Aynur KƏRİMOVA,
BDU- nun Jurnalistika fakültəsinin müəllimi

Azərbaycanda beynəlxalq televiziyanın inkişaf perspektivləri

Yerli telestudiyaların inkişafı ona gətirəcək ki, ümummilli kanallar auditoriyaların bu günkü maraqlarını daha dolğun ödəyəcək. Digər kanallara əlavə kimi qavranılacaq. Tamaşaçı marağını çəkmək uğrunda belə mübarizədə telejurnalistdən, verilişlərin yaradıcılarından öz peşələrinə tamamilə yeni yanaşma tələb edir» (1, s.286).

Bu aspektdən milli televiziyanın əvəzedilməz rolu son illər xüsusilə qabarıq nəzərə çarpır.

Milli televiziya məkanımız çox dəyişib. İlk və ən önəmli dəyişiklik: Azərbaycan televiziyası yeni informasiya məkanına daxil olub (konkret zaman kəsiyində: XX əsrin son illiyində). Bu yeni informasiya məkanına tam fərqli dəyərlərə dayanan, tam fərqli estetikası olan televiziya kanalları daxildir. Azərbaycan tamaşaçısının telemenyusu zənginləşib. Artıq onun çox geniş də olmasa, müəyyən seçim imkanı var. Bu da auditoriyamızın zövqünü yaxşıya doğru dəyişib. İkinci dəyişiklik: qeyri-dövlət telekanalları yaranıb. Alternativ telekanallar informasiyanın sərbəst yayımına, ölkəmizin kommunikasiya imkanlarının əhəmiyyətli dərəcədə artmasına xidmət edir. Üçüncü dəyişiklik: azərbaycanlılar ənənəvi efir televiziyasından başqa, ən yeni texnologiyalarla – peyk antenləri ilə ötürülən televiziya, kabel televiziyası ilə tanış olublar. Dördüncü dəyişiklik: Azərbaycan milli televiziyasının və özəl telekanalların beynəlxalq əlaqələri yaranıb, möhkəmlənib, artıb. Az da olsa televiziya proqramları mübadiləsinə başlanılıb. Bu, vacib faktdır. Çünki dünya praktikasında heç bir ciddi televiziya kanalı mübadiləsiz, əlaqələrsiz uğurla fəaliyyət göstərə bilməz.

Dünya informasiya bazarında şaquli inteqrasiya prinsipinə əsaslanan meqaşirkətlər hakim, yeniliklərin əsas qaynağı vəziyyətindədirlər. America Online – Time Warner, Walt Disney Co, Vivendi Universal Viacom, Bertelsmann, News Corporation – "Fortune" jurnalının verdiyi məlumata görə bu şirkətlər dünyanın 500 aparıcı qlobal korporasiyasına daxildir. (Top 500 Global Companies // Fortune. [Electronic Resource]. – 2002. July 22. – Acccess:) Daha kiçik, amma sadalananlardan heç də az təsiri olmayan informasiya istehsal edən qaynaqlar Washigton Post, Bloomberg, Reuters, BBC, New York Times, Dow Jones & Co şirkətləridir. Onların yenilikləri bütün dünyaya yayımlanır (2, s.218).

Qlobal telekanalların özlərinin prinsipləri, qanunları, iş metodları mövcuddur. Və bütün bunlar son nəticədə inteqrasiyaya – yaxınlaşmaya, anlaşmaya, birləşməyə xidmət edir. Bu vəziyyətdə inteqrasiya elementləri kimi ayrı-ayrı milli televiziyalar götürülür.

Televiziya müstəqil Azərbaycan dövlətinin vizit kartıdır. Azərbaycan milli televiziyasına dünyaya çıxmağa, beynəlxalq standartlarla işləməyə nələr mane olur? Azərbaycan milli televiziyası öz informasiya siyasətini formalaşdırmalıdır. İnformasiya siyasətinin güman edilən yönümləri bunlardır:

1. Gün ərzində 24 saat arasıkəsilmədən teleinformasiya qaynaqlandırmaq.

2. Özəl teleşirkətlərin fəaliyyəti üçün ən əlverişli iqtisadi, hüquqi şərait yaradılması.

3. Yaxın qonşu ölkələrin televiziya informasiya qaynaqları ilə davamlı əlaqələr yaradılması.

4. Peşəkar televiziya jurnalistlərinin hazırlanmasına diqqətin artırılması.

Hər bir kommunikasiya aktının, prosesinin əsası və mərkəzi insandır, onun şəxsiyyətidir. Hər bir informasiya insaniləşdiriləndə, şəxsiyyətlənəndə bizim üçün maraqlı, aktual olur. İndividuallığa bağlanmayan informasiya səmərəsizdir, önəmli deyil. «Teleinformasiyanın personofikasiyası bütün dünyada yayım prinsipinə çevrilib».

Telekommunikasiyanın bu vacib şərti uğurlu yayımın əlifbasıdır.

Azərbaycan televiziyası mümkün qədər tez çoxproqramlı yayıma başlamalıdır.

Milli televiziya öz informasiya siyasətini formalaşdırmalıdır.

Müxtəlif yollarla dünyanı əhatə edən teleinformasiya şəbəkəsi yaradılmalıdır.

Taleyüklü məsələlər, xarici siyasətimizlə bağlı informasiyaları yayan şəbəkə – koordinativ informasiya mərkəzi yaradılmalıdır.

Azərbaycan Demokratik Respublikası dövründə olduğu kimi, dövlətin hesabına ümidverən gənc jurnalistlər beynəlxalq aləmin tanınan informasiya paytaxtlarına göndərilməlidirlər.

Yayımın həcminə görə dünyada Amerikadan sonra ikinci yer tutan Türkiyənin təcrübəsi elmi aspektdən öyrənilməlidir.

Dünya azərbaycanlıları ilə əlaqəni möhkəmləndirmək, yaxşı təşkil olunmuş ictimai, siyasi qurumlar, lobbi yaratmaq üçün yerli telekanallarla kontakta girib, müəyyən silsilə teleproqramlar yaymaq (məsələn, Almaniya, İran) praktikasını tətbiq etmək arzu olunandır.

Dünyanın əsas beş informasiya idxalçısına – «Assoşieyted Press İnterneşnl», «Reyter», «Frans Press», «İTAR-TASS» milli kadrlarımızın yaradıcı iştirakı arzuolunandır.

Beynəlxalq təşkilatlarımızdakı nümayəndəliklərimizdə (YUNESKO, BMT, səfirliklər və s.) kiçik teleinformasiya qaynaqları yaratmaq vacibdir.

Televiziya kütləvi kommunikasiya vasitəsi kimi müasir insanların həyatında danılmaz əhəmiyyətli yer tutur. İctimai rəy yaradan, estetik zövqü formalaşdıran, informasiyalandıran, düşündürən – bütün bunlar televiziya prizmasının çeşidli üzləridir. O, getdikcə daha çox dünyamızın hüdudlarını daraldır, hamımızı «qlobal kəndin vətəndaşlarına çevirir. Bununla paralel qloballaşmanı bir növ tarazlaşdıran lokallaşma prosesi gedir. «İlk növbədə bu, bütün dünyada müşahidə olunan yerli televiziyalara, xüsusilə kabel televiziyalarına marağın artmasıdır. İkinci, hər bir tamaşaçının özünün şəxsi teleproqram formalaşdırmaq istəyi...

Xaricdə yaşayan jurnalist həmvətənlərimizin yaradıcı potensialından faydalanmaq məqsədəuyğundur.

İctimai fikirdə, həmçinin professional jurnalist dairələrində müasir telejurnalistikaya, müxtəlif məktəblərə münasibət ikilidir. Junalistlərin, həmçinin tamaşaçıların əksəriyyəti televiziyaçılığın Rusiya ənənəsini daha dolğun, informativ hesab edirlər. Bu bir tərəfdən alışqanlıqla bağlı faktdır. Digər tərəfdən isə biz tamaşaçıların uzun müddət digər telestetika ilə tanış olmamağımızdan irəli gəlir. Nə üçün Qərb telejurnalistikası bizə bəsit yayım təsiri bağışlayır? Əslində, bu bəsitlik aldadıcıdır, qəsdəndir. Çünki Qərb telejurnalistikasının elə prinsipləri var ki, onlara əsasən istənilən informasiyada ikimənalılıq, lazımsız yozumlar yolverilməzdi. İntellektual yetişdirmək televiziyanın məqsədi deyil (Hərçənd rus televiziya jurnalistikası məhz buna iddialıdır). Məlumatlandırmaq – heç bir müxalif çalarsız, humanistləşdirmək, bir-birinin hüquqlarına hörmət aşılamaq, müəyyən səviyyə həddini gözləmək – bütün bunlardır Qərb telejurnalistikasının prinsipləri. Fikrimcə, burada bir maraqlı aspekt var. Televiziya insanların bir-biri ilə ünsiyyətinə ortaq, şərik çıxır. Bu qorxulu tendensiyadır. Sintetik, yorulmaz, cəlbedici müsahib – televiziya getdikcə daha çox canlı adamları əvəz edir, ünsiyyət dairəmizi daraldır. Deməк, humanizm prinsiplərini dəyərləndirən televiziya tamaşaçısının vaxtının minumuma iddialı olmalıdır.

Bütün yapon televiziya yayımları üçün bir neçə pozulmaz, təməl prinsiplər var:

- «ictimai sakitlik və ictimai mənəviyyatı müdafiə etmək;
- siyasi neytralitetdə olmaq;
- mürəkkəb məsələlər üzrə bütün baxış bucaqlarını göstərmək;
- informasiya, maarifləndirici, mədəni əyləncəli verilişlər arasında tarazlığı gözləmək»

- Yaponiya qanunvericiliyi televiziya proqramlarına belə tələblər qoyur:

«- vətəndaşların tələblərinə uyğun gələn, onların mədəni səviyyəsini qaldıran yüksək keyfiyyətli proqramlar hazırlamaq;
- ümummilli proqramlarla yerli proqramları uzlaşdırmaq;
- ənənəvi mədəniyyətin saxlanılmasını, çağdaş mədəniyyətin isə geniş təbliğ edilməsini təmin etmək».

Onu da qeyd etmək lazımdır ki, Yaponiya teleyayımları ən konservativ yayımlarındandır. Yabançı məhsul bütövlükdə televiziya məhsullarının 6-8%-ni təşkil edir. Bu, çox önəmli aspektdir. Yaponiya yad «informasiya seli»nə məruz qalmır. Əksinə, bütün dünyaya ən böyük animasiya filmləri eksportçusu Yaponiyadır. Şərq ölkələrindən ancaq Yaponiya informasiyanın sərbəst axının istiqamətini dəyişdirməyə nail olub, onunla hesablaşmağa, onun baxış bucağını nəzərə almağa məcbur edir. Fikrimcə, Yaponiyanın televiziya kommunikasiyalı sahəsində uğurlu təcrübəsi Azərbaycan üçün çox önəmli bir nümunədir. Yenidən «Amerika açmaq»dansa, dünya praktikasının toplanmış zəngin təcrübəsini öyrənmək, inkişaf etdirmək indiki vəziyyətdə daha məqsədəuyğundur.

Ədəbiyyat

1. Кузнецов Г.В., Цвик В.Л., Юровский А.Я. Телевизионная журналистика, М..Издательство Московского Университета. 1998
2. McQuail Denis. McQuail's Therory of Mass Communication. – London: Sage, 2002.

BDU-nun jurnalistika fakültəsi tərəfindən təqdim edilib -3 0.01.2007.
Rəyçi: filologiya elmləri doktoru Q.Məhərrəmli.

International television and its perpectives of development in Azerbaijan

Summary

Our national television space has been changed. Azerbaijan television has been joined to the new information space. Television channels with very different values and alsthetics ar included to this new information space. International television and its perspectives of development have been looked into in this article.