli olsa da, onun prinsipləri eynidir. Bütün jurnalistika kodeksləri dəqiq, balanslı, doğru olmağa səslədiyi kimi, böhtanın, təhqirin, rüşvətin yolverilməz olduğunu deyir. Dünyanın hər bir ölkəsində jurnalistikanın spesifik problemləri və vəzifələri var, lakin onların əksəriyyəti ümumi xarakter daşıyır. Vicdanlı olmaq dedikdə, fırıldaqçılıq və aldatma kimi qəbul edilməz meyllərdən uzaq olma başa düşülür. Ədalətli olmaq özündə şəxsi mənfəət, tərəfkeşlik, yaxud qərəz kimi elementləri müəyyən edib onların nəzərdən çıxmasına yol verməmək mənasını verir. [2]

Faktın doğruluğu, xəbərin etibarlılığı informasiya mənbəyinə inamla şərtlənir. Belə ki, tamaşaçı xəbərin haradan alındığını və ifadə olunan fikrin kimə aid olduğunu bilmək istəyir. Əgər hadisə yerində müxbir yoxdursa və ya o, yoxlanmış məlumatları əldə etməyibsə, dünya təcrübəsinə uyğun olaraq, informasiya ən azı iki mənbədən təsdiq edilməlidir.

Xəbər proqramlarında informasiya mənbələrinə istinad mütləqdir. Jurnalist yalnız ehtiyac yarandıqda sübut edilə biləcək məlumatlardan istifadə etməlidir. Material ələ təqdim olunmalıdır ki, jurnalist hətta yalan informasiya verməkdə ittiham edilərsə, məhkəmə qaydası ilə özünün haqlı olduğunu sübut etməyi bacarsın.

Televiziya informasiyasının hər kəs tərəfindən qəbul edilmiş xüsusiyyəti – “xəbərlərin fərdiləşdirilməsidir”. Bu, çoxlarının düşündüyü kimi, aparıcının subyektiv fikrini ifadə etməsi azadlığı demək deyil. Xəbər proqramında faktların fikirlərdən də-

qiq ayrılması ciddi prinsiplərdən biridir. Peşəkar xəbərdə subyektiv mülahizələrə, xüsusilə də, televiziya əməkdaşının (aparıcı, müxbir) qiymətləndirmələrinə yer verilməməlidir.

Tanınmış ingilis korporasiyası “BBC”nin yayımlama tövsiyələrində bildirilir ki, verilişlərdə tamaşaçı və dinləyicilərə aparıcı və müxbirlərin şəxsi baxışları çatdırılmamalıdır. Peşəkar jurnalistika onlara öz şəxsi fikirlərini formalaşdırmaqda kömək edir. Amerikanın media holdinqi olan CBS-in etik kodeksində isə qeyd edilir: “Faktlar inandırmaq üçün deyil, məlumatlandırmaq üçün təqdim olunmalıdır. Mübahisəli məsələlər müzakirə edildikdə tamaşaçılar aparıcının hansı tərəfi dəstəklədiyini anlamamalıdır. Xəbər jurnalistinin mövqeyi işıqlandırılan faktların seçilməsində, tamlığı və ardıcılığındadır”. [3]

Azərbaycanda fəaliyyət göstərən kütləvi informasiya vasitələri, o cümlədən televiziya kanalları da obyektivlik və tərəfsizlik kimi mühüm etik prinsiplərə əməl etməyə borcludurlar. Jurnalistlər baş verən hadisələrin təsvirini dəqiq və konkret faktlarla çatdırmalı, heç bir halda faktların təhrif olunmasına yol verməməlidirlər.

İnformasiya proqramları tamaşaçıda xəbərin xarakteri ilə bağlı şübhələrə səbəb olmamalı və ya yanlış təsəvvür yaratmamalıdır. Heç bir ekran forması birbaşa və ya dolayısı ilə başqa forma kimi (şərh sübut olunmuş fakt, arxiv kadrları ani xronika, səhnələşdirmə real hadisə kimi) verilə bilməz. Dünya telepraktikası xəbərlər rubrikasında səhnələşdirmələrdən istifadəyə icazə vermir. [3]

Yerli televiziya məkanında nadir hallarda olsa da, cinayət hadisələri ilə bağlı xəbərlərdə səhnələşdirmələrə rast gəlmək mümkündür. Azərbaycanda medianın fəaliyyəti beynəlxalq təcrübəyə söykəndiyindən bu kimi halların qarşısının alınması zəruridir.

Efirdə özünü yandıranlar göstərilməməlidir. “Özünü yandıranlar” daxili termini informasiya xidmətində öz problemlərinin həlli üçün televiziyadan istifadə etməyə çalışan insanları və ya insan qruplarını nəzərdə tutur. Eləcə də həlak olmuş şəxslərin bədənlərini iri planda göstərmək olmaz. Bu qayda uzun müddətdir ki, Rusiya və xarici televiziya şirkətlərinin əksər jurnalistləri tərəfindən qəbul edilib. [4]

Bununla əlaqədar olaraq, “Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Davranışı Qaydaları”nda (15 mart 2003-cü il) da qeyd olunur ki, jurnalist və redaksiya terror hadisəsini şişirdən, terrorçuların məqsədinə xidmət edə biləcək qorxu effekti yaradan, terroru təbliğ edən və terror hərəkatinə bəraət qazandıran reportajlar verməməlidir.

Ümumiyyətlə, terror aktları, təyyarə və yol qəzaları, zəlzələlər, təbii fəlakətlər, ölüm, küçə zorakılığı və digər zorakılıqlar barədə material hazırlayarkən jurnalist onun həssas hədəf qruplarına təsirini də nəzərə almalıdır. Jurnalist zorakılığın qurbanları və vurduğu ziyan barədə xəbərin operativ çatdırılmasına deyil, necə çatdırılmasına önəm verməlidir. Məsələn, özünə xəsarət yetirməyə çalışan, intihara cəhd etmək istəyən şəxslərin görüntüsü tamaşaçılarda mənfi emosiyaların yaranmasına səbəb ola bilər. Tamaşaçılar arasında uşaq, yeniyetmə və yaşlı insanlar olduğundan bu

kimi kadrların, hətta psixoloji pozuntulara yol açma biləcəyini gözdə tutmaq olmaz. Məhz bu səbəbdən jurnalistin psixoloji biliklərə yiyələnməsi olduqca vacibdir.

Xəbərlərdə sifarişli materiallara yer verilməməlidir. Bu, ilk baxışda, əsl peşəkarlar üçün bir aksiomadır. Lakin yüz min əhalisi olan kiçik şəhərlərdə fəaliyyət göstərən bir çox regional KİV sahibləri ona əsaslanırlar ki, reklam verən özü haqqında müsbət rəy formalaşdıran məqalə və süljetlərə, açıq formada reklamın yerləşdirilməsinə üstünlük verir. Bununla əlaqədar olaraq, hətta regional televiziya şirkətləri üçün işçilər hazırlayan bəzi tədris mərkəzləri öz kurslarında jurnalistlərə “gözə çarpmayan” sifarişli material hazırlamağı öyrədirlər. [4]

Obyektivliyin ən əhəmiyyətli şərtlərindən biri də təqdim edilmiş informasiyanın, faktların və irəli sürülmüş fikirlərin tamlığıdır. Teletamaşaçılar “müstəqil” informasiyaya deyil, obyektiv informasiyaya ehtiyac duyurlar. Müstəqil fikirlər ola bilər, onları isə alternativ mülahizələrlə müqayisə etmədən qiymətləndirmək mümkün deyil.

Hadisə, veriliş və ya film qəhrəmanlarının kimliyindən asılı olmayaraq, jurnalist onların şəxsi həyatına müdaxilə etmək hüququna malik deyil. Burada yalnız gözlənilmədən insanların yaşadıkları əraziyə daxil olma və ya gizli çəkilişdən (gizli kamera, mikrofon, teleskopik obyektiv və s.) söhbət getmir. Analoji hədəflərə ictimai yerlərdə qəhrəmanı onun ən az diqqət mərkəzində olmaq istəyəcəyi anda yaxalayıaraq, asanlıqla nail olmaq mümkündür. Müəllifin peşə borcu qəhrəmanın razı olub-olmamasından asılı olmayaraq, belə hallarda onun maraqlarına uyğun hərəkət etməkdir. Lakin bu zaman jurnalist nəticələrə görə tam məsuliyyət daşıyır.

Peşəkar jurnalistikada gözlənilməsi vacib olan əsas etik prinsiplərdən bəhs edərkən, diffamasiya haqqında qanun da xüsusi qeyd olunmalıdır. Bir çox qərb ölkələrində “zərər çəkmişlər” böhtanın, yəni insanın reputasiyasına xələl gətirən məlumatların nəşrinin yolverilməzliyi haqqında qanunun müdafiəsi üçün müraciət edirlər. Qanunsuz işlərdə iştirakda ondan şübhələnməyə səbəb olan, ətrafdakı insanlarda qərar yaradan və həmin insanla əlaqə və görüşlərdən çəkirdən müəyyən xəstəliklərin mövcudluğu barədə böhtan xarakterli materiallar da şəxsiyyətə ziyan vurur.

Şəxsi düşüncələri ilə uyğun gəlməyən baxışlara görə və ya qeyri-qanuni fəaliyyətdə ittiham edilən insan cavab vermək hüququndan istifadə edə bilər. Mübahisəli məsələlərdə fərqli baxışlara bərabər imkanların yaradılması, plüralizm, fikri ifadə etmək azadlığı təmin olunmalı, fərqli rəylərə və maraq qruplarına yer verilməlidir. Bu, məsələyə qərəzsiz, obyektiv yanaşmaq və balanslı qorumaq üçün mühüm amildir. İnformasiyanın doğruluğu, etibarlılığı və tamlığına isə yalnız qərəzsizlik şərti ilə nail oluna bilər. Deməli, jurnalistikanın qərəzsizlik, tərəfsizlik, obyektivlik, vicdanlılıq və s. kimi peşəkarlıq meyarları bir-biri ilə ayrılmaz surətdə bağlıdır.

“Şaxtaçılar kömür əldə edirlər, biz reyting. Əlbəttə, tamaşaçının diqqətini hadisə və qalmaqallarla cəlb etmək daha asandır, nəinki innovasiya və elmi nailiyyətlərlə. Bunu baxımlı etməyin üsullarını bilmək lazımdır. Lakin reyting arxasınca getdikdə

azadlıq və özbaşınalıq arasındakı incə çizgini keçməmək önəmlidir. Çünki onun meyvələri cəmiyyət üçün zərərsiz olmaya bilər”. [5]

Televiziyanın hadisələri vizuallaşdırmaq imkanı, görüntü ilə işləyən zaman diqqət yetirilməli incə məqamlar peşə etikasına ilə əlaqədar bir sıra problemləri önə çıxarır. Bu səbəbdən televiziya etika ilə bağlı mübahisələr çox güman ki, hər zaman olacaq.

Nasirli Gulnar Sahid qızı

Basic ethical principles that should be expected in news programs on television

Abstract

Main principles and general problems of journalist ethics and professional-ethical directions of TV journalists' activity are reviewed in the article. The problems, related to the effects of professional ethics to experience have especially been attached importance. The importance of journalist's following mentioned ethical principles is stressed. It is noted only in this way it will be possible to get audience respect and reliance.

Keywords: *Television, journalism, news, ethics, professional ethics*

Насирли Гюльнар Сахид кызы

Основные этические принципы которые следует ожидать в новостных программах на телевидении

Резюме

В статье рассматриваются этические принципы журналистов, общие проблемы, профессионально-этические ориентиры деятельности тележурналиста. Особое внимание уделено механизмам воздействия профессиональной этики на практику, подчеркнута важность соблюдения профессиональным журналистом указанных этических принципов, потому что только так можно заслужить уважение и доверие зрителя.

Ключевые слова: *Телевидение, журналистика, новости, этика, профессиональная этика*

ƏDƏBİYYAT

1. Məmmədli C. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. Bakı, 2012.
2. Jurnalist etikasını. Avropa Şurası, 2017.
3. С.А.Муратов. Глава 10. Этические принципы тележурналистики <http://dovkgu.narod.ru/bib/telezhur.htm>
4. <http://evartist.narod.ru/text8/29.htm>
5. https://ozlib.com/829019/zhurnalistika/etika_televideniya

Rəyçilər: *professor Allahverdi Məmmədli, dosent Sevil Həsənova*

Reviewers: *professor Allahverdi Mammedli, dosent Sevil Hasanova*

Рецензенты: *профессор Аллахверди Мамедли, доцент Севиль Гасанова*

UOT (070)

Məmmədova Könül Rahil

Bakı Dövlət Universiteti

Radio və televiziya kafedrasının II kurs magistrantı

Televiziyada piratçılıq

Xülasə

Bu məqalədə piratçılığa dair məlumat verilir. Eyni zamanda, pirat televiziya proqramlarının nümunələri təqdim olunur. Bu nümunələr dünya televiziyasını əhatə edir.

Açar sözlər: *televiziya, televiziya proqramları, pirat, pirat layihələr, televiziya layihələri*

Texnologiya inkişaf etdikcə, yeni anlayışlar formalaşmağa başlamışdır. Bu anlayışlardan günümüzdə ən çox işlədilən pirat, piratçılıq kəlimələridir. Lisenziyalı olduğu halda icazəsiz kopyalanan, çoxaldılan məhsula pirat deyilir. Sadaladığımız bu işlər isə piratçılıq adlanır. Piratçılıq müxtəlif sahələrdə özünü göstərir. Televiziyanın inkişaf etdiyi dövrdə də artıq pirat məhsullara rast gəlinir. Piratçılıq müəllif hüquqlarının pozulmasına gətirib çıxarır. Nəticədə, televiziya layihələrinin müəllifləri öz haqq və hüquqlarını tələb etməli olurlar. Bu proses isə məhkəmə zallarında davam edir və müəyyən qərar ilə nəticələnir.

Dünya televiziyasında bir çox layihələr piratçılıq məhsulu olaraq qeydə alınmışdır. Təbii ki, bu proses hüquqi yollarla baş vermiş və müəyyən faktlarla, səbəblərlə izah olunmuşdur. Pirat məhsul olması ilə bağlı məhkəmə davası açılan televiziya layihələrinə bir sıra misallar göstərə bilərik.

Məhkəmə qarşısına gətirilmiş belə davalardan biri Hwesu Murray və NBC şirkəti arasında yaranmışdır. Murray orta sinif ailədən bəhs edən və baş rolda

vəkil bir atanın olduğu “Father’s Day” (Atalar Günü) adlı komediya janrında layihəni NBC şirkətinə təqdim edir. Ata obrazını isə Billy Cosby’nin canlandırmasını təklif edir. NBC şirkəti bir müddət sonra təklifdən imtina edir. Daha sonra isə atanın həkim, ananın vəkil olduğu, orta sinif bir ailə haqqında komediya janrında layihə hazırlayır. Layihənin əsas obrazı Bill Cosby tərəfindən canlandırılır və “Cosby Show” adıyla yayımlanır. Yaşanan bu hadisədən sonra Murray, NBC və kanal üçün layihənin köməkçisi olan istehsal şirkətinə qarşı məhkəmə davası açır. Davalı NBC şirkəti isə Murray’nin ideyasının lazımi yenilikdən və orijinallıqdan uzaq olduğunu irəli sürür. Davada məhkəmə, sözü gedən “Father’s Day” (Atalar Günü) adlı layihənin müəllif hüquqlarına sahib olması üçün kifayət qədər yeni və orijinal olmadığına qərar vermiş, eyni zamanda, ideyanın sadəcə sözlə ifadə olunduğunu, hüquqi şəkildə qeydiyyatdan alınmadığını qeyd etmişdir.

Pirat məhsul olduğu iddia edilmiş və haqqında məhkəmə qərarı verilmiş televiziya layihələrindən biri də “Opportunity knocks” (Şans qapını çalanda) adlı verilişdir. Yeni Zelandiyada yayımlanmış bu veriliş haqqında layihənin ideya sahibi Hughie Green məhkəmə davası açır. Green həmin verilişin adından tutmuş, ssenarisinə qədər ona aid olduğunu qeyd edir. Lakin məhkəmə verilişin ssenarisinin ümumi olduğunu vurğulayaraq, müəllif hüququ üzrə qoruma qərarını vermir. Hughie Green bu qərardan sonra ikinci dəfə məhkəməyə müraciət edir. Onun bu müraciəti yenə eyni şəkildə nəticələnir. Green son olaraq, Londonda yerləşən Danışma Məclisinə baş vurur. Lakin, yenə də istədiyini ala bilmir.

Belə hadisələrə bir nümunə də “Big Break” (Uzun fasilə) adlı idman verilişidir. Sözü gedən bu davada da məsələ eyni “Şans qapını çalanda” layihəsində olduğu kimidir. Roger Medcalf adlı şəxs verilişin tamamilə ona aid olduğunu irəli sürərək, Terry Mardel və layihənin digər əməkdaşlarına məhkəmə davası açır. Məhkəmə isə bu dəfə zərərçəkənin xeyrinə qərar verir. Lakin Terry Mardel'in hazırladığı layihənin də müəyyən xüsusiyyətləri nəzərə alınaraq, müəllif hüquqları üzrə qorunması tələb olunur.

2003-cü ildə Amerikanın CBS kanalı, ABC kanalında efir həyatına yeni başlamış “I am a celebrity” adlı verilişin, yayımladığı “Survivor” verilişi ilə bənzədiyini iddia edərək, məhkəməyə müraciət edir. Məhkəmə layihələrin formatları arasında bir bənzərlik olmadığını irəli sürərək, CBS kanalının müraciətini rədd edir.

Piratçılıq məsələsi və bu məsələnin həlli üçün keçirilən məhkəmə prosesləri Fransa televiziyasında da özünü göstərmişdir. “L'école des fans” (Fanat məktəbi) və “Kinderquatsch” verilişləri arasında da piratçılıq mübahisəsi yaranmış, bu da məhkəmə prosesi ilə nəticələnmişdir. Məhkəmədə iki verilişin də pirat olmadığına qərar verilmiş, lakin müəllif hüququ qorumasına sahib olmaq üçün xüsusiyyətlərin mövcud olmadığı da qeyd edilmişdir.

Türkiyədə də belə hadisələrə rast gəlinmişdir. “En zayıf halka” (Ən zəif halqa) və “Kim gitsin?” (Kim getsin?) adlı verilişlər arasında format bənzərliyindən mübahisə yaranmışdı. Nəticədə, hər iki verilişin müəllifi məhkəmə zalında qarşı-qarşıya gəlmiş və öz hüquqlarını tələb etmişdilər. Məhkəmə isə hər iki verilişin orijinal olduğu və müəllif hüquqları üzrə qorunmaları qənaətinə gəlmişdir. Həmçinin, burada verilişlərin bənzədikləri halda ayrı-ayrı xarakteristik xüsusiyyətlərə sahib olduqları da qeyd edilmişdir. Məhz bu xüsusiyyətlərin hər iki verilişə orijinallıq qatdığı da vurğulanmışdır.

Türkiyədə kanalların demək olar ki, hər birində evlilik proqramı yayımlanırdı. Bu tip verilişlər içərisində müəllif hüquqları üzrə qorunan ilk layihə “Kadının sesi” (Qadının səsi) olmuşdur. Digər türk kanalında yayımlanmış “Düğünümüz var” (Toyumuz var) adlı veriliş isə bu layihə ilə müqavilədən və lisenziyalaşdırıldıqdan sonra efir həyatına başlamışdır. Daha sonra isə həmin format Flash TV-də

icazəsiz və lisenziyasız yayımlanmışdır. Nəticədə, “Kadının sesi” (Qadının səsi) layihəsinin müəllifi Flash TV-ə məhkəmə davası açmışdır.

Adətən, televiziya layihələrində müəllif hüquqlarının qorunulması məsələsi və məsələnin həlli üçün keçirilən məhkəmələr iki fərqli ölkənin kanalları arasında baş verir. Lakin ölkə daxili kanallar arasında da bu cür hallar yaşana bilər. Türkiyə televiziyasında yayımlanan “Bu tarz benim” verilişi Show TV və Acun Ilıcalının sahibi olduğu TV8 arasında münaqişə yaranmasına səbəb olmuşdur. Bu veriliş ilk dəfə Production House tərəfindən Show TV üçün hazırlanır. Veriliş yayımlandığı müddətdə böyük marağa və diqqətə səbəb olur. Reyting cəhətdən də kanalın üzünü güldürə bilər. Lakin bir müddət sonra şirkət ilə kanal arasında anlaşılmazlıq yaranır və müqavilə pozulur. Bundan sonra kanal verilişi davam etdirmək istəyir. Şirkət isə öz məhsulunu TV8 kanalına satır və əməkdaşlığa başlayır. Nəticədə, hər iki kanalda eyni vaxtda, eyni formatda və eyni adda veriliş yayımlanır. Bu hal Production House tərəfindən

Show TV-ə məhkəmə davası açılana kimi davam edir. Məhkəmə verilişin ad haqqının Show TV-ə, ssenarisinin isə şirkətə aid olduğuna qərar verir. Show TV eyni adda, lakin başqa formatda veriliş hazırlayıb yayımlanmalı olur. Production House isə öz məhsulu sayılan verilişin adını “İşte benim stilim” ilə əvəz edir. Show TV “Bu tarz benim” adında, lakin başqa formatda yayımladığı veriliş üçün “Joker” şirkətiylə çalışır. Lakin yeni format marağa səbəb olmur, reyting cədvəlində ürəkəçən nəticə göstərmir. Nəticədə, final qərarı alır.

Buna bənzər bir hal Azərbaycan televiziyasında da yaşanılmışdır. “Ovqat” adlı veriliş İctimai Televiziya ilə Azərbaycan Televiziyası arasında gərginlik yaratmışdır. İctimai Tv Azərbaycan Televiziyasını ona məxsus olan “Ovqat” musiqili bədii-ədəbi verilişi oğurlamaqda günahlandırmışdır. İctimai Televiziya və Radio Yayınıları Şirkəti Azərbaycan Televiziyasının eyni adlı, eyni formatlı verilişi efirə verməklə bir çox qanunu pozduğunu iddia etmişdir. İctimai televiziyanın ictimaiyyətə əlaqələr və monitorinq şöbəsinin rəisi açıqlama vermiş və Azərbaycan Televiziyasının “Ovqat” proqramının anonsunu yayımlamaqla “Reklam haqqında” qanunun müddəalarını, həmçinin “Haqsız rəqabət haqqında” qanunun 3-cü maddəsinin rəqibin təsərrüfat fəaliyyətinin təqlidi, nüfuzdan salınması, fəaliyyətə müdaxilə, haqsız işgüzarlıq davranışı, istehlakçıların çaşdırılması müddəalarını pozduğunu vurğulamışdır. Eyni zamanda, qeyd etmişdir ki, bu hadisə “Teleradio haqqında” və “Müəllif hüquqları və əlaqəli hüquqlar haqqında” qanunların da pozulması deməkdir. İctimai Televiziyanın başqa bir nümayəndəsi isə Müəllif Hüquqları Agentliyinə ərizə təqdim edildiyini iddia etmiş, ərizədə “Ovqat” verilişinin müstəsna hüquqlarının İctimai Televiziya və Radio Yayınıları Şirkətinə məxsus olduğu göstərilmişdir. Azərbaycan Televiziya və Radio Verilişləri Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinin əməkdaşları isə Müəllif Hüquqları Agentliyinə “Ovqat” verilişi ilə bağlı müəllif hüquqlarının qorunmasını xahiş edərək ərizə ilə müraciət etmiş və verilişin ilk bu şirkət tərəfindən yayımlandığını bildirmişdilər. Həmçinin ərizədə qeyd edilmişdi: “Hələ

1994-cü ildən bu şirkət “Ovqat” adlı radio verilişi yayımlayır. 1994-cü ildə ölkəmizdə müəllif hüquqları ilə bağlı qanun hələ qəbul edilmədiyi üçün biz verilişlə bağlı hüquqlarımızı təsbit edə bilmədik. Sonradan isə gərgin, yaradıcı iş bunu etməyə imkan vermədi. “Ovqat” verilişi indi də hazırlanaraq radio dalğalarında yayımlanır. Verilişin televiziya versiyası hazırlansa da, bunu həyata keçirə bilmədik. Belə ki, 2006-cı ilin yanvar ayında İctimai Televiziyada eyni adlı “Ovqat” verilişi efirə

getməyə başladı. İTV-də yayımlanan “Ovqat” verilişinin adı, ideyası, ssenarisi, forma və məzmunu bütövlükdə “Azərbaycan Televiziya və Radio Verilişləri Qapalı Səhmdar Cəmiyyətində hazırlanan “Ovqat” radio verilişindən götürülüb.”

Azərbaycan teleməkanında yayımlanmış “Yoxlama” verilişinin də pirat məhsul olduğu iddia edilmişdir. Nəticədə, bu veriliş iki fərqli ölkə kanalı arasında münaqişəyə səbəb olmuşdur. Ukraynanın “Noviy kanal”ı bildirmişdir ki, Azad Azərbaycan Televiziyası onlara məxsus “Revizor” verilişini lisenziyasız yayımlayır. “Noviy kanal” “Pyatnitsa” telekanalı ilə birlikdə ATV rəhbərliyinə intellektual və müəllif hüququnun pozulması haqqında məktub göndərmişdir. Məktubda verilişin yayımlanmasının dayandırılması da istənilmişdir. Verilişin yaradıcı birliyinin rəhbəri bildirmişdir ki, başqasının intellektual mülkiyyətindən istifadə edərkən bunun üçün icazə istəmək və ödəniş etmək lazımdır. Azad Azərbaycan Televiziyasının “Xəbərlər” departamentinin rəhbəri şirkətə “Noviy kanal” və “Pyatnitsa” telekanalından heç bir rəsmi məktub gəlmədiyini qeyd etmişdir. Yoxlama verilişi isə bir çox şikayətlər və mübahisələr nəticəsində yayımdan qaldırılmışdır. Ukraynaya məxsus Revizor layihəsində olduğu kimi Yoxlama verilişində də hər buraxılış fərqli məkanların- restoranların, kafələrin mətbəxi yoxlanılır, gigiyenik qaydalara əməl olunub-olunulmaması qeyd edilirdi.

Mammadova Konul Rahil qızı

Piracy on TV

Abstract

This article provides information on piracy. At the same time, examples of pirated television programs are provided. These examples cover world television.

Keywords: *Television, television programs, piracy, pirate projects, television projects*

Мамедова Кенул Рахил кызы

Пиратство на ТВ

Резюме

Эта статья предоставляет информацию о пиратстве. В то же время приводятся примеры пиратских телевизионных программ. Эти примеры охватывают мировое телевидение.

Ключевые слова: Телевидение, телевизионные программы, пиратство, пиратские проекты, телевизионные проекты

ƏDƏBİYYAT

1. <https://tr.wikipedia.org/wiki/Warez>
2. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/262726>
3. <http://openaccess.bilgi.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11411/129/Fikir%20ve%20Sanat%20Eserleri%20Huku-ku%20A%C3%A7%C4%B1s%C4%B1ndan%20Televizyon%20Program-lar%C4%B1%20ve%20%C3%96zellige%20Televizyon%20Program%20Format-lar%C4%B1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
4. <http://www.hurriyet.com.tr/haberleri/bu-tarz-benim>
5. <http://yarpaq.az/az/televiziylarin-ovqat-cekismesi/>
6. <https://baku.ws/social/13464-atv-nin-yoxlama-verilii-plagiat-cxd.html>

Rəyçilər: professor Qulu Məhərrəmli, dosent Sevinc Məmmədova

Reviewers: professor Qulu Maharramli, dosent Sevinc Mamedova

Рецензенты: профессор Гулу Маггеррамли, доцент Севиндж Мамедова

UOT (070)

Əhmədli Məryəm Rafael qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Radio və televiziya kafedrasının II kurs magistrantı

meryemrafaelqizi@gmail.com

Azərbaycan teleməkanında maarifləndirici proqramların bugünkü durumu

Xülasə

Məqalədə Azərbaycan televiziya kanallarında tədris proqramlarının hazırkı vəziyyəti təsvir olunur. Ölkədəki mövcud kanalların tarixindən bəhs edir. Məqalədə Azərbaycan televiziyasının yaranma və inkişaf mərhələlərindən bəhs olunur. Müstəqillikdən sonra hazırlanan proqramlardan da bəhs olunur. Məqalədə Azərbaycanda müasir televiziya kanallarını təşkil edən əyləncə proqramlarının sindromu da müzakirə olunur. Məqalədə telekanallarda görülən işlər və təhsil proqramlarının sayını artırmaq üçün yeni televiziya layihələri təsvir edilmişdir

Açar sözlər: *Televiziya, maarifləndirmə, müasirlik, KİV, media, proqramlar*

Azərbaycan televiziyasının bugünkü durumundan danışmadan əvvəl onun inkişaf tarixinə nəzər salsaq, görürük ki, ölkənin televiziya kanalları uzun və keşmə-keşli inkişaf yolu keçmişdir. Əvvəllər ölkədə yalnız bir kanal, Azərbaycan Dövlət Televiziyası fəaliyyət göstərirdi. Burada həftənin beş günü Moskvadan «Səhər» proqramı yayımlanırdı. Bununla yanaşı, AzTV-də «Retro» kino zalı, «Bayatı» ədəbi almanaxı, «Şahmat televiziya məktəbi», məktəblilər üçün «Günəş», «Yelkən» verilişləri, eləcə də «Bağçılıq», «Qitələr, hadisələr» beynəlxalq proqramı nümayiş etdirilirdi. Televiziyada «Səyahət», «Gəncliyin səsi», «Kəndimizin qayğıları», «Əməkdaşlıq» və s. istiqamətli verilişlər hazırlanırdı.

1990-cı illərdə baş verən hadisələr Azərbaycan televiziyasına da öz təsirini göstərmişdir. Bu dövrdə Azərbaycan televiziyası üçün inkişaf prosesindən danışmaq mümkün deyildi. Ekranada hədə-qorxu, söyüş və təhqir dolu ifadələrə yol verilirdi. Milli mənafeyə uyğun gəlməyən uğursuz islahatlar aparılırdı.

Ümummillî lider Heydər Əliyevin siyasətdə yaratdığı sabitlik KİV-in fəaliyyətinə də müsbət təsir göstərdi. Televiziyada hərbi-vətənpərvərlik, soyköku, milli mədəniyyətin təbliği ilə bağlı verilişlərin sayı artdı, bu istiqamətdə yeni proqramlar hazırlandı. Azərbaycan televiziyasında ana dili ilə bağlı məqamlara xüsusi diqqət yetirildi.

1995-ci ildən başlayaraq, Azərbaycan televiziyasında yeniliklər bir-birini əvəz etdi. Avqust ayında efirə çıxan verilişlərdən biri də professor K. Abdullanın təqdimatında «Günün ömrü» verilişi oldu. Burada aparıcı ədəbiyyat nümayəndələri ilə

tamaşaçıları tanış edir, onların yaradıcılığından bəhs edirdi. Məlumdur ki, bu tipli verilişlərin hazırlanmasına, onun ideya-bədii və estetik təsir gücünün effektivliyinə xüsusi tələbkarlıqla yanaşılmalıdır”. (3,74) Həmin tələbkarlığın nəticəsi idi ki, müəllif-aparıcı tamaşaçıları maarifləndirən, eyni zamanda, zövqünü oxşayan proqram hazırlamağa nail olmuşdu.

1990-cı illərdə Azərbaycan tarixinin müxtəlif səhifələri sənədli filmlərdə öz əksini tapmışdır. Məsələn, «Azərbaycan nefti», «Terror», «Həyata qayıdış», «Novruz» etnoqrafik filmi, «Yaddaş yazıları», «Etnoqrafik etüdlər», «Basqal», «Buzlaq dövrünün yadigarları» kimi filmlərdə milli koloritli, mədəni irsin təbliği və tədqiqi mövzuları xüsusi yer tuturdu. Bu dövrdə Dövlət Televiziya və Radio Verilişləri şirkətində 11 baş redaksiya fəaliyyət göstərirdi. Bu redaksiyaların arasında “Tədris və maarifçilik” redaksiyası da var idi. Bu redaksiyada «Haqqın dərgahi», «Elm xadimlərimiz», «Azərbaycan tarixi», «Televiziya tibb məsləhətxanası» kimi verilişlər hazırlanırdı.

Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra özəl kanallar yaranmağa başladı. Özəl kanalların qarşısında duran əsas vəzifələrdən biri də izləyiciləri maarifləndirmək idi. İlk dövrlərdə bu kanallar maarifləndirmə funksiyasını qismən həyata keçirə bildilər. Özəl kanallar bunu müxtəlif yollarla həyata keçirirdilər. Bura ölkədə istehsal olunan filmlər, teatr tamaşaları, yaxud öz istehsalları olan proqramlar, filmlər, ya da bilavasitə maarifləndirməyə yönəlmiş sənədli filmlərin efirdə verilməsi ilə həyata keçirilirdi. Maarifləndirmə verilişlərinə misal olaraq, «Mədəniyyət xəbərləri», «Səndiqca», «Qaravəlli», «Premyera», «Telemizan», «Kinoalmanax» (AzTV), «Biz», “Xəmsə” (İTV), “Haqqım var ki, öyünüm” (İTV), «Teatral», «Muzey», «Kinoman» (LİDER), «Filmin əvvəli», «Seans»(ANS), “Bir mahnının tarixçəsi” (İTV), dini, tibbi və ətraf mühitə həsr olunmuş bir sıra verilişləri, o cümlədən, «Sağlamlıq» (AzTV), «Gecə yarısı», «Eybu yox», «Qərib Azər-seyahətlər aləmində», «Şəfa», «İman» (ANS), «Səhhət» (Space) kimi verilişləri göstərmək olar.

Qeyd etdiyimiz kimi, Azərbaycan televiziya kanalları uzun inkişaf yolu keçmişdir. Ayrı-ayrı dövrlərdə kanallarımızda müxtəlif maarifçilik proqramları yayımlanmışdır. O dövrdə KİV-in əyləndirmə funksiyasına xüsusi önəm verilmirdi. Şou verilişləri yeni formalaşmağa başlayırdı. Təəssüflər olsun ki, bu inkişaf o qədər sürətlə getmişdir ki, hazırda kanallarımız bir çox hallarda əyləncə meydanına çevrilmiş, eranda “şpaqat” açan aparıcılardan tutmuş, “təpik atan” qonaqlara kimi hər kəsin efirə çıxmasına imkan verilmişdir. Efirlərdə jurnalistlərə rast gəlmək, demək olar ki, mümkün deyil. Televiziya kanallarımızda yayımlanan verilişlərin intellektual səviyyəsi çox aşağıdır. Müğənnilər, aktyorlar, şoumenlər kanallarımızda verilişlər aparırlar, jurnalistikanın maarifləndirmə funksiyası ikinci plana keçirilmişdir. Bu isə dövrün tələbinə uyğun olaraq, reklam əldə etmək və daha çox izləyici qazanmaq istəyi ilə bağlıdır. KİV auditoriyanın tələbinə uyğun yayım həyata keçirir. Auditoriyanın çox hissəsinin tələbi isə əyləncədir. Lakin, unutmayaq lazımdır ki, KİV auditoriyanın yox, auditoriya KİV-in arxasınca getməlidir. Bu əsasən, televiziya kanallarımızın formalaşma mərhələsində olması ilə əlaqədardır. Son dövrlərdə Azərbaycan Dövlət Te-

leviziyasında bir sıra yeniliklər gözə çarpmaqdadır. Həmçinin, İctimai televiziya öz yayımında maraqlı dəyişikliklər etmişdir.

İTV-də yayımlanan “Bizim ellər” verilişində bölgələrimizdən, orada yaşayan azsaylı xalqlardan, onların adət-ənənələrindən bəhs olunur. İctimai televiziya yayımlanan digər maarifləndirici proqram isə “Nübarlı bağ”dır. Burada kənd təsərrüfatı sahəsində görülən işlərdən bəhs olunur. Fermerlərin gündəlik həyatı əks olunur. Həmçinin, bağçılıq, bostançılıq sahəsində maarifləndirici məlumatlar verilir.

Bu ildən etibarən, İctimai televiziya Dj Turalın “AvtoStop” verilişinin televersiyası yayımlanmağa başlayıb. Bu veriliş əvvəl “Media Fm” radiosunda yayımlanırdı. “AvtoStop” proqramında yol hərəkəti qaydalarından, cərimələr və s. haqqında maarifləndirici məlumatlar verilir. İctimai televiziya yayımlanan yeni verilişlərdən biri də “3D” verilişidir. Bu veriliş tok-şou xarakterli olsa da, Azərbaycan televiziya kanalı üçün yeni formatda yayımlanır. Burada da maarifləndirici xüsusiyyətlər var. İctimai televiziya uzun müddətdir yayımlanan maarifləndirici intellektual verilişlər arasında «Что? Где? Когда?»-nin da adını çəkmək olar.

AzTV-də yayımlanan “Analar akademiyası” verilişində psixoloqlar, mütəxəssislər analara yararlı məsləhətlər verirlər. Həmin TV-də tibb sahəsində yayımlanan maarifləndirici proqramlardan “Sağlam ol” verilişini qeyd etmək olar. “Gün-Ellə səyahət” verilişində aparıcı Azərbaycanın müxtəlif bölgələrinə səyahət edir, oranın tarixindən bilgiləri izləyicilərə təqdim edir. “Texno-xəbər” verilişində müxtəlif texniki biliklər, ən son texnoloji nailiyyətlər haqqında məlumat verilir.

“Real Tv”-də Cəlalə Nəzəroğlunun təqdimatında “Redaktor” verilişi yayımlanır. Burada Azərbaycan dilinin qrammatikası, sözlərin düzgün yazılışı, mənalarının izahı tamaşaçılara təqdim edilir.

Xəzər TV-də yayımlanan “Ənənə boxçası” verilişində milli mentalitetimizdən, adət-ənənələrimizdən bəhs olunur. Azərbaycanın müxtəlif bölgələrinə səyahət edərək, buradakı toy adət ənənələrinin özünəməxsus tərəfləri izləyicilərə çatdırılır.

Göründüyü kimi, Azərbaycan televiziya kanalları proqramlarında dəyişiklik edərək, şoudan qismən uzaqlaşmaq, yeni mərhələyə qədəm qoymaq istiqamətində müəyyən addımlar atmaqdadırlar. AzTV və İctimai televiziya bu baxımdan daha səmərəli fəaliyyət göstərir. Artıq özəl televiziya kanallarının rəhbərləri də başa düşürlər ki, izləyicilər şoudan, qalmaqaldan yorulub, ekrandan səviyyəli yenilik gözləyirlər. Əgər belə davam edərsə, televiziya kanallarımızın yeni tarix yazacağına ümid etmək olar.

Ahmedli Maryam Rafael qızı

The state of educational programs on Azerbaijani television channels

Abstract

The article tells about the current condition of educational channels on Azerbaijani television channels. It tells about the history of existing channels in the co-

untry. The article talks about the stages of formation and development of Azerbaijani television. It also talks about the programs that were developed after independence. The article also discusses the syndrome of entertainment programs that make up modern television channels in Azerbaijan. The article describes the work done on TV channels and new television projects to increase the number of educational programs.

Key words: *Television, enlightenment, modernity, mass media, media, programs*

Ахмедлы Марям Рафаель кызы

Состояние образовательных программ на азербайджанских телеканалах

Резюме

В статье рассказывается о современном состоянии образовательных программ на азербайджанских телеканалах. Здесь рассказывается об истории действующих каналов в стране. В статье говорится об этапах становления и развития азербайджанского телевидения. Также рассказывается о программах, которые были разработаны после обретения независимости. В статье также обсуждается синдром развлекательных программ, которые составляют современные телеканалы в Азербайджане. В статье рассказывалось о проделанной работе на телеканалах и новых телевизионных проектах по увеличению количества образовательных программ.

Ключевые слова: *Телевидение, просветительская, современность Средства Массовой Информации, медиа, программы*

ƏDƏBİYYAT

1. Billurə Aslanova, “Azərbaycan Televiziya yayımının inkişaf mərhələləri”, Bakı, 2017
2. Elçin Əlibəyli, “Televiziya nəzəriyyəsinin əsasları”, Bakı, 2011
3. Alxan Bayramoğlu “Jurnalist sənətkarlığı”, Bakı, 2015
4. <http://www.aztv.az/az>
5. <https://itv.az/tvshows>

Rəyçilər: *dosent Qərənfil Xəlilova, dosent Sevinc Məmmədova*

Reviewers: *dosent Qerenfil Xalilova, dosent Sevinc Mamedova*

Рецензенты: *доцент Гаранфил Халилова, доцент Севиндж Мамедова*

Nəsirli Gülnar Sahid qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Radio və televiziya kafedrasının II kurs magistrantı

najafovagulnar@gmail.com

“Xəzər Xəbər” informasiya proqramının etik mənzərəsi

Xülasə

Məqalədə konkret olaraq “Xəzər Xəbər” informasiya proqramının ərsəyə gəlməsi zamanı etik çərçivələrin nə dərəcədə gözlənilib-gözlənilmədiyindən bəhs edilir, ümumilikdə teleməkanda etik mənzərəni formalaşdıran və eyni zamanda bu mənzərəni pozan məqamlara toxunulur. Televiziya jurnalistlərinin peşə etikasının əsas prinsipləri, telekanalın imicindən xəbər verən etik normaların konkret hansı səbəbdən pozulması, hər iki halda formalaşan nəticə və ümumi problemlər müzakirə edilir və bu etik mənzərəyə diqqət yetirərkən ona hansı rəkursdan baxıldığı nəzərdən keçirilir. Etik prinsiplərə riayət edilməsinin nə qədər önəmli olması və bu prinsiplərin pozulması hallarının qarşısının alınması üçün hansı problemləri gözdən keçirməyin vacibliyi vurğulanır.

Açar sözlər: Televiziya, jurnalistika, xəbər, etika, peşə etikas, informasiya proqramı

İctimai şüur formalarından biri kimi əxlaq, mənəviyyat haqqında elm olan etika televiziya sferasının da formalaşmasında əhəmiyyətli rol oynayır. Həmçinin yerli televiziya standartlarının, ümumiyyətlə kütləvi informasiya vasitələrinin məzmunu və yayımı ilə bağlı nəzarət də etik çərçivələr əsasında qurulur.

İnsanın mənəvi dünyası və bütün yaşadıqları rəngarəng olduğu üçün bəzən gündəlik həyatda nəinki vacib mənəvi dəyərlərə, hətta ən bəsit əxlaq normalarına və müəyyən etik prinsiplərə, el dilində desək, yazılmamış qanunlara riayət etmək asan olmur. Məhz peşə etikas, müxtəlif peşələrin əxlaq normaları ilə əlaqədar konkret hadisələri təhlil edir, əxlaqi dəyərlərin gerçəkləşməsinə yardımçı olur və mənəvi hüdudların aşıldığı zamanlarda bəşəri signal xarakteri ilə çıxış edir.

Yerli televiziya məkanı xəbər, reklam, əyləncə və digər məqsədyönlü platformalara bölünə də, hər bir kateqoriya öz növbəsində etik qaydaları gözləməyə borcudur. Lakin informasiya proqramları bu mənada daha ciddi xarakter daşdığı üçün bu vəzifənin yükü birə-beş artmış olur.

Nümunə olaraq, “Xəzər Xəbər” informasiya proqramının ümumi etik mənzərəsini nəzərdən keçirək. Ümumiyyətlə, telekanalın peşəkarlıq səviyyəsi onun xəbər proqramlarının keyfiyyəti, dəqiqliyi, operativliyi, qərəzsizliyi və s. ilə ölçülür. “Xəbərlər” informasiya bloku olmayan heç bir kanal digərləri ilə müqayisə olunacaq sə-

viyyəyə çatmış hesab edilə bilməz. Çünki hər bir televiziya kanalının varlığı onun xəbər proqramından başlayır.

Hər bir normal telekanal kimi, “Xəzər TV” də xəbər proqramını təqdim edərkən xəbərin doğruluğu, dəqiqliyi və yeniliyinə, etibarlı mənbələrə istinad edilməsi, faktların tamlığı, müəllifin və ən əsası kanalın mövqeyinin obyektivliyi və qərəzsizliyinə diqqət yetirir. Lakin təəssüf ki, bəzi hallarda (məqsədli və ya məxfi səbəblərdən dolayı) efirdə yayımlanan bir cümlə belə qərəzli fikirlərin təmsilçisi ola bilər.

İnam və etibarlılıq faktoru çox önəmli detal olduğu üçün “Xəzər Xəbər” informasiya proqramı mümkün qədər obyektiv və qərəzsiz görünməyə çalışır. Lakin təəssüf ki, reyting deyilən bir reallıq var ki, hətta xəbər və informasiya proqramları belə bu siyahıda birinci sətərə yüksəlmək naminə hər şeyə getməyə hazırdır. Bu səbəbdən xəbəri çatdırarkən ona uyğun həyəcanverici jest və mimikalar qaçılmaz olur. Unutmaq olmaz ki, reyting xatirinə etik limiti aşmaq yalnız qeyri-peşəkərlikdən xəbər verir.

“Xəzər Xəbər” informasiya proqramının təmsalında bütün xəbər buraxılışları və hadisəni nəql edən istənilən janra aid verilişlər hər hansı bir yeni xəbəri tamaşaçılara çatdırarkən, ələlxüsus, ölkədə baş verən fəvqəladə hadisələri şərh edərkən belə etika qaydalarını gözləməyə borcludur. Bəs bu qaydalar hansılardır və onlar nəyə əsasən təyin olunur?

Televiziya məkanında, daha kiçik miqyasda desək, xəbər sferasına aid olan proqramları hazırlayarkən ilkin etik qayda xəbərin çatdırılma prinsiplərinin peşəkər tələblərə uyğun olub-olmamasını dəqiq təyin edə bilməkdir. Xəbəri təqdim edərkən operativ olmağı seçdiyimiz halda, tələsərək, keyfiyyətsiz və qeyri-peşəkər süjetləri ərəsəyə gətirmək, o cümlədən xəbər blokunu doldurmaq naminə keyfiyyətə deyil, kəmiyyətə üstünlük vermək ən birinci növbədə pozulmuş etik prinsip hesab edilir.

“Xəzər Xəbər” informasiya proqramının yayım saatının başladığını çatdıran və onu efir blokunda yayımlanan digər materiallardan fərqləndirmək üçün efirə verilən başlıq (şapka) həddən artıq dinamik musiqi ilə müşayiət olunur. Bu başlığın hələ heç bir xəbərin səsləndirilmədiyi andan etibarən insanda həyəcan yaradacaq rənglərlə yığılmış qrafik video-görüntülərlə tamamlanması sözügedən etik qayda pozuntularındandır.

Təqdim edilən informasiyaların lazımsız pafos və efirdən çox, gündəlik danışığ dilinə uyğun həyəcanverici ifadələrlə ötürülməsi ictimai şüuru formalaşdırarkən izləyicilərə mənfi təsir göstərə bilər. Xəbəri etik çərçivədə çatdırmaq üçün ötürücü rolunu oynayan proqram aparıcılarının, müxbirlərin hər hansı bir bölgəyə, kəndə aid ləhcədə çıxış etməsi danışığ etikasını pozur ki, bu da öz növbəsində “Xəzər Xəbər”dəki etik mənzərənin ürəkaçan olmadığından xəbər verir.

Doğrudur, “Xəzər TV” ekranlarından bizi salamlayan səliqəli görünüşə malik aparıcıların nümunəvi nitqi, sözləri düzgün intonasiya ilə və aydın şəkildə tələffüz etmələri tamaşaçıların beynində özündən və təqdim etdiyi xəbərdən əmin olan bir televiziya kanalı obrazını formalaşdırır. Lakin bəzən aparıcı-diktörün müəyyən səbəblərdən (xəbərin son dəqiqə yeni olmasından, efirə bir neçə dəqiqə qalmış etibarlı

mənbələr və kanal rəhbərliyi tərəfindən təkzib, yaxud təsdiq olunmasından, həmçinin ən bəsit və şəxsi bir səbəb kimi aparıcının gecikməyindən və buna görə də blok gedişatından xəbərsiz olmasından asılı olaraq) mətnlə yaxından tanış olmadan onu birbaşa izləyicilərlə bölüşməsi, bununla da ekran qarşısında oturub ona baxan insanlarda neytrallıqdan çox biganəlik təəssüratı yaratması, ardıcılığı itirdiyi üçün çəş-baş qalaraq boşluq yaratması “Xəzər Xəbər” informasiya proqramına inam gücünü zəiflədir. Aparıcının pozitiv bir xəbərə uyğun dinamika yaratmaq əvəzinə lazımsız fasilələrə, yersiz pafosa yönəlməsi, fikri dağınıq olduğu üçün neqativ və qəmgin xəbəri maksimum uyğunsuz hisslərlə çatdırması, bəzən isə kövrəldici və təsirli xəbəri cansız robot kimi ötürməsi qəsdən olmasa da, proqramın etik mənzərəsini korlamış olur. Belə faktlara nadir hallarda rast gəlinir, lakin bəzən gülüşə səbəb olduğu üçün tez bir zamanda sosial şəbəkələri bürüyür və tarixi arxivə doğru yol alır.

Jurnalistikanın əsas etik prinsiplərindən biri də jurnalistin neytral mövqedən çıxış etməsi, istənilən hadisənin təsviri və ya şərh zamanı tərəfkeşliyə yol verməməsidir. Obyektivlik və qərəzsizlik prinsiplərinin gözlənilməsi işlədiyi televiziya kanalından asılı olmayaraq, hər bir jurnalistin vəzifə borcudur. Lakin çox təəssüf ki, bəzən müxtəlif səbəblərdən jurnalistlər obyektivliyi pozur, hadisəyə (bilərəkdən və ya istəmədən) müəyyən bir prizmadan yanaşır ki, nəticədə ümumi süjet xəttini izləyən tamaşaçıda konkret (mənfə və ya müsbət) bir fikir yaratmış olur. Əgər biz etik qaydalardan danışırıqsa, bu, ən ciddi qayda pozuntusu hesab edilə bilər. Çünki yaşından və çalışdığı televiziya kanalından asılı olmayaraq, heç bir jurnalistin (aparıcı, müxbir və digərləri) tamaşaçıda qərəzli fikir yaratmağa ixtiyarı yoxdur.

Müəllif hadisəni təsvir edərkən birinci və ya ikinci tərəfin lehinə (yaxud əleyhinə) danışmalı deyil, o, sadəcə olaraq baş verənləri tamaşaçıya ötürməlidir. Məsələn, təqsiri tam şəkildə sübuta yetirilməmiş və bu işlə əlaqədar məhkəmə prosesi hələ də davam edən bir şəxs haqqında video-materialın “Dələduzluq və oğurluq edən şəxs yaxalanıb” əvəzinə “Dələduzluqda və oğurluqda ittiham olunan şəxs yaxalanıb” deyə təqdim olunması daha məqsəduşğun olardı.

Xəbər sferasında fon musiqisindən istifadə də vacib detallardandır. Peşə etikasına əməl etməyi qarşısına məqsəd qoymuş heç bir yerli televiziya kanalı, o cümlədən “Xəzər TV” tamaşaçıların həyəcanını artırmaq və bununla yüksək reyting əldə etmək naminə xəbər fonunda ritmik musiqidən istifadə edə bilməz. Lakin “Xəzər Xəbər” bu məsələ ilə bağlı etik çərçivəni hər gün aşır.

Ümumiyyətlə, xəbər və informasiya sferası elə bir mühitdir ki, əksər hallarda orada bədiiliyə, musiqiyə yer verməkdən qaçmaq lazımdır. Çox nadir durumlarda, məsələn, tamaşaçıya ötürülən xəbər ürəkaçan mədəniyyət xəbəridirsə və ya xəbər relsindən çıxaraq, sadəcə dahi şəxsiyyətləri anmaq kimi bir məqsəd daşıyarsa, fon musiqisinə ehtiyac duyula bilər. Lakin əgər bir televiziya kanalı öz izləyicilərinə ölüm, cinayət, oğurluq, həbs qərarı və s. kimi neqativ hadisələr barədə məlumat təqdim edərkən birbaşa tamaşaçıları intizarda saxlamaq məqsədi güdən musiqidən istifadə edirsə, bu, peşə etikasına normalarından kənar bir hal hesab olunur.

Danılmaz faktıdır ki, bu gün daha operativ informasiya portalları sayılan saytlar və sosial şəbəkələr televiziya kanallarını sıxışdırıb izləyiciləri öz tərəfinə çəkməyi asanlıqla bacarır. Çünki televiziyanın ən çox baxılan saati – “prime-time” (pik saat) axşam saatlarına (20:00-23:00) təsadüf edir ki, səhər saatlarında və ümumiyyətlə gün ərzində baş verən hadisələr sosial şəbəkələr (əsasən, “Facebook” və “Instagram”) sayəsində tez bir zamanda gündəmi ələ alır və axşama qədər hər kəs günün əsas hadisələrindən xəbər tutmuş olur. Nəticədə axşam saatlarında televiziya ekranları qarşısında əyləşən izləyicilər daha çox sosial şəbəkələrdən istifadə etməyən yaşlı təbəqəyə aid insanlar olur. Bu göstəricini nəzərə alsaq, həyəcanlı musiqi və anons xarakterli çarxların həmin yaşlı insanların sinir sisteminə mənfi təsir göstərməsi ilə etik normaların ciddi şəkildə pozulduğunu söyləyə bilərik.

Qeyd olunan etik problemə bir də “Xəzər Xəbər” rakursundan baxaq. Xəbərlər proqramının xəbər ardıcılığı siyahısına nəzər salsaq, hər bir televiziya kanalında olduğu kimi, burada da ilk sırada ölkə başçısının yeni sərəncamlarının və onunla bağlı xəbərlərin yer almasının şahidi olarıq. Bu, çox təbii və normal haldır. Lakin Prezidentin imzaladığı fərman və sərəncamları “Game of Thrones” serialının musiqiləri qəbilədən olan ritmlərlə təqdim etmək qeyri-etik hesab olunur.

İnformasiyanın təqdimatı zamanı “xəbər dili”nin qorunması prinsipi də çox önəmli nüans kimi “Xəzər TV”nin imicinin formalaşmasında və seyrçini xəbərə kökləməkdə yardımçı olur. Bu mövzuda “Xəzər Xəbər” etik normativlərə tam şəkildə cavab verir.

Mütləq şəkildə qeyd olunmalıdır ki, “Xəzər Xəbər” informasiya proqramının əsasını təşkil edən süjet və reportajlar hazırlanarkən ilk növbədə etik prinsiplərin gözlənilməli dərhal gözə çarpır.

Danılmaz faktıdır ki, günümüzdə xəbər platformasında gündəmi ən tez ələ almağı bacaran 2 yerli xəbər proqramı var. Bu, “Xəzər Xəbər” və onunla yarışan “ATV Xəbər”dir. Hər iki proqram reyting lideri olmaq naminə informasiyanı operativ çatdırmağa çalışsa da, etik prinsiplərə uyğun olaraq, ciddi informasiya mənbələrinə istinad etməyə borclu olduğunu dərk edir və bu çərçivədən çıxmaq üçün səy göstərir. Məsələn, ölkə başçısı tərəfindən imzalanan istənilən əfv fərmanı, sərəncam, sərhəd məntəqələrimizdə atəşkəsin pozulması və s. kimi xəbərlər rəsmi mənbələr tərəfindən (president.az, mod.gov.az, mia.gov.az və s.) təsdiqlənmədən “Xəzər Xəbər”də yayımlanmır.

Kateqoriyasından və bilik səviyyəsindən asılı olmayaraq, fərdi şəxslərlə bağlı istənilən xəbərləri yayımlayarkən şərəf və ləyaqətin qorunması və şəxsi həyatın toxunulmazlığı prinsipinə əməl olunması da vacib nüans hesab olunur.

Nümunə üçün “Xəzər Xəbər”in 18 oktyabr tarixli proqramına nəzər salaq. Efirə gedən “Azərbaycanda şok hadisə – 16 yaşlı qız beş aylıq hamilədir” başlıqlı süjetdə yersiz şişirtmə aydın gözə çarpır. Burada həyəcan yaradan musiqidən istifadə olunması da məqsədəuyğun deyil. Həmçinin video-materialda şəxslərdən birinin fotosunun (simasının) açıq şəkildə yayımlanması da həmin insana vurulan psixoloji zərbə

kimi qiymətləndirilə bilər. Medianın şəxsi həyatın toxunulmazlığı prinsipinə əməl etməyin vacibliyini nəzərə alsaq, bu xəbəri açıq formada yayımlamaq, “şok hadisə” başlığı altında izləyicidə maraq artırmağa çalışmaq bütün müsbət cəhətləri geridə qoymağı bacarır.

Ümumiyyətlə, hər bir televiziya işçisi cinayət əməlləri, zorakılıq, qəddarlıq və intihar halları barədə reportajları təqdim edərkən, faciəvi nəticələri olan hadisələri şərh edərkən onun sensasiyalı formada nümayişindən çəkinməlidir. Bununla əlaqədar olaraq, bir nümunəyə diqqət yetirək. “Xəzər Xəbər” əməkdaşları tərəfindən hazırlanmış “3 aylıq körpənin barmaqlarını kəsdilər” başlıklı süjet tamaşaçıda, ilk növbədə, bunun vəhşiliklə törədilmiş hadisə olduğu fikrini yaradır, onun gözləri önündə qanlı və ürək ağrısından kadrlar canlanır. Lakin sonra məlum olur ki, ciddi səhlənkarlıq nəticəsində uşağın barmaqlarında qan dövrəni dayandığından həkimlər onun barmaqlarını amputasiya etməyə məcbur olublar. Buradan belə nəticəyə gəlmək olar ki, bu uğursuz başlıq tamaşaçıların diqqətini cəlb etmək üçün seçilib. Görüntülərin isə həssas hədəf qruplarına mənfi təsir göstərə biləcəyi nəzərə alınaraq, körpənin əlinin aydın şəkildə göstərilməməsi daha məqsədəuyğun olardı.

Onu da qeyd edək ki, etik çərçivələri aşmaq təkəb diksiya, səs, təqdimatla yekunlaşmır. Burada ən vacib olan kədr və görüntü problemidir ki, bu məzmununda da müəyyən olunmuş etik prinsiplər mövcuddur. Məsələn, 18 yaşdan yuxarı insanlar üçün nəzərdə tutulmuş mövzularda olan informasiyaların, içki və siqaretlə bağlı xəbərlərin yalnız axşam saatlarında nümayiş olunması, müharibə mövzusunda, yaxud hər hansı ağır qəzadan danışarkən və əgər varsa, həlak olmuş şəxslərin cəsədlərinin çox da açıq şəkildə göstərilməməsi “Xəzər Xəbər”in riayət etdiyi prinsiplər sırasındadır.

Ən ciddi etik qayda pozuntularından biri də televiziya işçilərinin müəyyən vəsait müqabilində hər hansı şirkət və ya fərdi şəxsləri tərənnüm etməsidir ki, buna da son zamanlar “Xəzər Tv” (və “Xəzər Xəbər” informasiya proqramı) daxil olmaqla, bütün telekanallarda rast gəlmək mümkündür. Çünki kommersiya layihələri belə təqdimat üçün baxımlı olan xəbər proqramlarını seçməyə çalışır və bu da başadüşüləndir. Lakin unutmamalıyıq ki, xəbərlərdə sifarişli materiallara yer verilməsi ən böyük etik nöqsanlardandır. Sifarişlə başqa bir insanın şəxsi həyatına müdaxilə, təsdiqini tapmamış məsələlərin açıqlanması və böhtana yol verilməsi isə ciddi problemdir və qeyri-etikdir. Çünki sübuta yetirilməmiş mübahisəli məsələlərdə bütün tərəflərin cavab vermək hüququ var ki, bu haqqı onların əlindən heç kim ala bilməz.

“Xəzər Xəbər” informasiya proqramının etik mənzərəsinə ümumi bir planda baxsaq, yekun kimi qeyd etməliyik ki, bu gün müəyyən kiçik yanlışlıqlar və qayda pozuntuları olsa da, ümumilikdə xoş görünüşlü diktorları, aydın tələffüzü və diksiyası olan müxbirləri, operativ olmağa çalışan çəkiliş qruplarını və ümumilikdə onların gördüyü bu çətin, məsuliyyətli işi “qeyri-etik” damğası ilə qaralamaq düzgün olmaz. Çünki yuxarıda sadaladığımız konkret faktlar da sübut edir ki, “Xəzər Xəbər” informasiya proqramı maksimum dərəcədə çərçivələri aşmamağa çalışır.

Nasirli Gulnar Sahid qizi

Ethical framework for creating the Khazar Khabar information program

Abstract

The article concretely deals with whether ethic frameworks is obeyed or not while producing the Khazar News program, and generally touches upon the nuances forming, as well as violating the ethic atmosphere of television. Main principles of professional ethics of television journalists, concrete reasons for violation of ethical norms, informing on the image of television, results of both cases, as well as general problems, are discussed and it is reviewed from which point of view the ethical scene is seen. Importance of following ethical principles and the necessity of reviewing problems in order to prevent violation cases of these principles.

Keywords: *Television, journalism, news, ethics, professional ethics, information program*

Насирли Гюльнар Сахид кызы

Этические рамки при создании информационной программы «Хазар Хабар»

Резюме

В статье речь идет о том, были ли соблюдены этические рамки в той или иной степени при создании информационной программы “Новости Каспия”, а также затрагиваются моменты, формирующие и в то же время нарушающие этическую картину в телепространстве. Говорится о конкретных причинах нарушения главных профессиональных этических принципов тележурналиста, этических норм, соответствующих имиджу телеканала, обсуждаются формирующийся в обоих случаях результат и общие проблемы, затрагивается вопрос ракурса рассматривания данной этической картины. Также подчеркивается важность соблюдения этических принципов, говорится о проблемах, на которые стоит обратить внимание для пресечения ситуаций их нарушения.

Ключевые слова: *Телевидение, журналистика, новости, этика, профессиональная этика, информационная программа*

ƏDƏBİYYAT

1. <http://xezertv.az/>
2. <http://www.xezerxeber.az/>

Rəyçilər: *professor Allahverdi Məmmədli, dosent Sevil Həsənova*

Reviewers: *professor Allahverdi Mammedli, dosent Sevil Hasanova*

Рецензенты: *профессор Аллахверди Мамедли, доцент Севиль Гасанова*

MƏTBUAT TARİXİ

UOT(002)

Alxan BAYRAMOĞLU

Bakı Dövlət Universiteti

Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi kafedrasının professoru,

filologiya elmləri doktoru

alxan.memmedov@mail.ru

Cümhuriyyət dövründə Azərbaycan dramaturgiyası

Xülasə

Azərbaycan ədəbi-ictimai düşüncəsi Cümhuriyyət illərində (1918-1920) də dövrün sosial-tarixi proseslərinə uyğun ruhda müxtəlif mövzulu və janrlı əsərlərlə öz fəaliyyətini davam etdirmişdir. Məqalədə həmin dövrdə yaranan pyeslərdən Cəlil Məmmədquluzadənin “Anamın kitabı”, “Kamança”, Abdulla Şaiqin “Tələbə həyatı” və başqa əsərlərdən söhbət açılmış, təhlillər aparılmışdır.

Açar sözlər: *Cümhuriyyət, dramaturgiya, Cəlil Məmmədquluzadə, Abdulla Şaiq, “Kamança”, “Tələbə həyatı”*

Azərbaycan Cümhuriyyəti dövründə həm günün hadisələri ilə səsləşən, həm də digər mühüm problemlərin işıqlandırılmasına həsr edilən dram əsərləri də yazılmış, onların bəziləri tamaşaya qoyulmuşdur. Cəfər Cabbarlının “Bakı müharibəsi”, Mirzəbala Məhəmmədzadənin “Bakı uğrunda müharibə”, Abdulla Şaiqin “Tələbə həyatı”, Cəlil Məmmədquluzadənin “Kamança”, “Anamın kitabı” dramları belə əsərlərdəndir.

Bəlli olduğu kimi, Bakı Mərkəzi Kaspi adlandırılan tör-töküntü düşmənlər qüvvələrindən 1918-ci il 15 sentyabrda azad edilmiş, AXC hökuməti həmin ilin 17 sentyabrında Bakıya köçmüşdür. Hələ 1918-ci ilin əvvəllərindən Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində, o cümlədən, Bakıda, Gəncədə, Şuşa və ətraf obalarda, Şamaxı, Quba və digər inzibati yaşayış məskənlərində erməni-daşnak qüvvələri, keçmiş çar Rusiyasının Birinci Dünya müharibəsindən qayıdan bəzi əsgəri qüvvələri də cəlb edərək, özlərinin məkrli siyasi niyyətlərini – “Dənizlərdən dənizlərə” xülyalarını reallaşdırmaq, bu planın müəyyən mərhələsini həyata keçirmək niyyəti ilə yerli əhalini – Azərbaycan türklərini soyqırma məruz qoymuşdular.²

² Bax: Sədaqət Məmmədova. Bakıda 1918-ci il mart qırğını. “Respublika” qəz., 30 mart 2001;; Qan yaddaşımız. 1918-ci il mart soyqırımı. Ərəb əlifbasından çevirib nəşrə hazırlayan, lüğət və “Ön söz”ün müəllifi Sədaqət Məmmədovadır. Bakı, “Elm və Təhsil”, 2014.

Həmin hadisə və proseslər dövrün bir çox qələm məhsulunda, o cümlədən, səhnə əsərlərində öz əksini tapmışdır.

Bakının azad edilməsinə həsr olunan hələlik iki dram əsəri haqda informasiya vardır. Belə ki, 1919-cu ildə Bakının düşmən qüvvələrdən azad olunmasının birilliyi AXC hökuməti və əhali tərəfindən təntənəli şəkildə qeyd edilmişdir. Məlumatla görə, həmin bayram tədbirləri silsiləsinə C.Cabbarzadənin yazdığı “Bakı müharibəsi” dramının 16 sentyabrda, M.Məhəmmədzadənin isə yenə həmin mövzuda qələmə aldığı “Bakı uğrunda müharibə” əsəri həmin günün səhəri – 17 sentyabrda dövlət teatrında tamaşaya qoyulmuşdur.

“Azərbaycan” qəzeti həmin tamaşalar haqda dərc etdiyi bildiriş elanından birincisində C.Cabbarzadənin (Cabbarlının) “Bakı müharibəsi” dramı haqda verdiyi bir qədər təfəssilatlı informasiyada göstərir ki, C.Cabbarzadənin “Bakı müharibəsi” dramında mart qırğınlarından başlamış, Bakının düşməndən azad olunması gününədək baş verən hadisələr təsvir edilmişdir. Əsərdə Bakı cəbhələri və həmin cəbhələrdə Nuru paşa, Mürsəl paşa və Məhəmməd Tofiq bəyin iştirakı ilə Bakıya hücum planı hazırlamaları, Şübanı, Binə, Maştağa, Balaxanı cəbhələri diqqət mərkəzində dayanırdı. Bundan başqa əsərdə düşmən cəbhələrinin təmsilçiləri kimi Caparidze və Atabekyan obrazları da yer almışdır...”³

İmzasız (redaksiya tərəfindən) çap edilən “İki tarixi drama”⁴ adlı həmin yazıda oxuyuruq:

“Paytaxtımız Bakı şəhərinin qəhrəman türk və Azərbaycan əsgərləri tərəfindən azad edilməsinin birilliyi münasibətilə gənc mühərrir və şairlərimizdən Cəfər Cabbarzadənin yazmış olduğu “Bakı müharibəsi” və gənc mühərrirlərimizdən Mirzəbala Məhəmmədzadə tərəfindən qələmə alınmış “Bakı uğrunda müharibə” namılı (adlı – A.B.) dramaları Bakı Türk səhnəsinin artistləri iştirakı ilə artist Abbas Mirzə Şərifzadənin təhdi-idarəsi (rəhbərliyi, quruluşu – A.B.) ilə işbu sentyabrın 16-da və 17-də axşam dövlət teatrosunda mövqe tamaşaya qoyulacaqdır. Bu dramalar ta mart hadisəyə-əliməsindən başlayıb Bakının düşmənlər əlindən azad edildiyi günə qədər nə cür hadisələr keçirdiyini müfəssəl surətdə təsvir ediyörlər.

Cəfər Cabbarzadənin yazmış olduğu dramada Bakı cəbhələri və cəbhələrdə Nuru paşa, Mürsəl paşa və Məhəmməd Tofiq bəyin iştirak etdiyi və Bakıya hücum planı yapıdığı Şübanı, Binə, Maştağa, Balaxanı cəbhələri göstərilir. Bundan əlavə Çaparidze və Atabekyan iştirak ediyörlər. Pərdə qalxmadan qabaq natiqlərimizdən biri – Mürsəlzadə cənabları Azərbaycan Cümhuriyyətinin birillik tarixi-siyasiyyəsini hari nitq söyləyəcəkdir. Biletlər satılır hər gün səhər və axşam teatrın kassasında. Tamaşa başlanacaq axşam saat 8-də. Dramalar tarixi və bir qədər müfəssəl olduğundan möhtərəm tamaşaçılardan rica olunur ki, vaxti-mabeynində gəlsinlər”.

Bu informasiyadan aydın olur ki, “Bakı müharibəsi” əsərinin müəllifi 1918-ci

³ Bax: “Azərbaycan” qəz., 15 sentyabr 1919; Alxan Bayramoğlu. Milli istiqlalımız qədər əziz bir gün. “Novruz” qəz., 19 sentyabr 1991.

⁴ “Azərbaycan” qəz., 15 eylül (sentyabr) 1919.

ilin martında ermənilərin Bakıda və ətraf kəndlərdə törətdikləri soyqırımını tədbirini də, haqlı olaraq, tərəflərin Bakını Azərbaycandan qoparmaq planının tərkib hissəsi olduğu qənaətini də səhnəyə çıxarmış, problemin kökünün nə qədər dərin, şəxəli və məkrli niyyətlərlə bağlı olduğuna ictimaiyyətin diqqətini cəlb etmişdir. Əsərdə Bakının azad edilib Azərbaycan xalqına və dövlətinə qaytarılmasında Qafqaz İslam ordusunun tarixi qardaşlıq xidmətləri də sonsuz qədirşünaslıq və qələbə ovqatının doğurduğu yazıçı – vətəndaş qüruru ilə əks etdirilmişdir.

Təəssüflər olsun ki, C.Cabbarzadənin “Bakı müharibəsi” əsəri və onun məzmunu, haqda heç olmasa bu informasiya bizə gəlib çatdığı halda Mirzəbala Məhəmmədzadənin “Bakı uğrunda müharibə” əsərinin tam mətni və haqqında onun adından və tamaşaya qoyulmasından başqa heç bir bilgimiz olmadığı kimi C.Cabbarlının “Bakı müharibəsi” əsərinin mətni də hələlik əldə yoxdur... Bu əsərlərdən birinin – C.Cabbarzadənin “Bakı müharibəsi” əsərinin sonradan unudulması səbəbi barədə “Azərbaycan” qəzetində “Teatro və musiqi” rubrikası altında çap olunan “Yıldız” başlıqlı və “Teatroçu” imzalı bir məqalədən informasiya almaq olur. Müəllif C.Cabbarlının “Yıldız” tamaşasının təhlilinə bu sözlərlə başlamışdır:

“Cəfər Cabbarzadənin son “Bakı müharibəsi” faciəsindəki müvəffəqiyyətsizliyi onu qayət mütəəssir etmiş olmalıdır ki, Mart hadisəsində İsmailiyyə binasında yakılıb tələf olmaqla yenidən yazmaq məcburiyyətində olduğu “Yıldız” faciəsində son dərəcə ehtiyatkar davranmış, əsərinin hər nöqtəsinə diqqət etmiş, tamaşaçıların məmnuniyyətini mövcub ola (qazana – A.B.) biləcək sənətkarənə bir faciə yarada bilmişdir”.⁵

Burdan məlum olur ki, C.Cabbarlının “Bakı müharibəsi” əsəri elə ilk tamaşadan uğur qazana bilmədiyi üçün müəllif bir daha onun üzərinə qayıtmamış, əvəzində “İsmailiyyə yangını”nda kül olmuş “Ulduz” əsərinin üzərinə yenidən qayıdaraq, onu daha təkamil şəkildə yenidən işləmiş, beləliklə, dramaturq “Bakı müharibəsi”ndəki uğursuzluğun acısını “Ulduz” əsərinə yenidən həyat verməklə çıxara bilmişdir.

AXC dövründə yazılan və sosial-siyasi məzmun daşıyan dram əsərlərindən biri də Cəlil Məmmədquluzadənin “Kamança”⁶ faciəsidir. Bu əsərin faciə – baş qəhrəmanını hər hansı bir fərd, şəxs deyil, bütövlükdə xalqdır. “Kamança”nın sonunda müəllif onun yazıldığı tarixi və yeri belə göstərmişdir: “Yanvar, 1920. Şuşa qalasında.

Bu əsərin mövzusunda danışarkən mərhum filologiya elmləri doktoru Hüseyn İsmailov haqlı olaraq yazmışdır: “...Kamança”da XX əsrin əvvəllərində çarizmin, eyni zamanda bolşeviklərin bilavasitə təhriki ilə törədilmiş erməni-azərbaycanlı qırğınının ibrətli tarixi bədii əksini tapmışdır”.⁷

Doğrudan da, əsərdə hər iki xalqın gündəlik gediş-gəlişlərinin, məişət həyatının

⁵ “Azərbaycan” qəz., 13 təşrinə-sani (noyabr) 1919.

⁶ Bax: Cəlil Məmmədquluzadə. Əsərləri. 6 cildə. Tərtib edənlər: Əziz Mirəhmədov, Turan Həsənzadə. II cild, Bakı, Azərbaycan Dövlət Nəşriyyatı, 1984, s.101-107.

⁷ Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti (Ədəbiyyat, dil, mədəni quruculuq). Y.Qarayev, A.Axundov, H.İsmailov, A.Bayramoğlu və b. Bakı, “Qoldot Qrup” QSC. nəşr-tı. 2009, s.289.

bir-biri ilə bağlı olduğu, Qazançı kənd ermənilərinin Çeşməbasar kəndində Zülfüqar bəyin oğlunun toy mərasimində, Əbdüləligildə sazəndə kimi iştirak etmələri və s. de-tallar onların bir vaxtlar dinc yanaşı yaşamalarını ifadə edir. Ancaq indi işlər qarışıb; hər iki xalqın ayrı-ayrı nümayəndəsi “Allah evini yıxmış baisin” fitnəsinə uyub bir-birindən intiqam almış kimi rastına çıxan qonşu xalqın kişilərini qanına qəltan edir. Həmin fitnələrin nəticəsi olaraq, “biz (azərbaycanlılar – A.B.) onların (ermənilərin – AB.) beş-on dığa-mığasını öldürmüşüksə”, ermənilər Süleyman bəy, Nəcəfqulu, Şir-zad, Sarvanlıdan dörd nəfər igidi və “hər biri yüz ermənidən dəyərli oğlanlarımızı qətlə yetiriblər. “Bu qətliaqların yangısı Qəhrəman yüzbaşı və onların döyüş yoldaş-larının vaxt-bivaxt çəkdiqləri ahlarda, Zeynəbə çəkilən oğul dağının onu frustrasiya (ruhi çılğınlıq) halına gətirməsində və sairdə öz əksini tapmışdır. Bununla yanaşı, hər iki xalqın siyasətdən uzaq sadə nümayəndəsi hələ öz insanlığını tamamilə itirməyib. Onlar ötən dinclik, sakitliklə dolu normal həyatın tezliklə qayıdacağına, hər şeyin özünün normal axarına düşəcəyinə inanır. Bunu kamançaçı erməni Baxşının Qəhrə-man yüzbaşının döyüş yaddaşı və onu (Baxşını) əsir tutanlardan Novruza iltimasvari vəsiyyətinə də aydın görmək olur. Vəziyyətin çıxılmazlığını, ölümünün qaçılmazlı-ğını dərk edən erməni əsiri (Baxşı) “...*Bu arada Baxşı kamançanı uzadır Novruza tə-rəf.*

“Baxşı-Novruz qardaş, səni and verirəm bizi yaradan Allaha. Mən öləndən son-ra bu kamançanı bir kəsə vermə. Ara sakit olandan sonra zəhmət çəkib bizim Muğuş balanı tapasan, bu kamançanı verəsən Muğuş balama. Qurban sənə, Novruz, Qazan-çıda Kamançaçı Baxşı oğlu Muğuşa verəsən”.⁸

Qeyd edək ki, Baxşının sözlərindəki gələcək dinc həyata inam, hər iki xalq ara-sında sülh və əmin-amanlığın bərpasına çağırış ifadəsi həm də müəllifin – Cəlil Məmmədquluzadənin mövqeyidir.⁹ O da diqqətə layiqdir ki, ermənilər tərəfindən məruz qaldıqları sonsuz qarət, qətl, zülm və sitəm müqabilində azərbaycanlıların öz insanlıqlarını, humanist keyfiyyətlərini qoruyub saxlamaları obyektiv əksini tapmış-dır. Bunu əsir edilmiş kamançaçı erməni Baxşının salamat buraxılması da təsdiq edir.

Elmi fikirdə “həm Azərbaycan dramaturgiyası, həm də Cəlil Məmmədquluzadə yaradıcılığında yüksək dərin mövqəli, məzmunu, gərgin dramtizmi, bədii ümumiləş-dirmə gücü ilə, siyasi və ideoloji mövqeyi ilə çağdaş keyfiyyətlərə malik” əsər kimi qiymətləndirilən “Anamın kitabı” dramı¹⁰ da AXC dövrünün bədii məhsulu hesab edilməkdədir. Əsərin tarixi-siyasi, ideya-bədii məziyyətlərindən danışarkən f.e.d. Hüseyin İsrailov onun yazıldığı dövrü nəzərdə tutaraq, doğru yazır ki, “tarixi dövrün belə bir mürəkkəb çağında, milli müqəddərat məsələsinin qarşıya kəskin düşüncəli şəkildə qoyulduğu bir vaxtda qələmə alınan “Anamın kitabı” bütün xalqı, milli ziya-

⁸ Cəlil Məmmədquluzadə. Göstərilən əsəri. s.105-107.

⁹ Bax: Alxan Bayramoğlu. Ermənilərin Azərbaycanlılara qarşı törətdikləri soyqırım əməlləri bədii ədəbiyyatda. “Ulduz” jurnalı, 2001, №10, s.80; Yəne onun. Azərbaycan ədəbləri ermənilərin törətdikləri soyqırım haqqında. 31 mart Azərbaycanlıların soyqırımı günüdür. Məqalələr toplusu. Bakı, “Elm və Təhsil”, 2015, s.130.

¹⁰ Cəlil Məmmədquluzadə. Göstərilən əsəri, s.62-100.

lıları, fürsəti əldən vermədən istiqlal fikri, vətən və vətəndaşlıq amalı ətrafında birləşdirməyə çağırırdı”.

“Anamın kitabı” əsərini Azərbaycan türklərinin istiqlala qovuşmaq amal və əzminin rəmzi ideya bədii əksi, həm də öz yolunu azıb düşməyə xidmət edən ziyalıların ifşası ilə diqqətəlayiq bir əsər kimi dəyərləndirən alim fikrinə belə davam edir:

“Anamın kitabı”nda Azərbaycan xalqının müqəddəratı ilə bağlı olan tarixi ədalətsizlik, faciəvi şəkildə parçalanıb, ayrı düşmüş bir xalqın birləşməsi, demokratik bir quruluşa qoşulması kimi ali bir ideya yüksək bədii ümumiləşdirmələrdə mənalandırılmışdır”.¹¹

Bu fikrin inandırıcılığına C.Məmmədquluzadə yaradıcılığına xas zahirən məişət detallarında böyük məzmunlu ideyaların ideya-estetik ümumiləşdirmə bacarığı və keyfiyyəti etibarlı, əsaslı dayaqdır.

Hüseyn Cavidin “İblis” faciəsində I Dünya müharibəsi, ümumən müharibə dəhşətləri qələmə alınmışdır. Şair-dramaturqun qənaətinə, müharibələr bəşər övladının “İblisə uyması”nın – iblisləşməsinin “tülkü siyasilər”in altın hərissliklərinin nəticəsi olaraq “qızmış qafalar”ından törəyir. O, İblisi hardasa kənarında deyil, insanın özündə axtarmağı daha doğru yol hesab edir. Göstərir ki, İnsanlıq öz içindəki iblisi qova bilsə, yer üzü əmin-amanlığa, insanlar xoşbəxtliyə çatarlar.

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövrünün dramaturgiyası sırasına Abdulla Şaiqin 1919-cu ildə qələmə aldığı bir pərdəli “Tələbə həyatı”¹² adlı pyesi də daxildir. Əsərdə təsvir olunur ki, gimnaziya tələbəsi Saleh cidd-cəhdlə dərslərinə hazırlaşır.

Bu işdə ona dayısı Cəmil bəy gətirdiyi kitablarla əməli və təqdirəedici sözlərlə mənəvi dəstək göstərir. Onun arzusu bacısı oğlu Salehin “yaxın zamanlarda milli darülfünunda söyləyəcəyi leksiyonları dinləməkdir”. Cəmil bəy Salehin darülfünün professorluğu (müəllimliyi) statusu qazanmaq söylərini alqışlayaraq, bildirir ki, “...Gənc Azərbaycanımızın istiqbalı sizə bağlıdır”.¹³

Salehin bu canfəşanlığından – bu türk (Azərbaycan) kitablarını belə cani-dildən oxumasının səbəbi haqda onun tələbə yoldaşlarının söhbətləri də maraqlıdır:

“**Kamal.** Saleh bəyin bu türk kitablarını oxumaqda məqsədi var.

Ədhəm. Çox böyük məfkurə... Azərbaycan darülfünununun türk professoru olacaq.

Hamısı. Yaşasın Azərbaycan darülfünununun türk professoru Saleh bəy, ura!”¹⁴

Qeyd edək ki, Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti hökumətinin hakimiyyətdə olduğu dövrdə həllini həyata keçirdiyi bir çox məsələlər, o cümlədən, 1919-cu ildə Bakı Dövlət Universitetini təsis etməsi beynəlxalq siyasi mahiyyətli, tələyüklü məzmun

¹¹ Hüseyn İsrailov. Dramaturgiya. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti (Ədəbiyyat, dil, mədəni quruculuq). Y.Qarayev, A.Axundov, H.İsrailov, A.Bayramoğlu və b. Bakı, “Qoldot Qrup” QSC. nəşr-ti. 2009, s.277.

¹² Abdulla Şaiq. Seçilmiş əsərləri. Üç cildə. III cild, Bakı, 2005, s.340-349.

¹³ Abdulla Şaiq. Göstərilən əsəri, s.342.

¹⁴ Yəni orada, s.348.

daşıyırdı. Belə ki, Birinci Dünya müharibəsindən sonra Paris Sülh Konfransında dünyanın yeni mənzərəsinin, o cümlədən yeni yaradılmış cümhuriyyətlərin siyasi müstəqilliklərinin təsdiqi üçün qoyulan şərtlər sırasına həmin cümhuriyyətin Dünya və Avropa məşəblı bir universitetə malik olması da daxil idi...¹⁵ Milli kadr qıtlığı (yoxluğu) bəhanəsi ilə bəzi qüvvələr Bakıda Azərbaycan universiteti açılmasına qarşı çıxmağa çalışsalar da, qabaqcıl görüşlü və ayıq siyasi düşüncəli milli ictimai qüvvələr (ziyalılar) dövlət müstəqilliyimizin dünya dövlətləri tərəfindən tanınması üçün əsas faktorlardan biri rolunu oynayacaq belə bir tədris müəssisəsinin hələlik əvvəlcə rus dilində açılması və dayanmadan onun milliləşdirilməsi istiqamətində təxirəsalınmaz işlər görülməsi təklifləri ilə çıxış edirdilər. İkinci tərəfin öz təkliflərini məntiqi və sosial-mədəni dəlillərlə əsaslandırması öz işini gördü – Bakıda Azərbaycan universitetinin təsisində rusdilli professorlardan istifadə edilməklə yanaşı, onun milliləşdirilməsi işi tezliklə həyata keçirildi. A.Şaiq də milli universitetin milli kadrlarla təmin olunması məsələsini vacib sayır və “Tələbə həyatı” pyesində gəncliyi həmin amal uğrunda çalışmağa, daha dəqiq desək, milli istiqlal və istiqbalımızın təmin edilməsinə səfərlər olmağa, iş görməyə çağırırdı.¹⁶ Bu nöqtədə maarifçi-pedaqoq Abdulla Şaiq birləşir.

Araşdırmalar göstərir ki, AXC dövrünün dramaturgiyası da mövzusuna, ideya-məzmun xüsusiyyətlərinə, izlədiyi qayəyə görə özündə zamanın nəbzini canlandırma bilmiş, zamanın sosial-mədəni və mənəvi tələblərini milli vətəndaşlıq mövqeyindən əks etdirmişdir.

Mamedov Alxan Bayram oğlu

AZERBAIJAN DRAMATURGY DURING THE REPUBLIC PERIOD

Abstract

Azerbaijan literary-social thought continued its activity also during the Republic period (1918-1920) with various thematic and genre work in spirit with socio-historical processes of the time.

In the article have been talked about plays that were created at that time, works of Jalil Mammadguluzadeh “Anamin kitabı” (“My mother’s book”), “Kamança” (“Oriental bow instrument”), Abdulla Shaig’s “Talaba həyatı” (“Student life”) and analyzes were conducted from other works.

Key words: *during the Republic period, dramaturgy, J.Mammadguluzadeh, A.Shaig, “Kamança”, “Talaba həyatı” (“Student life”)*

¹⁵ Bax: Alxan Bayramoğlu. Azərbaycan Demokratik Respublikası dövründə ədəbiyyat. Bakı, “Elm”, 2003, s.50-51.

¹⁶ Bax: Alxan Bayramoğlu. Dövlət müstəqilliyimizin qərantlarından biri – Bakı Dövlət Universiteti. “Jurnalistika”, 2018, №9, s.11-17.

Алхан Мамедов Байрам оглу

АЗЕРБАЙДЖАНСКАЯ ДРАМАТУРГИЯ В ПЕРИОД АДР

Резюме

Азербайджанская литературно-общественная мысль, создавая разно-тематические и разно-жанровые произведения в духе социально-исторических требований того времени, развивалась и в годы Джумхурийята (1918-1920). В статье названы и проанализированы такие созданные в те годы драматические произведения как «Книга моей матери», «Кеманча» Джалила Мамедгулузаде, «Студенческая жизнь» Абдулла Шаига и др.

Ключевые слова: *в годы Джумхурийята, драматургия, Дж. Мамедгулузаде, А.Шаиг, «Кеманче», «Студенческая жизнь».*

ƏDƏBİYYAT

1. Sədaqət Məmmədova. Bakıda 1918-ci il mart qırğını. "Respublika" qəz., 30 mart, 2001;
2. Qan yaddaşımız. 1918-ci il mart soyqırımı. Ərəb əlifbasından çevirib nəşrə hazırlayan, lüğət və "Ön söz"ün müəllifi Sədaqət Məmmədovadır. Bakı, "Elm və Təhsil", 2014.
3. Alxan Bayramoğlu. Milli istiqlalımız qədər əziz bir gün. "Novruz" qəz., 19 sentyabr 1991.
4. "Azərbaycan" qəz., 15 eylül (sentyabr) 1919.
5. "Azərbaycan" qəz., 13 təşrini-sani (noyabr) 1919.
6. Cəlil Məmmədquluzadə. Əsərləri. 6 cildə. Tərtib edənlər: Əziz Mirəhmədov, Turan Həsənzadə. II cild, Bakı, Azərbaycan Dövlət Nəşriyyatı, 1984.
7. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti (Ədəbiyyat, dil, mədəni quruculuq). Y.Qarayev, A.Axundov, H.İsrafilov, A.Bayramoğlu və b. Bakı, "Qoldot Qrup" QSC. nəşr-tı. 2009.
8. Alxan Bayramoğlu. Ermənilərin Azərbaycanlılara qarşı törətdikləri soyqırım əməlləri bədii ədəbiyyatda. "Ulduz" jurnalı, 2001, №10, s.78-82.
9. Alxan Bayramoğlu. Azərbaycan ədibləri ermənilərin törətdikləri soyqırım haqqında. 31 mart Azərbaycanlıların soyqırımı günüdür. Məqalələr toplusu. Bakı, "Elm və Təhsil", 2015, s.122-143.
10. Hüseyin İsrafilov. Dramaturgiya. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti (Ədəbiyyat, dil, mədəni quruculuq). Y.Qarayev, A.Axundov, H.İsrafilov, A.Bayramoğlu və b. Bakı, "Qoldot Qrup" QSC. nəşr-tı. 2009, s. 263-290

11. Abdulla Şaiq. Seçilmiş əsərləri. Üç cildə. III cild, Bakı, 2005.
12. Alxan Bayramoğlu. Azərbaycan Demokratik Respublikası dövründə ədəbiyyat. Bakı, “Elm”, 2003.
13. Alxan Bayramoğlu. Dövlət müstəqilliyimizin qarantlarından biri – Bakı Dövlət Universiteti. “Jurnalistika” (ictimai-siyasi, humanitar elmlər seriyası), 2018, № 9, s.11-17.

Rəyçilər: *professor Nəsiman Yaqublu, dosent Qərənfil Quliyeva*

Reviewers: *professor Nasiman Yaqublu, dosent Qaranfil Quliyeva*

Рецензенты: *профессор Насиман Ягублу, доцент Гаранфил Гулиева*

УДК (002)

Аğayeva Nigar İkram qızı

Bakı Dövlət Universiteti

“Jurnalistika” Elmi-tədqiqat laboratoriyasının

elmi işçisi

Постановления Азербайджанской Демократической Республики в области печатного дела

Xülasə

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin mətbuatla bağlı qərarları

Müəllif elmi məqaləsində gənc respublika olan Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin siyasi xəttini xalqa izah etmək imkanı verən mətbu orqanının fəaliyyət göstərməsinin əhəmiyyətindən bəhs edir. Eyni zamanda müəllif 1918-1920-ci illərdə nəşr olunan və Azərbaycanın dövlət, ictimai-siyasi, iqtisadi və mədəni həyatını öz səhifələrində geniş əks etdirirən "Azərbaycan" qəzetinin fəaliyyətini təhlil edir.

Açar sözlər: Azərbaycan, qəzet, gənc respublika, hökumət, dövrü mətbuat

Создание официального государственного печатного органа было одним из основных задач новой независимой республики Азербайджан. Именно поэтому 3 июля 1918 года правительство Азербайджанской Республики приняло постановление об издании правительского органа печати «Новости правительства Азербайджанской Республики». РАБОТА ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ОБОРУДОВАНИЕМ БЫЛО ПОРУЧЕНО МИНИСТЕРСТВУ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ. ДРУГИМ ПОСТАНОВЛЕНИЕМ ЗА 27 ИЮЛЯ СОВЕТ МИНИСТРОВ ПОРУЧИЛ РАБОТУ ПЕЧАТНОГО ОРГАНА «НОВОСТИ ПРАВИТЕЛЬСТВА АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ» МИНИСТЕРСТВУ ОБРАЗОВАНИЯ. ПРЕДУСМОТРЕННЫЕ НА ВЫПУСК ДВА РАЗА В НЕДЕЛЮ ПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ НОВОСТИ В ОСНОВНОМ ПЕЧАТАЛИ ПОСТАНОВЛЕНИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ, ПРИНЯТЫЕ РЕШЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ МИНИСТЕРСТВ, ПРИКАЗЫ, ИНСТРУКЦИИ, ИНФОРМАЦИЯ О НАЗНАЧЕНИИ И УВОЛЬНЕНИИ С ДОЛЖНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ЛИЦ, ГОСУДАРСТВЕННЫЕ НОВОСТИ, ОБЪЯВЛЕНИЯ И Т.Д.

М.Э.Расулзаде, отмечавший свободу печати особой значимостью, говорил: «...поднимать руку на свободу печати означает предпринимать агрессию по отношению свободы человечества» (6, стр.79). Печать выполняет роль учителя. Он воспитатель народа. Она не может быть далека от морали. Печать должна быть чиста, не должна выходить за грани нравственности, если выйдет за эти грани то не сможет служить своим целям (3, стр.72).

Но власти необходим был печатный орган, дающий возможность объяснить народу политический курс Азербайджанского Народного ПРАВИТЕЛЬСТВА. НЕСМОТРИ НА ВСЕ ПРОБЛЕМЫ, ПРАВИТЕЛЬСТВО предпринимает серьезные попытки для создания газеты. И в результате в начале сентября 1918 г. в Гяндже правительство принимает решение о создании государственного печатного органа «Азербайджан». Непроста газета получила название «Азербайджан». Необходимо было с ПОМОЩЬЮ ГАЗЕТЫ «АЗЕРБАЙДЖАН», ИЗДАЮЩЕЙСЯ НА АЗЕРБАЙДЖАНСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ РАСПРОСТРАНИТЬ МИРУ ИМЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ.

Первый номер газеты «Азербайджан» был напечатан 15 сентября 1918 г. в Гяндже в типографии губернатора Елизаветполя. Этот номер состоял из четырех страниц, две из которых были на азербайджанском а две на русском. В Гяндже вышло всего четыре номера этой газеты. Второе и третье номера газеты были на русском и состояли каждая из двух страниц. А последний четвертый номер состоял из четырех страниц, три из которых были на русском, а одна на азербайджанском. Видимо или из-за работников типографии, или из-за нехватки шрифтов, или же из-за отсутствия работников редакции издающаяся в Гяндже газета «Азербайджан» в основном была на русском языке. В издаваемых в Гяндже на азербайджанском языке номерах газеты, наравне с названием газеты, была также такая запись: «Страницы «Азербайджана» открыты для тюркских и исламских статей».

Также в четвертом номере газеты было дано такое объявление: «С сегодняшнего дня наша газета перебирается в Баку, поэтому со всеми запросами просим обращаться по этому адресу: Баку, управление газеты «Азербайджан».

Первый выпущенный в Баку на азербайджанском языке пятый номер газеты «Азербайджан» был издан 3 октября 1918 года, а на русском языке 7-го октября. Начиная с этих номеров, рядом с названием ГАЗЕТЫ РАЗМЕЩАЛАСЬ ПОМЕТКА: «ЕЖЕДНЕВНИК» — ПОЛИТИЧЕСКАЯ, ОБЩЕСТВЕННАЯ, ЛИТЕРАТУРНАЯ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ГАЗЕТА».

Несмотря на то, что до переезда в Баку газета «Азербайджан» печаталась и на азербайджанском и на русском языках, до шестого номера на азербайджанском языке и до пятого номера на русском языке газета подписывалась по другому, начиная с шестого номера на азербайджанском языке и с пятого номера на русском языке газета подписывалась: «Составители Джейхун бек Гаджибейли и Шафи бек Рустамбейли». С 28-го ноября того же года газета на азербайджанском языке издавалась под редакцией Джейхун бека Гаджибейли, а газета на русском языке под редакцией Шафи бека Рустамбейли. Несмотря на то, что редакторами обеих газет были одни и те же люди, материалы не повторяли друг друга и печатали разные статьи и тексты. Это можно заметить в объявлении об абонентской плате в газете «Азербайджан» на

азербайджанском языке от 15 октября 1918-го года. В ОБЪЯВЛЕНИИ ЧИТАЕМ: «К СВЕДЕНИЮ АБОНЕНТОВ! ГАЗЕТА «АЗЕРБАЙДЖАН» ПЕЧАТАЕТСЯ НА ДВУХ: ТЮРКСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ. АБОНЕНТЫ ПРИ ПОДПИСКЕ ДОЛЖНЫ ОТМЕТИТЬ, НА КАКОМ ЯЗЫКЕ ХОТЯТ ПОЛУЧАТЬ ГАЗЕТУ».

Редакции обеих газет находились по разным адресам. 51-й номер ГАЗЕТЫ ВЫПУЩЕННОЙ 28 НОЯБРЯ ПОДПИСАН БЫЛ «УПРАВЛЯЮЩИЙ (заведующий, администратор) Джейхун бек Гаджибейли», а 52-й номер, изданный 29-го ноября «управляющий и главный редактор Джейхун бек Гаджибейли».

До 31 декабря 1918-го года вышли в свет 75 номеров газеты «Азербайджан» на азербайджанском языке и 70 номеров на русском языке.

Изданием газеты «Азербайджан» и правительственных новостей правительство Азербайджанской республики преследовало цель печатать на их страницах решения правительства, указы министерств, назначения, объявления и другие официальные новости. Если в первых номерах на страницах газеты «Азербайджан» (и на азербайджанском и русском языках) больше печатались правительственные решения, указы и постановления, то в «Новостях правительства Азербайджанской Республики», издающихся два раза в неделю, печатались решения и важные государственные документы. 25-го июня 1919-го года решением Азербайджанского правительства создается особый отдел для издания сборника «Обзор законов и распоряжений Азербайджанской Республики», в то же время издание «Новостей правительства Азербайджанской Республики» поручается тому отделу.

В 1918-1920 гг. Азербайджанская Демократическая Республика вошла в историю тюркского народа как первое независимое государство. Известный тюркский историк Мустафа Язычы писал: «Азербайджанская Республика (1918-1920) занимает 114 место в историческом списке образованных тюркских государств» (7, стр.313-316). Азербайджанская Республика с первого дня своего существования начала проводить политику улучшения политического курса зарубежом. Материалы Фатали хан Хойского о формировании Азербайджанской Республики были отосланы по радиотелеграфу в разные страны министерствам иностранных дел (4, стр.63). Для формирования демократического государства такие связи очень важны.

После начала деятельности 7-го декабря 1918-го года Парламента Азербайджанской Республики на страницах газеты широко освещалась его деятельность, регулярно печатались стенографические отчеты Парламента. Также на страницах «Азербайджан» печатались такие рубрики как «Государственные решения», «Официальные новости», «Новости Телеграфа», «Зарубежные новости», «В Азербайджане», «Новости Баку», «В России», «В Армении», «В Грузии», «В Турции», «Турецкая пресса», «Обзор газет», «Положение ереванских мусульман», «Театр и музыка» и другие постоянные рубрики.

На страницах газеты «Азербайджан» печатались статьи М.Э.Расулзаде, У.Гаджибейли, Халил Ибрагима, Фархада Агазаде, Гаджи Ибрагим Гасымова,

Мухаммед ага Шахтагылы, Адилхана, Зиядхана, Алиабаса Музниби, Шафиги Эфендизаде, студента получающего образование в Стамбуле Эмин Абида и других, посвященных Азербайджанской истории, литературе, экономике, промышленности (особенно нефтяной промышленности), истории торговли, образованию, культуре, политическому положению и т.д. Также на страницах газеты публиковались стихи Мухаммеда Хади, Ахмеда Джавада и других поэтов.

На страницах газеты «Азербайджан» печаталось много информации о бесчинствах, совершенных в Зангезуре, Нахчыване и Карабахе ярого врага тюркских народов Андраника, о тяжелой судьбе азербайджанцев проживающих на территории Армянской Республики, о совершенных армянами против них зверствах и проводимой политике геноцида, о массовом их уничтожении и изгнании. Также публиковались ноты, меморандумы, письма и другие государственные документы правительства Азербайджанской Республики Армянскому правительству в связи с проводимой политикой зверства против азербайджанцев.

На страницах газеты «Азербайджан» в связи с первой годовщиной, объявленной в мае 1919-го года Независимости Азербайджана, публиковалось большое количество поздравлений, статей, воспоминаний о признании независимости Азербайджанской Республики как де-факто 11 ноября 1920-го года Верховным Советом Парижской мирной конференции.

Одним словом газета «Азербайджан», издаваемая в период 1918-1920-х годах, на своих страницах широко отображала государственную, общественно-политическую, экономическую и культурную жизнь Азербайджана. Сегодня сохранившиеся комплект этой газеты являются одним из незаменимых источников для изучения истории того периода.

К сожалению, печатные органы советского периода, особенно орган Демократической Республики «Азербайджан» исследовали и оценивали не объективно. Даже некоторые исследователи исследовали только те печатные органы, которые пропагандировали большевистские идеи, они оскорбляли и критиковали национальные демократические «вредные», «буржуазные» (2, стр.34) печатные органы. До появления газеты «Азербайджан» несколько месяцев национальная пресса была парализована, в полном смысле этого слова. После массовых кровопролитий творимых в Баку в марте 1918 года армянскими дашнаками и большевистскими головорезами, во время геноцида азербайджанцев наряду с культурными памятниками были сожжены и полностью уничтожены типографии «Каспий», «Ачыг соз», «Туран» и этим была прекращена деятельность демократически направленной прессы. Произведенные убийства и кровопролития в Баку, Шемахе, Губе ускорили развитие общественно-политических событий в Азербайджане. В период март-сентябрь 1918 года было создано, так называемое, реакционное общество «26 Бакинских Комиссаров», но эта структура потерпела крах из-за своей антиазербайджанской настроенности. В Баку была создана Центральная Каспийская Диктатура. Закавказский Сейм развалился и 28-го мая Национальный

Совет объявил Декларацию независимости Азербайджана, и этим появилась первая на Востоке демократическая республика – Азербайджанская Народная Республика. Начавшее свою деятельность в Гяндже правление Национального Правительства с Кавказской Исламской Армией и частями Азербайджанской Армии двинулись в сражение не на жизнь, а на смерть за освобождение Баку и 15 сентября одержали бесподобную победу над врагами.

Газета «Азербайджан» вышла в свет как раз в тот самый сложный момент, когда черные тучи не развеялись над головой, продолжался общественно-политический и военный кризис, в период нестабильности, в то же время, в исторически памятный день – в преддверии праздника Гурбан и празднования освобождения Баку как Дня Освобождения.

Видный общественно-политический деятель М.Э.Расулзаде, напечатавший в газете свою статью, этот исторический день 15 сентября сравнивал с 28 Мая с Днем Независимости, и высоко оценивая освобождение Баку писал: «Азербайджанские тюрки, объявившие 28 мая свою независимость, 15 сентября спасли от захватчиков изнывающую столицу. День 28 мая начало истории Республики равноценен дню 15 сентября. Баку для Азербайджана не просто столица, но если учесть что он как говорится в легендах «Зеркало души», то можно даже принять 15 сентября как настоящий день независимости ...» (1, 1919, 15 сентября)

Сохранить и развить государственность сложнее, чем приобрести ее. Азербайджан, добившийся независимости в начале 20 века, смог удержать ее 23 месяца. Хотя и Азербайджанская Демократическая Республика просуществовала очень короткий срок, сказав словами М.Э.Расулзаде «она смогла объяснить, что такое национальная независимость». (5, стр.6-7)

Aqayeva Nigar İkrəm qızı

Resolutions of the Azerbaijan Democratic Republic in the field of printing

Abstract

In the scientific article tells about the activities of the young republic, which was essential organ, giving the opportunity to explain to the people the political course of Azerbaijan People's Government. The author analyzes the activity of the newspaper "Azerbaijan", published in the period 1918-1920-ies, which on its pages are broadly reflected the state, socio-political, economic and cultural life of Azerbaijan.

Key words: *Azerbaijan, newspaper, the young republic, the government, periodicals*

Агаева Нигяр Икрам гызы

**Постановления Азербайджанской Демократической Республики в
области печатного дела**

Резюме

В научной статье автор исследует постановления молодого правительства в области печатного дела и анализирует ее влияние на деятельность периодических изданий. А также автор исследует деятельность газеты «Азербайджан» - правительственного печатного органа Азербайджанской Демократической Республики, которая на своих страницах широко освещала культурную, общественно-политическую и экономическую жизнь молодой республики.

***Ключевые слова:** Азербайджан, газета, молодая республика, правительство, периодическая печать*

ЛИТЕРАТУРА

1. Газета «Азербайджан» (1918-1920 гг.) на азербайджанском языке
2. Гаджибеков У. Избранные произведения. Язычы. Баку, 1985 г.
3. Гаджиев Т. Владетелем государственного языка является государство. Баку, 2001 г.
4. Гасанов А. Современные международные отношения и политика Азербайджана за рубежом. Баку, 2005 г.
5. Насибзаде Н. Азербайджанская Демократическая Республика 1. (Сборник статей и документов). Баку, Элм, 1990 г.
6. Расулзаде М.Э. Произведения (1909-1914 гг.). 2 часть. Ширваншир. Баку, 2001 г.
7. Язычы Мустафа. История 128 тюркских государств и особенности 318 государств и 356 правительств. Анкара. 1990 г.

***Rəyçilər:** professor Şami Vəliyevl, dosent Qərənfil Quliyeva*

***Reviewers:** professor Şamil Veliyev, dosent Qaranfil Quliyeva*

***Рецензенты:** профессор Шамиль Велиев, доцент Гаранфил Гулиева*

(UOT 002)

Məmmədova Günay Səməd qızı

Bakı Dövlət Universiteti

“Jurnalistika” Elmi-tədqiqat laboratoriyasının
elmi işçisi

Azərbaycanda ilk rayon qəzetlərinin yaranma tarixi

Xülasə

Əgər regionlardakı mətbu orqanların yaranma tarixinə nəzər salsaq görərik ki, təxmini bir neçə il ərzində bölgələrin çox hissəsində ardıcıl olaraq mətbu orqanlar yarandı. Azərbaycan mətbuat tarixində ilk mətbu orqan kimi Qubada 1921-ci ilin aprel ayından fəaliyyətə başlayan indiki “Əxbar” qəzeti göstərilir. Lakin Lənkəranda 1917-ci ildə “Məharət” qiraətxanası tərəfindən “Lətayif” həftəlik qəzet nəşr olunub. Əslində “Lətayif” cəmi bir səhifədən ibarət olduğundan qəzet yox dövrü vərəqə adlandırmaq daha düzgün olar. Cəmi bir nömrəsi nəşr olunan dövrü vərəqənin naşiri Mir Zeynəlabdin Təbrizi olmuşdur. Bundan başqa 1919-cu ildə naşiri Gəncə Türk Müəllimlər Cəmiyyətinin olduğu “Əfkari Mütəəllimin” (“Tələbələrin fikirləri”) adlı milli, ədəbi, elmi, tarixi məcmuə nəşr olunub. Qubada nəşr olunan “Əxbar” qəzetinin nəşrindən bir il əvvəl 1920-ci ildə Gəncədə “Qırmızı Gəncə” adlı qəzet nəşrə başlayıb. Ona görə də region mətbuatının başlanğıc tarixinin 1920-ci il götürülməsi daha düzgündür.

Açar sözlər: region, nəşriyyat, həftəlik qəzet, “Qırmızı Gəncə”, hakim partiya

Azərbaycanda region KİV-nin yarandığı dövr sosialist cəmiyyətinin qurulduğu vaxtlara təsadüf edir. 20-ci illərdə qurulmağa başlanan yeni sistem xüsusi mülkiyyətin ləğv olunması, bütün istehsal vasitələri ümumxalq mülkiyyəti adı altında dövlətin əlində cəmləşməsi prosesinin ən birinci nüanslarından biri dövlətə xidmət edən mətbu orqanların yaranması ilə təzahür etdi. Bu sistemin əsas “qılınıcı” KİV (daha çox mətbuat) oldu. Mülkiyyətdən və hakimiyyətdən uzaqlaşdırılmış xalq dövlətin, yuxarıların “istək və tələblərini” yerinə yetirmək naminə sədaqətli işləyən kütləyə çevrildi. Sovet mətbuat sistemi sovet cəmiyyətinin ayrılmaz tərkib hissəsi kimi bir institut olmuşdu. Lakin bu institutun yaratdığı informasiya uzun müddət manipulyasiya yolu ilə sovet rejimini qorumağa kömək etmiş və ölkədə antidemokratik şəraitin hökm sürməsində öz işini görmüşdü. “Əkinçi” qəzeti ilə ölkədə azad, demokratik mətbuatı yaratmaqda böyük səy göstərmiş və yazılı nəşrləri xalqın səsinə çevirə bilmiş mətbuat ənənələri sovet dövründə “boğulmuş” və tamamilə sıradan çıxarılmışdır. Represiyaların törədilməsi əhalinin inancını və istəyini qırdı və xalq bir növ qondarma mətbuatın əsirinə çevrildi. Əslində bu əsirlik xalqın psixoloji durumu ilə bağlı idi. Parti-

ya öz hakimiyyətini insanları mətbuat vasitəsilə ələ almaqla uzun müddət qoruyub saxlaya bildi.

İkinci dünya müharibəsindən sonrakı illərdə mətbuat yenidən quruldu. Mətbuatın başlıca mövzusu bərpa illəri ilə bağlı idi. Sumqayıt, Daşkəsən, Mingəçevir şəhərlərinin tikilməsi ilə bağlı mətbuatda sənaye mövzusunun yeni dalğası yaranırdı. KİV-ə əsas nəzarət funksiyasını Sov.İKP Mərkəzi Komitəsindən başlamış rayon komitələrində fəaliyyət göstərən təbliğat və təşviqat şöbələri yerinə yetirirdi. Bütün qəzetlərin redaktorları bu şöbələrin təqdimatı və təyinatı ilə vəzifəyə məsləhət görülürdü. MK-nın təbliğat və təşviqat şöbəsi isə onu təsdiq edirdi. Birinci növbədə belə bir cəhət ciddi nəzərə alınır ki, redaktor təyin olunan adam partiya idealarına sadıq olmalıdır. Partiyaya sədaqət keyfiyyəti jurnalistin professional səviyyəsindən çox yuxarıda dayanırdı.

Partiya özünün təbliğat və təşviqat vasitəsilə jurnalistləri təlimatlandıraraq sonsuz miqdarda ədəbiyyat nəşr edirdi. Partiya mətbuata xüsusi tənqid vasitəsilə də rəhbərlik edirdi. Mərkəzi Komitə belə mətbuat tənqidinə-xülasələri daim nəzarətdə saxlayırdı.(1)

Bölgə mətbuatında da belə tənqidi yazılara xüsusi diqqət yetirilirdi. Hər bir bölgədə xüsusi mənfəətə işləyən, camaat arasında yazdığı məqalələrlə xof yaradan insanlar var idi. Mətbuat partiya hakimiyyətinə toxunmamaq şərti ilə rayondakı vəzifə və hörmət sahiblərini qarabaqara izləyir, onlar haqqında tənqidi yazılar yazır və bu yazılara Mərkəzi Komitənin cavabı gecikmirdi. Beləliklə partiya hökuməti qara camaat arasında öz ideyalarını gücləndirir və qəzetlərə marağı daha da artırır. Bununla da mətbuat vasitəsilə kütləyə istədiyi istiqamətdə təsir etməyi bacarırdı.

Əgər regionlardakı mətbu orqanların yaranma tarixinə nəzər salsaq görərik ki, təxminən bir neçə il ərzində bölgələrin çox hissəsində ardıcıl olaraq mətbu orqanlar yarandı. Azərbaycan mətbuat tarixində ilk mətbu orqan kimi Qubada 1921-ci ilin aprel ayından fəaliyyətə başlayan indiki “Əxbar” qəzeti göstərilir. Lakin Lənkəranda 1917-ci ildə “Məharət” qiraətxanası tərəfindən “Lətayif” həftəlik qəzet nəşr olunub. Əslində “Lətayif” cəmi bir səhifədən ibarət olduğundan qəzet yox dövrü vərəqə adlandırmaq daha düzgün olar. Cəmi bir nömrəsi nəşr olunan dövrü vərəqənin naşiri Mir Zeynəlabdin Təbrizi olmuşdur. Bundan başqa 1919-cu ildə naşiri Gəncə Türk Müəllimlər Cəmiyyətinin olduğu “Əfkari Mütəəllimin”(“Tələbələrin fikirləri”) adlı milli, ədəbi, elmi, tarixi məcmuə nəşr olunub. Qubada nəşr olunan “Əxbar” qəzetinin nəşrindən bir il əvvəl 1920-ci ildə Gəncədə “Qırmızı Gəncə” adlı qəzet nəşrə başlayıb. Ona görə də region mətbuatının başlanğıc tarixinin 1920-ci il götürülməsi daha düzgündür. “Qırmızı Gəncə”nin ilk redaktoru olan Məmmədqazım Ələkbərli də öz xalqına, millətinə bağlı bir ziyalı idi. Bu onun redaktoru olduğu qəzetin səhifələrində hiss olunurdu. Odur ki, imperiyanın keşiyində duranlar bundan xoşlana bilməzdilər. Elə buna görə də cəmi 5-6 ay fəaliyyət göstərə bildi. 30-a yaxın sayı işıq üzü gördükdən sonra qəzet həm adını, həm də ilk redaktoru Məmmədqazım Ələkbər oğlu Ələkbərliyə itirdi. Elə həmin ilin dekabrında onun yerini “Füqərə sədası” adı ilə nəşrə baş-

layan mətbu orqan tutdu. Lakin bu qəzetin də fəaliyyəti uzun çəkmədi. 1923-cü ildə redaktor Balabəy Həsənbəyovun işində “qüsurlar tapıldı” və o, kənarlaşdırıldı. Qəzet fəaliyyətini dayandırdı. Bəli, belə “qüsurlar” çoxlarının başına faciələr gətirirdi. Azacıq bir xoşa gəlməyən ifadə, xalqın ruhunu oxşayan bir fikir bəs edirdi ki, kiməsə xalq düşməni damğası vurulsun. Əsl məsələ isə xalqın, millətin gözünü qorxutmaq, insanların milli mənlilik şüurunu məhv etmək, onu idarə olunan kütləyə çevirmək idi. 1929-cu ildən ayda iki dəfə çıxmaqla “Zərbə” adı ilə fəaliyyətə başlayan qəzet 1935-ci ildən yenidən adı dəyişdirilərək əvvəlcə “Kirovabad bolşeviki”, sonra isə “Kirovabad fəhləsi” kimi çap edilsə də, sonradan “Gəncə kommunisti” kimi oxuculara təqdim olundu. Adlar dəyişir, yuxarıdan gələn tələblər isə dəyişməz qalırdı. İşıq üzü görünən hər sayın arxasında qorxu və “görəsən” fikirləri yer alırdı. Çünki yaşananlar göz qabağında idi. Bir-birinin arxasınca bağlanan qəzetlər, həbs olunan, güllələnən, Sibirə sürgün olunan redaktorlar, ziyalılar bax həmin günləri yaşayıb, Gəncənin mətbu salnaməsini yazıb oxucularına çatdırma biliblər. Elə ona görə də bu gün həmin qəzetləri vərəqləyərkən Gəncənin hansı ab-hava ilə nəfəs aldığı, onun küçə-küçə, məhəllə-məhəllə necə böyüdüyünü, ikinci sənaye şəhəri kimi fabrik və zavodlara sahib olduğunu görür, böyük bir ziyalı ordusunu yetişdirən ali və orta ixtisas məktəblərinin fəaliyyəti ilə tanış oluruq. Bu qəzetlər Gəncənin tarixidir. Özü də elə bir tarix ki, sadə insanların dilindən söylənir, nümunələr, fotosəkillərlə oxucuya təqdim olunur. Ötən illərin qəzetlərini vərəqləmək Gəncə tarixinə səyahətdir desək, yəqin ki, yanılmazıq. 37 il “Kirovabad kommunisti” adını daşıyan qəzet 1990-cı ildə Gəncənin adının dəyişdirilməsi ilə “Gəncənin səsi” kimi oxucularına təqdim olundu. Həmin zamana kimi 7 dəfə adı dəyişdirilən qəzet nəhayət ki, öz həqiqi üslubuna, deyim tərzinə qovuşdu, oxucunun onun səhifələrində görmək istədiklərini çap etmək imkanı qazandı. Bütün respublika qəzetləri susdurulan zaman sovet qoşunlarının Azərbaycanda törətdikləri qırğını, 20 Yanvar faciəsini əks etdirən fotosəkilləri və həqiqətləri elə ilk günlərdə aləmə car çəkənlər arasında “Gəncənin səsi” qəzeti də vardı. “Gəncənin səsi”ni həm də bir jurnalistika məktəbinə bənzətmək olar.(2) 1920-ci ildə Rusiya Teleqraf Agentliyinin Gəncə şöbəsinin “Qafqaz kommunası” qəzeti də nəşr olunub. Bölgələrdə ilk nəşr olunan mətbu orqanlardan biri də Qubada “Əxbar” qəzeti olub. Siyasi ideologiyaya görə qəzetin adı bir neçə dəfə dəyişib. Əvvəllər “Xəbər” daha sonra “Şəfəq” adlanıb. Qəzetin yaranma tarixçəsi də olduqca maraqlıdır. Məlum olduğu kimi, Quba qəza komitəsi kimi fəaliyyət göstərən. Komitədən Qasım İsmayılovun başçılığı ilə bir qrup nümayəndə heyəti Leninlə görüşməyə gedir, ona sovqat aparırlar. Lenin isə Qubaya mətbəə bağışlayır. Bununla da Qubada yalnız jurnalistika yox, həm də poliqrafiya sahəsində sürətli inkişaf başlayır. Hazırki “Şəfəq” qəzeti Azərbaycan mətbuat tarixində kifayət qədər yaşı və yeri olan bir mətbuat orqanıdır. Hazırda həmin mətbəə Bakıdakı muzeydə saxlanılır. 90-ci illərdə qəzetin nüfuzu, məhsuldarlığı və populyarlığı kifayət qədər idi. Həftədə 3 dəfə nəşr olunan qəzet öz tirajını 10 minə qaldıra bilmişdi. Hazırda isə qəzet 1500 tirajla çap olunur. Bundan başqa 1921-ci ildə Gəncədə Azərbaycan Kommunist Gənclər İttifaqı Gəncə Komitəsinin orqanı olan

“Gənc kommunist” qəzeti (cəmi 2 nömrəsi işıq üzü görüb), AzQafRosta Rusiya Teleqraf Agentliyinin Nuxa şöbəsinin “Qafqaz kommunası” qəzeti, Nuxa qəza Komitəsinin orqanı olan “Zəhmətkeş gənc” qəzeti (cəmi 3 nömrə) nəşr olunub. 1922-ci ildə Nuxa qəzasının Kommunist Firqəsi İcraiyyə Komitəsi və Həmkarlar İttifaqının orqanı olan “Şəki fəhləsi” və Qubada Kommunist Firqəsinin orqanı olan “Yeni dirilik” qəzetləri nəşr olunub. 1923-cü ildə “Əxbar” qəzeti ilə eyni vaxtda Şuşada Şuşa Cavanlar İttifaqının orqanı olan və cəmi 2 nömrəsi nəşr olunan “Cavan Əkinçi” qəzeti, Zaqatalada Azərbaycan Kommunist Firqəsi Zaqatala Qəza Firqə Komitəsi ilə İcraiyyə komitəsinin orqanı olan “Zaqatala kəndçisi” qəzeti, Naxçıvanda Azərbaycan Kommunist Firqəsi Naxçıvan ölkə Komitəsinin və ölkə İcraiyyə komitəsinin orqanı olan “Şərq qapısı” qəzeti, Qarabağ Komitəsinin Qəza Firqə və İcraiyyə Komitəsinin orqanı “Qarabağ əkinçisi”, Azərbaycan Kommunist Gənclər İttifaqı Nuxa Qəza Komitəsinin orqanı “Gənc kommunist” qəzeti nəşr olunub.

Bölgələrdə nəşr olunmaqdan davam edən qocaman qəzetlərdən biri 1931-ci il yanvarından fəaliyyətə başlamış “Lənkəran” qəzetidir. Qəzet “Siə Talış” (“Qızıl Talış”) adı ilə nəşrə başlamış və müxtəlif illərdə “Sosialist subtropikası”, “Leninçi”, 1990-cı il sentyabrından “Lənkəran” adı ilə fəaliyyət göstərir. Hazırda qəzet ayda 2 dəfə 2000 tirajla nəşr olunur. Nəşr olunduğu gündən yerli camaatın marağına səbəb olan qəzetlərdən biri də Yevlax rayonunda “Kür” qəzeti olub. Yevlax mətbuatının tarixi Yevlax rayonunun təşkili ilə eyni ilə təsadüf edir. 1935-ci ilin fevralında Yevlax rayonu təşkil edildikdən sonra rayon icraiyyə komitəsinin ilk qərarlarından biri rayon qəzetinin buraxılması haqqında, 1935-ci il 26 fevral tarixli qərarı oldu. Beləliklə, Azərbaycan Kommunist Partiyasının Yevlax rayon firqəsi və rayon icraiyyə komitəsinin birgə orqanı olan “Yeni Yevlax” qəzetinin ilk sayı 1935-ci il martın 6-da işıq üzü görsə də onun tarixi rəmzi olaraq fevralın 20-si Yevlax rayonunun təşkili günü yazılmışdır. Qəzetin ilk redaktoru İbrahim Əliyev olub. 1965-ci ilin yanvarında Yevlax rayonunun yenidən təşkili ilə əlaqədar olaraq və şəhər, eləcə də rayon qəzetlərinin nəşri yenidən bərpa olunduğundan Yevlaxda “Təşəbbüs” qəzeti fəaliyyətə başladı. Qəzetin ilk sayı 1965-ci il iyunun 22-də işıq üzü gördü. “Təşəbbüs” qəzetinin ilk redaktoru İsrail Rzayev olmuşdur. 1986-1991-ci illərdə “Təşəbbüs” qəzetinə Mustafa Əhmədov redaktorluq etmişdir. 1991-ci ildə “Təşəbbüs” qəzetinin fəaliyyətinə xitam verildi və əsası “Yeni Yevlax”la qoyulan Yevlax mətbuatının sələfi kimi 1992-ci il yanvarın 1-dən “Kür” qəzeti nəşrə başladı. Və həmin ildən qəzetə “Təşəbbüs” qəzetində 1976-cı ildən fəaliyyətə başlamış Əminə Yusif qızı Əhmədova rəhbərlik edir. “Kür” qəzeti hazırda 7100 tirajla çıxır.

Respublikada yaranan ilk region mətbu orqanlarından biri də 1922-ci ildə nəşr edilən “Şəki” qəzeti olub. Qəzet . İlk olaraq "Şəki fəhləsi" adı ilə nəşrə başlamış, daha sonra "Nuxa işçisi", "Nuxa fəhləsi" adlandırılmışdır. 1962-ci ildən 3 il müddətində nəşri dayandırılmış, onun bazası əsasında Azərbaycan KP MK-nın və Azərbaycan SSR Nazirlər Sovetinin Nuxa məhəlli kolxoz-sovxoza istehsalat idarəsi yanında rayonlararası qəzet kimi “Lenin bayrağı” adlı qəzet nəşrə başlamışdır. Daha sonra qə-

zetinin 175-ci sayından (17.03.1963) 457-ci sayınadək (17.01.1965) həmin qəzet Vartaşen Kolxoz-Sovxoz İstehsalat İdarəsi Partiya Komitəsinin, Nuxa Şəhər Partiya Komitəsinin, Vartaşen Rayon və Nuxa Şəhər Sovetləri İcraiyyə Komitələrinin orqanı olmuş, o dövrlərin rayon qəzetləri kimi həftədə cəmi 3 dəfə çıxmışdı. "Lenin bayrağı" qəzetinin 30 iyun 1965-ci il tarixli 525-ci sayından sonra, həmin qəzet bir daha çap edilməmişdir. Əvəzində, 2 iyul 1965-ci il tarixdə "Nuxa fəhləsi"nin nəşri bərpa edilmişdir. Bundan sonra "Vartaşen kolxozçusu" qəzeti "Lenin bayrağı" adlandı və Sovet dövrünün sonuna qədər həmin ad altında nəşr olundu. 18 mart 1968-ci ildə Nuxa şəhərinin və Nuxa rayonunun adları müvafiq olaraq "Şəki şəhəri" və "Şəki rayonu" olaraq dəyişdirildikdən sonra "Nuxa fəhləsi" qəzetinin adı da "Şəki fəhləsi" olaraq dəyişdirildi. 1991-ci ildən sonra isə qəzet "Şəki" adı ilə nəşr edilir. (3)

"Şərq qapısı" qəzeti XX əsrin əvvəllərində – 1921-ci il noyabr ayının 9-da Naxçıvanda nəşrə başlayan ilk mətbu orqanlardan biridir. Qəzet "Cavanlar həyatı" adı ilə oxucuların görüşünə gəlmişdir. Həmin ilin dekabr ayının sonundan 1922-ci ilin yanvarınadək "Füqərə səsi", 1922-ci ilin apreldən 1980-ci ilin yanvarınadək "Şərq qapısı", 1980-ci ildən 1989-cu ilədək "Sovet Naxçıvanı" adı ilə çap olunmuşdur. 1989-cu ildən qəzet fəaliyyətini "Şərq qapısı" adı ilə davam etdirir. "Şərq qapısı"nın əsl inkişafı ötən əsrin 70-80-ci illərinə təsadüf edir. 1969-cu ildən sonra qəzetin fəaliyyətində yeni mərhələ başlanmışdır. Həmin dövrdə digər sahələr kimi, mətbuatın inkişafına da böyük diqqət və qayğı göstərilmiş, "Şərq qapısı"nın gündəlik və böyük formatda nəşri təmin edilmişdir. Bu dövrdə qəzetdə xalqımızın milli-mənəvi dəyərlərinə, mədəniyyət və tarixinə həsr olunmuş yazılar işıq üzə görmüşdür. XX əsrin 90-cı illərinin əvvəllərində "Şərq qapısı" qəzeti müstəqillik ideyalarının həyata keçirilməsində fəal mübarizə aparmışdır. Ümummilli liderimiz Heydər Əliyevin Moskvadan Naxçıvana qayıdışından sonra "Şərq qapısı"nın həyatında yeni dövr başlanmış, 1990-1993-cü illərdə qəzet Azərbaycanın çoxsaylı mətbu orqanları arasında birinci olaraq ölkəmizin düşdüyü bəlalardan yeganə xilas yolunu görkəmli dövlət xadimi Heydər Əliyevin yenidən siyasi hakimiyyətə qayıdışında görmüş, bu mövzuda yazılarla çıxış etmiş, muxtar respublikanın düşdüyü informasiya blokadasının aradan qaldırılmasında mühüm rol oynamışdır. Ümummilli liderimiz Heydər Əliyevin 1993-cü ildə Azərbaycanda yenidən siyasi hakimiyyətə qayıdışından sonra mətbuat orqanlarının fəaliyyətinin yaxşılaşdırılmasına göstərilən diqqət və qayğıdan "Şərq qapısı" da xeyli bəhrələnmiş, qəzetin maddi-texniki bazasının gücləndirilməsi istiqamətində ardıcıl tədbirlər həyata keçirilmişdir. Naxçıvan Muxtar Respublikası Ali Məclisi Sədri "Naxçıvan Muxtar Respublikasında dövlət mətbuat orqanlarının maddi-texniki vəziyyətini yaxşılaşdırmaq tədbirləri haqqında" 2000-ci il 29 mart tarixli Sərəncamından sonra "Şərq qapısı" özünün yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoymuş, qəzetin maddi-texniki bazası gücləndirilmiş, bu qocaman mətbuat orqanının normal fəaliyyəti üçün hərtərəfli iş şəraiti yaradılmışdır. 2010-cu il iyulun 22-də – milli mətbuatımızın yaranmasının 135-ci ildönümü günündə böyük dövlət qayığıasının bariz ifadəsi ki-

mi qəzet redaksiyası üçün yeni bina istifadəyə verilmiş, qəzetin rəngli nəşrinə başlanılmışdır. Hazırda qəzet həftədə beş dəfə çıxır.

Region mətbuatının nüfuzlu mətbu orqanlarından sayılan "Zaqatala" qəzeti 1923-cü ilin mart ayının 8-də fəaliyyətə başlayıb. Əvvəllər "Zaqatala kəndçisi" adı ilə nəşr olunan qəzet 1991-ci ilin oktyabrından "Zaqatala" adı altında fəaliyyətini davam etdirib. Nəşr olunduğu uzun müddət ərzində böyük uğurlar əldə edən qəzet o dövrlərdə Azərbaycanda ana dilində nəşr olunan 23 qəzətdən biri olub. "Zaqatala" qəzetinin birinci nömrəsi cəmi 2 səhifə çıxıb və nəşr olunduğu tarix etibarlı ilə bütün yazılar Beynəlxalq Qadınlar gününə həsr olunub. Qəzetin ilk redaktoru o dövrdə Zaqatala Rayon Qəza İnqilab Komitəsinin sədri olan, məşhur inqilabçı Zəkəriyyə Balaxinski olub. İlk vaxtlar qəzetin əhatə dairəsi 3 məkanı - Zaqatalanı, Balakəni və Qaxı əhatə edib. Bu qəzet düz 7-8 il ərzində bölgənin ilk mətbu orqanı kimi fəaliyyət göstərmiş. İki səhifədən ibarət olan və əski ərəb əlifbası ilə nəşr olunan qəzeti hərf-hərf yığmaq, əllə çap etmək lazım gəlirdi. O dövrdə "Zaqatala"nın bəxti gətirmədi. Son araşdırmalarımıza əsasən deyə bilərik ki, qəzetin ilk redaktoru Zəkəriyyə Balaxinski olsa da, qəzetin ərsəyə gəlməsində 1920-1930-cu illərdə Zaqatala qəza və inqilab komitələrində birinci şəxs sayılan Xəlil Ağamirovun xidmətləri az olmayıb. Belə ki, Xəlil Ağamirov 1910-1912-ci illərdə "Kaspi" mətbəəsində mürəttib işlədiyi üçün qəzet işini az-çox bildirdi. Zamanın tələblərinə uyğun olaraq qəzet sonralar, yəni 1923-1962-ci illərdə "Kolxozun səsi", 1962-1991-ci illərdə "Qırmızı bayraq" və nəhayət, 1991-ci ilin sonundan isə "Zaqatala" adları altında fəaliyyət göstərmiş. "Zaqatala" qəzeti fəaliyyət göstərdiyi 92 il ərzində 4 dəfə əlifbanın, 3 dəfə isə çap texnologiyalarının dəyişməsi zamanı meydana gələn çətinlikləri yaşamaq olub. Qəzet Balakən, Zaqatala və Qax rayonlarının mətbu orqanı funksiyasını yerinə yetirib. "Zaqatala" qəzeti fəaliyyətini bu gün də uğurla davam etdirir. Hər həftə oxucularının görüşünə gəlir, Zaqatala rayonunun ictimai-siyasi və iqtisadi-mədəni həyatını geniş surətdə əks etdirən müxtəlif səpkili yazılar dərc edir ki, həmin yazıları oxucular maraqla qarşılayırlar. Qəzet redaksiyanın nəzdindəki kompüter mərkəzində yığılır və səhifələnir. Qalan digər proseslər isə Bakı şəhərində, "Azərbaycan" nəşriyyatında tamamlanır. Qəzetimiz 1500 tirajla iki rəngdə çap olunaraq, rayonumuzun bütün yaşayış məntəqələrini, idarə, müəssisə və təşkilatlarını əhatə etməklə yayılır".(4)

Beləliklə bölgələrdəki hakimiyyətini mətbu orqanlar vasitəsi ilə möhkəmləndirməyə çalışan partiya hökuməti eyni vaxtda rayonlarda mətbəələr açmış və qəzet çapı məsələsini xüsusilə diqqətdə saxlamışdır. Bununla da tamamilə hökumətin siyasətini təbliğ edən bölgə mətbuatı yaranmağa başlamışdır. beləliklə xalqın psixoloji əsirliyi mətbu orqanlar vasitəsilə uzun müddət davam etmiş, partiyaya sədaqət keyfiyyəti jurnalistin professional səviyyəsindən daha üstün tutulmuşdur.

Мамедова Гюнай Самед кызы

**Социальные и политические условия для создания региональных
СМИ в Азербайджане**

Резюме

В научной статье анализируются общественно-политические условия, способствующие появлению региональной печати в Азербайджане. Партийная власть открывала типографии в регионах и уделяла большое внимание газетному делу, и тем самым стремилась усилить региональную власть с помощью периодических органов. И таким образом, появилась региональная печать, пропагандирующая политику правительства. Но вместе с тем преданность партии брала вверх над профессионализмом журналиста. Автор проводит исследование региональных газет того периода.

Издаваемая с апреля 1921 года в Губе газета "Эхбар" указывается как первый региональный печатный орган в истории азербайджанской журналистики. Однако в Ленкоране в 1917 году издавалась библиотекой "Мехарет" еженедельная газета "Летаиф" (Анекдоты). Так как "Летаиф" состояла из одной страницы, назвать ее газетой сложно. Правильно будет ее наименовать периодической листовкой. Был издан всего лишь один номер этой листовки и ее издателем был Мир Зейналабдин Тебризи. Кроме этого в 1919 году Обществом Тюркских Студентов Гянджи начал издаваться национальный, литературный, научный, исторический журнал "Афкари мутээллимин" (Мнение студентов). В 1920 году в Гяндже начала издаваться газета "Кырмызы Гянджа" (Красная Гянджа). И следовательно начало региональной печати было заложено с 1920 года.

Ключевые слова: *партийная власть открывала типографии в регионах, первый региональный печатный орган, еженедельная газета "Летаиф", газета "Кырмызы Гянджа" (Красная Гянджа), партия власти.*

Mamedova Gunay Samed qizi

**Social and political conditions for the establishment
of regional media in Azerbaijan**

Abstract

This article deals with the analysis of socio-political conditions which have contributed to the creation of the regional media in Azerbaijan. Trying to strengthen

its regional power by means of the press media, the party government, at the same time, opened printing houses and paid special attention to the newspaper printing issue. Thus, the regional press began to appear promoting the government's policy. So, the peoples' psychological captivity lasted for a long time and the quality of party loyalty was regarded more preferable than the professional level of the journalist. The research of local newspapers that tried to operate independently in those times has also been reflected in the article.

The current newspaper "Akbar" which operated since April 1921 in Guba was mentioned as the first media organ in the history of the Azerbaijani press. But in 1917, the weekly newspaper "Latayif" ("The Funny Stories") was published in Lenkaran on behalf of the "Maharat" (Skill, Mastery) reading-hall. Actually, it would be more correct to call "The Latayif" ("The Funny Stories") a periodical leaflet rather than a newspaper, for it consisted only of a single page. Mir Zeynalabdin Tabrizi was the publisher of this periodical leaflet with only one published number. Moreover, in 1919 the national, literary, scientific and historical collection was published under the name of "Afkari Mutaallim" ("The Students' Opinion"). The Ganja-Turkish Students' Association was its publisher. The "Red Ganja" was launched a year ago than the "Akbar" which was published in Guba, i.e. in 1920. Therefore, 1920 is considered the starting date of the regional media.

Key words: the party authorities opened print shops in the regions, the first regional newspaper, the weekly newspaper Letayif, the newspaper Kirmyzy Ganja (Red Ganja), party in power

ƏDƏBİYYAT

1. Məmmədli C., Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi, Bakı, 2012
2. <http://www.azerbaijan-news.az>
3. <https://az.wikipedia.org>
4. <http://www.sherg.az>
5. Tohidi S. "Azərbaycan dövrü mətbuatı" Bakı, 1993
6. Məmmədli C., Jurnalistikanın müasir inkişaf meyilləri Bakı, 2006
7. Z. Bünyadov, Qırmızı terror Bakı, 1993

Rəyçilər: professor Cahangir Məmmədli, dosent Sevinc Əliyeva

Reviewers: professor Cahangir Mamedli, dosent Sevinj Aliyeva

Рецензенты: профессор Джахангир Мамедли, доцент Севиндж Алиева

BEYNƏLXALQ JURNALİSTİKA

UOT (070.49)

Zeynalova Aytəkin Əli qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının dosenti,

siyasi elmlər üzrə fəlsəfə doktoru

Azərbaycan beynəlxalq arenada

Xülasə

Mətbatın demokratikləşməsi sahəsində fəaliyyət göstərən istər yerli, istərsə də beynəlxalq demokratik təşkilatların, nizamnamələrinin əsas bəndlərində ortaqlıq bir maddəni - jurnalistlərin hüquqlarını, mətbuatın azadlığını qorumaq, onun keşiyində durmaq haqqında öhdəlikləri görə bilərik.

Azərbaycan müasir dövrün hədə və təhdidlərinin əlaqələndirilmiş şəkildə qarşısının alınması, eləcə də aradan qaldırılması üçün beynəlxalq birliyin səylərini səfərbər etmək məqsədilə beynəlxalq və regional təşkilatların işində fəal iştirak edir. Azərbaycan Respublikası adı çəkilən nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlarla siyasi, iqtisadi, hərbi, mədəni, humanitar və s. sahələrdə genişmiqyaslı əməkdaşlıq edir və bu da ölkəmizin maraqlarının daha dolğun ifadə olunmasına, dünyanın aparıcı dövlətləri ilə qarşılıqlı əlaqələrinin möhkəmləndirilməsinə mühüm təsir göstərir.

Açar sözlər: *Cəmiyyət, beynəlxalq təşkilatlar, diplomatik münasibətlər, inteqrasiya, xarici siyasət.*

Mətbatın demokratikləşməsi sahəsində fəaliyyət göstərən istər yerli, istərsə də beynəlxalq demokratik təşkilatların, nizamnamələrinin əsas bəndlərində ortaqlıq bir maddəni - jurnalistlərin hüquqlarını, mətbuatın azadlığını qorumaq, onun keşiyində durmaq haqqında öhdəlikləri görə bilərik. Əlbəttə ki, Azərbaycanda da mətbuat və söz azadlığının qorunmasında, demokratiyanın inkişafında milli jurnalist qurumları ilə yanaşı beynəlxalq təşkilatların rolu danılmazdır.

XX əsrin sonunda SSRİ və sosializm sisteminin süqutu ilə dünyada bir sıra dəyişikliklər baş verdi. Soyuq müharibənin başa çatması ilə beynəlxalq münasibətlərin əsas güc mərkəzləri yeni geosiyasi reallıqlardan çıxış edərək öz fəaliyyətlərini mövcud şəraitə uyğunlaşdırmağı qərara aldılar. Köhnə beynəlxalq münasibətlər sisteminin süqutu ilə yanaşı, yeni dünya düzümünün əsası qoyulmağa başladı.

Azərbaycan Respublikası 1991-ci il oktyabrın 18-də dövlət müstəqilliyini bərpa etdikdən sonra milli dövlətçilik prinsiplərinə uyğun olaraq yeni xarici siyasət kursunun formalaşdırılması və həyata keçirilməsi ən vacib məsələ kimi qarşıda dururdu. Ermənistanın Azərbaycana qarşı əsassız ərazi iddiaları ilə başlayan hərbi təcavüzün genişlənməsi ölkəmizi ciddi siyasi və iqtisadi problemlərlə üz-üzə qoymaqla yanaşı, dövlətimizin xarici siyasət fəaliyyətində də mühüm vəzifələrin yerinə yetirilməsini ön plana çəkdi.

1993-cü ilin ikinci yarısında ümummilli lider Heydər Əliyevin yenidən hakimiyyətə qayıdışı Azərbaycanda müstəqil dövlətçilik ideyalarının bərqərar olmasına şərait yaratdı. Bundan sonra Azərbaycanın xarici siyasət kursunda mövcud reallıqları nəzərə alan və ölkəmizin milli mənafeələrinin qorunmasına yönəlmiş əməli dəyişikliklər edildi. Müstəqillik əldə etdikdən sonra demokratik dövlət quruculuğu yoluna qədəm qoymuş Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq münasibətlər sistemində layiqli yer tutması üçün dünya siyasətinin formalaşmasında aparıcı rol oynayan dövlətlərlə və beynəlxalq təşkilatlarla qarşılıqlı münasibətlərinin tənzimlənməsi və inkişaf etdirilməsi mühüm əhəmiyyət kəsb edirdi.

Məhz buna görə də Azərbaycan Respublikasının xarici siyasətində dünya birliyinə inteqrasiya, ikitərəfli və çoxtərəfli münasibətlər, o cümlədən beynəlxalq və regional təşkilatlarla əlaqələrin yaradılması və inkişaf etdirilməsi ümummilli lider Heydər Əliyevin fəaliyyətinin başlıca istiqamətlərindən birini təşkil etmişdir.

Belə ki, 2 mart 1992-ci ildə BMT-yə üzv kimi qəbul olunmasından bəri Azərbaycan Respublikası BMT Nizamnaməsinə qəti öhdəliyini davamlı olaraq nümayiş etdirmişdir.

Azərbaycan beynəlxalq sülh və təhlükəsizliyin qorunub saxlanmasında səylərin artırılması məqsədilə dünyanın müxtəlif hissələrində BMT-nin sülhməramlı əməliyyatlarına öz hərbi heyəti ilə töhfə vermişdir. 2012-2013-cü illər üzrə BMT Təhlükəsizlik Şurasında qeyri-daimi üzvlüyü dövründə Azərbaycan beynəlxalq hüququn məcburiliyini müdafiə etmiş və Şuranın fəaliyyətində aktiv iştirak etmişdir.

BMT çərçivəsində müəyyən olunmuş inkişaf məqsədlərinə sadıq dövlət kimi Azərbaycan onları özünün milli məqsədlərinə daxil etmiş və inkişaf sahəsində, xüsusilə sürətli və davamlı inkişafın, həmçinin universal orta təhsilin təmin olunması, kəskin yoxsulluq və aclığın aradan qaldırılması və gender bərabərliyinin təşviq edilməsində əhəmiyyətli nəticələr qazanmışdır. Azərbaycan Minilliyin İnkişaf Proqramının həyata keçirilməsində müstəsna nailiyyətlərinə görə 2015 Cənub-Cənub mükafatına layiq görülmüşdür.

1993-cü ildən Azərbaycan dövlətinin xarici siyasətində Avropaya inteqrasiya prioritet istiqamətə çevrilmiş və bu kontekstdə beynəlxalq təşkilat kimi Avropa İttifaqı ilə fəal əməkdaşlığa başlanmışdır. Avropa və Asiyanın kəsişmə nöqtəsində yerləşən Azərbaycanın strateji mövqeyi Avropa İttifaqına üzv dövlətlərin də eyni zamanda, ölkəmizlə siyasi və iqtisadi münasibətləri inkişaf etdirmək marağını daha da artırmışdır. Azərbaycan-Avropa İttifaqı əlaqələri xüsusi proqramlar çərçivəsində qurul-

muş və müxtəlif sahələr üzrə: iqtisadi və sosial islahatlara yardım, Şərq-Qərb nəqliyyat-kommunikasiya (TRASEKA) dəhlizinin yaradılması, infrastrukturaların inkişafı və s. istiqamətlərdə inkişaf etdirimişdir.

Avropa İttifaqının region dövlətləri ilə həm ikitərəfli, həm də regional inteqrasiya kontekstində çoxtərəfli münasibətlər qurması və gələcəkdə onların təşkilatla daha sıx əməkdaşlığı üçün ciddi fəaliyyət göstərməsi nəticəsində son illərdə adı çəkilən təşkilat öz sərhədlərini bir qədər də genişləndirmişdir. Bununla da, sərhədləri genişlənən İttifaq Avropada yeni qonşular qazanmış və 2003-cü ildə “Daha geniş qonşuluq: Şərq və Qərb qonşularla yeni çərçivə təşəbbüsü” adlı proqram qəbul etmişdir.

Azərbaycan Prezidenti Cənab İlham Əliyevin 2004-cü il mayın 19-da Brüsselə səfəri Azərbaycanın Avropa İttifaqı ilə münasibətlərində tamamilə yeni mərhələ oldu və ölkəmizin adı çəkilən İttifaqla “Avropa Qonşuluq Siyasəti”nin proqramı çərçivəsində genişmiqyaslı əməkdaşlığına dair razılaşmalar əldə edildi.

Azərbaycan Respublikası da bu sahədə qarşıda duran vəzifələrin həlli istiqamətində ardıcıl addımlar atmaqla öz mövqeyini ifadə etmişdir. Bu məqsədlə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev 2005-ci il iyunun 1-də “Azərbaycan Respublikasının Avropaya inteqrasiyası üzrə Dövlət Komissiyasının yaradılması haqqında” imzaladığı sərəncamda Azərbaycan ilə Avropa İttifaqı arasında əlaqələrin daha da gücləndirilməsi, İttifaqın Azərbaycan üzrə Fəaliyyət Planının hazırlanması və həyata keçirilməsi üzrə səmərəli, əlaqələndirilmiş işin təmin edilməsi məsələləri öz əksini tapdı.

Avropa İttifaqı ilə əlaqələrin genişləndirilməsi baxımından Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyevin 2009-cu il aprelin 28-29-da Belçika Krallığına mühüm əhəmiyyət kəsb edən səfər zamanı İttifaqın Nazirlər Şurasının Baş katibi, xarici siyasət və təhlükəsizlik siyasəti üzrə ali nümayəndəsi Xavyer Solana ilə keçirdiyi görüşdə Avropa İttifaqı ilə ölkəmiz arasında əlaqələrin qarşılıqlı şəkildə faydalı olduğunu və “Şərq tərəfdaşlığı” proqramı çərçivəsində yaranacaq yeni formatın bu əlaqələri daha da möhkəmləndirəcəyini bəyan etdi.

Müasir dövrdə ölkəmiz Avropa İttifaqı ilə münasibətlərində öz xarici prioritetlərinə uyğun olaraq daha çox ikitərəfli əlaqələrə üstünlük verir. Avropa İttifaqının regional layihələrində iştirak etməklə yanaşı, Cənubi Qafqazdakı ümumi iqtisadi tərəqqidəki payına görə lider dövlət olan Azərbaycan İttifaqın xarici əlaqələrində müəyyən mövqe tutmağa çalışır. Odur ki, Azərbaycan dövləti Avropa İttifaqı ilə ikitərəfli əlaqələrin yeni formatlarını yaradır, onunla yaxınlaşmaq üçün zəruri olan bütün təsəvvürləri inkişaf etdirərək İttifaqın ümumavropa iqtisadi, siyasi və təhlükəsizlik məkanına inteqrasiya olunmaq istəyini nümayiş etdirir.

Cəmiyyətimizdə gedən demokratikləşmə prosesi mətbuatdan da yan keçmir. Azərbaycan beynəlxalq aləmə inteqrasiyası reallaşdıqca istər – istəməz ölkədə demokratikləşmə meyilləri də artan xətt üzrə inkişaf etməlidir və edir. Bu mənada Azərbaycanın Avropa Şurasına daxil olması mərhələsindən sonra ölkədə fəaliyyət göstərən kütləvi informasiya vasitələrinin də üzərinə önəmli vəzifələr düşüb. Artıq cəmiyyə-

yətin demokratikləşməyə doğru inkişafında, islahatların aparılmasında ictimai rəyi formalaşdıran KİV-lər əsas daşıyıcı faktora çevriliblər. Bunun da ön cərgəsində həm də mətbuat dayanır. Şübhəsiz ki, bunun belə olmasında beynəlxalq jurnalist təşkilatlarının da önəmli payı var. Məhz mətbuat beynəlxalq təşkilatlarla Azərbaycan arasında əlaqələrin möhkəmlənməsində mühüm rol oynayır. Avropa strukturlarında təmsilçilik, ölkəmizin gələcəyinin sivil bir Avropa ölkəsi kimi qurulması baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Müstəqilliyini əldə etdikdən sonra Azərbaycanın əməkdaşlığa böyük maraq göstərdiyi nüfuzlu təşkilatlardan biri də məhz Avropa Şurasıdır. Azərbaycan Respublikası 1992-ci ilin yanvarında ona “xüsusi dəvət edilmiş qonaq” statusu verilməsi üçün Avropa Şurasına rəsmi müraciət etdi. Müraciət bu nüfuzlu Avropa təşkilatının bərabərhüquqlu üzvü olmaq üçün ilk addım olmaqla bərabər Avropa ölkələri ilə siyasi, iqtisadi, mədəni və humanitar sahələrdə əməkdaşlığın daha da genişləndirilməsi məqsədi daşıyırdı.

1994-1995-ci illərdə Azərbaycan ilə Avropa Şurası arasında yaranmış əlaqələr təşkilatın müxtəlif təsisatlarının nümayəndələrinin ölkəmizə səfərləri zamanı Ermənistan-Azərbaycan münaqişəsinin nizama salınması, eləcə də Azərbaycanda demokratik təsisatların inkişafı, insan hüquqlarının müdafiəsinin təkmilləşdirilməsi məsələləri müzakirə olunmuşdur. Avropa Şurası ilə əlaqələrin genişlənməsi Azərbaycana bir sıra qanunvericilik aktlarına yenidən baxmaq üçün ekspert köməyi əldə etmək imkanı verdi.

Belə ki, 1996-cı il martın 1-2-də Azərbaycan nümayəndə heyəti ilk dəfə iştirak etdiyi Avropa Şurasının Venesiya Komissiyasının iclasında ölkəmizin bu quruma üzvlük hüququnun verilməsini xahiş etmiş və həmin il mayın 17-18-də Azərbaycanın bu Komissiyaya üzv olması haqqında qərar qəbul edilmişdir. Həmin il iyunun 26-28-də AŞ PA-nın növbəti sessiyası zamanı Assambleyanın Bürosu Azərbaycana “xüsusi dəvət edilmiş qonaq” statusunun verilməsi barədə qərar qəbul etdi.

Eyni zamanda, 1996-cı il iyulun 13-də dövlət başçısı Heydər Əliyev Avropa Şurası Baş katibinin adına məktub göndərərək ölkəmizin bu təşkilata tam hüquqlu üzv qəbul olmaq və digər üzv dövlətlər kimi “İnsan hüquqları və azadlıqlarının müdafiəsi haqqında” Avropa Konvensiyasına qoşulmaq arzusunda olduğunu bildirdi.

Azərbaycan Prezidenti Heydər Əliyevin 1998-ci il yanvarın 20-də “Azərbaycan Respublikası ilə Avropa Şurası arasında əməkdaşlığın dərinləşdirilməsi sahəsində tədbirlər haqqında” imzaladığı sərəncam ölkəmizin Avropa Şurasına tamhüquqlu üzv kimi qəbul olunması sahəsində atılan mühüm addımlardan biri oldu. Sərəncamda Azərbaycan Respublikasının Avropa Şurasına tam hüquqlu üzv kimi qəbul edilməsi istiqamətində respublikada görülən işlər və Avropa Şurası ilə əməkdaşlıq məsələləri öz əksini tapmışdır.

2000-ci il martın 18-də Azərbaycan Prezidenti Heydər Əliyev “Avropa Şurasının fəaliyyətinə və Azərbaycan Respublikası ilə Avropa Şurası arasındakı əməkdaşlığa dair məlumatların yayılması barədə” Sərəncam imzaladı. Ümummilli lider Heydər Əliyevin 1996-2000-ci illərdə Azərbaycanın Avropa Şurası ilə əməkdaşlığına dair

imzaladığı sərəncamlar respublikamızın bu nüfuzlu beynəlxalq təşkilata qəbul edilməsi istiqamətində aparılan məqsədyönlü fəaliyyətə zəmin yaratdı.

Azərbaycanın Avropa institutlarına inteqrasiyası istiqamətində Avropa Şurasının bərabərhüquqlu üzvü olması - respublikamızın mühüm problemlərinin dünya ictimaiyyətinin diqqətinə obyektiv çatdırılması üçün yeni və çox mötəbər tribuna vermiş oldu. Belə ki, Avropa Şurası Nazirlər Komitəsinin 2001-ci il yanvarın 17-də nümayəndələr səviyyəsində keçirilmiş iclasında Azərbaycan Respublikasının Avropa Şurasına tamhüquqlu üzv qəbul edilməsinə dair qərar qəbul edildi.

Azərbaycan Prezidenti Heydər Əliyev Avropa Şurasının tribunasından Azərbaycanın mənafeyinə uyğun şəkildə istifadə edilməsi üçün uğurlu bir addım atdı. Belə ki, Avropa Şurası Parlament Assambleyasındakı Azərbaycan nümayəndə heyətinə millət vəkili İlham Əliyevin rəhbərlik etməsi və daha sonra cənab İlham Əliyevin AŞ PA-dakı fəaliyyəti ümummillə liderimiz Heydər Əliyevin qarşıya qoyduğu bütün vəzifələri reallaşdırdı.

Məhz cənab İlham Əliyevin prinsiplial və ardıcıl fəaliyyəti nəticəsində AŞ PA-nın 2002-ci ilin sentyabrında keçirilən payız sessiyasında ilk dəfə olaraq bu beynəlxalq qurumun sənədlərində Ermənistan silahlı qüvvələri tərəfindən Dağlıq Qarabağın işğalı faktı rəsmi şəkildə öz əksini tapdı. Bu hadisə Azərbaycan nümayəndə heyətinin, xüsusilə, nümayəndə heyətinin rəhbəri cənab İlham Əliyevin qətiyyətli mövqeyinin nəticəsi idi. Bütün bunların məntiqi davamı kimi 2003-ci il yanvarın 27-də siyasi qabiliyyəti, diplomatik məharəti və prinsipliallığı ilə xüsusi seçilən Azərbaycan nümayəndə heyətinin rəhbəri cənab İlham Əliyevin AŞ PA-nın vitse-prezidenti və qurumun Büro üzvü seçilməsi ilə müstəqil Azərbaycan tarixinə yeni səhifə yazılmış oldu.

Ümumiyyətlə, Azərbaycanın Avropa Şurası ilə diplomatik münasibətləri son illər yüksələn xətt üzrə inkişaf etmişdir. Azərbaycanın haqq səsinin dünya ictimaiyyətinə düzgün şəkildə çatdırılmasında bu qurumun mühüm rolu olmuşdur.

Belə ki, Azərbaycan Respublikasının Parlament nümayəndə heyətinin səyi ilə AŞPA-da münaqişə haqqında obyektiv müsbət rəyin formalaşması nəticəsində 2005-ci ilin qış sessiyasında qəbul edilən sənəd ölkəmiz üçün mühüm əhəmiyyətə malikdir. Belə ki, 2005-ci il yanvarın 25-də Devid Atkinsonun hazırladığı və AŞPA-da müzakirəyə çıxarılan "ATƏT-in Minsk qrupu tərəfindən araşdırılan Dağlıq Qarabağ münaqişəsi" adlı məruzənin 1416 sayılı qətnamə hissəsində Azərbaycan ərazisinin böyük bir hissəsinin Ermənistan qoşunlarının işğalı altında olduğu, eləcə də Dağlıq Qarabağ regionuna hələ də separatçı qüvvələrin nəzarət etdiyi göstərilirdi.

Hal-hazırda Azərbaycan-Avropa Şurası əməkdaşlığı daha intensiv xarakter almışdır. Azərbaycan nümayəndə heyəti qurumun müxtəlif strukturlarında keçirilən tədbirlərdə iştirak edərək müzakirə edilən məsələlərlə bağlı ölkəmizin mövqeyini bu mötəbər qurumun kürsüsündən Avropa ictimaiyyətinə çatdırır. Eləcə də, Azərbaycanda gedən proseslər Avropa Şurası tərəfindən diqqətlə izlənilir və buna adekvat münasibət bildirilir.

Azərbaycanın Avropa Şurasının müvafiq qurumları ilə müxtəlif sahələrdə bir sıra tədbirlərin keçirilməsi bu təşkilatla əməkdaşlığın bütün sahələrdə uğurla inkişaf etdiyinə sübutdur. Bütün bunlarla yanaşı, Azərbaycan Milli Məclisi 31 maddədən ibarət Avropa Sosial Xartiyasının 18 maddəsini Azərbaycan Avropa Şurasına üzv olduqdan cəmi 3 il sonra ratifikasiya etmişdir.

Qazanılan bu uğurlarla yanaşı, Azərbaycanın ən ağırlı problemi olan Ermənistan-Azərbaycan, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin nizama salınması ümumilli lider Heydər Əliyevin xarici siyasət fəaliyyətində başlıca yer tutmuşdur. Bu məqsədlə 1993-cü ilin ikinci yarısından başlayaraq Prezident Heydər Əliyev respublikamızın təhlükəsizlik problemlərini, xüsusilə, Ermənistanın ölkəmizə qarşı əsassız ərazi iddiaları və hərbi təcavüzü məsələlərini beynəlxalq aləmə çıxararaq, regionda sülhün bərqərar olması üçün beynəlxalq təşkilatların təsirini artırmağa çalışmışdır.

Bu məqsədlə Azərbaycan Prezidenti Heydər Əliyevin ən yüksək səviyyədə dövlət başçıları və nümayəndə heyətləri ilə ikitərəfli, eləcə də çoxtərəfli görüşlərində ATƏT-in Zirvə toplantılarında, Minsk qrupunun həmsədrləri ilə aparılan müzakirələrdə, eyni zamanda Ermənistan prezidenti ilə danışıqlarda göstərdiyi səylər ümumilli liderin apardığı məqsədyönlü siyasətin mühüm tərkib hissəsini təşkil etmişdir. Belə ki, Ermənistan-Azərbaycan, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin dinc vasitələrlə nizama salınması istiqamətində məhz Prezident Heydər Əliyevin qətiyyətli və gərgin fəaliyyəti nəticəsində 1994-cü il mayın 12-də atəşkəs haqqında razılıq əldə edildi və bundan sonra ATƏT-in Minsk qrupu çərçivəsində müntəzəm olaraq danışıqlar aparılmağa başlandı. Belə ki, 1994-cü ilin dekabrın 5-6-da ATƏT-in Budapeştdə keçirilən Zirvə toplantısında Prezident Heydər Əliyevin çevik diplomatiyasının təsiri ilə "Dağlıq Qarabağ münaqişəsi ilə əlaqədar ATƏT-in fəaliyyətinin intensivləşdirilməsi" barədə qərar qəbul olundu.

1996-cı ilin dekabrın 2-3-də ATƏT-in Lissabonda keçirilən Zirvə toplantısında qəbul edilən və münaqişənin nizama salınmasının beynəlxalq-hüquqi bazasını təşkil etmiş olan sənəd dünyanın 53 dövləti tərəfindən müdafiə olundu və Lissabon sammitinin Yekun sənədlərinə əlavə edildi.

Ümummili lider tərəfindən müəyyənləşdirilmiş prinsiplərə sadıq qalan dövlət başçısı İlham Əliyev ölkəmizin xarici siyasətinin əsas prioriteti olan Ermənistan-Azərbaycan, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin yalnız beynəlxalq hüququn norma və prinsipləri çərçivəsində Azərbaycanın ərazi bütövlüyünün təmin edilməsi şərti ilə nizama salınmasının vacibliyini bildirmiş və beynəlxalq təşkilatların bu sahədə səylərini gücləndirməsinin zəruriliyini bəyan etmişdir. Azərbaycan Prezidenti bütün xarici səfərlərdə, eləcə də Bakıda keçirdiyi çoxsaylı görüşlərdə Ermənistanın hərbi təcavüzü məsələsini daim önə çəkərək Azərbaycan xalqının öz torpaqlarının işğalı ilə heç zaman razılaşmayacağını, ehtiyac yarandığı halda hərbi əməliyyatların başlanmasına qərar verəcəyini vurğulamışdır.

Göründüyü kimi, artıq 26 ildir ki, müstəqil dövlətimiz bütün sahələr üzrə inkişafını davam etdirir, beynəlxalq aləmdə müqavilələrini daha da möhkəmləndirir,

xarici siyasət sahəsindəki uğurlarını intensivləşdirir. Məhz bunun nəticəsidir ki, Ermənistan-Azərbaycan, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin nizamlanması istiqamətində dövlət başçısı cənab İlham Əliyevin mövqeyi dünyanın aparıcı dövlətləri və nüfuzlu beynəlxalq təşkilatların nümayəndələri tərəfindən yüksək qiymətləndirilir və müdafiə olunur. Ümumiyyətlə, münaqişənin dinc vasitələrlə nizama salınması istiqamətində bütün beynəlxalq təşkilatların qəbul etdiyi sənədlər Azərbaycanın mövqeyinin bir daha gücləndirilməsi və məsələnin beynəlxalq hüquq prinsipləri əsasında həllinin təsdiqlənməsi deməkdir. Bu baxımdan BMT Təhlükəsizlik Şurasının qəbul etdiyi 4 qətnamə, ATƏT, Avropa Şurasının qərarları da əhəmiyyətlidir və ölkəmizin ədalətli mövqeyinin beynəlxalq səviyyədə müdafiəsi üçün hüquqi əsasdır. Son zamanlar isə, Avropa Parlamenti və NATO-nun Zirvə toplantılarında qəbul olunan qərarlarda birmənalı şəkildə Azərbaycanın ərazi bütövlüyü dəstəklənir və işğala son qoyulması bildirilir.

Bununla yanaşı, Azərbaycan müasir dövrün hədə və təhdidlərinin əlaqələndirilmiş şəkildə qarşısının alınması, eləcə də aradan qaldırılması üçün beynəlxalq birliyin səylərini səfərbər etmək məqsədilə beynəlxalq və regional təşkilatların işində fəal iştirak edir. Müstəqilliyinin 20 illiyini qeyd etdiyimiz Azərbaycan Respublikası adı çəkilən nüfuzlu beynəlxalq təşkilatlarla siyasi, iqtisadi, hərbi, mədəni, humanitar və s. sahələrdə genişmiqyaslı əməkdaşlıq edir və bu da ölkəmizin maraqlarının daha dolğun ifadə olunmasına, dünyanın aparıcı dövlətləri ilə qarşılıqlı əlaqələrinin möhkəmləndirilməsinə mühüm təsir göstərir.

Azərbaycanın Avropa təhlükəsizlik və əməkdaşlıq institutları ilə münasibətləri, eləcə də bu günə qədər əldə edilmiş uğurlar və Avropa inteqrasiya proseslərində iştirakı, ölkəmizin bu beynəlxalq təşkilatlarla əməkdaşlığın genişləndirməsi, eləcə də öz maraqlarını bilavasitə təmsil etməsi baxımından əhəmiyyətli olduğu üçün bu sahədə fəaliyyət Azərbaycan dövlətinin xarici siyasət prioritetlərindən biridir.

Zeynalova Aytakin Ali qizi

Azerbaijan in the international arena

Abstract

We can see this common article about protecting journalists rights and freedom of speech in every bill of different international organizations that works on democratization of media. Azerbaijan works diligently together with international community to prevent and eliminate treats of modern era. Republic of Azerbaijan has a large scale of cooperation on military, political, economic, cultural, humanitarian and other matters with the International organizations mentioned which has a significant impact on the strengthening of bilateral relations with the leading countries of the world.

Key words: *society, international organizations, diplomatic relations, integration, foreign policy.*

Зейналова Айтекин Али кызы

Азербайджан на международной арене

Резюме

В научной статье мы исследуем обязательства по защите свободы печати, прав журналистов, которая является одним общим положением, как для местных, так и для зарубежных демократических организаций, функционирующих в области демократизации печати.

Азербайджан принимает активное участие в работе международных и региональных организаций с целью мобилизации усилий международного объединения для устранения и предотвращения угроз современного периода. Азербайджанская Республика широкомасштабно сотрудничает с указанными международными организациями в области политики, экономики, военной сфере, культуры, гуманитарной сфере и в других сферах, а также это оказывает большое влияние на интересы нашей страны и взаимное укрепление отношений с ведущими странами мира.

Ключевые слова: *Общество, международные организации, дипломатические отношения, иностранная политика.*

ƏDƏBİYYAT

1. Aslanov A. Heydər Əliyev və Azər Tac. B., Nurlan, 2005, 175 s.
2. AŞPA Cənubi Qafqazda münaqişələrə dair 1119 (1997)1 saylı Qətnamə qəbul etmişdir // Xalq qəzeti, 1997, 29 aprel
3. Avropa Şurası müşahidəçiləri Azərbaycanla bağlı yeni məruzə hazırlayır // Panorama qəzeti, 1995, 17 noyabr
4. Avropa Şurası və Azərbaycan. B., Sərbəst düşüncə, 2000
5. Avropa Şurası Parlament Assambleyasının qeyri-üzv ölkələr üzrə Komissiyasının Strasburqda iclası // Respublika qəzeti, 1994, 6 iyul
6. Azərbaycan Avropanın Şərq tərəfdaşına çevrilməkdədir // Ekspres, 2004, 16 may
7. Azərbaycan Avropaya çıxır // Respublika qəzeti, 1992, 17 mart
8. Azərbaycan həqiqətləri Avropaya yayılır // Respublika qəzeti, 1992, 4 aprel
9. Azərbaycan Respublikasının Ali Sovetinin Birləşmiş Millətlər Təşkilatı və dünya dövlətlərinə müraciəti // Respublika qəzeti, 1991, 30 noyabr

10. Heydər Əliyev və mətbuat / Tərtibçi və ön sözün müəlifliyi, prof. R.Mehdiyev, IV cild, B., «Nurlar» nəşriyyatı, 2003, 475 s.
11. Həsənov Ə. Müasir beynəlxalq münasibətlər və Azərbaycanın xarici siyasəti. B., Azərbaycan nəşriyyatı, 2005, 762 s.
12. Углубление сотрудничества с ЕС, как фактор усиления интеграции Азербайджана в Европу //Азербайджанская Республика в процессах глобализации. Материалы научной конференции факультета международных отношений и международного права. В., Bakı Dövlət Universitetinin nəşriyyatı, 2003
13. Communication from the Commission, European Neighbourhood Policy, Strategy Paper, Brussels: Commission of the European Communities, 2004, 12 May, No. COM(2004) 373 final, 3 p., <http://ec.europa.eu/world/enp/pdf/strategy/strategy_paper_en.pdf>.
14. <http://mfa.gov.az/>
15. <http://www.president.az/>
16. <http://azerbaijan.az/>

***Rəyçilər:** professor Sabir Məmmədli, dosent Pərvanə İbrahimova*

***Reviewers:** professor Sabir Mamedli, dosent Parvana İbrahimova*

***Рецензенты:** профессор Сабир Мамедли, доцент Парвана Ибрагимова*

UOT (070)

Axundzadə Cəmilə Fikrət qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının

II kurs magistrantı

Azərbaycan-Türkiyə münasibətlərinin inkişafı 30 il ərzində

Xülasə

Məqalədə Azərbaycan-Türkiyə münasibətlərindən, əlaqələrin müxtəlif sahələr üzrə inkişafından bəhs edilir. Qeyd edilir ki, əsasən, siyasi, iqtisadi, mədəni əlaqələr və onların təhlili Türkiyənin bütün media orqanlarında geniş yer almışdır. Dövlət qəzetləri və saytlar daha çox rəsmi, işgüzar məlumatlar yaymışdır. Müstəqil media orqanları isə tarixi, mədəni, sosial əlaqələrin təsvirinə üstünlük vermişdir. Məqalədə “Anadolu” informasiya agentliyi, “Yeni Şəfəq” qəzeti və digər mətbuat orqanlarının materialları və Azərbaycan onlayn mediası araşdırılmışdır.

Açar sözlər: əlaqələr, töhfə, konvensiya, siyasət, media orqanı, iqtisadiyyat

Turkey has a great relationship with our country as a first state which recognized the Republic of Azerbaijan. Diplomatic relations with Azerbaijan were signed on January 14/1992, and our mission as Consulate General has been upgraded to the Embassy level. Currently, our embassy in Baku and our consulates in Nakhchivan and Ganja are operating in Azerbaijan, while Azerbaijan has its Consulate General in Istanbul and Kars at the Embassy of Ankara.

With the arrival of HeydarAliyev to the leadership of Azerbaijan, relations with Turkey were built on real partnership and mutual benefit. He has visited Turkey many times over the 10 years he has led Azerbaijan, and many Turkish and state leaders have made numerous trips to Azerbaijan. These contacts continued at various international and regional events. It is worth noting that during his ten-year presidency, HeydarAliyev held more than 500 meetings with foreign leaders, of which about 100 were held by Turkey. Amid these intense contacts and constant consultations, the foreign policies of the two countries complement each other in close coordination. Azerbaijan has always been with Turkey in the face of the challenges of independent state building, but has always kept Turkey in the steps it takes to implement its economic projects. The initiatives of the great leader in the integration of the Turkish-speaking peoples have led to co-operation in a wide geography today.

The majority of modern Turkish media outlets spread various articles related to Azerbaijani-Turkish relations in terms of policy. For instance, the newspaper “Yeni Şafak” printed an article called “Azerbaijan-Turkey: 25 years of diplomatic relati-

ons". Here is spoken: "Azerbaijan-Turkey relations in every field in the «Golden Age» are experienced. In 2010, the Presidents of the two countries co-chair of "Azerbaijan-Turkey High-Level Strategic Cooperation Council" and the establishment of the meetings will be held in an orderly manner have been a great achievement" (8).

"It is our responsibility to re-evaluate the great history of our peoples, to make the spiritual values and cultural monuments of each nation unique to all peoples throughout history. Our roots are so deep that they are connected with one language, one moral and one religion, and our moral values have not stopped and developed, despite all the difficulties that have been encountered in all stages of history. Now that we are independent nations of the Turkic-speaking nations and we have great opportunities, we can further strengthen and organize these processes. This is our debt". The great politician, the founder of the modern Azerbaijani state HeydarAliyev said these words at the 3rd Congress of Turkish World held in the framework of the TURK-SOY meeting in Baku (2).

By the way, Turkey's portion was only 1.75 percent when it signed its first contract with foreign oil companies in 1994 ("Azeri-Chirag-Guneshli"). The reason for this was the delayed participation of the Turkish company in the negotiation of the contract, and the sluggishness of the Western investors. However, HeydarAliyev later decided to allocate an additional 5 percent to Turkey at the expense of Azerbaijan's share in the project. As a result, Turkey has become one of the most important players in the Treaty of the Century. In 1996, Turkey received the second largest contract - 9% - in the Shah Deniz project. In general, Turkey has a 35% stake in various oil and gas projects in Azerbaijan.

Simultaneously, according to the main information agency in Turkey the relationship between Azerbaijan and Turkey bases on Baku-Supsa and Baku-Tbilisi-Ceyhan oil pipelines and Baku-Tbilisi-Erzurum natural gas pipelines, which were realized as a result of long efforts, were not only an important turning point in the fate of these three countries, but also revolutionized the global energy game. Including these projects, the Caspian's energy projects related to the Azerbaijani region have attracted capital to the region on the one hand and paved the way for alternative energy transfer from the Caspian region to the international markets. TANAP and the Baku-Tbilisi-Kars railway line projects also have made important trilateral cooperation on a global perspective, Turkey-Georgia-Azerbaijan trilateral energy security of both Europe and rose to the position lock both in terms of the East-West transport (7).

As we mentioned before Baku-Tbilisi-Ceyhan gas pipeline was the real result of a far-sighted policy. The Baku-Ceyhan pipeline has laid the groundwork for new regional energy and transport projects, followed by the Baku-Tbilisi-Erzurum gas line. The ongoing Baku-Tbilisi-Kars railway line will be a historic contribution not only to the Azerbaijani-Turkish relations, but also to the Central Asian republics connecting Turkey and the Caspian and the Europe-Asia transport corridor.

Political, military, social and economic relations between the two friendly and fraternal countries are at a very good level. In this context, the visit of the President of Azerbaijan to Azerbaijan on 16-17 August 2010 resulted in the "Strategic Partnership and Mutual Assistance Agreement" between the two countries. The Joint Statement on the establishment of the High Level Strategic Cooperation Council between the two countries was signed by the Prime Minister and Azerbaijani President Ilham Aliyev at the summit margin. The documents we talked about further strengthened the legal basis for the deepening of our bilateral relations. During the discussions, the signing of numerous agreements has given a new dimension to the deepening of bilateral relations in all areas. Turkey and Azerbaijan also play a leading role in the development of regional cooperation forums that address regional issues. In this context, the Foreign Ministers' Tripartite Meeting mechanism established by both countries with Iran and Georgia plays an important role. Turkish-Azerbaijani-Iranian Foreign Ministers' Meeting held in Nakhchivan in 2012; The first meeting of the Turkish-Azerbaijani-Georgian Foreign Ministers' Meeting was held in Trabzon.

Turkey has been actively involved in the work of the Minsk Group, which operates within the AGIT, to seek a peaceful, fair and lasting solution to the Upper Karabakh conflict, which is Azerbaijan's most important foreign policy problem, since 1993 because of the occupation of Azerbaijani lands keeps its border closed.

Turkey continues to view the AGIT Minsk term as a suitable platform for conflict resolution / finding, but also argues that it needs creative forces to leverage existing congestion during the peace process. The economic ties between the two countries are also developing. As of 2011, our exports to Azerbaijan are \$ 2 billion 65 million 166 thousand, and our import is \$ 1 billion 388 million 504 thousand. The growth rate in our exports is 33.20% compared to the previous year. 86.69% of our exports are industrial products, 9.02% are agricultural products, 2.93% are mining products and the remaining 1.35% are other products. Our imports increased by 60.5% compared to the previous year. Mining products (mainly natural gas) account for 94.05% of our imports, industry products - 5.17%, and agriculture and other products - 0.78%.

Due to our cultural features, Azerbaijan is in a very attractive market position for our businessmen and investors who want to open abroad. After independence, Azerbaijan has a free trade agreement with Russia, Ukraine, Georgia, Moldova and Kazakhstan. This agreement also does not apply any customs duties between the countries. This also provides an important opportunity for those who want to invest in Azerbaijan. In addition, Azerbaijan is extremely rich in oil and natural gas, including oil and natural gas, and is extremely important in the Caucasus because of its position in the middle of Central Asia, the Middle East and the Middle Asia, along historical and commercial routes attracts attention.

Azerbaijan experienced \$ 30 billion in foreign direct investment between 1993-2007. Turkey is the third largest foreign investor in the oil and natural gas sector in Azerbaijan since 1995-2006, followed by the United States and Britain, and the se-

cond largest foreign investment in the oil and natural gas sector. The total investment amount of Turkish companies is estimated to be over \$ 3 billion (6).

The first agreement was signed on 1/11/1992 to develop economic and trade relations between Azerbaijan and Turkey, which mastered the free market economy model. Except for this agreement; Frontier Trade with the Nakhchivan Autonomous Republic, Trade Finance, Small and Medium-sized Industrial Development and Technical Cooperation, Customs Cooperation and Mutual Assistance, Scientific, Technical, Social, Cultural and Economic Cooperation, Two protocols and agreements have been signed between the country on different dates, such as mutual recognition of customs documents and marks.

Outside of the above mentioned agreements, there are two important agreements. These are the Investment Mutual Promotion and Protection Agreement (approved by the AC National Assembly on 14/6/1994 and Decision No. 820, approved by Turkey on 25/7/1996 and Law No. 4152 on 31/7/1996 and No 22713). Published and came into force in the Official Gazette.) And the Double Taxation Agreement between Turkey and Azerbaijan. (The agreement, signed on 9/4/1994, was approved by the parliaments of both countries and entered into force on 1/1/1998.) Thus, the legal infrastructure for the development of trade and economic relations has already been completed.

Turkey-Azerbaijan Mixed Economic Commission, which plays an important role in the development of trade and economic relations. The Permanent Meeting was held on 29-30 March 2001 in Baku and III. Periodic Meeting April 12-14, 2005 Ankara, Mixed Economic Commission (KEKS) IV. The Permanent Meeting was signed on 27-28 July 2006 in Baku, and the Periodic Protocol was signed on 11 April 2008 in Istanbul (6).

As a result of the meetings:

- To continue to cooperate with Azerbaijan in the WTO activities and to provide Turkey with all the technical support it needs;
- Establishment of a working / working group under the auspices of the Turkish Prime Minister's Foreign Trade Advisor, and the Ministry of Economic Development on the part of the Turkish Foreign Trade Regulatory Conventions;
- Providing the necessary training and technical support in the customs field;
- The Turkish Foreign Ministry's Foreign Trade Advisor and the Azerbaijan / Azerbaijan Ministry of Economic Development Co-ordination Group to contribute to the rapid and common benefit analysis of problems that businesses and businesses in two countries may face in their commercial and economic relationships with public institutions and structures;
- The importance of establishing a Joint Chamber of Commerce between the relevant structures of the two countries is intended to strengthen the ties between Turkey and Azerbaijan;

- Emphasizing the importance of enhancing contacts between the KOSGEB and the Ministry of Economic Development of the Republic of Azerbaijan to promote cooperation in small and medium-sized businesses, including the following areas of cooperation:

- Non-change of information and experience between supporting small and medium-sized businesses,

- Interoperability of small and medium-sized databases (SMEs),

- facilitating the communication of SMEs in the two countries, organizing intensive instructor and informative visits;

- Trade relations between Turkish and Azerbaijani SMEs, technology transfer vs. joint investment Implementation of the “Adaptation Center” model developed by the Department of Small and Medium-sized Industrial Development and Support (KOSGEB) to promote cooperation in the field

- Creation of a joint grain market between Turkey, Azerbaijan and Central Asia, and access to global markets through a joint venture to be established;

- In accordance with the International Convention on the Disposal of Dangerous Substances and Drivers of List of Passport Documents, Including Cargo Delivery from Third Countries, To facilitate Border Crossing and Increase Transportation Efficiency issuance of necessary instructions to the customs authorities regarding the classification of goods by hazard class;

- Adjustment of working hours and facilitating entry and exit of citizens of the two countries crossing between the Nakhchivan Autonomous Republic and Turkey.

Topics were discussed.

Undoubtedly, Turkish businessmen operating in Azerbaijan play an important role in the long-term healthy and stable development of trade and economic relations. In addition to their contributions to the Azerbaijani economy, contributions to taxes and employment opportunities that cannot be ignored, they also play a major role in trade relations with Turkey. Providing support for the strengthening of Azerbaijan's economic independence, as well as developing and implementing policies to eliminate barriers to our businessmen, who act as economic bridges between Turkey and Azerbaijan, to analyze financial issues and to create a mechanism to safeguard their long-term investment decisions. Our trade ties will build a stronger foundation, and developing relationships will also contribute to the region's stability while serving for the best of both nations.

TURKISH MINISTRY OF CULTURE AND TOURISM ALWAYS SPREADS AZERBAIJANI-TURKISH CULTURAL RELATIONS WIDELY. THERE WAS DISSEMINATED AN ARTICLE WITH THE HEADLINE “CULTURAL WEEK STARTED IN AZERBAIJAN” ABOUT AZERBAIJANI-TURKISH HISTORICAL CULTURAL RELATIONS (9).

By the way of conclusion all spheres, profoundly, political, industrial, cultural relations between Azerbaijan and Turkey were in a high level all the time. And the

major print and online media outlets of Turkey encase all sides of relationships between Turkey and Azerbaijan.

Axyndzade Camila Fikrat kizi

Development of Azerbaijani-Turkish relationship throughout 30 years

Abstract

The article highlights various aspects of Azerbaijan-Turkey relations, mainly political, economic and cultural relations have occupied a large place in all media agencies in Turkey. State-run newspapers and websites distribute more formal, working news. And independent media agencies prefer coverage of historical, cultural and social ties. The article was studied through the Anadolu news agency, the Yeni Shchefag newspaper and other media agencies, as well as in online media of Azerbaijan.

Keywords: *relations, contribution, agreement, politics, media, economics*

Ахундзаде Джамиля Фикрет кызы

Отношения между Азербайджаном и Турцией развиваются уже 30 лет

Резюме

В статье освещаются разные стороны Азербайджано-Турецких отношений, в основном политические, экономические и культурные отношения заняли большое место во всех медиа агентствах Турции. Государственные газеты и сайты распространяют более официальные, рабочие новости. А независимые медиа агентства отдают предпочтение освещению исторических, культурных и социальных связей. Статья исследовалась в информационном агентстве «Анадолу», в газете «Ени Шефаг», и других медиа органах, а также в онлайн медиа Азербайджана.

Ключевые слова: *отношения, вклад, соглашение, политика, СМИ, экономика*

LITERATURE

1. <http://anl.az/el/Kitab/2015/2002-1400.pdf>
2. <http://medeniyyet.az/page/news/19468/Heyder-Eliyev-ve-turk-dunyasi.html?lang=en>

3. <http://mfa.gov.az/files/file/Azerbaycan%20-%20Turkiye%20munasibetleri.pdf>
4. <https://www.trt.net.tr/azerbaycan/proqram/2017/07/07/az-rbaycan-turkiy-laq-l-ri-son-25-ild-766489>
5. https://tasam.org/tr-TR/Icerik/3369/turkiye_ile_azerbaycan_arasindaki_ticari_iliskiler_yatirimlar_ve_gelecekteki_projeler
6. http://www.ekodialog.com/Konular/Avrasya%20Ulkeleri/turkiye_azerbaycan_ticaret.html
7. <https://www.aa.com.tr/tr/analiz/turkiye-azerbaycan-gurcistan-is-birligi-bolgede-istikrar-uretiyor/1544913>
8. <https://www.yenisafak.com/hayat/azerbaycan-turkiye-diplomatik-iliskilerde-25-yil-2596930>
9. <https://basin.ktb.gov.tr>

***Rəyçilər:** professor Sabir Məmmədli, dosent Pərvanə İbrahimova*

***Reviewers:** professor Sabir Mamedli, dosent Parvana İbrahimova*

***Рецензенты:** профессор Сабир Мамедли, доцент Парвана Ибрагимова*

UOT (070)

Paşayeva Tünzalə Mübariz qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının

II kurs magistrantı

Türk toplumlarının integrasiyasında medianın rolu

Xülasə

Məqalədə türk xalqlarının zamanla münasibətləri müzakirə olunur. Qeyd edilir ki, onların münasibətlərinin inkişafı tarix boyu vacib olmuşdur. Həmçinin türk xalqlarının media, siyasət, iqtisadiyyat və mədəniyyət sahələrində integrasiya proseslərini gücləndirmək üçün gördüyü işlər təhlil edilir. Müəllif bu ölkələrin və xalqların üzvləşdiyi fundamental problemlərin həllində medianın geniş imkanlarını da açır.

***Açar sözlər:** Türk dövlətləri, kütləvi informasiya vasitələri, əlaqələr, məlumat, inkişaf*

XXI əsr qloballaşma əsri kimi tarixə öz addımlarını atmışdır. Texnologiyada sürətli dəyişmə, beynəlxalq mal ticarətində və sərmayə axınlarında sərbəstləşmə, iqtisadiyyatda bazar sisteminin qaydaları əsasında yenidən formalaşmalar, cəmiyyətdə yeni görüntünün formalaşması, demokratiyaya istiqamətli açılımlar və ictimai təşkilatlanma modellərində yeni meyillər dərin və əhatəli bir təkamül mərhələsi xüsusiyyəti qazanmışdır. Qlobal proseslərin inkişafı din və mədəniyyətdə, tarixi ənənələrdə olan fərqlərə baxmayaraq, dünya ölkələrinin və xalqlarının bir-birindən asılılığını dayanmadan artırır [3].

Qloballaşan dünyada artıq informasiya bolluğudur, vaxt ötdükcə medianın imkan və fəaliyyət dairəsi genişlənir. İnformasiya texnologiyaların inkişafı sayəsində dünyanın istənilən ölkəsindən xəbər ötürülməsi indi bir neçə saniyə vaxt alır. Ancaq buna baxmayaraq bütün dövlətlərdə dünyaya integrasiya səviyyəsi və eləcə də medianın inkişaf səviyyəsi eyni formada deyil. Bu baxımdan türksoylu xalqların mediasının hazırkı vəziyyəti mürəkkəb, unikal və özünəməxsusdur.

Qədim tarixə və şanlı keçmişə malik Türk xalqlarının tarixən yaşadığı coğrafi ərazi Avropadan tutmuş Çin səddinə qədər böyük bir ərazini əhatə edir. Ortaq tarixə, adət-ənənələrə, baxışlara malik bu xalqlar zamanla demək olar ki, eyni ictimai-siyasi prosesləri keçmiş, tarixin şanlı səhifələrinə yazılmış Hun, Göytürklər, Qaraxanilər, Teymurilər, Osmanlılar, Səfəvilər və s. kimi qüdrətli dövlətlər, imperatorluqlar qurmuşlar. Böyük Türk milləti, müxtəlif oxşar ləhcələrdə danışan Azərbaycan türkləri, qazax, özbək, türkmən, qırğız, tatar, başqırd, altay, tuva, uyğur, qaqauz, kırımçak, qaraim və s. kimi xalqları onun ayrılmaz budaqları, yarpaqları sayıla bilər. Tarixin müxtəlif dövrlərinə nəzər yetirsək, istər siyasi, istərsə də mədəni, tarixi və ədəbi əla-

qələr baxımından bu xalqlar arasında səmimi qonşuluq, mehriban dostluq və qardaşlıq münasibətləri olduğunu görə bilərik. Zamanla bu əlaqələr müxtəlif səbəblər üzündən zəifləyib, münasibətlərə kölgə düşüb. Sovetlər dönməsində SSRİ-nin tərkibində qapalı rejimdə yaşayan azərbaycanlı, qazax, özbək, tatar və s. xalqların Türkiyə ilə əlaqələri kəsilmiş, hətta bu münasibətlər qadağan olunmuşdu. SSRİ-də Türkiyədəki Türk qardaşlarından danışmaq, **“Türk”** adını çəkmək belə təhlükəli idi; çünki bu insanlar “pantürkist” damğası vurularaq respresiyaya məruz qalır, ya güllələnir, şaxtalı Sibirə ömürlük sürgün edilirdi. Ancaq bütün bu qadağalar onların əzmini, cəsarətini məhv edə bilmirdi.

Bu ağırlı dövrləri yaşamış Türksöylü xalqların bir çoxu (Azərbaycan, Qazaxıstan, Özbəkistan, Türkmənistan, Qırğızıstan) artıq müstəqilliyə qovuşub, bəziləri özərk cumhuriyyət kimi mövcuddur (Tatarıstan, Başqırdıstan, Saxa-Yakutiya, Qaqazuya və s.). Söz və fikir azadlığının, informasiya texnologiyalarının inkişaf etdiyi müasir dövrdə əlaqələr qurmaq, istənilən xalqın mediasını izləmək o qədər də çətin deyil. Artıq bugün digər ölkələrdə olduğu kimi Türksöylü ölkələrdə - xüsusilə də Orta Asiya regionunda və özərk cümhuriyyətlərdə çap mediası ilə yanaşı, elektron media (internet qəzet və dərgilər, radio və televiziya) da inkişaf etməkdədir. Lakin indi Türksöylü xalqların mediasının müasir durumu və problemləri başqadır [2].

Türk dövlətlərinin əlaqələrini genişləndirmək və eləcə də əməkdaşlığını möhkəmləndirmək üçün bir sıra tədbirlər, seminarlar, görüşlər keçirilir. Elə görüşlərdən biri də 2012-ci ilin avqustun 28-də Bakıda TÜRKSÖY, İSESCO, Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin İnkişafına Dövlət Dəstəyi Fondunun təşkilatçılığı ilə “ Mədəniyyətlərarası dialoqun inkişafında medianın rolu” mövzusunda keçirilmiş seminardır. Seminarda Azərbaycan, Türkiyə, Qazaxıstan, Qırğızıstan, Özbəkistan, Türkmənistan, Tacikistan Kütləvi İnformasiya Vasitələrinin, həmçinin TÜRKSÖY və İSESCO-nun nümayəndələri iştirak ediblər. Mədəniyyətlərarası dialoqda qeyd edilib ki, KİV-lərin iştirakının daha da genişləndirilməsi üçün beynəlxalq təşkilatların bu sahəyə diqqət və dəstəyi də olmalıdır: “2011-ci ildə Bakıda keçirilən Dünya Mədəniyyətlərarası Dialoq Forumu çərçivəsində TÜRKSÖY ilə İSESCO arasında əməkdaşlıq haqqında saziş imzalandı. Sevindirici haldır ki, bu sənəddən sonra birgə əməkdaşlıq çərçivəsində ilk tədbir Bakıda keçirilir. Sazişə əsasən, bundan sonra da keçiriləcək tədbirlərdə təşkilatın üzvü olan ölkələr təcrübələrini bölüşəcəklər. Azərbaycan da hər iki təşkilatın üzvü olaraq bu istiqamətdə fəaliyyətini gündən-günə artırır” [6].

Türkdilli xalqların münasibətlərinin yaxşılaşdırılması naminə bəzi təşkilatlar yaranıb və həmçinin bunların vasitəsi ilə xartiyalar qəbul edilib. Bu xalqların diaspor təşkilatları ilə əməkdaşlıq Dünya Azərbaycanlılarının Həmrəylik Xartiyasında da öz əksini tapıb. Xartiyada tövsiyə edilir ki, xarici ölkələrin televiziya kanallarında Azərbaycan və türk xalqlarının mədəniyyətindən bəhs edən filmləri nümayiş etdirilsin, domen adların qeydə alınması zamanı türk dilləri standartlarının qeydə alınması, “.turan”, “.turk”, “.azeri” domenlərin yaradılması məsləhət görülür. Həmçinin türk

dünyasının birliyi ideyalarının yayılması və həyata keçirilməsi irəli sürülüb. Burada qeyd edilir ki, xarici ölkələrdə məskunlaşan türk xalqları arasında ortaq mənafe naminə əlaqələrin qurulması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Azərbaycan və Türkiyəyə qarşı yönəldilən təbliğatın neytrallaşdırılması, əsassız iddia və böhtanların aradan qaldırılmasında bu birlik və diaspor təşkilatları arasında sıx əməkdaşlıq günün tələbidir. Bu tələbdən irəli gələrək Azərbaycan və Türk diasporların vahid mənafe uğrunda fəaliyyətdə yaxınlaşdırılması siyasətinin davam etdirilməsinə xarici ölkələrdə yaşayan hər azərbaycanlı əməli kömək göstərməsinin əhəmiyyəti vurğulanır.

Eyni zamanda bu münasibətləri tənzimləmək uğrunda bir neçə kitablar çıxıb. Onlardan biri də **“Türksöylü xalqların elektron mediası kataloqu”** adlı kitabdır. Bu kitabın elmi redaktoru Bakı Dövlət Universitetinin jurnalistika fakültəsinin dekanı, müəllimi, filologiya elmləri üzrə fəlsəfə doktoru Vüqar Zifəroğlu, rəyçilər filologiya elmləri doktoru Almaz Ülvi və "Art of Beauty" dərgisinin redaktoru Novruz Novruzovdur. Kitabın hazırlanmasında məqsəd ortaq tarixə keçmiş, dil, mədəni irs və adətlərə malik türksöylü xalqların əhatə edən virtual elektron resursları bir araya toplamaq, bununla da türk coğrafiyasında olan jurnalistlər, media arasında əlaqələrin daha da möhkəmlənməsinə töhfə verməkdir. Belə ki, müasir dövrdə xalqlar arasında ictimai-siyasi, mədəni əlaqələrin güclənməsində eynisöylü xalqların bir-birilərinin cəmiyyətləri haqqında daha çox məlumatların əldə edilməsində elektron resursların, medianın üzərinə böyük iş düşür. Bununla da, qloballaşan dünyada böyük coğrafiyaya səpələnmiş türk xalqları virtual elektron medianın imkanlarından istifadə edərək bir-birlərini daha yaxından tanıya, eyni zamanda gələcəkdə özlərinə aid vahid informasiya məkanını yarada bilirlər.

Müasir dövrdə dünyada bir sıra Türksöylü xalqlar ictimai və siyasi səbəblər üzündən beynəlxalq ictimaiyyət qarşısında haqsızlığa məruz qalır, onların əsas insan hüquq və azadlıqları pozulur. Türk xalqlarının üzləşdikləri bu cür problem və aktual məsələlər təəssüf ki, beynəlxalq KİV-də, eləcə də yaşadıkları ölkə mətbuatında obyektiv işıqlandırılmır ya da təhrif edilir. Söz azadlığı olmadığından bu cür mövzuların anadilli mətbuatda tam işıqlandırılması da reallaşmır. Odur ki, Şərqi Türkünstanda, eləcə də digər bölgələrdə baş verən hadisələrlə bağlı obyektiv məlumatlar xaricə mühacir etmiş ziyalıların və ya dərənəklərin qurduqları media orqanları vasitəsi ilə müxtəlif dillərdə dünyaya yayımlanır. Türkiyədə uyğurların “Göytürk” dərgisi, internet “İstiqlol TV” və uyğur soyqırım tarixini əks etdirən saytlar buna nümunədir.

Bu gün türk dövlətlərinin beynəlxalq aləmə inteqrasiyası, əldə etdikləri iqtisadi nailiyyətləri və inkişafı sevindirici hal olsa da, kənar mədəniyyətlərin təsirindən qorunmaq üçün müvafiq tədbirlər görülməlidir. Yad təsirlərdən qorunmaq istiqamətində görülcək tədbirlərdən ən mühümü eyni dil, irq və ortaq mədəni keçmişə malik olan türk toplumlarının öz aralarında münasibətləri möhkəmləndirmək və inteqrasiyanı gücləndirməkdir.

Pashayeva Tunzala Mübariz kizi
The role of the media in the integration of Turkish communities
Abstract

The article talks about the relations of the Turkish peoples with time. In the article work of Turkish media is analyzed by increase of integration process in the area of politics? Economy and culture. Author opens up wide possibilities of media in solving of big problems before these countries and nations

Key words: *Turkish states, media, relationship, information, development*

Пашаева Тунзала Мубариз кызы
Роль СМИ в интеграции турецких общин

Резюме

В статье рассматриваются отношения турецкого народа с течением времени. Развитие их отношений было важно на протяжении всей истории. В статье анализируется деятельность СМИ тюркских народов по усилению интеграционных процессов в области политики, экономики и культуры. Автор раскрывает также широкие возможности медиа в решение коренных проблем, стоящих перед этими странами и народами.

Ключевые слова: *Турецкие государства, Средства Массовой Информации, отношения, информация, развитие*

ƏDƏBİYYAT

1. Vasif Cəfərov. Türkdilli xalqlarının diaspor birliyi . <https://www.eksp-ress.az/news/438-turkdilli-xalqlarin-diaspor-birliyi>
2. Əfsanə Bayramqızı. Türk toplumların inteqrasiyasında medianın rolu <http://www.uluturk.info/new/menu/1133/>
3. Fərid Məmmədov. Müasir dövrdə türkdilli dövlətlər arasında inteqrasiyanın strukturlaşması. <http://turansam.org/makale.php?>
4. <https://www.bizimyol.info/news/74489.html>
5. <http://www.ictnews.az/read-21422-news-1.html>
6. <http://medeniyyet.az/page/news/10147/Medeniyyetlerarasi-dialogun-inkisafinda-medianin-rolu.html?lang=az>

Rəyçilər: *professor Həmid Vəliyev, dosent İlham Məzanlı*

Reviewers: *professor Hamid Veliyev, dosent İlham Məzanlı*

Рецензенты: *профессор Гамид Велиев, доцент Илхам Мазанлы*

UOT (070)

Chen Yu

Bakı Dövlət Universiteti
Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının
II kurs magistrantı

Çin mətbuatı: reklamın təkamülü və qlobal reklam bazarındakı yeri

XÜLASƏ

Müasir reklam 20-ci əsrin sonundan yüz ildən çoxdur mövcuddur. II Dünya Müharibəsindən sonra reklam sənəti dünyası elmi inkişaf dövrünə qədəm qoydu. 1960-1980-ci illərdə müasir reklam sənətinin böyük inkişaf dövrü idi, əmtəə iqtisadiyyatının, müasir maddi və sivil həyatın vacib bir hissəsinə çevrildi. 1990-cı illərdən sonra qlobal reklam sənayesi yetkin bir mərhələyə qədəm qoydu və tarixi inkişafda yeni bir mərhələyə qədəm qoydu. Sadə forma və kortəbii forma yeni və müstəqil bir texnologiyaya çevrildi və müxtəlif sahələrdə hərtərəfli tətbiq olunan şüurlu və mütəşəkkil bir iş müstəqil və yetkin bir sənayeyə çevrildi.

Açar sözlər: reklam, inkişaf, tarix, trend

Слово «реклама» является словом иноязычного происхождения. «Реклама» на английском языке происходит от латинского *advertere*, что означает внимание, индукцию и распространение. В эпоху Среднего английского языка данное слово превратилось в рекламу, что означает, кто-то что-то заметил. С развитием социальной экономики значение слова «реклама» также постоянно меняется. В связи с растущей частотой крупномасштабной коммерческой деятельности термин «реклама» получил широкое распространение и использование, и его значение превратилось из одной рекламы в целый ряд реклам.

Слово «реклама» в китайском языке происходит от Японии. Примерно через пять лет после эры Мэйдзи премьер-министр Японии перевел рекламу и начал использовать ее в 1887 году. В начале 20-го века термин «реклама» также использовался в Китае. Термин «реклама» имеет много разных определений с момента его появления.

(1) «Реклама - это новости о товарах или услугах». До 1890 года западное общество, как правило, рассматривало рекламу как средство коммуникации, которое использовалось для информирования и схожести с новостями.

(2) «Реклама - маркетинговый метод печати формы». В 1894 году Лассвилл, известный как отец современной американской рекламы, предложил это определение и начал распространять его.

(3) Дин Цзюньцзе, ученый из материкового Китая, выдвигает в «Общей теории современной рекламы»: «Реклама - это форма платного распространения информации. Ее цель - продвигать товары и услуги, влиять на отношение и поведение потребителей и получать ожидаемый рекламодателями эффект». Компоненты рекламной кампании включают в себя рекламодателей, рекламные агентства, рекламные СМИ, аудиторию (потребителей), рекламную информацию и так далее.

(4) В широком смысле реклама - это пропагандистская деятельность, которая информирует аудиторию об определенной информации. Она относится к рекламным объявлениям, не предназначенным для получения прибыли, кроме коммерческой деятельности. В узком смысле она относится к прибыльной экономической рекламе, также известной как коммерческая реклама. Это постепенно произведено, поскольку область товарного обмена продолжает расширяться. (1, с.21)

Современные рекламные формы относятся к рекламе под влиянием современной культуры и индустриальной цивилизации. В это время рекламные объявления начали постепенно менять традиционное чувство, когда уделяют внимание только самому продукту и пренебрегать чувствами аудитории, и постепенно превращаются в большее внимание к психологическому восприятию и восприятию потребителей. Хотя большая часть современного рекламного контента связана с функцией и внешним видом самого продукта, это своего рода расширение концепции продукта, ориентированного на «людей». Это распространенная форма рекламного общения в индустриальном обществе, она следует эстетическим принципам модернизма и обращает внимание на нормативность выражения, согласованность реальности и рациональность логики. Будь то эмоциональная атмосфера (также называемая «мягкими продажами»), теория позиционирования, теория ROI, теория образов системы основаны на концепциях и функциях продукта. В индустриальном обществе этот вид рекламного выражения очень эффективен, потому что в чисто индустриальном обществе массы сталкиваются с продуктами, которые копируются в больших количествах, а потребление является лишь основным удовлетворением спроса, без других смыслов. Тем не менее, из-за дублирующего характера продуктов, для достижения привлекательных целей реклама должна принимать необходимые средства, чтобы затронуть восприятие людей и вызвать резонанс, поэтому современный рекламный дискурс начал смещаться, чтобы подчеркнуть выражение «незнакомство». Это три теории «креативной революционной эпохи» 1960-х годов. (2, с.18) Современная реклама - это внешний символ человеческого желания. Покупкой

общественного мнения в рекламе руководствуется серия символов, созданных с помощью творчества, доминирующим символом является его символ и его значение, и он не является реальным показателем. Другими словами, с точки зрения эффективности рекламы индикатор находится только во вторичной позиции, которой руководствуются, а символы различных желаний указывают на неявный показатель - товар. Благодаря роли рекламы стремление людей к определенному желанию приобретает яркий вид в рекламе: стиль мужчины полностью отображается в костюме "Пилкадан", красота женщины - в "дате красоты Мулана"; Долговечный бриллиант свидетельствует о сладкой любви, счастливом браке, автомобильная вилла является символом личного вкуса и успеха, джинсы - это не только костюмы ковбоев на западе Соединенных Штатов, но также и молодой, свободный и современный образ жизни. Они богаты различными Символ значения желания оказывает важное влияние на психологические желания людей. (3, с.37)

2. Краткая история развития рекламы в Китае

(1) Развитие древней китайской рекламы

1. Устная реклама в древнем Китае

Устная реклама появилась в конце первобытного общества и процветала в рабовладельческом обществе и продолжалась до настоящего времени. Большинство торговцев, которые ходили по улицам в древнем Китае, потягивали и просили клиентов. (4, с.25)

2. Древняя китайская физическая реклама

Физическая реклама - это способ рекламы с фактическими объектами, которые необходимо обменять, например, люди, которые хотят обменять овец, появятся на рынке в форме овец. (5, с.30)

3. Древняя китайская звуковая реклама

С расширением рекламы и необходимостью для деловых людей обмениваться товарами, вещи, которые нужно купить, собираются в песни, несовершеннолетних и с помощью инструментов, которые могут издавать звуки, чтобы товары привлекали внимание.

4. Древние китайские свисающие предметы

Возникшие в период враждующих государств, предметы или привычные знаки, относящиеся к сфере бизнеса, были вывешены перед магазином, который играл роль вывески.

5. Древняя китайская реклама на вывесках

6. Древняя китайская реклама знаменитостей

(2) Развитие современной китайской рекламы

После опиумной войны Китай стал полуколониальным и полуфеодальным обществом, и иностранные державы вошли в Китай. Для продвижения товаров иностранные бизнесмены начали создавать в Китае деловые журналы. В 1860-х годах Шанхай стал экономическим центром Китая, и процветала газетная и

рекламная индустрия, например, известная «Декларация», рекламируемая в больших количествах. (6, с.28)

В 1914 году началась Первая Мировая Война. Сила держав позаботилась о Китае. Национальная индустрия Китая получила развитие, и реклама вступила в период развития, включая банки редактирования контента, сигареты, универмаги и фармацевтику.

По мере развития рекламной индустрии в Шанхае также начали расти рекламные агентства. Исследования и образование в области рекламы в Китае также начались в рамках Движения четвертого мая. (7, с.37)

(3) Развитие современной рекламы в Китае

23 января 1923 года первая радиостанция в Китае, радиостанция Остина, открытая в Шанхае, начала вещание. С тех пор вещание постепенно стало вторым по величине рекламным средством в Китае. Оконная реклама, неоновая реклама, реклама тела, рекламные проспекты, образцы рекламы и т. Д. Также начались в 1920-х годах. Около 1926 года четыре универмага Shanghai Shishi, Xinxin, Yong'an и Daxin сначала установили рекламные объявления с большими окнами перед магазином, и они наняли специальных талантов из Гонконга и Макао, чтобы они отвечали за дизайн окон и демонстрацию товаров. В то же время, в 1926 году, Шанхай впервые появился в витрине Книжной компании Эванса на Нанкин Ист Роуд, английской рекламной люстре, которая рекламировала «Королевскую пишущую машинку». (8, с.34)

Во время культурной революции национальная реклама находилась в основном в застойном состоянии. После третьего пленарного заседания 11-го ЦК КПК была предложена политика «открытия и оздоровления экономики», которая дала возможность развитию рекламной индустрии. В быстро развивающейся ситуации рекламные компании были созданы. После середины 1990-х годов концепция рекламы на предприятиях становилась все более и более зрелой, а рост онлайн-рекламы полностью сломал оригинальную рекламную бизнес-модель. (9, с.24)

3. Тенденция развития современной рекламы

1. Рекламная форма размыта

В сегодняшней все более гибкой маркетинговой среде и все более инновационных и инновационных средах компании и бренды хотят, чтобы их опыт бренда стал более интересным и живым. В то же время в среде цифровых средств массовой информации профессиональный порог рекламного творчества, производства и распространения постепенно сглаживается, а цифровые средства массовой информации значительно расширяют возможности рекламодателей напрямую связываться с клиентами. Производство и распространение рекламы больше не являются патентами рекламных компаний. Границы между непрофессионалами и непрофессионалами расплывчаты. Предприятиям больше не нужно полагаться исключительно на рекламные компании для рекламы и

продвижения. Компании, занимающиеся цифровыми технологиями и развлекательные компании, могут напрямую взять на себя прошлые рекламные компании. Креативная функция, креативность будет «реформирована» с расширением креативной стороны, а традиционная форма рекламы будет размыта и скрыта. Говорят, что это реклама или художественное творчество. В любом случае индивидуальность и форма становятся менее важными. Что важно, так это положительное признание и активное распространение потребителей за брендом. (10, с.39)

2. Владение рекламной аудиторией

В контексте цифровых медиа среда распространения информации претерпела глубокие изменения: в традиционном смысле аудитория с пассивными характеристиками пассивного получения информации постепенно исчезает. Новая аудитория в области оцифровки СМИ участвует в получении информации с более позитивным отношением. В коммуникационной деятельности. (11, с.43)

3. Цифровые медиа стали креативными

Если посмотреть на отмеченный наградами случай Международного фестиваля творчества «Каннские львы» в последние годы, в СМИ есть две характеристики:

(1) Сочетание креативности и цифровых медиа технологий все больше становится доминирующей креативностью. 40 лет назад реклама в кино и на телевидении использовала «мечту» с современными цифровыми технологиями. Реклама плоских двумерных изображений превратилась в «трехмерную» интерактивную рекламную кампанию, которая является не только новшеством рекламной концепции, но и показывает, что цифровые технологии активно способствуют трансформации рекламной индустрии и все чаще становятся огромным лидером в рекламном творчестве. мощьность.

(2) Статус социальных сетей в коммуникационных стратегиях становится все более заметным. Огромная коммерческая коммуникационная ценность, содержащаяся в социальном графе пользователей социальных сетей, представлена в форме виртуальной торговли социальными сетями, представленными в Twitter. В качестве коммуникационной платформы социальные медиа являются как производителем контента, так и медиа-коммуникацией, распространение информации основано на цепочке взаимоотношений пользователя. Представьте себе умный бизнес с капризом, делающий вашу рекламу особенно интересной и заманчивой. Как только эта «бесплатная» приманка проглатывается первым пользователем, информация начинает быстро распространяться в геометрической прогрессии. И торговцу не нужно доплачивать за это. В настоящее время эта модель пользуется популярностью у частных лиц и предприятий, использующих нематериальные технологии для изменения поведения людей. Это творческая тенденция в глазах Канн. (12, с.41)

4. Изменения в маркетинговых концепциях рекламодателей

В условиях растущей конкуренции рекламные компании несут важную ответственность. Однако реклама является лишь частью маркетинга, и любой рекламный план в конечном итоге определяется рекламодателем. Поэтому решающим фактором является отношение рекламодателей к маркетингу и выбор рекламных агентств. Основные изменения в международных рекламодателях за последние годы:

(1) Акцент на капитал бренда: сегодня потребители сильно гомогенизированы. Потребителям трудно различить разницу между похожими продуктами на разных предприятиях, или даже если их можно различить, это различие на самом деле не важно. Потребители больше выбирают товары по брендам, поэтому бренды становятся конкурентным преимуществом предприятий и являются активом предприятий.

(2) Попробуйте совместный маркетинг: в последние годы все больше и больше рекламодателей внедряют методы совместного маркетинга в мире. Совместный маркетинг также продвигает рекламу в Японии и относится к дополнительным методам маркетинга, основанным на общих интересах и взаимном сотрудничестве, таким как совместные объявления, совместные рекламные акции и т. Д.

(3) Агентская индустрия как деловой партнер: 1. В прошлом агентская индустрия должна была только хорошо выполнять работу агентства, такую как планирование рекламы, креативность, медиапланирование и закупки и так далее. Однако сегодняшний рынок более сложный и более конкурентный. Реклама надеется, что агентство сможет стать реальным деловым партнером и помочь в предоставлении консалтинговых услуг в направлении корпоративного развития и корпоративной стратегии. То есть агентская компания должна иметь возможность участвовать на уровне управления бизнесом и быть корпоративным аналитическим центром. 2. Расширение рекламного контента: реклама всегда рассматривалась как важная часть маркетингового продвижения 4PS, определяемая как форма оплаты доставки товаров или услуг информации определенной целевой аудитории через средства массовой информации. Поэтому рекламные объявления обычно ограничиваются четырьмя основными средствами массовой информации, такими как телевидение и наружная реклама. В результате люди говорили о рекламе, и ее оттенок был значительно расширен. В основном проявляется в: от потребителя на благо жизни людей. От одностороннего убеждения до всестороннего общения. Появление и развитие интерактивной рекламы. 3. Интеграция и дифференциация управления рекламной индустрией, расширение сферы бизнеса, профессиональное разделение рекламной индустрии. 4. Изменения в развитии медиа, появление новых медиа и расширение групп медиапредприятий, развитие пан-медиа, онлайн-медиа, разрушающих традиционные медиа.

4. Характеристика будущего развития современной китайской рекламы

Рекламные компании будут двигаться в сторону поляризации. Многие концепции рекламных кампаний могут быть пересмотрены. Рекламные СМИ будут еще больше насыщать отношения между компанией и клиентами, они будут ясными и, как правило, разумными. Система обучения сотрудников будет более систематической и полной. Поведение потребителей и потребительский менталитет будут более сложными. В рекламе будет использоваться отношение многопрофильных предприятий на рекламном рынке.

Chen Yu

ПЕЧАТЬ КИТАЯ: Эволюция рекламы и ее место в мировом рекламном рынке

Резюме

Современная реклама существует уже более ста лет с конца 20-го века. После Второй мировой войны искусство рекламы вступило в эру научного развития. 1960-е и 1980-е годы стали периодом большого развития современной рекламы, став важной частью товарной экономики, современных материалов и цивилизованной жизни. С 1990-х годов мировая рекламная индустрия вступила в новую фазу и вступила в новую фазу исторического развития. Простые формы и спонтанные технологии превратились в новую и независимую технологию, а хорошо разносторонний, хорошо организованный бизнес, широко применяемый в различных областях, стал независимой и зрелой отраслью.

Ключевые слова: реклама, развитие, история, тренд

Chen Yu

PRINTING CHINA: The evolution of advertising and its place in the global advertising market

Abstract

Modern advertising has been in existence for more than a hundred years since the late 20th century. After the Second World War, the world of advertising art entered a period of scientific development. From 1960 to 1980, it was a period of great development of modern advertising art. It became an important part of the commo-

dity economy and modern material and civilized life. After the 1990s, the world advertising industry has entered a mature stage and entered a new stage of historical development. The simple form and spontaneous form have developed into a new and independent technology, and a conscious and organized business activity that is comprehensively applied by various disciplines has become an independent and mature industry.

Key words: advertising, evolvement, course, trend

ЛИТЕРАТУРА

1. Ван Цзюньсяо "Изучение смешивания народного искусства и современного рекламного дизайна" Методы исследования: нарративный анализ и сравнительный анализ
2. Гонг Цзин "Расследование Дискурс" Дезамещение "
3. Тан Бо "Конденсация и повествование желаний - культурная интерпретация современной рекламы"
4. Чжан Цзяньшань Бянь Чжуо Ван Юн Чжу Лэй "Введение в рекламу" Пекинская пресса университета 2012
5. Чжан Цзяньшань Бянь Чжуо Ван Юн Чжу Лэй "Введение в рекламу" Пекинская пресса университета 2012
6. Чжан Цзяньшань Бянь Чжуо Ван Юн Чжу Лэй "Введение в рекламу" Пекинская пресса университета 2012
7. Чен Лан, «Реклама», Китайское молодежное издательство, 2011
8. Мэн Лин "О развитии современной китайской рекламы"
9. Чжан Цзяньшань Бянь Чжуо Ван Юн Чжу Лэй "Введение в рекламу" Пресса Пекинского университета 2012
10. Анализ тенденций развития современной рекламы Ли Бинью - с точки зрения рекламы в Каннах, News Enthusiast 2012
11. Анализ тенденций развития современной рекламы Ли Бинью - с точки зрения рекламы в Каннах, News Enthusiast 2012
12. Анализ тенденций развития современной рекламы Ли Бинью - с точки зрения рекламы в Каннах, News Enthusiast 2012

Rəyçilər: professor Nəsir Əhmədli, dosent İlham Mazanlı

Reviewers: professor Nasir Ahmedli, dosent İlham Mazanlı

Рецензенты: профессор Насир Ахмедли, доцент Илхам Мазанлы

UOT (070)

Paşayeva Tünzalə Mübariz qızı

Bakı Dövlət Universiteti

Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının

II kurs magistrantı

Türk xalqları arasında əlaqələrin inkişafında medianın rolu

Xülasə

Məqalədə türk dünyasında vahid bir informasiya sisteminin imkanları izah edilir. Türk dövlətlərinin mediası ölkələr və xalqlar arasındakı əlaqələrin inkişafına öz töhfələrini verir, qohum xalqlar üçün yeni ümumi istiqamətləri inkişaf etdirir. Bu mənada elektron mediaya xüsusi rol verilir. Məqalədə türk dövlətlərinin mediası arasında integrasiyanın gücləndirildiyi, formalar, konfranslar edildiyi bildirilir.

Açar sözlər: *əməkdaşlıq, icma, birlik, türk dünyası, forum, münasibət*

Artıq elə bir dövrdə yaşayırıq ki, heç bir xalqı, dövləti və toplumu məhdudlaşdırmaq, informasiya məkanından təcrid etmək mümkün deyil. Bir xalqın iqtisadiyyatının, təhsilinin inkişafına mane olmaq mümkündür, ancaq onun kommunikasiya imkanlarına mane olmaq qeyri-mümkündür. [3] Dünyada gedən proseslər göstərir ki, insanlar internet və medianın imkanlarından istifadə edərək birləşir, öz hüquqlarını sərbəst şəkildə tələb edə bilmə potensialına sahib olurlar. Eyni zamanda, ortaq zəngin mədəni irsə və soykökə malik türk xalqları arasında da müxtəlif sahələrdə əlaqələr yenidən qurulur, münasibətlər doğmalaşır. Xalqların sanki öz keçmişinə, mədəni irsinə qayıdıışı baş verir. Bu işdə ulu bir çinarın ayrılmaz budaqları sayılan türk xalqlarının media nümayəndələrinin üzərinə böyük və məsuliyyətli missiya düşür. Çünki müasir dövrdə xalqlar arasında ictimai-siyasi, mədəni əlaqələrin güclənməsində eyni-soylu xalqların bir-birilərinin cəmiyyətləri haqqında daha çox məlumatların əldə edilməsində elektron resursların, medianın üzərinə böyük məsuliyyət düşür. Belə ki, qloballaşan dünyada böyük coğrafiyaya səpələnmiş türk xalqları elektron medianın imkanlarından istifadə edərək bir-birlərini daha yaxından tanıya, eyni zamanda gələcəkdə özlərinə aid vahid informasiya məkanını yaratmaq imkanına malik ola bilirlər [2].

Türk ölkələrinin media sahəsində inkişafı, onların informasiya mübadiləsini, bir-birilərini daha yaxından tanımalarını, bir-birindən operativ məlumatlar əldə etmələrini, həmçinin dünyada baş verən proseslərə daha çevik və birgə mənafedən reaksiya vermələrinə şərait yaradacaq. Həmçinin, türk toplumlarının media sahəsində ortaq layihələri, iş birlikləri sözügedən sahədə təcrübə və bilik mübadiləsini təmin edəcək ki, bu da mediada yeni texnologiyaların, standartların türk ölkələrində tətbiqinə geniş

imkanlar yaradacaq. Bu gün medianın dünyada təsir gücündən danışarkən, yeni medianın, sosial şəbəkələrin rolunu qeyd etməmək olmaz. Bu baxımdan türk cəmiyyətlərinin media müstəvisində iş birliyi, xeyli dərəcədə yeni media sahəsində əməkdaşlıqdan, inteqrasiyadan asılıdır.

Ümumiyyətlə, müasir dövrdə qaynar qazanı xatırladan dünyada bir sıra türksoylu xalqlar ictimai və siyasi səbəblər üzündən beynəlxalq ictimaiyyət qarşısında haqsızlığa məruz qalır, onların əsas insan hüquq və azadlıqları pozulur. Türk xalqlarının üzləşdikləri bu cür problem və aktual məsələlər təəssüf ki, beynəlxalq KİV-də, eləcə də yaşadıkları ölkə mətbuatında obyektiv işıqlandırılmır ya da təhrif edilir. Bu səbəbdən də türk xalqlarının öz vətənlərində media vasitəsi ilə deyə bilmədiyi fikirlər və mövzular məhz ölkədən kənarında kütləvi informasiya vasitələrinin yaranmasını zəruri edir və bu cür dərgi, sayt, radio və TV-lər meydana gəlir. Bu fəaliyyət öz növbəsində Türk xalqları diaspor mətbuatının formalaşmasına da şərait yaradır. Türksoylu xalqların arasında informasiya şəbəkəsinin qurulması və toplumların bir-birinə daha yaxın olması üçün medianın üzərinə bir sıra vəzifələr düşür. Bildirək ki, bu istiqamətdə artıq xeyli işlər görülmüşdür. 2010-cü ilin dekabrında Ankarada, 2011-ci ilin oktyabrında Bakıda, 2013-cü il noyabrında Bışekdə Türkdilli Ölkələrin və Toplumların forumları təşkil olunub, **Türkdilli Ölkələrin Media Birliyi** yaradılıb [1]. Həmçinin, 2008-ci il aprelin 29-dan mayın 3-dək Bakıda TKA Baş Məclisinin “Türkdilli ölkələrin əlaqələrinin inkişafında xəbər agentliklərinin əməkdaşlığının rolu” mövzusunda VII iclasında media sahəsində müzakirələr faydalı oldu. Yekunda Bakı Forumunun qərarı ilə “Başinform”, “Tatarinform” və “Kırım xəbərləri” agentliklərinin Birliyə üzv qəbul edilməsi qurumun əhatə dairəsini genişləndirdi. 2010-cu il dekabrın 21-22-də Türkiyənin Ankara şəhərində düzənlənən **Türkdilli Ölkələrin I Media Forumu** və 2011-ci il oktyabrın 28-30-da Bakıda reallaşan **Türkdilli Ölkə və Toplumların II Media Forumu** türk soyundan olan ölkə və xalqların, toplumların bir araya gəlməsi və ortaq problemləri müzakirə edib vahid əməkdaşlıq perspektivləri baxımından tarixi hadisə oldu. Üçüncü ənənəvi forum isə Qırğızıstanda keçirildi [4].

Son illər Türkiyənin təşəbbüsü ilə türk dünyasını əhatə edən ortaq media qurumları meydana gəlməkdədir. 2009-cu ildə yeni televiziya kanalı-**TMB** yayıma başladı. Türk dünyası musiqisini tanımaq və türk xalqları arasında mədəni körpü olmağı qarşısına məqsəd qoyan **“Turkish Music Box”** (“Türk Musiqi Qutusu”) qısa zamanda müxtəlif coğrafi məkanlarda yaşayan türk xalqlarının maraqla izlədiyi populyar kanala çevrilmişdir. 2009-cu il martın 29-dan yayıma başlayan və bütün türk coğrafiyasını əhatə edən **“TRT AVAZ”** qısa müddətdə türk ellərinin ortaq səsi olmağı bacarmışdır.

Azərbaycan dövlətinin, türk dövlətləri ilə əməkdaşlığının möhkəmlənməsi üçün apardığı addımlar da öz səmərəsini vermişdir. Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyev ölkəyə rəhbərlik etdiyi illərdə ümumtürk birliyinin möhkəmləndirilməsi xəttini xarici siyasətdə mühüm istiqamətlərdən biri kimi müəyyənləşdirərək təkcə Türkiyə ilə deyil, Orta Asiya türkdilli dövlətləri ilə də münasibətlərin gücləndirilməsinə üstünlük

verir. Türk dövlətlərinin, xalqlarının, diaspor təşkilatlarının vahid məqsədlər uğurunda mübarizə aparması, ideoloji-siyasi cəbhədə eyni mövqedən çıxış etməsi, çirkin erməni təbliğatına qarşı mütəşəkkil mübarizəyə qoşulması Prezident İlham Əliyevin başlıca məqsədlərindən biridir. İlham Əliyevin bu fikirləri bir daha təsdiq edir ki, o türk xalqlarının birliyi uğuruna çoxlu işlər görmüşdür: “ Türkdilli ölkələrin və toplumların kütləvi informasiya vasitələri dövlətlərimizin və xalqlarımızın bir-biri ilə daha da yaxınlaşmasına, ortaq mədəni-mənəvi dəyərlərin təbliğinə, habelə müasir inkişafın müxtəlif aspektləri barədə dünyada çevik və dolğun məlumatların yayılması işinə böyük töhfələr verə bilirlər” [3].

Türk dünyası mediasının üzərinə bir sıra vəzifələr düşür. Bunları aşağıdakı kimi ümumiləşdirib qeyd etmək olar:

-Hər bir dövlət və toplumun digər türk ölkələrində baş verən vacib siyasi, ictimai və mədəni hadisələri yetərinə işıqlandırması;

-mətbuatda və elektron resurslarda “Türk dünyası” adlı rubrikanın təşkili;

-türk xalqlarının mədəni irsi, musiqisi və s. mövzulara aid ümumi verilişlərin, dərgi və internet resurslarının hazırlanması;

-türk xalqlarının mənafə və maraqlarına zidd məqamlardan qaçılması;

-jurnalist materiallarında, yeri gəldikcə, türk xalqlarını birləşdirən ortaq dəyərlərə, mədəni irsə istinad edilməsi;

-jurnalistlərin eyni kökdən olan digər xalqlara yazılarında tolerant yanaşılması, ayrı-seçkilik və üstünlük mövqeyi bildirən ifadələrdən imtina edilməsi;

-türk cəmiyyətlərində baş verən gərgin münaqişə və proseslərdən informasiya hazırlayarkən birbaşa mənbəyə diqqət edilməsi və mövzuya diqqətlə yanaşılması;

-jurnalistlərin xalqlar arasında sülhü, dostluğu və həmrəyliyi əsas tutması;

-jurnalistlərin qarşılıqlı səfərlərinin təşkili, fikir və təcrübə mübadiləsi;

-türk dünyası jurnalistlər birliyinin yaradılması və onların fəaliyyətini tənzimləyən ümumi fəaliyyət planı və davranış kodeksinin qəbulu;

-türk Dünyası Jurnalistika Mərkəzinin yaradılması, burada jurnalistlərin peşə verdişləri ilə yanaşı, türk dünyası ədəbiyyatı, mədəniyyəti, tarixi və başqa xüsusiyyətlər [4].

Adət-ənənə, dil, din birliyinə, məişət yaxınlığına əsaslanan, ortaq maraqlara söykənən bu cür qarşılıqlı media əməkdaşlığı hər bir türk toplumunun qloballaşan dünyaya inteqrasiyasını sürətləndirir. Türkdilli xalqların bir-biriləri barədə daha çox informasiyaya malik olmaları həmin maraqlara bilməyərəkdən zərər gətirilməsinin qarşısını alır. Digər tərəfdən, türkdilli ölkələrin jurnalistləri arasında şəxsi və peşə münasibətləri formalaşır. Bütün bunlar gələcəkdə ölkələrin vahid informasiya məkanında təmsilçiliyi üçün münbit zəmin yaradır.

Çağdaş dövrdə türk xalqları arasında mənəvi birliyə ehtiyacın artması, bu yöndə müəyyən cəhdlərin gerçəkləşməsi yönündə addımların atılması təbii olaraq türkü sevməyən dövlətləri əndişələndirir. Gerçək budur ki, türk Dünyasının mənəvi sınırla-

rını özümüz üçün bəlli etməkdən ötrü ilk növbədə türk Dünyasının fiziki sınırları, çoxsaylı türk qövmələri haqqında davamlı bilgilənməyimiz gərəklidir.

Bu gün media vasitələrinin inkişafı və iqtisadi üstünlüklərinin nəticəsidir ki, onların nüfuz dairəsi getdikcə ölkə sərhədlərindən çıxaraq, böyük bir coğrafi ərazini əhatə edir. Daha böyük auditoriyaya təsiredici imkana sahib olan transmilli media vasitələri bu gün vahid informasiya sisteminin formalaşmasında həlledici rola malikdir. Məsələn, məşhur media maqnatı, əslən, avstraliyalı olan R.Merdok təkcə ABŞ-da 8 kanala nəzarət edir, Avstraliyada 21 qəzet, 10-a yaxın ingilis qəzeti isə ona məxsusdur. XX əsrin sonlarında, başda Türkiyə olmaqla, müstəqil türk dövlətlərində yenidən formalaşan media vasitələrinin gələcəkdə vahid türk coğrafiyası media şəbəkəsinin strukturunun güclənməsinə şərait yaradacağı gücündədir.

Türk dünyası mediasında vahid informasiya sisteminin gələcək imkanları olduqca böyükdür. Bu məsələnin reallaşması türk dövlətlərinin və təşkilatlarının, eləcə də azsaylı digər türk xalqlarının əsas media qurumlarının mütəmadi olaraq bir araya gəlməsi, qarşılıqlı əməkdaşlığın inkişafından asılıdır.

Pashayeva Tunzala Mubariz kizi

The role of the media in the development of relations between the Turkish people

Abstract

The article describes the capabilities of a single information systems in Turkish world. Media of turkish countries helps in development of relationship between countries and nations, establish new common tendencies for relative nations. In this meaning particular role is given to digital media. In the article it is pointed that, increase in integration between media outlets of turkish countries is help with various forums.

Keywords: cooperation, collection, unit, Turkish world, forum, attitude

Пашаева Тунзала мубариз кызы

Роль СМИ в развитии отношений между турецким народом

Резюме

В статье описываются возможности единой информационной системы в тюркском мире. СМИ тюркских государств способствуют развитию отношений между странами и народами, вырабатывают новые общие тенденции для родственных народов. В этом смысле особая роль отводится

электронным СМИ. В статье указывается, что усиления интеграции между медиа-средствами тюркских государств проводятся формы, конференции.

Ключевые слова: сотрудничество, сообщество, единство, тюркекий мир, форум, отношение

ƏDƏBİYYAT

1. Əlişir Əhəd. Türk dünyasının media birliyi. <http://azxeber.com/az/turk-dunyasi-nin-media-birliyi/>
2. Cahangir. Azərbaycanda “Türksoylu xalqların elektron media kataloqu” nəşr olub. <http://www.ictnews.az/read-21422-news-1.html>
3. Əfsanə Bayramqızı. Türk dünyasının media nümayəndələri əməkdaşlığı daha da gücləndirəcək. <http://old.xalqqazeti.com/az/news/interview/16615>
4. Kamal Abdullayev. Ulu öndər Azərbaycan multikulturalizmin siyasi banisidir. <http://anl.az/down/meqale/xalqqazeti/2014/oktyabr/399466.htm>

Rəyçilər: professor Həmid Vəliyev, dosent İlham Məzanlı

Reviewers: professor Hamid Veliyev, dosent İlham Məzanlı

Рецензенты: профессор Гамид Велиев, доцент Илхам Мəзанлы

УДК (070)
Zhang Yating

Bakı Dövlət Universiteti
Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının
II kurs magistrantı

**АЗЕРБАЙДЖАНО-КИТАЙСКИЕ НАУЧНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ
НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ "БАКИНСКИЙ РАБОЧИЙ"**

**Azərbaycan-Çin elmi, mədəni əlaqələri "Bakı fəhləsi"
qəzetinin səhifələrində**

Xülasə

Azərbaycan ilə Çin arasında diplomatik münasibətlər qurulandan bəri, iki ölkə arasında siyasi münasibətlərin və iqtisadi və ticarət mübadiləsinin inkişafı və dərinləşməsi ilə mədəniyyət, elm və texnologiya, təhsil və vətəndaş cəmiyyəti sahələrində mübadilə və əməkdaşlıq getdikcə artdı. İkitərəfli münasibətlər diversifikasiya ilə xarakterizə olunur. Xüsusilə 2000-ci ildən sonra bu cür mübadilə və əməkdaşlıq daha tez-tez və daha sürətli hala gəldi.

Açar sözlər: Azərbaycan, Çin, mədəniyyət, elm, əlaqələr

По сообщению газеты «Бакинский рабочий», с момента установления дипломатических отношений между Азербайджаном и Китаем, с развитием и углублением политических отношений и экономических и торговых обменов между двумя странами, обмены и сотрудничество между двумя странами в области культуры, науки и техники, образования и частного сектора постепенно расширяются. Двусторонние отношения характеризуются диверсификацией и разнообразием. Особенно после 2000 года такие обмены и сотрудничество стали более частыми и быстрыми.

Развитие культурных обменов и связей между Азербайджаном и Китаем имеет глубокие исторические корни. В то время как древний «Шелковый путь» обменивался товарами, он также обменивался музыкой, танцами и другими культурами между двумя странами. Один из музыкальных феноменов, широко распространенных в Центральной Азии и Западной Азии - один из них Мугам, Синьцзян-Уйгурский Мугам и Азербайджанский Мугам - стали свидетелями этой «Музыкальной культуры Шелкового пути». Историческое происхождение культурных обменов между двумя странами заложило прочную основу для культурных обменов между двумя странами. После установления

дипломатических отношений между Азербайджаном и Китаем обмена и сотрудничество в культурных областях между двумя странами продолжали расширяться, распространяясь на два уровня правительства и народа. Народные культурные обмены стали основой для культурных обменов и сотрудничества между двумя странами. Еще в апреле 1993 года по приглашению Министерства культуры Азербайджана художественная труппа Нинся-Хуэйского автономного района совершила два визита в Баку. В августе того же года министр культуры Азербайджана Полад Бюль-бюльоглы возглавил делегацию с визитом в Китае. В апреле 1995 года заместитель премьер-министра Азербайджана Э.Эфендиев отправился в Китай для участия в персональной выставке живописи известного азербайджанского художника Бахлулзаде в Пекине. Стороны обменялись мнениями о дальнейшем укреплении культурных обменов и сотрудничества между двумя странами (1,с.92) .

С начала 2000 года культурные обмены на правительственном уровне также ускорились благодаря развитию народных культурных обменов, и посещения на высоком уровне продолжали увеличиваться. В июле по приглашению Министерства культуры Азербайджана заместитель министра культуры Китая Ли Юаньчао возглавил делегацию Министерства культуры Китая с визитом в Азербайджане. Это высший руководитель китайской культурной администрации, который посетил Азербайджан. В ноябре заместитель министра культуры Азербайджана Ахундов возглавил делегацию, чтобы участвовать на 2-м Шанхайском международном фестивале искусств. В сентябре 2001 года Акробатическая Труппа Нинся посетила Азербайджан для выступлений. В апреле 2002 года в Баку прошла первая Неделя китайского кино. С 27 сентября по 8 октября в Баку прошла первая выставка китайской традиционной китайской живописи, а в октябре 2002 года китайские фильмы приняли участие в 5-м Международном кинофестивале "Восток-Запад", проходившем в Баку. В феврале 2003 года китайские музыканты приняли участие в первом Бакинском международном музыкальном фестивале «Культурный диалог». В ноябре господин Мусаев, заместитель генерального директора азербайджанского государственного информационного агентства (АЗЕРТАДЖ), посетил Китай. В 2004 году работы китайских детей приняли участие в первом Бакинском международном фестивале детской живописи(2,с.14).

В последние годы,имеющие древнюю историю азербайджано-китайские отношения в современный период еще более укрепляются в соответствии с интересами обеих народов.

В 2018 году в китайском городе Шэньян состоялся экономический и культурный форум между китайской провинцией Ляонин и Азербайджаном. Председатель Общества дружбы с зарубежными странами провинции Ляонин Ли Ченджи, проинформировав о деятельности возглавляемой им структуры, сказал, что они стремятся к всестороннему

развитию связей с зарубежными странами посредством осуществления различных проектов. Ли Ченджи напомнил о недавнем визите председателя Китайской народной ассоциации по дружбе с зарубежными странами Ли Сяолин в Азербайджан, обсуждении с Президентом Ильхамом Алиевым и первой леди Мехрибан Алиевой перспектив сотрудничества. Он подчеркнул значение таких форумов для более близкого знакомства с Азербайджаном провинции Ляонин. Глава Исполнительной власти Гарадагского района Баку Сулейман Микаилов сказал, что отношения между Азербайджаном развиваются в различных сферах, важную роль в этом вопросе играют визиты на высоком уровне. Было отмечено, что связи с Китаем определены как приоритетные во внешней политике Азербайджана. Отметив, что сотрудничество между различными регионами Азербайджана выгодно для обеих сторон, он сказал, что осуществление совместных экономических проектов и проведение культурных мероприятий вносят большой вклад в развитие этого сотрудничества (3).

9 октября 2019 года в Пекине встретились премьер-министр Государственного совета Китайской Народной Республики Ли Кэцян и заместитель премьер-министра Азербайджанской Республики Гаджибала Абуталибов. Стороны выразили удовлетворение серьезным развитием азербайджано-китайских связей, наблюдаемым в последние годы, подчеркнули важную роль взаимных визитов высокого уровня в развитии нашего сотрудничества. Заместитель премьер-министра выразил признательность за приглашение принять участие в церемонии закрытия международной ботанической выставки «Пекин ЭКСПО-2019». Он отметил, что наша страна придает большое значение углублению связей с Китаем во всех сферах, еще раз заявил, что Азербайджан поддерживает политику «Единого Китая». Гаджибала Абуталибов выразил признательность китайской стороне за поддержку территориальной целостности и суверенитета Азербайджана. Отметив, что Азербайджан полностью поддерживает инициативу председателя КНР Си Цзиньпина «Один пояс, один путь», заместитель премьер-министра подчеркнул, что эта стратегия создает новые возможности для сотрудничества. Напомнив об участии Президента Азербайджана Ильхама Алиева во втором Форуме международного сотрудничества «Один пояс — один путь» в апреле текущего года, Г.Абуталибов довел до внимания, что из стран Южного Кавказа на мероприятие был приглашен только глава Азербайджанского государства, что характеризует высокий уровень азербайджано-китайских отношений. Заместитель премьер-министра передал свои поздравления по случаю 70-летия образования Китайской Народной Республики, отметил, что Азербайджан, как друг и партнер, радуется успехам, достигнутым Китаем за прошедший период. Ли Кэцян выразил признательность азербайджанской стороне за принятие приглашения участвовать в церемонии закрытия ботанической выставки «Пекин ЭКСПО-2019». Он поблагодарил за

приветствия Президента Азербайджана, отметил, что несколько раз встречался с главой государства и между ними существуют дружеские отношения и взаимное уважение. Председатель Государственного совета КНР попросил передать Президенту Азербайджана и его приветствия. Ли Кецянь сказал, что удовлетворен развитием отношений между двумя странами по восходящей, отметил, что стратегия «Один пояс, один путь» создает большие возможности для расширения сотрудничества между двумя странами. Председатель Государственного совета КНР выразил уверенность в продолжении пути развития, определенного руководителями наших стран. Выразив признательность азербайджанской стороне за поддержку политики «Единого Китая», Ли Кецянь еще раз подтвердил, что его страна признает независимость, территориальную целостность и суверенитет Азербайджана (4).

Газета «Бакинский рабочий» отметив, что в последние годы отношения между Азербайджаном и Китаем динамично развиваются в различных областях, АЗЕРТАДЖ и издаваемая в Китае ежедневная англоязычная газета China Daily намерены объективно освещать все аспекты сотрудничества. В июне 2018 года председатель совета директоров AZERTAC Аслан Асланов встретился в Пекине руководством China Daily и принял участие в первом медиа-саммите Шанхайской организации сотрудничества, на котором председатель Правления АЗЕРТАДЖ коснулся значимости расширения сотрудничества между средствами массовой информации двух стран. Он отметил, что АЗЕРТАДЖ тесно сотрудничает с китайским агентством Синьхуа, выразил уверенность в том, что налаживание и развитие сотрудничества и с другими китайскими СМИ, в том числе газетой China Daily, будет полезным для обеих сторон. Было доведено до внимания, что АЗЕРТАДЖ, основанный в период Азербайджанской Демократической Республики, 100-летие которой было отмечено на днях, в настоящее время является ведущим информационным агентством, единственным источником официальной информации для местных и зарубежных СМИ. В последние годы активно участвующий в мировом информационном пространстве АЗЕРТАДЖ в настоящее время председательствует во Всемирном конгрессе новостных агентств и Организации информационных агентств стран Азии и Тихого океана (ОАНА). Председатель Правления довел до внимания, что АЗЕРТАДЖ распространяет информацию на 7 языках, в том числе на китайском, в процессе подготовки этих новостей и обучения сотрудников китайскому языку тесно сотрудничает с Институтом Конфуция в Баку. На встрече была подчеркнута важность проведения регулярного обмена информацией между АЗЕРТАДЖ и China Daily, что составляет основу этого сотрудничества. Было достигнуто соглашение о реализации на очередном этапе совместных проектов, проведении обмена опытом, взаимном размещении баннеров на сайтах и др. Аслан Асланов осмотрел редакцию газеты China Daily, ознакомился с

деятельностью различных редакций издания, в том числе отделов дизайна и фотоинформации (5).

Азербайджан и Китай также имеют взаимные обмены и сотрудничество в области науки, техники и здравоохранения. Основные двусторонние контакты в области науки и техники включают в себя: В мае 1993 года китайская научно-техническая делегация посетила Азербайджан, и азербайджанская сторона выразила надежду, что Китай предоставит комплекты текстильного оборудования. В марте 1994 года Хуан Цитао, заместитель директора Государственной комиссии по науке и технологиям Китая, и министр иностранных дел Азербайджана Гасанов подписали соглашение о государственном научно-техническом сотрудничестве в Пекине(6,с.182-184).

Обмены и сотрудничество между Азербайджаном и Китаем в сфере образования начались поздно, начиная с 1993 года, но после 2000 года развивается очень быстро. С 16 по 22 июня 2002 года министр образования Азербайджана М.Марданов посетил Китай. Обе стороны подписали Соглашение о сотрудничестве в области образования на 2002-2005 годы между двумя министерствами образования.(7,с.583)

В последние годы сотрудничество Азербайджана и Китая в области науки и образования вступило в новый этап в рамках инициативы «Один пояс, один путь». Результатом реализации инициативы «Один пояс, один путь» стало и развитие гуманитарного сотрудничества в рамках осуществления китайской стратегии «мягкой силы», активизировался общественно-политический диалог между странами-партнерами, в том числе расширилась и сеть Институтов Конфуция. Так, например, в Бакинском Государственным Университете и Азербайджанском университете языков был создан Институт Конфуция.

Институт Конфуция, главной целью которого является популяризация китайского языка и культуры в Азербайджане, расширение традиционно дружеских связей между азербайджанским и китайским народами играет важную роль в расширении образовательных и культурных обменов между нашими двумя странами.

Сегодня, когда Азербайджан и Китай постоянно расширяют политическое и экономическое сотрудничество, интерес к китайскому языку, особенно среди азербайджанской молодежи и студенчества, растет из года в год. Так, в Иституте Конфуция проходит обучение китайскому языку более 70 студентов на уровне бакалавров по специальности «регионоведение». Огромную роль в распространении китайского языка, обеспечении преподавания на основе современных методик обучения играют также курсы китайского языка Института Конфуция, издание национальных учебников по китайскому языку. Одновременно согласно межгосударственному соглашению Министерство образования Азербайджана ежегодно отправляет на учебу в Китай до 50 студентов, а Институт Конфуция направляет на годичное образование в Китай

слушателей курсов китайского языка, организует конкурсы «Мост китайского языка» среди школьников и студентов. Конечно, между Китаем и Азербайджаном в сфере образования успешно развивается сотрудничество в области обмена студентами. Китайские студенты, проходят обучение в ряде университетов Азербайджана, в частности в Бакинском Государственном Университете.

Таким образом, Азербайджан является важным партнером Китая в Евразийском регионе, а также об активном участии нашей страны в инициативе «Один пояс, один путь». Было отмечено, что отношения между двумя странами успешно развиваются в различных областях. Стратегия «Один пояс, один путь» создает новые и широкие возможности для сотрудничества двух стран. Развитие культурных связей между Азербайджаном и Китаем не только углубило взаимопонимание и дружбу между двумя народами, но и способствовало развитию двусторонних отношений. Культурный обмен сам по себе является наиболее эффективным мостом и связующим звеном для содействия содружеству людей, и содружество является одним из основных компонентов инициативы «Один пояс, один путь». Обмены и сотрудничество между двумя странами в области культуры и образования стали для Азербайджана важным окном общения и взаимопонимания с китайским народом. Они сыграли важную роль в содействии общности людей и приблизили людей друг к другу.

Zhang Yating

Abstract

Since the establishment of diplomatic relations between Azerbaijan and China, with the development and deepening of political relations and economic and trade exchanges between the two countries, The exchanges and cooperation between the two countries in the fields of culture, science and technology, education, and civil society have gradually increased. Bilateral relations have been characterized by diversification . Especially after 2000, such exchanges and cooperation have become more frequent and faster.

Key words: Azerbaijan, China, culture, science, relationship

Zhang Yating

АЗЕРБАЙДЖАНО-КИТАЙСКИЕ НАУЧНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ОТНОШЕНИЯ
НА СТРАНИЦАХ ГАЗЕТЫ "БАКИНСКИЙ РАБОЧИЙ"

Резюме

С момента установления дипломатических отношений между Азербайджаном и Китаем развитие и углубление политических отношений, а также экономических и торговых обменов между двумя странами все более расширяют обмены и сотрудничество в областях культуры, науки и техники, образования и гражданского общества. Двусторонние отношения характеризуются диверсификацией. Такие обмены и сотрудничество, особенно после 2000 года, стали более частыми и быстрыми.

Ключевые слова: Азербайджан, Китай, культура наука, отношения

ЛИТЕРАТУРА

- 1.Сунь Чжуанчжи. Отношения между Азербайджаном и Китаем. Ле Гуожи. Издательство "Общественные науки и литература", 2005 г.
- 2.Эльджан Габибзаде,Азербайджан и Китай: формы, особенности и перспективы.Издательство "Азернешр",2009 г.
- 3.«Бакинский рабочий»,17 сентября, 2018.
- 4.«Бакинский рабочий»,10 октября, 2019.
- 5.«Бакинский рабочий»,05 июня, 2018.
- 6.Габибзаде Э.И. Характер и уровень взаимоотношений между Азербайджаном и Китаем.// «Молодежь и наука: реальность и будущее», Материалы II Международной научно-практической конференции. Невинномысск, 2009.
- 7.Али Гасанов, Современные международные отношения и внешняя политика Азербайджана. 02.2011.

***Rəyçilər:** professor Həmid Vəliyev, dosent İlham Məzanlı*

***Reviewers:** professor Hamid Veliyev, dosent İlham Məzanlı*

***Рецензенты:** профессор Гамид Велиев, доцент Илхам Мазанлы*

MÜƏLLİFLƏRİN NƏZƏRİNƏ

Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Ali Attestasiya Komissiyasının dövrü elmi nəşrlərin qarşısına qoyduğu şərtlərə əsasən çap üçün “Jurnalistika” jurnalının redaksiyasına təqdim edilən elmi məqalələr burada sadalanan qaydalar əsasında tərtib edilməlidir:

1) Məqalələr aktual mövzulara həsr olunmalı, jurnalın məzmun və üslubuna uyğun akademik tələblərə cavab verməli, “Giriş” (Intraduction, Введение), “Əsas hissə” (Main part, Основная часть) və “Nəticə”dən (Conclusion; Заключение) ibarət olmalıdır.

2) Məqalənin mətni Microsoft Word programında Azərbaycan dilində latın, ingilis dilində latın, rus dilində kiril əlibbası ilə bu qayda ilə yığılmalıdır: format - A4 (210x297 mm); şrift – Arial 12; sətirlərarası boşluq – 1 interval; səhifənin parametrləri: yuxarı – 2 sm, aşağı – 2 sm, sol – 3 sm, sağ – 1 sm.

3) Məqalənin həcmi “İstifadə edilmiş ədəbiyyat” da daxil olmaqla ən azı 10, ən çoxu 16 səhifə olmalıdır.

4) Məqalənin titul səhifəsində müəllif(lər)in adı, atasının adı və soyadı, elmi dərəcəsi, elmi adı, vəzifəsi, işlədiyi qurumun (müəssisənin, təşkilatın) adı və ünvanı, elektron poçt ünvanı və məqalənin başlığı tam şəkildə yazılmalıdır.

5) Məqalənin başlığı böyük hərflərlə, yarımbaşlığı isə yalnız ilk hərfi böyük olmaqla qalın şriftlə yazılmalıdır.

6) Başlıq və yarımbaşlıqlardan, cədvəl və şəkillərdən əvvəl və sonra bir sətir ara boşluğu buraxılmalıdır.

7) Cədvəl və şəkillərə ad verilməlidir. Həmin ad cədvəlin üstündə sol küncdə, şəklin isə altında sol küncdə yerləşdirilməli, ardıcıl nömrələnəlməlidir.

8) Səhifələr ardıcıl olaraq aşağı sağ küncdə nömrələnəlməlidir.

9) Məqalədə üç dildə - Azərbaycan (“Xülasə”), ingilis (“Abstract”), rus («Резюме») dillərində eyni məzmununda təxminən 150-200 söz həcmində qısa xülasə, ən azı 5-7 söz və söz birləşməsindən ibarət açar sözləri (“Açar sözlər”, “Key words”, “Ключевые слова”) verilməlidir.

10) Hər bir məqalədə UOT (Universal Onluq Təsnifat) indeksləri və ya PACS tipli kodlar verilməlidir.

11) Məqalələr və xülasələr ya müəllifinin özü tərəfindən kompüterdə yığılmış və printerdə A4 formatlı ağ kağızda çap olunmuş və səhifələnmiş şəkildə elektron variantla (CD diskə) birlikdə redaksiyaya təqdim edilməli (CD-lər müəllif geri qaytarılmır), ya da elektron poçtla kansan70@mail.ru ünvanına göndərilməlidir. Orijinal nüsxədə müəllif(lər)in imzası vacibdir.

12) “İstifadə edilmiş ədəbiyyat”a daxil olan mənbələr əlifba sırası ilə ardıcıl nömrələnəməklə düzüləlməlidir. Əvvəlcə Azərbaycan, sonra ingilis, rus və başqa dillər-

də olan mənbələr , axırda isə internet resursları gəlməlidir. Internet resursları artıv olmalı, saytın əvvəlində istinad olunan mənbənin adı və tarixi göstərilməlidir.

13) Məqalənin mövzusu ilə bağlı elmi mənbələrə zəruri istinadlar olmalı, sonda verilən “İstifadə edilmiş ədəbiyyat”da istinad olunan ədəbiyyat mətnin içində böyük mötərizə arasında [5, s.21] verilməli, sonda isə əlifba ardıcılığı ilə nömrələnməlidir.

14) Ədəbiyyat siyahısı AAK –ın “Dissertasiyaların tərtibi qaydaları” barədə qüvvədə olan Təlimatının “İstifadə edilmiş ədəbiyyat” bölməsinin tələblərinə uyğun tərtib olunmalıdır.

15) “İstifadə edilmiş ədəbiyyat” siyahısında son 5-10 ildə çapdan çıxmış mənbələrə (elmi məqalələr, monoqrafiyalar və digər mötəbər mənbələr) üstünlük verilməlidir.

16) İstifadə olunan mənbələrin sayı 3-dən çox, 16-dan az olmalıdır.

17) Redaksiya məqalələrin üzərində redaktə xarakterli düzəlişlər aparmaq və mətni ixtisar etmək səlahiyyətinə malikdir.

18) Məqalədə göstərilən məlumatların və faktların doğruluğuna müəlliflər cavabdehdir.

19) Məqaləyə iki mütəxəssis rəyi, onu çapa tövsiyə edən kafedranın iclas protokolundan çıxarış əlavə olunmalıdır.

20) Təqdim edilən məqalələr redaksiyada nəzərdən keçirildikdən sonra oxunuş üçün (müəllifin adı gizli saxlanılmaqla) digər ekspertə göndərilir. Məqalə jurnalın profilinə uyğun olduğu təqdirdə və tələblərə cavab verərsə, çapa təqdim edilir.

21) Jurnalda dərc edilən məqalələrdə müəlliflik hüququ qorunur və bu məqalələrin bütün nəşr hüquqları “Jurnalistika” jurnalına aiddir.

22) Jurnalda çap edilmiş məqalələrin eyni ilə digər nəşrlərdə (məqalənin tezis şəklində dərc olunmuş variantı istisnadır) dərcinə yalnız redaksiyanın yazılı icazəsi, sitatların verilməsinə isə mənbə göstərilmək şərti ilə yol verilir.

23) Əvvəllər çap olunmuş və ya çap üçün başqa redaksiyalara göndərilmiş əlyazmaların “Jurnalistika” jurnalına təkrar təqdim edilməsi müəlliflik etikasına ziddir.

24) yuxarıda göstərilən tələblərə cavab verməyən məqalələr qəbul edilmir.

25) Müəllifin istəyi ilə redaksiya ona məqaləsinin qəbul edilməsi barədə arayış vermək hüququna malikdir.

26) Məqalələr növbəlilik prinsipi ilə dərc edilir.

27) dərc olunmuş məqaləyə görə müəllifə jurnalın bir nüsxəsinin verilməsi nəzərdə tutulur.

28) elmi əsərlər jurnalında çap olunan məqalələrin elektron variantı ilə www.bs.u.edu.az saytında tanış olmaq mümkündür.

MÜNDƏRİCAT

BAŞ REDAKTORDAN	2
----------------------------	-------	---

JURNALİSTİKANIN NƏZƏRİYYƏSİ

Nəsir Əhmədli	Jurnalistlər üçün orfoepi- ya.....	8
Sima Rəhimova	Jurnalistin fəaliyyətində həssas hədəflər.....	14
Gülənar Sadıxova	Jurnalistikada süjet və kompozisiya vəhdəti.....	19
Akif Babayev	Yeni media və “saxta xəbər” fenomeni.....	24
Sima Rəhimova	Media etikasını zəruri edən əsas səbəblərdən biri.....	31
Günəl Orucəliyeva	Sosial şəbəkələr informasiya cəmiyyətinin fenomeni kimi.....	37
Akif Babayev	Yeni media auditoriyasının statistikası və spesifik xüsusiyyətləri.....	44
Zaur Babayev	Azərbaycan-Rusiya əlaqələri məhdudiyətsizdir.....	50
Nəzrin İskəndərli	Bakı Dövlət Universiteti dövrü mətbuatda.....	58
Günay Fridunbəyova	Qəzetin informasiya siyasətində mü sahibənin rolu.....	63
Nəzrin İskəndərli	Bakı Dövlət Universiteti -100 il.....	69

RADİO-TELE JURNALİSTİKA

Allahverdi Məmmədli	Jurnalistika janrlarında “Molla Nəsrəddin” gülüşü.....	73
Qulu Məhərrəmli	Azərbaycan telekanallarının yaradıcılıq problemləri.....	80
Əli Hacıyev	Medianın üçüncü gözü: dron jurnalistikası.....	85
Bəkir Əliyev	Teleməkanımızda ədəbi dil; problemlər və nöqsanlar.....	97
Gülənar Nəsirli	Televiziyada xəbər proqramlarında gözlənilməsi vacib olan əsas etik prinsiplər.....	102
Könül Məmmədova	Televiziyada piratçılıq.....	108
Məryəm Əhmədli	Azərbaycan teleməkanında maarifləndirici proqramların bugünkü durumu.....	113
Gülənar Nəsirli	“Xəzər Xəbər” informasiya proqramının etik mənzərəsi....	117

MƏTBUAT TARİXİ

Alxan Bayramoğlu	Cümhuriyyət dövründə Azərbaycan dramaturgiyası.....	124
Nigar Ağayeva	Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin mətbuatla bağlı qərarla- rı132	
Günay Məmmədova	Azərbaycanda ilk rayon qəzetlərinin yaranma tarixi	138

BEYNƏLXALQ JURNALİSTİKA

Aytəkin Zeynalova	Azərbaycan beynəlxalq arenada.....	146
Cəmilə Axundzadə	Azərbaycan-Türkiyə münasibətlərinin inkişafı 30 il ərzində.....	155
Tünzalə Paşayeva	Türk toplumlarının inteqrasiyasında medianın rolu.....	162
Chen Yu	Çin mətbuatı: reklamın təkamülü və global reklam bazarındakı yeri.....	166
Tünzalə Paşayeva	Türk xalqları arasında əlaqələrin inkişafında medianın rolu.....	174
Zhang Yating	Azərbaycan-Çin elmi, mədəni əlaqələri “Bakı fəhləsi” qəzetinin səhifələrində.....	179
MÜƏLLİFLƏRİN TƏZƏRİNƏ	186

CONTENTS

FROM THE CHIEF EDITOR	2
THEORY OF JOURNALISM		
Əhmədli Nəsir	Orthoepy for journalists.....	8
Rahimova Sima	Important goals in journalist’s activities.....	14
Sadixova Gulnara	Syntnesis of plot and composition in journalistic works.....	19
Babayev Akif	New media and the phenomenon of “faking news”.....	24
Rahimova Sima	One of the main reasons for studying media ethics.....	31
Orujaliyeva Gunel	Social networks as a phenomen information society.....	37
Babayev Akif	New media audience statistics and specifications.....	44
Babayev Zaur	Between The Russian Federation And Azerbaijan.....	50
Iskenderli Nezrin	Baku State University in the press.....	58
Fridunbekova Guney	Role Interview in Informational Politics of Newspaper.....	63
Iskenderli Nez- rin	Baku State University-100 years.....	69
RADIO AND TELEVISION JOURNALISM		
Mammadli Allahverdi	Laughter of “Molla Nasreddin” in the genres of journa- lism.....	73
Maharramli Qulu	Problems of creativity of Azerbaijani TV channels.....	80
Hajiyev Ali	The third eye of the media: droning journalism.....	85
Aliyev Bakir	Literary language on our television problems and draw- backs.....	97
Nasirli Gulnar	Basic ethical principles that should be expected in news prog- rams on television.....	102
Mammadova Konul	Piracy on TV.....	108
Ahmedli Maryam	The state of educational programs on Azerbaijani television channels.....	113
Nasirli Gulnar	Ethical framework for creating the Khazar Khabar information program.....	117

PRESS HISTORY

Mamedov Alxan	Azerbaijan dramaturgy During the Republic Period.....	124
Aqayeva Nigar	Resolutions of the Azerbaijan Democratic Republic in the field of printing.....	132
Mamedova Gunay	Social and political conditions for the establishment of regional media in Azerbaijan.....	138

INTERNATIONAL JOURNALISM

Zeynalova Aytakin	Azerbaijan in the international arena.....	146
Axundzade Jamila	Development of Azerbaijani-Turkish relationship throughout 30 years.....	155
Pashayeva Tunzala	The role of the media in the integration of Turkish communities.....	162
Chen Yu	PRINTING CHINA: The evolution of advertising and its place in the global advertising market.....	166
Pashayeva Tunzala	The role of the media in the development of relations between the Turkish people.....	174
Zhang Yating	Azerbaijani-Kitchkise business and culture newspaper in the country	179
IN THE EYES OF THE AUTHORS	186

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОТ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА	2
Теория журналистики		
Ахмедлы Насир	Орфоэпия для журналистов.....	8
Рагимова Сима	Важные цели в деятельности журналиста.....	14
Садыхова Гюльнара	Синтез сюжета и композиции в журналистских произведениях.....	19
Бабаев Акиф Рагимова Сима	Новые медиа и феномен «фейковых новостей».....	24
	Одна из основных причин изучения медиаэтики.....	31
Оруджалиева Гюнель	Социальные сети как феномен информационного общества.....	37
Бабаев Акиф	Статистика и специфические особенности аудитории Новой меди.....	44
Бабаев Заур	20 года в Баку торжественно отметили 850-летие Москвы.....	50
Искендерли Назрин	Бакинский Государственный Университет в периодической печати.....	58
Фридунбекова Гюней	Роль интервью в информационной политике газеты.....	63
	Бакинский Государственный Университет-100 лет.....	69
Радиовещание		
Мамедли Аллахверди	Смех «Моллы Насреддина» в жанрах журналистики....	73
Магеррамлы Гулу	Проблемы творчества Азербайджанских телеканалов...	80
Гаджиев Али Алиев Бакир	Третий глаз СМИ: дрон журналистика.....	85
	Литературный язык на нашем телевидении: проблемы и недостатки.....	97
Насирли Гюльнар	Основные этические принципы которые следует ожидать в новостных программах на телевидении.....	102
Мамедова Кенул	Пиратство на ТВ.....	108
Ахмедлы Марям	Состояние образовательных программ на азербайджанских телеканалах.....	113

Насирли Гюльнар	Этические рамки при создании информационной программы «Хазар Хабар».....117
История печать	
Алхан Мамедов	Азербайджанская драматургия в период АДР124
Агаева Нигяр	Постановления Азербайджанской Демократической Республики в области печатного дела.....132
Мамедова Гюнай	Социальные и политические условия для создания региональных СМИ в Азербайджане.....138
Международная журналистика	
Зейналова Айтекин	Азербайджан на международной арене.....146
Ахундзаде Джамиля	Отношения между Азербайджаном и Турцией развиваются уже 30 лет.....155
Пашаева Тунзала Chen Yu	Роль СМИ в интеграции турецких общин162
	ПЕЧАТЬ КИТАЯ: Эволюция рекламы и ее место в мировом рекламном рынке.....166
Пашаева Тунзала Zang Yating	Роль СМИ в развитии отношений между турецким народом.....174
	Азербайджано-китайские научные и культурные отношения на страницах газеты "Бакинский рабочий" .179
ВНИМАНИЮ АВТОРОВ186

“Jurnalistika”
elmi-nəzəri və təcrübi-metodik jurnalı
Azərbaycan Respublikası Ədliyyə Nazirliyində qeydə alınmışdır.
Şəhadətnamə № 4272. 28.11.2019.

* * *

“Jurnalistika”
elmi-nəzəri və təcrübi-metodik jurnalı
Serial Nəşrlərin Qeydiyyatı üzrə Beynəlxalq Mərkəz
(CIEPS – ISSN International Center, Paris, France)
tərəfindən beynəlxalq reyestrə daxil edilmişdir.

Menecer
Koordinator
Korrektor

Elmira Həsənova
Elmira Həsənova
Könül Məmmədova

«Elm və təhsil» nəşriyyatının direktoru:
Filologiya elmləri doktoru, professor Nadir MƏMMƏDLİ

Dizayn: **Kamran İbrahimov**
Texniki redaktor: **Yadigar Mirbagırzadə**

Çapa imzalanmış 25. 12. 2019.
Şərti çap vərəqi 24, Sifariş № 1
Kağız formatı 70x100 1/8. Tiraj 300.

*Jurnal "Elm və təhsil nəşriyyat-poliqrafiya" müəssisəsində
elektron nüsxə əsasında çap olunmuşdur.*

E-mail: elm. ve. tehsil@mail. ru

Tel: 497-16-32;

Ünvan: Bakı, İçərişəhər, 3-cü Maqomayev döngəsi 8/4.