

**AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
BAKİ DÖVLƏT UNİVERSİTETİ**

Əlyazması hüququnda

ƏLƏKBƏROVA Aysel ASİF QIZI

**MÜSAHİBƏ TELEVİZİYA JANRLARI SİSTEMİNDƏ:
PROQRAMLARDA YERİ VƏ İNKİŞAF
XÜSUSİYYƏTLƏRİ**

5720.01 – Jurnalistika

**Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru elmi dərəcəsi almaq
üçün təqdim olunmuş dissertasiyanın**

AVTOREFERATI

BAKİ – 2015

**Dissertasiya işi Bakı Dövlət Universitetinin Radiotele-
jurnalistika kafedrasında yerinə yetirilmişdir.**

Elmi rəhbər: Qulu Allahqulu oğlu Məhərrəmli
Filologiya üzrə elmlər doktoru, professor

Rəsmi opponətlər: Şamil Qiyas oğlu Vəliyev
Filologiya üzrə elmlər doktoru, professor

Ülviyyə Bəzim qızı Abdullayeva
Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru

Aparıcı təşkilat: Bakı Slavyan Universitetinin
Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi
kafedrası

Müdafiə « 25 » _____ 12 _____ 2015-ci il saat « ____ »-də
Bakı Dövlət Universiteti nəzdində filologiya üzrə elmlər doktoru və
fəlsəfə doktoru dissertasiyaların müdafiəsini keçirən D.02.181
Dissertasiya Şurasının iclasında olacaqdır.

Ünvan: AZ 1148, Bakı, Z.Xəlilov küçəsi, 23, Bakı Dövlət
Universiteti, əsas bina, II mərtəbə, Videokonfrans otağı.

Dissertasiya ilə Bakı Dövlət Universitetinin kitabxanasında
tanış olmaq mümkündür.

Avtoreferat « ____ » _____ 2015-ci ildə göndərilmişdir.

**D.02.181 Dissertasiya Şurasının
elmi katibi, filologiya üzrə elmlər
doktoru, professor:**

T.H.HÜSEYNOV

TƏDQIQATIN ÜMUMİ SƏCİYYƏSİ

Mövzunun aktuallığı. Bəşəriyyətin qədəm qoyduğu XXI əsrin mühüm texnoloji nailiyyətləri sırasında televiziya (bundan sonra-TV) əhəmiyyətli yer tutur. Həqiqətən, ötən yüzillik bəşər tarixində təkə kosmik uçuşlar, atom enerjisi əsri kimi deyil, həm də daha çox TV-nin kəşfi və cəmiyyət həyatına dərinə nüfuzu ilə silinməz iz qoyub. Çağdaş qloballaşma dövrünün sərhədsiz TV-si dünyanın inteqrasiyasına, insanların sosial informasiya tələbatının ödənməsinə, maariflənməsinə, estetik zövqünün formalaşmasına daha geniş miqyasda xidmət edir. Bu gün toplumun həyatını, insanların məişətini, intellektual inkişaf prosesini TV-siz təsəvvür etmək çətindir. Artıq şüurlara fəvqəladə təsir imkanlarına malik olan və hər hansı cəmiyyətin inkişaf göstəricisinə çevrilən TV fenomenini araşdıran həm yerli müəlliflər¹, həm də xarici ölkə tədqiqatçıları² onu yeniliklərin operativ yayılmasının ən qüdrətli vasitəsi, eyni zamanda populyar incəsənət kanalı kimi dəyərləndirirlər. Bu gün yeni texnoloji şəraitdə TV-nin öz təsir gücünü daha da artırması həmin yanaşmaların dəqiqliyini bir daha sübut edir.

Bir sosial institut kimi TV-dən bəhs edərkən onun öz ictimai funksiyalarını yerinə yetirmək üçün bəhrələndiyi rəngarəng janrlar sistemə, bu sistemin mahiyyətinə, janr təsnifatının nə dərəcədə düzgün aparılmasına, bu sahədə yol verilən yanlışlıqların nə ilə nəticələnmə biləcəyinə ayrıca diqqət yetirmək lazım gəlir. Doğrudan da, ekran yaradıcılığının mövcud janrlar sisteminin araşdırılması illərdən bəri aktual problem kimi qalmaqdadır. Bu baxımdan biz də təqdim olunan dissertasiya işində müsahibəni sadəcə TV-nin ənənəvi janrlarından biri kimi deyil, telejurnalistikanın bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə və daimi inkişafda olan bütöv janrlar sisteminin tərkib hissəsi kimi tədqiq etməyə çalışmışıq.

¹ Quliyev E.H. Televiziya: nəzəriyyə, inkişaf meylləri. B.: Şərq-Qərb, 2004; Məhərrəmli Q.M. Televiziya jurnalistikasının əsasları. B.: Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2005

² Кузнецов Г.В. ТВ-журналистика: критерии профессионализма. М.: изд. Московского университета, 2003; Johnson T., Fendrich M., Shaligram C., et al. An evaluation of interviewer characteristics in an RDD telephone survey of drug use // Journal of Drug Issues. 2000

Müasir elmi yanaşmaya görə, TV janrları sisteminin təşəkkülü və formalaşması real həyatdan, jurnalistikanın çoxillik təcrübəsindən irəli gələn obyektiv prosesdir. Lakin bu obyektivlik bəzən ayrı-ayrı araşdırıcıların yanlış yanaşması, yaxud da dövrün xarakterindən irəli gələn subyektiv müdaxiləsi nəticəsində pozulmuş və buna görə də müəyyən uyğunsuzluqlar meydana çıxmışdır. Halbuki obyektiv elmi zəmində formalaşan janrlar sistemini bilmək, onun incəliklərindən yaradıcılıq prosesində səmərəli şəkildə bəhrələnmək hər bir TV əməkdaşının uğur qazanmasının əsasıdır. Çağdaş Azərbaycan teleməkanında aşkar hiss olunan boşluqlardan biri də, xüsusən ixtisas təhsili olmayan gənc jurnalistlərin həmin məsələnin incəliklərinə bələd olmamaları, yaxud ona biganə yanaşmalarıdır.

Telejurnalistikanın hər bir janrı davamlı işlənərək sabitləşmiş, daşlaşmış bir əhəmiyyət deyil, ekran yaradıcılığının inkişafına uyğun olaraq təzələnen, bərpa edilən mürəkkəb, canlı yaradıcılıq məhsuludur və bu məhsul üç əsas mərhələnin yekunu kimi meydana gəlir: 1) Gerçəklik fraqmenti olan konkret faktın, hadisənin ictimai əhəmiyyəti və söz-görüntü-səs kontrapunktu baxımından dərk edilməsi, mənimsənilməsi; 2) TV-nin bütün audiovizual imkanlarından yaradıcılıqla istifadə edərək həmin gerçəklik fraqmentinin TV məhsuluna, konkret proqrama (yaxud onun bir hissəsinə, ayrı-ayrı verilişlərə, süljetlərə) çevrilməsi; 3) Hazırlanmış materialların auditoriyaya təqdim edilməsi və tamaşaçılarda verilişlə bağlı müsbət reaksiya oyadılması.

Göründüyü kimi, telejurnalistika janrları sisteminə nəzəri həllini və praktik tətbiqini gözləyən məsələlər kifayət qədər çoxdur və bütün bunlar tədqiqat üçün seçilmiş mövzunun aktuallığını şərtləndirir.

Mövzunun işlənmə dərəcəsi. Müasir TV yayımında geniş işlədilən janrlar jurnalistikanın, filologiyanın, sənətsünaslığın və digər yaxın elm sahələrinin ən az araşdırdığı istiqamətlərdən biridir. Mütəxəssislər bunu medianın başqa sahələrinə nisbətən TV-nin daha gənc olması, onun janrlar sisteminin, eləcə də ayrılıqda janrlardan hər birinin tam formalaşmaması və dinamik dəyişkənliyi ilə izah edirlər¹.

¹ Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2002; Арман А. Kimse sormazsa ben sorarım. İstanbul: Ersilon, V baskı, 2003; Repkova T. Yeni dönmə: demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları. B.: Qanun,

Daha çox reyting arxasında qaçan və buna görə də efiri bayağı şoularla dolduran kommersiya kanallarının meydana gəlməsi və sürətli say artımı bu sahədə vəziyyəti daha da gərginləşdirmişdir. Belə bir durumda telejurnalistikanın janr problemlərinin, o cümlədən telemüsahibənin xarakterik cəhətlərinin nəzəri aspektdən öyrənilməsi və əldə edilmiş nəticələrin praktikaya tətbiqi televiziya əməkdaşlarının peşə ustalığının artırılması baxımından çox önəmlidir.

Jurnalistikanın populyar janrı kimi müsahibə haqqında F.Mehdi, T.Rüstəmov, N.Əhmədli, Q.Məhərrəmli, E.Quliyev, C.Məmmədli və başqa müəlliflər bəhs etmişlər. TV müsahibəsi ilə bağlı fikirlərə müxtəlif elmi araşdırmalarda, ayrı-ayrı monoqrafik əsərlərdə, soru kitablarında, dərslik və dərs vəsaitlərində, ensiklopedik nəşrlərdə rast gəlmək mümkündür. Bu mövzuda yazılmış əsərləri janr təsnifatına yanaşma prinsipinə görə üç qrupa bölmək olar. Birinci qrupa televiziya da çalışan praktikalrın mətbuatda ara-sıra dərc olunan məqalələrini, konkret situasiya ilə bağlı fikir və şərhələrini, ikinci qrupa həm praktika, həm də nəzəriyyə ilə məşğul olan mütəxəssislərin, üçüncü qrupa isə problemin elmi aspektini araşdıran nəzəriyyəçilərin əsərlərini aid etmək olar.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Jurnalistikada elmi təfəkkür tarix-təcrübə-nəzəriyyə ardıcılığı üzrə hərəkət edir, yəni praktikaya faydalı ola biləcək nəzəri postulatlar hazırlamaq üçün seçilmiş araşdırma obyektinin əvvəlcə tarixini və müasir təcrübəsini öyrənmək, yalnız bundan sonra həmin sahənin inkişafına yardımçı olacaq elmi ümumiləşdirmələr aparmaq məqsəduyğundur. Təqdim olunan işdə qarşıya qoyulmuş əsas məqsəd televiziya janrları sistemində müsahibənin mövqeyini müəyyən etmək, bu janrın inkişaf xüsusiyyətlərini araşdırmaqla yanaşı, Azərbaycanın televiziya kanallarında çalışan gənc jurnalistlərə müsahibə janrının incəlikləri haqqında elmi əsaslara söykənən faydalı tövsiyələr verməkdən ibarətdir. Bu məqsədə nail olmaq üçün dissertasiyada aşağıdakı konkret vəzifələrin yerinə yetirilməsinə cəhd göstərilmişdir:

– informasiya almaq metodu və çevik janr kimi müsahibənin özəlliklərini araşdırmaq;

2006; Quliyev E.H. Televiziya: nəzəriyyə, inkişaf meylləri. B.: Şərq-Qərb, 2004; Məhərrəmli Q.M. Televiziya jurnalistikasının əsasları. B.: Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2005

– jurnalistika janrları sistemində müsahibənin yerini və inkişaf xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirmək;

– telejurnalistika janrı kimi müsahibənin özəlliklərini, spesifik cəhətlərini tədqiq etmək;

– ölkə televiziyaalarında ən çox işlənən müsahibə janrının əsas inkişaf istiqamətlərini araşdırmaq;

– müsahibəni əsasən iki rəkursda – ayrıca veriliş forması və hər hansı bütöv verilişin mühüm elementi kimi nəzərdən keçirmək;

– televiziya müsahibəsinin hazırlanma qaydalarını və bununla bağlı problemlərini incələmək, peşəkarlıq məsələlərini araşdırmaq və s.

Tədqiqatın təcrübə bazası. Mövzunun qoyuluşu bir çox məsələlərə sırf nəzəri yanaşma tələb edir. Məhz bu əsas nəzəri müddəaları əsaslandırmaq üçün təcrübə materiallarına geniş yer verilmişdir. Bununla belə, zəruri hallarda ölkəmizin aparıcı televiziya kanallarında (AzTV, İTV, ANS, Space, Lider, ATV, Xəzər) daimi yayımlanan, nisbi olaraq xalis müsahibə janrına aid materiallardan istifadə olunmuşdur. Zəruri məqamlarda dünyanın populyar telekanallarının oxşar verilişləri, bütün dünyada tanınan aparıcıların təcrübəsi nəzərdən keçirilmiş, ümumiləşdirilmiş elmi tövsiyələr irəli sürülmüşdür.

Tədqiqatın nəzəri əsasını inkişaf etmiş xarici ölkələrdə (ABŞ, Böyük Britaniya, Yaponiya, Fransa, Almaniya və b.), keçmiş sovet məkanının, o cümlədən müstəqil Azərbaycanın televiziyaşınas alimləri televiziya janrları, o cümlədən telemüsahibə ilə bağlı müxtəlif araşdırmalar aparmışlar. Təqdim olunan dissertasiya işində də nəzəri əsas kimi həmin müəlliflərin müvafiq əsərlərinə istinad edilmişdir.

Tədqiqatın metodu kimi iki istiqamət əsas götürülmüşdür. Bunlardan biri tarixi-filoloji, ikincisi isə sosioloji-psixoloji istiqamətdir. Araşdırmanın məqsədinə uyğun olaraq daha çox tarixi-filoloji istiqamətə, müsahibənin tamaşaçıya (auditoriyaya) təsiri problemlərindən bəhs etdikdə isə sosioloji-psixoloji metodla müraciət edilmişdir. Bu zaman İddiaçı teleyayımın bu və ya digər parametrlərinin kəmiyyətə qiymətləndirilməsini də nəzərə almışdır.

Ayrı-ayrı verilişlərin təhlili zamanı «kontent-analiz» metodundan da istifadə edilmişdir. Bu metodun müəyyən çatışmayan

cəhətləri olsa da, bir əsas üstünlüyü var ki, konkret bir verilişin təmsalında eynitipli proqramların hamısı barədə ümumiləşdirilmiş fikir söyləməyə imkan verir. Dissertasiyada müqayisəli-sistemli təhlil, analiz və sintez, modelləşdirmə kimi elmi tədqiqat üsullarına da yer verilmişdir.

Tədqiqatın elmi yeniliyi. Azərbaycanda TV jurnalistikasının müxtəlif problemləri ilə bağlı müəyyən əsərlər yazılsa da, müasir televiziyanın janrlar sistemi və ayrılıqda telemü sahibə xüsusi tədqiq olunmamışdır. Xüsusən telepublisistikanın janrlar sistemində mü sahibənin yeri, rolu, görüntü ilə bağlı özəllikləri ayrıca elmi araşdırma obyektinə olmamışdır. Təqdim edilən dissertasiya işi TV kommunikasiyası sistemində məlumat almaq metodu və janr kimi mü sahibəni bütün aspektləri ilə araşdıran ilk elmi-tədqiqat əsəridir. Dissertasiyada ekran janrları sistemində və bu sistemdə mü sahibənin yerinə, roluna, digər janrlarla əlaqəsinə elmi-nəzəri baxımdan yeni yanaşma nümayiş etdirilmişdir.

Tədqiqatın nəzəri və praktik əhəmiyyəti. Sovet dönməsində jurnalistika janrlarına publisistik əsərlərin daşlaşmış, stereotipləşmiş forması kimi baxırdılar. Janra verilən çoxsaylı təriflər bir-birindən qismən fərqlənsə də, hamısında eyni bir məqam vurğulanırdı ki, janr publisistik əsərlərin sabit əlamətlərə malik olan formasıdır və tipoloji baxımdan informativ, analitik və bədii-publisistik olaraq üç yerə bölünür.

Sovet- kommunist ideologiyası süquta uğradıqdan sonra media azadlığı, mətbuatın cəmiyyətdəki yeri və mövqeyinə baxışın dəyişməsi ilə bağlı araşdırmalarda da yeni meyillər yaranmışdır. Bütün bunlar dissertasiyada öz əksini tapmış və İddiaçı bütün bu problemlərlə bağlı öz orijinal fikirlərini söyləməyə çalışmışdır. Araşdırmanın nəzəri əhəmiyyəti bundadır ki, müəllifin janr probleminə yeni baxışı gələcəkdə yeni istiqamətin yaranmasına təkan verə bilər.

Dissertasiyanın aprobeiası. Dissertasiya işi BDU-nun Radiotelejurnalistika kafedrasında yerinə yetirilmişdir.

İddiaçının mövzu ilə bağlı müxtəlif elmi jurnallarda 8 məqaləsi çap olunmuşdur. Eyni zamanda dissertant araşdırmanın nəticələri ilə bağlı bir neçə elmi konfransda çıxış etmiş, tədqiqatın ən mühüm müddəalarını elmi ictimaiyyətin nəzərinə çatdırmışdır.

Dissertasiyanın quruluşu. Dissertasiya işi girişdən, 3 fəsildən, 11 yarım fəsildən, nəticədən və istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısından ibarətdir.

İŞİN QISA MƏZMUNU

Tədqiqatın *“Mü sahibə metodunun və janrının müasir inkişaf meyilləri”* adlanan birinci fəslində problemin, əsasən nəzəri aspektləri araşdırılmış, jurnalistika janrları sistemində mü sahibənin yeri və inkişaf xüsusiyyətlərindən, həmçinin çağdaş publisistikanın ən populyar janrlarından biri kimi telemü sahibənin özəlliklərindən bəhs edilmişdir.

Sovet dövründə «mü sahibə» anlayışına həm nəzəri, həm də praktik baxımdan bir neçə yanaşma mövcud idi və jurnalistika nəzəriyyəsində bu termin iki mənada işlədildi: informasiya almaq metodu və janr. Bu yanaşmaların hər birinin müəyyən üstün cəhətləri olsa da, əslində, vahid yaradıcılıq prosesinin süni yolla iki hissəyə parçalanması demək idi. Vaxtilə bəzi sovet alimləri mü sahibə metodunu və janrını birləşdirməyə, heç olmasa, aralarında «körpü salmağa» cəhd göstərməyə başlamış,¹ mü sahibə janrının tarixən mü sahibə metodu əsasında formalaşdığını, onların arasında qarşılıqlı fəaliyyət, qovuşma nöqtəsi olduğunu göstərməyə çalışmışlar.

Dissertasiya işində «mü sahibə» anlayışına publisistika janrı kimi istinad edilmiş və fəslin *“Jurnalistika janrları sistemində mü sahibənin yeri və inkişaf xüsusiyyətləri”* adlanan ilk bölməsində bu barədə danışılmışdır. Qeyd edilmişdir ki, filologiya və sənətsünaslığın mürəkkəb anlayışlardan biri olan janrın hamının qəbul edə biləcəyi vahid tərfi yoxdur. Janra daha çox bədii forma tipi², tarixən formalaşmış struktur-kompozisiya elementlərinin vəhdətindən ibarət müəyyən əsər tipi³ kimi baxış üstünlük təşkil etmişdir.

Sovet jurnalistika nəzəriyyəsində publisistika janrlarının dörd

¹ Ученова В.В. Современные тенденции развития журналистских жанров // Вест. Моск. Ун-та, серия Журналистика, 1976, № 4, с. 17-27; Теория и практика советской периодической печати. М.: Высшая школа, 1980.

² Большая советская энциклопедия (второе издание), т.15, М., БСЭ, 1952, с.589

³ Краткая литературная энциклопедия, т. 2. М.: Сов. энцикл. 1964, с.914

əsas əlamətin sintezindən yarandığı bildirilirdi: 1) Təsvir olunan predmetin (obyektin, gerçəkliyin) xarakteri (özünəməxsusluğu); 2) Bu və ya digər yazının (verilişin) konkret funksiyası; 3) Gerçəkliyin nə dərəcədə əhatə edilməsi, eləcə də alınan nəticələrin və ümumiləşdirmələrin miqyası; 4) Ədəbi-üslubi vasitələrin xarakteri (gerçəkliyi əksətdirmə üsulları)¹. Təbiidir ki, bu dörd əlamətin heç biri yazının (verilişin) məzmun və formasına birbaşa deyil, jurnalistin gerçəkliyə münasibəti və təsvir üsulları vasitəsilə təsir göstərir. Məhz bu səbəbdən «hər bir janr gerçəkliyin konkret inikas tipini, ən başlıcası isə əsərdə verilən faktla müəllif təxəyyülünün, müəllif fantaziyasının nisbətini əks etdirir»². Buna görə də araşdırmaçıların bir çoxu publisist (jurnalist) «mən»inin materialda təzahürünü, iştirak dərəcəsini publisistika əsərlərinin janrlara bölünməsinin başlıca amili hesab etmişlər: «Xəbərdən tutmuş, oçerkə qədərki janr ardıcılığını nəzərdən keçirsək görürük ki, müəllif obrazının materialda iştirak dərəcəsi minimumdan maksimuma doğru yüksələn xətt boyunca inkişaf edir: radioxəbərdə fakt daha çox, müəllif obrazı isə yox dərəcəsindədir»³. Əlbəttə, belə nisbəti vurğulamaqda məqsəd informasiya janrlarında xalis faktın xüsusi çəkisinin maksimum, müəllif obrazının, təxəyyülünün minimum, analitik janrlarda onların təxminən bərabər, sənədli-bədii və satirik janrlarda isə yaradıcı bədii-publisistik fantaziyanın daha çox olduğunu nümayiş etdirməkdir.

Sovet mətbuat nəzəriyyəsində publisistika janrları ənənəvi olaraq üç qrupa bölünürdü: İnformasiya, analitik və bədii-publisistik janrlar. SSRİ-nin, qismən də başqa sosialist ölkələrinin bütün universitetlərinin jurnalistika fakültələri (şöbələri) həmin bölgünü qeyd-şərtsiz qəbul etmiş, jurnalistikaya dair ədəbiyyatın hamısında bu təsnifat öz əksini tapmışdı. Hərçənd, sovet dövrünün aparıcı publisistika nəzəriyyəçiləri Y.P.Proxorov, M.S.Çerepaxov, V.V.Uç-

¹ Черпахов М.С. Жанры публицистики и их особенности // Жанры советской газеты. М.: Высшая школа, 1972, с. 13-16; Черпахов М.С. Публицистические жанры печати // Теория и практика советской периодической печати. М., Высшая школа, 1980, с. 200-202

² Дубровин В.Б. Об эволюции газетных форм работы и жанров на радио (1922-1932 гг.) / Журналистика. Наука, образование, практика. Изд. Ленинградского университета, 1971, с. 116

³ Əhmədli N.A. Xaric üçün radio verilişlərinin janr xüsusiyyətləri / Bakı Universitetinin Xəbərləri, Humanitar elmlər seriyası, 1994, № 1, s. 94-95

yonova¹ jurnalistika janrlarının qruplaşdırılması prinsiplərinə bir qədər başqa prizmadan yanaşmağa çalışır, bu janrları informativ və publisistik adlandıraraq iki yerə bölürdülər. Bütün bunlar göstərir ki, jurnalistikada, o cümlədən televiziya jurnalistikasında janr bölgüsünə yeni baxış nümayiş etdirməyin, demokratiya, söz azadlığı dövrünün imkanlarını nəzərə almaqla praktik jurnalistikanı asan qavranılan nəzəri biliklərlə təmin etməyin vaxtı çatmışdır. Bu baxımdan əslən slovakıyalı peşəkar jurnalist T.Repkovanın 2006-cı ildə dilimizə tərcümə edilmiş demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yollarından bəhs edən vəsaiti diqqəti çəkir. Müəllif jurnalistikanın ənənəvi janrlarına tənqidi mövqedən nəzər salmış, müasir dünya təcrübəsinə əsaslanaraq «jurnalistika janrları» anlayışına yeni gözlə baxmağa çalışmışdır².

Professor Q.Məhərrəmli bu müddəaları daha da inkişaf etdirərək janr bölgüsünü jurnalistikanın müasir fəlsəfəsi və ictimai missiyası ilə əlaqələndirmişdir. Onun fikrincə, janrların təsnifatının medianın missiyasına və jurnalist fəaliyyətinin əsas növlərinə görə aparmaq elmi-metodoloji baxımdan daha məqsəduygundur. Bu mövqedən çıxış edən müəllif jurnalistikanın missiyasının xəbərləməkdən, bu xəbərləri analiz (təhlil) etməkdən, həm də həmin xəbərləri şərh edib qiymətləndirməkdən ibarət olduğuna əsaslanaraq bu qənaətə gəlir ki, janrlar da məhz buna uyğun olaraq üç əsas növə-xəbərə (informasiya), *analizə* (analitikaya) və *qiymətləndirməyə* (rəy, fikir) uyğun olaraq bölünməlidir³. Beləliklə, alim jurnalistikanın missiyası, jurnalist fəaliyyətinin istiqamətləri və janr bölgüsü arasında qırılmaz əlaqəyə əsaslanaraq *informasiya*, *analitik* və *rəy (fikir)* janrları haqqında danışır. Mövcud jurnalistika praktikasına əsaslandığına və janr bölgüsü probleminə yeni prizmadan yanaşdığına görə Q.Məhərrəmli bu sahədə irəli sürdüyü nəzəri müddəaları fərqli elmi yanaşma kimi qiymətləndirmək olaq.

¹ Прохоров Е.П. Искусство публицистики. Размышления и разборы. М.: Советский писатель, 1984; Черпахов М.С. Проблемы теории публицистики. М.: Мысль, 1973; Ученова В.В. У истоков публицистики. М.: изд. Московского университета, 1989

² Repkova T. Yeni dönmə: demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları. B.: Qanun, 2006, s.128-136

³ Məhərrəmli Q.M. Jurnalistikanın əsasları. B.: Elm və təhsil, 2008, s.339

Araşdırmalar göstərir ki, bu gün Azərbaycan televiziya məkanında janr bölgüsü ənənəvi – mətbuatda olduğu kimi aparılır, yəni burada da üç janr qrupunun olduğu təsdiqlənir: informasiya publisistikası janrları; analitik publisistika janrları; bədii publisistika janrları¹. Burada həm qruplar, həm də həmin qruplara daxil edilən janrlar müxtəlif əsaslara (əlamətlərə) görə növlərə bölünmüşdür. Əslində isə janr bölgüsü bütövlükdə jurnalistikanın, o cümlədən televiziyanın bir nöqtədə birləşən üç vəzifəsi ilə əlaqələndirilməlidir. BMT-nin xüsusi komissiyasının müəyyənləşdirdiyi həmin vəzifələr bunlardır: 1) ictimai maraq doğuran hadisələr haqqında məlumat vermək; 2) faktları və hadisələri təhlil və şərh etməklə əhalinin maariflənməsinə yardımçı olmaq; 3) həqiqəti aşkar etmək üçün jurnalist araşdırmaları aparmaq.

Fəslin “*Ekranda müsahibə kommunikasiya aktı kimi*” ikinci yarım bölməsində məhz jurnalistikanın göstərilən missiyasına xidmət edən teleməhsullarda müsahibənin kommunikativ rolu elmi baxımdan araşdırılır. ABŞ sosioloqu E.Giddens televiziyanı coşqun dağ çayına, onun müxtəlif verilişlərdən ibarət proqramını isə həmin çayın gətirdiyi səsli-küylü həlmişiyə (məhlula, selə) bənzədir². Bütün hallarda televiziya tamaşaçısı ilə ünsiyyəti (kommunikasiyanı) məhz bu verilişlər, o cümlədən, müsahibəyə əsaslanan teleməhsullar yaradır. Ona görə də müsahibənin kommunikasiya aktı kimi nəzərdən keçirilməsi janrın qavrayış psixologiyası ilə bağlı çoxşaxəli təbiətini dürüst dərk etməyə imkan verir.

İlk baxışda «informasiya» və «kommunikasiya» sözləri arasındakı fərq bir o qədər də nəzərə çarpmır, lakin onların etimologiyasına və mütəxəssislərin araşdırmalarına diqqət yetirdikdə başqa mənzərə ilə üzləşirik. Etimoloji baxımdan «informasiya» gerçəklik, yəni hər hansı hadisə və ya predmet haqqında müəyyən formaya salınmış məlumat, «kommunikasiya» isə qarışıq şəkildə olan hər hansı kütlənin müəyyən kanal vasitəsilə bir yerdən başqa yere daşınması, ötürülməsi deməkdir. Bu terminlərin sosial anlamına gəlincə, fransalı sosioloq və publisist J.Folye hələ ötən əsrin 60-cı illərində yazırdı ki, informasiya kommunikasiyanın elə bir tərkib hissəsidir ki, orada yeni (əvvəllər məlum olmayan) fakt, hadisə, olay

¹ Телевизионная журналистика. М.: Высшая школа, 2002, с. 176-215

² Гидденс Э. Социология / Пер. с англ. М., Эдиториал УРСС, 2005, с.126

və s. haqqında bilgi verilir. Yenilik yoxdursa, informasiya da yoxdur. Anlaşıqlı olsun deyə, belə bir misal çəkək. Kimsə çöldə yağış yağdığını görüb evdəkilərə xəbər verirsə, bu, informasiya kimi yox, adi məlumatlandırma kimi qəbul edilməlidir, çünki yağışın yağmasında qeyri-adi heç nə yoxdur. Amma tutaq ki, qırmızı rəngdə yağış yağması barədə məlumat yayılırsa, bu, tərkibində yenilik olduğuna görə informasiya, bir qədər də dəqiqləşdirsək, sensasiya xarakterli informasiyadır.¹

Televiziya müsahibəsi bir kommunikasiya aktı olaraq iqiqat adresat amili kimi qiymətləndirilir: bir tərəfdən müsahibəalanla müsahibəverən arasında, digər tərəfdən isə onların hər ikisi ilə auditoriya arasında təmas yaranır. Fərq burasındadır ki, birinci təmas aksial, ikincisi isə retial xarakter daşıyır. İqiqat adresat amili müasir müsahibənin janr xüsusiyyətlərini şərtləndirən önəmli cəhətlərdəndir. Bu üç komponentdən (müsahibəalan, müsahibəverən və auditoriya) ilk ikisinin vəhdəti üçüncüyə xidmət üçündür. Bu xidmətin keyfiyyəti ilk iki nəfərin danışığının məzmun və formasından asılıdır.

Bütün müsahibələr nitqin kommunikativ tipi olan dialoq şəklində qurulur, çünki L.Şerbanın yazdığı kimi, ədəbi dilin əsasını təşkil edən monoloqdan fərqli olaraq ayrı-ayrı replikalardan yaranan dialoq danışıq nitqinə məxsusdur². Biri digərindən doğan replikaların qovuşması «dialoji vəhdət» yaradaraq sual-cavab silsiləsinin əsas vahidi kimi çıxış edir. Müsahibənin əsas hissəsindəki dialoji vəhdətlər arasında iki növ birləşmə olur: zəncirvari və şüavari. Zəncirvari birləşmədə jurnalistin sualı müsahibəverənin son replikasından doğur və əvvəlinci dialoji vəhdətin mövzusunu davam etdirir. Şüavari birləşmədə isə hər bir dialoji vəhdət həm mövzu, həm də struktur baxımından müsahibənin ümumi tematikası ilə bağlı olur və onu yeni bilgilərlə zənginləşdirir. Bəzən hər iki birləşmənin qarşılıqlı fəaliyyəti də müşahidə edilir.

Göründüyü kimi, telekommunikasiya aktı biri digəri ilə üzvi surətdə bağlı olan zəncir halqalarını xatırladır. Onların hər hansı birində qüsurlarsa, bu, nəticəyə – müsahibənin səmərəsinə də

¹ Sitat bu mənbədən götürülmüşdür: Gilben T. Dəyərləndirmə tartışması. Ankara: Onur Cankoçak, 1997, s. 7

² Щерба Л.В. О монологической и диалогической речи // Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку. М.: Русский язык, 1957, с.115

neqativ təsir edir və kommunikatorun ilkin niyyəti gerçəkləşməmiş qalır. Bütövlükdə televiziyanın kommunikativ təbiətini, o sıradan ekrandakı müsahibənin özəlliyini şərtləndirən amillərindən biri də məhz bu məqamdır.

“*Telemüsahibənin spesifik xüsusiyyətləri*” adlanan üçüncü yarımbölmədə müsahibənin özəllikləri araşdırılmışdır. Təbii ki, ekrandakı müsahibənin özəlliyi, ilk növbədə audiovizual sistemə əsaslanan televiziyanın səsli-görüntülü təbiəti ilə müəyyənləşir. Televiziyanı isə mətbuatdan və radiodan, müvafiq olaraq televiziya müsahibəsini mətbuat və radio müsahibəsindən fərqləndirən, qısa müddətdə birinci sərəya çıxaran əsas özəllik onun audiovizuallığı, yəni eyni vaxtda həm qulaq, həm də gözlə qəbul edilib qavranılmasıdır, lakin audiovizuallıq kontekstində bu iki orqan ayrı-ayrılıqda fəaliyyət göstərmir, hər ikisi birləşərək sanki mürəkkəbtərkibli yeni bir duyğu yaradır. Bu qovuşuq kimyəvi elementlərin reaksiya nəticəsində birləşərək yeni bir maddə əmələ gətirməsinə bənzəyir. Adi tamaşaçı verilişin ayrı-ayrılıqda sözdən, görüntüdən və səs effektlərindən ibarət olduğunu duymur, təqdim olunan informasiyanı bu üç komponentin sintezindən yaranmış yeni bir məhsul kimi qəbul edir. Mütəxəssislər bunu «söz, təsvir və səs effektlərinin kontrapunktı» adlandırırlar. «Kino, televiziya, radio terminləri» adlı izahlı lüğətində prof. Q.M.Məhərrəmli bu terminin dəqiq açılışını vermişdir: «Kontrapunkt... TV-də səs, söz və təsvirin tama çevrilməsi, uzlaşaraq vahid məzmun – harmoniya yaratması; sözlə təsvirin eyni deyil, müxtəlif mənalara (informasiyaları) ifadə etməsi»dir¹.

Kontrapunkt televiziya jurnalistikası nəzəriyyəsində əsas məsələlərdən biri kimi həm alimlərin, həm də praktiklərin diqqətini çoxdan cəlb etməkdədir. Bu məsələ həm də ona görə önəmlidir ki, sözlə təsvirin nisbəti təkcə ayrılıqda götürülmüş hansısa verilişin, yaxud janrın deyil, həm də bütövlükdə televiziya proqramının, televiziya fenomeninin öyrənilməsi ilə bağlıdır. Burada əsas məsələ tamaşaçının təsəvvürünü bütövləşdirməkdir ki, bunun üçün də sadalanan təsvir vasitələrinin (görüntünün, çəkiliş fonunun,

¹ Məhərrəmli Q.M. Kino, televiziya, radio terminləri. İzahlı lüğət. B.: «Azərbaycan Milli Ensiklopediyası» Nəşriyyat-Poliqrafiya Birliyi, 2002, s. 149

iştrakçıların sinxron danışığının, kadrarxası mətnin, səs effektlərinin yaradıcı şəkildə bir-birinə qarşı qoymağı bacarmaq lazımdır.

Televiziyanın görüntü, səs və nitq kimi ifadə vasitələrindən ibarət olan üçəmlik (triada) fenomeninin telemüsahibəyə hansı dəyərləri bəxş etməsindən danışsaq, deyə bilərik ki, birincisi, bu keyfiyyət tamaşaçılara müsahibə iştrakçılarını bilavasitə diskurs məqamında onlara əhatə edən mühitlə birlikdə həm görməyə, həm də dinləməyə imkan verir, danışığa təbiilik gətirir. Buna görə də telemüsahibə üçün elə yer seçilməlidir ki, həmin məkan müsahibəverən şəxsi, yaxud müsahibənin mövzusu olan hadisəni səciyyələndirə bilsin. Telemüsahibə mürəkkəb strukturu olan bir janrdır. Bu, bir tərəfdən, telejurnalistin müsahibəverənlə söhbətidir, başqa yəndən isə, jurnalistin söhbətdəşə marağının əsasında tamaşaçını verilişə cəlb etmək, ekran qarşısında saxlamaq, emosional tarazlıq durumundan çıxarmaq, düşünməyə vadar etmək məqsədi durur.

Müsahibəverən: 1) hadisə iştrakçısı, 2) fərd, şəxsiyyət, 3) professional və 4) qarışıq tip ola bilər. Bunların hər birinə müsahibəəalan xüsusi strategiya və taktika ilə yanaşmağı bacarmalıdır. Bundan əlavə, eyni bir şəxs eyni bir müsahibədə bu 4 bəndin hamısını özündə birləşdirə bilər, yəni onun həm hadisə iştrakçısı, həm professional, həm şəxsiyyət kimi çıxış etməsi mümkündür.

Canlı efir rejimi müsahibənin bəzi qanun və üsullarını dəyişdirə bilər. Bu rejimdə işləyən jurnalist passiv ifadələrdən («Bəli, düz deyirsiniz...», «Əlbəttə, Siz haqlısınız...» və s.), qeyri-verbal vasitələrlə (mimika və jestlərlə) verilən «lal» suallardan qaçmalıdır. Belə suallar müsahibə verən tərəfi çaşdırma bilər.

Televiziya müsahibəsinin özəlliklərinə çəkiliş (göstərmə) yeri də daxildir, Bu baxımdan televiziya müsahibəsi iki növə bölünür: studiyadankənar müsahibə və studiyadaxili müsahibə. Bunların hərəsinin də öz xüsusiyyətləri vardır. Məsələn, studiyadaxili müsahibə zamanı suallara cavab verəcək şəxs bir neçə kamera və lazım gələrsə, müvafiq dekorasiya ilə təchiz edilmiş studiyaya dəvət olunur. SPACE kanalında efirə çıxan “İri plan” layihəsində studiya ancaq iki kreslodan ibarətdir. Bu, tamaşaçıların diqqətini söhbətdən yayındırmamaqdan ötrüdür.

Beləliklə, bir televiziya janrı kimi müsahibənin əsas

özəlliklərini onun audiovizuallığı (tamaşaçı müsahibənin götürüldüyü yeri, danışan şəxslərin davranışını, psixoloji durumlarını görür, həm də deyilənləri dinləyir), simultanlığı (tamaşaçı özünü söhbətin iştirakçısı kimi hiss edir, açıqlanan hadisənin mahiyyətinə varır), verilişin strukturu və s. təşkil edir. Həm də bütün bunlar ayrı-ayrı effektlər kimi yox, vahid bir proses kimi baş verir.

Dissertasiyanın *“Azərbaycan televiziolarında müsahibə janrının əsas inkişaf xüsusiyyətləri”* adlanan ikinci fəslində ölkə telekanallarında geniş yayılmış bir janr kimi müsahibənin tətbiqi üsulları, populyar formaları və verilişlərdə bu janrın təkamülü məsələləri araşdırılmış, bütövlükdə müsahibənin inkişafı izlənməmişdir. Bu problemlər, əsasən *“Ekranada müsahibənin differensial inkişaf meylləri”* yarım bölməsində əks etdirilmiş, ilk növbədə mövcud təcrübədə özünü göstərən müsahibə növlərinin ümumi mənzərəsi əks etdirilmişdir.

Hansı kanalla yayılmasından asılı olmayaraq, ümumiyyətlə müsahibəni müxtəlif əsaslara görə növlərə bölmək olar. Məsələn, bəzi alimlərin¹ fikrincə, burada 6 amil həlledicidir: 1) Materialın xarakteri (ümumi bilgi, yoxsa konkret şəxsin daxili aləminin açılması); 2) Müsahibənin təşkili üsulu (mətbuat konfransları zamanı verilən sualların cavablandırılması, bədahətən aparılan (improvizasiya edilən) müsahibə, təsadüfi görüşlərdə alınan müsahibə, əvvəlcədən razılaşdırılmış müsahibə); 3) Müzakirənin predmeti (cinayət, siyasət, cürbəcür hadisələr); 4) Söhbətdəşin kimliyi (məşhur şəxsiyyətlər, adi adamlar, hadisə şahidləri, ekspertlər və b.); 5) Söhbətdəşin sosial durumu (cəmiyyətin ali, elitə təbəqəsi, orta təbəqə, aşağı təbəqə); 6) Ünsiyyət üsulu (üz bəüz, telefonla, elektron poçtla və s.). Bunları ümumiləşdirərək məntiqi ardıcılıqla düzsək, aşağıdakı sıranı alarıq: 1) Müsahibənin mövzusu (iqtisadiyyat, siyasət, mədəniyyət və s.); 2) Müsahibin kimliyi (sosial durumu, ixtisası, nüfuzu); 3) Ünsiyyət üsulu.

Sovet araşdırıcıları amerikalı həmkarlarının təklif etdikləri birinci amillə (materialın xarakteri ilə) dördüncü amili (söhbətdəşin kimliyini) birləşdirərək müsahibənin aşağıdakı növləri olduğunu göstərirdilər və postsovet məkanında bu ənənə indi də davam

¹ Шумилина Т. В. Интервью в журналистике. М.: изд. Московского университета, 1973, с.15

etdirilir:

1. *İnformativ müsahibə*. Hər gün müxtəlif TV-lərin xəbər proqramlarında efiərə gedən müsahibədir. Bu növ müsahibələrin əsas məqsədi baş verən yeniliyi, cəmiyyətdə baş verən hansısa olayın əsas mahiyyətini auditoriyaya çatdırmaqdır.

2. *Protokol müsahibə*. Dövlət siyasətinin bu və ya digər məsələlərinə rəsmən aydınlıq gətirmək üçün hazırlanır. Müsahibə verən tərəf yüksək rütbəli rəsmi şəxslər (prezident, baş nazir və b.), yaxud onların köməkçiləri olur.

3. *Bilgisal müsahibə*. Bunun özü də iki yerə bölünür: müsahibə-fakt və müsahibə-rəy. Birinci halda (müsahibə-faktda) əsas məsələ müəyyən səbəblər üzündən yalnız bir nəfərin (müsahibə verən tərəfin) bildiyi faktları aşkara çıxarıb tirajlamaqdır. İkinci halda isə (müsahibə-rəydə) çoxlarına bəlli olan məsələdən söhbət gedə bilər, lakin müsahibə verən şəxsin həmin məsələni qiymətləndirmək, problemə aydınlıq gətirmək, proqnoz vermək və s. səlahiyyəti olur. Bilgisal müsahibədə jurnalistin əsas funksiyası günün vacib məsələləri barədə səriştəli adamlardan məlumat almaqdır.

4. *Portret müsahibə*. Məqsəd söhbətdəşin şəxsiyyətini imkan daxilində hərtərəfli açmaq, onu geniş ictimaiyyətə daha yaxından tanıtmamaqdır. Belə verilişlərə, adətən milli qəhrəmanlar, dövlət məmurları, alimlər, yazıçılar, incəsənət xadimləri (rəssamlar, aktyorlar, müğənnilər və b.) dəvət edirlər. Burada suallar son dərəcə səmimi olmalı, müsahibin şəxsi həyatının və ictimai fəaliyyətinin bütün sahələrini əhatə etməlidir. Vacib məsələlərdən biri müsahibə götürən tərəfin sualları qruplaşdırmağı bacarmasıdır ki, verilişdə (xüsusən canlı yayımda) adda-buddalıq, xaotik vəziyyət yaranmasın, qarşı tərəfin həyatı, ömür yolu müəyyən məntiqi ardıcılıqla çözülsün.

Televiziya tarixində portret müsahibədən müsahibənin digər janrlarına nisbətən daha çox istifadə olunmuşdur. Space kanalında bir il yayımlanmış «Persona», ANS kanalında altı il efiərə getmiş «Təmiz söhbət» verilişləri zamanında ən baxılan, reytingli verilişlər sırasında idi. Bu növ müsahibələrdə əsas diqqət söhbətdəşin başlıca fəaliyyət sahəsinə deyil, tamaşaçılara az bəlli olan tərəflərinə yönəldilir, sanki onun portretində tamamlama işləri aparılır. Dünya elminin ən məşhur nümayəndələrindən biri, qeyri-səlis məntiq nəzəriyyəsinin banisi

Lütfi Zadənin adını Azərbaycanda çoxları eşitsə də, onun şəxsi həyatı ilə bağlı məlumatlar hamıya məlum deyil. Məhz bunu nəzərə alan ANS TV 2008-ci il fevralın 4-də onunla müsahibə vermişdi və s. Digər telekanal – Spase TV-nin «Persona» layihəsində də (müəllif, aparıcısı və rejissor Mehriban Ələkbərzadə) portret müsahibənin parlaq nümunələri efiyə verilmişdir. Bu layihədə Afaq Məsud, Ramiz Rövşən, Vəfa Quluzadə, Afaq Bəşirqızı, Alim Qasimov, Elçin, Sabir Rüstəmxanlı, Anar Məmmədşanov və başqa tanınmış simalar iştirak etmişdir.

Haqqında söhbət açılan müsahibə növləri və bütövlükdə janrın differensial inkişafı həm də onu deməyə əsas verir ki, çağdaş telejurnalistikada-proqram yaradıcılığında müsahibə gerçəkliyin ifadəsi kimi iki formada işlənir: a)hansısa verilişin (xəbər buraxılışının, analitik proqramın, tok-şounun və s.) aparıcı elementlərindən biri kimi; b)ayrıca, müstəqil veriliş forması kimi.

Göstərilən məqamlar araşdırma üçün elmi maraq doğurduğundan “*Müstəqil veriliş forması kimi müsahibənin spesifik cəhətləri*” adlı ikinci yarımşəildə ətraflı araşdırılmışdır.

Başqa yaradıcılıq sahələrindən fərqli olaraq jurnalistikanın obyektini bütün həyatdır və təbii ki, jurnalist həyatın hər bir sahəsinə eyni dərəcədə bələd ola bilməz. Buna görə də KİV əməkdaşları təkcə öz müəlliflikləri ilə orijinal materiallar hazırlamaqla kifayətlənmir, həm də tez-tez müxtəlif sahələrin biliciləri, nüfuzlu təmsilçiləri ilə görüşərək onların bu və ya başqa məsələ barədə fikirlərini, münasibətlərini auditoriyaya çatdırmağa çalışırlar. Müsahibə janrı elə bu zərurətdən doğub və özünün bir çox məziyyətlərinə görə publisistika janrları sırasında önəmli yerlərdən birini tutur.¹

Proqramda ayrıca veriliş kimi göstərilən müstəqil televiziya müsahibəsinin hazırlanması və efiyə verilməsi mərhələləri də bu janrın formalaşmasında mühüm rol oynayır. İdeal televiziya müsahibəsi hazırlayıb efiyə vermək və həmin müsahibənin tamaşaçıların marağını tam ödəməsinə nail olmaq üçün janrın hazırlanma və keçirilmə mərhələlərini (fazalarını), hər mərhələdə nə iş görülməyini aydın təsəvvür etmək, hər bir mərhələnin tələblərini peşəkarcasına yerinə yetirmək lazımdır.

¹ Əhmədli N.A. Bir daha müsahibə janrı haqqında. «Müxalifət» qəzeti, 7 dekabr 1996.

Verilişin birbaşa yayımlanma variantında müsahibəalan jurnalist, adətən ciddi vaxt çərçivəsində fəaliyyət göstərir, sadalanan bəndlərdən bəziləri bir-biri ilə qovuşur, bəziləri isə tamamilə sıradan çıxır. Bununla belə, yüksək nəticə əldə etmək üçün televiziya əməkdaşı, xəyalən də olsa, bu yolun bütün mərhələlərini keçməyə çalışmalıdır. Əks halda verilişin bütövlüyü pozular, müsahibə tamaşaçını tam qane etməyə bilər. Ümumiyyətlə, jurnalist bu mərhələlərin hər birinə auditoriyanın gözü ilə, onun maraqları prizmasından baxmağı bacarmalıdır.

Razılıq alındıqdan sonra jurnalist gələcək söhbətə hansı veriliş zamanı hansı problemə aydınlıq gətirəcəyini; verilişin birbaşa, yaxud videoyazı şəklində olacağını; neçə dəqiqə davam edəcəyini; təxminən hansı suallara cavab verəcəyini əvvəlcədən bildirməli və onun təkliflərini diqqətlə dinləməli, söhbətə öz səmimiyyətinə inandırmalıdır. Tanınmış, təcrübəli, intellektual səviyyəsi yüksək olan, erudisiyalı jurnalistlər, adətən ekspromt müsahibədən bəhrələnilər. Estoniyanın məşhur televiziya jurnalisti Urmas Ott bununla bağlı yazır: «Təcrübəm imkan verir deyim ki, müsahibəyə hazırlaşmaqdan çox şey asılı olsa da, hər şey demək deyil... Bu an mənə zəng edib desələr ki, beş dəqiqədən sonra filankəslə görüşüb veriliş hazırlamaq imkanın var, mən bu fürsəti əldən buraxıb heç vaxt demərəm ki, mənə bir neçə saat möhlət verin, kitabxanaya dəyib gəlim. Əlbəttə, bir şərtlə ki, görüşəcəyim insan məni və tamaşaçıları maraqlandıran şəxs olsun»¹.

“*İnformativ və analitik proqramlarda müsahibə veriliş elementi kimi*” adlanan yarımşəildə ekranda nəzərə çarpan ən fərqli proqram formatlarında tez-tez rast gəlinən və fərqli sorğuların özəlliyindən bəhs edilir. Əslində adi adamların adi suallara cavabından ibarət olan mətn (veriliş) daha çox «müsahibə» sözünün söhbət və fakttoplama metodu anlayışına uyğun gəlir. Bu yolla əldə edilmiş faktlardan istənilən janrdan istifadə etmək olar. Bunu rusiyalı tədqiqatçı L.M.Maydanova da təsdiqləyir: «Söhbət əsnasında əldə edilmiş materialdan yalnız müsahibə janrında deyil, məsələn, problem məqalədə də istifadə oluna bilər»². Burada qeyd etmək

¹ Отт У. Вопрос + ответ = интервью. М.: Московский рабочий, 1991, с. 55-56

² Майданова Л.М. Стилистические особенности газетных жанров. Свердловск, 1987, с.35

yerinə düşər ki, ümumiyyətlə, söhbət müsahibə janrından gedəndə ayrı-ayrı janrların tərkibindəki sual-cavab epizodlarını «müsahibə» adlandırmaq doğru deyildir. «Müsahibə» janrı dedikdə biz öz ideyası, strukturu, süjet xətti, kompozisiyası, olan, hər hansı səlahiyyətli şəxslə sual-cavab formasında qurulan müstəqil, yetkin televiziya verilişini nəzərdə tuturuq.

Mövcud ədəbiyyatda müsahibənin növləri kimi verilən anket-müsahibə və diskussiya-müsahibənin də müstəqil müsahibə janrına aidiyyəti çox azdır. Həmin ədəbiyyatın verdiyi məlumata görə, anket-müsahibə müəyyən məsələ üzrə müxtəlif adamların fikirlərinin öyrənilməsidir. Çox qısa, 1-2 sualdan ibarət olduğuna görə onu «ekspres müsahibə» də adlandırırlar. «Bu, mahiyyət etibarilə ictimai rəyi öyrənmək üçün keçirilən özünəməxsus sorğudur»¹. Göründüyü kimi, müəlliflərin özləri də dolayı yolla etiraf edirlər ki, bu növün müsahibə janrına heç bir dəxli yoxdur. O, ictimai rəyi öyrənmək məqsədilə keçirilən, yaxud başqa bir verilişdə istifadə etmək üçün nəzərdə tutulmuş sosioloji sorğu metodudur. Eyni zamanda onlar qeyd edirlər ki, diskussiya-müsahibədə «jurnalistin (şərhçinin) mövqeyi müsahibə verən tərəfin nəzər nöqtəsindən və ya fikrindən az önəmli deyil. Bu halda jurnalistin mövqeyi həqiqətin birgə axtarışı üçün bir özlülə, ayırma nöqtəsinə çevrilir. Bax bu yerdə jurnalist problemi əvvəlcədən öyrənməli, mövzuya dərinləndirən bələd olmalıdır ki, söhbətdəşin qarşısında çıxılmaz vəziyyətə düşməsin.

Müsahibə elementindən televiziyanın bütün proqramlarında (bilgi, analiz, araşdırma) və bütün janrlarında istifadə olunur, lakin o, hər bir janrda məhz həmin janrın tələblərinə cavab verir, həmin janrın daha dolğun, daha inandırıcı olmasına xidmət edir. Məsələn, telexəbər nə vaxt, harada, nə baş verdiyini tamaşaçılara çatdırır, ehtiyac və imkan olduqda hadisənin nə üçün və necə törədiyini də bildirir. Müsahibə elementləri də məhz burada, son iki sualın cavabında qaçılmaz olur. Belə ki, reportyor nə vaxt harada nə baş verməsi barədə məlumat verdikdən sonra tamaşaçılarda «nə üçün» və «necə» suallarına da cavab almaq arzusu yaranır. İkinci tərəfdən isə xəbər janrında reportyorun şəxsi fikrinin açıqlanmasına yol verilmir. Deməli, jurnalist auditoriyanın qavranışında yaranan boşluğu

¹ Коновалова О.В. Основы журналистики. М.: Р-на Дону, 2005, с. 44

doldurmaq və özü şərhə girişməmək üçün hadisə yerində olan müvafiq şəxslərə – hökumət adamlarına, mütəxəssislərə, iştirakçılara qısa suallar verir. Məsələn olaraq deyə bilərik ki, 2010-cu ilin may ayında Sabirabad-Salyan bölgəsində Kür çayı daşarkən telekanalların, demək olar, hamısının fəlakət zonasına ezam olunmuş müxbirləri xəbərləri hazırlayarkən Baş nazirin hadisə yerində olan müavini Abid Şərifova, fəvqəladə hallar naziri Kəmaləddin Heydərova, daxili işlər naziri Ramil Usubova, səhiyyə naziri Oqtay Şirəliyevə, mütəxəssislərə, zərər çəkmiş yerli sakinlərə suallar verərək müvafiq cavablar alırdılar və bu, verilişin əyanilik dərəcəsini keyfi artırırdı.

Analitik proqramlarda müsahibə elementlərindən istifadə mövzunun daha dərinləndirilməsinə, səbəb-nəticə əlaqələrinin aşkarlanmasına və müəyyən faydalı tövsiyələrin əldə olunmasına xidmət edir. Bu ən çox o zaman baş verir ki, analitik proqramın aparıcısı jurnalist olur və o bu və ya digər məsələyə aydınlıq gətirmək üçün mövzu ilə əlaqəsi, bu sahədə səriştəsi olan şəxslərə, mütəxəssislərə müvafiq suallarla müraciət edərək, bəzən özü də söhbətə qoşularaq təhlilin daha dərinləndirilməsinə nail olur. Bunun ən yaxşı nümunəsinə «Xəzər» televiziyasında prof. Qulu Məhərrəminin apardığı «Dost məclisi» proqramında rast gəlirik.

Son illər Azərbaycanın televiziya məkanında veriliş formatı kimi formalaşmış tok-şou formatı da müsahibə üzərində qurulur. Bunun ən yaxşı nümunələrindən biri Mirşahin Ağayevin ANS kanalında apardığı «Ən yeni tarix» verilişidir. Bu verilişdə məsələyə aidiyyəti olan qonaqlar, hadisələrin canlı şahidləri iştirak edirdi. M.Ağayev xüsusi mövzulara toxunurdu: müstəqilliyimiz, 28 May AXC-nin yaranma günü, Qarabağ problemi, çevriliş, Qurtuluş günü, prezident seçkisi, separatizm və s. Hər birində Mirşahin hadisələrin dərinliyinə varır, müsahibə elementlərindən, gözlənilməz suallardan istifadə edərək maraqlı məqamları üzə çıxarmağa çalışırdı.

Dissertasiyanın üçüncü fəslində **“Televiziya müsahibəsi və jurnalist yaradıcılığının aktual problemləri”** tədqiq olunmuşdur. Mövcud televiziya praktikasının peşəkarlıq problemlərinin araşdırıldığı bu hissədə müsahibənin strukturu, məzmunun ifadə edilməsinin əsas və yardımçı hissələri, ilk növbədə, kompozisiya və onun elementlərinin rolu araşdırılmışdır. **“Müsahibə məzmununun**

ifadə olunmasında kompozisiyanın rolu”adlanan yarım-fəsil bütövlükdə bu mövzunun tədqiqinə həsr edilmişdir.

Telemüsahibə iki nəfərin – müsahibəalanla müsahibəverənin konkret fakt və ya hadisə ilə bağlı tamaşaçılara yeni məlumat çatdırmaq üçün istifadə olunan, sual-cavab formasında qurulan, professional jurnalist ünsiyyətinin özünəməxsus qaydalarına uyğun olaraq gerçəkləşdirilən danışığıdır. TV ilə yayımlanan hər bir verilişin, hər bir janrın öz dramaturgiyası və rejissurası olur, lakin müsahibə dram əsərində olduğu kimi, dialoq biçimində qurulduğundan dramaturgiyanın qanunları burada özünü daha qabarıq büruzə verir. «Telemüsahibənin dramaturgiyası» dedikdə, jurnalistin ilk sualından tutmuş müsahibəverənlə və tamaşaçılarla sağollaşmasına qədər olan dramaturji struktur, «rejissurası» dedikdə isə verilişin ilk hazırlıq mərhələsindən başlayaraq efirəverilmə də daxil olmaqla, vahid yaradıcılıq prosesinin gedişatının təşkili (çəkiliş, montaj və s.) nəzərdə tutulur. Dramaturgiya ilə rejissura məqsədyönlü şəkildə, peşəkarcasına qovuşdurulduqda, yəni rejissura dramaturgiyanın ayrı-ayrı mərhələlərini (ekspozisiyanı; hadisə və faktların inkişafını; kulminasiyanı; razvyazkanı və s.) məntiqi ardıcılıqla üzvi surətdə birləşdirib yetkin, bütöv ekran əsərinə çevirdikdə veriliş daha mükəmməl, daha baxımlı olur.

Telemüsahibənin preambulasından tutmuş yekunlaşdırma hissəsinə qədər olan zaman kəsiyi müəyyən süjet, fabula və arxitektonika əsasında qurulur, yəni jurnalistin sualları və onlara verilən cavablar müəyyən zaman və məkan kontekstində müəyyən ardıcılıqla, bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə hərəkətə gətirilir, haqqında söhbət gedən hadisənin (faktın) inkişaf dinamikası ön plana çəkilir. Çox vaxt «kompozisiya» və «arxitektonika» terminlərini də eyniləşdirməyə cəhd göstərilir. Kompozisiya adı çəkilən «halqaların» - fabulaların daxili dinamika ilə birləşdirilməsi, arxitektonika isə onların məzmununa uyğun zahiri tərtibatıdır. Arxitektonika həm əsərin strukturunu müəyyənləşdirən amil, həm də çox önəmli estetik kateqoriya kimi çıxış edir. Telemüsahibənin arxitektonikası onun hissələrinin (1 sual +1 cavab) mütənasibliyi, estetik quruluş səviyyəsi, harmoniyası, materialın ümumi estetik planıdır.

Bütün bunlar və burada deyilməyən başqa incəliklər nəzərə alınmaqla çəkiliş başa çatdıqdan sonra montaj prosesi başlanır.

Bütövlükdə, montaj verilişin hazırlanmasının son mərhələsi, montaj otağı isə yaradıcılıq mətbəxi, verilişin taleyini həll edən son dayanacaqdır. Nəticə etibarilə hər şey burada həll olunur: səhvlər düzəldilir, «şahmat fiqurlarının» imkanları nəzərə alınaraq «gedişlər» planlaşdırılır, əldə olan materiallar müəllif ideyasını gerçəkləşdirən vasitəyə çevrilərək bütövləşir. Buna görə də montaj prosesinə xüsusi diqqətlə yanaşmaq və yadda saxlamaq lazımdır ki, montaj materialın mənasını və konsepsiyasını tam dəyişməyə qadirdir. Buna görə də ona tam hazırlıqlı gəlmək, nəyin harada olduğunu, nədən sonra nəyin gəldiyini dəqiq bilmək tələb olunur. Montaj otağında ən dəbdəbəli effektlər yaratmağa, verilişə bəzək-düzək verməyə qadir olan istənilən qədər yardımçı vasitələr ola bilər. Jurnalist onlardan nə qədər uzaq olsa, o qədər yaxşıdır. Bəzək-düzək bədii televiziya üçündür.

Göründüyü kimi, televiziya müsahibəsinin yetkin kompozisiyasına, onun məzmunu daha dolğun ifadə etməsinə nail olmaq üçün ekran ifadə vasitələrindən məharətlə bəhrələnmək, yaradıcı qrupun üzvləri arasında qarşılıqlı anlaşma əldə etmək çox vacibdir. Bu anlaşmanın yaxşı alınması xeyli dərəcədə jurnalistin verdiyi suallardan asılı olur.

Araşdırmanın “*Jurnalist məharəti və müsahibə suallarına verilən tələblər*”adlı yarım-fəsilində məhz bu aktual məsələ əks etdirilmişdir.

Hazırda Qərbi Avropa və Amerikanın jurnalistika məktəblərində məşhur Kanada jurnalisti Con Savatskinin müsahibəyə dair yeni konsepsiyası populyardır. C.Savatskinin fikrincə, ünsiyyətdə olan tərəflər arasındakı yarışma (gizli mübarizə) istənilən iki nəfərin söhbətində müşahidə edilsə də, müsahibə janrı üçün faydalı ola bilməz. Onun fikrincə, «müsahibədə yarışmaq yox, sual verib cavab almaq lazımdır»¹.

Sual verib cavab almaq! Telemüsahibənin bütün mahiyyəti bu ifadədə əksini tapıb. Bunu başqa sözlərlə belə ifadə etmək olar: necə sual versən, elə də cavab alarsan. Müsahibə suallarını konkret mövzu ilə bağlı boşluqları özündə əks etdirən, o boşluqları doldurmaq üçün müsahibəverənin informasiya bazasındakı adekvat məlumatları

¹ Лукина М.М. Технология интервью. М.: Аспект пресс, 2005, с.12-13

çəkib-çıxarmağa qadir olan xüsusi maqnitə bənzətmək olar. Türkiyəli mütəxəssis K.Aslanın dediyi kimi, sual vermək, kimdənsə bir şeyi soruşmaq “dialoga yol açmaqdır, həyatı anlamaq və anlatmaq cəhədidir. Bu çərçivədə suallar gerçəyi ortaya çıxarmaq, baş verənlərin mahiyyətini öyrənmək və onu kütlələrə çatdırmaq üsulu kimi çox önəmlidir”¹. Məhz bu cəhətinə görə K.Aslan sualı məlumata (bilgiyə) çatmağın “vazkeçilməz təməl yolu” adlandırır.

Müsahibədə əsas sintaktik vahid yeni informasiya almağın məntiqi-qrammatik vasitəsi xüsusi (ritorik olmayan) sual cümlələri və sual cümlələrinə cavab olaraq alınan nəqli cümlələrdir. Sual cümlələri heçdən, öz-özünə yaranmır, jurnalistə əvvəlcədən qismən bəlli olan bir həqiqətə, baş vermiş hadisəyə, aşkarlanmış fakta söykənir, yəni müsahibə janrında süjet xətti ilkin məlum olan qısa həcmli, yaxud yarımçıq bilikdən (Filan yerdə filan hadisə baş verib) məzmunca daha dəqiq, daha dolğun bilik əldə edilməsinə doğru inkişaf edir (Hadisə nə vaxt, harada, nə üçün, necə baş verib və s.). Əsas məsələlərdən biri sualların düzgün qoyulmasıdır. Sual o vaxt düzgün qoyulmuş sayılır ki, onun söykəndiyi ilkin məlumat həqiqi, sübut edilmiş olsun.

Müsahibə zamanı mürəkkəb suallardan mümkün qədər qaçmaq lazımdır. Suallar dəqiq, aydın və lakonik olmalıdır ki, cavablar da onlara uyğun gəlsin. Sualları müsahibin bilik səviyyəsini nəzərə alaraq qurmaq və suala daxil olan termin və anlayışların da müsahib üçün tanış olmasına çalışmaq lazımdır. Amma təəssüflər olsun ki, Azərbaycan teleməkanında bəzən bu tələbə əməl edilmir. Məsələn, ANS kanalında “Milli metr” verilişinin ilk qonağı kaman ustadı Habil Əliyev idi. Müəllif və aparıcı M.Ağayevin bir neçə sualından sonra müsahib ona: “Siz mənə elmi suallar verirsiniz, mənə cəmi doqquz sinif bitirmişəm” - dedi.

Yaxşı jurnalist hər bir müsahiblə dil tapmağı bacarmalıdır, amma bu o demək deyil ki, o da müsahibin işlətdiyi peşə jarqonları ilə danışmalıdır. Mütəxəssislər suallar tamaşaçı üçün maraqlı olsun deyə ümumi qaydalar təklif edirlər. Onlar bildirirlər ki, peşəkarcasına tərtib olunmuş birinci sual işin yarısıdır. Birinci sual verildiyi məqamdaca həm partnyoru, həm də tamaşaçını cəlb etməlidir. Birinci

sual “süjetin inkişafı” üçün başlanğıcdır. Bizdə bu tələbin də pozulduğu hallar az deyil. «Xəzər» TV-də “Pəncərə” adlı portret-müsahibəni aparan Nərgiz Cəlilovanın verilişin qonağı Akif İslamzadəyə ilk sualı belə olmuşdu: “Müğənni üçün səsin itirilməsi nə deməkdir?”. Təbii ki, yaralı yerə toxunan belə bir sualdan sonra qarşıdakı müsahibənin uğurlu olacağına bel bağlamaq sadələvhükdür. Adı çəkilən müsahibədə aşkarca hiss olunurdu ki, həm aparıcı, həm də söhbətəş səbirsizliklə müsahibəyə ayrılmış vaxtın başa çatmasını gözləyirdilər.

Müsahibə almaq üzrə ixtisaslaşan jurnalist ictimai həyatın bütün tərəflərini (iqtisadiyatı, siyasəti və s.) yaxşı bilməklə yanaşı, nitq mədəniyyətinin incəliklərinə də dərinlən yiyələnməli, daim öz üzərində işləyərək sözün leksik-semantik mənasına, morfolojiyaya, sintaksisə, tələffüz qaydalarına (orfoepiyaya), danışq texnikasına həmin sahələrin mütəxəssisləri qədər bələd olmalı və bunları öz praktik işində uğurla tətbiq etməyi bacarmalıdır.

Telemüsahibədə işlənen leksik-üslubi vahidlər ilk növbədə konkret verilişin mövzusunda, müsahibə verən şəxsin ixtisasından asılıdır. Hər sahənin (ixtisasın) özünəməxsus terminləri, ifadə vasitələri var. Müsahibəalan bu spesifikanı duymalı, bir tərəfdən hələ ilə öz dilində danışmağı öyrənməli, digər tərəfdən isə tamaşaçılara anlaşılq olsun deyə söhbətəşini hiss olunmadan hamının başa düşdüyü ədəbi dilin qaydalarına uyğun danışmağa sövq etməlidir. Müsahibəalanın qarşı tərəfin dərdinə şərik olması (empatiya) uğurlu müsahibənin əsas şərtlərindəndir. Məhz bu xüsusiyyətinə görə dünyaca məşhur amerikalı teleaparıcı Opra Uinfrinin verilişi (“Opra Uinfrinin Şousu”) 25 ildir ki, ən yüksək reytinglə izlənilir. Opra 80-ci illərin sonunda, yəni layihəsinin ilk illərində əfsanəvi Fil Donahyunun təcrübəsindən yararlanaraq yalnız qalmaqallı süjetlərlə populyarlıq qazanırdı. Tədricən o, əsas vurğunu empatiya, təbiilik, pozitiv emosiyaya vuraraq şəxsi aparıcılıq manerasını formalaşdırdı. Opra müsahibə aldığı yüzlərlə məşhur, siyasətçi və sadə vətəndaşlar üçün doğma insana çevrilə bildi.

Əvvəldə gətirdiyimiz bəzi nümunələr də göstərdi ki, telemüsahibədə etik qaydaların gözlənilməsi çox vacibdir. Buna görə də araşdırmadakı “*Televiziya müsahibəsi və etik qaydaların pozulması ilə bağlı problemlər*” yarım fəslində bu aktual problem

¹ Aslan K. Soru nasıl sorulur? İstanbul: Anahtar kitaplar, 2005, s.15

ətraflı işıqlandırılmışdır.

Hər bir müsahibədə jurnalistin əsas niyyəti ictimai maraq doğuran müəyyən fakt və hadisə ilə bağlı auditoriyaya dolğun və dəqiq bilgi verməkdən ibarət olmalıdır. Bu prosesi gerçəkləşdirərkən o, bütövlükdə cəmiyyət qarşısında, onun bir hissəsi olan televiziya auditoriyası qarşısında, müsahibə götürdüyü şəxs qarşısında və nəhayət, öz vicdanı qarşısında məsuliyyət daşıyır.

Əslində media sahəsində etik normaların gözlənilməsi, vətəndaşların, fiziki və hüquqi şəxslərin şərəf, ləyaqət və nüfuzunun qorunması, diffamasiya hallarına yol verilməməsi tələbi bir çox beynəlxalq sənədlərdə, Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasında, «Kütləvi informasiya vasitələri haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu»nda, «Azərbaycan jurnalistlərinin peşə davranışı qaydaları»nda, bir sıra başqa tövsiyə və hüquq aktlarında əksini tapmışdır. Məsələn, «Televiziya və radio yayımı haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu»nda deyilir ki, televiziya proqramlarını hazırlayanlar qanun qarşısında birbaşa məsuliyyət daşıyırlar. Verilişlərdə insanların şərəf və ləyaqətinin alçaldılmasına, işgüzar nüfuzunun ləkələnməsinə yol verilməməli, şəxslərin Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası ilə müəyyənləşdirilmiş hüquq və azadlıqlarına hörmətlə yanaşılmalıdır¹.

Müsahibəverən tərəf qarşısında jurnalistin məsuliyyəti söhbətə başlan şəxsiyyətinə, şərəf, ləyaqət və nüfuzuna hörmət nümayiş etdirməklə gerçəkləşdirilir. İnsanların, xüsusən siyasətçilərin, kommersantların çoxu bəzən bir çıxışın «qurbanı» olmaqdan, jurnalist manipulyasiyalarının obyektinə, hansısa siyasi oyunun iştirakçısına çevrilməkdən qorxduqları üçün müsahibə verməkdən imtina edirlər. Müsahibə verən tərəfin kimliyindən asılı olmayaraq jurnalist nə onun, nə də haqqında danışılan başqa adamların ictimaiyyət üçün maraq doğurmayan şəxsi həyatına müdaxilə etməməlidir.

Jurnalistin öz vicdanı qarşısında məsuliyyətinə gəlinəcə, Rusiyanın tanınmış televiziya nəzəriyyəçisi S.Muratov göstərir ki, nəciblik və ləyaqət jurnalistin boyuna biçilmiş əsas etik dəyərlərdir.

¹ Bax: Televiziya və radio yayımı haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu / «Azərbaycan» qəz., 26 iyun 2002-ci il

Bunlar jurnalist üçün əsgər, yaxud həkim andı kimi bir şeydir»¹.

Hər bir insanın fikir və söz azadlığı var, yəni istənilən adam öz fikrini, əqidəsini istənilən şəkildə, o cümlədən televiziya vasitəsilə sərbəst ifadə edə bilər və etməlidir. Lakin söz azadlığı kimisə təhqir etmək azadlığı deyil. Təəssüf ki, müsahibə verən tərəfin məsuliyyəti nə beynəlxalq sənədlərdə, nə də milli qanunvericilik aktlarının heç birində nəzərə alınmamışdır. Nəticədə son zərbə jurnalistə və onun təmsil etdiyi informasiya vasitəsinə dəyir, onlar cərimələrə və məhkəmə çəkişmələrinə məruz qalır, bəzən hətta aylarla, illərlə həbsxanalarda yatmalı olurlar.

Yalnız bir sənəddə – Beynəlxalq «19-cu Maddə» Təşkilatının seçki dövrü üçün hazırladığı «Qaydalar»ın altıncısında göstərilir ki, partiyalar və natiqlər televiziya ilə verilən hər hansı qanunazidd bəyanatlara görə fərdi qaydada məsuliyyətə cəlb olunmalıdırlar², yəni televiziya kanalı və verilişi təşkil edən jurnalist namizədlərin sözlərinə görə cavabdehlik daşıyırlar. Məsuliyyətə cəlbətmənin normal qaydalarından bu cür yayınma seçki kampaniyalarının qısa müddət davam etməsi və azad, halal seçkilər üçün açıq siyasi debatların həyati önəmi ilə özünü doğruldur. Tərkibində zorakılığa birbaşa çağırış olmayan hər cür deyimlərə görə KİV-i məsuliyyətdən azad etmək tövsiyə olunur, çünki başqa deyimlərin hamısı yayım başa çatandan sonra hüquqi müdafiə vasitələri ilə təshih oluna bilər.

Beləliklə, hesab edirik ki, jurnalistika ilə bağlı direktiv sənədlərdə və jurnalistlərlə bağlı məhkəmə araşdırmalarında müsahibə janrının xüsusiyyətləri nəzərə alınmalı, müsahibə verən tərəfin gətirdiyi faktlara, söylədiyi fikirlərə görə (advertorial materiallar istisna olmaqla) jurnalistin və redaksiyanın (şirkətin) məsuliyyət daşmadığı, yaxud heç olmazsa, bir həmmüəllif kimi yarımçıq məsuliyyət daşdığı təsbit olunmalıdır.

Dissertasiyanın *nəticə* hissəsində müxtəlif elmi metodların köməyi ilə araşdırılan problemlə bağlı gəlinən qənaətlər aşağıdakı ümumi müddəalarda ifadə edilmişdir:

¹ Муратов С.А. Нравственные принципы тележурналистики. Опыт этического кодекса. М.: Права человека, 1997, с.32-33

² Koliver S., Merlou P. Demokratiyaya keçid rejimində yaşayan ölkələrdə seçki kampaniyalarının elektron KİV-də işıqlandırılmasına dair təlimat. B.: İnternyus, 1998, s. 80

1. İstər sənətsünaslıqda, istər ədəbiyyatşünaslıqda, istərsə də jurnalistika nəzəriyyəsində janr ən mürəkkəb anlayışlardan biri olsa da, onun hamının qəbul edə biləcəyi vahid tərifin olmamasını nəzərə alaraq və mövcud təcrübəni ümumiləşdirərək dissertasiyada publisistika janrına belə tərif verilmişdir: Publisistika janrı həyatdan toplanmış faktlar əsasında cəmiyyətin müəyyən hissəsinin həmin andakı tələbatını ödəmək üçün kommunikatorun müəyyən metodlarla hazırlayıb müxtəlif kütləvi kanallarla auditoriyaya çatdırdığı yetkin yaradıcılıq məhsuludur.

2. Sovet mediaşünaslığında publisistika janrları ənənəvi olaraq üç qrupa bölünürdü: 1) İnformasiya janrları, 2) Analitik janrlar, 3) Bədii-publisistik janrlar. Biz isə belə hesab edirik ki, televiziya ilə nümayiş etdirilən bütün verilişləri şərti olaraq iki qrupa bölmək olar: sənədli-publisistik verilişlər, ədəbi-bədii-əyləncəli verilişlər. Birinci qrup jurnalistikanın, ikinci qrup isə sənətsünaslığın predmeti kimi çıxış edir. Fikrimizcə, televiziya verilişlərini janr qrupları üzrə deyil, təsvir olunan hadisələrin mürəkkəblik dərəcəsinə və jurnalistin həmin hadisələrə münasibətinə görə təsnifləşdirmək daha məqsədəuyğundur: informasiya proqramları; analitik proqramlar; araşdırma proqramları. Televiziya proqramlarının bu cür – hadisələrin mürəkkəblik dərəcəsi prinsipinə görə bölünməsi həm də janrların təsnifatı sahəsindəki hərc-mərcliyi aradan qaldıra bilər.

3. Konkret olaraq heç bir qrupa daxil olmayan, məqamından asılı olaraq hər üç qrupda bərabər hüquqla fəaliyyət göstərə biləcək müasir televiziya janrlarını biz belə sistemləşdiririk: *telexəbər (videosüjet), telereportaj, telehesabat, teleşərh, teleicmal, telesöhbət, telemüsahibə*. Bəzi müəlliflər diskusiyanı, tok-şounu, mətbuat konfransını, jurnalist araşdırmasını, hətta benefisi, brifinqi, sənədli televiziya filmini, teleoyunu, kinojurnalı, klipi, teledəbatı, telemarafonu, telekörpünü də televiziya janrları sırasına daxil edirlər. Bizim fikrimiz belədir ki, bunları «janr» yox, «format» adlandırmaq daha məqsədəuyğundur.

4. Ekranı müəssahibənin differensial inkişaf xüsusiyyətlərindən danışarkən qeyd etmişik ki, müxtəlif müəlliflərin əsərlərində müəssahibənin müxtəlif növlərindən söhbət gedir. Biz onları ümumiləşdirərək və öz mövqeyimizi də əlavə edərək müəssahibəni yayılma kanalına, efir vaxtına, çəkiliş yerinə, söhbətdaşın kimliyinə,

standartlaşma səviyyəsinə və proqram qruplarına görə konkret növlərə bölmüşük.

5. Araşdırmada televiziya müəssahibəsi, əsasən, müstəqil janr kimi nəzərdən keçirilsə də, onun elementlərindən bütün forma və janrlarda istifadə edildiyi də vurğulanmışdır.

6. Telemüsahibənin kompozisiyası elə qurulmalıdır ki, o, kommunikatorun auditoriyaya çatdırmaq istədiyi məzmunu tam ifadə edə bilsin. Buna görə də jurnalist müəssahibə suallarına verilən müasir yüksək tələbləri nəzərə almalı və müəssahibə üzərində mərhələ-mərhələ ciddi iş aparılmalıdır. Bu baxımdan biz mövcud ədəbiyyatdakı fikirləri bir qədər dəqiqləşdirərək belə qənaətə gəlirik ki, televiziya müəssahibəsinin hazırlanmış efirə verilməsinin dəqiq mərhələləri müəyyən edilməlidir. Bu mərhələlər mövzu və müəssahibə seçimi (1-2), təməlyatma (3), mövzu və müəssahibə ilə bağlı fakttoplama (5), müəssahibə tanışlıq və mövzunun ilkin müzakirəsi (6-7), sualların hazırlanması (8), müəssahibə yerinin seçilməsi və texniki hazırlıqlar (9), müəssahibənin videolentə yazılması (10), montaj və redaktə (11) və nəhayət, müəssahibənin efirə verilməsi (12) kimi mühüm prosesləri əhatə etməlidir.

7. Uzun müddət televiziya dilinin araşdıran linqvistlər digər ifadə vasitələrini nəzərə almadan tədqiqat obyektini olaraq verilişlərin yalnız verbal (söz) hissəsini seçmişlər. Əslində isə bu sahədə araşdırma «audiovizual dil» kontekstində aparılmalıdır. Bu kontekstin səciyyəvi cəhəti budur ki, şifahi nitqdə fikir, əsasən, eşidilən sözlərin, qismən də jest və mimikanın, yazılı nitqdə yalnız görünən sözlərin köməyi ilə ifadə olunduğu halda, audiovizual nitqdə eşidilən sözlərin, görünən təsvirlərin, musiqinin və səs effektlərinin kontrapunktü şəklində auditoriyaya çatdırılır. Belə bir vəziyyət son illər dilçilikdə yeni bir sahənin – kommunikativ linqvistikanın yaranmasına səbəb olmuşdur. Buna görə də biz bu qənaətə gəlirik ki, TV-də istifadə olunan dilin ayrılıqda yox, konkret kommunikativ şəraitdə təhlil edilməsi və söyləmin bu təhlilin çıxış nöqtəsi kimi nəzərdən keçirilməsi zəruridir.

8. Audiovizual söyləm yazılı fikrin şifahi ifadəsi, yazılı nitqlə şifahi nitqin qovuşduğu kimi, audiovizual üslub da yazılı ədəbi dilin publisistik üslubu ilə şifahi ədəbi dilin üslublarının sintezindən ibarətdir. Burada xalis sözlərlə yanaşı, ünsiyyətin yaranmasına,

istənilən məlumatların alınmasına, verilən informasiyanın tamaşaçılar tərəfindən asanlıqla qavranılmasına son dərəcə böyük kömək göstərən bir sıra prosodik vasitələrdən də istifadə olunur. Buraya cümlənin tonal vəziyyəti, ritmik-melodik axın, temp, heca vurğusu, söz vurğusu, pauza, intonasiya, orfoepiya və s. nəzərdə tutulur ki, dissertasiya işində bütün bunlar müasir mövqedən nəzərdən keçilir.

9. Həm beynəlxalq sənədlərdə, həm də Azərbaycan Respublikasının KİV-lə bağlı qanunvericiliyində müsahibəalanla müsahibəverən arasındakı münasibətlər, demək olar ki, tənzimlənməmiş qalır. Nəticədə son zərbə jurnalistə və onun təmsil etdiyi informasiya vasitəsinə dəyir, onlar cərimələrə və məhkəmə çəkişmələrinə məruz qalır. Buradan belə nəticəyə gəlmək mümkündür ki, jurnalistin sualına cavab olaraq deyilmiş fikrə görə nə jurnalist, nə redaksiya, nə də başqa heç kəs məsuliyyət daşımamalıdır. Müsahibə janrının varlığını şərtləndirən amillərdən biri də müsahibə verən tərəfdən fakt və hadisə ilə bağlı yeni fikirlər, yeni münasibət əldə edib tamaşaçılara çatdırmaqdan ibarətdir.

10. Müsahibə janrının həllini gözləyən aktual problemlərindən biri də müsahibəverənlərin efiəndən istifadə edərək verilişə reklam xarakteri gətirməsidir. Halbuki hansı KİV ilə yayılmasından asılı olmayaraq müsahibin reklam müraciəti efiəndən digər publisistik materiallardan, müraciətlərdən və s. dəqiq seçilməlidir. Reklam müraciəti elə tərtib olunmalıdır ki, onun xarakteri hamıya tam aydın olsun. Bütün bunları nəzərə alaraq biz hesab edirik ki, KİV və reklam haqqında direktiv müsahibə janrının xüsusiyyətləri nəzərə alınmalı, müsahibin söylədiyi fikirlərə görə jurnalistin və onun təmsil etdiyi şirkətin məsuliyyət daşımadığı təsbit olunmalıdır.

Dissertasiya işinin əsas müddəaları müəllifin aşağıdakı elmi əsərlərində əks etdirilmişdir:

1. Janrlar sistemində müsahibə / T.Rüstəmovun 70 illik yubileyinə həsr olunmuş elmi-praktik konfransın materialları, 2006, s. 46-52

2. Telekommunikasiyanın özəllikləri və formayaratma elementləri // “Dil və ədəbiyyat” beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, № 4, Bakı, 2008, s. 224-228

3. Телеинтервью как вербально-визуальный жанр // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов, Курск, 2009, s. 124-127

4. Televiziya janrları anlayışı və sistemi // Bakı Universitetinin xəbərləri, № 2, Bakı, 2009, s. 192-198

5. Televiziya müsahibəsinin növləri (problemə yeni baxış) / BDU-nun 90 illik yubileyinə həsr olunmuş elmi-praktik konfrans, Bakı, 2009, s. 55-59

6. Jurnalist məharəti və müsahibə suallarına verilən müasir tələblər // Filologiya məsələləri, № 8, Bakı, 2010, s. 75-81

7. Televiziya müsahibəsi və etik qaydaların pozulması ilə bağlı problemlər // “Dil və ədəbiyyat” beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, № 4, Bakı, 2010, s. 332-335

8. Понятие и система телевизионных жанров / “Современная филология» Международная заочная научная конференция, Уфа, 2011, s. 230-234

9. Televiziya müsahibəsinin hazırlanması mərhələləri // “Dil və ədəbiyyat” beynəlxalq elmi-nəzəri jurnal, № 2, Bakı, 2014, 301-305

10. Televiziya müsahibəsində ideyanın təqdimatı // Filologiya məsələləri, № 4, Bakı, 2014,

11. Интервью как акт коммуникации в телевизионном эфире / “PR technologies and informatization of the system of education status and prospects” Materials of the international scientific conference on October 10-11, 2014, Prague, s. 42-47

Айсель Асиф гызы Алекперова

**ИНТЕРВЬЮ В СИСТЕМЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ЖАНРОВ:
ЕГО МЕСТО В ПРОГРАММАХ И
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ**

РЕЗЮМЕ

Диссертация посвящена одной из актуальных проблем современной телевизионной журналистики – исследованию особенностей интервью - одного из популярнейших жанров на страницах газет и на экране, его места в системе жанров и свойств развития. Диссертация состоит из введения, трех глав, соединяющих 9 параграфов, заключения и библиографии.

Во введении указывается актуальность темы, степень его разработанности с научной точки зрения, дана информация о целях и задачах исследования, теоретико-методологической и эмпирической базе, методике исследования, объекте и предмете, научного новшества и практической значимости.

Первая глава посвящена теме "Современные тенденции развития интервью как публицистического жанра". Говоря об этом, диссертант отметил необходимость исследования трех основных направлений: 1) место и особенности развития интервью в системе жанров журналистики; 2) интервью на экране как коммуникационный акт; 3) специфические особенности телеинтервью. По мнению автора, именно эти моменты создают подробное представление об интервью как о жанре и предмете исследования.

Во второй главе "Особенности развития жанра интервью на азербайджанских телеканалах" описаны особенности предмета исследования, исследовано место интервью в телепрограммах. Основные положения по проблеме отражены в параграфах "Тенденции дифференциального развития интервью на экране", "Особенности интервью как формы современной передачи" и "Интервью как форма передачи в информативных и аналитических программах".

Посвященная исследованию наиболее распространенного экранного опыта глава называется "Телевизионное интервью и актуальные проблемы журналистского творчества". Здесь на основании конкретных примеров исследуются: роль композиции в отображении темы интервью, журналистский профессионализм и требования во время задачи вопросов в интервью, проблемы, связанные с нарушением этических правил во время экранного интервью.

В итоге были обобщены основные положения диссертации, по мнению автора, были даны возможные полезные рекомендации для повышения коэффициента заинтересованности к телевизионным программам и усовершенствования журналистского творчества.

AYSEL ASIF ALEKBEROVA

**INTERVIEW IN THE SYSTEM OF TELEVISION GENRES:
ITS PLACE IN THE PROGRAMMES AND
DEVELOPMENT FEATURES**

SUMMARY

This scientific paper deals with one of the actual problems of the contemporary tele-journalism – the research of the specific peculiarities of interview, the most vivid genre used in newspapers and TVs, its place in the system of genres and its development. The scientific paper consists of introduction, three chapters covering 9 paragraphs, resolution and bibliography.

Introduction proves the actuality of the subject, shows its scale of its usage from scientific viewpoint, gives information about the aim and objectives, theoretic-methodical and empiric base, methodology, object and subject, scientific innovation and experimental significance of the research.

Chapter One is devoted to “Contemporary development tendencies of interview as a publicistic genre”. The candidate for degree dealing with this considers important to include the following three main directions into the research: 1) the place and development features of interview in the system of genres of journalism. 2) TV interview as communication act. 3) Specific features of TV interview. To the author, just these points create perfect imagination about interview as subject of genre and research.

Chapter Two titled “The main development features of the genre of interview in Azerbaijan television” deals with the specific features of the subject of research, investigates the place of interview as a genre in TV programmes. Propositions concerning the problem is reflected in the paragraphs “Differential development tendencies in TV interview”, “Specific features of interview as an independent programme form” and “Interview as an element in informative and analytical programmes”.

Chapter three more dedicated to investigation of TV experience is titled “TV interview and the actual problems of journalist’s

creative work”. Here the role of composition in expression of interview context, journalist’s professionalism and requirements for interview questions, problems related with the break of ethic rules during the TV interview are investigated on the basis of concrete programme examples.

Resolution generalizes the main propositions of the dissertation, as considers the author, rising interest ratio and recommendations useful for improvement of the journalist’s creation.

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ
АЗЕРБАЙДЖАНСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
БАКИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

На правах рукописи

АЙСЕЛЬ АСИФ ГЫЗЫ АЛЕКПЕРОВА

**ИНТЕРВЬЮ В СИСТЕМЕ ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ЖАНРОВ:
ЕГО МЕСТО В ПРОГРАММАХ И
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ**

5720.01 – Журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

**Диссертации на соискание научной степени
доктора философии по филологии**

БАКУ -2015