

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ**

**Müasir medianın yaradıcılıq prinsiplərinin milli
mətbuata tətbiqi yolları**
(III Beynəlxalq elmi-nəzəri konfransın materialları)

**Methods of realization of creative principles of modern
media in the national mass media**
(Materials of the III international research and practice confrence)

Fevral -2017

BAKU-2017

KONFRANSIN TƏŞKİLAT KOMİTƏSİ

Akad. A.M.Məhərrəmov	– sədr, rektor
Prof. A.H.Kazımsadə	– elm və innovasiyalar üzrə prorektor
	– sədr müavini
Prof.C.Ə.Məmmədli	– jurnalistika fakültəsinin dekanı –
	sədr müavini
Dos. S.İ.Əliyeva	– jurnalistika fakültəsinin dekan
	müavini -üzv
Prof. Ş.Q.Vəliyev	– Mətbuat tarix kafedrasının müdiri
	- üzv
Dos.A.N.Kərimova	– Televiziya və radio jurnalistikası
	kafedrasının müdiri - üzv
Prof. H.A.Vəliyev	– Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının
	müdiri – üzv
Prof.Ş.A.Hüseynov	– Mətbuat tarixi kafedrasının müəllimi
	- üzv
Dos.P.Y.İbrahimova	– Mətbuat və informasiya şöbəsinin
	müdiri-üzv
A.N.Əhmədova	– jurnalistika fakültəsinin tyutoru
	– məsul katib

Redaksiya heyəti:

Baş redaktor

1. Cahangir Məmmədli – filologiya elmləri doktoru, professor

Redaktor

2. Sevinc Əliyeva – filologiya elmləri üzrə fəlsəfə doktoru, dosent

Üzvlər:

- 3.Şamil Vəliyev - filologiya elmləri doktoru, professor
- 4.Şirməmməd Hüseynov tarix elmləri üzrə fəlsəfə doktoru, professor
- 5.Rasim Əliquliyev – texnika elmləri doktoru, professor, AMEA-nın müxbir üzvü
- 6.Əflatun Amaşov – Azərbaycan Mətbuat Şurasının sədri
7. Nəsir Əhmədli - filologiya elmləri doktoru, professor
9. Alxan Bayramoglu – filologiya elmləri doktoru, professor

Xarici ölkələr üzrə redaksiya üzvləri

10. İsmayil Haqqı Polat –professor (Kadır Hass Universiteti)
- 11.Bülent Çaplı –professor (Bilkent Universiteti)
- 12.Kipras Majeyka –professor (Mediaindustriya akademiyası)
13. İrina Erofeeva – professor (Zabaykalya Dövlət Universiteti)

Toplu BDU-nun R-11 03.03.17 tarixli əmrinə əsasən çap olunur

КРАТКИЙ ЭКСКУРС В ИСТОРИЮ КРАСНОРЕЧИЯ

Ключевые слова: *ораторское искусство, Демосфен, Цицерон, Девдек, ашуги, преподаватели, политические деятели*

История культуры устной речи измеряется тысячелетиями. Ораторское искусство было широко распространено еще в древнем Египте, Ассирио-Вавилонии, Индии, Китае, позже в Аравии. А родиной профессиональной риторики считается древняя Греция. Греческие риторы мастерски владели правилами и формами устной речи, законами логики, особенно суждений и доказательств. Они умели внушать свои мысли и чувства массе людей, нередко побуждая их к практическим действиям. Каждый из этих ораторов немало потрудился над тем, чтобы красноречие стало острым оружием идеологии и политической борьбы. Там были такие знаменитые ораторы и теоретики риторики, как Демосфен (384-322 гг. до н.э.), Горгий (ок. 483-375 гг. до н.э.), Исократ (436-338 гг. до н.э.), Аристотель (384-322 гг. до н.э.) и др.

Под влиянием греческого наследия красноречие развивалось и в Древнем Риме. Уважение к ораторскому слову было там традиционным. Считалось, что как на войне римлянин служит своему отечеству с оружием в руках, так в мирное время он должен служить ему речами в сенате и народном собрании.

Вершиной развития ораторского искусства Древнего Рима является деятельность Марка Туллия **Цицерона** (106 – 43 гг. до н.э.). Он добился высочайшего положения в обществе как адвокат и блестящий оратор.

Другим известным древнеримским оратором был Марк Фабий **Квинтилиан**, автор сочинения «Образование оратора». Он призывал воспитывать в мастерах красноречия всестороннее развитие и высоконравственность, а не только учить их обычным ораторским приемам и шаблонам.

Со временем в Европу из Востока проникают такие науки, как математика, астрономия, медицина, что во многом способствует формированию образования, а следовательно, и особого этикета. Складывается строгая, логическая научная речь в первых университетах: это лекции профессоров, диспуты. Развивается система доказательств, многообразной аргументации. Такая дискуссионная речь получила название схоластики. Так формировалось академическое красноречие, достигшее в XVIII–XIX вв. высочайшего уровня в Европе. К XX в. академическое красноречие насчитывает десятки тщательно отработанных форм: лекции и целые лекционные курсы, семинары, защита курсовых и дипломных проектов. Появляется своя культура общения студента с профессором на лекциях, консультациях, зачетах и экзаменах.

Во Франции в эпоху абсолютизма расцветает такая отрасль речевого мастерства, как придворный этикет, который оказал сильное влияние на дипломатическую речь, а также на соблюдение стандартных форм общения в среде военных и чиновников.

Специалисты делят историю развития европейской риторики на три периода:

1) До XV в. – схоластическая риторика. Признаки этого периода: стиль становится законом, это и манера одеваться, и речевой этикет.

2) XVI в. – гуманистическая риторика. Этот вид риторики связан с эпохой Возрождения. Составляется французская риторика для короля Генриха III, вводится королевское красноречие. Риторика стимулирует разработку грамматики и литературной нормы языка.

3) XVII в. – реформистская риторика. Она становится наиболее влиятельной сферой гуманитарного знания. Идут дискуссии по риторике, создаются салоны и частные академии, развиваются частные виды красноречия: риторика беседы, эпистолярная риторика, риторика метаморфозы. Идет борьба с плебейским стилем, отвергаются диалекты и жаргоны, иноязычные заимствования, даже научная речь.

На рубеже XVIII–XIX вв. наступает период кризиса европейской риторики.

И в Азербайджане ораторское искусство имеет давнюю историю. «Еще в Албанско-Арранской области Азербайджана к ораторскому искусству проявлялся особый интерес. В те времена ораторы пользовались большим уважением. Известный арранский историк Муса Каланкайтуклу, современник поэта VII века Девдека, писал: “Девдек был сведущ во всех науках своего времени, являлся мудрым философом, прекрасным оратором и маститым поэтом”. Это высказывание известного историка интересно и тем, что он, с любовью говоря о знаменитом поэте, не забывает отчетливо подчеркивать и его ораторство»¹.

Первым совершенным образцом красноречия в Азербайджане, несомненно, должен считаться героический эпос "Китаби-дедем Горгуд" ("Книга нашего отца Коркута"), являющийся итогом длительного развития устной народной поэзии. По своему идейно-тематическому и художественному богатству, по языковым особенностям, этот замечательный эпос выходит далеко за рамки литературных произведений тюркского мира. Именно поэтому еще с начала XIX века эпос привлекал внимание зарубежных ученых, которые ставили его в один ряд с народными сказаниями, снискавшими всемирную славу.

Поэтический язык эпоса, являющегося памятником художественного мышления тюркского этноса, богат средствами художественного выражения, в нем искусно используются тонкости национального языка, пословицы, поговорки и идиоматические выражения. Сказания насыщены витиеватыми эпитетами, метафорами и другими художественно-выразительными средствами, которыми пользуются и современные ораторы.

Долгое время бессменными создателями, носителями ораторского искусства в Азербайджане были ашуги, продолжатели горгудских традиций. Независимо от того, какой чужой язык властвовал в стране, они всегда вели народные торжества ясным, внятным родным языком, вносили ценный вклад в дело его дальнейшего обогащения, сохранения и защиты от нежелательных иноязычных влияний. Трудно поверить, что стихотворение Гурбани «Фиалка», одну строфу которого приводим ниже, написано 500 лет назад, когда в письменной поэзии, например, в произведениях Физули, Хатаи и других, широко употреблялись арабо-персидские слова и обороты:

**Tanrı səni xoş camala yetirmiş ,
Səni görən aşıq ağlın itirmiş.
Mələklərimi dərmiş, göydən gətirmiş?
Heyif ki, dəriblər az bənövşəni.**

**(Небывалой красою Господь одарил,
Тебя увидавшего, ума он лишил,
Ангел чудо с небес земле подарил,
Жаль, что так мало принёс он фиалок.**

Перевод Анны Барткулашвили)

¹ См.: Əsgərov M.Ə. Nətiqlik sənətinin əsasları. B.: Maarif, 1975, c. 68.

«Испокон веков до наших дней ашуги-озаны активно участвовали и участвуют на свадьбах, праздниках и других бытовых торжествах нашего народа. В долгие зимние ночи наши дедушки и бабушки охотно слушали дастаны в их исполнении. Изящно исполнять дастаны, проводить словесно-музыкальные вечера, наслаждаться слушателей своими мудрыми рассказами и мелодичными пениями удавалось только ашугам-устадам»².

В ряде источников встречаются сведения об ораторских способностях таких исторических личностей, как Джаваншир, Бабек, Туси, Хагани, Низами, Мехсети, Насими, Хатаи, Вагиф, Натаван, Ашуг Алескер, Нариманов и др., однако у нас под рукой нет материалов, подтверждающих эти сведения. Сохранение звукозаписей и аудиовизуальных изображений стало возможным лишь с середины XX века.

До второй половины XIX века, наряду с ашугами, как верно отмечал профессор А.Абдуллаев, ораторское искусство, в основном, было связано с речами лиц, учительствовавших в духовных училищах и медресах. Кроме того, в судебных салонах, на пиршествах, свадьбах, юбилеях создавались и развивались разновидности устной речи. Со второй половины XIX века публичные речи использовались прогрессивными мыслителями как оружие борьбы против устаревших, вредных обычаев, предрассудков, неграмотности. «В то время часть ораторов сталкивалась с трудностями найти трибуну... для распространения своих замыслов. Поэтому они стремились показать свое мастерство в статьях и книгах. В их произведениях ясно вырисовывались с одной стороны ассонанс и сильное воздействие книжного и печатного стилей, а с другой – разоблачающей устной речи»³. Одним из лучших таких произведений был трактат «Письма Кемалуддовле» М.Ф.Ахундаде. Среди других подобных авторов были Г.Зардаби, Н.Везиров, Ахсануль-Гаваид и др.

В развитии культуры печатной речи в первом 20-летии XX столетия, включая период Азербайджанской народной республики, большую заслугу имеют газеты и журналы того времени, их издатели и авторы – М.Шахтахтинский, Дж.Мамедгулузаде, А.Гусейнзаде, А.Агаоглу, Ф.Кёчерли, А.Ахвердиев, М.Э.Расулзаде, У.Гаджибейли, А.Топчубашев...

Самый бурный прогресс азербайджанского литературного языка и культуры речи приходится на советский период и на десятилетия, прошедшие после восстановления государственной независимости (с 18 октября 1991 года). Наличие широкой системы периодической и непериодической печати, сети средних и высших учебных заведений, зрелищных предприятий, радиовещания и телевидения дало возможность выполнить эту задачу на высоком уровне.

Одной из сильных и полезных ветвей ораторства – речи знатных ученых в университетских аудиториях. С этой точки зрения особо выделяются 50-60-е годы XX века. Старшее поколение и сегодня с любовью вспоминает привлекательные лекции академика Гамида Араслы, профессоров Мамедджафара Джафарова, Мамедгусейна Тахмасиба, Джафара Хандана, Микаила Рафили, Али Султанлы, Мир Джалала Пашаева и других. И в последующие годы эту традицию достойно продолжали их бывшие студенты – И.Шыхлинский, А.Ахундов, Б.Ахмедов, А.Абасов... На факультете журналистики также были преподаватели с хорошими ораторскими способностями: Г.Шахгельдиев, Г.Мусаев, Н.Бабаев, И.Назаров, Ш.Гусейнов, Н.Имангулиев, Г.Халилов, Ф.Мехти, Т.Рустамов, Н.Зейналов... А сегодня за ними следует новое обнадёживающее поколение молодых ученых.

Особое направление в красноречии составляет культура речи государственных деятелей. Тут, несомненно, лидирует Гейдар Алиев. Особенности его ораторской

² Əliyev K. Nətiqlik sənəti. B.: 1994, s. 87-88.

³ Ablullayev A. Nitq mədəniyyəti və nətiqlik məharəti haqqında. B.: Azərənşr, 1968, s. 23.

деятельности раскрыты в монографии доктора философии по медицинским наукам Нагдали Заманова «Гейдар Алиев и азербайджанская речевая культура».

Нынешний Президент Азербайджанской Республики Ильхам Алиев, в совершенстве владеющий несколькими языками, и в этой области достойно продолжает путь Общенационального лидера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Əsgərov M.Ə. Natiqlik sənətinin əsasları. Bakı: 1975
2. Əliyev K. Natiqlik sənəti. Bakı: 1994
3. Ablullayev A. Nitq mədəniyyəti və natiqlik məharəti haqqında. Bakı: 1968
4. Zamanov N. Heydər Əliyev və Azərbaycan nitq mədəniyyəti. B.: 2013

***Cahangir MƏMMƏDLİ**
Əflatun AMAŞOV*

MAARİFÇİLİK MİSSİYASI YENİ DÖNƏM SİNAĞINDA

Biz bu yazıda hər, şeydən əvvəl, Azərbaycan cəmiyyətinin yenidən kitaba milli səviyyədə marağından bəhs etmək istərdik. Ona görə «yenidən» sözünü xüsusi vurğulamalı olduq ki, klassik Azərbaycan maarifçilərinin millət və xalq qarşısında böyük xidmətlərindən biri olan təhsilə, kitaba, elmə hə2vəs oymatmaq işi iki əsrdən artıq bir müddətdə öz bəhrəsini verdi, xalqımız uzun müddət kitabın müqəddəs dəyərini dərk edib də, ona məhəbbət göstərdi. Amma XXI yüzilliyin lap başlanğıcında baş verən eksesslər, bir sıra hallarda aldadıcı kompüter aləmi bütün dünyada olduğu kimi, Azərbaycan mühitində də kitabı oxucunun əlindən almaq təşəbbüsü göstərdi və buna nail ola bildi. Lakin son illərin təcrübəsi sübut etdi ki, kitabsız dünya, kitabsız millət maarifdən uzaq düşə bilər və uzaq düşməklilik milli ruha ciddi fəsadlar vura bilər. Belə bir narahatlığı dərk edən Azərbaycan oxucusu yenidən kitaba qayıtma prosesi keçirməkdədir. Kitaba, maarifə yenidən qayıdışın əsasını ilk növbədə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin “Azərbaycan dilində latın qrafikası ilə kütləvi nəşrlərin həyata keçirilməsi haqqında” 12 yanvar 2004-cü il tarixli sərəncamı təmin etdi. Bundan əlavə, Prezidentin Azərbaycanın klassik ədəbiyyatında, klassik jurnalistikasında maarifçilik xidməti göstərmiş böyük yazıçı və şairlərin, publisist və ictimai xadimlərin, sivil dünyaya qovuşmağımız yolunda misilsiz rol oynamış ziyalılarımızın, milli mətbuat orqanlarımızın yubileylərinin qeyd olunması ilə bağlı sərəncamları xalqın öz keçmişinə, klassik irsinə qayıdışını təmin etdi. Klassik irsə qayıdış isə, artıq aydın şəkildə hiss olunduğu kimi, bir tərəfdən xalqın, millətin özünüdərk prosesini gücləndirdi, digər tərəfdən qloballaşma şəraitində milli dəyərlərimizin nəinki qorunmasına, habelə zənginləşməsinə xidmət etdi. Beləliklə, Azərbaycan dövlətinin iradəsini öz fəaliyyətində əsas tutan Prezidentin bu milli çağırışına ümummilli reaksiyalar başladı. Bu reaksiyalar sırasında bir qəzet olaraq, 1881-1919-cu illərdə Azərbaycanın inkişaf etməkdə və bir sistem halına düşməkdə olan mətbuat tarixində rus dilində nəşr olunan «Kaspi» qəzetinə qayıdış və onun yenidən nəşrini meydana qoymaq tarixi xidmət kimi qiymətləndirilməlidir. Bu təşəbbüs niyə «Kaspi» qəzetindən başladı? Bu suala Ümummilli liderimiz Heydər Əliyev daha dəqiq cavab vermişdir: «Kaspi» qəzetini Zeynalabdin Tağıyevin təşəbbüsü ilə, onun puluna çıxarırlar, ancaq rus dilində. Bu bizim tariximizdir. Həsən bəy Zərdabının qoyduğu təməl daşı yaşayıb və inkişaf edibdir. Demək, bu demokratik ideyaları, dünyəvi dəyərləri bizim xalqımızın içərisindən çıxan *dahi insanlar* (kursiv bizimdir – Ə.A., C.M.) o vaxt yaradır, xalqımızı oyadır, onda milli oyanış, milli dirçəliş, milliçilik hissləri yaradırdılar». Milli mətbuat tariximizə Ümummilli liderimizin bu qiyməti, «dahi insanlar», yenidən xalqa qaytarmaq təşəbbüsü, Prezident İlham Əliyevin Üzeyir

Hacıbəylinin 125 illik, Həsən bəy Zərdabının 170 illik, Əlimərdan bəy Topçubaşovun 150 illik, Əli bəy Hüseynzadənin 150 illik, Ceyhun Hacıbəylinin 125 illik yubileyinin dövlət səviyyəsində qeyd olunması barədə sərəncamları klassikaya qayıdışın nə qədər vacib olduğunun göstəriciləridir.

Klassik mətbu irsimizin vacib faktlarından olan «Kaspi» qəzetinin yenidən nəşri iki istiqamətdən qiymətli bir xidmət oldu: birincisi, 38 illik uzun bir yol keçmiş, H.Zərdabının yaratdığı «Əkinçi» məktəbinin fəal davamçısı olan, bu uzun illər ərzində Azərbaycan maarifçilik ideyalarını rus dilində Rusiyaya, Qafqaza, Orta Asiyaya daşıyan bir qəzetin kontent-analizini yenidən ortaya qoymaq, yenidən onu həm tarixi rus dilli nəşrini, eyni zamanda və əsas olaraq, Azərbaycan dilində də nəşr etmək, ikincisi, həmin məktəbin davamı olaraq yeni «Kaspi»də maarifçiliyi XXI əsrin çağırışlarına uyğun və bir az da qabarıq şəkildə yeni nəsrlə ünvanlamaq. Ayrıca qeyd etmək istərdik ki, yeni «Kaspi» bu iki milli missiyanı şərəflə yerinə yetirməkdədir. Hər şeydən öncə qeyd edək ki, müasir «Kaspi» bu günümüzün görkəmli maarifçi alimi, şair və publisist, azərbaycançılıq ideologiyasının tədqiqatçısı Sona xanım Vəliyevanın yorulmaz xidməti sayəsində meydana çıxıb. Sona xanım bu qəzetin-daha doğrusu, rus və Azərbaycan dillərində nəşr edilən bu qəzetlərin təsisçisi və rəhbəridir.

Müasir «Kaspi» öz fəaliyyətində sələfinin maarifçilik ideyalarını əsas tutur. Onun səhifələrində günümüzün informasiyası mütləq şəkildə qərəzsizliyi, dəqiqliyi, balanslı informasiya siyasəti, ədalətliyi, vicdanlılığı ilə hamı tərəfindən yüksək qiymətləndirilir. «Kaspi»nin analitik yazıları istər onun çoxsaylı ziyalı müəlliflərinin, istərsə də redaksiya əməkdaşlarının mühüm xidmətləri olub, yüksək peşəkarlıq səviyyəsində oxucularını, ictimaiyyəti maraqlandıran problemlərə səriştəli cavabları ilə maraq doğurur. Bu qəzetin «Xüsusi buraxılışları» öz müntəzəmliyi və peşəkarlığı ilə diqqəti çəkir. Qəzetin özünün də qeyd etdiyi kimi, bu xüsusi buraxılışlarda indiyədək Əlimərdan bəy Topçubaşov, Nəriman Nərimanov, Əhməd bəy Ağaoğlu, Əli bəy Hüseynzadə, İsmayıl bəy Qasıralı, Şahtaxtılar, Hacıbəylilər, Şəfiqə xanım Əfəndiyeva və s. kimi görkəmli adamların həyat və yaradıcılığı öz əksini tapmışdır. Bundan başqa, qəzetin «Ədəbiyyat» əlavəsində Azərbaycanın və dünyanın görkəmli yazıçı və şairləri haqqında dəyərli səhifələr (bəzən 15-20 səhifə) təqdim olunur.

Və biz bu yazını kitabla başladıqsa, indi yenidən kitaba keçid almaq istərdik. O kitaba və kitablara ki, onlar da «Kaspi» qəzeti və «Kaspi» Təhsil Şirkətinin birgə layihəsi əsasında nəşr edilir. İndiyə qədər bu təşkilatların nəşr etdiyi «İlham Əliyev: «Mən jurnalistləri vətənpərvərliyə çağırıram», «Sözün sorağı», «Mübariz yol», «Üç əsrin qəzeti», «Haqqın var yaşamağa» (Məmməd Araz yaradıcılığı haqqında müsabiqə yazıları), Hüseyn Cavidin «Seçilmiş əsərləri» (Türkiyədə müasir poliqrafiyanın ən yeni imkanları ilə), «Hüseyn Cavid-Vətənə qayıdış» foto-albomu və eyni adlı məqalələr toplusu kimi kitablar oxucular tərəfindən rəğbətlə qarşılanıb.

Adlarından və ifadə etdiyi tematikasıdan da göründüyü kimi, həmin kitabların nəşri bir vətəndaşlıq xidməti olaraq, klassik irsimizə (biz bu yerdə böyük Məmməd Arazı da klassiklər sırasına qoyuruq) yeni nəsildə sevgi hissi yaratmaq amalıdır.

Bizə elə gəlir ki, əslində alim, tədqiqatçı, nasir və şair kimi tanıdığımız Sona xanım Vəliyevanın klassikamıza vətəndaşlıq hisslərindən doğan və ünlü maarifçimiz H.Zərdabiyə həsr etdiyi «İşığa gedən yol» romanı da elə bu nəşrlərin sırasına qoyulmalıdır. Ədəbi ictimaiyyətin son dərəcə böyük dəyər verdiyi bu roman yuxarıda adlarını çəkdiyimiz kitablar sırasında öz sanbalı ilə, H.Zərdabi dövründəki bütöv bir epoxanın mükəmməl obrazını yaratması ilə bədii söz sənətimizin qiymətli nümunəsidir.

Sona xanım Vəliyevanın təşəbbüsü və layihəsi əsasında «Kaspi» qəzeti və «Kaspi» Təhsil Şirkəti «Kaspi» nəşrləri seriyasında yeni bir kitabı oxucuların ixtiyarına vermişdir. «Kaspi»-maarifçilik meydanı» adlanan 41 çap vərəqi həcmində (652 səhifə) nəşr edilən bu kitab, sözün həqiqi mənasında, maarifçilik meydanıdır. Bu “meydanın” çox maraqlı bir kompozisiya-strukturu var. Əlbəttə, klassik və müasir «Kaspi» doğrudan da, möhtəşəm bir maarifçilik

meydanıdır. Ona görə də layihənin rəhbəri, kitabın ideya və ön sözünün müəllifi Sona xanım Vəliyeva əsəri «Kaspi»-maarifçilik meydanı» adlandırır. Amma biz də bu kitabın ümumi məzmunundan çıxış edərək onun özünü də «maarifçilik meydanı» sanırıq. Çünki topluda millət yolunda fədakarlıq göstərmiş on beşə yaxın böyük maarifçinin bəzi hallarda öz məqalələri də eyni format çərçivəsində müasirlərimizin onlara həsr etdikləri yazıları yer almışdır. Bir az da aydın olsun deyə göstərə bilərik ki, məsələn, Həsən bəy Zərdabiyə həsr olunmuş bölmədə əvvəlcə Həsən bəyin bu günümüz üçün də son dərəcədə aktual olan bir neçə məqaləsi verilir, daha sonra onun haqqında müasir «Kaspi»də dərc olunmuş məqalələr yer alır. Beləliklə, kitabda məsələn, Həsən bəy Zərdabinin həm özü var, həm də onun yaradıcılıq dünyasına müasir elmi-publisistik baxış var.

Kitabın strukturundakı maraqlı cəhətlərdən biri də odur ki, klassik maarifçinin təqdim olunduğu bir sıra bölmə həmin şəxsiyyətin yubileyinin keçirilməsi ilə bağlı Prezident sərəncamı ilə müşayət olunur.

Belə bir cəhəti ayrıca qeyd edək ki, klassik maarifçilərimizin kitabda təqdim olunan aktual yazıları təkcə «Kaspi»dən deyil, habelə XIX əsrin ikinci və XX əsrin birinci yarısında nəşr olunan qəzetlərdən də alınmışdır. Bu mənada müasir «Kaspi»çilər vətəndaşlıq borcu olaraq, həmin şəxsiyyətləri bütöv təqdim etmək məqsədini də gerçəkləşdirmişlər. Bütövlükdə isə «Kaspi»-maarifçilik meydanı» kitabı klassik maarifçilərimizin elmi-publisistik obrazını daha çox müasirlərimizin əsərləri-tədqiqatları ilə təqdim etmişdir.

Kitaba ön sözün müəllifinin belə bir fikri bu əsərin qiymətini, amalını dəqiq ifadə edir: «Kaspi» – maarifçilik meydanı» kitabında «Kaspi» sələfləri olaraq ömrünü-gününü xalq yolunda, millət istiqlalı uğrunda fəda etmiş ziyalılarımız haqqında oxuculara bəzi məlumatları çatdırmaq istədik. Göründüyü kimi, bizim amalımız da, yolumuz da keçmişin böyük ideallarını bu günün maarifçilik missiyası ilə birləşdirərək işıqlı gələcək üçün zəngin məənəviyyatlı bir nəsil yetişdirməyə xidmət etməkdir. Bu yolda bizim nə yorulmağa, nə də dayanmağa haqqımız çatır. Çünki bu həm də böyük maarifçi mütəfəkkirlər qarşısında daşdıığımız müqəddəs bir boredur».

Əlbəttə, həm məzmunca, həm də həcmcə böyük olan bu kitabda 35-dən çox müəllifin çoxsaylı klassik maarifçilərimiz haqqında yüzə yaxın məqaləsi toplanmışdır. Kitaba yazdığı «Ön söz»ün ilk sətirlərində Sona xanım Vəliyeva onun mahiyyətini aşağıdakı sözlərlə belə ifadə edir: «Kaspi»-maarifçilik meydanı» adlanan bu kitab XIX əsrin sonu XX əsrin əvvəllərində ağır, məşəqqətli, lakin şərəfli fəaliyyət yolu keçmiş, ömrünü, gününü xalqına, millətinə həsr etmiş Azərbaycanın görkəmli maarifçi mütəfəkkirlərinin ruhuna növbəti minnətdarlığımızdır». Müasir «Kaspi» və Kaspiçilər öz sələflərinin xalqa xidmət messiyasını(məhz messiyasını) öz çiyinlərinə götürərək bu günkü gənc nəsil qarşısında borclarını yerinə yetirməkdədirlər. Kitaba ön sözündə Sona xanım Vəliyeva bunu nəzərdə tutaraq yazır: «Vətənpərvər ziyalı kimi milli maarifçilərin hər birinin çiyinə o dövrdə ağır yük düşürdü. Onlar bu yükün ağırlığından qorxub - çəkinmədən Vətən haqqında düşünür, onun işıqlı sabahı üçün əlindən gələni əsirgəmir, gördükləri işlərin məsuliyyətinin böyüklüyünü dərindən dərk edirdilər.

1999-cu ildə Ümummilli liderimiz Heydər Əliyevin təşəbbüsü ilə «Kaspi»nin nəşrini bərpa edəndə biz də qarşımızda nə kimi böyük məsuliyyət dayandığını yaxşı dərk edirdik. Başa düşürdük ki, təkcə gündəlik ictimai-siyasi qəzet olmaqla kifayətlənməməli, həm də sələflərimizin mütərəqqi ideyalarını qorumalıyıq. Bilirdik ki, yazdığımız hər SÖZ onların ruhuna layiq olmalı, bizdən sonra xələflərimizə dəyərli irs kimi qalmalıdır. Onu da bilirdik ki, Həsən bəy Zərdabinin, Əlimərdan bəy Topçubaşovun, Məhəmməd ağa Şahtaxtının, Hacı Zeynalabdin Tağıyevin, Üzeyir bəyin ruhları bizim bu YOL ilə necə addımlamağımızı təmkinlə, bəlkə də bir az nigarançılıqla izləyəcək. Odur ki, «Kaspi»nin nəşrini bərpa edərkən öncə bu böyük şəxsiyyətlərə halallıq borcumuzun olduğunu dərk edirdik. Beləcə, 70 illik böyük bir fasilədən-istiqlalımızın bərpasına nail olduqdan sonra maarifçi mütəfəkkirlərimizin bizə qoyub getdikləri «Kaspi» ənənələrinə söykənərək fəaliyyətə başladırıq». Deməli, hər şey dahilərə halallıq

borcundan, dahilər qarşısında, millət qarşısında məsuliyyətdən başlamışdır. Və bu məsuliyyət «Kaspi» qəzeti və «Kaspi» Təhsil Şirkətinin meydana qoyduğu bir sıra sanballı nəşrlər sırasına əlimizdəki daha bir kitabı- «Kaspi»-maarifçilik meydanı»-nı əlavə etdi.

Bu kitab bizi yenidən klassik mətbu irsimizə qaytarır. Biz Həsən bəy Zərdabinin, Əlimərdan bəy Topçubaşovun, Əli bəy Hüseynzadənin, İsmayıl bəy Qasıralının, Üzeyir bəy və Ceyhun bəy Hacıbəylilərin, Əhməd bəy Ağaoğlunun, Firudin bəy Köçərlinin, Məhəmməd ağa Şahtaxtının, Nəriman Nərimanovun, Ömər Faiq Nəmanzadənin və s. ziyalı maarifçilərimizin «Kaspi»dəki əsərlərini oxuyuruq və bu əsərlərin müasir günlərimiz üçün də nə qədər aktual olduğunu hiss edirik.

Jurnalistika nəzəriyyəsində belə bir fikir formalaşmış ki, publisistika, publisistik əsər daha çox yazıldığı dövrün aktual problemlərini qaldırır. Bu fikirdən bəzən belə bir nəticə də çıxarılır ki, bədii ədəbiyyat klassik nümunəyə çevrilə bildiyi halda, publisistika yalnız öz dövründə aktuallıq kəsb edir və yaqin elə buna görədir ki, «klassik publisistika» anlayışı indinin özündə də xeyli dərəcədə qısqançlıqla qəbul edilir. Lakin dünya və eləcə də Azərbaycan ədəbi mühitində birmənalı şəkildə klassikləşmiş publisistika nümunələri yetərincədir. «Kaspi»-maarifçilik meydanı» kitabında H.Zərdabinin «Rusların Muğanda məskunlaşmasına dair», Əli bəy Hüseynzadənin «Yurd qayğısı», «Ey qələm», «Azərbaycanda düşündüklərim», Əhməd bəy Ağaoğlunun «Bakı hadisələri haqqında həqiqət», M.Şahtaxtının «Türk və tatar qövmünə müraciət» və s. kimi publisistika nümunələri dünən, bu günün və sabahın milli dərsləridirsə, onları klassika kimi necə qiymətləndirmək olmaz?

Haqqında bəhs etdiyimiz kitabın qiymətini müəyyənləşdirən meyarlardan biri də maarifçilərimizin hər biri haqqında müasir tədqiqatçı və publisistlərimizin sevgi dolu yazılarıdır. Bu sırada milli mətbuatımızın cəfəkeş tədqiqatçısı, C.Məmmədquluzadə, M.Şahtaxtılı və s. kimi böyük yaradıcı şəxsiyyətləri bizə tam şəkildə təqdim edən akademik İsa Həbibbəylinin, yaradıcılığının böyük bir payını klassiklərimizə həsr etmiş Sona xanım Vəliyevanın, Vilayət Quliyevin, professor Bədirxan Əhmədlinin, professor Şamil Vəliyevin, peşəkar jurnalist-tədqiqatçılardan Flora xanım Xəlilzadənin, məhsuldar yaradıcılıq nümunələri ilə, yeni-yeni tapıntıları ilə milli maraqlara alim xidməti göstərən Abid Tahirlinin, Qərənfil Dünyaminqızının, Natiq Məmmədlinin, Səadət xanım Qarabağlının və digər onlarca müəllifin yazıları klassik jurnalistikamızın səhifələrinə yeni bir işıq salır. Bu yazıların hər birində milli –tarixi ziyalı maarifçilərimizə vətəndaş qüruru hiss olunmaqdadır. Bu mənada, məsələn, Azər Turanın Əli bəy Hüseynzadənin babası haqqında yazdığı «Qafqazın birinci adamı» essesi tamamilə yeni bir tədqiqatçı yanaşması kimi qiymətləndirilməlidir. Cəmi on dörd səhifəlik bu essədə istedadlı tədqiqatçımız A.Turan Əli bəy Hüseynzadənin babasından miras aldığı ideyaları Vətənə, millətə sevgi hissləri ilə gerçəkləşdirə bilmişdir. Bu yazının sonunda oxuyuruq: «Qafqaz şeyxülislamının milli cəbhədə dayanması o dövr üçün böyük siyasi hadisəydi. Nəvəsini də həmin cəbhəyə sövq etməklə axund, əslində, Azərbaycanın ruslaşdırılması və farslaşdırılmasının qarşısını ala biləcək böyük bir qüvvəni meydana çıxarmışdı. Bu mənada, Əli bəyin yetişməsində başlıca amil şeyxülislamdır. Demək, ilk milli-intellektual təkan Axund Əhməd Səlyanidən (Əli bəyin babası - Ə.A; C.M.) gəlir. Türkçülük düşüncəsini Əli bəy Əhməd Səlyanidən miras alır. Bunun nəticəsi olaraq, sonralar Bakıda və İstanbulda türkçülük məfkurəsinin mötəbər öndərinə çevrilən Əli bəy Hüseynzadə bir çox türkçülərdən fərqli olaraq, axıracan islam dəyərlərinə sadıq qalır. Türkçülüyn əsaslarını hazırlamış Ziya Gökalpın, Abdullah Cövdətin tələqlərləri ilə başdan-başa Qərb dəyərlərinə istiqamətlənmiş baxışlarını Turan və iman işığına cəzb edən, Gökalpa türkçülüyn aşılayan (Ali Canip) Əli bəyin qurduğu məfkurə sistemində üç təməl prinsipin - türkcləşmək, islamlaşmaq və çağdaşlaşmaq triadasının ilk iki mərhələsi, şübhəsiz, daha çox şeyxülislamın dəst-xəttini yansıdırdı. Sonra Əli bəyin nişan verdiyi bu yolu Ziya Gökalp davam etdirdi. Bu, Axundzadə və Zərdabinin, Namiq Kamal və Əli Suavinin, kırımlı İsmayıl bəy

Qaspiralı və əsədabadlı Cəmaləddin Əfqaninin, Əhməd bəy Ağaoğlunun və Əli bəy Hüseynzadənin, sonuncunun təmsalında isə, şübhəsiz, həm də Qafqaz şeyxülislamının zəfəriydi».

Kitabda yer alan yazıların hamısını klassikaya olan sevgi birləşdirir, lakin bu sevgiyə yanaşmanın hər birində müəlliflərin fərdi üslubu, fərdi peşəkarlığı var. İstedadlı jurnalist-publisist Flora Xəlilzadənin İctimai televiziya müəllifi və aparıcısı olduğu «Yadigarlar» teleproqramındakı tematikası kitabda yadda qalan mükəmməl bir publisistikaya çevrilir. Həm də onun yazılarında klassik maarifçi-ziyalıların Qarabağ probleminə o zamandan bu zamana ötən münasibətləri, «Vətən sevgili mücahid»lərin millət qayğıları kimi mövzuları günümüzdə yetən aktuallığı ilə diqqətimizi cəlb edir.

Tədqiqatçı alim Abid Tahirinin kitabdakı çoxsaylı yazıları birbaşa mətbuat tariximiz və bu tarixi yaradanlara aid olub, oxucunu «Tərcüman», «İstiqlal» kimi mükəmməl qəzet dünyası, türklər üçün ortaq dil problemi, maarifçilərimizdən İ.Qaspiralının cəhalətə zərbə vuran yeni məktəb ideyası və onun tarixi missiyası kimi məsələlərlə bağlı olaraq, bu yazıların özləri də ciddi maarifçilik işi görməkdədir.

Əlbəttə, bizi klassik ənənələrə qaytaran, milli klassikamıza gənc nəsildə yeni sevgilər oyadan bu kitabdakı bütün yazılara toxunmaq, ən azı, bir qəzet məqaləsində mümkün deyil. Qalır bircə onu demək ki, iri həcmli bu maarifçilik kitabında dünəndən bu günə, bu gündən sabaha daşınacaq bir Vətən sevgisi, milli təəssübkeşlik, vətəndaşlıq yanğısı var. Bu sevgi, bu təəssübkeşlik və bu yanğı oxucuda Vətənə, millətə, xalqa sevgi hissini artırmaq, əbədləşdirmək kimi müqəddəs bir missiyanı yerinə yetirməkdədir.

Айсүлу МАТАЕВА
e-mail: mataevaa@mail.ru

ОСВЕЩЕНИЕ ТЕМАТИКИ ВЫСТАВКИ ЭКСПО-2017 И МИССИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

АННОТАЦИЯ:

В данном докладе рассматриваются проблемы освещения тематики Международной выставки ЭКСПО-2017, которая пройдет в Астане в мае-сентябре текущего года. Выставка имеет большое имиджевое значение для Республики Казахстан. Имидж обеспечивают СМИ страны

Ключевые слова: *СМИ Республики Казахстан, ЭКСПО-2017, энергия будущего, миссия, жанры журналистики, черты современной журналистики.*

ABSTRACT:

This report examines the challenges of covering themes of the International Exhibition EXPO 2017, which will be held in Astana in May and September this year. The exhibition is of great importance for its image of the Republic of Kazakhstan. Image provide the country's media.

Key words: *Media of the Republic of Kazakhstan, EXPO 2017, the energy of the future mission, journalistic genres, contemporary journalism features.*

С провозглашением Независимости Республики Казахстан, вследствие смены парадигмы его исторического развития, пришло понимание того факта, что создание собственного информационного пространства и его последующая интеграция в систему глобальных информационных связей являются важным механизмом для укрепления

казахстанского государства, сохранения самобытности многонационального общества, имеющего в своем составе более сотни наций и народностей.

До 1990 года в Казахстане издавалось 10 республиканских государственных печатных изданий, выходили в эфир 21 теле- и радиоканал. На текущий момент в стране действуют 2695 единиц СМИ. Подавляющее большинство в общей структуре, 90 процентов, составляют газеты (1619) и журналы (808), 9,5 процента – электронные СМИ (63 телекомпании, 42 радиокomпании, 146 операторов кабельного телевидения и 6 – спутникового вещания) и 0,5 процента – информационные агентства (11) [1]. Информационное пространство имеет огромное политическое значение, является жизненно необходимым для создания единого образовательного и культурного пространства. Журналистика Республики Казахстан сегодня - социальный институт общества, который включает в себя редакции СМИ и издательств, работа которых (подготовка и передача в массовую аудиторию периодики, программ радио и телевидения) обеспечивается инфраструктурой журналистики: технической, информационной, организационно-управленческой; к инфраструктуре относятся также учебные и научные центры, изучающие практическую журналистику.

Журналистика - система видов деятельности, включающая поиск, получение, производство и распространение массовой информации, учреждение СМИ, владение, пользование и распоряжение ими, изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции СМИ. Помимо традиционных профессий, определяемых основной работой - авторской, редакторской, организаторской, - в современной журналистике все более важное место занимают специалисты по менеджменту, маркетингу, рекламе, инженерному обеспечению.

Журналистика как наука - система культурологических, исторических, социологических, экономических и других дисциплин, охватывающая цикл создания и управления практической деятельностью журналистов в обществе и их влияние на социальные процессы. Как предмет систематического анализа журналистику можно изучать как: социальный институт; комплекс практических занятий для поддержания жизненного цикла медиа; систему профессий; систему работы по созданию текстов; систему управления каналами массовой коммуникации; часть медиа-индустрии.

Основой журналистики становится комбинация гуманитарных дисциплин, изучающих суть духовной культуры цивилизации через влияние текстов или сообщений в полисистемах СМИ. Текст, таким образом, становится целым комплексом внутренних элементов и внешних отношений в отдельной реальности, в которой существует журналистика и которая необходима для него.

Произведения каждого вида можно встретить в любом из родов журналистики. В свою очередь, каждый из журналистских видов подразделяется на подвиды, или жанры. Видовое и жанровое членение отражает стремление осмыслить реальный мир во всем многообразии действительности: информационная, аналитическая, художественная публицистика.

Журналистика РК в годы рыночного развития не столь однотипна, как в годы становления. Оно и понятно, с точки зрения, принадлежности ее разным политическим силам, партиям и учредителям. Но есть одна тема, которая в последние шесть-семь лет объединяет ее. Это тема ЭКСПО-2017.

На заседании Государственной комиссии по вопросам организации международной выставки в 2012 году Президент РК Н. Назарбаев изложил основной концепт подготовки выставки. Он отметил, что у страны много инициатив, тесно связанных с ее тематикой: «Это Глобальная энерго-экологическая стратегия, программа партнерства «Зеленый

Мост» и «зеленая экономика». Их нужно консолидировать и скорреспондировать с Национальным планом организации и проведения выставки. На международных и региональных аренах все эти инициативы должны двигаться «единым фронтом». Но этого мало. Сама страна должна показать идею приверженности перехода на «Энергию будущего». Активное участие в реализации этого концепта принимают ведущие общественные организации страны - Международный секретариат Global, Коалиция «За «зеленую экономику и развитие Global» (Коалиция), Международная организация «Ехро&Women», Ассоциация «Евразийский экономический клуб ученых» (АЕЭКУ), Альянс волонтеров Казахстана и другие [2].

Инновации в плюсе к экологии рождают «зеленые» технологии. Бизнес в плюсе к «зеленым» технологиям рождает «зеленый» бизнес. Правовая поддержка и соглашения с государством по улучшению экосистем в плюсе к «зеленому» бизнесу рождает «зеленую» экономику.

Журналисты различных изданий страны отчетливо понимают, что ЭКСПО-2017 – это инструмент перехода человечества к Третьей индустриальной революции, Шестому технологическому укладу, основанному на «зеленой экономике», прорывных инновациях, новых информационно-коммуникативных технологиях и виртуальных взаимодействиях (интернет-торговля, краутсорсинг, краутфандинг, виртуальные форумы, выставки и конкурсы, социальные сети и т.д.).

За прошедшее время в стране, которая уже вышла на финишную прямую к международной выставке, сделано немало шагов в этом направлении. Принята Концепция перехода Казахстана к «зеленой экономике», создан совет по «зеленой экономике» при Президенте РК, получила развитие площадка G-Global, Казахстан подал заявку на участие в новом глобальном климатическом соглашении, стартовала Программа партнерства «Зеленый Мост», отмечают практически все СМИ страны.

«Зеленые» технологии, абсолютные инновации, энергия будущего, Третья индустриальная революция, виртуальные конкурсы и выставки – подобные слова были мало знакомы несколько лет назад, а сегодня они создают новую реальность, в том числе благодаря СМИ, которые объединены общей тематикой выставки. Понимая безусловно, что лишь синергетический синтез трех компонентов – «зеленой экономики» («Зеленый Мост»), инноваций (Экспо-2017) и новой информационно-коммуникативной среды (G-Global) даст продвижение страны вне зависимости от кризисов, новых угроз и рисков, от внешней конъюнктуры.

Так оказалась, что именно общественные организации страны и СМИ вносят сегодня ключевую роль в развитии этих направлений, практически при отсутствии государственных грантов на эти темы.

«Мы, как инициаторы, должны показать свои достижения: строительство солнечных модулей, ветряных электростанций, использование силы горных рек. У нас уже есть опыт использования подземной энергии, ведь чем ближе к центру земли, тем горячее. Вам не приходилось спускаться в шахту километр глубиной? Я спускался. Там температура всегда 45 градусов. Вот эту разницу температуры поверхности земли и ее недр можно использовать, получая энергию. Восточно-Казахстанский университет придумал соответствующую установку. В Караганде есть такой опыт», - отметил Н. Назарбаев.

Пользу от всего этого, как заверил Президент, Казахстан получит немного позднее. Но, начиная «с сегодняшнего дня», ученые во всех учебных заведениях должны вести работу в сфере «зеленой экономики», демонстрировать новшества науки». Еще в мае 2014 года Коалиция, АЕЭКУ и НК «АО Астана «ЭКСПО-2017» провели конференцию «ЭКСПО-2017» - энергия для устойчивого развития» в рамках VII Астанинского

Экономического форума, соорганизаторами которого выступили ОБСЕ, ЭСКАТО ООН и Фонд Конрада Аденауэра.

На конференции подписан Меморандум между НК «АО Астана «ЭКСПО-2017», АЕЭКУ и Коалицией, направленный на комплексную поддержку подготовки к ЭКСПО-2017, включая организацию Конкурса по инновациям, виртуальной выставки, вовлечение в соглашения по ЭКСПО-2017 международных и неправительственных организаций.

С целью интеграции отечественных и зарубежных ученых на Международном форуме «Энергия будущего: сокращение выбросов CO₂», по инициативе Коалиции и Международного секретариата G-Global подписан Меморандум о проведении ежегодного национального и международного виртуального конкурса зеленых инноваций Online-Expo-2017 и стартует уникальный проект «Виртуальная ЭКСПО-2017», сообщает информационный портал BNews [3].

От государственных структур Меморандум подписали министерства образования и науки, энергетики, инвестиций и развития, АО НУХ «Байтерек», АО НУХ «Казагро», АО «Национальное агентство по технологическому развитию», ННТХ «Парасат», АО «Самрук-Энерго», ТОО «Центр коммерциализации технологий», АО «КазАгроИнновация», АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», Инновационный парк Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева, АО «НК Астана «ЭКСПО-2017» и другие, сообщает телевизионный канал «Хабар» [4].

В рамках проекта «Виртуальная ЭКСПО-2017» функционирует несколько сайтов: виртуальная выставка мировых достижений зеленых технологий и проектов для ЭКСПО-2017 (www.g-global-expo.org), Республиканский виртуальный конкурс Online-Expo-2017 (www.online-expo2017.com), а также виртуальный форум ЭКСПО, где к обсуждению предложены более ста тем, касающихся повышения энергоэффективности, увеличения доли возобновляемой энергетики и развития зеленой экономики (www.group-global.org). Реализация этого проекта - вклад казахстанской общественности и СМИ в движение ЭКСПО, когда максимально используются возможности информационных ресурсов.

Результаты проекта «Виртуальная ЭКСПО-2017» только за один год: на сайте www.g-global-expo.org можно ознакомиться не только с официальными исследованиями в сфере энергии будущего, новой физики, «зеленых» технологий, но и с так называемыми «гаражными инновациями» изобретателей, с работами независимых ученых и экспертов. В виртуальном казахстанском павильоне показано множество уникальных «зеленых» инноваций, имеющих патенты и опытные образцы, рекомендуемы на ЭКСПО-2017.

Как известно, основой всех журналистских произведений является факт. Факт - это свершившееся событие. Факты являются основой информации. Факт обладает следующими свойствами: достоверностью, свежестью, правдивостью, общественной значимостью, он не должен быть банальным.

Исполненные в различных жанрах материалы по теме ЭКПО-2017 отличаются особыми методами и приемами передачи информации, состоящей в повествовании, в так называемом, «телеграфном стиле» реальных фактов в контексте реального времени. Основа основ журналистики - информационные жанры. Заметка, интервью, репортаж, хроника, расширенная информация, отчет - ими перенасыщены материалы на новостных сайтах Казахстана.

Аналитические жанры используют печатные СМИ, а также порталы, дающие анализ политической, экономической, социальной жизни республики. Материалы из дирекции ЭКСПО-2017 в виде корреспонденции, комментария, статей, беседы, обзора и других жанров аналитической публицистики публикуются на сайтах Ratel.kz, 365info.kz, Informburo.kz, в газетах «Казахстанская правда», «Егемен Казакстан», «Литер», «Айкын», журналах «Курсив», «Экономическое обозрение» и других СМИ РК.

Художественно-публицистические жанры – зарисовка, эссе, очерк, фельетон, памфлет и другие – больше посвящены людям, работающим на объектах, строившихся и построенных для Международной выставки ЭКСПО-2017. Применение фельетона или памфлета на порталах их не столь широка, как в печатных СМИ, в связи со сложившимся приоритетом пропаганды и выгоды для стран выставки в 2017 году в Астане.

Журналистский текст как конечный продукт деятельности работников СМИ всегда является основным элементом исследования. В таком качестве текст становится основным предметом журналистики как науки. Можно назвать множество альтернативных предметов, которые также достойны рассмотрения. Но тексты остаются основным способом взаимодействия между журналистскими институтами и обществом. Без использования текстов даже самый изощренный в вопросах социального влияния и манипулирования журналист не сможет достичь своих целей.

Та же логика может быть применена ко всему институту практической журналистики, основным продуктом деятельности которого является текст, без которого реализация его социальных функций оказывается невозможной.

Понимание значения текстов является одним из ключевых моментов исследований в области журналистики, в том числе и по данной тематике. Причем следует помнить, что, независимо от того, какой из подходов к журналистике выбирает исследователь, текст для него остается основой для анализа. Например, если журналистика рассматривается как система создания, обработки, хранения и распределения данных и мнений, то текст в этом случае играет роль системы символов. Такая символическая система может происходить от естественной (событие, явление или отношение) или искусственной (виртуальная реальность, предмет искусства) смысловой области с целью выделения и распределения информации в различных полисистемах СМИ. Предметом журналистики в этом случае является совокупность разнообразных текстов и способов взаимодействия в рамках информационной, коммуникационной и управленческой теорий.

Тексты по исследуемой теме обладают всеми чертами современной журналистики, к коим относятся:

- **Интерактивность**

Диалоговость, интерактивность заложена в саму технологию www, что заставляет журналистику не на словах, а на деле отказываться от исключительно однонаправленных способов коммуникации. Причем, не только веб-журналистику, но и журналистику в целом. Это новая задача, очевидно, будет вносить существенные изменения в стилевые особенности журналистской работы, в организационные аспекты издательской деятельности и т.п. Интернет дает возможность не только что-то сообщать обезличенному читателю, но и узнавать его реакцию, и учиться у него кое-чему. Традиционные подходы, рассчитанные на абстрактного читателя, здесь не годятся.

- **Персональный подход.**

Есть возможность учитывать потребности и привычки конкретного читателя и/или группы читателей.

- **Инфоцентричность.**

Встроенная возможность сколь угодно глубокой иерархичности информации допускает при участии читателя практически любой степени детализации изложения, не загружая ненужными деталями основное изложение.

- **Мгновенность.**

Сеть Интернет уже представляется как центральная часть, скорость передачи информации в которой постоянно растет, и периферийную часть – от провайдера к клиенту. Скорость передачи информации в центральной части делает его самым непосредственным средством массмедиа.

- Измеримость.

Сеть обладает инструментами (например, счетчики посещений), позволяющими быстро оценить популярность той или иной публикации [4]. Несмотря на популярность и читабельность в сети РК негативных и криминальных сообщений, информпорталы периодически сообщают о повышенном внимании пользователей к теме ЭКСПО-2017 в последние годы.

Это и понятно, с приближением важного для страны события, обостряется внимание к нему со стороны не только казахстанцев, но и мирового сообщества. На сегодняшний день миллион зарубежных гостей уже изъявили желание посетить выставку ЭКСПО-17 в Астане, сообщает сайт 365info.kz [5]. Председатель правления АО «НК «Астана ЭКСПО-2017» Ахметжан Есимов в декабре 2016 года объявил: «К сегодняшнему дню свое участие в выставке «Астана ЭКСПО-2017» подтвердили 106 стран, 102 из них назначили своих комиссаров, 90 - подписали договоры об участии». Стандартная процедура проходит в несколько этапов: подтверждение участия, назначение комиссара и подписание договора участия.

Элементы медиамаркетинга оказываются автоматически встроенными в саму систему со всеми вытекающими отсюда последствиями. Простой подсчет щелчков пользователей на материалах позволяет (приблизительно и даже с определенной точностью) определить, какой материал вызвал интерес, а какой - нет.

- Гибкость.

Позволяет излагать материал самым замысловатым образом и быстро его обновлять, дает возможность посетителям самим участвовать в построении страницы, поддерживая таким образом у них постоянный интерес.

- Взаимосвязанность.
- Экономичность [6].

Профессиональная деятельность журналиста тесно связана с таким понятием, как конфиденциальность - обязательное для выполнения лицом, получившим доступ к определенной информации, требование не передавать такую информацию третьим лицам без согласия ее обладателя. За несоблюдение конфиденциальности информации журналист может быть привлечен к административной или уголовной ответственности в судебном порядке.

ЛИТЕРАТУРА

[1]. Справочник Министерства информации и коммуникаций РК (для служебного пользования), 2016 г.

[2]. «Казахстанская правда», общенациональная газета, 12.09.2012 г.

[3]. BNews, информационный портал, 17.10.2014 г.

[4]. «Хабар» - телевизионный канал, РК, 2013 г.

[5]. 365info.kz, информационный портал, 15.12.2016 г.

[6]. Тertychnyy A.A. Жанры периодической печати: учебное пособие / А.А. Тertychnyy. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2002 г.

Literature

[1]. Directory of the Ministry of Information and Communications (for official use only), 2016.

[2]. «Kazakhstanskaya Pravda», a national newspaper of 12.09.2012.

[3]. Bnews, information portal, 17.10.2014.

[4] «Khabar» - television channel, RK 2013.

[5]. 365info.kz, information portal, 15.12.2016.

[6]. Tertychnyi A.A. periodicals Genre: Textbook / AA Tertychnyi. 2nd ed., Rev. and ext. M.: Aspekt Press, 2002.

KLASSİK PUBLİSISTİKA SƏNƏTKARLIQ MƏKTƏBİDİR

SAMMARY

This article presents the research problems such as topic, poetic, the actuality for the modern epoch of the classical publicism. The scientific analyse of the creativity of the famous publicists of press history is the main topic of the article. The authors made the large analyse around the oriental world, Muslim world and in this context Azeri environment in the creativity of these publicists.

The specific features of the characteristics of the writer's publicisim against the background of publicism of newspaper, journal are analysed in the article. The historical facts of the classical publicist are presented as the art lessons for today.

Keywords: publicist, journal, newspaper, modern

Azərbaycan klassik publisistikası öz tematikası, mövzu dairəsilə həmişə maarifçiliyə, xalqın, millətin özünüdərk prosesinin güclənməsinə xidmət etmişdir. Azərbaycanın yaradıcı ziyalıları publisistik sözün gücünü daha çox qiymətləndirmişlər. Əlbəttə, “sözün təsir qüvvəsinin harda güclü olması zənni bu ziyalıları ədəbi yaradıcılığın bütün növlərini sınaqdan keçirməyə sövq etmişdir”. (1.4). Bütün bunlar isə öz əksini mətbuatda tapmışdır. Ona görə də “millətin tərəqqisində, milli şüurun oyanışı və milli özünüdərk prosesində ... mətbuatın özünəməxsus yeri var”. (2.6). Publisistika, jurnalistika, bu sahəyə gec ayaq açsa da, ziyalılar yaradıcılığın bu növündən məhsuldar istifadə etmişlər.

İnkaredilməz faktdır ki, Azərbaycan klassikasında insanı, cəmiyyəti kamilləşdirən ən güclü ədəbi vasitə uzun müddət bədii söz olmuşdur. Böyük Nizaminin, Nəsiminin, M.F.Axundzadənin və digər klassik söz ustadlarımızın bədii tematikası insanı kamil görmək və estetik təsir vasitəsilə cəmiyyəti maarifləndirmək işinə misilsiz xidmət göstərmişdir. Azərbaycan ziyalısının öz estetik ideallarını gerçəkləşdirmə yolunda uzun əsrlər boyu bədii sözə üstünlük verməsi zamanın, dövrün və mühitin sənətkara diktəsindən doğmuşdur. Bəlkə buna görədir ki, yaradıcılıq növünün bizdə çox erkən başlamış poeziya dövrü və onun populyarlığı indinin özündə belə davam etməkdədir. Dahi Nizaminin “Xəmsə”sində qoyulan insan və cəmiyyət, insan və zaman və s. kimi ədəbi və əzəli problemlər əslində publisistikanın predmeti olsa da, sənətkar öz sözünü nəzmlə - o zaman yayılmağa daha çox imkanı olan poeziya ilə demişdir.

Mətbuatın yaranması və geniş arenaya çıxması, bununla da sənətkar sözünün tirajlanma imkanının genişlənməsi publisistikanın iştək, funksional xarakterini gündəmə gətirdi. Amma publisistika nə qədər böyük gücə malik olsa belə, günün – məhz bu günün aktual problemlərini gündəmə gətirməsi xarakteri uzun müddət bir çox sənətkarın yenə də ona deyil, bədii sözə öz tutmasını şərtləndirdi. Təsədüfi deyildi ki, “Molla Nəsrəddin” ədəbi məktəbinin əsas nümayəndələri də daha çox bədii sözə müraciət edir, “aralarındakı məfkurə və sənətkarlıq yaxınlığını” (3.6.) burada xüsusi göstərirdilər.

Bədii sözün estetik təsir gücü bütün zamanlarda özünü təsdiq etmiş və sənətkar da çox zaman məhz özünü təsdiq arzusunu yaradıcılığın bu növü ilə gerçəkləşdirmişdir. Mətbuat və kütləvilik imkanı dünya düzəninə bu məqamını xeyli dəyişməyə səbəb olmuşdu. Mətbuatın özünü təsdiqi ilə, bir ictimai institut olaraq formalaşması ilə ən güclü bədii söz ustaları da bu ictimai institutun bel sütununu təşkil edən publisistikadan – günün aktual problemlərinin həllinə yönələn bu yaradıcılıq növündən kənarda qala bilməzdilər. böyük ingilis şairi Con Milton yaşadığı əsrin ən mükəmməl poeziya nümunələri ilə İngiltərədə məşhur idi. XVIII əsrin birinci yarısında İngiltərə

parlamentı qarşısında senzura əleyhinə söylədiyi və sonralar çap etdirdiyi publisistik "Areopogitika" əsəri onu yaşadığı ölkənin hüdudlarından çox-çox uzaqlarda da məşhurlaşdırdı.

Azərbaycan ictimai-humanitar fikrinin korifeyi M.F.Axundzadə "Kəmalüddövlə məktubları" əsəri ilə daha çox fundamentalıq qazanmışdır. XIX əsrin sonu – XX əsrin əvvəllərində Avropada qəzet, jurnal dünyasının yaratdığı imkanlar isə Azərbaycanın da qabaqcıl yaradıcı ziyalılarının sözü birbaşa ünvana çatdıran publisistikaya meylini gücləndirdi. Publisist sözün H.Zərdabi, Ə.Ağaoğlu, Y.V.Çəmənzəminli, C.Məmmədquluzadə, Ö.F.Nemanzadə, Ü.Hacıbəyov, M.Ə.Rəsulzadə, Ə.Hüseynzadə ... kimi elə ustaları yetişdi ki, ədəbi yaradıcılığın bu növü cəmiyyətdə ən güclü təsir vasitəsinə çevrildi. Bu böyük sənət fədailərini zamanın yetirdiyi mətbuat ortaya çıxardı. Çünki publisistikanın yeni qadın qüvvəsi yalnız mətbuat vasitəsilə özünü göstərə bilərdi. Çünki "hər ölkənin mədəniyyətinin inkişafı onun ədəbiyyatının inkişafı ilə bağlı olduğu kimi, hər millətin siyasi vəziyyəti də onun mətbuat azadlığı ilə bağlıdır". (4) Deməli, söhbət həm də azad mətbuatdan gedir.

Azərbaycanın yaradıcı ziyalıların XX əsrin əvvəllərində publisistikaya güclü meyli məhz onların öz ideyalarını xalqa çatdırmaq işində məktəb səviyyəsinə yüksəldi, "Şərqi-Rus", "Həyat" kimi qəzetlərin, "Füyuzat", "Molla Nəsrəddin" kimi jurnalların ortaya çıxması ilə böyük vüsət aldı. "Azərbaycanda milli mətbuatın yaradılmasının 125 illiyi haqqında" Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanında bütövlükdə mətbuatın, xüsusi olaraq "Molla Nəsrəddin" jurnalının xalq həyatındakı roluna verilən qiymət klassik publisistikanıza və publisistlərimizə verilən qiymət kimi dəyərləndirilə bilər: "Mütərəqqi ideyaların carçısı olan "Molla Nəsrəddin" jurnalı müstəmləkəçilik siyasətini, geriliyi, mövhumatı amansız satıra atəşinə tutur, Azərbaycan dilinin saflığı uğrunda ardıcıl mübarizə aparırdı... "Molla Nəsrəddin" dövrünün mühüm siyasi hadisələrinə əsas diqqət verir, milli oyanış prosesinə xidmət edirdi". (5)

Bu tipli jurnallar və qəzetlər öz ətrafına ən fəal publisistləri toplayırdı. Əlbəttə, XX əsrin əvvəllərində Azərbaycan ədibləri hələ də bədii sözə, bədii sənətə önəm verirdilər. ancaq C.Məmmədquluzadə molla-nəsrəddinçilər publisistikasının qüdrətini tez duyduqlar və buna xüsusi diqqət yetirdilər.

Yuxarıda adlarını çəkdiyimiz ədiblərin jurnalistikadakı fəaliyyətləri sübut edir ki, publisistika özünü xalqa söz deməyin, milli ideyaları gerçəkləşdirməyin ən güclü vasitəsi kimi göstərən bir zamanda klassikləşir və onun problemə, mövzuya sənətkarlıq baxışı böyük məktəbə çevrilir. C.Məmmədquluzadə hələ XX əsrin lap əvvəllərində dogma dilimizin təhlükədə olduğunu, erməni xislətinin axır bir gün Azərbaycan üçün faciələrə gətirib çıxaracağını, imperiya siyasətinin milli zərbələr hazırladığını özünün "Azərbaycan", "Bizim obrazovannılar", "Axund və keşişin vəzi" və s. kimi onlarca dəyərli publisistik əsəri ilə, Üzeyir Hacıbəyov xalqın maariflənməsinə, qəflət yuxusundan oyanmasına xidmət göstərən "Bir firəng ilə söhbətim", "Nəyimizin vaxtıdır?", "Təəssürat", "Fitnələr qarşısında", "Düşmənlərimizin fəaliyyəti", "Qarabağ haqqında" tipli yazıları ilə, N.Nərimanov "Yalnız əldən səs çıxmaz", "Bəsdir özünüzü rüsvay etdiniz", "Həftə fəryadı", "Göz yaşı tökdürən cəzirə", "Bir az da utanmaq lazım" ... kimi məqalələri ilə, Ö.F.Nemanzadə "Dərdimiz və dərmanımız", "Dəvət", "İmtahan", "Köməkləşəlim", "Millətpərəstlik zamanıdır", "Məzlum ən böyük zalımdır" jurnalist düşüncələri ilə, Ə.Hüseynzadə "Türklər kimdir və kimlərdən ibarətdir?", "Ey qələm!" əsərləri ilə, Əhməd bəy Ağaoğlu "İslam və qadın", "Tənbellik mikrobu", "Tatar qadınlarının beşik mahnıları", "Mən kiməm" yazıları ilə, Y.V.Çəmənzəminli "Azərbaycan muxtariyyəti", "Müstəqilliyimizi istəyiriksə" məqalələr silsiləsi ilə publisistikanın bütün zamanlar üçün aktual olan klassik nümunələrini yaratmışlar. Adətən belə yazıçı və jurnalistlərin bu tip əsərləri "xoşbəxt yaradıcılıq nümunələri" (6.36.) kimi qiymətləndirilir.

Cəsarətlə demək olar ki, təkcə Molla Nəsrəddin ədəbi məktəbinin nümayəndələri özlərinin ölməz publisist əsərləri ilə ədəbi növün bu sahəsində şedevr sayılacaq yüzlərlə nümunələr ortaya qoymuşlar. Öz tematikasına, qaldırdığı problemlərin milli dəyərinə, millətə və onun

özünədərkinə göstərdiyi xidmətlərə görə XX əsrin klassik Azərbaycan publisistikası nümunələrinin sovet dövründə yenidən çapına dəmir senzura qadağaları imkan verməmişdir. M.Ə.Rəsulzadənin, Ü.hacıbəyovun milli oyanışla bağlı yazıları XX əsrin əvvəlləri Azərbaycan mətbuatının saralmış səhifələrində qalmışdı. Qarabağa erməni iddialarını, tariximizin erməni “alimləri” tərəfindən saxtalaşdırılmasına elmi-publisistik dəlillərlə xalqa analatmağa çalışan Üzeyir Hacıbəyov publisistikanın bu mövzudakı nümunələri 1918-1920-ci illərdə həmin yazıların dərc olunduğu “Azərbaycan” qəzeti ilə birgə arxivin zirzəmilərinə atılmışdı.

Bu aktual və millət dərdi ilə yüklü publisistikasına görə C.Məmmədquluzadənin onlarca məqaləsi ədibin əsərlərinin külliyyatına salınmamışdır. Qeyd edək ki, C.Məmmədquluzadənin sovet dövrü nəşrlərindən kənarda qalmış əsərləri akademik İ.Həbibbəylinin axtarış səyləri ilə onun yenidən çap olunmuş əsərləri kimi külliyyatına salınmışdır.

Əziz Mirəhmədov, N.Axundov, Ş.Qurbanov, Ş.Hüseynov kimi publisistika tədqiqatçıları isə vaxtilə bu əsərləri üzə çıxarmağın cəzasını çəkmişlər.

Adətən elmi ədəbiyyatda klassika epiteti daha çox yüzilləri, minilləri əhatə edən sənət nümunələrinə şamil edilir. Həqiqətən də klassika ona görə qiymətlidir ki, onun postulatları, kamil üslubu, böyük ideyaları və bu ideyaların sənətkarcasına ifadə tərzii yüzillərin həqiqətinə, aktual problemlərinə və nəhayət, bu yüzillərin sənət nümunəsinə çevrilir. Bədii söz sənəti bu statusu qazanmaqda xeyli əlverişli imkanlara malikdir. Publisistika da söz sənətidir. Lakin ədəbi yaradıcılığın bu növü daha çox günün aktual problemlərini qələmə aldığına görədir ki, ünvanlı, konkret zamana və məkana aidliyi ilə uzunmüddətli ömrə sahib olmur. Ancaq tarixi təcrübə sübut edir ki, hər şey sənətkardan, onun ifadə tərzindən, qaldırdığı problemlərin cəmiyyət həyatında gərəklilik dərəcəsiindən çox asılıdır. Bu mənada “qəzet bir gün yaşayır” məlum tezişi ətrafında mübahisə də etmək olar. Yəni, məsələn, XX əsrin əvvəllərində meydana çıxan qəzetimizin səhifələrində bəzən elə mövzular, elə bəşəri və xəlqi problemlər öz əksini tapmış və bu əsərlər elə böyük, qüdrətli qələm sahibinə məxsus olmuşdur ki, həmin qəzetlərin adını da, özünü də bu gün belə yaşatmaqdadır.

Bu mənada Azərbaycanın jurnal publisistikasının da bəşəri və əbədi yaşarılığını təmin edən faktlar çoxdur. “Şərqi-Rus”, “Həyat”, “Tərəqqi” qəzetləri günün aktual məsələlərini qoyurdusa, “Füyuzat”, “Molla Nəsrəddin” kimi jurnallar uzunmüddətli strateji mövzuları gündəmə gətirirdi. “Füyuzat” kimi ədəbi jurnalın XX əsrin əvvəllərində gündəmə gətirdiyi türçülük ideyaları isə yüz ilin qadağalarını dəf edərək XX əsrin sonunda yeni təkanla bir daha üzə çıxdı. Türkcülük və onun ifadəsinin klassik nümunələri “Füyuzat”ın səhifələrində parlaq yer almışdır. Bu jurnaldakı publisistika müasirlərdən ötrü bir məktəb səviyyəsindədir. Tədqiqatçı Ş.Vəliyev haqlı olaraq bu jurnalı “Azərbaycan ədəbi-mədəni həyatının inkişafı tarixində .. güclü ədəbi məktəb” (7.370.) adlandırır.

Xalqın milli dəyərləri, milli özünüdərək və azərbaycançılıq ideyaları “Molla Nəsrəddin” jurnalında və molla-nəsrəddinçilər ədəbi məktəbində öz möhtəşəm ifadəsini tapmışdır. Bu böyük məktəblərin əsasında isə sözü birbaşa və daha böyük cəsarətlə üzə deyən əlahəzrət publisistika dayanır.

Azərbaycan publisistikası XX əsrin əvvəllərindəki səviyyəsi ilə heyranə doğurur. Həmin dövrdə Azərbaycanda baş verən ictimai-siyasi hadisələr, milli özünüdərək prosesinin güclənməsi, azərbaycançılıq ideyalarının qabardılması publisistikanın həm mövzu dairəsini, həm də sənətkarlıq keyfiyyətini yüksəklərə qaldırırdı.

O vaxtlar Bağçasarayda “Tərcüman” qəzetinin nəşiri və baş redaktoru, türk dünyasının ilk milli mücahidlərindən biri İsmayıl bəy Qasıralı Ə.Hüseynzadənin ona göndərdiyi “Həyat” qəzetinin cildlənmiş nömrələrini alıb öz fikrini belə ifadə etmişdi: “Əziz qardaşım, ... “Həyat”ın hamisi-həqiqəsi millətdir. Mən yalnız onun “Tərcüman”ıyam. Millət sənə daim hamisi olur. Fəqət, yeganə şərtini unutma – hər nə yazacaq isən, qələmi üçqəpiklik qara mürəkkəbə batırma, ürəyinə batırıb qanı ilə yazı yaz. Sözü ötər, vicdanlara yetər. Əks halda, bismərə gələr, keçər, gedər”.

İ.Qaspiralının Ə.Hüseynzadəyə bu “rica”sı, bu “məsləhəti” və bu “vəsiyyəti” XX əsrin əvvəllərinin Azərbaycan publisistlərinin kredosuna çevrilmişdir. Əli bəy Hüseynzadə özünün “Kaspi”, “Həyat”, “Füyuzat”, “İrşad”, “Tərəqqi” qəzetlərindəki publisistika nümunələrini məhz “ürəyinin qanı” ilə yazmışdır. Onun “Azərbaycanda düşündüklərim”, “Gənc türklər, yaxud gənc türkçülük nə deməkdir”, “Azərbaycan padşahları” və s. onlarca yazısı Vətən, onun dərdləri ilə bağlı problemlərdən çıxış yolları kimi tarixin ibrət dərsləridir. Bu əsərləri ilə “Ə.Hüseynzadə tarixdir. Elə bir tarix ki, o yeni türk dünyasının həm yaradıcısı, həm də qurucusu idi”. (8.27).

XX əsrin əvvəllərində yaşayıb-yaratmış publisistlərimizin yaradıcılığı bu günümüz üçün də çox aktual olaraq qalır. C.Məmmədquluzadə, Ö.F.Nemanzadə, Ü.Hacıbəyov, M.Şaxtaxtli, M.Ə.Rəsulzadə, N.Nərimanov, Ə. Hüseynzadə, Ə.Ağaoğlu... Bu böyük yaradıcı insanların adlarını sadaladıqca qurtarmır. Bu sıranı xalqa onun taleyi bəxş etmişdir. Bu xalqın ən ağır problemlərlə yükləndiyi çağında tale ona Cəlil Məmmədquluzadə kimi sözü birbaşa üzə deyən bir publisist yetirdi. Böyük Mirzə Cəlilin xalqa yanımlığı bütöv bir nəslin həyat amalına çevrilmişdir. Bu mənada “Cəlil Məmmədquluzadə Azərbaycanda milli istiqlal ədəbiyyatının bayraqdarı və sərkərdəsi”, habelə əsərləri ilə bədii-ictimai fikir tarixində azərbaycançılıq ideologiyasını yeni vüsətlə ortaya qoyan bir sənətkardır. Doğru olaraq C.Məmmədquluzadə yaradıcılığı “dərin, mənalı və həyacanlı bir Azərbaycannamə” adlandırılır. Bu mənada ədibin publisistikanın şah əsəri olan “Azərbaycan” məqaləsi milli oyanış və siyasi intibah dövrünün ... manifestidir”. Həqiqətən də “Azərbaycan” məqaləsi – xalqımızın müstəqil və demokratik dövlət quruculuğu prosesindəki ümummilli vəzifələrin publisistik tərcümanı, carçısı, vətəndaşlıq harayının ifadəsidir...

Bu məqalə - Azərbaycanın vətəndaş ədibi Cəlil Məmmədquluzadənin mahir qələmi ilə çəkilmiş coğrafiyasının nadir publisist xəritəsidir” (İ.Həbibbəyli).

C.Məmmədquluzadə və Ö.F.Nemanzadənin yaratdığı “Molla Nəsrəddin” jurnalının publisistikası bir sıra cəhətləri ilə bu gün üçün daha aktual görünür. Çünki “Molla Nəsrəddin” və molla-nəsrəddinçilər yatmış xalqı oyadır, özümüzü özümüzlə tanıdır, azərbaycanlıyı kamil görmək istəyirdilər.

Molla-nəsrəddinçilərin informasiya sahəsində məhdud coğrafi əraziləri olmamışdır. Xüsusilə “Molla Nəsrəddin” jurnalında onlar Şərq Dünyasında baş verən hadisələrə çox həssas yanaşmışlar. Onlar islam dünyasının tam müstəqilliyi, azad və sivil olması uğrunda geniş mübarizə aparmışlar. Molla-nəsrəddinçilər jurnalda informasiyanı bəzən publisistik təsir səviyyəsinə qaldırmışlar. Jurnalın lap ilk illərindən onun səhifələrində İran, Türkiyə, Pakistan, Hindistan, Misir hadisələri mühüm yer tutmuşdur. Məsələn, jurnalın 1906-cı il 4-cü nömrəsində dərc olunmuş “Mərakeş səltənətinə istiqlaliyyəti-tam verildi” kiçik bir informasiya digər qəzetlər üçün analitik yazılara yol açmışdır. Jurnalın 1906-cı il tarixli 5-ci nömrəsində “müşərilərin yarıdan çoxunun İran əhli olduğu” bildirilir.”İran əhli” jurnalda öz problemlərini gördüyünə görə ona müştəri çıxırdı.

Şərq dünyasına münasibətdə publisistikamızın ayrıca yeri var. Müsəlman şərqli Azərbaycan publisistlərinin və xüsusilə “Molla Nəsrəddin” jurnalının yaradıcılığında xüsusi yer tutmuşdur. Jurnalın yaradıcısı və ideya rəhbəri Cəlil Məmmədquluzadə publisistikasında Azərbaycan Şərqin Pakistan, Misir, İran və s. kimi müsəlman ölkələrinin inkişaf kontekstində təqdim olunur. Onun yaradıcılığının bütün məzmunu müsəlman dünyasının maariflənməsinə, inkişafına bağlıdır. Onun bir çox publisistik əsərində, o, cümlədən “Paklar” felyetonunda Şərq dünyasını inkişaf etmiş ölkələr sırasında görmək arzusu xüsusi vurğulanır. Müəllif İstanbulda çıxan “Tənin” qəzetində iki hacının Məkkə və Mədinə ziyarətindən qeydlərinə istinadən bu müqəddəs şəhərlərdə təmizliyə əməl edilməməsindən narahatlığını ifadə edir. Felyetonda belə bir sual qoyulur: “Bütün dünyanın müsməlmanlarının ən vacib, ən müqəddəs bir ziyarətگاهی olan mübarək şəhərləri öylə ədəmi nəzafət içində buraxarsaq, bizə nə deyirlər? Nə desələr haqları olmaz?..” Və müəllif sualın cavabını da verir: “Yer üzünün cəmi müsəlmanlarının ən müqəddəs

bir ziyarətgahı bu tövr çirk içində qalıb ətrafı üfunətləndirəndə, gör elədə bu millətin evi, həyəti, küçəsi və hətta məscidi nə halda olmalıdır?” (9.103). Bu səfərlərdə publisist müqəddəs Məkkəni və Mədinəni onların müqəddəsliyinə layiq təmiz saxlamağı təbliğ edir. Publisist bu faktı Azərbaycanın şəhər və kəndlərindəki eyni mənzərə ilə müqayisə edir və yenə də Azərbaycan onun əsas mövzu obyektı olur.

Cəlil Məmmədquluzadə “Şərq qadını” əsərində bütün Şərq qadınlarını oxumağa, maariflənməyə çağırır: “Ey şərq qadınları, oxuyun, oxuyun, oxuyun! Əgər oxuyub savad və elm qazansanız onda azadlığın qədrini bilərsiniz, onda xoşbəxtlik yolunu taparsınız. Oxumasanız qaranlıqda qalacaqsınız” (9.69).

Cəlil Məmmədquluzadənin məslək dostu Ömər Faiq Nemanzadənin də publisistikasında Şərq mövzusu xeyli yer tutur. Xüsusilə “Şərqi - Rus” qəzetində bu mövzuya xeyli yer vermişdir. O, “əlində imkanı olan, ürəyində xalqa məhəbbəti olanlardan çox şey umur və onları dəyişən dünyada millətin inkişafına kömək etmələrini istəyirdi” (10.31).

Ömər Faiq Nemanzadə “Şərqi Rus”dakı bir məqaləsində Pakistanın inkişaf surətini onun millətə məhəbbəti olan insanların fəaliyyətində görürdü” (11.) Beləliklə, Azərbaycan publisistikası milli problemlərini ümummüsəlman və ümumxalq kontekstində götürərək, daha geniş yaradıcılıq fəaliyyəti göstərirdilər.

Dövrün publisist ziyalıları birləşməyi də bacarmışdılar. Ö.F.Nemanzadə - Mirzə Cəlil birgəliyi xalqın maariflənməsi işində misilsiz rol oynamışdır. Ömər Faiqin təkcə “Dərdimiz və dərmanımız” publisist yazısını oxumaq kifayətdir ki, onun bu günümüz üçün nə qədər aktualıq kəsb etdiyi anlaşılsın. Bu yazıda böyük publisist müsəlmanların geri qalma səbəblərini açıqlayır, Avropa mədəniyyətinə qovuşmaq istəyinin necə süni yerinə yetirildiyini ürək ağrısı ilə dilə gətirir: “Bir qisim kişilərimiz də var. Mədənilərin əsərlərini və o səbəblə də onların rəftarlarını, hallarını xoş görürlər, onlar kimi olmaq istəyirlər. Mədəniyyəti paltarda, dildə zənn edərək uzun arxalıqlarını, başmaqlarını çıxarıb jaket, dar çəkmə geyərlər, hər kəsin ildə yetdiyi indiki mərtəbəyə bunlar 15-20 manatla on dəqiqədə nail olurlar. Az vaxtda tərbiyəli meymunlar kimi yekə bir obrazovanni olub (qeyrətlərinə nəzər dəyməsin!) firəng köynəklərinin yaxasını qucaqlarına qədər çıxarırlar, amma qafalarından köhnə fikri, xəbərsizliyi çıxarmayırlar”.

Görkəmli publisist dövlətliləri, alimləri iş görməyə, maarif və mədəniyyətin qayğısına qalmağa dəvət edirdi. Publisistin “Nə üçün haqqımızı istəmiriz?”, “Biz də vaxta görə çalışaq”, “Ağacı qurd içindən yeyər”, “Məzlum ən böyük zalımdır”, “İşğımız sönməyəcəkdir” və s. onlarca yazısı müasirlərimizin də ədəbi dərsləri ola biləcək sənətkarlıq səviyyəsindədir.

Dünya publisistikası təcrübəsində yazıçının bu sahədəki fəaliyyəti bir sıra xüsusiyyətləri ilə seçilir. Yazıçı publisistikası bədii publisistikanın ən önəmli, ən ustad nümunələrini ortaya qoyur. Bu publisistikada yazıçı sənədli və birbaşa sənətkar sözünü bədii detallar, daha inandırıcı faktlar, oxucuya ünvanlanmış fakt, məzmun və bir sıra digər keyfiyyətlər, hətta bədii üslubu daha mükəmməl ehtiva edən stilistika, leksikon elementləri ilə kamilləşdirir, sənət səviyyəsini yüksəldir. Azərbaycan yazıçı publisistikasında da belə nümunələrin sayı çoxdur. XIX əsrin ortalarında M.F.Axundzadə ilə başlayan, N.Vəzirovla davam edən və XX əsrin əvvəllərində Y.V.Çəmənzəminli, C.Məmmədquluzadə, Ü.Hacıbəyov, M.S.Ordubadi, Ə.Haqverdiyev, Ə.Qəmküsar, M.Ə.Möcüz və digərləri tərəfindən davam etdirilən yazıçı publisistikası milli özünüdərk, azərbaycançılıq prosesinin gücləndirilməsində mühüm rol oynamışdır.

Yusif Vəzir Çəmənzəminlinin “Kiyevdən məktublar”ndakı “İki ailə”, “Zəruri məsələlər”, “Azərbaycan muxtariyyəti”, “Milli və mədəni irslərimiz” kimi əsərlər bu tip publisistikanın yaxşı nümunələrindəndir. M.S.Ordubadinin Azərbaycanın müxtəlif bölgələrində - ermənilərin soyqırım faktlarının canlı reportajları səviyyəsində bu gün də öz aktuallığını saxlayan əvəzolunmaz “Qanlı illər” əsəri təkcə sarsıdıcı və tarixin şahidlik faktına çevrilən sənədliliyi ilə deyil, həm də bu faktların insan hisslərinə təsir edən, insanı intiqama səsləyən və erməni vəhşətinin miqyasını göstərən üslubu ilə də xüsusi maraq doğurur. Yaxud Ü.Hacıbəyovun 1918-

1920-ci illərdə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə “Azərbaycan” qəzetində dərc etdirdiyi silsilə publisistik yazıları – yazıçı publisistikasının ölməz nümunələridir. Bu əsərlərin sovet dönməində yenidən çapı qəti qadağan edilmişdir. Əgər sovet dövründə Azərbaycan gənclərinin bu əsərlərə əlləri çatsaydı, indiki Qarabağ faciələrinə də yer qalmazdı. Çünki həmin əsərlər erməni xislətinin və İmperiya siyasətinin iç üzünü o zamankı oxucuya göstərmişdir.

Azərbaycanın müstəqillik əldə etməsi ilə klassik publisistikanın ən kəskin problemlər qoymuş nümunələri yenidən işıq üzü görməyə başlamışdır. M.S.Ordubadinin, Ə.Hüseynzadənin, Ə.Ağaoğlunun, Ü.Hacıbəylinin və başqa publisistlərin yenidən nəşr olunan əsərləri buna sübutdur.

Bu publisistika həmişə müasirdir, aktualdır, yeni yaradıcı ziyalılara ünvanlanan jurnalistika dərsləridir.

ƏDƏBİYYAT

1. Məmmədli C. “Azərbaycan publisistikası antologiyası” kitabına ön söz. Bakı, Şərq-Qərb, 2007, səh. 4, (688 səh.)
2. Aşırılı A. “Azərbaycan mətbuatı tarixi”. Bakı, Elm və Təhsil, 2009, səh.6 (296 səh)
3. Zamanov A. Bir yolun yolçuları. “Mollanəsrəddinçi şairlər” kitabına ön söz, Bakı, Yazıçı, 1986, səh. 6, (512 səh)
4. Rəsulzadə M.Ə. Mətbuat azadlığı. “İrani-növ” qəzeti, 28 aprel 1911.
5. Azərbaycanda milli mətbuatın yaradılmasının 125 illiyi haqqında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin fərmanı. “Xalq qəzeti”, 30 mart 2005
6. Кузнецов И.В. Зеленина Е.В. Во имя России. Предсловие к книге «Публицистика русского зарубежье». М., Изд-во МГУ, 1999., ст. 36 (352 стр)
7. Vəliyev Ş. Füyuzat ədəbi məktəbi. Ankara, Ejdat yayınları, 2000, səh. 370 (388 səh.)
8. Bayramlı O. Görkəmli fikir dünyası. Əli bəy Hüseynzadənin “Seçilmiş əsərləri”nə ön söz. I cild, Bakı, Çarşoğlu, 2008, səh. 27 (580 səh.)
9. Məmmədquluzadə C. Əsərləri. VI cild, Bakı, Azərənəşr, 1985.
10. Qurbanov Ş. Ömər Faiq Nemanzadə. Bakı, Gənclik, 1992.
11. “Şərqi - Rus”, 30 dekabr 1904.

Акиф БАБАЕВ

СПЕЦИФИКА НОВОСТНОЙ ФОТОГРАФИИ ДЛЯ ФОТОЖУРНАЛИСТА

SUMMARY

In the modern world, which is simultaneously intensively visualized, and is increasingly infiltrated with information flows, news photography takes on a great influence. The content of photojournalism works is documented or artistic-documentary. Photojournalism, as part of journalism, serves as a propagandist, agitator and organizer.

Keywords: *photojournalism, news photography, specificity of the photo*

Просматривая страницы газет, журналов и интернет-агентств, всегда обращаешь внимание на яркие и динамичные репортажные фотографии, сделанные фотографами в различных уголках света в ситуациях зачастую непростых, а порой и экстремальных. На войне и футбольном матче, на политическом саммите и на митинге оппозиции - задача фоторепортёра как можно быстрее оказаться в самом эпицентре событий. При этом необходимо быстро сделать качественные фотографии, выбраться из всего этого живым и невредимым (сохранив при этом и свою аппаратуру) и успеть передать свои снимки в редакцию раньше чем это сделают твои коллеги (они же конкуренты) по цеху.

Стоит подчеркнуть, что одним из обязательных требований по оснащению фоторепортёра является наличие двух фотоаппаратов. Во-первых, это даёт гарантию продолжения съёмок в случае если одна из камер внезапно выйдет из строя, а во-вторых, при быстрой смене ситуации фоторепортёр не меняет объективы на одной камере, а ведёт съёмку сразу двумя фотоаппаратами, на которых установлены широкоугольный и телеобъектив. Особенно важно это при съёмках спорта, военных действий, учений, политических саммитов и других массовых мероприятий, где объект съёмки движется непредсказуемо.

В современном мире, который одновременно и интенсивно визуализируется, и оказывается все более пронизанным информационными потоками, новостная фотография приобретает большое влияние. Несмотря на немалый потенциал для манипуляций, которым обладают цифровые изображения, репортажные фотографии служат веским аргументом, как в бытовых спорах, так и в следственных мероприятиях. Наблюдается и определенный интерес со стороны социальных ученых, которые готовы использовать репортажные фотографии как данные для исследований тех или иных социальных явлений.

Л. Болтански выявляет два способа, сообразно которым могут быть фотографически переданы события в прессе: непосредственная демонстрация события в процессе его свершения либо иллюстрированный рассказ, косвенно пересказывающий это событие. Первый способ характерен для СМИ с коротким циклом – ежедневных газет, второй способ реализуется фотожурналистами, которые работают на иллюстрированные журналы, следующие менее жестким темпоральным (итал. *tempo*, от лат. *tempus* время), степень быстроты движения, осуществления, интенсивность развития чего либо; характеризующий темп процесса или события) и дисциплинарным рамкам. Оба принципа хорошо известны всем фотографам вне зависимости от их места работы; на них держатся объяснения разных типов работы, определения профессионализма и способов обучения.

Интервью с фотожурналистами показали, что существует несколько категорий событий, визуализация которых составляет рутинные задания любого агентского фотожурналиста. Их можно условно классифицировать по сферам:

- события в мире политики и дипломатии (официальные встречи, пресс-конференции, выборы);
- уличные акции протеста;
- громкие судебные процессы;
- события в мире спорта (сами состязания, церемонии открытия, официальные заявления);
- события в мире искусства и моды (представления, показы, официальные заявления);
- военные конфликты;
- стихийные бедствия;
- транспортные катастрофы;
- события в мире бизнеса и экономики.

Помимо событий, которые в представлениях сотрудников агентства обладают «новостной значимостью», фотожурналист делает фотографии, визуализирующие различные стороны государственных и религиозных праздников, погодные условия, образ жизни горожан, социальные, профессиональные или субкультурные группы. Почти каждое событие предполагает производство какого-то определенного образа-клише, а также оставляет возможность визуализации творческим, нестандартным способом.

подавляющее большинство заданий фотожурналиста подразумевают работу с событиями, аналоги которых фотографировались и ранее. Эти задания воспринимаются

фотографом как необходимость сделать вариации фотографий прошлых лет («выполнить обязательную программу») и как возможность снять нестандартные, художественные кадры, «поиграть с техникой» («выполнить произвольную программу»). (Профессиональный жаргон фотожурналистов заимствует принятое в фигурном катании разделение на обязательную и произвольную программы). Важно, что «обязательная программа» имеет приоритет: эти кадры фотографы стараются снять и отправить в первую очередь, именно с них редакторы начинают работу и рассылку по подписчикам.

Жизнь фотожурналиста может быть захватывающей. Вас могут послать куда угодно для встречи с любым человеком. Это больше чем фотография и журналистика по отдельности, эта многосторонность и разнообразие опыта, возможно, самая ценная часть профессии. Общие новостные задания именно такие, обычные. Общие новости это все то, что запланировано. Званный обед, сбор средств, акции протеста, пресс-конференции, церемонии награждения, посадка деревьев, - все это виды общеностных назначений.

Ключ к освещению данных событий (как и к большинству других) – попытаться рассказать полноценную историю при помощи изображения.

Фотожурналистика имеет тот же предмет исследования, что и журналистика в целом, то есть социально-политический аспект постижения и отражения действительности в процессе ее развития и изменения, актуальные вопросы и проблемы современности.

Содержание является результатом авторского исследования действительности и включает в себе определенную социально-политическую информацию.

Содержание произведений фотожурналистики облечено в документальную или художественно-документальную форму. Фотожурналистика, как часть журналистики, выполняет функции пропагандиста, агитатора и организатора.

Таким образом, специфика фотографии современных агентств заключается в том, что она воплощает в себе оба принципа производства фотографии, описанные в исследовании Л. Болтански: запечатление события в процессе его разворачивания и отсылка к событию за счет косвенных отсылок. Это связано с тем, что крупное международное агентство существует одновременно в двух темпоральностях: освещает события в режиме, приближенном к реальному времени (фотографии выставляются на ленту подписчиков), и вместе с тем оно создает архив, из которого можно брать изображения в свободном режиме, без привязки к быстро теряющим актуальность сообщениям.

Кроме того, в агентстве существует и собственный, отличный от газетного и журнального, принцип производства фотографий: фотография должна быть максимально информативна и быть способна в одиночку передавать основные параметры события (отвечать на вопросы «что», «где», «когда»). Этот принцип сложился исторически, когда по техническим причинам отправка фотографий занимала большое количество времени. Несмотря на то что современная техника предоставляет возможности быстрой передачи большого объема фотографий, способность сделать такую фотографию до сих пор считается признаком профессионализма.

Лишь отчасти это объясняется тем, что на первую полосу СМИ традиционно может попасть только одна фотография (а публикация на первой полосе рассматривается как признание качества фотографии). Более сложное объяснение стоит искать в представлениях, разделяемых не только фотожурналистами, о том, что визуальное способно (и должно) передавать информацию быстрее и полнее, нежели вербальное. (Это верование хорошо схватывает поговорка «лучше один раз увидеть»).

Таким образом, стремление сделать «ту самую фотографию» может быть связано с исторически обусловленными усилиями фотожурналистов легитимировать свою

деятельность внутри профессиональной журналистики. (Так, информанты часто подчеркивали, что отличаются от «пишущих» коллег «только» тем, что передают информацию «другим языком»).

По всему миру постоянно проводятся многочисленные конкурсы фотографий, темой которых является глобализация, отношение к ней. Таков, например, фотоконкурс World Press Photo, основанный в 1955 г. независимой некоммерческой организацией, базирующейся в Амстердаме (Нидерланды). В феврале каждого года, независимое международное жюри, состоящее из 13 членов и состоящее из редакторов, фотографов и представителей информационных агентств, выбирает победителей из фотографий, представленных в прошедшем году фоторепортерами, агентствами, газетами и журналами со всего мира.

Категории, на которые делятся фотографии, участвующие в конкурсе, таковы: новости актуальности, персонажи актуальности, спортивные репортажи, особенности и современные проблемы повседневной жизни народов и стран, портреты, искусство и развлечения, природа. Глобализация, ее негативные и позитивные стороны — центральная тема многих работ этого конкурса.

Международный конкурс фотожурналистики имени Андрея Стенина — ежегодный конкурс для молодых фоторепортеров от 18 до 34 лет. Это единственная в России площадка, поддерживающая молодых фотографов, открывая их имена миру. В 2016 году конкурс собрал 6000 работ из 71 страны мира, со всех 5 континентов. Фотоработы победителей конкурса выставлялись в Москве, Стамбуле, Кейптауне, Шанхае, Пекине, Каире, Берлине, Риме и других городах мира.

Прием заявок стартует ежегодно 22 декабря в день рождения фотокорреспондента МИА «Россия сегодня» Андрея Стенина, погибшего при исполнении профессионального долга.

Pictures of the Year International (POYi) - один из самых старых и уважаемых фотографических конкурсов. Основные направления: фотожурналистика и документальная фотография. Обычно за результатами POYi следит весь мир, а фотографии победителей гастролируют по самым знаменитым выставочным пространствам, включая Newseum в Вашингтоне, США. В 2017 году проводится 74-й конкурс. Конкурс проводится в 22 различных категориях, что существенно повышает шансы найти среди них подходящую именно вам.

Sony World Photography Awards приобрел свою известность, благодаря достойному призовому фонду и разделению участников на категории: профессионалы, студенты и молодежь.

Работы финалистов и победителей выставляются в London's Somerset House и объезжают половину планеты с одноименной выставкой. Этот конкурс - возможность заявить о себе как для начинающих, так и для профессионалов.

Конкурс в области фотожурналистики, который проводит влиятельная сеть мировых новостей Andalou Agency. Это состязание нельзя назвать самым популярным, но, благодаря ощутимому денежному призу, оно привлекло в ряды участников множество известных и талантливых фотографов. Выставка работ победителей проходит в Шанхае, Измире, Анкаре и Анталии.

Фотографический конкурс WPPI's уникален по нескольким причинам. Прежде всего, это единственный конкурс, который все еще принимает отпечатки. Определение победителя тоже построено не совсем обычным образом: у участников есть возможность оказаться внутри процесса судейства и получать прямую связь от жюри. Особенно, если вы специализируетесь на портретной или репортажной фотографии. В этих категориях WPPI предоставляет редкую возможность стать обладателем особых наград и отметок жюри.

Помимо этих фотоконкурсов существует много конкурсов для фотожурналистов и профессиональных фотографов.

ЛИТЕРАТУРА:

- 1.Круткин, В. Л.- Фоторепортаж как источник социологической информации. Социологические исследования. – 2012. – № 3. – с. 65
2. Запольская А.Б. - Теоретико-методологические подходы к исследованию фотожурналистики как практики производства фотографий Вестн. Волгогр. гос. ун -та. Сер. 7, Филос. 2016. № 1 (31) с.82
- 3.Трухильо М.С. - Глобализация и развитие фотожурналистики - Вестник РУДН, серия *Литературоведение. Журналистика*, 2011, № 1 с.110
- 4.<http://prophotos.ru>

Günel ABDULLAYEVA

ƏDƏBİ PROSESƏ TƏSİR GÖSTƏRƏN ÜNSÜRLƏR

РЕЗЮМЕ

Одним из элементов, влияющих на литературный процесс, является язык. Писатель должен соблюдать все нормативы литературного языка. Читатель - самый активный элемент литературного процесса. И критик, и писатель в то же время являются читателями. Проблема литературного перевода была актуальна во все периоды литературного процесса.

Ключевые слова: литературный язык, критик, читатель, писатель, перевод, пресса.

SUMMARY

One of the factors which influence on the literary process is language. An author must comply with all the norms of the literary language. Reader is the most active factor of the literary process. Both the critic and the author are the readers as well. The problem of literary translation is a relevant issue for all times of the literary process .

Key words: literary language, critic, reader, author, translation, publishing press.

Ədəbi proses daim inkişafdadır. Hər gün yenilənərək gələcəyə doğru uğurla addımlayır. Bu yolun uğurlu olmasında ədəbi prosesə təsir göstərən, onu inkişaf etdirən ünsürlərin rolu böyükdür. Dövrün ədəbi dili, tənqidçi şəxsiyyəti, oxucu auditoriyası , ədəbi orqanlarda dərc edilən tərcümələr ədəbi prosesə əhəmiyyətli təsir göstərir.

Ədəbi proses çox vaxt axar bir çaya bənzədilir. Rus dilində “literaturnaya teçenie” hərfi mənada “ədəbi axın” mənasını verir. Çayı susuz təsəvvür etmək mümkün olmadığı kimi, dilsiz də ədəbi proses, yaradıcılıq metodu, üslub təsəvvürə gəlmir. Yazının kompozisiyasından, məzmunundan və formasından tutmuş sujetə, konflikt və xarakterə, peyzaja, portretə, bədii təsvir və ifadə vasitələrinə, əsərin strukturundakı ən kiçik bir detala, ifadəyə qədər hər şey dil vasitəsi ilə yadadır. (2. səh 147)

Ədəbi prosesə təsir göstərən əsas ünsürlərdən biri dildir. Mətdə 2 cür dil görünür: bunlardan biri müəllifin dili, digəri isə obrazların dili. Yazının dilində ədəbi dilin bütün normalarına riayət olunmalıdır. Obrazların dilində isə dialekt və şivələrdən, jarqonlardan, əcnəbi sözlərdən istifadə etmək olar. Obrazların dili onları fərdiləşdirən, onları digər obrazlardan fərqləndirən vasitədir. Buna baxmayaraq, bu məqamda da müəyyən hədd və əndazə

gözlənilməlidir. Yazıçının dil bazası nə qədər zəngin olarsa onun yaratdığı əsər də bir o qədər oxunaqlı və başa düşülən olar. Həmin zəngin dil bazasından istifadə etmək də xüsusi sənətkarlıq tələb edir. Elə qələm sahibləri var ki, dil, üslub baxımından nə qədər zəngin bazaya sahib olsalar da bunu yazılarında göstərə bilmirlər. “Yazıçı istedadı özünü birinci növbədə onun bədii dildən istifadə ustalığında, xalq dilinin qiymətli cəhətlərini seçib götürmək bacarığında göstərir”. (6.c.106). Dilin varlığı cəmiyyətin, hər bir xalqın, millətin, ümumən bəşəriyyətin inkişafında olduqca böyük rol oynayır. Yazıçı Süleyman Rəhimovun təbirincə desək, “Dil yazıçının tükənmək bilməyən xəzinəsidir, mənəvi dünyasıdır. Dil bizim inkişafımızdır, бүгүнümüzdür sabahımızdır.”

Ədəbi prosesin gedişatında üç əsas tərəf iştirak edir: yazıçı, tənqidçi və oxucu. Bu üç tərəfin bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqəsi ədəbi prosesin dəyərini müəyyənləşdirən amillərdəndir. Ədəbi prosesin inkişafında rol oynayan əsas faktorlardan biri də oxucu auditoriyasıdır. Ona görə ki, yaradıcılıq prosesinin məhsulları son nəticədə oxucuya ünvanlanır. Bəklə də, ən böyük ədəbi tənqidçi oxucudur desək yanılmarıq. Amma bu da danılmaz faktdır ki, yazıçı çox vaxt mətni yazarkən oxucunu düşünmür. Lakin müəllif oxucunu unutmamalıdır. Çünki oxucu ədəbi prosesinin ən fəal ünsürüdür. Oxucu yazıya qiymət verməklə öz işini bitirmir, ürəyinə yatan, zövqünü oxşayan yazını oxuduqca, ömrü boyu axtardığı sualların cavabını tapır, bilik dairəsini, səviyyəsini, intellektini zənginləşdirir, onun dünyagörüşündə əhəmiyyətli dəyişikliklər əmələ gəlir. Bunu qeyd etmək lazımdır ki, yazıda qoyulan məsələlərin mahiyyətini dərinlən başa düşmək üçün oxucunun da müəyyən hazırlığa malik olması şərtidir. Oxucu öz dövrünün ruhunun təyin etdiyi müəllif ideyasının sərhədlərindən kənara çıxıb bilmir. Yazının mənimsənilməsində oxucunun intellektual səviyyəsinin də rolu böyükdür. “Yazının məzmunu kitabdan oxucunun beyninə kuzədən başqa bir qaba tökülən su kimi keçmir. Bu işdə oxucunun əqli, hissi, mənəvi fəaliyyətindən çox şey asılıdır.” (5.c.62)

Tənqidçi, yazıçı eyni zamanda həm də oxucudurlar. Beləliklə, də ədəbi proses sistemində üç tipli oxucu və onların müxtəlif rollarda bir-birinə mütləq münasibəti mövcuddur. Bu üç “oxucu” tipi arasındakı əlaqə və münasibətin aydınlaşdırılmasının tənqidin ədəbi prosesdəki rolunu izah etmək üçün böyük prinsipial və elmi əhəmiyyəti vardır. Tənqidçinin əsərlə tanışlığı fərdi oxudan başlanır və bu iş prosesində ilk münasibət yaranır. Elə ən yaxşı tənqidçi tipinin də başlanğıc nöqtəsi oxucudan ibarətdir. Tənqidçi, ədəbi prosesə canlı və daim inkişafda olan bütöv bir orqanizm kimi baxır, ona kompleks şəkildə yanaşmağı vacib sayır. Dövrün ədəbi orqanlarında çıxan əsərlərlə, ayrı – ayrı nəşriyyatların ədəbi – bədii çap məhsulları ilə tanış olur, oxuyur və bu əsərlər haqqında öz mülahizələrini söyləyir.

Son illər ədəbi yazıların ideya-bədii xüsusiyyətləri, onların estetik məziyyətləri daha çox sənətkar şəxsiyyəti ilə ədəbi prosesin qanunauyğun əlaqəsi fonunda araşdırılır. Hər şeydən əvvəl yaradıcılıq psixologiyası kimi mürəkkəb və maraqlı problem işığında dövr və zamanla vəhdətdə alınan sənətkar şəxsiyyəti ön plana çəkilir, ədəbi hadisə və faktlara da məhz bu bucaq altında yanaşılır. Tənqidçi şəxsiyyəti tənqid yaradıcılığının başlıca şərtidir. Təhlil zamanı yazıya və yazıçıya şəxsi münasibət yaradıcılığa obyektiv münasibəti önləyir. Bu yolverilməz və bağışlanmazdır. Bu tənqidçi əxlaqına, tənqidçi şəxsiyyətinə, ən başlıcası, professional tənqid prinsiplərinə ziddir. Tənqidin oxucu ilə yazıçı arasında körpü yaratmaq, ədəbiyyatı tanıtmmaq vəzifələriylə yanaşı, bir vəzifəsi də xeyirxahlıqdır. Yəni, tənqid dağıdıcı yox, qurucu tənqid olmalıdır. Doğrudur, tənqidçi yazıçının əvəzinə əsər yazıb bilməz. Amma tənqid, stimulyator ola bilər. Yəni, tənqidçi sağlam, obyektiv və etik təhlilləri ilə yazıçını yetişdirir, cəlalaya bilər.

Uğurlu tənqidi məqalələr üzərində aparılan müşahidələr göstərir ki, tənqidçi “mən”i bədii-psixoloji funksiyaya malikdir. Tənqidçinin “mən” i yazıçı və oxucu ilə əsasən qiyabi dialoqda, polemikada formalaşır. Belə polemikada yazıçının mövqeyindən bədii əsər, oxucu mövqeyindən isə onun rolunda tənqidçi özü çıxış edir və dövrün estetik idealını əks etdirir. Oxucu belə polemikada əsasən iki amilə öz bədii zövqünə və sabitləşmiş mövcud estetik

normaların tələbinə istinad edir. Tənqidçinin şəxsiyyəti bir məqalədə yaxud mətbuatda müxtəlif vaxtlarda dərc olunmuş bir neçə yazıda aşkar oluna bilməz. Bu mənada ədəbi-tənqidi məqalələr toplularını tənqidçi fəaliyyətini, onun zövqünü və ictimai mövqeyi ilə, peşə ustalığını-sənətkarlığını aşkara çıxaran əsas obyekt kimi qiymətləndirmək olar.

Tənqid yazıya, yaxud yazıçıya öz xüsusi yanaşması ilə, müasir ictimai vəzifələrin və canlı oxucu qavrayışının etdiyi yanaşma ilə fərqlənir, seçilir. Məhz bu yanaşma, qeyd olunduğu kimi, tənqidin xüsusiyyətini təşkil edir. Yazının tənqidi, təhlili həmin əsərin izahı və dərk olunması deməkdir. Vaxtilə F.Bryuketyer özünün ədəbi tənqidi traktatında yazmışdır "...tənqidin məqsədi ədəbiyyat və incəsənət əsərini mühakimə, təsvir və izah etməkdir". O həm də qeyd edirdi ki, izah, təsnif və mühakimə vahid bir tamlıq təşkil edir. Bədii əsəri izah və təsnif etmək, onu analitik-estetik mühakimənin predmeti etmək asan və texniki bir iş deyildir: bu, tənqidçidən hər şeydən əvvəl xüsusi istedad, bədii duyum, onun aləmindən baş çıxarmaq məharəti tələb edir. (3.səh 48)

Ədəbi prosesin formalaşmasında, onun ümumdünya mədəniyyətinin zəngin ənənələrinin zəminində inkişafında qarşılıqlı ədəbi əlaqələrin rolu olduqca böyükdür. Hər bir xalqın mədəniyyətini, dünyagörüşünü orijinal əsərlərlə birlikdə tərcümə ədəbiyyatı da əhəmiyyətli dərəcədə zənginləşdirir. Tərcümə əsəri yeni ab-hava, yeni nəfəs gətirir, yazıçını bəşər mədəniyyətinin qabaqcıl ənənələri ilə təchizatlandırır, onun yaradıcılığını əhəmiyyətli dərəcədə zənginləşdirir. Ədəbi əlaqələr, bir-birindən qarşılıqlı bəhrələnmə xalqları bir-birinə yaxınlaşdırır, ümumi bəşər sivilizasiyasının daha dolğun şəkildə formalaşmasına zəmin yaradır. Elmin, texnikanın inkişafı dünyanı kiçildib, xalqları bir-birinə daha da yaxınlaşdırıb. Homerin, Dantenin, Şekspirin, Şillerin, Heynenin, Hötenin, L.Tolstoyun, Bayronun, Balzakın, C.Londonun, Turgenevin, Puşkinin, V.Hüqonun və dünyanın bir çox görkəmli sənətkarlarının əsərlərinin dilimizə tərcüməsi Azərbaycan oxucusunun dünyagörüşünün genişlənməsinə, eləcə də ədəbi prosesə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir. Bədii tərcümənin ədəbi prosesə, yazıçının öz şəxsi yaradıcılığına təsir məsələsini aydınlaşdırmaq üçün yazıçı Əzizə Əhmədovanın bir müsahibəsindən aşağıdakı cümlələri xatırlatmaq yerinə düşərdi: "Nəşriyyatda işləyir, tərcümələr edirdim. O vaxt "Damda uçan Karlson" əsərini oxudum. Əsər çox xoşuma gəldi. Bundan sonra harda olsam, Karlsonnun zarafatlarından istifadə edirdim. Sonra özüm bir neçə povest yazdım ki, biri də "Damdabacanın macəraları" əsəri idi." (1.səh.159)

Bədii tərcümə problemi bütün dövrlərin ədəbi prosesi üçün aktual bir məsələ olub. Rus ədəbiyyatşünaslığında tərcümə problemləri ilə bağlı çoxlu nəzəri ədəbiyyat vardır. Lakin bu sahədə də bizim görəcəyimiz işlər çoxdur. Azərbaycanda Tərcümə Mərkəzinin fəaliyyəti, "Xəzər" jurnalının nəşri, ədəbi orqanlarımızda müntəzəm şəkildə tərcümə əsərlərinin çap olunması həm ədəbi prosesə, həm də oxucularımızın dünyagörüşünün genişlənməsinə əhəmiyyətli dərəcədə kömək göstərən amillərdəndir.

Millilik və bəşəriliyin vəhdəti böyük ədəbi uğurların rəhninə çevrilir. Ədəbi proses klassik yazılı ədəbiyyat və folklor gələnlərindən başqa, həm də dünya ədəbiyyatının ən yaxşı ənənələri zəminində formalaşır və bütün bəşəriyyətin diqqət hədəfinə çevrilən yeni istiqamətə yönəlir. (3.səh 103).

Çağdaş ədəbi prosesdən, ədəbi tənqiddən danışarkən dövrün ədəbi cərəyanlarından söz açmamaq olmaz. Müasir dünyada informasiya texnologiyalarının inkişafı nəticəsində yaranıb inkişaf etmiş və dünyanın aparıcı cərəyanına çevirilmiş cərəyanlardan biri postmodernizmdir. Postmodernizm-XX yüzilliyin ikinci yarısında fəlsəfədə, incəsənətdə, ədəbiyyatda bütün formaları, qaydaları, ehkamları inkar edən, onları sintetik və qarışıq şəkildə təqdim edən cərəyandır. Bir vaxtlar modernizm klassik, akademik dəyərləri inkar edib yeni bədii formalar yaratdığı kimi postmodernizm də modernizmi inkar edərək ədəbiyyatda xaos, elementlər müxtəlifliyi yaradır. XX yüzilliyin 2-ci yarısından başlayaraq öndər ölkələrdə modernizm böhran keçirmiş, postmodernizmə keçmişdir. Günümüzdə mədəniyyətin və fəlsəfənin çeşidli

sahələrində postmodernizm özünü göstərməkdədir. Postmodernizm hər kəs tərəfindən qəbul edilmiş milli-mənəvi (həmçinin beynəlmiləl) dəyərləri rədd edir. Postmodernizmdə həqiqət ünsüründən daha çox xəyalpərəstlik ön plandadır. Yazıçı hər hansı ittifaqa, qrupa üzv olmağa qarşıdır və təşkilatlanmağın əleyhinədir. O, öz fərdiliyini müstəqil qurmaqda maraqlıdır.

Postmodernist romanlarda sonluq ümumiyyətlə naməlumdur. Ənənəvi təhkiyələrdəki sonluğu görmək olmur. Hadisələrin yekunu oxucunun beynində bitir. Postmodern əsərlərdə ənənəvi romanlardan fərqli olaraq, süjet kollaj və montaj prinsipləri ilə seçilir. Belə əsərlər bir mövzudan, bir dünyagörüşündən bəhs etmir, çoxyönlü, müxtəlif dil, fərqli mədəniyyətlər, fərqli baxış bucağı olan obrazlardan ibarət olur. Ədəbiyyatın əsas ifadə vasitəsi olan sözdən postmodernizmdə məqsədli şəkildə ifadəyə məhdudiyyət yoxdur: məhəlli, vulqar sözlərə, jarqonlara istənilən halda yer verilə bilər. Söz oyunundan, dilin ifadə imkanlarından tam sərbəst şəkildə istifadə olunur. İstər ədəbi dil, istərsə də məhəlli dildən istifadə baxımdan postmodernistlər özlərini sərbəst aparırlar. Dünya ədəbiyyatında geniş yayılan və son dövrlərdə Azərbaycan ədəbiyyatına da sürətlə nüfuz edən bu ədəbi cərəyan tənqidsiz ötürməmişdir. Ədəbi tənqidçilərin əlində daha çox tənqidi vasitə yaradan səbəblərdən biri də postmodernistlərin bu sərhədsiz sərbəstliyidir. (4)

Ədəbi prosesin formalaşmasına təsir göstərən ünsürlərdən biri də mətbuatdır. Çünki yazılan yeni əsərlər ilk olaraq mətbuatda işıq üzə görünür. Həsən bəy Zərdabinin təbirincə desək, mətbuat dövrün aynasıdır. Həmin dövrdə gedən ədəbi proses mətbuatda əks olunmalıdır. Bu həm də ədəbi prosesi yaxından izləmək üçün imkan yaradır. Ədəbi prosesin keçdiyi uzun və məşəqqətli yol mətbuat vasitəsilə dövrümüzə gəlib çatmışdır. Ədəbi prosesin tarixi inkişaf yolunu araşdırarkən ən qiymətli mənbə elə mətbuatdır. Xüsusilə də, ədəbi mətbuat orqanlarının ədəbi prosesdəki rolu danılmazdır.

Bir əsrə yaxın fundamental ənənələrə malik olan «Azərbaycan» jurnalı tanınmış ədəbiyyat adamları ilə geniş spektrli söhbətlər verməklə ciddi oxucu marağına müvəffəq olub. Azərbaycan Yazıçılar Birliyinin orqanı olan bu jurnal 1923-cü ildən nəşr olunur. 1923-1927-ci illərdə jurnal «Maarif və mədəniyyət», 1928-1936-cı illərdə «İnqilab və mədəniyyət», 1936-1941-ci illərdə «Revolusiya və kultura», 1941-1946-cı illərdə «Vətən uğrunda», 1946-1952-ci illərdə «İnqilab və mədəniyyət» adı ilə nəşr olunub. «Azərbaycan» adı ilə 1953-cü ildən dərc edilməyə başlanıb. Jurnal indi də bu adla çap olunur. İlk yarandığı dövrdən bugünə qədər mətbuu orqanı kimi uzun və şərəfli bir yol qət etmişdir. Azərbaycan yazıçılarının qələmindən çıxan romanlar, povestlər, hekayələr, şeirlər, publisistik yazı nümunələri bu jurnalın səhifələrində işıq üzə görünür və oxucu mühakiməsinə verilir. Ədəbi tənqidin ən gözəl nümunələri, müxtəlif problematik elmi-nəzəri məqalələr jurnalda əhatəli şəkildə verilmişdir. Müstəqilliyimizin ilk illərində jurnalın nəşrində müəyyən çətinliklər olsa da, tezliklə dövlət himayəsinə alınmışdır. Yazıçı və şairlər bundan həvəslənərək dövrün tələbinə uyğun əsərlər yazıb dərc etdirmişlər. «Azərbaycan» jurnalı bu gün də ədəbi prosesin əsas təsərrüfat sahəsi olaraq öz işini davam etdirir.

Ədəbi prosesin inkişafında «Ədəbiyyat» qəzeti də əhəmiyyətli rol oynayıb. 1934-cü ilin yanvar ayından nəşrə başlayan qəzet hazırda da nəşr olunmaqdadır. Qəzet ədəbi prosesi müntəzəm şəkildə izləyir, səhifələrində maraqlı publisistik yazılara yer verir. Bədii salnamənin yaranmasında misilsiz rol oynayır. Prosesin işıqlandırılması və əhatə olunmasında cari ədəbi orqan kimi «Ədəbiyyat qəzeti»nin də payı var. Ədəbiyyat tariximizin açılmamış səhifələri ilə bağlı araşdırmalar, görkəmli yazarlar haqqında təhlil və yubiley yazıları, Anar, Kamal Abdulla, Sabir Rüstəmxanlı kimi nüfuzlu qələm sahibləri ilə polemik masalar qəzetin fəaliyyətində təqdirəlayiq cəhətlərdəndir.

1967-ci ildə daha bir ədəbi-bədii jurnal olan «Ulduz» fəaliyyətə başlamışdır. Səhifələrində daha çox gənc nəslin yazılarına yer verən bu ədəbi orqan yaşlı nəslin də yazılarına xüsusi önəm verir. Cəbir Novruz, Akif Hüseyn, Əhməd Cəmil, Yusif Səmədoğlu, Abbas Abdulla kimi

tanınmış qələm sahiblərinin redaktorluğu ilə dərc olunan jurnal ədəbi tariximizin yeni simalar, yeni əsərlərlə zənginləşməsində böyük rol oynamışdır. Tanınmış sənətkarlarla söhbətləri effektiv olmaqla yanaşı, yazıçı şəxsiyyəti və ədəbi həqiqətlərin müxtəlif yönərdən açılmasına xidmət edir.

Hazırda nəşr olunan qeyri-ədəbi mətbuat orqanlarında da publisistik yazıların, tərcümə əsərlərinin, ədəbiyyatın təbliği ilə bağlı məqalələrin, tanınmış sənəd adamları ilə müsahibələrin verilməsi təqdirə layiq haldır. Bu baxımdan “Yeni Azərbaycan”, “Kaspi” qəzetinin ədəbiyyat əlavəsini, “525”-ci qəzeti xüsusi qeyd etmək lazımdır.

ƏDƏBİYYAT

Azərbaycan dilində

1. “Azərbaycan” jurnalı 2002-ci il, N2, s.159
2. Yusifoğlu R. Müasir ədəbi proses və ədəbi tənqid. Çarşıoğlu 2004. səh 103, 147
3. Salamov Ş. Tənqidçi və ədəbi proses. Bakı. 2001. səh 48
4. <http://senet.az/modernizm-v%C9%99-postmodernizm/>

Rus dilində

5. Асмус В. Вопросы теории и истории эстетики. Москва, 1968, с.62
6. Щепилова Л. Введение в литературоведение. Москва, 1956, с.106

Elmi rəhbər: dos.R.Kəsəmənli

Рахила КЕСЕМЕНЛИ

ПРОБЛЕМА ПОЛОЖЕНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ ЖЕНЩИНЫ В ПУБЛИЦИСТИКЕ ЮСИФА ВАЗИРА ЧЕМЕНЗАМИНЛИ

SUMMARY

In every nation there is such a personalities which they go over the time and become like a light to show people the right way.

Y.V.Cemenzeminly is one the founders of revolutionary and democratic literature and publicity in Azerbaijan.

He dedicated his creative works to the National movement of liberty.

His art ideas mostly were published on the pages of “Molla Nasreddin” magazine literary languages problem was the important part of his creative activities.

Key words: publicist, women's rights, prohibition, text, education

Ключевые слова: публицист, права женщин, запрет, тема, просвещение

Ю.В.Чеменземинли вошел в историю азербайджанского народа как писатель, литературовед, ученый фольклорист и публицист. Из-под его пера вышло не мало художественных, научных и публицистических произведений. Живя в творя в сложных политических, национальных и социальных условиях, в период обострения классовых противоречий, он в своей публицистике поднимал множество разнохарактерных и злободневных проблем и вопросов, затрагивающих жизнь страны. Религиозный фанатизм и невежество, отсталые формы жизни, феодально-патриархальные обычаи и пережитки, положение азербайджанской женщины и многие другие вопросы, имеющие отношение к реакционной политике, экономической отсталости, социальным порокам, получали достойное отражение в публицистике Ю.В.Чеменземинли.

Проблема положения азербайджанских женщин, столь актуальная для того времени, занимает важное место, как в художественном, как и в публицистическом творчестве Ю.В.Чеменземинли. Если проследит в хронологической последовательности события в рассказах «Приключения мусульманки» (1909), «Свадьба» (1910), «Диване» (1911), «Озабоченная Зулейха» (1911), «В женской школе» (1911), «Сон» (1912), «Три ночи» (1913), «Спустя девять месяцев» (1913), «Жена картежника» (1913), то выстроится биография, характерная для большинства азербайджанских девушек и женщин, живущих в начале 20 века.

Общественно-политические взгляды Ю.В.Чеменземинли являются отражением той эпохи, в которой жил и творил великий азербайджанский мыслитель. Описание им тяжелой и беспросветной жизни азербайджанской женщины, разоблачение мусульманского духовенства – все это явилось результатом непосредственного наблюдения и глубокого изучения Чеменземинли, воспитала в нем непримиримого противника существующего строя, сделала его неутомимым борцом за счастливое будущее своего народа.

Тяжелое положение женщины-мусульманки была одной из тем, которая проходит через все творчество писателя-гуманиста. Ю.В.Чеменземинли во весь голос выступил на защиту поруганных прав азербайджанской женщины, в своих публикациях громко протестуя против ее физического и нравственного унижения, против бесправного положения, когда каждая могла стать жертвой развратных святош, всех этих почтенных гаджи, мешади, кербалаев. К этой теме писатель постоянно обращался в своей публицистике. Так, например, Юсиф Везир с горечью писал, что старые развратники, используя в качестве ширмы догмы ислама, повсюду берут себе в жены девочек, и тем самым ломают им жизнь. Об этом Ю.В.Чеменземинли повествует в рассказе «Приключения мусульманки» написанной в 1909-ом году. Здесь прослеживается судьба азербайджанской женщины, ее жизнь в доме отца, а в последующем в семье мужа: традиции, царящие во всем мусульманском мире, дискриминация женщины, унижения, которые претерпевает женщина в семье мужа – все это нашло отражение в этом рассказе.

Важной нравственной обязанностью человека Ю.В.Чеменземинли считал его достойное отношение к семье, женщине и браку. Легкомысленное отношение к браку, женитьбе по расчету, без любви и духовного влечения, особенно похищение девушек, он считал безнравственностью, выражением моральной распущенности и пережитком варварства. Публицист в своих произведениях отстаивал идеал крепкой семьи, основанной на равноправии. Он ратовал за то, чтобы привлечь женщину к общественно-производительной деятельности, освободить ее от отупляющей домашней работы. Без этого не могут быть прочны основы семейной жизни. «Свободная и образованная женщина – это счастливая женщина, а счастливая женщина может осчастливить и других. Зависимая же женщина привыкает к тунеядству и становится препятствием для мужчин, да и всего общества». Унижение женщины он считал непростительным проступком. Жена, согласно Чеменземинли, не рабыня, не объекта утех, а друг, помощник, первый советчик мужа, воспитательница детей.

Художественная практика азербайджанских писателей-реалистов богата образами, ярко живописующими горькую судьбу азербайджанских женщин. И надо отметить, что публицистика Чеменземинли в целом питалась живительным источником, имя которым – литературная школа «молланасреддиновцев». Вот почему хлесткие публикации Ю.В.Чеменземинли о женской доле в мусульманском обществе перекликались с идеями М.А.Сабира, Дж.Мамедкулузаде, Омар Фаика Неманзаде, Узеира Гаджибекова, которые также яростно критиковали столь плачевное положение азербайджанской женщины. Однако в объяснении причин духовного и физического порабощения азербайджанской

женщины, Ю.В.Чеменземинли идет дальше многих современных писателей, которые искали причину этой трагедии, прежде всего в засилье религиозных предрассудков, отсталой патриархальной морали, освещавшейся исламом. Источником по мнению Ю.В.Чеменземинли являются существующие в современном обществе социальные отношения. В произведениях Чеменземинли, женские судьбы, искалечены не только господствующей в обществе моралью и религиозными предрассудками, а также тем, что за этой моралью стоит власть таких, как мошенник Гасан, сын кожевника Джавада, религиозные деятели и, в целом вся государственная система. Так в рассказе «Аукцион» женщина, потерявшая мужа, становится объектом дележа: ее малолетних дочурок швыряют в объятия мошенников, которые замыслили овладеть имуществом покойного свекра. В этой гонке за легкой наживой замешаны не только фанатики-родственники, по-своему искренно желающие устроить судьбу девочек, но также представители власти – молла, судья, против которых девочки бессильны. Женихов привлекают не любовь к этим молодым девочкам, а наследство оставшееся от покойного Гаджи Карима.

К осмыслению столь актуальной проблеме – бесправного положения азербайджанских женщин Ю.В.Чеменземинли подходит также в повестях «Диване» (1912), «Джума ахшамы» (1911), «Жена картежника» (1913), «Печальная Зулейха» (1911), «Аукцион» (1910), «Три ночи» (1913). Эти повести тематически схожи с книгой «Положение наших женщин» (1919). Книга была напечатана на основе доклада, сделанного перед мусульманскими студентами в Киеве в 1912-1913 годах. Основная часть книги называется «Настоящее состояние тюркских женщин». В ней автор вспоминает предрассудки о том, что женщина создана из ребра мужчины и по этому она во всех отношениях ниже его. Примечательным является то, что здесь мастерами использованы примеры, взятые из устного народного творчества: пословицы, поговорки вроде «вместо того чтобы искать себе невесту, лучше ищи для дочери», которые доказывают и поддерживают распространение этих суеверий. Используя фольклорные образцы, Чеменземинли, пытался наглядно отразить бесправие азербайджанских женщин, их рабское положение, и, тем самым, создать у читателя подробное представление о тяжелой и невыносимой жизни женщин Азербайджана.

Новаторски, с демократических позиций подходит к решению данной проблемы. Образование – вот что может стать спасением. Чеменземинли считал, что необразованность женщин несет с собой угрозу всему будущему поколению, ибо женщина – это, прежде всего мать, непосредственно несущая ответственность за воспитание детей. Ярким примером для понимания его статья «Нужно открыть школу для девочек», напечатанная в 1914 году в газете «Седаи-Хагг», в которой автор вступает с предложением передать школу «Фируддун» в распоряжение девочек. Учитывая время, в которое жил автор подобное высказывание требовало большой смелости. А с каким воодушевлением приветствовал он издание журнала «Свет» («Ишиг»), издаваемый в 1911 году на тюркском языке. Вопрос просвещения азербайджанской женщины являлся одним наиболее болезненным в раннем творчестве публициста, и являлась своего рода научным центром реально – просветительских взглядов писателя.

В своих статьях и произведениях он ставил вопрос о просвещении женщины, требовал уничтожения всего, что мешает ей проявить свои творческие силы, занять свое место в общественной жизни. В разделе «Женщинам должны быть даны полномочия» автор с гордостью говорит о роли Ханифы ханум Меликовой, жене Гасан бека Зардаби, в воспитании азербайджанских девочек: она занималась не только педагогической деятельностью, но также давала дельные советы по воспитанию детей, ведению хозяйства и т.д. Женщины вроде Ханифы ханум Меликовой, Гамиды ханум Джаваншир, Амины ханум Барадершах являются гордостью азербайджанской нации. Женщина, по мнению

Ю.Везира является фундаментом семьи. А прочный фундамент может быть заложен лишь женщиной высоко интеллектуальной. Вот почему он страстно боролся за женское образование и считал женский вопрос одной из важнейших проблем в странах Ближнего и Среднего востока, ибо необразованная женщина не может стать ни хорошей матерью, ни хорошей женой, не хорошей хозяйкой. «У необразованной женщины дома всегда будет беспорядок, дети же ее не будут знать воспитания, а муж не найдет с ней покой и ласки, она всегда будет ему чужой. И не удивительно, что муж все свое свободное время будет проводить в чайханах, в кругу картежников и бездельников. Как это обычно происходит, на второй день после свадьбы женщина остается обделенной вниманием мужа. Дело в том, что женщины служат им только для удовлетворения их животных инстинктов, а когда со временем их пыл угасает не остается ничего, что могло бы удержать его в семье. Будь женщина образованной и начитанной, она смогла бы своим умом повлиять на духовный мир мужчины и привлечь его домой, к семье». Ю.Везир призывает азербайджанских девушек брать пример с передовых женщин других наций, обратить свои взоры на христианок, которые тянутся к свету, знаниям, наравне с мужчинами участвуют в общественной, культурной жизни своей страны. Освещенные проблем азербайджанских женщин в своих произведениях является явным доказательством патриотизма писателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гусейнов Т. «Юсиф Вазир Чмензаминлы», Баку, 1986
2. Гусейнов Т. «Живу литературой...», Баку, 1993
3. Гусейнов Т. «Мастер исторического романа», Баку, 1986
4. Ахундова М. «Юсиф Вазир Чмензаминлы», Баку, 1981
5. Мамедов К. «Юсиф Вазир Чмензаминлы», Баку, 1987
6. Ибрагимли А. «Юсиф Вазир Чмензаминлы», Баку, 2002
7. Вазиров О. «Об отце Юсиф Вазире Чмензаминлы», Баку, 1997

Гюнель ОРУДЖАЛИЕВА

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ

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.

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.*

Социальные медиа-вид массовой коммуникации, осуществляемый посредством интернета. Имеет ряд существенных отличий от традиционных средств массовой коммуникации. Термин "медиа" является калькой английского "media". В среднем раз в десять лет возникает радикально новая технология, которая фундаментально меняет ландшафт бизнеса. В каждом таком случае, вне зависимости от динамики предыдущей конкуренции, те бизнесы, которые понимают новые технологии и могут к ним адаптироваться, выигрывают, а те, кто не понимает и не адаптируется, - проигрывают. В 1970-е годы это были вычисления на мейнфреймах. В 1980-е - персональный компьютер. В 1990-е годы это был Интернет. А сегодня это онлайн-социальный граф. Но что это такое - онлайн-социальный граф? Это Всемирная Паутина Людей - система связей между людьми, пользующимися сайтами социальных сетей вроде Facebook, LinkedIn, Hoover's Connect и т.п. Социальный граф для людей означает то же самое, что WWW для страниц, соединенных гиперссылками: средство организации, фильтрации и ассоциации. После того как Интернетом были соединены все компьютеры, сайты и страницы, пришло время для следующей цифровой революции - соединения людей. Метаданные веб-страниц, такие как их заголовки, ключевые слова и система связей с другими страницами, были важнейшим инструментом, позволившим нам находить информацию в Интернете и оперировать ею. Аналогично метаданные социального графа, описывающие конкретных людей - место их работы, вид деятельности, интересы, круг друзей, - позволяют нам управлять множеством взаимоотношений с огромным количеством людей.

Чтобы лучше понять и подготовиться к происходящим трансформациям, которые нам несет социальный нетворкинг, будет неплохо бросить взгляд на то, как предыдущие технологические революции создавали или разрушали бизнес-практики. Как вы увидите в примерах и таблицах этой главы, каждая волна изменения технологической инфраструктуры была отмечена циклом инноваций и их коммерциализации, возникновением новых классов приложений и в конце концов - изменением бизнеса. Подобно предыдущим революциям, онлайн-социальный граф вызовет возникновение новых классов более подвижных и более эффективных бизнесов, которые победят в соревновании с теми, кто использует технологии предыдущих эпох.[1, с.56]

Социальные формы коммуникации посредством интернета представляют собой исторически новый вид коммуникации производителей содержания сообщений (контента) с потребителями, которые при этом сами вовлекаются в его производство, когда каждый читатель/подписчик блога может выполнять функции автора, в том числе действуя в качестве комментатора репортера, фотокорреспондента и/или редактора данного сервиса. Речь идет о быстро развивающейся совокупности технологий коммуникации, которые позволяют людям общаться между собой посредством интернета для достижения всевозможных целей. Общение может принимать самые различные формы:

пользователи могут делиться мнениями, опытом, знаниями, новостями, видеоматериалами, фотографиями, музыкой и ссылками на те или иные сайты, а также налаживать контакты и взаимодействовать для организации и проведения совместных действий. Kaplan и Michael Haenlein определяют социальные средства коммуникации ("медиа") как "группу интернет-приложений на той или иной идеологической и технологической базе Web 2.0, которые позволяют участникам социальных сетей создавать содержание ("контент") и обмениваться им.

Типы социальных медиа:

- Социальные сети
- Блоги и микроблоги
- Форумы;
- Сайты отзывов;
- Фото и видеохостинги;
- Сайты знакомств;
- Геосоциальные сервисы

В настоящее время количество социальных сетей (таких как "Одноклассники", "ВКонтакте", "МойМир", "МойКруг", "Facebook" "МирТесен", MySpace) в Интернете и численность их участников растет с невероятной быстротой. Социальные сети сегодня уже посещает более чем две трети онлайн-аудитории во всем мире, и это четвертая по популярности онлайн-категория после поисковых порталов, информационных порталов и программного обеспечения, которая опережает даже электронную почту (по данным компании Nielsen Online, исследующей онлайн поведение в 9 странах). По данным той же компании, использование онлайн-сообществ сегодня растет вдвое более быстрыми темпами, чем любой из четырех других секторов сети Интернета и в три раза быстрее, чем пользование Интернетом в целом. Социальные сети (social networks) привлекают людей, преследующих различные цели: поддержание контакта со старыми знакомыми и поиск новых, в т. ч. обустройство личной жизни; поиск работы, продвижение своего бизнеса, профессиональное общение; обмен информацией и медиаконтентом с другими пользователями. Аудитория различных социальных сетей сильно отличается друг от друга. Так, пользователей в возрасте от 15 до 24 следует искать в сети "Мой мир" на Майл. ру, от 16 до 34 - в сети Вконтакте, а от 20 до 53 - в сети Одноклассники. ру. В Азербайджане социальные сети появились сравнительно недавно, хотя довольно давно распространены за рубежом. Но несмотря на это, некоторые из них приобретают огромную популярность, другие же с большим успехом составляют им конкуренцию. Основные дискуссии развиваются около вопроса: чем являются социальные сети Интернета для современного человека - злом или благом? Именно поэтому вопрос формирования, существования и функционирования социальной сети должен быть изучен социологией.

Наиболее распространенными формами общения с помощью веб-технологий, несомненно, являются форумы и блоги. С развитием этих форм общения стали образовываться социальные сети - т.е. совокупности участников, объединенных не только средой общения, но и социальными связями между собой. Сам термин "социальная сеть" был введен в 1954 году социологом манчестерской школы Джеймсом Барнсом в работе "Классы и собрания в норвежском островном

приходе", вошедшей в сборник "Человеческие отношения". Социальные сети Интернета и поддерживающие их сервисы оказались очень эффективным методом обеспечения посещаемости сайтов и обратной связи а так же постепенно стали одним из средств генерации интернет-контента (то есть содержимого, имеющего ценность). На основе такого подхода появилось и быстро распространилось большое количество социальных веб-сервисов, объединенных общим названием сервисы Web 2.0. Так, стало возможным проследивать цепь социальных связей и промежуточных знакомств, связывающих на первый взгляд совершенно незнакомых людей. Какая же социальная сеть была самой первой? "Хотя различные источники указывают разные даты, можно сказать, что начало широкого распространения этого явления было положено в 1995 году. Веб-сайт социальной сети Classmates.com был открыт для посетителей в 1995 году Рэнди Конрадом, владельцем компании Classmates Online, Inc. Веб-сайт помогал зарегистрированным пользователям находить и поддерживать связь с друзьями и знакомыми, с теми, с кем человек имел дело в течении всей своей жизни (в дошкольных учреждениях, школе, вузе, на работе, на военной службе). Но официальным началом "бума" социальных сетей принято считать 2003-2004 годы, когда были запущены сервисы LinkedIn, MySpace и Facebook." [3, с. 73] Социальные сети могут различаться по как по тематике так и по ряду других признаков, однако среди общих черт, присущих всем социальным сетям можно выделить следующие:

- В большинстве сообществ предусмотрена регистрация пользователей - то есть на каждого участника должна быть заведена отдельная учетная запись. В процессе регистрации, пользователь должен указать о себе некоторую информацию для идентификации (логин, пароль, адрес электронной почты). Такой подход гарантирует в определенной степени уникальность каждого участника.
- Работа в среде сети проводится сеансами. Каждый сеанс начинается с указания пользователем своего логина (имени) и пароля, для подтверждения своей личности. Для удобства пользователя, сеансовость участия обычно скрывается техническими средствами, но, тем не менее, идентификация пользователя происходит постоянно.
- Помимо учетных данных, пользователь настраивает собственное окружение - внешний вид страницы, дополнительные данные о себе, указывает свои интересы, контакты.

В настоящее время многие пользователи не понимают, что информация, размещенная ими в социальных сетях, может быть найдена и использована кем угодно, чаще всего не с благими намерениями. Информацию об участниках социальных сетей могут найти их работодатели, родители, дети, бывшие или настоящие супруги, сборщики долгов, преступники, правоохранительные органы и другие заинтересованные лица. Сборщики долгов иногда используют социальные сети, чтобы найти неплательщиков или получить сведения об их имуществе (например, указание места рождения, даты рождения, размещение фотографий может помочь кредиторам идентифицировать личность должника и отличить его от однофамильцев или получить другую информацию об исследуемом индивиде). Также путем несложного анализа первичной информации можно получить сведения о том, откуда гражданин родом, где жил в определенные периоды своей жизни. На первый взгляд, эта информация не может принести пользу сегодня, ведь

это события прошлого, но эта информация может дать ценные сведения о том, где гипотетически может гражданин иметь открытый на свое имя банковский счет, зарегистрированную собственность. Есть также сообщения в сети Интернет, о том, что некоторые военкоматы так же прибегают к информации хранящейся на социальных сайтах. Военкоматы интересуют, разумеется, несколько иная информация о человеке, в отличие от кредиторов, но, тем не менее, некоторые сведения и они могут почерпнуть из сети. Еще одним из видов необходимой и, часто недостижимой при обычных видах поиска, информации о должнике являются сведения о месте работы человека. Некоторые работодатели даже запрещают пользоваться социальными сетями - не только ради экономии, но и чтобы воспрепятствовать утечке информации. Личная страница в социальной сети может быть использована так же и кадровыми службами (в сферу их интересов о кандидате на какую-либо должность входит информация о месте учебы, о месте работы, о репутации и т.д.). Таким образом, мы видим что эта тема требует гораздо более детального исследования, учитывая тот факт, что все эти подозрения могут привести к параноидальным расстройствам личности. Остается множество неразрешенных вопросов о том, стоит ли доверять личные данные Интернету, как обезопасить себя от вышеперечисленных ситуаций и выработать культуру поведения в социальных сетях Интернета.

Конечная аудитория социальных сетей подсчитывается с учетом как первичной аудитории (число пользователей, которые познакомились с сообщением там, где оно было изначально размещено), так и расширенной (пользователи, познакомившиеся с сообщением в результате действий первичных пользователей, поделившихся информацией). Для подсчета аудитории блогов используются счетчики авторитетности и читаемости и рейтингов; для форумов - статистика посещений, которую ведет сама площадка, плюс внешняя статистика посещаемости.

Для оценки аудитории можно также использовать автоматизированные сервисы мониторинга и анализа социальных медиа, которые получают данные напрямую от площадок. Влияние социальных сетей и интернета постепенно распространилось далеко за пределы Интернета. Все больше компании стали рассматривать социальные медиа как новый, весьма эффективный канал общения с потребителем. Канал, который имеет важное отличие от традиционных способов бренд-коммуникаций - огромную резонансность. Отзыв, оставленный в социальных медиа, может молниеносно распространиться по сети и остаться там надолго.

По опыту различных исследовательских проектов (изучения мнений в социальных медиа о брендах, компаниях и персонах, анализе аудитории блогов на протяжении двух лет), мы можем сделать несколько выводов о специфике социальных медиа. Первая и главная особенность коммуникаций в социальных медиа - мнения потребителей в сети обычно поляризованы и критичны. Как правило, в блогах и на форумах не пишут нейтральных отзывов: их считают пустой тратой времени. Кроме того, отслеживая и модерлируя резкие высказывания потребителей в сетях, компании стимулируют появление новой волны негатива. Поэтому в процентном соотношении в социальных медиа гораздо меньше нейтральных отзывов, чем в результатах других исследований. Наш опыт показывает, что порядка 50% высказываний (чаще всего - 2/3-3/4 высказываний)

являются оценочными, что очень высоко и нехарактерно для любого другого канала коммуникации или другого инструмента маркетинговых исследований.

Другая важная особенность: сказанное в социальных медиа есть именно то, что реально думают потребители. Никто не просил и не принуждал этих людей высказывать свое мнение - они делают это обычно по собственному желанию. Конечно, за исключением случаев "заказных" PR-акций, но их в расчет не берем. Почему потребители оставляют свое мнение в социальных медиа? Они хотят быть услышанными и изменить ситуацию. С этих позиций они, безусловно, пристрастны. Однако это не противники, а добровольные помощники брендов и компаний, как бы странно это ни звучало. Многие из этих добровольных помощников хотят не просто решить свою личную проблему, но и помочь другим потребителям, улучшить продукт или сервис компании. Ярким свидетельством тому являются огромные отклики, которые получают бренды в ответ на просьбу поделиться идеями. На своих страницах в соцсетях (так называемых "виртуальных представительствах брендов") или специальных сайтах, созданных для сбора идей потребителей (например, MyStarbacksIdea), бренды получают неимоверный отклик со скоростью в несколько тысяч идей в минуту.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агафонова Ю.А. Человек, общество, толерантность. Москва, 2008.
2. Гулиев М.А. Политическая толерантность и безопасность в урегулировании этнического конфликта модернизируемого общества. СПб. 2009.
3. Малькова В.К., Тишков В.А. Этничность и толерантность в средствах массовой информации. М., 2008.
4. Мамедли Дж. Современная журналистика. Баку, 2003.
5. Шалин В.В., Альбов А.П. Право и толерантность: либеральная традиция в эпоху глобализации. Краснодар, 2007.
6. McQual D. Sociology of mass communications. Washington. 2002.
7. Нежный Энн Беседа и сообщество: Социальный Веб документации. - Форт-Коллинз, Colo. XML Пресс, 2009 - ISBN 9780982219119
8. Джонсон Стивен Берлин все плохое что хорошо для вас. - Нью-Йорк: Riverhead Книги, 2005 - ISBN 1573223077

Esmira RÖVŞƏNOVA

ИДЕИ ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ ПЕЧАТИ В ИСТОРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ АЗЕРБАЙДЖАНА

РЕЗЮМЕ

В статье подвергаются анализу факторы, обуславливающие формирование идеи демократической печати в Азербайджане, пути реализации этой идеи. В ней в частности проводится анализ *вопросов демократической печати, поставленные в трудах общественных деятелей и классических публицистов Азербайджана. Тем временем широко говорится о трудах на эту тему Г.Зардаби, М.Ф.Ахундова, интеллигенции XX века-М.Э.Расулзаде, У.Гаджибейли и других общественных деятелей. В статье также отдельно говорится об идее демократической печати,*

проявляющейся специфическим образом с концов 1980-х годов и реализуемой с первых времен нашей независимости.

Ключевые слова: демократическая печать, национальная пресса, свободное слово, контекст, публицистика

SUMMARY

The article deals with the factors which stipulate the idea of democratic press formation, the ways of realizing this idea. Especially the democratic press issues put forward in the works of Azerbaijani public figures and classic publicists are analyzed in the article. Among them an extensive discussion is held around the works of public figures such as H.Zardabi, M.F.Akhundov, intellectuals of the beginning of the XX century-M.A.Rasulzada, U.Hajibayli etc. A separate discussion is conducted in the article around a democratic press idea emerged in the late 1980s in a special way and realized in the early years of independence.

Key words: democratic press, national press free expression, context, journalism.

Azərbaycan xalqının azadlığa, özgürlüyə, müstəqil düşüncəyə və ümumiyyətlə, fikrini sərbəst ifadə etməyə meyli həmişə güclü olmuşdur. Milli dastanlarımızın, qədim nağıllarımızın və bütövlükdə şifahi xalq ədəbiyyatımızın ruhunda insanın müstəqil özünüifadəsi ayrıca bir sahə təşkil edir. Yazılı ədəbiyyatımızın qədim mənbələrinə diqqətlə yanaşsaq bu mövzunun çox maraqlı nümunələri ilə rastlaşacağıq. Böyük Nizami Gəncəvinin yaradıcılığındakı çoxçeşidli motivlər sırasında azad söz ayrıca bir kontekst təşkil edir. Şairin “Zalım padşahla zahidin dastanı” əsərinin əsas ideyasını insanın düşündüyünü deyə bilmək cəsarəti təşkil edir.

Çox təəssüf ki, böyük Nizaminin ideallarını bir çox istiqamətdən təhlil edən ədəbiyyatşünaslar, filosoflar bu məsələyə - şairin azad sözə qiymətini kölgədə saxlayıblar. Əslində Nizaminin “Sirlər xəzinəsi”ndəki məqalələrinin hamısında bu günümüz üçün də müasir olan publisistik məqam bolluğu var. “Zalım padşahla Zahidin dastanı” xarakteri etibarilə poeziyadan çox publisistikay istiqaməti ilə maraq doğurur.

Publisistika tədqiqatçısı Fəmil Mehdi doğru qeyd edir ki, “həyat hadisələrinə azad publisistik münasibət əlamətlərinə qədim yazılı ədəbiyyatımızda – Nizami, Xaqani, Nəsimi, Füzuli kimi ölməz söz ustalarının əsərlərində də rast gəlirik” [3, s. 40]. “Bütün dövrlərdə böyük sənətkarlar bu problemə müraciət etmiş və onu öz dövrünün və öz mühitinin konkret cizgiləri ilə qələmə almışlar” [2, s. 493]. Lakin bütün bunlar mətbuata qədərki dövrün ideallarıdır və istər dünya ədəbi fikir tarixində, istərsə də Azərbaycan ədəbi mühitində azad, demokratik mətbuat ideyası mətbuatın özünün tirajlanma formatının meydana gəlməsindən sonra yaranmışdır. Əlbəttə, bu mənada nəinki ideyanın, habelə onun gerçəkləşməsi prosesini milli mətbuatımızın banisi Həsən bəy Zərdabinin fəaliyyətində görürük. Milləti maarifləndirmək yolunda müxtəlif üsullara əl atan bu böyük ziyalı, nəhayət ki, qəzet çıxarmağı üstün tutur. H.Zərdabi xalqı elmə, maarifə çağırır və bunun üçün “qəzet çıxarmaqdan savayı bir qeyri əlac” görmürdü. Bu gün M.F.Axundov məktəbini də azad, demokratik fikir uğrunda mübarizə xətti kimi qəbul etmək olar. XX əsrin başlanğıcında artıq M.Şahmurov, Ə.Hüseynzadə, Ə.Ağaoğlu, C.Məmmədquluzadə, Ö.F.Nəmanzadə və digər bir çoxları nəinki mətbuat orqanları yaratmaq, həm də demokratik mətbuatı meydana çıxarmaq arzularını ifadə etdilər və bir sıra hallarda bunu gerçəkləşdirə bildilər.

Bir müddət keçəcək, Azərbaycan ziyalıları azad və demokratik mətbuatın vəzifəsini, ictimai həyatda yerini göstərəcəklər. M.Ə.Rəsulzadənin bu gün hər kəsə məlum “Mətbuat azadlığı” məqaləsi bu problemi birbaşa ortaya qoyan və onun nəzəri məsələlərini həll edən qiymətli əsərdir. M.Ə.Rəsulzadənin bu gün hər kəsə məlum “Mətbuat azadlığı” məqaləsi bu problemi birbaşa ortaya qoyan və onun nəzəri məsələlərini həll edən qiymətli əsərdir.

“O millət, o məmləkət xoşbəxt və azaddır ki, onların mətbuatı azad və xoşbəxt olsun. Bu

məsələni lazımınca dərk etmək və anlamaq istəyiriksə, onda gərək mətbuat tarixini oxuyub araşdıraraq, onun vəzifələrini və müxtəlif vəziyyətlərini təhlil edək” [1, s. 271].

“Mətbuatın rolu çox böyük və əhəmiyyətlidir. Mətbuat mühüm milli qüvvələrdən biridir. O, milli iqtidarda dördüncü yerdə durur. Yəni iqtidarın üç qüvvəsi, birinci - qanunvericilik, ikinci-icraedici, üçüncü-hüquq orqanları. Bundan sonra mətbuat gəlir. Digər bir baxımdan dünyada tutduqları mövqeyə görə beş mühüm dövlətdən - İngiltərə, Fransa, Almaniya, Avstriya və İtaliyadan sonra, altıncı beynəlxalq güc mətbuat sayılır. Yəni altıncı qüdrətli dövlət qələm aləmidir. Bəşər aləmində mətbuatın nüfuz dərəcəsini xalqın ümumi əfkari-ümumiyyəti də göstərməkdədir. Elə ki, mətbuat ümumin qiymətini aldı, Avropada onun inkişafı üçün geniş meydan açıldı, yayılma imkanı yarandı” [1, s. 272-273].

Məqalə bütövlükdə söz azadlığı və demokratik mətbuat ideyalarını qoyur və onun həlli yollarını göstərir.

Öz sözünü azad və müstəqil şəkildə xalqa çatdırmaq və bununla da milləti azad, demokratik mətbuata ünvanlamaq cəhdləri Üzeyir Hacıbəylinin də həyat kredosu olmuşdur. C.Məmmədquluzadənin “Hüriyyəti-mətbuat” məqaləsi və o məqalədə qoyulan azad, demokratik mətbuat ideyası, bu ideyanın millət tərəfindən dərk edilməsi problemi eyni ilə Üzeyir bəyi də daim düşündürmüş və hətta özünün bu barədə bir yazısını o da “Hüriyyəti-mətbuat” adlandırmışdır. Bu məqalə azad və demokratik mətbuatın nəzəri məsələlərini, demokratik mətbuatın nəyə xidmət etdiyini o qədər dəqiqliklə ifadə etmişdir ki, onun üzərində geniş dayanmamaq olmur.

Üzeyir Hacıbəyli nəinki demokratik mətbuatın nəzəri əsaslarını işləmiş, habelə bir sıra qəzetlərin bu sahədə fəaliyyəti haqqında təqdiri və tənqidi əsərlər yazmışdır. Böyük ədib və jurnalistin “Tərcüman” nə deyir, nə söyləyir?”, “Müəllimlərimiz və mətbuat”, “Qəzet oxuyan”, “Hüriyyəti-kəlam”, “Tərcüman”ı oxuyanda”, “Rusiyada mətbuat”, “Bir qədər qəzetçilik dərsi” və s. kimi məqalələri dövrün mətbuat mənzərəsini yaratmaqla bərabər, demokratik jurnalistikanın ictimai rolunu təhlil etmişdir.

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti dövründə bu dövrə qədər demokratik mətbuat uğrunda mübarizə qələbə çaldı və Azərbaycanda M.Ə.Rəsulzadənin arzuladığı “azad mətbuat” ideyası gerçəkləşdi. AXC Milli Məclisi bu günümüz üçün də tarixi təcrübə hesab etdiyimiz “Mətbuat Nizamnaməsi”ni qəbul etdi.

1920-ci ildə müstəqil Azərbaycan dövlətinin süqutu ilə Azərbaycan mətbuatı yenidən Rusiyanın tabeliyinə keçir. Sovet jurnalistikası dövrü başlayır. Ən qatı senzura qaydalarını həyata keçirən sovet hökuməti 1930-cu illərin ağır repressiyasını mətbuata da güclü tətbiq etmişdir. Mətbuatın özəl sektoru birdəfəlik qadağan edilmiş, kütləvi informasiya vasitələri tamamilə yalnız dövlətin və kommunist partiyasının inhisarında olmuşdur.

1980-ci illərin sonu, 1990-cı illərin əvvəlləri Azərbaycan milli azadlıq hərəkatı ilk növbədə mətbuatın dəstəyi ilə ortaya çıxmış və bu mübarizə Azərbaycanın müstəqilliyi ilə nəticələnmişdir. Müstəqilliyin başlanğıc nöqtəsində bazar münasibətlərinin ilk işartısı - özəl sektorun yaranması da ilk olaraq özünü mətbuatda göstərmişdir. İlk özəl qəzetlər, ilk kommersiya TV və radio kanalları meydana gəlmişdir. “80-ci illərin sonunda 70 il ərzində ilk dəfə olaraq qeyri-hökumət ümummilli qəzetlər meydana gəldi və növbəti onillik artıq ölkədə qəzet bumuna çevrildi” [4, s. 3].

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan mətbuat tarixi antologiyası. “Elm və təhsil” nəşriyyatı, I cild, Bakı, 2010, 440 səh.
2. Xəlilov S. Mənəviyyat fəlsəfəsi. “Azərbaycan Universiteti” nəşriyyatı, Bakı, 2007, 520 səh.
3. Mehdi F. Bədii publisistika. “Maarif” nəşriyyatı, Bakı, 1982, 296 səh.
4. СМИ Азербайджана (1999). “Yeni nəsil jurnalistlər birliyinin nəşri”, Bakı, 1999, 263 səh.

К ВОПРОСУ ИСТОРИИ ГАЗЕТЫ «ВЕТЕН ЙОЛУНДА»

РЕЗЮМЕ

Издававшаяся в Тебризе в 1941-1946 годах газета «Vətən yolunda» («За Родину») оставила неизгладимый след в истории азербайджанской национальной печати. Газета с первых дней своего существования проявила себя как демократическое издание и пользовалась большой популярностью среди местного населения. Успеху газеты способствовало и то, что она издавалась на арабской графике, на которой писали и читали все южноазербайджанцы.

Ключевые слова: газета, редакция, алфавит, Южный Азербайджан, печать, «Vətən yolunda».

SUMMARY

“Vatan yolunda” newspaper (1941-1946, Tabriz) from the first dates of its existence its worth as democratic newspaper and enjoyed wide popularity of local population. Its publishing on Arabic language on which all South Azerbaijanis wrote and read assisted to the success of the newspaper between broad masses of our compatriots.

Keywords: newspaper, editorial, alphabet, South Azerbaijan, press, “Vatan yolunda”.

В начале XX века после свержения персидской династии Каджаров, взойшедший на трон Рза-шах Пехлеви заложил в основу своей официальной политики иранский национализм, который постепенно стал перерастать в оголтелый шовинизм. Идеи иранского национализма, явившиеся идеологической базой внутренней и внешней политики Ирана, получили в дальнейшем довольно сильное развитие. Азербайджанцы, как и представители других народов, проживающих в Иране, стали подвергаться культурной дискриминации. Так, например, в Иране было запрещено использование азербайджанского языка в образовании, прессе и делопроизводстве. Губернаторами в провинциях Южного Азербайджана назначались персы, а не азербайджанцы, переименовывались многие иноязычные топонимы. Этому во многом способствовала сама конституция страны, а также законы, закрепившие за персами статус господствующей нации. Правом избирать и быть избранным обладали только граждане, которые умели читать и писать на фарси. О том, что Рза-шах Пехлеви грубо попирает права азербайджанцев, проживающих в Иране, говорит и тот факт, что в Южном Азербайджане в период его правления не осталось ни одной азербайджанской школы, преследовались любые печатные издания на азербайджанском языке.

С целью сохранения своей национальной идентичности и восстановления законных прав, южноазербайджанцы вынуждены были взяться за оружие и выступить против диктатуры Реза-шаха Пехлеви. Только в двадцатом столетии против шахской тирании Тегерана было организовано три вооруженных восстания. Это движение Саттархана (Машруте) в 1905-1911 годах, национально-освободительное движение под руководством шейха Хиябани в 1920 году, которое было жестоко подавлено правительственными войсками Ирана, и, наконец, наиболее организованное национальное движение (21 Азер), приведшее в 40-х годах к созданию независимого азербайджанского правительства во главе с лидером Азербайджанской демократической партии Сеидом Джафаром Пишевари.

Движение «21 Азер» явилось естественным итогом национально-освободительного движения турков Азербайджана на Юге. В течение довольно небольшого времени национально-демократические силы Азербайджана объединившись, создали основу

национального государства, опирающуюся на волю и поддержку народа. Именно при поддержке народа вновь созданное правительство приступило к осуществлению ряда важных дел государства: открыло Тебризский университет и множество средних школ, создало национальный театр, филармонию, библиотеки. В эти годы начали издаваться различные газеты, на страницах которых нашла свое отражение общественно-политическая, культурная и литературная жизнь Южного Азербайджана.

В указанный период особого внимания заслуживает деятельность группы представителей интеллигенции советского Азербайджана, которая в начале сороковых годов в составе советской армии прибыла из Баку в Южный Азербайджан, где учредила газету «Ветен йолунда» («За Родину»). Первый номер газеты был издан и выпущен в продажу 11 октября 1941 года в Тебризе. Газета, состоящая из четырех страниц, выходила через день тиражом 4 тысячи экземпляров. Издание в буквальном смысле слова переходила из рук в руки. Некоторые покупали по два, а то и по три экземпляра. Газета печаталась на арабской графике, что было воспринято читателями с большим интересом и радостью, так как была единственной газетой в Иране, которая выходила на азербайджанском языке. Вот что пишет исследователь Джамиль Гасанлы, слылаясь на одну из заметок издания: «В Тебризе один старик, взяв в руки газету «Ветен йолунда», попросил, чтобы ему почитали. Когда ему начали читать, он глубоко вздохнул и сказал: «Слава Аллаху, что сейчас мы читаем газету на азербайджанском языке» [1].

Читателей больше всего радовали патриотические стихи азербайджанских поэтов Самеда Вургуна и Сулеймана Рустама, в особенности произведения местных тебризских поэтов.

Первый редактор газеты Мирза Аждароглу (Мирза Ибрагимов) в главной статье номера так описал идею и цель издания: газета «Ветен Йолунда» отображает жизнь солдат Красной армии и их доблестную борьбу против фашизма, считает своей основной задачей укрепление дружбы между иранским народом всего Южного Азербайджана и Красной армией, оказывать армии и народу культурные, литературные, художественные услуги, и освещать другие подобные направления [1, 5].

Конечно, освещение доблести армии на полях битвы Великой отечественной войны, являлось основным направлением деятельности газеты. Однако, газета «Ветен Йолунда» считала этого недостаточным. Она также интересовалась общественной жизнью страны, занималась изучением и исследованием героической истории народа, его культуры, памятников, литературы, национальных традиций. Сотрудники газеты, изучая историю литературы Юга в период пребывания в Тебризе, обнаружили в архивах произведения таких классиков, как А. Моджуз и Хейран ханум, о существовании которых не знали даже сами южноазербайджанцы, и обогатили художественную литературу Юга произведениями упомянутых классиков.

Прошло немного времени и редакцию начали посещать местные писатели и представители интеллигенции Тебриза. Большинство из них представляли плеяду старшего поколения. Среди них были такие опытейшие поэты, как Мехди Этимад, Али Фитрет, Мехду Чавуши. Большинство из них представляли газету «Азербайджан», которая издавалась в Тебризе одноименным обществом. Они стали своеобразным мостом между газетой «Ветен Йолунда» и издаваемыми в Тебризе демократическими газетами. Невозможно не отметить влияние газеты «Ветен Йолунда» на эти издания. Газета отличалась направляющей деятельностью в области развития национального движения и демократии, завоевала всеобщее уважение. И это являлось плодом братской помощи газеты «Ветен Йолунда», которая выражала интересы Северного Азербайджана. Историк Акрам Рагимли детально описал суть данного вопроса в своих книгах «В Южном Азербайджане», «Национал-демократическое движение». Он писал:

«Нельзя оставлять без внимания тот факт, что основными посредниками в оказываемой помощи советской стороной при событиях «21 Азер» и предшествующих инцидентах были Северный Азербайджан, представители интеллигенции, прибывшие в Иран в составе советской армии и советские граждане. При таком раскладе, брат не имел морального права не верить родному брату» [28, 2].

С развитием национального движения в стране в Южном Азербайджане росло количество газет [4].

Акрам Рагимли в своей вышеупомянутой книге пишет следующее:

«Начиная с 11 декабря 1941 года по 28 декабря 1945 года в Южном Азербайджане издавалась 21 газета: газета «Ветен Йолунда» (Тебриз), выходящая на азербайджанском языке для Советской армии, «Красный солдат» (Урмия), «Азербайджан», «Стэрает Азербайджан», «Хаваре Но», «Гулак» и прочие. На страницах данных изданий, наряду с местными авторами, публиковались произведения Мирзы Ибрагимова, Джафара Хандана, Гылмана Мусаева (Илькин), Авеза Садыга, Сулеймана Рустама и других писателей и публицистов из Северного Азербайджана, которые сыграли значимую и пробуждающую роль в тогдашней политической, научной и культурной жизни Южного Азербайджана. Большинство обществ и организаций, созданных в Южном Азербайджане в сороковые годы, и широкая общественность, с особым рвением читали произведения авторов Северного Азербайджана, которые разделяли долю своих южных братьев [52, 2].

Газета внесла непоколебимую лепту в становлении и развитии молодого поколения, пробуждении национального самосознания. «Меджлис поэтов» при газете «Ветен Йолунда» стал своеобразным университетом для будущих поэтов и писателей Южного Азербайджана.

В Южном Азербайджане не было городов, на которые бы газета «Ветен Йолунда» не оказала воздействия посредством слова. Газету читали и уважали даже в самых отдаленных глубинках. Кроме Тебриза газета распространялась в Урмие, Хое, Маринде, Зенджане. Казвине, Сарабе и других городах. В данных местностях газету не только продавали, но и предоставляли желающим возможность подписаться на нее. Газета часто публиковала читательские письма, следила за численностью своих подписчиков, посредством издаваемых материалов оказывала содействие на установление верного направления своего печатного органа.

Редакция газеты «Ветен Йолунда» дважды посещала Иран. Первый визит приходился на 1941-1942 годы, когда только-только начиналось национально-освободительное движение Южного Азербайджана. Второй визит пришелся на 1944-1946 годы – период разгара создания в стране национально-освободительного правительства под руководством партии Демократов. В период второго визита в Тебриз, горожане встретили редакцию газеты с большим восторгом. Возвращение газеты стало настоящим праздником для читателей, истосковавшихся по газете за два года. Они ежедневно приходили в редакцию, поздравляли сотрудников газеты, делились пожеланиями.

Состав редакции газеты остался прежним, однако в руководстве произошли некоторые изменения. На этот раз редактором газеты был Гасан Шахгельдиев, а его заместителем – Джафар Хандан.

В обоих периодах национально-освободительного движения, газета «Ветен Йолунда» достойно справлялась с поставленной задачей.

Вообще, газета «Ветен Йолунда» стала новым и знаменательным событием в жизни Южного Азербайджана. Не случайно, что некоторые члены редакции были награждены медалью «21 Азер».

После создания в Южном Азербайджане национального азербайджанского правительства, советские органы печати продолжили литературные традиции газеты

«Ветен Йолунда» в Баку, организовали новые меджлисы для писателей и поэтов, создавали для них общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гасанлы Д. СССР – ИРАН. Азербайджанский кризис и начало холодной войны (1941 – 1946). Б. 2001
2. Agayeva G. Təbriz ədəbi mühiti. B. 2004
3. Rəhimli Ə. Güney Azərbaycan milli-demokratik hərəkatı. B. 2003
4. Məmmədli S. Cənubi Azərbaycan mətbuat tarixi. B. 2009
5. Həbibov Ə. Cənubi Azərbaycanda azadlıq hərəkatı. B. 1988
6. "Vətən yolunda" qəzeti. Təbriz. 1941 - 1946

Фарида ГАСЫМОВА

ИСТОРИЧЕСКИЙ ВОЗРАСТ КОММУНИКАЦИИ РАВЕН ИСТОРИИ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА

РЕЗЮМЕ

В современных условиях резко изменилось отношение к коммуникации, т.е. к информационной связи в человеческом обществе. История коммуникаций это ещё и развитие их технического обеспечения. Сначала это были знаки на земле и на стенах пещер, затем на папирусе и т. д., которые вскоре сменились на радио и ТВ, глобальную связующую сеть Интернет, и на массовый компьютеризированный досуг.

Ключевые слова: *история, развитие, компьютеризация.*

SUMMARY

In modern conditions dramatically changed their attitude to communication, to data communication in human society. The history of communication is develop their technical support. First there were signs on the ground and on the walls of caves, then on papyrus, and so on, Which soon gave way to TV and radio, a global communication network the Internet, and on a massive computerized entertainment.

Keywords: *history, development, computerization.*

Исторический возраст коммуникации равен истории человеческого общества. Речь - жесты и звуки в общении, рисунки на стенах древних пещер - вот свидетельства того, как наши далекие пещерные предки уже имели определенный уровень коммуникации, возводившей им контактировать друг с другом, передавать и хранить информацию, обратившись не столько к скучным учебникам, сколько к такому художественному произведению, как серия романов английской писательницы Джин М.Ауэл: "Клан пещерного медведя", "Долина лошадей", "Охотники на мамонтов", "Очаг мамонта", "Путь через равнину", написанных на основании самых последних данных археологии и антропологии, и вы весьма наглядно сможете представить себе роль коммуникации в первобытном обществе. В древневосточных цивилизациях, возникший в долинах разливающихся рек, где проведение дополнительных ирригационных работ обеспечивало населению высокие урожаи уже 14-12 тыс. лет до нашей эры было создано идеографическое письмо, а создание материала для письма - папирус, обожженная глина - и первые формы коммуникаций, на носителях. В государстве Тиуантинсуйю (современное Перу) древние инки владели умением передавать информация (в основном это были числительные и определители исчисляемого) при помощи разнообразной

формы узелков, завязывавшихся на шнурах различной длины, толщины и цвета. Абстрактные понятия передать так было нельзя, но вот вести учет и контроль населения, а также всего того, что производилось в стране, было довольно-таки легко. Разумеется, использование материала для письма определялось естественно-географическими факторами. В Египте был папирус, который выделывали и превращали в подобие бумаги, поэтому писали на нем, хотя наиболее важные тексты выбивали на граните и даже диабазе, а также на оштукатуренных стенах гробниц. В Вавилонии много глины и именно поэтому основным носителем письменной информации здесь стала обожженная на огне глиняная табличка. Индейцы Северной Америки - жители прерий, писали на лошадиной шкуре, тогда как индейцы Центральной Америки: ацтеки и майя на выделанных листах фикуса и, разумеется, также на стенах своих монументальных сооружений. Дощечки, покрытые воском, были в ходу в Древней Греции и Риме, а вот в Пергаме использовалась выделанная телячья кожа, откуда и пошла ее название. Жители острова Пасхи тоже использовали деревянные дощечки из пальмового дерева, но воском их не покрывали, а выцарапывали надписи при помощи акульевого зуба. Интересно, что некоторые из их текстов носят прямо-таки "библейский" характер. Например, расшифрованная надпись на одной из этих табличек гласит: "Все рыбы соединились со всеми птицами, и так появился мировой свет".

Возникновение сначала финикийского, а затем и греческого алфавита понизили социальную планку грамотности: теперь ей могли овладеть и простые люди. И хотя в Средние века грамотность на долгий период времени опять сделалась уделом лишь избранных - в основном это были служители церкви, - письменная речь продолжала совершенствоваться и развиваться. В Китае книги издавались с VIII в., однако печатались они с резных деревянных досок, тогда как Европа в XVI в. перешла на металлический литой шрифт, удешевивший процесс книгопечатания. Книги, первые газеты, журналы, листовки - все это способствовало демократизации письменной коммуникации, вовлечению в неё все большего числа людей, представляющих самые различные социальные слои. Заметим, что история коммуникаций это ещё и развитие их технического обеспечения. Сначала это были знаки на земле и на стенах пещер, затем на папирусе и т. д. Однако передать информацию на расстояние было достаточно сложно: крик, свист, барабанный бой, размахивание факелами, горящие вышки на границе, пускание дымов, солнечные зайчики - все это древние средства при помощи которых наши предки пытались передавать свои первые сообщения. Был разработан даже оптический телеграф, сложности, в работе которого очень хорошо показал А.Дюма в своем романе "Граф Монте-Кристо". Когда в середине XIX в. в практику коммуникаций вошел электрический телеграф, это означало настоящую революцию в передаче информации: теперь никакая погода не могла этому помешать! Опираясь на информацию, переданную по телеграфу, значительно более оперативными стали газеты. Политики могли откликаться на события, сообщения о которых передавались им со скоростью света. Бизнесмены получили возможность совершать свои сделки по всему земному шару, лишь бы там был телеграф.

Конец XIX - начало XX вв. были ознаменованы открытием радиосвязи, уже через двадцать лет достигшей уровня коммерческого вещания. Причем если в начале по радио передавались те же самые точки и тире азбуки Морзе, что и по телеграфу, то уже в 1920 г. были организованы первые передачи для публики компаниями "Маркони" в Великобритании и "Вестингауз" в США. Тогда же начался и золотой век кино, интерес к которому захватил все слои общества. Естественно, что информированность людей, глядевших на экраны, значительно возросла. Появилась возможность манипулировать созданием людей посредством создания кинокартин определенной направленности.

Например, в 1929 г. в Германии судили советский художественный фильм "Броненосец "Потемкин". Судили как фильм, который может вызвать резкое усиления социальной напряженности! Уже в конце 20-ых годов по радио начали упоминать имена спонсоров тех или иных передач, широкое распространение приобрела и радиореклама, которую затем, уже в 30-ые годы XX в. дополнила реклама телевизионная. В 1935 году первые телевизоры собирались из наборов, вроде наших современных детских конструкторов, причем это мог сделать даже обыкновенный радиолюбитель! Уже в 1936 г. британская камера "Эмитрон" позволило вести выездные телепередачи, а спустя всего лишь десять лет появится и первый электроламповый компьютер ЭНИАК. Год спустя свет увидел фотоаппарат "Полароид", позволявший получать моментальные печатные фотоизображения. Оптические волокна, кардинально улучшившие связь в 70-ые годы прошлого века, были изобретены еще раньше - в 1955 г. Радио и ТВ сразу же начали использоваться для политической пропаганды и оболванивания масс. О силе воздействия радио говорит хотя бы такой, ставший классическим, пример - возникновение паники в ходе переданной американскими радиостанциями инсценировки романа Г.Уэллса "Война миров", поставленной в 1937 г. Многие американцы тогда подумали, что вторжение марсиан началось на самом деле и... это стоило США немалых потерянных денежных средств и даже человеческих жизней, настолько неуправляемой была тогда паника!

В США первая телепередача была осуществлена в 1939 году, а период его бурного развития телевидения начался после Второй мировой войны. Прошло всего лишь немногим более полувека и ТВ стало важнейшим фактором информационной коммуникации на планете, а просмотр передач в семейном кругу едва ли не самой популярной во всем мире формой общения и отдыха. Благодаря встроенному в каждый телевизор на Западе прибору отмечающего какой канал ТВ-станций включен непосредственно в данную минуту, стало возможным отслеживать наиболее популярные телепередачи, программы и производящие их компании, а также устанавливать рейтинги "посещения телеэкрана". Все это, естественно, тут же было использовано для трансляции рекламы в наиболее выгодное, с точки зрения массового просмотра передач, время и, понятно, что цена этого времени сегодня резко отличается от цены рекламы на малопосещаемых каналах. Отсюда - борьба за зрителя и потакание его вкусам. Если раньше говорили, что каждый народ достоин своего правителя, то сегодня не будет преувеличением сказать, что каждый народ достоин того, что ему показывают по телевидению! В 1975 году в продажу поступил первый малогабаритный персональный компьютер "Эппл" и это в свою очередь ознаменовало начало новой эры в истории человечества. С созданием ПК появилась возможность эффективно трудиться дома, осуществлять управление на расстоянии, хранить огромные объемы информации в компактной форме. В современном обществе XXI в. жизнь без компьютера уже не мыслима. Это и глобальная связующая сеть Интернет, и массовый компьютеризированный досуг и принципиально новые, индивидуализированные СМИ, поскольку каждый желающий, имея компьютер и доступ в Сеть, может без особого труда создавать собственные газеты и журналы и даже предлагать их массовой аудитории. Вот почему рубеж XX и XXI в. определяется сегодня, как вступление экономически развитых стран в информационное общество. Для них характерен выход на первые позиции в мире по количеству людей занятых уже не на производстве и не в обслуживании, а в сфере обработки информации при одновременном резком увеличении объема продажи информационных продуктов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеев В. Семиотика – «Весь мир», 2002
2. Ключев Е.В. – «Речевая коммуникация», «Успешность речевого взаимодействия».

İFOQRAFIKA - BİR JURNALISTIKA JANRI KİMİ

S U M M A R Y

One of the priority areas of modern design of periodicals is the tendency to maximize the visualization of content. Visual communication is the transmission of messages that are aesthetically attractive, informative, capable of evoking an emotional response from the audience. Among the varieties of illustrations, researchers identify drawings, photographs and infographics.

The method of creating infographics is quite specific, since it is required to combine the efforts of the journalist providing information and the designer, this information of the visualizer.

Keywords: *infographica, illustration, visual communication*

Bu gün müasir mətbuatın dizayn edilməsi sahəsində, onun səhifələrinin məzmununun vizuallaşdırılması əsas tendensiyalardan biri sayılır.

V.V.Tulupov deyir ki, infoqrafika- xəritələr, sxemlər, cədvəllər və sairədən ibarətdir və onun əsas vəzifəsi-publikasiyanı əyani olaraq illüstrasiyalaşdırmaqdan ibarətdir.

Infoqrafikanın inkişaf tarixinə nəzər yetirmədən, bu gün infoqrafikanı jurnalistika janrlarının yeni müstəqil bir sahəsi kimi qəbul etmək lazımdır. Infoqrafika jurnalistika janrıdır. Buna görə də infoqrafiya hazırlayan mütəxəssisin jurnalist və redaktor kimi səriştəsi olmalıdır. Ümumiyyətlə, infoqrafika ideal jurnalist materialıdır.

Infoqrafika - informasiyanın, məlumatların və bilgilərin qrafik formada verilməsi üsuludur, faktiki olaraq illüstrasiyanın köməyi ilə informasiyanın ötürülməsi üsuludur.

Hal-hazırda "infoqrafika" anlayışı yeni məzmun əldə edir.

T.V. Solovyov və bir sıra başqa müəlliflər infoqrafikanı rəqəmsal, qrafik və verbal informasiyanın vizual formada təqdim edilməsi kimi müəyyən edirlər.

S.V. Selemenov infoqrafikanı əyani konstruksiya kimi qəbul edir. Əyani konstruksiyanı elektron formada verilən böyük miqdarda məlumatın qrafik təzahürü kimi təsəvvür edir.

Infoqrafikanın əsas vəzifəsi — hansısa bir konkret məsələni və ya problemi aydınlaşdırmaqdan ibarətdir. Infoqrafikada məsələni qısa şəkildə, qrafik formada təsvir etmək lazımdır. Daha çox qrafikdən istifadə etmək imkanına malik olmaq üçün başqa faktları və ya informasiyanı əlavə etmək olar. Qısalıq infoqrafikanın daha effektiv qavranılmasına imkan yaradır.

Vizual kommunikasiya estetik cəhətdən cəzbedici, informativ və auditoriyada emosional hisslər yaratmalıdır.

İllüstrasiya publikasiyanın daha cazibədar və informativ olması üçün əsas meyarlardan biri sayılır. Psixoloqların müşahidəsinə görə illüstrasiyalar oxucular tərəfindən daha tez qavranılır. Mütəxəssislər tərəfindən rəsm, fotoqrafiya, infoqrafika bir illüstrativ material kimi xüsusi olaraq göstərilir.

İlk dəfə olaraq 1982-ci ildə "USA Today" qəzetinin nəşirləri infoqrafikadan (qrafiklərin və mətnin uyğunluğundan) istifadə etməyə başladılar. Bir neçə il ərzində qəzet ölkənin ən çox oxunan beş nəşrlərindən birinə çevrildi.

Amerika oxucuları tez bir zaman ərzində bu yeniliyi anladılar və informasiyanın ötürülməsinin belə üsulunun üstünlüklərini qəbul etdilər. Zamanla aydınlaşdı ki, infoqrafika yalnız texnologiya deyil, yalnız biznes deyil, həm də incəsənətdir. Bu incəsənət sahəsi nəşriyyat biznesinin inkişafına bilavasitə təsir edən bir mexanizmə malikdir. Buna görə də bu gün

«Esquire» и «New-Yorker» kimi tanınmış jurnallar infoqrafiyaların yaradılması üçün ən görkəmli üç dizaynerdən və mətnləri tərtib edən jurnalistdən istifadə edir.

Infoqrafika əsasən 2 formada- informasiyanın bir növü kimi və jurnalistikanın sintetik bir janrı kimi fəaliyyət göstərir.

Infoqrafiyanın hazırlanmasında jurnalist və dizaynerin birgə işləməsi şərtidir.

Infoqrafika əsasən çox oxumağı xoşlamayan və buna vaxtı olmayan ancaq hər şeydən xəbərdar olmaq istəyən oxucular üçün nəzərdə tutulmuşdur.

Funksional nöqteyi-nəzərdən infoqrafika ənənəvi olaraq bu suallara cavab verməlidir: nə? kim? harada? nə zaman? nə üçün? necə? Bununla da infoqrafika ənənəvi jurnalistikanın janrlarına və daha çox isə informasiya janrlarına uyğunlaşır.

Infoqrafikanın əsas xüsusiyyətlərini aşağıdakı kimi göstərmək olar:

- qrafik obyektlərin mövcudluğu;
- faydalı informasiya ilə yüklənməsi;
- rəngarəng təsvir;
- mövzunun anlaşılan və dərk edilmiş formada təqdim edilməsi

Mürəkkəb informasiyanın qrafik interpretasiyasının yaradılması üçün, onun oxunaqlı və baxımlı olması üçün qrafik dizaynın bütün elementlərindən məharətlə istifadə edilməlidir: şrift seçimi, rəsmlər, şəkillər, rənglər, xətlər, çərçivələr və s.

Təcrübələr göstərir ki, belə infoqrafikanın yaradılması üçün əsas qaydalar sırasında aşağıdakılar göstərilir:

- sadəlik (qavramanın və asan oxuna bilmənin tezliyi);
- bir işdə bir ideya (informasiyanın aktuallığı);
- manual qrafik (informasiyanın interpretasiyası, faktlar + fikirlər).

Infoqrafikanın yaradılması onun iki səviyyəli olmasını ehtiva edir: konseptual (strateji) və reallaşdırmanın (taktik) səviyyəsi.

Konseptual səviyyə:

1. Infoqrafikanın yaradılmasının hədəfinin dürüst ifadə edilməsi və ən vacib nəzərdə tutulmuş auditoriyanın müəyyən edilməsi. Bu alınan qərarlar qrafiklərin seçimini şərtləndirəcək, istifadə edilən obrazların sistemini yaradacaq, infoteynment (ing. information-dan infotainment — informasiya və ing. entertainment — əyləncə) tele - radio yayım materialının auditoriyanın məlumatlandırılması və əylənməsi forması.

2. Mövzuya uyğun materialların toplanması (mətn, qrafika, foto-video, cədvəl və s.)

3. Informasiyanın analizi və emalı.

4. Vizuallaşdırma formasının müəyyən edilməsi (prezentasiya, slayd, videoçarx)

Reallaşdırmanın səviyyəsi:

- elementar tərkib hissələrinə görə mətnin bölünməsi: məlumatlar, rəqəmlər, vaxt, yer, referentlər, fikirlər, şərhlər və s.;

- onların vizuallaşdırmasının və ya verbal formada saxlanması üçün imkanlarının qiymətləndirilməsi;

- obrazın konkret və ya abstrakt olacağını müəyyən etmək;

- şəkillərin stilizasiyası (forma və məzmunun vəhdəti);

- statistik məlumatların qrafika və diaqramlara çevrilməsi və onların kompozisiya nöqteyi-nəzərindən uzlaşdırılması;

- hadisələrin zamana bağlılığını təmin etmək;

- gələcək qrafikanın mətnlə uyğunlaşdırılması, hadisələrin ardıcılığını gözləməli, oxucu prioritetlərini müəyyən etməli, əsas və köməkçi hissələrin müəyyən edilməsi, qısa və aydın mətnin formalaşdırılması, informasiyanın dəqiqliyinin yoxlanılması;

- əsas qrafikanın eskizinin hazırlanması;

- başlığın və yarımbaşlığın yaradılması;

- yoxlama və infoqrafikanın (mətn və təsvirlər, həmçinin müəllif hüquqları) redaktəsi. Oxucuların maraqlarına cavab verən yaxşı infoqrafika aşağıdakılara uyğun olmalıdır:

- tam və konkret başlıq;
- informasiyanın mühümlülüyü və qrafikanın əsası;
- qrafikanın, diaqramın, cədvəlin, xəritənin əsas gövdəsi;
- infoqrafikanın müəllifinin və onun yayılması ilə məşğul olan kompaniyanın göstərilməsi;
- alınmış məlumatın mənbəyinin göstərilməsi.

Bütün infoqrafikalar sadə və başadüşülən olmalıdır. Oxucunu rənglərin, simvolların, fiqurların, rəqəmlərin mənasını krossvord həll edəcək kimi zorlamaq olmaz. Əyləncə xarakterli infoqrafika informasiyanın ötürülməsinə mane olmamalıdır.

Infoqrafikanın yaradılması zamanı, jurnalistlər həm də dizaynerlər müəyyən qaydalara riayət etməlidirlər:

1. Dəqiq rəqəmlərdən istifadə edilməli. Həmişə yoxlamalı və yenidən yoxlamalı. Bu halda həm jurnalistlər, həm də dizaynerlər eyni rəqəmlərdən istifadə etməlidirlər ki, materialın vizual və şifahi komponentləri zəmanətli olaraq tamamı (bütövü) yaratsın.

2. Dizaynerlər dəqiq infofaktların əhəmiyyətini anlamalı və müvafiq yolla onları izah etməlidirlər.

3. Zəruri olduqda tərcümə edilməli və ya infofaktları uyğunlaşdırmalı, onları informasiyanın istehlakçısı üçün maksimal aydın etməlidirlər.

4. Cədvəllərdə və ya sxemlərdə ölçülərin (nisbətlər, rəqəmlər) doğru göstərilməsinə əmin olmaq lazımdır. İlk ölçü vahidi eyni olmalıdır ki, ölçüləri normal müqayisə etmək mümkün olsun.

5. Sahədən səmərəli istifadə edin, çünki infoqrafikada həddən artıq çox boş sahə simmetriyanı pozur və əlavə xərclərə gətirib çıxarır (bu qəzetlərdə xüsusilə yolverilməzdir, çünki onlarda qiymətli sahə üçün daimi mübarizə gedir).

6. Infofaktlar lazımi miqdarda olmalıdır və böyük miqdarda informasiya ilə yüklənməməlidir. Zəruri olduqda bir neçə infoqramm, infosxem və s. vermək olar.

7. Bütün başlıqların, yarımbaşlıqların, izahatların, blokların rəqəmlərinin və şriftlərinin asan oxuna bilməsini nəzərə almaq lazımdır.

8. Infoqrafikada illüstrasiyaların və ya obrazların vizual çox gözəgəlimli olması əsas informasiyanın oxunmasına mane olmamalıdır.

9. Illüstrasiyalardakı imzaların başadüşülən olması üçün eyni rəngdə olmalıdır.

Azərbaycandakı KİV-lərdə infoqrafikadan çox az istifadə edilir. Bu sahədə istisna olaraq AzərTac-ı göstərmək olar.

Bu qocaman İnformasiya Agentliyində 2014-cü ilin fevral ayından başlayaraq azərbaycan dilində, 2015-ci ilin fevralından isə rus və ingilis dillərində infoqrafikadan istifadə edilməyə başlanmışdır. 01.02.2014 – 31.03.2017 tarixləri ərzində azərbaycan dilində 217 infoqrafika, 13.02.2015 – 30.03.2017 tarixləri ərzində rus dilində 248 infoqrafika, 17.02.2015 – 01.04.2017 tarixləri ərzində ingilis dilində 105 infoqrafika, toplam olaraq isə 570 infoqrafika hazırlanmışdır.

ƏDƏBİYYAT:

1. Техника и технология СМИ: печать, телевидение, радио, Интернет— СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2006, с.32

2. Симакова, С. И. - Цифровые обозначения как фактор формирования картины мира читателя в современной медиаситуации – Журнал «Челябинский гуманитарий» – Челябинск, 2010. – № 3, с.12

3. Смирнова Е.А. - Инфографика в системе журналистских жанров Вестник ВолГУ, Серия 8. Вып. 11, 2012, с.92

- 4.Селеменов С.В. Школьная инфографика - «Образование и современная школа». – 2010. – №2. – С.35
- 5.<https://infogra.ru>

Ellada MUSTAFAYEVA

MULTIMEDIA PLATFORMALARI

ABSTRACT

Communication technologies are developing rapidly nowadays. This development raise more usage of internet and Web tools. One of the most important tools is social media.

Social media is a new virtual media where users express themselves and stay connected with other users. Social media marketing, on the other hand, is a new marketing approach which is based on interactive participation in this new media. Contents created in social media tools form consumer behavior and social media marketing. Consumers are affected by contents created by users or companies in social media on the subject of purchasing.

Therefore, how and how much a product or service are being mentioned on social media become important for businesses. At this point, investigating the impact of social media on consumer behavior is significant. This study is comprised of theoretical and practical parts and intends to present the relationship of social media and consumer behavior. In theoretical section of the study; a literature review was done about concepts of social media, social media marketing, consumer behavior in social media. In research section, an survey was prepared and applied, which is try to identify the impact of social media on consumer behavior. Data provided from answers of 845 social media users to the survey is analyzed with the help of SPSS software program. As a consequence, it is revealed that consumer are affected by social media tools during the purchasing process.

Keywords: Social Media, Multimedia, Facebook, Twitter, Online Journalism, Social Media Marketing, Consumer Behavior

Multimedia - ənənəvi xəbər mətni ilə birgə yaxud onun ətrafında yaradılan hər hansı bir şəkil, audio, video və qrafik informasiyanın kombinasiyası deməkdir. Ən müasir tələblərə cavab verən multimedia paketi Flash proqram təminatı ilə yaradılır və burada qrafik təsvirlər, audio və videonu kombinə edir, yəni onlar belə materialları zənginləşdirir.

Yeni media mühitinin növbətçi redaktoru təkcə günün vacib xəbərlərini diqqətə çatdırmır, o, həm də media qurumunun öncəlikləri baxımından xəbəri ən effektiv və cəlbedici formada hazırlayıb istifadəçiyə təqdim etməlidir. Yaxşı redaktə olunmuş xəbər veb saytı, hadisəni müxtəlif media formatlarının imkanları ilə bir yerə yığmalı, oxucunu bezdirməməli, sıxıcı olmamaq şərti ilə informasiya verməli və məzmunu axıra qədər oxutdurmağı bacarmalıdır. Multimedianın onlayn jurnalistikaya nüfuz etməsindən öncə multimedia platformalarından söhbət açaq.

Multimedia paylaşım saytları

Multimedia paylaşım saytları, istifadəçilərə multimedia məzmunu (audio, video, şəkil) yaratmaq və yükləmə imkanı yaradan saytlardır. (Zarella, 2010: 77).

Multimedia paylaşım saytları bəzi mütəxəssislər tərəfindən məzmun şəbəkələri (Kaplan və Haenlein, 2009), məzmun paylaşma saytları (iCrossing, 2008) kimi anlayışlar ilə ifadə olunarkən digərləri tərəfindən şəkil, səs və video paylaşım saytları kimi (Carabiner, 2009; Safko, 2010; Mangold və Faulds, 2009: 358) təqdim olunur.

Multimedia paylaşma saytlarında, sosial şəbəkələrdə olduğu kimi üzv olmaq, profil yaratmaq və digər istifadəçilərlə dost olmaq kimi özəlliklər var. Lakin bu cür saytlar sosial şəbəkə yaratmaqdan daha çox məzmun platforması rolunu oynamağa xidmət edir. (Lietsala və Sirkkunen, 2008: 42).

İstifadəsi asan olan rəqəmsal kameraların və smartfonların geniş istifadəçi kütləsi qazanması ilə multimedia platformaları daha da məşhurlaşmağa başladı. Media paylaşma saytlarının məşhur hala gəlməsinin digər bir səbəbi də bu saytların bütün istifadəçilərə video, şəkil, səs formatında olan faylları cuzi texniki biliklərlə geniş auditoriyaya çatdırma imkanını təqdim etmələridir. Media paylaşma saytlarının təqdim etdiyi özəlliklər ilə sayta üzv olmayan istifadəçilər belə paylaşımaları təqib etmək üçün bu cür saytları ziyarət etməkdədirlər (Zarella, 2010: 78).

Aşağı xərc və digər saytlarda da yayımlanabilmə xüsusiyyətləri (Akar, 2010a: 93) media paylaşma saytlarının məşhurluğuna qatqı verməkdədir.

Media paylaşma saytlarında istifadəçilər məzmun meydana gətirərək, bu məzmunu paylaşaraq, qiymətləndirərək, ictimailəşdirərək platformanın formalaşmasında əhəmiyyətli rol oynayırlar. Burada da istifadəçilər aktiv və passiv istifadəçilər olmaqla iki qismə bölünürlər. Birinci qrupa daxil olan istifadəçilər məzmunu formalaşdıran və paylaşan, ikinci qrupdakılar isə daha çox izləyici mövqeyindən çıxış edirlər.

İlk multimedia platformaları

İlk multimedia paylaşma saytı olaraq adlandırılan IFILM.net adlanan web sayt 1997-ci ildə yaradılmışdır. İstifadəçilərin də video yüklədikləri bu sayt kiçik video kolleksiyasına bənzəyirdi. O dövrdə internet əlaqəsinin zəif olması səbəbindən internetdə video izləmə çətin proses olaraq qiymətləndirilirdi.

2002-ci ildə Flash MX proqramının meydana çıxmasıyla “internet video” ifadəsi özünü tam mənası ilə doğrultmağa başladı. Və nəticədə bu yeniliklər sayəsində 2005-ci ildə yaradılan YouTube kimi video paylaşma saytlarının məşhurluğu sürətlə artmağa başladı.

Şəkil paylaşma platformaları isə ilk dəfə 1999-cu ildə Ofoto, Shutterfly və Webshots Web saytlarının qurulmasıyla meydana gəlmişdir. Bu Web saytları üzvlərinə şəkil yükləmə və bütün dünya ilə paylaşmaq imkanı verirdi. 2003-cü ildə PhotoBucket və ImageShack saytları qurulmuş və istifadəçilərə şəkillərini şəxsi profil səhifələrində yayımlamaq xidməti təqdim etmişdir.

Lakin şəkil platformalarının sosial media mübadiləsi 2004-cü ildə “Flickr”ın asan şəkil yükləmə, etiketləmə və sosial şəbəkə meydana gətirmə asanlığı kimi xüsusiyyətlərilə tam mənada populyarlıq qazandı. (Zarella, 2010: 79).

Youtube

Youtube dünyanın ən böyük video paylaşma platformalarından biridir. 2005-ci ildə qurulmuş və 2006-cı ildə Google tərəfindən satın alınmışdır. “Tube” sözü televiziya tüpündən gəlir. “Özünü dəyiş” (Broadcast yourself) şüarı ilə fəaliyyətə başlayan “Youtube”un yaradılmasının səbəblərindən biri videoların e-maillə yollana bilməməsi idi.

Video formatı olaraq burada flash video formatı (.flv) istifadə olunur. Kliplər bu formatda izlənə bilir və kompüterə .flv formatında endirilə bilir. Video klipləri izləmək üçün kompüterdə Adobe flash əlavəsi qurulu olmalıdır. Sayta yerləşdirilən video kliplər youtube tərəfindən avtomatik olaraq 320×240 pikselə keçirilir və .flv formatına çevrilir. 2008-ci ildə yüksək keyfiyyət olaraq 480×360 variant əlavə olunmuşdur.

AV1, MPEG, QuickTime formatına sahib videolar istifadəçi tərəfindən youtube ən çox 1 GB tutumunda yüklənə bilir. Bu platformada fərdi həvəskar kliplər, video kliplər, TV proqramlarından parçalar, filmlər, musiqi videoları yerləşdirilir. Gündəlik təxminən 100 min yeni material yüklənir, 150 milyona yaxın materiala isə baxılır. İstifadə şərtlərinə uyğun gəlməyən materiallar istifadəçilərin bildirişləri ilə Youtube səlahiyyətliləri tərəfindən silinir. İzləyicilər materialları dəyərləndirib qiymət verə bilər ya da şərh yazı bilər.

1. Platformda bəzi kanal növləri vardır:
2. Youtuber: Standart youtube hesabıdır
3. Director: Təcrübəli film prodüserləri üçündür
4. Musiqiçi: Musiqi əsərləri olanlar üçündür
5. Comedian: Mizahi videolar üçündür
6. Guru: Maraq sahəsinə bağlı video çəkənlər üçündür
7. Reportyor – fərdi reportajlardan ibarət kanallar

“Youtube”nin istifadə şərtlərinə görə, müəlliflik hüququ icazəsi alınmış videolar yüklənə bilər. Pornoqrafiya, şiddət, şantaj, reklam və cinayət sayılan fayllar yüklənə bilməz. Patent haqqını əldə edən şirkətlər əlavə olunan videoları sildirmə haqqına sahibdirlər. Bu hüquq film və musiqi videolarında tez-tez həyata keçirilir.

Twitter

Twitter hazırda facebookdan sonra dünyanın ən böyük sosiallaşma şəbəkəsi və pulsuz internet xidmətidir. Yeni nəsil ünsiyyət vasitəsidir. Twitter sözünün mənası “civıltı” deməkdir. İngilis dilində çərənləmək, birnəfəsə danışmaqdır. İstifadəçilərin qısa-140 simvolla qeydlərə söhbətləşməsi üçün yaradılmış mikrobloq xidmətidir. Bu 140 simvoldan ibarət paylaşımlara “twit” deyilir.

Yaradıcıları Jack Dorsey, Christopher Isaac (Biz) Stone və Evan Williamsdir. Layihə yaranarkən “Sən indi nə edirsən?” sualına cavab vermək üzərində fikirləşilmişdi. Dorsi elə bir platforma yaratmaq istəyirdi ki, bir anda dostları ilə qısa ismarıcla məlumat mübadiləsi yarada bilsin.

2006-cı ildə fəaliyyətə başlayan twitterin hazırda istifadəçilərinin sayı 500 milyondan (2012, fevral) çoxdur. Hər gün burada 110 milyon yazı çap olunur. Dünya səviyyəsindəki məşhurluğunu gün keçdikcə daha da artırır.

Facebook

2004-cü ilin fevral ayında Harvard Universitetinin tələbəsi Mark Zukerberq Facebook sosial şəbəkəsini yaratmaq fikrinə düşdü. Yeni sayt Harvard Universiteti tələbələrinin görüş yeri kimi hazırlanmışdı. Bununla yanaşı, aktiv iştirakçıların sayı 66 milyon aşmışdı və illik satışlar təxminən 150 milyon dollar olurdu.

Layihəyə ilk olaraq Piter Til investisiya qoydu, daha sonra ödəmə sistemi olan "PayPal"la əməkdaşlıq etməyə başladı. Bütün bunlara o, 500 min dollar vəsait qoydu. Bununla durmadan irəliləmə də əldə edildi. 2010-cu ilin oktyabrında Microsoft şirkəti "Facebook"un 1,6% səhmini 240 milyon dollara aldı. Bu qiymətə həm də 2011-ci ilə kimi Facebookda edilən reklam xidmətləri də daxildir.

"Facebook"un Azərbaycan dilinə tərcüməsi 2008-ci ilin yay aylarından başlanılıb. İlk vaxtlarda həvəskarların aktiv olduğu tərcümə prosesinə sonradan xaricdə yaşayan və təhsil alan gənclər də qoşuldular. 3 mərhələdən ibarət olan tərcümə prosesinin ilk mərhələsində yalnız lüğət tərcümə olundu və səsvermə nəticəsində lüğət qəbul olundu. İkinci mərhələdə "Facebook"un özü tərcümə olundu. Bu mərhələ hələ də başa çatmasa belə, artıq 2 oktyabr 2009-cu il tarixindən etibarən sayt rəsmi olaraq Azərbaycan dilində də fəaliyyət göstərir. İstifadəçilər Hesab Tənzimləmələrindən Dil bölməsində müvafiq olaraq Azərbaycan dilini seçməklə "Facebook"u bu dildə istifadə edə bilirlər.

"Facebook" "Translations Apps" tətbiqetməsi çərçivəsində istifadəçilər xidməti səhifələrin mətnlərini və saytın menyusunu tərcümə edir, administrasiya isə tərcümənin nəticələrini yoxlayır və üslubun dəyişilməz qalmasına nəzarət edir. İnterfeysin ayrı-ayrı elementlərinin ən yaxşı variantları səsvermə yolu ilə müəyyən olunur.

Hazırda tərcümənin çox pərakəndə şəkildə aparılması, tərcümədə hər kəsin asanlıqla iştirak edə bilməsi (ingilis və Azərbaycan dili səviyyəsindən eləcə də tərcümə təcrübəsindən və

"xoşniyyətli" olub-olmamasından asılı olmayaraq) və mərkəzi bir idarə sistemi olmaması bəzi məqamlarda tərcümənin keyfiyyətini düşürür.

Instagram

Instagram ilk dəfə San Fransiskoda Kevin Systrom və brazilyalı Michel "Mike" Krieger-in üzərində çalışdıqları projələri olan Burbn-u mobil telefonlarda cəmləşdirmək istəməsi ilə inkişaf etməyə başlamışdır.

2010-cu il mart ayının 5-də K.Systrom Baseline Ventures və Andressen Horowitz-dən ilkin kapital olaraq 500.000 dollar alaraq Burbn-u maliyyələsdirir. Həmin ilin noyabr ayında Instagram App Store-da öz yerini alır. Bundan sonra yeni üzvlər – John Riedel (ictimai əlaqələr üzrə menecer), Shayne Sweeney (mühəndis) instagram komandasına qoşulur.

2011-ci ilin yanvar ayında istifadəçilərin şəkilləri daha asan axtara bilməsi üçün Instagrama hashtag-lar əlavə edildi. Sentyabr ayında proqramın 2.0 versiyası App Store-a yükləndikdən sonra Instagram istifadəçilərinin sayı daha da artdı.

Multimedia platformaları və jurnalistika

Bu platformalarda biz ən son xəbərləri agentliklərdən və qəzetlərdən deyil, birbaşa hadisənin şahidləri və iştirakçılarından eşidirik. Tutaq ki, redaksiyaya gəlmisiniz, bu gün üçün gündəlikdə nəzərdə tutulan heç nə yoxdur, xəbər mənbələrinizə zəng etmişiniz, onların sizə təzə xəbəri yoxdur. Siz nə edirsiniz?

Əvvəllər baxmaq üçün kompüter ekranı yox idi. Küçədə gəzmək, baş verənləri müşahidə etmək, insanlarla danışmaq, xəbər toplamağın yolları idi. Bu gün informasiyanın toplanmasında twitterdən istifadə etmək mümkündür. Millət vəkillərinin, ictimai xadimlərin, ölkə rəhbərlərinin və s. nə barədə twit etdiklərini yoxlaya bilər, müzakirə olunan ən məşhur mövzuları nəzərdən keçirmək üçün populyar mövzular bölməsinə müraciət edə bilərsiniz.

Jurnalistlərin multimedia platformalarından – sosial şəbəkələrdən istifadəsi birmənalı qarşılanmır. Məsələn Avropa Parlamentinin xəbər xidməti müxbirlərinə twitterdə öz fikrini bildirməyi, başqalarının yazdıqlarını təkrar paylaşmağı-retwit qadağan edib. AP-də düşünürlər ki, jurnalistin twitterdə başqalarının yazdıqlarını paylaşmasını oxucular həmin fikri onun bəyənməsi kimi anlaya bilər. Hərçənd jurnalistlərin çoxu öz twitter hesabında bioqrafiya hissəsinə belə bir qeyd əlavə edir: "Retwit bəyənilmə kimi qəbul edilməməlidir". Ancaq görünür ki, AP xəbər xidməti üçün bu kifayət etmir.

Media mütəxəssisləri və jurnalistlərin çoxu bu qadağanı kinayə və qınaqla qarşılayırlar. "Ərəb baharı" barədə xəbərləri çatdırmaq üçün twitterdən istifadə edən jurnalist Andy Carvin bunun jurnalistlərin fəaliyyət mexanizminə tam uyğun olduğunu bildirir.

Ümumilikdə fikirlər müxtəlif olsa da bir məqam xüsusi olaraq nəzərə çarpmaqdadır. Hazırda yeni media alətləri, sosial şəbəkələr sürətlə ənənəvi jurnalistikaya nüfuz etməkdədir və bu bütün məqamlarda özünü göstərir.

ƏDƏBİYYAT

1. Agresta, S., Bough, B., ve Miletsky, J. (2010). Perspectives on Social Media Marketing.
2. Akar, E. (2010b). Sanal Toplulukların Bir Türü Olarak Sosyal Ağ Siteleri - Bir Pazarlama
3. İletişim Kanalı Olarak İşleyişi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 10 (1),
4. Amarasinghe, A. (2010) What Motivates People to Participate in Social Media?,
5. www.socialmediatoday.com, <http://socialmediatoday.com/index.php?q=SMC/190499>,
6. Hüseynzadə E. Yeni media. Dərs vəsaiti. CCC Azərbaycan MMC. Bakı, 2012. səh. 19-21
7. İnternet medianın əvvəlki formalarının hamısını öz qanadı altına yığır. http://www.ict.az/az/index.php?option=com_content&task=view&id=1935&Itemid=122 14.10.2013
8. Sosial media anlayışı, http://sosialmedia.net/?page_id=7, 14.10.2013
9. Onlayn jurnalistlər üçün vəsait. Azərbaycan Media Mərkəzi. Səh.28, səh. 29-36.

AZƏRBAYCAN MƏTBUATINDA FƏRDI ÜSLUBUN YARANMASI

РЕЗЮМЕ

У каждой личности может быть свой специфический стиль отличающий его от других. Только те, которые работая над собой поднимают свой талант до профессиональной уровни превращаются в личности сказавшее свое слово в мире искусства.

Из этих личностей бывают такие которые создают после себя школу, даже дают толчок появлению периода возрождения.

Именно в результате деятельности таких личностей в Азербайджане появилась печать.

В этой статье говорится о личностях сыгравших большую роль в образовании и развитии индивидуальных стилей в Азербайджанской печати.

Ключевые слова: стиль, печать (пресса), журнал, газета, журналистика

SUMMARY

Each individual has different unique style than others. Just they who work on their own and achieve the level of professionalism those become the known personalities on art world. Among these figures there are ones create the school after them, even the ones cause the arise of Renaissance period. The birth of press in Azerbaijan is a result of a great personality.

This article is about personalities of the press in Azerbaijan, which is the largest participant in the creation and development of personal style.

Keywords: style, press, magazines, newspapers, journalism

Azərbaycan dilinin izahlı lüğətində üslub sözünün izahı, “Yazıcının, rəssamın, heykəltəraşın, memarın, bəstəkarın və b.-nin yaradıcılığında özünü göstərən əsas ideya bədii xüsusiyyətlərin, fərqlənmə əlamətlərinin vəhdəti” kimi göstərilir. (2, 439)

Jurnalistikada üslub əsasən özünü yazıda və danışıda göstərir. Məhz buna görə də dilçilikdə üslubun nə olduğuna yenidən nəzər salmağı vacib bildik. “Üslub nədir? Üslub sözü bir çox mənalarda işlənir. Məsələn: dilin üslubu, yazıcının üslubu və s. Dilin üslubu ilə yazıcının üslubu eyni anlayış deyildir. Ona görə bu anlayışları bir-biri ilə qarışdırmaq olmaz. Dilin üslubu dedikdə ümumi üslublar nəzərdə tutulur. Lakin yazıcının üslubu onun ümumxalq dilindən, dil vasitələrindən öz arzu və zövqünə, mövzu və məqsədinə görə necə seçib işlətməsi üsulları ilə bağlıdır. Hər bir yazıcının üslubu onun həyata münasibəti, elmi və siyasi biliyi, mədəniyyəti və bacarığı əsasında yaranır. Buna görə də yazıcının dünyagörüşü ilə ifadə tərzinin vəhdəti onun üslubudur.” (5, 22-23)

Yeni üslubların yaranmasında ictimai-tarixi şəraitin də rolu böyükdür. Azərbaycan ədəbiyyatında tənqidi realizmin banisi-Molla Pənah Vəqif ilə başlanan orta əsr ədəbiyyat ənənələrindən uzaqlaşma prosesi XIX əsrin əvvəllərində Azərbaycanın Çar Rusiyası tərəfindən işğalından sonra daha da sürətlənməyə başladı. Bütövlükdə mədəniyyətdə olduğu kimi, ədəbiyyatda da Qərb yönümlü meyillər gücləndi. Tədricən ədəbiyyatımızda yeni janrlar, yeni üslublar yaranmağa başladı. Bütün bu proseslər nəticəsində formalaşan yeni nəsillə Azərbaycan ədəbiyyatının nümayəndələri artıq mədhiyyə və yaxud gözəliyi vəsf edən əsərlərin əvəzinə xalqa yararlı ola biləcək, milləti maarifləndirəcək əsərlər yazmağa üstünlük verirdilər. Dövrün ziyalıları dərk edirdilər ki, xalqı maarifləndirmənin ən yaxşı üsulu mətbuat yaratmaqdır. Çar Rusiyasının qadağaları və imperiya tərkibindəki digər millətlərin maariflənərək

oyanmasından qorxması Azərbaycanda mətbuatın yaranmasını ləngidən başlıca səbəblərdən idi. Lakin bütün bu qadağalara və çətinliklərə baxmayaraq dövrünün öndə gedən Azərbaycan ziyalıları milli mətbuat yaratmağı bacardılar.

Azərbaycan mətbuatının tarixi 1875-ci il 22 iyulda Həsən Bəy Zərdabinin yaratdığı ilk türk dilli qəzet olan “Əkinçi” ilə başlayır.

“Azərbaycan milli mətbuatının əsasını təşkil edən bu mətbu nəşrin adının “Əkinçi” olması, şübhəsiz ki, çar rejiminin fikrini qəzetin daşıyacağı əsas ideya istiqamətindən yayındırmaq məqsədi güdürdü. Nəhayət, qəzetin nəşrinə 1875-ci ildə icazə verildi və iyul ayının 22-də “Əkinçi”nin ilk sayı işıq üzü gördü. Bu tarixdən etibarən Azərbaycanda milli mətbuatın əsası qoyuldu. Cəhalətə və mövhumata ağır zərbə vurmaq, xalqa maarifçilik aşılamaq, ana dilində qəzet oxumaq missiyasını üzərinə götürən Zərdabinin məsləkdəşləri qarşılarına olduqca məsuliyyətli vəzifə qoydular.” (1, 16-17)

“Əkinçi”nin yaranması ilə Azərbaycanda publisistik üslub da yaranmış oldu. Qısa müddət ərzində qəzet öz ətrafına görkəmli sənətkarlar yığmağı bacardı.

Mirzə Fətəli Axundov, Seyid Əzim Şirvani, Nəcəf Bəy Vəzirov, Əsgər Ağa Gorani və başqaları “Əkinçi” qəzeti və Həsən bəy Zərdabi ilə əməkdaşlıq etmişlər.

Mirzə Fətəli Axundovun qəzetə göndərdiyi yazılarının əksəriyyəti dini fanatizimi pisləyən yazılar olsa da Axundovun hələ 1859-cu ildə yazdığı “Nəzm və nəsr haqqında” məqaləsinin maarifçilik mövzusunda yaxın olan fikirlərlə qəzetin digər əməkdaşları çıxış edirdi. Axundov dəsti xətti onun üslubu qəzetin digər qələm əhlinə də öz təsirini göstərirdi. Buna misal olaraq Nəcəf bəy Vəzirovun qəzetdə çap olunan yazılarından birini göstərmək olar.

Nəcəf bəy yazırdı: “Pəs hər zamanənin bir qanacağı var ki , bu qanacağı ol zamanənin kitab-larından, xalq adətlərindən, işlətdiyi əsbab və qeyrədən bilmək olur. Gələcəkdə bizim tərəqqi etmək tarixini yazan indiki zamanəyə baxanda məəttəl qalacaqdır ki , nə yazsın. Həqiqət, bizim əsbablar və qeyrə yüz, bəlkə min il bundan əqdim olandan tərəqqi etməyib. Ki-tablarımız.. Bu halda bizlərdə kitab inşa edən yoxdur. Kitab əvəzinə həcv inşa edirik “(5, 77-78)

Göründüyü kimi, Nəcəf bəy bu yazıda dövrünün bəzi sənətkarlarını geridə qalmışlıqda günahlandırır və onları həcv, mədhiyyə yazmaqdan səmimiyyət üçün faydalı ola biləcək, insanların nə işə öyrənə biləcəyi və gələcək nəsillərin də o dövrü araşdırma biləcəyi əsərlər yazmağa çağırırdı.

“1877-ci ilin 20-ci sayında çıxan “Əkinçi”nin ilk səhifəsində belə bir elan var idi: “Biz xəstə olduğumuza görə ilin axırını nömrələri öz vaxtında çıxmıyacaq və onların haçan çıxması məlum deyil”. Məhz bu elanın çap olunduğu saydan sonra “Əkinçi” qapadıldı. Burada azərbaycanlı əhaliyə düşmən münasibəti ilə seçilən yeni Bakı qubernatoru Ruzinin də rolu var idi.”(1,21).

Cəmi 2 il fəaliyyət göstərməsinə baxmayaraq “Əkinçi” öz ətrafına müxtəlif üslublara malik sənətkarları toplamağı və artıq sənət aləmində öz sözünü demiş bir sıra sənətkarların yaradıcılığında və üslubunda dəyişiklik etməyi bacarmışdır. “Əkinçi” adını Azərbaycan tarixinə qızıl hərflərlə yazdırdı.

“Əkinçi” qəzeti bağlandıqdan sonra Ünsizadə qardaşlarının səyləri nəticəsində yaranan “Ziya” (Ziyayi-Qafqaziyyə) və “Kəşkül” mətbu orqanları “Əkinçi”nin üslubunu davam etdirirdilər.

Azərbaycan mətbuatında üslubuna görə özündən əvvəlki mətbu orqanlardan kəskin şəkildə fərqlənən “Molla Nəsrəddin” jurnalı 1906-cı il aprelin 7-də fəaliyyətə başladı. Ciddi hadisələrə yumorla yanaşma xəbərlərin satira ilə verilməsi bir sözlə jurnalın üslubu o dövrdəki Azərbaycan mətbuatı üçün bir inqilab idi. Jurnalın ilk sayında Cəlil Məmmədquluzadə jurnalda çap olunacaq yazıların üslubunu göstərirdi. Fərqli üslubda yazan Mirzə Cəlil özünə məxsus tərzlə xalqa “ey mənim müsəlman qardaşlarım” deyər səslənirdi. “Sizi deyib gəlmişəm” məqaləsində O, yazırdı: “Sizi deyib gəlmişəm, ey mənim müsəlman qardaşlarım! O kəsləri deyib

gəlmişəm ki, mənim söhbətimi xoşlamayıb, bəzi bəhanələrlə məndən qaçıb gedirlər, məsələn, fala baxdırmağa, it boğuşdurmağa, dərviş nağılına qulaq asmağa, hamamda yatmağa və qeyri bu növ vacib əməllərə. Çünki hükəmalar buyurublar: Sözüünü o kəslərə de ki, sənə qulaq vermirlər”.(1, 82)

Satirik üslub ilə it boğuşdurmağı, fala baxdırmağı vacib əməl kimi qələmə verən ədib xalqı qızıldan dəyərli vaxtlarını daha əhəmiyyətli işlərə sərf etməyə çağırırdı. Jurnalın ilk sayından “Molla Nəsrəddinin” avamliq, savadsızlıq və dini xurafatla mübarizə aparacağı görsənirdi. “Molla Nəsrəddin” ilk mətbuat orqanı idi ki, özündən sonra məktəb yaradmağı bacarmışdı. Çünki “Molla Nəsrəddin” özündən əvvəlki mətbu orqanlardan tamamı ilə fərqlənirdi və o mətbuatımız üçün yeni bir “yol” yaratmışdı.

Ümumiyyətlə XX əsrin əvvəllərindən Azərbaycanın sovet imperiyasının tərkibinə birləşdirilməsnə qədərki dövrü mətbuatımızın qızıl dövrü adlandırmaq olar. Çünki o dövrdə M. Şahtaxtı, C. Məmmədquluzadə, Ə. B. Ağaoğlu, Ə. Hüseynzadə, M. Hadi, A. Şaiq, M. S. Ordubadi, Ö. F. Nemanzadə, M. Ə. Sabir, Ə. B. Haqverdiyev, Ə. B. Topçubaşov, N. Nərimanov, H. B. Vəzirov, M. Ə. Rəsulzadə, F. Köçərli, Y. V. Cəmənzəminli, A. Səhhət, C. Cabbarlı, Ə. Cavad, C. Hacıbəyov, Ü. Hacıbəyov və onlar kimi bir çox sənətkarlar yetişdi.

Müxtəlif üslublara malik bu sənətkarların demək olar ki, hər biri mətbuat ilə sıx əməkdaşlıq etmiş və bir çox yazıları mətbuatda çap olunmuşdur.

Sovet imperiyası yarandıqdan sonra SSRİ-nin siyasəti və xüsusi ilə represiya dövrü Azərbaycan publisitikasına ağır zərbə vurdu. Sovet dövründə bir çox ziyalılarımızın xüsusi ilə də AXC-nin yaranmasında böyük pay sahibi olan şəxsiyyətlərin adlarının belə, KİV-də çəkilməsi qadağan olunsada, xalq onları unutmadı.

Sovet dövründə texnologiyanın inkişafı nəticəsində radio və televiziyanın yaranması jurnalistlərin işini bir xeyli rahatlaşdırsa da rejimin siyasəti, senzura, KİV-dən əsasən kommunizm ideyalarının təbliği üçün istifadə olunması jurnalistikanın inkişafına mane olurdu. SSRİ-nin süqutundan sonra müstəqilliyini qazanan Azərbaycanda azad mətbuat yaranmağa başladı. Məhz bu dövrdən sonra ölkədə mətbuat orqanlarının sayı artdı. 1998-ci ildə senzuranın ləğvindən sonra isə KİV-in inkişafı daha da sürətləndi. Yeni radiolar, yeni telekanlarla yanaşı online media yaranıb inkişaf edərək günümüzün jurnalistikasını formalaşdırdı.

Bu günkü mətbuat klassik mətbuatdan çox fərqlənir. Qəzetlərin tipoloji cəhətdən bölünməsi, yeni janrların yaranması, mətbuatda yeni üslubların formalaşmasına səbəb oldu. Azərbaycan müstəqilliyini qazandıqdan sonra mətbuatda üslubuna görə öz həmkarlarından seçilən jurnalistlər dedikdə 90ci illərdəki fəaliyyətlərinə görə Məzahir Süleymanzadə, Nəcəf Nəcəfov, Şirməmməd Hüseynov və başqaları ağıla gəlsə, indiki dövrdə Rəşad Məcid, İradə Tuncay, Aqil Abbas və s. jurnalistləri göstərmək olar. Təəsüf ki, dövrümüzdə qəzetə maraq azalıb. Müasir dövrdə mətbuat informasiyanın insanlara operativ çatdırılmasında radioya, online mediaya və TV-yə ududur.

Sovet dövründə yaranan Azərbaycan televiziyası müstəqillik qazanıldıqdan sonra belə o dövrün ənənələrini davam etdirirdi. AZTV-də yayımlanan “xəbərlər” informasiya proqramı barədə Elçin Əlibəyli özünün Azərbaycan televiziyası kitabında yazır: “ “Xəbərlər”in aparıcılarında bilavasitə köhnə ənənələrdən qalma diktorluq cəhətləri özünü göstərməkdədir. Aparıcılar Esmira Çərkəzqızı, Nailə İslamzadə, Nəsimi Əliyev özlərinin düzgün qurulmuş peşəkar nitqləri, aydın tələffüzləri ilə seçilsələr də onlar ekrandan müstəqil fikri olan, hadisələrə müdaxilə edən və xəbər sujetinin məzmunundan irəli gələrək mətn yazan və bu xəbəri tamaşacıya çatdıran aparıcı yox, redaktor tərəfindən yazılmış quru, ifadəsiz mətni oxuyan diktorlara bənzəyirlər. ” (4 s 20) Həqiqətən də AZTV müasir dövrün tələbləri ilə ayaqlaşmadığı üçün bu gün Azərbaycan telekanında mövcud olan digər telekanlarla rəqabətə girə bilmir onlara bu baxımdan ududur.

Azərbaycanda yaranan ilk özəl kanal olan ANS Azərbaycan telekanına yeni dövr televiziya formatına keçidinin başlanğıcını qoydu. “Xəbərçi” informasiya proqramı ilə

tamaşaçılara xəbərləri yeni üslubla verən kanal qısa zamanda insanların sevgisini qazana bildi. “Xəbərci” informasiya sahəsində uzun və şərəfli bir yolu qət edərək yeni kanalların informasiya proqramları üçün müsbət təsir edərək, jurnalistikada daha müstəqil düşüncəyə, analitik təhlilə malik nəsilin yetişməsində əhəmiyyətli rol oynaya bilmişdi. Mirşahin Ağayev, Sevil Nuriyeva, Sevda Həsənova və daha neçə aparıcıların yeni tərz, aparıcı vərdisləri ilə “Xəbərci” tamaşaçı üçün yeni bir informasiya proqramının obrazının yaradılmasında iştirak etmişdir.” (4 s22)

ANS fəaliyyətdə olduğu dövrlərdə Mirşahin və Orxan Fikrət oğlu özlərinə məxsus üslublarına görə kanalın digər əməkdaşlarından daha çox seçilirdilər.

Orxan Fikrət oğlu “Xəbərci” nin axşam buraxılışından sonra efirə gedən “Zorxana” rubrikasında ölkə daxildə və yaxud xaricdə baş verən günün maraqlı xəbərini özünə məxsus tərzdə, siyasi terminlər işlətmədən daha aydın dildə tamaşaçılara çatdırırdı. Dil vasitələrindən məharətlə istifadə edən Orxan Fikrət oğlu çox vaxt fikirlərini bir başa deyil, mətnaltı mənə ilə ifadə edirdi.

Mirşahin daha çox obrazlı ifadələr işlətməyə, və hazırladığı matrealın sonunda öz fikrini ifadə etməyə üstünlük verirdi. Müəllifi olduğu lahiyələrindən birinə “Milli Metr” adı verməsi ilə bütün diqqəti üzərinə çəkməyi bacarmışdı. Fransızcadan tərcümədə, ustad mənəsi verən, metr sözünü Azərbaycan dilindəki milli sözü ilə sintez edib milli metr sözünə yeni mənə verən Mirşahinin peşakarlıq səviyyəsini göstərmək üçün təkcə bu fakt kifayət edir. ATV-də Vəqif Aydın oğlu digərlərindən öz peşakarlığına və üslubuna görə seçilirdisə, Xəzər TV-də Anar Nəcəfli Azərbaycan teleməkanında informasiya proqramlarına fərqli aparıcılıq xüsusiyyətlərini gətirmiş oldu. Xəbərdən sonra qısa şərtləri və jest, mimikasına görə Türkiyə teleaparıcılarını xatırlatsa da, bu onda uğurlu alınırdı.

Space TV-nin “Hər Gün” informasiya proqramının aparıcısı Elvin Basqallı xəbərləri qeyri adi üslubda təqdim etməyə çalışsada bu onda alınmır və onun uğursuz cəhdləri verlişi baxımsızlaşdırır.

Təəsüff ki, bu gün Azərbaycan televiziya məkanında bu cür uğursuz jurnalist seçimləri çoxdur. Xüsusi ilə şou bizneslə bağlı olan proqramların və əyləncəli verlişlərin bir çoxunda bayağılıq var. Bu isə bayağı musiqinin, səvəyyəsiz zarafatların evlərə ayaq açmasına səbəb olur. Jurnalistikanın təsir sahəsini və bir növ gələcək nəsilin tərbiyyəsinə təsir edəcək gücə sahib olduğunu nəzərə alanda vəziyyətin nə qədər faciəvi halda olduğu daha dəqiq görsənir. Belə verlişlərin əvəzinə son zamanlar sayları azalmaqda olan intellektual və maarifləndirici verlişlərə yer verilsə daha yaxşı olar. Ümid edək ki, kanallarımız kommersiya xətrinə, daha çox pul qazanmaq uğrunda deyil tamaşaçılarına daha keyfiyyətli verlişlər hazırlayıb onların zövqlərini oxşamaq uğrunda fəaliyyət göstərəcəklər və qısa müddət ərzində bu çatışmazlıqlar aradan qaldırılacaq.

ƏDƏBİYYAT

1. Aşırılı A. Azərbaycan mətbuat tarixi (1875-1920) Bakı "Elm və Təhsil", 2009 – 296 səh.
2. Azərbaycan dilinin izahlı lüğəti Dörd cildə. IV cild. Bakı, “Şərq-Qərb” 2006, 712 səh
3. Bayramov A. Məhərrəmov Z. İsgəndərzadə M. Azərbaycan dili və nitq mədəniyyəti. (ali məktəb tələbələri üçün dərs vəsaiti). Bakı, "ULU", 2015, 236 səh.
4. Əlibəyli E. Azərbaycan Televiziyası Bakı, 2005, “MBM” nəşriyyatı, 160 səh
5. Məmmədov M. Azərbaycan ədəbi tənqidi müntəxabat. Bakı- “Tural-Ə” NPM -2002, 293 səh

Elmi rəhbər dos K.Niftəliyeva

КОММУНИКАЦИЯ КАК ПРОЦЕСС

XÜLASƏ

Kommunikasiya – rabitədir, və bir əlaqə varsa o zaman bu əlaqənin obyektidə mövcuddur. Yəni, bir biri ilə əlaqəyə girib insanlar və heyvanlar faydalı informasiya mübadiləsi aparırlar. Lakin rabitə partnerləri nəyin ki xüsusi insanlar, həmçinin ümumi insanlar, onların yaratdığı təşkilatlar, qəsəbələr və hətta bütöv dövlətlərdə ola bilər.

Açar sözlər: *Rabitə, informasiya, rabitə obyektləri.*

SUMMARY

Communication is a relationship, and if there is a connection, it means that there are objects that regard. That is, engaging in communication people and animals communicate with each other any useful information. But communication partners can be not only some specific people, but also a community of people by organizing them, settlements and even whole states.

Keywords: *Communication, information, communication facilities.*

В современных условиях резко изменилось отношение к коммуникации, т.е. информационной связи в человеческом обществе. Система иерархической коммуникации, в которой главным компонентом был приказ, меняется на систему демократической коммуникации, основой которой является убеждение, диалогичность, опора на собственное решение. Перед обществом возникает задача объединить консенсуса между различными социальными группами, имеющими разный уровень информированности, с присущим только им поведением и характерными особенностями коммуникаций. И реклама, и «паблик рилейшнз» (связи с общественностью) и бизнес внезапно ощутили отсутствие «поддерживающей» их дисциплины, способной обобщить их отдельные практические и теоретические положений. Такой объединяющей дисциплиной и является «теория коммуникации». Под массовой коммуникацией традиционно понимается процесс передачи или распределения информации или других форм символического содержания обширной, разнородной и географически рассеянной аудитории, тогда как масс-медиа означают средства передачи этого материала. Несмотря на определенную смысловую разницу, эти понятия часто употребляются как синонимы.

Исторический возраст коммуникации равен истории человеческого общества. Речь - жесты и звуки в общении, рисунки на стенах древних пещер - вот свидетельства того, как наши далекие пещерные предки уже имели определенный уровень коммуникации, возводившей им контактировать друг с другом, передавать и хранить информацию, обратившись не столько к скучным учебникам, сколько к такому художественному произведению, как серия романов английской писательницы Джин М.Ауэл: "Клан пещерного медведя", "Долина лошадей", "Охотники на мамонтов", "Очаг мамонта", "Путь через равнину", написанных на основании самых последних данных археологии и антропологии, и вы весьма наглядно сможете представить себе роль коммуникации в первобытном обществе. Коммуникация это связь, а раз существует связь, то значит есть и объекты этой связи. То есть вступая в коммуникацию и люди, и животные (хотя последние в неразумной форме), обмениваются друг с другой какой-то полезной информацией. Коммуникационными партнерами однако могут быть не только какие-то

конкретные люди, но и общности людей, созданные ими организации, поселения и даже целые государства.

Что же касается самого предмета обмена, т.е. информации, то это могут быть различного рода сигналы, сведения, сообщения, образы.

Информации нет, когда ситуация полностью предсказуема, т.е. никаких новых сведений не поступает. Любая информация вносит в жизнь человека элементы неопределенности, поэтому, чем больше информации, тем неопределеннее и интереснее жизнь человека. Чтобы лучше объяснить это рассмотрим несколько примеров. Допустим, что вы никогда ничего не слышали про авокадо и не представляете, как оно выглядит. Естественно, что вам не придет в голову думать о том, чтобы его съесть, так как нельзя желать съесть того, что реально для вас не существует. Но вот вы прочитали про авокадо в книге. Естественно, что увидев его на прилавке магазина вы можете подумать о том, что было бы неплохо его попробовать.

В процессе передачи и приема информации встречаются самые различные барьеры, мешающие 100% коммуникации:

- *технические, связанные с качеством техники;*
- *географические, связанные с ослаблением сигнала, проходящего над поверхностью Земли;*
- *исторические - чем дальше от нас событие во времени, тем сложнее понять действия его участников и окружающую их обстановку;*
- *информации;*
- *тоже ограничение, но осуществляемые в интересах государства и частных лиц;*
- *экономические: нет денег, чтобы купить информацию;*
- *социо-культурные: нет потребности получать информацию;*
- *языковые различия - отсутствие знания иностранного языка;*
- *культурно-национальная специфика, связанная с различными взглядами на один и тот же предмет у разных народов, что является результатом воспитания и проживания в разной естественно-географической и культурной среде.*

Международные коммуникации носят свой, причем весьма специфический характер. Несовпадение нравов, обычаев, культуры в целом, различия в экономике, религии, образе жизни - все это порождает свои, совершенно специфические барьеры на пути декодирования поступающей информации. Специалист-месседжер, посылающий сообщение представителям разных народов и цивилизаций, должен в каждом конкретном случае кодировать его именно под каждую из них. Одно и то же сообщение, отправленное разным адресатам, скорее всего не будет воспринято. Кто-то его поймёт, а кто-то нет. Картина мира" у всех народов разная, разные даже понятия добра и зла, вот почему в сфере международных коммуникаций необходим особый профессионализм, такт и выдержка. Существует и проблема неравномерного обмена в передаче информации между разными регионами планеты в направлении с Севера на Юг.

Юг - это экзотика, туризм, террористы, голод, неграмотность, катастрофы, болезни. Север - это развитие индустрии, высокие стандарты жизни, нрава человека, его возможности, а все происшествия подаются СМИ как нечто чрезвычайное. Имеет место так называемая кризисная асимметрия, из-за чего у большинства людей формируется восприятие Юга, как места для экстремального туризма, в то время как Север - это "земля обетованная", куда надо стремиться любой ценой.

Изучение массовой коммуникации является частью более широкой области исследований человеческой коммуникации, в которой можно выделить разные типы на

основе различных признаков. Один из вариантов стратификации — по уровню социально обусловленной масштабности общения. С этой точки зрения массовую коммуникацию можно считать вершиной пирамиды, в которой сходятся цели и функции коммуникативной деятельности социальных структур разного масштаба — организационной, групповой, межличностной и т.п. История изучения массовой коммуникации богата и разнообразна. Более полувека она является предметом самостоятельных исследований, а в составе других дисциплин ее изучают уже около ста лет. Проблематика исследований расширялась по мере изобретения и распространения новых способов передачи информации. После книг, газет и журналов пришли радио, эфирное ТВ, кабельное ТВ и спутниковое вещание, а теперь Интернет. Распространение новых технологий ставит перед наукой задачу выявить их значение для общества и существующих масс-медиа. Масс-медиа являются объектом изучения множества научных сообществ, которые придерживаются иногда прямо противоположных взглядов. Как следствие, возник широкий диапазон теорий — от концепции массового общества до идеи «глобальной деревни». Часто разработка теории начинается с простого перечисления надежд и опасений, порождаемых средствами массовой коммуникации, а затем проводят исследования, результаты которых подвергают критическому анализу. Некоторые теории вызывают широкий общественный резонанс, так случилось, когда Маршалл Маклюэн объявил, что «средство коммуникации есть сообщение». Но чаще всего интерес к ним ограничивается университетами, правительственными учреждениями, исследователями из медиа-индустрии и общественными объединениями. Например, разные теории телевизионного насилия породили серьезные дискуссии в широких общественных и научных кругах. Глобализация новостей, происходящая благодаря новым коммуникационным технологиям, оказывает существенное влияние на характер освещения международных событий, информацию о которых можно мгновенно передать по всему миру. Однако вполне уместен вопрос: узнает ли зритель больше о сути события благодаря этому подробному освещению? Портативная спутниковая тарелка, миниатюрный цифровой видеоманитофон, монтажный комплекс, уместающийся в маленьком чемодане, изменили характер представления новостей. Острое соперничество между информационными службами, плохой менеджмент и зачастую неудачное размещение технических средств существенным образом изменили природу репортажей с места событий. Некоторые журналисты опасаются, что, делая в новостях главный упор на такие качества, как «в прямой трансляции» и «эксклюзивность», можно утратить точность и понимание ее аудиторией. Ради коммерческой выгоды — сейчас бизнес теленовостей оценивается в 3 млрд долл. — медиаорганизации готовы пожертвовать глубиной, лишь бы быстрее охватить все более расслаивающуюся глобальную аудиторию. Уникальная способность новой технологии охватывать бесконечно «расколотую» аудиторию новостей еще больше стирает грань между рекламой и журналистикой.

Крупнейшая в мире круглосуточная сеть Си-эн-эн, несомненно, является одним из главных проводников глобализации. Вместе с ней колонизацию киберпространства осуществляют ведущие медиакорпорации, в том числе Рейтер, «Майкрософт», осваивающие область «онлайновой» журналистики. Поскольку онлайновая журналистика не связана рамками пространства и времени так, как традиционные медиа, складывается совсем иная модель для отбора, сбора, представления и передачи информации в рамках социо-культурной системы. Причем различия между методами сбора новостей для Интернета и традиционной журналистикой настолько глубоки, что надо говорить о полном переосмыслении понятия «новостная грамотность». Отличительная черта современного этапа развития масс-медиа заключается в том, что прогресс в информационных технологиях позволяет развить интерактивное качество журналистики

до такой степени, что диалог с аудиторией может проходить в режиме реального времени. Содержательное качество интерактивной журналистики обеспечивается одномоментностью или близкой сопряженностью во времени действий по производству, обработке, распространению и корректировке информационного потока, связанного с реакцией потенциальной целевой аудитории». Сегодня технологические возможности радио, телевидения и электронных версий газет позволяют перейти к более высокому уровню интерактивности, в чем можно видеть завершение цивилизационного цикла развития масс-медиа, «который становится элементом прямого информационного взаимодействия как с обобщенной, групповой аудиторией, так и с персонифицированным адресатом (так, обращаясь в Интернет, человек может напрямую беседовать с журналистом), в результате чего существенно меняются коммуникационное поле и информационная среда». Возможности интерактивной журналистики связаны с реализацией таких принципов, как принцип персонификации и индивидуализации информационного контакта, утонченной сегментации целевой аудитории и альтернативность источников информации. В современных условиях взаимодействие интерактивного типа становится доминирующим, оно не отрицает традиционной журналистики, но создает новый тип информационных отношений и новый тип журналиста. Этот новейший этап развития масс-медиа, связанный с использованием компьютерной техники и сопряженных с ней теоретических концепций кибернетики, в науке о коммуникации получил название кибержурналистики, когда «телевидение и Интернет приучают аудиторию к глобализирующейся тематике информации».

На уровне профессиональной журналистики конвергенция ведёт к слиянию прежде достаточно отдаленных и разобщенных средств массовой информации. В результате передачи функций одних масс-медиа другим, возможности получать одинаковое содержание по разным каналам радикально меняются прежние представления о каналах коммуникации и информации. Будущее «старых» медиа становится менее определенным и четким. Хотя, как отмечается, исторически одной из наиболее примечательных особенностей коммуникации было то, что вновь возникшее средство коммуникации не устраняло более старые. Из всех имевших ранее место прецедентов совмещения технологии сетевые издания дают наибольшее число примеров объединения приемов работы различных медиа.

Сближение различных медиа, появление общих для разных каналов содержательных продуктов ведет к рождению новых интегрированных жанров. В кругах специалистов этот процесс находит различную оценку. Одни смотрят на конвергенцию с оптимизмом. Так, Велюнов Егоров называет этот процесс взаимодействия и модификации жанров «живым». А другие придерживаются прямо противоположного мнения, считая, как, например, Землянова, что «это приводит, в конечном итоге, к дискредитации коммуналного предназначения СМИ из-за увеличивающегося несоответствия между их коммунално-коммуникативным потенциалом и частной формой его эксплуатации, подменяющей общественную коммуникабельность коммерческим "популизмом", а общественную информативность — "инфотейнментом" и "политейнментом" (гибридными формами сращения информации о разнообразных событиях и политики с коммерциализированными рекламно-развлекательными передачами)». Действительно, конвергенция ставит перед журналистами эту проблему. Если публиковать информацию в сети может кто угодно, от чего же тогда зависит то, что один сайт называется «новостным» или «журналистским», а другой — «развлекательным» или «рекламным»? Пока форма не устоялась, нет точных критериев, чтобы дать определение и отличить работу журналиста и сетевую журналистику от других видов работы с информацией.

В большинстве случаев сетевая журналистика опирается в основном на элементы, общие с другими медиа. Постепенно она выработает свой собственный голос, правила и формат подачи материалов. Обычно новому виду массовой информации для того, чтобы обрести свою форму, требуется время. Скажем, газеты в их современном виде сформировались в конце 1880-х годов, когда массовая газетная пресса просуществовала уже более пятидесяти лет. На заре телевидения передача новостей состояла в основном из чтения в эфир газетных статей. И только после широкого развития видеозаписи, телевизионные журналисты создали свои собственные, уникальные приемы подачи материалов.

Несомненно одно: с появлением Всемирной сети журналисты получили совершенно новое средство для повышения своего мастерства и профессионализма, средство, свободное от многих ограничений, свойственных другим масс-медиа. Главная примета конца XX в. — ускорение процесса превращения технологий в новые коммуникационные системы. Чтобы газета стала важным средством коммуникации, после изобретения печатного станка должно было пройти три столетия, тогда как от открытия Герцем радиоволн до начала регулярного вещания в США прошло всего тридцать три года (с 1888 до 1921 г.). Аналогичным образом, хотя первый электронный компьютер был смонтирован в 1946 г. (на базе ламповой технологии), микрочип, самый главный компонент современных небольших, но мощных компьютеров, появился в 1971 г., а массовый маркетинг персональных компьютеров начался всего четыре года спустя. За все время изучения массовой коммуникации появилось немало ярких концепций, правильность которых не была впоследствии подтверждена научной проверкой или которые пользовались поддержкой научного сообщества непродолжительный период. Тем не менее они сохраняют свое значение в качестве вех в истории, а некоторые все еще используются медиапрактиками и поэтому достойны хотя бы упоминания, ведь общеизвестно, что нельзя адекватно оценить существующие теории, не зная предшествующих.

Если люди что-то и узнали о массовой коммуникации за почти вековой период, это то, что медиа не являются той демонической силой, которая неизбежно вызывает общественные и личные катастрофы. Медиа не создают диванных лежачих и не организуют массовые политические демонстрации, не являются они и благородными агентами прогрессивных преобразований. Сама по себе медиатеchnология не способна начать полезные реформы, но может дополнять и усиливать действия индивидов и групп, способствуя быстрым и глубоким социальным изменениям в широком масштабе. Теории и концепции массовой коммуникации не должны вызывать страх или внушать оптимизм, их задача — служить инструментом понимания и эффективного использования технологии. Каждый из периодов в истории исследования массовой коммуникации характеризуется наличием одного или двух главенствующих взглядов на роль медиа, часто диаметрально противоположных. Смена эпох происходит вследствие падения влияния ведущих идей, роста популярности новых концепций и пересмотра роли медиа. В последние десятилетия количество и разнообразие коммуникационных теорий сильно выросло. Одни теории пытаются объяснить функционирование коммуникационных систем в целом и их влияние на общество. Другие же трактуют использование и роль масс-медиа более узко, на уровне индивида.

В конце XX и начале XXI в. внимание исследователей привлекает компьютерная коммуникация, следствием чего является не только множество оригинальных идей, но и пересмотр традиционных понятий и дефиниций и поиск новых подходов к изучению старых медиа. Вступление человечества в информационную эру стимулировало появление школ коммуникационных исследований в разных странах и регионах мира.

Будущее покажет, какие из нынешних идей, концепций и теорий докажут свою жизнеспособность и войдут в золотой фонд науки о коммуникациях. Как говорится, большое видится на расстоянии.

ЛИТЕРАТУРА

- 1.Березин В.М. Теория Массовой Коммуникации. - М.,1996
- 2.Кашкин В.Б. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия. – М., РИПОЛ-классик, 2002
- 3.Буданцев Ю.П. Социология массовой коммуникации / Учебн. пособ. М.: МИЭПУ, 1995

Интернет-ресурсы:

<http://prinfo.ru/modules/Articles/article.php?storyid=69&storypage=0>

Elmi rəhbər: dos.Z.Babayev

Füruzə ƏHMƏDİYƏZADƏ

MULTİKULTURAL DƏYƏRLƏR VƏ JURNALİSTİKA

РЕЗЮМЕ

Данная статья показывает роль журналистики как в области пропаганды и развития религиозных, национально-моральных ценностей, толерантности и мультикультурализма, так и в других сферах. Также говорится о необходимости сотрудничества в области печати, создании и развитии взаимных межкультурных отношений. Выделяет печатные органы, радио и ТВ передачи, ведущие деятельность в этом направлении.

Ключевые слова: мультикультурализм, СМИ, толерантность, национальные меньшинства, этнические группы

SUMMARY

This article points out the role of journalism like in all fields, also in the field of development and propaganda of religious and national-moral values, toleration and multiculturalism. The article deals with the foundation and development of intercultural relations, at the same time necessity of co-operation in the field of press. From this point of view, press bodies choose TV and radio programs.

Key words: Multiculturalism, Mass Media, toleration, national minorities, ethnic groups, multicultural values, information network.

Multikulturalizm nədir? “Multikulturalizm” sözün hərfi mənasında “çoxmədəniyyətlilik” deməkdir, yəni bir çox fərqli mədəniyyətin bir arada yaşadığı cəmiyyəti təyin edən söz anlamına gəlir [4]. Multikulturalizm siyasəti dedikdə isə bir dövlətin sərhədləri çərçivəsində müxtəlif mədəniyyətlərin qorunması, inkişafı və təbliğinə yönəlmiş humanist və demokratik dövlət siyasəti nəzərdə tutulur. Bu ilk növbədə, bir ölkədə mədəniyyətlərin qarşılıqlı təsirindən müəyyən “keyfiyyət”ə nail olmasına istiqamətlənmiş demokratik dövlət strategiyasıdır. Multikulturalizm hamı tərəfindən tanınan, müxtəlif mədəniyyətlərə tolerant münasibətə əsaslanan dinc, yanaşı yaşama prinsipidir

Multikultural dəyərlər Azərbaycanda əsrlər boyu mövcud olub, bu gün də mövcuddur və mökəmlənməkdədir.

Tarixən Azərbaycan mədəniyyətlərin qovuşduğu bir məkanda yerləşməklə müxtəlif millətlər və dinlər arasında aparıcı rol oynamışdır. Azərbaycanın bu sahədəki təcrübəsi kifayət qədər zəngin və qədim tarixə malikdir. Azərbaycan xalqının zəngin multikultural keçmişi təkcə

xalqımızın bugünkü tolerant yaşam tərzilə deyil, həm də yaratmış olduğu elmi- fəlsəfi, siyasi-hüquqi qaynaqlarda, sənədlərdə yaşayır. Məsələn, ədəbiyyatımızda “Kitabi-Dədə Qorqud” dastanından bu günədək çox mədəniliyə, orta əsrlər Azərbaycan poeziyası nümunələrinin əsərlərində ümumbəşəri dəyərlərin təbliğinə rast gəlinir.

Söz sənəti olan və bədii yaradıcılığın ən gözəl nümunələrini yaratmış N.Gəncəvinin əsərləri bu cəhətdən xüsusilə fərqlənir. O, hələ XII əsrdə 7 mədəniyyəti təsvir edən “Yeddi Gözəl” əsərini yaratmışdır. N.Gəncəvi üçün insan dəyərinin əsl meyarı nə onun milliyyəti, nə dini, nə doğulduğu yer, nə yaşadığı məkan, nədəki peşəsi deyil, yalnız onun əqli və mənəvi mədəniyyətidir. İrqi, milli və dini ayrışdırıcılığı qəbul etməyən bu şairin qəhrəmanları içərisində türk, fars, ərəb, hindli, çinli, həbəş, yunan, gürcü və başqa xalqların nümayəndələri də vardır.

Tarixi inkişafdan keçərək formalaşmış çoxmədəniyyətli bir cəmiyyətin mövcudluğu və bu cəmiyyəti qoruyub saxlamaq üçün dövlətin siyasi iradəsinin olması əslində multikulturalizmin mövcud olmasına əsas verir. Bu nöqteyi-nəzərdən Azərbaycan bütün dünyaya nümunə ola biləcək multikultural dəyərlərə sahibdir. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin 2016-cı ilin aprel ayında Bakıda keçirilən BMT-nin Sivilizasiyalar Alyansının VII Qlobal Forumunun açılışında səsləndirdiyi fikirlər Azərbaycanda cəmiyyətin multikultural həyat tərzinə baxışını çox dəqiqliklə ifadə edir: “Azərbaycan əsrlər boyu dinlər, mədəniyyətlər və sivilizasiyalar bir araya gəldiyi məkan olmuşdur. Biz Şərq ilə Qərb arasında yalnız coğrafi körpü deyil, həm də mədəniyyət körpüsüyük. Əsrlər boyu müxtəlif dinlərin və mədəniyyətlərin nümayəndələri Azərbaycanda sülh şəraitində və ləyaqətlə yaşayıblar. Dini dözümlülük və multikulturalizm burada hər zaman mövcud olmuşdur. Multikulturalizm sözü mövcud olmadığı bir zamanda belə, həmin ideyalar daim yaşayıb” [1].

Multikultural dəyərlərin ölkəmizdə inkişafı milli KİV-in inkişafına da ciddi təsir göstərir. Multikulturalizmin həyat tərzinə çevrildiyi ölkəmizin dünyaya tolerantlıq nümunəsi olaraq daha geniş tanınmasının vacibliyi, eləcə də ayrı-ayrı ölkələrdə müxtəlif multikultural modellərə xas fəlsəfi, sosial, siyasi və digər aspektlərini Azərbaycan reallığında təhlili və təşviqi çox əhəmiyyətlidir. Azərbaycan tarixini, ədəbiyyatını, mədəniyyətini, azərbaycançılıq məfkurəsini, tolerantlığı bir yerə toplayıb sistemləşdirmək və dünyaya nümayiş etdirmək KİV-in qarşısında duran ən ümdə vəzifələrdəndir.

Bu gün ən müxtəlif xəbərlərlə Yer kürəsindəki xalqları və ölkələri bir-birinə yaxınlaşdıran KİV dünyanın sinir sisteminə bənzəyir. Çünki fasiləsiz çalışan bu mühüm informasiya şəbəkəsi dəyərlərin və münasibətlərin yayılması ilə davam edən dünyada ictimailəşmə funksiyasını daha da genişləndirir.

Azərbaycan jurnalistikası da müxtəlif mədəniyyətlərə, sivilizasiyalara dözümlü münasibət bəsləyən multikultural dəyərləri təbliğ edir. Ancaq tolerant cəmiyyətdə multikulturalizm mədəniyyətlərin qarşılıqlı zənginləşməsinə, müxtəlif xalqları birləşdirən dəyərlər mədəniyyətinin formalaşmasına şərait yaradır. KİV-də dərc olunan məqalələrdən aydın olur ki, multikulturalizm mədəni plüralizmi qəbul edir və onun inkişafına şərait yaradır. Ölkə əhalisinin etnik irqi və dini müxtəlifliyindən asılı olmayaraq onların hamısının hüquq və azadlıqlarına hörmətlə yanaşır. Çünki multikulturalizm siyasəti təkcə siyasi elitəni, millətin yüksək vəzifə tutmayan digər nümayəndələrini deyil, həm də milli və dini azlıqları da dəstəkləyir.

Tarixin müxtəlif vaxtlarında Azərbaycan mətbuatında multikulturalizm ənənələri mövcud olub. Bakıda rus dilində ilk qəzetin nəşrinədək Azərbaycan xalqının iqtisadi və mədəni həyatına aid məlumatlar Tiflisdə çıxan qəzetlərdə əks olunurdu.

XIX əsrdən başlayaraq, Azərbaycanda rus dilində qəzetlər nəşr edilməyə başladı. 1828-ci ildə Zaqafqaziyada ilk mətbu orqan olan “Tiflisskiye vedomosti” qəzeti nəşr olundu. Bu qəzetin 1829-cu ildə gürcü dilində, 1832-ci ildə isə Azərbaycan dilində əlavəsi

buraxılmışdır. Bu əlavə “Tiflis əxbarı” adlanırdı. “Zakovkazskiy vestnik” qəzetinin isə 1841-ci ildə rus dilində nəşrinə başlanmışdır. Bu qəzet sonralar gürcü və Azərbaycan dilində buraxılıb. Qəzet Azərbaycan dilində “Qafqazın bu tərəfinin xəbəri” adı ilə 1845-ci ildən nəşr olunmağa başlanmışdır.

Azərbaycanda çıxan ilk rusdilli qəzet isə “Bakinskiy listok” hesab olunur. İlk nömrəsi 1871-ci il martın 19-da nəşr olunmuşdur.

XIX əsrdə Azərbaycanda dərc edilən mətbu orqanlar rus, tatar, gürcü, fars, türk, erməni dillərində olub.

Ümumiyyətlə, 1870-ci ildən 1889-cu ilədək Qafqazda 56 mətbu orqan fəaliyyət göstərmişdir ki, onlardan 20-si rus dilində, 15-i gürcü dilində, 15-i erməni dilində, 3-ü isə Azərbaycan dilində olub. Əgər ayrı-ayrı cəmiyyətlərin və təşkilatların milli azlıqların da nəşrlərini nəzərə alsaq, bu rəqəm 69-a çatır.

1907-ci ildə Bakıda polyaklarında “Faris” adlı qəzeti nəşr olunmağa başlamışdır.

Azərbaycanda xarici dillərdə mətbuatın tarixinin Azərbaycan milli mətbuatının yaranma tarixindən də əvvələ gedib çıxması ölkəmizdə başqa dildə nəşr olunan mətbu orqanların həm də tarixi bazasının olduğunu göstərir.

Bugünkü mətbuat keçən əsrin sonlarında meydana çıxan, bir çox xalqların həyatında olduğu kimi bizdə də multikultural dəyərlərin genişlənməsi ilə yeni forma və məzmun aldı. Azərbaycan KİV-nin də yeni və daha vacib məsələlərinin işıqlandırılmasını labüd etdi.

Multikultural dəyərlərin təbliğinin genişlənməsinə verilən tələblər ölkəmizdə əcnəbi dildə mətbu orqanlarına və TV və radio verilişlərinə ehtiyac doğurur. Çünki həmin KİV-lər bizim ölkədə yaşayan azsaylı xalqlar və əcnəbilər üçün istinad nöqtəsidir. Nəzərə alsaq ki, dil - mədəniyyət, tarix, adət-ənənə, milli dəyərləri özündə birləşdirir. Qloballaşan dünyada mədəniyyətlərin qarşılıqlı əlaqələrinin yaranması və inkişafı, eyni zamanda mətbuat sahəsində əməkdaşlığı zəruri edir. Bu baxımdan Azərbaycanda xarici dildə nəşr olunan mətbu orqanların, TV və radio verilişlərinin rolu danılmazdır.

Azərbaycan Respublikası ərazisində yaşayan bütün xalqlara və etnik qruplara dil sərbəstliyi və azadlıq verilmişdir. Azərbaycanda etnik azlıqların kompakt şəkildə yaşadığı yerlərdə ümumtəhsil məktəblərinin ibtidai siniflərində doğma dil tədris olunur. Həmin məktəblər müvafiq dillərdə tədris proqramları və dərs vəsaitləri ilə təmin olunur. Çünki, Azərbaycanda istənilən dildə orta və ali məktəb açmağa, jurnal nəşr etdirməyə, radio və TV verilişləri yayımlamağa qanunla icazə verilir. Bunun nəticəsidir ki, Azərbaycanda yaşayan milli azlıqların öz məktəbləri, mədəniyyət mərkəzləri ilə yanaşı, həm də çox sayda KİV və internet resursları vardır.

Azərbaycanda nəşr olunan mətbu orqanların 126-sı xarici dildə çıxan nəşrlərin payına düşür ki, bu da ümumi nəşrlərin 5%-dən çoxunu təşkil edir. Onlardan 68-i rus, 55-i ingilis, 1-i fransız, 1-i alman, 1-i ispan, 15-i isə etnik icmaların dilində nəşr olunur. Onlardan “Oko”(rus dilində), “Talışı sədo” (talış dilində), “Dənqe kurd” (kürd dilində), “Samur” (ləzgi dilində), “Şəlalə” (Qaxda nəşr olunur, gürcü dilində yazılar çap edir) və s.

Telekanallarda azlıqların etnik-mədəni həyatı, etnoqrafiyası barədə materiallar verilir. Milli azlıqların yaşadığı 5 bölgədə də teleradio kanalları fəaliyyət göstərir.

“Araz” radiosunun dalğalarında müxtəlif dillərdə sistemli olaraq yeni xəbərlər yayımlanır. Belə ki, rus dilində hər gün, gürcü dilində həftənin 2-ci, 4-cü və 6-cı günləri, kürd dilində 2-ci və 4-cü günləri, talış dilində 2-ci və 4-cü günləri, erməni dilində 1-ci və 6-cı günləri verilişlər efirə gedir.

Multikultural cəmiyyətin formalaşmasında və inkişafında demokratiya da mühüm rol oynayır, daha dəqiq desək, demokratiya multikultural cəmiyyətin təkamülü üçün əlverişli şərait yaradır. Bu baxımdan Azərbaycan Dövlətinin demokratik və tolerant siyasətinin nəticəsidir ki, ölkə teleməkanında ilk dəfə olaraq, məhz İctimai Tv-də ölkədə yaşayan xalqların və

etnik qrupların mədəniyyət nümunələrini, milli məişətini geniş ictimaiyyətə çatdırmaqla televiziya uzun əsrlər boyu ölkəmizdə yaşayan, hətta, onun bir və ya bir neçə kəndində məskunlaşan, sayı bir neçə mindən artıq olmayan bu zəngin etnik müxtəlifliyini dünya ictimaiyyətinin diqqətinə çatdırır. Bu tip verilişlər, təkcə, həmin xalqların nümayəndələri tərəfindən deyil, bütövlükdə Azərbaycan cəmiyyəti tərəfindən də çox maraqla qarşılır.

Azərbaycanda milli azlıqların dillərinin qorunmasında, millətlərarası dözümlülüyn yaradılmasında informasiya vasitələrinə böyük rol ayrılıb.

Xalqımızın, dövlətimizin iqtisadi, siyasi, mədəni inkişafını əks etdirən uğurlarımızın multikulturalizm çərçivəsində öyrənilməsi isə Azərbaycanın tanındılmasına xidmət edir. Bunun nəticəsidir ki, artıq xarici mətbuatda da Azərbaycanın multikulturalizm modelinə istinad edilir. Məsələn, beynəlxalq münasibətlər sahəsində ekspert A.Qutt ABŞ-da nəşr olunan “The Hill” qəzetində “Azərbaycan tolerantlıq və multikulturalizm ölkəsidir”, digər bir İtaliyanın məşhur “Capitolino Flash” qəzetində jurnalist P.Onoroti “Azərbaycan mədəniyyətlərarası və dinlərarası tolerantlıq nümunəsi kimi “ adlı məqalələr dərc edilir. Bu siyahını uzatmaq da mümkündür.

Bu gün respublikamızda mövcud olan multikultural dəyərlərin, tolerant mühitin beynəlxalq müstəvidə düzgün təbliğinin nəticəsidir ki, artıq bir çox ölkələrdə Azərbaycanın bu sahədəki təcrübəsi öyrənilir. Məsələn, İngiltərənin Mançestr universitetinin tələbəsi, Sinqapur vətəndaşı Anginn Mayn yazdığı essəsində vurğulayır ki, “Azərbaycanın çətin dövrlərdən keçmiş tarixi fonunda multikulturalizmin təhlili xüsusilə əhəmiyyətlidir”. Başqa bir misal Portuqaliyanın Lusofona Universitetinin tələbəsi Joao Mestre “Multikulturalizmin Azərbaycan modeli” adlı sənədli film hazırlayıb.

ƏDƏBİYYAT :

1. BMT-nin Sivilizasiyalar Alyansının VII Qlobal Forumunun rəsmi açılışında Prezident İlham Əliyevin nitqi | 26 aprel 2016-cı il | <http://www.president.az / articlas/ 19727>
2. Quliyev.B. Siyasi jurnalistika və multikultural dəyərlər// “Xalq” qəz. 2016, 15 iyun.
3. Quliyev.B. Siyasi jurnalistika və multikultural dəyər yönümləri//”İki sahil” qəz. 2016, 7 may
4. <http://az.m.wikipedia.org>
5. www.yysq.org
6. www.elmler.net
7. www.kitabxana.net
8. Mirzəzadə R.”Multikulturalizm siyasəti və şərq-qərb”.Bakı, 2012
9. Ələkbərzadə S.Multikulturalizm dəyərləri:Azərbaycandan dünyaya//525-ci qəzet,2015, 20 oktyabr.

Elmi rəhbər: dos.Sevinc Əliyeva

ТВОРЧЕСКИЙ ПУТЬ АХМЕД БЕК АГАЕВА

РЕЗЮМЕ

Научная статья посвящена творческой деятельности и философским мыслям выдающегося сына азербайджанской нации Ахмед бека Агаева, который внес огромный вклад в становление национального самосознания, в становление периодической печати и прежде всего, в пробуждении патриотизма азербайджанского народа. В научной статье автор исследует публицистические статьи Ахмед бек Агаева и анализирует творческий путь выдающегося сына азербайджанской нации, который до конца своих дней он остался верен своему народу, своим принципам и своему делу.

Ключевые слова: периодическая печать, творчество, народ, патриотизм, пробуждение.

SUMMARY

This Research Article is dedicated to creative activity and philosophy ideas of outstanding representative of Azerbaijan nation – Ahmed Bek Agayev who has made an immense contribution in setting of national consciousness, periodicals and, most important, in arousal of patriotism among Azerbaijan nation. In this Article, the Author is presenting a research of journalistic articles of Ahmed Bek Agayev and makes an analysis of creative activity of this outstanding person who remained faithful to his nation, principles and his work throughout all his life.

Key words: periodicals, creative activity, nation, patriotism, arousal

Видный публицист, критик, ученый-востоковед, общественный деятель Ахмед бек Агаев родился в 1869 году в городе Шуша в знатной азербайджанской семье. Первоначальное образование получил в религиозной школе, но затем был определен в русскую гимназию в Шуше. Успешно завершив учебу в гимназии, в 1887 году он едет на учебу в Петербург с целью получения образования в Технологическом институте, а затем он отправляется в Париж. Ахмед бек Агаев был корреспондентом по Персии в знаменитом французском издании «Журналь де Деба». Главными темами его публикаций являются проблемы истории стран Востока, восточной философии, исламской религии. Актуальными темами публицистики Ахмед бек Агаева были борьба за всеобщее просвещение, борьба против гнета человека в Азербайджане, а также во всем мусульманском мире [1. стр. 174]. Тогда же началось его сотрудничество с издаваемой в Тифлисе газетой «Кавказ».

В 1897 году он переезжает в Баку и становится редактором и одним из ведущих авторов газеты «Каспий». Одновременно он работает преподавателем французского языка в Бакинской торговой школе. Занимаясь литературной критикой, Ахмед бек Агаев публикует ряд статей о литературе, театре, в частности, "Сочинения Гаджи Сеида Азима", "Отелло" Шекспира и "Разбойники" Шиллера, "Горький и мусульманство", "Татарин Аслан из пьесы Горького "На дне" и др. Взгляды Ахмед бек Агаева на литературное развитие были во многом противоречивы и непоследовательны. Проявляя нигилизм к творчеству известных писателей (М. Ф. Ахундову, Н. Везирову), недооценивая их творчество, он предлагал и новому поколению писателей (А. Ахвердиеву, Н. Нариманову, С. Ганизаде, С. С. Ахундову) отказаться от оригинального творчества ради переводов из европейской литературы, поскольку, как он считал, в деле "перевоспитания народа", в

приобщении его к "общечеловеческим идеям и чувствам" большую роль могут сыграть творчество европейских писателей и европейские духовные и культурные ценности. Подобные "западнические" взгляды уживались в его работах с проповедью исламской и общетюркской идеи [4].

Будучи большим знатоком исламской религии, он связывал с ней будущее народа. В публицистическом наследии Ахмед бек Агаева в газете "Каспий", начиная с 1898 года по 1905 год, ведущее место занимали статьи, посвященные исламу и его ценностям. "Религия, - говорил он, - есть светило, освещающее внутреннюю сторону человеческой природы, а не ритуалы и формальности. К чему исполнение всех этих обрядностей, если оно не сопровождается чувством любви к ближнему, сострадания к бедным и несчастным, оскорбленным и униженным. Глубоко религиозный, прямой и серьезный, он согласовывал дело со словом" [1. стр. 16]. Ахмед бек Агаев, доказывая полную неприемлемость социализма для мусульманского Востока, заявлял, что в Азербайджане социализм не может утвердиться "не только за сто лет, но и за сотни лет". Видя в религии опору для будущего нации, ее процветания и прогресса в целом, он утверждал: "Если возрождение и прогресс мусульман вообще возможны, то это непременно должно произойти посредством религии, являющейся в их среде единственной активной силой" [2, 1904, № 12]. Но более всего его привлекала тема единства мусульманских народов. Ахмед бек Агаев, как и многие другие «продвинутые» в интеллектуальном отношении

представители немногочисленной интеллигенции Азербайджана, все чаще обращаются к теме национальной принадлежности мусульманских народов России. Особый размах общественно-политическая деятельность Ахмед бека приобретает с началом первой русской революции.

Статьи Агаева охватывали широкий круг вопросов политической и общественной жизни Востока и Азербайджана того времени. В своих произведениях Ахмед бек утверждал, что путь к национальной свободе лежит через развитие культуры и образования общества. Ахмед бек Агаев, распространявший идеи о свободе женщин и считающий это основным фактором в борьбе за свободу, был одним из первых просветителей среди интеллигенции Азербайджана, призывающих к предоставлению равноправия женщине. "Было время, когда и на Востоке женщина была человеком и женщиною, такую, какую ее создала природа, какую она должна быть по замыслам, а не тем искалеченным, изуродованным и униженным существом, каким она является в наши дни" [1. стр. 89]. Опубликованная в 1901 году книга «Женщина в исламском мире» подтвердила его мысль о том, что «без свободной женщины нет национального развития». Эти мечты и идеи Ахмед бек Агаева вскоре превратились в реальность с созданием Азербайджанской Демократической Республики и послужившим примером не только для Востока, но и таких держав Запада, как Великобритания и США, то есть с предоставлением азербайджанской женщине права голосования на выборах, идеи Ахмед бека были претворены в жизнь. Его основными произведениями являются «Три культуры», «Индия и Англия», «В стране свободных людей», «Что такое я?», «История Тюркского Права» и др. [3].

Но еще большее значение имела его деятельность по мобилизации самой азербайджанской общественности на отпор армянской агрессии. В этой связи огромное значение имело восстановление деятельности газет на азербайджанском языке, запрещенных после закрытия газеты «Экинчи» еще в 1878 году. Используя благоприятную ситуацию в России, Топчубашев, Агаев и Гусейнзаде добиваются разрешения на издание газеты «Хаят» на тюркском языке. Вокруг газеты группируются лучшие силы азербайджанской интеллигенции того времени: Мирза Алекпер Сабир, Наджаф бек Везиров, Аббас Саххат, Мамед Эмин Расулзаде, Нариман Нариманов, Узеир

Гаджибеков и многие другие. Идейными вдохновителями публикаций в газете были Ахмед бек Агаев и Али бек Гусейнзаде. Так, уже в первом номере газеты «Хаят» он писал: «Если мы желаем идти вперед и быть нацией, обладающей жизненной силой, мы, прежде всего, должны оставаться мусульманами. Наше продвижение вперед, наши усилия к улучшению жизненных условий могут быть успешными в сопряжении с исламскими законами» [5]. Но если подходить к этому вопросу с точки зрения реалий того времени, то позиция Ахмед бека может быть расценена как, прежде всего патриотическая, направленная на развитие национального самосознания азербайджанцев, четкого определения у них чувства национального «Я».

Вслед за этим Агаев добивается издания еще одной газеты - «Иршад». Еще в 1905 году по инициативе Агаева было создано общество «Федаи». Первая национальная политическая партия в Азербайджане была создана Ахмед беком Агаевым в 1906 году, и по справедливому замечанию исследователя Ирады Багировой, до 1917 года «Дифаи» оставалась самой крупной азербайджанской партией, как по численности, так и по своему влиянию на массы. В середине октября 1906 года в губерниях Южного Кавказа было распространено извещение, сообщающее о создании организации «Кавказского Всеимамского комитета обороны – Дифаи». В этом воззвании партия Дифаи заявляла о своем желании противостоять армянскому терроризму, которому, по убеждению составителей воззвания, протектировало правительство и его представители на Кавказе. В воззвании говорилось, что «армяне без различия возраста и общественного положения, объединившись вокруг «Дашнакцутюн», располагали значительными материальными средствами, оружием, хорошо обученными и вооруженными «зинворами», а через своих членов из высшего общества и администрации оказывали давление на распоряжения правительственных органов при подавлении столкновений между азербайджанцами и армянами, добиваясь таким образом склонять эти распоряжения в защиту своих интересов». Воззвание от имени создаваемой организации «Дифаи» предупреждало должностных лиц, деятельность которых будет расценена, как направленная против мусульманского населения и потворство армянским националистам, что их ждет возмездие.

Опасаясь преследований за свою деятельность, Ахмед бек Агаев в 1909 году переезжает в Турцию. Здесь он принимает активное участие в политической и культурной жизни страны, издает такие свои книги, как "В стране свободных людей", "Без души нельзя", "Что есть я?", "Государство и индивидуум" и другие. Его публикации регулярно появляются в газетах «Тюрк юрду» и «Тарджеман и-хагигат». Главной темой его статей являются призывы к развитию просвещения, экономики. "Весь мусульманский мир – в виде обширного лагеря, погруженного в тяжелый непробудный сон. И во время этого сна грезятся мечты, которые мы принимаем за действительность и предаемся им как таковой. Это наши старые формы жизни, наши дедовские художества... мы думаем наивно, что нашим сном мы остановим время, а время, жестокое и могущественное, вращает свои мощные колеса, растирая ежедневно нас в прах, как растирает неукротимый паровоз попавшие на рельсы щепки" [1. стр. 66]. Он утверждал, что процесс формирования единой тюркской нации необратим, и ссылаясь при этом на исторический опыт Европы. В 1921 году он возвращается в Турцию, где становится активным сторонником движения и борьбы под руководством Мустафы Кемаля Ататюрка. Большая роль Ахмеда Ага оглу в становлении Турецкой Республики достаточно подробно освещена в мемуарах первого посла РСФСР в Турции Аралова. В Турции Ахмед бек становится редактором официального органа правительства Мустафа Кемаля – газеты «Хакимет-и-милли». Впоследствии он становится директором главного управления прессы турецкой республики, избирается депутатом Великого Национального Собрания.

Ахмед бек Агаев внес огромный вклад в дело развития тюркского либерализма и создания периодической печати. Ему принадлежит особая роль в становлении национального самосознания всех мусульманских народов, всех тюркских народов, и прежде всего, азербайджанского народа, в пробуждении патриотизма, единства. Заслуги этого выдающегося сына азербайджанской нации велики.

ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гаджиева Л. Публицистика Ахмед бека Агаоглы. Баку, 2012.
2. газета "Каспий"
3. www.azerbaijans.com
4. www.azerigallery.com
5. 1news.az

Sima RƏHİMOVA

AZƏRBAYCAN KLASSİKLƏRİ VƏ PEŞƏ ETİKASI

PEZİOME

Как мы знаем, профессия журналиста сложная, опасная и к тому же ответственная. Формирование профессиональной этики в азербайджанской журналистике приходится на XX век. Наши писатели также следовали этому принципу. Сегодня тоже очень важна профессиональная этика журналиста.

Ключевые слова: профессиональная этика, эстетика, общество, этика журналистики, публицистика.

SUMMARY

As we know, the profession of journalist is difficult, risky and requires a lot of responsibility. The formation of professional ethics of journalism in Azerbaijan goes far back to the XX century. Later, our writers followed this principle as well.

Key words: professional ethics, morality, scurfy, journalistic ethics, publicize.

Əxlaq gerçəkliyin mənimsənilməsinin elə qiymətləndirici - imperativ üsuludur ki, bu üsul insanların davranışını xeyir və şərin əksliyi nöqtəyi nəzərindən tənzim edir. Elm, incəsənət, əxlaq dünyanı mənimsəməyin üç usulu olub, öz spesifikliyi üzərində bir-birini əvəz edə bilmir. Həqiqət problemi elmi idrakda, bədii obraz problemi incəsənətdə, davranış problemi əxlaqda mərkəzi problemdir.

Əxlaqın spesifik mahiyyəti konkret olaraq onun tarixən formalaşmış funksiyalarının: tənzimədi, tərbiyəvi, dərk etmə, qiymətləndirmə, istiqamət-ləndirici və s. funksiyalarının qarşılıqlı təsirində aşkar edilir.

Etik davranış normaları isə cəmiyyətin tələbatından, insanların özlərini aparmasında müəyyən qaydalara tabe olmaq zərurətindən irəli gəlir. İnsanlar davranışlarında nəyin pis, nəyin yaxşı olduğunu, hansı hərəkətin bəyənilmədiyini və ya təqdirəlayiq olmadığını, xeyir və şər kateqoriyalarının köməyiylə qiymətləndirir.

İctimai şüurun formalarından olan əxlaq varlığa münasibətdə ikinci hadisə kimi təzaher edərək, insanın ictimai həyat fəaliyyətinin obyektiv sosial - iqtisadi əsasını xüsusi şəkildə, yəni normalar, əmrlər, qiymətlər şəklində ifadə edilir. Əxlaqi normalar əxlaqi şüur elementi olub, həmin şüurda qarşılıqlı asılılığın və tabeliyyətin müəyyən sistemində təşəkkül tapır. Əxlaqi normalar ictimai həyatın tənzimləyicisidir.

Peşə etikasını tarixən yazılmamış “qanunlar” şəkilində ortaya çıxıb. Bu peşə etikaları sırasında jurnalist etikasının özünəməxsus yeri vardır. Bu peşə etikasını əxlaqi-psixoloji problemləri irəli sürəlməsi, faktların işıqlandırılmasına obyektiv yanaşma, onların qiymətləndirilməsinin əsaslandırılması üçün əxlaqi məsuliyyətdərəcəsi müəyyən edir.

Bu gün mənəviyyatdan, əxlaqdan danışarkən bəzən çoxlarının qınağına çevrilirik. “İndi zaman o zaman deyil” deyərək kəskin etirazlarla qarşılaşırıq. Lakin unutmamaq olmur ki, yer üzündə olan bütün varlıqlar içində yalnız insanın mənəviyyat barədə anlayışı var. Və zamanından, məkanından asılı olmayaraq insan hər an əxlaqa, mənəviyyətə ehtiyac duyur. Çünki insan ya yaxşı, ya pis əməlləri ilə, bir sözlə əxlaqi ilə ya mənəviyyətli, ya da mənəviyyətsiz olur...

Bir çox ensiklopediyalarda da mənəviyyət anlayışının əxlaq anlayışı ilə eyni mənə daşdığına şahidi oluruq. Unutmamaq olmur ki, peşə əxlaqi deyilən bir məfhum da yalnız insana aiddir. Ona görə də, hər bir gənc həyatında peşə seçimi edərkən məsuliyyətli olmalı və bu işə çox ciddi yanaşmalıdır. Peşə seçən insan öz potensial qüvvəsinə, qabiliyyət və istedadına inanmalıdır. Bu zaman əxlaqi hərəkətlər, davranışlar, məcburiyyət üzərində deyil, insanın inam və əqidəsinə görə həyata keçirilir. Bildiyimiz kimi cəmiyyət öz üzvlərinə müəyyən əxlaqi normalar, davranış qaydaları diqtə edir. Kimi bu qaydalara əməl edir, kimi yox. Lakin elə peşə sahibləri var ki, bu və ya digər şəkildə bu qaydalara əməl etməyə *borcludur*. *Belə peşələrdən biri də jurnalist peşəsidir. Peşə xüsusiyyətlərinə xas olaraq daim cəmiyyətdə* nöqsanlara qarşı çıxan jurnalist ətrafdakılara qarşı hərtərəfli nümunə olmağı bacarmalıdır. Xüsusən də, peşə diqqətinin obyektini olan insanlarla nəzakətlə davranmalı və qayğı ilə yanaşmalıdır.

Azərbaycan jurnalistikasında peşə etikasını ənənələri tarixinin formalaşması XIX əsrə gedib çıxır. Bunu qeyd edən tədqiqatçı alim, f.e.d. C.Məmmədli ilk milli mətbuat orqanımız olan “Əkinçi” qəzetindən başlayan peşə etikasının bir çox etik prinsiplərini o dövrə toxunduğunu söyləyir: “Hər bir vilayətin qəzeti gərək ol vilayətin aynası olsun”. Doğrudan da, dahi mütəfəkkir Zərdabinin “Əkinçi”si dövrünün aynası oldu. Və eyni zamanda onun etik normalarının yaranmasının əsasını qoydu.

Görkəmli maarifpərvər, ziyalı Həsən bəy Zərdabi çətin bir dövrdə, çar senzurası şəraitində ana dilində qəzet nəşr etməyə nail oldu. “Hər bir vilayətin qəzeti gərək ol vilayətin aynası olsun” deyən Zərdabi “Əkinçi” qəzeti ilə məhz bu missiyanı həyata keçirdi. Həqiqət, obyektivlik, xalqa xidmət onun əsas prinsiplərinə çevrildi. Qəzetin səhifələrində Azərbaycan dilinin qrammatik, orfoqrafik prinsiplərinə, o cümlədən dilin təmizliyinə olduqca diqqət yetirilirdi. Hətta günümüzdə belə dilimizin xüsusiyyətlərinə etinasız yanaşan qəzetlərin olduğunu vurğulasaq, “Əkinçi”nin peşəkarlığı danılmazdır. Bu barədə M.F. Axundov 1875-ci il aprelin 22-də Zərdabiyə məktubunda yazır: “Sizin qəzetinizin əsas məziyyətlərindən biri ifadənin gözəlliyi, ibarələrin zərifliyi və aydınlığı orfoqrafiyanın düzgünlüyü olmalıdır. Çünki sizin qəzetiniz başqa məsələlərlə yanaşı, Azərbaycan yazısını düzgün olmayan ifadələrdən təmizləməyə çalışmalı, bu dildə yazan bütün adamlar üçün nümunə olmalıdır” [2].

“Əkinçi” yazılarını əxlaqi dəyərlərə söykənərək Zərdabi qəzetin məsləki, funksiyaları barədə yazır: “Qəzet dərviş kimi nağıl deyərək bilməz. Onun borcudur işlərin yaxşı və yamanlığını ayna kimi xalqa göstərsin, ta xalq öz nik-bədindən xəbərdar olub onun əlacını dalınca getsin” [2]. Zərdabi bu məqalədə sanki etik sənədlərdən xəbər verir. Biz cümlələri təhlil etsək bunu daha aydın görə bilərik. Məsələn “qəzet dərviş kimi nağıl söyləyə bilməz” ifadəsi qəzet uydura bilməz, yalan informasiya verə bilməz ifadələrinə uyğundur. “Onun borcudur ki, işlərin yaxşı yamanlığını ayna kimi xalqa göstərsin” cümləsində isə əksər etik prinsiplər əks olunub. Güzgü yalnız olanı göstərir. Bunu həqiqət, dürüstlük, təmizlik, müstəqillik kimi prinsipləri göstərici kimi qəbul etmək olar. Təbii ki, o dövrlər etika haqqında heç bir sənəd qəbul edilməmişdi. Zərdabi öz vicdanı və əxlaqına dayanaraq bu

fikirləri ifadə edib. Sonralar qəzetin əhəmiyyətini Zərdabi “Rusiyada əvvəlimci türk qəzetəsi” [2] adlı məqaləsində belə izah edir:

“Hər kəsi çağırıram gəlmir, göstərirəm görmür, deyirəm qanmır. Axırda gördüm ki, onları haraylayıb çağırmaqdan, onlara deməkdən başqa bir qeyri əlac yoxdur. Olmaz ki, mənim sözümlü eşidənlərdən heç bir qanan olmasın. Necə ki, bulağın suyunun altına nə qədər bərk daş qoysan, bir neçə ildən sonra su tökülməkdən o bərk daş mürur ilə əriyib dəşilir habelə söz də. Əlxlüsüs doğru söz. Belə qəzet çıxarmaqdan savayı bir qeyri əlac yoxdur...” [2].

Əkinçinin unudulmamasının əsas səbəblərindən biri Həsən bəyin doğru sözə verdiyi qiymət, həqiqətə bəslədiyi hörmət, xalqına duyduğu sevgi və ən əsası özünün gözəl əzlaqını qəzetdə tətbiq etməsi idi.

Beləliklə, “Əkinçi”nin təcrübəsindən bəhrələnərək Azərbaycanda böyük bir jurnalist məktəbi yarandı və daha mütərəqqi mətbu orqanları meydana gəldi. Bu məktəbin davamçıları arasında M.Ə.Rəsulzadə, Ə.Ağaoğlu, Ə.Hüseynzadə, N.Vəzirov, C.Məmmədquluzadə, Ü.Hacıbəyli və onlarla görkəmli klassik jurnalist və publisistlərimiz bütün yaradıcılıqları boyu əqidələrinə sadıq qalmış, jurnalist etikasına riayət etmişlər. Dedikləri, yazdıqları hər bir sözün sahibi olmuş və o sözün məsuliyyətini dərk etmişlər. Ona görə də, XIX sonu və XX əsrin əvvəlləri fəaliyyətdə olan milli mətbuatımıza nəzər saldıqda onun ən başlıca məqsədi insanları maarifləndirmək və tərbiyələndirmək prinsipinə qulluq etdiyinə şahidi oluruq.

Böyük qələm sahibi, əqidəsindən, məsləyindən dönməyən dahi Üzeyir bəy Hacıbəyli yazırdı: “... hər bir qəzetin müəyyən bir məsləyi olmalıdır. Ona binaən haman qəzetdə yazılan hər bir məqalə də haman məsləkə müvafiq olub, yəni o məsləkin qarelərə təlqini yo-lunda xidmət etməlidir. Çünki məsləksizlik yolsuzluqdur, əxlaqın pozğunluğudur. Məsləksiz qəzet müzür olan kimi məsləksiz insan da müzürdür”. Bir əsr bundan əvvəl bu sətirləri yazan istedadlı qələm sahibi nə qədər haqlı imiş [3].

Üzeyir Hacıbəyov “Həqiqət” qəzetində yazırdı: “ İnsan ağıl və izafı təzyiq altında iş görməyə məcbur olsa, elə insanın ağılı çox az səmərələr verib, insaf və vicdan da fənalığı qəbula məcbur” [4].

Üzeyir Hacıbəyov bu sözlərlə etik jurnalistikanın təzyiq altında mümkünsüzlüyünü çatdırır. Bu ifadələr “müdaxilənin yol verilməzliyi”, “müstəqillik”, “vicdanlılıq”, “obyektivlik” prinsiplərini aydın, anlaşıqlı bir şəkildə ifadə edib. O, dövrünün şəraitinin jurnalistin bu kimi əxlaqi keyfiyyətlərini unutdurduğunu dolayısıyla çatdırmağa çalışıb. Üzeyir bəy bu fikri çatdırmaqla senzura şəraitində “dürüstlük” prinsipinə əməl edib.

Klassik jurnalistikada etik çərçivədən danışarkən görkəmli publisist Cəlil Məmmədquluzadə və onun nəşrə etdirdiyi “Molla Nəsrəddin”in fəaliyyəti diqqətə layiqdir. Əsas amalı xalqı qəflət yuxusundan ayılmaq olan jurnalın “Sizi deyib gəlmişəm” adlı proqram məqaləsində məsləki bu cür ifadə olunub: “Sizi deyib gəlmişəm, ey mənim müsəlman qardaşlarım o kəslərə deyib gəlmişəm ki, mənim söhbətimi xoşlamayıb, bəzi bəhanələrlə məndən qaçıb gedirlər, məsələn, fala baxdırmağa, it boğuşdurmağa, dərviş nağılına qulaq asmağa, hamama yatmağa və qeyri bu növ vacib əməllərə. Çünki hükəmanlar buyurublar: “Sözünü o kəslərə de ki, sənə qulaq vermirlər” ... Ey mənim müsəlman qardaşlarım! Əgər bilmək istəsəniz ki, kimin üstünə gülürsünüz, ovax qoyunuz qabağınıza aynanı və diqqətlə baxınız camalınıza...” [2].

Mirzə Cəlil bütün tənqidləri etik çərçivədə çatdırırdı. “Molla Nəsrəddin” jurnalı tənqidi çox ehtiyatla seçib peşəkar səviyyədə çatdırırdı. Bəlkə də o dövrdə “Molla Nəsrəddin”in digər mətbuat orqanlarına nisbətən uzun ömürlü olmasının səbəbi peşəkar tənqid idi, çünki o zaman senzura şəraitində tənqid çox çətin və təhlükəli idi. “Molla Nəsrəddin” çox çətin missiya götürmüşdü, o informasiya verməli, insanları marifləndirməli, amma bunu satirik tənqidi yolla etməli idi.

Məmməd Əmin Rəsulzadə yazılarında mətbuat azadlığı, onun çərçivələri barədə geniş məlumat verib. Xüsusilə, onun “Mətbuat azadlığı” məqaləsi bu məsələnin geniş təhlilini verir. Rəsulzadə “Mətbuat azadlığı” məqaləsində yazırdı: “Mətbuat azadlığı” insan azadlığının əsas sütunudur. Çünki o əqlin, təfəkkürün əsas qüvvəsidir. Onun varlığı ağıla və səbrə əsaslanan qüvvədir. Mətbuata təyziq göstərmək və ya onu aradan çıxarmaqla aqlın qüvvəsini aradan çıxarmağın fərqi yoxdur. Buradan belə nəticə çıxır ki, mətbuat azadlığına əl qaldırmaq insan azadlığına təcavüz etməkdir. Adamların aqlı və fikri azad olsa, onların fərdi inkişafı da sürətlənər. Azadlığın qarşısını almaq insan aqlının və təfəkkürünün əlindən alıb bir maşına və ya cansız alətə çevirmək deməkdir.

M.Ə.Rəsulzadə bu məqaləsiylə mətbuat azadlığına nə qədər önəm verdiyini, cəmiyyətdə onun əhəmiyyətini çox peşəkar bir şəkildə izah edib. Əksər prinsiplərdəki maddələri bu məqalədə göstərən Rəsulzadənin bütün fikirləri beynəlxalq təcrübə və nəzəriyyə ilə üst-üstə düşür.

M.Ə.Rəsulzadə yazılarında əxlaqsız, etik normalara sığmayan jurnalist işini pisləyirdi: “... Bunun nəticəsində bir dəstə yazar ortaya çıxır ki, onlar şərəf, fikir və əqidələrini saxta rütbə qazanmaq üçün nəcis qiymətinə satmağa hazır olurlar, zülmü və sitəmi müdafiə edirlər. Bu da bir sıra qələm fahişələrinin cəmiyyət içərisinə girməyinə səbəb olur... Əxlaqsız qadınlar kimi, bəzi jurnalistlər də namuslarını, abırlarını həyasızlıq bazarına çıxarıb kələfin ucunu əldən verirlər” [6].

“Ziyanlı mətbuat və pozğun yazı cəmiyyətə çox əziyyət verən zəhərdir, bələdir” deyən Rəsulzadə bu cür yazılar verən mətbuat orqanlarını “əxlaqsız” adlandırırdı. Etik normaları gözləməyən media isə qeyri-peşəkar mediadır.

Rəsulzadə mətbuatı informasiya qidası kimi vacib sayırdı. Bu qida nə qədər “halal” olsa, o qədər də “xeyirli” olar. Yəni informasiya həqiqətə uyğun olsa, obyektiv olsa, onun əhəmiyyəti daha çox olar.

Aşağı səviyyəli yazı, söyüş, abırı aparan yazı, fitnə-fəsad törədən yazılar-bax, bu üç əxlaqdan kənar çıxışlar mətbuatı hörmətdən salar, əxlaqdan məhrum edər” [6]. Onu da qeyd edək ki, bu məfkurənin tərəfdarları olan publisistlərimiz insanın şüurunun, əxlaqının saf olması üçün mühitin də böyük rol oynadığını əsas götürürdülər. İnsanın əxlaqının formalaşmasına mühitin təsiri məsələsi ilə əlaqədar olaraq mövcud cərəyanların yeni bir cəhəti də üzə çıxdı ki, o da yaradıcılıqda milli keyfiyyətlərin təsviridir. Konkret zamanda və məkanda başqa millətlərin əhatəsində yaşayan insan, söz yox, eyni zamanda fərdi xüsusiyyətləri ilə onlardan seçilir. Bir milləti digər millətdən fərqləndirən cəhət ayrı-ayrı əqil nailiyyəti deyil, bütöv xalqın həyat təcrübəsinin, adət-ənənələrinin, dünyayabaxışının, psixoloji xüsusiyyətlərinin ifadəsi idi. Bütün bunlar millətlərin spesifik xüsusiyyətlərini təşkil edir, onları bir-birindən fərqləndirir. İctimai mühitdə konkret həyat faktlarına müraciət edən qələm sahibləri, yazılarında bu fərdi milli xüsusiyyətlərin təsvirinə xüsusi fikir verirdilər. Ona görə də yazılarında müxtəlif problemlər qaldırıb müzakirəyə qoyurdular. Lakin onlar təsvir etdikləri hadisələrə biganə, passiv, bitərəf münasibət bəsləmir, öz rəğbət və nifrətini açıq ifadə edərək mətbuatı xalqın, millətin tərəqqisinə çağırırdılar. “Bizim məsləkimiz odur ki, millətimizin tərəqqisinə bais olan hər bir həqiqi vasitə və vəsilələrə yol verməməli və millətimizi cəhalətə və yaxud tərəqqiyə-məkusə sövq edən şeyləri dəf və izalə etməlidir” [2].

Deməli, millətin tərəqqisi üçün daha çox mətbu süzünə ehtiyac duyulduğu bir vaxtda həm də azad mətbuata ehtiyac duyuldu. Demokratik cəmiyyət, azad vətəndaş, azad mətbuat uğrunda ideoloqlarımız əsrlər boyu qanlı-qadalı mübarizələr aparıblar. Mütəfəkkir, filosof, yazıçı-dramaturq, ilk milli kome-diyaların müəllifi M.F.Axundov öz əsərlərində təbliğ edirdi ki, azad yaşamaq insanın təbii haqqı, təbii hüququdur.

Dahi Uzeyir bəy isə bunu “azadı-kəlam” adlandıraraq fikrini belə şərh edirdi: “Azad-mətbuatın, yaxud hürriyyəti-kəlamın ümumxalq üçün nəfi bundan ibarətdir ki, bunların

sayəsində ümuməhalinin və ya məlum bir camaatın mübtəla olduğu dərdi şərh edib müalicəsi üçün tədbirlər axtarmaq mümkündür” [3].

Azad sözü, azad mətbuatı əldə etmək üçün klassiklərimiz çox qanlı-qadalı mubarizələrdən keçib. İllərlə sürgünlərə, həbslərə məruz qalıblar. Sözlərini acıq deyə bilmədikdə sətirləri mənalarla, yozumlar şəklində fikirlərini xalqa catdırıblar.

M.Ə.Rəsulzadə buna belə qiymət verirdi: "Mətbuatın əsarəti əxlaq pozğunluğu törədir, əxlaq gözəlliyi və yaxşı xüsusiyyətləri aradan çıxarır, yalan danışmağı, oğurluğu, ayrılık və casusluğu yayır, ədəbi və qələm pozğunluğu meydana çıxır [6].

Deməli yenə də jurnalistin peşə etikası ön plana keçir. Zamanından-məkanından asılı olmayaraq jurnalist peşə əxlaqı normalarına hər an əməl etməlidir. Onun peşə əxlaqı ilə peşə borcu bir-birilə çox bağlıdır. Peşə əxlaqı kontekstində borc mühüm keyfiyyət kimi qəbul edilir. "Borç jurnalistin cəmiyyət qarşısında-oxucu, dinləyici, tamaşaçı qarşısında düzgün, obyektiv informasiyaya görə məsuliyyətini tənzimləyir". Unutmaq olmaz ki, jurnalist yalnız cəmiyyətin qarşısında deyil, "əsərinin əsl hakimi olan oxucu, tamaşaçı auditoriyası qarşısında" böyük məsuliyyət hiss etməlidir. O, həmçinin şəxsi əxlaqı və davranışları ilə nümunə olmalıdır. Ən çətin məqamda belə əsərlərini cilovlamağı bacarmalı, səbrlə, təmkinlə, bəzən soyuqqanlıqla hərəkət etməli və nümunəvi bir davranış əks etdirməlidir. Doğrudur cəmiyyətin indiki çağında bunlara əməl etmək o qədər də asan deyil. Amma jurnalist bunları bacarmalıdır. Əks təqdirdə tezliklə nüfuzdan düşər, peşə və sənət dünyasında gedən gərgin rəqabətdə tez udular.

ƏDƏBİYYAT

1. Axundov M.F. Əsərləri. 3 cildə. II c. Bakı: Azərbaycan Elmlər Akademiyası.
2. 1961, 320 s.
3. Azərbaycan mətbuat tarixi antologiyası. 1 cild. Bakı, Elm və təhsil nəşriyyatı.
4. 2010, s. 37.
3. Hacıbəyli Ü. Seçilmiş əsərləri. 2 cildə. II c. Bakı, 2010.
5. Hüseynov Ş. Mənəvi irsimiz və gerçəklik. Bakı: Adiloğlu, 2004, 652 s.
6. Məmmədli C. Müasir jurnalistikanın inkişaf meylləri. Bakı: Elm, 2006, 358 s.
7. Rəsulzadə M.Ə. Əsərləri. 2 cildə. I c, Bakı, 2001

Qərənfil QULIYEVA

1920-30-CÜ İLLƏR SOVET DÖVRÜ MƏTBUATŞÜNASLIĞI

РЕЗЮМЕ

Творчество выдающегося деятеля истории печати Азербайджана всегда находилось в центре внимания. Основная цель научной статьи изучено творчества. Современность анализируются как эстетическая категория в драмах связанных с историческими и личностями. Ему не раз предлагали, чтобы он создавал произведения в соответствии с идеологическими установками времени, но писатель был далек от этого. И в 1920-30-е годы литературный процесс в методологическом и идеологическом отношении развивался в соответствии с принципами социалистического реализма.

Одним из тех ученых следователей, кто вложил больше труда в исследование азербайджанской литературы и прессы считается Н.Ахундов. Современность анализируются как эстетическая категория в драмах связанных с историческими и личностями. Он написал исследовательские произведения о возрождении и развитие истории печати Азербайджана XIX и начало XX в.в; А также произведения затрагивающие историю и развитие цензуры и препятствующая развитию печати.

Ключевые слова: идеология, общество, политическая среда, социальная проблема, методологический литературная критика

SUMMARY

Modernity is investigated as aesthetic category in drama associated with historical events and personalities. Main principles of modernity are determined as aesthetic category at the result of comparative analysis. In spite of taking subjects from history, here are also shown the necessity to give means to a modern period from history here are also shown the necessity to give means to a modern period with social-moral problems and attention needs. Though he was invited for writings on ideological principles he refused this proposal. In the 1920-1930 s literary process in the methodological and ideological relations were developing in accordance with the principles of socialist realism. He wrote some investigation plays dealing with the creation history and development of Azerbaijan press at the end of XIX and in the beginning of XX century.

Key words: ideology society political environment social problem literary criticism methodologica

20-ci yüzillik yalnız Azərbaycanda deyil, bütün bəşər tarixində çox görkəmli yer tutsa da həm son dərəcə mürəkkəb, ziddiyyətli, həm də şərəfli bir tarixlə yaddaşlara həkk edildi. Hər bir ölkə, hər bir xalq bu yüzillikdə öz xalqı, ölkəsi üçün nələr əldə etdiyini, və yaxud nələr itirdiyini bilməlidir. Biz də Azərbaycanın keçdiyi yolu araşdırmalı, tədqiq etməliyik. Çünki bu dövr xüsusən də 20-ci yüzilin əvvəlində və sonunda Azərbaycan xalqı öz azadlığına, müstəqilliyinə qovuşmaq üçün çox böyük fəciələrə məruz qaldı. Belə fəciələrdən biri 1920-ci ilin aprelində baş verdi. 1920-ci il aprelin 28-də Sovet Rusiyası qoşunları yerli bolşeviklərin əli ilə silahlı çevriliş edərək Azərbaycan Demokratik Cümhuriyyətinin qanuni hakimiyyətinə son qoymaqla Azərbaycanın tarixində uzun illər davam edən totalitar rejimin əsasını qoydu və mətbuat vahid ideologiyanın- əvvəl bolşevik, sonra kommunist ideologiyasının təbliğinə səfərbər edildi.

Bununla da partiya sovet-mətbuatı sisteminin yaranma prosesi başladı və partiya-sovet mətbuatı yeni tipli mətbuat oldu. Əslində bu mətbuat Böyük Oktyabr sosialist inqilabından əvvəlki bolşevik mətbuatının davamcısı idi. Bolşevik mətbuatından əvvəl isə 19-cu yüzilliyin ortalarında marksizmin təşəkkülü ilə əlaqədar yeni tipli inqilabi-proletar mətbuatı meydana gəlmiş və Rusiyada onun ideyalarını bolşevik mətbuatı geniş təbliğ etmişdir. İnqilabi-proletar mətbuatını “fəhlə mətbuatı” da adlandırırdılar. Bu haqda V.İ.Lenin “Rusiyada fəhlə mətbuatının keçmişindən” sərlövhəli məqaləsində yazırdı: “Rusiyada fəhlə mətbuatının az qala bir əsrlik tarixi vardır. Bu, əvvəlcə hazırlıq tarixidir, yəni fəhlə hərəkatı deyil, proletar hərəkatı deyil, “ümumdemokratik”, yəni burjua-demokratik azadlıq hərəkatı tarixidir, sonra da özünün iyirmi illik proletar hərəkatı, proletar demokratiyası və ya sosial-demokratiya tarixidir” (9, s.106).

“Azərbaycanda isə inqilabi proletar mətbuat 20-ci yüzilliyin əvvəllərində meydana gəlmiş” (1,s.529) və “1900-1917-ci illər ərzində Azərbaycanda azərbaycan, rus, erməni və gürcü dillərində 24 bolşevik qəzeti nəşr edilmişdir” (1, s.244).

Azərbaycanda uzun illər mətbuatın həm tədqiqi, həm də tədrisi ilə məşğul olan Seyfulla Əliyev isə fəhlə mətbuatının tarixini Kommunist partiyasının tarixi ilə eyniləşdirirdi: “Kommunist mətbuatının tarixi Sovet İttifaqı Kommunist Partiyasının tarixi ilə üzvi sürətdə əlaqədardır və onun ayrılmaz tərkib hissəsidir. Biz fəhlə mətbuatı dedikdə Kommunist Partiyasının, Kommunist Partiyası dedikdə isə mətbuatımızın keçdiyi uzun, çətin, şərəfli və qəhrəmanlıq yolunu xatırlamalı oluruq” (5,s.3).

Beləliklə, dövrü mətbuatımız əvvəl bolşevik, sonra partiya-sovet, 1960-cı illərdən isə kommunist mətbuatı adı ilə uzun illər SSRİ məkanında ideoloji çərcivə daxilində fəaliyyət

göstərərək vahid informasiya mərkəzindən məlumatlandırıldı və idarə olundu. Yəni bu dövrün “məhsulu olan” mətbuat ədəbi prosesə, ictimai fikrə “təbii şəkildə gəlmədi, inzibati yolla gətirildi” (2.s.58).

Prof. Ş.Vəliyev yazır: “İctimai həyatın bütün sahələrində əsaslı dəyişikliklərlə nəticələnən Böyük Oktyabr Sosialist inqilabı Azərbaycan ədəbi-tənqidi fikrinin inkişafında da xüsusi rol oynadı” (10,s.186). Ədəbi tənqid obyektivlikdən uzaq, yalnız marksist-leninçi nəzəriyyəsinə uyğun nümunələr yaratdığı üçün həmin nümunələrdə dövrün ideoloji, sosioloji və estetik keyfiyyətləri özünü büruzə verirdi. Ümumpartiya bolşevik mətbuatı, onun ayrılmaz tərkib hissəsi olan Azərbaycan bolşevik mətbuatı vərəqə, intibahnamə, qəzet və jurnallar sosialist inqilabının qələbəsi uğrunda mübarizədə “qüdrətli ideya silahı olmuşdu”. Bunu dövrün tədqiqatçıları belə bəyan edirdilər ki: “Azərbaycan mətbuatının tarixini öyrənərkən mətbuat orqanlarının istiqamətini marksizm-leninizm ideologiyası əsasında şərh etmək lazımdır” (8,s.6).

Sovet tədqiqatçıları qeyd edir ki: “sovet hakimiyyəti illərində SSRİ-də mətbuatın mükəmməl sistemi yaradıldı və sovet-kommunist rejimi dövründə Azərbaycan mətbuatının total siyasiləşməsi dövrü başladı” (3, 4). KİV kütləvi sürətdə siyasiləşərək tək partiyalılıq prinsiplərini həyata keçirməli oldu. Mətbuatşünas alim Rza Quliyev yazırdı ki: “ölkəmizdə mətbuat tam mənasilə xalqa məxsusdur, xalqın tribunasıdır və həqiqət carçısıdır” (4, s.4) Əslində bu mətbuat həqiqətdən çox uzaq idi və cəmiyyətin bütün sahələrinə nüfuz edərək “ən güclü təbliğat” vasitəsi rolunu oynayırdı (9, s.258)

Odur ki, cəmiyyətdə baş verən bütün proseslər mətbuatın tədqiqinə də təsir etdi. Sovet ideologiyasının təsiri və tələbi ilə mətbuat tarixinin araşdırılması prosesi başladı. Bu yanaşma ideoloji, siyasi təhrifləri və qərəzli münasibəti ortaya çıxardı. Yeni dövrdə mətbuatla bağlı qanunlar, fərmanlar verildi. Heç də təsadüf deyil ki, mətbuatı “təbliğatçı, təşkilatçı və təşviqatçı” adlandıran V.İ.Lenin Xalq Komissarları Sovetinin sədri kimi ilk imzaladığı dekret “Mətbuat haqqında” (9,s.257) oldu və bu dekretlə bolşeviklərə dəstək olmayan, inqilaba qoşulmayan mətbuat orqanları “əksinqilabçı” damğası ilə qapadılaraq tənqiddə məruz qaldı.

Sovet dövründə Azərbaycan mətbuatının tədqiqi əsasən 20-ci illərin ortalarından başladı. 1923-cü ildə “Kommunist” və “Bakinski raboçi” qəzetlərinin mininci saylarının çıxması və 1925-ci ildə aprelin 12-də bolşevik yazarı Həbib Cəbiyevin sədrliyi ilə Azərbaycan mətbuatının 50 illik yubleyinin keçirilməsi haqqında komissiya yaradılır. Bundan sonra Azərbaycan mətbuatı tarixinə dair əsərlər, məqalələr, elmi kitablar və xatirələr yazılır. Bu tədqiqatlar sovet ideologiyasına uyğun yazılsa da onlarda mətbuatımızın yaranması və inkişafı tarixini əks etdirən çox dəyərli faktlar var. Məsələn, uzun illər Qafqaz Sensura Komitəsində Şərq dilləri üzrə sensor vəzifəsində çalışan, ilk müsəlman sensor Mirzə Şərif Mirzəyevin “Qafqazdakı türk mətbuatı tarixi üçün materiallar” əsəri Azərbaycan dövrü mətbuatının tarixinin öyrənilməsində etibarlı mənbələrdəndir” (4,s.165). Çox zəngin arxiv sənədləri əsasında yazılan bu əsərdə M.Ş.Mirzəyev Azərbaycan mətbuatına qənim kəsilən Qafqaz Sensura Komitəsində çalışan erməni Korqanov, Melik-Meqrabov, Kişmişev, Qaraxanov kimi sensorların anadilli mətbuatımıza qənim kəsilməsini faktlarla qeyd edirdi.

M.Ş.Mirzəyev əsərində “Ziya”, “Ziyayi-Qafqaziyyə”, “Kəşkül” və “Şərqi-rus” mətbu orqanları haqqında da məlumat verib. Müəllif M.Şahtaxtının “Şərqi-rus”da Hacı Zeynalabdin Tağıyevə qarşı yazdığı qərəzli məqalələrə münasibətini belə bildirib: “İlk nömrədən başlayaraq 15-ci nömrəyə qədər mərhəmətli və qüdrətli milyonerin adı soyadı müxtəlif cür hallanır və onun fəaliyyəti hər tərəfdən, müxtəlif nəzər nöqtəsindən müzakirə olunurdu. “Şərqi-rus” şəxsi həyatın toxunulmazlığı prinsipini unudaraq, utanmadan milyonerin ailə həyatından faktları da müzakirəyə qoyurdu” (3,s.4). Mükəmməl sənədlərlə əhatə edilən əsərdə Azərbaycan mətbuatının necə böyük çətinliklərlə yaranması, fəaliyyəti geniş şəkildə şərh edilib.

Yeri gəlmişgən qeyd edim ki, M.Ş.Mirzəyevin həmin əsəri uzun illər sonra AMEA N.Gəncəvi adına Ədəbiyyat İnstitutunun bir qrup əməkdaşı tərəfindən yenidən rus dilində çapa hazırlandı və 2009-cu ildə nəşr edildi.

Tədqiqatçı alim prof. Ş.Hüseynov yazır ki: “Azərbaycan partiya-sovet mətbuatının inqilabdan əvvəlki tarixinə nisbətən Sovet dövrü tarixi bir sıra mətbuat orqanlarına, jurnalist və publisistlərin yaradıcılığına həsr olunmuş dissertasiya işlərinə, kitabça-albom, məqalə və xatirələrə baxmayaraq az tədqiq olunmuş, az öyrənilmişdir” (7,s.48). Lakin onlarda yalnız proletar və bolşevik mətbuatının fəaliyyətindən, yazarlarından bəhs edildiyi üçün həmin tədqiqatların əksəriyyətinin məzmunu, mahiyyəti eynilik təşkil edir və ziddiyyətli faktların, təzadlı fikirlərin mövcudluğu da özünü əks etdirir.

Prof. Ş.Hüseynovun tədqiqatlarından belə aydın olur ki: “Azərbaycanda yeni tipli proletar mətbutu və onun tarixi haqqında da ilk sözü bu mətbuatın yaradıcıları söyləmişdir” (6,s.175). Məsələn, Azərbaycan bolşevik mətbuatının təşəkkülü və nəşrində görkəmli rol oynayan, marksizm-leninizm ideyalarının təbliğatçıları, publisistləri Soltan Məcid Əfəndiyevin “Türk dilində ilk bolşevik qəzetləri”, “Azərbaycan proletariyatının inqilabi hərəkəti tarixindən”, “Hümmət” qəzeti Qafqaz-müsəlman kommunistlərinin orqanıdır”, Əliheydər Qarayevin “Partiya mətbuatı keçmişdə”, Tağı Şahbazinin “Türk fəhlə mətbuatının tarixi: “Hümmət”in yaradılması”, Həbib Cəbiyevin “Türk fəhlə mətbuatının iyirmilliyi” və “Kommunist”in yubileyi” “Azərbaycan proletar qəzetinin tarixinə bir baxış” və yaxud “Bolşevik mətbuatı: Qısa tarixi oçerklər (1894-1917-ci illər)”, “Bolşevik mətbuatı birinci rus inqilabı illərində”, “Rus dövrü mətbuatı (1895-oktyabr 1917)”, “Oktyabr və rus burjua mətbuatının süqutu”, “Bolşevik dövrü mətbuatı Sov.İKP tarixini öyrənməyin bir mənbəyi kimi”, “Sovet satirik mətbuatı (1917-1963)”, “Erməni dövrü bolşevik mətbuatı tarixi” və s. bu kimi əsərlərdə birmənalı olaraq bolşevik partiyasının orqanı olan mətbuat, onların yazarları haqqında bir tərəfli, qeyri-obyektiv məlumat verilərək, onların fəaliyyəti həddən ziya şişirdilib. Bunu elə tədqiqatçı Ş.Hüseynov özü də etraf edir: “bu əsərlərin bir qismində bəzi ciddi nöqsanlara və hətta ciddi təhriflərə də rast gəlirik” (6,s.178). Amma bununla yanaşı həmin materiallarda mətbuatımızın inqilabdan əvvəlki və sonrakı tarixinə dair çox qiymətli fikirlərin, faktların, xatirələrin olduğunu da danmaq düz olmazdı.

Azərbaycanda milli dövlətin süqutu və bolşevik işğalı ilə başlanan 1920-30-cu illər Azərbaycan ədəbi-tənqidi fikir tariximizdə mürəkkəb, ziddiyyətli mərhələ kimi səciyyələndirilir. Bu dövrdə ədəbi tənqiddə çox gənc qüvvələr cəlb edilərək dövrün ideologiyasına uyğun tədqiqatçı kimi yetişdirildi. Məsələn, Əli Nazim, Mustafa Quliyev, Ruhulla Axundov, Mehdi Hüseyn, Tağı Şahbazi və başqaları. Bu ədəbi tənqidçilər əsasən ədəbi əsərlərin tənqidi və təbliği ilə məşğul idilər. Mətbuatla bağlı çox az-az fikirləri, mülahizələri var. Amma bəzilərinin diqqətini Azərbaycan mətbuatının inkişafı, problemləri də cəlb etmişdir. Məsələn, Tağı Şahbazinin “Türk fəhlə mətbuatının tarixi” (1923) əsərin də Azərbaycan mətbuatının inkişafı, problemləri, nöqsanları açıqlanır. İstər inqilabdan əvvəl, istər sonra bir çox qəzet və jurnallarla əməkdaşlıq edən, bəzilərində redaktor vəzifəsində çalışan T.Şahbazi əsərində əsasən Aprel inqilabından sonrakı mətbuatın fəaliyyətinə nəzər salaraq “Azərbaycan sovet mətbuatının inkişaf yolları ilə maraqlanmış və bu xüsusda bir sıra fikirlərini, mülahizələrini, məsləhətlərini irəli sürmüşdür” (4, s. 23).

T.Şahbazinin bu mövzuda olan əsəri, məqalələri sırf bolşevik ideologiyasını təbliğ etsə də orada elə məsələlər var ki, bu gün də aktualdır. O, çox haqlı olaraq mətbuatın kütlələr arasında geniş yayılmasını təmin edən əsas və başlıca amillərdən birini mətbuatın dilinin sadə, səlis olmasında görürdü. “Türkcə “Kommunist” qəzeti kimlər üçün yazır?”, “Mətbuatı xalqa yaxın etməkdən ötrü nə lazımdır?”, “1000 dəfə” (bu məqaləni “Kommunist” qəzetinin mininci sayının çıxması münasibətilə yazıb) sərlövhəli məqalələrində əksər mətbu orqanlarının dilini, üslub xətalarını tutarlı faktlarla ciddi tənqid edərək “mətbuatı xalq üçün bir məktəb” adlandırırdı.

Tədqiqatçı alim N.Quliyev yazırdı ki: “XX əsr azəri mətbuatının yaranması və inkişafında mühüm xidmətləri olan” (2,s.2) Tağı Şahbazi (Böyükəğa Talıblı) həm də dövrünün görkəmli publisisti, jurnalist olub. Təəssüflər ki, sovet dövrü yazılan “Azərbaycan mətbuat tarixinə və ayrıl-ayrı publisistlərin fəaliyyətinə həsr edilmiş müxtəlif tədqiqat əsərlərində T.Şahbazinin adına rast gəlmirik” (2, s.2). Halbu ki, represiya qurbanı olan T.Şahbazinin mətbu fəaliyyətinin öyrənilməsi “mətbuat tariximizdə hələ də kölgədə qalan bir sıra əhəmiyyətli məsələlərin aşkar edilməsi və aydınlaşdırılmasına, mətbuatımızın inkişaf mərhələlərinin müəyyən cəhətlərinin işıqlanmasına kömək edə bilər” (2,s.2).

Yeri gəlmişkən qeyd edim ki, ədəbiyyatşünas alim Ə.Məmmədov 1958-60-cı illərdə T.Şahbazinin bədii əsərlərinin bir qismini rus və azərbaycan dilində tərtib edərək çap etdirmiş, lakin bura ədibin mətbu irsini daxil etməmişdir. Onun mətbu irsi haqqında ilk dəfə 1969-cu ildə tədqiqatçı alim Nəriman Quliyev “Böyükəğa Talıblının həyat və yaradıcılığı mövzusunda namizədlik dissertasiyası müdafiə edib. Müəllif “tədqiqat obyektinə dövrün elmi uğurları kontekstində baxmaqla yanaşı, öz alim-vətəndaş mövqeyini də aydın ifadə etmiş, mümkün qədər ideoloji təsirlərdən uzaq olmağa çalışmış və qismən də olsa məqsədinə nail olmuşdur” (3,s.3).

Azərbaycan bolşevik mətbuatının görkəmli nümayəndəsi Sultan Məcid Əfəndiyev “Azərbaycan dilində ilk bolşevik qəzetləri”, “1906-cı il-mətbuat vasitəsilə təşviqat”, “Kollektiv təşkilatçı-təbliğatçı”, “Təkamül” qəzetəsi”, “Yoldaş” qəzetəsi” və “Bakinski raboçi” adlı məqalələrində bolşevik qəzetlərini “sinfi və ideoloji mübarizənin-fəal təbliğatçıları” adlandırırdı. Təkcə “İrşad” qəzetində “40-a yaxın məqaləsi dərc olunan” (10,s.35) qeyd edirdi.

Dövrün digər tədqiqatçıları kimi, S.M.Əfəndiyev də istər bolşevik mətbuatının fəaliyyətinə aid, istərsə də başqa mövzuda yazdığı hər bir məqalədə milli hökumətə, müsavətçilərə qarşı qərəzli mövqe nümayiş etdirib.

S.M.Əfəndiyev aprel cəvrişindən əvvəlki illəri nəzərdə tutaraq yazırdı: “İnqilabdan əvvəl Azərbaycanda cüzi tirajla bir necə Azərbaycan qəzeti nəşr edilirdi. İndi bütün rayonlarda qəzet çıxır və nəşr edilən qəzet və jurnalların üçdə iki hissəsi Azərbaycan dilində çıxır” (5, s.12).

Əvvəla qeyd edim ki, S.M.Əfəndiyev burada “cüzi tirajla bir necə Azərbaycan qəzeti nəşr edilirdi” deməkdə böyük yanlışlığa yol verib. Azərbaycan mətbuatına dair araşdırmalarda dövrə bağlı fərqli rəqəmlər verilsə də bu illərdə Azərbaycanda milli mətbuat həm kəmiyyət, həm keyfiyyət baxımından inkişafda idi. Məsələn, prof. N.Axundov yazırdı ki: “1920-ci ilə qədər Azərbaycanda 400-dən çox dövrü mətbuat orqanı buraxılıb” (10,s.14). Tədqiqatçı alim K.Talıbzadə isə “Bakıda 1905-1920-ci illər arasında Azərbaycan dilində 130-dan yuxarı qəzet və jurnal” (3, s.47) nəşr olunduğunu yazır. Mətbuatşünas alim İ.Ağayev 1918-1920-ci illəri Azərbaycan dövrü mətbuatının ən yüksək inkişaf mərhələsi kimi səciyyələndirərək qeyd edirdi: “Təkcə bunu demək kifayətdir ki, 1875-ci ildən, Azərbaycanda dövrü mətbuatın yaranmasından keçən 45 il ərzində təxminən cəmi 40 qəzet və jurnal çıxdığı halda, bu rəqəm qeyd ediləndən cəmi iki il içərisində 200-yüzə yaxın olmuşdur” . Tədqiqatçı alim S.Rüstəmovanın da tərtib etdiyi bibliografiya da bu dövrün (1917-1920) mətbuatı istər sayına, istərsə də ideya istiqaməti və rəngarəngliyinə görə Azərbaycanın mətbuatı tarixində “ən zəngin, maraqlı mərhələ” kimi səciyyələndirilir. Xanım tədqiqatçı bibliografiya (ərəb qrafikası ilə) Azərbaycan dilində çıxan mətbuatın sayını kodlaşdırılmış şəkildə 74 olaraq göstərir və 1918-1920-ci illərdə Azərbaycan dilində çap olunan dövrü mətbuatın ümumi sayını isə (və adları) 65 olaraq qeyd edir. Arxiv materiallarından aydın olur ki, 1901-1920-ci illər arasında, Bakıda azərbaycan, rus, erməni və başqa dillərdə 301-ə yaxın dövrü mətbuat orqanı buraxılıb. Bunlardan təxminən 129-u Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin dövründə çap olunan qəzet, jurnal və vərəqələrdir (60-ı Azərbaycan, 52-si rus, 17-si erməni dilində).

Azərbaycan ədəbi tənqidinin inkişaf tarixində “mürəkkəb bir mərhələ” adlandırılan 1920-30-cu illərə tarixi nöqteyi-nəzərdən yanaşsaq “20-30-cu illər tənqidinin məsələlərə vulqar-

sosioloji mövqedən yanaşması, əlbəttə, elmi-metodoloji yanlışlıq kimi qiymətləndirilə bilər” (4,s.92).

Çünki siyasi prinsiplər özünü ədəbi-bədii mühitdə daha qabarıq büruzə verdi. Sovet mətbuat sistemi sovet cəmiyyətinin ayrılmaz tərkib hissəsi kimi bir institut olmuşdur. Lakin bu institutun yaratdığı informasiya uzun müddət manipulyasiya yolu ilə sovet rejimini qorumağa kömək etmiş və ölkədə antidemokratik şəraitin hökm sürməsinə yol açmışdı.

Yazıçı-tədqiqatçı alim Elçin Əfəndiyev yazır: “Sistemin ədəbi ideologiyası formalaşdığı vaxtdan sovet dövrü jurnalistikasını təbliğatdan kənarda təsəvvür etmək mümkün deyil. Yalnız dövlətin və partiyanın monopoliyasında olan kütləvi informasiya vasitələri bolşevik (kommunist) partiyasının ideologiyasını təbliğ etməklə məşğul olmuşdur” (3,s.11).

Bütün yazıçılar və jurnalistlər Oktyabr inqilabının mahiyyəti, “gözəlliyi” barədə yazmalı idilər. Yazıçılar, jurnalistlər, publisistlər partiyanın hər bir qərarını dönə-dönə tərifləyir və yuxarıların siyasətini mətbuat səhifələrində davam etdirirdilər. Təbii ki, bu işdə senzuranın əvəzsiz rolu var idi. SSRİ-də ilkin senzuranı hər şeyə qadir olan Qlavlit-Baş Ədəbiyyat İdarəsi həyata keçirirdi. Sonralar onun adı dəyişdirilərək Mətbuatda Dövlət Sirlərinin Mühafizəsi Baş idarəsi qoyulsa da, o, bütün dünyada ilk adı ilə məşhurdur.

Yuxarıda bəhs etdiyimiz əsərlərdən bir daha aydın olur ki, 1920-ci ilin ortalarından, 1990-cı ilin əvvəllərinə kimi Azərbaycanda (əslində bütün SSRİ məkanında) mətbuat marksizm ideologiyası, metodologiyası əsasında öyrənilib, yazılıb və təbliğ edilib. Partiya və onun ideoloji funksionerləri öz ideyalarının təbliği, təşviqi, təşkili işində mətbuatın, xəbər aqetliyinin, radio və televiziyanın manipulyasiya gücündən maksimum istifadə etmək üçün kütləvi informasiya vasitələri sistemini mümkün qədər genişləndirməyə cəhd göstərirdilər. Proletar ədəbiyyatı və mətbuatı hakim ideologiyanın rüporuna çevrildi, bu ideologiya isə marksizm-leninizm ideologiyası idi.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Sovet Ensiklopediyası. ADN. On cildə. VI cild. 1982, 567 s
2. Azərbaycan mətbuat tarixi antologiyası. 2 cildə, I cild. Elm və Təhsil. Bakı, 2010, 439 s
3. Azərbaycan mətbuat tarixi antologiyası. 2 cildə, II cild. Elm və Təhsil. Bakı, 2011, 435 s
4. Əhmədov B. XX əsr Azərbaycan ədəbiyyat tarixi. 3 cildə, 2 cild (Dərslik). Bakı, 2010, 436 s
5. Əliyev S. Marksist fəhlə mətbuatı RSDFP yarandığı dövrdə. Dərs vəsaiti. ADU. Bakı, 1987, 110 s
6. Hüseynov Ş. Həqiqət və ədalət carçısı. Yazıçı. 1988
7. Hüseynov Ş. ADU Elmi əsərləri. Jurnalistika seriyası. 1974, N-2
8. Mehdiyev M. Azərbaycan jurnalistikasının tədqiqi məsələləri. Elm. Bakı, 2014, 100 s
9. Lenin V.İ. Əsərlərinin tam külliyyatı. 25-ci cild. Elm. Bakı, 1950, 415 s
10. Vəliyev Ş. “Füyuzat” ədəbi məktəbi. Elm və təhsil. Bakı, 1999, 443 s
11. “Kommunist” 21 oktyabr 1929
12. “Yeni yol” 28 dekabr 1924

Sevil HƏSƏNOVA

ROMANTİZM VƏ AZƏRBAYCAN MƏTBUATI

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается динамика поэтической тенденции Г. Джавида. В какой бы географической местности ни создавалась, классическая литература всегда являлась сокровищницей эзотерических знаний о человеке и о вселенной о микро и о

макрокосмосе. Азербайджанский народ поднялся на напряженную борьбу за свое национальное самоопределение. Учебно-образовательные вопросы в творчестве Гусейна Джавида. Наследие Г.Джавида которое обладает многогранным творчеством и в нынешний день не теряет своей актуальности. Оно представляет большую важность в учебе и образовании подрастающего поколения. Потому что творчество Г.Джавида взяло свою художественно эстетическую основу из глубоких исторических слоев Азербайджанской культуры.

Ключевые слова: лирика, проблематика, романтика, идеология, актуальность, идея, литературный процесс

SUMMARY

In the establishing and development of Azerbaijan press history romanticism and realists had great role. But in the propaganda of democratic country, independent nation and freedom of speech ideas, romantics who were the representatives of "Fuyuzat" literary school played especially important role. They also brought the ideology of national turkism and turan studies to Azerbaijan press and literature and spread them. Instructive and educational issues in the works of H.Javid. The legacy of H. Javid which have the multi-faceted creations remains urgent today. It is important for the training and education of the growing youth.

Key words: National poet, romance, ideology, idea, literary process, creator of modern Azerbaijani verse

Dünya ədəbiyyatında, incəsənətində, xüsusən də Qərbi Avropada və Rusiyada romantizm bir cərəyan kimi 18-ci yüzilliyin sonları və 19-cu yüzilliyin əvvəllərinə təsadüf edir və Avropada S.Bayron, V.Hüqo, C.Sand kimi sənətkarların əməyi nəticəsində formalaşmışdır. Bir yaradıcılıq metodu kimi özünəməxsus mövzu, forma və məzmun xüsusiyyətlərinə malik olan romantizmin fransız dilindən alınmış mənası "həyatda olduğu kimi yox, romanda, kitabda olduğu kimi" (6, 50) deməkdir.

Romantizm Azərbaycan ədəbiyyatında da qədim tarixə malikdir. Məsələn, dahi N.Gəncəvinin "Xəmsə"sində irəli sürdüyü bəşəri problemlər; ölkənin ədalətlə idarə edilməsi, zəhmətkeş insanlara hörmət, elmin qüdrətinin təntənəsi və s. bu kimi ideyaların daşıyıcısı olan qəhrəmanlar (İsgəndər, Şirin, Bəhram və başqaları) şairin romantikasının məhsuludur.

"Azərbaycan ədəbiyyatında romantizmin XX əsrdə yenidən meydana çıxması və ədəbi prosesdə, xüsusən, mütərəqqi romantizmin diqqəti cəlb edən müstəqil bir cərəyan kimi əsaslanmasını" (2, 3) ədəbiyyatımızda romantizm cərəyanının ən böyük tədqiqatçısı M.Cəfər (2, 3) 1905-1917-ci illərdə baş verən ictimai-siyasi ziddiyyətlərin doğurduğu "ədəbi hadisələrdən biri" və "XX əsr Azərbaycan ədəbiyyatının çox mürəkkəb ziddiyyətli bir hissəsi" (1, 10) kimi adlandırır. Çox təəssüf ki, sovet ideologiyası baxımından çıxış edən tədqiqatçı alim (elə başqaları da) romantizmi və romantikləri "mütərəqqi", "mürtəce" deyərək qruplara bölürdü.

Görkəmli alim f.e.d, prof. K.Əliyev Azərbaycan romantizminin dünya romantizmi ilə bağlılığından bəhs edərək yazır ki: "XX əsr Azərbaycan romantiklərinin ədəbi-nəzəri görüşlərinin formalaşma prosesi geniş və çoxşaxəli mənbə zənginliyinə malikdir" (6, 22-23).

Tədqiqat əsərləri ilə tanış olarkən bəlli olur ki, klassik Azərbaycan və Şərq ədəbi fikri ilə Avropa ədəbiyyatı və rus romantizmi bağlı olmuşsa da, "Azərbaycan romantizmi ilə Avropa romantizmi arasında fərqlər də vardı. Belə ki, Avropa ədəbiyyatında romantizm realizmdən əvvəl yarandığı halda, Azərbaycanda romantizm realizmdən sonra yaranmağa başladı" (6, 90). Amma Azərbaycan və Şərq ədəbi fikri Avropa və rus romantizmi ilə bağlı olsa da, xoşbəxtlikdən onu millilikdən uzaqlaşdırma bilməmişdir: "Bu çoxcəhətliklik XX əsr Azərbaycan romantizminin nəzəriyyəsinə mürəkkəblik gətirsə də, hər halda onu millilikdən, özünəməxsusluqdan təcrid edə bilməmişdir" (6, 22-23). Əksinə, millətçilik, vətənpərvərlik, azadlıq, milli birlik ideyaları ilə

zənginləşərək yeni formada ortaya çıxan romantizm həmin dövrdə Azərbaycan mətbuatının, xüsusən də “Füyuzat” ədəbi məktəbinin adı ilə bağlıdır.

Cavidşünas K.Əliyevin fikrincə: “XX əsr Azərbaycan mətbuatı yeni ədəbi-estetik fikrin inkişafını tamamilə təmin edir və klassik normalar çərçivəsində yazılan poeziyadan uzaqlaşmaq meyllərini daha güclü şəkildə əks etdirirdi” (5, 15).

Tədqiqatçı alim Timurçin Əfəndiyev “Azərbaycanda romantizm haqqında ilk məqaləni” (4, 15) 1919-cu ildə dövrün tanınmış ədəbi tənqidçisi Seyid Hüseyn (Kazımoğlu imzası ilə) yazdığını bildirir. Müəllif “Açıq tənqid” adlı məqaləsində romantizmin nəzəri-estetik mahiyyətini şərh edib.

XX yüzilin əvvəllərində Azərbaycan romantizminin ayrıca nəzəriyyəçiləri olmasa da, Abdulla Tofiq (Sur), Əhməd Kamal, Əmin Abid, Sənətulla Eynulla İbrahimov, Seyid Hüseyn (Kazımoğlu) kimi yazarlar bu cərəyan haqqında fikir söyləmiş və onu siyasiləşdirməyin tam ələhinə çıxmışlar. Məsələn “İqbal” qəzetinin 8 aprel 1912-ci il tarixli sayında S.E.İbrahimov yazırdı: “Əgər bir filosof bu dairədən çıxaraq siyasi firqələr arasında mübarizə çəkişmələri girdabına qarışarsa, döyülməkdən başqa bir şey qazana bilməz. Fəlsəfə ilə siyasət bir-birinə qarışmaz. Əvhami-fəlsəfiyyət ilə mübarizəyi-həyat meydanına atılmaq olmaz. Filosof və şair kəndi yerlərində, siyasilər kəndi yerlərində icrayi-vəzifə etmələri iqtizayi-həyatdır” (8,56).

Sovet dövründə və ondan sonrakı müstəqillik illərində də Azərbaycan romantizmi, onun keçdiyi inkişaf yolu, nəzəri-estetik prinsipləri ədəbiyyatşünas alimlərimizin diqqətindən gənarda qalmamışdır. M.Cəfər, M.Əlioğlu, Y.Qarayev, Ş.Vəliyev, V.Osmanlı, K.Əliyev, İ.Həbibbəyli və başqa alimlərimiz Azərbaycan romantizmi haqqında çox dəyərli fikirlər söyləmiş, məqalələr yazmış, əsərlər çap etdirmişlər.

Akademik İ.Həbibbəyli “Romantik lirikanın imkanları” monoqrafiyasında yazır ki: “Bu yaradıcılıq metodu cəmiyyətin və insan həyatının vacib mənəvi problemlərinin inikasını ön mövqeyə çəkmişdir. Romantik metodun həddləri daxilində... Lirik-romantik qəhrəmanın işıqlı gələcək ümidi, ağılın ideal həqiqət axtarıcılığındakı həlledici rolu təsdiq edilmişdir. Romantiklər bu yolla özlərinin xoşbəxt gələcək, ideal həyat arzularını izhar etmiş, mövcud cəmiyyətin ictimai eyiblərini açıb göstərməyə müvəffəq olmuşlar” (7,13).

20-ci yüzilliyin əvvəllərində Azərbaycanda ədəbi proses müxtəlif məzmunlu və istiqamətli inkişafı özündə birləşdirən hadisə idi. Belə bir zaman Azərbaycan ədəbi mühitində iki ədəbi məktəb yaranaraq formalaşdı: realistlər və romantiklər. Görkəmli alim K.Talıbzadə haqlı olaraq qeyd edirdi ki: “Yeni dövr Azərbaycanının ictimai, siyasi, fəlsəfi və ədəbi fikrinin bir zirvəsini “Molla Nəsrəddin” və öz məktəbi ilə C.Məmmədquluzadə təşkil edirsə, ikinci eyni miqyaslı zirvəni “Füyuzat” və öz məktəbi ilə Əlibəy Hüseynzadə təşkil edirdi. Bu zirvələr eyni köklü, eyni yaşlı, eyni ucalıqda, eyni əzəmətdə olan, ancaq qamətləri, görkəmləri ilə bir-birindən fərqlənən, yanaşı dayanmış, əsərlərin mənasını, sirlərini də özlərində cəmləşdirən iki nəhəng dağı xatırladır. Bu iki fikir zirvəsi, dünyası Azərbaycan xalqının milli intibahında müstəsna xidmət göstərmişdi” (3, 65).

Həm də hər iki ədəbi məktəbin nümayəndələri Azərbaycan ədəbiyyatına və mətbuatına çox yeniliklər gətirməklə yanaşı, (realistlər-özünütənqid, romantiklər-özünütəsdiq) onun formalaşmasına, zənginləşməsinə də çox dəyərli töhfələrini verdilər.

Azərbaycan romantiklərinin görüşlərində basilica yeri türkcülük, turançılıq, müasirlik ideyaları, ədəbi dil və s. problemlər əsas yer tuturdu. “Ümmətçilikdən-millətçiliyə keçiddən sonra ədəbiyyatda (xüsusilə poeziyada) türkcülük ideyası bədii axtarışların nüvəsini təşkil edirdi” (10, 57). Elə ona görə də 1920-30-cu illərdə romantizmdə birmənalı olaraq “ziddiyyət”, “idealizm” axtaran “tənqidçilər”imiz tərəfindən mənəvi mədəniyyətin minillik tarixi ənənələri yanlış nəzəriyyənin hücumuna məruz qalıb, romantizm idealizm ilə eyniləşdirilib burjuaziyaya məxsus sənət kimi rədd edilirdi. 1960-cı illərdə isə “bütün mütərəqqi cəhətlərinə baxmayaraq, romantiklərin görüşlərində müəyyən dövrlərdə burjuva idealist fəlsəfəsi və sosiologiyası burjuva

“sənət sənət üçündür” nəzəriyyəsinin də mənfi təsiri özünü aydın göstərmişdir” (8, 10) kimi söylənilən yanlış fikirlər də var. Bu fikrin müəllifi olan M.Cəfər elə həmin əsərində sanki öz fikirlərini təkzib edərək yazırdı: “XX əsr Azərbaycan romantizmi ilə Azərbaycan realizmi arasında uçurum Çin səddi olmamışdır. Yəni bu romantizm realizmə qarşı olmamışdır, əksinə dövrün ən qabaqcıl ədəbi cərəyanı olan realist üslubdan müsbət mənada təsirlənə-təsirlənə inkişaf etmişdir” (10, 31).

“Ədəbi-ictimai fikir tariximizdə “Molla Nəsrəddin” tənqidi realizmin, “Füyuzat” isə romantizmin yaradılmasında, təşəkkül, inkişaf və təbliğində başlıca rol oynamışdır” (11, 43) söyləyən ədəbiyyatşünas alim Şamil Vəliyev çox haqlıdır. Görkəmli alim Əziz Mirəhmədovun təbirincə desək: “XX əsr ədəbiyyatımızı nəinki “Molla Nəsrəddin”siz, habelə “Füyuzat”sız təsəvvür etmək çətindir” (6, 9). Çünki hər ikisi ədəbi-mədəni intibah tariximizin inkişafı üçün paralel istiqamətdə (romantik və satirik istiqamət) fəaliyyətdə olmuş və “milli mədəniyyət nümunəsi olmaqla, bütövlükdə dünya standartlarına cavab verən bədii sənət yaddaşımızdır” (6, 14).

Beləliklə, XX əsrin əvvəllərində romantik ədəbi məktəbin nümayəndələri Ə.Hüseynzadənin başına toplaşmaqla, Azərbaycanda “Füyuzatçılıq adlı siyasi, ədəbi cərəyan” (1, 6) yaratmaqla yeni məfkurəli, siyasi məramlı turançılıq ideologiyasına başladılar. “Məqsədimiz, amalımız ittihad, ittifaq, ictimai və s. qüvvələrlə kürreyi-ərz üzərində insanlara vəd olunmuş səadətə nail olmaqdır” (1, 7) deyən Əli bəy Hüseynzadə məqsəd və məramlarını belə açıqlayırdı.

Romantizmin əsas məqsədi şəxsiyyətin azadlığına, azad iradə və düşüncəyə diqqət çəkmək olmuşdu. Azərbaycan romantizmini araşdırarkən belə bəlli olur ki, Azərbaycan romantikləri əsasən türkçülüyə meyl etmişlər. Odur ki, bu romantizmin idealında vətənçilik, millətçilik, həm də turançılıq daha qabarıq şəkildə verilirdi. Əsasən də füyuzatçılar və sonar onların yolunu davam etdirən yazarlar bu yolda fərqlənmişdilər. Məsələn, M.Hadi, H.Cavid, A.Səhhət, A.Sur və b. yaradıcılığında Vətənpərvərlik, Turançılıq, türkçülük, azadlıq daha çox tərənnüm edilirdi. Məsələn, A.Səhhət “Mən vətəni canım kimi sevirəm” deyirdisə, H.Cavid “Haqqını sən mübarizə ilə alarsan” söyləyirdi.

“Romantiklərin türkçülüynü nəzərə almamaq, ümumiyyətlə, XX əsr Azərbaycan romantizmini yarımçıq tanımaq deməkdir. Türkçülük Azərbaycan romantizminin ayrılmaz atributlarından və ancaq bu yönündə əhatəli, obyektiv, dəqiqliklə araşdırılması Azərbaycan romantizminin həqiqi mahiyyətini, özünəməxsusluqlarını anlamağa yardımçı ola bilər” (7, 4).

Son 20-30-il ərzində ölkəmizdə baş verən ictimai-siyasi hadisələr bir daha sübut etdi ki, Azərbaycan romantiklərinin yaradıcılıq problematikasında turançılığın tərənnümü əsas amillərdən biridir. Bu haqda ədəbiyyatşünas alim Aybəniz Əliyeva (Kəngərli) yazır: “Turançılıq tarixdəki bu gerçəkliyə nostalgiya duyğusu ilə yanaşmaq və yenidən bütün türk xalqlarını vahid mədəniyyət, vahid kultür, vahid dövlət çatası altında birləşdirmək istəyindən doğmuşdur. Azərbaycan romantiklərinin də yaradıcılığında və kulturoloji görüşlərində mədəni Turançılıq mühüm yer tutmuş, ümumtürk mədəniyyətinin yaradılması yolunda təkanverici təməl rolunu oynamışdır” (3, 18).

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan dramaturgiyasının inkişaf yolları. ADU-nəşr. Bakı, 1982, 155 s
2. Cəfər Xəndan. Cavid sənəti. Bilik-cəmiyyəti. Bakı, 1981, 268 s
3. Əliyeva Aybəniz. Azərbaycan romantikləri və türkçülük hərəkəti. Namizədlik dissertasiyasının avtoreferatı. Bakı, 2005, 53 s
4. Əliyev Timurçin. Romantik dramaturgiyada tarixilik və bədillik. Doktorluk dissertasiyası. Bakı, 1999, 280 s
5. Əliyev Kamran. XX əsr Azərbaycan romantiklərinin ədəbi-nəzəri görüşləri. Elm. Bakı, 1985, 300 s

6. Əliyev Kamran. Azərbaycan romantizminin nəzəriyyəsi. Elm. Bakı, 2006, 310 s
7. Humanitar elmlərin müasir drumu və ədəbiyyatşünaslığın nəzəri metodoloji məsələləri. (Beynəlxalq elmi konfransın materialları). Elm. Bakı, 2010, 538 s
8. Hüseyn Cavid: həyat və sənət yolu (bibliografik göstərici). Elm. Bakı, 2006, 240 s
9. Həsənova Sevil. Hüseyn Cavid yaradıcılığında tərbiyə məsələləri. Elm. Bakı, 2013, 138 s
10. İsmayılov Əli. Dünya romantizm ənənələri və Hüseyn Cavid. Yazıçı. Bakı, 1988, 200s
11. Məmmədli Qulam. Cavid ömrü boyu. Yazıçı. Bakı, 1982, 269 s

Арзу АЗИЗОВА

РУССКОЯЗЫЧНАЯ ЭМИГРАЦИОННАЯ ПЕЧАТЬ И ВОПРОСЫ АЗЕРБАЙДЖАНА, ОСВЕЩЕННЫЕ НА ИХ СТРАНИЦАХ

SUMMARY

The article substantiates the significance of the emigration press in the struggle for the independence of people, which appeared to be under the oppression of the Soviet government. The Russian-speaking emigration authorities of the press are being studied, wherein the problems of the Azerbaijani people were covered. The work pays special attention to the activities of prominent representatives of the intelligentsia who had to struggle for the independence outside of their homeland.

Key words: Emigration press, political refugee, struggle for the independence, the Russian-speaking press, press overseas

Независимые национальные государства, к которым относится и Азербайджанская Демократическая Республика, образовались после распада царской России. В результате вмешательства иностранных государств и гражданской войны, большинство из этих государств распалось. Несмотря на это, они оставили значимый след в истории.

После распада независимых государств, советская власть начала преследовать те силы, которые активно участвовали в строительстве этих государств, тем самым хотели запугать народ и рассеять идеи независимости. Поэтому представителям интеллигенции пришлось покинуть свою родину и перебраться во многие страны мира, чтобы там продолжить борьбу за независимость своей страны.

Политические эмигранты в первую очередь старались создать печатные органы на различных языках, которые могли бы объединить те силы, которые выступали за независимость своей родины.

Проблемы независимости освещались не только на страницах изданий, которые печатались на местном языке, но и в русскоязычной печати, в которой уделялось большое внимание событиям, происходящим в этих странах. Например, проблемы независимости Азербайджана поднимались почти в основных русскоязычных органах печати, которые выходили за рубежом.

В регионы русской эмигрантской печати входили такие страны, как США, Аргентина, Турция, Латвия, Югославия, Польша, Чехословакия, Швейцария, Франция, Германия, Япония, Китай. Благодаря пропаганде эмигрантов, которые вели активное сотрудничество с зарубежными изданиями, эмигрантская печать стала играть значимую роль в формировании мирового общественного мнения.

Большевики воспринимали эмигрантскую печать, как мощное пропагандистское оружие, которое противоречило их интересам. Они пристально следили за печатными выступлениями своих оппонентов.

Согласно отчету отделения распределения литературы АППО ЦК РКП(б) за июнь и первую половину июля 1921г., ЦК два раза в неделю получал русскую зарубежную периодику, которая «тотчас распределялась на места, рассылалась во все городские комитеты». (5, стр. 1)

Благодаря подписке и закупке печатных изданий русского зарубежья, основные партийные кадры и некоторые исследователи имели возможность читать эту литературу и полемизировать с ее авторами.

Востребованными в СССР среди эмиграционной печати были «Социалистический Вестник», «Руль», «Дни», «Последние Новости», «Воля России», «Новое Время», «Возрождение». Крайне антибольшевистские газеты «Новое Время» и «Возрождение» имели ограниченное хождение даже в верхних эшелонах советской власти. Обязательным для распространения среди большевистского руководства эмигрантами СМИ в середине 1920 гг. были три газеты - «Руль», «Последние Новости», «Дни» и журнал «Социалистический Вестник». (5, стр. 4)

Но в дальнейшем был поставлен запрет на выписку эмигрантской прессы, который распространился на все национальные и русскоязычные издания.

В этих изданиях освещались различные проблемы, а также проблемы независимости тех государств, которые вышли из покровительства России. Представители государств активно выступали на страницах этих изданий.

Эмигранты большое внимание уделяли сплочению сил в дальнейшей борьбе против Советского Союза и для этой цели начали создавать различные организации. Одним из таких является эмигрантская организация «Прометей», созданная в 1928 году в Варшаве при непосредственном участии Мамед Эмина Расулзаде для объединения представителей нерусских народов СССР. В состав эмигрантского центра «Прометей», в частности вошли представители Азербайджана, Украины, Туркестана, Северного Кавказа, крымских татар и др. В расцвете и развитии «промеевского» движения ключевую роль сыграл М. Э. Расулзаде. Он направлял деятельность организации против СССР.

Создание «Прометей» было отрицательно встречено не только советскими властями, но и русскими политэмигрантами, которых также поддерживали и армяне, так как одним из высшее стоящих целей этой организации было единение всех кавказских народов в борьбе против общего врага. М. Э. Расулзаде в своей работе о «Пантуризме» высказал идею, что отход Кавказа азербайджанцам, грузинам и горцам, это вовсе не означает расчленения России, так как эти территории никакого отношения к России не имеют.

Также при организации был учрежден одноименный журнал, на страницах которого публиковались материалы политэмигрантов. Журнал «Прометей», отражавший деятельность этого движения начал издаваться с 1926 года в Париже. Политическую и финансовую помощь журналу «Прометей» в самом начале оказывал институт востоковедения в Варшаве.

Журналу оказывали политическую и финансовую помощь также и в Швейцарии, им был главный редактор газеты “Jurnal de Jenev” Жан Мартен.

Во Франции «Прометей» поддерживали Комитет “Frans-Orian”, которым руководил президент Сената Поль Думмерин, Алимардан бей Топчибашев, Джейхун Гаджибейли, посол Турции во Франции Фетхи бей, Мустафа Чокайоглу, С. Менагари и А. Асатиани.

В журнале «Прометей» чаще всего публиковались статьи из «Истиглала», «Ени-Кавказия», «Яш Туркестан», «Одлу юрд».

В 1938 году произошло изменение в названии журнала и в его формате. Журнал стал выпускаться под названием “La Revue de Prometey”. В первом номере журнала, который выпускался в новом формате, была опубликована статья профессора

Варшавского университета А. Лоточкина. В этой статье говорилось о том, что у народов, находившихся под гнетом, была цель объединиться и вести борьбу против общего врага сплоченными силами.

Движение «Прометей» выпуская свой журнал, оказывал поддержку печатным органам различных эмигрантских групп.

Большой вклад в формирование и развитие азербайджанской эмиграционной печати внес Мамед Эмин Расулзаде. В начале XX-го века он вел борьбу за формирование у азербайджанского народа идей независимости, путем просвещения, различными печатными органами и ему это удалось. Силы, которые он израсходовал, не остались без результата, 28 мая 1918 года была образована Азербайджанская Демократическая Республика.

Несмотря на то, что Азербайджанская Демократическая Республика просуществовала 23 месяца, азербайджанский народ ощутил независимость и не мог находиться под чьим-то гнетом. Мамед Эмин Расулзаде не мог смириться с потерей независимости и поэтому он продолжил свою борьбу за пределами родины.

М. Э. Расулзаде в период эмиграции, проживал в различных странах, например в Турции, Финляндии, Германии, Польше, Румынии и он не стал опускать руки, а начал издавать различные газеты и журналы, также его материалы публиковались на страницах других эмиграционных изданий.

М. Э. Расулзаде издавал печатные органы на различных языках, поэтому у него была обширная аудитория, и таким образом больше людей могли узнать о событиях, о борьбе азербайджанского народа за независимость.

К русскоязычным изданиям, которые издавались за пределами родины и в которых публиковался М. Э. Расулзаде, относятся журналы «Горцы Кавказа», «Северный Кавказ», «Объединенный Кавказ», «Кавказ», «Независимый Кавказ».

Журнал «Горцы Кавказа» или «Кафкасия Даглары» издавался с 1929-1934-е года в Париже-Варшаве. На страницах этого журнала было опубликовано 7 статей Мамед Эмина Расулзаде.

«Северный Кавказ» это общественно-политический журнал эмигрантов с Северного Кавказа. Был печатным органом Народной партии горцев Кавказа в 1934-1939 годах. Издавался на русском, а также на турецком языке в Варшаве. Всего 9 статей М. Э. Расулзаде увидели свет на страницах этого журнала. В №47-48 данного журнала, была опубликована информация о проведении очередного заседания «Прометей», на котором выступал Мамед Эмин Расулзаде.

«Польша, 7 апреля 1938 года Очередное заседание «Прометей» состоялось 7 апреля 1938 года в Варшаве. Основным докладчиком был известный польский ученый В.Бончковский, который выступил с докладом «О духе нового времени». После доклада начались обсуждения. Выступил также и М.Э.Расулзаде». (3, стр. 142)

Журналы «Кавказ» и «Объединенный Кавказ» издавались в Мюнхене. На страницах журнала было опубликовано 2 статьи, принадлежавшие Мамед Эмину Расулзаде за 1952 год. В журнале «Объединенный Кавказ» свет увидели три статьи М. Э. Расулзаде. Журнал «Объединенный Кавказ» распространялся как орган национальной мысли Северного Кавказа

Журнал «Независимый Кавказ» начал издаваться с 1930 года в Париже, распространял идею Кавказской конфедерации.

Статьи, публикуемые на страницах эмигрантской печати, затрагивали в основном идеи независимости, деятельность большевиков, проблемы народов Кавказа и т. д. В №10 журнала «Кавказ» была опубликованная статья Мамед Эмина Расулзаде «Кавказ под властью большевиков». В статье говорилось о том, что после советизации Кавказа,

народы, проживающие в этом регионе, подвергались испытаниям и террору, о том, что советской власти пришлось сделать большие усилия, чтобы подавить восстания, начавшиеся в Азербайджане, Грузии и Армении. Карательные меры со стороны большевиков, внешне затихомили эти народы, но на время, так как в годы сплошной коллективизации сельского хозяйства (1930-1932), вновь возобновились восстания. В статье упоминается о том, что во время восстания, все народы Кавказа, без различия веры и национальности, были объединены против советской власти. Автор историю советизации Кавказа называет историей неопикуемых мучений национально-мыслящей интеллигенции.

М. Э. Расулзаде считает, что борьба с национальной идеей и «чистки» довели компартию до полного отрицания.

В журнале «Объединенный Кавказ» в статье «Смысл одного исторического акта», посвященной к 35-летию Закавказского Сейма, Мамед Эмин Расулзаде дал краткий обзор, на первый взгляд, неудачной попытки создания Закавказского сейма. В статье описываются все трудности, через которые пришлось испытать жителям Кавказа, чтобы добиться образования Закавказского Сейма. Автор считает, что Закавказскому Сейму отводилось место переходного, временного характера на пути образования отдельных национальных государств. М. Э. Расулзаде в статье подчеркивает то, что народы Кавказа уже 35 лет подвергаются русской оккупации, но, несмотря на это, продолжают вести борьбу за независимость, за национальное существование, за человеческие идеалы свободы. Выступление эмигрантской прессы с каждым годом усиливалось, поэтому советская власть начинала зорко следить за выступлениями эмигрантской печати. Они начали вести контрпропаганду против нее. Почти в основных центральных и местных газетах публиковали статьи, критикующую позицию эмигрантских печатных органов. Например в таких газетах и журналах, как «Известия», «Правда», «Беднота», «Печать и революция», «Коммунист», который публиковался на азербайджанском языке, «Бакинский рабочий», «Ени фикир» («Новая мысль», на аз. яз.), «Заря Востока» и в других изданиях, можно было встретить такие статьи.

Несмотря на все эти старания, эмигрантская печать оставила значимый след в истории тех народов, которые боролись за независимость.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Rəsulzadə M.Ə. Azərbaycan Milli hərəkət. Bakı , Elm- 2009.
2. Ягублу Н. Azərbaycan milli istiqlal mübarizə və mühacirət mətbuatı (1923-1991-ci illər). Bakı – 2013.
3. Ягублу Н. Энциклопедия Мухаммеда Эмина Расулзаде. Москва - 2015.
4. Tahirli A. Azərbaycan mühacirət mətbuatında publisistika. Bakı – 2005.
5. <http://www.mediascope.ru>

Научный руководитель: доц. Мехтиева М. А.

MÜSTƏQİL AZƏRBAYCAN UĞRUNDA MÜBARİZƏ DÖVRÜNÜN JURNALİSTİKASI

РЕЗЮМЕ

Национальная печать освещала все сферы жизни общества, способствовала национальному возрождению, призывала к борьбы с невежеством. В статье анализируется роль Азербайджанской Демократической Республики в борьбе за независимость, народное просвещение, национальные идеи.

Ключевые слова: пресса, газет, Азербайджан, нация, история, свобода

SUMMARY

National press has highlighted all levels of social life, gave a push to the national – moral revival, put a struggle against ignorance on the agenda. Establishment of Azerbaijan National Republic was self-improvement of national state ideal, disputes of many years, national fights made for azerbaijanism.

Key words: press, newspaper, Azerbaijan, nation, history, freedom

Azərbaycan tarixinin lazımınca öyrənilməmiş dövrlərindən biri 1918-1920-ci illərdir. Halbuki, təxminən 105 il müstəqillik hüququndan məhrum edilmiş xalqımız məhz bu illərdə istiqlaliyyət qazanmış, öz müstəqil milli dövlətini – Azərbaycan Demokratik Respublikasını yaratmışdır. Bu tarixi gün 28 May 1919-cu ilə təsadüf edən bir gündür.

M.Ə.Rəsulzadənin Xalq Cümhuriyyəti yaratmaq ideyası və fikrinə hələ 1917-ci il burjuva-demokratik inqilabının qələbəindən, yəni mütləqiyyət rejiminin süqutundan sonrakı ilk həftələrdə gəldiyini söyləmək olar. Bunu onun redaktoru olduğu “Açıq söz” qəzetində dərc edilən məqalələri aydın göstərilir.

Bu həqiqətdir ki, Müstəqil Azərbaycan Demokratik Respublikası olmasaydı, indiki müstəqil Azərbaycan da yaranmazdı. Biz bu tarixi həqiqətə əsaslanmaqla tariximizin 1918-1920-ci illər kimi çox mürəkkəb, ziddiyyətli və möhtəşəm dövrünü elmi cəhətdən tədqiq etməli, müasir və gələcək nəsllə çatdırmalıyıq.

Xalqın mənəvi qüvvət və qüdrət, yaşamaq və yaratmaq əzmi, birlik və vəhdəti, cəsarət və inamı birinci növbədə imtahan günlərində, ölüm və ya olum meydanlarında aşkara çıxır. Tək-tək insanlar kimi, bəzən xalqlar da imtahan verməli olurlar, tarix qarşısında, qoyub getdikləri torpaq və gələcək nəsillər qarşısında. ən böyük qəhrəmanlıq tarixi imtahandan müzəffər çıxmaqdır.

Rus imperiyasının yardımı ilə erməni millətçilərinin Azərbaycanda törətdiyi müsibətləri göstərən yazılar elə bil bu gün bizim qarşımızda ayna tutur. Ermənilərin bugünkü iddialarının əsas məqsədini açıqlamaq üçün haqlı olaraq müxtəlif tarixə üz tutur: “Əkinçi”, “İrşad”, “Açıq söz”, “Tərəqqi” kimi qəzetlərdə çap olunan yazılarla bizi erməni fitnəsinin tarixi köklərini anlamağa və bunları təhlildən keçirməyə çağırır. [3]

Elə “Əkinçi”dən başlamış 20-ci illərə kimi dərc olunmuş anadilli mətbuatımızı bugünkü gənc nəsllər ötürsək çox şey qazanmış olarıq. Mətbuat səhifələri fikir xəzinəsidir, düşüncə xəzinəsidir, xalqımızın düşmənlərinə qarşı mübarizə meydanıdır.

Milli mətbuat cəmiyyət həyatının bütün qatlarına işıq salmış, milli-mənəvi oyanışa təkan vermiş, cəhalətə qarşı mübarizə aparmağı gündəmə gətirmişdir. Azərbaycanın görkəmli ziyalılarını öz ətrafında birləşdirərək mübarizə cəbhəsində vahid mövqedən çıxış etmələrinin təmin olunması ilə Həsən Bəy Zərdabi maarifçiliyi ideyadan hərəkət səviyyəsinə istiqamətləndirmək vəzifəsini həyata keçirmişdir.

Ancaq etiraf etmək lazımdır ki, milli istiqlal kitabı olan “Molla Nəsrəddin” jurnalı və cəmi bir neçə mətbuat orqanı istisna olmaqla XX əsrin əvvəlləri Azərbaycan mətbuat orqanlarının əksəriyyətinin arxasında məşhur Bakı sərmayədarları, yaxud da müəyyən ictimai

qurumlar və partiyalar dayanır. Buna baxmayaraq, həmin mətbuat orqanları yeni əsrin ab-havasına uyğun olaraq ümumi ictimai fikir, milli düşüncəni ifadə etməyə çalışmış, sərbəst mövqe nümayiş etdirə bilmişdir. Bütün bunlar ümumiyyətlə cəmiyyət həyatında demokratik proseslərin mətbuatda əks etdirilməsinə və milli ideyaların ön cəbhəyə çəkilməsinə öz töhvəsini vermişdir.

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin orqanı olan məşhur "Azərbaycan" qəzeti ölkəmizdə birinci rəsmi dövlət qəzeti kimi milli mətbuatımızın tarixində şərəfli yer tutur. Fikrimizcə, 1918-ci il 15 sentyabrda nəşrə başlayan "Azərbaycan" qəzetinin meydana çıxması tədricən XIX əsrin ikinci yarısından etibarən başlanan və XX yüzilliyin əvvəllərində genişlənib milli hərəkata çevrilmək proseslərini yaşayan azərbaycançılıq dalğasının məntiqi nəticəsi idi. Hələ xanlıqlar dövründə parçalanmanın törətdiyi fəlakətləri dərk edən Azərbaycan xanlarından bir çoxunun nicat yolunun ittifaqda, birlikdə olduğu qənaətinə gəlmələri azərbaycançılığın ilkin tumurcuqlarını doğurmuşdur. Bundan sonra çar Rusiyasının işğalına qarşı əks reaksiyaların nəzərə çarpması azərbaycançılıq düşüncəsinin formalaşmasında mühüm addıma çevrilmişdi.

"Azərbaycan" qəzeti Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin fəaliyyətinin mətbu salnaməsidir. "Azərbaycan" qəzetinin Gəncə və Bakı nəşrlərində Xalq Cümhuriyyəti hökumətinin həyatında baş vermiş bütün hadisələr və proseslər özünün layiqli əksini tapmışdır. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin istiqlal bəyannaməsi, AXC Milli Məclisinin işə başlaması və fəaliyyəti, Bakının Qafqaz İslam Ordusu tərəfindən azad olunması, Bakı Dövlət Universitetinin yaradılması, dövlət müstəqilliyinin ildönümünün qeyd edilməsi, hətta hakimiyyətin bolşeviklərə təhvil verilməsi zərurəti və s. kimi tarixi hadisələri bütün təfərrüatı ilə öyrənmək üçün "Azərbaycan" qəzeti mötəbər mənbədir.

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin yaranması azərbaycançılıq uğrunda aparılan çoxillik mübahisələrin, millət davasının, milli dövlət idealının özünü təsdiqlədiyi idi! [2]

"Azərbaycan" qəzetinin Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin mətbu orqanı olaraq çap edilməsi yeni yaranmış müstəqil dövlətin demokratik statusa malik olduğunu bəyan edən mühüm faktordur. Azərbaycançılıq, cümhuriyyətçilik və istiqlalçılıq onları birləşdirən əsas ideal idi! Bütövlükdə "Azərbaycan" qəzetinin ideya əsasını azərbaycançılığın milli dövlətçiliklə və istiqlalçılıqla vəhdəti təşkil edirdi.

Şərqi ilk demokratik dövlətinin rəsmi mətbu orqanının "Azərbaycan" adlandırılması təkcə bir qəzetin deyil, bütövlükdə bir ölkənin azərbaycançılığın baş qərargahı statusunun qazanmasının rəmzi ifadəsidir!

1891-ci 16 noyabrda "Kəşkül" qəzetində "Azərbaycanlı" imzası ilə çap olunmuş bir məqalədə "Siz nə millətdəsiniz" sualının qoyulması və cavabında xarici bir vətəndaşın dili ilə "Sizin millət Azərbaycandır" cavabının verilməsi ilə Azərbaycançılıq konkret bir qavrayış olaraq gündəmə gətirilmişdi. Bunun ardınca görkəmli publisist və ictimai xadim Məhəmmədəğa Şahtaxtının 1891-ci ildə "Kaspi" qəzetində çıxmış bir məqaləsində "Zaqafqaziya müsəlmanlarını azərbaycanlılar, onun dilini isə Azərbaycan dili" adlandırması ilə məsələyə elmi cavab verilmişdi.

XX əsrin ilk Azərbaycan qəzeti olan "Şərqi-Rus" (1903-1905) milli oyanış sahəsində başlanan prosesi dərinləşdirmişdir. Baş redaktor, görkəmli Azərbaycan ziyalı Məhəmmədəğa Şahtaxtılı Avropa təhsili və təcrübəsi "Şərqi-Rus"un Qərb standartları səviyyəsində çıxan Azərbaycan qəzetinə çevrilməsində mühüm rol oynamışdır. Böyük demokrat ədib Cəlil Məmmədquluzadə məşhur "Molla Nəsrəddin" məcmuəsini nəşr etməklə realist-satirik və rəngli-karikaturalı jurnalın mükəmməl nümunəsini yaratmış, ideya mübarizəsini daha da qüvvətləndirmişdir. Əlibəy Hüseynzadənin Bakıda nəşrinə nail olduğu "Füyuzat" jurnalı milli mətbuatın inkişafında romantik təmayüllü yeni hadisə idi. "Molla Nəsrəddin" və "Füyuzat" jurnalları ilə Azərbaycanda ilk dəfə olaraq mətbuat orqanı ətrafında ədəbi məktəblər formalaşmışdır. Əsasən ədəbi şəxsiyyətlər əsasında qurulan Nizami, Füzuli, Mirzə Fətəli Axundzadə məktəbləri ilə yanaşı, mətbuat orqanlarının meydana çıxardığı "Molla Nəsrəddin" və

"Füyuzat" ədəbi məktəblərinin yaranması ilə ədəbiyyatın və mətbuatın müştərək iştirak etdiyi yeni tipli cərəyanlar parlamağa başlamışdır. [8]

Azərbaycan mediası Həsən bəy Zərdabi ilə başlayıb. Ancaq ikinci nəfəsi Nəcəf Nəcəfov və "Azadlıq" qəzeti olub. İndi çoxları tarixi çox yönə fırlatmaq istəsə də, bu şəksizdir ki, "Azadlıq" Azərbaycanın alternativ fikir tribunası olaraq ilkdir. Nəcəf Nəcəfov isə bu tribunanın yaradıcısı olub. 1989-cu il dekabr ayının 24-də qəzetin ilk sayının nəşri nəinki Azərbaycanda, o zaman hələ salamat olan Sovetlər Birliyi miqyasında böyük hadisə oldu. Doğrudur, buna qədər Sabir Rüstəmxanlının redaktorluğu ilə "Azərbaycan" qəzeti vardı, "samizdat" lar vardı. Amma "Azadlıq" məhz öz missiyasına və yoluna görə yeni media tarixinin başlanğıcıdır. Qəzetin adı milli-azadlıq hərəkatı ilə assosasiya olunur və Azərbaycanın müstəqilliyində əvəzsiz xidmət göstərüb.

Jurnalistlər və ən başlıcası oxucular yaradıcı axtarış, fikir azadlığı, müzakirə və mübahisə etmək hüququ əldə etdilər. Və nəticə olaraq uzun müddət qadağa qoyulan, hökumət əleyhinə mövzular hesab edilən mövzular işıqlandırıldı. Lakin avtoritar sistemdə həqiqət və ədalət axtarışı jurnalistləri əsas fəlakət mənbəyinə – dövlət quruculuğu, cəmiyyətdə dəyərlər sistemi, onun üzvlərinin ikiüzlülüüyü və açıq yalanlara gətirib çıxarmaya bilməzdi. Bu cür təhlükəli həddə çatan "Molodyojka" dayanmadı və heç kimin heç zaman özünə rəva görmədiyini o, özünə rəva gördü – komsomolun mərkəzi orqanları və Azərbaycan KP MK rəhbərləri daxil olmaqla, hakimiyyətin nüfuzunu şübhə altına almağa başladı. Bu, görünməmiş hal idi.

"Molodyojka"-nın jurnalistləri durğunluqdan oyanan sovet cəmiyyətinin ilk sıralarında gedirdilər, aşkarlıqdan istifadə edərək həqiqəti deməyə can atırdılar. Və 80-ci illərin sonlarında bu istək sarsılmaz görünən totalitar dövlətin qaydaları ilə bir araya sığmırdı. [9]

Azərbaycanda ilk dəfə olaraq belə missiyanı öz üzərinə götürən bir qrup jurnalistə Nəcəf Nəcəfov rəhbərlik edirdi. O zaman Azərbaycanda tarixi presedent yarandı ki, bunu da şərti olaraq jurnalistlərin dissident hərəkatı adlandırmaq olar.

Bu hərəkatın prinsiplərini qısaca ifadə etsək, demək olar ki, bu gün bunları azad mətbuatın prinsipləri adlandırmaq qəbul olunub. Lakin o zaman hələ SSRİ-də heç kim bilmirdi ki, bu nədir və ümumiyyətlə, mətbuatın azad olmasını düşünən adam az idi.

Qarabağ münaqişəsinin başlanması ilə Azərbaycanda dissident jurnalistin xarakteri dəyişmədi. Əksinə, sərtlər dəyişdi. "Molodyoj Azerbaydjana"-nın dissident jurnalistlərinin sayəsində milli maraqların müdafiəsi kimi bu mövzulara qoyulan yasaq faktiki olaraq aradan qaldırıldı.

İlk dəfə ölkə vətəndaşları qəzet səhifələrində xalqın maraqlarına təhlükənin olması və onun müdafiəsinin vacibliyi barədə danışdılar. Azərbaycan xalqının Moskvaya açıq meydan oxumasında Nəcəf Nəcəfovun böyük xidmətləri vardı.

O zaman Qorbaçovun timsalında ölkənin ali rəhbərliyi tərəfindən qəbul olunan qərarların məqsədəuyğunluğunu və düzgünlüyünü ilk şübhə altına alanlar arasında jurnalistlər vardı.

N.Nəcəfovun rəhbərliyi dövründə "Azadlıq" ölkədə ən populyar qəzet idi. Xalq Cəbhəsinin orqanı olmasına baxmayaraq, onun redaktoru ədalət uğrunda mübariz qalmağa davam edirdi. Özünün partiyadaxili məhdud maraqların ifadəçisinə çevrilməsinə imkan vermirdi. O, bu keyfiyyətlərini heç zaman itirmədi və dəfələrlə büruzə verdi: DİN rəhbəri İsgəndər Həmidovla münaqişədə öz həmkarlarını müdafiə edəndə də, 1993-cü ildə AXC hökumətinin apardığı daxili və xarici siyasətlə razı olmayaraq ölkə prezidentinin müşaviri postundan nümayişkarənə şəkildə gedəndə də. [9]

Çağdaş Azərbaycan jurnalistikasına belə güclü və müsbət təsir edən, bu cür parlaq iz qoyan ikinci bir ad çəkmək çətindir.

ƏDƏBİYYAT

1. Əzimova A. Müasir dövr Azərbaycan mətbuatında bədii publisistika (Azərbayca, Ulduz və Qobustan jurnallarının materialları əsasında) namizədlik dissertasiyasının avtoreferatı.

Bakı 2010

2. Həbibbəyli İ. "Müstəqil Azərbaycanın "Azərbaycan"ı" məqaləsi. B. 2013
3. Hüseynov Ş. Müstəqilliyin çətin yolu... Bakı "Elm" 2009
4. Hüseynov Ş. "Azərbaycan" qəzetində parlament hesabatları və şərhləri (noyabr 1918-aprel 1920) II cild
5. Quliyeva Q. "İstiqlala gedən yolumuz 28 Maydan keçir" məqaləsi. "Kaspi" qəzeti 2015
6. Məmmədli C. Jurnalistikanın müasir inkişaf meyilləri. Bakı 2006
7. "Azərbaycan" qəzeti 1990
8. "525-ci" qəzet 30 oktyabr 2012

Internet saytı

9. www.bizimyor.info

Yusif HÜSEYNOV

Ə. AĞAOĞLU VƏ "KASPI" QƏZETİ

РЕЗЮМЕ

"Единство в языке, мыслях, работа" идеи медиа-органов и азербайджанской интеллигенции цели приводят в эпоху национальных и нравственных ценностей, национальной независимости, свободы страны оценивается как гражданский долг. Конец XIX и в начале XX, больше средств массовой информации, осуществляющих эту задачу, такие как газетных киосках "Каспи".

В статье мы говорим о А. Агаоглы важную роль и место в развитии прессы и национального общественного мнения, такие как публицист, издатель, редактор, который имел широкую деятельность.

Ключевые слова: Каспи, газет, журналистика, пресса

SUMMARY

"Unity in language, thoughts, work" idea of the media organs and Azerbaijani intellectuals goal lead into the era of national and moral values, national independence, freedom of the country assessed as a civic duty. The end of XIX and at the beginning of XX, more media outlets carrying out this task such as "Kaspi" newspaper stands.

In the article we're talking about A. Ağaoğlu's an important role and place on the development of press and the national public opinion such as publicist, publisher, editor who had a wide activity.

Keywords: Kaspi, newspapers, A.Ahmadoglu, journalism, press

Sovet siyasi rejiminin süqutu və istiqlaliyyətin əldə edilməsi Azərbaycanda ədəbi-mədəni dəyərlərə milli və ümubəşəri meyarlar mövqeyindən yanaşmaq zərurəti doğurdu. Məhz bunun nəticəsi kimi, mətbuatımızda və ədəbiyyatımızda adları yasaq edilmiş müəlliflərin yaradıcılıq irsinin, eləcə də iştirak etdikləri mətbuat orqanlarının fəaliyyətinin öyrənilməsi üçün şərait yarandı. Son illərdə "Kaspi", "Həyat", "Füyuzat", "Açıq söz" və digər mətbuat orqanlarının, M. Ə. Rəsulzadə, Ə. Hüseynzadə, Ə. Ağaoğlu, Ü. Hacıbəyli və bir çox müəlliflərin fəaliyyət yollarının araşdırılması ilə yanaşı, sovet dövründə həm yaradıcılığına, həm də mövqeyinə görə sinfilik və partiyalıq prizmasından yanaşılan və qiymətləndirilən bu kimi mətbuat orqanlarının və müəlliflərin ədəbi irsi yeni metodoloji prinsiplər əsasında tədqiq olunmağa başladı.

"Dildə, fikirdə, işdə birlik" (İ. Qaspiralı) ideyasını amala çevirən dövrün aparıcı mətbu orqanları və Azərbaycan ziyalıları milli-əxlaqi dəyərlərimizi, xalq istiqlalını, vətən

azadlığını vətəndaşlıq vəzifəsi kimi dəyərləndirirdilər. XIX əsrin sonu XX əsrin əvvəllərində bu vəzifəni daha çox həyata keçirən mətbuat orqanları sırasında “Kaspi” qəzetini və onun yazarlarından çoxşaxəli yaradıcılıq yolu keçən Ə. Ağaoğlunun əsasən publisist, nəşir, redaktor kimi dövrü mətbuatın və milli ictimai fikrin inkişafında önəmli yeri və rolunu xüsusi qeyd etmək lazımdır.

1881-ci ildə Bakıda rus dilində qeyri-rəsmi, ictimai, ədəbi və siyasi bir orqan kimi nəşrə başlayan “Kaspi” qəzeti təkcə mətbuatımızın deyil, mədəniyyətimizin, ictimai-siyasi fikir tariximizin inkişafında da xüsusi yer tutur. 1881-1919-cu illər ərzində 10065 sayı çap olunan (2, s.165), on minlərlə oxucusu olan qəzet, xüsusən də 1897-ci ildən sonra dövrünün istedadlı, qeyrətli, millətpərəst qələm sahiblərinin tribunasına çevrildi.

1897-ci ildən Ə. Ağaoğlunun həyatında Bakı dövrü başlanır. O, Bakı milyonçusu Zeynalabdin Tağıyevdən rus dilində nəşr olunan «Kaspi» qəzetində çalışmaq təklifi alır.

“1898-ci ildən 1905-ci ilə kimi Ə. Ağaoğlu “Kaspi”nin fəal mühərriri və ədəbi tənqid şöbəsinin müdiri olmaqla yanaşı, faktiki olaraq nəşrin qeyri-rəsmi redaktoru vəzifəsini də icra edirdi, xüsusən də 1900-1902-ci illərdə Ə. Topçubaşovun ictimai fəaliyyətlə çox məşğul olduğu dövrdə o, daha fəal idi. 1899-1904-cü illərdə ədib qəzetin daxili və beynəlxalq məsələlərə həsr olunmuş baş məqalələrinin müəllifi olmuşdur”. (7, s. 31-32)

Bunu Ə. M. Topçubaşovun fikri təsdiqləyir: “Ə. Ağaoğlunun işinə məhəbbəti, inkişafa doğru ideyalarla dolu “canlı” qələmi qəzetin müsəlmanların maariflənməsinə və gələcəyə irəliləməsinə, onların həyatlarının işıqlandırılmasına zəmanət verən ən doğru yol idi” (“Kaspi”, 1905, №10).

1898-ci ildən 1905-ci ilə qədər Əhmədbəy Ağaoğlu «Kaspi»nin daimi əməkdaşı kimi müntəzəm olaraq qəzetin səhifələrində müxtəlif sahələrə aid mövzularla çıxış edir.

Əhməd bəy Ağaoğlu “Kaspi” qəzetində Qərb və Şərqi müxtəlif ictimai-siyasi, ədəbi, dini-fəlsəfi təərəflərini işıqlandıran 200-dən çox məqalə yazmışdır. Bu məqalələrin siyahısı publisistin hərtərəfli maraqlarından xəbər verir, milli dirçəlişin bütöv bir proqramını əhatə edir. Bura суверен дүвлят вә мцстягиллик, демократийна, milli-siyasi özünüdərk ideyaların, milli qüvvələrin möhkəmlənməsi, inkişafı, din və vicdan azadlığı, mədəniyyətin beynəlxalq ictimaiyyətlə əlaqəsi, siyasi mütləqiyyət və şovinizm, milli eqoizm, geriliyə, fanatizm qarşı mübarizə daxildir.

«Kaspi» qəzetində çalışdığı dövrdə Qafqaz canişinliyinə göndərilən danoslarda Əhmədbəy «qatı panislamist» kimi tanınılmışdı. 1890-cı illərin sonlarından qəzetin səhifələrində islam dini, onun ayin, mərasim və adətləri, islam tarixi, islamın məzhəb və təriqətləri, islamın elmə, maarifə və tərəqqiyə münasibəti kimi məsələlərə dair çap olunan məqalələrin böyük əksəriyyətinin müəllifi Əhmədbəy Ağaoğlu idi.

“Məni müsəlmanların ümumi problemləri narahat edir. Əgər gələcəkdə də bu işlər belə davam edərsə, müsəlman aləmi ən azından siyasi baxımdan məhv olacaq. Bunu müstəqilliklərini itirmiş müsəlman dövlətlərinin timsalında açıq görmək olur. Bizə yüksək mədəniyyətə malik olan, Vətənə etibarlı, ruhən təmiz niyyətli insanlar lazımdır” deyən Əhməd bəy Ağaoğlunun fikrincə, ümumən müsəlman milli düşüncəsinin inkişafında obyektiv faktorlarla yanaşı, millətin ideoloqlara, düşünən beyni olan ziyalılara ehtiyacı var. Lakin müsəlman xalqının birliyi kimi fikirlər o dövrdə hakim dairələrdə birmənalı qarşılanmırdı və bütün müsəlmanları birləşdirmək və vahid islam dövləti yaratmaq kimi xam xəyal daşıyan ən mürtəce dini-siyasi cərəyan kimi qələmə verilirdi. Burada da Ə. Ağaoğlu və onun tərəfdarları günahlandırılırdı. Hakim dairələrdə Əhməd bəyin mübarizə apararı “panislamist və pantürkist” kimi nüfuzu vardı. Onun ətrafında bu cür şaiyələrin yayılmasında azgün millətçi Q.Arşruninin rəhbərlik etdiyi erməni qəzeti “Mşak”ın və Qafqazda “tatar” mətbuatının qənimi olan sensorlardan Kişmişev və Karaxanovun rolu az deyildi. Söylənilənləri təsdiq etmək üçün “Müsəlman məktubları” (“Kaspi” 1903) adlı

məqaləsinə diqqət etmək kifayətdir: “Mşak” türk qəddarlığının, müstəqilliyinin ruhən mənə yaxın olmasını əsas gətirərək mənə Türkiyənin fanatı adlandırır. Amma mən onu demək istəyirəm ki, hər şeydən əvvəl, elə mən özüm türk qəddarlığını qəbul etmirəm, çünki bu xüsusiyyət mənim fikrimcə, Türkiyəni alçaldır. Onu da yada salmaq istəyirəm ki, XX əsrdə Stolipin tərəfindən imzalanmış bütün sənədlərdə, “vacib iclasların” rəsmi qərarlarında, jandarma idarəsinin həcmli işlərində, bir sözlə, o vaxtlar keçmiş Rus imperiyasında türk-tatar xalqları hərəkatının bütün halları üçün Rusiyada bir resept və standart forması mövcud idi – “panislamizm”.

Əhməd bəyin millətlərarası münaqişələrə həsr etdiyi məqalələri bu gün də aktualdır. Bugünkü Şərq dünyasının siyasi mənzərəsinə diqqət yetirsək, Ə. Ağaoğlunun “Kaspi”də dərc olunan yazılarının mövzu və problematikasının müasirliyi, günümüz üçün aktuallığı qiymətləndirilir. Qəzetin 1898-ci ilin 24 iyun tarixində Ə. Ağaoğlu «Şərqin öyrənilməsinin vacibliyi haqqında» məqaləsində Rusiya dövləti tərəfindən əyalətinin xalqları hesab etdiyi Şərq xalqlarına laqeyd münasibətdən bəhs edir. Təəccüblü deyil ki, həyatının son günlərinə qədər Ə. Ağaoğlu “daşnaksütyun”un qara siyahısında idi və xoş bir təsadüf onu erməni terroristlərinin əlindən qurtara bilmişdi.

Ümumiyyətlə, Ə. Ağaoğlunun “Kaspi”dəki məqalələrinin əksəriyyəti xalqın siyasi mübarizəsinə həsr edilmişdir. Bu heç də təsadüfi deyil. Çünki, onun bir publisist-jurnalist kimi fəaliyyət göstərdiyi illər çox mürəkkəb, ziddiyyətli siyasi mübarizələrlə zəngin olan dövr idi.

Ə. Ağaoğlu ətalətdən və cəhalətdən yaxa qurtara bilməyən müsəlman dünyasının ən böyük bəlasını fanatizmdə görürdü. Və bu yoldan qurtarmağın, nicat tapmağın çarəsini yalnız və yalnız elmin, təhsilin inkişafı ilə bağlayırdı. Publisist dönə-dönə qeyd edirdi ki, xalqın, millətin azadlığı, nicatı yalnız onun öz əlindədir. Tərəqqi və inkişaf yolunu yalnız mübarizədə, xalqı “xabi-qəflətdən” oyatmağı məsləhət görən publisist “Daha belə yaşamaq olmaz!”- deyərək “Peterburq səyahətimdən nə nəticə çıxardım?” sərlövhəli məqaləsində yazırdı: “... min illər boyu şahlar və xanlar bizim başımıza və kürəyimizə qapaz vurmuş, biz də ilan kimi qıvrılaraq, dinməməyi ən yaxşı yol hesab edərək səbrlə hər şeyə dözmüşük. Nəhayət, həm ruhən, həm də cismən əzilmiş, şikəst edilmiş bizlər tamam lal olmuşuq. Bizim nə danışmağa, nə də ağlamağa gücümüz, təqətimiz qalmayıb. Halbuki indi məhz “danışmaq” qabiliyyətinə öz ehtiyaclarımızı başa düşərək ixtira etməyi bacarmağa çox böyük ehtiyac yaranmışdır. Bizim bütün gələcək taleyimiz, bizim bütün gələcək mövcudluğumuz bundan aslı olacaq” (“Kaspi” qəzeti, 1905, N-93)

“Kaspi” qəzetində dövrün mətbuat orqanlarına dair xeyli xülasələr, analitik yazılar dərc olunmuşdur. İctimai rəyin formalaşmasında, bizi əhatə edən aləmlə bağlı ən vacib xəbərlərin yayılmasında jurnalistikanın rolunu dərk edən Ə. Ağaoğlunun yazılarında cəmiyyətin həyatında mətbuatın rolu, vəzifələri, jurnalistin yaradıcılıq problemləri, həmçinin qəzetçiliyin bir sıra mühüm məsələlərinə dair mülahizələr, tövsiyələr vardır. Böyük mütəfəkkir bu qənaətə Fransada mətbu fəaliyyəti zamanı əmin olmuşdur. “Kaspi” qəzetində fəaliyyəti zamanı mətbuat problemlərinə dair dərc etdirdiyi yazılarında jurnalistlərin böyük rolunu diqqətə çatdırır.

Ə. Ağaoğlunun tədqiqatçı-alim Şirməmməd Hüseynov tərəfindən yenidən tərcümə edilən “Şərqdə jurnalistikaya bir nəzər” və “Şərq jurnalistikasının icmalı” (“Kaspi” qəzeti, 1899, № 255, 262) məqalələri cəmiyyət və jurnalistikanın qarşılıqlı əlaqəsi probleminə aydınlıq gətirir. Bir şərqli kimi Şərq dünyasının qəflət yuxusunda olmasını, dəqiqlik və hadisələrə birbaşa müdaxilə tələb edən jurnalistikanın əhəmiyyətini dərk etməməsini dərin təəssüf hissi ilə diqqətə çatdırır. O, müsəlmanların çox ləng tərpənməsini, dəqiq və operativ yanaşmanı mütləq qəbul edən jurnalistikaya xüsusi diqqət ayırmamasını tənqid edir. Ə. Ağaoğlu bu narahatçılığını “Kaspi” qəzetində şərh edir: “Uzun müddət Avropa

sivilizasiyasına yabançı olmuş Şərq son 20-30 ildə bu sivilizasiyanı qəbul edir, onu məktəblər, hökumət idarələri və ticarət-sənaye fəaliyyətinin formaları şəklində özündə tətbiq edir; bütün bunlar bəzi yerlərdə elə həmin Avropanın təzyiqi altında, Avropa sivilizasiyasının üstünlüklərini təcrübədə çətin sınaqlardan keçirdikdən sonra, bəzi yerlərdə isə könüllü şəkildə edirdi; lakin Avropa sivilizasiyasının bütün formalarından müsəlman Şərfinə ən çox çətinliklə nüfuz edən jurnalistika və mətbuatdır. Bu ona görə deyildir ki, müsəlmanlar mətbuatın və jurnalistikanın vacibliyini və zəruriliyini hələ başa düşmürlər; əksinə...mütərəqqi adamlar onu daim daim təbliğ edir, dövlətlərin və xalqların həyatında mətbuatın və jurnalistikanın vacibliyi və zəruriliyi barədə uca səslə danışmaqdan yorulmurlar” (“Kaspi” qəzeti, 1899, № 262).

Bir sıra qərəzli publisistlər kimi Ə. Ağaoğlu günahı heç də İslam dininin üzərinə yıxmır. Həqiqəti olduğu kimi təqdim edir. Bir mütəfəkkir kimi cəmiyyətin inkişafında mətbuatın rolunun vacibliyini qeyd edən Ə. Ağaoğlu bu sahənin geriliyini çap işinin zəif inkişafında görürdü. Şərqdə qanunun işləməməsini, despot hakimlərin həqiqi söz tribunası olan mətbuatın inkişafına mane olmalarını vurğulayır. Ədib qeyd edir ki, jurnalistika bacardığıca həqiqəti dediyi üçün hakim dairələr onun inkişafına imkan vermirlər. o, belə durumda ya çap işinin ümumiyyətlə inkişaf etməyəcəyini, yaxud da başqa, lazım olmayan formada inkişaf edəcəyini deyir.

Ə. Ağaoğlu problemin yalnız bununla bitmədiyini diqqətə çatdırır. O, şərhlərini daha ətraflı apararaq Şərqin həmçinin əlifba problemi ilə də qarşı-qarşıya dayandığını şərh edir. O, bu cür əlifba ilə gündəlik çap məhsulları hazırlamağın mümkün olmadığını diqqətə çatdırır. Ədib eyni zamanda mövcud problemin həllini dərinlən bildiyini deyir və onun həlli yollarını bir publisist uzaqgörənliyi ilə göstərir. Qərbin bu problemi həll etdiyini göstərən Ə. Ağaoğlu Şərqdə aparılan çalışmaların (Mirzə Fətəli Axundov, Melkum xan və b.) nəticəsiz qaldığını vurğulayır. Həqiqətən də alman İohann Quttemberqin kəşf etdiyi çap maşını Qərbi bir neçə əsr qabağa atır, Şərq isə bu cür sürətli inkişafı ayaqlaşa bilmir.

Şərqdə mətbuatın xarakterinin müxtəlifliyini vurğulayan mütəfəkkir Ə. Ağaoğlu bu məqamda müsəlman xalqlarının jurnalistikasının icmalına keçir və bildirir ki, “manelərin təsir qüvvəsi konkret xalqın mədəniyyət və tərəqqi səviyyəsi ilə tərs mütənəsbibdir və müsəlmanlar arasında mətbuat milli xüsusiyyətlərin və cəmiyyətin vəziyyətinin ifadəçisinə çevrilməyə başlamışdır”. (“Kaspi” qəzeti, 1899, № 262)

Şərq xalqları arasında mətbuatın inkişafına mane olan səbəblərin dərinliyini dərk edən publisist: “dövri mətbuat, xüsusən, gündəlik jurnalistika icrada çəviklik və sürət tələb edir, bu isə, əlbəttə, Şərqin mürgüləyən təbiətinə heç uyğun gəlmir. Burada “times is money” (vaxt puldur) ingilis-zərb məsəlini anlamırlar; şərqli elə bilir ki, «zaman hər şeyə dözər», o, qərblinin çılğın fəaliyyətini, onun başgicəlləndirici «va a vient» həyat tərzini hələ başa düşmür» (“Kaspi” qəzeti, 1899, № 262) söyləyir və mətbuatı Avropalıların fəaliyyətlərinin əsası, Qərb sivilizasiyasına qovuşmağın vasitəsi sayır.

Məqalələrinin birində Ə. Ağaoğlu M. Şahxatlının təklif etdiyi əlifba üzərində daha ətraflı dayanaraq, latın və slavyan qrafikasını yaxşı bilən yeni əlifba müəllifinə “heç olmasa bu əlifbalardan birini təklif edəydiniz” deyir. “Belə bir təklifin bir neçə üstün cəhəti olardı. Əvvəla, bu bütün mütərəqqi adamların can atdığı birləşmək məqsədinə yaxın olardı, digər tərəfdən isə bu qədər vaxt sərf etməklə heç olmasa müsəlmanlara münasib və daha mükəmməl əlifba təklif etmiş olardı.” (“Kaspi” 9 may 1902)

Ümumiyyətlə, “Kaspi” qəzetindən, onda yer alan mətbuata dair yazılardan söhbət açarkən qeyd etməliyik ki, fəaliyyətdə olduğu 38 il ərzində mətbuata aid 77 yazı yer alıb. Müxtəlif müəlliflərin yazılardan bir neçəsinin adını qeyd etmək istərdik:

“Народное образование в Закавказье” (1881, № 24)

“Свидение о состоявшем при редакции “Каспия” специальном переводчике с татарского на язык Молла Шихали Ефендиева” (1881, № 56)

“О положении провенциальной газеты « (1888, № 80)

«К истории газетного дела на Кавказе» (1890, № 241)

«Печать о бакинских событиях «Каспий» (1905, № 168)

Bu kimi yazılarla “Kaspi” qəzeti və onun yazarı Ə. Ağaoğlu cəmiyyət həyatının aktual, həlli vacib problemlərini ortaya qoymaqla ictimai rəyə təsir edir, onu formalaşdırır və istiqamətləndirir.

Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin lideri olan M. Ə. Rəsulzadənin “Ağaoğlunun o zamankı fəaliyyəti Azərbaycanın “Oyanış tarixində” başdan- başa bir dövrüdür”, deməsi bir daha göstərir ki, Ağaoğlu öz fəaliyyəti ilə xalqını istiqlalə, yeniliyə aparan yolun başlanğıcında cəsarətlə addımlamışdır. “Ə. Ağaoğlu dünyada baş verən hadisələri, ictimai-siyasi hərəkət və sənət nəzəriyyələrini araşdırarkən humanizim meyarlarına əsaslanır, inqilabi-demokratik prinsipləri ön plana çəkir, fəlsəfi modernizim-isləhatçılıq ideyalarına arxalanır, təkamül yolu ilə inkişafa, yeniləşmə və dəyişməyə haqq qazandırırırdı”. (6. s.320)

Ə. Ağaoğlunun “Kaspi” qəzetindəki fəaliyyəti ilə tanış olarkən bir daha əmin olduq ki, onun bir mütəfəkkir alim və istedadlı publisist kimi yetişməsində bu qəzetin və onun ətrafında olan istedadlı qələm sahiblərinin rolu çox böyük olmuşdur.

ƏDƏBİYYAT:

1. Ağaoğlu Ə. Tərcümeyi-hali-acizanəm. Respublika Əlyazmalar İnstitutu, f.21, saxlama vahidi 403
2. Axundov N. Sənədlərin dili ilə. Bakı, 1980
3. Gülsərən Akalın. Türk düşüncə və siyasi həyatında Əhməd Ağaoğlu. Bakı. 2004, 164 s.
4. Hüseynov Ş. Mənəvi irsimiz və gerçəklik. Bakı, 2004, səh.327
5. Hüseynov Ş. Əhmədbəy Ağaoğlunun dünyagörüşü. Bakı, 1998.
6. Hüseynova Ülviyyə. Əhmədbəy Ağaoğlunun ədəbi-tənqidi görüşləri. Bakı Nurlan. 2006.
7. Quliyev Vilayət. Ağaoğlular. Bakı. Ozan. 1997.

Elmi rəhbər prof. N.Yaqublu

Сеадат ДЖАФАРЛИ

РОЛЬ И МЕСТО ЖУРНАЛА «ЛИТЕРАТУРНЫЙ АЗЕРБАЙДЖАН» В ИСТОРИИ ПЕЧАТИ АЗЕРБАЙДЖАНА

SUMMARY

The article deals with the history of edition and development of the journal "Литературный Азербайджан" ("Literary Azerbaijan") published in Azerbaijan. it is emphasized that this journal is an only Russian-language journal in Azerbaijan. Its name shows that this journal was intended for advocacy and popularization of the Azerbaijani writers', poets', skilled reciters interesting and urgent works and presentation them to the young generation. This journal has been carrying out the same mission since that time.

Keywords: literature, writer ,poet,edition, press, journal

“Литературный Азербайджан”, ежемесячный русскоязычный литературный, социальный и политический журнал, изданный Обществом Авторов Азербайджана. Начал публиковаться в 1931 в Баку, но из-за трудностей возникших в связи с началом Великой

Отечественной войны, прекратил производство на 11 лет и продолжил свои публикации уже 1952 году и выпускается по сей день.

Название журнала, конечно, в первую очередь нацелено пропагандировать Азербайджанскую литературу, т.е. давать материал для ознакомления с развитием азербайджанской советской литературы тем, кто не может непосредственно следить за этим развитием по оригиналам или по журналам Азербайджана. (13,23стр.)

Несмотря на то, что худшие годы истории СССР были уже позади, журнал еще не раз сталкивался с трудностями связанными с периодичностью выпуска. С 1963 по начало 1966 года, в связи с сокращением госбюджета, в графе национальной - печати, были сокращены: периодичность, объем и возможности журнала. Если, к примеру, журнал выпускался тиражом больше четырех тысяч, то теперь эта цифра достигала полутора тысяч экземпляров; пришлось на ходу перестраивать все планы, отказываться от ряда публикаций, отказывались также и от большой прозы и крупных поэтических вещей. Этот отказ, конечно, означал известное снижение уровня журнала, поскольку немислимо представить себе Национальную литературу без романа, без поэмы.

В 1966 году, а в последствии в 1967-ом, когда журналу вернули периодичность, были самыми урожайными годами в плане литературы, для журнала. Тираж выпуска возрос до трех тысяч шестисот экземпляров в месяц. Тем самым журнал дал понять, что редколлегия под начальством главного редактора Ивана Третиакова, не сидела все это время, сложа руки. Как даже заявил главный редактор, небольшой перерыв в плане периодичности дал возможность журналу окунуться в работу и выполнять ее сверх поставленных задач. В журнале сразу же появилась «большая» проза, романы, повести, пьесы, рассказы, очерки, произведения таких авторов как: Сабира Ахмедов «Невидимая волна», роман Байрама Байрамова «Моя бедовая любовь», повесть М. Ибрагимова «Гюлябатин», повесть Абульгасана «Строптивые», повесть И. Гусейнова «Саз» и других.

Журнал не раз представлялся к всевозможным наградам в области литературы и искусства. Журнал в основном предлагает работы поэтов Азербайджана, романистов, драматургов, критиков, очеркистов, на русском языке, авторов, которые живут и творят в Азербайджане. К примеру, можно вспомнить награду, врученную журналу на его пятидесятилетие 1981 г 26-го февраля, первым секретарем Коммунистической Партии Азербайджана Гейдаром Алиевым.

- «От всего сердца поздравляю коллектив журнала «Литературный Азербайджан», с пятидесятилетием, и высокой оценкою труда - наградением Орденом Дружбы Народов, которого удостоены за заслуги в области Советской литературы и активное участие в коммунистическом воспитании трудящихся.»

«Литературный Азербайджан» является - также источником специальной информации относительно азербайджанской культурной истории, поскольку это обеспечивает эссе относительно театра, живописи, музыки, архитектуры и скульптуры и представляет портреты наиболее выдающихся фигур современного азербайджанского искусства.

После развала Советского Союза и смены политического строя, кардинально изменилась и политика самого журнала. Произведения в нем стали более живыми, насыщенными и свободными, так как уже не находились под влиянием советской цензуры. Но падение цензуры не означает, что до эры глобальных перемен, журнал не выпускал произведений, которые в дальнейшем не стали классикой национальной литературы.

Кто-то из великих сказал, что каждый народ силен своими традициями. «Литературный Азербайджан» не забыл своих традиций, которые, позволяют ему

достойно существовать в мире литературы. Сегодня также как и много лет назад этот журнал является подобием моста, в мир большой литературы для начинающих авторов. Из-за непостоянной политической и социальной ситуации в Азербайджане, сложившейся в середине девяностых, в течение нескольких лет журнал не был выпущен на устойчивом периодическом основании и столкнулся с существенным уменьшением в обращении. Однако с 1998 журнал получает правительственную поддержку, которая увеличивает возможности журнала. «Литературный Азербайджан» восстанавливает регулярную публикацию и увеличивает свой тираж. Эта поддержка прибывает от реализации важности русского языка как средство для распространения азербайджанских культурных достижений и расширения охвата тем журнала, чтобы включить политику, экономику и экологические проблемы, с которыми сталкивается страна.

С 1953 по 1991 год журнал выпускался под редакторством Ивана Третиакова и Имрана Казумова, в редакторскую коллегия журнала входили такие представители мира литературы Азербайджана как А.М.Асланов, В.А.Кафаров, Д.Д.Мамедов, Мир Джалал Пашаев, И.Б.Оратовский и Н.Х.Рафибейли. Одним из художников оформителей журнала был Ю.Митин (9, 1969, №12, ИЗстр). С 1991 года и по сей день ответственность за выпуск литературного издания лежит на плечах Мансура Векилова.

В период с 1960-го по 1970-ый года ежегодно журнал выпускал на своих страницах более двухстах пятидесяти публикаций. Исключением можно назвать лишь только 1969 год. Именно в этот год количество публикаций сократилось до 190 за год. Но это не говорит о том, что журнал уменьшился в объеме, просто основной упор был сделан на много содержательные пьесы, романы, повести и рассказы.

Нельзя оставить и без внимания тот факт истории журнала, что именно в нем начинали, свою литературно-творческую деятельность классики, драматурги, поэты, писатели, азербайджанской литературы, как Наби Хазри, Бахтияр Вагабзаде, Сулейман Рустам, братья Ибрагимбековы, Хикмет Зияя, Сабит Рахман, Сулейман Рагимов и многие другие.

Журнал «Литературный Азербайджан» стремился воспитывать вкус к объективной, доказательной критике, способной ставить и решать литературные проблемы, глубоко и всесторонне освещать литературный процесс, определять основные тенденции его развития, влиять на ход этого процесса, давать верные оценки литературным явлениям. Стало традицией рецензировать каждую достойную внимания книгу, определять ее место и значение в общем литературном процессе, рецензировать книги других писателей не имевших отношение к журналу. В практику журнала прочно вошли товарищеские собеседования и обсуждения насущных вопросов литературного дела за «Круглым столом» редакции, где поэты и прозаики, критики и литературоведы, публицисты и переводчики обменивались мнениями и спорили о состоянии критики и молодой поэзии об освоении ведущих тем современности и о проблемам перевода, столь важных для журнала, печатающего произведения азербайджанской литературы в переводах на русский язык. Чтобы дать оценку участию журнала в литературно-критическом процессе Азербайджана, стоит для начала рассмотреть формы и принципы литературной критики и критических процессов в мире и в Советском Союзе.

Круг охвата литературной критики, перед которой стоит многогранная, сложная задача, очень широк: оценка литературных событий и явлений, отслеживание литературной сферы и освещение ее успехов и слабых сторон, своевременный объективный анализ новых литературных произведений, оценивание происходящих в национальной литературе процессов в контексте мировой литературы, определение общности и различий новых произведений и классического наследия, установление и укрепление связи между авторами и читателями, регулярное ознакомление литературно-

культурной общественности с нынешним состоянием культуры, формирование эстетических ценностей в соответствии с требованиями времени. В любых общественно-культурных и пространственно-временных границах литература является действенной интеллектуально-творческой сферой, играющей особую роль в формировании национального сознания, ориентировании общественной мысли. В качестве же «судьи» искусства слова, конечно же, выступает литературная критика.

«Литературный Азербайджан» богат своими рубриками и разделами. Но количество рубрик еще не значит, что ими охватываются все аспекты литературы. Одной из проблем, на которую обращали внимание не только литераторы, но и просто читатели, это, отсутствие на страницах журнала материалов о прошлом азербайджанской литературы, и не только художественных материалов, но и суждений о народном творчестве.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиев С.У. Литературная критика в действии. (По страницам республики и областных литературно-художественных журналов). - Москва. 1984 год.
2. В правлении союза писателей СССР// Бакинский рабочий, 1967, 9 мая.
3. Векилов.В. В зеркале художественного слова // Вышка. 1982, 22 августа.
4. Горловский.Ал. А что стоит за цифрой// Литературная газета. 1974, 16 января.
5. Дадашзаде. М. А. - История азербайджанской литературы (С древнейших времен до середины 70-х годов XX в). Баку 1987.

Научный руководитель проф.Ш.Велиев

Nuray VƏLİYEVƏ

MƏHƏMMƏD ƏMİN RƏSULZADƏ PUBLİSİSTİKASINDA AZƏRBAYCAN MÖVZUSU

PEZİOME

Основатель, идеолог и лидер национального движения Мамеда Эмина Расулзаде Азербайджана в своей раскрывает суть концепции азербайджанства. В работе использование его статьи из газет и журнал «Шарки- Рус», «Тереги», «Дирилик», «Ачыг соз» и т.г

Ключевые слова: Азербайджанства, национальной идеологии, родиной, язык, национальность, публицистика, независимости

SUMMARY

The founder, the ideologist and the leader of the national movement of Mohammad Amin Rasulzade of Azerbaijan in the opens an essence of the concept of Azerbaijan. In work his articles from newspapers and “Sharke- Rus” magazine, “Tereggi”, “Dirilik”, “Achyg soz” and others are used.

Key words: Azerbaijanism, national ideology, native land, language, nation, publicity, independence

XX əsrin əvvəllərindən başlayaraq müstəmləkə əsarətində yaşayan xalqlar öz taleyini daha çox düşünməyə, milli kimliyini müəyyənləşdirməyə, öz istək və arzuları uğrunda daha ciddi və ardıcıl mübarizə aparmağa səy göstərirdilər. Mütərəqqi ziyalılar vətəni, xalqı, milləti

çətin vəziyyətdən qurtamaq üçün yeni ideyalar irəli sürür, ictimai şüura təsir etmək üçün vasitələr arayırdı.

O dövrün mətbuatında Azərbaycanın problemləri haqqında çox söz deyilib və yazılıb. Cəlil Məmmədquluzadə “ Molla Nəsrəddin ” jurnalının səhifələrində **vətən, dil, millət** məsələsini xüsusi qabartmış, “ Azərbaycan” məqaləsində azərbaycançılıq ideyasının bəyannaməsini vermişdir:

“ Bəzi vaxt otururam və papağımı qarşıma qoyub fikrə gedirəm, ... özümdən soruşuram ki:

- Mənim anam kimdir?
- Öz-özümə də cavab verirəm ki:
- Mənim anam rəhmətlik Zöhrəbanu bacı idi.
- Dilim nə dilidir?
- Azərbaycan dilidir.
- Yəni Vətənim haradır?
- Azərbaycan vilayətidir
- Haradır Azərbaycan?

Azərbaycanın çox hissəsi İrandadır ki, mərkəzi ibarət olsun Təbriz şəhərindən. Qalan hissəsi də Gilandan tutub, Qədim Rusiya hökuməti ilə Osmanlı hökuməti daxilindədir”. (1)

Cəlil Məmmədquluzadə xalq üçün vətən, millət üçün ana dilinin, dinin, mədəniyyətin nicat yolu olduğunu gözəl anlayırdı. **Vətən, millət** və **dil** məsələsi Cəlil Məmmədquluzadə yaradıcılığının əsas sütunlarıdır. Ədib bu fikirdə idi ki, “ dünya və aləm dəyişdi, mənalar özgə tədbir əxz elədi. Yəni, o şeylər ki, əsl mənalarını itirmişdi, qayıdıb əslini tapdı, ... hamı buna qadir oldu ki, **Vətən, vətən, vətən, dil, dil, dil, millət, millət, millət !** Dəxi bu dairədən kənar bəni- noi-bəşər üçün özgə nicat yolu yoxdur”. (2)

O dövr Azərbaycan ziyalılarının çoxu, o cümlədən Ə. Hüseynzadə, Əhməd Ağaoğlu, A. Ziyadxanlı, Ə. Topçubaşov, Ə. Haqverdiyev, M.Ə.Rəsulzadə, M.B.Məmmədzadə, və başqaları Azərbaycan, azərbaycançılıq ideallarının reallaşması üçün var qüvvəsi ilə çalışırdılar.

Məhəmməd Əmin Rəsulzadə ilk respublika üsul-idarəsi olan Azərbaycan Demokratik Respublikasının təməl daşını quran, sonralar ömür yolu, həyatı zəngin və keşməkeşli hadisələrlə dolu bir dastana çevrilən, xalqımızın ölümsüz liderlərindəndir. Hələ əlinə yenicə qələm alan M.Ə. Rəsulzadə “ Şərqi- Rus” qəzetinin səhifələrində öz həmvətənlərini elmə, maarifə səsləyirdi. Ədibin “Muxəmməs” adlı ilk əsəri də “ Şərqi- Rus” qəzetində çap olunmuşdur. Bununla yanaşı “ Füyuzat”, həmçinin “ İrşad”, “ Tərəqqi” qəzetlərində müxtəlif mövzulu yazıların müəllifidir. Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti qurulmazdan xeyli əvvəl məfkurə ustadımız Məhəmməd Əmin Rəsulzadə çalışdığı mətbu orqanlarda Azərbaycan və azərbaycançılıq qayəsini yayır, vətəninə həm xalqa, həm də dünyaya tanıtdırırdı. Bu o zamanlar idi ki, hətta xalqın özünə milli kimliyini, dünyaya isə Azərbaycan adlı məmləkətin mövcudluğunu isbat etmək gərək idi. Peşəkar jurnalist Məhəmməd Əmin Rəsulzadənin kəsərli publisistikasının əsas ideyası olan azərbaycançılıq bir çox məqalələrinin baş mövzusu təşkil edir.

1909-cu ildə “Tərəqqi” qəzetində Məhəmməd Əminin dərc etdirdiyi «Qəribə bir baykot» məqaləsindəki: “Millətçilik! İnsan-insanlar əvəzində utanıyor, xəcalət çəkiyor”(3)- sözləri humanizmin bəşəri ideyaların önə çəkilməsinə parlaq misaldır.

1911-ci ildə İstanbulda “Türk yurdu” jurnalında dərc etdirdiyi “İran türkləri” adlı silsilə məqalələrində M.Ə.Rəsulzadə Türkiyədə ilk dəfə olaraq İrandakı azəri türkləri haqqında geniş məlumat verir. Burada azəri türklərinin yaxın keçmişi, ictimai-siyasi və iqtisadi vəziyyəti, mədəniyyəti və ədəbiyyatından geniş bir şəkildə bəhs olunur. M.Ə.Rəsulzadə bu məqalələri 1908-1910-cu illərdə İranda iştirakçısı olduğu hadisələr, müşahidə və təəssüratları əsasında qələmə almışdı. Ustad yazırdı ki, İran türkləri və İran türklüyü deyildiyi zaman xatirə

Azərbaycan gəlir. İran türkləri başlıca olaraq Azərbaycanda yaşayır. İran Azərbaycanı İranın şimalında yerləşir və İranda mövcud səkkiz əyalətin ən mühümüdür. O zaman 10 milyonluq İran əhalisinin azı 3 milyon nəfərinin türk olduğunu yazan M.Ə.Rəsulzadə, onların İran həyatında çox fəal olduqlarını vurğulayır: “Beş yüz sənədən bəri İranda hökmran olan padşahlar həp türk irqindən gəldilər... İranda yaşayan türk qəbilələri (Şahsevən, Qaşqai, Tükmən...i.a.) İran dövlətinin təbii əsgərləridir”.(4) “Nəsrəddin şah zamanında həqiqətən yalnız kağız üzərində mövcud olan yüz min nizam əskərindən 33 mini yalnız Azərbaycandan əxz ediliyor idi... Zabitlərin çoxu türkdür...”.(5)

Daha sonra ustad yazır ki, Azərbaycanın mərkəz vilayəti olan Təbriz İranın ikinci paytaxtı kimi qəbul edilir və Tehrandan sonra şahlar məmləkətinin ən mühüm şəhəridir. “Təbriz İran inqilabının atəşlər yağdıran bir mənbəyi idi. Azəri türklərindən təşəkkül edən hürriyyət mücahidləri bütün İran zülmətpəsəndanına qarşı mərdanə köks gərmiş, dayanmışdır. İranın ənvar və niyazisi Səttar Xan ilə Bağır Xanın komandası altında Təbrizin on bir aylıq bir mühasirəyə qarşı göstərdiyi qəhrəmanlıqların öylə şanlı səhifələri vardır ki, bu bahadır türklərin iranlılar arasında “övladi-qəyuri Azərbaycan” – deməyə təməyyüz etmələri pək haqlıdır”.(6)

M.Ə.Rəsulzadə 1910-cu ildə İranda yaradılan Avropa tipli ilk iki partiyanın aparıcı qüvvələrinin də azəri türkləri olduğunu, hətta İranda ilk modern qəzeti də azərbaycanlıların yaratdığını qürur hissilə qələmə alır. Lakin təəssüflə bir məsələni də vurğulayır: “...türk inqilabçıları, türk məbusları, türk əncümənləri dediyimizdə, bunların məhz türklük naminə hərəkət etdikləri düşünülməsin. İran türk məşrutəpərvərləri türklüklərini düşünmədilər, bütün fədakarlığı ancaq iranlılıq və vətənin müştərək naminə icra etmişlərdir”.(7) O da diqqətə çatdırılır ki, azərbaycanlılar İranın rəsmi məzhəbi olan şiəliyə tabedirlər. Şiəlik İran türklərini o qədər farslaşdırmışdır ki, onlar özlərini türkləşmiş fars, yəni əslən iranlı kimi qəbul edirlər.

Qeyd etdik ki, “İran türkləri”ni qələmə almaqda məqsəd İranda tarixi torpaqlarında yaşayan azəri türklərini, buranın Azərbaycanın bir parçası olduğunu dünyaya tanıtmək idi. Nə yazıq ki, o zamanlar təkcə İranda yox, Qafqazda da azərilərin mövcudluğundan hətta qardaş Osmanlıda belə çox adam xəbərsizmiş”. (8) M.Ə.Rəsulzadə yazır ki, bir-iki il əvvəl istifadə olan istanbullu bir paşaya özünü azərbaycanlı bir türk kimi təqdim edərkən, möhtərəm paşa həzrətləri: “İmperatorluq xaricində də əcəba türk varmıdır?” – deyərək, onu çox təəccübləndirib...

1914-cü il sentyabrın 16-da şair, yazıçı və jurnalist Əlabbas Müznibin (1882-1938) redaktorluğu ilə ayda iki dəfə nəşr edilən ədəbi-ictimai, iqtisadi, tarixi və siyasi jurnal olan “Diriliyin” birinci nömrəsi çapdan çıxdı. M.Ə.Rəsulzadənin “Dirilik nədir?” adlı baş məqaləsi jurnalın ideya istiqamətini müəyyənləşdirirdi və xalqımızı milli oyanışa çağırırdı. Məqalədə böyük ədib bizdə və avropalılarda diriliyin mahiyyətini açır və dirilik nədir ? sualına cavab axtarır. “ Nəzərə bir az qərib gəlsə də, demək istəyirəm ki, dirilik dünyanı sevməkdən ibarətdir. Mənaı xassı isə dünyapərəstlikdir.

Diriliklərin ən qiymətli si də milli dirilikdir...

Dirilik nədir ?

Filosoflar və sufilər nə deyirlərsə desinlər: dirilik dünyanı sevməkdən və öz hüquq və namusunu mühafizə edər biləcək qədər qüvvətli olmaqdan ibarətdir”(9).

M.Ə.Rəsulzadə 1914-1915- ci illərdə Bakıda “Dirilik” jurnalında dərc etdirdiyi “Milli dirilik” adlı digər silsilə məqalələrində yazır ki, nə qədər ali təhsil görmüş, mədəni həyat və mədəni məmləkətlər görmüş adamlarımızdan “hansı millətdənsiniz” – deyərək soruşsanız, “müsəlmanam” – deyərək cavab verər. Ustad daha sonra yazır: “Müsəlmanlığın ibtidai təsirindən gələrək biz özümüzü müsəlman adlandırdığımızdan əsl milliyyətimizin ünvanını təşkil edən türklüyə əhəmiyyət verməmiş, həman ”müsəlman” adına qənaət eləmiş idik. Hələ də etməkdəyiz. Hələ bu qənaətlə də qalmamışıq, başqaları bizə “tatar” və “persiyan” demişlər, ona da etiraz etməmişik”.(10)

M.Ə.Rəsulzadə qeyd edir ki, bütün bunlar özümüzü lazımı qədər tanımamaqdan irəli gəlir. Aramızda hələ bir çoxları var ki, türklüklərinə şübhə etmədədirlər. Türk gəncliyi dərk etməli və düşünməlidir ki, bu gün türk milləti böyük bir tarixə malik olduğu halda tarixsiz yaşayır. Türk tarixi tarixlərin ən az tədqiq olunmuşu, ən az öyrənilib yazılmışdır. Tarix yazanlar isə türklərə məğlub olan millətlərdən olduqları üçün bu işə qərəzli yanaşmışlar.

M.Ə. Rəsulzadənin publisistikasının 1915-1916- cı illəri “ İqbal”, “ Yeni İqbal”, “Açıq söz” qəzetləri “Qurtuluş” məcmuəsində dərc edilmiş məqalələri təşkil edir. 1915-ci il “ Qurtuluş” məcmuəsinin, 1 oktyabr sayında dərc olunan “ Qurtuluş” məqaləsində M.Ə. Rəsulzadə “ Ərkənəqon”dakı türkərin “pürtəcnə” boz qurd tərəfindən qurtarılmasından, ümumilikdə böyük türk millətinin yaranmasından bəhs edir. “ Zamanımız milliyyət əsridir. Milli bir ruh və məslək sahibi olan gənc cəhalətdə və qəflətdə yaşayan millətimizin xilaskar qurdudur. Yenicə təsis olunan “ Qurtuluş” doğma türkcəsi ilə sevdiyi türk dilinə və türk elinə xidmət qəsdilə müasir bir qurd xidməti görəcək bununla bir azca xidmət edə bilərsə, əlbəttə iftixar edə bilər”(11)

M.Ə. Rəsulzadənin 1915- ci il “ Açıq söz” qəzetində dərc olunmuş “Tutacağımız yol” məqaləsi ilə qəzetin əsas amalı **türkləşmək, islamlaşmaq və müasirləşmək** olduğunu zikr etmişdir “Demək ki, sağlam, mətin və oyanıq məfkurəli bir milliyyət vücuduna çalışmaq istərsək ki, zaman bunu iqtiza (tələb) ediyor- mütləqə üç əsasa sarılmalıyıq:

Türkləşmək, islamlaşmaq və müasirləşmək”(12)

“Dilcə biz türkün, türklük milliyyətimizdir. Binaənileyh müstəqil türk ədəbiyyatı, türk sənəti, türk tarixi və türk mədəniyyətinə malikiyyətimiz məqsədimizdir. Parlaq bir türk mədəniyyəti isə ən müqəddəs qayeyi- amalımız, işıqlı yldızımızdır.

Dincə müsəlmanız. Hər bir din öz mütədəyyinləri arasında məxsusi bir təməddün (mədəniyyət) vücuda gətirmişdir ki, bu təməddün də bir beynəlmilliyət səbəbi təşkil edir. Müsəlman olduğumuz üçün biz türklər beynəlmilliyəti- islamıyyəyə daxiliz”(13) - deyən M.Ə. Rəsulzadə hər bir millətin azad yaşayıb, tərəqqisi üçün **dil, din və zaman** kimi üç əsasa istinad etmək məcburiyyətində olduğunu aydın şəkildə şərh edir.

1916- cı il 9 oktyabrında “ Açıq söz” qəzetinin bir illik davamı münasibətilə dərc olunan “ Getdigimiz yol” məqaləsi qəzetin bir il öncəki sayında çıxan “Tutacağımız yol” məqaləsinin bir növ davamı kimi səslənir. “ Açıq söz” qəzetinin tutacağı yolunun istiqamətini göstərmək üçün üç nöqtə bəlli olsa da məqalədə bu maddələrin təhlilinə müasirləşməkdən başlanır: “ Müasirləşmək- işte bütün millətləri səlah və nicat yoluna çıxaran böyük vasitə. Müasirləşməyən, yəni zaman və əsrindəki maddi və mənəvi vasitəyi- mədəniyyə ilə silahlanmayan bir cəmiyyət gərək qan, irq və dilcə birləşmiş milliyyət və ya din, ruh və vicdanca tanınmış, beynəlmilliyət olsun- mümkün degil. Müdhiş və qanlı bir rəzməgah təşkil edən bu dünyada kəndi bənliyi, öz mənəvi ruhu və təbii qəlbi ilə yaşayamaz. Dünyanın həyatından, bu həyatın ən böyük feyz və nemətini təşkil edən istiqlalədən, mədəni iqtidar və hürriyyətdən məhrum olub qalar”(14) - deyən müəllif Qafqasiyadakı qonşularımızla müqayisə də mədəniyyət etibarı ilə geridə olmadığımızı görürdü.

“Əvət, ətrafımızdakı millətlərdə gördüğümüz parlaqlıq, bilgi, bacarıq və zindəlik (sağlamlıq, dirilik) və calaklıq mədəniyyətdən ziyadə müasirlikdir”(15) - deyən M.Ə.Rəsulzadə müasirləşmək şüarının iki cür anlamı olduğunu nəzərə çatdırır. “Müasirləşmək şüarının iki dürlü anlamaq mümkündür və iki dürlü anlayanlar da vardır. Bu anlayışlardan birisi sözün doğru və təfsirindən çıxan mənədir. Bu mənaya görə müasirləşmək məlum bir keçmişlə xüsusi bir mövcudiyyətə malik ikən bu xüsusiyyəti saxlamaqla bərabər müasir olmaq, yəni əsrdəki alat və ədəvəti qəbul etməkdir. İkinci anlayışa görə isə müasirləşmək keçmişə, ayrı bir mövcudiyyətdəki xüsusiyyətə beş qəpik əhəmiyyət verməyib tamamilə fəna füləsə olmaq və bilaşərt və qeyd Avropa mədəniyyəti denilən “sıyıq”a qarışib qaynamaqdan, yalnız surətən degil, seyrətən dəxi təbqlibi- mahiyyət etməkdən ibarətdir”(16) - yazmaqla M.Ə. Rəsulzadə bildirir ki,

müasirləşmənin bu iki dürlü anlayışı dünyada iki növ siyasətə əsas təşkil etmişdir: demokratizm, imperializm.

Qafqasiya türk mətbuatında ilk dəfə olaraq Əli bəy Hüseynzadə tərəfindən bəyan edilərək “ Həyat” qəzeti ilə “ Füyuzat” məcmuəsində “ türk qanlı, islam imanlı, firəng qiyafəli olalım” fikri “ türkləşmək, islamlaşmaq və müasirləşmək” düsturu ilə “ Açıq söz” qəzetinin əsas yolu olmuş, belə bir qəlb və sarsılmaz imanla yollarına davam etmişlər.

M.Ə.Rəsulzadə Azərbaycanın mətbuatı tarixində siyasi publisistikanın ən görkəmli nümayəndələrindən biridir. Onun 1903-20-ci illərdə təkcə Azərbaycanın dövrü mətbuatında 1200-dən artıq müxtəlif janrda yazıları dərc olunmuşdur. O, ədəbi-publisistik fəaliyyətini siyasi mühacirət illərində də davam etdirmiş, Azərbaycan xalqının tarixi və ədəbiyyatı ilə bağlı çoxsaylı məqalələr dərc etdirmişdir. Bu dövrdə “Yeni Qafqasya” (1923), “Azəri Türk” (1928), “Odlu yurd” (1929), “Qurtuluş” (1934), “Azərbaycan” (1952) jurnallarını, “İstiqlal” (1932) qəzetini nəşr etdirmişdir.

M.Ə.Rəsulzadə ömrünün sonunadək öz məsləkinə, ali məqsədinə, məfkurəsinə sadıq qalmış, Azərbaycanın müstəqilliyinin bərpa olunması uğrunda istiqlal mübarizəsini davam etdirmişdir. O, xalqımızın müstəqillik idealının gerçəkləşdirilməsində, Azərbaycanın tarixi dövlətçilik ənənələri zəminində milli dövlət quruluşunun dirçəldilməsində, milli istiqlal ideyalarının geniş yayılmasında böyük xidmətlər göstərmiş və siyasi publisistikası ilə ədəbi-ictimai fikir tariximizə layiqli töhfələr vermişdir.

ƏDƏBİYYAT

1. www.azertac.az
2. www.azpress.az
3. Məmmədquluzadə C. əsərləri III cild (felyetonlar və məqalələr “Azərbaycan” məqaləsi). Bakı, “Öndər” nəşriyyatı, 2004
4. Məhəmməd Əmin Rəsulzadə əsərləri II cild Bakı “ Təhsil” 2014
5. Məhəmməd Əmin Rəsulzadə əsərləri III cild Bakı “ Təhsil” 2014

Elmi rəhbər: Dos. Mehdiyev M.

Samirə HEYDƏRLİ

“ULDUZ” JURNALININ NƏŞR TARİXİ

РЕЗЮМЕ

В статье упоминается история создания журнала и литературно-критические статьи, опубликованные на страницах этого журнала. Также уделяется особое внимание поколению редакторов журнала «Улдуз». К анализу привлечены статьи писателей и публицистов, которые сотрудничали с журналом. В исследовании оценивается место и роль журнала в истории печати.

Ключевые слова: Советский период, Азербайджанская пресса, журнал «Улдуз», литературная критика, публицистика, художественная литература, писатели, цензура.

SUMMARY

This article deal with the history of foundation of the journal and literary-critic writings that have been published there. Also generation of editors of "Ulduz" have been mentioned here. Writings of writers and publicists who have cooperated with it, have been involved in the analysis. In that research place and role of the activity of this journal has been assigned.

Key words: Soviet period, Azerbaijan press, "Ulduz" journal, literary criticism, publicity, literature, writers, censorship.

Sovet dönəmində hər hansı bir yeni mətbuat orqanının işıq üzü görməsi çox çətin və dolanbac yollardan keçirdi. Sovet mətbuatı dövlətin və partiyanın (kommunist partiyasının) monopolyasında olduğuna və ciddi ideoloji təbliğat sistemi kimi fəaliyyət göstərdiyinə görə yeni mətbuatın meydana gəlməsinə də yalnız dövlət, yalnız partiya razılığı lazım gəlirdi. Xüsusilə ən ağır şəraitdə xalqın səsini eşitməyə məcbur edən bədii ədəbiyyatın, publisistikanın yükünü özündə daşıyan ədəbi bədii jurnalların yeni formatlarının ortaya çıxması çətin idi. Çünki "sovet mətbuat orqanlarında azad sözün iki mənbəyi hakimiyyət üçün təhlükəli idi: bədii ədəbiyyat və publisistika".(5,səh64).Bu bir həqiqətdir ki, sovet dövründə hakimiyyət publisistikadan ehtiyat edirdi. Xüsusilə yazıçı publisistikasının özünü daha çox göstərdiyi ədəbi bədii jurnallara nəzarət daha güclü idi. Lakin bütün ideoloji maneələrə baxmayaraq 1967-ci ildə Azərbaycan Yazıçılar İttifaqının gəncləri təmsil edən orqanı kimi "Ulduz" jurnalı işıq üzü gördü. (3,səh48)Jurnalın ilk nömrələri Yasif Nəsirinin redaktəsi ilə nəşr olunsada, ilk rəsmi redaktoru Cabir Novruz olub.

"Ulduz"un 80 min tirajla çıxdığı vaxtları da olub. Jurnal aylıq dərc edilirdi. 1967-ci ilin yanvar buraxılışında ilk səhifəsində "Bütün ölkələrin proletarları birləşin!" şüarı yazılmışdı. Bu nömrədə ilk səhifədə mündəricatda poeziya, nəsr, ədəbi söhbət, tənqid və ədəbiyyatşünaslıq, dostlarımızın incəsənəti bölmələri var. Povest, şeir, şəkillər, İsmayıl Şıxlının - "Nasirlə şairin söhbəti", "Tofiq Bayrama açıq məktub" 4 səhifə həcmində, "Ay keçmiş cəbhəçi", "Ürək sənin ilham bulağın" adlı şeirlər dərc edilmişdir. Mətbu orqanın Süleyman Rəhimov "Taysız xalça" adlı 9 səhifəlik yazısı, Ramiz Heydər - "Uyuyan duyğular", "Sevən gözlər" adlı şeirləri də nəşr edilmişdir. Bunlarla birlikdə bir-birindən maraqlı şəkillər də verilən şeirlərə uyğun olaraq həmin səhifədə işıq üzü görüb.Buna misal olaraq, "Azərpress foto-67" sərgisindən Rahil səhərin çəkdiyi durğun dənizdəki qayıqların fotosu, digər səhifədə isə "Sevən ürəklər" şeirinə aid edilən at üstdəki sevənlərin şəkli verilmişdir. "Ulduz" mətbuat orqanının səhifələrində bir çox tanınmış rəssamların eləcə də, F.Rəcəblinin -"150 kilometrlik məsafə qətt edildi", V.Paşşenkonun - "Şamaxı astrofizika rəsədxanası"nın fotosu verilmişdir. Burada verilən materiallar bir növ məlumatlandırmaq, maarifləndirmək funksiyası daşıyırdı.(6,səh20).

Bu jurnal yarandığı gündən nə qədər senzura və hakim dairələrin nəzarətində olsa da, gənc ədəbi qüvvələr istər bədii söz cəhətdən, istərsə də publisistik əsərlər baxımından öz sözünü deyə bilmişdir.Onun səhifələrində Y.Səmədoğlu, Anar, Ə.Əylisli, Elçin, A.Hüseynov, S.Azəri, S.Əhmədov, İ.Məlikzadə, M.Süleymanlı, S.Səxavət... kimi onlarca yazıçı, şair və publisist xalqa öz sözünü çatdırırdı.Sadaladığımız 60-cılar nəslə o dövrün cılığın azad sözünü deyə bilmək üçün "Ulduz"un səhifələrindən məharətlə istifadə edirdilər. Bu yazıçı, tənqidçi və şairlərin bədii publisistik əsərləri bütöv bir ədəbi nəslin tərbiyəsində məktəb rolu oynamışdır. 1960-1980-ci illərdə jurnalistikanın, ədəbiyyatın milli oyanışında formalaşan "Yeni-nəsil", "Yeni nəsr" ifadəsi də özünü ən çox ədəbi-bədii orqanlarda tapdı. İstər "Azərbaycan", istərsə də yeni yaranmış "Ulduz", "Qobustan" kimi ədəbi-bədii orqanlar mətbuatda, eləcə də ədəbiyyatda həqiqəti layiqincə ifadə etməklə öz xalqını, öz simasını və xarakterini formalaşdırırdı.(1,səh379).

"Ulduz" jurnalının ilk baş redaktoru Yasir Nəsirli oldu. Sonra Cabir Novruz (1967-1972), Akif Hüseynov (1972-1973), Əhməd Cəmil (1973-1976), Yusif Səmədoğlu (1976-1986), Abbas Abdulla (1986-1993), Ələkbər Salahzadə (1993-2004) jurnala rəhbərlik edib. Hazırda jurnalın baş redaktoru Elçin Hüseynbəylidir.(1,səh379).

"60-80-ci illərdə Azərbaycan mətbuatı və ədəbiyyatında meydana çıxan istedadla yazılmış əsərlər, əslində gəmidə oturub gəmiçi ilə dava etmək kimi səciyyələndirilə bilər. Yaranmaqda olan müstəqil özünü ifadə, özünü təsdiq Sovetlər İttifaqı kimi bir sistemə həqiqəti göstərməklə təsir etdi. Və bu sahədə aparıcı mövqedə, əlbəttə, ədəbi-bədii orqanlar və onların ətrafında toplanan ziyalı ordusu dayanırdı. Bu ədəbi-bədii orqanlar, xüsusən də 1967-ci ildə nəşr

olunan “Ulduz” jurnalı bir tərəfdən milli dili inkişaf etdirmək, digər tərəfdən isə milli his-həyəcanı ifadə etmək, “sosialist güzəranına” heç bir rəng qatmadan onu olduğu kimi göstərməklə “milli oyanışda” müstəsna rol oynadı.(1,səh380) Cəmiyyətdəki naqislikləri əks etdirən publisistik və bədii əsərlər “Ulduz”da daha çox çap olunurdu. Bu da adamların dünyagöyüşündə, psixologiyasında təlatüm, dönüş yaradırdı.

“Ulduz” jurnalının ilk sayına diqqət yetirəndə burada ədəbi tənqid bölməsindəki yazılar xüsusi diqqəti çəkir. Bunlardan bir neçəsinə diqqət yetirək. Bölmənin adı “Tənqid və biblioqrafiya” adlanır. “Yaşamağa yaranmış insan”, “İnsana diqqət”, “İsa Hüseynovun povestləri haqqında qeydlər”, “Azəri yazıçılarımızın həyatından dəqiqələr” adlı ədəbi tənqid nümunələri yer alıb.”Azəri yazıçılarımızın həyatından dəqiqələr” adlı yazıda qeyd olunur ki, Azəri xalqının bədii və ictimai fikir tarixinin yetirdiyi sənətkarlardan bir çoxunun şöhrəti sərhədi keçmiş və onların əsərləri dünya mədəniyyəti xəzinəsinə daxil olmuşdur. Hər bir xalq öz ləyaqətli yazıçıları, alimləri, musiqişünasları, rəssamları ilə fəxr etdiyi kimi, onlar haqqında xoş söz eşitmək, onların gündəlik həyatındakı ibrətamiz əhvalatları, qəribəlikləri də bilmək istəyir. İngilislərdə Şekspir, Bayron, fransızlarda Volter, Balzak, Düma, İspanlarda Servantes, Lope-de-Veqa, Amerikanlarda Bret Qart, Cek London, bizim özümüzdə isə M.P.Vaqif, C.Məmmədquluzadə, M.Ə.Sabir, C.Cabbarlı, S.Vurğun və başqaları haqqında məzmunlu lətifələr, məzmunlu rəvayətlər yaranmış, hazır cavablığı bildirən atmacalar onlara istinad edilmişdir. Bir çox xalqlarda yazıçıların həyatından alınmış duzlu-məzəli əhvalatlar kitab halına salınmış və bir neçə dəfə çap edilmişdir. Yazıda təəssüf hissilə qeyd edilir ki, bizim yazıçı və şairlərimizin həyatından alınmış rəvayətlər çox olduğu halda, hələ indiyədək toplanıb, bir yerdə çap olunmamışdır. Onların böyük tərbiyəvi və estetik əhəmiyyətini vurğulayan filologiya elmləri doktoru Kamran Məmmədov yazır ki, sevimli sənətkarlarımız haqqında rəvayət, lətifələrin yeri düşəndə, məclislərdə və ya adicə söhbətlərdə fikri tamamlamaq üçün bizə kömək etdiyini, hazır cavablığın fikrin orijinallığı kimi işləndiyini dəfələrlə vurğulamağın lazım olduğunu tənqid olaraq vermişlər. “Azəri yazıçılarımızın həyatından dəqiqələr” adlı məqalədə yazıçılarımızın həyatına mətbuat orqanlarının səhifələrində çox az təsadüf edildiyindən şikayətlənərək, bunu ən böyük tənqid olaraq vurğulamağın lazım gəldiyi qeyd edilmişdir.(6,səh59).

“Ulduz” jurnalı səhifələrində işıq üzü görən digər ədəbi tənqid nümunəsinə diqqət yetirək. “Yaşatmağa yaranmış insan” adlı məqalədə yazıçı, tənqidçi Gülhüseyn Hüseynoğlunun yeni bir şeir kitabı çıxartdığını və bu kitabda olan səhvləri xüsusi ilə vurğulayaraq yazır: “G.Hüseynoğlu özünü hələ tam püxtələşdirməmiş üslubuna sadıq qaldıqca daha artıq müvəffət olur. Lakin bu üslubunu nəzərə çarpdırmaq istədikdə, yəni yazıçının məqsədi yalnız üslub olduqda, necə deyərlər yalnız üslub xatirinə yazdıqda bir sünilik də meydana çıxır. Müəllif bu cəhəti nəzərə almalıdır”(6,səh54) fikirləri müəllif tərəfindən jurnalın səhifələrində yazıçının çıxardığı kitabın ədəbi tənqidi verilmişdir. Digər bir ədəbi tənqid nümunəsi isə “İnsana Diqqət” - “İsa Hüseynovun povestləri haqqında qeydlər” adlı məqalədə Beş yaşlı Nurunun dilindən qələmə almışdır. Burada “Tütək səsi” povestinin təhlili 4 səhifədə verilərək bir çox fikirlər səslənmişdir. Beləliklə “Ulduz” mətbu orqanının özündə bir maarifləndirici funksiyanın olması əksini tapır. Hər hansı yazıçılarımız haqqında məlumatsız olan insanlar belə bu povestlərin, məqalələrin nəticəsində müəyyən bir məlumata sahib olur. Bu yönümdən sovet dövrü mətbuatına nəzər saldıqda “Ulduz” jurnalının Azərbaycan mətbuatında özünəməxsus bir rolunun olduğunu aydın sezməş oluruq. Burada dərc edilmiş yazıçı Şıxəli Qurbanovun- “Ürək çırpıntıları” adlı lirik poemasında bir bənd şeiri verilmiş və onun “Günəşli”, “Düşüncələr”, “Dostlar”, “Etiraf” adlı şeirləri dərc edilmişdir.(6,səh60-65)

Həmin vaxt, yəni XIX əsrin 60-cı illərində “solçu” ədəbiyyat sayılan əsərlərin çapında Moskvada “Юности“, “Новый мир“ kimi jurnallar, Azərbaycanda isə “Ulduz” fərqlənirdi. “Ulduz” gəncliyin jurnalı oldu. Qeyd etdiyimiz kimi, bu gün “altmışıncılar”, “yetmişincilər” adlandırılan ədəbi nəsillərin özünü təsdiqində bu dərginin böyük rolu var. “Azərbaycan” jurnalı

öz istiqamətinə uyğun olaraq daha çox “canlı klassikləri” çap edirdisə, gənc nəslin cild-cild kitablara sığışacaq şeir, poema, hekayə, povest, publisistik-tənqidi yazılar, rəsm əsərləri və s. əvvəlcə “Ulduz” vasitəsilə oxucu auditoriyasına yol tapırdı.(1,səh380).

Həmin məktəb 1990-cı illərin azad mətbuatının və azad sözünün bünövrəsi rolunu oynamışdır. 1990-cı illərin yeni publisist nəslə məhz bu məktəbdə yetişdi, onların əsərləri qəzet səhifələrinə, hətta seriya kitablara çevrildi.1990-cı illərdən yaranan qəzet və jurnal bolluğu içərisində ədəbi bədii “Ulduz” jurnalının səsi yenə də xüsusi olaraq seçildi və seçilməkdədir. Bu jurnal yeni söz, azad mətbuat şəraitində əvvəlkindən daha aydın və daha gür səslənməyə başladı. Jurnal bu dövrdən başlayaraq gənclərin publisistikasında milli-mənəvi dəyərlərimizə, milli mənlilik şüuruna diqqətlə yanaşdı. Elçin, Anar, K.Abdulla, S.Azəri kimi yazıçılar bu dönməndə publisistikaya daha çox önəm verdilər.

ƏDƏBİYYAT :

1. Əzimova A. Azərbaycan ədəbi bədii orqanlarının tarixindən. Azərbaycan mətbuat tarixi antalogiyası. Bakı, 2011.
2. Əzimova A. Azərbaycan jurnal publisistikası ənənələri. “İrşad- 100”. Bakı. 2006.
3. Əzimova A. ”Ulduz” jurnalı publisistikasının əsas tematikası. “Molla Nəsirəddin-100”. Bakı. 2006.
4. N.Cabbarov. “Ulduz”da ədəbi-tənqid. “Azərbaycan” jurnalı, N3, 1992.
5. S.Məmmədli. Borçalı “Molla Nəsirəddinçiləri”. “Ulduz” jurnalı, 2000, N12.
6. “Ulduz” jurnalı, 1967, N1.
7. “Ulduz” jurnalı, 2000, N7.

Elmi rəhbər: f.d. Aygün Əzimova

Сеадат ДЖАФАРЛЫ

ЖУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ НА СТРАНИЦАХ ЖУРНАЛА «ЛИТЕРАТУРНЫЙ АЗЕРБАЙДЖАН»

SUMMARY

The article deals with the history of edition and development of the journal "Литературный Азербайджан" (" Literary Azerbaijan") published in Azerbaijan. it is emphasized that this journal is an only Russian-language journal in Azerbaijan. Its name shows that this journal was intended for advocacy and popularization of the Azerbaijani writers', poets', skilled reciters interesting and urgent works and presentation them to the young generation. This journal has been carrying out the same mission since that time.

Keywords: literature, writer ,poet,edition, press, journal

«Литературный Азербайджан» за время своего существования сыграл и продолжает играть большую роль в развитии азербайджанской, советской, всей многонациональной литературы нашей страны. Пропагандируя, популяризируя лучшие образцы творчества писателей республики, журнал вносит весомый вклад в процесс взаимовлияния, взаимообогащения братских литератур СССР, укрепление связей азербайджанской литературы с литературой русского народа, всех советских народов».

Г.А.Алиев

Литературно художественный журнал «Литературный Азербайджан», печатал на своих страницах, стихи видных писателей Азербайджана и других республик, очерки о

современниках, о героическом труде, любви и дружбе, произведения молодых авторов. Особое место занимают в журнале воспоминания, литературные портреты, материалы по искусству этики и морали. Печатаются также критические статьи, рецензии, обзоры книг. Специальные разделы освещают вопросы общественной жизни, культурных связей. Журнал публикует ранее неизвестные материалы о выдающихся общественных деятелях, литераторов, деятелей культуры, а также материалы из литературного наследия. В каждом номере - страничка сатиры и юмора, уголок природы. (9, 3 965, №12, 38 стр.)

Литература и литературная печать всегда были в центре внимания общественных процессов стран мира. Это та область идеологии, которая, действуя непосредственно на чувства, душу, сердце читателя, час за часом и день за днем формирует нравственный облик человека.

Слово писателя идет к многомиллионным массам читателей через газеты, телевидение и радио, но в первую очередь - через литературную печать, через десятки литературно - художественных журналов.

Литературное хозяйство нашей страны велико: сотни литераторов работают в разных темах и жанрах: создается множество произведений, разных по важности поднимаемых проблем, по степени проникновения в жизненные процессы, в характеры и взаимоотношения людей, по уровню художественного мастерства.

Нельзя не сказать, что «Литературный Азербайджан» - один из тех «серьезных» журналов, для которых никогда не существовало «забытых» жанров: он, например, печатает и пьесы, и произведения для детей, и материалы классического и литературного наследия, и представляет читателям народное творчество, а также наиболее яркие, приметные явления искусства - изобразительного, театрального, музыкального, архитектуру и творчество народных умельцев. Небольшие по объему соответствующие рубрики журнала несут читателю ценную информацию о культуре Азербайджана.

У каждого печатного органа - свое лицо. Лицо «Литературного Азербайджана» определено его основной задачей - представлять русскому и всесоюзному читателю современную азербайджанскую советскую литературу, ее классическое наследие, народное и ашугское творчество, искусство и культуру республики. Уже сама по себе это задача определяет характер журнала - это широкий канал обмена культурными ценностями, печатный орган, отражающий вековые связи народов, их давнюю дружбу, взаимодействие их культур. Стоит отметить, что хоть журнал и выпускался на русском языке, но именно 70% материала были переводными с азербайджанского языка.

Важное значение в журнале придавали интернациональной теме. На страницах журнала вам может не раз встретятся произведения посвященные памятным датам писателей народного наследия стран братских республик. Надо отметить, что решение этой темы было органичным, естественным, без лобовых ходов, без явной заданности. Эта тема решена также естественно, как естественно живет и укрепляется интернациональная дружба в нашей действительности. В этом смысле значительным представляется роман Ильяса Эфендиева «За семью горами», В романе показана **дружба** азербайджанского и армянского народов. Этой публикацией «Литературный Азербайджан» продолжает прежние публикации на ту же тему (роман Г. Мусаева «Северный ветер», пьеса Ю. Азмзаде «Утро апреля», пьеса И. Касумова и Г. Сеидбейли «Зачем ты живешь?», повесть Г. Рази «Из боя в бой» и ряд других повестей и особенно рассказов.

Говоря о проблемах повести в журнале, нельзя и не отметить его заслуги и авторов, которые умело, справлялись с прозой. Стоит отметить такие произведения, как «Два сокола»-Али Велиев, «Снежный перевал»-Фарман Керимзаде, «Парвине»-Мирза Ибрагимов.

Надо сказать, что повесть Исы Гусейнова перекликается с удачами Чингиза

Айтматова умеющего развивать повесть-драму с прозой, где непонятно, когда кончается рассказ и начинается повесть- драма. Иса Гусейнов в этом направлении работает очень успешно, и одна из его работа «Саз» кажется одним из наиболее ярких произведений этого жанра.

Дело в том, что драматическая композиция повести исключает всякое вмешательство автора, которое подчас бывает непомерным, - все эти любовные характеристики, которые очень заметны в других повестях. Характер Исфендияра многообразен. И надо сказать, что когда герой ставится в центр повествования драматического острого, всегда есть опасность оглушения противника. Но в этой повести этого не происходит. Курбан - он менее многообразен и многогранен, чем основной герой, но у него тоже своя идейная позиция, у него много различных связей с людьми. То что он говорит: «Ты не знаешь, как война повлияла на людей» - свидетельствует, что это многослойная фигура. И когда так раскрывается эта почтальонша, причем раскрывается совершенно неожиданно - вдруг у нее просыпается то, что она так скрывает - вот эта многосторонность характера требует читательского напряжения. Для автора характерно рационалистическое построение конфликта, но при всем том этот рационализм не становится схематизмом.(2)

Можно отметить и повести Мирзы Ибрагимова «Гюлабатин». То, что я говорил о жанре повести, - в этом заложен определенный расчет. Перед нами тот самый конфликт, о котором говорилось раньше. Здесь дается история характера девочки, которая в труднейших условиях не теряет человеческого достоинства и сохраняет в себе сильные стороны человеческого характера. И мы чувствуем, что она войдет в ряды борцов за народные права. Только, по-моему, сжатость, пожалуй, не на пользу произведению.... Осуждению авторами и критиками журнала подвергались незначительные и неглубокие в смысловом аспекте повести.

Также можно отметить погоню журнала за качественными переводами литературных классиков. Произведения, направленные на отражение дружбы народов так же не оставались Излюбленными публикациями, можно назвать творения авторов. Хотя порой их произведения не были достойны, печатный пресс.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиев С.У. Литературная критика в действии. (По страницам республики и областных литературно-художественных журналов). - Москва. 1984 год.
2. В правлении союза писателей СССР// Бакинский рабочий, 1967, 9 мая.
3. Векилов.В. В зеркале художественного слова // Вышка. 1982, 22 августа.
4. Горловский.Ал. А что стоит за цифрой// Литературная газета. 1974, 16 января.
5. Дадашзаде. М. А. - История азербайджанской литературы (С древнейших времен до середины 70-х годов XX в). Баку 1987.

Научный руководитель проф.Ш.Велиев

Yusif HÜSEYNOV

“KASPI” QƏZETİNDƏ MƏTBUAT MƏSƏLƏLƏRİ

РЕЗЮМЕ

"Каспи" коснулся проблемы создания печати печатной на родном языке на своих страницах, в отличие от нападений на газеты, опубликованных на азербайджанском языке. "Каспи" был в состоянии сказать свое слово в истории, в том числе как часть

средств массовой информации. Исследователи используют копии "Каспи" в качестве исторических документов для расследования различных инцидентов.

В статье о позиции газеты "Каспи" на события, происходящие в то время, поддержка других медиа органов, писатели собрались вокруг него.

Ключевые слова: Каспи, пресса, газеты, журналистика, язык, стиль

SUMMARY

"Kaspi" touched on the problem of creation of press printed in native language on its pages, opposed against the attacks to newspapers published in Azerbaijani. "Kaspi" was able to say its word on history, including as a part of media. The researchers use the copies of "Kaspi" as historic documents for investigation of various incidents.

The article is about the position of "Kaspi" newspaper to the events taking place at that time, the support to other media organs, writers gathered around it.

Keywords: Kaspi, press, newspapers, journalism, language, style

XIX əsrin sonu XX əsrin əvvəllərində fəaliyyət göstərmiş xalq mücahidləri, ictimai xadimlərin böyük əksəriyyəti, o cümlədən H. Zərdabi, M. Şahtaxtılı, Ə. Topçubaşov, Ə. Ağaoğlu, Ə. Hüseynzadə, Ü. Hacıbəyli, C. Hacıbəyli, N. Vəzirov, F. Köçərli, S. M. Qənizadə, C. Məmmədquluzadə, N. Nərimanov, E. Sultanov, M. Hacınski, M. T. Sidqi, T. Bayraməlibəyov və başqa görkəmli simalar "Kaspi"də qələmlərini sınamış şəxsiyyətlərdəndir.

"Kaspi" öz səhifələrində dəfələrlə yerli dildə mətbu orqanların yaradılması probleminə toxunmuş, bu ideyanı müdafiə etmiş, Azərbaycan dilində nəşr olunmuş qəzetlərin fəaliyyətini daim izləmiş, dəyərləndirmiş, onlara edilən yersiz hücumlara qarşı çıxmışdır. Qəzetin səhifələrində "Əkinçi"dən tutmuş "Ziya", "Kəşkül", "Şərqi-rus", "Həyat", "İrşad", "Molla Nəsrəddin", "füyuzat", "Tazə həyat" kimi mətbu orqanlar barədə kifayət qədər material verilmişdir. Bu məqalələrdə Azərbaycanda milli mətbuat və onun elmi-nəzəri dəyərləri, cəmiyyətin inkişafında mətbuatın yeri və rolu, mətbuat və ictimai həyat kimi nəşəllərə aydınlıq gətirilir.

Mətbuatla bağlı Ceyhun Hacıbəylinin yazıları xüsusi maraq doğurur. Ədibin mətbuat və nəşriyyat məsələləri mövzusunda yazdığı məqalələri ayrıca müzakirə mövzudur. Onun bu sahədə olan yazılarından "Qəzet işi haqqında" (7 oktyabr 1912, №226), "İranda mətbuat" (9 may 1913, №103), "Mətbəə işinin təkmilləşdirilməsi" (21 mart 1914, № 66), "Mətbuat haqqında qanun layihəsi və müsəlman redaktorlar haqqında" (4 aprel 1914, №77), "Müsəlman həyatı və mətbuatından" (10 yanvar 1917, №7) və başqalarının adını çəkmək olar.

C. Hacıbəylinin publisistikasının səciyyəvi və üstün keyfiyyətlərindən biri də budur ki, qələm sahibi faktlardan, statistik məlumatlardan gen-bol, eyni zamanda yerli-yerində istifadə edir, rəqəmlər çox olsa da oxucunu yormur, müəllifin mülahizələri, fikirləri, müddəaları içərisində "əriyib gedir". Qəzetdə mətbuat məsələlərinə xüsusi diqqət yetirən C. Hacıbəyli digər müəlliflərin yazılarına da diqqətlə yanaşır və oxucuları "Kaspi"-nin 264-cü sayında Tiflisdən verilmiş bir xəbəre cəlb edir. Bir seminariyanın açılmasıyla bağlı məlumat verən xəbəre o, öz münasibətini bildirir, jurnalist kimi yazısında buna yer ayırır və Tiflisdə seminariyanın yaranma şərtləri barədə yazır. C. Hacıbəylinin toxunduğu mövzuları, onun publisistikasını maraqlı edən cəhətlərdən biri də faktları, hadisələri müqayisələrlə təqdim etməsidir. Bu bir tərəfdən yazını oxunaqlı edir, digər tərəfdən oxucunu inandırır. Mətbuatın ölkədəki vəziyyətindən narahat olan müəllif "Biz nə etməliyik?!" adlı məqaləsində hiddətlə yazır ki, Qarsın 200 minlik müsəlman əhalisiylə bağlı baş verən faciə rus mətbuatında özünə yer tapmadı, halbuki, onlar ermənilərin, polyakların, yunanların, asurların əzablarına böyük canfıxanılıqla öz səhifələrində yer ayırırlar: "...digər xalqlar həyatın bütün elementlərini ölçüb-biçir, biz isə özümüzü həyatın axınına tabe

edirik. ətrafda möhkəm, güclü dayaq tapmadan gözümüzü yumub güclü axına atılırıq. Təşkilatlanmaq mədəniyyətimiz aşağıdır”. (“Kaspi” qəzeti, 1915-ci il, 28 mart, №67)

Ceyhun bəyin 80 il bundan əvvəl təsvir etdiyi mənzərə bu gün nə qədər tanışdır və problem bu gün nə qədər aktual səslənir!

Kaspiçilərin əksəriyyətinin mətbuatın ictimai əhəmiyyəti barədə fikirləri üst-üstə düşür və onlar yerli dildə mətbuatın vacibliyini dönə-dönə qeyd edirdilər. ümumiyyətlə, “Kaspi”nin əksər əməkdaşları ictimai tərəqqini mətbuatsız təsəvvür edə bilmirlər. Məlumdur ki, qəzetin çoxlu sayda redaktorları olub. Onların çoxu işə başlarkən mətbuata münasibətlərini bir daha bəyan etmiş, üzərlərinə düşən məsuliyyətin nələrdən ibarət olduğunu bir daha alqışlamağa çalışmışlar. Məsələn, V. V. Kuzmin birinci sayın baş məqaləsində oxuculara müraciətində əyalət mətbuatının əsas vəzifəsini yerli ehtiyac və tələbatın ifadəçisi və şərhçisi olmaqda görürdü. Təbii ki, onun bu fikri Zərdabinin məşhur kəlamını xatırladır: “...Qəzet dərviş kimi nağıl deyə bilməz. Onun borcudur işlərin yaxşı və ya yamanlığını ayna kimi xalqa göstərsin. Ta xalq göz nik-bədindən xəbərdar olub onun əlacının dalınca olsun”.

“Kaspi”nin əsas redaktorlarından biri olan N. A. Sokolinski qəzetə rəhbərliyə başlayanda oxuculara müraciətlə yazırdı: “Mən çiyinlərimə belə bir yükü götürməyə ona görə risk etdim ki, yalnız bizim cəmiyyəti deyil, bütün Rusiyanı narahat edən məsələlərin qərəzsiz və müstəqil həllində ölkəmizin ictimai maraqlarına vicdanla xidmət edim. Məsələnin bu cür qoyuluşu ona görə zəruridir ki, bizdə bakıda yalnız bir mətbuat orqanı nəşr olunur”. (Üç əsrin qəzeti. Bakı, 2011, Qanun, səh 399)

“Kaspi” qəzetində ciddi müzakirəyə səbəb olan yazılardan biri də N. Nərimanovun “Əliqələmli müsəlman ziyalıları haqqında bir neçə söz” sərlövhəli məqaləsi olub. Müəllif bildirir ki, son zamanlar Zaqafqaziyada bəzi ziyalılar rus dilində çıxan qəzetlərdə müxtəlif mövzularda olan yazılar dərc etdirirlər. Nərimanov bunu bir tərəfdən müsbət qiymətləndirsə də, digər tərəfdən onlara bəzi iradlar tutur. o yazır: “Görünür ki, bu məqalələrin müəllifləri mədəni cəhətdən geridə qalmış öz həmməzhəblərinə müəyyən bir xeyir vermək istəyirlər, onlar var qüvvələri ilə avam camaatı cəhalət girdabından xilas edib həqiqət yoluna salmağa çalışırlar. Lakin əfsus! Bu ağaların zəhməti, xidmət etdikləri və onların gözündə cahil və dərrakəsiz görünən bir cəmiyyətə, çətin ki, azacıq bir xeyir verəcəkdir”. Məqalə müəllifi onu da etiraf edir ki, bu məqalələr rus oxucusunu “Zaqafqaziya müsəlmanlarının ictimai həyatı ilə” tanış edir. Lakin o, bu mülahizələri axıradək qəbul etmir. Çünki “iş bundadır ki, həmin məqalələr bu və ya digər məsələlərin həllində fəal iştirak etmələri lazım gələn zaqafqaziya müsəlmanlarına müraciətlə bir vəz xarakteri daşıyır. Lakin bu vəz onlara çox vaxt çatmır”. N. Nərimanov fikrini açıqlayır: “Məqalələr kim üçün nə məqsədlə yazılır?!”. Özü də cavablandırır: “...həmin məqalələri buna ehtiyacı olan adamlar oxumurlar, buna ehtiyacı olmayanlar oxuyurlar”. Bəs çıxış yolunu Nərimanov nədə görürdü? Ədib çıxış yolunu Zaqafqaziyada ana dilində qəzet nəşr etməkdə, müsəlmanlara aid məsələlərin də həmin qəzetdə nəşr olunmaqda, qəzet oxuyub da nədən geridə qaldıqlarını bilmək imkanı əldə etməkdə görürdü.

Göründüyü kimi, N. Nərimanov rus mətbuatında Azərbaycan ziyalılarının çıxışlarını kifayət qədər dəstəkləmir və başqa bir işə səsləyirdi. Onlar “qızıl vaxtlarını müsəlmanların anlamadığı bir dildə məqalələr yazmağa sərf etmək əvəzinə, bu və ya digər məsələlər haqqında sadə kitabçalar nəşr etsələr, rus dilini öyrənməyin faydası haqqında yazsalar daha ağıllı iş görmüş olardılar”.

“Kaspi” qəzeti sonrakı illərdə də yerli dildə mətbuat orqanının yaradılması zərurətini ictimai rəyde qorumağa çalışmış və onun reallaşması üçün mübarizə aparmışlar. Qəzet bəzən yumşaq dildə hakim dairələrin ürəyinə insaf salmaq yerli dildə qəzetin hökumət və dövlət üçün də faydasında uzun-uzadı söhbət açır, bəzən isə məsələnin həllinin gecikdirilməsini ciddi tənqid edir. Məsələn, “Kaspi”də dərc olunan “Tatar-Azərbaycan dilində qəzetin zəruriliyi haqqında” sərlövhəli məqalədə qeyd olunur ki, “Azərbaycan dilində qəzet haqqında məqalə birinci dəfə

müzakirə olunmur”. Qəzetin fikrincə bu məsələ kiməsə, nə vaxtsa vaxtı yetişməmiş kimi görünə bilərdi. “Bizim günlərdə o, o qədər yetişib ki, bu tələbi yerinə yetirmək tam mənası ilə təxirəsalınmaz olub”.

Azərbaycan mətbuatının hər bir uğuruna “Kaspi” reaksiya vermiş, imkan daxilində jurnalistikada gedən bütün prosesləri izləməyə çalışmışdır. “Kaspi” mətbuat orqanlarının qarşılaşdığı problemlər, çətinliklərə biganə qalmamış, öz oxucularını baş vermiş hadisələrlə vaxtında tanış etmiş, həmin problemlərin həllində onlara yardımçı olmağa səy göstərmişdir. Təkcə “Molla Nəsrəddin” jurnalı ilə bağlı on bir il ərzində qəzet onlarca informasiya dərc etmiş, jurnalın nəşrinə icazə alınması, çapdan çıxması, təzyiqlərə məruz qalması və müvəqqəti bağlanması ilə əlaqədar qəzetdə müntəzəm xəbərlər getmi. Və həmin hadisələrə adekvat münasibət bildirilmişdir. Məsələn, 1907-ci ilin iyun ayında “Molla Nəsrəddin” jurnalının nəşri dayandırılır. Lakin geniş ictimaiyyətin təzyiqi nəticəsində onun nəşrinə yenidən icazə verilir. Hələ jurnalın yeni sayı çapdan çıxmamış “Kaspi” qəzeti oxucuların sevincini izhar edən informasiya dərc etmişdi. Xəbərdə bildirilirdi ki, “dünən bir dəstə müsəlman gəncləri tərəfindən “Molla Nəsrəddin” idarəsinə aşağıdakı telegram göndərilmişdir.: “Açılmağın münasibətilə səni təbrik edir və sənə həmişə məğlubiyyətsizlik arzulayırıq. Xalqımızın tərəqqisinin rəhni olan böyük ideallar yolunda sənə həmişə qələbə istəyirik . Dəstənin vəkilləri: artist Rzayev, student Məlikov, Rza Tağıyev və başqaları ”. (2, 1907-ci il 24 iyun)

Ümumiyyətlə, “Kaspi” bütün fəaliyyəti illərində, xüsusilə XX əsrin ilk onilliyində müxtəlif rubrikalar altında (“Мусульманская печать” , “Из жизни и прессы мусульмань” və s.) müntəzəm xəbərlər dərc etmiş , türkdilli mətbuatın üzləşdiyi problemləri oxucuların diqqətinə çatdırmışdır. Təkcə 1907-ci ilin 22 fevral tarixli 43-cü sayında yeddi xəbər dərc etmişdi ki, onların da dördü müsəlman mətbuatına aid idi. Birinci xəbərdə bildirilirdi ki, “Füyuzat” jurnalının sonuncu sayında Tolstoyun “Tanrıyamı, yoxsa Qaruna” hekayəsi Ə. Hüseynzadənin tərcüməsində dərc edilmişdir. Hekayə ayrıca kitab şəklində də nəşr olunacaq”. (2, 1907-ci il 22 fevral)

İkinci xəbərdə yazılırdı: “Bu günlərdə Həştərxanda “Həmiyyət” adı altında tatar dilində yeni qəzet çıxacaq. Redaktor-naşir “Bürhani-Tərəqqi” qəzetinin indiki nəşiri Mustafa Lütfi Şirvanski olacaq”. (2, 1907-ci il 22 fevral)

Digər xəbər Samarada çıxan “Ural” qəzetindən götürülmüşdür. Qəzet yazır ki, Samara şəhərində mədrəsədə şagirdlər uşaq jurnalını nəşrə hazırlayırlar.

Başqa bir xəbərdə isə türkdilli mətbuat üçün xarakterik olan bir məsələyə toxunulur. “Kaspi” qəzeti yazır ki, Misirdə nəşr olunan “türk qəzeti oxucularına müraciət edib. Müraciətdə müsəlman cəmiyyətinin süstlüyü və mətbuata laqeyd münasibəti tənqid olunur. Maliyyə çatışmazlığı üzündən bağlanmaq təhlükəsi qarşısında qalan qəzet öz oxucularına üz tutaraq deyir: “Bir-iki nəfərin köməyi ilə qəzetin nəşrini saxlamaq olmaz, ona bütün cəmiyyətin köməkliyi lazımdır, əgər cəmiyyət yardım göstərməsə heç bir qəzet yaşaya bilməz. Bax buna görə də redaksiya qəzetin nəşrini müvəqqəti olsa da dayandırmağa məcburdur.” (2, 1907-ci il 22 fevral) “Kaspi” qəzeti bu hadisəyə təəssüfləndiyini bildirir və qeyd edir ki, “türk qəzeti ən yaxşı və məlumatlı mətbuat orqanlarından biridir”.

Azərbaycan mətbuatına, həmçinin digər türkdilli xalqların mətbuatına “Kaspi”nin isti münasibətini daim izləmək mümkündür. Xüsusilə “Əkinçi” və onun yaradıcısı H. Zərdabi haqqında qəzetin fikir və mülahizələri maraq doğurur. H. Zərdabinin vəfatı ilə bağlı qəzetdə dərc olunan yazılar içərisində “Kaspi”nin əməkdaşı Olendskinin yazısı təsirli olduğu qədər də həqiqi və müasirdir: “O sağ olanda hesab edirdilər ki, o öz borcunu yerinə yetirir. ...Düzdür, öz borcunu yerinə yetirir, bəs başqaları niyə bunu eləmir? Nə üçün o, uzun müddət tək idi, 40 il bundan əvvəl cəsarətli fikirləri yazmağa və dövrü olaraq çap etməyə güc tapdı və həyata keçirdi-döğmə dildə canlı, xeyirxah, işıqlı sözləri?” (2, 1907-ci il 22 fevral)

1890-cı illərdən 1914-cü ilədək “Kaspi”nin elə bir sayı yoxdur ki, orada İsmayıl bəy Qaspralının “Tərcüman” qəzetinə istinad edilməsin. “Kaspi”nin 1903-cü ilin aprel ayının 12-də çapdan çıxan sayında Ə. Topçubaşovun “Tatar qəzetinin iyirmi illiyi” sərlövhəli irihəcmli yasısı dərc olunub. Müəllif Rusiyada tatar dilində çıxan qəzetin əhəmiyyətindən danışır, bu hadisəni müsəlmanlar arasında sevindirici və yeganə hal kimi qiymətləndirir: “1883-cü ilin 10 aprelində çıxan birinci nömrədə İ.b. Qasprinski öz qarşısına qoyduğu vəzifələri belə müəyyənləşdirirdi: “Tərcüman” öz gücü daxilində müsəlmanlar arasında sağlam və faydalı xəbərlərin bələdçisi olacaq, qarşılıqlı şəkildə rusları onların həyatı, düşüncələri və ehtiyacları ilə tanış edəcək. Beləliklə, qələmi ələ alırıq ki, həqiqətə və maarifə xidmət edək”. Həqiqətən də “Tərcüman” öz gücü daxilində zülmətin və cəhələtin əsarət zəncirindən qurtarmağın yeganə düzgün və etibarlı yolu kimi yorulmadan maarifin zəruriliyini təsdiqləyərək müsəlmanlara xidmət edir.

Qəzetin ildən-ilə uğur qazandığını, bütün Rusiya müsəlmanlarının sevimlisinə çevrildiyini vurğulayan Ə. Topçubaşov 10 illik yubileyi belə xatırlayır: Bildirir ki, o zaman bizim Zaqafqaziya tatarları da Baxçasaray qəzetinin sadə təntənəli yubileyinə səs verdilər: “Tiflisdən, İrəvandan, Bakıdan və digər yerlərdən təbrik məktubları, qiymətli hədiyyələr və s. göndərilmişdi. Hamı yorulmaz ictimai xadimi müdafiə etməyə tələsirdi və hanı istəyirdi ona “çox yaşa!” desin”. (2, 1903, 12 aprel)

“Kaspi” qəzetinin ən çox istifadə etdiyi metodlardan biri də yerli dildə çıxan mətbuat orqanlarından maraqlı və aktual olan yazıları tərcümə edib öz səhifələrində yerləşdirməsi idi. Hətta bəzən bütöv bir səhifəni bir mətbuat orqanının ixtiyarına verirdi. Məsələn, 1917-ci il iyul ayının 12-də qəzetin 4-cü səhifəsi “Bakı müsəlman İctimai Təşkilatları Komitəsinin Xəbərləri”nə verib. Ümumiyyətlə “Kaspi”nin ən çox istifadə etdiyi “Mətbuat xülasəsi”, “müsəlman mətbuatı” rubrikaları altında belə yazıları tez-tez yerləşdirirdi. “Hümmət” qəzetinin baş məqaləsinin icmalının verilməsi belə yazılardan biridir. Həmin baş məqalədə sosialistlərlə kadetlər arasında gedən mübahisədən bəhs edir. Yazı maraqlı sonluqla bitir: “qoyun dərisinə girmiş canavarların bu məqsədləri indi aydındır. Onlar ölkəni elə bir vəziyyətə çatdırmaq istəyirlər ki, əvvəl-axır hiddətlənən xalq desin ki, “hələlik biz demokratik respublikaya hazır deyilik”. (2, 1917, 12 iyul)

Qəzetdə Konstantinopolda çıxan “Mizan”, “Əxtər”, Türkiyədə nəşr olunan “Məlumat”, “Fünun”, “Maxzanul Ulumi”, Cenevrədəki “Osmanlı”, Misirdən “Al-Moaid”, “Xamsa” haqqında materiallar dərc olunur, bu mətbuat orqanlarının vəziyyətindən, fəaliyyətindən informasiyalar verir.

Bir sözlə, “Kaspi” qəzeti Azərbaycan mətbuatının bir parçası olmaqla, bu tarixdə öz sözünü deməyi bacardı. Tədqiqatçılarımız, tarixçilərimiz “Kaspi”nin nüsxələrindən, onun saylarından məhz tarixi sənədlərini, müxtəlif hadisələri araşdırmaq üçün istifadə edirlər. bu bir daha “Kaspi”nin həqiqətən tarix olduğunu və özünə yarım əsrə yaxın bir dövrü birləşdirdiyini göstərir.

ƏDƏBİYYAT:

1. Ağaoğlu Ə. Tərcümeyi-hali-acizanəm. Respublika Əlyazmalar İnstitutu, f.21, saxlama vahidi 403
2. “Kaspi” (1881-1920)
3. Hüseynov Ş. Mənəvi irsimiz və gerçəklik. Bakı, 2004.
4. Hüseynov Ş. Əhmədbəy Ağaoğlunun dünyagörüşü. Bakı, 1998.
5. Hüseynova Ülviyyə. Əhmədbəy Ağaoğlunun ədəbi-tənqidi görüşləri. Bakı Nurlan. 2006.
6. Quliyev Vilayət. Ağaoğlular. Bakı. Ozan. 1997.
7. Üç əsrin qəzeti. Bakı, “Qanun” nəş, 2011.

Elmi rəhbər prof.N.Yaqublu

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СПОРТИВНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ В КИТАЕ

SUMMARY

In the television sports news there are some problems, that require our journalists to pay attention to and improve in practical work. Excellent sports media must have a strong sense of responsibility and mission, and in the process of sports reports adhere to the correct guidance of public opinion, adhere to humanistic care, look sports reports as a noble human cause, so that ultimately promote the healthy development of sports.

Key words: *responsibility, problem, sport, news, television*

Известно, что спорт занимает особое место в общественном укладе жизни китайского народа: как каждого человека в отдельности, так и всей нации в целом. Спортивные достижения оказываются свидетельством не просто физического совершенства отдельной личности, но успешности и правильности всей политики государства. В последние годы китайское руководство уделяет развитию спорта особенное внимание. Подготовка и проведение Олимпиады в Пекине в 2008 году стали катализатором всех общественных процессов, в том числе и развития СМИ в целом и особенно китайской спортивной журналистики.

Но можно сказать, в последние годы с постоянно увеличивающимся вниманием общественности к спортивной проблематике, с многообразием крупнейших мировых соревнований, требующих глубокого и профессионального освещения, китайская спортивная журналистика с одной стороны бурно развивается, с другой стороны также сталкивается с проблемами. В связи с этим в Китае появилось много производных тем, касающихся телевизионной спортивной журналистики.

Очевидно, что спортивная журналистика на телевидении Китая, как особое социальное явление, все время существует в жизни людей и влияет не только на их жизнь, но и на развитие спорта. Она хорошо исполняет свои обязанности: освещает спортивную жизнь массовой аудитории, деятельность профессиональных спортсменов и другую связанную с ними информацию, а также события общественной жизни, так или иначе связанные со спортом и физкультурой. Она имеет огромное социальное значение, способность влиять на общественное сознание, формировать представление общества о здоровом образе жизни, что, в свою очередь, отражается на общем уровне жизни граждан. Благодаря непрерывному развитию спорта и развитию телевизионной спортивной журналистики, в Китае все больше и больше людей начинают задумываться над состоянием своего собственного здоровья, обращают все больше внимания на информацию, связанную со спортом.

Особенно бурное развитие китайской спортивной журналистики на телевидении пришлось на период последних двух десятилетий – начиная с 90-х годов XX века по настоящее время. Сегодня спортивная журналистика на телевидении в Китае является самостоятельным и чрезвычайно динамичным институтом в системе СМИ.

Несмотря на бурное развитие электронных СМИ, телевидение всё-таки занимает самое важное место в Китае. Важнейшую роль в развитии и совершенствовании спортивной журналистики на телевидении играют такие масштабные события

мирового уровня, каким является Олимпиада-2008 в Пекине, которая способствовала окончательному формированию облика современной спортивной журналистики КНР, и накануне которого произошел в китайском обществе новый всплеск интереса к спорту.

Всем известно, что в настоящее время в большинстве стран мира есть своя инфраструктура спортивных СМИ, в Китае тоже существует такая инфраструктура. В начале 1995 года на Центральном телевидении Китая пятый канал программ CCTV-5 был выделен как специальный спортивный канал. Это означает, что развитие спортивной журналистики на телевидении Китая поднялся на более высший уровень. Тем не менее, с развитием существуют несколько проблем во многих аспектах. Но главным образом, проблемы проявляются, в отсутствии социальной ответственности распространения спортивных новостей:

1. Ложные новости. Распространение ложной информации СМИ является безответственным, подходом к работе. Например, один из ложных новостей во время Чемпионата мира по футболу в Южной Африке 2010 года - у австралийского футболиста Гарри Кьюэлла была неизлечимая болезнь. Так не только снижают качество и уровень новостей, но и оказывают негативное влияние на доверие зрителей к СМИ, в итоге уменьшают влияние спортивных СМИ.

2. Развлечения. Неоспоримо, что развлекательные новости - это информационные продукты, возникающие в соответствии с некоторыми современными потребностями аудитории, а спорт сам также имеет контент развлечения. По сравнению с другими сообщениями спортивные новости характеризуются особенностью присутствия в них элементов развлечения. Но, некоторые средства массовой информации, для того, чтобы привлечь внимание, используют ненормативную лексику, сообщается большое количество сплетен, желтых новостей и дают разоблачительную информацию о некоторых спортсменах. Удовлетворение спроса на рынке СМИ может легко привести стиль спортивных новостей к низкопробным, вульгарным, пошлым.

3. Отсутствие гуманистического духа. Во-первых, в основном в сообщениях игнорируют чувства спортсмена. Например, комментатор спортивной новости CCTV5 с сарказмом и иронией отмечает, что китайский футбол за последние три года не достиг преимущественных достижений. Это на самом деле отсутствие уважения к спортсменам, это субъективный комментарий по отношению к более слабой стороне в спорте. Во-вторых, в сообщениях много внимания уделяется на итогам конкурса, чемпионам, золотым медалям. Как и в 2011 году чемпионате мира по бадминтону в Лондоне, Ли Чун Вэй проиграл игру Лин Дан. В спортивной журналистике Китая Ли Чун Вэй был назван "Вечным вторым". Вы можете почувствовать то, что спортсмен уже стал инструментом, который только проиграл золотую медаль. И такая идея сообщения рассматривает победу и поражение, честь и интересы как господствующее мышление участия в спортивных состязаниях легко вводит заблуждение о духе и ценности спорта.

4. Одним словом, спортивная журналистика на телевидении Китая затрагивает жизнь всего общества и имеет значительный спрос. Она помогает укреплять и развивать общественные ценности и внутреннюю мотивацию, способствующую дальнейшему развитию личности и общему прогрессу общества. Это означает, что китайские спортивные журналисты должны выполнять свои обязанности, чтобы завершить свою миссию, чтобы улучшить свое присутствие в новостях в вопросе, с тем чтобы сделать

здоровое развитие спортивные новости Китая, для того, чтобы эффективно обслуживать аудиторию спортивных новостей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Телевизионная журналистика / Г.В Кузнецов и др.. – М.: Высшая школа, 2002.
2. «История развития спортивной журналистики в Китае до 1949 г.» 2010. – №3. – С.116-117.
3. «Современные тенденции развития спортивной прессы в Китае». М., «Спутник+», 2010. – №4. – С.51-53.
4. Интернет ресурсы
5. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1638910>
6. <http://www.referun.com/n/rol-i-mesto-sportivnoy-zhurnalistiki-v-sisteme-smi-ssha>
7. <http://www.doc88.com/p-5496291788612.html>
8. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1638910>
9. <http://www.doc88.com/p-69523930440.html>
10. <http://catalog.multiwork.org/kt-sportivnaya-zhurnalistika-na-1717/>

Bəhrüz NİFTƏLİYEV

AZƏRBAYCAN TELEVİZİYASININ İNKİŞAFINDA HEYDƏR ƏLİYEVİN ROLU

РЕЗЮМЕ

Журналистика в истории человечества нашла свой путь и развиваясь, превратилась в развитую социальную систему. Поначалу все писалось. Затем создали электронное медиа. Как мы знаем, профессия журналиста сложная, и к тому же ответственная. Формирование профессиональной этики в азербайджанской журналистики приходится на XX век. Сегодня тоже очень важна профессиональная этика журналиста.

Ключевые слова: культура речь, электронное медиа, оригинальные передачи, политика языка, этика журналистика

SUMMARY

Journalism developed a certain stage of human society and it became a social system gradually with developing. The first media appeared, then formed electronic media. The first electronic media is radio and it was created about 1 century ago. As we know, the profession of journalist is difficult, risky and requires a lot of responsibility. The formation of professional ethics of journalism in Azerbaijan goes far back to the XX century. Later, our writers followed this principle as well.

Key words: language policy, speech culture, original programme, journalistic ethics

Müasir dövrdə televiziya ən təsirli informasiya vasitəsidir. Türk tədqiqatçısı Ridvan Bülbül çox haqlı olaraq qeyd edir ki: “Televiziya danışıqı və hadisəni görüntülərlə, göz önünə gətirməklə mətbuatın kəşf edilməsindən bəri xüsusi qiymətləndirilən bir texniki vasitədir” (1.s.83). “Şehirli güzgü” adlandırılan televiziyanın respublikamızda fəaliyyətə başlamasının 60 illik yubileyi yaxın günlərdə tamam olacaq. Bu 60 illik fəaliyyətdə televiziyaımız çox çətin və şərəfli bir inkişaf yolu keçib. Onun ölkəmizdə inkişaf etməsində istər ötən əsrin 70-80-ci illərində, istərsə də yenidən müstəqilliyimizin bərpa olduğu illərdən sonrakı dövrdə ümummilli liderimiz Heydər Əliyevin çox böyük rolu olub.

Ulu öndər respublikamızda mətbuatın, xüsusən də televiziyanın qabaqcıl dövlətlərin mütərəqqi ənənələrinə əsaslanmaqla, eyni zamanda, xalqın tarixi-mili xüsusiyyətlərini qorumaqla inkişaf etməsini vacib sayırdı. Onun milli-mənəvi dəyərlərlə bağlı verdiyi bəyanətlər, imzaladığı sərəncamlar Azərbaycan mediasının ayrıca mövzusunə çevrildi. Burada jurnalistin peşə etikasına da əsas mövzulardan biri oldu. Azərbaycan jurnalistikasında 1990-cı illərin əvvəllərindən özəl sektorun yaranması ilə sayca çoxalan KİV peşə etikasına problemini mütləq şəkildə gündəmə gətirdi. Onu da qeyd edək ki, jurnalistin peşə əxlaqı ilə onun peşə borcu bir-birinə çox yaxındır. Tele verilişlərdə isə bu daha mühüm əhəmiyyət kəsb edən məsələdir.

Televizor XX əsrin əvvəllərinin elmi kəşfindən XX əsrin ortalarından məişət predmetinə çevrilmişdi. “Televiziyanın tam inkişafı ilə bəşəriyyət Qutenberq erasından Markoni-Popov erasına keçdi” (3.s.552). Elektron KİV-in başqa sahələri nə qədər güclü inkişaf etsə də “bu günün televiziya qəzetdən də, radiodan da, digər dərgilərdən də daha ölkəm bir kütləvi informasiya vasitəsi olaraq öz imkanlarını göstərməkdədir” (2.s.299).

1960-70-ci illərdə respublikamızda televiziyanın texniki imkanlarının çox ciddi inkişaf dövrü olduğu kimi telejurnalistikanın da tam formalaşma dövrü idi. Bax belə bir zamanda respublikaya rəhbərlik edən H.Əliyev başqa sahələrdə olduğu kimi bu sahədən də qayğısını əsirgəmədi. Yayınlanan verilişlərin daha keyfiyyətli olması üçün dövlət tərəfindən yüksək səviyyədə tədbirlər həyata keçirildi. Bu proses əsasən 1991-cı illərdən sonrayənən müstəqilliyimizin bərpasından və H.Əliyevin 1993-cü ildən sonra yenidən hakimiyyətə gəlişindən sonra daha yüksək səviyyədə həyata keçirildi. Televiziya yayımı haqqında qanunlar qəbul edildi, sərəncamlar verildi. Özəl tele kanalları yaradıldı, senzura ləğv edildi.

Ölkəmizin uzun illər totalitar Sovet cəmiyyəti daxilində yaşamasına baxmayaraq, müstəqilliyimizi bərpa etdikdən cəmi beş il sonra ümummilli lider Heydər Əliyev tərəfindən 8 avqust 1998-ci ildə “Qlavlit”in - Senzura idarəsinin ləğv olunması kimi cəsarətli və vətəndaş cəmiyyəti quruculuğu yönündə mühüm qərar qəbul edildi. 7 dekabr 1999-cu ildə isə Azərbaycan Respublikasının prezidenti, cənab Heydər Əliyev tərəfindən “Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu imzalanaraq qüvvəyə mindi. 2003-cü ildə isə beynəlxalq təcrübənin daha bir öncül nümunəsindən yararlanılaraq cəmiyyət, dövlət orqanları və kütləvi informasiya vasitələri arasında münasibətlərin ictimai tənzimlənməsi mexanizmi kimi Mətbuat Şurası yaradıldı. MŞ keçən dövr ərzində KİV-in bütün əlaqəli institutlarla münasibətlərinin ictimai mexanizm olaraq tənzimlənməsi yönündə mühüm orqana çevrilib.

Televiziya kütləvi informasiya vasitəsi olsa da, hər bir verilişin baxılması mütləq kütləvi xarakter daşımır. Zaman amilindən, asudə vaxtın səmərəli bölüşdürülməsindən danışdığımız bir vaxtda uşaqlardan tutmuş böyüyədək geniş bir auditoriyanı verilişlərin hamısına baxmağa vadar etmək faydasızdır. Hər bir televiziyanın ən başlıca işi baş verənləri tamaşaçıya çatdıran xəbər proqramlarıdır. Müəyyən xəbər qurşaqları kimi verilən xəbərlərlə yanaşı, xüsusi olaraq hazırlanan xəbərvermə məzmunlu xüsusi xəbər verilişləri televiziya informasiya çatdırma qurumlarıdır.

“Teleməlumatların istehsalı prosesinin labüd nəticəsi olan şifahi (verbal) və vizual şərhələrdən başqa, texləbərlərdə qismən yozum (interpretasiya) payı vacib sayılır. İ. Fəhinq fikrincə, “yaxşı reportyor, sadəcə hadisənin gedişini nəql etmir, o, məhz hadisənin mənasını izah edir” (47,127). Beləliklə, hadisələrin, qəhrəmanların və hadisədəki tərəflərin (fakt və detallar) seçilməsi həmişə mövcud olur. Ancaq bu, televiziya informasiya proqramlarının siyasi çağırış xarakteri daşmasına haqq qazandırmır. Televiziya yeniliklərindən ictimai fikrin formalaşmasında alət kimi istifadə olunur. Jurnalistlər oliqarx və siyasətçilərin maraqları çərçivəsində fəaliyyət göstərərək bəzən sadəcə vətəndaşların

ehtiyaclarını unudurlar. Belə olan halda, mətbuat cəmiyyətdən gözlədiyi və “lazımı” reaksiyanı almağa həmişə müvəffəq olmur. Bu mənada ANS-in “Hesabat”ını uğurlu layihə kimi dəyərləndirmək olar. Təkcə xəbər başlıqlarına nəzər yetirsək verilişin müəllifi Mir Şahin Ağayevin timsalında bir jurnalistin hadisələrə dəqiq və qərərsiz mövqeyini görmüş olarıq. Günəşli yatağında baş vermiş faciədən bəhs edən “İpdən asılan ömürlər və ölümlər”, Nadaran ixtişaşlarının təhlilə çəkildiyi “Çətin keçid postu”, Türkiyə ilə Rusiya arasında gərginləşən münasibətlər dönməndə Azərbaycanın mövqeyinin vacibliyindən söz açılan “Biz kimin tərəfində olmalıyıq” sərlövhəli xəbərlər tamaşaçını həm cəlb edir, həm həyəcanlandırır, həm də hadisələri sanki mərkəzə daşıyır. Seyirci təqdim olunan sujetlər sayəsində hadisələrdən ətraflı şəkildə xəbər tutur. “Peşəkar üslubun yaradıcı mühitdə formalaşdırma bildiyi ictimai üslub, yalnız kütləyə - çoxluğa aid olan qlobal problemin bədi həllini təqdim etdikdə sosial sifarişini yerinə yetirir” (2,163). Yeri gəlmişkən bir faktı da qeyd edək ki, ANS-TV-nin də H.Əliyevin çox böyük rolu olmuşdur.

Elektron KİV sahəsində ümummillə lider Heydər Əliyev tərəfindən qəbul edilən mühüm qərarlardan biri də televiziya və radioaların fəaliyyətinin geniş hüquqi bazasının yaradılması ilə bağlıdır. Belə ki, 2002-ci il iyunun 25-də “Televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu qəbul edildi. Həmin Qanunun tətbiq edilməsi barədə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2002-ci il 5 oktyabr tarixli Fərmanının 1-ci bəndi ilə Milli Televiziya və Radio Şurası yaradıldı. Bu gün ölkəmizdə 30-dək mərkəzi və regional televiziya və radionun fəaliyyət göstərməsi, bu sahədə plüristik cəmiyyətin mövcudluğu məhz Heydər Əliyevin KİV-lə də bağlı uzaqgörən siyasətinin bariz göstəricilərindən sayılır. H.Əliyev ölkə həqiqətlərinin dünya ictimaiyyətinə daha dolğun çatdırılması üçün bu sahədə həm kəmiyyət, həm keyfiyyət dəyişiklikləri baş verdi. Məhz bu illər ərzində Azərbaycan televiziyasının qlobal informasiya kontekstinə sürətli inteqrasiyası qeyd olunmalıdır: ölkəmizdə baş verən hadisələr “on line” rejimində, dünya informasiya agentliklərinin lentlərində və elektron media vasitələrində əks olunmağa başladı.

ƏDƏBİYYAT

1. Dadaşov A. Ekran dramaturgiyası: mövzu, struktur, üslub, janr. Bakı, “Təhsil”, 1999, 224 s.
2. Ridvan Bülbül. Genel Gazetecilik. Ankara. Kızılay. 2000
3. Oya Tokgöz. Temel Qazeteçilik. İmge kitabevi. Ankara. 1994
4. Məmmədli Cahangir. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi (Dərslik) Bakı. 2013
5. Теленовости: секреты журналистского мастерства (Реферат книги Ию Фенга «Теленовости, радионювости». –Сент-пол, 1985) Москва, 1994, 144 с.

İlqar ƏHMƏD

RUSİYANIN NTV TELEKANALININ "SEQODNYA. İTOQOVAYA PROQRAMMA" İNFORMASIYA BURAXILIŞINDA TELEREPORTAJ VƏ TELEVİZİYA MÜSAHİBƏSİNİN XÜSUSİYYƏTLƏRİ

РЕЗЮМЕ

Российский телеканал НТВ один из передовых медиа-организаций мира в области новостной политики. Несмотря на то, что все страны говорят о демократии, свободе слова, свободе прессы с энтузиазмом, но как и в любой стране мира телеканал НТВ тоже защищает интересы государства и распространяет заказные материалы. И мы решили исследовать новостные передачи этого

телевидения с точки зрения профессионализма. «Сегодня. Итоговая программа» - передача, которая выходит в эфир каждое воскресенье, больше всех соответствовала поставленной цели. Потому что, в этой передаче можно увидеть все значительные события, анализ и широкий обзор самой интересной информации за неделю. А по комментариям можно с легкостью понять на столько объективны или необъективны представленные материалы. Техническая сторона передачи осуществляется с профессионализмом. От работы ведущего в студии до «стэнд-апов» в репортажах – каждая деталь разрабатывается специально.

Ключевые слова: НТВ, новостные передачи, «Сегодня. Итоговая программа», телерепортаж.

SUMMARY

Russian TV channel NTV is one of the leading media organizations of the world in the field of news policy. Despite the fact that all countries talk about democracy, freedom of speech, freedom of press with enthusiasm, but as in any country of the world NTV also protects the interests of the state and prepares politically motivated materials. And we decided to investigate the news programs of this television in terms of professionalism. "Segodnia. Itogovaia programma" - program, that on the air every Sunday, seemed more expedient. That's because, in this program we can see all important events, analysis and review of the most interesting information of a week. And comments help us easily understand, how objective or biased materials are. The technical side of the program is realized with professionalism. From the anchorman's work in the studio to the "stand-ups" in reportages - every detail is developed specifically.

Keywords: NTV, news programs, "Segodnia. Itogovaia programma", TV report.

"Segodnya. İtoqovaya proqramma" – həftəlik publisistik informasiya proqramıdır. Bazar axşamları efirə çıxır. Proqramın konsepsiyasını "həftənin əsas hadisələrinə reportyor baxışı" kimi bir neçə sözlə ifadə etmək olar. İlk buraxılışı 19 aprel 1997-ci ildə efirə çıxıb. Proqramın xronometrajı 52 dəqiqə təşkil edir. Reportaj və informasiya materiallarının xronometrajı isə 02:20-dən 08:30-a qədər çatır. Veriliş rubrikalara və tematik qruplara bölünür.

Rubrikalar: "siyasət", "nümayiş və mitinqlər", "hadisə", "iqtisadiyyat", "texnologiya".

Tematik qruplar: "terrorizm", "Yaxın Şərq", "hərbi", "avtosənaye", "yeniliklər", "idman".

Məqalədə reportaj və müsahibələr əhəmiyyət və aidiyyətinə görə rubrikalara bölünməsi prinsipi ilə təhlil olunub.

Buraxılış "cinql" və aparıcı salamlaşmayla başlayır, vacib hadisələrin 1 dəqiqəlik anonsu ilə davam edir. "İtoqovaya proqramma" informasiya buraxılışı reklamla iki hissəyə ayrılır. Bu məqalədə buraxılış tematik hissələrə bölünmür, çünki bütün telereportajlar və informasiya materialları "ən əhəmiyyətli və daha az əhəmiyyətliyə" prinsipi üzrə yerləşdirilir.

Reportaj №1 "siyasət" rubrikasına və "terrorizm" tematik qrupuna aiddir. Xronometrajı 8,5 dəqiqədir. Bu, səsli təsvirlərdən, şərhərdən ibarət sinxron reportajdır. Reportaj vəzifəli şəxslərin təhlükəsizliyi, cinayət və terror təhdidlərinə qarşı mübarizəyə həsr olunub. Reportaj keyfiyyətli hazırlanıb. Tanınmış telejurnalist Pol Steynlinin "Televiziya reportajı: peşəkarlar üçün praktik vəsait" kitabında yazır ki, "ssenarinin, şərhin, materialın verilmə tərzinin, intonasiyanın, temporitmin, səs sırasının və görüntünün ustalıqla uzlaşdırılması televiziya reportajının bütövlüyünü təmin edir". Bu reportajda sadaladığımız bütün məsələlər diqqətdə saxlanılır ki, bu da materialın peşəkar formada hazırlanmasına bir sübutdur. 3 hissədən ibarətdir: 1 hissə – aktual problem üzrə Moskvada koordinasiya müşavirəsi; 2 hissə –

Domodedovo aeroportunun kimə məxsus olması haqqında sualın müzakirəsi və 3 hissə – ekstremizmin qarşısının alınması üzrə Vladıqafqaz görüşü. Müxbir reportajda 5 müsahibədən istifadə edir. Problemlə bağlı bir çox baxışlar qarşılaşdırılır. Statik (Domodedovo hava limanının güman edilən sahiblərinin şəkilləri) və hərəkətli kadrlardan istifadə edilir. Çoxrəngli təsvir və sonda müxbirin Kremlin fonunda “Stand-up”ı.

Proqramda 2 informasiya materialı olur. Aparıcı videosilsiləni şərh edir. Müəllifin mövcudluğu minimuma endirilib. Faktlar səsləndirilir, müsahibə yoxdur. Yaxın Şərqdəki qarşıdurmalar haqqında 2-ci informasiya materialı Sergey Morozovun eyni mövzulu telereportajı ilə davam edir. Amma bu problemin müzakirəsi vaxtı diqqət artıq başqa yönə cəlb edilir. Reportajın xronometrajı 6 dəqiqə 13 saniyədir. Bu, səsli təsvirlərdən, şərhlərdən ibarət sinxron reportajdır. Reportajda İsrail və Fələstin arasında yaşanan son gərginlikdən bəhs edilir. Səlahiyyətli şəxslər və adi sakinlər olmaqla reportajda 5 müsahibədən istifadə edilib. Fikirlər və faktlarda müəyyən qədər balansın qorunmasına cəhd müşahidə olunur. Müəllif siması xüsusi rol oynayır. Müxbir problemi işıqlandırmğa çalışır, sadə əhalinin və ekspertlərin fikirlərini səsləndirib, mövcud problemdən müəyyən nəticələr çıxarır. Reportaj “stand-up”la başa çatır. Materialda müəllif rəyləri də önəmli yer tutur. Bu da telereportajda yolverilməzdir. Reportajda çoxrəngli təsvir, statik (İsrail və Fələstin arasındakı sərhədləri əks etdirən fotolar) və dinamik kadrlardan istifadə edilib. Səlahiyyətli şəxslərin müsahibəsində subtitrlər və müxtəlif qrafiklər yer alır (tamaşaçı ekranın solunda müsahibənin alındığı yeri, sağda isə müsahibə alınan şəxsi görür). Bu üsuldən telereportajı fərqli, auditoriya üçün maraqlı etmək üçün istifadə edilir.

Anton Volskinin müəllifi olduğu reportaj №5 "iqtisadiyyat" rubrikasına və "avtosənaye" tematik qrupuna aiddir. Xronometrajı 7 dəqiqə 40 saniyədir. Bu da səsli təsvirlərdən, şərhlərdən ibarət sinxron reportajdır. Reportajın ortasında orijinal “stand-up” yer alır (müxbir qaçaraq yolu keçir). Reportaj 2 hissədən ibarətdir: I hissə Tolyatti şəhərinin avtomobil sənayesi, II hissə isə Tolyattinin qeyri-avtomobil sektorundan əldə edilən gəlirlə bağlıdır. Reportajda bir çox səlahiyyətli şəxsdən müsahibə alınıb. Bu reportajın fərqləndirici xüsusiyyəti hər müsahibədə səlahiyyətli şəxslə birgə müxbirin də kadrda olmasıdır. Kamera həm müsahibə alınan şəxsi, həm də müxbiri çəkir. Bunu reportajda fərdiləşdirmə ilə izah etmək olar. Fərdiləşdirmə müxbiri reklam xarakteri daşıyır. Fikrimcə, Anton Volskinin reportajında müəllif fiqurunun bu cür həddindən artıq reklam edilməsi auditoriyanı hədəfdən yayındırır. İnsanlar yalnız reportajın mövzusunu və müxbiri yadında saxlaya bilər. Əlbəttə ki, bu elə də yaxşı üsul deyil. Amma çox güman ki, müxbirlərin reklam edilməsi telekanalın xüsusi siyasətidir. Reportajda çoxrəngli təsvir və ancaq dinamik kadrlardan istifadə edilib.

Reportaj №7 Vadim Fefilov tərəfindən hazırlanıb. “Hadisə” rubrikasına və “idman” tematik qrupuna aiddir. Xronometrajı 8 dəqiqə 5 saniyədir. Bu da səsli təsvirlərdən, şərhlərdən ibarət sinxron reportajdır. Mövzusu Moskvada terror hadisələri ilə bağlı anti-terror əməliyyatlarının əhatə dairəsinin genişlənməsidir. “Stand-up” reportajın ortasında yerləşir və xüsusi orijinallığı yoxdur. Qulu Məhərrəmlinin qeyd edir ki, “Təsvir-səs-nitq” triadasının hər bir elementi öz televiziya xarakteristikasına malikdir, amma onların hansı birininə dominantlığı yalnız kompleks təhlil nəticəsində müəyyən edilə bilər. Çünki televiziya verilişlərini formalaşdıran vasitələrin hər üçü həm ayrıca, həm ikilikdə, həm də üçlükdə istifadə olunur, eyni zamanda hər bir element nisbi sərbəstliyə malikdir və məlumatın çatdırılması zamanı ahəngdarlıq yaradır. Məhz bu prosesdə televiziya əsərində söz sırasının görüntü sırası ilə canlanması hadisəsi baş verir ki, bununla da ekran konteksti yaranır”. Reportajda triada tam olaraq öz ekran həllini tapır. Reportaj balanslaşdırılıb. Müxbir müsahibələrində müxtəlif sosial təbəqədən olan insanlardan istifadə edir – səlahiyyətli şəxslər və adi sakinlər. Müxbir həmçinin xarici turistlərin də terror təhlükəsiylə

bağlı fikirlərini öyrənir. O Şimali Qafqazdakı gərginlik vaxtı yalnız turistlərin ziyan çəkdiyini deyil, Kabarda-Balkarıstan əhalisinin yaşayış səviyyəsinin aşağı düşməsinə təhlil edir. Çünki həmin bölgənin əsas gəliri turist axınından əldə edilir. Jurnalist bu halda alternativ gəlir mənbələrini araşdırır (volfram-molibden kombinatının texniki-istehsal idarəsinin keçmiş direktoru ilə müsahibə) və müəyyən nəticəyə gəlir. Reportajda çoxlu dinamik kadrlardan və çoxrəngli təsvirdən istifadə edilib.

Verilişin 8-ci reportajı "texnologiya" rubrikasına, "yeniliklər" tematik qrupuna aiddir. Xronometrajı 6 dəqiqə 13 saniyədir. Sinxron reportaj səsli təsvirlərdən və şərhlərdən ibarətdir. Mövzu Rusiyada yeni bir sahənin – kустar üsulla şokolad istehsalının yaranması və inkişafından haqqındadır. Müxbir öz reportajını hər bir şokoladın spesifikasiyasını nəzərə almaqla şəxsi təcrübələrə əsaslanaraq qurur. Həmçinin xarici bazarla müqayisə edir, texniki vasitələr və kakao istehsal edən ölkələrdə sabitlik olduğu halda istənilən insanın şokolad hazırlaya biləcəyini qeyd edir. Bu hissəyə qədər, müxbir bütün məlumatları tamaşaçıya şəxsən çatdırır. Bu auditoriyanın statistik məlumatları qrafik elementlər olmadan daha yaxşı qavramasına yardımçı olur. Materialda "stand-up" yoxdur. Amma bu halda müxbir reportajın müəyyən hissəsində şokolad istehsalçısı rolunda çıxış edir. O istehsal prosesinə qoşulur. Biz artıq NTV müxbirlərinin auditoriyada maraq oyatmaq üçün kadrda tez-tez, spesifik formada meydana çıxmasından və orijinal "stand-up"lar etməsindən danışmışdıq. Reportajda əsasən səlahiyyətli insanların çoxluq təşkil etdiyi xeyli müsahibə var. Müxbir reportajın hazırlanmasında Sovetlər dövrü və bugünkü gün arasında müqayisə aparmaq üçün tez-tez tarixi məlumatlara müraciət edir. Materialda müxtəlif vaxtlarda şokolad istehsalının fərqliliyi təhlil edilir. Reportajda statik və dinamik kadrlardan bol-bol istifadə edilib.

Yekun. Kiril Pozdnyakovun təqdimatında "Seqodnya. İtoqovaya proqramma" reklam bloku ilə iki hissəyə bölünərsə də hissələr bir-biri ilə tam əlaqəlidir. Reportajlar siyasi və iqtisadi mövzuların beynəlxalq və ümumrusiya xarakterinə əsaslanaraq əhəmiyyət dərəcəsinə görə düzülüb. Buraxılış əyləncəli materiallarla tamamlanır. Reportajlar keyfiyyətli hazırlanıb, çoxşaxəlidir. Bu, bir çox baxış bucağından, müqayisəli xarakteristikadan, qarşılaşdırma və analizdən istifadənin hesabına əldə edilir. NTV müxbirləri reportajların hazırlanmasında istifadə olunan texniki vasitələrinə xüsusi önəm verirlər, qrafik effektlərdən geniş istifadə edirlər. Qrafiklər, cədvəllər və diaqramlardan başqa müsahibələrdə qeyri-standart auditoriyaya da yer verilir. Reportajlar uzun xronometraja malikdir. Müzakirə etdiyimiz reportajlar arasında, zənnimizcə Anton Volskinin hazırladığı reportaj № 5 qeyri-peşəkar işdir. Çünki müxbirin özünü reklamı reportajın mahiyyətini itirir, bütün diqqət material müəllifinin şəxsiyyətinə cəmlənir.

Mariya Lukinanın "Müsahibənin texnologiyası" dərslində bildirilir ki, telejurnalist hər hansı bir materialda balans qorumaq istəyirsə mübahisə və ya müzakirə tərəflərinin hər birinin fikrini öyrənməli və onu fikrin çatdırıldığı əsas hissə kəsilmədən efirə verməlidir. Ancaq o zaman jurnalistin obyektivliyinə inam artar və qoyulan problem izləyici üçün anlaşılan olar. "Seqodnya. İtoqovaya proqramma" verilişinin müxbirləri faktları fikirlərdən ayırmağa, müsahibələrdə balans qoruyaraq baxılan problemə qarşı obyektiv olmağa çalışırlar.

Material telestudiyadan çatdırılan zaman ekranda statik kadrlar, reportaja cəlb edilmiş şəxslərin üzü və aparıcı şərhləri ilə müşayiət olunur. Aparıcı mətnləri yaxşı hazırlanıb və artıq yarımbaşlıqlardan auditoriyanın diqqətini cəlb edir ("Problemlər və prioritetlər...", "Qıpqırmızı çaylar", "Köçəri həyat...", "nəsillərin əlaqəsi" və s.). Aparıcı mətnləri texniki cəhətdən kameranın hərəkəti hesabına diqqəti cəlb edir. Biz proqramda aparıcının studiyada stol arxasında oturmasını, studiyaya daxil olma və çıxışını,

həmçinin kameranın yuxarıya qaldırılıb studiyanın iri planda çəkilməsi və s.-ni görə bilərik. Bütün bunlar efirə canlandırır.

Qeyd etmək lazımdır ki, NTV telekanalı efir vaxtını müxtəlif formalı informasiya materialları ilə doldurmağa çalışır. Əksinə, NTV xəbər materiallarına son dərəcə peşəkarlıqla yanaşır. Müxbirlər hər materialla fərdi şəkildə yanaşır, onu müəllif fikirləri ilə tamamlamağa çalışırlar. Problem haqqında müxtəlif baxışları müqayisə etməklə bərabər, onu təhlil edib nəticə çıxarmağı da unutmurlar.

ƏDƏBİYYAT

1. "Seqodnya. İtoqovaya proqramma"nın buraxılışı
2. Televiziya reportajı. Peşəkarlar üçün praktik vəsait, Pol Steynli, Mayami Universiteti (tərcümə: Zeynal Məmmədli)
3. Televiziya jurnalistikasının əsasları, Qulu Məhərrəmli. Bakı, BDU nəşr., 2005.
4. Müsahibənin texnologiyası, Mariya Lukina. Moskva, 2003
5. Здесь было НТВ, Виктор Шендерович. 2002

Elmi rəhbər prof.A.Dadaşov

Elnarə SALAMOVA

UŞAQ VERİLİŞLƏRİ VƏ BU VERİLİŞLƏRDƏ YAYIMLANAN REKLAMLAR

РЕЗЮМЕ

В данной статье говорится об особенностях рекламы, адресованной малышам в передачах, в частности детских программах. Основное содержание статьи составляют принцип более чувственного отношения к рекламе, адресованной детям и принципы, которые должны быть выполнены при подготовке данной рекламы. В статье наши своё отражение вопросы сохранения чувственности при подготовке как самих детских передач, так и рекламы, адресованной детям.

Ключевые слова: детские передачи, телевизионное вещание, реклама, телевизионные передачи, телевизионная реклама

SUMMARY

This article is about the nature (features) of ads in programs, mainly the ads in children's programs directed at kids (or aimed to kids).The main content of this article is to take more sensitive approach to the ads aimed to the kids and the principles to be followed in preparation of these ads. Issues , such as protection of sensitivity in the programs for children as well as in the ads addressed to them is reflected in the article.

Key words: children's programs, television broadcasting, advertising, television programs, television commercials

Televiziya kütləvi informasiya vasitəsi olsa da, hər bir verilişin baxılması mütləq kütləvi xarakter daşıyır. Zaman amilindən, asudə vaxtın səmərəli bölüşdürülməsindən danışdığımız bir vaxtda uşaqdan tutmuş böyüyədək geniş bir auditoriyanı verilişlərin hamısına baxmağa vadar etmək faydasızdır. Çünki ekran yaradıcılığı özünün mahiyyəti, əhatəliliyi və məzmunu baxımından geniş anlayışdır. O, cəmiyyətin və yaradıcı insanların intellektual fəaliyyətinin və həyatının böyük bir hissəsini təşkil etməklə, mürəkkəb yaradıcı, sənət və sosial-mədəni prosesdir. Ekran yaradıcılığı özündə bir sıra sənət sahələrini, yaradıcılıq fəaliyyətlərini ehtiva edir və bütün növ yaradıcı sahələr kimi müəllif vasitəsilə yaranır.

İndi biz dünya telenəzəriyyəçilərinin fikir və mülahizələrinə də diqqət yetirək. Məsələn, R.Stuber və J. Bradleyə görə bir televiziya verilişinin yeganə işi reklamları izləyəcək seyirçilər əldə etməkdir. İzleyicini ən çox ekrana bağlayan verilişləri ümumi olaraq incələdikdə bunların şiddət, realiti şou, maqazin və s. kimi proqramlardan ibarət olduğunu görə bilərik. Bu tip verilişlər daha çox reklam əldə etdiyi üçün televiziya kanalları tərəfindən də üstün tutulmaqdadır. Digər ölkələrdə olduğu kimi bizim ölkəmizdə dəqanunvericilik uşaq verilişlərində reklam yerləşdirməklə bağlı müəyyən məhdudiyyətlər qoyur. Bu da kanalları uşaq verilişləri hazırlamaqdan çəkinməyə vadar edir. Həm də televiziya düşüncüləri ki, uşaq verilişləri gəlir gətirən sahə deyil. Ona görə də onlar bu sahəyə maliyyə ayırmağa maraqlı deyillər. Çünki həmin verilişlərin reytingi çox aşağı olur. Uşaqların maraqlarını təmin edən verilişlərin çəkilməsi daha çox AzTV-nin, İctimai Televiziyanın və Mədəniyyət kanalının, dövlət tərəfindən maliyyələşən radioların məsuliyyət dairəsinə aiddir. Bu kanallar uşaq verilişlərinə daha çox diqqət yetirməlidirlər. Televiziya kanalları uşaq verilişlərinin hazırlanmasında olduğu kimi bu verilişlərdə yayımlanacaq reklamlara da həssas yanaşmalıdırlar. Edilən bir çox araşdırmalarda uşaqların izlədikləri reklamların təsiri ilə bu davranışlara yönəlmə bildikləri qeydə alınmışdır:

- Seçimləri zamanı valideynlərinin fikirlərini o qədər də nəzərə almırlar;
- Seçimlərində “xoşlanma meyarı” həlledici olur. Yəni bildikləri qidalanma qaydalarını bir qədər unutmağı üstün tuturlar;
- Düşüncə formaları yaradılan ən son təsiri önlə çıxardığı üçün digərlərindən daha üstün olduğunu düşüncələr də ən son izlədikləri reklamdakı məhsulu seçirlər.

Fransada ünsiyyət aləminin ən önəmli tədqiqatçılarından biri Jean Noel Kapfererə görə reklamlarda uşaq üzərində həvəsləndirmə təsiri yaradan və izlədiyi reklamların təsiri ilə ideyalarına zidd olan əməllərə yönəldən əsas amillər aşağıdakılardır:

- **Yeniyyənin cazibədarlığı.** Uşaqlar davamlı olaraq kəşf vəziyyətindədirlər: Yeni olan hər şeyə intensiv olaraq maraq göstərilir.

- **“Sehirli güc” vəd edən sözlər.** Məsələn, bəzi qida reklamları o qida maddəsinin əzələləri inkişaf etdirdiyi, çox güclü etdiyi düşüncəsini yaratmağa çalışırlar.

- **Məhsulu açıq şəkildə, hətta hissə-hissə göstərmək.** Uşaq ilk növbədə konkret olanı qavraya biləcək bir quruluşdadır. Yalnız 10-11 yaşlarına doğru anlayışları, abstraksiyaları qavraya biləcək vəziyyətə gəlir. Uşaqlar bir şeyin içində nə olduğunu konkret olaraq görmək, yoxlamaq və necə düzəldiyini anlamaq üçün içini açıb baxmağı, bəzən də qırmağı çox sevdirlər. 1981-ci ildə Amerikada edilən araşdırmalar nəticəsində bir çox uşağın yaxın plandan göstərilən şokoladların uzaqdan göstərilən bənzərlərindən daha böyük olduğunu düşündüklərini qeydə alınmışdır. Belə ki, İngiltərədə Televiziya Təşkilatının reklam təlimatnaməsi oyuncaq reklamlarında oyuncaqların ölçülərinin uşaqlar tərəfindən düzgün qiymətləndirilməsi üçün ekranda tanınmış bir əşyanın da olmasını şərt qoşur. Bu baxımdan ən çox istifadə edilən istinad kiçik bir uşağın əlləridir.

- **İstəyin səhnəyə qoyulması.** Uşaqlara ünvanlanan reklamlarda da aktyorun onu seyr edən uşaqda maraq yaranması üçün reklam olunan məhsula qarşı bəslədiyi arzu və ona sahib olmaqdan ötrü duyduğu xoşbəxtliyi çox yaxşı formada ortaya qoymasındadır.

Bir çox tədqiqatlarda televiziyanın və reklamların uşaqların inkişafı üzərindəki təsirlərinin öyrənilməsinə xüsusi yer verilir. Bu tədqiqatlara əsasən uşaq verilişləri (proqramları) və onlarda yayımlanan reklamların uşaqlara istiqamətlənən məzmunları balacaların fərqli inkişaf prosesləri və sahələri nəzərə alınmaqla aşağıdakı kimi kateqoriyalanmışdır:

1. Uşağın fiziki inkişafına istiqamətlənən məzmunu;
2. Uşağın psixoloji inkişafına istiqamətlənən məzmunu;

3. Uşağın cinsi inkişafına istiqamətlənən məzmunu;
4. Uşağın elmi inkişafına istiqamətlənən məzmunu;
5. Uşağın duyğusal / sosial inkişafına istiqamətlənən məzmunu;
6. Uşağın inkişafına istiqamətlənən digər məzmunlar: Şiddət, istehlak mədəniyyəti, modelləşdirmə, ailə dəyərləri və quruluşu;
7. Uşağın dilinin inkişafına istiqamətlənən məzmunu;

Avropa Birliyi 1989-cu il 13 oktyabrda qəbul etdiyi Şura sərəncamı ilə ilk olaraq “televiziya yayımı”, “televiziya reklamı”, “gizli reklam” və “sponsor reklam” ifadələrinə aydınlıq gətirmiş və bəzi qərarlar almışdır. Bunlardan uşaqlar üçün əsas olan xülasə belədir: “Uşaqlara ünvanlanan və ya içində uşaqların istifadə olunduğu reklamlarda onların mənfəətlərinə zərər verəcək amillər olmayacaq və uşaqların şəxsi duyğuları nəzərə alınacaqdır (Maddə 11). Reklam uşaqların və valideynlərin ruhi və fiziki xüsusiyyətlərində faydalanaraq onları bir malı almağa məcbur edə bilməz (Maddə 16). Üzv ölkələr televiziya yayımlarının balacaların fiziki, zehni və ruhi inkişafına zərər verən, xüsusilə pornoqrafiya və şiddət ehtiva edən proqramların yayımlanmaması barəsində lazımı tədbirlər görəcəklər. (Maddə 22).

Uşaqların kommersiya baxımından böyük bir potensial güc olduqları kanallar tərəfindən dərk edilmişdir. Televiziyanın marketing gücünü kəşf etməsindən dərhal sonra uşaq verilişləri də marketing strategiyaları içində əsl dəyərinə qovuşmuş, veriliş prodüserləri bəzən nəşriyyat prinsiplərini pozaraq ilk növbədə oyuncaqlar, kornflaks növləri, şəkərli qida maddələri və hazır yeməklərdən ibarət olan istehlak mallarını uşaqlara satmağı hədəf seçmişlər. Həmçinin bəzi şirkətlər öz markalarından istifadə edərək uşaqlara kiçik yaşlarından etibarən təsir etməyə başlayırlar və bu şəkildə markalarının sürətli şəkildə yayılmasını hədəf seçirlər. Kanada Pediatriya Cəmiyyətinə görə reklam edilən məhsulların çoxu fast-food yeməklər və şirniyyat tipli yeyəcəklərdir. Sağlam qida məhsulları reklamların yalnız 4 faizini təşkil edir.

Hazırda bir sıra beynəlxalq aktlarda uşaqlara ünvanlanan reklamlar üçün mühüm olan prinsiplər qəbul edilmiş və bu prinsiplər içərisində bir çox ölkələr, həmçinin ölkəmiz üçün də ümumi qəbul edilən prinsiplər vardır. Buraya aşağıdakılar daxildir:

- Reklamlar uşaqların saflıq və təcrübəsizliyini istismar etməməlidir;
- Reklam əxlaqi dəyərlər nəzərə alınmaqla hazırlanmalı, valideyn-uşaq əlaqələrini zədələyəcək məzmununda olmamalıdır;
- Reklam təqdimatı edilən məhsulu satın almağa məcbur edilməsi xarakterində olmamalıdır;
- Uşaqlara ünvanlanan reklamlarda yer alan iddiaların hamısı düzgün olmalı və bu cür reklamlar uşaqların təhlükəsizliyinə, sağlamlığına və qidalanma vərdişlərinə də mənfi istiqamətdə təsir etməməyə diqqət yetirilərək hazırlanmalı, həmçinin təqdimatı edilən məhsulların istifadəsi zamanı təhlükə yaradacaq bir vəziyyət mövcuddursabu vəziyyət uşaqlara və valideynlərə bildirilməli, uşaqları qeyri-sağlam ərzaqların istehlakına təşviq edəcək reklamlar edilməməlidir .

Bu tədqiqatın əsas məqsədi milli və peyk üzərindən ümumrespublika televiziya kanallarında yayımlanan uşaqlara ünvanlanan veriliş və proqramlarda nümayiş olunan reklamların məzmun təhlilini aparmaqdır. Tədqiqatın yekun məqsədinə çatması üçün müəyyən edilən vəzifələr isə bunlardır:

1. Milli və peyk üzərindən televiziya kanallarında yayımlanan və uşaqlar üçün hazırlanan veriliş və proqramlarda göstərilən reklamların məzmun təhlilini aparmaq;

2. Media peşəkarlarına, reklam agentliklərinə, reklamverənlərə və bu sahə ilə məşğul olan hər bir şəxsə bu işin məzmununu elmi metodlardan istifadə edərək göstərmək;
3. Media sahəsində çalışanlar üçün əsas bilgiləri formalaşdırmaq;
4. Uşaqlara ünvanlanan verilişlər və proqramlarda reklam agentliklərinin və bu sahədə çalışan şəxslərin daha diqqətli davranmasını təmin etmək.

Ölkəmizdə reklam verilməsi qaydalarının tənzim olunması üçün 2015-ci ilin 15 may tarixində “Reklam haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanun”u qəbul edilmiş və qanunun 12-ci maddəsi “reklamda yetkinlik yaşına çatmayanların müdafiəsi” başlığı ilə verilərək yetkinlik yaşına çatmayan balacaların reklam vasitəsinə çevrilərək hüquqlarının pozulmasının qarşısı alınmışdır. Qanunun 20-ci (“teleradio proqramlarında (verilişlərində) reklam”) maddəsinin 20.6-cı bəndi uşaq verilişlərinin yalnız 30 dəqiqədən çox çəkdiyi halda reklamla kəsilə bilinəcəyi qeyd olunmuşdur. Əlbəttə ki, qanunun bu maddələri ilə yanaşı, uşaq verilişlərində və onlar üçün hazırlanan proqramlarda reklam yayımlanan zaman yuxarıda da qeyd olunan və bütün dünya ölkələri tərəfindən qəbul edilmiş prinsiplərə, normalara əməl olunmalıdır. Həmçinin uşaqlara ünvanlanan verilişlərdə olduğu kimi bu verilişlərdə yayımlanan reklamlarda da dilin normalarına riayət edilməli və uşaqların dil inkişafına xələl gətirə biləcək vulqar sözlərdən və varvarizmlərdən istifadə olunmamalıdır.

Sonda qeyd etmək lazımdır ki, uşaqlar üçün hazırlanan hər bir tele veriliş, reklam yaradıcı heyyyət tərəfindən xüsusi olaraq yoxlanılmalı sonra efirə verilməlidir. Həmin verilişlərdə, reklamlarda uşaqların yaşına, psixologiyasına uyğun süjetlər salınmalıdır. Kiçik yaşlarından onlarda vətənpərvərlik, millətsevərlik, doğruculuq hissləri aşılanmalıdır.

ƏDƏBİYYAT:

1. Jeon Noel Kapferer, Çocuk ve reklam, İstanbul, 1991
2. www.ailetoplum.aile.gov.tr
3. www.acedemia.edu
4. Filiz Ertunç, Çocuk dünyasında reklamın rolü: Televizyon reklamlarında çocuklara yönelik düzenlemeler, Ankara, 2011
5. T.C.Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Çocuk programları ve bu programlarda yayımlanan reklamların içerik analizi araştırması, İstanbul, 2008
6. www.news.days.az
7. www.kaspi.az.
8. Reklam haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu, Bakı şəhəri, 15 may 2015.

Elmi rəhbər: dos. S.Həsənova

Malik TALIBLI

TELEVİZIYA XƏBƏRİNİN İŞLƏNMƏSİ

РЕЗЮМЕ

Даже 90 секундная новость информирует зрителей, вместе с тем аудиовизуальный ряд должен соответствовать контенту. В подготовке теленовостей репортеры должны основываться на три главных ключевых элементах (содержание, изображение и звук). В статье, интерпретируется подготовка новостей на примере телевизионных блоков турецких каналов.

Ключевые слова: новости, телевизионные новости, продолжительность новостей, монтаж, монтажные эффекты.

SUMMARY

Approximately, 90-second news must inform viewers, both in terms of audiovisual content to be incorporated. The three key elements in the preparation of television news reporters (content, image and sound) every time you have to think together.

The article in which the phases of the leading Turkish news channel selected examples of television news is interpreted.

Keywords: news, TV News, the duration of news, montage, montage effects

Televiziya xəbərinin ağır əmək tələb edən iş olmasının əsas səbəbi, heç şübhəsiz, toplanan informasiyanın xəbər halına salınması və işlənməsidir. Bir qəzetdə yazılan xəbər mətni uyğun səhifələrə necə yerləşdirilirsə, xəbərlə bağlı şəkillər bəlli prinsiplər çərçivəsində necə hazırlanırsa televiziya da xəbər eyni şəkildə müəyyən bir bülletenə yerləşdirilir və bülletenə uyğunlaşdırılması üçün müxtəlif mərhələlərdən keçir. Bu müddət bir xəbərin izləyiciyə təqdim olunmasına qədər keçən yolun necə ağır əmək tələb etdiyini göstərir. “Təxminən, 90 saniyəlik xəbər belə izləyicini həm məlumatlandırmalı, həm də audiovizual baxımdan məzmunla uyğunluq təşkil etməlidir. Bu cəhətdən televiziya xəbərçiləri xəbər hazırlayarkən bu üç təməl ünsürü (məzmun, görüntü və səs) hər zaman birlikdə düşünmək məcburiyyətindədir”. (Hakan Cem Işıklar. “Professional TV Xəbərçiliyi”, səh:97).

I. Televiziya xəbərinin yazılması. Seçilmiş, yaxud tapılmış xəbərdə növbəti mərhələ məzmunun düzənlənməsidir. Televiziya xəbərçisi xəbəri yuxarıda qeyd edilən üç ünsürdən faydalanaraq yazmalıdır. İdealda isə keçilməsi lazım olan mərhələ aşağıdakı kimidir:

- Müxbir xəbər olacaq olayla əlaqəli bilgilərini geniş qeydlər halında dəftərinə qeyd edir.

- Bu məlumatlardan təsdiq edilməsi zəruri olanları varsa mərkəzə çatdıqda müxtəlif vasitələrdən istifadə etməklə bu informasiyaları təsdiq etməlidir. Ancaq, ən doğrusu bu məlumatları olay yerində təsdiqləməkdir. Bu həm zaman qazandırır, həm də informasiyanın doğru olma ehtimalını yüksəldir.

- Televiziyanın qızıl qaydalarından biri xəbəre olayın ən maraqlı görüntüləri ilə başlamaqdır. Bu görüntü ilə diqqət cəlb edilir, ardından isə informasiya növbə ilə izləyiciyə təqdim edilir. Buna görə də, müxbir xəbəre olayın əsas fikrini verə biləcəyi görüntü ilə başlamalıdır.

- Olayın nə olduğu, harada və nə vaxt baş verdiyi ilk məlumatlar kimi verilir. Bu giriş məlumatları ilə birlikdə nəyin, harada və mümkünsə nə zaman olduğunu bildirən görüntülərin istifadə olunması gərəkdir.

- Necə və nə üçün suallarının cavabı da xəbərin inkişaf bölümündə görüntü və səslərin məntiqli şəkildə əlaqələndirilməsi ilə verilir. Bu bölümə olayla əlaqəsi olan detallara da yer verilir.

- Hazırlanacaq xəbərin son bölümündə olaydan nə anlaşıldığına diqqət çəkilir. Burada xəbərçinin və yayım quruluşunun fərdi və təşkilati baxışları yer alır.

- Əlbəttə ki, xəbərin hazırlanması bununla tamamlanmır. Aparıcı bu xəbəri izləyiciyə təqdim edəcəkdir. Aparıcının xəbəri izləyiciyə gözəl bir şəkildə təqdim etməsi xəbərin baxımlılığını artıran əsas faktorlardandır. Buna görə də, müxbir aparıcı üçün də maraqlı və diqqət çəkən məlumatlandırma mətni hazırlamalıdır.

- Bu mərhələdən sonra ekranda xəbərlə bağlı qrafiklərin içi doldurulmalıdır. Televiziya xəbərinin təməl üsurləri müxtəlif formalarda hazırlanaraq izləyicinin ixtiyarına verilir.

II. Televiziya xəbərinin müddəti. Qəzetlərdə sətirlərin, televiziyalarda isə saniyələrin hesabı aparılır. Buna görə də televiziya yayımlanan hər bir görüntünün müddəti böyük əhəmiyyət daşıyır. Eyni fikirləri televiziya xəbərinə də aid etmək olar. İzləyicinin münasibət və davranışları xəbər müddəti ilə birbaşa bağlıdır. (Hakan Cem İşıklar “Professional TV xəbərciliyi” səh:109). İzləyicini nə təkrarlarla yorma, nə də az bilgi verməklə kanaldan qaçıрмаq lazımdır. Hazırda bu mövzuda detallı araşdırmalar aparılmasa da, xəbərcilik sektorunda bəzi təməl prinsiplər mövcuddur. Bu çərçivədə bir xəbərin, ya da aparıcının xəbər oxuma müddəti qəlibləşmişdir:

A.Təqdimat müddəti xəbər aparıcısının xəbərin təqdim edildiyi müddəti ifadə edir. Aparıcının xəbər oxuma, yaxud anlatma müddəti önəmli bir detal kimi meydana çıxır. Xəbər yayımında aparıcının mümkün olan ən qısa zamanda xəbəri təqdim etməsi vacib amillərdən biridir.. Təqdimat müddəti kanaldan kanala dəyişdiyi kimi, aparıcının fərdi bacarıqları da bu müddətin uzun və ya qısa olmasına təsir göstərir.

Türkiyənin tanınmış telexəbər mütəxəssislərindən olan Hakan Cem İşıkların “Professional TV xəbərciliyi” kitabında aralarında kommersiya və ixtisaslaşmış kanalların da olduğu 7 ayrı kanaldan müxtəlif formalarda hazırlanmış ümumikdə 45 xəbər verilmişdir. Bu xəbərlərin həm təqdimat həm də xəbər müddətləri hesablanmış və ortaq nəticə alınmışdır. Xəbər toplanan kanallar və bu kanalların təqdimat və xəbər müddətləri ilə bağlı rəqəmlər aşağıdakı kimidir:

Telekanal	Xəbər sayı	Təqdimat müddəti	Xəbər müddəti
ATV	6	19	1.57
CNN Türk	5	23	1.57
Kanal 24	15	17	1.33
Kanal A	3	12	2.00
NTV	7	24	1.32
TRT Haber	4	19	1.08
EURONEWS	5	Yoxdur	1.04

(Hakan Cem İşıklar “Professional TV xəbərciliyi”, səh:110)

Şərhəz xəbər yayımlayan EURONEWS kanalından başqa, ümumi 40 xəbərdə ortalama təqdimat müddəti **19 saniyə** müəyyən edilmişdir. Xəbər sektorundakı tendensiyaya görə bu müddət orta uzunluqda bir təqdimat müddətidir. 1-15 saniyə arasında qısa, 16-25 saniyə arasında orta və 26 saniyədən daha artıq olan təqdimat müddətləri isə uzun olaraq qəbul edilir.

B. Xəbər müddəti televiziya xəbərlərinin ən ən vacib məqamlarından biridir. Hazır xəbərin müddəti haqqında müxtəlif fikirlər mövcuddur. Kommersiya kanallarında müddəti normadan daha artıq olan xəbərlərə rast gəlinir. Xəbər kanallarında isə bu müddət daha balanslı tətbiq edilir. Bu mövzuda da dəqiq müəyyənləşdirilmiş xəbər müddəti yoxdur. Bununla belə, inkişaf etmiş ölkələrin bir çox xəbər kanallarında bir xəbərin müddəti 1 dəqiqə civarında qəbul edilir. “CNN İnternational”da isə bir televiziya xəbərinin ideal müddəti 50 saniyə kimi göstərilir. Türkiyədə isə xəbər müddəti qısa, orta və uzunmüddətli xəbərlər şəklində qruplaşdırılır. 1 dəqiqəyə qədər olan xəbərlər qısa, 1 dəqiqədən 2 dəqiqəyə qədər olan xəbərlər orta, 2 dəqiqədən artıq olan xəbərlər isə uzunmüddətli xəbərlər kimi qəbul olunur.

Televiziya xəbərinin ən önəmli cəhətlərindən biri qısa zamanda dəqiq informasiyaların izləyiciyə çatdırılmasıdır. Görüntü ilə birgə təqdim edilən xəbərin informasiya vermə müddəti də qısa olmalıdır. Bununla yanaşı, xəbərin müddətinə ciddi təsir göstərən başqa cəhətlər də vardır. Xəbərin mövzusu, dəyəri, formatı, tipi, növü, görüntünün

dəqiqliyi, xəbərin yeri, xəbər və görüntü qaynağı, montaj texnikləri, xəbərin səsləndirilməsi və hətta təşkilati yanaşmalar da xəbər müddətinə təsir edən faktorlardan sayılmalıdır.

III. Televiziya xəbərində görüntü. Xəbərlərdə istifadə edilən görüntülər bəlkə də bir televiziya xəbərinin taleyini tam olaraq müəyyənləşdirir. Televiziyada görüntünün olmadığı xəbər düşünmək mümkün deyil. Amma hər zaman gerçək görüntü əldə etmək mümkün olmur. Buna görə də müxtəlif alternativ variantlardan istifadə etmək lazım gəlir. Bu baxımdan xəbərlərdə istifadə edilən görüntülərin qruplara ayrılması zəruridir.

A. **Gerçək olay** hadisə yerində kameranın yadaşına yazılan görüntülərdir. Xəbərlər bir çox hallarda bu görüntülərdən istifadə edilməklə hazırlanır. Buna görə də gerçək olay görüntüsü xəbərin əsas təməl ünsürlərindən hesab olunur. Xəbər montajının əsas qaydası da olayın gerçək görüntüsünün istifadə olunmasıdır. Xəbərdə görüntü qədər səs yazısı da vacib amillərdəndir. Buna görə də, kameraman səs mütəxəssisi qədər səs bilgilərinə sahib olmalıdır. Olayla bağlı səslər lazım olan formada yazılmalıdır. Sadəcə mikrofon səsinin deyil, təbii səslərin (interküy) də qeyd edilməsi diqqətdə saxlanılmalıdır. “Olay yerində nə çəkilişə-çəkilsin, mikrofonun açıq saxlanması və beləcə, olayın küyünün yazılması vacib şərtidir. Bu halda montaj zamanı bir kanalda reportyor və müsahiblərin səsini, digərində isə interküyü saxlamaq lazımdır”. (Zeynal Məmmədli: “TV Proqramlarının hazırlanması”, səh:112). Gerçək olay görüntüsünün gələcəkdə arxiv görüntüsü olaraq istifadə edilməsi də diqqətdən qaçmamalıdır.

B. **Arxiv görüntüləri** xəbərə mövzu olan olayların gerçək görüntüsünün tapılmadığı hallarda istifadə olunur. Bir çox televiziya kanallarının arxivində önəmli olaylar, açıqlamalar, tez-tez müraciət olunan qurumların görüntüləri yer alır. Bu görüntülərin saxlanması da vacib məsələlərdən biridir. Yeni nəsil texnologiyaların inkişafı bu görüntülərin kompüter vasitəsilə təhlükəsiz saxlanılmasına şərait yaradır. Bununla da lent yazıları dövründən qalmış görüntü korlanması kimi risklər aradan qalxır. Buna qarşılıq olaraq isə virus və sistem çökmələri kimi təhlükələr də meydana çıxır. Arxiv görüntülərindən istifadə edilməsi bir çox məsuliyyətlər də yaradır. Belə ki, bu görüntülərin arxiv materialı olduğu izləyiciyə bildirilməlidir.

C. **Qrafik görüntülər** xəbərlə bağlı görüntü materialları olmadıqda istifadə olunur. Bu tip qrafik görüntülərdə qəza, zəlzələ və digər olaylarla bağlı öncədən hazırlanmış sxemlərdən, rəqəmlərdən istifadə olunur. Bu görüntülərin əldə edilməsində ən önəmli vasitələr qrafik proqramlar və rəqəmsal montaj sistemləridir.

D. **Xəritə** hadisə baş verdiyi məkanı göstərmək, yaxud da görüntünün olmadığı hallarda ekranı doldurmaq üçün istifadə olunan vasitələrdən biridir. Bu tip görüntülərə rəqəmsal montaj sistemləri vasitəsilə müxtəlif hərəkətlər verilərək izləyicilərə təqdim olunur.

IV. Televiziya xəbərində montaj. Televiziya xəbəri hazırlanmasının ən önəmli mərhələlərindən biri də montajdır. “Videomontaj mətn redaktəsinə bənzəyir və elə gerçəkləşdirilməlidir ki, seyrçi çaşmasın. Görüntü və səs sırası olayın məntiqi ardıcılığını pozmamalıdır”. (Zeynal Məmmədli: “A-dan Z-yə Telexəbər”, səh:120). Olayı izləyici üçün hazırlayan montaj operatoru həm kameramanların, həm də müxbirlərin əməyini ortaya çıxarır. Montaj prosesi bir çox hallarda televiziya xəbərinin izləyiciyə təqdim olunmasından əvvəl son nəzarət mexanizmi kimi dəyərləndirilir. Xəbər görüntülərini mövcud səslərlə uyğunlaşdıran montajçı çox həssas vəzifəni yerinə yetirir. Ona görə də bir çox xəbər mərkəzlərində bu məsuliyyət təkcə montajçılara həvalə edilmir. Bu prosesdə müxbirlə yanaşı kameramanın da iştirakı vacib sayılır. Televiziya xəbərində montajın aşağıdakı növləri vardır:

A. **Montaj keçidləri.** Xəbərdə görüntülər arasında keçidlər televiziya xəbərçiliyi üçün önəmlidir. Ən çox tövsiyə olunan üsul “cut” olsa da, bəzən “mix”, yəni görüntülərin iç-içə

keçirilərək yumşaldıldığı keçidlərdən də istifadə olunur. Bir çox xəbər mərkəzlərində “flash” keçidlərdən istifadə edilməsinə məhdudiyyətlər qoyulur. Bunun əvəzində isə iki oxşar görüntü üzərinə mövzu ilə bağlı detallı görüntülər yerləşdirilir. Aşağıdakı araşdırmada Türkiyənin 3 xəbər kanalında istifadə edilən montaj keçidlərinin statistikasını vermişdir:

Kanallar	MIX	CUT	FLASH
Habertürk	29	32	3
	69,0%	76,2%	7,3%
NTV	10	57	0
	15,9%	90,5%	0,0%
CNN Türk	43	75	1
	50,6%	89,3%	1,2%
ÜMUMİ	82	164	4
	43,2%	86,8%	2,1%

(Hakan Cem İşıklar.(2011).age., s.158.

B.Montaj Effektləri. Müasir dövrümüzdə montaj proqramlarından istifadə etməklə görüntü üzərində bir çox dəyişikliklər etmək mümkündür. Televiziya xəbərlərində isə ən çox istifadə edilən montaj effektləri bunlardır:

Yavaşılma: Bir görüntünün orijinal halının yavaşlandırılmış formasıdır.

Sürətləndirmə: Bir görüntünün orijinal halının sürətləndirilmiş formasıdır.

Mozaik-blür bir görüntünün açıq yayımlanmasının mümkün olmadığı hallarda istifadə edilir. Bu müəyyən bir bölgənin gizlədilməsi üçün tətbiq edilir. Aparılmış qısa bir araşdırmada Türkiyədəki televiziya xəbərlərində hansı montaj effektlərindən istifadə edildiyi göstərilmişdir:

	Yayım quruluşu			Topla m
	Habertürk	NTV	CNN Türk	
Yavaşlatma	3	1	3	7
	7,1%	1,6	3,5%	3,7%
Sürətləndirmə	0	2	2	4
	0%	3,2	2,4%	2,1%
Qrafik Görüntü	5	5	17	27
	11,9%	7,9%	20,0%	14,2%
Yazılı qrafik	6	10	15	31
	14,3%	15,9%	17,6%	16,3%
Mozaik-blur	2	1	1	4
	4,8%	1,6%	1,2%	2,1%
Digər	5	5	11	22
	14,3%	7,9%	12,9%	11,6%
Toplam	42	63	85	190

	100,0	100,0	100,0	100,0
--	-------	-------	-------	-------

Hazırlanan 160 paket xəbərində 88 montaj effekti istifadə olunub. Aparılan araşdırmada bu tətbiqetmələrin bir çox hallarda paket xəbərlərində istifadə edildiyi görünür. Eyni zamanda bu effektlərin mədəniyyət, siyasi, sosial və xarici xəbərlərdə daha çox istifadə edilir.

ƏDƏBİYYAT

1. Hakan Cem İşıklar “Professional TV Xəbərciliyi”
2. Məmmədli Z. “A-dan Z-yə Telexəbər”
3. Məmmədli Z. “TV Proqramlarının Hazırlanması”

Elmi rəhbər: prof.A.Dadaşov

Nəzrin HƏSƏNOVA

AZƏRBAYCAN TELEVİZİYA MƏKANINDA REALİTİ ŞOULARIN XRONOLOJİ ARDICILLIĞI VƏ TƏHLİLİ

РЕЗЮМЕ

Данная статья указывает на особенности реалити-шоу. Реалити-шоу – это без сценарный, взятый из реальной жизни, отражающий драматические ситуации на экране и использующий вместо профессиональных актеров простых людей, телевизионная программа. Реалити-шоу имеет такие особенности, как быстрый темп, стремление к сенсации и увеличение драматических столкновений. Также в статье нашло отражение хронологическая последовательность реалити-шоу Азербайджанского телевидения.

Ключевые слова: реалити-шоу, реалити тв, реалити шоу на Азербайджанском телевидении

SUMMARY

This article deals with the features of reality shows. Reality show – is a TV program, which does not have any scenario, has taken from the real life, shows dramatic situations on the screen and ordinary people are used instead of professional actors. Reality shows have the features of fast tempo, incarnation of making sensation, increase of dramatic confrontation. This article also deals with the chronology of reality shows on Azerbaijan television.

Key words: reality show, reality TV, reality show on the Azerbaijan television

Jurnalistika cəmiyyəti düşündürən problemləri göstərən peşə sahəsidir. Medianın predmeti - sözdür. Bu peşə sahəsi azad sözə, müstəqil fikrə söykənir. Jurnalistikanın bilgiləndirmək, maarifləndirmək və əyləndirmək funksiyaları var. Cəmiyyəti düşündürən problemləri olduğu kimi göstərmək jurnalstikanın bilgiləndirmək, bu problemlərdən çıxış yolları ilə bağlı mütəxəssis rəylərini təqdim etmək isə maarifləndirmək funksiyası ilə bağlıdır. Lakin təəssüflə qeyd etməliyik ki, bugün jurnalstikanın əyləndirmək funksiyası bilgiləndirmək funksiyasını üstələyib. Bu daha çox auditoriyanın tələbi ilə əlaqələndirilir. Auditoriya ilə birbaşa əlaqədə olan, efirləri zəbt edən realiti şouların daim reytinglərdə ilk sıralarda olması

deyilənləri bir daha təsdiqləyir.

Baku	ARB TV	
2nd Description	Description (grouped) \ Variable	SHR %
ARB ENTERTAINMENT 10:00-13:00	EVGORDU	18,56%
ARB ENTERTAINMENT 10:00-13:00	EVGORDU	17,37%
ARB ENTERTAINMENT#1 16:00-19:00	QIZ ANA KIMI	13,58%
ARB ENTERTAINMENT#1 16:00-19:00	QIZ ANA KIMI	9,58%
	JUST FOR LAUGHS	11,28%
ARB ENTERTAINMENT 19:00-23:00	PENCERE	8,34%
ARB TALK-SHOW 13:00-16:00	CHIXISH YOLU AFAQ RAHIL QIZI ILE	14,44%
ARB ENTERTAINMENT 13:00-16:00	GINNES DUNYASI	10,52%
ARB TALK-SHOW 10:00-13:00	GELIN DANISHAQ	11,30%
ARB ENTERTAINMENT 19:00-23:00	PENCERE	6,40%
ARB ENTERTAINMENT 19:00-23:00	PENCERE	5,68%
ARB ENTERTAINMENT 13:00-16:00	FERMA - TEKRAR	11,71%
ARB ENTERTAINMENT#1 16:00-19:00	QIZ ANA KIMI	7,54%
ARB ENTERTAINMENT 19:00-23:00	FERMA	6,24%

Realiti şou nədir? Digər proqramlardan, layihələrdən hansı fərqləri var? Realiti şou - ssenarisi olmayan, gerçək həyatdan götürülmüş, dramatik vəziyyətləri ekranda əks etdirən və xarakter olaraq professional aktyorların əvəzinə adi insanlardan istifadə edilən televiziya proqramıdır. Realiti-şouların sənədli, məşhur şəxsləri mövzu alan, müsabiqə, talk-şoular və gizli kamera kimi növləri var. Realiti şoular sürətli bir temp, sensasiya doğurmaq təcəssümünü, dramatik qarşıdurmanın artması kimi xüsusiyyətlərə də sahibdir.

Tənqidçilər realiti - həqiqət termininin yanlış olduğunu iddia edirlər. “Bu tipli proqramlarda insanlar ya bir yerə həbs olunur, ya ekzotik bir yerə göndərilir, ya da qeyri-adi vəziyyətlərdə qalırlar. Sonra bütün görüntülər yüksək səviyyəli montajla proqramlaşdırılır” (5). Buna görə ki, bəzi araşdırmaçılar realiti-şounun həqiqəti əks etdirmədiyini iddia edirlər. Bir qrup araşdırmaçı isə əksinə, realiti şounun sənədli olduğunu sübut etməyə çalışır.

Televiziyanın yarandığı ilk vaxtlardan realiti şoulara az-az da olsa, rast gəlinir. Daha geniş ekranlara isə realiti şoular 2000-ci illərdə ayaq açıb. Bugün Azərbaycan televiziya məkanında xarici telekanallardan adaptasiya olunan bir çox realiti-şoular var. Lakin onların uğurlu olması barədə müqayisəli fikirlər yürüdülür.

Ölkə teleməkanında ən uğurlu layihələr MGP (M Group Production) nın adı ilə bağlıdır. MGP-nin ilk layihəsi «Mərc şou» 2003-2005-ci illərdə “Lider” televiziyasında yayımlanıb. «Mərc şou» mərc oyunları üzərində qurulmuş layihə idi. Şouda yaşından asılı olmayaraq hər bir vətəndaş iştirak edə bilərdi. Bura əsl yarış, macəra meydanı idi. Canlı musiqi, mərc, həyəcan, iradə və fiziki güc nümayişi — bunlar hamısı layihənin mərkəzində dayanırdı. «Mərc şou» həm yaradıcı, həm də texniki baxımdan iri miqyaslı bir layihə idi. Burada təcrübəli, peşəkar komanda çalışırdı. Eyni zamanda şou yüksək reyting göstəricisi, pavilyon tərtibatı, dekorasiya, texniki təchizat baxımından yerli teleməkana ilk imza atan layihə olub (6). Uzun illər davam edən, daimi auditoriyası olan “Maşın” realiti-şousu MGP-nin ən yaddaqalan layihəsidir. 2005-ci ilin oktyabrında ilk efir həyəcanını yaşayan realiti şou bu günə qədər ən baxımlı veriliş statusunu saxlayıb. Layihə uzun müddət Lider TV (11 buraxılış), ATV (1 buraxılış) və son olaraq ANS telekanalında (1 buraxılış) yayımlanıb. İlk 3 buraxılışda sırasıyla vətəndaşlar iştirak etsə də, 4-cü şoudan başlayaraq, maşın ətrafında yalnız tanınmış simalar cəm olunub. İyirmi gün canlı efirdə yayımlanan layihənin 18 günü

yarışmadan ibarətdir, 18 iştirakçısı olur. Layihədə iştirakçı olmaq ödənişsizdir və hər bir iştirakçı yarışmaya MGP şirkətinin rəhbərliyi adından şəxsən dəvət olunur. Eyni zamanda canlı efirdə tamaşaçı qismində iştirak edən auditoriya da şirkətin məxsusi dəvətnaməsi ilə çağırılır. Oyunun şərtlərinə görə iştirakçı tələb olunan vaxtda əlini maşın üzərindən çəkə bilməz. Əks halda oyunu tərk etməlidir. İştirakçılar arasında keçirilən gizli səsverməyə əsasən hər gün bir nəfər yarışmadan getməlidir. Getməli olan iştirakçının oyunda qalıb-qalmaması canlı efirdə topladığı sms-lərdən asılı olur. Beləliklə, yetərincə səs toplamayan iştirakçı yarışmanı tərk edir. Qaldığı təqdirdə isə digər oyun yoldaşını şoudan uzaqlaşdıra bilər. Əks halda özü gedir. “Maşın” realiti şousunun ən məşhur ifadəsi də bu zaman səslənir: “Maşın əldən getdi!” Oyunda sona qalan üç nəfər artıq finalda sayılır. Bu andan etibarən şouda final şərtləri qüvvəyə minir: finalçılar günün çox hissəsini maşından ayrılmadan, ayaqüstə, yuxusuz və digər fizioloji tələbatlarını ödəmədən keçirir. Bu məqamda yalnız mənən deyil, fiziki cəhətdən də güclü olan şəxs maşına sahib olur. «Mərc şou» və «Maşın» realiti şousunun müəllif və aparıcısı Murad Dadaşov olub. Modern.az saytı xəbər verir ki, "Maşın" realiti-şousunun rəhbərliyi Azərbaycan teleməkanında yayımlanan digər şoulara sataşaraq, onları məsxərəyə qoymağı unutmayıb. “Dünya ölkələrində realiti-şoular çox olur. Azərbaycana ilk realiti-şouunu “Maşın şou” gətirib. Bizdən sonra “realiti” adlanan şoular hamısı sünidir!”-deyə "Maşın" realiti-şousunun təşkilatçıları bu qəbildən olan digər verilişləri ələ salıblar (7).

Azərbaycan teleməkanında ən çox büdcəsi olan "Lift" realiti şousu Lider TV-də nümayiş olunub. Teleaparıcı Zaur Mirzəzadənin təqdimatında yayımlanan verilişdə 12 kv/m-lik liftdə 100.000 manat uğrunda iştirakçılar mübarizəyə qoşulublar. "LIFT" realiti şousu öz maraqlı və sərt şərtlərilə seçilib. Şou iştirakçılarının bütün tələbatları pullu olub, liftdən kənara çıxmaq, qidalanmaq və s. tələbatları təyin olunmuş qaydalar çərçivəsində tənzimlənəcək. Hətta çimmək belə müəyyən məhdudiyyətlərlə həyata keçirilib. Söyüş söyən, əlbəyaxa dava edən, əcnəbi dillərdə danışan və digər qadağalara əməl etməyən iştirakçılar layihədən dərhal kənarlaşdırılıblar. 2013-cü ilin payızında Lider tv-nin ekranlarında “Lift” adlı telelayihə reallaşdı. Auditoriya anonslardan bu verilişin Rusiya telekanallarından birindəki “Lift”ə bənzəyəcəyini düşünürdü.. Amma bizim lift rus liftindən deyildi. Heç ola da bilməzdi. Çünki yenə mental dəyərlər həmin “Lift”in reallaşdırmasına mane olardı. Rus liftinə baxanlar yəqin ki, səbəbini də bilər. “Lift”in qaydalarına görə, iştirakçılar məhdud sahəyə məxsus liftə qalırlar, bütün istəkləri və tələbatları uduşa qoyulan pul hesabına ödənilir. Yəni pulun sabit məbləğdə qalması üçün onların yeri gələndə ac qalması belə lazımdır. Adı realiti şoudur, yəni olanlar tam realdır. Aç qalmaq da, gözünün yaşını axıtmaq da, ağzının danışığını bilməmək də, hirsini cilovlamamaq da və s. Tamaşaçı yalnız təzə bir məqam barədə nəticəyə gələ bilər. O da tanınmış simaları normal haldakından daha yaxından tanıya bilər. Neçə ki, verilişin ötən buraxılışlarında onların iç üzünü açıla-açıla çoxunu mat qoydu (8).

Ekranların unudulmaz layihələrindən biri və ən çox tənqiddə məruz qalan “Qəfəs” realiti şousu olub. 2 mövsüm davam edən bu şou uzunömürlü olmayıb. Səbəbi tam açıqlanmasa da, yayımlandığı dövrdə çox müzakirəyə səbəb olub. İddialardan biri evin hər yerinə kameralar qoyaraq qızların hərəkətlərini lentə alırdılar və sonrada həmin qızları şantaj etməklə məşğul olurdular. Bu faktdan xəbər tutan müvafiq qurumlar layihənin yayımının dayandırılmasına göstəriş vermişdilər (9). Azərbaycan adət-ənənələrinə, mentalitetinə uyğun olmadığı bildirilsə də, yarışmaya baş vuranlar heç də az olmayıb. Bu layihənin real tamaşaçıları olub. “Qəfəs” realiti şousundan ayrılaraq həyatlarını başqa istiqamətdə davam edən keçmiş iştirakçılar bugün də həmin layihənin simaları kimi tanınır. Bu da layihənin yaddaşlarda qalması ilə əlaqədardır. Lakin yalnız olan şouda baş verən

hadisələrin reyting üçün hamısının yayımlanması idi. Bir evin içinə toplanmış qız-oğlanlar elə nalayiq hərəkətlərə yol verdilər ki, sonunda ən yüksək səviyyədə məsələyə müdaxilə zərurəti yarandı və layihə yarımçıq dayandırıldı. Verilişin növbəti bölümlərindən biri canlı yayımda ola-ola dayandırıldı. O vaxt deyilirdi ki, verilişdəki vulqar ifadələr, davranışlar o həddə çatmışdı ki, sonda hakimiyyətin ən yuxarı təbəqəsindən verilişin birdəfəlik yığışdırılması göstərişi gəlib.

“Yeni Müsavat” qəzetinin yazdığına görə, məlumat redaksiyaya daxil olan saatlarda Milli Teleradio Şurası (MTRŞ) ilə əlaqə saxlanılsa da, iclas davam etdiyindən münasibət bildirilməyib. Sonradan MTRŞ aparatının rəhbəri Toğrul Məmmədov açıqlamasında deyib ki, sentyabrın 20-də MTRŞ-nin iclasında- qanunun pozulması faktı üzrə inzibati icraata dair işə baxılıb və qərar qəbul edilib (10).

Son dövrlərin ən səs-küylü “Ferma” realiti-şousunun çəkilişləri Şəkidə aparılır. 12 iştirakçı var - 6 qız, 6 oğlan. Oyunun şərtlərinə əsasən, onlar kənddə yaşamağa alışmalıdırlar. Seçilən iştirakçıların heç biri kənddə yaşamasa da, yarışma zamanı inək sağmağı, qoyun-quzu otarmağı, ağac əkməyi və digər kənd təsərrüfatı işlərini görməyi öyrənirlər. Realiti-şounun çəkilişləri günün 24 saati aparılır və iştirakçıların görüntüləri, danışqları daim qeydə alınır. İştirakçılar davamlı olaraq, hər dəfə müxtəlif tapşırıqlar alırlar. Tapşırığı yerinə yetirən, növbəti mərhələyə keçir və şouda iştirakını davam etdirir. Oyunu sona qədər başa vuran iştirakçıya 10 min manat mükafat verilir. Layihə 2 ay davam edir. Veriliş qalmaqallarla yadda qalır. Realiti-şounun 25.11.2016-cı il tarixində iki iştirakçı arasında gərginliyin yaşanması, iştirakçıların əlbəyaxa dava səviyyəsinə çatması, bir-birlərini ağır ifadələrlə təhqir etməsi cəmiyyətdə böyük əks-səda yaradıb. Realiti-şounun həmin bölümü sosial şəbəkələrdə də yayılıb. MTRŞ "ARB" TV-də yayımlanan "Ferma" realiti-şou verilişində yaşanan qalmaqalla bağlı araşdırma aparılıb. MTRŞ-nin şöbə müdiri Təvəkkül Dadaşov mətbuata açıqlamasında verilişlə bağlı müzakirələr aparıldığını və ciddi olmasa da, nöqsanlara yol verildiyini deyib: “ “Ferma” realiti-şousu xeyli müddətdir yayımlanır. Adından da göründüyü kimi, bu veriliş real hadisələri əks etdirir, real hadisələrdən ibarətdir. Realiti-şounun mahiyyəti də elə budur. Lakin realıqda baş verən bir çox hallar, insanlararası münasibətlər var ki, bunlar xoşagəlməzdir və bu halların ictimailəşməsi məqsədəuyğun olmur. Xüsusilə davalar, gərginliklər. Məhz sözügedən verilişdə, realiti-şouda baş verənlərdə ciddi qanun pozuntusu olmasa da, real hadisələri əks etdirdiyinə görə bəzi insanlarda narahatlıq yaradır. Xüsusilə də oğlanın xanıma əl qaldırması, xanımın isə əks cinslə açıq münacişəyə girməsi hallarının əks olunduğu görüntülər belə hallara səbəb olur. Çünki bu bizim milli dəyərlərimizə ziddir. Bu mənada belə halların efirə yol açmamasına çalışılmalıdır” (11). Milli Teleradio Şurası bu cür halların efirdə kübarlığın təmin olunmasına mane olduğunu bəyan edib. Veriliş canlı olmadığı üçün həmin görüntülər montaj oluna bilirdi.

Cəmiyyətə müəyyən mesajlar ötürülməsi baxımından realiti-şounun telekanallarda olması çox yaxşıdır. Belə layihələr adətən mübahisə və intriqalar üzərində qurulur. Yəni həmin layihələrin formatı belə olur. Lakin mübahisələrin həddi və kriteriyalar düzgün müəyyənləşdirilmir. Layihə rəhbərləri konfliktlərə realiti-şounun bir elementi kimi yanaşıb hədlər qoymurlar. Həmçinin iştirakçıların seçimində yanlışlıqlara yol verilir. Xarakterləri əks olan insanları çətin şəraitdə birgə saxlamaq etikadan kənar davranışlara, nalayiq ifadələrə geniş yol açır. Realiti-şounun xüsusiyyətlərindən asılı olmayaraq etikadan kənara çıxmaq doğru deyil. Layihə rəhbərləri bu verilişlərin geniş auditoriya üçün nəzərdə tutulduğunu unutmamalıdır. Ciddi mübahisə səhnələrinin montaj edilməsi və efirə verilməməsi daha labüddür. Məsələyə münasibət bildirən peşəkar telejurnalist Qulu Məhərrəmli hesab edir ki, realiti-şouda qeyri-etik davranışlara yol verilmişdisə, onlar montaj

zamanı kəsilməli və efirə verilməməliydi: "Region TV"-də realiti-şounun olması çox yaxşıdır. Bu, həm televiziyanın inkişafı baxımından, həm də cəmiyyətə müəyyən mesajlar ötürülməsi baxımından yaxşıdır. Çünki realiti-şoular vasitəsilə adətən cəmiyyətə maraqlı mesajlar verilir. Məlumdur ki, belə layihələr mübahisə və intriqalar üzərində qurulur. Yəni, bu, həmin layihələrin formatı belədir. Ancaq təəssüf ki, nə mübahisələrin, nə intriqaların həddi, nə də kriteriyalar düzgün müəyyənləşdirilir. Layihə rəhbərləri mübahisə və konfliktlərə realiti-şounun bir elementi kimi yanaşıb hədlər müəyyənləşdirməyi lazım bilmir. Bu da arzuolunan deyil. İştirakçıların seçimində yanlışlıqlara yol verilir. Düzgün seçim aparılmır. Ona görə də əksər hallarda iştirakçıların səviyyəsi aşağı olur. Etikadan kənar davranışlar, ifadələr iştirakçılar arasında geniş yayılır. Realiti-şounun daşdığı missiyadan asılı olmayaraq etikadan kənara çıxmaq doğru deyil. Layihə rəhbərləri bu verilişlərin geniş auditoriya üçün nəzərdə tutulduğunu unutmamalıdır. Əlbəttə, çox yaxşı olardı ki, qızla-oğlanın mübahisə səhnəsi montaj ediləydi və efirə verilməməyəydi. Görünür, layihə rəhbərləri bu mübahisəni intriqa elementi kimi vacib hesab etdiklərindən onun montaj olunmasını istəməyiblər. Bir çox televiziya reyting xətrinə, verilişin baxımlılığını artırmaq üçün hətta bəzən süni konfliktlər də yaradır. Ancaq bu, yanlışdır. İntriganın, konfliktin, mübahisənin də bir həddi var. O hədd keçilməməlidir. Etik normaları heç bir halda pozmaq olmaz. Q.Məhərrəmli medianın bu kimi məsələlərə həssas yanaşmasını da alqışlayıb.

Bir realiti şouya baş vurmaq üçün, onun zəif cəhətlərini araşdırıb tapmaq lazımdır. Təzyiq altında şiddət göstərməyə meyilli olan, keçmişdə rəzalət yaşayan, fobiləri olan iştirakçılar prodüserlər üçün xüsusi tapıntıdır. Bu tip iştirakçılar reytingi artırır. Realiti şoular çox sevilir, çünki təməlində rəqabət var. İştirakçıların diqqət çəkmək üçün etmədikləri yoxdur. İstədiklərinə çatmaq üçün hər yola əl atırlar və əlbəttə onların bu halını izləmək çox əyləncəlidir. Heç tanımadığımız insanlar haqqında sonsuz bir dedi-qodu fürsəti təqdim edir. Sonsuz drama, gözyaşı, nifrət, intiqam hamısı burada var. Prodüserlər və redaktorlar çəkiliş ssenarisi ilə hərəkət edirlər ki, bu da şounun necə yönəldiləcəyini təyin edir. Prodüserlər şouda nə olacağı barədə böyük nəzarət sahibidirlər. İnsanları müxtəlif vəziyyətlərə məruz buraxmaq, yayınlanacaq kadrlara qədər onlar qərar verir. Qruplaşmalar, münaqişələr, sevgilər, dostluqlar, qarşıdurmalar hamısı onların əlindədir. Bəzi hallarda kimin şoudan ayrılıb-ayrılmamasına da onlar qərar verir. "Bu adam proqram üçün lazımlıdır, hələ getməsi vacib deyil" demək kimi şansları var. Prodüserlər iştirakçılara, bir sözlə layihəyə pul kimi baxırlar.

Nəzəriyyəçilər "televiziya niyə bu qədər çox realiti şou yayımlayır?" sualına belə cavab verirlər: yarışmacıların mübahisə etmələri bir tərəfdən reyting rekordları gətirir, bir tərəfdən də bu yarışmadan yeni və ucuz məşhurlar çıxır. Münaqişələr tez unudulur, məşhur olan gənclər də prodüserlər üçün ucuz və asan insanlar olaraq sürətli pul qazanmanın yollarından biri olur.

İntriganın, konfliktin, mübahisənin də bir həddi var. O hədd keçilməməlidir. Etik normaları heç bir halda pozmaq olmaz. Realiti şoular dünyanın ən məşhur və gəlirli televiziya proqram növlərindən biridir. Realiti şouların hamısı müvəffəqiyyətli olmasa belə, cəmiyyətə mədəni təsiri var.

Milli Televiziya və Radio Şurası televiziya proqramlarının bilgiləndirmək, məlumatlandırmaq və əyləndirmək funksiyalarına ciddi nəzarət edir və xoşagəlməz hallar baş verərsə, dərhal xəbərdarlıq edilir. Mütəxəssislərsə hesab edirlər ki, hər kəsin əlində idarəedici var. Bəyənməyənlər izləməsin.

Bu cür şoularda yaşananlar, cəmiyyətin həqiqətidir. O "rəzalət" deyə xarakterizə edilən şeylər, şəxsən həyatın özüdür. Yəni o proqramlar bizə güzgü tutur. İzləmək də, o proqramları çəkmək də son dərəcə təbiidir. Hər cəmiyyətin özünə uyğun realiti şousu

olmalıdır. Kaliforniyada CEBC kanalında “The My Baby's Father” yəni “uşağımın atası kimdir?” adlı bir proqram var. Bir ana, uşağıyla studiyada oturur, qarşılarında da üç ata namizədi var. Aparıcının əlində də DNT testinin nəticəsi. Aparıcı və ana atanın kim olduğunu bilir. Amma ata namizədləri və uşaq bilmir. Uşaq suallar soruşaraq, atasını tapmağa çalışır. Bu, bizim cəmiyyətimiz üçün tamamilə zidd olsa da, Amerika toplumu bunu normal qəbul edir.

ƏDƏBİYYAT:

1. Bəşirli Aynur, Kərimova Aynur, Kazımova Dilarə Xəbərçilik. Xəbərin toplanması və yazılması (Dərslik). Bakı, 2007
2. Məmmədli Cahangir. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. Bakı, 2012
3. Məhərrəmli Qulu, Məmmədli Zeynal, Əliyev Arif. Mediada debatlar. Bakı, Yeni Nəsil, 2009
4. Məmmədli Zeynal. TV proqramlarının hazırlanması. Bakı, 2010
5. https://tr.wikipedia.org/wiki/Reality_TV
6. [https://az.wikipedia.org/wiki/MGP_\(M_Group_Production\)](https://az.wikipedia.org/wiki/MGP_(M_Group_Production)).
7. <http://modern.az/articles/48843/1/#gsc.tab=0>
8. <http://www.qafqazinfo.az/sosial-3/lider-tv-nin-xarab-lift-i-42822>
9. <http://www.faktxeber.com/atv-nin-ver304l304350304-qadin-alver304n399-g214r399-ba286lanib-h28197.html>
10. http://musavat.com/news/media/atv-ile-ans-exlaq-normasindan-kenara-cixib_132835.html
11. <https://report.az/media/region-tv-verilisdeki-qalmaqalla-bagli-tedbir-gorecek/>
12. <http://www.cebc4cw.org/program/my-baby-s-father-male-involvement-training/>

Elmi rəhbər: dos.A. Nəsirova

Toğrul QULUZADƏ

KÜTLƏVİ İNFORMASIYA VASİTƏSİ OLAN TELEVİZİYANIN MƏDƏNİYYƏT MƏHSULLARINI MƏNİMSƏTMƏ VƏ YAYMAQ FUNKSIYASI

РЕЗЮМЕ

В этой статье, рассматривается взаимосвязь между культурой и телевидением, понятие социального статуса, функции, средств массовой коммуникации, влияние на силу и направление вещания; Роль телевидения в жизни современного человека.

Ключевые слова: Популярная культура, телевидение, устройства

SUMMARY

In the article will be analyzed , our core aim is to evaluate this mutual interaction and relationship between mass media and popular culture. In the first part of the study, we will try to explain theoretical framework of popular culture and mass media concepts and in the second part, we will examine the power and function of television and its discourse and

fiction which is one of the most powerful tools spread the forms of popular culture to the society.

Key Words: Popular Culture, Television, appliance

Sivilizasiya tarixi boyunca mədəni dəyişikliklər olmasına rəğmən dəyərlərini itirməyən mədəni özəlliklər mövcud olub. Mədəniyyət anlayışın digər maraqlı cəhəti toplumun daxilində yeni dəyər, motiv, söz, işarə, jest və mimiklərdən ibarət simvolik dildə olduğudur. Mədəniyyət anlayışı altında qisaca olaraq bir toplumun sahib olduqları, düşündükləri hər şey başa düşülür. Burada, insanların sahib olduqları hər şey maddi əşyalar, düşündükləri fikirlər, etdikləri davranış modelləri ifadə edilir. (Mukadder Çakır, 2014)

Bütün mədəniyyətlər;

- a) Maddi obyektlər (abidələr, sənət əsərləri və s.);
- b) Fikirlər, dəyərlər;
- c) Formalaşmış davranış qaydalarından ibarətdir.

Mədəniyyətin sinifləndirilməsi içərisində, mədəniyyətlər arası fərqliliklər və mədəniyyət içərisində ortaya çıxan fərqliliklər də mədəniyyət baxımından önəm daşıyır. Bu fərqliliklərin təməli mədəniyyət içərisində norma və dəyərlərdi. Mədəniyyət içərisində fərqliliklər ümumilikdə, inkişaf etmiş cəmiyyətlərdə daha az, inkişafda olan cəmiyyətlərdə daha çoxdur. Bu baxımdan mədəni inkişaf azdır. Müasir cəmiyyətlərdə isə fərqli qrupların yaşadığı, fərdi fərqli məslək peşə qruplarına sahib olduğu cəmiyyətlər olması baxımından dəyişikliklər daha tez və xarici təsirlərə yaxındır. Ancaq nə qədər dəyişiklər olursa olsun hər mədəniyyət təsadüfi elementlərin olduğu bir bütün deyildir. (Mutlu, E. (1991).)

Mədəniyyət inkişaf içərisində üç formada öyrənilir.

- a) Real mədəniyyət və ideal mədəniyyət;
 - b)Yüksək mədəniyyət və dəyişən mədəniyyət;
 - b) Alt mədəniyyət və əleyhdar mədəniyyət.

Real mədəniyyət – İdeal mədəniyyət, toplumu bir arada tutan norma və dəyərləri sadəcə qaydalarla keçərli olmasıdır. Real mədəniyyət isə bu norma və dəyərlərin istifadəsindəki qaydadır.

Yüksək mədəniyyət və dəyişən mədəniyyət – Toplum içərisində özəl bir həyat quruluşunda istəkləri, alışqanlıqlar olan kiçik elit qrupun sahib olduğu mədəniyyət yüksək mədəniyyətdir. Dəyişən mədəniyyət isə toplumun ümumi mənimsədiyi həyat quruluşları və fərqli dəyərləri ifadə edir.

Alt mədəniyyət və əleyhdar mədəniyyət – Toplumun təməl mədəni dəyərlərini paylaşan ancaq bunun xaricində özünü digər qruplardan ayıran dəyər, norma və həyat quruluşu olan qrupdur. Əleyhdar mədəniyyət isə norma və həyat quruluşları tərəfindən yaşanılan mədəniyyətə əks olan quruluş və davranış qaydasıdır.

Mədəniyyət təbəqələri – Toplumların mədəniyyətini hazırlayan ünsürlər arasındakı bağlantı və əlaqələri quran nümunədir. Mədəniyyətə aid maddi və mənəvi ünsürlər.

Qlobal Kütlə Mədəniyyəti, qlobal ticari media tərəfindən çıxarılan və yayılan bir mədəniyyət olaraq, istehlak və əyləncə yönümlü vizuallığa gündən-günə daha çox söykənməkdədir. Artıq vizual fakt və hadisə, qlobal mədəniyyəti xaricində dəyərləndirmək qeyri-mümkün hala gəlmişdir. Əsas və kütləvi mədəniyyət, bu bərabərlik içində işlənməkdədir. Vizual Mədəniyyət çalışmaları üçün iki mövzu həyatı dərəcədə önəm qazanmaqdadır. Çünki vizual və mədəni sahənin təməl xərci jurnalistikadır və hər ikisi də jurnalist fəaliyyəti formasıdır. Vizual mədəniyyətin insanın beş duyğusu arasında dayandığı duyğu olan görmə duyğusu ilə davam edilmişdir. Görmə, mədəniyyət ilə insan arasında bir

əlaqəyə çevrilmişdir; yəni bir mənada fərdlə toplum arasında bir vasitəyə. Obraz anlayışı isə R. Williamsın yazdığı kimi görüntüdən çox fərqli bir şeydir. Əslində bu ictimaiyyətə əlaqələr, moda və reklamçılıqla əlaqəlidir. Günümüzün ən məşhur anlayışlarından biridir. Hər tarixi dönmə şəxsi görüntüsünü yaratmış, o görüntülərlə xatırlanmış və tarixə keçmişdir. Məsələn piramida görüntüsü Misiri, arena görüntüsü Qədim Romanı yada salır. Azadlıq heykəli ABŞ-ı, Mandela Afrikanı, Eyfel Qülləsi görüntüsü Fransanı, sarışın mavi gözlü insan görüntüsü avropalı olmanı bildirir. Görüntülər mədəniyyətin təməl çalışma sahələrindəndir. Günümüzdə görüntünü, əlaqə vasitələrinin xaricində düşünmək demək olar ki, imkansızdır. Bunu xəyal etmək üçün televiziyanın, ya da internetin vizuallaşdırmadığı, görüntüləmədiyi hər hansı bir şey, bir mövzu, bir sahə qalmışmıdır deyə soruşula bilər. Ya da fotoqrafı çəkilməmiş bir insan qalmışmıdır deyə soruşula bilər. Belə düşündüyümüzdə görüntünün əlaqə vasitələri ilə nə cür iç-içə keçdiyini daha yaxşı təsəvvür etmək olar.

Görüntünün, obrazlığın, vizuallığın çox önəmli olduğu digər bir sahə sənətdir.

Mediada mədəniyyətin yaşadığı dəyişimi incələmək üçün XIX -əsrdəki mədəni müzakirələrə baxmaq lazımdır. Çünki günümüzdəki qlobal kütlə mədəniyyəti, kütləvi mədəniyyət, hegemoniya və ideoloji müzakirələri o illərə uzanmaqda, XX- əsrdə bu müzakirələrdən keçərək gəlməkdədir. 1920-ci illərdən sonra kütlə mədəni və kütlə toplumu müzakirələri, Adorno, Horkheimer, Marcuse və Benjaminlə birlikdə yepyeni bir forma qazanmış və kütlə mədəni tənqid bir perspektivdən analiz edilməkdədir. Bu istiqamətdə çalışmalar Jurnalistika və Media çalışmalarında sözün əsl mənasında çox önəmli rol oynamışdır. Bu da bizi bəlli mədəni formalar ilə qarşı -qarşıya qoyur. Obraz, obrazlama, imic, imicli yaddaş və görüntülü olan hər şey, ənənəvi və yeni mediada, texnoloji vasitələrin tutumu ilə əlaqədar olaraq yer alır. İnsani bir çox dəyəri geridə qoyan qlobal kütlə mədəniyyəti əyləncə, istehlak, nümayiş, görüntü bu mədəniyyətlərin istəkləri əsasında istifadə olunmaqdadır. Qlobal kütlə mədəniyyətin daxilində görüntülü mədəniyyətin ağırlığı gedərək artmaqdadır, sözlü və yazılı mədəniyyət isə gedərək geriləməkdədir. Bu müddətdə, mədəniyyətin qloballaşmasının və fərqli dilləri danışan insanlara aid etmə səyinin önəmli təsiri vardır. İstehlak tərzləri, yaşayış tərzləri, təhsil, səhiyyə, media və həyatın digər sahələri, görüntülü obyektlər üzərindən gedərək daha çox təsvir edilməkdədir, reklamlara mövzu olmaqda, mədəniyyət və sənət məhsullarına təsir etməkdədir.

Sənət əsərlərinin möhkəmləndirilməsi sualı əsas media quruluşunun və məşhur mədəniyyət formalarının bir parçasıdır ki, bu mövzular Görüntülü Mədəniyyətin olmazsa olmaz çalışma mövzularındandır. Bütün bu problemlər bir-birlərinə bağlı olduqları üçün, yarımcıq deyil bütöv bir baxış açısı ilə, tənqidi, mədəni və iqtisadi-siyasi açıdan araşdırıla bilər. Çünki bunlardan birinin yoxluğu, mövzunun araşdırılmasını da əskik qoyar.

Fərdi şəxslərin media qurumu kimi çalışdığı, gündəlik yaşam praktikasında fotoqraf və video çəkiminin həyatın önünə keçdiyi, görüntülü verilənlərin heç bir sərhəd tanımadan yayıldığı və paylaşıldığı günümüz jurnalist ortamında görüntülü mədəniyyətin maraqlanacağı mövzuların artması son dərəcə zənginləşmiş vəziyyətidir, yəni çalışmalara ehtiyac hiss edilməkdədir. Bu vəziyyət ölkəmiz üçün daha çox zərurət daşımaqdadır.

ƏDƏBİYYAT

1. Postman, N. (2010). "Televizyon: Öldüren Eğlence". Osman Akınhay (Translated by). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
2. Mukaddar Çakır. (2014) "Görsel kültür ve küresel kitle kültürü
3. Raymond Williams. (1980) "Kültür ve Materyalizm " (Translated by). İstanbul: Düşünsel Yayınları.
4. Mutlu, E. (1991). Televizyonu Anlamak, Ankara: Gündoğan Yayınları

РЕАЛЬНОСТЬ И ТЕЛЕВИДЕНИЕ – ГОРОДСКОЙ ИМИДЖ

XÜLASƏ

Bu məqalədə "şəhərin imici" kateqoriyasının rolu və əhəmiyyəti təqdim edilir, həmçinin kütləvi kommunikasiya vasitələrinin köməyi ilə şəhər obrazının strateji formalaşması təhlil edilir. Təqdim olunan işdə kommunikativ prosesdə olan əyaniləşdirmə problemi ortaya çıxır.

Açar sözlər: Əyaniləşdirmə, kreativ, vizual mədəniyyət, kütləvi kommunikasiya, şəhərin imici, kommunikasiya, imic kommunikasiyası.

SUMMARY

This article highlights the role and importance of "the city's image" category, including the formation of this strategic process with the help of mass media. The article shows a visualization of a problem in the communicative process.

Keywords: visualization, creativity, visual culture, mass communication, image of the city, communication, image communication.

В словаре терминов и философской доктрины понятие реальности описывается как «все существующие вещи, вещи встречающиеся в повседневной жизни существующие независимо от сознания». (1. С. 156). Модель Ваймана двойной конус вмещает в себя три типа реальности. Первый из них существующая объективная реальность во внешнем мире вне сознания индивида, второй тип событие во внешнем мире, явления, проблемы и организованная реальность, и третий тип с помощью передачи сообщений создание в сознании индивида образа и восприятие субъективной реальности (2. С. 119).

Средства массовой информации в некоторых случаях реконструируют социальную реальность. Но в процессе реконструкции отражается действительность собственной редакционной политики и идеологическое мнение. С этой точки зрения объективная реальность и медийная реальность приобретает особое значение в процессе отражения действительности через СМИ. Объективная реальность это принадлежащая реальность к объекту, наблюдаемой человеком во внешнем мире, независимо от сознания человека. С другой стороны медиа-реальность это события и факты, существующие во внешнем мире, которые выбирают и с помощью журналистской практики повторно представляют через средства массовой коммуникации.

С одной стороны есть «существующая реальность», а с точки зрения средств массовой информации «отражаемая реальность». Существующая реальность в средствах массовой информации превращается в отражаемую реальность. Когда оператор берет в руки камеру и повараживает видеокамеру он отдаляется от реальности и начинает реконструкцию существующей реальности.

Вопрос о реальности в средствах массовой информации был предметом многих исследований. Полученный в этих исследованиях наиболее важный вывод это различие и искажение между существующей во внешнем мире реальностью с медиа-реальностью. Реальность в средствах массовой информации поддерживается визуальностью и создается через телевизионные информационные рассказы, кино,

новостные вестники. Насколько бы построенная реальность в СМИ не была бы в значительной степени важной и основывалась на событиях происходящие во внешнем мире, есть большая разница между реальностью и медиа-реальностью.

Медиа реальность более драматичная, чем объективная реальность вызывает ощущение словно вы "на месте происшествия".

Масса исследований доказали что общественные повестки дня образуются, формируются, и перерабатывает реальность в «построенную реальность», другими словами редактирует реальность с помощью сообщений доставленных со средств массовой информации.

Если даже Либеральная плюралистическая парадигма, утверждает, что журналистика является нейтральным, но она должна быть как можно ближе к объективной реальности, образованная конкурентная среда в связи с увлечением числа коммерческих СМИ является полной противоположностью либеральных взглядов применяемы в журналистической практике. Эта тенденция является причиной искажения и ухудшения объективной реальности и превращения в медийную реальность с помощью СМИ (3. С. 82-147).

Формирование имиджа города тесно связано со структурой социальной коммуникации, так как данный процесс подразумевает обмен информацией. Согласно Г.Лассуэллу структура социальной коммуникации в классической ее форме выглядит следующим образом: кто сообщает?→что сообщает? →по какому каналу? →кому сообщает?→с каким эффектом?

Сообщение может быть представлено в виде словесного сообщения (лозунг, девиз), в символическом виде (гербы, плакаты) или же в форме информации о значимых событиях и др.

Чтобы обеспечить эффективность получения информационного сообщения целевой аудиторией, необходимо грамотно подобрать каналы передачи имиджевой информации. К ним относятся различные средства массовой информации, каждое из которых обладает собственными достоинствами и недостатками по степени эффективности, стоимости, площади охвата и др. (4).

Исходя из того, что процесс конструирования социальной реальности во многом обуславливается средствами массовой информации, второй пласт теоретических инструментов исследования конструирования образа города составляют конструкционистские теории СМИ: теория фрейминга Ш. Иенгара и Р. Энтмана, теория целенаправленного отбора новостей Дж. Галтунга, концепция публичных арен С. Хилгартнера и Ч. Боска и ряд других. Целесообразными для исследования являются наиболее популярные СМИ – прежде всего, телевидение, а также различные печатные издания, например, газеты и журналы. Вклад СМИ в конструирование образа города определяется не только популярностью телеканала, но и медийным охватом. В частности, федеральные СМИ оказывают большее влияние на формирование того или иного образа города, тогда как региональные СМИ, как правило, более «последовательны» при обращении к указанной тематике. При анализе сообщений СМИ в рамках количественного анализа пристальное внимание уделяется «эмоциональной окрашенности», т.е. наличию положительных, отрицательных или нейтральных коннотаций, связываемых с конструируемыми образами (5. С. 42-45). Имидж города представляет собой сложившийся образ, результат долгосрочной тщательно спланированной, целенаправленной деятельности, включающей в себя поддержание и развитие позитивного образа городской территории посредством каналов массовой и социальной коммуникации. Имидж города служит для того, чтобы

выделить определенную городскую территорию из массы похожих городских территорий. Таким образом, целенаправленно формируемый образ города называется *имиджем города*. (6). Имидж города конструируется на основе трех базисных составляющих: одной объективной и двух субъективных. Под объективной частью понимается реальный, действительный набор характеристик территории (показатели экологии, внешний облик домов, экономическая ситуация и др.), которые могут содержать как положительную, так и отрицательную окраску. Субъективная сторона имиджа включает, во-первых, личное представление того или иного индивида о данной территории на основе личного опыта и собственных знаний, во-вторых, мнения других людей, групп (слухи, стереотипы и тд.).

Таким образом, имидж территории конструируется посредством воздействия на определенные целевые группы потока информации о городской территории, которая, в свою очередь, интерпретируется этими группами по-разному, следовательно, под воздействием одной и той же информации имидж города отдельными людьми и целевыми аудиториями может восприниматься по-разному (7).

ЛИТЕРАТУРА

1. Bolay 1996: 156
2. Çebi 2003:119
3. Bennett 2000: 82-147
4. Горчакова В. Г. Семь законов имиджевой коммуникации // Электронный журнал– 2009 – №2
5. Л.А.Бурганова, Конструирование имиджа государственной службы средствами массовой информации Власть. – 2008. – № 3. – С. 42-45
6. Рахно Н. В. Территориальный брендинг как элемент устойчивого развития территорий в современных условиях // Вестник Института стратегических исследований
7. Мельникова Т. С. Особенности коммуникативного механизма процесса формирования политического имиджа // Научно-издательский центр «СОЦИОСФЕРА» –2012– 23 августа

“ƏKİNÇİ”nin “TAYMS”dan İSTİFADƏ ETDİYİ MATERIALLAR

РЕЗЮМЕ

В статье всесторонне анализируются материалы известной газеты Великобритании, которые были использованы первой азербайджанской газетой “Экинчи” выясняются причины предпочитания Гасан бек Зардаби к этим публикациям, также отправки часть книги, переведенную на турецкий язык в редакцию “Экинчи” для редактирования.

Ключевые слова “The Times”, “Экинчи”, Гасан бек Зардаби, парламент, “четвертая” власть, Турция, “Новые османы”.

SUMMARY

In the article the materials that reflects the relations between famous newspaper of Great Britain-“The Times” and the first Azerbaijan newspaper-“Əkinçi” are widely analyzed, the reasons of sending the Turkish translation of one book in order to editing also H.Zardabi’s preferring the usage of English press materials are determined.

Key words: “The Times”, “Əkinçi”, Hasan bey Zardabi, parliament, “The fourth” dominion, Turkey, “New Ottomans”.

“Əkinçi” qəzeti barəsində çox yazılmış, çox deyilmiş, ciddi tədqiqatlar aparılmışdır. Bununla belə, qəzetin fəaliyyəti ilə bağlı hələ də çox işlər görmək lazımdır. Hər dəfə qəzetin çıxan nömrələrində çap olunmuş materialları nəzərdən keçirərkən tədqiqatçını yeni-yeni ideyalar cəlb edir, onu bu və ya digər problemə daha ciddi yanaşmağa çağırır. Bizə elə gəlir ki, “Əkinçi” barəsində aparılan tədqiqatlar daha da genişləndirilməli, qəzetin beynəlxalq mövzuda çap etdiyi materiallar yeni tələblər çərçivəsində saf-çürük edilməlidir.

Moskva Universitetinin məzunu olması, Avropa ölkələrinin tarixini və mədəniyyətini yaxşı bilməsi, müxtəlif ölkələrin qəzetlərinin materiallarına əsaslanması H.B.Zərdabının beynəlxalq məsələlərin işıqlandırılmasında köməyinə gəlirdi. Qəzetin işıq üzü qörmüş 56 nömrəsində rus, ingilis, fransız dilli mətbuat orqanlarından gen-bol istifadə edilmişdir. Bu materialların böyük əksəriyyətində ən mühüm beynəlxalq həyat məsələləri işıqlandırılmışdır.

H.B.Zərdabının böyük maraq göstərdiyi xarici mətbuat orqanlarından ən birincisi Böyük Britaniyanın “Tayms” qəzeti olmuşdur. Maraqlıdır ki, “Əkinçi” öz problemlərindən danışarkən “Tayms”ı müsbət nümunə kimi göstərmişdir. Qəzetin 1876-cı il 6 dekabr tarixli sayında “Daxiliyyə” şöbəsində verilmiş materialda deyilir: “Bizim müsəlman tayfasının ingilis tayfasından nə gədər geri qaldığını “Əkinçi” qəzetinə və London şəhərində çap olunan “Tayms” qəzetinə baxmaq ilə bilmək olur”.

Maraqlıdır, H.B.Zərdabi nəyə görə məhz “Tayms” qəzetini nümunə kimi göstərmişdir? Şübhəsiz, baş redaktor bu sözləri deyərkən nəyəsə əsaslanırdı. Və bu sözləri söyləmək üçün əlində kifayət qədər məlumat vardı. O da məlumdur ki, həmin dövrdə “Əkinçi”nin oxucuları belə bir məlumata malik deyildilər.

“Tayms” qəzeti XIX əsrdə İngiltərə jurnalistikasının lideri idi. Onun şan-şöhrəti Londondan bütün dünyaya yayılmışdı. Bu gündəlik səhər qəzetini 1785-ci ildə mətbəə sahibi Con Uolter yaratmışdı. Sonralar onu I Uolter kimi tanıyırdılar.

Qəzetin rəhbəri vəzifəsinə 1803-cü ildə onun oğlu II Con Uoler gətirildi və yalnız bundan sonra “Tayms” müstəqil mətbuat orqanına çevrildi və hökumətdən asılılığa son qoydu. Hökumət isə “Tayms”a Avropadan və xaricdən informasiya gətirən gəmiləri ləngitmək barədə əmr verdi. Bununla bağlı Uolter izahat istədi. Ona bildirdilər ki, qəzet istiqamətini dəyişdirsə, əmr geri götürülə bilər. Qəzetin sahibi sövdələşmədən imtina etdi və işi yaxşılaşdırmaq məqsədilə gəmilər, poçt arabaları aldı, kuryerlər dəstəsi yaratdı, İngiltərə və Hindistan arasında əlaqələrin intensivliyini təmin etdi.

“Tayms” XIX əsrin axırlarınadək beynəlxalq həyat məsələlərinin işıqlandırılmasında liderliyi əlində saxladı. Bu mətbu orqan həm ölkə daxilində, həm də xaricdə geniş müxbirlər şəbəkəsi olan yeganə gündəlik ingilis qəzeti idi. Məlumatlılığı baxımından hökumətin məlumatlılığını ötüb keçirdi. Vaterloo yaxınlığında Napoelonun qoşunlarının darmadağın edilməsi barəsində xəbəri dünyaya ilk dəfə məhz “Tayms” yaymışdı. Şübhəsiz, bu cür xəbərlər nəşrin tirajının artması ilə nəticələnirdi. 1815-ci ildə tirajı 5.000 nüsxə olan qəzet 1854-cü ildə 50.000 nüsxə tirajla çap olunurdu.

Parlamentdə stenoqrafların sayı artırılmışdı. Qəzet parlamentdə aparılan müzakirələrin xülasəsini əvvəllər 8-10 sütunda verirdisə, bu rəqəm 1-ə endirilmişdi. Maraqlıdır ki, bu yeniliyi Londonun digər qəzetləri də tətbiq etməyə başlamışdılar. Şübhəsiz, həmin üsul oxucu vaxtına qənaət olunmasını və materialın daha tez oxunmasını təmin edirdi.

Uolterlər sülaləsi öz ətrafına istedadlı adamlar toplamışdı. İki alman – Köniq və Bauer 1814-cü ildə qəzetin emalatxanalarında buxarla işləyən çap maşını hazırlamışdılar. “Tayms”ın 1814-cü il 29 noyabr tarixli nömrəsi yeni maşında çap olunmuşdu. Bu maşın saatda 1.000 nüsxə, bir az sonra 5.000 nüsxə, müəyyən təkmilləşdirmə apardıqdan sonra isə 10.000 nüsxə qəzet çap etməyə imkan verirdi. Əllə işlənən dəzgahda isə saatda yalnız 215 nüsxə çap etmək mümkün olurdu.

1817-ci ildə qəzetin baş redaktoru vəzifəsinə Tomas Barns gətirildi. İngiltərənin qəzet maqnatı Nortkliff onu “Tayms”ın ən yaxşı redaktoru kimi səciyyələndirirdi. Barns ölümünün son günlərində, yəni 1841-ci ilə qədər sevimli qəzetinə rəhbərlik etmişdir.

Onun varisi Con Dileyn oldu. 1879-cu ilə qədər baş redaktor olan Con Dileyn nəşrin bütün tirajı çap olunmamış evə getməzdi. “Əkinçi” dünyaya göz açarkən “Tayms” 91 yaşına yaxınlaşırdı. Qəzet dünyanın ən nüfuzlu mətbuat orqanı kimi şöhrət qazanmışdı. “Əkinçi”nin bu qəzetə maraq göstərməsi, onun barəsində öz səhifələrində söz açması, çap etdiyi materiallardan istifadə etməsi “Tayms”ın dünya şöhrətli mətbuat orqanı olması ilə əlaqədar idi.

İngiltərə parlamentinin üzvü Bulver-Litton çıxışlarından birində demişdi: “XIX əsr İngiltərə sivilizasiyası haqqında hər hansı sübutu gələcək əsrlərə ötürmək mənə həvalə edilsə idi, nə donanmalarımızı, nə dəmir yollarımızı, nə ictimai binalarımızı, nə də sizinlə birlikdə iclas keçirmək şərəfinə nail olduğumuz əzəmətli parlament binamızı seçərdim. Mənə “Tayms”ın adi nömrələrindən biri kifayət edərdi”.

ABŞ prezidenti Avraam Linkoln “Tayms”ı “dördüncü” hakimiyyət hesab etməklə yanaşı, dünyada ən böyük qüvvələrdən biri kimi dəyərləndirirdi. Kraliça Viktoriya məktublarından birində “Tayms” qəzetinin cəmiyyətin həyatına təsirinin çox güclü olmasından söhbət açırdı.

Bütün bu faktları göstərdikdən sonra “Əkinçi”nin “Tayms”a tez-tez müraciət etməsinin səbəbi aydınlaşır. “Tayms” barəsində “Əkinçi”də çap olunan yazı çox ehtimal ki, qəzet barəsində Həsən bəy Zərdabinin bildiklərinin cüzi bir hissəsidir.

“Əkinçi”nin yazdığına görə, “Tayms” dörd səhifə həcmində hər gün çıxır, hər vilayətdə müxbiri olması təzə xəbərlərin toplanıb çap edilməsinə imkan verir, tirajın

oxuculara dəmiryol qatarları vasitəsilə həmin gün çatdırılması təmin edilir, hətta bu işin sürətləndirilməsi üçün yeni tədbirlər görülməsi nəzərdə tutulur. Çap işinin sürətləndirilməsi sahəsində görülən işlərdən danışan H.B.Zərdabi qəzetin elanlardan hər gün 200 manatdan çox vəsait götürdüyünü qeyd edir, “Tayms”ın 100. 000 nəfərdən çox müştərisinin olduğunu göstərirdi.

H.B.Zərdabi “Əkinçi” barəsində danışarkən yazırdı ki, həmin “qəzet 300 müştəriyə həsrət çəkir və bir də ingilis məmləkətində “Tayms”dan savayı çox qəzet var ki hər gündə, ya da gündə iki dəfə çap olunur və onların hər birini çap edən özünün qəzet çap etmək ixtiyarını 200 min manata satmaz, amma bizim bir “Əkinçi” qəzetimiz var və əgər onu çap etmək ixtiyarını satmağa dursaq, nə ki ona bir qəpik verən olmaz, hətta onu cəbrən də boynuna götürən tapılmaz. Buna səbəb odur ki, ingilis əhli dünya işində mahir və hər elmdən xəbərdar olduğuna səy edir ki, pul qazanıb, nə ki, bu dünyada çox ləzzət ilə zindəganlıq etsin, hətta axirəti gözləyib, məktəbxana və kilsə tikdirib, qeyriləri xristian etməkdən ötrü icmalar bina edir və bu səbəbə onlar kamallı və xeyirli sözün qədrinin bilir ki, onlardan ol qədər qəzet oxuyan var”.

“Tayms” qəzeti ilə bağlı çap olunmuş material “Əkinçi”nin 1876-cı il 1 yanvar tarixli nömrəsində verilmiş xəbərdə də diqqət yetirməyi tələb edir: “Altı ay yoxdur ki, bizim “Əkinçi” qəzeti çap olunur, amma ingilisin paytaxtı London şəhərində onun çap olunması məlumdur. Oradan bir kitabın bir fəslinin türk dilində olan tərcüməsini bizə göndəriblər ki, onun qələtinə düzəldək, əl həqq bu çox ziyadə gözüaçıqlıq istər. London şəhərində bir neçə yüz qəzet çap olunur. Onunla belə kişilər dünyanın ucunda bizim qəzet kimi kiçik qəzet çap olunmasını eşidib istəyirlər ondan da nəfərdar olsunlar, amma bizim adamın çoxu nə ki, bucağadək bizim qəzeti oxumayıblar, bəlkə bəzi kəslər onun bina olunmasının xəbərini də eşitməyiblər.”

Bu xəbərdə “Əkinçi”nin vəziyyətinin çətinliyi ilə yanaşı, İngiltərədə tanınması nəzərə çatdırılır. Qəzetin səhifələrində bu cür xəbərlər çoxdur. Lakin bizi maraqlandıran başqa bir məsələdir. H.B.Zərdabi “Əkinçi” qəzetinin Londonda da tanındığından iftixar hissi duyur və ona redaktə etmək üçün türk dilində yazı göndərildiyini nəzərə çatdırır. Məhz bu xəbər bir sıra məqamlara aydınlıq gətirməyi tələb edir.

“Əkinçi” Azərbaycan jurnalistikası tarixində, cəsarətlə demək olar ki, ən çox tədqiq edilmiş mətbuat orqanıdır. Qəzetin həyat və fəaliyyəti həm çar hakimiyyəti dövründə, həm Sovetlər birliyi dönməsində, həm də müstəqillik illərində geniş öyrənilmişdir. “Əkinçi”nin materiallarının tam mətninin 1979-cu ildə kiril əlifbası, XXI əsrin əvvəllərində isə latın əlifbası ilə çap edilməsi tədqiqat işinin daha səmərəli aparılmasına, mənbələrdən daha dəqiq istifadə edilməsinə şərait yaratmışdır. Bununla belə, bizə elə gəlir ki, bəzi məsələlərə, xüsusilə beynəlxalq həyat, o cümlədən beynəlxalq jurnalistika ilə bağlı materiallara diqqət yetirmək, bir sıra suallara cavab vermək tələb olunur. Ortalığa çoxlu suallar çıxır: “Londondan “Əkinçi”yə göndərilmiş türk dilində material hansı kitabın fəslə olmuşdur? “Nəyə görə tərcüməni İstanbula deyil, məhz Bakıya, “Əkinçi”nin redaksiyasına göndərmişdilər?” Şübhəsiz, bu suallara cavab vermək lazımdır. “Əkinçi”nin arxivinə yenidən baxmaq, həmin materialın məzmunu ilə tanış olmaq, haradan göndərildiyini müəyyənləşdirmək lazımdır. Bizə elə gəlir ki, materialın “Əkinçi”nin redaksiyasına göndərilməsi səbəbsiz deyildi.

Məlum olduğu kimi, XIX əsrin 60-cı illərinin axırları və 70-ci illərinin əvvəllərində Londonda türk mühacir mətbuatı, əvvəlcə “Müxbir”, sonra isə “Hürriyyət” qəzetləri çıxırdı. Çox ehtimal ki, bu qəzetlərin “Tayms” qəzeti ilə əlaqələri vardı. Eyni zamanda “Yeni osmanlılar” mühacir mətbuatının nüsxələrini Türkiyəyə gizli yolla göndərirdilər. Ehtimal etmək olar ki, “Əkinçi”yə göndərilən türkcə tərcümə “Yeni osmanlılar”ın ruhuna uyğun

olmuşdur, onların fikrincə, elə bir materialı Türkiyəyə göndərmək həmin materialın məhvi demək olardı və buna görə də Bakını etibarlı şəhər kimi görüb oraya göndərilməsini məsləhət bilmişdilər.

Həsən bəy Zərdabinin “Tayms” qəzetinə hüsn-rəğbət bəsləməsi də səbəbsiz deyildi. Başlıca səbəb o idi ki, həmin qəzet dövrünün ən məlumatlı mətbuat orqanı sayılırdı və bəzən bir sıra məsələlər barəsində hökumətdən daha çox məlumatlı olması ilə seçilirdi. Məsələn, qəzet Vaterloo yaxınlığında Napoleon qoşunlarının məğlub olması haqqında xəbəri ilk dəfə yaymışdı. Halbuki hökumətdə belə bir xəbər yox idi. Bundan əlavə, “Tayms”ın yaydığı xəbərlərin dəqiqliyinə heç kəsin şübhəsi olmurdu. “Əkinçi” öz oxucularını Rusiya-Türkiyə münasibətləri, Balkanlarda vəziyyət və Osmanlı imperiyası ilə bağlı bir sıra məsələlər barəsində “Tayms”ın verdiyi məlumatlarla tanış etməklə əhalidə daha doğru rəy formalaşdırmaq istəyirdi, çünki dövrünün digər mətbuat orqanları, o cümlədən rus qəzetləri beynəlxalq məsələlər barəsində qərəzli yazılar verirdilər. Senzuranın tüğyan etdiyi bir zamanda həmin yazılardan başqa cür istifadə etmək mümkün deyildi. Mümkün olan yalnız “Tayms” qəzetinin xəbərlərinə istinad etmək idi.

Maraqlıdır ki, “Əkinçi”nin “Tayms” qəzetindən götürdüyü materiallar dünyanın müxtəlif bölgələrini əhatə etdiyi kimi, məzmun etibarı ilə də rəngarəngdir. Bu materiallarda Hindistanda müstəqillik uğrunda aparılan mübarizə, Osmanlı imperiyasının həyatında baş verən yeniliklər öz əksini tapmışdır. Fikrimizcə, “Əkinçi”nin Böyük Britaniya ilə bağlı olan materialların əksəriyyəti hətta elmi yeniliklər haqqında məlumatlar da “Tayms”dan götürülmüşdür.

Kiçik bir məqalədə “Əkinçi” ilə bağlı tədqiqatlara yeni münasibəti əks etdirə biləcək ideya və fikirlərin hamısı haqqında danışmaq, şübhəsiz, imkan xaricindədir. Lakin bizə elə gəlir ki, ilk mətbuat orqanımızın tədqiqinə daha ciddi yanaşılmasının zəruriliyi barəsində yuxarıda deyilənlər də kifayətdir.

Sabir MƏMMƏDLİ

MÜSTƏQİL AZƏRBAYCANIN MƏTBUAT SİSTEMİNİN TƏŞƏKKÜLÜ PROSESİ (1989-1991)

РЕЗЮМЕ

В статье анализируется процесс формирования системы печати в Азербайджане в период приобретения независимости. Автор подчеркивает, что основным фактором формирования новой системы печати в Азербайджане являлось бурное развитие национально-освободительного и демократического движения в республике. На волне борьбы за независимость возникли первые независимые газеты. В стране сформировались новые политические партии и общественные движения, деятельность которых была направлена на отрицание всего коммунистического прошлого, достижения независимости Азербайджана и решимости построить демократическое общество. Параллельно с ними стали возникать их печатные органы: газеты «Мейдан», «Айдынлыг» «Азадлыг», «Айна», «Ики сахил» и другие.

Ключевые слова: *система печати, независимость, типология печати, независимые газеты, печать Азербайджана, СМИ.*

SUMMARY

The article analyzes the process of formation of the printing system in Azerbaijan in the period of independence. The author emphasizes that the main factor in the formation of a new printing system in Azerbaijan was the rapid development of the national liberation and democratic movement in the country. In the wake of the struggle for independence arose the first independent newspapers. The country has formed new political parties and social movements, the activity of which was directed at the negation of the whole of the communist past, the achievements of Azerbaijan's independence and determination to build a democratic society. Along with them began to emerge of print media: newspapers "Meydan", "Aydinlig" "Azadlig", "Aina", "Iki Sahil" and others.

Keywords: *printing system, the independence, the typology of the press, independent newspapers, the Azerbaijani press, media.*

1920-ci ildə Sovet Rusiyasının Azərbaycanı işğal etdikdən sonra, respublikada hakimiyyətə gəlmiş Kommunist Partiyasının əsas məqsədlərindən biri “yeni tip mətbuat” yaratmaq və nəticədə bütün informasiya sahəsini özünün ideologiyasına tabe etmək olmuşdur. Bu məqsədə nail olmaq üçün hakim partiya tədricən mətbuatın bütün siyasi və hüquqi əsaslarını köklü surətdə dəyişmişməyə başlamışdır.

Marksizm-leninizm təlimindən qaynaqlanan belə mətbuat cəmiyyətin tarixi inkişafının tərkib hissəsi və mühüm ideoloji üstqurumu hesab olunurdu. Çoxmilli partiya sovet mətbuatının mahiyyəti V.Leninin əsərlərində əhatəli şəkildə öz izahını tapmışdı. Yeni tip mətbuatın kollektiv təbliğatçı, kollektiv təşviqatçı və kollektiv təşkilatçı kimi vəzifələrini müəyyən edən V.Lenin onun bu prinsiplərini işləmişdir: partiyalılıq, burjua ideologiyası ilə barışmazlıq və s. [1]. Kommunist və antiburjua təbliğatında mətbuatdan mühüm və vacib ideoloji vasitə kimi yararlanan partiya rəhbərliyi əslində Azərbaycan da daxil olmaqla bütünlükdə Sovet İttifaqında “rusofil”, “qəliflənmiş” mətbuat sisteminin yaradılmasına nail olmuşdu. Totalitar dövrün mətbuatı özü-özlüyündə unikal və nadir xarakterə malik idi. Eyni zamanda yuxarıda qeyd olunan nəzəri əsaslar çərçivəsində fəaliyyət göstərən Azərbaycan sovet mətbuat sisteminin quruluşu standart formaya malik idi. Mətbuat strukturunun xarakterik bölgüsü aşağıdakı kimi idi:

1) Ərazi prinsipi üzrə.

Qeyd edək ki, bu bölgüyə əsasən, sovet mətbu orqanları mərkəzi (ölkə üzrə yayımlanan), muxtar respublika, vilayət, şəhər və rayon qəzetlərinə bölünürdülər. Azərbaycan Respublikasının aparıcı mərkəzi qəzetləri “Kommunist”, “Bakinskiy raboçiy”, “Vışka” qəzetləri idi. Bu dövrü nəşrlərin fəaliyyəti respublikanın partiya təşkilatları üçün xalq kütlələrinin kommunist tərbiyəsində əvəzsiz və etibarlı vasitə rolunu oynayır. Mərkəzi qəzetlərin başlıca mövzu yönümünü respublikanın inkişaf problemləri, kommunist tərbiyəsi və s. təşkil edirdi. A2 formatlı “Kommunist” və “Bakinskiy raboçiy” qəzetləri standart forma və məzmunu malik idi.

Ərazi bölgüsünə uyğun olaraq Naxçıvan muxtar respublikasında “Sovet Naxçıvanı” (“Şərq Qapısı”), Dağlıq Qarabağ muxtar vilayətində “Sovetskiy Karabax” qəzetləri nəşr olunurdu. Bu prinsipə uyğun olaraq Respublikanın paytaxtında fəaliyyət göstərən əsas şəhər qəzetləri “Bakı” və “Baku” qəzetləri idi. Gəncədə isə “Kirovabad kommunisti”, “Kirovabadskiy raboçiy”, Sumqayıtda “Sosialist Sumqayıtı” qəzetləri çap olunurdu.

Sovet mətbuatının tərkib hissəsi olan rayon qəzetləri həmin dövrdə çox geniş şəbəkə ilə fəaliyyət göstərirdi. Məsələn, həmin illərdə fəaliyyət göstərən bu tip qəzetlərə misal olaraq, AKP Ağsu Rayon Komitəsi və Rayon Xalq Deputatları Sovetinin orqanı “Birlik”, AKP Ağcabədi RK və RXDS-nin orqanı “Sürət”, Ağdaş rayonunda - “Lenin yolu”, İmişli

rayonunda - “Qızıl Ulduz”, Quba rayonunda - “Şəfəq”, Zaqatala rayonunda - “Qırmızı bayraq”, Gədəbəy rayonunda - “Tərəqqi” və s. dövrü nəşrləri qeyd etmək olar.

2) Yaş differensiasiyası üzrə.

Sovet mətbuat strukturunun ikinci başlıca bölgü prinsipi - yaş differensiasiyası əsasında yaranmış gənclər, yeniyetmə və uşaq mətbuatı idi. Sovet gənclərinin aparıcı mətbuat orqanları “Azərbaycan gəncləri” və “Molodyoj Azerbaycana” qəzetləri idi. Qeyd edək ki, Azərbaycan Lenin Kommunist Gənclər İttifaqının orqanı olan hər iki qəzet nəhəng sovet təbliğat maşınında gənclər arasında apardığı işə görə əhəmiyyətli rola malik idilər.

Azərbaycan pioner və uşaq mətbuatının əsasını “Azərbaycan pioneri” qəzeti və “Pioner” jurnalı təşkil edirdi. Sonrakı illərdə isə azyaşlı uşaqlar və oktyabryatlar üçün aylıq “Göyərçin” jurnalının nəşrinə başlanmışdı.

3) Cəmiyyətin həyat sahələri üzrə.

Mətbuatın üçüncü bölgü prinsipinə uyğun olaraq müxtəlif sahələr üzrə ixtisaslaşmış mətbu orqanları təşkil olunmuşdur. Bu tipli dövrü nəşrlər sırasında aparıcı yeri tutan ədəbi-bədii nəşrlər (“Ədəbiyyat və incəsənət” qəzeti, “Azərbaycan” və “Ulduz” jurnalları) o dövr ədəbiyyatının, ədəbi tənqid və ədəbiyyatşünaslığının inkişafında mühüm və danılmaz xidmətlər göstərmişlər.

Digər sahələr üzrə də müxtəlif qəzet və jurnallar fəaliyyət göstərirdi: “Azərbaycan müəllimi”, “Tibb jurnalı”, “Sovet kəndi”, “İdman”, “Azərbaycan təbiəti”, “Elm və həyat”, “Azərbaycan məktəbi”, “Azərbaycan neft təsərrüfatı” “Azərbaycan kimya jurnalı” və s.

Aparıcı qadın mətbu orqanı “Azərbaycan qadını” ictimai-siyasi və ədəbi-bədii jurnal idi və bu jurnal əsasən qadınların ictimai-sosial problemləri və s. üzrə ixtisaslaşmışdı. Ancaq sovet və kommunist düşüncə tərzinin hakim olduğu bir cəmiyyətdə fəaliyyət göstərən bu jurnallarda dərc olunan elmi və ədəbi-bədii materialların ideoloji cəhətdən yüklənməsi və təbliğati məna kəsb etməsi ənənəvi xarakter almışdı.

Bütünlükdə Kommunist Partiyasının tam nəzarəti və inhisarı altında fəaliyyət göstərən biristiqamətli və sifarişli Azərbaycan sovet mətbuatının uzun illər ərzində formalaşdırdığı kollektiv şüur vətəndaşların bütün düşüncəsinə hakim kəsilmişdi, fərdilik və individualıq yox dərəcəsində idi. Cəmiyyətdə fərqli rəy və fikirlərin mümkünlüyü mətbuatda ehtimal olunmurdu. Mətbuat vasitəsilə kommunist ideologiyasının, eyni yaşam və düşüncə tərzinin süni surətdə beyinlərə köçürülməsi prosesi gedirdi. Qəzet və jurnallarda yalnız kommunist həqiqəti və kommunist əxlaqının mahiyyəti təbliğ olunurdu ki, bu da sonradan ictimai fikrin patologiyası və cəmiyyətin birtərəfli, natamam inkişafı ilə nəticələnirdi. Qeyd olunan bu cəhətlər mahiyyət etibarilə, “Dörd mətbuat nəzəriyyəsi” əsərində yürüdülmən “mətbuat, fəaliyyət göstərdiyi cəmiyyətin sosial-siyasi strukturunun forma və məzmununu özündə etiva edir” tezisini təsdiqləyir, belə ki, sovet mətbuatı mövcud totalitar rejimin idarəetmə üsulunun tam bir hissəsi və sistem olaraq onun ifadəsi idi.

Beləliklə, ümumi sovet mətbuatının tərkib hissəsi olan Azərbaycan mətbuatının xüsusiyyətlərini təhlil edərkən, vurğulamaq lazımdır ki, ictimai-tarixi əsas olmayan sovet sisteminin uzun müddət fəaliyyət göstərməsinə baxmayaraq, mahiyyət etibarilə, belə mətbuat quruluşu siyasi-ideoloji və təbliğati xarakter daşıdığına görə, mövcud rejimin süqutu ilə öz iflasını yaşamalı oldu.

Keçən əsrin 80-ci illərin ikinci yarısında Azərbaycan mətbuatında ciddi dəyişikliklər baş verməyə başladı. “Molodyoj Azerbaydjana”, “Odlar yurdu”, “Elm” qəzetləri hamını narahat edən problemlərə dair kəskin məqalələrlə çıxış edir, mövcud quruluşun, ictimai-siyasi münasibətlərin dərin ziddiyyətlərini vurğulamağa başlamışlar. Öz məzmun və hadisələrə münasibəti ilə bu qəzetlər başqalarından kifayət qədər seçilirdi.

Əslində rəsmi mətbuat orqanları özlərinin gələcək fəaliyyət istiqamətləri haqqında

düşünməyə başlamışlar. Belə rəsmi qəzetlər sırasında daha çox Nəcəf Nəcəfovun redaktorluğu ilə nəşr olunan “Molodyoj Azerbaydjana” qəseti seçilirdi. Respublika hakimiyyət orqanları qəzetin azadlıq ruhu ilə razılaşa bilmədilər və gənclər qəzetinin jurnalist kollektivini dağıtmağa qərara aldılar. Nəcəf Nəcəfov redaktorluqdan uzaqlaşdırıldı, qəzetin bir çox əməkdaşı işdən çıxarıldı [2].

1987-88-ci illərdən güclənən mərkəzdənqaçma meylləri növbəti illərdə geniş vüsət aldı və daha kütləvi xarakter daşımağa başladı. Cəmiyyətdə mövqeyi və mənafevi mövcud rejimə qarşı yönəlmiş siyasi qüvvələrin formalaşması və inkişafı prosesi sürətlənirdi. Məhiyyət etibarilə, bu proses, 70 illik “süni fasilədən” sonra siyasi müxalifətin yaranması demək idi. Məhz bu müxalifətin yaranması Azərbaycan milli-azadlıq hərəkatının daha fəal hərəkat müstəvisinə keçməsinə səbəb olmuşdu. Açıq mübarizə üsullarının ən vacib şərti yeni siyasi qüvvələrin məqsəd və vəzifələrini əks etdirən azad, müstəqil mətbuatın yaranması idi.

1988-ci ilin 17 noyabr - 5 dekabr “Meydan epopeyası” təkcə Qarabağ və müstəqillik uğrunda ümumxalq mübarizəsinin başlanğıcı olmadı, eyni zamanda Azərbaycanda müstəqil mətbuatın yaranmasına güclü impuls verdi. Məhz milli-azadlıq hərəkatı dalğasında, 1989-cu ildən etibarən, yəni SSRİ-nin çöküşünə və suverenliyimizə iki il qalmış bir-birinin ardınca populyarlığına görə o vaxtkı dövlət nəşrlərini kölgədə qoyan müstəqil qəzetlər meydana çıxdı.

Azərbaycan milli-azadlıq hərəkatına başçılıq edən qüvvələrin təşkilatlanması və mərkəzləşməsi nəticəsində aparıcı siyasi qüvvələr və partiyalar – Azərbaycan Xalq Cəbhəsi (1989-cu il, 16 iyun), Azərbaycan Milli Demokratik Yeni Müsavat Partiyası (1989-cu il, 24 oktyabr), Azərbaycan Xalq Partiyası (1990-cı il, 10 yanvar) və bir sıra başqa təşkilatlar yarandı və bu siyasi qüvvələr müstəqil qəzetlərin fəaliyyətə başlamasında həlledici rolə malik oldular.

1989-cu ilin ortalarında AXC-nin Oktyabr rayon şöbəsinin “Meydan” qəzeti nəşr olunmağa başlamışdır. Qəzetin bir neçə nömrəsi çıxmışdır. Meydan hərəkatı dövründə yüz minlərlə insanın toplaşdığı məkanda iki səhifəlik “Meydan” qəzeti əldən-ələ gəzirdi. Qəzetin materialları böyük əks-səda doğurmuşdur və həqiqətən azad söz nümunəsinə çevrilmişdir.

1989-cu il oktyabrın 5-dən Qarabağa Xalq Yardımı komitəsinin ictimai mühitə böyük təsir göstərən “Azərbaycan” qəzeti yaradılmışdı. “Azərbaycan” qəzeti Sabir Rüstəmxanlının redaktorluğu ilə işıq üzü gördü və tez bir zamanda oxucuların rəqəbətini qazandı. Qəzet bir növ 1918-1920-ci illərdə işıq üzü görmüş, lakin Sovet hökumətinin yasaqladığı eyni adlı qəzetin bərpası kimi çap edilirdi. Yenidənqurma və aşkarlığın nəticəsində oyanan xalq kütlələri, güclənən milli-azadlıq hərəkatı, mərkəzi hakimiyyətə itaətsizlik, müstəqillik arzuları, bölünmüş Vətən, tarix boyu itirilmiş torpaqlar nisgilləri mətbuatın qarşısında vacib və böyük məsələlər qoyurdu. Bu mənada millətin dirçəliş dövründə qəzetlər hadisələrə daha tez və operativ müdaxilə etmək imkanına malik idi. Həmin dövrdə “Azərbaycan” qəzeti 500 min tirajla çap olunurdu. Əlbəttə, bu, rəsmi rəqəm idi, lakin qəzetin oxucusu onun tirajından qat-qat çox idi.

Güclü milli-azadlıq hərəkatı dalğasında 10 noyabr 1989-cu ildə Azərbaycan Milli Demokratik Yeni Musavat Partiyasının - “Yeni Musavat” qəzetinin ilk sayı çapdan çıxdı. “Yeni Müsavat” qəzeti Rauf Arifoğlunun redaktorluğu ilə qeyri-leqal şəkildə nəşr olunurdu. Bundan əlavə həmin partiyanın üzvləri “Yurdum” informasiya bülleteni və rus dilində “Naş put” qəzeti də nəşr edirdilər [3].

Azərbaycan Xalq Cəbhəsinin əsas mətbu orqanı olan “Azadlıq” qəzeti 1989-cu il dekabrın 24-də işıq üzü görmüşdür. İlk sayından böyük populyarlıq qazanmış “Azadlıq” qəzeti Nəcəf Nəcəfov və Qənimət Zahidovun redaktorluğu ilə nəşr olunurdu. İllər boyu ölkədə azad və tənqidi mətbuatın flaqmanı sayılan “Azadlıq” qəzeti, öncədən Azərbaycan

Xalq Cəbhəsinin orqanı olmağına baxmayaraq milli-azadlıq hərəkatının kütləvi xarakterli olması səbəbindən ümummilli qəzet kimi qəbul olunurdu və o illərdə çox böyük oxucu auditoriyasına malik idi.

Azərbaycan Xalq Partiyasının mətbu orqanı olan “Xalq səsi” qəzetinin ilk nömrəsi 28 may 1990-cı ildə işıq üzü görmüşdür. Qəzetin ilk iki nömrəsi Elmar Məhərrəmovun, sonrakı sayları isə Sabir Məmmədlinin redaktorluğu ilə nəşr olunmuşdur. Qəzetin aktiv dövrü 1991-ci ilə təsadüf etmişdir. “Xalq səsi” qəzeti qeyri-leqal şəkildə, şəxsi əlaqələr əsasında Azərbaycan rus dili və ədəbiyyatı institutunun (hazırkı Bakı Slavyan Universitetinin) mətbəəsində çoxaldılırdı.

Həmin dövrdə oxucular arasında böyük populyarlıq qazanan qəzetlərdən biri də “Aydınlıq” qəzeti idi. Respublika “Qayğı” cəmiyyətinin təsisçiliyi ilə nəşr olunan bu qəzet Məmməd Nazimoğlunun redaktorluğu ilə çıxırdı. “Aydınlıq” qəzetinin birinci nömrəsi 4 avqust 1990-cı ildə çap olunmuşdur.

1990-cı ilin avqust ayından daha bir müstəqil mətbuat orqanı işıq üzü gördü. Bu daha çox Azərbaycan cəmiyyətinin intellektual qisminə ünvanlanmış həftəlik “Ayna” (“Zerkalo”) qəzeti idi. Elçin Şıxlının redaktorluğu ilə nəşr olunan qəzetin ilk nömrəsi 1990-cı ilin avqust ayında çapdan çıxmışdır.

İlk dövrlərdə qeyri-leqal şəkildə fəaliyyət göstərən bu qəzetlər 1989-1990-cı illərin ictimai-siyasi hadisələrində mərkəzi yerlərdən birini tutmuşdu və ümummilli hərəkatı formalaşdıran, ona istiqamət verən mühüm amillərdən birinə çevrilmişdi. Fəaliyyətlərinin ilk dövrlərində “Meydan”, “Azərbaycan”, “Azadlıq”, “Yeni Musavat”, “Aydınlıq”, “Ayna” (“Zerkalo”), “Xalq səsi” və s. kimi ilk müstəqil qəzetlər Azərbaycan cəmiyyətinin hakim kommunist partiyasından asılı olmayan mətbuata böyük ehtiyacından yaranmışdı. “Azadlıq” qəzeti mərkəzdən idarə olunmayan və siyasi təşkilat orqanı olmasına baxmayaraq AXC-nin təsir imkanlarının çox məhdud olduğu bir mətbu orqanı idi. Qeyd edək ki, ilk nömrələrinin tirajı 200 min nüsxəyə çatan “Azadlıq” qəzeti 1990-cı il 20 yanvar hadisəsinə qədər Azərbaycan Mətbuatda Dövlət Sirlərinin mühafizə idarəsinin nəzarətindən, sonradan həm də hərbi senzuradan keçmək məcburiyyətində qalırdı. Maraqlıdır ki, ikimərhələli senzura sistemindən keçmək üçün qəzet bir sıra “partizan” metodlarına (siyasi məzmunlu sərlövhələrin sosial sərlövhələrlə əvəz olunması və s.) əl atır və bununla da, dövlət qəzetlərində işıqlandırılmayan daha aktual informasiyanın yayılmasını təmin edirdi.

1989-cu ildən başlayaraq 1992-ci ilin yazına qədər qeyri-leqal şəkildə fəaliyyət göstərən “Yeni Musavat” qəzeti respublika daxilində olduğu kimi, onun həüdudlarından kənarda – Gürcüstan və Dağıstanda da yayımlanırdı. İdeoloji-siyasi mətbuat orqanı kimi fəaliyyətə başlayan “Yeni Musavat” qəzetinin mərkəzi redaksiyası ilk illər Gəncə şəhərində yerləşirdi və bu qəzetin başlıca məqsədi Azərbaycan milli demokratik hərəkatın milli ideologiya əsasında yürüdülməsini təmin etməkdən ibarət idi.

Qeyd etmək lazımdır ki, həmin dövrdə bir sıra başqa müstəqil qəzetlər də yaranmışdır. Lakin ilk müstəqil qəzetlərin çoxu zamanın sınağından çıxıb bilmədilər – onlardan bəziləri hansısa mərhələdə özləri bağlandı, digərləri isə bu və ya digər səbəblərdən “yuxarıların” təzyiqinə tab gətirə bilmədilər. Milli-azadlıq hərəkatı dalğasında yaranan və Azərbaycan Respublikasının dövlət müstəqilliyi elan olunana qədər doğulan qəzetlərdən yalnız üçü hazırda 28 illik yolunu davam edir – bunlar “Azərbaycan”, “Yeni Musavat” və “Azadlıq”dır.

Bu dövr mətbuatının əsas fərqləndirici xüsusiyyətləri 70 illik “calaq” mətbuat ənənələrindən uzaqlaşmaq, ictimai rəyin qüdrətli formalaşdırması vasitəsi kimi sovet mətbuatının ümumi şüarından imtina etmək və s. idi. “Azərbaycan” qəzeti “Azərbaycanın birliyi, suverenliyi”, “Azadlıq” qəzeti “El gücü, sel gücü” şüarları ilə nəşr olunurdular.

Ancaq 1989-90-cı illərdə Azərbaycan mətbuatı qarışıq tərkibli idi. Sovet mətbu orqanları olan – “Kommunist”, “Bakinskiy raboçiy”, “Vışka”, “Azərbaycan gəncləri”, “Azərbaycan müəllimi”, “Sovet kəndi”, “Sovet Naxçıvanı”, “Kirovabad kommunisti” (“Gəncənin səsi”), “Sosialist Sumqayıtı” s. qəzetlərin, rayon mətbuat orqanlarının səhifələrində ənənəvi sosialist öhdəçiliyi, partiyanın qarşıya qoyduğu vəzifələr, elmi-texniki nailiyyətlərin istehsalata tətbiqi və s. səpkili mövzular üstünlük təşkil edirdi. Bütün qəzet və jurnallar, kiçik fərqlərlə, 70-80-ci illərin eynişəkili rubrika və sərlövhələri ilə nəşr olunurdu. Məsələn, “Kommunist” qəzetinin bu qisim daimi rubrikaları fəaliyyət göstərirdi: “Xalq nəzarəti”, “Heyvandarlıq - zərbəçi cəbhədir”, “Lenin yolu ilə”, “Partiya həyatı”, “Kənd sovetlərində”, “Neft cəbhəsində”, “Kəndin sosial problemləri”, “Biz beynəlmiləçilər” və s.[4]. Dağlıq Qarabağda erməni separatizminin və terrorizminin geniş vüsət alması, Ermənistanın Azərbaycana qarşı təcavüzünün alovlandığı bir dövrdə dövlət mətbuat orqanlarının bu şəkildə görməməzliyi sözsüz ki oxucuları hiddətləndirir və heç kəsi razı sala bilməzdi.

Bununla belə dövlət büdcəsindən maliyyələşən, ayrı-ayrı dövlət təşkilatların təsisçiliyi ilə nəşr olunan, əvvəlki rejimin yaratdığı ictimai birliklərin və cəmiyyətlərin mətbu orqanı kimi çıxış edən bəzi qəzetlər xalqın sözünü deməyə, hadisələrə real münasibət bəsləməyə çalışırdılar. Bunlar Dövlət Mətbuat Komitəsinin və Respublika “Kitab” cəmiyyətinin təsisçiliyi və Taleh Həmidin redaktorluğu ilə nəşr olunan “Yeni fikir”, Ramiz Əskərin rəhbərliyi ilə çap olunan “Odlar yurdu”, Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyasının “Elm” qəzetləri və bir sıra başqa nəşrlər idi.

Xüsusi vurğulamaq lazımdır ki, imperiya dövründə Moskvanın razılığı olmadan Azərbaycanda yeni qəzet buraxmaq mümkün deyildi. 1989-cu il avqustun 4-də “Kommunist” qəzetinin iqtisadi əlavəsi kimi nəzərdə tutulan “Səhər” qəzetinin ilk nömrəsi çapdan çıxdı. Bu qəzet “Kommunist”dən tamamilə fərqlənirdi. Məzahir Süleymanlının rəhbərliyi nəşr olunan qəzetdə oxucuların ürəyindən tikan çıxaran mövzulara müraciət edilir, araşdırılan problemlərin oxuculara çatdırılmasında bir qədər sərbəstlik nümayiş etdirilirdi. “Kommunist” qəzetinin əlavəsi kimi “Səhər”in 37 nömrəsi çap olundu. 1991-ci ilin yanvarından “Səhər” gündəlik informasiya qəzeti kimi öz fəaliyyətinin davam etdirdi [5].

Qarışıq tərkibli mətbuatın mütərəqqi qolunu təşkil edən müstəqil nəşrlər milli-azadlıq hərəkatında aparıcı roluna görə bu hərəkatın mühüm əlamətlərini özündə ehtiva edirdi. “Meydan”, “Azərbaycan”, “Azadlıq”, “Yeni Musavat”, “Aydınlıq”, “Ayna” (“Zerkalo”), “Xalq səsi” və s. nəşrlər mübarizənin ilk dövründə məhz müstəqil qəzet statusunu daşıyırdılar. Bunun başlıca səbəbi bu qəzetlərin hakim rejimə qarşı müxalif və müstəqil mövqeli, fərqli siyasi xarakterli qüvvələrin mətbu orqanı olması idi.

Bununla belə nəzərə almaq lazımdır ki, həmin dövrdə “Azadlıq” qəzeti Azərbaycan Xalq Cəbhəsinin mətbu orqanı olmağına baxmayaraq “Azərbaycan” qəzetilə bərabər bütövlükdə cəmiyyətin kommunist ideologiyasına qarşı olan hissəsinin rüporu kimi çıxış edirdi. “Yeni Musavat” və “Xalq səsi” qəzetləri ilə əlaqədar vəziyyət bir qədər fərqli idi – onlar antikommunist dalğasında daha çox partiya maraqlarına xidmət müstəvisində fəaliyyət göstərirdilər.

İlk illər yeni tipli qəzetçilik ənənələri yaranmağa başlasa da, bu mətbuat konkret həmin dövr üçün xarakterik funksiyalara malik idi. Bu funksiyalarda, müvəqqəti də olsa, tarixi məqamlar daha qabarıq görünürdü. Uzun illər ərzində ehkamlamış kommunist “həqiqətini” puça çıxarmaq, cəmiyyətdə yeni mənəvi dəyərlər və siyasi ideyalar formalaşdırmaq məhz bu qəzetlərin başlıca məqsədi idi. Həmin qəzetlərin “azad söz demək” ənənəsi əsasında sonradan müstəqil Azərbaycan mətbuatı yarandı.

Müstəqilləşmə prosesində mətbuatdakı əsaslı dəyişikliklər ilk illər mövzu seçiminin

yeniliyində, jurnalistin publisistik çıxışlarında, sovet dövrü, kommunist psixologiyası üçün qeyri-xarakterik olan hakimiyyətin tənqidində, milliliyin, demokratiyanın, dini inamların dirçəlməsində özünü biruzə verirdi. “Meydan”, “Azərbaycan”, “Azadlıq”, “Yeni Musavat”, “Aydınlıq”, “Ayna” (“Zerkalo”), “Xalq səsi” və s. qəzetlərin fəaliyyəti Oktyabr çevrilişindən sonra məhv edilmiş milli mətbuat ənənələrinə qayıdırdı.

A3 formatda nəşr olunan müstəqil qəzetlərin diqqət mərkəzində saxladığı tematika, mövzu xeyli zəngin idi. Qeyd olunduğu kimi, yeni və demokratik cəmiyyət quruculuğunda bu qəzetlərin əvəzsiz rolu olmuşdur. Bu səbəbdən mətbuatın əhatə etdiyi çox müxtəlif həyatı problemlərlə yanaşı, daim müraciət etdiyi mövzularla, ictimai rəyin formalaşmasına və xalqın mübarizə əzminin yüksəlməsinə xidmət edən, tarixi həqiqətlərin açılmasına yönələn, tənəzzül dövrü keçirən Sovet imperiyasının son “hiylələrinin” ifşa edən əhəmiyyətli yazılarla böyük nüfuz qazanmışdı.

1991-ci ildə ictimai şüurda müstəqillik ideyası daha da güclənir, mərkəzdənqaçma meylləri imperiya ərazisində sürətlənirdi. Həmin ildə Azərbaycanda bir sıra yeni müstəqil mətbuat orqanları meydana çıxdı. 1991-ci il yanvarın 11-dən “Səs” qəzeti öz nəşrinə başladı, qəzet həftədə 2 dəfə çıxırdı. Azərbaycan Milli İstiqlal Partiyasının qəzeti olan - “Millət”in ilk nömrəsi 16 oktyabr 1991-ci ildə işıq üzü gördü. Həmin ilin oktyabr ayından “Muxalifət” qəzeti öz sözünü cəmiyyətə çatdırmağa başladı.

Müstəqil qəzetlərin dil-üslubunda, yazı texnikasında, problemi əhatə formalarında da yeni metodlar üzə çıxırdı. Bu yeni meyllər həmin qəzetlərin (“Azadlıq”, “Millət”, “Muxalifət”, “Yeni Musavat”) 1993-cü il fəaliyyətində daha sistemli surətdə özünü büruzə verirdi. Artıq mətbuatda siyasi-etik düşüncələrə, ictimai maraq doğuran siyasi hadisələrə geniş yer verilirdi. Cəmiyyətin yeni hüquqi, fəlsəfi, mənəvi-əxlaqi dəyərlərinin axtarışı prosesində qəzetlər xüsusi rol oynayırdı. Azərbaycanın o dövrdəki qeyri-sabit zamanında böyük dövlətlərin tarixi ilə ölkəmizin çağdaş təcrübəsinin paralel təhlillərinin aparılmasında, inkişaf və çıxış yollarının formalaşmasında, inzibati-amirlik prinsiplərinin qərar tutduğu sosialist istehsalının və, eyni zamanda, bazar iqtisadiyyatının mahiyyətinin ictimaiyyət üçün açılmasında mətbuatın müstəsna xidmətləri vardı.

Qəzet redaksiyalarının əsasını təşkil edən konkret siyasi, humanitar, iqtisadiyyat, beynəlxalq həyat və s. şöbələri bu və ya digər problemlərin işıqlandırılmasında əvəzsiz rol oynayırdılar. “Beynəlxalq münasibətlər”, “Geopolitika”, “Gör-götür dünyası” [6] və s. kimi daimi rubrikalarda Qərbi Avropa ölkələri, ABŞ tarixi haqqında materiallar çap olunurdu. Qəzetlərdə Azərbaycanın İran, Türkiyə, Rusiya dövlətləri ilə müstəqil ölkə kimi yeni münasibətlərinin qurulması, Azərbaycanın xarici siyasətinin yaxın və strateji məqsədləri, beynəlxalq münasibətlərin formalaşmasına təsir göstərən amillər və s. məsələlər barədə təhlili yazılar verilirdi.

Respublikanın iqtisadiyyatını əks edən iqtisadi yazılarda siyasi çalarların peyda olması, hökumətin müstəqil pul-maliyyə siyasəti yürütməsinin təhlilində (“Rəsmi kürsü”, “Bizim şərh”, “İqtisadiyyat haqqında nə bilirik”, “Maliyyə xəbərləri”), [7] ölkənin daxili siyasi durumu haqqında geniş təhqiqat yazıların sanballı çəkisi var idi. İctimai rəyin formalaşmasında bu dövrün bədii-publisistik yazılarının xüsusi rolu olmuş (“Siyasi lətifələr”, “Sərbəst düşüncələr”, [8] “Əxlaq”, “Esse”, “Yaddaş”, “Ədəbi azadlıq” [9]) və mənəvi-əxlaqi dəyərlərin qiymətləndirilməsi baxımından bu mövzular yeni ruhlu və orijinal idi.

Azərbaycanın KİV sistemində struktur dəyişikliklər əsasən 1990-1992-ci illərdən nəzərə çarpmağa başlamışdı. Azərbaycan dövlət müstəqilliyinin rəsmi təsdiqindən (1991-ci il 18 oktyabr) sonra keçmiş SSRİ-nin bir çox respublikalarında olduğu kimi, Azərbaycanda da suveren dövlət üçün xarakterik yeni iqtisadi, sosial-siyasi münasibətlərin qurulması prosesi

başlandı. Ən vacib dəyişikliklər kimi bir çox siyasi partiya və hərəkatların, ictimai fond və xalq assosiasiyalarının yaranmasını və fəallaşmasını qeyd etmək lazımdır. 1991-ci ildə respublikada 18 partiya qeydiyyatdan keçmiş, 10-dan çox təşkilat və birlik yaradılmışdı. Müstəqilliyin ilk illərində KİV cəmiyyətin siyasi sistemində mühüm yer tuturdu. Tədqiqatçıların fikrincə, “köhnə rejimin ləğvində demokratik mətbuatın xüsusi rolu olmuş və mətbuat demokratik dövlət quruculuğunda əvəzsiz rol oynamışdı” [10].

Dövlət müstəqilliyinin ilk illərində Azərbaycanda qəzetlərin ümumi sayı 500-ə çatmışdı. Qəzet bazarının hələ tam inkişaf etməməsi ilə əlaqədar olaraq həmin dövrdə nəşr olunan qəzetləri 3 qrupa ayırmaq mümkündür:

1) hökumət qəzetləri (“*Xalq qəzeti*” (“*Kommunist*”), “*Bakinskiy raboçiy*”, “*Vişka*”, “*Azərbaycan gəncləri*”, “*Azərbaycan müəllimi*”, “*Bakı*”, “*Gəncənin səsi*” (“*Kirovabad kommunisti*”), “*Sumqayıt*” (“*Sosialist Sumqayıtı*”) və s.

2) qeyri-hökumət müstəqil qəzetlər (o cümlədən elmi cəmiyyətlərin, ictimai təşkilatların, müəssisələrin nəşrləri və s.): “*Aydınlıq*”, “*Azərbaycan*” (1992-ci ilə qədər), “*Ayna*” (“*Zerkalo*”), “*Odlar yurdu*”, “*Elm*”, “*Yeni fikir*”, “*Səs*”, “*İki sahil*”, “*525-ci qəzet*” və s.

3) siyasi partiya və təşkilatların qəzetləri: “*Azadlıq*”, “*Yeni Müsavat*”, “*Müxalifət*”, “*Millət*”, “*İstiqlal*”, “*Yeni Azərbaycan*” və s.

Azərbaycanda çıxan jurnalların sayı 40-a çatmışdı ki, bunların 15-i 1990-cı ildən sonra nəşr olunurdu. Tipoloji cəhətdən isə bu jurnallardan ictimai-siyasi (“*Gənclik*”, “*Ulduz*”, “*Kirpi*”), ədəbi-bədii (“*Azərbaycan*”), sahə (“*Kənd həyatı*”, “*İqtisadiyyat və həyat*”), elmi (“*Azərbaycan məktəbi*”), qadınlar üçün “*Azərbaycan qadını*”, uşaqlar üçün “*Göyərçin*” jurnalı fəaliyyət göstərirdilər. Formalaşmağa başlayan informasiya bazarında müstəqil informasiya agentliklərinin yaranması prosesi gedirdi. Belə ki, “*Azərinform – AzərTAc*” dövlət informasiya agentliyindən əlavə, müstəqil “*Turan*”, “*Xəbər-servis*”, “*Assa-İradə*” kimi informasiya agentlikləri bazara daxil olmuş və onların fəaliyyəti rəqabətin yaranmasına səbəb olmuşdu.

Beləliklə, 1990-1992-ci ildən başlayaraq Azərbaycanda mətbuatın yeni sisteminin konturları görünməkdə idi. Yeni mətbuat sisteminin formalaşması prosesi mürəkkəb olmuş və inkişaf prosesində müəyyən mərhələlərdən keçmişdi. Qəzetlərin tematik baxımdan zənginləşməsi ilə yanaşı, mətbuatda reklamın əhəmiyyəti artmışdı. Bu, Azərbaycan mətbuatı üçün mühüm yenilik idi. Uzun illər ərzində cəmiyyətdə ictimai mülkiyyət əsasında ictimai münasibətlərin formalaşması ilə bu mülkiyyət “sterotipləri” dərinləşmiş, sovet jurnalistikası nəzəriyyəçiləri reklama ideoloji prizmadan yanaşmış, onu “burjua elementi, satış ehtirası” kimi səciyyələndirmişdilər. Ancaq sonradan cəmiyyətin fərqli iqtisadi-siyasi münasibətlər mərhələsinə keçməsi ilə əlaqədar bu süni təbliğatın əsassızlığı üzə çıxmışdı və Azərbaycanda nəşr olunan müstəqil qəzet və jurnallar nisbətən fəal reklam siyasəti yürütməyə başlamışdılar.

Siyasi-iqtisadi dəyişikliklər dövründə açıq cəmiyyətin yaranmasının ilkin və mühüm amili – rəqabətli informasiya bazarının yaranmasıdır. Sosioloqların irəli sürdüyü arqumentlərə görə cəmiyyətin demokratikləşməsi üçün o, ilk növbədə kütləvilikdən, vahid və eynifilikdən, monolit olmaqdan uzaqlaşmalıdır və bir-birinə müxtəlif münasibətlərdə olan qrup və təbəqələrə bölünməlidir. Demokratik cəmiyyətdə mətbuat həqiqətin, fikir ayrılığının, fərqli dünya görüşlərinin maksimal əks olunmasına can atmalıdır. Belə differensial cəmiyyətdə qruplar və təbəqələrarası münasibətlərin ən müxtəlif nəşrlərdə ifadə edilməsi, öz növbəsində, cəmiyyətin inkişafının əsas şərti və göstəricisidir.

Gərgin siyasi və ictimai vəziyyətdə fəaliyyət göstərən Azərbaycan mətbuatı artıq 1992-ci ildə oxucularla yeni münasibətlərə keçid mərhələsində idi. 1992-ci ilin iyunun 21-də qəbul

olunan Azərbaycan Respublikasının “KİV haqqında Qanun”u mətbuatın cəmiyyətdə, sosial-siyasi münasibətlər sistemində tutduğu yeri və hüquqi statusunu müəyyənləşdirən mühüm vasitə oldu. Məhz bu qanun Azərbaycan vətəndaşlarına söz və mətbuat azadlığı, öz fikrini və əqidələrini istənilən şəkildə, o cümlədən, kütləvi informasiya vasitəsi ilə ifadə etmək, həmçinin məlumat axtarmaq, almaq, hazırlamaq və yaymaq hüququnu vermişdi. Qanunun qəbuluna qədər mətbuat sistemində aparıcı rol əsasən partiya mətbu orqanlarına məxsus idi. Bundan sonra isə müstəqil qəzet və jurnalların (“525-ci qəzet”, “Panorama”, “Müstəqil qəzet” və s.), informasiya agentliklərinin fəaliyyətinə hüquqi zəmin yaranmışdı.

Belə ki, “KİV haqqında Qanun” ölkədə fəaliyyət göstərən mətbuat orqanlarının hüquq və vəzifələrini, onların ictimai statusunu müəyyənləşdirən başlıca qanunverici akt olmuşdur. Qanun KİV-in təşkili və yayımlanması prosesində, medianın vətəndaşlarla və təşkilatlarla qarşılıqlı münasibətlərinin tənzimlənməsində həlledici vasitəyə çevrilmişdir. Ümumiyyətlə, qeyd etmək lazımdır ki, bu qanunun qəbul olunması 1989-cu ildən etibarən dəyişməyə başlamış Azərbaycan mətbuatının struktur cəhətdən yeniləşməsi prosesinin birinci mərhələnin yekunu idi.

ƏDƏBİYYAT:

1. Гусейнов А.А. Печать рожденная Октябрем. Баку, Азернешр, 1981. с.5.
2. Rüstəmov A. Jurnalistika. Bakı, Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2005, s.56.
3. Yaqublu N. Müsavat Partiyasının tarixi. Bakı, Adiloğlu, s. 259 s.
4. “Kommunist” qəzeti, 1987, I kvartal.
5. 20 Yanvarı ictimaiyyətə çatdıran qəzetin redaktoru: “Kəlbəcərdə 17 min 1. abunəçimiz var idi” - <http://modern.az/articles/70739/1/#gsc.tab=0>
6. “Azadlıq” qəzeti, 1993, I kvartal.
7. Yenə orada, 1993, IV kvartal.
8. “Müxalifət” qəzeti, 1993, 6-9 noyabr.
9. “Azadlıq” qəzeti, 1993, IV kvartal.
10. “Бакинский рабочий” qəzeti, 1992, 7 oktyabr.

Айсель ГАПАЕВА

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ В ПРОЦЕССЕ ИНТЕГРАЦИИ АЗЕРБАЙДЖАНА В МИРОВОЕ СООБЩЕСТВО

РЕЗЮМЕ

Данная статья отмечает роль современных информационных агентств в процессе интеграции Азербайджана в мировое сообщество. Выделяет активные в этом плане агентства. Еще раз отмечает место СМИ в политической и международной жизни той или иной страны. Также показывает важность сотрудничества государства с местными СМИ и расширение их деятельности во имя общих и национальных интересов.

Ключевые слова: Интеграция, информационное агентство, СМИ, международные связи, мировое сообщество, информационный поток, сотрудничество.

SUMMARY

This article points out the role of modern information agencies of Azerbaijan in the process of integrating the country into the world community. Selects active agencies in this regard. Once again points out the media in the field of political and international life of a

country. It shows the importance of state cooperation with the local media and the expansion of their activities in the name of common and national interests.

Key words: Integration, information agency, mass media, international relations, global community, information flow, cooperation.

Одной из проявляющихся тенденций в современных международных отношений является международная интеграция. Процесс интеграции охватывает не только государства, но и отдельные общества, общественные объединения, политические партии, средства массовой информации и коммуникации. В последнее время часто наблюдается процесс сплочения подобных структур вокруг идеи стабилизации положения мирового сообщества, их попытки вести совместную борьбу на международном уровне. Таким образом, интеграция может проявляться в общественной, политической, экономической, научно-технической, информационной, глобальной, региональной и субрегиональной форме.

В современном мире наряду с традиционными акторами системы межгосударственных отношений, постепенно расширяется роль СМИ. В настоящее время средства массовой информации, образовав сложную систему, играют особую роль в международных отношениях, в происходящих в мире политических и экономических процессах. Они оказывают важное и решающее влияние на международную жизнь, что стало серьезным фактором в институционализации данных отношений, прошедших различные исторические этапы в установлении межгосударственных взаимных связей и сотрудничества.

В свою очередь, в организации международных связей, среди средств массовой информации следует указать деятельность информационных агентств, представляющих собой специализированные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ. Их основная функция – снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частные лица, являющиеся подписчиками на их продукцию. Главными целями подобных СМИ являются **повышение оперативности сообщений** за счет разработки и освоения новых технических средств передачи информации, **уточнение аудитории и поиск своей информационной ниши**, ведущей к дальнейшей специализации по проблемно-тематическому, аудиторному, технологическому признакам, **максимальный учет потребностей и интересов потребителей** – интенсификация маркетинговых исследований, усиление экспертно-аналитических служб в составе агентств, постоянное обновление информационных продуктов и диверсификация продукции в целом, **повышение достоверности и надежности сообщений** за счет роста профессионального мастерства и технологических поисков.

Азербайджанская Республика для расширения и углубления активности на региональном и глобальном уровне, активно развивает систему средств массовой информации и расширяет диапазон информационных агентств. В настоящее время в Азербайджане действуют около сорока различных служб информационных агентств, среди которых можно выделить деятельность АзерТАдж, АПА, Trend News Agency, Туран, Salam News и др. Конкуренция между ними влияет на основные направления развития и совершенствования их деятельности.

Первое информационное агентство Азербайджана - АзерТадж, созданное еще в марте 1920 года, сыграло одну из ведущих ролей в обеспечении государственных институтов, печатных органов и общественных организаций АЗР сообщениями,

получаемыми из политических центров Европы, Азии и Америки. Агентство также передавала в страны Европы и Кавказа информацию об общественно-политической, экономической жизни страны, деятельности правительства и работе парламента. Однако этот процесс был приостановлен во время существования СССР. Уже после распада Советского Союза и приобретения независимости в 90-е годы данная деятельность получила «второе дыхание». Многие структуры, в том числе СМИ, восстановили прежнюю политику организации деятельности. Уже начиная с 1995 года, АзерТАдж сделал первые шаги в длительном процессе интеграции Азербайджана в международную информационную структуру и мировое сообщество и постепенно стал активным, оперативным обозревателем международных отношений государства. Таким образом, Азербайджан заполучил возможные пути интеграции в мировую систему информационного обеспечения и попытку доказать себя на мировой арене. Информационное агентство АзерТАдж по сей день продолжает свою политику интеграции и активно сотрудничает со многими передовыми агентствами мира. В целом АзерТАдж имеет соглашения о партнерстве с 40 агентствами. Во многих государствах действуют корреспондентские пункты. Кроме того, в 2004 году АзерТАдж был принят в члены Организации информационных агентств стран Азии и Тихого океана (ОАНА), а в 2008 году Европейского Альянса Новостных Агентств (ЕАНА). Является одним из учредителей Ассоциации национальных информационных агентств (АНИА) стран-членов Содружества Независимых Государств, Объединения тюркоязычных новостных агентств (ТКА), Ассоциации национальных новостных агентств стран-членов Организации Черноморского Экономического Сотрудничества (ПАНИА).

Результатом активной деятельности агентства на международном медиа-пространстве стало получение права принимать в 2016 году в столице Азербайджана заседания трех влиятельных медиа-структур - V Всемирного конгресса новостных агентств, XVI Генеральной ассамблеи Организации новостных агентств стран Азии и Тихого океана (ОАНА) и XXII заседания Совета руководителей государственных информационных агентств СНГ. Вот уже несколько лет подряд АзерТАдж организует круглые столы в рамках Бакинского международного гуманитарного форума, ставшего авторитетной площадкой для обсуждения актуальных вопросов гуманитарного сотрудничества. В заседаниях «круглого стола» принимают участие политические, общественные деятели и деятели культуры из различных стран мира, руководители влиятельных медиа-организаций и эксперты.

Кроме государственного информационного агентства, данный процесс интеграции продолжили и остальные активные агентства страны. В области мировой информационной интеграции оперативно действуют такие агентства, как АПА и Trend. Основное отличие данных агентств друг от друга состоит в том, что если АПА ориентирует основную базу и ставит на первое место национальные интересы и внутреннюю территориальную интеграцию, а на второе - международные связи, то Trend базируется на экономический, финансовый информационный потоке, ориентируясь на биржевые новости. Поэтому, тогда как главные политические и экономические, социально значимые, срочные новости региона размещаются на портале в свободном доступе, то новости же о бизнесе в регионе, экономические анализы, нефть и газ, мониторинги экономики и различных ее секторов являются платными и предоставляются только по подписке.

Trend News Agency – независимое информационное агентство, основанное в 1995 году в Азербайджане, является поставщиком новостей из Каспийского региона,

Южного Кавказа и Центральной Азии. В составе АМИ Trend функционируют азербайджанская, русская, английская, фарси и арабская службы новостей, тем самым, охватывая практически всю мировую языковую аудиторию.

Службы сконцентрированы на производстве новостей из региона, в частности, из Азербайджана, Грузии, Ирана, Казахстана, Туркменистана, Узбекистана. Trend является активным и оперативным участником в освещении мировых событий. Trend, также как и АзерТАдж, принят в OANA. Информационное агентство названо "Лучшей компанией в сфере СМИ" в 2006-2007 годах в Азербайджане, награждено национальной премией Brand Award Azerbaijan в номинации «Агентство эксклюзивной информации года».

В свою очередь, Евразийская академия телевидения и радио совместно с агентством РИА-Новости признала Trend наиболее динамично развивающимся ресурсом в Евразии в 2008 году. С 1997 года агентство также выпускает первую международную газету AZERNEWS на английском языке. Информационными партнерами Trend являются ведущие поставщики международных новостей: Xinhua (Китай), IRNA (Иран), РИА Новости (Россия), Deutsche Welle (Германия), РосБизнесКонсалтинг (Россия), Afghan Voice Agency (Афганистан), Yonhap (Южная Корея), GeoHotNews (Грузия), Maghreb Arab Press (Марокко), Белорусское телеграфное агентство БЕЛТА, «Ховар» (Таджикистан), ВТА (Болгария), Укринформ (Украина), Казинформ (Казахстан), Montsame (Монголия), Agerpress (Румыния), SANA (Сирия), Жахон (Узбекистан), Кабар (Кыргызстан), ELTA (Литва) и многие другие.

«Агентство Азери-Пресс (АПА)», созданное в 2004 году, является независимым, частным и известным на международной арене информационным агентством. Наряду с освещением мировых событий, АПА, в основном, охватывает территорию Азербайджана и Южного Кавказа. Агентство также имеет представительства в США, Турции, Франции, Румынии, России, Грузии и других ведущих странах мира. АПА распространяет новости на азербайджанском, русском, английском, французском и арабском языках, расширяя тем самым потенциальную аудиторию.

Согласно международной рейтинговой таблице, среди информационных агентств Азербайджана АПА является самым читаемым и ссылаемым. Агентство, также как и два предыдущих, активно ведет политику интеграции в мировую информационную систему, сотрудничает с ведущими информационными агентствами мира, является участником многих организаций и структур в области саморегулирования СМИ.

Среди подписчиков агентства есть посольства, представители международных организаций, государственные органы, министерства, как местные, так и иностранные финансовые структуры, местные СМИ, частные медиа структуры, неправительственные организации, диаспора и т.д. Опираясь на деятельность подструктур (APA-News, APA-Economics, APA-Sport, APA-Photo, APA TV, Lent.az, Kulis.az, Vesti.az) агентство способствует расширению информационного диапазона и усилению процесса интеграции в международную систему масс медиа.

Таким образом, можно смело сказать, что сегодня в Азербайджане действуют несколько активных, оперативных, а главное качественных СМИ, в особенности информационные агентства, роль которых неоспорима в процессе интеграции Азербайджана в мировое сообщество. Посредством расширения как языковых, так и структурных данных, информационные агентства Азербайджана смогли достигнуть признания в мировой информационной системе, тем самым способствуя стране занять

определенное место на мировом информационном потоке и выступать в роли активного «игрока».

ЛИТЕРАТУРА:

1. Асланов А. - «АзерТАдж-90». Баку, 2011 г.
2. Асланов А. - «Место АзерТАдж в информационной сети современного мира: история формирования и этапы развития». Баку, «Азернешр», 2012,
3. Гасанов А. – «Современные международные отношения и внешняя политика Азербайджана», Баку 2007 г.
4. Засурский Я.- «Система средств массовой информации», 2001 г.
5. www.azerbaijan.az
6. www.evartist.narod.ru
7. www.trend.az; www.apa.az; www.azertag.az

Vüqar ƏLİYEV
oghuz78@gmail.com

MEDIA KORPORASIYALARIN FƏALİYYƏTİNDƏ İNFORMASIYA İLƏ MANİPULYASIYA PROBLEMLƏRİ

SAMMARY

In the presented scientific article the formation and activity directions of media corporations in modern age have been reviewed. One of the actual issues of our modern period, i.e. the problem of media corporations' influence upon the global information space has been investigated. The role and impact strength of media corporations in the global information space is one of the actual problems of modern journalism.

In this article, the observed controversial moments in the development of the world journalism at the beginning of the 21st century are reviewed and the problem of monopoly and influence of media corporations upon information space are analyzed on the basis of factual materials. This is substantially confirmed by the facts presented in the article.

Key words: media, corporations, mass-media, informations, Merdock, Aol Time Warner, globalise, politics, Monopoly

Müasir dövrümüzdə kütləvi informasiya vasitələrinin təmərküzləşməsi və inhisara alınması prosesi yüksək sürətlə gedir. İnhisara alma – şirkətin bazarda hakim mövqe tutması prosesidir. Bəzi avtoritar rejimli ölkələrin antiinhisar qanunvericiliyinə əsasən, bütün bazarın 65%-i həcmindəki sektor hakim mövqeyə malik sektor sayılır. Bir qayda olaraq, şirkətin bazarda inhisarçı mövqeyə nail olması çətinidir. Bazara nəzarət etmək və onda öz şərtlərini irəli sürmək üçün KİV təmərküzləşir, integrasiya edir və buna bənzər digər üsullara əl atır. Proses sadədir - əgər dövlət şirkətlərə limit qoymursa və onları tənzimləmirsə, onlar iqtisadi sektorları inhisara alırlar. Kütləvi informasiya vasitələri sahəsində heç bir tənzimləmə qaydası yoxdursa, onda inhisara alma iri multimedia şirkətləri tərəfindən həyata keçiriləcək. Qısaı, burada sadəcə olaraq normal antiinhisar qanunvericiliyi və “KİV haqqında” qanuna bir neçə maddə əlavə etmək lazımdır.

Bu gün KİV-i iqtisadiyyatın bir sahəsi kimi nəzərdən keçirmək mümkündür. Tarixin bütün mərhələlərində informasiyanın öz dəyəri olub. Məhdud ərazidə yayılmasına, bazarın kiçik olmasına baxmayaraq, informasiya həmişə əmtəə sayılıb. İnformasiyanı digər əmtəə məhsullarından fərqləndirən başlıca cəhət onun asanlıqla çoxaldıla bilməsidir. İstənilən məhsul kütləvi istehsal üçün böyük xərc tələb edir. İnformasiyanın çoxaldılmasına isə az xərc lazımdır, amma o, hər dövriyyədə öz dəyərini əvvəlki ilə müqayisədə itirir. Deməli, informasiya tez xarab olan məhsuldur. Onun əsl dəyəri elə mümkün qədər az dövriyyədə olmasındadır. Hamının bildiyi informasiyanın qiyməti təbii ki, ucuz olacaq. İnformasiyanın qorunması bəşəriyyət yaranandan aktual məsələyə çevrilib. Keçmiş zamanlardan bəri insanlar qiymətli informasiyanı həmişə gizlətməmiş, qorumuş və ondan güclü silah kimi istifadə etmişlər. Cəmiyyətin informasiya potensialı yalnız ictimaiyyətdə informasiya texnologiyalarının inkişafı və onların istifadə səviyyəsi ilə təyin edilmir. Çox şey həm də informasiya mədəniyyətinin inkişaf səviyyəsindən, onu necə vermək və qəbul etməkdən asılıdır. İnformasiyanın dəyərini qaldırmaq, onun yalnız lazımı yerlərdə yayılmasına nəzarət inhisar yaratmaqla həyata keçirilə bilər. Yəni xəbərin yayılmasına süni məhdudiyyətlər qoymaqla. İnhisarın mahiyyəti, informasiyanı almaqda geniş kütləyə məhdudiyyətlər qoymaq, bir neçə şəxsə isə böyük imkanlar yaratmaqdır. İnhisar prosesi zamanı böyük ziddiyyət – ictimai və şəxsi maraq məsələsi meydana çıxır. Bir qrup şəxs informasiya üzərində inhisar yaratmağa, cəmiyyət isə bu inhisarı dağıtmağa çalışır. Beləcə bu iki tərəf arasındakı mübarizə durmadan davam edir. Bu məqamda belə bir sual ortaya çıxır. Kim haqlıdır – bir neçə şəxs, yoxsa cəmiyyət? Əlbəttə ki, cəmiyyət. Cəmiyyət olmazsa, inhisar yaratmağa cəhd göstərən ayrı-ayrı qruplar da ola bilməz. Digər tərəfdən, inhisar yaranan qruplar da öz-özlüyündə haqlıdırlar. Çünki onlar əsas gəlirlərini, toplayıb istehsal etdikləri informasiya üzərində inhisar yaratmaq yolu ilə əldə edirlər. Odur ki, bu iki tərəf arasındakı qarşıdurmanı tamamilə aradan qaldırmaq mümkün deyil. Amma texnikanın inkişafı ilə əlaqədar artıq inhisara qarşı mübarizəni nisbətən asanlaşdırmaq olar.

XXI əsrin əvvəllərində dünya jurnalistikasının inkişafında ziddiyyətli tendensiyalar müşahidə olunur. Bir tərəfdən, dünyanın bir çox ölkələrində çap və elektron mətbuatın dərinləşməkdə olan kommersiallaşması müşahidə olunur. D. Makkeylin ifadə etdiyi kimi, bazar standartları “qlobal mass-media mədəniyyətinə” çevrilir, sayı elə də çox olmayan nəhəng media transmilli korporasiyalarına məxsus media mülkiyyətinin təmərküzləşməsi artır. Qlobal informasiya bazarı inkişaf edir. Digər tərəfdən, informasiya sahəsində ictimai fəallığın artması daha çox gözə çarpır. Bu, əsasən, şəbəkə platformasında alternativ mass-media-nın yaranmasında, habelə, vətəndaşların KİV monitorinqi və media-tənqidçi təşkilatların fəaliyyətində, media sektorunun demokratikləşməsi tələblərinin (“mediademokratiya”) müdafiə olunmasında, güclü ictimai kütləvi informasiya vasitələrinin saxlanılması və inkişaf etdirilməsində özünü büruzə verir.

Təmərküzləşmə - kütləvi informasiya vasitələri bazarında əmlakın birləşməsi prosesidir. Bu proses bütün dünyada müşahidə olunur. İqtisadi təzahür kimi, KİV-in təmərküzləşməsinin obyektiv səbəbi var. Bu, bütün inkişaf etmiş ölkələrin kütləvi kommunikasiya vasitələri üçün səciyyəvi olan KİV-in maddi-texniki bazasındakı dəyişikliklərdir. Məsələn, yeni telekommunikasiya vasitələrinin yaradılması və tətbiqini misal göstərmək olar. Bu kimi dəyişikliklər də öz növbəsində KİV arasında rəqabətin keyfiyyətə yeni səviyyəyə çıxmasına; öz korporativ maraqları olan güclü informasiya-maliyyə qruplarının formalaşmasına gətirib çıxarır. Buna, xüsusən, ABŞ-in ardınca bir çox ölkələr tərəfindən aparılmış çox sayda antiinhisar məhdudiyyətlərinin ləğvi şərait yaradır. Belə ki, verilmiş ərazidə telefon şirkətlərinə kabel tele yayımı studiyası təsis etmək qadağası ləğv edilib; praktiki olaraq, hər hansı bir fiziki və ya hüquqi şəxsə məxsus telestansiyaların

sayında məhdudiyyət yoxdur; ortadalğalı radiostansiyaların verilişlərinin təkrarlanmasına icazə verilib, eyni zamanda efir stansiyası və kabel kanallarına sahib olmaq məhdudiyyəti aradan qaldırılıb və s.

Ümumiyyətlə, mətbuatda monopoliya probleminə iki istiqamətdə yanaşmaq olar. Birinci, kütləvi informasiya vasitələrinin özlərinin monopoliya şəklində fəaliyyət göstərməyə üstünlük verməsi. İkinci, dünyanın iri konsern və birliklərinin kütləvi informasiya vasitələrinə təsir göstərmək cəhdləri. Birinci yolla daha çox ideoloji istiqamətləri və siyasətləri oxşar olan kütləvi informasiya vasitələri birləşirlər. İkinci üsulla isə əsasən iri mediamaqnatların təsirinə məruz qalanlar, rəqabətə dözməyənlər, bir sözlə məcburiyyət qarşısında qalanlar bir araya gəlirlər. Odur ki, həmin mediakorporasiyaların tərkibində birləşən kütləvi informasiya vasitələri artıq öz ideya istiqamətlərini unudub, onlara deyilənlə oturub-durmağa məcbur olurlar. Birinci üsula daha çox mediakorporasiyaların ilkin formalaşdığı dövrdə rast gəlinirdisə, ikinci istiqamət daha çox son vaxtlarda müşahidə olunmağa başlayıb. Xatırladaq ki, ilk mediakorporasiyaların yaranmağa başladığı dövrdə - XX əsrin əvvəllərində mətbuat orqanları korporasiyalar və holdinqlər şəklində birləşərək vahid informasiya siyasətinə qulluq etməyə başladılar. Sonrakı dövrdə dövlətlər daha mürəkkəb münasibətlərə qədəm qoydular. Bu da öz növbəsində, media orqanlarına təsir edir və həmin mətbuat orqanları özlərinəbənzər KİV axtararaq onlarla vahid təşkilatda birləşirdilər. Hazırda isə bu yola rəqabətə dözə bilməyənlər, zəiflər əl atırlar. Nəticədə bir mediakorporasiyanın tərkibində bir neçə müxtəlif kütləvi informasiya vasitəsi cəmlənir. ABŞ, İngiltərə, Almaniya, Fransa kimi inkişaf etmiş ölkələrdə özündə aparıcı mətbuat orqanlarını və radio yayımını birləşdirən mediakorporasiyaların meydana çıxması ilə jurnalistikada yeni tendensiya yaranıb. Son vaxtlar korporasiyalar informasiya sahəsindən tamamilə uzaq sahələr üzrə ixtisaslaşmış şirkətləri də özlərinə cəlb etməyə başlayıblar. Qeyri-informasiya sektorundan olan şirkətlərin bu işə girməsində əsas məqsədləri gəlirlərini artırmaqdır. Mətbu orqanları isə bu yolla özlərinin maddi tələbatlarını gerçəkləşdirirlər. Bu yolla mediakorporasiyalar qısa müddət ərzində kommersiya strukturuna çevrilir, mediabiznes layihələrini reallaşırdırdılar. Dünya informasiya bazarı uğrunda əsil rəqabət də elə bundan sonra başlanır. Bu mübarizədə zəiflər məhv olur, güclülər isə onların «torpaq»ları hesabına öz imperiyalarını gerçəkləşdirirdilər. Amerikalı mütəxəssis N.Solomon öz araşdırmasında göstərir ki, 1987-ci ildə sayı 29 olan mediakorporasiyalar 1997-ci ildə 10-a enmişdi. 2000-ci ilin ilk yarısında dünya informasiya bazarında cəmi 6 nəhəng konsern «at oynadırdı». Onlara çox zaman «böyük altılıq» da deyirdilər. Onlardan 5-nin mənzil-qərargahı ABŞ-da yerləşirdi. Bircə korporasiya isə Almaniya məxsus idi. Söhbət 1998-ci ildə İngiltərənin «Rend Xaus» qəzetinə sahib çıxmış «Bertelsman» mediakonsernindən gedir. 90-cı illərin sonlarında dünya informasiya bazarının lideri «Time Warner» hesab olunurdu. Bu nəhəng korporasiyanın tərkibinə «CNN News Group», HBO kimi məşhur telekanallar cəmləşmişdi. Bu siyahıda dünyada musiqi məhsullarının satışına nəzarət edən «Warner Brothers» qrupu da vardı. Son dövrlərdə iri mediakorporasiyalar artıq milli sərhədləri aşaraq, transmilli xarakter daşımağa başlayıb. ABŞ-ın «Vanity Fair» jurnalı 2001-ci ildə dünya informasiya bazarının liderlərinin siyahısını tərtib edib. 50 mediakorporasiyanın adının yer aldığı bu siyahıda cəmi 4 qeyri-Amerikan şirkətinin adı var. Bu iri mediakorporasiyaların tərkibinə daxil olan «International Herald Tribune», «USA Today», «Wall Street Journal» kimi qəzetlərin informasiyası bazara beynəlxalq nəşrlər adı ilə çıxarılsa da, əslində ABŞ siyasətini təbliğ edir. 1990-cı ildə ABŞ-ın «Time Warner» və «Walt Disney» mediakorporasiyalarının illik gəlirlərinin 15 %-i xarici ölkələrin payına düşürdüsə, 1997-ci ildə bu rəqəm 30-35%-ə yüksəlmişdi. Müasir dövrdə dünya informasiya bazarını faktiki olaraq Amerika mediakorporasiyaları ələ alıb.

Müxtəlif kütləvi informasiya vasitələrini nəzarət altına götürmək korporasiyalara öz biznes sahələrini genişləndirmək, başqa ölkələrdə ictimai fikri istənilən istiqamətə yönəltmək üçün əlverişli şərait yaradır. Növbəti mərhələdə isə mediamaqnatlar öz aralarında rəqabət aparmağa başlayırlar. Onlar imperiyalarını genişləndirmək, dünya informasiya bazarına təsir gücünü artırmaq üçün müxtəlif yollara əl atırlar. Bu gün milli və transmilli korporasiyalar kütləvi informasiya vasitələrinə rəhbərlik etmək uğrunda bir-birləri ilə fəal mübarizə aparırlar. «General Electric» şirkəti En-Bi-Si, «Vesthouse» Si-Bi-Es, «Viakom» Paramount TV, Em-Ti-Vi, «Disney» Ey-Bi-Si telestansiyasına nəzarət edir. Mediakorporasiyaların dünya informasiya bazarı uğrunda gedən rəqabətdən danışarkən təkcə məşhur mediamaqnat Merdokun rəqiblərinə qalib gəlmək üçün etdiyi ağılasığmaz riskləri xatırlatmaq kifayətdir. Onun üçün fərqi yox idi – məqsəd hansı yolla olursa-olsun rəqibə qalib gəlmək idi. Merdokun şirkəti ABŞ, Avropa, Avstraliya və Sakit Okean regionunda həftə ərzində 60 milyon nüsxə qəzet çap etdirməklə yanaşı, yüzlərlə telestansiyanın fəaliyyətinə nəzarət edir. Dünya informasiya bazarının belə «media imperatorlar» tərəfində «işğal» olunması nəticəsində bazar nəinki bir qrup şəxsin əlində cəmlənir, həmçinin müstəqil mətbuat orqanlarının sayı azalmağa başlayır. Ən dəhşətlisi isə ayrı-ayrı ölkələrin KİV sisteminə mənbəyi və milli mənsubiyyəti bəlli olmayan kapital axını başlayır. Bu fürsəti hökumət dairələri də əldən buraxmırlar. Onların medianın fəaliyyətinə göstərdiyi müdaxilələr açıq-aşkar hiss olunmağa başlayır. Ümumiyyətlə, KİV insanların şüuruna, emosiyalarına təsir etmək gücünə malikdir. Ona görə də, dövlət həmişə kütləvi informasiya vasitələrini öz əlində silah kimi saxlayır. Bəs görəsən, mediakorporasiyalar dünya informasiya bazarına daha çox hansı məqsədlərlə təsir göstərməyə çalışırlar. Nəzəriyyəçilərin fikrincə, onların əsas məqsədləri auditoriyaya psixoloji təsir göstərmək, fanatizmi yaymaq, siyasi apponentlərə qarşı etibarsızlıq yaratmaq və digər millətlərə lazımi münasibət formalaşdırmaqdan ibarət olur. Dünya bazarına hansı informasiyanın hansı formada çıxarılmasını əsas tərəf müəyyənləşdirir. Bir sözlə, media bazara sifariş olunmuş informasiyanı çıxarır.

Media sektorunda kommersionlaşmanın mövcudluğu, tənzimləmə ideyası tərəfdarlarının nöqtəyi-nəzərindən rəqabətin olmasına zəmanət verir. Bu, öz növbəsində, ayrı-ayrı istehlakçılara onu maraqlandıran informasiyanı azad və sərbəst seçmək üçün şərait yaradır. Yalnız rəqabət sayəsində operativ texniki innovasiyalardan istifadənin mümkünlüyü sayəsində informasiya xidmətinin qiymətinin aşağı, xidmətin özünün keyfiyyətinin isə yüksək olduğu müşahidə olunur. Rəqabət – insanlara deməyə sözü olan hər bir sahibkarı informasiya bazarına çıxmaq imkanı ilə təmin edir. Bununla da kommersion vasitələri həm geniş kütlənin, həm də auditoriyanın kiçik təbəqələrinin tələbatını təmin edir.

KİV sahəsində müstəsna olaraq bazar mexanizmlərindən istifadə nə dərəcədə universaldır? Özəl sahibkarların əlində olan tele və radio yayım kanallarının təsir dairəsinin maksimum səviyyədə genişlənməsi xətti nə dərəcədə özünü doğruldub? Müasir, sənaye cəhətdən inkişaf etmiş ölkələrdə bu məsələlərin həlli sahəsində aparılan təcrübələrdən görürük ki, ümumi qəbul edilmiş qayda ondan ibarətdir ki, «mətbuat azadlığı» konsepsiyası əhəmiyyətli dərəcədə reklam şirkətləri və böyük biznes dairələrinin maraqlarına xidmət edir.

Reklam da KİV-in materiallarına qarşı öz tələblərini irəli sürür. Verilişlərin uğuru son nəticədə reklam gəlirlərindən asılı olur ki, bu da ciddi yaradıcılıq axtarışı üçün sərhəd çəkir – materiallar qısa olmalıdır, kadr və ya səs sırasının uzunluğu qısaldılır. Bazar şəraitində azlıqların maraqlarını əks etdirən, siyasi cəhətdən mübahisəli mahiyyətə malik olan, intellektual və ya estetik nöqtəyi-nəzərdən yenilik gətirən verilişlərə məhdudiyyətlər qoyulur. Bazar rəqabəti çox vaxt xüsusi bazar senzurası yaradır. Bu senzura kommersion

kütləvi informasiya vasitələrini cəmiyyətdə bazar münasibətlərinə aid olmayan, gəlirli hesab olunmayan sahələrə qarşı maraqlı olmayan tərəfə çevrilir.

İndi isə KİV-də hər zaman aktual mövzu olan inhisarın özünəməxsus xüsusiyyət və meyllərini nəzərdən keçirək. Ümumiyyətlə, mətbuatda inhisar probleminə iki istiqamətdə yanaşmaq olar. Birinci, kütləvi informasiya vasitələrinin özlərinin inhisar şəklində fəaliyyət göstərməyə üstünlük verməsi. İkinci, dünyanın iri konsern və birliklərinin kütləvi informasiya vasitələrinə təsir göstərmək cəhdləri.

Dünyada KİV sahəsində ilk dəfə inhisar birinci istiqamət əsasında yaranıb. Bu hadisə bütün sahələr üzrə dünyanın lideri sayılan ABŞ-da qeydə alınıb. Belə ki, 1892-ci ildə mətbuat sahəsində müəyyən təcrübəsi olan Skripps öz həmkarı Makre ilə birgə beş qəzetdən ibarət ilk «zəncir» yaradıb. Həmin gündən etibarən KİV-nin inhisarı prosesi dayanmadan sürətlənib. Inhisarın sonrakı inkişafı isə əsasən ikinci istiqamət əsasında gedib. ABŞ tədqiqatçılarının hesablamalarına görə, 1996-cı ildən başlayaraq maliyyə qrupları il ərzində 68 müstəqil qəzeti «yola gətiriblər». Nəticədə 7 ay ərzində 38 gündəlik qəzet yeni rəhbər, 34 qəzet isə inhisar birliklərinin «əlinə keçib». Qısa müddət ərzində hegmona çevrilən 13 inhisar gündəlik qəzetlərin 42%-nə, həftəlik qəzetlərin isə 50%-nə nəzarət etmək hüququ qazanıb. Bu da öz növbəsində müstəqil qəzetlərin sayının azalmasına gətirib çıxarıb. Hələ 1999-cu ildə ABŞ-ın 1489 gündəlik qəzetindən cəmi 269-u, yəni 18%-i müstəqil idi, qalanları isə müxtəlif korporasiyaların mülkiyyətində idi. İlk dəfə KİV sahəsində inhisarın qeydə alındığı ABŞ-da 1999-cu ildə 1489 gündəlik qəzet 56 milyon 180 min tirajla çap olunub. Onların 70%-i 149 trest, sindikat və kompaniyaların payına düşüb. Həmin media korporasiyalarının sırasında aparıcı yeri tutan «Hannet company incorporated», «Knight-reader newspapers incorporated», «Herst corporation», «Tribune company», «New-York Times company», «New America publishing», «Merdok», «Times Mirror company», «New House» qəzet trestləri ABŞ iqtisadiyyatının ayrılmaz hissəsinə çevrilib. İndi bütün dünyada KİV-in inhisarlaşması prosesi yüksək tempə gedir. Dövlət isə bir tərəfdən inhisarın qarşısını almaq məqsədilə qərarlar qəbul edir, digər tərəfdən bu prosesin sürətlənməsinə şərait yaradır. Nümunə üçün qeyd edək ki, bir sıra Avropa ölkələrində telefon şirkətlərinə kabel tele yayım studiyası təsis etmək qanunla qadağan olunub. Digər tərəfdən, həmin ölkələrdə bir fiziki və ya hüquqi şəxsə aid telestansiyaların sayına heç bir məhdudiyyət qoyulmur. Bir şəxsin eyni vaxtda həm efir, həm də kabel televiziyasına sahib olmasına verilən icazə də inhisarı sürətləndirən amillərdəndir.

Texnika və texnologiyanın durmadan inkişaf etdiyi bir dövrdə inhisar sahəsində yeni tendensiya da meydana çıxır. Bunlardan biri coğrafi prinsipdir. Belə ki, Avropa ölkələrinin əksəriyyətində bir regionda bütün çap məhsullarına eyni inhisarın nəzarət etməsi faktı gözdən yayınmır. Digər bir maraqlı tendensiya multimedia qruplarının yaradılmasıdır. Bu zaman KİV-in ayrı-ayrı sahələri – qəzet, jurnal, radio və televiziya bir rəhbərin nəzarəti altında fəaliyyət göstərir.

Ümumiyyətlə, media üzərində inhisar problemini nəzərdən keçirərkən aşağıda təqdim edilən klassifikasiya üzrə qruplaşdırma aparmaq olar:

1) Fərdi – kapitalist (ailə) şirkətləri. Bir nəşr və ya bir növdə media orqanına malikdir. Səhmlər paketi nəsilən nəslə keçərək ailənin nəzarətində qalır və sahibkarların dar çərçivəsindən kənara çıxmır;

2) Çoxşəhəli konsernlər. Özündə medianın müxtəlif növlərinə – mətbuat, elektron portallar, radio, televiziya – malik şirkətləri zəncirvari şəkildə ətrafında birləşdirir və ümumi maliyyə maraqlarını ifadə edir;

3) Konqlomeratlar. Fərqli kommersiya fəaliyyətləri ilə məşğul olan konsern və şirkətləri öz ətrafında birləşdirir;

4) Dövlət – inhisar korporasiyaları.

Bu gün milli və transmilli korporasiyalar kütləvi informasiya vasitələrinə rəhbərlik etmək uğrunda bir-birləri ilə fəal mübarizə aparırlar. “General Electric” şirkəti - “NBC”; “Westinhouse” - “CBS”; “Viacom” - “Paramount Television”, “MTV”; «Disney» - “ABC” telestansiyalarına nəzarət edir. Bu da təsadüfi deyil. Belə ki, müxtəlif kütləvi informasiya vasitələrini nəzarət altına götürmək korporasiyalara öz biznes sahələrini genişləndirmək, başqa ölkələrdə ictimai fikri istənilən istiqamətə yönəltmək üçün əlverişli şərait yaradır. Bu barədə növbəti bölmələrdə daha sonra ətraflı danışacağıq.

İnhisar yaratmağın başqa bir üstünlüyü KİV-in reklam şirkətlərinin asılılığından azad olunmasıdır. Necə deyərlər, inhisar yaradan özü özünə ağalıq edir. Amma bunun üçün şirkət uğurlu fəaliyyətlə öz büdcəsinə mütləq gəlir gətirməlidir. Təəssüf ki, bu heç də hər zaman belə olmur. «New republic», «Nation», «Weekly standard», «New-Yorker» kimi hörmətli qəzetlər artıq uzun illərdir ki, yüksək gəlirdən məhrumdurlar. Vaxtilə KİV sahəsində inhisar yaradan televiziya kanalları var ki, onların bir sıra informasiya proqramları, həmçinin radio verilişləri nəinki gəlir gətirmir, hətta hökumət dairələrindən, şəxsi fondlardan maliyyə dəstəyi almaq və ən nəhayət, yaratdıqları imperiyadan «torpaq» itirmək təhlükəsi ilə üzləşiblər. Bu da son nəticədə yeni «imperator»un əlinə keçən qəzet və radiostansiyaların informasiya şöbələrinin büdcəsinin və kadr ehtiyatının ixtisar olunmasına gətirib çıxarıb. Yeni rəhbər isə daha çox gəlir gətirən əyləncə verilişlərinə, qeyri-ciddi xəbərlərə üstünlük verir. Araşdırma proqramları isə yox dərəcəsinə enir.

Son vaxtlar iri media-kompaniyalar KİV-lə əlaqəsi olmayan sahələrə də «girişirlər». İndi qəzet trestləri öz bizneslərini meşə sahələri, kağız istehsal edən zavodlardan tutmuş elektrotexnikaya qədər genişləndiriblər. «New-York times corporation» şirkətinin nəzarətində Kanadanın meşə sahələri, sellüloz-kağız istehsalı, nəşriyyatlar, radio və televiziya, kompyüter-proqramist şirkətləri, kinostudiyalar var. İqtisadi proseslərin təsirinə məruz qalanlara iki nəhəng korporasiyanı nümunə göstərmək olar. Bunlar “Viac” və “CBS” korporasiyalarıdır. “Viac”ın rəhbəri Samner Redstoun və “CBS”-in prezidenti Mel Karmazin bu iki informasiya təşkilatının birləşməsi barədə razılıq imzaladıqdan sonra yeni korporasiyada «Saymon and Shuster» kimi tanınmış nəşriyyat, “MTV” kimi kabel şəbəkəsi, Hollivud studiyası kimi yeni təşkilatlar meydana çıxıb. Bu nəhəng korporasiyanın indi ən əsas rəqibi «Walt Disney» şirkətidir. «Walt Disney» tərkibində «Time Worner», «News corporation» kimi şirkətləri birləşdirib. Şirkətin aparıcı sahəsini kabel şəbəkələri təşkil etdiyindən onun illik gəliri həddindən artıq yüksəkdir. Bu siyahıda məşhur “CNN” kanalının da adı var. İndi informasiya bazarındakı bir çox şirkətlər özləri birləşməyə can atırlar. Amerikanın “NBC” şirkəti ilə Yaponiyanın “Sony” firması buna misal ola bilər. Digər bir nümunə - «Tribune company» media qrupunun Los-Ancelesin «Times Mirror company» şirkətini alması nəticəsində yeni nəhəng media-imperiya meydana çıxıb. Onun tərkibində «Los-Anceles Times», «Chikago tribune», «Sentinel», «Baltimore sun», «Harford», «Konnektikut», «Newsday» kimi çoxsaylı radio və televiziya stansiyaları birləşib.

Kapitalın təmərküzləşməsi və KİV-in inhisarlaşması prosesi indi müasir şərtlər əsasında davam edir. Belə ki, artıq bu proses şirkət rəhbərlərinin fəaliyyət metodlarından asılı deyil. Bu şirkətlərə axan kapitalın heç «milliyyətini» də müəyyənləşdirmək mümkün deyil.

İnhisarın möhkəmlənməsinin ən mənfi cəhətlərindən biri də odur ki, bu proses nəticəsində bir çox ölkələrdə informasiya üzərində nəzarəti beynəlxalq informasiya agentlikləri və media korporasiyaları ələ keçirir. İnhisar yaradan media korporasiyaları xarici kapitalın çaldığı havanı oynamağa məcbur qalır. Bu zaman belə bir sual meydana çıxır:

kütləvi informasiya vasitəsi xarici qüvvələrin təsiri altında qalan ölkənin suverenliyi haqqında danışmaq nə dərəcədə realdır? Təbii ki, azad mətbuatı olmayan ölkənin azadlığı bir qədər müəmmalıdır. Dövlət KİV-in fəaliyyətini məhdudlaşdıran qanunlar qəbul etdikdə isə narazı qüvvələr yaranır. Amma bundan çəkinməyən dövlətlər də var. Qərb ölkələrində təbii ki, bu cür qadağalar yoxdur. Digər tərəfdən, müasir dövrdə informasiya axını heç bir ölkə sərhədi tanımır. İnformasiyanın qloballaşması nəticəsində ABŞ-ın dünya informasiya bazarındakı nüfuzu günbəgün artır. Müasir dövrdə ABŞ faktiki olaraq dünya informasiya bazarının sahibidir. Hökumət informasiya sahəsində inhisar yaratmaq, media korporasiyalarını ələ almaq yolu ilə ictimai marağı istədiyi istiqamətə yönəldir. ABŞ informasiya bazarından siyasi oyunlar üçün istifadə etməkdən də çəkinmir. Bu sahədə onun əsas rəqibi Avropa birliyinə daxil olan ölkələrdir. Bu rəqabət hələ ki, istənilən nəticəni vermir. Hazırda ABŞ öz şərtlərini başqa ölkənin informasiya bazarında diktə etməyə qadir olan yeganə dövlətdir. Təkcə ona görə yox ki, informasiya məhsullarının böyük hissəsi bu ölkənin payına düşür. Həm də ona görə ki, qlobal informasiya strukturunu uğurla həyata keçirən, informasiya magistrallarının açarını əldə edən hələ ki, məhz ABŞ-dır. Qlobal informasiya strukturunu ələ keçirmək isə dünya informasiya bazarını nəzarətdə saxlamaqdır. Bu məqamda digər ölkələrin informasiya təhlükəsizliyi sual altına düşür. İnformasiyanın peyk və kompyuter şəbəkəsi ilə ötürülməsi ölkələri öz daxili bazarına nəzarət etmək hüququndan məhrum edir. Çünki qanunla hansısa televiziya proqramına və yaxud internetdən istifadəyə qadağa qoyula bilməz. Bu acınacaqlı vəziyyətdən yeganə çıxış yolu «dəmir qapılar»dır. Çünki ictimai rəyin xarici təsirlərə məruz qalması yolverilməzdir. Bu an diqqəti istər-istəməz «informasiya təhlükəsizliyi»nə yönəltmək lazım gəlir. İnformasiya təhlükəsizliyi olduqca geniş məfhumdur. Bu ifadə özündə həm şəxsin, həm də bütöv bir dövlətin maraqlarını birləşdirir. İnformasiya təhlükəsizliyi informasiya təminatının ayrılmaz hissəsidir. Bu məfhumu müxtəlif aspektlərdən yanaşmaq olar. Onlardan biri informasiya müharibəsidir. Təsadüfi deyil ki, Qrenada, Panama və Fars körfəzindəki konfliktlərin həllində ABŞ məhz psixoloji müharibədən istifadə edib. ABŞ-da inhisarın əleyhinə nəinki heç bir qərar qəbul edilmir, hətta bu sahədə nə vaxtsa mövcud olmuş məhdudiyyətlər də aradan qaldırılır. Məsələn, 1941-ci ildə verilişlərinin 35% -i ailə tərəfindən izlənildən televiziya kanallarının, bir şirkətin əlində cəmlənməsini qadağan edən qərar qüvvədə idi. Sonra bu limit 45%-ə qədər yüksəldi. 1964-cü ildə isə bir şirkətə eyni bazarda fəaliyyət göstərən ikidən artıq telestansiya sahib olmağa imkan verilmirdi. İki teleşirkətə yalnız o zaman sahib çıxı bilərdin ki, bazarda səndən başqa ən azı 8 müstəqil telestansiya xidmət təklif etsin. Digər bir güzəşt isə informasiya bazarının həddindən artıq böyük olduğu şəraitdə edilirdi. İnhisarı məhdudlaşdıran daha bir qərar 1970-ci ildə qəbul olundu. Belə ki, regional radio və televiziya stansiyalarına rəhbərlik edən media-şirkət həmin regionda qəzet fəaliyyəti ilə məşğul ola bilməzdi. Sonralar bu qərar da öz əhəmiyyətini itirməyə başladı. İndi yalnız ərazisində 3 və daha az telestansiya fəaliyyət göstərən regionlarda qərar öz əhəmiyyətini saxlayır.

Müasir dövrümüzdə inhisarlaşma prosesində yeni istiqamətlər yaranıb. Belə ki, birləşmələr və udulmalar coğrafi prinsiplə həyata keçirilir, yəni hansısa regionda bir inhisarçı, bütün çap nəşriyyatlarını ələ keçirir və s. Digər istiqamət «multimedia qruplarının» yaradılmasına aid olur, bir sahibkarın əlində (fərdi və ya kollektiv) müxtəlif KİV-lər birləşir: qəzetlər, jurnallar, radio, televiziya...

Xarici ölkələrin KİV sistemlərində müasir inkişaf meyllərini və informasiya qloballığı fenomenini tədqiq edən kommunikativçilər, yeni planetar strukturun – informosferanın mövcudluğundan danışırlar. Onun böyük intellektual enerji potensialı var, bu potensial sivilisasiyanın özünü qoruyub saxlamasına xidmət etməlidir. Eyni zamanda, tədqiqatçılar

xəbərdarlıq edir ki, bunlar “informasiya inhisarçılığının sonsuz hakimiyyətinin təzyiqi altına düşərsə”, insana və insanlığa qarşı istifadə oluna bilər.

Keçmiş ABŞ prezidenti Vudro Vilson deyirdi: “İnhisarlaşma öz mövcudluğunu qorumaqda davam edir. Onlar həmişə hakimiyyətin sükani arxasında oturaqlar. Əgər bu ölkədə hakimiyyəti əldə etmək üçün varlı və güclülər varsa, deməli, onlar ona sahib olacaqlar”.

ƏDƏBİYYAT:

1. Виноградова С.М, Мельник Г.М «Монополизация СМИ в современном информационном пространстве»: (<http://www.politex.info/content/view/148/30/>)
2. Зарубежная журналистика накануне XXI века. Часть I, М., 2002
3. Зарубежная журналистика накануне XXI века. Часть II, М., 2003
4. Кашлев Ю.Б. Информация. Дипломатия. Психология. М., 2002
5. Михайлов С.А. Журналистика США. СПб, изд-во Михайлова В.А., 2004
6. Михайлов С. А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. М., 2002
7. Панарин И. Н. Информационная война, PR и мировая политика. М., 2006

Nərgiz MƏMMƏDZADƏ

MÜASİR AZƏRBAYCAN İNTERNET MEDİASININ BAŞLICA PROBLEMLƏRİ

РЕЗЮМЕ

В данной статье говорится об интернет медиі, формирующейс в Азербайджане, и освещении проблем, возникших в процессе ее развития, а также о раскрытии степени значимости законов, принятых с целью регулирования данной сферы в нашей стране. Также в статье отражается внимание, направленное на увеличение динамики развития интернет медиі, согласно требованиям "информационного века", и его вытеснение ответственности на задний план.

Ключевые слова: интернет медиа, содержание, ответственность, регулирование, хакеры, кибер преступление, информация, пользователи, традиционная медиа, развитие.

SUMMARY

This article deals with the online media that has been formed in Azerbaijan and covering the problems arisen in the process of its development, at the same time revealing the importance degree of the laws that have been accepted in order to adjust this field. The article also deals with the attention which is directed to the increase of the dynamics of development of online media related to the demands of “Information Age” and throws its responsibility into the background.

Key words: online media, content, responsibility, adjust, hackers, cybercrime, information, users, development, traditional media.

İnternet media-müəlliflik hüququ olan və ya olmayan şəkil, xəbər, video, musiqi və digər məlumatların internet üzərindən yayımlanmasıdır. Dünyanın demək olar əksər ölkələrində, xüsusən hegemon dövlətlərdə özünə xüsusi yer etmiş və önəm qazanmış internet media Azərbaycanda da müəyyən irəliləyişə nail olub.

Azərbaycanda internetdən hələ 1990-cı illərin sonlarından etibarən istifadə olunmağa başlanıb. İlk internet media resursları isə 1996-1997-ci illərdə yaranıb. Bu gün ölkəmizdə bir çox populyar informasiya agentliklərinin və qəzetlərin saytları var. Rəsmi məlumata əsasən isə internet saytlarının aylıq auditoriyası təxminən 200-300 min nəfərdir. Azərbaycan İnternet Forumunun (AİF) verdiyi məlumata görə ölkədə təqribən 100-ə yaxın internet media resursu var. Lakin onlardan yalnız 50-si mövcud parametrlərə uyğun fəaliyyət göstərir. Ümumiyyətlə, ekspertlər hesab edirlər ki, Azərbaycanda internet mediasının tənzimlənməsi ilə bağlı ölkə qanunvericiliyində ciddi problem yoxdur. Azərbaycan Mətbuat Şurasının sədri Əflatun Amaşov bildirib ki, "Dünyanın heç bir yerində internet portallara dövlət tərəfindən nəzarət həyata keçirilmir, ancaq dünyanın hər yerində xəbər portallarında gedən yazıların keyfiyyətinə, jurnalist etikasına uyğun olub-olmamasına müxtəlif ictimai qurumlar tərəfindən nəzarət edilir. Bəzi yerlərdə internet portalların özləri belə bir ictimai qurum yaradırlar və o qurum vasitəsilə həmin nəzarəti həyata keçirirlər. Digər yerlərdə bu missiyanı jurnalist təşkilatları həyata keçirir". Buradan belə bir nəticəyə gəlmək olar ki, bu sahədə məzmun baxımından hər hansı bir qanunvericilik təşəbbüsünə gerek yoxdur. Bu, müəyyən xəbər portallarının, saytların öz daxili imkanlarından istifadə edərək, mövcud qanunvericiliyə müvafiq fəaliyyət göstərməsi ilə tənzimlənməlidir. Hər bir xəbər saytının başlıca məqsədi məlumatları öz istifadəçilərinə ən səmərəli və obrazlı şəkildə çatdırmaqdır. İnternet mediası da jurnalistika kimi ölkədə bu sahədə qəbul olunan qanunlara tabedir. Fərq isə ondan ibarətdir ki, internet mediada məlumatlar istifadəçiyə onlayn rejimdə çatdırılır, lakin jurnalistika qaydaları əsas götürülərək. Çünki 1999-cu ildə qəbul olunan KİV haqqında qanunda medianın digər subyektlərinə aid edilən tənzimləmə internet mediasına da aiddir. Yəni, hansısa özəl məlumatı yaymaq və ya kimisə təhqir etmək qəzet, jurnal və digər kütləvi informasiya vasitələri üçün hansı hüquqi məsuliyyətdirsə, internet saytı üçün də həmin məsuliyyəti yaradır.

Ümumilikdə, bu gün internet medianın məsuliyyəti məsələsi hər kəsin maraq dairəsindədir, çünki yaşından, vəzifəsindən, statusundan asılı olmayaraq istənilən bir insan bu media vasitəsindən istifadə etməklə hər hansı bir məlumatı paylaşa və ya onun özü haqqında müəyyən informasiya yayımlana bilər. Təbii ki, bütün bu nüanslar yenə də məsuliyyəti gündəmə gətirir. Nəzərə alsaq ki, internet mediada yayımlanan informasiyanın yayılma sürəti digər kütləvi informasiya vasitələrinə nisbətən daha çoxdur, onda bu məsuliyyət iki qat artır. Azərbaycan qanunvericiliyinə diqqət yetirsək, internetin medianın bir qolu olaraq qəbul edildiyini görürük. Bu isə o deməkdir ki, kütləvi informasiya vasitələrinin hüquq və vəzifələrinə dair qanunvericilikdəki normalar televiziyaya, radioya, mətbuata, informasiya agentliklərinə şamil olduğu qədər internet üzərindən yayımlanan bütün formalı məlumatlara da aiddir. Amma burada da ciddi şəkildə məsuliyyətsizlik var. Belə yayılma nəticəsində insanlara mənəvi, maddi, yaxud başqa formada ziyan dəyir. İnternet Media ilə bağlı qanunda sadəcə olaraq boşluq var. Bütövlükdə internetdə fəaliyyət göstərən heç bir kəsə məhdudiyyət yoxdur. Ölkədə yalnız qanunsuz fəaliyyət göstərdikləri üçün bağlanan saytlar olub. Mövcud qanunvericiliyə əsasən, internet medianın məzmun baxımından tənzimlənməsi ilə bağlı vəziyyət normaldır. Burada yalnız "Diffamasiya haqqında" qanunun qəbuluna ehtiyac var. Belə olacağı halda, internet üzərindən yayımlanan qeyri-qanuni informasiya, böhtan, təhqir və s. insanların şərəf və ləyaqətinin alçaldılmasına

yönəlmiş bu kimi məlumatların qarşısı alınar, bu da öz növbəsində sözügedən sahənin məsuliyyətini möhkəmləndirər.

Məlumdur ki, Azərbaycanda internet media sahəsində ciddi problemlər mövcuddur. Lakin daha ciddi problem isə insanların, xüsusən media təmsilçiləri, rəsmi nümayəndələrin və ekspertlərin bu məsələ ilə bağlı fikir ayrılıqlarına sahib olmasıdır. Belə ki, onlayn jurnalistlər internet mediada yer alan düzgün olmayan informasiyanın, qeyri-etik ifadələrin, dövlət sirrlərinin aşkara çıxarılmasının və bu kimi məsələlərin olduğu müddətdə bu sahənin tənzimlənməsinin vacibliyini qeyd edirlər. Hüquqşünaslar və mütəxəssislər isə belə düşünürlər ki, ölkədə qəbul olunan "KİV haqqında" qanun və eləcə də qanunvericilikdə yer alan bir sıra qanunlar və onların müvafiq müddəaları internet medianın tənzimlənməsi üçün yetərlidir. Bu fikir ayrılıqları təbii olaraq problemin həllini çətinləşdirir. "Lent.az" internet portalının baş redaktoru Qabil Abbasoğlunun sözlərinə diqqət yetirsək, internetin texniki, iqtisadi şərtləri, infrastrukturunu ilə bağlı ciddi problemlərin olduğu qənaətinə gələrik: "Bu sahədə tənzimləyici bir qanunun qəbul olunması əlbəttə çox müsbət haldır. Doğrudur, hazırda internetin səviyyəsi bir o qədər də arzuolunan səviyyədə deyil. Eyni zamanda bu sahədə mühüm problemlərdən müəlliflik hüquqlarının qorunmamasıdır. Mətbuat etikasının gözlənilməsi internet mediada başqadır. Burada xəbəri asanlıqla oğurlamaq, xəbərin mənbəyinin dəyişilməsi, danmaq yolu ilə xəbəri mənimsəmək olur. Burada olan texniki problemlərə diqqət yetirsək, onun həlli bu sahənin daha çox inkişafına təkan verərdi. Dövlətin internet mediaya ayırdığı vəsaitdən daha səmərəli istifadə etməklə bu sahənin inkişafına nail olmaq mümkündür. Bütövlükdə internet media yazılı kimi digər KİV-dən fərqli olaraq, daha dəqiq və sürətli olmalıdır. Həzrət ölkədə Mətbuat Şurası yazılı medianın fəaliyyətini tənzimləyir. Amma internet media ilə bağlı belə bir qurum yoxdur. Vacib deyil ki, bununla bağlı konkret komitə fəaliyyət göstərsin. Sadəcə dövlətin bu sahədə apardığı siyasəti davam etdirə bilən dövlət orqanı olmalıdır. Bu baxımdan inkişaf etmiş ölkələrdən fərqli olaraq Azərbaycanda internet media inkişaf etməkdə olan media sahəsidir".

İnternet mediada mövcud olan digər bir problem isə hakkerlərin müxtəlif saytlara hücum etməsi və onları dağıtmasıdır. Bunun isə əsas səbəbi həmin media resurslarının kifayət qədər hərtərəfli qorunmamasıdır. Bu gün ölkədə kibercinayətkarlıq ciddi yayılıb. İstənilən hakker qrupu onları qane etməyən yazıya görə istədikləri saytı dağıda bilir. Məsələn, ölkədə hakker hücumlarına daha çox məruz qalan saytlardan biri- "Qafqazinfo.az" ildə bir neçə dəfə bu cür hallarla qarşılaşır. Bu hal digər saytlarda da baş verir. Xüsusən ermənilər tərəfindən müxtəlif məqsədlərlə edilən hakker hücumları da bir sıra saytların sıradan çıxarılmasına və dağıdılmasına səbəb olur. 2012-ci ildə belə davamlı hücumlar Azad Azərbaycan telekanalının internet saytı "atv.az" və kanalın xəbərlər buraxılışının saytı "sonxeber.az", "sulh.az", "primetime.az" və digər saytlara olub. Bu kimi digər hadisələr ölkədə fəaliyyət göstərən internet media vasitələrinin IT xidmətinin təhlükəsizlik tədbirlərini gücləndirməsini zəruri edir.

"İnformasiya əsri"ndə yaşadığımızı əsas götürsək, görərik ki, internet media həqiqətən də artıq jurnalistikanın ayrılmaz bir hissəsidir. Baxmayaraq ki, qəzetlər bunu etiraf etmək istəmirlər, lakin bu gün internet media qəzetlərə rəqibdir. Diqqət yetirsək, görərik ki, bu gün ciddi saytlarımız mətbuatla bağlı qanunların tələblərindən kənara çıxmır. Hətta bəzən yazılı mətbuatdan daha çox onlayn media bu qanunlara əməl edir. XXI əsrin oxucusu daha operativ, həqiqətə daha uyğun, reallıqları özündə ehtiva edən məlumatlar əldə etmək istəyirlər, ona görə də ölkədə bir neçəsini çıxmaq şərti ilə qəzetlər satılmadığı üçün oxucuları da yoxdur. Amma yeni fəaliyyətə başlayan saytın oxucuları daha çox olur ki, bu da onlayn jurnalistlərin məsuliyyətini artırır. Çünki istifadəçilər 500 işarədən artıq yazını oxumağa maraq göstərmir, hər hansı bir saytda yerləşdirilən informasiyanın dəqiqliyinə şübhə duyur,

qeyri-dəqiq məlumatların paylaşılması sonradan ciddi problemlər yaradır və s. Belə olan təqdirdə onlayn jurnalistlər yayımlayacaqları informasiyanı dəfələrlə yoxlamalı, onun təhrif olunmamasına çalışmalı, kiminsə, nəyinsə xətrinə başqalarını alçaldacaq və ya təhqir edəcək, həmçinin böhtan xarakterli yazılardan uzaq durmalıdırlar. Çox təəssüf ki, bu gün internet media sahəsində çalışan bir çox jurnalistlər bu nüanslara əhəmiyyət vermir və müəyyən bəhanələrlə özlərinə bəraət qazandıрмаğa çalışırlar. Lakin nəzərə almırlar ki, onların yayımladığı hər hansı bir yalan və ya qeyri-dəqiq məlumat kiçik belə olsa, insanların həyatında böyük dəyişikliklərə səbəb ola bilər. Ona görə də əgər biz internet medianın problemlərindən danışırıqsa, bu sahədə ixtisaslı kadrların yetişdirilməsini də xüsusi vurğulamalıyıq. Düzdür, hazırda jurnalistika məktəbləri tələbələrin daha dərinə ixtisaslaşması üçün axtarırdadırlar. Belə bir fikir formalaşıb ki, texnologiya və media iqtisadiyyatı bizi informasiya platformalarını birləşdirməyə sövq etdiyindən müasir dövrün jurnalistləri də bir neçə fərqli işi görməyi bacarmalıdır. Bu, zamanın tələbidir.

Qloballaşan dünyada bir sıra xarici dövlətlərdə internet media sürətli şəkildə inkişaf edərək “onlayn TV” statusu qazandığı halda, ölkəmizdə bu proses nisbətən ləngiyir. Təbii ki, dövlətimiz “IV hakimiyyət” kimi jurnalistikanı və ümumən media sahəsini daim dəstəkləyir və onun maddi-texniki bazasının inkişafına yönəlmiş addımlar atır. Lakin əsas problem mövcud internet mediasının statusunun müəyyən edilməsi ilə bağlıdır. Çünki onun sərhədlərini dəqiq təyin etmək o qədər də asan deyil. Bu sahədə fəaliyyət göstərən jurnalistin informasiya texnologiyalarını hansı səviyyədə bilməsi, mövcud qanunvericiliklə nə dərəcədə tanış olması və ümumən, öz peşəsinin dərinliklərinə yiyələnərək onu necə təqdim etməsi media mütəxəssislərini düşündürən ciddi məsələlərdəndir. Müxtəlif zamanlarda bu sahənin inkişafı ilə əlaqədar olaraq Rəhbər və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyi, İREX-Media, ACİ-Yardım Fondu bir neçə treninqlər keçirib. Məqsəd-internet jurnalistikasının, internet medianın dövrümüzdə nə dərəcədə əhəmiyyətli olduğunu göstərmək və internet medianın həqiqətən jurnalistikanın bir qolu olduğunu sübut etməkdir.

Zənnimcə, böyüklüyündən və kiçikliyindən asılı olmayaraq internet mediada mövcud olan problemlərə bu sahənin bütün əməkdaşları və mütəxəssisləri ciddi yanaşsa, onlara sadəcə bir problem kimi deyil də, mahiyyətinə vararaq diqqət yetirsə, yaxın bir neçə il ərzində Azərbaycanda da internet media dünyanın qabaqcıl ölkələri ilə ayaqlaşa bilər.

ƏDƏBİYYAT

1. “Jurnalistika 2.0”, Mark Briqs, Bakı, 2010.
2. www.faktxeber.com
3. “Jurnalistlər üçün informasiya texnologiyaları”, Osman Gündüz, Bakı, 2009.
4. <http://elibrary.bsu.az/>
5. “Onlayn jurnalistlər üçün vəsait”, Azərbaycan Media Mərkəzi, Bakı, 2009.
6. www.trend.az
7. www.azertag.az

Elmi rəhbər: dos.Pərvanə İbrahimova

DAĞLIQ QARABAĞ MÜNAQİŞƏSİNİN AVROPA MƏTBUATINDA İŞIQLANDIRILMASI MƏSƏLƏLƏRİ

РЕЗЮМЕ

Статья рассказывает о вопросах освещения Нагорно-Карабахского конфликта в европейских СМИ. Основное содержание статьи составляют отражение Нагорно-Карабахского конфликта в местных СМИ в 90-ых годах XX века и затруднение с выходом на тот период в европейскую прессу. Статья показывает важность освещения конфликта в условиях информационной войны в современном мире. В статье раскрываются методы правдивого освещения Нагорно-Карабахского конфликта в европейских СМИ и необходимые для этого условия.

Ключевые слова: Нагорный Карабах, Азербайджан, лоббирование, СМИ, Европейская пресса, информационная война

SUMMARY

The article deals with the issues of coverage of the Nagorno-Karabakh conflict in the European mass media. The main content of the article is the reflection of the Nagorno-Karabakh conflict in local press in 90s of the twentieth century, difficulties with entering the European press at that time. The article shows the importance of highlighting the conflict in the context of information war in the modern time. Methods of truthful coverage of the conflict in the European press and the conditions necessary for this are revealed in the article.

Key words: Nagorno-Karabakh, Azerbaijan, lobbying, media, European press, information war

XX əsrin sonları Azərbaycan tarixində önəmli bir dövr olmuşdur. Bu dövrdə ölkəmiz həm qanlı hadisələrlə üz-üzə qalmış, həm də müstəqillik əldə etmişdir. 80-ci illərin sonunda Ermənistan-Azərbaycan arasında gərginlik artmış, 1990-cı ildə Azərbaycanda müstəqillik uğrunda çıxışlar yüksəlmişdir. Nəticədə Azərbaycan 70 illik SSRİ əsarətindən öz mübarizəsi nəticəsində xilas olmuşdur. Həmin mübarizənin ən yüksək nöqtəsi 1990-cı ilin yanvar hadisələri idi. Müstəqillikdən sonra da qanlı hadisələr davam etmiş, nəticədə Azərbaycan torpaqlarının 20%-i işğal olunmuşdur. Bu illərdə Azərbaycan Respublikası yenicə müstəqillik əldə etdiyi üçün orduya, maddi-texniki bazaya sahib deyildi. Elə buna görə də, erməni tərəfi öz niyyətlərini həyata keçirə bildi.

Lakin həmin dövrdə Azərbaycanı geri salan amil yalnız ordu və silah çatışmazlığı deyil, həm də müstəqil informasiya vasitələrinin azlığı, onların beynəlxalq aləmə çıxışının məhdudluğu idi. 1990-cı il qanlı yanvar hadisələrində Azərbaycan informasiya blokadası şəraitində idi. Buna görə də olanları dünyaya çatdırmaq qeyri-mümkün idi. “Belə bir şəraitdə “Bakı radiosunu” baş verənləri dünyaya tanıtmək üçün incə bir fəndə əl atmalı oldu. Xaricə verilənlər studiyasının indiki direktoru Cahangir Bağirov o günləri belə xatırlayır: “Bizim redaksiyalar 1990-cı il yanvarın 20-də baş vermiş hadisələr haqqında elə həmin gün dünyanın hər yerinə məlumat verə bildi. Bütün kütləvi informasiya vasitələri sırasında yalnız biz heç bir maneədən çəkinməyərək məqsədimizə nail olduq... “Senzora” mətnin efir variantından köklü surətdə fərqlənən saxta tərcümə təqdim olundu və bu yolla biz efirə yol tapa bildik ” [2, s.53].

Eyni vəziyyət 1991-1994-cü illərdə də müşahidə olunurdu. Yenidən müstəqillik qazanmış dövlətin kütləvi informasiya vasitələrinin sayı məhdud idi. 90-cı illərin əvvəllərində “Azadlıq”, “Müxalifət”, “Meydan”, “Səhər”, “525-ci qəzet”, “Ayna” və “Zerkalo” qəzetləri fəaliyyət göstərirdi. Lakin bu mətbuat orqanları hadisələrin dünya səviyyəsində işıqlandırılması üçün kifayət etmirdi.

Müasir dövrdə isə vəziyyət çox fərqlidir. Bu gün Azərbaycan tam müstəqil dövlətdir. XX əsrin sonlarından bu günə qədər davam edən Dağlıq Qarabağ münaqişəsi ilə bağlı öz səsinə və sözünü müxtəlif vasitələrlə dünyaya çatdırmaqla bilir. Bura Azərbaycan rəsmilərinin beynəlxalq səviyyədə çıxışlarını, Azərbaycan diasporunun fəaliyyətini və Azərbaycan KİV-ini aid etmək olar.

Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin həllində beynəlxalq təşkilatların fəaliyyəti, bəyanatları, rəsmi çıxışlar mühüm rol oynayır, lakin qarşı tərəf bu bəyanatlara məhəl qoymur, üzərinə düşən vəzifələri yerinə yetirmir. BMT-nin 1993-cü ildə qəbul etdiyi 822, 853, 874 və 884 sayılı qətnamələri işğalçı qüvvələri Azərbaycan ərazisindən çıxmağa çağırırsa da, Ermənistan tərəfi buna əməl etmir.

Belə bir şəraitdə Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin işıqlandırılmasında mətbuatın üzərinə böyük məsuliyyət düşür. Çünki mətbuatın böyük kütləyə təsir etmək, ictimai fikri formalaşdırmaq kimi imkanları var. İnformasiyanın təsir gücü bizə tarixdən də məlumdur. I Dünya müharibəsində də informasiya ilə düşmənin təsir göstərmək üsulundan istifadə olunurdu. “Müharibədən sonra alman generalları öz ölkələrinin məğlubiyyət səbəbini belə izah edirdilər: Almaniyaya döyüş meydanında məğlub olmayıb, onun ordusu heç vaxt basılmayıb. Məğlubiyyətimizin başlıca səbəbi arxa cəbhənin çökməsi oldu, çünki ölkədəki yad ünsürlər və radikal qüvvələr çox asanlıqla xaricdən aparılan təbliğatın qurbanına çevrildilər” [2, s.21].

Üstəlik XXI əsrdə informasiyalı cəmiyyətdə informasiya müharibəsi şəraitində mətbuat bu sahədə daha ciddi fəaliyyət göstərməlidir. Elm və texnikanın inkişafı nəticəsində formalaşan informasiya cəmiyyəti özü ilə bir sıra yeniliklər gətirmişdir. Bu dövrdə informasiya ən dəyərli məhsul hesab edilir. İnformasiya cəmiyyətində informasiya prosesləri çox sürətlə baş verir. Bu isə informasiyaya olan tələbatın artması ilə əlaqədardır. İnformasiyaya olan tələbatın get-gedə artması informasiya cəmiyyətinin formalaşmasının əsas səbəblərindən biridir.

“Qloballaşma” və “informasiya müharibəsi” anlayışları bu mərhələ üçün xarakterik olan əsas anlayışlardır. Müasir texnologiyanın imkanları nəticəsində qısa müddətdə dünyanın bir nöqtəsindən digər nöqtəsinə çatmağa kömək edir. İnformasiyanın ötürülmə sürəti saniyələrlə ölçülür. Beləliklə, informasiya cəmiyyəti güclü rəqabət mühiti formalaşdırır. İnformasiya vasitələri ilə dünyanın müxtəlif nöqtələrinə nəinki məlumatlandırıcı, həm də yönləndirici informasiyalar da ötürülür.

Azərbaycanda informasiya cəmiyyətinin formalaşması yaxın zamanlarda, daha dəqiq desək, Azərbaycan müstəqillik əldə etdikdən sonra başlamışdır. Müstəqilliyin ilk illərindən etibarən ölkəmizdə müstəqil kütləvi informasiya vasitələri yaranmış və beynəlxalq jurnalistikaya inteqrasiya prosesi başlamışdır. Bütün bu proseslər nəticəsində informasiya müharibəsi şəraitində Azərbaycan jurnalistikasının üzərinə müəyyən vəzifələr və məsuliyyətlər düşür. Xüsusilə də Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin reallıqlarının dünyaya çatdırılmasında Azərbaycan KİV-inin mühüm rolu var. Azərbaycan münaqişə tərəflərindən biri olduğu üçün dünya mediası bu barədə informasiya yayarkən Azərbaycan KİV-inin verdiyi informasiyalara da istinad edir. Buna görə də hər bir KİV orqanı belə bir həssas məsələni işıqlandırarkən son dərəcə diqqətli olmağı bacarmalıdır.

Ermənistan KİV orqanlarının da dünyaya qeyri-dəqiq və yanlış informasiyalar yaydığını

nəzərə alaraq yerli KİV orqanları daha məsuliyyətli olmalıdır.

Amma Azərbaycan mətbuatının bu sahədə fəaliyyəti ölkə sərhədləri ilə məhdudlaşmamalıdır. Azərbaycan regionda güclü və əhəmiyyətli mövqeyə sahib olduğu üçün Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin həllində digər dövlətlər də maraqlıdır. Beynəlxalq təşkilatlar, xarici dövlətlər bu münaqişənin həlli üçün müəyyən tədbirlər görür. Dağlıq Qarabağ münaqişəsi ilə bağlı yeniliklər Azərbaycan və Ermənistan mediasında işıqlandırıldığı kimi Avropa mətbuatında da yer alır. Avropa mətbuatı həm münaqişənin tarixi səbəbləri, atəşkəsin pozulması haqqında, həm də münaqişə ilə bağlı beynəlxalq təşkilatların, rəsmilərin fəaliyyəti haqqında xəbərlər yayımlayır. Bu mövzunun Avropa mətbuatında işıqlandırılması həmin cəmiyyətlərdə münaqişə ilə bağlı müxtəlif fikirlər və rəylər formalaşdırır. Buna görə də Azərbaycan Avropa mətbuatında Dağlıq Qarabağ ilə əlaqəli xəbərlərin dəqiq və düzgün olmasında maraqlıdır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, Ermənistan güclü lobbicilik fəaliyyəti ilə məşğuldur və onun güclü olduğu bir sıra qərb ölkələrində öz niyyətlərinə nail olmağı bacarır. “Erməni lobbisi dünya siyasətinə ciddi şəkildə nüfuz edir. Hər vasitə ilə “əzabkeş” xalqın qeydinə qalır. Erməni maraq və mənafeyinə lazım olan iqtisadi və siyasi yardım etməkdən çəkinmirlər. Dağlıq Qarabağ probleminin dinc yolla həllinə mane olurlar, erməni təcavüzünə haqq qazandırmağa çalışaraq Azərbaycanı təcavüzkar adlandırırlar” [3, s.135].

Beləliklə, Ermənistanın Azərbaycana qarşı apardığı əks-təbliğatla mübarizədə beynəlxalq çıxışların, diaspor fəaliyyəti ilə yanaşı mətbuatın da rolu əvəzsizdir. Mətbuat həm ölkə daxilində dəqiq və hərtərəfli informasiya yaymağı, həm də dünyaya, xüsusilə də Avropaya bu informasiyaları ötürməyi bacarmalıdır. Çünki Avropanın böyük dövlətləri Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin həlli prosesinin iştirakçısıdır və beynəlxalq təşkilatlarda aparıcı rol oynayır. Bununla yanaşı, bəzi Qərbi Avropa ölkələrində erməni lobbisi olduqca fəaldır. “Çox sayda erməni əhalisinin yaşadığı və güclü erməni lobbisinin mövcud olduğu ölkələrdən biri də Fransadır... Fransız ictimaiyyətində ermənilərə olan rəğbət hissi olduqca güclüdür” [1, s.167]. Fransanın ermənipərəst mövqeyi onun mətbuatında da özünü göstərir. Belə mətbu orqanlardan biri də Fransanın məşhur “Mond” qəzetidir. “Heç təsadüfi deyildir ki, xaqımızın həyatında misilsiz hadisə olan müstəqilliyimizlə bağlı həmin qəzet 1991-ci il 19 oktyabr tarixli sayında fikrini belə bildirirdi: Sovet imperiyasının dağılması onun tərkibinə daxil olan keçmiş respublikalarda qarmaqarışıqlıq xə xaos yaratmışdır. Zaqafqaziya respublikalarından biri – Azərbaycan dünən müstəqilliyini elan etmişdir. Respublikada daxili və xarici siyasət sahəsində vəziyyət qeyri-sabit və mürəkkəbdir. Bu respublikanın vətəndaşları inanmaq istəyirlər ki, suveren dövlət statusu onun hökumətinə ölkəni düşündürən bir çox problemləri həll etməyə kömək edəcəkdir” [4, s. 225].

Fransa həmçinin, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin həllində iştirak edən ATƏT-in Minsk qrupunun üç həmsədr ölkələrindən biridir. Belə bir önəmli faktı da nəzərə alsaq, Avropa mətbuatında Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin düzgün işıqlandırılmasının məsələnin həllindəki rolunu aydın görə bilərik.

Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin Avropa mətbuatında işıqlandırılmasının əhəmiyyəti ondan ibarətdir ki, bu zaman münaqişə tərəfləri haqqında Avropa cəmiyyətində müəyyən bir fikir və rəy formalaşır. Həmçinin mətbuat tərəflərin əsl niyyətlərinin nə olduğunu da işıqlandırarkən bir tərəfi işğalçı, digər tərəfi isə sülhsevər kimi təqdim edə bilər. Bu rəyin düzgün formalaşmasında Azərbaycan KİV-inin də müstəsna rolu var. Belə ki, hər hansı xarici ölkənin KİV orqanı və ya vətəndaşı Azərbaycan münaqişə tərəflərindən biri olduğu üçün onun mətbuat orqanlarını diqqət mərkəzində saxlayır. Belə olan halda Azərbaycan KİV-i yalnız rəsmi və dəqiq informasiya paylaşmalı, qeyri-dəqiq, təhrif olunmuş, təsdiqlənməmiş və ya milli mənafeyə zidd olan informasiya yayımından uzaq durmalıdır.

Çünki informasiya müharibəsi şəraitində informasiya yayımı olduqca sürətli baş verir. Bu zaman hər hansı diqqətsizlik və ya məsuliyyətsizlik qarşı tərəf üçün silah rolu oynaya bilər.

Informasiya müharibəsi şəraitində münaqişələrin həllində silahlardan daha çox informasiya yayımı, təbliğat vasitələri iştirak edir. Bu gün Azərbaycanın müstəqil və formalaşmış, beynəlxalq əlaqələri olan KİV sistemi, diaspora təşkilatları var. Müasir şərait bu sistemlərin nümayəndələrindən məsuliyyətli və geniş dünyagörüşlü olmağı tələb edir. Xüsusilə də Dağlıq Qarabağ münaqişəsi kimi həssas bir mövzuda yerli KİV-lər və jurnalistlər bu tələblərə mütləq şəkildə əməl etməlidir. Dünya, eləcə də, Avropa mətbuatını izləyərək hər hansı yanlış və ya təhrif olunmuş informasiyaya lazımi şəkildə reaksiya verərək onun düzəldilməsinə çalışmalıdır. Beləliklə, düşünülmüş və ardıcıl addımlarla gerçəkliyin olduğu kimi cəmiyyətə çatdırılmasına, Azərbaycanın haqlı mövqeyinin və tələblərinin işıqlandırılmasına nail olmaq olar.

ƏDƏBİYYAT

1. Arif E. Erməni iddialarının siyasi mahiyyəti. Bakı, "Nurlan", 2006, 187 s.
2. Əhmədli N. Kütləvi informasiya vasitələri xarici siyasi təbliğat sistemində. Bakı, "Bakı Universiteti", 2004, 155 s.
3. Qazıyev Y. Erməni məsələsi. Bakı, "Qafqaz Un-ti, Qafqaz Araşdırmaları İn-tu, [Nurlar NPM]", 2009, 343 s.
4. Vəliyev H. Xarici ölkələrin jurnalistikası tarixi. Bakı, "Zərdabi LTD", 2014, 638 s.

Elmi rəhbər: prof. H. Vəliyev

Айсель ГАРАЕВА

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ В ПРОЦЕССЕ ИНТЕГРАЦИИ АЗЕРБАЙДЖАНА В МИРОВОЕ СООБЩЕСТВО

РЕЗЮМЕ

Данная статья отмечает роль современных информационных агентств в процессе интеграции Азербайджана в мировое сообщество. Выделяет активные в этом плане агентства. Еще раз отмечает место СМИ в политической и международной жизни той или иной страны. Также показывает важность сотрудничества государства с местными СМИ и расширение их деятельности во имя общих и национальных интересов.

Ключевые слова: Интеграция, информационное агентство, СМИ, международные связи, мировое сообщество, информационный поток, сотрудничество.

SUMMARY

This article points out the role of modern information agencies of Azerbaijan in the process of integrating the country into the world community. Selects active agencies in this regard. Once again points out the media in the field of political and international life of a country. It shows the importance of state cooperation with the local media and the expansion of their activities in the name of common and national interests.

Key words: Integration, information agency, mass media, international relations, global community, information flow, cooperation.

Одной из проявляющихся тенденций в современных международных отношениях является международная интеграция. Процесс интеграции охватывает не только государства, но и отдельные общества, общественные объединения, политические партии, средства массовой информации и коммуникации. В последнее время часто наблюдается процесс сплочения подобных структур вокруг идеи стабилизации положения мирового сообщества, их попытки вести совместную борьбу на международном уровне. Таким образом, интеграция может проявляться в общественной, политической, экономической, научно-технической, информационной, глобальной, региональной и субрегиональной форме.

В современном мире наряду с традиционными акторами системы межгосударственных отношений, постепенно расширяется роль СМИ. В настоящее время средства массовой информации, образовав сложную систему, играют особую роль в международных отношениях, в происходящих в мире политических и экономических процессах. Они оказывают важное и решающее влияние на международную жизнь, что стало серьезным фактором в институционализации данных отношений, прошедших различные исторические этапы в установлении межгосударственных взаимных связей и сотрудничества.

В свою очередь, в организации международных связей, среди средств массовой информации следует указать деятельность информационных агентств, представляющих собой специализированные предприятия (организации, службы, центры), обслуживающие СМИ. Их основная функция – снабжать оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией редакции газет, журналов, телевидения, радиовещания, а также другие учреждения, организации, частные лица, являющиеся подписчиками на их продукцию. Главными целями подобных СМИ являются **повышение оперативности сообщений** за счет разработки и освоения новых технических средств передачи информации, **уточнение аудитории и поиск своей информационной ниши**, ведущей к дальнейшей специализации по проблемно-тематическому, аудиторному, технологическому признакам, **максимальный учет потребностей и интересов потребителей** – интенсификация маркетинговых исследований, усиление экспертно-аналитических служб в составе агентств, постоянное обновление информационных продуктов и диверсификация продукции в целом, **повышение достоверности и надежности сообщений** за счет роста профессионального мастерства и технологических поисков.

Азербайджанская Республика для расширения и углубления активности на региональном и глобальном уровне, активно развивает систему средств массовой информации и расширяет диапазон информационных агентств. В настоящее время в Азербайджане действуют около сорока различных служб информационных агентств, среди которых можно выделить деятельность АзерТАдж, АПА, Trend News Agency, Туран, Salam News и др. Конкуренция между ними влияет на основные направления развития и совершенствования их деятельности.

Первое информационное агентство Азербайджана - АзерТадж, созданное еще в марте 1920 года, сыграло одну из ведущих ролей в обеспечении государственных институтов, печатных органов и общественных организаций АДР сообщениями, получаемыми из политических центров Европы, Азии и Америки. Агентство также передавала в страны Европы и Кавказа информацию об общественно-политической, экономической жизни страны, деятельности правительства и работе парламента. Однако этот процесс был приостановлен во время существования СССР. Уже после распада Советского Союза и приобретения независимости в 90-е годы данная

деятельность получила «второе дыхание». Многие структуры, в том числе СМИ, восстановили прежнюю политику организации деятельности. Уже начиная с 1995 года, АзерТАдж сделал первые шаги в длительном процессе интеграции Азербайджана в международную информационную структуру и мировое сообщество и постепенно стал активным, оперативным обозревателем международных отношений государства. Таким образом, Азербайджан заполучил возможные пути интеграции в мировую систему информационного обеспечения и попытку доказать себя на мировой арене. Информационное агентство АзерТАдж по сей день продолжает свою политику интеграции и активно сотрудничает со многими передовыми агентствами мира. В целом АзерТАдж имеет соглашения о партнерстве с 40 агентствами. Во многих государствах действуют корреспондентские пункты. Кроме того, в 2004 году АзерТАдж был принят в члены Организации информационных агентств стран Азии и Тихого океана (ОАНА), а в 2008 году Европейского Альянса Новостных Агентств (ЕАНА). Является одним из учредителей Ассоциации национальных информационных агентств (АНИА) стран-членов Содружества Независимых Государств, Объединения тюркоязычных новостных агентств (ТКА), Ассоциации национальных новостных агентств стран-членов Организации Черноморского Экономического Сотрудничества (ПАНИА).

Результатом активной деятельности агентства на международном медиа-пространстве стало получение права принимать в 2016 году в столице Азербайджана заседания трех влиятельных медиа-структур - V Всемирного конгресса новостных агентств, XVI Генеральной ассамблеи Организации новостных агентств стран Азии и Тихого океана (ОАНА) и XXII заседания Совета руководителей государственных информационных агентств СНГ. Вот уже несколько лет подряд АзерТАдж организует круглые столы в рамках Бакинского международного гуманитарного форума, ставшего авторитетной площадкой для обсуждения актуальных вопросов гуманитарного сотрудничества. В заседаниях «круглого стола» принимают участие политические, общественные деятели и деятели культуры из различных стран мира, руководители влиятельных медиа-организаций и эксперты.

Кроме государственного информационного агентства, данный процесс интеграции продолжили и остальные активные агентства страны. В области мировой информационной интеграции оперативно действуют такие агентства, как АПА и Trend. Основное отличие данных агентств друг от друга состоит в том, что если АПА ориентирует основную базу и ставит на первое место национальные интересы и внутреннюю территориальную интеграцию, а на второе - международные связи, то Trend базируется на экономический, финансовый информационный потоке, ориентируясь на биржевые новости. Поэтому, тогда как главные политические и экономические, социально значимые, срочные новости региона размещаются на портале в свободном доступе, то новости же о бизнесе в регионе, экономические анализы, нефть и газ, мониторинги экономики и различных ее секторов являются платными и предоставляются только по подписке.

Trend News Agency – независимое информационное агентство, основанное в 1995 году в Азербайджане, является поставщиком новостей из Каспийского региона, Южного Кавказа и Центральной Азии. В составе АМИ Trend функционируют азербайджанская, русская, английская, фарси и арабская службы новостей, тем самым, охватывая практически всю мировую языковую аудиторию.

Службы сконцентрированы на производстве новостей из региона, в частности, из Азербайджана, Грузии, Ирана, Казахстана, Туркменистана, Узбекистана. Trend

является активным и оперативным участником в освещении мировых событий. Trend, также как и АзерТАдж, принят в OANA. Информационное агентство названо "Лучшей компанией в сфере СМИ" в 2006-2007 годах в Азербайджане, награждено национальной премией Brand Award Azerbaijan в номинации «Агентство эксклюзивной информации года».

В свою очередь, Евразийская академия телевидения и радио совместно с агентством РИА-Новости признала Trend наиболее динамично развивающимся ресурсом в Евразии в 2008 году. С 1997 года агентство также выпускает первую международную газету AZERNEWS на английском языке. Информационными партнерами Trend являются ведущие поставщики международных новостей: Xinhua (Китай), IRNA (Иран), РИА Новости (Россия), Deutsche Welle (Германия), РосБизнесКонсалтинг (Россия), Afghan Voice Agency (Афганистан), Yonhap (Южная Корея), GeoHotNews (Грузия), Maghreb Arab Press (Марокко), Белорусское телеграфное агентство БЕЛТА, «Ховар» (Таджикистан), ВТА (Болгария), Укринформ (Украина), Казинформ (Казахстан), Montsame (Монголия), Agerpress (Румыния), SANA (Сирия), Жяхон (Узбекистан), Кабар (Кыргызстан), ELTA (Литва) и многие другие.

«Агентство Азери-Пресс (АПА)», созданное в 2004 году, является независимым, частным и известным на международной арене информационным агентством. Наряду с освещением мировых событий, АПА, в основном, охватывает территорию Азербайджана и Южного Кавказа. Агентство также имеет представительства в США, Турции, Франции, Румынии, России, Грузии и других ведущих странах мира. АПА распространяет новости на азербайджанском, русском, английском, французском и арабском языках, расширяя тем самым потенциальную аудиторию.

Согласно международной рейтинговой таблице, среди информационных агентств Азербайджана АПА является самым читаемым и ссылаемым. Агентство, также как и два предыдущих, активно ведет политику интеграции в мировую информационную систему, сотрудничает с ведущими информационными агентствами мира, является участником многих организаций и структур в области саморегулирования СМИ.

Среди подписчиков агентства есть посольства, представители международных организаций, государственные органы, министерства, как местные, так и иностранные финансовые структуры, местные СМИ, частные медиа структуры, неправительственные организации, диаспора и т.д. Опираясь на деятельность подструктур (APA-News, APA-Economics, APA-Sport, APA-Photo, APA TV, Lent.az, Kulis.az, Vesti.az) агентство способствует расширению информационного диапазона и усилению процесса интеграции в международную систему масс медиа.

Таким образом, можно смело сказать, что сегодня в Азербайджане действуют несколько активных, оперативных, а главное качественных СМИ, в особенности информационные агентства, роль которых неоспорима в процессе интеграции Азербайджана в мировое сообщество. Посредством расширения как языковых, так и структурных данных, информационные агентства Азербайджана смогли достигнуть признания в мировой информационной системе, тем самым способствуя стране занять определенное место на мировом информационном потоке и выступать в роли активного «игрока».

ЛИТЕРАТУРА:

8. Асланов А. - «АзерТАдж-90». Баку, 2011 г.

9. Асланов А. - «Место Азербайджан в информационной сети современного мира: история формирования и этапы развития». Баку, «Азернешр», 2012,
10. Гасанов А. – «Современные международные отношения и внешняя политика Азербайджана», Баку 2007 г.
11. Засурский Я.- «Система средств массовой информации», 2001 г.
12. www.azerbaijan.az
13. www.evartist.narod.ru
14. www.trend.az; www.apa.az; www.azertag.az

Научный руководитель: доц. А. Керимова

Aytən RÜSTƏMLİ

AZƏRBAYCAN VƏ ERMƏNİSTAN ARASINDA İNFORMASIYA MÜHARİBƏSİ

РЕЗЮМЕ

В данной статье говорится об информационной войне между Азербайджаном и Арменией. Информационная война, начатая еще в 80-е годы прошлого века и продолжающаяся до сих пор, составляет основную часть статьи. Также в статье найдено отражение роль информационной политики в решении Нагорно-Карабахского конфликта.

Ключевые слова: Информационная война, Информационно-пропагандистская система, информационная война против Азербайджана, информационная политика.

SUMMARY

This article is about the war between Azerbaijan and Armenia in the information. At the beginning of the 80s of the last century and the ongoing information war is the main content of the article. The role of information policy of the Nagorno-Karabakh conflict is reflected in the article.

Key words: information war, information and propaganda system, information war against Azerbaijan, information policy

Sosialist sisteminin dünyada tənəzzülə uğraması özündən sonra bir sıra problemləri miras qoymuşdur. Bu problemlərdən biri də, heç şübhəsizki, etnik münaqişələrdir. Həmin problemlərə vaxtında və düzgün yanaşılmaması, problemin çox həssas olmasının nəzərə alınmaması çoxsaylı insantələfatına səbəb olmuşdur. Bununla belə, bu regional-etnik münaqişələrin bir çoxu hələ də qalmaqdadır və son illər Qafqazda baş verən hadisələr bir daha göstərdi ki, həll olunmamış etnik-regional münaqişələrdən dünya üçün ciddi təhlükə mənbəyidir.

Ermənistan Azərbaycan qarşı informasiya müharibəsini 1980-ci illərin sonlarından başlamışdır. Müstəqilliyimizin ilk illərində biz bu mübarizədə uduzmuşduq. Bu, bəlkə də, təbii idi. Çünki ölkə daxilində gedən xoşagəlməz proseslər, hakimiyyət uğrunda mübarizə, vətəndaş müharibəsi və s. problemlər, iqtisadi tənəzzül imkan vermirdi ki, biz beynəlxalq aləmdə istədiyimizə nail olaq.

Dağlıq Qarabağ münaqişəsi XX əsrin sonunda SSRİ məkanında yaradılmış ilk etnik separatizm hadisəsi olmaqla bərabər, həm də ilk informasiya qarşdurmasının bariz

nümunəsidir. Bu münaqişənin meydana gəlməsində, onun inkişafında, regional və global problemə çevrilməsində informasiya çox böyük rol oynamışdır. Bu da təsadüf deyil. Çünki hazırda informasiya-təbliğat faktoru dünyada mövcud olan bütün etnik münaqişələrin və onun ətrafında cərəyan edən proseslərin idarə edilməsinin ən təsirli vasitələrindən biridir. İstər Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin, istərsə də digər ictimai-siyasi proseslərin idarə edilməsində informasiyanın rolunun son dərəcə artması müasir qloballaşan dünyada informasiyanın əhatə dairəsinin, qısa zaman ərzində daha geniş kütləyə təsir etmək imkanının artması ilə bağlıdır. Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin bütün inkişafı boyu informasiyaların məqsədyönlü və əhatəli şəkildə istifadə edilməsini, xüsusilə, son illərdə münaqişə ətrafında cərəyan edən hadisələrin, əsasən, informasiya müstəvisinə keçirilməsini bu münaqişənin xarakterik xüsusiyyətlərindən biri kimi qiymətləndirmək olar.

Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin informasiya-təbliğat təminatından danışarkən qeyd etmək lazımdır ki, tərəflər bu məsələyə fərqli hazırlıq səviyyəsində yanaşmışdılar. Bu məsələnin qaldırılması Azərbaycan tərəfi üçün gözlənilməz olmuşdusa, erməni tərəfi üçün isə bu heç də belə deyildi. Dağlıq Qarabağda millətçi separatizmin qısa zaman ərzində geniş vüsət alması, əslində, Ermənistan rəhbərliyinin, erməni kilsəsinin və erməni millətçi dairələrinin neçə onilliklər ərzində sovet məkanında apardığı fəaliyyətin məntiqi davamı idi. SSRİ dövründə ölkənin bütün informasiya vasitələri dövlətin inhisarında olduğu üçün erməni millətçi dairələrinin separatçı fəaliyyəti ictimaiyyətdən gizli saxlanılırdı. Lakin SSRİ-nin süqutundan sonra informasiya vasitələrinin və informasiyaya nəzarətin dövlətin monopoliyasından çıxarılması ilə Ermənistan rəhbərliyinin və erməni kilsəsinin Dağlıq Qarabağın Azərbaycandan qoparılması üçün göstərdikləri təxribatçı fəaliyyət də ictimaiyyətə bəlli oldu. Həmin faktlar onu göstərirdi ki, Azərbaycana qarşı ərazi iddiaları sovet beynəlmiləlçiliyinin geniş təbliğ edildiyi illərdə belə erməni dairələrinin və kilsəsinin gündəmindən kənarda qalmamışdı.

Erməni millətçi dairələri Azərbaycan Respublikasına qarşı ərazi iddialarının əsaslandırılması və bu iddiaların erməni birliyinə qəbul etdirilməsi üçün ölkə daxilində və xaricində total informasiya müharibəsinə başladılar. Onlar şübhə etmirdilər ki, informasiya-təbliğat kampaniyasının kütləviliklə nail olmadan erməni toplumunun millətçi hisslərini qızışdırmaq, erməni cəmiyyətini Dağlıq Qarabağın Azərbaycandan qoparılmasına hazırlamaq mümkün deyil. Çünki hadisələrin iştirakçısı olan erməni ziyalılarının etiraf etdiyi kimi, SSRİ-nin süqutu ərəfəsində Ermənistan əhalisinin 90 faizinin Dağlıq Qarabağdan heç xəbəri yox idi.

Hadisələrin başlanğıcında, yəni 1988-ci il fevralın əvvəllərində erməni millətçi dairələri tərəfindən Dağlıq Qarabağın Azərbaycandan qoparılması üçün aparılan informasiya siyasətində müəyyən ehtiyatlı taktikaya əl atılmışdı. İrəvanda təşkil edilən ilk icazəsiz mitinqlər — “Lenin-partiya-Qorbaçov”, — “Yenidənqurma, demokratikləşmə, aşkarlıq” şüarları altında keçirilir, meydanlara V.İ. Leninin və M.S. Qorbaçovun portretləri gətirilir, çıxış edənlər Lenin milli siyasətinin prinsiplərindən söz açırdılar. Amma tezliklə bu mövzuların informasiya-təbliğat fəaliyyəti üçün keçid xarakter daşdığı aydın oldu. Çox az zamandan sonra mitinqlərə toplaşan kütlə millətçi-separatçı mövzulu informasiyalar üzərində köklənməyə başladı. 1988-ci ilin fevral ayında keçirilən mitinqlərin birinə ekologiya, yenidənqurma-aşkarlıq siyasəti haqqında şüarlarla bərabər — “Qarabağ Ermənistanın tarixi ərazisidir” şüarı da çıxarıldı. Növbəti mitinqlərdə isə Qarabağın Azərbaycandan qoparılmasını tələb edən şüarların sayı artırıldı. Eyni zamanda Ermənistan rəhbərliyinin çıxışlarında Dağlıq Qarabağ münaqişəsinə nümayiş etdirdiyi yanaşma ilə dövlətin informasiya siyasəti üçün müəyyən koridorlar müəyyən edir ki, erməni

informasiya-təbliğat maşını da öz fəaliyyətini həmin koridorlar çərçivəsində qurmaqlı olur. Erməni informasiya-təbliğat materiallarının əksəriyyətinin sonunda, bir qayda olaraq, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin azərbaycanlılar tərəfindən başlandığı və ermənilərin də məcburiyyət qarşısında Dağlıq Qarabağı və onun ətrafındakı rayonları ələ keçirməli olduqlarını bəyan edirlər. 1920-ci ildə Azərbaycan hökuməti tərəfindən Şuşada qırğınlar törədilməsinin iddia edilməsi də erməni təbliğatının millətçi mahiyyətini açmağa xidmət edən nümunədir. Belə iddiaların "sübutuna" istiqamətlənmiş faktlara ötürü nəzər yetirilməsi erməni təbliğatçılarının tarixi hadisələrə hansı saxtakarlıqla yanaşdığını sübut edir. 1920-ci ilin may ayının 22–23-də Novruz bayramı günü Şuşa şəhərində erməni millətçilərinin təşəbbüsü ilə baş verən hadisələri erməni təbliğatçıları belə təqdim edirlər:

“Novruz bayramı ərəfəsində bir sıra erməni ailələri dəhşətli təhlükəni hiss edərək Şuşanı tərk etdilər... Şuşa erməniləri Sultanovun girovuna çevrildilər... Sultanovun əmri ilə erməni evlərinin yandırılması üçün əvvəldən azərbaycanlılara kibrit paylandı... Fanatik müsəlman dəstələri zabitlərin və əsgərlərin rəhbərliyi altında şəhərin erməni kvartallarına daxil oldular... müdafiəsiz insanları qəddarcasına öldürür, qadınları və qızları zorlayırdılar.”

Hazırda işğal olunmuş ərazilərin işğal altında saxlanması üçün Ermənistan dövləti çox vasitələrə əl atmaqdadır. Həmin vasitələrdən biri də məhz işğalın qorunmasına hesablanmış olan informasiya müharibəsinin aparılmasıdır. Ermənistan dövləti və bütünlükdə ermənilik belə bir müharibənin Aparılmasına çoxdan başlayıb və işğalın qorunub saxlanması üçün informasiya müharibəsinin genişləndirilməsini daim diqqət mərkəzində saxlayır. Digər erməni müəllifləri də Dağlıq Qarabağda yaradılmış separatçı qurumu və Azərbaycanın işğal olunmuş ərazilərini Ermənistandan ayrı təsəvvür etmələr və Ermənistanın informasiya təhlükəsizliyini Dağlıq Qarabağ və onun ətrafında işğal olunmuş ərazilərin, habelə Gürcüstanın Cavak bölgəsinin və dünya erməniliyinin informasiya təhlükəsizliyi kimi qəbul edirlər. Ona görə də erməni informasiya ideoloqları bu informasiya məkanlarının təhlükəsizliyinin qorunması, yəni erməni millətçi-separatçı ideologiyasının qorunub saxlanması üçün də müvafiq informasiya siyasətinin həyata keçirilməsini vacib sayırlar.

Erməni müəllifləri qeyd edirlər ki, Dağlıq Qarabağdakı separatçı qurum cəbhənin ön xəttində yerləşməklə bərabər, həm də erməniliyə qarşı aparılan informasiya müharibəsinin ön xəttində yerləşir. Bu baxımdan Dağlıq Qarabağdakı erməni separatizmi əks-informasiya axarlarının təsiri ilə daha ciddi şəkildə üzləşirlər. Dağlıq Qarabağ separatizminə qarşı istiqamətlənmiş informasiya axını eyni zamanda Ermənistana qarşı istiqamətlənmiş informasiya axını hesab edilir. Bu informasiya axınının qarşısının alınmasının isə əks tərəfə qarşı informasiya fəaliyyəti ilə mümkün olduğu bildirilir. Müstəqil dövlət kimi suveren hüquqlarının və işğal olunmuş ərazilərinin azad edilməsi istiqamətində Azərbaycan hökumətinin və xalqının apardığı haqlı mübarizə və onun informasiya təminatı Ermənistan və Dağlıq Qarabağın separatçı qurumuna qarşı informasiya təxribatı, Ermənistana qarşı təcavüz, revanşist xarakterli təcavüzkar Azərbaycan milli ideologiyasının dirçəlişi, siyasi və elmi reallıqlardan uzaq olan Azərbaycan informasiya əməliyyatları və s. kimi dəyərləndirilir. Azərbaycanın öz haqları uğrunda mübarizə mövqə tutması erməni ideoloqları tərəfindən hazırda Ermənistana, Dağlıq Qarabağın cinayətkar rejiminə və bütün Ermənistana qarşı istiqamətlənmiş ən qorxulu təhlükə hesab olunur.

Ermənistan dövlətinin və bütün erməniliyin informasiya fəaliyyətinin əsas məqsədlərindən biri də qeyd edildiyi kimi, Azərbaycanın informasiya təsirlərinin əhatə dairəsini kiçiltmək, gətirdikcə daha geniş auditoriyaya yol tapan Azərbaycan həqiqətlərinin təsir gücünü azaltmaq, Azərbaycanın informasiya fəallığının qarşısını almaqdır. Buna nail olunması üçün erməni informasiya ideoloqları müxtəlif vasitələrə və yollara əl atırlar.

Azərbaycan xalqının ümummilli lideri Heydər Əliyevin və sonra da cənab İlham Əliyevin prezidentlik dövründə səmərəliliyi ilə seçilən Azərbaycan informasiya təbliğat siyasəti erməni informasiya ideoloqları tərəfindən xüsusilə araşdırılır. XX əsrin 90-cı illərinin sonlarından etibarən Azərbaycanın sürətli inkişaf yoluna qədəm qoyması, Azərbaycanın dünyaya açılması və Azərbaycan həqiqətlərinin yayılması, 1998-ci ildə “Azərbaycanlıların soyqırımı haqqında” Prezident fərmanının imzalanması Azərbaycanın antierməni informasiya-təbliğat fəaliyyətinin xeyli fəallaşması kimi xarakterizə olunur. XXI əsrin əvvəllərində isə neft gəlirlərindən Azərbaycanın informasiya siyasətinin həyata keçməsinə xeyli vəsait ayrılması, Azərbaycanda informasiya texnologiyalarının inkişaf etdirilməsi, Azərbaycan informasiyasının təsir auditoriyasının genişlənməsi ermənilər tərəfindən böyük təəssüflə qarşılır.

Cənab İlham Əliyevin prezidentliyi dövrü isə erməni mütəxəssislərit ərəfindən Azərbaycanın informasiya fəallığının yeni bir mərhələsi kimi xarakterizə olunur. Belə mülahizələr irəli sürülür ki, cənab İlham Əliyevin Azərbaycana rəhbərliyi dövründə Ermənistan Respublikası, Dağlıq Qarabağ Respublikası və ermənilik Azərbaycanın informasiya fəaliyyətinin müstəqim obyektinə çevrildi, Ermənistanla müharibəyə hazırlıq, Türkiyə ilə hərbi-siyasi əməkdaşlığın dərinləşdirilməsi, hərbi büdcənin artırılması əvvəlcə Azərbaycan daxilində, sonra da xaricdə antierməni təbliğatının genişləndirilməsi ilə müşayiət olundu. 2003-cü ildən başlayaraq antierməni siyasətinin bütün sahələrində hücum funksiyasını Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyev öz üzərinə götürdü və onun iştirakı ilə antierməni informasiya-təbliğat sistemi yaradıldı.

ƏDƏBİYYAT:

1. Süleymanlı N. Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin informasiya modeli. Bakı, 2011.
2. Az.wikipedia.org
3. Информационные технологии: фазы обработки информации-
4. источники, поиск, сбор, анализ и представление. Раздел 3. Техноло-
5. гии поиска новой информации. Tr.wikipedia.org; Mediaforum.az
6. Панарин И. Системы информационного противоборства...
7. Frank L.Lones. Information: the psychological instrument. P,84.
8. Bax: US Army War College Guide to National Security Polisy and Strategy.
9. US WarCollege, 2006, p.209-214.

Elmi rəhbər: dos. V. Əliyev

Zümrüd NƏZƏROVA

KİV HAKİMİYYƏTİN DÖRDÜNCÜ QOLUNU TƏŞKİL EDƏN SOSIAL-SİYASİ İNSTİTUT KİMİ

PEZİOME

Медиа воспринимается в обществе как четвертая ветвь власти. Действительно, некоторые страны уже приводит к изменению рейтинга средств массовой информации в обществе, можно сказать, что средства массовой информации лидируют в управлении обществом. Базовая модель демократического государства, основанного на распределении власти в нашей стране: законодательный, исполнительный и суды власть рассматривается как первые три. Со временем Медиа стало немаловажным, неофициальным четвертым властям после трех государственных органов.

Предоставленный в статье "четвертой власти" формирования концепции, эта концепция была принята для различных функций и функций, связанных с различными направлениям в формировании о котором говорил о поездке в средствах массовой информации.

Ключевые слова: "Четвертая власть", "Четвертая государство", "Эдмунд Берк", "Джон Милтон", "оппозиция", "проправительственной".

SUMMARY

Media is considered as the fourth authority in society. Even we can say that in some countries this ranking is already changing and the media is starting to lead society. In our country legislative, executive and judicial power which are forming the basis of the model of a democratic state based on the distribution of government are considered as the first three powers. But the "media" becoming more important and powerful over time, is unofficially considered as the "fourth power" after these three government authorities.

The given article is about the formation of the concept of "the fourth power", the media which is directed to creation of function variety related to different directions and functions accepted for this concept.

Key words: "The Fourth Authority", "fourth power", "Edmund Berk", "John Milton", "opposition", "pro-government".

Medianın bilgimiz, fikirlərimiz, davranışımız və hətta dünyanı dərk etmək baxımından böyük təsirə malik olduğu, bugün hər kəsin qəbul etdiyi gerçəklikdir. Media xüsusilə gənclərin və uşaqların formalaşmasında ailə, cəmiyyət və dindən daha təsirli ola bilir. Bundan əlavə müasir media bu gün dünyada baş verən hər hansı bir hadisədən dərhal xəbər tutur, onu şərh edəcək operativliyə sahibdir.

Media çox vaxt demokratik toplumu dəstəkləyən bir güc olaraq anlaşılır. Sadə bir misal, millət vəkilliyinə seçkilər zamanı namizəd əgər yaxınımız deyilsə onu yalnız KİV-in təbliği ilə tanıya bilərik. Reklamlar, propaqandalar, afişalar və ya sosial media yolu ilə haqqında məlumat əldə edib güvəndiyimiz, etibar etdiyimiz namizədə səs verərək, onun bizi təmsil etməsinə şərait yaradırıq. Bundan başqa namizəd seçildikdən sonra verdiyi sözlərə sadıq qalıb-qalmadığını da məhz media vasitəsi ilə izləyə bilərik (8).

Medianın "dördüncü hakimiyyət" olması, yuxarıdakı misala nəzər salsaq seçiciyə həm seçim öncəsi, həm də seçim sonrası doğru və qərəzsiz məlumat verməsi ilə onu yönləndirməsində gerçəkləşir.

Jurnalistikaya "dördüncü hakimiyyət" anlayışını ilk dəfə ingilis filosofu və publisisti Edmund Berk gətirmişdir. E. Berk işlətdiyi bu ifadə ilə jurnalistiknin hakimiyyətə və hakim dairələrin fəaliyyətinə nəzarət funksiyasını nəzərdə tuturdu (4, səh.85).

Mahiyyətindən də göründüyü kimi, jurnalistika bu epiteti rəsmi qaydada deyil, öz üzərinə götürdüyü öhdəliklə qazanıb. Ona görə də jurnalistikanın müasir nəzəri problemlərinin tanınmış araşdırıcılarından olan Y. Proxorov belə bir fikrində haqlıdır ki, "jurnalistikanın dördüncü hakimiyyət təsəvvürü elmi anlayışdan çox obrazlı ifadə kimi qəbul edilir" (4, səh. 85-86).

Lakin anlayış artıq elmi-nəzəri ədəbiyyatda da görünməyə başlayır və jurnalistikanın ictimai həyatda getdikcə artan rolu bu obrazlı ifadəni reallığa çevirməkdədir.

Qeyd edək ki, jurnalistikanın "dördüncü hakimiyyət" rolu meydana gəldiyi dövərlərdə onu özündən əvvəlki üç hakimiyyət strukturuna nəzərən təbii olaraq müxalif yöndə görürdülər. Hətta belə bir fikir irəli sürülür ki, "demokratik cəmiyyətdə mətbuat həmişə hakimiyyətin opponentidir" (4, səh. 85). Lakin zamanla bu anlayış nisbətən dəyişməkdədir. Belə ki,

dünyanın bir çox demokratik dövlətlərində media kifayət qədər azad və sərbəst olmasına baxmayaraq “dördüncü hakimiyyət” olaraq iqtidaryönlü fəaliyyət göstərərək xalqı dövlətin ətrafında sıx birləşdirməyə səy göstərir (11). Medianın öz gücündən bu şəkildə istifadə etməsi xüsusilə xarici münaqişələr və dövlətlərarası gərginliklər zamanı ölkədə sabitliyin qorunub saxlanılması baxımından olduqca effektivdir.

Medianın bu cür funksiyalaşmasından, hətta ən demokratik dövlət sayılan ABŞ-da belə yararlanılsa da bu cür media çox vaxt kütlələr tərəfindən “satın alınmış media” kimi qiymətləndirilir (9).

Bunun izahı ilk öncə onunla verilə bilər ki, mətbuat öz azadlığını məhz hakim dairələrə qarşı mübarizə apararaq qazanmışdır və bu azadlığını qoruyub saxlamaq üçün bu gün də mübarizədədir. Bu səbəblə öz gücündən yalnız xalqın rifahı naminə istifadə etməli, hakim orqanların işində nəzarətçi funksiyanı həyata keçirməlidir. Hal-hazırda KİV-in “dördüncü hakimiyyət” kimi hakim orqanların üzərində nəzarət funksiyasını həyata keçirə bilməsi onun zamanla azad və asılı olmayan orqan kimi formalaşma bilməyində öz əksini tapır (10).

Bu mübarizə söz azadlığı və ifadə sərbəstliyi əldə etmək fonunda uzun əsrlər boyu davam etmiş və bu mübarizənin möhtəşəm mücahidləri də olmuşdur.

İngilis pamflet jurnalistikasının ən parlaq nümayəndələri monarxiya əleyhdarları arasında idilər. Onların yaradıcılığı digər ölkələrdə, o cümlədən ABŞ və Fransada burjua inqilabları liderlərinin görüşlərinin inkişafına güclü təsir göstərmişdir. Onlar azad mətbuatın formalaşmasının tərəfdarı idilər. Onlardan üçünün - Con Miltonun, Con Lilbernin və Cerard Uinstenlinin adlarını xüsusilə qeyd etmək lazımdır (7, səh. 65).

Sözün güclü silaha çevrilə bilməsində mühüm dərəcədə əhəmiyyətli şəxslərdən biri də Con Milton olmuşdur. Con Milton şair və yazıçı, publisist və siyasi xadim olub, İngiltərədə burjua cəmiyyətinin təşəkkül tapması dövründə yaşamış, ölkədə baş verən inqilab illərində hadisələrin içərisində olması onun daha da məşhurlaşmasına şərait yaratmışdır. Miltonun traktat və pamfletləri həmin dövrün ictimai fikrinin inkişafına böyük xidməti olmuşdur. Siyasi pamfletləri onu İngiltərə inqilabı ideoloqlarının birinciləri sırasına çıxarmışdı. Milton klerikalizmin, katolik kilsəsinin əhaliyə verdiyi zülmün tənqidindən başlamış, sonra isə xalq hakimiyyəti ideyalarının təbliğinə keçmişdi.

Müəllifin «Kralın və hökmdarların hüquq və vəzifələri» traktatı I Karlın edamı ilə bağlı məhkəmə hökmünün bilavasitə əsaslandırılmasına xidmət edirdi. 1649-cu ildə yazılmış həmin traktatda xalq hakimiyyəti nəzəriyyəsinin əsas müddəalarını formalaşdıran C. Milton göstərirdi ki, insanlar təbiətdə azad doğulurlar; onların bütün digər canlılar qarşısında üstünlükləri vardır: itaət etmək, boyun əymək üçün deyil, idarə etmək üçün doğulmuşlar (7, səh.65).

Con Milton respublika tərəfdarı idi və İngiltərədə monarxiyanın bərpa edilməsindən sonra da həmin əqidədə qalmışdı. 1650-ci ildə yazdığı «İngilis xalqının müdafiəsi», 1654-cü ildə qələmə aldığı «İngilis xalqının ikinci müdafiəsi», 1660-cı ildə işıq üzü görən «Respublika yaratmağın sürətli və asan yolu» əsərlərində öz mövqeyinin üstündə möhkəm durduğunu görürük (7, səh. 66).

Con Miltonun yaradıcılığı haqqında danışarkən onun 1644-cü ildə senzuranın icazəsi olmadan nəşr etdirdiyi «Mətbuat azadlığı haqqında. İngiltərə parlamentinə nitq (Areopagitika)» pamfletindən söhbət açmamaq ədalətsizlik olardı. Müəllif antik publisistlərin, ən əvvəl İsokratın yaradıcılıq irsinə əsaslanaraq senzuranı qəzəb və nifrətlə pisləmiş, onun zərərliliyini, azad fikrin inkişafına mane olmaqda gücsüzlüyünü sübut etmişdir. Con Milton yazırdı ki, senzura haqqında qanun xeyirxahlığa kömək edə bilməz; bu qanun elmə və alimlərə edilən ən böyük zülmüdür, təhqirdir. Con Milton bu

əsəri ilə mətbuat azadlığını müdafiə edərək yazırdı: «Bir insanı öldürmək düşünən bir canlıyı yox etməkdir. Lakin yaxşı bir kitabı qadağan etmək şəxsi aqlın özünü məhv etməkdir». Con Miltonun pamfletləri yüksək məqsədlər güdən siyasi publisistikanın nümunəsi idi. Parlaq, obrazlı yazılmış bu əsərlərdəki ideyalar ingilis mətbuat azadlığı konsepsiyasının əsasını təşkil etmişdir. Azərbaycanda C.Milton yaradıcılığına müxtəlif illərdə bəzi tanınmış ziyalılarımız müraciət etmişlər. Əli bəy Hüseynzadə hələ 1906-cı ildə C.Miltonun “İtirilmiş cənnət” əsərindən bir parçanı dilimizə çevirərək çap etdirmiş, M.Ə.Rəsulzadə 1911-ci ildə İran qəzetlərinin birində çap etdirdiyi “Mətbuat azadlığı” məqaləsində C.Miltonun mətbuat azadlığı haqqında qeydlərinə maraq göstərmişdir (7, 66-67).

Respublikamızda da uzun illər ziyalılarımız tərəfindən hakim dairələrin mətbuatı öz əlində siyasi vasitəyə çevirməsi əleyhinə mübarizələr gedib. Bu gün biz ölkəmizdə “dördüncü hakimiyyət” kimi medianın tətbiqindən söz açdıqca biliriksə bu uzun zaman medianın azadlığı uğrunda aparılmış mübarizənin nəticəsidir. Belə ki, mətbuatımızın formalaşması dövrü çar Rusiyasının müstəmləkəçilik illərinə təsadüf etsə də 1918-ci ildə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin yaranması ilə öz müstəqilliyinə qovuşur, lakin bu sevinci uzun çəkmir, 1920-ci ildə bolşeviklər tərəfindən Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin süquta uğraması nəticəsində mətbuatımız 70 il ərzində öz “ölü” dövrünü yaşamağa məhkum edilir.

Keçmiş SSRİ rəhbərliyinin, erməni daşnaklarının xalqımızın “düşünən beynini”- ziyalılarını, alimlərini, yazıçılarını, mədəniyyət nümayəndələrini məhv etməyə çalışması, kütləvi sürgünlər, qanlı repressiyalar məniyyətimizin məhvində hesablanmış əməllərdən idi.

Əlbəttə, bu baxımdan totalitar rejmin ünsürlərini özündə əks etdirən qanunvericiliyin yenilənməsi və təkmilləşdirilməsi mühüm məsləhətlərdən idi.

Mətbuatın bilgiləndirmək, maarifləndirmək, əyləndirmək kimi mühüm funksiyalarının partiya ideyalarının təbliğ, təşviq funksiyaları ilə əvəz edildiyi totalitar, antidemokratik qanunların əksinə olaraq, 1995-ci il 12 noyabr tarixli Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 47, 50 və 71-ci maddələrində söz, fikir və mətbuat azadlığı öz əksini tapdı.

Vətəndaş cəmiyyəti quruculuğunu özünün əsas inkişaf modeli kimi seçən Azərbaycan Respublikası söz və mətbuat azadlığını bəyan edən bir sıra beynəlxalq qanun və konvensiyalara qoşuldu.

Senzura sisteminin mətbuatın inkişafına mənfi təsir göstərdiyini gözəl bilən Heydər Əliyevin 1998-ci il 6 avqust tarixində imzaladığı Fərmanla həm dövlət sirrinin qorunması, həm də hərbi senzura ilə bağlı olan 16 aprel 1992-ci il tarixli fərman ləğv edildi, həmçinin, kütləvi informasiya vasitələri üzərində nəzarətin tətbiq edilməsi ilə bağlı olan 15 aprel 1993-cü il tarixli sərəncam da qüvvədən düşdü. Bunula da mətbuat üzərində tətbiq edilən senzura sistemi tamamilə ləğv edildi.

Daha sonra, 1999-cu il 7 dekabr tarixində Respublikamızda medianın inkişafını təmin edən, dünya təcrübəsinə uyğun olaraq fəaliyyətini nizamlayacaq “Kütləvi İnformasiya Vasitələri” haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu qüvvəyə mindi.

Sonradan bu Qanuna bir sıra dəyişiklik və əlavələr edilərək daha da təkmilləşdirildi və MDB məkanında ən ideal modelə çevrildi.

Məhz bundan sonra müstəqil mətbuatımız ictimai fikrə təsir edən və “dördüncü hakimiyyət” funksiyasını yerinə yetirən real gücə çevrildi.

ƏDƏBİYYAT:

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı, 1995
2. Əhmədli Nəsir, Con Milton və onun “Areopagitika” əsəri. B., 2013
3. KİV haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı, 2000

4. Məmmədli Cahangir; Müasir jurnalistika. Bakı, 2003
5. Məmmədli Cahangir Əbdüləliov; Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi [Mətn]: dərslik C.Məmmədli; elmi red. K.Niftəliyeva; rəyçi N.Əhmədli, R.Məcid.- B.: [Zərdabi LTD], 2012.- 614 s.
6. Fiktelius E.Jurnalistikanın on qızıl qaydası. Bakı, 2002
7. Vəliyev Həmid; Xarici ölkələrin jurnalistikası tarixi. Bakı, 2012
8. İnternet resursları:
9. <https://indigodergisi.com/2015/05/sehir-efsanesi-dorduncu-kuvvet-medya/>
10. https://en.wikipedia.org/wiki/Fourth_Estate
11. https://en.wikipedia.org/wiki/Fourth_branch_of_government
12. [https://en.wikipedia.org/wiki/Shadow_government_\(conspiracy\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Shadow_government_(conspiracy))

Elmi rəhbər: prof. H.Vəliyev

FREEDOM OF EXPRESSION AND INFORMATION IN THE HUMAN RIGHTS SISTEM

XÜLASƏ

Məqalədə böyük mütəfəkkirlərin – Mönteskye, Russo, Hobs, Lokk və başqalarının insan hüquqlarının müdafiəsinə dair fikirləri təhlil edilir, insan haqları ideyasının inkişaf mərhələlərinə diqqət yetirilir. Müəllif müasir dünya birliyinin insan hüquqlarının müdafiəsinə verdiyi əhəmiyyətin səbəblərini açıqlayır və qeyd edir ki, bu məsələlər XX əsrin ortalarından başlayaraq artıq heç bir ölkənin daxili işi hesab olunmur və beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən daima nəzarətdə saxlanılır. Hazırda dünya ölkələri insan hüquqlarının müdafiəsinə dair öz üzərlərinə xeyli öhdəliklər götürüblər və bu məsələlər ölkələrin daxili qanunvericiliyində öz əksini tapıb. Məqalədə insan hüquqları sistemində söz və ifadə azadlığının əhəmiyyəti vurğulanır və beynəlxalq normativ aktların məzmun və mahiyyəti təhlil edilir.

Açar sözlər: *söz azadlığı, insan hüquqları, beynəlxalq təşkilatlar, media, öhdəliklər, hüquq normaları*

РЕЗЮМЕ

В статье раскрываются основополагающие идеи Монтескье, Руссо, Гоббса, Локка и других великих мыслителей в области защиты прав человека, выделяются основные этапы в развитии идеи защиты прав человека. Автор отмечает причины, исходя из которых, мировое сообщество придает особое значение защите прав человека и указывает, что, начиная с середины XX века, эти вопросы не считаются внутренним делом какой-либо страны и международные организации постоянно следят за соблюдением прав человека. В настоящее время страны мира взяли на себя множество обязательств по соблюдению прав человека, которые нашли отражение во внутреннем законодательстве стран. В статье отмечается значение свободы слова и самовыражения в общей системе прав человека, раскрывается содержание и сущность международно-правовых норм.

Ключевые слова: *свобода слова, права человека, международные организации, медиа, обязательства, правовые нормы.*

INTRODUCTION

The issue of human rights is one of the most important and actual problems of the world. From ancient times to the moment humans have always been fighting for the development of their own human rights. With the development of society the struggle of the people became more organized. Especially, great success was gained in England and France. Scientists consider that, the scientific explanation of human rights was given in the XVIII century for the first time. These problems, were mostly highlighted in the works of Montesquieu, Rousseau, Hobbes and Locke. They claimed that, there were natural rights of humans and no one, even the government did not have right to take them. At that time these liberal ideas were basically noted in two documents. One of them was the USA ‘Declaration of Independence’, which was adopted in the USA, in 1776. The second document was

adopted in 1789, in France and that was 'The Declaration of the Rights of Man and of the Citizen'

During next years the idea about human rights becomes wider and wider. Gradually, the number of rights increased too. In their development, the human rights passed through several stages of time.

First stage is about the XVIII century when civil and political rights were created as the result of the bourgeois revolutions in Europe, (right to life, the abolition of slavery, abolition of torture, personal right of privacy and other rights).

The second stage is the XIX century, for this time it's necessary to highlight the appearance of social and economic rights arising under the influence of socialist ideas (labor law, the right to education, the right to social security and others).

The third stage, which was in the XX century, was significant for the establishment of collective rights. Basically, these are the human rights related to environmental protection, the right to self-determination and other rights.

In the modern world, the situation of human rights shows the characters of the country's political regimes. Nowadays, it is considered that, the ensuring of human rights and people's happiness should be the main goals of the states and societies.

There are different topics and characters of human rights in the society. Human rights can be divided into different groups according to the character. Firstly, it is necessary to highlight personal natural rights. These rights do not depend on the existence of any state civil citizenship. Here it can be mentioned the personal security, inviolability of housing and movement and freedom to choose residence, the right to be involved in labor and others. Political rights: freedom of speech and expression, freedom of assembly, freedom of association, freedom to strike, freedom of religion, and others. These rights are closely linked with the nature of the state where peoples are living in. Socio-economic rights: the right to social security, the right to medical care, the right to have the 8-hour working day, the right to be in good working condition and others. These are the rights that ensure the economic and social interests of the people. Cultural rights are the right to education, right to work, the right to education in their native language and others. Environmental rights: the right to clean environment, the right to receive accurate environmental information and etc.

Among all of these rights the freedom of speech and expression has one of the most important places. It is possible to say that without realization of this right it is impossible to realize the other rights. Therefore, it is very important to analyze the right of freedom of speech and expression.

MAIN

Firstly, it is necessary to highlight that, until the middle of the XX century the human rights had not been adopted by many countries. Of course, it is true that, many countries such as the USA, Great Britain, France and Sweden had got great success in this area till this time. For example, in Sweden the law on freedom of speech had already passed in the XVII century. Such law was not in any other country. In this sense, Sweden had left behind many countries in the field of the freedom of speech. But in spite of this the world still had many problems regarding to human rights. 30-40s of XX century, the repression by Stalin's regime in 30-40's of the XX century, Nazi Germany's atrocities during World War II infringed the rights, especially, not only simple citizen rights, but also the rights of the whole nations. Latvian people, as the example of it, historically was one of those whose rights were violated. The exhibits of 'The Museum of the Occupation' which is located in the center of Riga show this fact clearly. These exhibitions are about the tragedies which were brought

to Latvian people by bolsheviks and Stalin. Also there are many materials about the crimes committed by Nazi Germany against Latvia too.

As it can be seen, the problems about human rights still had remained strictly in the center of the XX century. The Second World War made this problem more actual. Because during the period of war fascists carried out policy of genocide against to Jews and some other nations. People who have been captured were destroying. Numerous prisoners' camps were the example of this.

That was why, the cooperation of states about the protection of human rights was actual after the World War II. Back in 1941, U.S. President Franklin Roosevelt and British Prime Minister Winston Churchill had already signed the Atlantic Charter. The document proclaimed four freedoms: the freedom to live, freedom of religion, freedom from want and freedom from fear.

The protection of Human Rights and Freedoms was also one of the main objectives of the United Nations, which was created in 1945. This idea was reflected in the Charter of the United Nations. On December 10, 1948 the UN General Assembly adopted a historic document – **'The Universal Declaration of Human Rights'** [1]. Article 19 of the Universal Declaration of Human Rights was devoted to freedom of speech and expression. Articles of the Declaration became important standards for the protection of human rights. However, this international instrument has a non-binding character for states. It meant that the implementation of these articles, the requirements depended on the state. This declaration had only political meaning.

But European leaders thought that in the field of human rights it was needed such a document, which would be compulsory for the States. However, the work process in this area was very difficult. The protection of human rights was one of the main reasons for the establishment of the Council of Europe. This international organization was founded in 1949 in London.

In the **'Statute of the Council of Europe'** [2] it was stressed that the protection of rights and freedoms is of the main activities of this organization. In its work about human rights the Council of Europe uses techniques and mechanisms such as the preparation and adoption of conventions, recommendations, dissemination of information on human rights, research in this area.

On November 4, 1950 the Council of European adopted the most important document in the field of human rights – **'The European Convention of Human Rights'** [3]. This international document came into force in 1953. The European Convention basically protects the civil and political rights. They are reflected in Articles 1-18. Protocols 1, 4, 6, 7 and 12 of the European Convention and include additional rights.

The Convention contains provisions on the right to life, protection from torture and inhuman treatment, liberty and security of person, to a fair trial, respect for private and family life and the right to freedom of correspondence, freedom of expression (including freedom of the press), thoughts, religious belief, freedom of participation in a peaceful protest and assembly. These rights were supplemented by the Protocols of the Convention.

One of the most important articles of the European Convention is Article 10. This article is about the right to freedom of thought and expression. Article 10 of the European Convention is very similar to Article 19 of the Universal Declaration of Human Rights. However, in the Convention the idea of freedom of speech and expression is reflected more broadly. The fact of the similarity of the documents is a very important point. Because if there is unified opinion in the content of human rights all around the world, including freedom of speech, it will be easier to make decisions and implement them.

It should be noted also that the global instrument for the protection of Human Rights was adopted by the UN in 1966. This document is called **‘The International Covenant on Civil and Political Rights’** [4]. Article 19 of the International Covenant also repeated the ideas of Article 19 of the Universal Declaration and Article 10 of the European Convention.

In this regard, it is important to reveal the actual content of the right to freedom of speech and expression. It is important to note that there is different understandings of the content of freedom of speech and expression, depending on political views. Though, in today's world, many people agree and accept the point of view of philosophers and sociologists of the United States.

The scientists of the United States consider that the right of freedom of speech and expression includes a few principles:

- every person can have his own opinion and ideas;
- every person can express his opinion in any form;
- every person may freely exchange any information on any issue;
- every person has the right not to answer questions;
- every person has the right to get information from other people;
- every person has the right to obtain information and to request information from all sources;
- every person can communicate with other people and can organize unions (associations).

On the basis of these principles the ensuring of freedom of speech and expression are shown in the Universal Declaration, the International Covenant and the European Convention. According to these documents, the right of freedom of speech is a broad idea. Scientists claim that the freedom of speech and expression includes many aspects in it. In the field of freedom of information and expression it should be noted the main ideas of this international documents:

- ‘... everyone has the right’

This right makes no difference among people about age, political views, education and other aspects, this right belongs to every person. Only in certain times the rights of condemned people can be limited.

- ‘... freedom to seek, receive and impart’

This right shows that one can get information by personal contact, participating in activities, reading newspapers, listening to radio, using the internet, taking part in open debates, researching scientific studies and journalism materials and with all other ways. In modern times, this right also allows us to get data what is in the hands of governmental structure. That's why government bodies are obliged to provide to citizens the information they have. Governments must create conditions for using databases by people.

The process of the realization of this right includes to bring one's ideas and thoughts to other people. And this process can be carried out by conversations, the media, public events, discussions and any other ways. Here the freedom of speech has a broader meaning: it contains not only speaking about what you think but also getting acquainted with others' ideas and points of view.

- ‘... information and ideas’

It is necessary to note that, here it must be spoken not only about ‘right’ or ‘profitable’ ideas (because their contents are arguable) but also other information. The Human Rights Committee of the UN especially highlighted this idea. It means that here must be included the information that people even don't like or they can be lead to shock by it. The information can be subjective, or with promotional and commercial character or

in the form of paintings and works of art. International human rights norms recommend to take into account not only the ideas which all humans accept but also the minority ideas. It is very important to create the necessary opportunity and conditions for minority to express their ideas. The European Court of Human Rights included here even the offensive information. Without it pluralism and democracy cannot exist.

- '... regardless of frontiers'

This phrase means that there are no borders in getting and broadcasting of information. Besides, a state should give opportunity to citizens to get information from the other side of borders. And also people must have a chance to transfer the information to other countries. In modern times, television, radio, internet broadcasting does not accept any borders. By crossing the borders each person can bring books, newspapers, cinema materials.

- '... through any media'

This right gives opportunity to citizens to broadcast information with any methods including traditional and new technological ways, also with the help of newspapers, radio, books, journals, TV, internet, art works, meetings and others.

This is necessary to highlight that, freedom of speech and expression put some obligations to the states. A state should not barrier the exchange of the information, conversely, it must solve the problems which stand against freedom of speech and expression. This is done for making the flow of information free and wide. It is stressed in the Article 2 of the International Covenant on Civil and Political Rights that state bodies must respect the rights of individuals and help to the realization of these rights. In other words, the state should create conditions for the activity of press, radio, television, the internet and also must broadcast information on its own initiative. Citizens should be provided with comprehensive information. Also the state should adopt new necessary laws and change old ones.

There is a great benefit of providing of the freedom of speech and expression for society. Philosophers have interesting views about it. In this regard, even some conceptions were formed. In all of these conceptions four tasks especially are stressed:

- freedom of speech helps to the glory of truth,
- freedom of speech helps to society in formation of real democratic regulation,
- freedom of speech helps to resolve disputes without using any violence,
- freedom of speech helps to each person to realize his own capability as a member of the society [5].

CONCLUSION

Absolutely, it must be freedom of information and expression in society for finding and understanding the truth. A person who seek to truth for reality should be free. He or she must have ability to listen everybody, to divide right and false ideas and then perform his or her own position. Additionally, he must show his point of view and be familiar with the views of the opposite side. As a result, that person analyze his own ideas and make corrections. About this idea the well-known English thinker and publicist John Milton said that, at the time when you want to understand the truth, the wish of demonstrating of an idea appears. This wish is becomes a fire and as its result all barriers are destroyed. Respectable men get the truth in discussions. The laws of the state should create conditions for the people to make free discussions in the country.

If there is no freedom of information and expression, it is impossible to build democracy is. Because for adoption of right political decisions, freedom of speech must

exist. Only when there is freedom of speech, citizens can suggest political ideas and participate in democratic processes.

Additionally to this, freedom of speech gives opportunity to prevent the illegal actions what state officers make. Citizens are able to criticize the state officers, to suggest something to them and by these ways citizens make them to work objectively. Freedom of speech has a big role in exposing law violations. Because, with the help of the freedom of speech, press and assembly citizens can prevent the false decisions of state officers [6].

Freedom of speech also gives opportunity to participate in election process. As citizens can criticize them, state officers are obliged to give reports in front of society and voters. As a result the responsibility of the officers increases, they are forced to work objectively. Because of criticism state officers can not gather big state control in their own hands by illegal ways. If in any country it is not given to citizens comprehensive information about the work of state bodies, lots of illegality appears in this state.

List of references:

1. Universal Declaration of Human Rights - <http://www.un.org/en/documents/udhr/index.shtml#atop> Statute of the Council of Europe' <http://conventions.coe.int/Treaty/en/Treaties/Html/001.htm>
2. The European Convention on Human Rights - <http://www.hri.org/docs/ECHR50.html>
3. International Covenant on Civil and Political Rights - <http://www2.ohchr.org/english/law/ccpr.htm>
4. Современное право средств массовой информации в США (под ред. А.Г.Рихтера). М., "Право и СМИ", 1997, с.10-11
5. Toby Mendel. Freedom of Information: An Internationally protected Human Right. - <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/comlawj/cont/1/cts/cts3.htm>

Çinarə NAĞIYEVA

AZƏRBAYCAN TARİXİ DƏRSLƏRİNDƏ MƏTNLƏ İŞİN TƏŞKİLİ

Azərbaycan tarixi dərslərində mətnlə işin təşkili ən çətin məsələlərdən biridir. Çünki mətnlə işin təşkili nə qədər mütəşəkkil və əhatəli olarsa dərs bir o qədər faydalı və əhəmiyyətli olar. Mətnlə işin təşkilində əsas məsul şəxs müəllim (təhsilverən) olduğu üçün onun üzərinə düşən məsuliyyət daha çoxdur. Müəllim mətnlə işi təşkil edərkən şagirdlərin əqli, fiziki, psixoloji imkanlarını nəzərə almalı, əlavə vasitələrdən yəni, bədii ədəbiyyat nümunələrindən, əyani təlim vasitələrindən (portret, illüstrasiya, karikatura və digər tədris şəkilləri, xəritələr və s), yeni təlim texnologiyalarından, İKT-dan, multimediyə vasitələrindən və s düzgün və yerində istifadə etməli, dərsin mətndənkənar hissəsi və əlavə mətni barədə qısa da olsa məlumat verməli, anlayışları və mahiyyəti açma bilməlidir. Məsələn, müəllim Xürrəmilər dövrünü tədris edərkən, Babəkin portretini, Həmədan və Həşdadsər döyüşləri üzrə illüstrasiyaları, Babək və Afşini obrazlaşdıran karikaturanı, bədii ədəbiyyat nümunəsi kimi S.Nəfisinin “Babək” əsərindən əlaqələndirici nümunələri, mövzu üzrə mövcud film teaserlərini, əgər varsa audio və video effekt nümunəsini, Bəzz qalasının, Ktiç qalasının və digər əlaqəli abidələrin əyani görüntüsünü təqdim edə bilər. Təbii ki, bu vasitələrlə əhatə olunmuş dərs daha maraqlı və yaddaqalan keçəcək və şagirdlərin dünyagörüşünü, biliyini artırmış olacaq, dərsdə fəallıq müşahidə olunmuş olacaq. Tarixin

tədrisi kursu 3 vacib tapşırığın yerinə yetirilməsinə xidmət edir: – 1) bilik sisteminə bütünlük verir, dərin məzmun yaradır; 2) tarixi biliklərin elmi cəhətdən formalaşmasına, mili və dünya tarixinə hörmətlə yanaşmasına xidmət edir; 3) şagirdlərin tarixi düşüncələrini inkişaf etdirir, şagirdlərə bilikləri müəllimin köməyi olmadan da öyrənə bilməyin mahiyyətini aşılıyır. Mətnlə işin təşkili zamanı tarixi biliklərin əldə edilməsi şagirdlərə müxtəlif dəyərləri aşılıyır. Bu dəyərlər arasında *etnomədəni, ümummilli və dünyəvi* dəyərlər xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Tarixin tədrisinin müasir konsepsiyası tarixin öyrənilməsi zamanı gözlənilməli olan sistematiqliyi inkişaf etdirir. Tarixi bilik tarixin yalnız xronoloji cəhətdən öyrənilməsindən ibarət deyil, eyni zamanda, dünya sivilizasiyalarının tarixini və xəritələrdəki mövqeyini, georafik inkişafını, geosiyasi dəyişikliklərin mahiyyətini və s. aşılıyır. Tarixin tədrisinin və təşkilinin ən əsas hissəsini şifahi şərh, mətn və vizual görüntü təşkil edir. Şifahi şərhin detallı klasifikasiyasını A.A.Vaqin, vizuallığın (görüntünün) detallı təhlilini isə D.N.Nikiforov və başqaları işləyib. Öyrənilən mətnin yaddaşda möhkəmləndirilməsi və dərinləşdirilməsi müxtəlif istiqamət üzrə həyata keçirilir: - A) faktların, xronologiyanın, xəritələrin öyrənilməsi; b) öyrənilmiş tarixi faktların mənasının dərki, onların qarşılıqlı əlaqə vəhdətində öyrənilməsi və tarixi biliklərin ümumi sisteminin qəbul edilməsi; c) tarixi mənbələrlə işləmə üsulları və onları təcürbi istifadə etmək bacarığı; d) şəxsi düşüncəni aydın formalaşdırmaq, mətnin məzmununu ardıcıl izah edə bilmək; e) şəxsi münasibəti göstərmək və öyrənilmiş faktları əsaslandırmaq və qiymətləndirmək. Müəllimin şərhini heç bir dərslik əvəz edə bilməz. Azından Nikulina bu qənaətdədir. O, bildirir ki, müəllimin şərh şagirdlərin biliklərə düzgün sahib olmasına imkan verir, hadisəyə münasibəti ifadə edir, konkretliliyi artırır və s. Təbii halda qeyd etmək yerinə düşər ki, müəllim hər zaman öz üzərində çalışmalı və diqqətli olmalıdır. Mətni şərh edərkən müəllimin elmi dünyagörüşünün, nitq qabiliyyətinin nə dərəcədə yaxşı olmasını, mövzuya nə dərəcədə bələd olmasını anlamaq olar. Müəllimin şərh onun keyfiyyət göstəricisidir. Nəzərə alsaq ki, tarix boyu ən təsirli vasitə söz olmuşdur, buna əsasən də qeyd etmək olar ki, müəllimin şərh onun nəzəri dünyasının sferasını açmağa kömək edir. Bəzən mövzu üzrə nəzəri təhlilə mükəmməl bələd olan müəllim auditoriya qarşısında fikrini, şərhini aydın, səlis ifadə edə bilmir və bu da şagirdlərin dərse olan marağının azalmasına səbəb olur. Yəni, qətiyyətlə demək olar ki, şərh - nəzəriyyə, dünyagörüş və nitqin vəhdətidir. Hər üçü qarşılıqlı vəhdət halında daha təsirli ola bilər. Üçündən birinin məhdudluğu müəllimin şərhini aydın ifadə etməyə mane olur. Və təbii ki, Volterin də qeyd etdiyi kimi yaxşı danışmağı yaxşı müəllimlərin yazdığı əsərlərlə öyrənmək olar. Yəni, müəllim yalnız dərslkdəki müvafiq mövzuların mətni və ya əlavə, izahedici mətnlərlə kifayətlənməməlidir, Dayrinin də qeyd etdiyi kimi daim öz üzərində çalışmalıdır və yeni kitablar oxumaqla biliyini inkişaf etdirməlidir. Çünki dünyagörüşü, bilik bazası hərtərəfli, əhatəli, sanballı olan müəllim şagirdin diqqətini cəlb edə bilər və ona yeni nələrsə qazandıra bilər. Bəzən müəllimlər mətnin təşkili zamanı lazımi informasiyanı şərh edərkən pafoslu və söz yığını cümlələrdən və ya təkrar ifadələrdən istifadə etmiş olur. Hər şərhini, fikrini səlis, aydın ifadə edən müəllim sonda nəticəsinə baxmalıdır. Mən şagirdə nə qazandırdım, yeni nələr aşıladım, yeni nələr öyrətdim sualını özü üçün əsas tutmalıdır. Yoxsa aydın məsələdir ki, tarixi şərh edən müəllimlərin böyük əksəriyyəti danışq qabiliyyətini bacarır. Məsələ mahiyyət və nəticədədir.

Eyni zamanda, Dayriyə istinad edərək qeyd edə bilərik ki, mətnlə işin təşkili zamanı tarixi biliklərin öyrənilməsində fərqləndirilməsi vacib olan məqamlar da var:

- 1) Müstəqil düşüncə - bu vəziyyət hadisələrin, proseslərin araşdırılması zamanı ortaya çıxır.

- 2) Xarakter özəlliyi, davranışlar, şəxsi keyfiyyətlər – bu istiqamət şəxsi mülahizə və nəzəriyyələrlə çıxış etmə qabiliyyətini inkişaf etdirir.
- 3) Müstəqil fəaliyyətə təşviq, onun motivləri – yəni, marağın yaradılması, təşəbbüs və yaradıcılığın formalaşdırılması,
- 4) Təcrübi fəaliyyət azadlığı – yuxarıda qeyd olunan məsələlər bura da aid edilə bilər.

Göründüyü kimi mətnlə işin təşkili məsuliyyət, diqqət və əhatəli fəaliyyət tələb edir. Bu baxımdan mətnlə işi təşkil edərkən lazımı prinsiplər gözlənilməli və qanunauyğunluqlara əməl edilməlidir. Əks halda dərsin maraqlılığı və canlılığı itmiş olacaq.

Rəyçi: p.e.f.d Təranə İsayeva

Seymur MAMMADRZALI
European University (Kiev)

HUMAN RIGHTS PROTECTION IN AZERBAIJAN IN THE CONTEXT OF THE ACTIVITIES OF THE EUROPEAN COURT OF HUMAN RIGHTS

XÜLASƏ

Məqalədə insan hüquqlarının müdafiəsi haqqında nəzəri fikirlərin formalaşması tarixi açıqlanır, bu sahədə mövcud olan beynəlxalq-hüquqi sənədlərin məzmun və xarakteri təhlil edilir. Müəllif BMT və Avropa Şurasının insan hüquqlarının müdafiəsi sahəsində fəaliyyətinə nəzər yetirir, “Ümumdünya İnsan Hüquqları Bəyannaməsinin” və “İnsan Hüquqları üzrə Avropa Konvensiyasının” mahiyyətini vurğulayır, eyni zamanda Azərbaycanın Avropa Konvensiyası çərçivəsində insan hüquqlarının müdafiəsinin təşkili məsələlərini gündəmə gətirir. Məqalədə Azərbaycandan Avropa Məhkəməsinə daxil olan şikayətlərin xarakteri və bu şikayətlər üzrə çıxarılan qərarların təhlili verilir.

Açar sözlər: *insan hüquqları, Azərbaycan, Avropa Məhkəməsi, beynəlxalq təşkilatlar, media.*

РЕЗЮМЕ

В статье раскрывается история формирования теоретических взглядов о защите прав человека, анализируется сущность и содержание международно-правовых документов в этой области. Автор отмечает роль ООН и Совета Европы в области защиты прав человека, раскрывает сущность “Всеобщей декларации прав человека” и “Европейской Конвенции по правам человека”, в то же время анализирует вопросы защиты прав человека в Азербайджане в рамках Европейской Конвенции. В статье раскрывается характер жалоб, поступающих из Азербайджана в Европейский суд по правам человека и содержание вынесенных решений.

Ключевые слова: *права человека, Азербайджан, Европейский Суд, международные организации, медиа.*

Introduction

In modern times one of the most important problems is the protection of human rights. In the history for a long time human rights were not recognized, including the right to life, the right to physical integrity. With the development of society, these questions began to acquire great importance. Since the mid-twentieth century, observance and protection of human rights has become a major issue in the United Nations, the Council of Europe and

other international organizations. In the area of human rights protection were signed many international documents [1].

International organizations are trying to create bodies monitoring the implementation of human rights in various countries. Many states began to cooperate in the field of human rights protection. They made international legal obligations in these matters. European countries have established an international body monitoring the Council of Europe. It was the European Court of Human Rights. The European Court of Human Rights was established on the basis of the European Convention on Human Rights, which was adopted in November 1950.

Azerbaijan became the member to the Council of Europe in late 2001. When the country joined the Council of Europe, it has signed the European Convention on Human Rights and assumed the obligation to protect human rights. At the moment it is very important to analyze how international organizations, including the Council of Europe monitors the implementation of international obligations of States Parties. Such obligations have Azerbaijan too. It is needed to examine how the Court appreciates the work of the State. What mistakes make judicial authorities of Azerbaijan? Does the European Court of Human Rights assist the development of democracy in Azerbaijan?

To properly answer to these questions, we need to study the topic 'Judgement of the European Court of Human Rights in relation to Azerbaijan'. Please note that in the same course work is difficult to analyze all the judgments of the European Court of Human Rights against Azerbaijan. These judgments relate to many articles of the European Convention on Human Rights. Therefore it is best to take those human rights to which received the highest number of complaints from citizens. First of all, these are the right to a fair trial, the right to property, the right to free elections. It is in the implementation of these individual rights in Azerbaijan there are big problems. Analysis of court cases and judgments of the European Court of Human Rights on these issues will help to objectively show the real situation.

1. Character and statistics complaints arriving to the European Court of Human Rights of the citizens of Azerbaijan.

The main task of the European Court of Human Rights is to control the participating countries as they implement human rights. If the state violates human rights, any citizen may file a complaint with the European Court of Human Rights. The European Court of Human Rights makes a decision and may penalize the state. In addition, the European Court of Human Rights case law have. The decision, which was adopted in relation to one State, has the power and can be used in all countries of the Council of Europe.

Thus, the European Court of Human Rights is able to force the state that they do not violate the European Convention, respect human rights and promote democracy. This shows that the European Court of Human Rights promotes democracy. Because the protection of human rights is the foundation of democracy.

However, analysis of the European Court of Human Rights shows that some countries are still very often violate human rights. Of these countries, you must specify Russia, Turkey, Italy, Serbia and other countries. This is evident from the annual report of the European Court of Human Rights. The report for 2013 to the European Court of Human Rights received 99,900 complaints. Most complaints came from Russia (16 800), Italy (14,400), Ukraine (13,300), Serbia (11,250) and Turkey (10,950).

Citizen of a Member State of the Council of Europe before will appeal to the European Court of Human Rights, he must comply with several mandatory conditions. First citizen should use all the national legislation. The complaint must go through all stages of the proceedings of the country. Only then he can appeal to the European Court of Human

Rights. From this perspective, it should be noted that the judicial system in Azerbaijan is in three stages. The first level includes the ordinary courts, economic courts, military courts and courts dealing with the Serious Crimes Unit. All these courts are courts of first instance. Decisions of these courts can be appealed to the Court of Appeal. If a citizen does not agree with the decision of the Court of Appeal, he may appeal to the Supreme Court. The Supreme Court has the highest judicial authority.

In recent years, the legal system of Azerbaijan introduced an array of international standards and requirements. These standards and requirements are based on the international obligations of the European Convention on Human Rights and other international instruments. In recent years, changes have been made in the Civil and Criminal Codes.

After accession to the European Convention on Human Rights Azerbaijani citizens were granted the right to petition the European Court of Human Rights. Azerbaijan signed the European Convention in late 2001. Until the end of 2010 the European Court of Human Rights of Azerbaijan received 2484 complaints. Many of the complaints were deemed unacceptable. They were not taken into consideration.

The report of the European Court of Human Rights states that up to December 31, 2013 some 1293 complaints were submitted from Azerbaijan [2]. From 2001 to 31 December 2013 the European Court of Human Rights, adopted 76 decisions on Azerbaijan [3]. In the first years after the entry into force of the European Convention on the territory of Azerbaijan complaints that came to the European Court of Human Rights, were mainly related to criminal cases. In recent years, many of the complaints relate to administrative and civil cases.

In the 76 judicial decisions taken by the European Court of Human Rights cases against Azerbaijan had violated the following articles of the European Convention:

- 32 judgments have indicated a violation of the right to a fair trial;
- 26 judgments indicate a violation of the right to protection of property;
- 15 judgments have indicated the non-enforcement of court decisions;
- 10 judgments indicate a violation of the right to free elections;
- 10 judgments indicate a violation of the right to liberty and security of person.

Some judgments of the European Court of Human Rights also pointed to the violation of other provisions of the European Convention. It should be noted also that sometimes in the European Court of Human Rights pointed to the violation of several articles of the European Convention. Thus, the statistics show that the majority of complaints from citizens of Azerbaijan to the European Court of Human Rights indicate violations of such articles of the European Convention: the right to a fair trial, the right to protection of property, the right to free elections, the right to personal integrity.

Analysis of the annual reports of the European Court of Human Rights indicate a huge number of complaints that come to this court. Therefore, the European Court of Human Rights cannot be in a short time to consider all the complaints from applicants. Consideration of complaints sometimes covers several years. Furthermore, the European Court of Human Rights brings together several identical complaints in one lawsuit and then review it. Almost in every trial the European Court of Human Rights emphasizes its case law of their judgments.

2. Analysis of court cases in relation to Azerbaijan and judgments of the European Court of Human Rights on the basis of the right to a fair trial.

Among the case law of the European Court of Human Rights court cases against Azerbaijan mostly are decisions on violations of civil, social and political rights. In their applications the applicants point out violations of the right to property, the right to habeas

corpus, indicate ill-treatment during arrest. Very often, in their complaints the applicants indicate violations of several articles at the same time the European Convention. Since the applicants pass all stages of judicial proceedings in the country and cannot achieve their rights as a result of this, they point to the violation of the right to a fair trial. In addition, this article can cover the European Convention violations on many issues.

It should be noted that a violation of the right to a fair trial very often indicate in their complaints opposition figures. Many complaints to the European Court for Human Rights received from Azerbaijan in connection with violation of civil rights because of events October 16, 2003. At this time, presidential elections were held, which were accompanied by mass protests.

One of these judgments of the European Court of Human Rights, adopted in relation to Azerbaijan is about 10 citizen concerning. This decision was made in connection with the analysis of the case 'Asadbeyli and others v. Azerbaijan' [4]. Complaints about this lawsuit came to the European Court of Human Rights in 2005-2006. The European Court of Human Rights has combined these complaints in a single court case and considered it December 11, 2012. The applicants noted that were arrested during the demonstrations following the presidential elections in October 2003. European Court of Human Rights found that the applicants had violated the right to a fair trial. The applicants also complained that they had not been provided with adequate protection. According to the decision of the European Court of Human Rights, Bahruz Asadbeyli and all other 9 applicants were paid compensation totaling 100,400 euros.

On the other hand, the violation of the right to a fair trial is indicated in other court cases. July 26, 2011 the European Court of Human Rights considered the complaint 4 citizens of Azerbaijan. Applicants were well-known opposition. The court case was called 'Huseyn and others v. Azerbaijan' [5]. Their complaints (№ 35485/05, 45553/05, 35680/05 and 36085/05) came to the European Court of Human Rights in September 2005. In addition to the right to a fair trial, they also pointed to the violation of the presumption of innocence.

The applicants stated that they were charged in connection with the mass protests October 16, 2003 due to rigging the presidential elections. Mass demonstrations turned into clashes with the police. One of the applicants pointed out that at this time he was at the headquarters of his party and did not take part in these events. Three other applicants during these events were among the protesters. One of them spoke to the supporters of the opposition. The situation quickly escalated into a massive collision. The police dispersed the crowd. Was arrested several hundred people.

In connection with this criminal case, the applicants were arrested and charged with criminal offenses. The complaints stated that the three arrested initially were not allowed to hire lawyers. Two applicants indicated that they had suffered from abuse and beatings.

The applicants noted that during the trial heard testimonies of police officers and several civilians. However, their testimony was general information about the protest. Besides, the testimonies did not specify the facts about the actions of the accused persons. However, 5 participants previously convicted mass actions on the preliminary investigation confirmed that the applicants called for mass protests. In court, however 4 of them have abandoned their earlier testimony. These witnesses said that these readings were taken under pressure. Several other witnesses also indicated that they abandon their previous testimony. However, the court did not accept their claims and upheld the previous testimony.

The defendants said that they for their part invited about 20 witnesses. These witnesses said that the applicants had not called for violence, not the demonstrators handed clubs. On

the contrary, the police behaved brutally. However, the court did not take into account the testimony. During the trial were also analyzed video.

The complaints stated that the defendants' lawyers repeatedly expressed their disagreement with the course of the trial. At the final stage of the three defendants lawyers issued a joint statement. They stressed that they were not given an opportunity to review with many materials trial. Attorneys argued that during the trial on them has been strong pressure. There was repeated threat to their lives. In this regard, they filed a complaint with the police. However, these complaints were not considered. As a result, the lawyers were unable to properly organize the defense of their clients. So they refuse final word.

Thereafter, the applicants themselves wanted to make a closing statement. However, the court did not allow the accused to make a closing statement and with the last word. Then the accused refused to use the right cues. October 22, 2004 Court of Grave Crimes sentenced defendants respectively to four and a half and five years in prison.

Thereafter, the applicants appealed to the Court of Appeal about the violation of their rights to a fair trial, the lawyers were not given the opportunity to organize an effective defense was the principle of equality of the parties, violated the presumption of innocence.

November 19, 2004 Appeals Court decision upheld the decision of the Court of Grave Crimes. In response to the appeal, the Supreme Court also upheld the lower court. Thereafter, the applicants appealed to the European Court of Human Rights. The European Court of Human Rights decided to combine all four complaints in a single lawsuit. The European Court of Human Rights has analyzed the Electoral Code of Azerbaijan, as well as reports of the OSCE and other international organizations, which assessed the presidential elections in Azerbaijan.

Analyzing the arguments of the parties, the European Court of Human Rights found that the Court of Grave Crimes violated the principle of impartiality of judges. The brother of one of the judges was a member of the investigative team that investigated the events of 16 October 2003. Son of a judge working in the General Prosecutor's Office, and the direct supervision of the head of the investigative team. This group investigated the criminal case of the applicant. Based on an objective test, the Court of Human Rights found that indeed violated the principle of impartiality of judges.

The European Court of Human Rights also found that the three applicants at the initial stage of a criminal investigation was not allowed to meet with his lawyers. This is a violation of the right to an effective defense. During the trial, lawyers and applicants was not created adequate opportunity to get acquainted with the investigative materials, which also violates the right to an effective defense.

The European Court of Human Rights stressed that the principle of a fair trial involves the creation of a level playing field for the parties so that they can voice their arguments. For the announcement of the final words of the national prosecutor's trial was postponed twice. At the same time the accused party was deprived of all the final word. (Lawyers refused to speak. And the court did not create such an opportunity to the applicants. Thereafter, the court did not give the defendant the last word).

The European Court of Human Rights emphasizes that 'the last word' defendant is a separate step in the judicial process. This step must not be confused with the final word lawyer or defendant. One phase of the trial cannot replace another stage.

Thus, the defendants were at a disadvantage in providing arguments. As a result of defendants' right to protection was limited. The European Court of Human Rights noted that the trial then considered fair when the Court of Appeal and the Supreme Court correct errors

downstream judicial authority. In this case, it did not happen. Despite statements by the accused, the higher judiciary repeated trial court's decision.

As a result, the European Court of Human Rights as part of Nina Vayic and other judges unanimously decided to tackle the relevant paragraphs of Article 6 of the European Convention. The Court rejected the applicants' complaints under other articles of the Convention. The European Court of Human Rights ordered the Azerbaijani government to pay the applicants compensation totaling 50,700 euros in damages and other costs.

Conclusion

This decision of the European Court of Human Rights shows that the applicants' complaint was truly objective. However, sometimes it could be the opposite. Some complaints that come from Azerbaijan to the European Court of Human Rights are biased. The European Court of Human Rights considers such complaints and decides in favor of the government of Azerbaijan. February 8, 2007 the European Court of Human Rights considered the case number 2758/05 'Gaziyev v. Azerbaijan' and ruled in favor of the Government of Azerbaijan [6]. This complaint also concerned Article 6 of the European Convention.

List of references:

1. International Law Documents 10th Edition Malcolm D. Evans Oxford University Press 2011 Basic Documents On Human Rights Fourth Edition Ian Brownlie Oxford University Press 2002
2. European Court of Human Rights. Annual Report 2013. Strasbourg, 2014, p.192 - http://www.echr.coe.int/Documents/Annual_report_2013_ENG.pdf
3. http://www.echr.coe.int/Documents/Stats_violation_1959_2013_ENG.pdf
4. Case 'Asadbeyli v. Azerbaijan' - [http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-115208#{"itemid":\["001-115208"\]}](http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-115208#{)
5. Case 'Huseyn and others v. Azerbaijan' - [http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-105823#{"itemid":\["001-105823"\]}](http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-105823#{)
6. Case 'Gaziyev v. Azerbaijan' – [http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-79708#{"itemid":\["001-79708"\]}](http://hudoc.echr.coe.int/sites/eng/pages/search.aspx?i=001-79708#{)

Ramilə QAFARLI

TARİX DƏRSLƏRİNDƏ TARİXİ SƏNƏDLƏRLƏ İŞİN TƏŞKİLİ

Tarixi bilik mənbələri arasında tarixi sənədlər xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Tarixi sənədlər bilavasitə keçmişə aid abidələr olduğundan yüksək inandırıcılıq və sübutluluq keyfiyyətinə malikdirlər. Sənədlər ictimai inkişafı ilə bağlı zəruri faktların, anlayışların və qanunauyğunluqların mənimsənilməsinə kömək edir, şagirdlərdə siyasi əqidənin formalaşmasına zəmin yaradır. Tarixi sənədlər tarix materialının konkretləşdirilməsinə, keçmişin parlaq sürət və mənzərələrini yaratmağa, şagirdləri öyrənilən dövrün şəraiti ilə tanış etməyə, dövrün dilini, koloritini, ruhunu aydın şəkildə hiss etməyə kömək edir. Tarixi sənədlər hadisə və proseslərin mahiyyətinin, səbəb-nəticə əlaqələrinin dəlillərlə açılmasında xüsusi rol oynayır. Tarixi mənbə kimi sənədlər məktəblilərin təfəkkürünün inkişafına zəmin

yaradır.Tarixi sənədlərdən istifadə zamanı şagirdlərin təfəkkürü fəallaşır və nəticədə onlar hadisələri keçmiş və müasirlik baxımından analiz və sintez etməyi öyrənirlər.Tarixi sənədlərin müstəqil şəkildə şagirdlər tərəfindən analiz edilməsi onlarda tarixi mənbələrə tənqidi yanaşmaq,tədqiqatçılıq bacarıqları formalaşdırır.Tarixi sənəd əsas bilik mənbəyi olan dərsləyə köməkçi tədris vasitəsidir.Dərslərdə sənədli materialdan istifadə problemi ilə bağlı xüsusi tədqiqatlar aparılmışdır.Tədqiqatlar nəticəsində tarixə dair sənədlər və metodik tövsiyələr hazırlanmış,nəticə etibarilə bu sənəd və tövsiyələr mənbələrlə çoxsaylı iş üsulları açıqlanmış,təhlil üçün suallar verilmişdir.Sənədlərə dair sualların xarakteri şagirdlər tərəfindən yalnız faktorların deyil,həm də öyrənilən hadisələrin mahiyyətinin mənimsənilməsinə yönəlmişdir.Şagirdlərin idrak müstəqilliyinin artırılmasında sənədin roluna dair problemlər metodik ədəbiyyatda geniş işıqlandırılmışdır.Bu problemlər İ.Y.Lernerin və N.Q.Dayrinin tədqiqatlarında nəzərdən keçirilmişdir.Burada şagirdləri müasir tarix elminin əsasları ilə,ictimai hadisələrin və proseslərin müstəqil şəkildə dərk edilməsi üsulları ilə tanışlıq zərurəti barədə fikir ön plana çəkilmişdir.İ.Y.Lerner tədrisdə tədqiqat prinsipi anlayışını irəli sürərək yazırdı:”Bu prinsip ondan ibarətdir ki,şagird müəllimin rəhbərliyi altında tarix elminin öyrənilməsi üsullarından istifadə etməklə maddi və mədəni mədəniyyətlərdə,eləcə də real həyatdan götürülmüş tarixi faktları və hadisələri müstəqil şəkildə təhlil və izah etmək bacarıq və vərdişlərini əldə edir”.Müəllif təfəkkürün,irdak marağının,yaradıcılığın vasitəsi olan sənədin əhəmiyyətini ön plana çəkir ,sənədlərlə iş formalarını nəzərdən keçirir, şagirdləri mətnin diqqətlə oxunulmasını öyrətmək və onu dəqiq təhlil etmək vəzifəsini qarşıya qoyur.Tarixin məktəb təlimində tarix sənədlərindən istifadə etməyin iki üsulu mümkündür.Birincisi sənəd materialının dərslə müəllimin şərhinə daxil edilməsi,ikincisi sənədin mətni üzərində şagirdlərin müstəqil işinin təşkili,onun təhlil edilməsidir.Tarix sənədini müəllim öz şərhinə her şeydən əvvəl nağıl və ya təsviri konkretləşdirmək,ona daha çox emosianallıq vermək məqsədilə daxil edir.Sənədin cəlb edilməsi ilə ələ edilən izahın əyaniliyi və mənalılığı əyani təsvirlərlə dərsləkdəki şəkil və ya illüstrasiya ilə sənədin əlaqələndirilməsi sayəsində güclənir. Tarixi sənəd müəllimin izahının sübutluluğunu,inandırıcılığını gücləndirmək,onun verdiyi xarakteristikaları nəticələri təsdiq etmək məqsədi ilə də cəlb edilir.Bu halda sitat gətirilən sənədə istinad etmək və onun qısa xarakteristikasını vermək lazımdır.İstifadə olunan sənədin qısa təhlili müəllimin izahına əsaslandırılmış xarakter verir.Təcrübə göstərir ki,Azərbaycan tarixinin öyrənilməsində tarixi sənədlərin böyük əhəmiyyəti vardır.Məhz tarixi sənədlər özünün aid olduğu dövr haqqında bizə konkret məlumatlar verir,dövrün özünəməxsus səciyyəvi xüsusiyyətlərini başa düşməyə kömək edir.

Tarixi sənədlər dərsləklərin daha keyfiyyətli olmasında böyük rol oynayır.Dərslə tarixi sənədlərlə işin nəticəsi dərslə düzgün təşkilindən asılıdır.Dərslə məqsədi,tədris materialının məzmunu,sinfin hazırlıq səviyyəsi nəzərə alınaraq tarixi sənədlərdən istifadə edilməlidir.Bunu nəzərə alaraq müəllim hadisənin mahiyyətini izah edərkən tarixi sənədi öz şərhinə daxil edir.Bu,materialın şərhinin emosianallığını gücləndirir,şagirdlərin tarix materialına marağını artırır

.Məsələn,müəllim Azərbaycanda bolşevik hakimiyyətinin yaranması,onun mahiyyəti,sovet hakimiyyətinə qarşı yönəlmiş müqavimət hərəkətindən –Gəncə üsyanından danışarkən Cahangir bəy Kazimbəyovun “Gəncə üsyanı haqqında” xatirələrinə müraciət edir və onun fikirlərini şagirdlərin nəzərinə çatdırır.Tarixi sənədlər şagirdlərin yaş xüsusiyyətləri,qavrama səviyyəsi nəzərə alınaraq dərsləyə daxil edilir.Buna görə də aşağı sinif dərsləklərində adətən 90 faiz nağıl xarakterli,10 faiz isə təsərrüfat və hüquq xarakterli sənədlərdən istifadə edilir.Lakin hər bir yeni mərhələsi ilə sənəd materialı da dəyişir.Yuxarı siniflər üçün dərsləklərdə bu materialın həcmi çoxalır,təsərrüfat,hüquq sənədlərinin xüsusi

çəkisi artır.VIII-XI sinfin dərslərlərinə proqram-siyasi,publisitik xarakterli sənədlər və s. daxil edilir.Tarixin tədrisində sənədli yazılı və maddi mənbələrdən istifadə edilməsinin çox böyük təhsil-tərbiyəvi əhəmiyyəti vardır.Tarixin tədrisində sənədli mənbələrin rolu bir çox metodiki işlərdə xarakterizə olunmuşdur.Yazılı sənədlərin mühüm bir qismini təşkil edən fərmanlar,aid olduğu dövrdə mövcud ictimai-siyasi,iqtisadi və s.məsələlər haqqında bizə geniş məlumatlar verir.Qərb tarixçilərinin nöqteyi-nəzərinə görə tarixi tədqiqatların aparılmasında əsas məxəz sənədlərdə göstərilən faktların həqiqətən tarixi keçmişdə baş verməsini sübut etməkdən ibarətdir.Heldşer qeyd edirdi ki,hər bir tarixçi həqiqətin vurğunu olmalıdır.Bu konsepsiyadan çıxış etsək,hər bir tarixi fakt həqiqət və həqiqətin elmiliyi problemini aktuallaşdırır.Hər bir tarixi sənəd tarixin özü deyil,interpretasiyasıdır.Yalnız dəqiqləşdirilmiş faktlar bütün ümumiləşdirmə və nəticələrin əsasında dura bilər.Hər bir tarixi sənəd informasiya daşıyıcısıdır.Bu informasiya tarixçi tərəfindən bilərək ya bilməyərək təhrif oluna bilər.Ona görə də tarixi sənədlərin təhlilinə iki əsas yanaşma var:daxili tənqidi və xarici tənqidi yanaşma.Daxili tənqid-mənbənin,tarixi əsərin tədqiqinin ən məsuliyyətli hissəsidir.Hər bir tədqiqat işinin obyektivliyi və effektivliyi onun daxili tənqidinin nə dərəcədə düzgün aparılmasından asılıdır.Xarici tənqid zamanı tarixçinin,bu sənədi yaradanın və yazanın mövqeyi ,onun kimliyi,şəxsi oriyentasiyası,nə səviyyədə tarixi bilgiyə malik olması,milli mənsubiyyət,dili,dini,siyasi mövqeyi,həmçinin sosial vəziyyəti bu sənədin tarixi həqiqiliyinin nə dərəcədə olmasına təsir göstərir.Xarici tənqiddə daxili şahidlik adlanan məlumatlardan ,mənbələrdə əks olunan tarixi dövrün təhlilindən,mənbənin yazılma stili və digər sinxron anonim və anonim olmayan mənbələrin tənqidi təhlilindən istifadə edilməlidir.Bu araşdırma tarixi mənbənin əslə və ya surəti olması məsələsini irəli sürür.Hər bir tarixi dövrdə yazılmış tarixi əsərlərə tarixçilərin müxtəlif mövqedən yanaşmasını nəzərə alaraq sənədləri təhlil edərkən eyni zamanda verilən məlumatlara tənqidi cəhətdən yanaşmaq vacibdir.

Rəyçi: p.e.f.d Təranə İsayeva

Aytən ƏHMƏDOVA

ƏZİZ ƏFƏNDİZADƏNİN AZƏRBAYCAN DİLİ TƏLİMİNİN METODİK PRINSİPLƏRİ HAQQINDA MÜLAHİZƏLƏRİ

РЕЗЮМЕ

В этой статье рассматриваются принципы методики обучения Азербайджанского языка выдающегося Азербайджанского профессора методиста Азиза Эфендизаде. Во время исследований кроме статей ученого которые были напечатаны в журнале "Обучение Азербайджанского языка и Литературы"(1986),также были анализированы другие исследования ученого на эту тему.

Ключевые слова: Азиз Афандизаде, обучения Азербайджанского языка, Методологические принципы

SAMMARY

Prominent methodist prof. Aziz Afandizade's assessment of the methodical principles of Azerbaijani teaching is being investigated in this study. During the research, the articles published in the journal "Teaching Azerbaijani Language and Literature" (1986) as well as other works on this subject have been analyzed.

Keywords: Aziz Afandizade, Azerbaijani, methodological principles.

Təlim metodları şagirdləri müəyən bilik, bacarıq və vərdişlərə yiyələndirmək, bu prosesdə onları düzgün istiqamətləndirmək, dünyagörüşünü formalaşdırmaq üçün müəllimin istifadə etdiyi yollar, priyomlar və vasitələr sistemidir. Pedaqoji ədəbiyyatda təlim metodları və onların prinsipləri haqqında bir çox tədqiqatçı-müxtəlif fikir və mülahizə irəli sürmüşdür. Didaktika sahəsinə böyük töhvlər vermiş alimlərimizdən biri də Əziz Əfəndizadədir.

Görkəmli alim Rəcəb Əfəndi Əfəndizadənin ikinci oğlu olan Əziz Əfəndizadə Azərbaycan dilinin tədrisi metodikası, Azərbaycan dilçiliyi və didaktika sahəsində ardıcıl olaraq araşdırmalar apararaq 500-ə yaxın əsər, o cümlədən Azərbaycan dilinə aid 9 dərslik, 50-dən çox monoqrafiya, metodik vəsait yazmış və çap etdirmişdir. Prof. Əziz Əfəndizadənin zəngin elmi yaradıcılığı daha çox Azərbaycan dili təlimi sahəsində apardığı tədqiqatları ilə diqqəti cəlb edir.

“Prof. Əziz Əfəndizadənin dilçiliyə dair tədqiqatlarında xarakterik cəhət bunda özünü göstərir ki, o, dilçiliyin, əsasən, mübahisəli və əhəmiyyətli olan məsələləri üzrə axtarışlar aparmağa meyl göstərir: kütləvi xarakterli məqalələrində də bu özünü aydın hiss etdirir. Onun müxtəlif illərdə mətbuatda, o, cümlədən də Azərbaycan Elmlər Akademiyasının xüsusi nəşrlərində də çap olunmuş – “ Nitq Mədəniyyəti “ (1954) , “ Azərbaycan dilinin orfoqrafiyasının layihəsi haqqında “ (1957), “ İki termin haqqında ” (1960), “Azərbaycan dilinin ədəbi tələffüz qaydaları haqqında “ (1969), “ İntonasiya nədir? “ (1976), “ Dilçilik terminlərindən istifadə məsələsi ” (1987), “ Əlifbadan əlifbaya və vəzifələrimiz ” (1992) və başqa məqalələr buna misal ola bilər”. (5.163)

Yaradıcılığı boyu Azərbaycan dili təliminin metodikası, bu sahədə olan problemlər və onların həlli yolları Əziz Əfəndizadənin maraq dairəsində olmuşdur. Ona görə də görkəmli alimin zəngin elmi yaradıcılığında daha çox Azərbaycan dilinin təlimi sahəsində apardığı tədqiqatlar diqqətə layiqdir.

Əziz Əfəndizadə Azərbaycan dilinin tədrisi metodikası sahəsində ardıcıl və sistemli araşdırmalar aparmışdır. İlk dəfə olaraq Azərbaycan dili fənninin praktiki və aktual məsələlərinin həllinə nail olmuşdur. Əziz Əfəndizadəyə görə bu məsələləri pedaqoji və eksperimental yolla həll etmək olar.

Azərbaycan dilinin tədrisi metodikası sahəsində ardıcıl və sistemli araşdırmalar aparan alim onun problemlərinin həllini təlimin praktik istiqamətini gücləndirməkdə görür, şagirdlərə əldə etdikləri nəzəri bilikləri təcrübədə tətbiq etmək bacarığı aşılamağa daha artıq diqqət yetirməkdən ibarət olduğunu qeyd edirdi. Bu göstərişdən maksimum bəhrələnmək Azərbaycan dili təliminin səmərəliliyini yüksəltməkdə başlıca şərtlərdən biridir. Hər şeydən əvvəl ona görə ki, bu fənnin təlimi nəticə etibarı ilə praktik əhəmiyyət daşıyır; şagirdləri mükəmməl savada və yüksək nitq mədəniyyətinə yiyələndirmək məqsədini qarşıya qoymuşdur.

Buna nail olmaq üçün dərs prosesində aparılan praktik işlərin həm kəmiyyətini artırmağa, həm də keyfiyyətini yüksəltməyə xüsusi diqqət yetirilməsi tələb olunur. Bu sahədə müəllimin müvəffəqiyyəti təlim işini onun elmi əsaslar üzərində təşkil edə bilməsindən çox asılıdır. Bunun üçün o, ilk növbədə didaktikanın və Azərbaycan dili təliminin metodikasının müəyyənləşdirdiyi təlim prinsiplərini rəhbər tutmağı, bu fənn üzrə hər bölmənin, hər mövzunun xarakterinə uyğun daha optimal metod və priyomlar seçməyi bacarmalıdır

Əziz Əfəndizadənin Azərbaycan dilinin təliminin metodik prinsipləri haqqında olan mülahizələri bu gün də öz əhəmiyyətini qoruyub saxlamaqdadır. Görkəmli alimin 1986-ci ildə dərc edilən, redaktor olduğu “ Azərbaycan dili və ədəbiyyatı tədrisi ” jurnalının birinci

nömrəsində bu haqda olduqca dəyərli metodik mülahizələrin irəli sürüldüyü məqaləsi yer almışdır.

Görkəmli alim qeyd edir ki, müəllim unutmamalıdır ki, prinsiplər seçilmir, onlara istinaq edilir. Ancaq metod və priyomlar seçilir. Pedaqogika elminin müəyyənləşdirdiyi ümumdidaktik prinsiplər bütün təlim fənnlərinə aiddir. Lakin bunlara universal prinsiplər kimi yanaşılır. Ona görə ki həmin prinsiplər ayrı-ayrı təlim fənlərinə, onların xarakterindən asılı olaraq, müxtəlif səviyyələrdə, müxtəlif şəkillərdə təsvir olunur.

Pedaqogika elminin müəyyənləşdirdiyi ümumdidaktik prinsiplər bütün təlim fənlərinə aiddir. Lakin Əziz Əfəndizadə bunlara universal prinsiplər kimi yanaşmağın doğru olmadığını, həmin prinsiplərin ayrı-ayrı təlim fənlərinə, onların xarakterindən asılı olaraq, müxtəlif səviyyələrdə, müxtəlif şəkillərdə tətbiq olunur.

Azərbaycan dili təliminin metodik prinsiplərinin müəyyənləşdirilməsi işinin əhəmiyyətindən ilk dəfə olaraq prof. Bəşir Əhmədov söz açmış və bu sahədə müəyyən işlər görmüşdür. Əziz Əfəndizadə də Bəşir Əhmədovun bu təşəbbüsü haqqında yazır : “Azərbaycan dili təliminin metodik (xüsusi) prinsiplərini müəyyənləşdirməyə ilk dəfə olaraq prof. Bəşir Əhmədov təşəbbüs göstərmişdir. O, “Azərbaycan dili təliminin qanunları, prinsipləri və metodları” adlı əsərində bu dilin spesifik prinsipi olduğunu göstərir; dilin nəzəri məsələlərini şagirdin nitq praktikasız zəminində şərh etmək prinsipi; təlimdə dilin vahid strukturuna əsaslanmaq prinsipi (bu prinsipə görə “dil bütöün komponentlərini, nitqin növ və formalarını qarşılıqlı əlaqədə götürməli, fənlərarası əlaqəyə xüsusi diqqət yetirməli”). Müəllif belə hesab edir ki, öz əsərində geniş şəkildə əks etdirdiyi bu prinsiplərin əsasında Azərbaycan dili təliminin qanunları durur. Bəs həmin qanunlar hansılardır? Prof. Bəşir Əhmədov bu suala da cavab verməyə çalışmışdır. Lakin müəllifin istər “qanunlar”, istərsə də “prinsiplər” haqqındakı fikirləri nəzəri cəhətdən maraqlı və qiymətli olsa da hələlik bunların mübahisəsiz olaraq qəbul etmək çətinidir.” (1.4)

Əziz Əfəndizadəyə görə Azərbaycan dili təliminin metodik prinsiplərini müəyyənləşdirməkdə başlıca iki parametr 1) bu dilin təlimi qarşısında qoyulmuş məqsəd və vəzifələr; 2) Azərbaycan dilinin linqvistik baxımdan spesifikasiyası əsas tutulmalıdır.

Orta məktəbdə Azərbaycan dilinin sistematik kursun bölmələri bir-birindən təcrid edilmiş şəkildə tədris olunmur, təlim prosesində onlardan bu və ya digərinin başqaları ilə əlaqələndirilməsinə mühüm bir tələb, yəni metodik prinsip kimi yanaşılır. Elə buna görədir ki, Azərbaycan dilindən hər bir dərş bu fənnin müxtəlif bölmələrinin məcmusunu əhatə edən təlim prosesi kimi təzahür edir. Məsələn, dərş əsas mövzusu fonetika aiddirsə, bu zaman mütləq orfoqrafiya, orfoepiya, leksika, hətta bəzi hallarda qrammatika, üslubiyyat, durğu işarələri üzrə də müəyyən iş aparılması bir ehtiyac kimi qarşıya çıxır.

Əziz Əfəndizadə həmçinin qeyd edir ki, nəzəri biliklər əsasında bacarıq və vərdişləri formalaşdırmaq üçün çox geniş imkanlar vardır. Bu imkanları aşağıdakı kimi izah edir:

1. Nəzəri materialların kombinə edilmiş dərşlərdə tədrisi zamanı dərş saatına qənaət edilərək, praktik işlərin görülməsinə daha çox vaxt ayırmaq mümkündür. Bununla da şagirdlərdə yeni biliklərin nitq praktikasında tətbiqinə aid olan bacarıqlara yiyələnməsinə səbəb olur.
2. Bilik, bacarıq və vərdişlərin möhkəmləndirilməsi üçün hər sinif üzrə proqram materialları formalaşdırılaraq müvafiq dərş saatları ayrılır. Bu cür dərş saatlarının ayrılması yeni biliklərin qazanılması ilə yanaşı, həm də keçilən dərşlərin yenidən təkrarına səbəb olur. “ Çalışma dərşləri” adlandırılan bu dərşlərin məzmunu başqa-başqa çüxtəlif növlü çalışmalardan təşkil olunur.

3. Müəllim şagirdlərin istər yazılı, istərsə də şifahi nitqinə nəzarət edərək yol verilən nitq qüsurlarının aradan qaldırılmasına ciddi şəkildə diqqət yetirməklə, şagirdlərdə müvafiq bilik və bacarıqların formalaşdırılmasında olduqca əhəmiyyətli rol oynayır.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan dili və ədəbiyyatının tədrisi jurnalı. № 1 1986
2. Əfəndizadə Ə. Düzgün yazı təliminin elmi əsasları. 1975
3. Əfəndizadə Ə. Orta məktəblərdə Azərbaycan dilinin tədrisi. 1976
4. Əfəndizadə Ə. V-VII siniflərdə orfoqrafik səhvlər və onlara qarşı mübarizə yolları. 1984
5. Məmmədova A. Azərbaycan dilinin tədrisi tarixi. 2015

Fərəh ASLANOVA

"KOROĞLU" DASTANI VƏ CƏLALİLƏR ÜSYANI РЕЗИОМЕ

Тюркский народ создал сотни героических дастан. Первые исследования показали что дастан "Короглу" является очень важным средством для воспитания молодого поколения в духе патриотизма. Так как "Короглу" не являлся лидером востания Джалали обучение в этом направлении ошибочны. Целью статьи является показать кем был Короглу на самом деле и доказать что, Короглу не был лидером востания Джалали.

Ключевые слова: "Короглу", средняя школа, востания Джалали, учебник
SUMMARY

The people of Turk was created hundreds of heroic epics. The initial investigations has shown that, the Koroghlu epos was important for education of patriotic spirit in youth. But Koroghlu was not the head of Jalali uprising, that's why its teaching is wrong. The purpose of writing of this article is shown the identity of Koroghlu and to prove that he was not the head of Jalali uprising.

Keywords: "Koroghlu", school, Jalali uprising, education, text book.

Koroğlu dastanının tədrisi ilə bağlı orta məktəb dərsliklərinə nəzər salsaq görürük ki, əksər hallarda dastanın məzmununda özünü göstərən ideya ilə orta məktəblərdə şagirdlərə tədris olunan dastan arasında gözcərpacaq dərəcədə fərqlərə rast gəlinir. Belə ki, Sovet ideologiyasının təsiri bu dastanın tədrisindən də yan keçməmişdir.

Bu fərqlərdən birinci və ən əsas cəhət Koroğlunun Cəlalilər üsyanı ilə əlaqələndirilməsi ilə bağlıdır. Dastanın əsas mətnində və məzmununda heç bir üsyan motivləri və yaxud da ideyası olmadığı halda orta məktəblərdə bu dastan tədris olunarkən "Koroğlu" dastanı bilərəkdən XVI-XVII əsrlərə aid edilir və Koroğlu Cəlalilər üsyanının başçısı yaxud da üsyanın iştirakçılarından biri kimi qələmə verilir. Dastanın orijinal variantında isə heç bir üsyan motivi yoxdur. Dastanda sadəcə olaraq ideal cəmiyyət obrazı vardır. Bu cəmiyyətin də adı Çənlibeldir. Çənlibel bir növ bütün pisliklərdən uzaq bir xoşbəxtlik məkanıdır.

Təəssüf verici haldır ki, bir sıra dərslik müəllifləri Koroğlunun real qəhrəman olması fikrini tamamilə başqa tərəfə yozur, Koroğlunu Cəlali üsyanının başçısı kimi qələmə verirlər.

Məsələn, belə bir fakta N.Axundovun müəllifliyi ilə 1962-ci ildə nəşr olunmuş VIII sinif üçün "Ədəbiyyat" müntəxəbatında rast gəlirik. Dərslikdə göstərilir:

" Qəhrəmanlıq dastanı olan " Koroğlu"da XVI əsrin sonu, XVII əsrin əvvəllərində Azərbaycan xalqının xarici işğalçılara və yerli feodallara qarşı mübarizəsi əks etdirilmişdir. O zaman Azərbaycan torpaqları İran və Türkiyə qoşunları tərəfindən tez-tez işğal olunurdu. Xalqımız xarici işğalçıların zülmünə qarşı dəfələrlə güclü üsyan qaldırmış, onları torpağımızdan qovub çıxartmaqda böyük qəhrəmanlıqlar göstərmişdir. Bu illərdə xalq üsyanlarına başçılıq edən qəhrəmanlardan biri də Koroğludur." [1, 6]

Burada ən böyük yanlışlıq ondadır ki, XVI-XVII əsrlərdə İran adlı dövlət olmayıb. Həmin dövrdə Səfəvilər dövləti mövcud idi və onu da Azərbaycan Səfəviləri idarə edirdilər.

Daha sonra yenə həmin dərslikdə bir növ müəllif yuxarıda dediyi fikirləri təkzib edərək yazır:

"Dastanın giriş hissəsində Alı kişinin başına gələn faciədən danışılır. Həsən xan öz ilxıçısı Alı kişinin gözünü çıxartdırır. Bu hadisədən sonra Alı kişinin oğlu Rövşən Koroğlu adı ilə tanınır. O, atasına, eləcə də doğma xalqına tutulan haqsız divanın intiqamını almaq üçün mübarizəyə başlayır." [1, 7]

Müəllifin birinci sitatdakı fikirləri tamamilə yanlış olsa da, ikinci fikirdə müəyyən həqiqətlər vardır. Yəni müəllif özü də dolayısı ilə etiraf edir ki, burada heç bir üsyan motivi yoxdur. Rövşən, yəni Koroğlu həm atasının, həm də xalqa zülm edən, onları incidən xanlara, bəylərə, paşalara qarşı mübarizə bayrağı qaldırır, intiqam alır.

Milli folklor yaradıcılığımızın zəngin xəzinəsi olan xalq dastanlarımıza belə yanaşma düzgün deyildir. Dastanın şagirdlərə olduğu kimi tədrisi və təbliği mühüm şərtdir.

Ə.Qarabağlı və M.Aslanovun 1967-ci ildə nəşr olunmuş VIII sinif "Ədəbiyyat" dərsliyində də həmin vəziyyət eynilə təkrarlanmışdır. Burada da Koroğlu və onun "dəli"ləri Cəlalü üsyanının iştirakçıları kimi qələmə verilmişdir. Və hətta onların adlarının da XVII əsr tarixi kitablarında çəkildiyi əminliklə qeyd olunur:

""Koroğlu" dastanı XVII əsrin əvvəllərində Azərbaycan xalqının yerli feodallara və Türkiyə soltanlarına, İran xanlarına qarşı apardığı mübarizənin bədi təsvirini verir.

XVII əsr tarixi kitablarında xalq içərisindən çıxan və xüsusən yadelli düşmənlərə qarşı mübarizə aparan adamların arasında bu dastanda olan qəhrəmanların çoxunun adı çəkilir: Koroğlu, Giziroğlu Mustafa bəy, Kosa Səfər, Dəmirçioğlu, Bəlli Əhməd və b." [4, 7]

Təəssüflə demək lazımdır ki, burada da dərsliyin müəllifi İran xanlarından danışır ki, bu fikir kökündən yanlıştır. Yuxarıda deyildiyi kimi XVI-XVII əsrlərdə İran adlı dövlət olmayıb. O dövlət Azərbaycan Səfəvilər dövləti adlanırdı. Oqtay Əfəndiyevin həmin dövrün tarixindən bəhs edən sanballı əsəri də "Azərbaycan Səfəvilər Dövləti"dir. Təkcə bu cümlələri oxuyan şagirdlərə elə gəlir ki, XVI-XVII əsrlərdə İran dövləti mövcud olmuşdur və bu fikir onların beyinlərinə birdəfəlik bu şəkildə yazılır.

İkinci yanlışlıq tarixi qaynaqlarla bağlıdır. Müəlliflər adını çəkməsələr də "tarixi qaynaq" deyəndə Arakel Təbrizlinin "Tarix" kitabını nəzərdə tuturlar. Təəssüf doğuran odur ki, onlar Arakel Təbrizlinin "Tarix" kitabı ilə tanış olmadıqlarına görə, ondakı saxtalaşdırılmış və təhrif edilmiş faktlardan da xəbərsizdirlər. Fil.e.d.,dos. İslam Sadıq Arakel Təbrizlinin "Tarix" kitabındakı saxtakarlıqlara və təhriflərə, həmçinin öz araşdırmalarına söykənərək yazır ki, Arakel Təbrizlinin kitabında adı çəkilən Koroğlu xalq qəhrəmanı Koroğlu deyil:

"Məncə, Koroğlunun bir üsyançı kimi kitabdan-kitaba düşməsi ilkin mənbələrə kor-koranə əsaslanmağın, onları saf-çürük eləməməyin, əldə olan qaynaqlara, bu qaynaqlardakı fikirlərə tənqidi yanaşmamağın nəticəsidir. Koroğlu haqqında ilkin məlumat verənlər Arakel Təbrizli və İlyas Muşeqdir. Arakel "Tarix" kitabında Koroğlunu yalnız üsyançı kimi qələmə vermiş və onun Cəlalilər üsyanının başçılarından biri olduğunu yazmışdır. Arakel Təbrizli Koroğlunun aşığı və şairliyi barədə bir kəlmə də söyləməmişdir. Məhz onun məlumatının bu cəhətini nəzərə alaraq düşünmək olar ki, Arakel Təbrizlinin kitabında adı çəkilən Koroğlu xalq qəhrəmanı Koroğlu deyil." [5, 21]

Müəllif Arakel Təbrizlinin "Tarix" kitabını nəzərdə tutaraq göstərdiyi "qaynaqlarda" Koroğlunun dəlilərindən Giziroğlu Mustafa bəy, Kosa Səfər, Dəmirçioğlu, Bəlli Əhməd və başqalarının adlarının çəkildiyini də fakt kimi gətirərək "Koroğlu" dastanını Cəlalilər üsyanına bağlamağa çalışmışdır. F.İ.Ə., dos. İslam Sadiq bu fikrə də özünün müəllifi olduğu "Koroğlu kim olub" kitabında geniş aydınlıq gətirmişdir:

"... Cəlalilər üsyanı başçılarından kimsə ya üsyandan əvvəl, ya üsyan zamanı göstərdiyi qəhrəmanlıqlara, mərdliyinə, şücaətinə görə xalq arasında Koroğlu adı ilə tanınmış və bu adla da salnamələrə düşmüşdür. Əslində Koroğlu onun öz adı olmamışdır. Həmin dövrün salnamələrində rast gəlinən Kosa Səfər, Bəlli Əhməd, Tanrıtanımaz, Dəli Həsən adları haqqında da eyni sözləri söyləyə bilərik. Görünür Səfər, Əhməd, Həsən adlı cəlaliləri xalq Kosa Səfər, Bəlli Əhməd, Dəli Həsən və s. adları ilə çağırır və salnaməçilər də eşitdiklərini qələmə alırlar." [5, 22]

1970-ci ilin nəşri olan, Qılman Musayevin müəllifliyi ilə yazılmış V sinif "Ədəbiyyat" dərslərində də dastanın Cəlalilər üsyanı ilə əlaqələndirilməsi öz əksini tapmışdır. Dərslərdə dastanın XVI əsrin axırları, XVII əsrin əvvəllərində yarandığı, və həmin dövrün tarixi hadisələrindən bəhs etdiyi göstərilir:

"Koroğlu", "Qaçaq Nəbi" kimi qəhrəmanlıq dastanlarında Azərbaycan xalqının yadelli işğalçılara, yerli feodal və xanlara qarşı apardığı mübarizə təsvir olunur.

"Koroğlu" dastanında XVI əsrin axırı, XVII əsrin əvvəllərində Türkiyə, İran işğalçılara və yerli feodallara qarşı xalqımızın apardığı mübarizədən danışılır." [3, 17]

Yuxarıda göstərdiyim sitatda açıq-aşkar Cəlalilər hərəkatının adı çəkilməsə də, məlum məsələdir ki XVI-XVII əsrlərdə Azərbaycan və Türkiyə ərazisində belə bir üsyan baş qaldırmışdır. Burada da dastanın məhz XVI-XVII əsrlərə aid edilməsi bu faktla bağlıdır və bilavasitə dastanın qəhrəmanı olan Koroğlunu Cəlalilər hərəkatının iştirakçısı kimi qələmə vermək məqsədi daşıyır.

Belə fikirlərə Azərbaycan müəllimi qəzetinin 1976-cı il 25 avqust nömrəsində "'Koroğlu" dastanını tədris edərkən" başlıqlı məqalədə də rast gəlinir. Belə ki, Sumqayıt şəhər 23 nömrəli məktəbin müəllimi Rafiq Yusifoğlu VI sinifdə "Koroğlu" dastanını tədris edərkən Koroğlunu Cəlalilər üsyanının başçısı kimi təqdim edir. Bu məqsədlə müəllim dərsi şagirdlərə aşağıdakı kimi izah edir:

"Mən proqramın tələbi üzrə dastanın birinci və dördüncü qollarının məzmununu mənimsətmək, Koroğlu və onun dəlilərinin səciyyəvi xüsusiyyətlərini şagirdlərə çatdırmaq üçün dastan haqqında qısa məlumat verirəm (1976-cı ilin nəşri olan VI sinif ədəbiyyat dərslərində dastanın "Alı kişi" və "Dəmirçioğlunun Çənlibelə gəlməsi qolları yer almışdır-F.A). Bu baxımdan "Koroğlu" eposunda təsvir olunan epizodların tarixi hadisələrlə əlaqəsi və qəhrəmanlarının tarixi şəxsiyyət olmaları haqqında qısa məlumat vermək dastanın ədəbi-bədii və ictimai əhəmiyyəti barədə

şagirdlərdə müəyyən təsəvvür yaradır. Giriş söhbətində şagirdlərə aşağıdakı məlumatı verirəm:

-Xalqımızın tarixi yadelli işğalçılara və yerli zülmkarlara qarşı mübarizələr tarixidir. XVI əsrdə də Azərbaycanda güclü kəndli üsyanları baş vermişdir. Həmin dövrdə türk sultanlığının əlinə keçmiş Odlar yurdu türk paşalarının zülmünə qarşı mübarizə məşəlinə çevrilmişdir. Şah Abbasın türk paşaları ilə apardığı qanlı döyüşlərin nəticəsi olaraq Azərbaycan həmin əsrdə yenidən İranın tabeliyinə keçmişdir. XVI əsrdə Toqatda Şeyx Cəlalın rəhbərliyi altında başlayan üsyan daha geniş vüsət almış və tarixə Cəlalilər hərəkatı adı ilə daxil olmuşdur. Cəlalilər hərəkatının görkəmli nümayəndələri sırasında Giziroğlu Mustafa bəy, Dəli Həsən və başqalarının adı ilə yanaşı qoç Koroğlunun da adı çəkilmişdir.

İstər Cəlalilər hərəkatı haqqında tədqiqat aparmış tarixçi alimlərin, istərsə də "Koroğlu" dastanının tədqiqatçılarının mülahizə və ehtimallarına əsasən şagirdlərə deyirəm ki, (tarixə mülahizələrlə deyil, konkret mənbələrlə yanaşmaq lazımdır- F.A) Koroğlu adlı tarixi şəxsiyyət olmuşdur. O, vaxtı ilə Təbriz yaxınlığında yerləşmiş, Cəlalilər hərəkatı yatırılarkən yerlə-yeksan olmuş Muradbəyli kəndində doğulmuş, şair-qəhrəman kimi tanınmışdır" [2]

Koroğlunun şair və real qəhrəman olması heç şübhəsiz ki doğrudur. Bu barədə fil.e.d.,dos. İslam Sadıq yazır: "Koroğlu həqiqətən tarixi şəxsiyyət olmuş, həm saz çalmış, həm də şeir qoşmuşdur. Deməli, "Koroğlu" dastanı Koroğlunun ayrı-ayrı səfərləri və bu səfərlər zamanı söylədiyi şeirləri əsasında yaranmışdır. Əvvəla dastandan bilirik ki, Koroğlu hər dəfə səfərdən qayıdandan sonra o səfəri bütün təfəsilatı ilə Çənlibəldə qalmış dəlillərə və xanımlara danışarmış. Elə təkcə buna əsaslanıb dastanın Koroğlunun özü tərəfindən yaradıldığını da söyləmək olar." [5, 7]

İndi isə gələk Koroğlunun Cəlalilər hərəkatının başçısı və yaxud üzvlərindən biri olub-olmaması məsələsinə. Yenə də həmin kitabında fil.e.d.,dos. İslam Sadıq bu fikrə də çox gözəl aydınlıq gətirir:

"Üsyan köhnə ictimai quruluşu yıxıb yenisini qurmaq məqsədilə hakim siniflərə qarşı kütləvi silahlı çıxışlara deyilir. "Koroğlu" dastanında isə heç bir ictimai quruluşu yıxıb, yenisini qurmaq barədə söhbət getmir. Nə Koroğlunun, nə də dəlilərinin, ümumiyyətlə yeni quruluş yaratmaq məqsədləri olmadığı dastandan aydın görünür. Əgər tədqiqatçılar Koroğlunun paşalarla, bəy və xanlarla silahlı vuruşmalarını üsyan adlandırırlarsa, bu da səhv fikirdir. Əvvəla, ona görə ki, bu silahlı vuruşmaların hamısını paşalar, xanlar və bəylər özləri başlayırlar. Koroğlu heç vaxt bu təşəbbüsdə bulunmur. İkincisi Koroğlu həmin döyüşlərdə qalib gəlir, paşaları, xanları və bəyləri ya öldürür, ya əsir alır, ya qaçıb aradan çıxırlar, ancaq onların yerinə göz dikmir, adam qoymur, deməli könlündən paşalıq, bəylik, xanlıq keçmir. Bu da o deməkdir ki, Koroğlu heç vaxt heç kimə qarşı üsyan etməmişdir. " [5, 21]

Bu geniş və təfəsilatlı izahdan sonra mənə belə gəlir əminliklə demək mümkündür ki, orta məktəblərdə şagirdlərə Koroğlu surətini hansısa bir üsyan başçısı, dəlilərini də həmin üsyanın iştirakçıları kimi tanıtmmaq və təqdim etmək lüzumsuzdur. Təbiidir ki, Koroğlu real şəxs olub və haqqında xalq tərəfindən dastan, əfsanə və rəvayətlər qoşulub. Amma onu da diqqətdən qaçırmamaq lazımdır ki, "xalqın gözü tərəzidir" deyirlər. Xalq hər hansı bir zülmkar, xalqa divan tutan üsyançıya bu boyda, bu möhtəşəmlikdə dastan yaratmaz.

Ümumilikdə götürdükdə əminliklə demək mümkündür ki, bütün orta məktəb "Ədəbiyyat" dərslərlərində "Koroğlu" dastanı şagirdlərə Cəlalilər üsyanından qaynaqlanmış bir əsər kimi təqdim və tədris olunur.

"Koroğlu" dastanının bugün orta məktəblərdə tədrisi şagirdlərin, gələcək nəslin vətənpərvərlik, qəhrəmanlıq, dostluq, düşməyə qarşı isə amansız olmaq hissləri ilə tərbiyəsində çox əhəmiyyətli rola malikdir.

"Koroğlu" dastanının böyük tarixi əhəmiyyəti vardır. O, xalqımızın qəhrəmanlıq tarixini göstərən misilsiz bir dastandır.

ƏDƏBİYYAT:

1. Axundov. N - Ədəbiyyat 8-ci sinif üçün müntəxabat, "Azərbaycan Dövlət tədris-pedaqoji ədəbiyyatı", Bakı-1962, 164 səh.
2. "Azərbaycan müəllimi" qəzeti-1976-cı il 25 avqust.
3. Musayev. Q - Ədəbiyyat 5-ci sinif üçün dərslik-müntəxabat, "Maarif", Bakı-1970, 128 səh.
4. Qarabağlı. Ə, Aslanov. M - Ədəbiyyat 8-ci sinif üçün dərslik, "Maarif", Bakı-1967, 240 səh.
5. Sadiq İslam - Koroğlu kim olub. B; Azərnəşr, 1998, 206 səh

CONTENT

Theory and Practice of Journalism

Nasir AXMEDLI

A brief excursus into the history of oratory.....3

Cahangir MAMMADLI, Aflatun AMASHOV

Educational mission - stand the test of time.....6

Aysulu MATAEBA

Presentation of the themes of the exhibition- Expo-2017 and mission of journalism of the Republic of Kazakhstan10

Allahverdi MAMMADLI

Classical publicism is a school of skill.....16

Akif Babayev

Specific character of a news photo for a photojournalist21

Günel ABDULLAYEVA

The elements that influence the literary process.....25

Pahulya KESEMENLI

The problem of Azerbaijan women's position in publicism29

Günel ORUCALIYEVA

Social networks as a phenomenon of modern culture.....32

Esmira RÖVSHANOVA

The ideas of democratic press in the history of social opinion in Azerbaijan37

Ayaz MUSAYEV

The history of the newspaper " Vətən yolunda" (" In the name of the Motherland")».....40

Farida Qasimova

The historical age of communication is equal to the history of human society.....43

Akif BABAYEV

Infographics as a genre of journalism.....46

Ellada MUSTAFAYEVA

Multimedia platforms.....49

Rufat MAHARRAMOV

Creation of an individual style in Azerbaijan press.....53

Farida QASIMOVA

Communication as a process.....57

Firuza AHMADIYAZADE

Multicultural values and journalism.....62

History of the Press

Niqar AQAYEVA

Akhmed bey Agayev's creative development.....66

Sima RAHIMOVA

Azerbaijan classics and professional ethics.....69

Qaranfil QULIYEVA

Study of press of the Soviet period in the 1920-30-ies.....73

Sevil HASANOVA	
Romantism and Azerbaijan press.....	78
Arzu AZIZOVA	
Russin- language emigration press and problems of Azerbaijan elucidated on its pages	82
Elmira HASANOVA	
Journalism of the period of the struggle for independent Azerbaijan.....	86
Yusif HUSEYNOV	
A.Agaoglu and the newspaper " Каспий" (" The Caspian Sea").....	89
Saadat CAFARLI	
The role and place of the journal " Литературный Азербайджан" (" Literary Azerbaijan") in the history of Azerbaijan press	93
Nuray VALIYEVA	
Mahammad Emin Rasulzadeh's publicism.....	96
Samira HEYDARLI	
The history of the edition of the journal " Ulduz" (" The Star").....	100
Saadat CAFARLI	
The artistic works on the pages of the journal " Литературный Азербайджан" (" Literary Azerbaijan")».....	103
Yusif HÜSEYNOV	
The problems of the press in the newspaper " Каспий" (" The Caspian Sea").....	105

Tele-radio Journalism

Can Li	
The modern problems of the sports journalism on TV in China.....	110
Bahruz NİFTALİYEV	
Heydar Aliyev's role in the development of Azerbaijan television.....	112
İlqar AHMAD	
The peculiarities of the TV report and TV interview in the Russian TV channel NTV " ("Today. The final program").....	114
Elnara SALAMOVA	
Children's programs and advertisments in these programs.....	118
Malik TALIBLI	
TV news processing.....	121
Nəzrin HASANOVA	
Chronological succession and analysis of reality shows in Azerbaijan TV space.....	126
Toğrul QULUZADA	
Function of acquiring and spreading of TV culture as means of mass media.....	131
Aysel QASIMOVA	
Reality and Television - urban image.....	134

International Journalism

Hamid VALIYEV

Relations of “Times”-“Əkinçi” as an object of new researches.....137

Sabir MAMMADLI

The process of formation of the system of independent Azerbaijan press (1989-1991).....140

Aysel QARAYEVA

The role of the information agencies in the process of integration of Azerbaijan to the world.....148

Vuqar ALIYEV

The problems of information manipulation in the media corporations activity.....152

Nargiz MAMMADZADƏ

The main problems of Azerbaijan internet media.....159

Nurshaəraf YƏHYAZADƏ

The coverage of the problems of Nagorno- Karabakh conflict in the European press.....163

Aysel QARAYEVA

The role of the information agencies in the process of integration of Azerbaijan to the world.....166

Aytan RUSTAMLI

The information war between Armenia and Azerbaijan.....170

Zumrud NAZAROVA

Mass media as a social -political institute of the fourth power.....173

The social- political humanities

Shahin MAMMADRZALI

Freedom of expression and information in the human rights system.....178

Çinara NAĞIYEVA

Organization of work with texts at the lessons on the history of Azerbaijan..... 183

Seymur MAMMADRZALI

Human rights protection in Azerbaijan in the context of the activities of the European court of human rights.....185

Ramila QAFARLI

Organization of work with historical documents at the lessons on history.....190

Aytan AHMADOVA

Aziz Efendizadeh's views of methodical principles of teaching Azerbaijani language.....192

Farah ASLANOVA

The epos " Koroglu "and Jalalies' Rebellion.....195

