QULU MƏHƏRRƏMLİ

RADİO DƏRSLƏRİ

Tarix. Nəzəriyyə. Təcrübə

Dərs vəsaiti

Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirinin əmri (№100, 13 fevral 2006-cı il) ilə təsdiq edilmişdir.

«Nurlan» nəşriyyatı
Bakı - 2007

M - 59

Rəyçi: ***Rafael Hüseynov***
AMEA-nın müxbir üzvü, professor

Redaktor: ***Yalçın Əlizadə***
filologiya elmləri namizədi, dosent

4 61
+ M48

2612240

M.59 **Məhərrəmli Q.M.** Radio dərsləri. Tarix. Nəzəriyyə. Təcrübə. **Dərs vəsaiti**. Bakı, "Nurlan", 2007. – 496 səh.

Dərs vəsaitində müasir jurnalistikanın bir boyu olan radionun zəngin tarixi, nəzəri problemləri, yaradıcılığın ayrıca sahəsi kimi radio yayımının özəllikləri, forma və janrları, veriliş formatları, dil-üslub xüsusiyyətləri və efir təcrübəsinin aktual məsələləri işıqlandırılmışdır.

Vəsait ali məktəblərin jurnalistika fakültələrinin tələbələri, həmçinin teleradioda yeni fəaliyyətə başlamış reportyorlar, xəbər aparıcıları, prodüserlər, diceylər, rejissorlar və radio yaradıcılığının sirlərini öyrənmək istəyənlər üçün nəzərdə tutulmuşdur.

M $\frac{2303040503}{N-098-2007}$ ***qrifli nəşr***

© Məhərrəmli Q.M., 2007
© «Nurlan», 2007

GİRİŞ

Bəşər tarixinə böyük kəşflər dövrü kimi daxil olmuş 19-cu əsr dünyaya bir sıra texnoloji möcüzələrlə yanaşı, radionu da bəxş etdi. Bu əsr elektromaqnit dalğalarının köməyi ilə insanların minillik «danışan qutu» arzularını işıqlı bir gerçəkliyə çevirdi. Artıq həyatımızın bir parçası olan radio zaman-zaman bəşəriyyətə öz misilsiz xidmətlərini göstərdi.

Biz, 20-ci əsrin radiodan sonra bəşəriyyət üçün sürprizlər sandığından çıxardığı çox möcüzələrin şahidi olmuşuq. Məsələn, kino inkişaf edərək yüksək sənət zirvəsinə qalxmış, vizual sənətlər meydanına televiziya (TV) kimi bir nəhəng çıxmış, robotların bir neçə nəsli dəyişmişdir. İnternet şəbəkəsi yeni möcüzələrini göstərməkdə, kompyuterlər isə insan həyatının bütün sahələrinə doğru qarşısıalınmaz yürüşünü davam etdirməkdədir. Fantastik xəyalların gerçəkliyə çevrilməsi yaşadığımız dövrün ən nəzərə çarpan əlaməti kimi özünü göstərməkdədir.

Bu gün texnologiya, demək olar ki, hər dəqiqə təzələnir, kosmosdan canlı reportajlar verilir, hava gəmiləri Marsa enir, informasiya – kommunikasiya texnologiyaları təkmilləşir, qoloqrafiya TV-də möhkəmlənir, rəqəmli texnologiya əvvəlki sistemləri sıxışdırıb aradan çıxarır. İnternet informasiya axtarışında olan insanların dadına yetir, virtual dünya bəşəriyyətə daha geniş qucaq açmaqdadır.

Bütövlükdə media sahəsindəki texnoloji yeniliklər, xüsusən vizual informasiyanın həyatın bütün sahələrini əhatə etməsi, TV-nin cazibədarlığının daha da artması radio üçün ciddi problemlər yaradır. Hərçənd ki, radio da yerində saymır, daim yeniləşən texnologiyadan bəhrələnərək, TV və İnternet mediası ilə ayaqlaşmağa çalışır. İlk növbədə, kosmik rabitənin inkişafı radionun yayım dairəsini daha da genişləndirir. Stereonun və lazer disklərinin tətbiqi, səsi maneəsiz yayan FM-in uğurları da radioya böyük rəğbət və ehtiyac yaradır. Lakin kommunikasiyanın digər sahələrinin inkişafı ilə müqayisədə bunlar radio üçün o qədər də böyük təsəlliverici uğurlar deyil.

Kütləvi kommunikasiyanın sosial-psixoloji aspektlərini öyrənən mütəxəssislərin fikrincə, texniki tərəqqi ilə yanaşı, bu gün radionun uğurlarını şərtləndirən ən mühüm amil dinləyici sədaqəti ola bilər. Bu

fikirlə müəyyən mənada razılaşmaq mümkündür. Ona görə ki, biz çox vaxt kinodan, videodan, hay-küylü şoulardan usananda, yaxud kompyuterdəki sonsuz oyunlardan təngə gələndə üzümüzü radioya çeviririk. TV-nin ayaq açа bilmədiyi məkanlarda, təbiətin əlçatmaz guşələrində, yaxud maşında uzaq yol gedərkən həmsöhbət olmaq, ya da sadəcə sükutu pozmaq, öz dünyamıza qapılmaq, bəzənsə hansısa xüsusi informasiyanı, verilişi və ya musiqini tapmaq üçün radioya üz tuturuq.

Artıq 80 yaşını keçmiş Azərbaycan radiosunun tarixi, bəlli ideoloji səbəbdən, bütövlükdə təbliğat tarixidir. Lakin bu da faktdır ki, mövcud olduğu bu illər ərzində radiomuz bir çox böhranlı məqamlarda xalqımızın ümid və təsəlli yerinə çevrilib. Bu gün, müstəqillik dövründə yeni ictimai mahiyyət kəsb edən, sosializmdən miras qalmış yaradıcılıq stereotiplərindən, təbliğat-təşviqat xəstəliyindən yaxa qurtarmağa çalışan radio cəmiyyətdə daha təsirli informasiya vasitəsi rolunu oynamağa çalışır. Uzun illər ərzində bu radio dinləyiciləri məlumatlandırmaq, ölkədə və dünyada baş verən mühüm hadisələr barədə onları xəbərdar etməklə yanaşı, həm də mədəniyyətimizin inkişafında, sənət incilərimizin, ədəbiyyatımızın, ədəbi dilimizin, nitq mədəniyyətimizin, xüsusən musiqimizin təbliğində və milli ruhu yaşatmaqda əhəmiyyətli rol oynayıb.

Əlbəttə, deyilən fikirlərin hər birinin arxasında peşəkar radio işçilərinin ağır zəhməti, zərgər dəqiqliyi tələb edən işə can yanğısı və milli təəssübkeşliyi dayanır. Çünki bu incə nüanslar olmadan mənəvi xəzinə yaratmaq mümkünsüzdür. Adi peşə məsuliyyəti ilə yanaşı, ürəklərdə xalqın mədəniyyətinə sevgi çırağı yanmasaydı, bənzərsiz mənəvi xəzinə sayılan misilsiz fonotekanı yaratmaq, burada ehtiramla qorunub saxlanan saysız-hesabsız verilişləri, habelə yaddaşlara hopmuş nadir səs incilərini bir yerə cəmləmək mümkün olmazdı.

Bütün bunları göz önünə gətirərkən sevinirsən: nə yaxşı ki, radionun ilk illərində onun beşiyi başında Üzeyir Hacıbəyov, Cəfər Cabbarlı, Məmməd Səid Ordubadi, Müslüm Maqomayev kimi millət fədailəri dayanıb. Nə yaxşı ki, ilk dövrdə burada İsmayıl Əlibəyov, Ənvər Həsənov, Raya İmanzadə, Leyla Terequlova, Məmməd Arif, Soltan Nəcəfov, Qubad Qasımov, Hüseyn Natiq kimi cəfakeşlər çalışıblar. Nə yaxşı ki, müxtəlif illərdə bu mədəniyyət ocağına Mehdi Hüseyn, Şəmsəddin Abbasov, İsrafil Nəzərov, Nəsir İmanquliyev, Teymur Əliyev, Ənvər Əlibəyli, Cəmil Əlibəyov kimi namuslu ziyalılar rəhbərlik ediblər. Nə yaxşı ki, çox vaxt radionun sükanı ləyaqətli insanların əlində olub və onlar bu misilsiz vasitədən Azərbaycan xalqının maariflənməsi, intellektual tərəqqisi naminə istifadə ediblər.

Bu radio Azərbaycan xalqının səs yaddaşına çevrilib, Cənub yanğısının qığılcımlarını bütün dünyaya yayıb, əsrlərin bağrından qopub gələn milli ruhu Aydın Qaradağlı, Sabutay Quliyev və Səməndər Rzayev kimi sənətkarların bənzərsiz səsi ilə nəsillərin hafizəsinə hopdurub.

Azərbaycan radiosu, həm də ədəbiyyat və publisistika sahəsində tanınmış bir çox qələm sahibinin, bədii söz ustalarının – Məmməd Rahim, Mirvarid Dilbazi, Əzizə Cəfərzadə (hər üçü radionun diktorları olub), Anar, Zeynal Xəlil, Gəray Fəzli, Rauf İsmayılov, Firudin Ağayev, Vidadi Paşayev, Mailə Muradxanlı, Vaqif Əlixanov, Əhməd Xaspoladov, Hacı Hacıyev, Emin Mahmudov, İsa İsmayılzadə, Eldar Baxış, Mövlud Süleymanlı, Əlisa Nicat, Bəhram Gözəlov, İbrahim Göyçaylı, Məmməd Oruc, İntiqam Mehdizadə və başqalarının çalışdığı sənət ocağı olub.

Amma təəssüflənirsən ki, radionun bünövrəsini qoyanlar, onun «qızıl fondu»nu yaradanlar barədə, ümumiyyətlə, radio haqqında çox az bilirik. Hərçənd ki, tanınmış tədqiqatçı-alimlərin – Tofiq Rüstəmov və Yalçın Əlizadənin, həmçinin Nəsir Əhmədlinin radionun tarixi və radiojurnalistika barədə dəyərli araşdırmaları vardır. Vaxtilə teleradio-da çalışmış bir çox qələm sahiblərinin məqalə və xatirələri də bu sahədə dəyərli qaynaq kimi maraqlıdır.

Bu kitab dünya radiosunun təşəkkülü və formalaşması prosesi ilə yanaşı, Azərbaycan radiosunun zəngin tarixini vərəqləmək, onun indiyədək bəlli olmayan səhifələrini gözdən keçirmək, radionun mahiyyətini, bütövlükdə radio yaradıcılığının incəliklərini öyrənmək baxımından faydalıdır. Ümüdvarıq ki, müəllifin radionun səsli təbiəti, ifadə vasitələri, dil-üslub xüsusiyyətləri, yayım formatları, proqram özəllikləri və efirin inkişaf tendensiyaları barədə mülahizələri, həmçinin uğurlu radio əsəri yaratmaq üçün verdiyi tövsiyələr bu sahəyə maraq göstərənlərin təsəvvürlərini xeyli genişləndirəcək.

I HİSSƏ

Radionun tarixi: qığılcımdan kosmik rabitəyədək

- □ Radio necə yarandı?
- □ Səsyazma tarixindən səhifələr
- □ Markoninin gerçəkləşən xəyalları
- □ «Titanik»dən sonrakı radio
- □ Morze işarələrindən səs siqnallarına doğru
- □ ABŞ və Avropa ölkələrində radionun təşəkkülü
- □ Radio – «soyuq müharibə» mələyi cildində
- □ Azərbaycan radiosu: efirdə addımlar
- □ Müstəqillik dövrünün radiosu
- □ «Azərbaycanın səsi» beynəlxalq diapazonda
- □ Televiziya ilə çətin rəqabət

Səslər dünyası ilə elektromaqnit dalğaları mahiyyətcə eyni ani əlaqələr sisteminə aiddir. Məhz bu cəhət fonoqrafla elektromaqnit dalğalarını bir-birinə bağlayaraq radionun kəşfinə gətirib çıxartdı.

Marşal Maklüen
«Medianı anlamaq» əsərindən

I FƏSİL

RADİONUN TƏŞƏKKÜLÜ VƏ İNKİŞAF MƏRHƏLƏLƏRİ

Keçmişdən gələcəyə

Tarix səhnəsini tərk etsə də, hələ həyatımızda və ictimai düşüncəmizdə dərin izləri qalmış 20-ci əsr bəşəriyyətin tərəqqisində xüsusi bir mərhələ açmışdır. Şübhəsiz ki, bu əsr dünyanın yaddaşında və tarixi salnamələrdə bir çox ziddiyyətli məqamları ilə həkk olunacaq. Onu bir tərəfdən qanlı müharibələr və kütləvi qırğın silahları əsri, atom və neytron bombalarının kəşf edildiyi dövr, digər tərəfdən isə elmi-texniki tərəqqi və bəşəriyyətin bir çox parlaq nailiyyətlər qazandığı «qızıl» yüzillik kimi səciyyələndirəcəklər. Çünki insanın ilk kəşflərindən biri sayılan qayçının təkmilləşdirilməsi (iki bıçağın ağız-ağıza qoyulub ortasına bərkidici yay əlavə edilməsi) üçün bir neçə min il lazım olmuşdusa, əsası 19-cu əsrdə qoyulmuş yüzlərcə ideya (məsələn, avtomobil, foto, kino, təyyarə, televiziya və s.) məhz bu əsrdə, özü də böyük sürətlə gerçəkləşdirilmişdir. Bu mənada 20-ci əsr bəşər həyatına ağlasığmaz yeniliklər gətirmişdir. Kütləvi kommunikasiya sistemi və yeni informasiya nəzəriyyələri də məhz bu əsrdə meydana çıxmışdır.

Radio yaranışı ilə insanların ünsiyyət imkanlarını və əlaqə dairəsini genişləndirdi. Hazırda ictimai ünsiyyətin tərkib hissəsi və medianın bir şaxəsi olan radio öz başlanğıcını göyərçin, çapar və poçt rabitəsinin o qədər də etibarlı olmayan formalarından götürür. Əslində radio insanın ünsiyyət, əlaqə ehtiyaclarından, bir məlumatı, informasiyanı uzaq məsafəyə ötürmək səylərindən yaranıb. İlk dövrlərdə, xüsusən quldarlığın yaranışından sonra bu funksiyanı adi poçt xidməti yerinə yetirirdi. Məsələn, Roma imperatoru Yuli Sezarın dövründə poçt atlarının çapdığı yolların ümumi uzunluğu 1500 km-ə çatırdı. İri şəhərlərdə və ticarət mərkəzlərində, həmçinin böyük yol qovşaq-

larında çaparların dincəlməsi və atların dəyişdirilməsi üçün xüsusi məntəqələr yaradılmışdı.

Qədim mənbələrdə hələ 1100-cü ildə İngiltərədə poçt daşınmasının mövcudluğu haqqında məlumatlar verilir. Bu işi Kral poçtunu əyalətlərə – yerli hakimlərə çatdıran xüsusi süvari dəstə görürdü. Rusiyada poçt vasitəsilə xəbərləmə işi 13-cü əsrə təsadüf edir. Azərbaycanda ilk poçt daşımalarının tarixi 1501-ci ildən – Səfəvilər dövlətinin xarici ölkələrə məlumat göndərməsindən başlanır.

17-ci əsrdən başlayaraq nəqliyyatın yeni növlərinin meydana çıxması rabitənin – məlumat daşımanın da imkanlarını genişləndirir. 18-ci əsrin 20-ci illərində Rusiyada dənizlə ilk poçt daşıması gerçəkləşdirilir. Parovozun kəşfi dəmir yolunu meydana çıxarır. 1830-cu il sentyabrın 15-də Böyük Britaniyada Liverpulla Mançestr arasında dəmiryolla ilk poçt bağlamaları göndərilir. 1911-ci ildə Hindistanda təyyarə vasitəsilə ilk poçtdaşıma əməliyyatı aparılır. 1894-cü ildə Markoninin elektromaqnit dalğaları ilə siqnal göndərmənin mümkünlüyünü kəşf etməsi rabitənin inkişafına ciddi təkan verdi. Tezliklə fransız A.Qazel və ingilis L.Klark sıxılmış havanın köməyi ilə məktub göndərilməsinin ilk patentini alırlar.

Amma radio rabitə vasitəsi kimi qalmadı, dil açıb danışdı. Onun kütləvi kommunikasiya, eləcə də üzə çıxardığı yeni ictimai ünsiyyət sistemi indi bütövlükdə bəşəriyyətin elmi-mənəvi və estetik maraqlarının təmin olunmasında mühüm rol oynayır. Hazırda kütləvi kommunikasiya «gündəlik yaşayışımızda bizə hadisələri çatdırır, insanları və dünyanı tanıdır. Radio cəmiyyətdə tutduğu mövqeyə, oynadığı rola və yerinə yetirdiyi funksiyaya görə müxtəlif sosial qruplara bölünmüş insanlara... bəşər övladının tarixi dönəmdəki həyat tərzini izah edir və bu gün onlara necə hərəkət etməyi öyrədir» (43, s. 28). Əlbəttə, bu müddəalar kommunikasiya sahəsində görkəmli nəzəriyyəçilər Marşal Maklüen, Tofler, Milman və başqa alimlərin informasiya nəzəriyyələrinin ümumi ruhu ilə çox səsləşir. Amma həmin müddəalar mürəkkəb dünyanın gərgin münasibətlər sistemində kütləvi kommunikasiyanın öhdəsinə düşən mühüm funksiyalardan yalnız bir qismini (öyrətmək və aydınlatmaq) xatırladır. Əslində isə bu gün sürətli inkişaf mərhələsinə qədəm qoymuş kütləvi kommunikasiya şəbəkəsi daha qlobal funksiyalar yerinə yetirir və bu ictimai ünsiyyət prosesində radionun rolu danılmazdır. Hərçənd ki, bu gün müasir kommunikasiya sistemini yaradan vasitələrdən danışanda, radiodan, onun cəmiyyət həyatındakı rolundan söz düşəndə çoxları çiyinlərini çəkib: «Axı, televiziya əsrində nə radio, məgər onun dövrü keçməyib?» – deyə soruşurlar.

Bəs, bir əsr əvvəl bəşər dühasının yaratdığı radioya bu gün

dodaq büzənlər nə qədər haqlı, nə qədər haqsızdırlar? Həqiqəti üzə çıxarmaq və bu suallara dürüst cavab vermək üçün ədalətli hakim roluna kim iddia edə bilər? Axı, radionun qızğın tərəfdarları, həm də ona tamam biganə olanlar tərəzinin gözünü heç vaxt düz saxlaya bilməzlər.

Mübahisələr öz yerində... Bir anlığa çoxlarının bu fikri ilə razılaşaq ki, radionun dövrü artıq ötüb və televiziya olan yerdə ona ehtiyac yoxdur. Amma iş burasındadır ki, həmin fikirdə olanların özləri də bu gün hər hansı zərurət yarananda radionun düyməsini basmağa məcbur olur, onu dinləməyə vaxt sərf etməkdən çəkinmirlər. Çünki adamlar çox vaxt öz maraq dünyaları üçün lazımi mənəvi qidanı TV-də, yaxud kino və teatrda tapmadıqda ruhi boşluğu doldurmaq üçün radio dalğalarına üz tuturlar. Kimisi musiqi dinləmək istəyir, kimisi yenicə sona çatmış futbol yarışının nəticəsi ilə maraqlanır, kimisi də ciddi-cəhdlə efirdə hansısa vacib xəbəri axtarır.

Azərbaycan dinləyicisi Böyük Vətən müharibəsi illərindən sonra ilk dəfə radioya kütləvi tələbatı, radioinformasiyaya olan ehtiyacı Bakıda 1990-cı ilin qanlı yanvar günlərində duydu. Televiziyanın enerji bloku partladıldıqdan və teleefir susdurulduqdan sonra adamlar bütün ümidlərini radioya bağlamışdılar. O vaxt dünyanı bürüyən qarışıq radio dalğalarında biz məhrəm səsləri axtarırdıq. London, Paris, Roma, Vaşinqton, Ankara, Tehran danışırdı. Münhendən yayılan «Azadlıq» radiosu xüsusilə diqqət mərkəzində idi. Hələ barıt qoxusu çəkilməmiş Bakı küçələrinə, hüznlü evlərə və «indi atəş açacaqlar» xofu ilə yaşayan səksəkəli duyğulara həmin radiodan süzülən səs dalğalarına nə qədər möhtac idik?! Bu dalğaların bizə gətirdiyi gerçək xəbərləri necə hərisliklə gözləyirdik. İstiqlal mübarizəmizin Qərbdə doğurduğu əks-sədanı, könlümüzü ovudan səsləri təşnə qəlb və yanğı ilə dinləyirdik. O zaman, hətta dövlət televiziyası işə düşəndən sonra belə onun rəsmi məlumatlar adı ilə efirə verdiyi birtərəfli, manipulyativ, əsgərsayağı və cansıxıcı informasiyalar dinləyiciləri təmin etmirdi. Biz yenə radionu özümüzə daha yaxın, daha doğma bilirdik...

Radio bu gün də gərəyimizdir. Çoxsaylı TV şəbəkəsinin, o cümlədən ictimai, dövlət və özəl kanalların verilişlərinə, Türkiyədən, Rusiyadan verilən aramsız xəbər bülletenlərinə, peyk antenası ilə ABŞ-dan və Avropa ölkələrindən alınan saysız-hesabsız informasiya buraxılışlarının, arası kəsilməyən xəbər proqramlarının yarışına baxmayaraq, biz yenə də radioya ehtiyac duyuruq. Xışıltılı radio dalğaları arasında bəzən güclə eşidilən «Azadlığ»ın, «Amerikanın səsi»nin, BBC-nin, «Alman dalğası»nın, «Monte Karlo»nun və s. radiostansiyaların artıq bizə tanış olan məhrəm səsini axtarırıq.

Bütün bunlar o deməkdir ki, biz radioya görünməz tellərlə bağlıyıq və ruhumuzu oxşayan efir bizim mənəvi dünyamızın ayrılmaz bir hissəsidir. Digər tərəfdən isə radionu dinləmək üçün heç də eyni vaxtda bir neçə məlumatı eşidib həmin anda nə isə yazan və kiməsə cavab verməyi bacaran Yuli Sezar, yaxud Napoleon olmaq lazım deyil. Çünki istər TV-yə baxa-baxa, istər qəzetləri vərəqləyərkən, istərsə də hər hansı ev işi görə-görə də radionu dinləmək mümkündür. Yəni o, bizdən xüsusi vaxt və xüsusi dinləmə şəraiti tələb etmir. Evdə, yolda, maşında, təyyarədə, qatarda radio həmişə yanımızdadır. Bəs, belə münasib, əlverişli bir texniki vasitə, hər gün ünsiyyətdə olduğumuz kütləvi informasiya kanalı və ya sadəcə məlumat, zövq və bilik mənbəyi kimi radio haqqında nə bilirik? Yaşı yüzü keçmiş «danışan qutu» haqqında bəlkə də belə sual vermək yersizdir. Amma tarixi bilmədən, radionun yaranışı və inkişaf mərhələlərini öyrənmədən, insanın öz səsini yazıb yenidən canlandırmaq uğrunda əsrlər boyu apardığı uzun-uzadı mübarizənin tarixçəsini izləmədən, 20-ci əsrin keşməkeşli hadisələrində, xüsusən «soyuq müharibə» illərində bu simsiz qurğunun nələrə qadir olduğunu araşdırmadan radionun bugünü, onun çağdaş media sistemindəki yeri və cəmiyyəti məlumatlandırma işindəki əhəmiyyətini qavramaq bir qədər çətin olardı.

Radionun tarixi nə vaxtdan başlanır, onun meydana çıxmasına hansı tarixi kəşflər zəmin yaradıb, bu «danışan qutu» hansı inkişaf mərhələlərini yaşayıb? Texniki qurğudan kütləvi informasiya vasitəsinə çevrilmiş radio müasir media strukturunda hansı mövqeyə malikdir? Bu suallara cavab vermək üçün radionun və ilk növbədə, səsyazmanın tarixinə qısa nəzər salmaq vacibdir. Hərçənd ki, bəzən radio tarixindən bəhs edənlər səsin qeydə alınması (yazılıb-səsləndirilməsi) kimi mühüm hadisəni bu tarixdən ayırırlar. Əslində səsyazma ilə bağlı keçirilən sınaqlar tarixi və elektromaqnit dalğalarının kəşfi sahəsində aparılan təcrübələr bir məntəqədə birləşib geniş yola çevrilən ayrıca cığırlara bənzəyir. Lap əvvəldən insan üçün öz səsini (və ya başqasının) yazıb dinləmək, bu səsi (yaxud siqnalı, işarəni, məlumatı) uzaq məsafəyə ötürmək zəruri bir tələbat olmuşdur. Buna görə də biz radionun tarixini elmi-texniki tərəqqi və sosial tələbat baxımından üç dövrə bölməyi vacib sayırıq:

I dövr: *səsin yazılması və yenidən səsləndirilməsi sahəsində axtarışlar.* 16 – 19-cu əsrləri əhatə edən bu dövr birbaşa radionun tarixi ilə bağlı olmasa da, insan nitqinin və musiqinin yazılıb yenidən canlandırılması sahəsində saysız-hesabsız sınaqlar və ixtiralarla səciyyələnir.

II dövr: *elektromaqnit dalğalarının kəşfi, onun praktikada*

istifadəsi, ilk radio qurğularının, ötürücü antenaların yaradılması, radiosiqnalların uzaq məsafəyə ötürülməsi. 1893 – 1920-ci illəri əhatə edən bu dövr radionu bir texniki qurğu kimi, xüsusən ABŞ, Avropa və Rusiyada dəyərli rabitə vasitəsinə çevirdi.

III dövr: *rabitədən informasiya vasitəsinə keçid.* Bu dövrdə gəmiçilikdə və hərbi sahədə rabitə vasitəsi kimi işlədilən radio efirdə insan səsini canlandıraraq (səsyazmanın nailiyyətlərindən də bəhrələnərək) uzaq məsafəyə yaymaqla kütləvi informasiya vasitəsinə çevrildi. 1920-ci ildən başlanan bu dövr bəşəriyyətə «radio» adlı nəhəng media vasitəsi bəxş etdi.

Göründüyü kimi, bu dövrlərin hər biri konkret əlamətləri ilə fərqlənir, amma onların arasında kəskin sərhədlərin cızılması da mümkün deyil. Çünki bu dövrlərin hər biri insanın nağıl və əsatirlərdə dilə gətirdiyi əbədi arzularından biri olan uzağı eşitmək, səsini uzaqlara çatdırmaq («uçan xalça» ilə göyün yeddinci qatına qalxmaq, uzağı görmək və s. ilə yanaşı) cəhdlərinin gerçəkləşməsinə xidmət etmişdir. Hər bir dövr məhz insanın ünsiyyəti genişləndirmək kimi tələbatı ilə bağlı olmuşdur. Xüsusən məlumatın səs dalğaları ilə uzağa (məsələn, gəmidən sahilə və s.) ötürülməsi bizim indiki anlamda qəbul etdiyimiz radionun tarix meydanına çıxmasına təkan vermişdir. Bu prosesdə hər bir mərhələnin özünəməxsus səciyyəvi əlamətlərini öyrənmək üçün həmin dövrləri qısaca nəzərdən keçirək.

Səsyazma tarixindən səhifələr

16 – 17-ci əsrlərdə qəzetlərin, 20-ci əsrdə isə əvvəlcə radionun, sonra televiziyanın sürətlə cəmiyyət həyatına daxil olaraq, kütləvi informasiya vasitəsinə çevrilməsi təcrübəsi göstərir ki, bu kanalların hər biri ayrılıqda öz inkişafında müxtəlif mərhələlərdən keçir. Yəni əvvəlcə müvafiq texniki ixtira baş verir, sonra onun təkmilləşməsi, ictimai mahiyyət kəsb etməsi və kütləvi informasiya vasitəsinə çevrilməsi mərhələsi başlanır. Cəmiyyət həyatında rolu artdıqca, bu kütləvi informasiya vasitələrinin ictimai vəzifəsinin müəyyənləşməsi prosesi gedir, sonra kütləviliyin artması fonunda spesifikanın dəqiqləşməsi, ifadə vasitələrinin, forma və janrların təkmilləşdirilməsi mərhələsi yaşanır.

Hazırda səsyazma sənayesində ən müasir texnologiyalar tətbiq olunur, xüsusən kompyuterin bu sahəyə gəlişi radioda səsin, musiqinin yazılışı, montajı və səsləndirilməsi üçün misilsiz imkanlar açmışdır. Saysız-hesabsız audioproqramlar bu sahədə reportyorlara və səs

rejissorlarına, sözün əsl mənasında, möcüzələr yaratmağa imkan verir.

Bugünüdək əldə olunmuş nailiyyətlər səsyazmanın üç mükəmməl və geniş yayılmış üsulu haqqında danışmağa imkan verir: 1) mexaniki üsul – səsin vala yazılması; 2) fotoqrafik üsul – səsin kinolentinə yazılması; 3) elektromaqnit üsul – səsin maqnit lentinə, diskə və s. yazılması.

Səsyazmanın formalaşması çox mürəkkəb sınaqlardan sonra mümkün olub. Əslində insanın öz səsini yazması, qeydə alıb saxlaması, zərurət olduqda onu yenidən səsləndirməsi təbii bir maraqdan yaranıb. İnsan özünü dərk etdikcə, təbiətin sirlərinə bələd olduqca, öz səsinin də gücünü və sehrini anlamağa çalışıb. Xüsusən elm və mədəniyyətin təşəkkül tapdığı dövrlərdə bu məsələ xeyli aktuallaşıb. Düzdür, səsin yazılmasına göstərilən səylər birbaşa radionun kəşfi ilə bağlı deyil, amma bəşər övladlarının bu sahədəki cəhdləri də, hər halda, elektromaqnit dalğalarının kəşfini qismən stimullaşdırmışdı.

Hələ qədim dövrlərdə insanların yaratdığı tarixi abidələr – qayaüstü rəsmlər, papirus, perqament və daş üzərinə həkk olunmuş kitabələr bu günə qədər yaşamaqdadır. Bu misilsiz abidələri yaradan insanlar özləri, dövrləri və məşğuliyyətləri barədə informasiyanı bugünkü nəslə – bizlərə bu yolla çatdırmışlar. Bu tarixi abidələri yaradan və onu əsrlər boyu mühafizə edən insanların heç ağlına belə gəlməzdi ki, nə vaxtsa sonrakı nəsillər öz canlı səslərini də yazıb saxlamağa müvəffəq olacaqlar.

Səsyazmanın tarixi insanların müəyyən texnologiyaya yiyələndiyi, nəyi isə kütləvi istehsal edib ortaya çıxardığı dövrlərdən başlayır. Bu mənada ticarət əlaqələrinin genişləndiyi orta əsrlərdə sənətkarlığın, şəhər mühitinin inkişafı və texniki yeniləşmə ilə bağlı olan bir sıra amillər insan səsini yazmaq və yenidən canlandırmaq cəhdlərinə təkan verdi. Əlbəttə, həmin dövrdə ixtiraçılar hələ səsin saxlanılması deyil, onun başqa bir mexanizm vasitəsilə yenidən canlandırılıb tələffüz edilməsi üzərində baş sındırırdılar. Məsələn, 13-cü əsrdə Almaniyada müasirlərinin «Böyük Albert» adlandırdıqları mahir mexanik qraf Albert Bolştadski «mexaniki qadın» düzəltmişdi. İnsan səsi kvadratşəkilli həmin mexaniki qurğuya verilir və bir neçə saniyədən sonra bu səs əks-səda üsulu ilə təkrarlanırdı. Əslində bu, olduqca sadə mexanizm idi və daha çox adamları əyləndirməyə xidmət edirdi. Amma bu, səsi yazmaq sahəsində bir təkan oldu və həmin ixtiradan sonra insan səsinin mexaniki tələffüzü və onun qeyd edilməsi üçün müxtəlif tədqiqatlar başlandı. Artıq 1589-cu ildə fizik İ.Port belə nəticəyə gəlir ki, təbiətdə heç bir səs izsiz itmir və onu saxlamaq mümkündür.

1779-cu ildə Rusiya Elmlər Akademiyası səsin mexaniki üsulla

tədqiqinə aid müsabiqə elan edir. Müsabiqədə Peterburq akademiyasının akademiki A.Krotsenşteyn birinci mükafatı alır. O, bir neçə tərpənməyən ağac hissələrindən insan ağzı formasında fiqur düzəltmiş və onun içərisində dil kimi borucuq qoymuşdu. Bu cihaz səsi asanlıqla tələffüz edirdi. Elə həmin il Avstriya alimi V.Gemplenin ixtira etdiyi mexanizm isə iki mürəkkəb sözü tələffüz edə bilmişdi.

Səsin tələffüzü (canlandırılması) imkanı əldə edildikdən sonra Fransa, Böyük Britaniya, Almaniya və Rusiyada ixtiraçılar onun necə yazılıb saxlanması üzərində baş sındırmağa başlayır və çoxlu təkliflər irəli sürürlər. 1807-ci ildə böyük fizik T.Yunq ilk dəfə səsin izlərinin qrafik təsvirini verərək, onu kağız üzərinə köçürür. Lakin bu, hələ bizim anladığımız mənada səs yazılışı olmayıb, sadəcə onun titrəməsinin qeydə alınması (fiksasiya) idi.

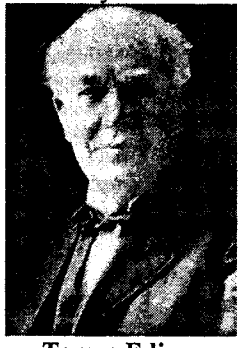
1830-cu ildə alman tədqiqatçısı Vilhelm Veber şüşə üzərində səsi qeydə almağa daha bir cəhd edir. O, kamertonun ayağına iynə bağlayır və onu şüşə lövhəyə toxundurur. İynə lövhə üzərində asanlıqla hərəkət edərək müəyyən izlər qoysa da, səs çıxmır.

10 ildən sonra fransız alimi J.Dyuqamel şüşə lövhələr əvəzinə iti ucluqlara metal silindir bərkidir və metal fırlandıqca onun üzərində dairəvi cızıqlar əmələ gətirir. Kamerton səsləndikcə onun vibrasiyası (səs titrəyişi) iynənin ucuna təsir edir və bu zaman tədricən səs eşidilir. Lakin bu səs, heç də aydın başa düşülmür. Dyuqamel bu ixtirasını *vibrason* adlandırır.

Səsyazma sayəsində daha bir mühüm yeniliyi 1857-ci ildə fransız Leon Skot etmişdir. O, kamertonun əvəzinə silindirin qarşısına çəllək formasında bir qab qoyur. Eksperiment zamanı danışan adam öz səsini çəlləyin boş tərəfinə verir, çəlləyin dibində olan folqaya (zər vərəqə, nazik metal təbəqə) səs təsir etdikcə titrəməyə başlayır. Folqa silkələndikcə, iynə silindir üzərində hava titrəməsini qeydə alırdı. Əvvəlki ixtiralar kimi L.Skotun *fonoavtoqraf* adlandırdığı bu yeni aparat da səs titrəməsini qeydə alır, lakin səsi canlandırıb yenidən səsləndirə bilmir. Amma bu eksperimentlər hədər getmir, L.Skotun və *fonoqraf* (yun. *«səs yazan»* deməkdir) sözünü ilk dəfə işlədən F.Fenbinin bu sahədəki axtarışları həqiqi səsyazma maşınının ixtirasına yol açır.

Davamlı sınaqlardan sonra nəhayət, səsin dəqiq yazılması və onun yenidən, aydın eşitdirilməsini kəşf etmək Amerika ixtiraçısı Tomas Alva Edisona (1847-1931) nəsib olur. Böyük alim 1877-ci ilin dekabrında düzəltdiyi aparatın qarşısında həyəcanla «Meri və onun kiçik quzusu» adlı uşaq şeirini söyləyir. Bir dəqiqədən sonra ixtiraçının köməkçiləri, o cümlədən mexanik C.Krues heyrət və təəccüb içində aparatın həmin şeiri anlaşılmaz şəkildə təkrar etdiyini eşidirlər.

Cəmiyyətin ictimai-siyasi və mədəni həyatının canlı audio xronikası olan səsyazma belə yaranır.



Tomas Edison

T.A.Edisonun ixtira etdiyi cihaz – fonoqraf ilk baxışda çox sadə görünürdü: bir ucu yivlənmiş ox üzərinə taxılan hamar barabandan və dar ağzı ilə bu barabana yapışan kiçik rupordan ibarət idi. Barabanın üzərinə qalaydan hazırlanmış folqa çəkilmişdi. Ruporun dar ağzını qapamış mika (slyuda) pərdəsinin (membranın) ortasına bərkidilmiş, iynənin ucu isə həmin folqanın səthinə toxunurdu. Bütün bu sistem elə tənzimlənirdi ki, adam ağzını rupora tutub danışdıqda, ruporun mika pərdəsi səs dalğasına münasib olaraq titrəyir və iynənin folqa üzərinə gah bərk, gah da nisbətən boş sıxılmasına səbəb olurdu. Səsyazma zamanı oxun dəstəyini müntəzəm surətdə fırlatmaq lazım gəlirdi ki, o, silindiri həm öz oxu ətrafında dolandırsın, həm də onu tədricən ox boyunca yana doğru hərəkət etdirsin. Beləliklə, membranın titrəməsindən asılı olaraq, iynə öz işini görür, qarşısında fırlanan barabanın folqası üzərində səsin səviyyəsinə uyğun dərin və dayaz izlər buraxırdı. Səsin yenidən canlandırılması üçün fonoqrafın oxunu əvvəlcə geriyə qaytarmaq, sonra isə iynəni həmin yazı üzərinə qoyub, fırlatma hərəkətlərini təkrar etmək lazım gəlirdi. Bu vaxt folqa üzərində yazılmış bütün səslər rupordan eşidilirdi.

Bundan sonra fonoqraf müəyyən təkmilləşmə mərhələləri keçmişdir. Əvvəlcə onun silindri nazik mum təbəqəsi ilə örtülmüş disklə, daha sonra isə alüminiumdan, ebonitdən, sellüloiddən və s. yumşaq materiallardan hazırlanmış disklərlə əvəz olunmuşdur. İndi, bizim hamımıza yaxşı tanış olan səsyazma qurğuları, vaxtilə böyük sensasiya qoparmış həmin fonoqrafın təkmilləşdirilmiş formalarıdır.

Hələ 1877-ci ildə Edissonun fonoqrafından «canlanan şəkillərin» səs ilə müşayiət etdirilməsi üçün istifadə olunurdu. Bunun üçün fonoqrafı *zootrop* adlanan qurğu ilə birləşdirib *kinotoskop* – səsli təsvirlər göstərən qəribə bir aparat yaradılmışdı. İki hissədən ibarət olan bu aparatın bir hissəsinə fonoqraf birləşdirilmişdi, o biri hissəsində isə təsvir hərəkət edirdi. Kiçik yeşik içərisində 25-30 dəqiqə ərzində göstərilən bu «səsli kino seansına» yalnız bir adam baxa bilirdi.

T.Edisonun icad etdiyi «danışan» qurğunun peyda olması bütün dünyada, təbii ki, daha çox Avropa ölkələrində böyük maraq doğurmuşdu. Əl ilə işləyən bu mexaniki cihaz 1910-cu ilə qədər kütləvi istehsal edilirdi. Sonrakı 15 il ərzində isə Edisonun

fonoqraflarından Amerikanın notarial kontorlarında *diktofon* kimi istifadə olundu. Bu, daha çox notariuslarda saxtalaşdırmanın qarşısını almaq, əsasən vəsiyyətnamələrin etibarlılığını təmin etmək üçün gərək idi.

Əslində səs yazılışında təcrübi cəhətdən birincilik amerikalılara məxsus olsa da, onun ideyası və nəzəriyyəsi fransızlara aiddir. Bu sırada şair, bəstəkar və ixtiraçı Şarl Kronun adı xüsusi çəkilir. Fransız məxəzlərinə görə, Ş.Kro hələ 1877-ci il aprelin 30-da Fransa Elmlər Akademiyasına şüşə və metal disk üzərində orijinal səsyazma mexanizminin təsviri verilən təklif göndərmişdi. Bundan 10 il sonra isə, 1887-ci ildə alman mənşəli amerikalı Emil Berliner fransız ixtiraçısı Şarl Kronun ideyasını əsas tutaraq, həmin qurğunu təcrübədə sınaqdan keçirərək təkmilləşdirdi. Bir il sonra o, ensiz valla işləyən *qramafona* patent almaq üçün ərizə verdi. E.Berlinerin cihazı səsi daha aydın və ucadan səsləndirirdi. Beləliklə, ilk qrammafon kəşf olundu. Artıq tarixin elmi sərvətinə çevrilmiş və mexaniki üsulla işləyən ilk qrammafon hazırda ABŞ Milli muzeyində saxlanır.

Əvvəllər əllə işlədilən qrammafonlara 1896-cı ildə kiçik motor qoyuldu və daha onları mexaniki üsulla işlətməyə ehtiyac qalmadı. Bundan sonra həmin aparatın və valların kütləvi buraxılışına başlandı. Amma tarix fransızların T.Edissonun fonoqrafına münasibətinin də şahididir. Yəni kəşfindən bir neçə ay sonra – 1878-ci il martın 24-də bu cihaz Fransa Akademiyasının xüsusi iclasında nümayiş etdirildi və «Patentlər bürosu»nda oturanların böyük heyrətinə səbəb oldu. Lakin bütövlükdə Avropada, o cümlədən Fransada bu «danışan maşını» heç də yaxşı qarşılamadılar. Məsələn, akademik Can Bulo ölkə alimlərinin toplantısında var gücü ilə qışqıraraq iclas iştirakçılarına demişdi: «İcazə vermək olmaz ki, canlı insanın səsi cansız dəmirlə əvəz edilsin!»

Rusiyada da Edisonun kəşfi ilk dövrlərdə böyük müqavimətlə üzləşdi. Hətta çar rejimi fonoqraf almış bir nəfəri «mexaniki vəhşini» nümayiş etdirdiyi üçün bir neçə ay həbsxanada saxlamışdı. Amma əyləncəyə meyilli ruslar, sonralar bu aparatı «təbiətin izah olunmaz tapmacası» kimi adamları heyrətləndirmək üçün sirklərdə göstərməyə başladılar.

1885-ci ildə Amerikanın başqa bir ixtiraçısı – Çarlz Taynter digər «danışan maşın»ı – yeni *texniki qramafonu* ixtira etmişdir. Bu qurğu T.A.Edisonun maşınından konstruksiyasının sadəliyi ilə fərqlənirdi və xarici görünüşcə bıçaqlı tikiş maşınına oxşayırdı. C.Taynter qramofonda səs yazmaq üçün nazik metal təbəqənin əvəzinə mumdan istifadə etmişdir. Mumun üzərində iynə sərbəst surətdə gəzişir və səs çıxarırdı.

Elə həmin il (1885) C.Bell və A.Bell üzərinə mum çəkilmiş karton silindrlərdən istifadə edən *qrafofon* adlı cihaz hazırladılar. Bu qurğunun səsi az olsa da, Edisonun fonoqrafından daha keyfiyyətli səsə malik idi. Edison 1886-cı ildə 2-4 dəqiqə işləyən mum silindrli fonoqramı təkmilləşdirdi və 1889-cu ildə satış üçün ilk səsyazma cihazları buraxdı. Tezliklə, Avtomat Fonoqraf Şirkətinin fonoqrafları kütləvi yerlərdə əyləncə maşını kimi peyda oldu və insanlar avtomat patefon vallarını səsləndirən radiocihazın «əcdadı» olan bu qurğuya heyran qaldılar.

Qramafonun başqa bir növünü icad etmiş E.Berhner 1897-ci ildə ABŞ-da Consonun birləşmiş emalatxanasında (Kemben şəhərində) dünyada birinci val fabrikini açır. Bu fabrikdə vallar birüzlü yazılırdı. İkiüzlü valları isə 1909-cu ildən istehsal etməyə başladılar.

Getdikcə qramafonun yeni növləri ixtira edilirdi. 1907-ci ildə Londonda – yeni *okestafon* adlanan bir aparat nümayiş etdirilirdi. Qramafondan fərqli olaraq okestafon yüksək və təmiz səs verirdi. Bir yenilik də o idi ki, bu aparat sıxılmış hava vasitəsilə hərəkətə gətirilirdi.

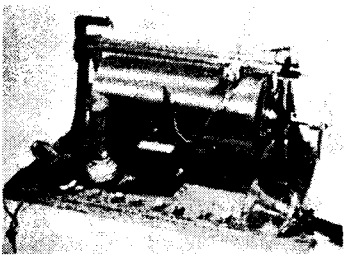
Artıq 19-cu əsrin axırlarında qramafonun yeni forması olan və valları oxutmaq üçün nəzərdə tutulmuş *patefon* öz sadə quruluşuna və möhkəmliyinə görə çox geniş yayılmışdır. Həmin səsyazma aparatı Fransada Pete qardaşlarının sənaye firmasında düzəldilmiş və həmin firmanın şərəfinə patefon adlandırılmışdır.

Qramafonun canı hesab edilən membran səsin verilməsi və tələffüzündə həlledici rol oynayır. İlk membranlar sadə və birdiafraqmalı olduğundan səsin keyfiyyətini olduğu kimi əks etdirmirdi. Rus konstruktoru A.Adikayevski 1917-ci ildə *ikidiafraqmalı membran* düzəltdi. Bu membran səslənmənin keyfiyyətinin xeyli yüksəlməsinə səbəb oldu. Bundan sonra dünya qramafon sənayesi 500-ə yaxın membran növündən, ancaq Adikayevskinin ixtirasından istifadə etməyə başladı.

20-ci əsrin əvvəllərində səsin yazılışında ciddi yenilik edildi: səsyazma zamanı səsi qəbul edən ruporu elektriklə işləyən *mikrofon* əvəz etdi. 1930-cu ildən başlayaraq, SSRİ-də buraxılan valların etiketləri üzərində «elektrozapis» sözləri meydana çıxdı. Bizim zəmanəmizdə qramafonu əvəz etmiş və məişətdə uzun müddət aparıcı mövqe tutmuş *maqnitofonun* ilk nümunəsi isə 19-cu əsrin axırlarında meydana çıxmışdır.

Maqnit səsyazmanı 1898-ci ildə Danimarka fiziki Voldemar Paulsen ixtira etmişdir. Bu işdə ilk dəfə polad məftillər onun karına gəlmişdi. V.Paulsen həmin məftillərdən, indiki maqnitafonların sələfi hesab edilən *teleqrafon* düzəltmişdir. Teleqrafon səsi qəbul edir,

gücləndirir və yenidən səsləndirirdi. Burada səsin keyfiyyəti Edisonun fonoqrafının səsindən o qədər də fərqlənmirdi. Bəzi yerlərdə bu cihazdan «*diktofon*» adı ilə stenoqrafiyada istifadə edirdilər.



Paulsenin səsyazma cihazı

1920-ci ildən etibarən, V.Paulsenin ixtirasından Amerika donanmasında elektrik gücləndiricisinin köməyi ilə radio verilişlərini uzağa yaymaq üçün istifadə etməyə başlayırlar. Həmin ixtira təkmilləşdirilərək *maqnitofon* adı ilə əvvəlcə Amerikada, sonra isə Almaniya və İngiltərədə yayılır. Lakin xalq hələ ondan məişətdə kütləvi surətdə istifadə edə bilmirdi. Ona görə ki, lentlər polad məftillərdən ibarət olduğu üçün çox ağır idi və həm də bu məftillər çətin tapılırdı. Alman alimi H.Pafleumer tezliklə bu çətinliyi aradan qaldırır. O, polad məftilləri maqnitlənmiş nazik lentlərlə əvəz edir və səsi həmin lentlərə yazır. Amma bir problem var idi ki, lent dolanmış vallar (kasetlər) çox sürətlə fırlandığından (saniyədə 76 santimetr) 10 dəqiqəlik səsə qulaq asmaq üçün 500 metr lent tələb olunurdu. 1940-cı ildə Amerika mühəndisi A.Karmos valların fırlanma sürətini tənzimləyərək, lent israfını saniyədə 19 santimetrə çatdırdı və bundan sonra maqnitofonun kütləvi istehsalına başlandı.

1901-ci ildə ABŞ-da «Danışan Maşınlar» şirkəti yaradıldı və opera ulduzlarının ifalarından ibarət «Qırmızı Möhür» adlı birüzlü vallar satılmağa başladı. 1906-cı ildə «Victrola» şirkəti yaradıldı. Bu şirkətin üstünlüyü səsucaldan rupora malik olmasında idi. Kolumbiya Fonoqraf şirkəti musiqi üçün ikitərəfli «Odean» disklərindən (bunu 1905-ci ildə Almaniyanın «Odean» şirkəti yaratmışdı) istifadə edirdi. 10 min buraxılışı olan disk biznesi mənfəətli idi və buna görə də tezliklə populyarlıq qazandı. «Qramafon valları» reallığını qəbul etməyən Edison mum silindr üzərində işləməkdə davam edirdi.

1905 – 1923-cü illərdə səsyazma sahəsində, onun sənayeləşməsi ilə bağlı bir neçə əhəmiyyətli texnoloji dəyişiklik baş verdi. Səsin daha təmiz yazılması üçün «Victrola» şirkəti bəzi texnoloji yeniliklər etdi. Bu həmin vaxt idi ki, səsləri yaxşı yazılmadığına görə bir çox musiqi alətlərindən imtina olunurdu. Müğənnilər ɳəhəng səs qəbuledicisinin qarşısında dayanıb öz mahnılarını uca səslə oxuyurdular. Bu, konsert zalındakı səsdən çox fərqlənirdi. Radionun gəlişi ilə tenorların «qızıl dövrü»nün sona çatmasına qədər hər şey yaxşı gedirdi.

20-ci illərin əvvəllərində radionun bir mədəniyyət hadisəsi kimi meydana çıxıb yayıma başlaması, səsyazma sənayesində də yeni

mərhələ açdı. Həmin dövrdə ənənəvi fonoqrafın texniki keyfiyyəti xeyli yaxşılaşsa da, ictimaiyyətin radionu qəbul etməsi səsyazma sənayesi üçün həm də iqtisadi tənəzzül yaratdı. Vala yazılmış musiqi əvəzinə radio ilə verilən canlı yayım daha yaxşı səslənirdi və ən başlıcası isə musiqini dinləmək pulsuz idi. Məhz bu şəraitdə maliyyə cəhətdən ümidsiz olan fonoqraf sənayesi, tezliklə «radio səsyazma sənayeisi» ilə əvəz edildi.

ABŞ-ın «Victor» və «Columbiya» şirkətləri tamamilə yeni səs diapazonundan istifadə edərək 1925-ci ildə kommersiya məqsədilə ilk dəfə *elektron vallar* satdı. Elektrik səsyazma prosesi tezlik diapazonunu genişləndirdi, yenidən «yüksək səs»lə oxumağa imkan verdi, musiqiçilərə canlı ifa üçün lazım olan studiya şəraiti yaratdı və dinamikli *reproduktor* vasitəsilə evlərdəki fonoqrafı təkmilləşdirdi. Həmin ildə ABŞ-dakı «Brunsvisk» şirkəti ilk mexaniki *səsqəbuledici* ilə müqayisədə daha keyfiyyətli *səsucaldanları* olan ucuz elektrik fonoqrafları satışa buraxdı. 1926-cı ilə qədər bütün simfoniya və operalar 20-dən çox *diskdən* ibarət albomlara yazılırdı (27, s. 337).

Texniki proseslərdən fərqli olaraq, səsyazma sənayesi yerini əvvəlcə radio, sonra isə kino sənayesinə verməkdə davam edirdi. ABŞ bu sahədə liderlik edirdi. 1928-ci ildə bu ölkədəki RCA şirkətlər qrupu məşhur «Victor» səsyazma firmasını aldı və radio qəbuledicilərinə görə patefon-maqintofonların istehsalını dayandırdı. «Böyük Böhran» digər media sahələri ilə müqayisədə səsyazma sənayesinə də daha ağır zərbə vurdu. Valların satışı nə vaxtsa malik olduğu sayın onda birinə düşdü. 1932-ci ildə cəmi 6 milyon val satıldı və 40 min fonoqraf istehsal edildi. Sanki fonoqraf istehsalı tənəzzülə doğru gedirdi. Lakin xilas yolu tapıldı. Ölkə konstitusiyasına düzəliş səsyazma biznesinə parlaq bir yol açdı. 1930-cu illərdə yeni bar və klublarda *patefon-avtomatlar* məskunlaşdı və insanların kütləvi toplaşdıqları yerləri ictimai filarmoniyaya çevirdi.

İkinci Dünya müharibəsi səsyazma sənayesinin tezliklə canlanması ümidini alt-üst etdi. Disk istehsalı üçün lazım olan şellak əldə etmək mümkün olmadı və elektron cihaz istehsalçıları müharibə üçün işləməyə başladılar. Lakin müharibədən sonra səsyazma sahəsində bir növ intibah başlandı. Bu intibahı 3 əsas amil şərtləndirdi: 1) texniki amil – elektromaqnit valların yaradılmasında yeni texnologiyanın tətbiqi və sisteminin təkmilləşməsi; 2) iqtisadi amil – marketinq prosesindəki dəyişikliklər; 3) televiziyanın kütləvi yayıma başlaması və bütövlükdə informasiya vasitələrinin cəmiyyət həyatına təsirinin güclənməsi.

Bu dövrdə elektromaqnit səsyazma geniş vüsət aldı. Lentə

yazılan mahnıları artıq texniki imkanlar sayəsində bir neçə mərhələdən sonra disklərə köçürürdülər. 1949-cu ilə qədər böyük studiyaların çoxu məşhur mahnıları disklərə köçürməzdən əvvəl təmiz səslə lentə yazıb sonra montaj edirdilər. 1950-ci illərdə çarxlı lentlərdən çox istifadə olundu və bu müddətdə aparılan texniki təcrübələr 1960-cı illərdə həmin lentlərin keyfiyyətini xeyli təkmilləşdirdi.

Səs keyfiyyəti yaxşılaşmış lentin təqdim olunması musiqi alətlərinin də səslər üzrə ayrılmasını təmin etdi və maksimal vaxtda montaj etməyə (məsələn, artıq səslərin pozulması və səhvlərin düzəlişi) imkan yaratdı. Bu proses son məhsulun «hazırlanmasında» mühəndisin əsas qüvvə olmasını göstərdi. Müasir istehsal metodları «birbaşa disk» prosesindən istifadə etməklə «lentdən diskə» prosesini aradan qaldırırdı. Hazırda kompyuterlər və elektron maqnitofonlar vasitəsilə daha keyfiyyətli səsyazmalara nail olunur və bu sistem geniş yayılaraq daha da təkmilləşməkdədir.

Səsyazma sahəsində uzun müddət ərzində meydana çıxan müxtəlif ixtiralar getdikcə təkmilləşmiş, hazırda ən müasir texnologiyaya yiyələnmişdir. Məhz bunun nəticəsində tarixi sənədlər arasında daha samballı yer tutan və böyük elmi-tədqiqat əhəmiyyəti olan səslərin mühafizəsi mümkün olmuşdur. Beləliklə, səsyazma sənayesinin inkişafı sayəsində bəşəriyyət, ilk növbədə, özünün səs yaddaşını yarada bilmişdir. Lakin əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, səsyazmanın texnoloji cəhətdən inkişafı ilk dövrdə radionun kəşfi ilə bilavasitə bağlı deyildi, amma sonralar bu proses radio sahəsində axtarışlar üçün ciddi stimul verə bilmişdi.

«Elektrik möcüzələri»ndən radionun kəşfinə doğru

Fonoqrafın kəşfi elektrik teleqrafı və telefonun meydana çıxması sayəsində mümkün oldu. Maqnitofon onu canüzücü mexaniki vərdişlərdən azad etməyənə qədər, fonoqraf özünün elektrik formasını və funksiyasını büruzə vermirdi. Elektrik cərəyanının yaratdığı möcüzələr, onun sirli xassələrinin öyrənilib üzə çıxarılması bir çox kəşflərə, o cümlədən radio sahəsində elmi uğurlara təkan verdi.

Burada söhbət səslər və onların elektromaqnit dalğaları ilə oxşar xassələrindən gedir. O mənada ki, bütövlükdə səslər dünyası mahiyyətcə eyni ani əlaqələr sisteminə aiddir və məhz bu cəhət onu elektromaqnit dalğaları dünyasına yaxınlaşdırır (75, s. 313). Məhz bu fakt fonoqrafla (bütövlükdə səsyazma ilə) radionu bir-birinə bağladı. Təbii ki, «izdivaca» qədər həm səsyazma sənayesi, həm də

elektromaqnit dalğalarının ram edilməsi prosesi mürəkkəb mərhələlərdən, böyük ixtira və kəşflərdən keçmişdi.

Radionun kəşfi birbaşa fizikanın – elektrik və maqnit dalğaları sahəsində dünya elminin qazandığı nailiyyətlərin nəticəsində baş verə bilərdi və tarix hadisələri, məhz bu istiqamətdə irəlilədirdi. Dalğaların öyrənilməsi sahəsində ilk cəhdi ingilis alimi U.Hilbert hələ 1600-cü ildə göstərdi. O, elektrik və maqnit dalğalarını öyrənmək üçün aramsız tədqiqatlar apardı, bundan 50 il sonra alman mühəndisi O.Qerike *elektrostatik* maşın icad etdi.

Fəzada mövcud olan dalğaların öyrənilməsinə marağın ciddi şəkildə artması nəticəsində 1678-ci ildə *işığın dalğa nəzəriyyəsi* (H.Hyungens, Hollandiya) işləndi, 1729-cu ildə *elektrokeçiricilik* hadisəsi kəşf edildi, (S.Qrey, Böyük Britaniya), 1745-ci ildə Almaniya və Hollandiyada *elektrik kondensatoru* yaradıldı. 1791-ci ildə İtaliya alimi L.Qalvani heyvan toxumalarına elektrik təsirinin fizioloji indikatorunu, A.Voltin isə (1799, İtaliya) sabit cərəyanın elektrokimyəvi mənbəyini kəşf etdikdən sonra, Rusiyada V.Petrov 1802-ci ildə *elektrik qövsü* almağa nail oldu.

Fransız mühəndisi Klod Şapp 1792-ci ildə ilk dəfə uzaq məsafələrə xəbər ötürmək üçün yeni bir sistem icad etdi. Onun bu sistemi *semafor* adlı iki qoldan ibarət bir qurğu idi (yun. «*cemafor*» – «işarəverən» deməkdir). Bu qurğunu 49 müxtəlif vəziyyətə gətirmək mümkün idi və hər vəziyyət bir hərfi və ya rəqəmi ifadə edirdi. Şapp bu qurğunu bir-birindən müəyyən məsafələrdə olan yüksəkliklərə yerləşdirir və «operatorlar» bir yüksəklikdən əldə etdikləri məlumatları «oxuyaraq», o birinə ötürürdülər. Şapp bu sistemi ilk dəfə Paris və Lill şəhərləri arasında qurdu. O vaxt bu iki şəhər arasındakı şəbəkənin uzunluğu 225 kilometr idi.

19-cu əsr insan zəkasının çiçəklənməsi, dəqiq elmlər və ixtiralar sahəsində yeni bir era açdı, o cümlədən elektrik və elektromaqnit dalğaları sahəsində tədqiqatları stimullaşdırmaqla, bəşəriyyəti radionun kəşfinə yaxınlaşdırdı. Məhz bu əsrdə – 1820-ci ildə A.Amper (Fransa) elektrik cərəyanlarının qarşılıqlı əlaqəsini kəşf etdi, həmin il danimarkalı alim H.Ersted isə elektrik cərəyanının maqnit təsirini aşkara çıxardı. Təbii ki, bu prosesin sürətlənməsində 1827-ci ildə Om qanunu adı ilə tarixə düşmüş elektrik dövriyyəsinin əsas qanununun tapılması da (Q.Om, Almaniya) mühüm rol oynadı.

Təbii ki, fizikanın bu naliyyətləri kağız üzərində qalmır, insan zəkasının qüdrətilə praktikaya tətbiq olunurdu. Bu mənada rabitənin inkişafında atılan ən mühüm addımlardan biri, elektrik teleqrafının kəşfi oldu. İlk *elektrik teleqrafını* 1837-ci ildə ingilis ixtiraçıları Uilyam Kuk və Çarlz Uitson qurdular. Bu sistemə görə qəbuledici

cihaza naqillər vasitəsi ilə elektrik cərəyanı göndərilir, elektrik cərəyanının hərəkətə gətirdiyi ox isə lövhədəki müxtəlif hərfləri göstərirdi.



Samuel Morze

Amerikalı rəssam və mühəndis Samuel Morzenin 1843-cü ildə tərtib etdiyi xüsusi əlifba isə teleqraf sahəsində inqilab oldu. Belə ki, Morze hər bir hərf üçün xətt və nöqtələrdən istifadə etdi. Bu işarələrin müəyyən say və ardıcıllığı isə bir hərfi bildirirdi. S.Morzenin kağız üzərində siqnalları qeydə alan elektromaqnit teleqraf cihazını ixtira etməsi də ciddi hadisə oldu. Radionun meydana çıxması üçün ilk praktik addımı da 1844-cü ildə məhz S.Morze naqillə ilk elektromaqnit informasiya translyasiyasını həyata keçirməklə atdı.

Bundan sonra 1858-ci ildə ABŞ-da ilk Transatlantik kabel işə salınmış, 1861-ci ildə qitələrarası yüksək sürətli elektrik kommunikasiya sistemi yaradılmış, bu sistem informasiyanı Birləşmiş Ştatlar boyunca yaymağa başlamışdır. 1865-ci ildə Beynəlxalq Teleqraf ittifaqının əsası qoyulmuşdu. 1870-ci ildə isə Qərb dünyası ilə onun ucqar iqtisadi ərazilərini əlaqələndirən sualtı kabel toru çəkilmişdi.

Bəşər tarixinə telefonun ixtiraçısı kimi düşmüş amerikalı Aleksandr Qrehem Bell həmin illərdə naqil vasitəsilə vokal kommunikasiyanı yaratmaq üçün elektrik cərəyanındakı dalğalardan istifadə etmişdi. 1876-cı ildə baş vermiş bu hadisə, yəni səsin elektrik cərəyanında yaranan dalğalar vasitəsilə ötürülməsi Morze kodu vasitəsilə məlumat çatdırmanın yerini tutmuş, telefonun şifrləmə, ötürmə, şifrin açılması kimi imkanları elektrik kommunikasiyanın yaranmasına gətirib çıxarmışdı (27, s. 258).

Telefon insan səsinin əvvəlcə bir ölkə daxilində, sonra isə qitələr arasında ötürülməsinə şərait yaratdı. Qısa bir vaxtda telefon xətləri geniş yayılmağa başladı. 1887-ci ildə artıq ABŞ-da 123 min telefon xətti var idi. Təbii ki, səs yazılmasının kəşfindən sonra onun telefonla uzağa ötürülməsi ilə bağlı bu texnoloji yeniliklər bəşəriyyəti radionun ixtirasına yaxınlaşdırırdı.

Səsin telefonla (naqillə) uzaq məsafəyə verilməsi hələ radionun ixtirası deyildi. Bunun üçün fəzadakı elektromaqnit dalğaları kəşf olunmalı, bu dalğaların axını insanın iradə və istəyinə tabe edilməli, lüğəvi mənasına uyğun olaraq radio (lat. «*radiare*» – şüalandırmaq, şüa buraxmaq) məlumatı naqilsiz, yəni elektromaqnit dalğaları ilə uzağa ötürmək üsulu kimi meydana çıxmalı idi. 19-cu əsrin ortalarından başlayaraq, Avropa elmində bu istiqamətdə ciddi addımlar atıldı.



Maykl Faradey

Əvvəlcə Maykl Faradey (1834, Böyük Britaniya) elektrik sahəsini kəşf etmişdir. Bundan sonra ingilis fiziki Ceyms Maksvell 1867-ci ildə fəzada elektromaqnit dalğalarının mövcudluğu haqqında nəzəri fikirlər irəli sürmüş və bildirmişdi ki, elektrik cərəyanındakı dəyişkənlik dalğa yaradır və bu dalğaları işıq sürətilə naqilsiz ötürmək olar. Maksvelin vəfatından təxminən on il sonra – 1886-cı ildə alman alimi Henrix Hers eksperimentlər yolu ilə U.Hamilton, M.Faradey və C.Maksvelin də vaxtilə haqqında danışdıqları bu dalğaların əks olunma və sınma xassəsini sübut edir. Bir ildən sonra o, vibratorlu antena və qığılcımlı generator ötürücülü elektromaqnit dalğalarının şüalanma üsulunu da kəşf edir. Hətta ayrıca ötürücü hazırlamağa nail olur, amma radionun kəşfinə yaxınlaşa bilmir. Bu tarixi missiya başqa bir ixtiraçının taleyinə yazılmışdı.

Radionun kəşfi 19-cu əsrin sonlarında – 1894-cü ildə italiyalı mühəndis, radiotexnik Qulyelmo Markoniyə nəsib olur. Uzaq məsafəyə hava dalğaları ilə simsiz xəbər göndərmək marağını təmin etmək üçün Boloniyadakı evinin damında inadla təcrübələr aparan ixtiraçı, nəhayət, öz istəyinə çatır.

Fəza dalğalarının fatehi

Təxminən 115 il əvvəl etdiyi bu inqilabi kəşf müasir dünyanın simasının kökündən dəyişməsinə səbəb oldu. Uzaq obyektlərlə naqilsiz (simsiz) rabitə yaratmağa imkan verən bu kəşfin müəllifi Qulyelmo Markoni hələ məktəbliykən beynindən çoxlu ixtiralar etmək istəyi keçirdi. 20 yaşında olarkən elektromaqnit dalğaları haqqında oxuduğu bir yazı onu çox cəlb etdiyindən gənc mühəndis eksperimentlərə başladı. O, xəyali olanları praktikada tətbiq etmək qərarına gəldi. Markoninin valideynləri (atası italyan, anası ingilis idi) övladlarının çox xərc aparan eksperimentlərinə pul ayırmaqdan çəkinmədilər. İnadkar Markoninin işləri pis getmirdi. Nəhayət, sistemli bilik və inadkar səylər öz nəticəsini verdi. İnanılmaz idi, qısa müddətdə Markoni nəinki öz arzusunu həyata keçirdi, eyni zamanda dünyanın az qala ən məşhur adamına çevrildi.

İtaliyada yaşayan Markoni 21 yaşında İngiltərəyə köçdü və orada naqilsiz (simsiz) rabitə şirkəti yaratdı. Bu şirkətin istehsal etdiyi rabitə cihazları ilə gəmilərdən sahilə Morze əlifbası ilə məlumat vermək olurdu. Artıq 1900-cü ildə Markoni 100 mil uzaqda olan obyektə hava

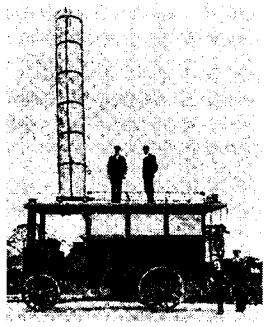
dalğaları ilə siqnal göndərməklə dünyanı heyrətə gətirdi. Lakin gəmilər bu məsafədən o yanda heç yerlə əlaqə yarada bilmirdilər. Markoni o vaxt sadə bir ideyaya söykənib simsiz rabitə sahəsində yeni, nəhəng sıçrayışa nail oldu. İxtiraçı mühəndis Atlantik okeanı üzərindən Avropadan Amerikaya 2 min mildən çox məsafəyə radio siqnalları göndərmək qərarına gəldi. O dövr üçün bu, çox çətin, bir az da ağlasığmaz iş idi. BBC-nin bu tarixi hadisəyə həsr olunmuş «Fəza dalğalarının fatehi» filmində (2001) bu proseslər çox dəqiq göstərilir. Məşhur ixtiraçının irsini əsaslı surətdə tədqiq edib öyrənən yazıçı Geven Vitman həmin filmdəki çıxışında bildirir ki, Avropa ilə Amerika arasında rabitə yaratmağa çalışan Markoni əmin idi ki, kifayət qədər yüksəkdə olan antenanın və güclü qığılcımın köməyilə istənilən məsafəyə radio siqnalı göndərmək mümkündür. Alimlərsə yekdilliklə bu ideyanı cəfəngiyat sayırdılar. Lakin Markoni və onun şirkəti bu ideyanı həyata keçirməyin mümkünlüyündə təkid edirdi. Ona görə də şirkət 2-3 milyon funt sterlinq xərcləyərək sübut etdi ki, radio siqnallarını ən uzaq məsafələrə belə çatdırmaq olar.

Markoninin texnologiyası o vaxt üçün əsil inqilab idi. Onun ixtirasından İngiltərənin cənub – qərb sahillərində artıq geniş istifadə olunurdu. Əvvəlcə Lezerpoiddə yeni dalğaları ötürməyin metodikası və bunu gerçəkləşdirə bilən avadanlıq hazırlandı, sonra onlardan radio siqnallarını okeanın o tayına ötürülməsində istifadə etməyə başladılar. Bunun üçün ayrıca stansiya tikilmişdi. Markoninin qrupu bu stansiyadan ona görə istifadə edirdi ki, siqnalların buradan 7 mil aralıda yerləşən digər stansiyaya mane olub-olmayacağını müəyyənləşdirsinlər. 1900-cü ilin oktyabrında tikilmiş bu stansiya Atlantik okeanın o tayına ilk siqnalın göndərildiyi bazaya çevrildi. 200 fut yüksəklikdə olan bu sistem o vaxt dünyada ən hündür antenaya malik idi. Stansiya işləyən zaman nəhəng generatorlar insan qolu böyüklükdə qığılcımlar buraxırdı. Bu qığılcımların səsi stansiyadan bir mil aralıda da eşidilirdi.



Qulyelmo Markoni

1901-ci ilin payızında sistem işə düşməli idi. Lakin sentyabrın 17-də gözlənilməz hadisə baş verdi, fırtına çox mürəkkəb bir qurğu olan antena-qüllə sistemini dağıtdı. Amma Markoni asanlıqla inadından əl çəkən deyildi. O, şirkətin bütün imkanlarını səfərbərliyə alıb antenanı bir qədər kiçik ölçüdə olsa da bərpa etdi. Bundan sonra o, Kanadaya – Nyu Faundlendə getdi və siqnalı qəbul etməyə hazırlaşmağa başladı. Orada Markoni çərpələng quruluşuna əsaslanan orijinal bir sistemdən istifadə edirdi, məhz həmin «çərpələngin» köməyilə o, səmaya bir antena qaldırdı. 1901-ci il dekabrın 12-də



Markoninin səyyar radiostansiyası

Markoni köməkçiləri ilə birlikdə Londondan verilən – 3500 km-dən gələn dalğada «S» hərfinin 3 Morze siqnalını Kanada sahillərində eşidə bildilər. Bu, bir əsr ərzində bəşəriyyəti qığılcımdan süni peykə aparmış fantastik yolun başlanğıcı idi. Həmin vaxt 27 yaşı olan və sonralar – 1909-cu ildə bu kəşfinə görə K.Brude ilə birlikdə Nobel mükafatı alan Markoninin özü də bu prosesin elmi tərəfini başa düşə bilmirdi. Lakin o, bunun mümkün olduğunu təcrübədə sübuta yetirdi və alimləri vadar etdi ki, bu kəşfin nəzəriyyəsi üzərində düşünsünlər. Beləliklə, radio dalğalarının monosferdən əks etməsi barədə bu nəzəriyyə müasir rabitənin bünövrəsini qoydu. İndi çağdaş dünyanı Markoninin bu kəşfindən sonra yaranmış radio, kosmik rabitə, telekommunikasiyasız təsəvvür etmək mümkün deyil.

Q.Markoni ilə təxminən eyni vaxtda, 1895-ci ildə rus mühəndisi Aleksandr Popov da elektromaqnit dalğalarını kəşf etmiş və onun tapıntısı dərhal təcrübədə sınaqdan keçirilmişdi. Elektromaqnit dalğaların mövcudluğunu göstərməyin daha həssas və etbiralı üsulunu tapan A.Popov bu dalğaları bilavasitə qeydə alan «Kogerer» adlı ölçü cihazı da düzəltmişdi. Bu cihaz içərisinə xırda metal qırıntıları tökülmüş iki elektrodlu şüşə borudan ibarət idi. Cihazın iş prinsipi elektrik boşalmalarının metal tozuna göstərdiyi təsirə əsaslanırdı. 1900-cü ilin sərt qışında Finlandiyada – Lavensaari gölündə qəzaya uğramış balıqçıların xilas edilməsində A.Popovun təklif etdiyi bu cihaz radioteleqraf kimi mühüm rol oynadı və bundan sonra rus mühəndisinin ixtirasına diqqət xeyli artdı.

Son dövrlərdə, yəni dünya elmi ilə təmaslar artdıqca, o cümlədən radionun tarixi ilə bağlı dəqiq bilgilər çoxaldıqca Rusiya alimləri yanlış olaraq «radionu kim kəşf etmişdir – Markoni, yoxsa Popov?» dilemmasını ortaya atmağa çalışırlar. Əlbəttə, radionun inkişafında A.Popovun xidmətləri danılmazdır. Amma dünya radionun banisi kimi Markonini tanıyır. Amma yaxşıdır ki, bu sahədə A.Popovun ixtiraları da danılmır. Məsələn, son dövrün bir çox sorğu kitablarının səhifələrində Markoni və Papov «barışdırılır». Göstərilir ki, bu ixtiraçılar radio ideyası üzərində demək olar ki, eyni vaxtda çalışmışlar. Hətta Popov radio siqnalları ötürən antenanı 1893-cü ildə ixtira etmiş, Markoni isə belə bir antenaya 1896-cı ildə patent almışdı (58, s. 373). Amma bu da tarixi faktdır ki, Popovun ixtira etdiyi ötürücü 1900-cu ildə Parisdə ümumdünya sərgisində qızıl medal aldığı vaxt

Markoninin ötürücüləri artıq geniş tətbiq olunurdu. Məsələnin bu tərəfi də var ki, Markoninin ixtiraları Avropa və ABŞ-da reklam olunduğu bir vaxtda Rusiyada Papovun ixtiralarını gizlətməyə, hərbi sirr kimi saxlamağa çalışırdılar.



Aleksandr Popov

Əlbəttə, Rusiya alimlərinin əsassız arqumentlərlə çıxış etməsi təkcə bu səbəblə bağlı deyil, sadəcə olaraq «soyuq müharibə»nin ilk illərində (1946 – 1950) İ.V.Stalinin sovet yazıçıları qarşısında xarici mədəniyyəti, o cümlədən «kapitalist elmini» qəbul etməmək, ona əyilməmək barədə çıxışı (58, s. 568), bütövlükdə pis bir tendensiyanın – SSRİ-ni dünya elmi və mədəniyyətindən ayırmağa yönəli cəhdlərin genişlənməsinə təkan vermişdi. Məhz o zaman elm və texnika sahəsində rus prioritetləri barədə şişirdilmiş məlumatlər çap olunmağa, bu barədə ensiklopediya formatlı illüstrasiyalı nəşrlər meydana çıxmış, çox şeydə «rusların birinciliyi» barədə əfsanələr quraşdırılmışdı. Məhz belə bir ideoloji kampaniya şəraitində radionun kəşfi Popovun, maddə kütləsinin itməməsi qanunu Lomonosovun və s. ayağına yazılmışdı. Təəssüf ki, Rusiyanın bəzi alimləri indi də həmin əhvali-ruhiyyə ilə yaşayırlar.

Halbuki, tarixi bilgiyə görə A.Popov özü Markoninin uğurlarına çox normal yanaşmış, onun uğurlarını çox sakitliklə izləmişdi. Bu iki görkəmli ixtiraçının görüşü də maraqlı tarixi faktdır. Markoni Paris sərgisindən sonra Rusiyaya gələrək A.Popovla görüşmüş (hərçənd ki, Stalin dövründə çəkilmiş rus filmində bu görüş çox eybəcər təqdim olunub) və fikir mübadiləsi aparmışlar. Bu görüşdən sonra A.Popov radiotexnika sahəsindəki işlərini daha da intensivləşdirmişdir.

Markoninin birinciliyinə şərik olmaq istəyənlər təkcə ruslar deyil. Elə Amerikanın özündə də elektromaqnit dalğalarını «ram» etmiş bu böyük ixtiraçıdan əvvəl kəşf edənlərin olduğunu iddia edənlər var. Məsələn, bəzi mənbələrdə qeyd olunur ki, hələ 1872-ci ildə Maklon Lomis adlı bir amerikalı mühəndis Vircinyada iki dağ arasında simsiz məlumat göndərilməsi ilə bağlı uğurlu sınaqlar aparıb və hətta bu kəşfi – simsiz teleqraf üçün patent də alıb (45, s. 89). Yenə də konkret qaynaqlara əsasən göstərilir ki, radionun banisi xorvat əsilli amerika alimi Nikola Tesladır və güya Markoninin zirəkliyi, çox reklam olunması bu «təvazökar» alimin ixtiralarını kölgədə qoymuşdur (45, s. 89-90). Ədalət naminə deyək ki, bu iddiada olanların bəzilərinin ciddi əsasları da vardır. Məsələn, ABŞ Ali məhkəməsi 1943-cü ildə xüsusi qərarla N.Teslanın Markonidən əvvəl fəzada elektromaqnit dalğaları ilə yayım apardığını təsdiq etmişdir. Lakin fizika elmi və praktika üçün

Teslanın üzə çıxardığı elektromaqnit dalğalarının məlumat ötürmək üçün yararlı bir vasitə olub-olmaması qaranlıq qalmışdır. Beləliklə, bütün mübahisə və iddialara baxmayaraq, radio tarixini araşdıranların fikrincə, dəqiq bilinən bir şey vardır ki, radio adlı möcüzəni bəşəriyyətə Q.Markoni bəxş etmişdir (104, s. 168). Ona görə də artıq tarix bu mövzuda gərəksiz mübahisələrə həvəsli görünmür.

Radionun ilk addımları

Radionun ilk dövrünə qayıdaq... Bu elə bir dövr idi ki, praktik cəhətinə, məlumatı, siqnalı simsiz teleqraf kimi ötürə bilmək qabiliyyətinə görə radio tez bir zamanda dənizçilərin və hərbçilərin diqqətini cəlb etdi. Ordu quruculuğunda, xüsusən hərbi dəniz donanmasında və döyüş əməliyyatlarının tənzimlənməsində bu cihaz geniş tətbiq olunmağa başladı. Artıq XX əsrin əvvəllərində radio mühüm əlaqə vasitəsinə çevrilirdi. Radionun sürətli addımları texnoloji cəhətdən mükəmməl cihazların da meydana çıxmasını tələb edirdi. İlk radioqəbuledicilər isə olduqca bəsit idi və onlar maqnit dalğalarını yaxşı tuta bilmirdi. İlk dəfə 1904-cü ildə ingilis alimi Con Fleminq ikielektrodlu termononik bir lampa – radio düzəltdi. Onun bu qurğusu ilk dəfə dalğavari elektrik axınını düz axın şəklinə salaraq elektrik dövriyyəsini sürətləndirdi və radiodalğaların qəbulunu xeyli asanlaşdırdı. Bir il sonra ABŞ alimi L. de Forestin üçelektrodlu elektron lampası meydana çıxdı. Həmin alim 1907-ci ildə isə birbaşa gücləndiricili lampa radioqəbuledicisinin sxemini ixtira etdi.



Radio lampa (1904-cü il)

20-ci illərdə kütləvi radioyayımların başlanması, efirdə müxtəlif səpkili verilişlərin yaranması rabitənin bu növünü həm kütləvi informasiya vasitəsi, həm də maarif və mədəniyyət çarçısına çevirdi. Bu isə yarandığı vaxtdan radionun cəmiyyətin mənəvi həyatına sürətlə daxil olmasına imkan verdi. O, insanlar arasında ünsiyyət qaydalarına, mədəniyyəti öyrənən və təbliğ edən qurumlara, bir sözlə, həyat və fəaliyyətin bütün sahələrinə mahiyyətcə o qədər yenilik gətirdi ki, artıq bu simsiz teleqraf hər yerdə, həqiqətən, möcüzə kimi qəbul olundu. Radionun yaranmasından əvvəl də, sonra da elə bir mütərəqqi yenilik xatırlamaq çətindir ki, cəmiyyətdə belə yekdil həyəcan və heyranlığa səbəb olsun.

Uzun müddət heç kəs düşünmürdü ki, radio kütləvi auditoriyaya yönələn yayım vasitəsi olacaqdır. Hələlik ona yalnız xüsusi məqsədlər

– daha çox rabitə işləri üçün istifadə olunacaq alət kimi baxılırdı. Lakin Avropanın bəzi ölkələrində və ABŞ-da radionu insanların xidmətinə vermək üçün işlər aparılırdı. Bu məqsədlə elit qruplar da yaranırdı. Markoninin çalışdığı Amerika Radio korporasiyasının (ARK) radioteleqraf və radiotelefon sahəsində intensiv təcrübələr aparmağa başlaması bu işə ciddi təkan oldu. Şirkətdə ümid edirdilər ki, insan səsini tiranslyasiya etmək, məlumatı bir yerdən başqa yerə ötürmək üçün naqillərdən daha əlverişli vasitə tapacaqlar. Xüsusən, okeanda olan gəmilərlə məlumat mübadiləsi vacib sayılırdı. Əslində indi ingilis dilində çox işlək olan «*broadcast*» (kütləvi yayım) sözünün mənşəyi dəniz donanmasına mənsubdur. Bu, əmrləri donanmada yaymaq demək idi.

ABŞ-da 1910-cu ildə qəbul edilmiş birinci qanuna görə bütün sərnişin gəmiləri mütləq radioötürücü qurğuya malik olmalı idi. İkincisi, 1912-ci ildə qəbul edilmiş məşhur Radio Qanunu bütün radio operatorlarından Kommersiya Katibliyindən lisenziya almağı tələb edirdi. Bir ildən sonra gənc mühəndis David Sarnov qəzaya uğrayaraq batmaqda olan «Titanik» gəmisindən siqnallar alıb yüzlərlə insanın həyatını xilas etməklə radionun əhəmiyyətini bir daha nümayiş etdirdi. 1912-ci il qanunu radio kommunikasiyasını hərtərəfli tənzimləyən ilk əsaslı cəhd idi (27, s. 259).



David Sarnov

Cəmiyyətin radioya tələbatı getdikcə artırdı. Həmin dövrdə artıq nüfuzlu ixtiraçı kimi tanınan D.Sarnov 1916-cı ildə baş mühəndisi olduğu «American Marconi» şirkətindəki müdirinə radionun yeni üsulla istifadəsinə dair yazdığı təkliflərdə deyirdi: «Mənim beynimdə radionu pianino, fonoqraf kimi «ev əşyası» edə biləcək səviyyədə inkişaf etdirmək planları var. İdeya odur ki, musiqini evlərə simsiz teleqrafla gətirək... Bu qəbuledici «Musiqili Radio Qutusu» kimi dizayn olunar və müxtəlif diapazonlu dalğalar üçün nəzərdə tutula bilər» (86, s. 46-47). Bəzi tədqiqatçıların yazılma tarixini şübhə altına almağa cəhd etdiyi, amma tarixə «Sarnov memorandumu» kimi daxil olan bu sənəddə belə bir inam ifadə olurundu ki, yaradılacaq yeni radioqurğu, xüsusən ucqarlarda yaşayanlar üçün əlverişli olacaq, onlar radio ilə konsert, mühazirə və bədii qiraət dinləyə biləcəklər (71, s. 18).

Təkcə ABŞ-da deyil, Avropa ölkələrində, o cümlədən Rusiyada da radionun gələcək imkanları barədə nikbin və dəqiq proqnozlar verilirdi. Məsələn, 1917-ci ilin noyabrında Petroqradda hərbi radio

mütəxəssislərinin qurultayında «Radioteleqrafın və radiotelefoniyanın gələcəyi» mövzusunda məruzə edən görkəmli rus radiomühəndisi Aleksandr Uqlov sanki hər şeyi qabaqcadan görürmüş kimi belə deyirdi: «Baxın, öz mənzilinizdə qəbuledici radiostansiya dayanıb. Ortabab mizin üstündə bir metal çərçivə və gücləndirici qoyulub. Yanında isə dalğası göstərilməklə ötürücü stansiyaların siyahısı asılıb. Mənzilin sahibi səhər tezdən daha qəzetləri oxumur, sadəcə olaraq qulağındakı simsiz telefonla qəzetləri dinləyir. Nahar zamanı o, son xəbərləri eşidir, axşam isə güclü radiotelefon qurğusunun köməyi ilə Rusiyaya və Avropaya verilən operaya da qulaq asa bilir... Alimlər radiotelefon vasitəsilə məruzələr oxuyacaq, diskusiyyalar aparacaqlar. Bu yolla radio bütün dünya mədəniyyətdə möhtəşəm rol oynayacaq və... bütün bəşəriyyəti bir ailə şəklində birləşdirə biləcək» (57, s. 27).

Okeanın hər iki tərəfində ixtiraçıların belə nikbin proqnozlar səsləndirməsi ondan xəbər verirdi ki, artıq siqnalı hər hansı məlmuatı naqilin köməyi olmadan elektromaqnit dalğaları ilə uzağa ötürən (hələlik məlumat Morze əlifbası ilə verilirdi və efirdə insan səsi, nitq yox idi) radionun həm də qəzetdən sonra yeni informasiya vasitəsi kimi də tarix səhnəsinə çıxacağı gün uzaqda deyil.

Bəs insan səsi, danışıq (niqt) radioda ilk dəfə nə vaxt və hansı ölkədə canlandırılıb? Radio tarixçiləri bu məsələdə daha çox dolaşıqlıq haqqında danışırlar. Məsələn, bəzi mənbələrdə qeyd olunur ki, simsiz efirdə ilk dəfə insan səsini 1900-cu ildə amerika alimi, Pitsburq universitetinin professoru R.Fessenden səsləndirib (67, s. 14). Başqa mənbəyə görə isə bu tarixi addımı 1906-cı ildə reklam ustası kimi tanınan Lui de Frosta atıb (45, s. 90). Təbii ki, birincilər sırasında artıq o dövrdə məşhur olmuş D.Sarnovun adını çəkənlər də az deyil. Hələlik tədqiqatçılar insan səsinin ilk dəfə kütləvi şəkildə Almaniyada səsləndirilməsi fikri ilə razılaşırlar.

Artıq insan səsinin radioya gətirilməsi bu simsiz və «danışan» qutunun bir möcüzəyə çevriləcəyini yaxınlaşdırırdı. Radionun bir media vasitəsi kimi təşəkkül tapması prosesində heç kim ona biganə qalmırdı. Radio hamını – kəndlini də, alimi də, şairi də, musiqiçini də, dövlət xadimini də eyni dərəcədə heyrətə gətirirdi. İlk dövrlər çoxları üçün radioda çıxış etmək böyük xoşbəxtlik idi. Çünki az-çox fərdi təxəyyülü olan hər bir kəs mikrofon aparatının arxasında on minlərlə dinləyicini görür və hesab edirdi ki, onu qədim dövr Roma natiqlərinin yuxusuna belə girməyəcək sayda kütlə dinləyir.

Radio təsəvvürlərdə fövqəladə dərəcədə istedadlı uşaq kimi idi. O, nəinki özünün imkanları barədə ən cəsarətli mülahizələri inamla doğruldur, hətta adamların məişətində, mənəvi həyatında, cəmiyyətin informasiya ilə idarə edilməsində iştirakını gündən-günə geniş-

ləndirirdi. Radio «danışmağa» başladığı gündən cəmiyyəti və insanları bir-birinə yaxınlaşdırırdı.

Birinci Dünya müharibəsində radionun hərbi məqsədlər üçün geniş istifadəsi onun bir kommunikasiya vasitəsi kimi böyük imkanlara malik olduğunu göstərdi. Ona görə də müharibədən sonra Avropa və ABŞ-da radio yayımını genişləndirmək üçün yeni addımlar atıldı. Artıq 1919-cu ildə ABŞ-da radioqəbuledicilər kütləvi satışa çıxarılmağa başladı. 1920-ci ildə isə üç şəhərdə – Vaşinqton, Nyu-York və Los-Ancelesdə radio yayımına başlanıldı. Ölkədə keçirilən prezident seçkilərini işıqlandırmaq üçün 1920-ci il noyabrın 2-də ABŞ hökuməti radiostansiya şəbəkəsinə kredit ayırdı. Əgər həmin vaxt ölkədə cəmi 9 stansiya fəaliyyət göstərirdisə, iki ildən sonra – 1922-ci ilin sonunda onların sayı 600-ə çatdı və radio satışından 60 milyon dollar qazanc əldə edildi. 1923-cü ildə radiocihazların satışı 2 dəfə artdı, 1924-cü ildə də isə bu satış 358 milyon dollar vəsait gətirdi. Radio öz ətrafına sayı milyonlara çatan böyük auditoriya topladı. Onlar məlumatı sürətlə yayan bu yeni texnologiyanı heyranlıq və pərəstişlə qarşılayırdılar (27, s. 259). Müqayisə üçün deyək ki, əgər 1925-ci ildə SSRİ-də 24750 radioqəbuledici var idisə, həmin dövrdə ABŞ-da bu cihazların sayı 2 milyonu ötmüşdü (79, s. 13).

Yayım prinsipləri və proqramlaşdırma işinin formalaşmadığı üçün ilk vaxtlar stansiyalar əllərinə keçən hər şeyi – musiqini, idman xəbərlərini, son xəbərləri, hava haqqında məlumatı, dram əsərlərini, konsertləri qarışıq bir şəkildə efirə verirdilər. Lakin düşünülmüş proqramlaşdırma işi genişləndikcə dinləyici auditoriyası sosial parametlərə və zövqə görə get-gedə fərqləndikcə, radionun qazancı ilə istehsal xərcini ödəmək mümkün olmurdu. Doğrudur, hələlik şirkətlər reklama üz tutmaq, ondan gəlir mənbəyi kimi istifadə etmək həvəsində deyildilər, xəbərlərə, əyləncəyə, təhsilə olduqca geniş imkanlar açmağa çalışırdılar, amma bununla yanaşı radio reklamı doğrudan da inkişaf edərək yeni və gəlirli bir sahəyə çevrilirdi.

Bu dövrdə **ABŞ radio sistemində** özünü göstərən əsas meyil sürətli təşkilatlanma (yeni radio şəbəkələrin yaranması) və istehsalçıların, ticarətçilərin yayıma sponsor kimi cəlb edilməsi və onların maliyyə dəstəyi ilə məşhur şou proqramların yaranması idi. Təşkilatlanma prosesləri, xüsusən 20-ci illərin sonlarında xeyli sürətləndi. Məsələn, 1926-cı ildə AT&T şirkəti proqram yayımından uzaqlaşdı, onun yerini yeni nəhəng korporasiya – RCA tutdu. 1919-cu ildə radio istehsalçılarının satış məqsədi kimi fəaliyyət göstərən RCA öz mövqeyini möhkəmlətdi və əvvəldə adını çəkdiyimiz məşhur D.Sarnovun iştirakilə ilk Milli yayım şirkətini (NBC – En-Bi-Si) yaratdı. 1927-ci

ildə isə Kolumbiya yayım sistemi (CBS – Si-bi-es) yaradıldı və məhsuldar bir şəbəkə kimi işləməyə başladı (27, s. 260). Artıq bu dövrdə universitet radioları da yayımını genişləndirmiş və ilk növbədə tədris proqramları ilə dinləyiciləri özünə cəlb etməyə başlamışdı.

Stansiyaların sayı çoxaldıqca yayım vaxtı efirdə onların siqnalları bir-birinə qarışırdı. Aydınca görünürdü ki, radioyayımın bir sistem kimi mövcud olması üçün müəyyən qanunlar tətbiq edilməlidir. Bunun üçün də radio diapazonunda yayım mediasını kanalların sayına və ayrılan yerə görə fiziki cəhətdən məhdudlaşdırmaq üçün tədbirlər görülməyə başladı. Hələ əsrin əvvəllərində Berlin Konfransının (1903) müzakirə etdiyi bu problemin daha da kəskinləşməsini nəzərə alan Havana Müqaviləsi (1925) radio tezliyindən istifadəyə dair beynəlxalq qaydaları müəyyənləşdirdi. Bu qaydalara görə müəyyən edilmiş kanalların ölkə daxilində istifadəsinə nəzarət ayrı-ayrı hökumətlərin ixtiyarına verildi. Hava dalğalarının ictimaiyyətin milli sərvəti olması haqqında məlumatın yayılması qanuni qərar qəbul edilməsi prosesinə təsir göstərməyə başladı. Məsələn, ABŞ Konqresi 1934-cü ildə Federal Kommunikasiya Aktını qəbul etdi. Bu akt əsasında ölkədə telefonun, teleqrafın, radiokommunikasiya sisteminin «ictimaiyyətin marağı və rahatlığı» baxımından tənzimlənməsi məqsədi ilə Federal Rabitə Komissiyası (FRK) yaradıldı.

ABŞ-da 1929-1945-ci illəri şəbəkə radiosunun «qızıl dövrü» kimi səciyyələndirirlər. Məhz bu dövrdə radio texniki problemlərini həll edərək, efirdə yüksək səviyyəli, mükəmməl proqramlarla sabitliyə nail oldu. Artıq bütün ölkə görünməz tellərlə radioya bağlanmışdı. Təkcə bir proqram – «AMOS 'n' Andy» buna nümunədir. Başqa proqramlarla müqayisədə bu veriliş radio yaradıcılığına, xeyli dəyişikliklər gətirdi.

«AMOS 'n' Andy» 1928-ci ildə efirə çıxmış və hər həftəiçi 5 gün ərzində gecə vaxtı 15 dəqiqə efirə verilməklə 30 il davam etmişdi. Bu proqram yeni efir formatlarının yaranmasına təkan verdi, o cümlədən serial və radio komediyaların əsasını qoydu. Bütövlükdə bu veriliş ABŞ-ın yeni formalaşmaqda olan efir həyatına bir canlanma gətirdi, həm də radioya qulaq asmayanlara və şəbəkə sponsorlarına sübut etdi ki, radio reklamı işləyir. Bu mənada həmin illərdə ABŞ həyatını təsvir edən ingilis yazıçısı B.Şounun fikirləri yaddaqalandır: «Amerika ilə bağlı üç şeyi – Qayalı dağları, Niaqara şəlaləsini və «AMOS 'n' Andy»-ni mən heç vaxt unutmayacağam».

1930-cu illərdə ABŞ-dakı iqtisadi böhranla bağlı yaranmış Böyük Durğunluq radio partlayışında mühüm rol oynadı. Ölkə maliyyə problemləri içində sıxıldığı bir vaxtda, faktiki olaraq əyləncə ilə təsəlli

rahatlıq tapırdı. Çox çəkmədi ki, 1929-cu ildə reklamçılar «AMOS 'n' Andy»-dən şirkətlərin buraxdığı diş pastalarını reklam etmək üçün vaxt aldılar. Bununla da dərhal diş pastası satışında sıçrayış baş verdi. Reklamçılar sponsorların məhsullarını canfəşanlıqla proqramda yerləşdirirdilər. Əgər 1920-ci ildə radiolar reklamdan 25 milyon dollardan artıq gəlir əldə etmişdilərsə, 1929-cu ildə bu rəqəm 440 milyona çatmışdı (27, s. 261).

Həqiqətən də şəbəkənin iqtisadi vəziyyəti o dərəcədə yaxşı idi ki, hər birinin geniş filialları olan NBS – *Qırmızı*, NBS – *Mavi* və CBS ilə rəqabətə girmək üçün 1934-cü ildə dördüncü radio şəbəkəsi – Mutual yayım sistemi (MBS – Em-bi-es) yaradıldı. 1935-ci ilə qədər MBS-nin 60 filialı var idi ki, onlar da digər şəbəkələrin çoxsaylı filialları ilə rəqabət aparırdı. Şəbəkə rəqabəti gücləndikcə, proqramların xərcləri çoxaldıqca, radio əməkdaşları dinləyicilərin sayı, auditoriyaların miqyası barədə daha çox şey bilmək istəyirdilər. Bu tələbatı ödəmək üçün 1935-ci ilə qədər bir neçə xüsusi araşdırma təşkilatı yaradıldı və həmin sorğu – araşdırma qurumları auditoriyalar haqqında dəqiq informasiyalar verməyə başladılar. Həmin dövrdə ABŞ-da 22 milyondan artıq mənzildə radio var idi.

Həmin dövrdə radioyayımı ilə bağlı bəzi qanunvericilik addımları da atıldı. 1935-ci ildə Amerikanın Vəkillər Assosiasiyası haqqında Qanunun 35-ci maddəsinə belə bir əlavə edildi ki, hakimin sərəncamına uyğun olaraq radio jurnalistlərinə məhkəmə prosesini yaymağa icazə verilməyə bilər. Radiojurnalistikanın ictimai həyata fəal müdaxiləsinin artmasını təhlükə hesab edən FRK 1941-ci ildə «Mayçiçəyi qərarı» ilə radio jurnalistlərinə efirdə öz rəylərini bildirməyi qadağan etdi. Bu, hər iki hadisə ABŞ cəmiyyətinin söz azadlığı və azad media haqqında təsəvvürlərinə uyğun olmadığından cəmiyyətdə yanlış fikirlər yaratdı. Düzdür, həmin dövrdə ölkə əhalisi qəzet və jurnallara informasiya vasitələri, radioya (sonra isə televiziyaya) isə daha çox əyləncə vasitəsi kimi baxırdı. Amma bu yanaşı mədəniyyət və qadağanlar uzun sürmədi, xüsusən «Mayçiçəyi» qərarı təxminən 10 il sonra hüquqi qüvvəsini itirdi.

1941-ci ildə ABŞ-da fəaliyyət göstərən 800 stansiyanın 700-ü ölkədəki əsas şəbəkələrin filialları idi. Həmin vaxt yalnız üç korporasiya şəbəkə oliqopoliyasını yaratdı, bundan başqa NBC-in Qırmızı və Mavi şəbəkələri mövcud idi. FRK bu vəziyyətin uzun müddət davam etdiyini, tədricən radioyayımda monopoliya təhlükəsinin yaranmasından ehtiyatlanaraq NBC-ni şəbəkələrindən birini satmağa məcbur etdi. Beləliklə, NBC – Mavi şəbəkəni 1943-cü ildə yaranmış Amerika Yayım Şirkətinə (ABC – Ey-Bi-Si) satmalı oldu.

İkinci Dünya müharibəsi illərində radioqəbuledicilərin istehsalında azalma müşahidə edilsə də, reklam gəlirləri artmaqda idi. İctimaiyyətin müharibədən operativ xəbərlərə maraq və tələbatının artması qəzet, jurnal xəbərlərinə marağı azaltdı. Əvəzində bu tələbat radiolarda müharibəyə aid xəbər proqramlarının sayını iki dəfə artırdı. Avropa paytaxtlarının, o cümlədən Londonun bombalanması zamanı radiolar canlı translyasiyalarla okeanın o tayındakı evlərə əsl müharibə ab-havası gətirirdi. Prezident Franklin Ruzvelt vaxtaşırı «Ağ ev»dən milyonlarla insanla birbaşa söhbət aparmaq üçün məhz radionun sehrli gücündən faydalanırdı. Həmin dövrdə çox populyar olan müğənni Keyt Smit mikrofon qarşısında 18 saat fasiləsiz əyləşərək, məhz radio vasitəsilə həmvətənlərini dilə tutub pul toplamaqla faşizmi darmadağın etməyə çağırmışdı. Düzdür, studiyadan çıxanda müğənninin səsi batmışdı, amma radiomarafon çox uğurlu alınmış və faşizmə qarşı döyüşən Avropa cəbhəsi üçün 39 milyon dollar pul toplanmışdı. Radio hamı üçün – həm adi dinləyicilər, həm cəmiyyət, həm də ölkəni idarə edənlər üçün bir daha öz gərəkliliyini nümayiş etdirirdi.

Radionun Avropa «yürüşü»

İnsan nitqini müəyyən məsafədən çatdırmağa imkan verən cihazın ixtirası və onun ABŞ-da geniş yayılaraq kütləviləşməsi Avropada da bu sahədə gedən proseslərə güclü təkan verdi və bütövlükdə radioya münasibətdə vəziyyət dəyişməyə başladı. Yeni texnologiya radionun kommunikativ kanal kimi, sadəcə olaraq, təkmilləşməsi demək deyildi: bu eyni zamanda radionun obrazlılıq və cazibədarlıq baxımından bədii ehtiyatlarının üzə çıxması auditoriyaya təsir imkanlarının artması, cəmiyyəti məlumatlandırma işinin və reklamçılığın inkişafı üçün mühüm zəmin idi. Radionun kəşfi və yayılması kommunikasiya sisteminin ixtiyarına canlı danışığa yaxın bir dil vermiş oldu: elə bir dil ki, onun işarələr sistemi Morze əlifbasında olduğu kimi yalnız kommunikativ funksiya ilə kifayətlənə bilməzdi. İndi radio kommunikasiya sisteminə elə bir dil gətirmişdi ki, təxəyyüldə canlanan və ifadə olunan reallığı efirdə dürüst, dəqiq ifadə etmək mümkün idi. Bu halda artıq radionu, hələlik o dövrdə yalnız görüntülərin dili ilə «danışan» (səssiz kino) kinonun dil sistemi ilə müqayisə etmək (əlbəttə, eyniliyindən yox) olardı. Deyilənlərə informasiya nəzəriyyəsinin qəbul etdiyi belə bir aksiomu da əlavə etmək olardı ki, ilk dövrdə (20-ci illərdə) akustik kanal (radio), görüntüyə əsaslanan qrafik kanala (kino) nisbətən daha məhsuldar idi və daha çox auditoriya toplaya bilirdi.

Əlbəttə, bu elmi müddəaları sonralar nəzəriyyəçilər, kom-

munokoloqlar, sənətşünaslar, psixoloqlar və elmin başqa sahələrinin təmsilçiləri geniş müzakirə edib, radionun nəzəri-psixoloji problemlərini çözəcəkdilər. Hələliksə səsli radio Avropada ilk addımlarını artırdı və bu sahədə öncüllüyü Böyük Britaniya, Almaniya, Fransa, İtaliya və xüsusilə bolşevik Rusiyası ələ keçirmək istəyirdi. Bir tərəfdə kommersiya maraqları, digər tərəfdə siyasi – ideoloji maraqlar dayanırdı. Bütün hallarda radio Avropaya geniş ayaq açırdı.

Böyük Britaniyada radio yayımının tarixi 15 dekabr 1922-ci ildən başlayır. Britaniyalılar arasında «simsiz teleqraf» adını almış radio sahəsində eksperimentlər isə xeyli əvvəldən Birinci Dünya müharibəsi bitdikdən sonra daha sürətlə aparılırdı. Artıq 1920-ci ildə bu ölkədə radiohəvəskarlar cəmiyyətinin sayı 20-yə çatmışdı. Bu cəmiyyətlərin, eləcə də radioquruculuğu ilə məşğul olan şirkətlərin fəaliyyətləri barədə xəbərlər diqqətlə izlənirdi. Məsələn, «Simsiz dünya» ingilis jurnalı sentyabr buraxılışında xəbər verirdi ki, Q.Markoninin rəhbərliyi ilə Çesterford şəhərində quraşdırılmış güclü radiotelefondan verilən musiqi gəmilərdə 2800 km-dən, insan nitqi isə 1800 km-dən eşidilmişdir. Hətta 1922-ci il fevralın 14-də Çesterfordun yaxınlığındakı Rittl adlanan yerdən efirə ilk dəfə 15 dəqiqəlik veriliş də yayımlanmışdı. Bunlar ölkəni radioya doğru aparan uğurlu sınaqlar idi. Nəhayət, altı özəl istehsal şirkəti «Britiş brodkastinq kompani» adlı qurum yaradaraq proqramlarını Londondan, – «Markoni hauz» deyilən mərkəzdən yayımlamağa başladılar (72, s. 6-7). İlk dövrlərdə reklam qadağan idi. Sadə formalı verilişlər hazırlanır və bu proqramlar sponsorların hesabına efirə çıxırdı.

1923-cü ilin ortalarından başlayaraq efirə maraqlı proqramlar verilməyə başladı. Həmin ilin 15 noyabrında parlament seçkilərinin nəticələri barədə ilk dəfə efirə məlumatlar getdi. Dekabrın 5-də «Uşaq saatı», dekabrın 23-də ilk orkestr konserti, ertəsi gün isə ilk dini moizə efirə çıxdı. Elə həmin il radio proqramları barədə məlumat verən, verilişlərin cədvəlini çap edən «Reydio tayms» adlı qəzet nəşrə başladı (72, s. 9).

1925-ci ildə parlamentin göstərişi ilə radioyayımı sahəsində siyasəti müəyyənləşdirmək üçün qraf Krofordun sədrliyi ilə komissiya yaradıldı. Bu komissiyanın hesabatını dinləyən. ölkə parlamentində qərara alındı ki, radio kimi kütləvi informasiya vasitəsini şəxsi mülkiyyətə vermək qorxuludur, hökumətə tabe etmək isə söz azadlığına ziddir. Ona görə də bu qurumu ölkənin əsas yayım institutu kimi saxlayıb hüquqi bazada ictimai yayıma çevirmək barədə qərar verildi. Britaniya parlamentinin bu qərarı Kral Xartiyası ilə 1927-ci il yanvarın 1-də ictimai xarakterli Britaniya Yayım Korporasiyası (BBC) təşkil edildi və bu qurumu idarə etmək üçün ölkənin ictimai maraqları

qoruya biləcək nüfuzlu şəxslərindən ibarət Yayım Şurası yaradıldı. Əvvəllər Korporasiya parlament qarşısında cavabdeh idi, ancaq sonralar nəzarət də ictimaiyyəti geniş təmsil edən nüfuzlu Yayım Şurasına verildi. Xartiyaya uyğun olaraq radionun yayım siyasətini Britaniya cəmiyyətinin maraqlarını müdafiə edən Şura müəyyən etməyə başladı.

BBC radiosunun «qızıl dövrü» 30-cu illəri əhatə edir. Bu dövrdə (1932-ci il) radioya qulaq asanların sayı 5 milyona çatmışdı. Artıq 1938-ci ildə isə radionu Böyük Britaniya əhalisinin 98 faizi dinləyirdi. 1932-ci ildə BBC yeni mərkəzə, indi yerləşdiyi «Yayım Evi»nə (Broadcasting House) köçəndən sonra verilişlərini Britaniya adalarından kənarlara da ötürməyə başladı. Avstraliya, Hindistan, Afrika, Kanada kimi ölkələrin ingilis dilli dinləyiciləri də BBC-yə qulaq asmaq imkanı qazandılar.

Peşəkar jurnalistika və yüksək efir mədəniyyəti nümunəsi olan BBC-də 40-cı illərin ortalarınadək iki ümummilli kanal fəaliyyət göstərib: 1) Daxili xidmət («Ev»); 2) Əyləncə və musiqi. Universal səciyyə daşıyan birinci proqramla xəbər, təhlil proqramları, simfonik musiqi, radiotamaşalar, debatlar, ikinci proqramda isə, əsasən əyləncə, komediya, viktorina, yüngül musiqi və s. səslənirdi.

1938-ci ildə BBC-nin xaricə yayımı «Ərəb Xidməti» vasitəsi ilə Ərəb ölkələrinə, «Latın Amerikası Xidməti» ilə Latın Amerikasına doğru genişləndi. Radionun «External Servic»i fransızca, italiyanca da yayıma başladı. Beləliklə, öz gəlişməsində öncə birdilli olan BBC sonralar «poliqlot» radioya çevrildi.

Almaniyada kütləvi radioyayımın tarixi 1923-cü il oktyabrın 29-dan başlansa da, bu ölkədə radioquruculuğun tarixi 20-ci əsrin əvvəllərinə gedib çıxır. Radio siqnalların efirə verilməsinin mümkünlüyü almanları daha çox hərbi sahədə cəlb edirdi və Avropada bu elmi-texniki nailiyyətdən ən çox faydalanan Almaniya idi. 1915-ci ildə rəqiblərinin mühasirəyə aldığı ordusu ilə Almaniya hərbi komandanlığı məhz radio rabitəsi ilə (Morze siqnalları) əlaqə saxlayaraq vəziyyətdən çıxmışdı. Sonralar da düşmən ölkələrə ideoloji təzyiq göstərmək və xaricdəki agentlərə təlimat göndərmək işində radiodalğalar alman generallarının karına gəldi. Bu addımlar radionun praktikaya yararlı olduğunu sübut etməklə yanaşı, ölkədə həmin sahənin inkişafına güclü təkan verdi. Artıq 1918-ci ildə Almaniyada, əsasən hərbi sifarişləri yerinə yetirən güclü radiotexnika sənayesi yaradılmışdı.

1920-ci ilin payızında Moskva ilə Berlin arasında uzaqməsafəli ilk «radiotelefon danışığı» gerçəkləşdirilir. Bu, həmin vaxt idi ki, artıq ölkədə 9 radioyayım şirkəti fəaliyyət göstərirdi. Kütləvi yayıma

başlayandan sonra radio ölkənin mərkəzləşdirilmiş dövlət institutuna çevrildi. Hələ A.Hitler hakimiyyətə gəlməmişdən əvvəl bu radio nasizmin dayağına çevrildi. 1932-ci ildə radioda öz partiyasına sərbəst çıxış ala bilən Hitler tezliklə daha da məşhurlaşdı və o, bir ildən sonra artıq Reyxstaqda idi.

20-ci illərin sonlarında alman radiosu informasiya və publisistika proqramları, həmçinin maarifçilik verilişləri sahəsində yüksək peşəkarlığı, eləcə də məlumatı radionun akustik imkanları və səs obrazları vasitəsilə daha dolğun əks etdirməsi ilə fərqlənirdi. Həmin dövrdə xüsusi layihə ilə tikilmiş «Berlin radio evi» akustik imkanları və texniki təchizatı ilə çoxlarını heyran edirdi. Dünyanın bu ən yaxşı radio evi efir üçün bənzərsiz tamaşaların səsləndirilməsinə şərait yaratdı.

Ötən əsrin 30-cu illərindən başlayaraq (maraqlı radioformalar tətbiq etməklə başqa ölkələrin də təcrübəsinə təsir göstərən) Almaniyada radiosənətinin öyrənilməsi sahəsində səmərəli addımlar atılır. Həmin illərdə B.Brext radioyayımın nəzəri problemlərinə həsr etdiyi «Radio nəzəriyyəsi» silsilə məqalələrini (1927 – 1930) yazır, R.Kolbanın «Radiopyes horoskopu» (1930) kitabı çapdan çıxır və V.Benyaminin araşdırmaları (1934) işıq üzü görür. Radionun öyrənilməsi sahəsində Avropada ilk elmi baxışları əks etdirən bu əsərlər, həm də XX əsr sənətşünaslığının, sosial psixologiya və kulturologiyasının klassik nümunələridir.

1929-cu ildə Berlin yaxınlığındakı Vusterhauzendə yayıma başlayan «Alman dalğası» radiosu daha çox təbliğat məqsədilə yaradılmışdı. Qarşısına Avropaya səpələnmiş almanlar üçün proqramlar hazırlamağı məqsəd qoymuş bu radiostansiya, əslində qonşu ölkələrə «alman həqiqətlərini» çatdırırdı. 30-cu illərin əvvəllərində «Alman dalğası» da daxil olmaqla bütün radiostansiyalar «Almaniya Radioyayım cəmiyyəti»ndə birləşdirildi.

1933-cü ildə faşistlərin hakimiyyətə gəlməsi, ölkədə avtoritarizmin möhkəmlənməsi, söz və mətbuat azadlığının məhdudlaşdırılması alman radiosunu nasionalistlərin təbliğat alətinə çevirdi. Efirdə səslənən canlı sözü yazılı sözdən üstün tutan Hitler radioya «kütlələrə güclü təsir vasitəsi» kimi baxırdı, onun təbliğat naziri Gebbels də eynən belə düşünürdü: «radio xalqa rəhbərlik etmək üçün vacib və etibarlı alətdir». Məhz bu yanaşmanın nəticəsi idi ki, ölkənin 26 stansiyasının birləşib təmsil olunduğu «Böyük alman radiosu» şəbəkəsi gecə-gündüz təbliğatla məşğul olurdu. (1939-cu ildə ölkədə 15 milyon radioqəbuledici vardı). Bu təbliğat işlərinə Gebbelsin ümumi rəhbər olduğu 3 struktur nəzarət edirdi: 1) nasist partiyasının rəhbərliyi; 2) təbliğat nazirliyi; 3) reyxin mədəniyyət şöbəsi. Radionun proqram siyasətini məhz bu nəzarətçi qurumlar müəyyənləşdirirdi. Bu

siyasətə görə siyasi proqramlar və Fürerin çıxışları bütün radiolarda yayılmalı idi. Yerli radiolar müstəqil şəkildə yalnız yüngül musiqilər, həmçinin uşaq verilişləri yayımlaya bilərdi. Bütün radiolarda caz musiqisi, rep, dini verilişlər və s. qadağan olunmuşdu. Bu yolla faşizim rejimi, onun ideoloqları radio vasitəsilə alman xalqını müharibəyə hazırlayırdı.

Faşist Almaniyasının Avropanı işğala başlaması ilə ölkə radiosu da bütünlüklə hərbi ab-havaya uyğunlaşdırıldı, efirdə əsas yeri siyasi və hərbi proqramlar bloku tutmağa başladı. Artıq 1940-cı ildən efirdə «Əsgərin səsi», «Cəbhə xətti», «Təcili məlumatlar», «Cəbhədən son xəbərlər» kimi verilişlər öz yerini tutmuşdu. İlk dövrdə ön cəbhədən reportajlara, Avropa şəhərlərinin, xüsusən paytaxtların bombardman olunmasına, alman hərbinin gücünə, ordunun surətlə Moskvaya doğru irəliləməsinə dair reportajlar səslənir, efirdə tez-tez Fürerin alovlu çıxışları eşidilirdisə, 1944-cü ilin ortalarından efirin avazı dəyişməyə başladı. Hitler ordusu dalbadal ağır məğlubiyyətə uğradıqca, xəbər proqramlarının da sayı azalır, Hitler efirə çıxmır, yalnız Gebbesin «gümrah səsi və ümidverici çıxışları» eşidilirdi. Artıq radioların kədərli ahəngi bu dəfə xalqı faşist Almaniyasının süqutunu soyuqqanlıqla qarşılamağa hazırlayırdı...

Söz və mətbuat azadlığına böyük töhfələr vermiş **Fransada** müntəzəm radio yayımının tarixi 20-ci illərin əvvələrindən hesablanır. Hərçənd ki, 1908-ci ildə amerika ixtiraçısı Li de Forest Eyfel qülləsində sınaq radioverilişləri səsləndirmişdi. Yəni o, plastinkaya yazılmış musiqini səsləndirmiş və bu səsi fransız hərbi radio-operatorları eşitmişdilər (45; 98). Lakin bu mühüm hadisə fransızların yox, amerikalıların adına yazılmışdı. Amma 1922-ci ildə yenə həmin Eyfel qülləsindən – ilk radiostansiyanın yerləşdiyi nöqtədən səslənən verilişlər ölkə həyatında insan nitqinin cazibədarlığına əsaslanan radio epoxasının başlanmasını xəbər verdi. Fransa radiosunun başlanğıc dövrü üçün verilişlər əsasən 4 istiqamətdə özünü göstərirdi: 1) informasiya proqramları; 2) maarifləndirmə proqramları; 3) radio-tamaşalar (orijinal pyeslər və bədii əsərlərin «səhnələşdirilməsi»); 4) musiqi proqramları (daha çox simfonik musiqi, operalardan translyasiyalar və s.). İlk dövrlərdə bu verilişlərin hamısı üçün (ABŞ və Böyük Britaniya radiolarından fərqli olaraq) müəyyən bir təbliğat çaları özünü göstərirdi. Efirə gedən proqramlarda Fransa ictimai həyatının və milli mədəniyyətin gerçək mənzərəsini yaratmaq, xüsusən fransız mədəniyyətinin fərqli çalarlarını qabartmaq meyli nəzərə çarpırdı.

1932-ci ildə radio yayımı üzərində dövlət monopolyası elan olundu. Lakin tək-tük radiostansiyalar da efirə çıxış ala bilirdi. Daha

çox regional, yerli, özəl radiolar sahikarların ixtiyarına verilirdi, bu şərtlə ki, həmin özəl radiolar yerli fermerlər üçün proqramlar hazırlasın və uşaqlar üçün verilişlər təşkil etsin. Amma 1945-ci ildə özəl radioların da fəaliyyətinə birdəfəlik son qoyuldu.

Ümumiyyətlə, İkinci Dünya Müharibəsinin sonlarında Fransada teleradio sistemi yenidən quruldu. 1945-ci il martın 23-də qəbul olunmuş qanunla hökumət elektron informasiya vasitələrini öz siyasətinin rəsmi ruporu elan etdi. Ölkədə yeni yaradılmış Radio və Televiziya Yayımı Xidməti (RTYX) faktiki olaraq tele və radioproqramların istehsalı və yayımlanması üzərində inhisar hüququna malik idi. O vaxtlar Fransa prezidenti olmuş general Şarl de Qollun siyasi opponentlərinə dediyi və «tarixə» düşmüş məşhur «sizin əlinizdə qəzetlər var – mənimsə əlimdə radio və televiziya» sözləri məhz bu dövrlərin «məhsulu» idi. Hər halda bu əcaib vəziyyət Fransada 20 ildən çox davam etmişdir.

Bu dövrdə ciddi siyasi nəzarət altında olması Fransa radiosunun yaradıcılıq səviyyəsinə ciddi təsir göstərə bilmədi. Ölkənin radioyayımı yüksək estetik səviyyəsi, proqramların forması, təqdim olunan materialların janr rəngarəngliyi, auditoriya ilə əlaqə formalarının zənginliyi, fransız dili və mədəniyyətinin işıqlandırılmasına həssas münasibəti ilə fərqlənirdi. Bəlli səbəblərdən efirdə ədəbi-bədii və musiqi proqramlarının xüsusi çəkisi artmışdı. Radio dalğalarından daha çox şansonyelərin səsi gəlirdi, musiqi ilə bağlı müxtəlif əyləncəli şoular keçirilir, uşaqlar üçün qaliblərə hədiyyələr təqdim edilməklə viktorina tipli oyunlar təşkil olunur, ədəbi-bədii proqramların, şair və yazıçıların iştirakilə hazırlanan publisistik verilişlərin, musiqili kompozisiyaların, bədii qiraət saatlarının, radio tamaşaların sayı getdikcə artırdı. Getdikcə aydın görünürdü ki, Fransa radiosunun yayım siyasətində iki istiqamət özünə yer alır: 1) xəbər, məlumatlandırma proqramları və diskussiya verilişləri; 2) radioteatr və musiqili verilişlər. Ədəbi-bədii yayımı əhatə edən ikinci istiqamətin özündə də iki meyil parlaq duyulurdu. Birinci məqamda fransız və dünya klassiklərinin əsərlərinə müraciət olunurdusa, ikinci istiqamət yalnız milli musiqi və onun zəngin palitrasına əsaslanırdı. Təsadüfi deyildir ki, uzun müddət radioda məşhur olmuş «Radio ilə teatr», «Klassiklər efirdə», «Bizim musiqi dünyamız», «Musiqi səltənəti» və s. kimi proqramlar məhz radiotamaşalarla, musiqi ilə bağlı olmuşdur.

Avropa intibahının vətəni sayılan, xüsusən dünya rəssamlıq sənətinə və heykəltəraşlığa böyük töhfələr vermiş **İtaliya**, müəyyən mənada, radionun da beşiyi hesab oluna bilər. Çünki «radionun atası» Q.Markoni, məhz İtaliyada – Boloniyada doğulmuş (1874) və 20 yaşında ikən simsiz, elektromaqnit dalğaları ilə siqnal göndərmək

eksperimentlərini də elə burada aparmışdı. Lakin həmin dövr İtaliyasının elmi-texniki mühiti bu tarixi əhəmiyyəti olan sınaqlara reaksiya vermək halında olmadığından Q.Markoni İngiltərəyə üz tutmuşdu. Bu səbəbdən də böyük ixtiraçının vətəni İtaliyada radio sahəsində quruculuq işləri bir qədər sonraya təsadüf edir.

1922-ci ilin sonlarından kütləvi yayıma başlayan İtaliya radiosunun inkişaf yolu, müəyyən mənada, Almaniya efirinin 1945-ci ilə qədər keçdiyi yola bənzəyir. Bu öləkədə də ilk dövrlərdə yayım üzərində dövlət monopoliyası qərarlaşmış, özəl radioların bir şəbəkə kimi formalaşmasına şərait yaranmamışdır. Verilişlərin məzmununa nəzarət, yaradacılıq formalarının məhdudluğu İtaliya radio jurnalistikasının inkişafına ciddi əngəllər törətmişdir.

Ölkədə faşizm rejiminin bərqərar olması, Mussolininin dünyanı fəlakətə sürükləyən Hitlerin silahdaşına çevrilməsi, həm İtaliyanı, həm də onun reallıqlarını əks etdirən radionu müharibə girdabına salmışdır. 30-cu illərin sonlarında ikiqat senzuranın tətbiqi efiri faşizm ideyalarının carçısına çevirdi. Xüsusən müharibənin ilk illərində bu radio faşist ordularının qələbə xəbərlərini yayır, Avropa paytaxtlarının Almaniyaya təslim olmasından, tezliklə Moskvanın yerlə-yeksan olunacağından bəhs edirdi.

Türkiyədə 20-ci illərin əvvəllərində mürəkkəb hərbi-siyasi vəziyyətin hökm sürməsinə, ölkənin azadlıq savaşına qalxaraq bir neçə cəbhədə vuruşmasına baxmayaraq, radio quruculuğu sahəsində mühüm addımlar atılmışdır. Ölkədə sınaq verilişlərinin tarixi 1922-ci ildən başlanır. Davamlı eksperimentlərdən sonra ixtiraçı-mühəndis Rüştü Uzel 20 mart 1923-cü ildə müəllimlər məktəbində verilən konserti İstanbul Universitetinin böyük salonuna translyasiya edə bilmişdir. Bu konserti dinləyənlər «sehrli yeşik»dən necə səs çıxmasından heyrətlərini gizlədə bilməyiblər.



Türkiyədə nəşr edilən radio jurnalı (1927-ci il)

R.Uzelin bu uğurlu eksperimentindən sonra öləkədə müntəzəm radio verilişlərinə başlamaq üçün səylər göstərilmişdir. Avropada, xüsusilə qonşu Rusiyada radio yayımı sahəsində gedən intensiv işlər də bu prosesə təsir etmişdir. Mühəndis Xeyrəddin Xeyiredənin düzəltdiyi çoxdalğalı radioqəbuledicini dinlədikdən sonra cümhuriyyətin banisi M.K.Atatürk bu simsiz teleqrafın yeni qurulan Türkiyənin siyasi, mənəvi yüksəlişinə böyük töhfələr verə biləcəyini söyləmiş və tezliklə radio stansiyası qurulması əmrini vermişdir. 1925-ci ildə qərara alındı ki, Ankarada xəbərləşmə üçün böyük bir

stansiya tikilsin və tezliklə ölkə ərazisində telsiz şəbəkə bərqərar olsun. 1926-cı ildə Ankara və İstanbulda qurulan stansiyalar hazırlıq vəziyyətinə gətirildi.

1927-ci ilin martından İstanbulda və Ankarada fransız mütəxəssislərinin köməyi ilə geniş diapazonda radionun sınaq verilişləri başlanır. Xüsusən İstanbulda bu sınaqlar uğurla aparılırdı. 1927-ci il aprelin 19-da kiçik Osmaniyə studiyasından Böyük Poçt binasındakı iri studiyaya köçdükdən sonra sınaq işləri yeni vüsət aldı. Nəhayət, həmin il mayın 1-də İstanbulun Telsiz Telefon Anonim şirkəti rəsmən və gündəlik radio yayımına başlayır. Həmin şəhərin küçə dirəklərinə vurulmuş qurğulardan ətrafa möcüzəli səs yayılır: «Alo, alo, möhtərəm samiin! Burası İstanbul telsiz telefonu! Bugünkü nəşriyyatımıza başlayırız!» – Bu, sonralar idman proqramlarının unudulmaz aparıcısı olmuş Eşref Şefikin səsi idi. İstanbuldan bir neçə ay sonra 1927-ci il 18 noyabrda isə Ankara radiosu kütləvi yayıma başladı. Fəaliyyətə başladıqları ilk dövrlərdə İstanbul radiosunun verilişləri gündə 4-6 saat, Ankara radiosu 3-4 saat efirə çıxırdı. Hər iki radionun verilişlərinin böyük hissəsi (təxminən 80 faizi) musiqiyə, qalan qismi xəbərlərə və digər proqramlara ayrılmışdır.

1936-cı ilə qədər radio verilişlərini TTTAŞ (Türk Telsiz Telefon Anonim Şirkəti) vasitəsilə idarə edən dövlət həmin ilin avqustunda qəbul etdiyi bir qərarla bu səlahiyyəti RTT-yə (Poçt, Teleqraf, Telefon idarəsi) vermişdir. 1940-cı ildə isə radio verilişlərinə nəzarət Ümumi Mətbuat Müdirliyinə, sonralarsa Mətbuat yayımı və Turizm Müdirliyinə həvalə edilmişdir. Bütün hallarda yaranmış gərgin beynəlxalq şəraitdə ehtiyatlı davranan Türkiyədə radio verilişlərinin məzmununa ciddi nəzarət olunurdu.

1938-ci ildə Ankarada Radio Evi istifadəyə verildi. Avropa təcrübəsinə əsasən tikilmiş və o dövr üçün müasir səsyazma avadanlığı ilə təchiz edilmiş bu radio evi türk radio yayımı tarixində yeni mərhələ açmışdır. Burada ilk dəfə olaraq iri həcmli musiqi proqramlarının və radio tamaşaların hazırlanması üçün uyğun şərait vardı. Radio Evində hər biri 80-100 nəfərlik orkestrlərin, xalq çalğı alətləri ansambllarının rahat şəkildə çıxış edə biləcəyi 3 iri studiya, valların səsləndirilməsi, radio tamaşalarının lentə yazılması üçün situdiyalar, xüsusi exo (əkssəda) otağı, nəzarət-idarəetmə salonu və pultları, habelə diktorlar və başqa əməkdaşlar üçün xüsusi otaqlar vardı. Belə bir Radio Evi 1949-cu ildə İstanbulda da açılmışdır (15, s. 210).

Ümumiyyətlə, Türkiyədə 30-40-cı illərdə vüsətli bir radiolaşdırma kampaniyası həyata keçirilmiş, ölkənin ən ucqar guşələrində də «dövlətin ağzı, millətin qulağı» kimi qiymətləndirilən radionu geniş kütlələrin dinlənməsi təmin edilmişdir. Bu məqsədlə Türkiyənin

şəhər, qəsəbə və kənd meydanlarında, parklarda, çayxana və istirahət yerlərində radio cihazları quraşdırılmışdır. 1940-cı ildə belə cihazların sayı 7171 idisə, 1946-cı ildə onların sayı 17400-ə çatdırılmışdır. Ölkədə radioqəbuledicilərin sayı isə müvafiq dövrdə 71 mindən təxminən 165 minə yüksəlmişdir.

Tədqiqatçılar Türkiyə radiosunun «qızıl» dövrünün 1940-cı ildən başlandığını qeyd edir və bunu daha çox Vedat Nedim Törünün radioya rəhbərliyi ilə əlaqələndirirlər. Məhz bu dövrdə Ankara radiosu dünyanın ən güclü radiostansiyaları ilə rəqabət apara biləcək səviyyəyə yüksəlmişdi. Həmin illərdə efirə çıxan bəzi proqramlar, hətta bu gün də davam edir. Məsələn, indi də populyarlığını saxlayan M.Sarısözenin «Yurtdan sesler korosu», N.Hızırın «Radiyo cocuk klubu», N.Uluçanın «Ziraat takvimi saatı», F.R.Altayın «Güzel türkçemiz», H.Munirin «Meslekler konuşuyor» proqramları bu qəbildəndir.

Əlbəttə, təkcə haqqında bəhs etdiyimiz ölkələrdə deyil, Avropanın digər dövlətlərində Yunanıstan, İspaniya, Portuqaliya, İsveç, Norveç, Finlandiya, xüsusən Rusiyada radio quruculuğu sahəsində sürətli proseslər gedirdi. Dünyanın apardığı «radio yarışı» öz bətnində «danışan qutu»nun rəqibi olan televiziyanı da yetişdirdi.

Televiziya ilə çətin rəqabət

İkinci Dünya müharibəsi sona çatan kimi Amerika və Avropada radio yayımı dərhal əvvəlki vəziyyətinə qayıdaraq dirçəlməyə başladı. Amma artıq radionun ciddi bir rəqibi var idi və bu vaxt televiziyaya tamaşa etmək məsələn, ABŞ kimi ölkədə asudə vaxt keçirməyin əsas forması hesab edilirdi.

Televiziya (TV) tamaşaçılarına maraqlı menyü təklif edirdi. Onun proqramları xeyli populyarlaşırdı. Radionun şah damarı olan məişət komediyaları, dramlar bu proqramların içərisində idi. (1950-ci ildə ən azı 10 il ekranda olan 100-dən artıq proqram var idi). Vəziyyət xeyli çətinləşmişdi. Radioya maraq azalırdı. TV böyük auditoriyanı sürətlə fəth edirdi. Qarşıda iki yol vardı: «danışan qutu» ya dəyişməli, ya da yox olub getməli idi. Ümid bədii, əyləncəli və musiqi proqramlarına idi. Radio tədricən eksklüziv musiqini qəbul etdi, auditoriyanın ayrı-ayrı təbəqələrinə yönələcək səsləri və formatları inkişaf etdirməyə başladı.

Avropa ölkələrinə nisbətən ABŞ-da radio – TV rəqabəti daha tez başlanmışdı. Ona görə də bu ölkədə radionun xeyrinə, onun inkişafına təsir edəcək bəzi dəyişikliklər də baş verirdi. İlk dəyişiklik 1940-cı ildə FM tezliklərinin kommersiya məqsədilə istifadəyə verilməsi oldu. Bu siqnalların çatma diapazonu, adətən 100 mildən

aşağı olur. Artıq 1948-ci ilə qədər 600-dən çox FM stansiyası yayım lisenziyası almışdı. Televiziyanın inkişafı ilə FM 1958-ci ilə qədər vəziyyətini dəyişdirmədi. Həmin tarixdən sonra isə FM yenidən genişlənməyə başladı.

İkinci dəyişiklik əvvəllər aydın kanal stansiyalarının (bu stansiyalar eksklüziv «aydın» tezlikdə fəaliyyət göstərirdi) istifadə etdiyi tezliklərin çoxsaylı xidmətinə imkan vermək üçün AM stansiyaları arasında tələb olunan məsafəni tənzimlədi. Nəticədə 1952-ci ildə FRK tərəfindən TV-nin inkişafındakı «durğunluq» aradan götürüldükdən sonra radionun iqtisadi vəziyyəti 3 min stansiyanın auditoriya və gəlir uğrunda rəqabəti ilə gərginləşdi (27, s. 262).

Məhdud sayda auditoriyanın az miqdarda reklam dollarları gətirməsi şəbəkə yayımlarının iqtisadi bazasının itirilməsinə səbəb oldu. Digər tərəfdən Avropa ölkələrində və Amerikada iri yayım şirkətləri, şəbəkələr indi özlərini televiziya proqramlarında sınayırdılar və bu səbəbdən radio tədricən arxa plana keçirdi.

Artıq Avropa ölkələrində də «mavi sehrkar» radionu sıxışdırmağa başlamışdı. Televiziya ilə rəqabətin çətin yolu, bu sahədə aparılan sınaqlar və evlərdə hazır vəziyyətdə qurulmuş televizor ekranlarının ara-sıra parıldaması, radionu qarşıda nə qədər böyük və çətin bir sınağın gözlədiyindən xəbər verirdi. Görünür, radio o vaxta qədər insanlar üçün əziz idi ki, hələ televiziya meydana çıxmamışdı. Radio öz «qızıl dövrü»nü yaşayaraq tam gücü ilə işləyir və dünya gerçəkliklərini öz ölçüləri ilə dolğun əks etdirməyə çalışırdı. Kütlələri geniş miqyasda əhatə etmək və hər bir evə maneəsiz daxil olmaq baxımından radionun layiqli rəqibi yox idi. Elə buna görə də hələ əllinci illərin əvvəllərində çoxlarında belə təsəvvür yaranmışdı ki, radionun gücü və təsiri yenilməzdir, cəmiyyət üçün onun faydası şübhəsizdir, şan-şöhrəti də keçici deyil... Elə bu vaxt elektron informasiya sistemində televiziya adlı nəhəng «peyda» olur və radionun başı üstünü tədricən qara buludlar almağa başlayır.

Bəlkə də indi bu, təəccüblü görünə bilər, amma o vaxt radio işçilərinin əksəriyyəti efirin müqayisəyəgəlməz gücünə, onun püxtələşmiş iş üslubuna, yerinə yetirdiyi sosial vəzifələrin qloballığına və ən başlıcası, dinləyicilərin sevgisinə o dərəcədə aludə idilər ki, tutduqları mövqeni azacıq da olsa yenicə zühur etmiş televiziyaya güzəştə getməyi ağıllarına belə gətirmirdilər. Çoxları kiçik ekrana heç cür yovuşa bilmirdi. Amma sən saydığını say, görək fələk nə sayır.

Proseslər göstərdi ki, radio rəqabətə, televiziyanın kütləvi informasiya vasitələrinin müasir sisteminə ildırım sürətilə qoşulmasına hazır deyilmiş. Televiziya isə görünməmiş bir vüsətlə inkişaf edir, insanların məişətinə möcüzə kimi daxil olur, hörümçək toru kimi bütün

ölkələrə yayılır, kino ilə açıq rəqabətə girir, radionun auditoriyasını sürətlə əlindən alır və getdikcə mədəniyyətin mövcud formalarına uyğunlaşma prosesində ağlasığmaz fəallıq göstərirdi. Televiziya istifadə üçün özünə gərəkli olan hər şeyi hər yerdən mənimsəyirdi. O, gah kameralarını stadionlarda quraşdırır, gah konsert translyasiyaları verir, gah da sənədli publisistika nümunələrini nümayiş etdirirdi. Televiziya güclü bir maqnit kimi jurnalistika, maarif, siyasət, elm, incəsənət mütəxəssislərini, həmçinin özünə yaxın olan digər sahələrin texnologiyasını və ifadə vasitələrini ekrana cəlb edirdi. Bu da göz qabağında idi ki, televiziya hərtərəfli qayğı ilə əhatə olunmuşdu: potensial cəhətdən ən effektli kütləvi informasiya çatdırmaq və kütləyə təsir göstərmək vasitəsi kimi televiziyanın tezliklə genişlənməsi üçün həm Qərb ölkələrində, həm də keçmiş SSRİ məkanında müstəsna şərait yaradılırdı. Doğrudur, bu proses Qərbdə asan gedirdisə, Rusiyada bir qədər ağrılı şəkildə özünü göstərirdi.

Ötən əsrin 50-ci illərinin ortalarından başlayaraq televiziya ABŞ-da və Qərbi Avropa ölkələrində meydan sulayaraq informasiya və sənət vasitəsi kimi geniş addımlar atırdı. Artıq «mavi sehrkar» teatr və kinonu da küncə sıxışdırmağa, yazılı mətbuatı əvəz etməyə başlamışdı. Aydınca görünürdü ki, evlərdə televiziya peyda olduqdan sonra teatrlarda tamaşaçıların sayı xeyli azalır, adamlar nadir hallarda kinoteatra gedir, az mütaliə edir və təbii ki, həm də radioya az qulaq asırdılar. Radio dinləyicilərinin böyük bir hissəsi, sanki bir sehrkar çubuğu ilə sürətlə televiziya tamaşaçısına çevrilirdi.

Artıq 60-cı illərin əvvəllərində radio televiziyanın qurbanına çevrilmək təhlükəsi ilə üzləşmişdi. Məhz belə bir vaxtda həyəcan təbili çalan sosioloqlar «Televiziya radionu öldürəcəkmi?» – sualı üzərində baş sındırırdılar. Məsələn, Lui Merlen altmışıncı illərin ortalarında nəşr olunmuş «Televiziyanın əsil dosyesi» kitabında narahatlıqla belə yazırdı: «Bəli, televiziya radionu öldürəcək... Bu vaxta qədər külli miqdarda pul qazanan radiostansiyalar yoxsulluğa düçar olublar. Ən yaxşı yazıçılar, dramaturqlar, publisist-şərhçilər, teatr və estrada ulduzları radionu tərk edərək televiziyaya üz tuturlar... Radio məhvə məhkumdur». Bədii proqramlar sahəsində televiziyanın radioya nisbətən üstünlüyünü təbii hal hesab edən L.Merlen bu qənaətə gəlirdi ki, hər bir adam estrada, yaxud dram verilişlərinə qulaq asmaqdansa, həm görüb, həm də eşitməyə üstünlük verər.

Görkəmli radiorejissor və aktyor, 150-dək radiopyesin müəllifi Norman Korvin də televiziyanın zəfər yürüşündən təşvişə düşərək, həmin illərdə Amerika radiodramının taleyindən danışarkən bədbinliyə qapılırdı: «Radio mənim ilk məhəbbətim idi və indi mənə onun barəsində, ağır xəstə vəziyyətində çarpayıda uzanmağa məhkum

olunmuş köhnə dostum kimi danışmaq ağırdır». Okeanın o tayında və bu tayında N.Korvin kimi düşünən sənət adamları az deyildi.

Fransada tanınmış şair, dramaturq və rejissor Jan Kokto Avropada geniş yayılmış rəyi ifadə edərək, o vaxt deyirdi ki, məgər baxmaq üçün gözləri olan bir adam «korlar üçün hazırlanmış xüsusi şriftlərdən istifadə etməyi arzulayarmı?» Əslində bu mövqe radionun «kitabının bağlandığını» düşünən belə sənət adamları arasında «yüz dəfə eşitməkdənsə bir dəfə görmək yaxşıdır» tezisinin təsdiqi idi. Bir sözlə, hər cəhətdən «ən yaxşı» olan və ən başlıcası göstərməyi bacaran televiziyanın möcüzəli imkanlarından vəcdə gələnlərin sayı getdikcə artırdı.

Radio işçilərinə gəldikdə isə, onların çoxu televiziyanın sıçrayışını sanki duymur, özlərini elə aparırdılar ki, sanki vaxt dayanıb, zaman yerində sayır və guya heç televiziya yoxdur, yaxud televiziyanın yaranması ilə radioda heç nə dəyişməyib. Amma hər halda getdikcə aydınlaşırdı ki, hadisələrin gedişinə uyğun yaranmış vəziyyəti ayıq başı üzərində sıxlaşmaqda olan qara buludları dağıtmaq, ona yeni nəfəs vermək televiziyanın həyatımıza nüfuz etdiyi bir şəraitdə radionun çətinliklərini, ilk növbədə cazibədar yaradıcılıq formaları tətbiq etməklə auditoriyanı əldə saxlamağın yeni yollarını axtarmaq lazımdı. Çətinliklər heç kəs üçün sirr deyildi. Televiziyanın – bu «siyah sehrbaz»ın cəmiyyət həyatına, kütləvi informasiya vasitələri sisteminə, incəsənət aləminə və insanların həyatına gətirdiyi böyük dəyişiklikləri danıb göz yummaq radio işçilərinin və bəzi araşdırmaçıların yol-verilməz səhvi idi. Bəs bu səhvlər nədən qaynaqlanırdı?

Hələ 20-30-cu illərdə özünün təşəkkülü dövründə radio mətbuatın malik olmadığı yeni, fövqəladə üstünlükləri nümayiş etdirirdi. Onun ən misilsiz üstünlüyü isə auditoriyanı çox geniş əhatə etməsi və efir «məhsulu»nu birbaşa evlərə çatdırması idi. Budur, indi televiziya meydandadır və o, radionun bu üstünlüklərini heçə endirir. İlk gündən radio ilə televiziya arasında «münaqişə» də dərhal və məhz ona görə yarandı ki, televiziya hər iki keyfiyyətə malik idi və üstəlik o, öz məhsulunu ekranda göstərə də bilirdi.

Bəs radio nə etməli idi? Belə bir şəraitdə televiziya ilə yanaşı, həm də bərabərhüquqlu partniyor kimi addımlamaq üçün radio qüvvəni hardan ala bilərdi? Artıq haqqında keçmiş zaman kimi bəhs edilən bu «danışan qutu» hansı texniki və psixoloji-yaradıcılıq problemlərini həll etməli idi? Televiziyanın erkən dövründə onunla paralel iş aparmağın vacibliyin dərk edən Qərbdə radionu «dirçəltmək üçün addımlar atılırdı. Bu məqsədlə efirə ağırlıq gətirən lazımsız verilişlərdən, köhnəlmiş proqramlardan, çeynənmiş formatlardan imtina edərək yeni və daha maraqlı efir formalarına keçilir, xüsusən

canlı reportajları artırırdılar. Xüsusən BBC radiosu bu istiqamətdə düşünülmüş yaradıcılıq işi aparırdı. Dinləyiciləri cəlb etmək üçün burada radio yaradıcılığının xüsusi növünün – radio sənətinin inkişafı, gerçəkliyi əks etdirmək yollarının mənimsənilməsi istiqamətində yaradıcılıq sınaqları aparmaq lazım gəlirdi. Radio sənətinin əsas məhsulu kimi öz qayəsi, texniki üsulları və ifadə vasitələri olan formalara – dinləyicilərlə birbaşa dialoqa, canlı reportajlara, orijinal dramaturgiyaya, parlaq tamaşalara ehtiyac duyulurdu.

Bu problemlərin həlli bütün ölkələrdə eyni qayğılarla yaşayan radio işçilərindən çox böyük işgüzarlıq tələb edirdi. Yalnız yeni iş üsulu «televiziya əsrində» radio probleminin həlli üçün yeganə yol ola bilərdi. Bunu isə heç də hər yerdə bacarmadılar. ABŞ, Böyük Britaniya, Fransa, Hollandiya, Norveç kimi ölkələrdə bu problemi tədricən həll etməyə üstünlük verən mütəxəssislər öz səylərini radionun «xilas»ına yönəldə bildilər.

Radio verilişlərinin potensial imkanlarının inkişafına çalışanlar qəti əmin idilər ki, televiziya radionun özünəməxsus yaradıcılığına xələl gətirə bilməz. Yalnız radioya xas olan imkanlardan yaradıcılıqla istifadə etməyə can atanlardan heç kəsin ağlına gəlmirdi ki, radionun nədənsə pis, yaxud yaxşı olduğunu, yəni onun bütün müsbət və mənfi cəhətləri haqqında mövcud həqiqəti desinlər. Həmin adamların şüurunda belə bir illüziya formalaşmışdı ki, radio fövqəladə bir gücdür, o nə isə tamam başqa şeydir. Axı televiziyanın yaranmasına və onun digər sahələrə «nüfuzuna» qədər heç kəs, heç vaxt iddia etməmişdi ki, məsələn, teatr kitabdan, yaxud kino musiqidən və ya hər hansı mühüm məsələnin ətraflı müzakirəsi üçün adamların şəxsi, üzbəüz görüşü məktublaşmadan, ya da telefon danışığından daha yaxşıdır.

Radionun vətəni sayılan Avropa ölkələrində ötən əsrin 60-cı illərindən sonra bu informasiya vasitəsi yenidən dirçəlmişdir. Statistikaya görə, Böyük Britaniyada, Fransada, Almaniyada radiostansiyaların və dinləyicilərin sayı getdikcə artır. Xüsusən İngiltərədə yerli radio şəbəkələri və ixtisaslaşmış radiolar çoxalır. Məsələn, tarixi xidmətlərinə görə, İtaliya yayımında radionun parlaq səhifələri olmasa da, hazırda auditoriya baxımından onun müasir nailiyyətləri diqqəti cəlb edir. Araşdırmalar göstərir ki, son vaxtlarda hər gün 34 milyon adam, yəni əhalinin 66 faizi İtaliya radiolarına qulaq asır. Əhalinin 80 faizi isə, heç olmasa, həftədə bir dəfə onu dinləyir. Ölkədə gənclər radioya daha çox bağlıdırlar. Məsələn, 100 gəncdən 85-i həmişə radio dinləyir. Onlar, radioya, özü də ən çox kommersiya radiolarına, əsasən gündüzlər qulaq asırlar. Bu maraq, ilk növbədə, radioların sayca çoxluğu və məzmunca rəngarəngliyi ilə izah olunur. İtaliyada dövlət radioları və 12 kommersiya radiosu milli miqyasda şəbəkələr əmələ

gətirir. Ölkə üzrə efir lisenziyası olan yerli radiostansiyaların sayı isə 350-yə çatır.

Vizual sənətlər sahəsinə televiziya kimi sintetik bir fəaliyyət növünün də qədəm qoyması ictimai ünsiyyət formalarının verilən informasiyanın məzmununa uyğunluğu barədə mülahizələri bir daha təsdiq etdi. Bəs bir az əvvəl adını çəkdiyimiz J.Koktonun «radionun korlar üçün şriftə bənzəməsi» barədə mülahizəsinə necə baxmaq olar? Bizcə, əslində bu ifadə «yüz dəfə eşitməkdənsə, bir dəfə görmək yaxşıdır» xalq məsəli ilə təxminən eyni məzmundadır və bunların hər ikisini mexaniki şəkildə radioya şamil etmək yanlış olardı. Bu, bir faktdır ki, bir çox xalq məsəlləri müəyyən münasibətlə deyilir və daha çox konkret situasiyaya aid olur. Bu mənada bütün idiomatik ifadələr kimi, «bir dəfə görmək» məsəli də, adətən yarımçıq söylənilir və həmin məsələnin mahiyyətində özü-özlüyündə aydınlaşan əhəmiyyətli bir nüans mövcuddur. Yəni burada belə bir arzu, istək ifadə olunur ki, hansısa bir hadisə, insan haqqında söhbəti yüz dəfə eşitməkdənsə, hadisənin şahidi olmaq və ya adamın özünü bir dəfə görmək yaxşıdır, əlbəttə, əgər görmək mümkündürsə. Deməli, söhbət məhz görmək istəyindən gedir. Bizcə, həmin məsələdə hər hansı başqa fikir yox, məhz bu məna tam açıq şəkildə ifadə olunub və təbii ki, fikrin də məhz bu şəkildə yozumu daha dəqiqdir.

Məsələ elə bundadır ki, radionun efirə verdiyi bütün materialların əsasında həyati (mənəvi) faktın, gerçəkliyin tamam başqa kəsiyi, başqa məzmunu nəzərdə tutulur. Biz hələ onu demirik ki, televiziya verilişi ilə müqayisədə radio verilişinin forması da mütləq şəkildə başqalaşır. Buna görə də hər hansı məlumatın efirdə səslənməsi və auditoriyada qavranması zamanı məzmun xeyli dəyişir. Çünki radioda dinləmə şəraitindən asılı olmayaraq qavrama fərdidir. Dinləyici qəbul etdiyi informasiyanın məzmununu, faktı, hadisə yerini, danışan adamı, səs effektlərinin doğurduğu assosiasiyanı özü bildiyi kimi, öz təxəyyülündə yaratdığı obrazlar vasitəsilə, həm də çox canlı və yalnız insanın özünə xas olan rəng palitrası ilə qəbul edir. Məhz bu zaman məzmun da müəyyən dəyişikliyə uğrayır. Bu prinsip radio verilişlərinin bütün növlərinə aiddir.

Əslində radio qavrayışının bir çox üstünlükləri vardır və bu üstünlük ilk növbədə qavramanın fərdiliyi və olduqca zəngin səs çalarları, bu səsin bizim təxəyyülümüzü, fantaziyalarımızı güclü bir impulsla qidalandırması ilə bağlıdır. Əslində mahiyyəti etibarilə radio – bəşər ünsiyyətinin özünəməxsus səs çalarları olan və elektromaqnit dalğalarının şüalandırılması ilə yayılan akustik siqnallar əsasında fəaliyyət göstərən üsuludur. Yəni görünməzliyin, görmə amilinin olmamasını ona irad tutmaq nəinki yersizdir, hətta bu, bütövlükdə

radionun mahiyyətini təhrif etmək deməkdir. Eşitmə ilə qavramanın üstünlüklərini danmaq qeyri-mümkündür.

Tədqiqatçıların əksəriyyəti radionun taleyi barədə bu fikirdədilər ki, televiziya meydana çıxandan 10-15 il sonra çətin rəqabət arxada qalıb. İndi radio nəinki özünə gələrək dirçəlib, hətta çiçəklənmə dövrünü yaşayır. Məsələn, Birləşmiş Ştatlarda radiostansiyaların bir çoxu televiziyadan daha çox dinlənilir və onların fəaliyyəti daha gəlirli hesab olunur. Buna görə də həmin ölkədə radiostansiyaların sayı son 15-20 ildə xeyli artıb. Xüsusən qeyri-kommersiya radioları çoxalmış və 90-cı illərin sonunda onların sayı 2500-ə çatmışdır. Bir çox ştatlarda, o cümlədən Virciniyada, Ohayada, Kaliforniyada radioların sayı televiziya stansiyalarının ümumi sayından bir neçə dəfə çoxdur. 1998-ci ilin statistikasına görə, təkcə 3 milyon əhalisi olan Ayova ştatında 40 gündəlik, 258 həftəlik qəzet və 12 telekanal fəaliyyət göstərirsə, radiostansiyaların sayı 200-ü ötmüşdür. Bizcə, belə «başgicəlləndirici» dəyişikliyi aşağıda göstərilən bir neçə səbəblə izah etmək olar:

Əvvəla, dinlənmə şəraitinin münasibliyi haqqında danışmaq lazım gəlir, yəni televiziyadan fərqli olaraq radio bizi digər işlərdən ayırmır və onu dinləmək üçün xüsusi rahat şəraitə ehtiyac yoxdur. Biz başqa işlə məşğul ola-ola da radionu rahatca dinləyə bilirik.

İkincisi, radio qarışıq, tamaşa səpkili, mürəkkəb və bəzən anlaşılmaz verilişlərdən tezliklə imtina edə bildi, öz payına düşən musiqi və xəbərlər yaymaq funksiyasından daha möhkəm yapışdı. BBC və başqa radioların təcrübəsi göstərdi ki, TV-nin bəzi məqamlardakı üstünlüyünə baxmayaraq, radionun operativ xəbərləmə və musiqi yayımı taktikası misilsiz təsirə malikdir.

Üçüncüsü, radio yeni texnologiya hesabına yenidən start götürür. Bü tərəqqi rahatlıqla əldə gəzdirilən, yaxud cibə qoyulan tranzistorların istehsalı ilə daha geniş vüsət aldı. İndi mobil telefonla FM radiolarını dinləmək də adi bir işə çevrilib.

Dördüncüsü, radio yaratmaq, xüsusilə FM-lə efirə çıxmaq və böyük dinləyici auditoriyası tapmaq üçün güclü maliyyə, gözqamaşdırıcı texnikaya lüzum yoxdur. Bu gün kompyuter-montaj sistemi və lazer disklərin radioda geniş tətbiqi bu xərcləri xeyli azaldıb.

Məhz bu amillər radionu getdikcə populyarlaşdırır. Amma bu gün televiziya ilə radio arasında mövcud olan daha «sağlam mübarizə» şəraiti son illər bədii verilişlər sahəsində özünü göstərir və artıq bu sırf konsepsiya məsələsidir. Əlbəttə, bunu danmağa lüzum yoxdur ki, hazırda daha məqbul, universal ünsiyyət vasitəsi olan televiziya auditoriyaya hərtərəfli təsir edən sosial institutlar sistemində xüsusi yer tutur. Gerçəkliyi audiovizual üsulla əks etdirməyin ən effektli və

bənzərsiz vasitəsi səviyyəsinədək yüksəlmiş televiziya, həmişə «artıq mövcud olan» məhsulların reproduksiyalarını hazırlamaqla kifayətlənməyib, həm də özünün xüsusi «əksetdirmə sahəsi»ni, öz mövzularını, öz təsir və ifadə üslublarını tapmağa, informasiyaların yayılmasının indiyədək üzə çıxarılmayan yollarını işləyib hazırlamağa cəhd edir. Buna görə də «özəllik», «spesifika», «vizuallıq» imkanları barədə uzun-uzadı söhbətlər əbəs deyil.

Deyilənlərlə yanaşı, bu gün televiziyanın yalnız uğurları və həddindən artıq populyarlığı barədə düşünmək də azdır, ənənəvi «mədəni mühiti» qorumağın da qayğısına qalmaq vacibdir. Bu, söhbətlər ona görə zəruridir ki, gələcəkdə yalnız ekran maraqları ucbatından adamların mənəvi tələbatı məhdudlaşdırılmasın, onlar bütün mədəni vasitələrindən imtina edib, təkcə televiziya ilə kifayətlənməsinlər. Kifayət qədər inkişaf etmiş və zəngin ünsiyyət formaları mənimsəmiş radio heç vəchlə kölgədə qalmamalıdır.

Bir vaxtlar «telesentrizm», televiziya «acgözlüyü» kütləvi kommunikasiya və incəsənətin digər sahələrinə münasibətdə mavi ekranın «bənzərsizliyini» müəyyənləşdirən əsas spesifik cəhət sayılırdı. «Televiziyaya güclü maraq başqa kommunikasiya vasitələrini, hətta kinonu da diz çökdürəcək», – deyə düşünənlərin sayı azalmırdı. Amma indi müxtəlif ehtimal və həyəcanların yaratdığı bulanıq sular çoxdan durulmuş, televiziya öz yerini tutmuş və əlbəttə, radio da tarix səhnəsində, eləcə də müasir kommunikasiya sistemində qalaraq bəşəriyyətə öz xidmətlərini göstərməkdədir.

Bir anlığa geriyə – radionun formalaşıb əsas məlumat vasitəsi kimi öndə dayandığı dövrlərə qayıdaq. Bu həmin dövr idi ki, radionun misilsiz imkanlara malik olması, onun dalğalarının maniəsiz olaraq geniş hüdudlara yayılması «danışan qutu»ya böyük perspektivlər vəd edirdi. Xüsusən, İkinci Dünya müharibəsindən sonra bir-birinə zidd olan iki ictimai sistemin – kapitalizm və sosializmin ideoloji cəhətdən barışmazlığı və ziddiyyətlərin «soyuq müharibə» müstəvisinə keçməsi radiolar üçün də yeni bir cəbhə açırdı. Elə bu səbəbdən də radiolar Şərqlə-Qərb arasında ötən əsrin 40-cı illərinin ortalarında başlanmış uzun müddətli psixoloji müharibənin əsas iştirakçısına çevrildi.

«Soyuq müharibə» mələkləri

Vaxtilə Napoleon düşmənə və siyasi opponentlərinə qalib gəlmək üçün ona yüz minlik ordudansa, üç populyar qəzetin daha gərəkli olduğunu demişdi. Təbliğatın gücünü və təsirini yüksək qiymətləndirən görkəmli sərkərdə və imperator, şübhəsiz ki, bir əsr sonra radionun imkanlarından daha böyük heyrətlə danışardı. Əlbəttə,

XX əsrdə də Napoleon kimi düşünənlər az deyildi. «Proletariatın dahi rəhbəri» Lenin kütlələri səfərbər etmək gücünə görə radionu qiymətləndirir, Hitler ölkəni və kütləni idarə etməkdə radionun əvəzsiz alət olduğunu deyirdi. Stalin müharibə dövründə Levitanın səsinə silah kimi baxırdı. Şarl de Qoll hakimiyyətini saxlamaq üçün radiodan əl çəkmək istəmirdi. Bir sözlə hamı radioya silah kimi baxırdı və bu silah İkinci Dünya müharibəsindən sonra yenə öz rolunu oynamağa başladı. Bu dəfə «soyuq müharibə» aləti kimi.

Faşist Almaniyasına qarşı ağır müharibədə müttəfiq olmuş dövlətlər qələbədən az sonra müharibənin sönmüş külü altındakı közü üfürərək yeni, bu dəfə soyuq müharibə dalğası yaratdılar. Bu məsələdə ilk addımı müharibə diplomatiyasının böyük cəngavəri Uinston Çörçill atdı. ABŞ-a səfər etmiş siyasətçinin 1946-cı il 5 mart tarixli məşhur «Fulton çıxışı»ndan sonra dünya bir-birinə dəydi.

Moskva qəzetlərinin «Çörçill qılınc oynadır» başlığı ilə reaksiya verdiyi həmin çıxış İkinci Dünya müharibəsindən sonra artıq iki sistem arasında ideoloji-psixoloji müharibənin başlanmasını bildirən açıq xəbərdarlıq fişəngi idi. Çörçill bu fişənglə, sanki həyəcan təbili çalaraq bütün dünyanı xəbərdar edirdi ki, Rusiyadan yayılan təhlükə bütün bəşər sivilizasiyası üçün qorxunc bir «kabus»dur, əgər onun qarşısı vaxtında alınmasza, yer kürəsi yeni, daha qorxulu müharibə ilə üzləşər və planet yenidən qatı bir zülmətə qərq ola bilər.

Bəs «şər imperiyası» ilə ideoloji mübarizə necə və hansı vasitələrlə aparılmalıdır? Təbliğatın və diplomatiyanın bütün incəliklərini bilən və öz rəqiblərinə acı zəhəri şirin çay kimi içirtməyi bacaran mahir siyasətçi U.Çörçill bu suala da dəqiq cavab vermiş və «soyuq müharibə»də əsas mübarizə vasitəsi kimi ilk növbədə RADİO-nun adını çəkmişdi.

U.Çörçillin «Fulton çıxışı» qısa zamanda bütün dünyada əks-səda verdi. Artıq həm Qərb radioları, həm də çoxdan bu müharibəyə hazırlıq görməkdə olan sovet radio şəbəkəsi beynəlxalq efirdə bir-birlərinə «yaylım atəşi» açmağa başladılar. Qərb radioları Sovet təhlükəsindən, Moskvanın dirijoru olduğu sosialist düşərgəsinin radioları isə «insanı məhv edən», hər şeyi pul və sərvət üstündə quran və təbii ki, artıq «çürümüş» kapitalizmin eybəcərliklərindən bəhs edirdi. Radio dalğalarını bürüyən görünməz cəbhə getdikcə genişlənir, efir müharibəsi daha kəskin, daha barışmaz xarakter alırdı. Vaxtilə faşizmə qarşı bir koalisiyada olan SSRİ və Qərbin müharibədən sonra ideoloji cəhətdən barışmazlığı ideyası öz mənbəyini əslində müharibənin sonuna yaxın keçirilmiş Potsdam konfransından (1945) götürmüşdü. Əlbəttə, bu məsələdə sosializm ideologiyasını yaradanlardan biri, proletar rəhbəri V.İ.Leninin məşhur «kapitalizmlə

ideoloji barışmazlıq» müddəaları da yaddan çıxmamışdı.

Digər tərəfdən müharibədən sonrakı dünyanın siyasi mənzərəsi barəsində Amerika konsepsiyasının əsası ABŞ-ın o vaxtkı müdafiə naziri Q.Stimsonun hələ Potsdam konfransının davam etdiyi günlərdə ABŞ prezidentinin adına tərtib etdiyi məxfi memorandumda aydın şərh olunmuşdu. Həmin sənəddə deyilirdi ki, belə dərin fərqləri olan ictimai sistemlər arasında heç bir daimi və sabit münasibətlər yaradıla bilməz. Nə qədər çalışsaq da, biz sovetlərlə bir-birimizi başa düşmək iqtidarında deyilik. Buna görə bir çox cəhətdən kəskin fərqlənən iki sistem arasında uzunmüddətli sülh yaratmağa nail olmaq üçün göstərilən hər hansı cəhd puça çıxacaqdır». Ona görə də müharibə bitdikdən sonra Vaşinqton Moskva ilə hansı dildə danışmaq yollarını axtarır və iki sistemin tarixi qarşıdurmasını hərbi qüvvənin köməyi ilə həll etmək niyyətini də gizlətmirdi. Məsələn, 1945-ci il dekabrın 19-da perzident Harri Trumen ölkə konqresinə göndərdiyi məktubunda qlobal miqyasda Amerika hegemonluğunun yaradılmasını ABŞ-ın xarici siyasətinin ən mühüm məqsədi olduğunu bildirirdi. Əslində Trumen bu məktubunda izləri bu günə gəlib çıxmış tarixi bir iddia ilə çıxış edirdi: «Qazandığımız qələbə Amerika xalqının üzərinə bütün dünyaya rəhbərlik etmək kimi daimi məsuliyyət yükü qoymuşdur» (111, s. 549).

Həmin dövrdə müharibədən böyük qalibiyyətlə çıxmış, Avropanın az qala yarısını ələ keçirmiş və avtoritar hakimiyyətini bir az da möhkəmləndirmiş İ.Stalin də böyük iddia ilə Qərbə təzyiq göstərməyə çalışırdı. Xüsusən, ölkədə nüvə silahı sahəsində tədqiqatların uğurlu getməsi onu Qərblə sərt dialoq aparmağa həvəsləndirirdi. Bəzən Vaşinqton və Moskva diplomatik incəliyi bir yana qoyaraq az qala açıq-aşkar hədə-qorxu ilə danışırdılar. Artıq antikommunizm baxımından dünyada ABŞ üçün arzuolunmaz kimi qavranılan hər hansı bir dəyişiklik «Moskvanın fitnəsi» kimi qiymətləndirilir və dərhal «zor işlətməklə əks-təsir göstərmək» tələb olunurdu. Kreml də «Ağ ev»in addımlarına adekvat cavablar verirdi. Bununla əlaqədar «zor işlətmək» siyasəti həm SSRİ-nin, həm də ABŞ-ın xarici siyasət xəttinin zəruri prinsipi səviyyəsinə qaldırılırdı.

1945-ci ilin avqustunda Yaponiyanın Naqasaki və Xirosima adalarına atom bombası atılması, 1947-ci ildə «Trumen doktrinası»nın elan edilməsi və 1949-cu ildə NATO-nun yaradılması ABŞ-ın arzuladığı «amerikansayağı dünya» yaradılması missiyasının həyata keçirilməsi sahəsində əhəmiyyətli addımlar oldu. Bu doktrina ilə ABŞ-ın hakim dairələri açıq-aydın bildirirdilər ki, kommunizmə qarşı mübarizə üçün onlar dünyanın hər yerində, hətta digər ölkələrin və xalqların daxili işlərinə qarışmaq niyyətindədirlər, bunun üçün

mümkün olan bütün vasitələrdən, lap elə hərbi zorakılıqdan da istifadə edəcəklər. Xüsusən «Trumen doktrinası» ABŞ-ın xarici siyasətinin və dünya ağalığına nail olmaq üçün onun hegemonluq cəhdlərinin antikommunist əsaslarının təcəssümü idi.

Müharibədən böyük zərər çəkmiş Avropa ölkələrinin iqtisadiyyatını dirçəltmək üçün işlənib hazırlanmış «Marşal planı» Avropaya böyük həcmdə kapital qoyuluşunu əks etdirməklə yanaşı, həm də Trumenin bəyan etdiyi doktorinanın iqtisadi əlavəsi oldu. Bu iqtisadi planın strateji məqsədi Qərbi Avropanı, ilk növbədə isə onun aparıcı dövlətlərini Amerika bazarına inteqrasiya etmək və Avropa iqtisadi məkanını bütün vasitələrlə rus təsirindən qorumaq idi. Psixoloji müharibədə daha çevik olan ABŞ tezliklə «Trümen doktrinası» və «Marşal planı» əsasında özünün «Çəkindirmə» doktrinasını da bəyan etdi. Bu doktorinanın gərəkliliyini əks etdirən əsas müddəa «dünya inqilab prosesini» süni şəkildə qızışdıran və ondan öz siyasi, strateji məqsədləri üçün istifadə edən sovet xarici siyasətinin təcavüzkar xarakteri haqqında açıqlamalar oldu. Bu doktrinadan belə bir nəticə hasil olurdu ki, sosializm quruluşunun «daxili ziddiyyətlərin ağırlığı altında süquta uğrayacağına» ümid bəsləyərək «əks qüvvədən bacarıqla və səylə istifadə edilməsi» sayəsində rusların qəsbkarlıq meyllərinin qarşısını əzmlə və sayıqlıqla almaq zəruridir. SSRİ-yə qarşı «soyuq müharibə» aparan radiolara, məhz bu daxili ziddiyyətlərə diqqət yetirmək tövsiyə olunurdu.

Əgər «Trumen doktrinası» SSRİ-yə qarşı hərbi – siyasi, «Marşal planı» iqtisadi müharibə idisə, radio dalğaları ilə gerçəkləşdirilən efir müharibəsi Moskvaya qarşı birbaşa ideoloji-psixoloji təsir idi. Artıq elə ilk dövrlərdə «soyuq müharibə» özü ilə «azad informasiya axını» terminini meydana gətirmişdi. Bu termin mahiyyətcə «soyuq müharibə»nin sinonimi olmasa da, onun ayrılmaz atributu idi. «Soyuq müharibə» ideoloqlarının fikrinə görə, «azad informasiya axımı» başlıca olaraq sosialist ölkələrini və inkişaf etməkdə olan ölkələrin sərhədlərini adlamalı, həmin ölkələri obyektiv radio verilişləri və digər təbliğat vasitələri ilə əhatə etməli idi. Doğrudur, hələ 1936-cı ilin sentyabrında Millətlər Cəmiyyətinin Cenevrədə keçirilmiş konfransında «Radio verilişlərindən sülhün xeyrinə istifadə edilməsinə dair beynəlxalq konvensiya» qəbul olunmuşdu. Həmin konvensiyanı imzalayan 37 dövlət «hər hansı ərazinin sakinlərini daxili qayda-qanunla, yaxud təhlükəsizliklə bir araya sığışmayan hərəkətlərə vadar etmək» üçün nəzərdə tutulan radio verilişlərinin qadağan olunması üçün öhdəlik götürmüşdü. Cenevrə konfransının yekun sənədində müharibəyə, yaxud müharibə törədə biləcək hərəkətlərə çağırışların, habelə beynəlxalq aləmdə

qarşılıqlı anlaşmanı poza bilən, düşünülmüş şəkildə və qəsdən, yalandan uydurulmuş informasiyanın verilişlərdən çıxarılması zərurəti qeyd olunurdu. Göründüyü kimi, kağız üzərində ciddi qaydalar mövcud idi, amma faşizmlə savaşdan sonra dünya yeni gerçəkliklərin diqtə etdiyi təzə qaydalarla yaşamaqda idi...

Cenevrədəki mötəbər toplantıdan 10 il sonra bütün dünyada beynəlxalq vəziyyətin kəskin surətdə pisləşməsi böyük dövlətlərin radio siyasətini də əsaslı şəkildə dəyişdirdi. Qərb dövlətləri müharibədə qalib gəlmiş SSRİ-nin sərt addımlarından ehtiyatlanaraq, ona cavab reaksiyası kimi «Azad informasiya axını» adı altında Sovet İttifaqına, Avropanın yeni sosialist dövlətlərinə, eləcə də inkişaf etməkdə olan ölkələrə qarşı ideoloji təsiri genişləndirməyə başladı. Bu prosesin şiddətlənməsində müharibədən sonra rus diplomatlarının beynəlxalq toplantılarda özlərini həddindən artıq təkəbbürlü, hikkəli, lovğa və öcəşkən aparmaları da az rol oynamırdı. Türk yazıçı-diplomatı Y.Qaraosmanoğlu «Zorən diplomat» adlı memuarında sovet siyasətçilərinin o dövrdəki ədalı hərəkətlərini obrazlı şəkildə belə ifadə edirdi: «Tribunada əda ilə danışan rus diplomatlarının arxasından Stalinin qalın bığları görünürdü». Məhz bu «bığ siyasətinin» zorakılığı nəticəsində «soyuq müharibə» təxminən yarım əsrlik bir müddətdə radio dalğalarında ən müxtəlif üsullarla davam etdirildi.

Bəs SSRİ-yə qarşı, onun marksizm-leninzm ideologiyasına və avtoritar-totalitar sisteminə, insanları daim qorxuda saxlayan dövlət quruluşuna qarşı efir müharibəsinin ön cərgəsində hansı radiostansiyalar gedirdi? Bu radiolar psixoloji müharibəni necə və hansı üsullarla aparırdılar? Radio tarixi və bəzi həssas mövzuları işıqlandırmaq metodikasını öyrənmək baxımından bu sullar üzərində bir qədər ətraflı dayanmağa ehtiyac var.

Bir ölkənin radiostansiyasından görünməz dalğalarla başqa ölkənin efirinə daxil olub, dinləyiciyə yalan (bəlkə də, lap doğru) məlumat verməklə həmin ölkəyə psixoloji təsir göstərmək, **«radio müharibəsi»** aparmaq ənənəsinin əsası hələ 30-cu illərin ortalarında qoyulmuşdu. Beynəlxalq radio dalğalarında ilk efir hücumuna keçən İtaliya öz hərbi qruplaşmalarının Həbəşistana (Efiopiya) təcavüzünə bəraət qazandırmaq üçün radio ilə ərəb, ingilis, türk və s. dillərdə genbol informasiya verdi. Roma və Tripol şəhərlərindən ərəb ölkələrinə, eləcə də Afrika qitəsinə yayımlanan məqsədli verilişlərə cavab olaraq Böyük Britaniya hökuməti 1938-ci il yanvarın 3-də BBC radiostansiyasında ərəb dilində verilişlərə başladı. «Ərəb xidməti»ndən sonra burada «Latın Amerikası xidməti» işə düşdü. 1939-cu ildə isə «Ekstremal servis» də fransız və italiyan dillərində yayıma başladı. Beləliklə, hələ İkinci Dünya müharibəsi ərəfəsində böyük dövlətlərin

«təsir dairəsi» uğrunda apardıqları mübarizədə radionun psixoloji təsir vasitəsinə, hədə-qorxu alətinə çevrilməsi prosesinin əsası qoyuldu. İngiltərə ilə İtaliyanın Aralıq dənizi və Yaxın Şərq rayonlarında siyasi nüfuz uğrunda rəqabəti tarixdə ilk dəfə olaraq əsl «radiomüharibəyə» gətirib çıxartdı.

Faşist Almaniyası da efirdə Avropa dövlətləri əleyhinə psixoloji müharibəyə təxminən həmin vaxtdan başlamışdı. Bu məqsədlə Reyxin alovlu təbliğatçısı Gebbelsin idarəsində xüsusi yayım cihazları da quraşdırılmışdı. Buradan daha çox Böyük Britaniya və Fransa əleyhinə alman, ingilis və fransız dillərində verilişlər aparılırdı. Berlin radio verilişləri ilə bütün Avropaya hərbə-zorba gəlməyə, Hitlerin hər şeyə qadir olan qorxunc obrazını yaratmağa çalışırdı. Bu «verilişlərdə» Gebbelsin gələcək müharibə üçün hazırlayıb ictimai rəydə sınaqdan keçirməkdən ötrü dövriyyəyə buraxdığı və əsasən yalana, geniş manipulyasiyaya söykənən təbliğat metodları da özünü göstərirdi. Artıq bu illərdə radio verilişlərindən xarici ölkələrə qarşı pozuculuq təbliğatı, psixoloji və ideoloji təcavüz silahı kimi geniş miqyasda istifadə olunmağa başlanmışdı.

Almaniya, İtaliya və İngiltərənin, müharibənin gedişində isə SSRİ-nin yayım təcrübəsi göstərdi ki, radionun auditoriyaya hərtərəfli sirayət qabiliyyəti, sərhədləri «vizasız və pasportsuz» aşmaq imkanları təbliğatın tamamilə başqa səpkili variantlarına da imkan yaradır. Artıq İkinci Dünya müharibəsindən sonra iki sistem arasında ideoloji rəqabətin xeyli güclənməsi yeni siyasi şəraitdə, SSRİ-nin bir çox yolverilməz hərəkətləri, xüsusən onun «Avropanın jandarmı» iddiasına düşməsi və təbii ki, ABŞ başda olmaqla Qərb dövlətlərinin siyasətində aparıcılıq, dünyada dominant ölkə olmaq istəyi «soyuq müharibə»ni sürətləndirmişdi. Digər tərəfdən, faşizmə qarşı mübarizədə SSRİ-yə həlledici kömək göstərmiş ABŞ və İngiltərənin dövlət başçıları – Ruzvelt və Çörçill uzun müşahidələrdən sonra bu qənaətə gəlmişdilər ki, bu ölkədəki diktatura rejimi ilə demokratiyanın bərqərar olması və insan haqlarının qorunmasına təminat vermək qeyri-müskündür. Ona görə də ən yaxşı üsul kimi SSRİ-ni içəridən parçalamaq, dağıtmaq, totalitar rejimi ideoloji vasitələrlə çökdürmək taktikası seçilməşdi. Yeni taktikanın ifadəçisi və psixoloji hücum siyasətinin əsas ifadəçisi radio idi. Bu da özünəməxsus bir müharibə idi. Çox uzun çəkən, amma ağrısız, qansız və dağıntısız bir müharibə...

«Soyuq müharibə» elan olunduqdan 19 gün sonra – yəni 1946-cü il martın 24-də **BBC radiostansiyası** Sovet İttifaqı əleyhinə rus dilində yayıma başladı. Əvvəlcə verilişlərin gündəlik həcmi 1 saat idi, sonra həftədə 10 saata çatdırıldı. Artıq 60-cı illərin ortalarında bu rəqəm həftədə 20 saat, 80-ci illərin əvvəllərində isə 40 saat təşkil

edirdi. Rus dilində verilişlərin əsas mövzusu sovet cəmiyyətinin eybəcərlikləri, azad düşüncənin boğulması, insanların izlənməsi və qorxu içərisində saxlanılması, onların adi vətəndaş hüquqlarının pozulması və insanların qul kimi istismarı, eləcə də SSRİ xarici siyasətinin silaha, zorakılığa əsaslanan təhlükəli nüansları haqqında idi. Verilişlər getdikcə cilalanır, daha məqsədyönlü xarakter alır və qlobal strateji niyyətlərə xidmət edirdi. «Əgər biz «starteji» sözünü strateji bombardman mənasında istifadə etməli olsaq, radio verilişi, sözsüz ki, strateji təbliğatın ən effektli forması sayılmalıdır», – bu sözlər Böyük Britaniyanın «psixoloji müharibə» məsələləri üzrə məşhur mütəxəssisi R.Krossmenə məxsusdur və 40-cı illərin sonunda deyilib. BBC radiosu məhz strateji təbliğatın ən effektli forması kimi uzun illər ərzində sovet adamlarının ictimai şüuruna, düşüncəsinə təsir edərək onlarda çağdaş dünya prosesləri, ən mühüm hadisələr, o cümlədən SSRİ-nin dövlət siyasəti haqqında obyektiv və əlbəttə, bir qədər cazibədar şəklə salınmış informasiyalar vermişdir.

BBC-dən bir il sonra «soyuq müharibə»nin carçıları siyahısına **«Amerikanın səsi»** radiostansiyası da qoşuldu. Bu stansiya beynəlxalq efirə ilk dəfə 1942-ci il fevralın 24-də alman və italiyan dillərində verilişlərlə çıxmışdır. «Amerikanın səsi» rusca verilişlərə isə 1947-ci il fevralın 17-də özünün Münhendəki filialından başlamışdır. Sovetlər Birliyinə verilişlər yaymaq təşəbbüsünün müəlliflərindən biri, senator Kral Mund həmin vaxtlar «SSRİ-dəki dinləyicilərinizdən siz nə gözləyirsiniz?» sualına belə cavab vermişdi: «İstəyirik ki, onlar müdafiə vasitələri istehsalında sabotajla məşğul olsunlar, beşillik planların yerinə yetirilməsini ləngitsinlər... İstəyirik ki, rus hərbi mütəxəssisləri zaman-zaman Rusiyadan qaçıb ABŞ-a gəlsinlər ki, onlardan Uralın o tayında və Rusiyanın hərbi mərkəzlərində hansı təzə silahların və qurğuların hazırlandığını öyrənək» (56, s. 32-34).

1950-ci illərin əvvəllərindən başlayaraq SSRİ-yə və digər sosialist ölkələrinə qarşı psixoloji müharibə yeni mərhələyə qədəm qoydu. BBC və «Amerikanın səsi» nə qədər təsirli verilişlər hazırlasa belə, proqramların azlığı və auditoriyanı tam əhatə etməməsi göz qabağında idi. Ona görə də, ilk növbədə, ABŞ hökumətinin və Mərkəzi Kəşfiyyat idarəsinin himayəsi ilə 1950-ci il iyulun 4-dən **«Azad Avropa»**, 1953-cü il martın 1-dən isə **«Azadlıq»** (ilk adı «Qurtuluş» olub – *Q.M.*) radiostansiyaları fəaliyyətə başladı. Almaniya Federativ Respublikasının (AFR) ərazisində fəaliyyət göstərən bu radioların ABŞ-a məxsusluğu əvvəllər ört-basdır edilsə də, çoxsaylı faktların və bir sıra ciddi tədqiqatların meydana çıxması cidanı çuvalda gizlətməyin mənasız olduğunu göstərdi. Beləliklə, yeni radio-

stansiyalar da SSRİ-ni ciddi şəkildə hədəfə almışdı. Artıq 1953-cü ildən başlayaraq «Azadlıq» SSRİ-dəki müttəfiq respublikaların, demək olar ki, hamısının dillərində, o cümlədən azərbaycanca verilişlər aparırdı. Bu verilişlər qatı antisovet xarakteri ilə, həm də siyasi kəskinliyi ilə fərqlənirdi. Bu kəskinliyə görə, hətta 70-ci illərin əvvəllərində – dünyada beynəlxalq gərginliyin nisbətən zəiflədiyi bir vaxtda «Azadlığ»ı bağlamaq təklifləri eşidilirdi.

«Azad Avropa» və «Azadlıq» Münhendən yayımlanırdı. Bu da təsadüfi deyildi, çünki Avropada antikommunizm ən fəal müdafiəçiləri və yaradıcıları məhz Almaniya Federativ Respublikasında qərar tutmuşdular. Burada sosialist ölkələrinin həyatını öz məqsədlərinə uyğun şəkildə öyrənən, ayrı-ayrı müttəfiq respublikaların milli xüsusiyyətlərini araşdıran yüzə qədər müxtəlif mərkəz işləyirdi. Mərkəzlər bu respublikalarda zəif yerləri müəyyənləşdirir və radiolar üçün dəqiq təlimatlar hazırlayırdılar, bu mərkəzlərin tədqiqatlarından faydalanan AFR-in xarici siyasət təbliğatına isə Federal Mətbuat və İnformasiya İdarəsi rəhbərlik edirdi.

1953-cü ildə İ.Stalinin ölümü xarici radiostansiyalara əks təbliğat üçün, sovet sisteminin dayaqlarına geniş miqyasda hücum üçün güclü əsas verdi. Üç il sonra kommunistlərin XX qurultayının materialları və şəxsiyyətə pərəstişin pislənməsi də xarici radioların gündəliyində əsas yer tutdu. SSRİ-nin yeni rəhbəri Nikita Xruşşov «demokratiyasını» xüsusi tərzdə dəstəkləyən Qərb radioları sovet rejiminin laxlaması üçün verilişlərin təsir gücünü artırmağa çalışırdılar. Təsadüfi deyildir ki, məhz belə bir vaxtda «Azad Avropa» və «Azadlığ»ın ardınca Avropada daha bir güclü təbliğat mərkəzi – **«Alman dalğası»** radiostansiyası da verilişlərə başladı. Köln şəhərində yerləşən bu stansiya 1953-cü il mayın 3-də xarici ölkələrə, ilk növbədə isə ikiyə bölünmüş alman torpağında ilk sosialist dövləti olan ADR-ə qarşı fəal antikommunist təbliğatı aparmaq üçün yaradılmış və 7 il qeyri-rəsmi fəaliyyət göstərmişdi. Onun yaradılması haqqında qanunu Bundestaq yalnız 1960-cı ildə təsdiq etmişdi. Həmin dövrdə isə artıq «Alman dalğası» 34 dildə «danışır» və gündə 150 saata yaxın veriliş yayımlayırdı. Təbii ki, bu verilişlərin böyük bir qismi SSRİ əleyhinə yönəldilmişdi.

«Alman dalğası»nın işə düşməsi radio müharibəsini daha da alovlandırır və heç bir şübhə yeri qoymurdu ki, Qərb ölkələri qırxıncı illərin sonundan başlanmış prosesi şiddətləndirərək yeni radio-mərkəzlər vasitəsilə beynəlxalq efiri sosializmə «hücum»un ön cəbhəsinə çevirmişlər. Artıq həmin dövrlərdə ABŞ konqresinin nəşrlərində açıqca göstərildiyi kimi, «Azadlıq», «Azad Avropa» radiostansiyaları Amerika xarici siyasətinin «daha dəyərli alətləri» və

«sovet sistemini sarsıtmağın yeganə vasitələri»dir. Amerikanın görkəmli ictimai-siyasi xadimləri, ideoloqları açıq şəkildə SSRİ-yə qarşı psixoloji hücumları gücləndirməyə çağırırdı. Məsələn, tanınmış ideoloq Allen Dalles təbliğat sahəsindəki ideyalarının alman təbliğat maşınına yaxınlığını etiraf etməkdən çəkinmir və «bizim ideoloji təxribat işini gücləndirməyimiz zəruridir. Vaxtilə... Gebbels deyirdi ki, qaz kamerasında eyni zamanda bir neçə yüz adamı zəhərləmək olar, yaxşı hazırlanmış yalan vasitəsilə isə milyonlarla adamı...» fikrini təkrarlayırdı. Sonralar bu fikri inkişaf etdirən ABŞ-ın dövlət katibi H.Kissencer «radiostansiya bir çox ölkələrlə münasibətdə B-52 tipli bombardmançılar eskadrilyasından daha effektli təzyiq vasitəsi ola bilər» – demişdi.

ABŞ-ın və Böyük Britaniyanın elmi-ideoloji mərkəzlərində, hətta kəşfiyyat idarələrində də radiotəbliğatın ən effektli üsulları axtarılırdı. "Balığın xoşuna gəlmək üçün qarmağa hansı cazibədar yem keçirməyi bilmək lazımdır!" – Bu, radio təbliğatı üçün çox mühüm şüar idi. Həmin "yem"i tapmaq üçün isə təkcə radiomərkəzlərdə deyil, elmi-ideoloji strukturlarda da gecə-gündüz iş aparılırdı. Nəticədə sosialist düşərgəsinin dinləyiciləri üçün yeni-yeni dadlı və cazibədar "yem" növləri hazırlanırdı.

Efirdə ideoloji müharibə aparanların əl atdıqları külli miqdarda taktiki üsullar arasında radio informasiyasını qabaqlamaq metodu daha çox yayılmışdı. Bu üsulun mahiyyəti ondan ibarət idi ki, informasiya müxtəlif gümanlarla, eyhamlarla müşayiət olunur və dinləyicilərdə elə təsəvvür yaradılırdı ki, guya onlar xarici radionun növbəti verilişində nə isə əlavə maraqlı təfsilatlar öyrənəcəklər. Məsələn, "Amerikanın səsi" radiostansiyasının SSRİ-yə qarşı proqramlarında beynəlxalq və daxili mövzudakı xəbərlər hər saatdan bir verilirdi. Bununla radio dinləyicilərinin diqqətini verilişlərə cəlb edirdilər. Yaxud "Azad Avropa" radiostansiyası Polşaya yönəli verilişlərində hətta bu ölkənin futbol komandasının görüşlərinin nəticələrini də çox operativ şəkildə xəbər verirdi ki, dinləyicilər Varşava dövlət radiosunun verilişlərinə qulaq asmasınlar.

Verilişlərə maraq oyatmaq üçün Qərb radiostansiyaları sovet vətəndaşları ilə məktublaşmağa da cəhd göstərirdi. Bəzən Qərbin radioverilişləri barəsində dinləyicilərdən qəsdən rəy almağa çalışırdılar. Bunun üçün mükafatlı, yaxud xüsusi prizli müsabiqələr keçirilirdi. Bu halda obyektivliyə xüsusi əhəmiyyət verilirdi. Radio dinləyicilərini əldə saxlamaq üçün kapitalist ölkələrində adamların həyatının müxtəlif cəhətləri barədə, xüsusən məişət, dolanışıq, əyləncə, istirahət haqqında reklam xarakterli məlumatlar verilir və təbii ki, bu informasiyalarda şişirtmələrdən, şirnikləndirici bəzək-

düzəkdən də çəkinmirdilər.

Radionun, bir tərəfdən kütləvi rabitə vasitəsi kimi informasiyanı adamlara operativ çatdırması, digər tərəfdən isə onların hiss və emosiyalarına psixoloji təsir gücü "soyuq müharibə" strateqlərinə efirdə manevr üçün geniş imkanlar verirdi. Qarşıya qoyulmuş məqsədin həyata keçirilməsi naminə dinləyicilərə emosional təzyiqi artırmaq yolları düşünülürdü. Bütövlükdə isə təbliğati verilişlərin təşkilinə dair elmi-psixoloji üsulların işlənib hazırlanmasına və tətbiqinə mühüm əhəmiyyət verilirdi. Radio təbliğatının təşkilinə ictimai və kütləvi psixologiya üzrə ixtisaslaşan sosioloqların, psixoloqların, sovetşünasların, kremlşünasların, filosofların, dilçilərin və s. cəlb edilməsi geniş yayılmışdı. Bütün bu ideoloji cəbhə mütəxəssisləri informasiyaların seçilməsi, onlara daha inandırıcı və obyektiv xarakter vermək üçün işlənməsi, xəbərlərin xüsusi düzümü və təqdimatı ilə məşğul olurdular. Verilişlərin məzmunu daha təsirli olsun deyə onların dili və üslubu üzərində psixoloqların, sosioloqların və xüsusilə üslubiyyatçı linqvistlərin köməyi ilə xüsusi iş aparırdılar.

SSRİ-yə qarşı xarici siyasət təbliğatının daha təsirli üsullarla aparılması üçün radiostansiya əməkdaşlarına ideoloji mərkəzlərdən saysız-hesabsız təlimatlar göndərilirdi. Bu təlimatlarda verilişlərin məzmunu, tərcüməsi, diktor məharəti və s. haqqında ətraflı məsləhətlər verilirdi. Məsələn, "Azad Avropa" radiostansiyasına "Təbliğati radioverilişləri necə tərtib etməli" adlı Amerika tə'limatındakı bə'zi maddələrə nəzər salaq:

"12. Heç vaxt xüsusi təbliğat məqaləsi yazmağa cəhd etməyin. Elə məqalə yazın ki, onda təbliğat köməkçi rol oynasın. Təbliğatı pərdələmək sisteminə əl atın...

22. İşinizə ziyan gətirə biləcək faktları heç zaman xatırlatmayın. Sadəcə olaraq, belə faktlar haqqında heç vaxt danışmayın. Siz eyni bir məsələni hər iki cəhətdən işıqlandırmağa borclu deyilsiniz...

26. Həmişə çalışın elə təsəvvür yaradasınız ki, siz hər şeyi bilirsiniz, haqqında danışılan yerdə həqiqətən olmusunuz, sizin gizli informasiyalarla tanış olmaq imkanınız vardır...

47. Daim təqsirləndirin. Bu, strateji üsul təbliğatın ən səmərəli növüdür.

48. Şayiələrə diqqət yetirin, şübhələr doğurun, lakin heç vaxt onları öz adı ilə adlandırmayın.

51. Heç vaxt informasiyadan informasiya xatirinə istifadə etməyin. Sizin marağınız ondadır ki, dinləyicilər sizin niyyətlərinizə uyğun məlumat alsınlar..."

Radio verilişi hazırlayarkən bir də bunlara daim diqqət yetirmək məsləhət görülürdü: "Efirə verilmək üçün hazırlanmış materiallar öz

mahiyyətinə görə həmin auditoriyada qəbul edilmiş formada olmalıdır", "Tanış mənbələrə istinad etməklə e'tibar qazanmaq, verilişi aparanla dinləyicilər arasında ümumi dil tapmaq lazımdır", "Proqramın məzmunu nəzərdə tutulan ölkənin nəinki dili, həm də mədəni xüsusiyyətləri baxımından son dərəcə qüsursuz olmalıdır" və s. Göründüyü kimi, radio təbliğatının təsirli olması üçün hər şey diqqətlə ölçülüb-biçilir, hər sözün, cümlənin mənasına, hətta onların intonasiyasına ciddi fikir verilirdi.

Qərb həyat tərzinin reklamı, insan azadlığı, kapitalizmin üstünlükləri, cansıxıcı sovet rejiminin kəm-kəsirləri məhz bu yolla işıqlandırılırdı. Əlbəttə, bu zaman dinləyiciləri heyrətləndirmək, onlara daha emosional təsir etmək üçün həqiqi informasiyaların gözünə müəyyən yalanlar da qatılırdı. Bununla radiotəbliğatçılar arabir "böhtanı cürətlə tətbiq və dişləyin, çünki hər halda çapıq yeri qalacaq", – deyə məsləhət görən qədim Yunanıstanın böhtan nəzəriyyəçisi Mediyin tövsiyəsinə də əməl edirdilər. Bu isə görünür xarici siyasət təbliğatının gizli, heç yerdə yazılmayan qaydalarından biri idi.

Amerikanın təbliğat nəzəriyyəçiləri U.Devisonun və K.Kuperin fikrincə, informasiyanın təsiri "mənbəyə etimad dərəcəsindən çox asılıdır". Onlar belə hesab edirdilər ki, "əgər faktların açıqlığı qeyd edilsə, yaxud razılaşmadıqları ideyalarla tanış olmaq istəyi adamların öz ixtiyarına verilsə" bu inamı qazanmaq mümkün olar. Məhz elə burada ideoloji cəbhə əsgərləri hər cür psixoloji üsullara əl atırdılar. Məsələn, bu üsullardan biri dinləyicini maraqlandıran mövzunun radio verilişində işıqlandırılmasını təmin etməkdən ibarət idi. Amma bunu birbaşa deyil, "dolayısı ilə", dinləyici hiss etmədən, həmin mövzuya ötəri toxunmaqla etmək lazımdır. Beləliklə, efir təbliğatçıları dinləyiciləri mövzu üzərində baş sındırmağa və arzu olunan nəticəni çıxarmağa sövq edirdilər.

«Soyuq müharibə»nin erkən dövrü radiostansiyaların özlərinə auditoriya toplaması ilə əlamətdar olmuşdusa, sonrakı mərhələlərdə onlar SSRİ əleyhinə, sosializmin çökdürülməsi üçün intensiv və güzəştsiz mübarizə yolunu seçmişdi. 1956-cı ildə Macarıstanda, 60-70-ci illərdə isə Çexoslovakiyada, Polşada və SSRİ-nin bəzi yerlərində çaxnaşmaya nail olan radiostansiyalar yetmişinci illərin sonu, səksəninci illərin əvvəllərində keyfiyyətcə yeni mərhələyə qədəm qoydu. Bu dövr radio təbliğatının gücləndirilməsi sahəsində yeni və daha genişmiqyaslı cəhdlər dövrü kimi yadda qalıb. Bu cür cəhdlər 1981-ci ildə respublikaçılar hökuməti «Ağ Ev»də bərqərar olduqdan və prezident R.Reyqanın SSRİ əleyhinə olduqca açıq, çılğın bəyanatlarından sonra daha aydın nəzərə çarpırdı.

Dünyada mövcud olan qüvvələr nisbətini pozmağa, hərbi strateji

üstünlüyü mənəvi-ideoloji üstünlüyə çevirməyə can atan Birləşmiş Ştatlar və NATO-nun uzaqgörən dairələri efirin təsirini daha da gücləndirməyə çalışırdılar. Onlar sosializm gəmisinin çökmək ərəfəsində olduğunu duyur və xüsusən SSRİ-də artmaqda olan sosial-iqtisadi problemləri, eləcə də əhali arasında sosial narazılıq dalğası yaratmaq imkanını yaxşı görürdülər. Artıq sovet adamlarının «marksist-leninçi ideologiyası»nı həzm etməməsi aşkarca duyulurdu. Buna görə də radiostansiyalar verilişlərin ittiham tonunu daha da kəskinləşdirir, hətta dinləyicilər arasında sovet rejimi və sovet rəhbərləri haqqında tez bir zamanda populyarlaşan siyasi lətifələr yaymaqdan belə çəkinmirdilər. Məhz belə bir vaxtda – 1983-cü ilin fevralında «Milli konservativ siyasi xadimlər konfransı»nın təşkil etdiyi qəbulda çıxış edən Amerika prezidenti R.Reyqan bir daha açıq şəkildə bəyan etdi ki, rəsmi Vaşinqton üçün «Amerikanın səsi», «Azadlıq» və «Azad Avropa» radiostansiyalarının işini fəallaşdırmaqdan daha vacib xarici siyasət təşəbbüsü yoxdur (101, s. 558). Prezidentin bu açıq bəyanatı ilə eyni vaxtda Vaşinqtonda «Demokratiya və kütləvi diplomatiya proqramı» elan olundu və ABŞ-ın xarici siyasətinə xidmət edən «Təbliğatın planlaşdırılması» adlı xüsusi komitə yaradıldı. Radiomərkəzlər SSRİ-ni dağıtmaq məqsədləri barədə hələlik birbaşa, açıq danışmır və bunu, guya məxfi saxlayırdılar. Amma 80-ci illərin əvvəllərindən artıq bu tendensiya çox aydın şəkildə duyulurdu və bir neçə ildən sonra YUSİA-nın Beynəlxalq Yayım Şurasının sədri Malkolm Forbes açıq şəkildə bəyan edəcəkdi ki, xüsusən «Azad Avropa» və «Azadlıq» radiostansiyaları SSRİ-də və Şərqi Avropada avtoritar rejimi dinc yolla dəyişdirməyə dair hökumət proqramı əsasında fəaliyyət göstərir. Məhz bu proqrama uyğun olaraq xarici ölkələrə verilişlərin həcminin, ötürücülərin gücünün, yeni retranslyasiya mərkəzlərinin tikintisinin, bir sözlə, efirdə müharibənin ehtiyaclarına vəsaitin artırılmasının növbəti mərhələsi başlandı. ABŞ-ın keçmiş dövlət katibi C.Şults 1980-ci ilin əvvəllərində kommunist ölkələrinin demokratikləşdirilməsi məsələləri üzrə konfransda bəyan edirdi ki, Birləşmiş Ştatlar «radio verilişlərinin kommunist aləminə siyasi təsirini və coğrafi əhatəsini genişləndirmək məqsədilə hazırlanmış xüsusi proqram çərçivəsində milyard dollar xərcləməyi planlaşdırır» (77, s. 55).

Beləliklə, söhbət «sürətlə radiosilahlanmadan» gedirdi və artıq 80-ci illərin əvvəllərində ön plana çıxan «Azadlıq» və «Azad Avropa» radiokomplekslərinin büdcəsi yüz milyon dollara çatdırılmışdı. Özü də bu məbləğ ötürücülərin modernləşdirilməsinə ayrılmış əlavə vəsait hesabına daha da çoxalmışdı. Verilişlərin həcmi, təsirliliyi və yayım dairəsi də artmışdı. Həmin dövrdə Münhen stansiyalarının veriliş-

lərinin ümumi həcmi həftədə 1024 saata çatırdı və ABŞ adi verilişlərdən əlavə, lentə, yaxud vala yazılmış verilişlərin digər ölkələrdə yayılması üsuluna da əl atırdı. Məsələn, həmin dövrdə 5 mindən çox xarici radiostansiya «Amerikanın səsi»nin proqramını translyasiya edirdi. Beləliklə, «sürətlə radiosilahlanma» ideoloji mübarizənin və beynəlxalq şəraitin gərginləşməsini əks etdirən beynəlxalq həyatın gerçək faktına çevrilirdi. Bu faktın səciyyəvi cəhəti isə o idi ki, Qərbin əsas radiomərkəzlərinin səyləri, ilk növbədə, Sovet İttifaqı və digər sosialist ölkələri əleyhinə təbliğatına daha məqsədyönlü şəkildə yönəlirdi.

«Amerikanın səsi»nin o vaxtkı direktoru C.Xyuzin 1982-ci ildə etiraf edirdi ki, SSRİ və digər sosialist ölkələri Amerika Birləşmiş Ştatlarının təbliğat mərkəzinin «başlıca fəaliyyət meydanıdır». Təsadüfi deyildir ki, «Amerikanın səsi» öz verilişlərinin ümumi həcminin 77 faizini, məhz həmin ölkələrə istiqamətləndirirdi. Bu proseslərdə fəal iştirak edən BBC-nin birbaşa verilişləri həftədə 725 saata çatmışdı və bu verilişlər 39 dildə aparılırdı. 80-ci illərin ortalarında BBC-nin xarici ölkələrə radioverilişlərinin büdcəsi 105 milyon dollara çatırdı. Xarici ölkələr üçün verilişlərin hazırlanması ilə 3 mindən çox adam məşğul olurdu. Bu fakt həmin radiostansiyanın daha güclü «psixoloji müharibə» silahı olduğunu təsdiq edir. Həm də təsadüfi deyildir ki, Londondan rus dilində verilişlərin fəallaşması Britaniya hökuməti başçısının SSRİ əleyhinə «indiyədək heç vaxt həyata keçirilməyən məqsədli təbliğat kompaniyasını» gücləndirmək barədə göstərişindən dərhal sonra başlandı. Baş nazir M.Tetçer rəsmi Vaşinqtonun bəyanatını, demək olar ki, sözbəsöz təkrarlayaraq qeyd edirdi: «Şərqi Avropa ölkələrinə verilişlərə xüsusilə mühüm diqqət yetirməlidir» (57, s. 305). Məhz bu «mühüm diqqətin» nəticəsi idi ki, 70-ci illərin ortalarından başalayaraq SSRİ-də tədricən dissident hərəkatı genişlənirdi.

Qərb radioları «xalqlar həbsxanası»nda başlamış bu dissident hərəkatına xüsusi diqqət yetirirdi. Həmin dövrdə milyonlarla insanın həyatına son qoymuş sovet cəza sistemini öz əsərlərində ifşa edən yazıçı A.Soljenitsinin, SSRİ-də insan haqlarının kütləvi şəkildə pozulmasını cəsarətlə bəyan edən akademik A.Saxarovun adları üzə çıxır, xarici radio dalğalarda daha tez-tez hallanırdı. Sovet gerçəkliyinin əsl xarakterini göstərən belə verilişlərin təsiri ilə müttəfiq respublikalarda, o cümlədən Azərbaycanda milli düşüncəli ziyalılar dəstəsi formalaşırdı. Məhz Qərbin radio təbliğatının nəticəsi idi ki, SSRİ-də sovet rejiminin əsl mahiyyətini açan, bütöv nəsillərin fəlakətinə səbəb olan hadisələri real boyalarla əks etdirən ədəbi əsərlər meydana çıxır və yayılırdı. Xüsusən, 1970-ci ildə Nobel

mükafatına layiq görülmüş A.Soljenitinin «Qulaq arxipelaqı» epopeyası Parisdə çap olunduqdan sonra (1973) dünya ictimaiyyətini lərzəyə gətirir. Avropada kommunist hərəkatına ağır zərbə vuran bu əsərindən (26, s. 363) sonra müəllifin «Vaşinqton poçt» qəzetində (1974) çap olunmuş «Yalansız yaşamaq» məqaləsinin radiolarda səslənməsi SSRİ-də çox böyük rezonans verdi. Artıq 70-80-ci illərdə SSRİ-də və Şərqi Avropanın sosialist ölkələrində (Macarıstan, Polşa, Çexoslavakiyada) mərkəzdənqaçma meylləri özünü göstərirdi. 1985-ci ildə SSRİ-də hakimiyyətə M.Qorbaçovun gəlişi və onun «yenidənqurma» siyasəti bu meylləri daha da gücləndirdi. 1990-cı ildə baş vermiş tarixi hadisə – Berlin divarlarının sökülməsi, Almaniyanın birləşməsi və sovetlər birliyinin dağılmasına dair əlamətlərin özünü göstərməsi «soyuq müharibə» epoxasının sona çatmasından xəbər verirdi...

II FƏSİL

AZƏRBAYCAN RADİOSU: EFİRDƏ ADDIMLAR

2006-cı ilin noyabrında Azərbaycan radiosunun 80 illiyi qeyd edildi. Bu yubiley rəqəmi arxasında qalan illər ölkəmizin kəşməkeşli tarixinin, onun maqnit lentlərinə hopmuş ziddiyyətlərlə dolu ictimai-siyasi həyatının bir parçasıdır. Özündə uzun zamanların gərdişlərini, xoş məqamlarını və ağrı-acılarını yaşadan bu illər xalqımızın zəngin mədəniyyətinin salnaməsi, misilsiz musiqi xəzinəsi və nəhayət, bizi hər an duyğulandıra biləcək səs yaddaşımızdır. 20-ci əsrin çox burulğanlarından keçən, çox tufanlarına sinə gərən bu illərin ağırlığı, efir əzabları radio sənətini yaşadanların, həmişə onun təəssübünü çəkənlərin çiyinlərində olmuşdur. Radio, sözün həqiqi mənasında, bu səs məbədinə illər uzunu ayaq döymüş jurnalistlərin, necə deyərlər, iynə ilə gor qazan redaktorların, reportyorların, şərhçilərin, diktorların və cəfakeş texnik-mühəndislərin gözlə görünməyən kollektiv əsəridir. Bu gün həmin "əsəri" Azərbaycandan çox-çox uzaqlarda da intizarla gözləyir, dinləyir və ona kövrək addımlarını atan müstəqil bir ölkənin radio dalğalarında eşidilən doğma səsi kimi ehtiram göstərirlər.

Bəs Azərbaycan radiosu hansı tarixi şəraitdə təşəkkül tapıb, necə formalaşıb, hansı texniki-yaradıcılıq mərhələlərindən keçib, burada kimlər çalışıb, bu radio hazırda hansı dövrünü yaşayır və yeni minilliyin əvvəlində hansı inkişaf yolunu seçir? Əlbəttə, bu suallara cavab vermək üçün ötən əsrin 20-ci illərinin ortalarına qayıtmaq, arxivlərə baş vurmaq, nadir sənədləri araşdırmaq, tarixin iz saldığı qəzetlərin saralmış səhifələrini vərəqləmək və radionun səs yaddaşını canlandırmaq lazım gəlir. Tarixdən gələn bu səslər zaman-zaman cilalanaraq nələrdən söz açır? Radio öz yaddaşındakı 80 illik salnamənin hansı məqamlarına işıq salır? Onun yaddaş düyməsini işə salan dinləyici orada hansı səsləri eşidir? Bu səslər bizə nələrdən və kimlərdən danışır?

«Alo, alo! Danışır Bakı!»

Azərbaycanda müntəzəm radioverilişləri 1926-cı il noyabrın 6-da başlandığına görə ölkəmizdə radionun tarixi də məhz həmin gündən hesablanır. Əslində isə ölkəmizdə radio quruculuğunun tarixi bir neçə il əvvələ gedib çıxır. Bu tarix ötən əsrin önəmli bir dönəmində ölkənin istiqlaliyyətini bəyan etmiş, Şərqdə ilk parlamentli respublika yaratmış, qısa müddətdə dövlətin ərazi bütövlüyünü bərpa etmiş, dövlət dili haqqında qanun qəbul etmiş Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti (AXC) hökumətinin 1918-ci ilin iyulunda Gəncədə yaratdığı radiostansiyanın fəaliyyəti ilə başlanır (39, s. 71). Həmin il sentyabrın 15-də türk qoşunlarının – Qafqaz İslam ordusunun köməyi ilə Bakı şəhəri daşnak, bolşevik və sentrokaspiçilərdən azad edildikdən sonra hökumət paytaxtı buraya köçürsə də, Gəncə radiostansiyası rabitə məqsədləri üçün tam gücü ilə işləyirdi. Həmin stansiyadan AXC-nin fəaliyyəti ilə bağlı beynəlxalq efirə Morze ilə ara-sıra məlumatlar ötürülürdü.

20-ci əsr Azərbaycan tarixinin ən şərəfli səhifəsini yazaraq heçdən bir dövlət quran AXC-nin uzaqgörən liderləri ölkənin Avropa ilə əlaqələrini genişləndirməyə, elə düşmüş tarixi fürsətdən bəhrələnərək gənc dövlətin müstəqilliyini möhkəmlətməyə çalışırdılar. Onlar təkcə siyasi-diplomatik sahədə deyil, iqtisadiyyat, xüsusən neft sənayesi və kommunikasiya sahəsində də Qərb texnologiyasından bəhrələnməyə can atırdılar. Bu baxımdan, inkişaf etmiş bir ölkə kimi Fransa ilə əlaqələrə xüsusi diqqət yetirilirdi. Məhz bu əlaqələrin faydalı nəticəsi idi ki, 1919-cu il oktyabr ayının ortalarında Fransa hərbi missiyası ilə birlikdə "Fransa Respublikasının Ticarət və Sənaye Nazirliyinin nümayəndəsi də Bakıya gəlmişdi. Onlar xarici ticarət naziri M.Y.Cəfərovla danışıqlarda bildirmişdilər ki, Fransa hökuməti Azərbaycanın iqtisadi və siyasi vəziyyəti ilə maraqlanır və gənc respublika ilə dostluq münasibətləri yaratmağı arzulayır. Fransa missiyasının başçısı qeyd etmişdi ki, onun ölkəsinin ictimaiyyəti və hökuməti Qafqazdakı, o cümlədən Azərbaycandakı səfər zamanı gördükləri barədə Fransa hökumətinə geniş məlumat verəcəklərini bəyan etmişdilər. Məhz bu səfərdən sonra Fransanın teleqraf və telefon kompaniyası Azərbaycan Respublikasının poçt-teleqraf işlərini ümumdünya standartlarına uyğunlaşdırmaq və Gəncə radiostansiyasını Eyfel qülləsindəki Avropa radiostansiyasına qoşmaq üçün Parisdəki Azərbaycan nümayəndələri ilə qarşılıqlı razılaşmaya əsasən, Azərbaycana xeyli radiorabitə avadanlığı göndərmiş və öz mühəndislərini ezam etmişdi" (1, s. 38).

Bu səmərəli əməkdaşlıq nəticəsində Bakıda və Gəncədə radio quruculuğu işi sürətləndirilmişdi. Qısa müddətdə Gəncədəki stansiya

yenidən qurulmuşdu. Təsadüfi deyildir ki, 1919-cu ilin noyabrında Azərbaycan Parlamentinin sədri, Paris sülh danışıqlarında AXC nümayəndə heyətinə başçılıq edən Ə.M.Topçubaşov ilk dəfə Eyfel qülləsindəki radiostansiyadan məhz Gəncə radiostansiyasına birbaşa xətlə Azərbaycan Respublikası Nazirlər Şurasının sədrinə belə bir teleqram göndərdi: "Əziz Vətənimizin iqtisadi və mədəni tərəqqisində böyük rol oynayacaq Azərbaycanın ilk radiostansiyasının fəaliyyətə başlaması münasibətilə Sizi təbrik edirəm" (2, s. 142). Fransa ilə poçt-teleqraf sahəsində imzalanmış sazişdən az sonra Ə.M.Topçubaşov İsveçrənin Bern şəhərində yerləşən Ümumdünya Poçt İttifaqına üzv olmaq üçün Beynəlxalq Büroya ərizə ilə müraciət etmişdi.

Təəssüf ki, bir çox sahələrdə olduğu kimi, Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti radio quruculuğu sahəsində də öz planlarını axıradək reallaşdıra bilmədi. Bütövlükdə beynəlxalq şərait, o cümlədən Qafqazda yaranmış hərbi-siyasi vəziyyət, xüsusən bolşevik Rusiyasının güclənməsi və Türkiyənin öz mövcudluğunu qorumaq üçün ölüm-dirim savaşında təklənməsi durumu xeyli çətinləşdirdi. Bölgədə yaranmış vəziyyətdən bəhrələnərək Oktyabr inqilabının zəfər yürüşünü Çar Rusiyasının keçmiş hüdudları boyunca davam etdirən bolşeviklərin Cənubi Qafqaza hərbi müdaxiləsi Azərbaycan, Gürcüstan və Ermənistanda milli hökumətlərin süqutuna səbəb oldu. Beləliklə, Azərbaycanda milli radio quruculuğu işi də yarımçıq qaldı.

* * *

Bolşevik Rusiyasında insan zəkasının çox böyük nailiyyətlərindən biri olan radioya biganə qalmadılar. Rabitədə və hərbi işlərdə əvəzsiz texniki vasitə olan radionu indi həm də təbliğat-təşviqat silahına çevirmək üçün Moskvada və müttəfiq respublikaların paytaxtlarında geniş tədbirlər görülür, müvafiq qurğular tikilirdi. Təbii ki, Şərqin qapısı olan neft Bakısına xüsusi diqqət yetirilirdi. Çünki buranı bütün müsəlman dünyasına təbliğat meydanı kimi istifadə etmək çox əlverişli idi. Təsadüfi deyildir ki, 1920-ci il aprelin 28-də bolşevik Rusiyasının 11-ci ordusunun köməyi ilə Bakıda Sovet hakimiyyəti qurulduqdan bir neçə ay sonra həmin ölkənin Mərkəzi İcraiyyə Komitəsinin (MİK) «Sovet Qafqazı» təlimat-təşviqat qatarı Azərbaycan paytaxtına gəlmişdi. Həmin qatarın vaqonlarından birində xüsusi radiostansiya yerləşdirilmişdi. Həmin radiostansiyann məqsədi bir tərəfdən Sovet hökumətinin gücünü göstərmək, digər tərəfdən bolşeviklərin Qafqaz yürüşünü dünyaya car çəkmək idi.

Bakıda kütləvi radioyayıma 1926-cı ilin noyabrından bir neçə ay tez başlamaq imkanı var idi. Lakin sovet ənənəsinə görə, belə mühüm yeniliklər mütləq hansısa əlamətdar ildönümə töhfə olmalı idi və ona

görə də Azərbaycan radiosu məhz Böyük Oktyabr sosialist inqilabının 9-cu ildönümü münasibətilə "danışdı". Halbuki, hələ "Yeni yol" qəzeti həmin hadisədən beş ay əvvəl – iyun ayında Bakı radiostansiyasından bəhs edən reportajda bildirirdi ki, paytaxtda radiotelefonun quraşdırılması sona çatmışdır. Hətta qəzet öz oxucularını heyrətləndirməyə çalışırdı ki, istifadəyə veriləcək radio-telefon musiqi ilə yanaşı, siyasi mühazirələri və müxtəlif məzmunlu çıxışları da yayacaq.

Azərbaycanda radionun yaradılması və onunla bağlı təcrübə-sınaq işləri Rusiyada bu sahədə gedən intensiv proseslərlə sıx şəkildə aparılırdı. Orada isə 1917-ci il Oktyabr inqilabından sonra bolşeviklər radionu idarəetmə və təbliğat vasitəsinə çevirmək üçün aramsız laboratoriya sınaqları keçirirdilər. Xüsusən XKS sədri V.İ.Lenin «kağızsız və məsafəsiz qəzet» adlandırdığı radionun bu sahədəki müstəsna əhəmiyyətini irəlicədən görür və hər vəchlə mütəxəssisləri radiotexnikanı sürətlə inkişaf etdirməyə çağırırdı. O, xüsusi dekretlə 1918-ci ilin dekabrında Nijni Novqorodda radio-laboratoriya yaradılmasını vacib hesab etmiş, ona xeyli vəsait ayırmış və bu sahədə axtarışlar aparan professor Mixail Bonç-Bruyeviçi işə dəvət etmişdi. Bu da təsadüfi deyildir ki, Rusiyada radiotexnika işlərinə və radioyayımına dair qəbul edilmiş ilkin rəsmi sənədlərin təxminən 200-də Leninin imzası vardır. Avropada, xüsusən Böyük Britaniya və Almaniyada radionun tərəqqisini çox diqqətlə izləyən bolşevik lideri bu sahəyə əbəs yerə diqqət yetirmirdi. O, radionun timsalında kommunist ideyalarının misilsiz təbliğatçısı və təşviqatçısını görürdü. Ona görə də təkidlə Bonç-Bruyeviçi, az qala, iki daşın arasında böyük möcüzələr göstərməyə çağırırdı. Rəhbərin bu arzusu ürəyində qalmadı. 1919-cu il fevralın 27-də Rusiya efirində Morze əlifbasının siqnalları əvəzinə canlı insan səsi eşidildi. Həmin gün Nijni Novqorod radio-laboratoriyasından yayılan sınaq verilişləri çoxlarını heyrətə gətirdi. Səsin efirə verilməsi onun perspektivinə inamı artırdı. Elə buna görə də 1920-ci il martın 17-də Moskvada mərkəzi radiotelefon stansiyasının tikintisi barədə dekret qəbul edildi və bunun ardınca Moskva və Kazan təcrübə stansiyalarında da ilk sınaq verilişləri səsləndi (68, s. 56-51). 1922-ci il avqustun 21-də isə Moskvadakı Mərkəzi Radio-Telefon Stansiyası Rusiya ərazisində geniş sınaq verilişləri apardı.

Sınaqlar öz bəhrəsini verdi. 1924-cü il noyabrın 23-də SSRİ-də müntəzəm radio verilişlərinə başlandı. Artıq radioda canlı insan nitqinin səslənməsi rabitəçiləri teleqraf kodlarını açmaq, siqnalları mətnə çevirmək əzabından xilas etdi. İndi simsiz radio vasitəsilə canlı insan səsi hər hansı dekreti, məlumatı, xəbəri xeyli uzaqlara yayırdı. Məhz paytaxt Moskvada radiotexnika sahəsindəki bu mühüm nailiyyət

digər müttəfiq respublikalarda, o cümlədən Azərbaycanda da radio verilişlərinin təşəkkülünə güclü təkan verdi.

* * *

"Radio Moskvada gözə görünməyən hava dalğaları ilə insan səsini uzaq məsafəyə verməyə qadir olmuşdur" – Bakıda çıxan qəzetlərdə bu sərlövhə ilə çap olunan yazılar Azərbaycanda radio işinin sürətləndirilməsi üçün sanki bir təkan verdi. Bəs nə etməli, nədən, haradan və necə başlamalı? Ən başlıcası isə bu işi hansı texniki baza üzərində aparmalı? Axı o vaxt Bakıda radio rabitəsinin texniki bazasını Milli hökumətdən miras qalmış və vaxtilə hərbi nazir, general S.Mehmandarovun səyi ilə gətirilib quraşdırılmış yeganə radiostansiya təşkil edirdi. Hakimiyyəti Xalq Cümhuriyyəti hökumətinin əlindən rus toplarının gücü ilə qopartmış «mili bolşeviklər» indi öz dekretlərini yerlərə – qəzalara AXC-nin radiostansiyası vasitəsilə ötürürdülər. Amma getdikcə aydın olurdu ki, geniş radio təcrübələri üçün mövcud texniki avadanlıq azlıq edir. Ona görə də Sovet hökuməti Azərbaycanda radioyayımı genişləndirmək, bu sahədəki quruculuq işlərinə yeni təkan vermək üçün müəyyən texniki baza yaratmaq əzabına qatlaşmalı oldu. 1923-cü ilin iyulunda SSRİ Xalq Komissarları Soveti "Xüsusi təyinatlı radiostansiyalar haqqında" qərar qəbul etdikdən sonra Azərbaycanda da bu sahədə müəyyən dönüş hiss olunmağa başladı. Bu qərar, xüsusən radio həvəskarları hərəkatının genişlənməsinə təkan verdi. Azərbaycanda kortəbii şəkildə olsa da, radio həvəskarlığı hərəkatı yayılmağa başladı (23, s. 10; 24, s. 14). Moskva radiosunun verilişlərinə qulaq asmaq arzusu, Xəzər Hərbi Dəniz Donanmasının Bayıl radiostansiyasından aparılan sınaq verilişlərinə maraq – bütün bunlar Azərbaycanda müntəzəm radioyayımı təşkil etmək yolunda göstərilən səyləri daha da gücləndirdi. İlk radio verilişləri, məhz radio həvəskarlarının fəaliyyəti sayəsində öz auditoriyasını genişləndirdi.

Əlbəttə, radio həvəskarlarının uğurları Mərkəzi hökumətin diqqətindən yayınmırdı. 1924-cü ildə onların fəaliyyətini daha səmərəli məcraya yönəltmək üçün Moskvada "Radionun Dostları Cəmiyyəti" təsis edildi. Eyni qurum Bakıda da yaradıldı və bu isə öz növbəsində, ölkədə radio həvəskarlığı işini planlı şəkildə təşkil etmək vəzifəsini qarşıya qoydu. Həmin mühüm işin icrasını Respublika Həmkarlar İttifaqları Şurası (AHİŞ) öz üzərinə götürdü. Bu təşkilatda radio həvəskarları hərəkatına rəhbərlik etmək, dərnəklərin fəaliyyətini əlaqələndirmək və istiqamətləndirmək üçün ayrıca Radio Bürosu yaradıldı (24, s. 14-15).

Həmin büro ilk gündən radio verilişlərinin bütün Azərbaycan ərazisində eşidilməsi üçün geniş yayımlı stansiyanın tikintisinə nail olmağı qarşısına məqsəd qoydu. Çünki belə bir stansiya olmadan respublikada radio həvəskarlığı işini inkişaf etdirmək çətin idi. Buna görə də Respublika Xalq Komissarları Soveti (XKS) 1925-ci il 22 aprel tarixli iclasında Bakıda bütün Azərbaycana xidmət edə biləcək və yayım dairəsi 600 kilometr olan radio verilişləri stansiyası tikməyi qərara aldı (23, s. 11). Bu məqsədlə xüsusi komissiya yaradıldı. Artıq həmin ilin sonunda Azərbaycan MİK və respublika XKS-nin 16 dekabr tarixli birgə iclasında tezliklə əhatəli yayım dairəsinə malik radiostansiyanın işə düşəcəyi və yerlərə qəzetlərin xülasəsinin, Rusiyada olduğu kimi, radio vasitəsilə çatdırılacağı barədə danışılırdı (4, s. 47-51).



Bakı radiostansiyasının mühəndis-texniki heyəti (1925-ci il)

Təxminən bir ildən sonra qəzetlər Bakıda radiostansiyanın sürətlə tikildiyini və yaxın zamanlarda işə düşəcəyini xəbər verirdi. Hələ 1925-ci ilin payızından Bakı Radio Mərkəzində Nijneqorodsk radio laboratoriyasında quraşdırılmış «Malıy Komintern» adlanan və təxminən bir kilovatlıq lampalı aparat işləyir və efirdə ara-sıra sınaq verilişləri səslənir, hətta bu verilişlərin gündəlik proqramını hazırlamağa da cəhd göstərilirdi. Bakı və onun ətrafında güclə eşidilən ilk sınaq verilişlərinin əsasını qəzet materialları, sonralar radioqəzet adlanan icmal materialları, siyasi felyetonlar, daha çox elanlar, silsilə konsertlər və həm də radio həvəskarlarının işinə dair yeniliklər təşkil edirdi.

SSRİ paytaxtında gedən radio quruculuğu işinin sürəti yerlərə də gedib çatırdı. Bu mənada radioya rəhbərlik məqsədilə 1925-ci ildə RK(b)P MK-nın Radio Komissiyasının yaradılması, həmin il Qızıl Meydanda Oktyabr şənliklərindən ilk canlı radioreportajların efirdə səslənməsi, Moskva radiosundakı digər yeniliklər, respublika qəzetlərində radio quruculuğu ilə bağlı çap olunan yazılar Azərbaycanda radionun tezliklə müntəzəm yayıma başlamasını zərurətə çevirirdi. Artıq 1926-cı il noyabrın 5-də «Bakinski raboçi» qəzeti oxucularına xəbər verirdi ki, paytaxtın bütün meydanlarında və klublarda səsucaldan qoyulub. Nəhayət, gözlənilən an yetişdi və 1926-cı il noyabrın 6-da artıq SSRİ-nin böyük sənaye mərkəzlərindən birinə çevrilmiş Bakının iri küçə və meydanlarında və şəhərin digər kütləvi

yerlərində quraşdırılmış radiocihazlar dilə gəldi: – "Diqqət! Diqqət! Danışır Bakı stasionu!"

Bu sözlər yoldan keçənləri ayaq saxlamağa və o vaxt üçün qeyri-adi olan bir olaya – hansısa qurğudan gələn səsi dinləməyə vadar edirdi. Çoxları o zaman qrammofonabənzər qurğudan insan səsinin yayılmasına heyrətlə baxır və lazımınca dərk etmirdi ki, bu cansız qurğu bəşər dühasının yaratdığı böyük bir kəşfin – radionun artıq Azərbaycana da geniş ayaq açdığından xəbər verir. Bu yenilik, həmçinin Azərbaycanın ictimai-siyasi həyatında, o cümlədən milli jurnalistikada da yeni bir spesifik sahənin açıldığının, bütövlükdə mədəniyyət və təbliğat cəbhəsində təzə bir eranın başlanmasının ilk siqnalları idi...

İlk addımlar

İlk günlərdə Bakı studiyası öz verilişlərini axşamüstü və bir saat ərzində yayımlayırdı. Lakin təxminən bir aydan sonra bu verilişlərin həcmi üç saata çatmışdı və radioya indi təkcə Bakıda deyil, onun ətrafında da maneəsiz qulaq asa bilirdilər. Verilişlər üç dildə – Azərbaycan, rus və erməni dillərində gedirdi. Verilişlərin, indiki mənada, düşünülmüş, sistemli proqramı yox idi. Studiyadan, əsasən, rəsmi qəzetlərin baş məqalələri oxunurdu (ilk günlər bu təcrübə rus dilində aparılırdı), siyasi xadimlər çıxış edir və şairlər öz şeirlərini oxuyurdular. Eyni zamanda radio ilə konsert proqramları, xanəndələrin çıxışları, müxtəlif məzmunlu elanlar səslənirdi. Konsertlərə daha geniş yer verilirdi. Təsadüfi deyildir ki, 1926-cı ilin noyabr-dekabr aylarında radio ilə 40 konsert verilmişdi (23, s. 13). Əhali bu konsertləri çox maraqla dinləyir, xanəndələrin çıxışlarına münasibət bildirirdi.

İlk vaxtlarda ictimai yerlərdə, o cümlədən istehsalat müəssisələrində keçirilən diskussiyaların əsas mövzularından biri də "danışan qutu" ilə bağlı idi. Həmin vaxtlarda mətbuatda radionun ilk verilişləri barədə ara-sıra yazılar verilsə də, Bakı studiyasının "mətbəxini", onun struktur və fəaliyyətini əks etdirən heç bir material dərc olunmamışdı. Əslində fəaliyyətə başladığı 5-6 ay ərzində bu studiya bir yaradıcılıq qurumu kimi deyil, daha çox texniki qurum kimi diqqəti cəlb edirdi. Müntəzəm radio yayımının başlanması ölkədə radio qurğularının və ötürücülərin sayının artmasını tələb edirdi. Radio bürosunun bu istiqamətə yönələn səyləri nəticə verdi. Əgər 1926-cı ildə Bakıda 50 radioqurğu var idisə, bir il sonra onların sayı 120-ni keçmişdi. Artıq 1927-ci ildə Naxçıvanda, Stepanakertdə radio həvəskarları dərnəkləri

yaradıldı. Qubada, Şəkidə, Lənkəran və Astarada ötürücü stansiyalar tikildi. 1928-ci ildə kənd yerlərində radio qurğularının sayı 185-ə çatmışdı.

1927-ci ilin fevral-mart aylarından etibarən radio tədricən kadrlar toplamağa, efirə yeni məzmun verməyə və öz işini canlandırmağa başlayır. Əslində, radionun ilk 5 ilini təşəkkül dövrü, ciddi sınaqlar və formalaşma dövrü kimi qiymətləndirmək olar. Bəs bu dövr, ilk addımlarını atan Bakı radiosu, həmin mərhələnin işıqlı simaları, radiomuzun kövrək iş qaydaları o illərdə radioda çalışmış, mikrofon qarşısında canlı efirin bir çox "macəraları" ilə üzləşmiş ilk əməkdaşların hafizəsində necə qalmışdır?

Həmin şəxslərdən bir neçəsinin – radiomuzun ilk azərbaycanlı diktoru İsmayıl Əlibəyov, ilk qadın diktorumuz Raya İmanzadə, diktor Ənvər Həsənov, ömrünün sonunadək efirdə bənzərsiz verilişlər oxumuş Soltan Nəcəfovun, həmçinin bu dövrdə radionun fəal əməkdaşları olmuş görkəmli ədəbiyyatşünas Məmməd Arifin, xalq şairi Məmməd Rahimin və əməkdar incəsənət xadimi Səftər Turabovun xatirələrini "dinləyək".



İsmayıl ƏLİBƏYOV: "Heç mənim yuxuma da girməzdi ki, doğulduğum Ağdaş rayonundan Bakıya gəlib Politexnik İnstitutunda oxuyanda radio ilə də əməkdaşlıq edəcəm. Amma Tanrının köməyi ilə mənə belə bir xoşbəxtlik üz verdi...

Bura Kommunist küçəsində (indiki İstiqlal – *Q.M.*), hazırkı Azərbaycan Elmlər Akademiyasının əsas binasının üçüncü mərtəbəsində, sol guşədə yerləşən üç otaqdan ibarət kiçik bir idarə idi. Birinci otaqda bütün divar boyu böyük lampalarla təchiz olunmuş aparatlar qoyulmuşdu. Bu, şəhər translyasiya şəbəkəsinin mərkəzi məntəqəsi idi. Aparatları bir nəfər növbətçi texnik idarə edirdi.

İkinci otaq studiyaya giriş otağı idi. Efirə çıxmaq üçün dəvət olunanlar studiyaya keçməzdən əvvəl öz növbələrini gözləyirdilər. Bundan sol tərəfdə kiçik bir kabinə var idi. Bu kabinədən studiyanın içərisini görmək və nəzarət etmək üçün bir pəncərə açılmışdı. Pəncərənin qarşısında adi bir çamadanın içində qurulan aparat bir tərəfdən studiyanın mikrofonunu, digər tərəfdən isə nəqledici xətti birləşdirirdi. Bu aparatı bir nəfər texnik idarə edirdi. Onun adı İzrail Qotlib idi.

Mən müdirlə görüşüb burada işləmək üçün gəldiyimi bildirdim. Çox həyəcan keçirirdim. Çünki o zaman bu, qeyri-adi, yeni bir iş idi. Hündürboylu, cüssəli bir adam olan müdiri mən 1921-ci ildə

Azərbaycan komsomolunun qurultayında görmüşdüm. Familiyası Verle idi. O mənə:

– Səsinizi mikrofonda yoxlayarıq. Əgər veriliş keyfiyyətli çıxsa, qalıb işləyə bilərsiniz, – dedi.

Mikrofon qarşısında tələsib çaşmamaq, sakit və adi bir tərzdə danışmaq haqqında bəzi məsləhətlər verdi. Sonra məni studiyaya aparıb mikrofon qarşısında oturtdu. Mizin lampasını yandırıb studiyadan çıxdı. Bu dəmdə mən özümü əfsanəvi bir aləmdə hiss edirdim. Nəhayət, iradəmi toplayıb oxumağa başladım. Təxminən 25 dəqiqədən sonra studiyanın qapısı açıldı. Müdir məni diktor vəzifəsinə qəbul etdiyini bildirdi. O gündən – iyun ayından etibarən mən hər gün axşam saat 19-dan 23.30-a qədər bu vəzifədə çalışmağa başladım.

Radio verilişləri rus və Azərbaycan dillərində aparılırdı. Bundan əlavə erməni dilində "Kommunist" radio qəzetəsi verilirdi. Rusca verilişləri çox zaman Verle özü aparırdı. Qotlib və mən ona kömək edirdik. Bir neçə aydan sonra, yəni 1927-ci ilin payızında mən baş diktor vəzifəsinə təyin olundum. Bu zaman Arnold Martirosov və daha sonra Yelena Orbeliani rus diktorluğuna qəbul edildilər.

Bədii və musiqi verilişləri o zaman müəyyən bir sistem üzrə qurulmuş proqramla deyil, icraçıların hazırladıqları repertuar əsasında müdirin özü tərəfindən tərtib edilən gündəlik proqramla gedirdi. Çünki radioda nə Qərb, nə də Şərq musiqisi rəhbəri hələ yox idi. 1927-ci ilin payızına yaxın Şərq musiqisinin rəhbəri kimi Zülfüqar Hacıbəyov, Qərb musiqisi rəhbəri sifətilə professor Presman kollektivimizə daxil oldular. Hərçənd kollektivimiz o zaman kiçik idi, lakin hazırladığımız verilişlər keyfiyyətcə məzmunlu, maraqlı, kəmiyyətcə xeyli zəngin idi. Burada o zamanın məşhur incəsənət xadimləri: Cabbar Qaryağdıoğlu, Seyid Şuşinski, Hüseynağa Hacıbabəyov, Hüseynqulu Sarabski, Qurban Pirimov, Lazar, Saşa Ohonezaşvili, Qrişa Bədalov, Cahan Talışinskaya, professor Bretanitski, professor Speranski, Vladimir Kozlov, habelə Vyana dirijoruŞtrassenin rəhbərliyi ilə M.F.Axundov adına Azərbaycan Dövlət Opera və Balet Teatrının orkestri çıxış edirdi.

Ədəbi, ictimai və siyasi mövzularda verilişlərimiz, o cümlədən radio qəzeti, son xəbərlər, gündəlik metereoloji məlumatlar və s. müvəffəqiyyətlə aparılırdı. Bu materiallar lazımi diqqət və səliqə ilə möhtərəm əməkdaşımız Qubad Qasımovun rəhbərliyi altında xüsusi bir qrup tərəfindən hazırlanırdı.

1928-ci ildə kollektivimizə Azərbaycan diktoru sifəti ilə Raya İmanzadə, daha sonra Ənvər Həsənov daxil oldular. Beləliklə, Azərbaycan radiosunda diktor qrupu bir qədər genişləndi..."



Raya İMANZADƏ: "İlk dəfə "Danışır Bakı! Hamıya, hamıya, hamıya!" sözlərini dediyim günü heç vaxt unuda bilmirəm.

Mən M.Ə.Sabir adına Pedaqoji məktəbi bitirib Salyan rayonunda müəllim işləyirdim. 1928-ci ildə ali təhsil almaq məqsədilə Bakıya gəldim. Azərbaycan Dövlət Darülfünunun hüquq-iqtisad fakültəsinə daxil oldum və iş axtarmağa başladım... Mən hələlik rəfiqəmlə birgə yaşayırdım. Qonşuluqda isə diktor İsmayıl Əlibəyov olurdu. Bir gün söhbət əsnasında iş axtardığımı ona dedim. İsmayıl mənə təklif etdi ki, müsabiqədə iştirak edim.

Sabahı günü İsmayıl Əlibəyovla birgə Kommunist küçəsində yerləşən 10 nömrəli binaya gəldim. Məni tərkibində bəstəkar Üzeyir Hacıbəyov, texniki şöbə müdiri İzrail Qotlib və diktor İsmayıl Əlibəyov olan bir komissiya yoxladı. İşə qəbul olunduğumu bildirib məni studiyaya dəvət etdilər, üstəlik özümü studiyada necə aparmağı da öyrətdilər.

Divardan asılmış lövhə üzərində "bərkdən", "astadan", "uzaqlaş", "yaxınlaş" sözləri yazılmışdı. Mənə ərəb əlifbası ilə yazılmış mətni verib bərkdən oxumağı və arabir divardan asılan lövhəyə nəzər yetirməyi tapşırdılar.

Mikrofon böyük, narıncı rəngdə stolun ortasında asılmışdı.

Gündə üç saat veriliş olurdu və biz bu verilişlərə ciddi hazırlaşırdıq. Bərkdən danışmaq səs tellərinə və boğaza güc verdiyinə görə, həm də radio dinləyicilərinin diqqətini cəlb etmək üçün verilişlər musiqi fasilələri ilə verilirdi.

Mikrofon qarşısında oxuduğum ilk veriliş yaxşı yadımdadır. Bu, kolxoz təsərrüfatının fərdi təsərrüfatdan iqtisadi üstünlükləri haqqında danışıb kolxoza daxil olan ailə üzvlərinin adları sadalanan bir veriliş idi. Həmin verilişdən sonra studiyada görkəmli ustad müğənni Cabbar Qaryağdıoğlu qocaman tarzən Qurban Pirimov və kamançaçı Saşa Ohanozaşvilinin müşayiəti ilə "Rast" muğamını oxudu.

Birinci iş günümdə, sonralar məşhur dirijor olan, o zaman isə pianoçu kimi çıxış edən Niyazi, məşhur qarmonçalan Əhəd Əliyev, dəfçi Xalıq Babayev, müğənni Səltənət Qacar çıxış etdilər. Veriliş müddətində tez-tez "bərkdən" siqnalı verilirdi. Mikrofonlar həssas olmadığından çox vaxt çığıra-çığıra oxumaq lazım gəlirdi. Ən böyük çətinliklər bayram günlərində, beynəlmiləl verilişlər verdiyimiz zaman olurdu. Çünki mikrofon əl ilə idarə olunurdu.

O zaman RV-47 stansiyası işləyirdi. Bu, gücsüz bir stansiya idi. Proqramlar ancaq Bakının yaxın ətraflarında eşidilirdi. Verilişin bütün iştirakçıları çox da böyük olmayan studiyaya toplaşır və proqramın

sonunadək gərgin halda otururdular. İçəri çox isti olardı. Studiyanın havasını dəyişmək müşkül bir iş idi. Qapını foyeyə açmaqla havanı təmizləyirdik.

Yaxşı xatırlayıram... Biz tez-tez Əli Bayramov adına Qadınlar klubunda olur, oradan verilişlər aparırdıq. O illərdə nəqliyyat vasitələri at arabaları və faytonlar idi. Bəzən də hamballardan istifadə olunurdu.

Verilişi təşkil etmək üçün gücləndirici cihazları, mikrofonu və kabelləri faytona qoyub kluba apararıdıq. Bəzən yolda bu cihaz və aparatlar xarab da olurdu. Bir saat veriliş aparmaq üçün üç gün hazırlıq işi gedirdi.

Verilişlərin mövzularına gəldikdə isə onlar beşilliyin əzəmətli planlarının həyata keçirilməsində xalqımızın qazandığı nailiyyətlərə, əmək qabaqcıllarına, maarif və mədəniyyətin inkişafına, savadsızlıqla mübarizəyə, qadınları ictimai istehsalata cəlb etmək məsələsinə, dövlət təsərrüfatında və artellərdə işləyən qabaqcıl qadınlara, respublikamızda fəaliyyət göstərən mətbuat orqanlarının, habelə "Şərq qadını" jurnalının fəaliyyətinə həsr olunardı. Bu verilişlər məni "Şərq qadını" jurnalının redaktoru Gülarə Köylü qızı, Ceyran Bayramova, Sənaye Akademiyasının ilk qadın məzunlarından olan Qəmər xanım Rəhimova, Züleyxa Seyidməmmədova ilə tanış etdi.

1929-cu ildə radiostudiya Bakı Baş Poçt-Teleqraf binasına köçdükdən sonra veriliş gedən otaqların şəraiti bir qədər yaxşılaşdı. Efirdə patefondan istifadə etməyə başladıq. Mikrofonlar, gücləndirici aparatlar az da olsa təkmilləşdi. Həmin ilin sonuna yaxın RV-8 stansiyası istifadəyə verildi. Bundan sonra efirə buraxılan verilişlərin proqramları dəyişildi və genişləndi. Diktor və aktyor qrupları yarandı. Verilişlər üç dildə müntəzəm surətdə aparılırdı. Konsretlər də üç dildə səslənirdi.

Qrammofon musiqisi verilərkən patefonu stolun üstünə qoyub mikrofon calayırdılar. Diktor səsi eşitmirdi, gərək qrammofon valını gözlə izləyəydi. Səsi isə ancaq növbətçi texnik yoxlaya bilərdi.

Yaxşı yadımdadır, o zaman radioda həftədə bir dəfə axşam saat 9-da tanınmış şairlər mikrofon qarşısında çıxış edirdilər. Belə günlərin birində mən studiyada növbətçi idim. O günü şeirlər bir neçə dildə – Azərbaycan, rus və gürcü dillərində oxunmalı idi. Verilişlərdə Müslüm Maqomayev, Məmməd Rahim, Hüseyn Natiq, Yuri Fidler, Süleyman Rüstəm iştirak edirdilər. Gürcü dilində şeiri Yelena Orbeliani oxuyurdu.



Məmməd ARİF: Bakı radio şəbəkəsi 1920-ci illərin axırlarında rəsmi fəaliyyətə başlamışdı.

Əvvəlcə onun idarəsi indiki Elmlər Akademiyasının binasında, Azərbaycan Proletar Yazıçıları Cəmiyyətinin üstündə üçüncü mərtəbədə yerləşirdi. Xalq şairi Məmməd Rahimin orada diktorluq etdiyi yadımdadır.

1929-cu ildə radiostudiya baş poçtun binasına köçdü. O zaman mən müəllimlik edir, həm də «İnqilab və mədəniyyət» jurnalında ədəbi işçi vəzifəsində işləyirdim. Studiyada ədəbi verilişlərin və son xəbərlərin müdiri olan teatrşünas Qubad Qasımov məni katib-tərcüməçi sifəti ilə Bakı radio şəbəkəsinə işə cəlb etdi. Şöbə çox da böyük deyildi. Qubad Qasımovdan başqa orada mən və makinaçı Fatma xanım Zeynalova işləyirdi. O zamankı diktorlardan indi iqtisad elmləri namizədi olan Raya xanım İmanzadə yadımdadır.

Az qüvvə ilə biz çox iş görürdük, gündə üç dəfəlik radio verilişləri üçün material hazırlayırdıq. Əsas materialı Azərbaycan Teleqraf Agentliyindən aldığımız teleqraf xəbərləri təşkil edirdi. M.S.Ordubadi bizə hər gün şeir-felyeton verməyi vəd etmişdi. Bakı ziyalılarının o zaman yaxşı tanıdıqları qəzetçi Əbülhəsən öz köşkünü Parapetdən Bakı Sovetinin yanına köçürmüşdü. M.S.Ordubadi hər gün Əbülhəsənin köşkündə qırmızı mürəkkəblə yazılmış bir felyeton qoyurdu, mən də studiyaya gedəndə götürürdüm. Mən radio şəbəkəsində 1930-cu ilin payızınadək işlədim. Həmin il Moskvaya, aspiranturaya getdiyim üçün oradan azad oldum.



Məmməd RAHİM: Mən Azərbaycan radiosunun birinci diktoru olmasam da, demək olar ki, birincilərdənəm. Yadımdadır, o zaman görkəmli ədəbiyyat və incəsənət xadimlərindən bir qismi orada işləyirdi. Radioya qiymətli vaxtlarını sərf edənlərdən Məmməd Səid Ordubadini, Müslüm Maqomayevi, Məmməd Arifi, sonralar Hüseyn Natiqi xatırlayıram.

Radio xalqın həyatında yaranan yenilikdə, onun mədəni inkişafında, heç şübhə yoxdur ki, mühüm rol oynayır. Yuxarıda adlarını çəkdiyim sənətkarların bu müəssisədə işləmələri o zaman əlamətdar bir hadisə idi. Məmməd Səid və Məmməd Arif ədəbi verilişlərin mündəricəli, geniş əhatəli, maraqlı və orijinal olmasına ciddi fikir verirdilər. Maqomayev xüsusi olaraq radio üçün «RV – 8» adlı marş yazmışdı.

İndi 30-35 il keçmişə nəzər salanda tarix üçün bu müddətin az olmasına baxmayaraq böyük inkişaf mərhələsi keçdiyimiz aydın görünür. O zaman Radio Komitəsində indiki dəqiqlik və yüksək tələbat yox idi. Bir ay əvvəldən plan tutmaq çətin idi. Yazılan bir musiqi əsəri, ədəbi material sabah efirə verilə bilirdi.

Bəzən bir işçinin, musiqişünasın gecikməsi üzündən verilişin bir neçə dəqiqə, hətta yarım saat dayanması halları da olurdu. Heç yadımdan çıxmayır, xalqımızın şanlı övladı Məşədi Əzizbəyovun kiçik oğlu Aslan Fatma adlı bir qızla yanıma gəlmişdi. İşdən sonra dəniz sahilinə gedəcəkdik. Çalğıçılar gecikirdilər. Radio bu ucbatdan danışmırdı. Bilirdim ki, tibb institutunun tələbəsi olan Fatma yaxşı piano çalır. Birdən ağlıma gəldi ki, niyə radio danışmasın, Fatmadan xahiş edim çalsın. Fatma həyəcan keçirdi, mənim xahişimi də yerə salmadı. Razılıq verdi. Məsuliyyəti üzərimə götürüb onu veriliş otağına dəvət elədim. Pianonun dilləri səsləndi. Bir-birinin dalısınca gözəl oyun havaları dalğalandı. Beləliklə, boş qalan yer doldu. Bu yadımdadır ki, telefon bir neçə dəfə zəng çaldı. Pianoçunun kim olduğunu soruşdular. Razı qaldıqlarını bildirdilər.

Mən işə gecikənləri, cavan olmağıma baxmayaraq ərkyana danlardım. Lakin bir gün özüm gecikdim. Mənim də günahım üzündən beş dəqiqə radio danışmadı. Rəsmi surətdə mənə töhmət verib elanlar lövhəsindən asdılar. Günahımı dərk eləmək əvəzinə, incidim, sabahdan işə gəlmədim. Beləliklə, mənim radioda işləməyimə son qoyuldu və mən, o zamanın gənc şairi vaxtımı tamamilə ədəbiyyata verməyə başladım.



Qubad QASIMOV: Məmməd Səid Ordubadi... Yox, bizim onu bu cür adlandırmağımız rəsmiyyətçilik olardı, yəni Ordubadini yaxından tanıyanlar, ədiblə sıx əlaqədə olanlar, işgüzar əməkdaşlıq və səmimi dostluq edənlər onu, sadəcə olaraq, «Səid» deyə çağırardılar.

20-ci illərin ortalarından başlayaraq ömürlərinin sonunadək onu, necə deyərlər, gözlərimin qabağında:

– Səid! – deyib Üzeyir çağırmışdı.

– Səid! – deyib Müslüm səsləmişdi.

Mən radio qəzeti redaksiyasının buraxılış redaktoru idim. Redaksiyanın işçiləri sayca az, radio verilişləri isə çox idi. Verilişlərə material hazırlamaqda ağırlıq redaksiyanın tərcüməçisi Məmməd Arif Dadaşzadənin və özünün duzlu felyetonları ilə bizə kömək edən Məmməd Səid Ordubadinin üzərinə düşürdü. Redaksiyaya gələn məktublar, yerlərdən alınan müxtəlif yazılar əsasında Məmməd Səid, demək olar ki, hər veriliş üçün felyeton qələmə alardı. Onun felyetonları məzmunlu, maraqlı olub kəskin tənqidi səciyyə daşıyırdı.

...Belə bir faktı yaxşı xatırlayıram: radio dinləyicilərinin biri öz məktubunda yazmışdı ki, Bakının yuxarı məhəllələsində Məsmə xala adlı bir qadın öz yeniyetmə qızını nişanlayır, oğlandan cehizin hesabına

hədiyyə alır, təzə nişanlının cibi gücünə bir neçə ay yeyib-içir, sonra bir hiylə ilə sazişi pozur və yenidən adaxlı axtarır. Bu «peşə» ilə Məsmə xala məhəllələrində ad qazanmışdı.

Həmin faktı yazıya almaq, felyetonun şirin malı etmək Məmməd Səid üçün, necə deyərlər, «halva» idi. Felyetonu günorta verilişinə daxil etməyi qərara aldıq. Bu verilişin xüsusiyyəti onda idi ki, o, zavod, fabrik və müəssisələrdəki iş fasilələrinə görə hər yarım saatdan bir iki dəfə təkrar olunurdu. Felyetonun təsiri özünü həmin gün göstərdi: günün ikinci yarısında belində xəncər, sinəsi kinli, ağzı söyüşlü bir bığıburma redaksiya otağına səs-küylə daxil oldu. Onun arxasınca da qara çarşaba bürünmüş iki qadın – biri qoca, biri cavan – gəlib qapının astanasında dayandılar.

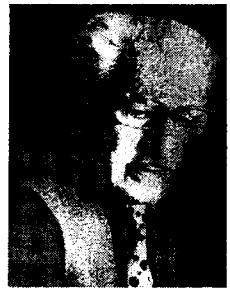
– Hanı o... Mənim bacımı biabır edən! Çıxsın qabağıma (əlini xəncərinə çəkib bığlarını bura-bura), ciyərini töküm yerə!

Nə qışqırıq, nə söyüş, nə də xəncər redaksiya işçilərini qorxutmadı. Bu bığıburmanı sakitləşdirdik, qoca arvadın Məsmə xala, cavanın isə onun qızı olduğunu müəyyənləşdirdik və redaksiyaya gələn məktubdakı faktları bir-bir aydınlaşdırdıq.

«Qonaqlarımızı» razı edib yola saldıq. Ancaq Məsmə xala qapıdan çıxar-çıxmaz üzünü bizə tutub xahiş etdi:

– Ana balası, o radioya de ki, ağzını yumsun, artıq-əskik danışmasın.

Köhnəliyə, avamlığa, möhtəkirliyə, mənəvi çirkinliyə qarşı kəskin mübarizə aparan Məmməd Səidin iti qələmi, sarsıdıcı sözləri öz təsir gücünü gündən-günə artırırdı. Yadımdadır, çadra əleyhinə geniş təbliğat aparılırdı. Mətbuat və radio vasitəsilə nümunə göstərən qabaqcıl qadınların adı çəkilirdi, avam, patriarxal düşüncəli kişilər kəskin tənqid atəşinə tutulurdu. Dinləyicilərimizdən aldığımız məktubların birində deyilirdi ki, partiya üzvü A. öz qadınını çadrasız evdən bayıra buraxmır. Bu faktı Səid dərhal qələmə aldı və böyük ustalıqla yazılmış felyeton bu dəfə də günorta verilişinə daxil edildi. Tənqidə tutulmuş həmin şəxs arvadı ilə Sabir adına bağdan keçərkən radio verilişini eşidir, hirslənir, arvadın başından çadranı çəkib əlindəki çantaya basır, onun qolundan tutub səhvən «Kommunist» qəzeti redaksiyasına gətirir. O, içəri girər-girməz qışqıra-qışqıra arvadının çadra örtmədiyini sübut etməyə çalışdı. Son dərəcə həyəcanlı halda çantasını masaya vuranda ağzı açıldı, çadra yerə sərildi və məsələ aydın oldu. Bu dəfə həmin qadın, sözün həqiqi mənasında, evinə çadrasız qayıtdı.



Ənvər HƏSƏNOV: "Əvvəllər kiçik elanlardan başlayaraq, ayrı-ayrı şeirlər, hekayələr verən Azərbaycan radio şəbəkəsi inkişaf edərək 1929-cu ilin əvvəllərində Azərbaycan Radio Mərkəzinə çevrildi.

Mənim radioya gəlişimin xeyirxah səbəbkarı Hənifə Şəfiq adlı bir komediya artisti olmuşdur. Biz onunla, fəxrlə deyə bilərəm ki, təşkilində fəal iştirak etdiyim Azərbaycan Dövlət Gənclər Teatrında birlikdə çalışırdıq. Bir gün o, mənə radioya diktor lazım olduğunu xəbər verdi və onu da əlavə etdi ki, özü yoxlanışdan diksiyasına görə keçə bilməyib. Hənifə Şəfiq mənə məsləhət gördü ki, gedim özümü mikrofon qarşısında sınayım.

Mən dərhal radioya gəlib diktor vəzifəsində çalışmaq istədiyimi bildirdim. Qəzet parçası verdilər oxumağa. Yüngülvarı bir yoxlanışdan sonra elə həmin gün işə qəbul olundum və 1929-cu ilin iyun ayından mikrofon qarşısında çıxış etməyə başladım. Həmin vaxtdan "Kommunist" adlı gündəlik radio qəzeti efirə verilməyə başladı və onu efirə mən oxuyurdum.

Məmməd Arif, Qubad Qasımov, Əsəd Tahirov, Əsəd Əyyubi radionun Azərbaycan dilində verilişlərinin inkişafında misilsiz rol oynayırdılar.

Yadımdadır, zəhmətkeşlərə xidmət məqsədilə hər gün fasilə vaxtı "Musiqi günortası" adlı veriliş təşkil edilirdi. Bu verilişlərdə gözəl konsertlərlə bərabər, son xəbərlər, qabaqcıl əmək adamları, habelə əlamətdar hadisələr haqqında xəbərlər də verilirdi.

Biz zəhmətkeşlərdən saysız-hesabsız məktub alırdıq, bu məktublarda onlar öz razılıqlarını bildirir, eyni zamanda arzu etdikləri musiqi nömrələrənin verilməsini də xahiş edirdilər. Mübaliğəsiz deyə bilərəm ki, Azərbaycan radiosu o illərdə bütün Şərq ölkələrində dinlənilirdi. Bunu İran, Türkiyə, Əfqanıstan, Ərəbistan ölkələrindən aldığımız məktublar bir daha sübut edirdi. Biz Şərq ölkələrindən, hətta musiqi sifarişləri də alırdıq.

Radionun musiqi və ədəbi verilişlərinin rəhbərləri, ölməz sənətkarlar Üzeyir Hacıbəyov, Müslüm Maqomayev və Məmməd Səid Ordubadi Azərbaycan radiosunun inkişafında əvəzedilməz xidmət göstərirdilər. Bu dahi sənət xadimləri yorulmaq bilmədən məşqlər edir, aktual verilişlər hazırlayır, radioya gənc istedadlar cəlb edirdilər. Xüsusən M.Maqomayev o illər özünü radioya həsr etmiş və ölməz "RV – 8" marşını yaratmışdı. Bu marş gözəl milli koloritdə yazılması ilə bərabər, olduqca orijinal musiqi əsəri idi. Musiqinin tərkibində iki yerdə rus və Azərbaycan dillərində "RV – vosem", "RV – səkkiz"

sözləri və axıra yaxın bir yerdə "Danışır Bakı!" təntənəli çağırışı verilirdi. Əfsuslar ki, o vaxt lentə yazmaq yox idi və hər dəfə marş çalınanda bu sözləri təkrar etmək lazım gəlirdi.

Radioda Azərbaycan bölməsini genişləndirmək, Azərbaycan dilində veriliş verən diktorların sayını artırmaq lazım idi. Mən tanıdığım yoldaşlarımdan, tərbiyəli, ağıllı tələbələrdən bir neçəsini radioya diktor vəzifəsində işləmək üçün dəvət etdim. Məsələn, məşhur şair, Böyük Vətən müharibəsində həlak olmuş Hüseyn Natiq, sonralar Buzovna qəsəbəsində birləşmiş xəstəxananın həkimi olmuş Səməd Səmədov, hərbçi Əsgər Mövsümzadə, respublikanın əməkdar artisti Leyla Terequlova və başqaları mənim təşəbbüsümlə radioya dəvət olunmuşdular. Bunlarla yanaşı, qısa müddət diktor vəzifəsində işləyənlərdən sevimli şairimiz Mirvarid Dilbazini, Hüseyn Qafarı, Rafiq Ağayevi xoş duyğularla xatırlayıram. Böyük fəxrlə deyə bilərəm ki, radio dinləyicilərinə yaxşı tanış olan, ömrünün sonuna qədər ləyaqətlə diktor işləyən, çox gözəl yoldaş, incə qəlbli ədəbiyyatçı, respublikanın əməkdar artisti Soltan Nəcəfovu radioya mən dəvət etmişdim..."



Soltan NƏCƏFOV: "Radionun fəaliyyətə başladığı ilk illərdə əhali arasında böyük canlanma vardı. Hamı bu ecazkar cihazın qüdrətinə həm sevinir, həm də heyrət edirdi... Radionun səsi getdikcə şəhərin ayrı-ayrı məhəllələrində, tək-tək evlərdə də eşidilməyə başladı. Bəzi radio həvəskarları evlərində batareya ilə işləyən kiçik radio cihazları qururdular. Hansı evdən radio səsi gəlsəydi, qonşular həmin evin pəncərəsi qarşısında yığışıb verilişləri dinləyirdilər.

Aylar, illər keçdikcə radio xalqın məişətində, ictimai həyatında özünə möhkəm yer tuturdu. Respublikamızda keçirilən partiya konfransları, bir çox qurultaylar, ictimai yığıncaqlar da radio ilə translyasiya edilməyə başladı.

1928-ci ildə Bakıya qonaq gələn proletar yazıçısı Aleksey Maksimoviç Qorkinin şərəfinə indiki Azərbaycan Elmlər Akademiyasının (əsas bina) böyük salonunda təşkil olunan görüş gecəsi də radio ilə translyasiya edildi. Bu gecədə çıxış edən Maksim Qorkinin səsini radioda eşitdik.

Radio verilişlərindəki bu canlanmanı gördükcə orada işləməyə həvəsim artdı. Nəhayət, 1931-ci ilin ortalarında arzuma çatdım. Məni radioda diktorluğa qəbul etdilər. O zaman diktor hazırlayan məktəb və ya bu sahədə ixtisaslı bir müəllim yox idi. Hər diktor materialı öz bacarığına görə oxuyurdu. Biz ixtisasımızı artırmaq üçün yollar

axtararkən üzümüzə ümid qapıları açıldı. İstedadlı səhnə ustaları mikrofonda tez-tez çıxış etməyə başladılar. Abbas Mirzə Şərifzadənin dinləyiciləri valeh edən təsirli ifadələri, Mirzağa Əliyevin yumorla dolu danışıq tərzi, Kazım Ziyanın klassik Şərq ədəbiyyatı nümunələrini məharətlə oxuması bizim inkişafımızda böyük rol oynadı.

İlk günlərdə konsert proqramlarının tərtibi diktorlara həvalə olunardı. Amma ayrı-ayrı ifaçıların şıltaqlığı proqramı tez-tez pozardı. Biz patefonla konsertlər zamanı lap çox əziyyət çəkərdik. Çünki diktor musiqini elan etdikdən sonra patefonu da özü idarə edərdi. Çox vaxt belə konsertlər vermək çətinlik törədirdi. Odur ki, bu barədə ayrı-ayrı vətəndaşlara müraciət etməyə məcbur olardıq. Tanıdığımız yaxın adamlardan patefon valları alıb radioda çaldırar, sonra yenə də özlərinə qaytarardıq. Hüseynqulu Sarabski, Qurban Pirimov, Əhməd Bakıxanov, Bəhram Mansurov, Nəcəfqulu Musaxanlı bu işdə radioya yaxından kömək edirdilər. Onların verdikləri vallar vasitəsilə dinləyicilərimizi bir çox klassik xanəndələrimizin yüksək ifaçılıq məharətilə tanış etmişdik.

Radioya dinləyicilərdən maraqlı məktublar gəlirdi. Məktubların çoxundan aydın olurdu ki, Azərbaycanın ucqar rayonlarında bəziləri radionu möcüzə hesab edir, ona inanmırlar. Buna görə də radio texnikası və radionun əhəmiyyəti haqqında dinləyicilərimizə ətraflı məlumat vermək üçün 1933-cü ildə həftədə bir dəfə "Radio saatı" verilişi təşkil olundu. Bu verilişlərdə dinləyicilərin suallarına cavab verilir, onların sifarişi ilə konsertlər səslənirdi.

Radioda verilən konsertlərin daha maraqlı və yüksək səviyyədə olması üçün musiqi redaksiyasında müxtəlif forma və yollar axtarırdılar. 1933-cü il martın 25-də axşam saat 8-də Müslüm Maqomayevin təşəbbüsü ilə radioda "Çahargah gecəsi" adlı maraqlı muğam konserti təşkil edilmişdi. Konsertə xanəndələrdən Cabbar Qaryağdıoğlu, Məşədi Bilal, artistlərdən Hüseynqulu Sarabski, Zülfü Adıgözəlov, Yavər Kələntərli, Zülfüqar Sarıyev, tarzənlərdən Qurban Pirimov, Əhməd Bakıxanov, Bəhram Mansurov, Xosrov Məlikov, kamançaçılardan Qılman Salahov, Hafiz Mirzəliyev və başqaları dəvət edilmişdilər. İki saata yaxın davam edən bu konsertdə «Çahargah»ın "Bəstənigar", "Hisar", "Müxalif", "Mənsuriyyə", "Hüzzal" şöbələrini və hər şöbəyə uyğun təsnifləri ayrı-ayrı xanəndələr oxuyur, ayrı-ayrı tarzənlər ifa edirdilər. Dinləyicilərimiz bu konsretdən çox razı qalmışdılar. Onlar telefonla və məktubla öz razılıqlarını konsertin ifaçılarına və redaksiyaya bildirdilər..."

Radionun ilk əməkdaşlarının hafizəsində qalmış bu xatirələr onun ilk dövrünün bəzək-düzəksiz və işıqlı bir mənzərəsini əks etdirir.

Təəssüf ki, sonralar bu mənzərədə işıq getdikcə azalır, efir tutqunlaşır. 30-cu illərin ortalarından etibarən radioda təbliğat çaları daha da güclənir, "sinfi düşmənlərə", "xırda burjuylara" qarşı mübarizə dövrü başlanır. Radio həmin dövrün güclü təbliğat və təşviqat vasitəsi kimi bolşevik partiyasının əlində güclü ideoloji silaha çevrilir.

Radio: siyasi təbliğat milli düşüncəyə qarşı

Azərbaycan radiosunun texniki vasitədən siyasi təşviqat meydanına və ideoloji silaha çevrilməsi o vaxt SSRİ-də gedən proseslərlə sıx bağlı idi. Ölkədə zorla aparılan sovetləşmə yerlərdə etirazlar doğurduğundan, cəmiyyətdə bolşevizmə inam azalır, əksfikirlilik artırdı. Siyasi opponentlərini repressiyaya uğradan İ.V.Stalin mətbuat və radioda təbliğat işini gücləndirməyi vacib hesab edirdi. Bu işi yarıdan Moskva radiosunun təcrübəsini yerlərdə yaymaq tövsiyə olunurdu. O səbəbdən yerli partiya qurumları radio əməkdaşlarını Moskva radiosundan öyrənməyə, onun təcrübəsini təkrar etməyə çağırırdı. Rəsmi nümayəndələr radio işçiləri ilə görüşlərdə onlara dəyərli «göstərişlər» verirdilər:

Siz radio ilə musiqi verirsiniz. Bu, çox yaxşıdır, amma bizim məqsədimiz radio vasitəsilə Bakı neftçilərinə, Azərbaycan kəndlilərinə Sovet hakimiyyətini, Lenin ideyalarını sevdirmək, onları sosializm işi üçün səfərbər etməkdir. Radio ictimai psixologiyaya, xalqın əhval-ruhiyyəsinə təsir göstərməli, adamlara hadisələri ardıcıl izləmək imkanı verməli, inqilabın düşmənlərini, sosializmə yad ünsürləri ifşa etməlidir.

Bəli, radio məlumat, elan və konsert verən bir vasitədən təbliğat-təşviqat alətinə çevrilirdi. Çünki Mərkəzdə – SSRİ paytaxtında da dünənədək radionun sənət aləminə qədəm qoymasından bəhs edənlər indi belə düşünürdülər ki, radio, ilk növbədə, təbliğat və təşviqat sahəsində, xüsusən də əhalinin savadsız təbəqələri üçün təşviqat aparmaqda əvəzsiz bir vasitə ola bilər. Hələ 20-ci illərin sonunda radionun spesifikası və onun cəmiyyətdəki yeri ilə bağlı diskussiyalarda fəal iştirak edən, sosialist mədəniyyətinin ideoloqlarından biri olan A.V.Lunaçarski efiri təbliğat-təşviqat vasitəsinə çevirməyi məqbul sayırdı. Artıq belə hesab edilirdi ki, təbliğat xarakterli mühazirələr oxumaq baxımından və eləcə də sosializmin düşmənlərini "ifşa etmək" cəhətdən radio Sovet hakimiyyətinin, bolşeviklərin əvəzsiz köməkçisi olmalıdır.

Azərbaycan radiosunun elə ilk dövrdən siyasiləşməsinin ciddi ictimai-sosial səbəbləri vardı. Bu, ilk növbədə, yeni cəmiyyət, daha doğrusu, hələ dünyada oxşarı olmayan sovet rejiminin qurulması və

onun möhkəmləndirilməsi prosesi ilə bağlı idi. Digər tərəfdən, respublika radiosu elə bir vaxtda fəaliyyətə başlamışdı ki, o zaman adamları yeni həyat quruculuğuna alışdırmaq, onları fəal surətdə respublikanın siyasi və təsərrüfat həyatında baş verən proseslərə cəlb etmək, nəticə etibarilə bolşeviklərin təkpartiyalılığa əsaslanan hakimiyyətini möhkəmləndirmək Azərbaycan partiya təşkilatının mühüm vəzifələrindən biri idi. Bu mənada radio şüurlarda və düşüncələrdə "inqilab yaratmaq"da çox mühüm, təsirli vasitə sayılırdı. Xüsusən ilk illərdə bolşeviklərin cəlbedici təbliğatı nəticəsində hələ də başında inqilab şüarlarının havası dolaşan savadsız əhali arasında təbliğat və təşviqat aparmaq üçün radio çox misilsiz vasitə idi. Radionun lap əvvəldən siyasiləşməsinin mayasında məhz bu ictimai tələbat dayanırdı.

Əlbəttə, 20-ci illərin ortalarında Moskvada siyasi radio verilişləri sahəsində əldə edilmiş ilk "nailiyyətlər" də Azərbaycan radiosunun siyasiləşməsi və bu sahədə stereotiplərin yaradılması üçün güclü zəmin oldu. Leninin varisləri onun kütlələri səfərbərliyə almaq üçün "ən əlverişli üsullar" tapmaq tövsiyəsini can-başla yerinə yetirərək bu məqsədlə radiodan gen-bol istifadə edirdilər.

Artıq yaranışından bir il sonra Azərbaycan radiosunda siyasi təbliğatın təkmilləşmiş üsulları özünü göstərirdi. Mühazirə proqramlarından tutmuş radioqəzetlərədək ən müxtəlif formalar tətbiq olunurdu. ÜİK(b)P MK-nın Təşkilat Bürosunun 1927-ci ilin fevralında qəbul etdiyi "Müəssisələrdə kütləvi iş haqqında" qərarından sonra əhalini səfərbərliyə almaqda böyük rol oynayan radio özünün təsir vasitələrindən daha geniş istifadə etməyə çalışırdı. Lakin bu iş üçün radio daha da kütləviləşməli, onun bir sıra texniki-təşkilati problemləri həll edilməli, xüsusən də ölkədə radio cihazlarının sayı artırılmalı idi. Məhz bu məqsədlə adıçəkilən qərardan dərhal sonra – 1927-ci ilin fevralında Bakı Partiya Komitəsində şəhər radio stansiyasının fəaliyyətinə həsr olunmuş ilk böyük müşavirə çağırıldı. Bu müşavirədə radionun texniki və maliyyə vəziyyətini yaxşılaşdırmağı nəzərdə tutan qərar qəbul edildi. Bu qərara görə Respublika Xalq Poçt-Teleqraf Komissarlığı Bakı radio stansiyasının texniki istismarına başlamalı və verilişlərin hər axşam saat 6-dan 12-dək maneəsiz səslənməsini təmin etməli idi (47, s. 7). Qərarda, həmçinin Bakı rayonlarının radiolaşdırılmasını sürətləndirməyin, şəhərdə yardımçı translyasiya məntəqələri quraşdırmağın, müəssisələrdə, küçə və klublarda əlavə ruporlar qoymağın zəruriliyi bildirilirdi.

1928-ci ildə Bakı radiostansiyasının bazasında Radio Verilişləri və Radiolaşdırma Komitəsi yaradılır. Respublika XKS həmin il 13 may tarixli qərarı ilə öz nəzdində yaratdığı bu qurumun əsasnaməsini təsdiq

edir. Ölkə hüdudları daxilində radio verilişləri və radiolaşdırma işinin birləşdirilməsi məqsədilə yaradılan və qısaca «Azradio» adlandırılan bu qurumun vəzifələrinə bunlar aid edilirdi: a) siyasi və mədəni-maarif işləri aparan dövlət müəssisələri və ictimai təşkilatların planları və tapşırıqları əsasında radio verilişlərinin təşkili və ya radiodan istifadə, yəni: qəzet materiallarının, mühazirələrin, məruzələrin, söhbət və informasiya məlumatlarının, konsertlərin, opera və dram əsərlərinin radio ilə mövcud qaydaya uyğun formada yayımlanması; b) sovet və xarici radio təşkilatlarının quruluşunun yayım təcrübəsinin öyrənilməsi və qarşılıqlı veriliş informasiya mübadiləsi məqsədilə onlarla lazımi qaydada əlaqələr yaradılması; c) radio yayımı məsələlərinin metodik cəhətdən işlənib hazırlanması, radio verilişləri sahəsində elmi tədqiqat və tədris-maarifçilik işinə kömək göstərilməsi, radio verilişləri və radiolaşdırma ideyalarının geniş kütlələr arasında populyarlaşdırılması; ç) respublikanın radio verilişlərinə və radiolaşdırmaya bilavasitə aidiyyəti olan ayrı-ayrı idarələrinin, müəssisələrinin və təşkilatlarının maliyyə-texniki və təşkilati fəaliyyət planlarının birləşdirilməsi və əlaqələndirilməsi (24, s. 121-122). Azərbaycan XKS-nın bu qərarı radionu siyasi təbliğat vasitəsi və ideoloji tribuna kimi ön plana çəkirdi.

Bu qərar bir sıra vacib texniki məsələlərin həlli ilə yanaşı yaradıcı işçilər qarşısında yaxın dövr üçün forma və məzmunca yeni radioproqramlar hazırlamaq vəzifəsini də qoyurdu. Bu proqramlar əhalini siyasi cəhətdən savadlandırmalı, onları marksizm-leninizm ideyaları ilə silahlandırmalı və səfərbər etməliydi. Bir sözlə, radio siyasi maarifləndirmə məqsədləri üçün özünün bütün təsir imkanlarını işə salmalı idi. Artıq bu dövrdə başdan-başa təbliğat donuna bürünmüş Azərbaycan radiosunda kütləvi-siyasi iş, əsasən, aşağıdakı formalarda aparılırdı:

a) radioqəzetlər və qəzet xülasələri;
b) "İşçi günortası" radiojurnalı;
c) fəhlə radiouniversitetləri;
ç) studiyadan xüsusi məruzələr;
d) komsomolçular saatı;
e) rəsmi yığıncaqların translyasiyası və s.

1929-cu il iyunun 1-nə olan məlumata görə, Azərbaycan radiosunda 18 radioqəzet və radiojurnal hazırlanmışdı. Bunlar bütün verilişlərin 51 faizini təşkil edirdi (23, s. 14). Bu dövrdə **radioqəzetlər** aparıcı forma olaraq qalırdı. Faktiki olaraq radiomuzda ilk ictimai-siyasi və informasiya verilişi olan «Radioqəzet», bir növ, dövri mətbuatın strukturunu təkrar edərək onu daha geniş miqyasda tirajlayırdı. Lakin radio bu qəzet formasını məzmunca zənginləşdirərək

buraya hökumətin təcili xəbərlərini, teleqramları, beynəlxalq mövzuda məqalələri, Moskva radiosundan alınmış informasiyaları, elm və texnika yeniliklərini, felyeton və elanları əlavə edirdi.

20-ci illərin sonlarında ən geniş yayılmış təbliğat formalarından biri də **radiomitinqlər** idi. Əslində bu forma təbliğata daha kütləvi xarakter verirdi və əhalini inandırmaq, onu "əmək xarüqələri"nə ruhlandırmaq baxımından mühüm rol oynayırdı. Ona görə də Azərbaycan radiosu 1928-ci ilin mayından başlayaraq bir sıra iri sənaye obyektlərindən, məsələn, L.Şmidt adına maşınqayırma zavodundan, Lenin adına toxuculuq fabrikindən, Fioletov adına dəyirmandan, Bakı deposundan, Vorovski və Montin adına zavodlardan ilk radiomitinqlər təşkil etmişdi. Bu tədbirlərin iştirakçısı isə təkcə ayrı-ayrı əmək adamları yox, bəzən bütöv bir müəssisə olurdu. Belə radiomitinqlər sosializm yarışı deyilən əmək bəhsləşməsinin kütləvi təbliğati fonunu yaratmağa xidmət edirdi. Qarşıdan isə əhalini radioya cəlb etməyin daha kütləvi formaları gəlirdi.

1928-ci ildə Moskva radiosunda ilk fəhlə-kəndli universitetinin yaradılması Azərbaycanda da işin canlanmasına təkan verdi. Ölkədə elliklə savadsızlığın ləğvi uğrunda gedən kampaniyanın ifadəsi olan bu radioforma özünə çoxlu sayda dinləyici cəlb etdi. Başlanğıcda (1928) radiouniversitetlərdə 22 min qiyabi təhsil alan vardı. Həmin il dekabrın 1-dən Azərbaycan radiosunda da fəaliyyətə başlayan fəhlə-kəndli radio universitetində mikrofon önünə tanınmış alimlər dəvət olunur, görkəmli pedaqoqlar mühazirələr oxuyur, məşğələlər aparırdılar. Bu universitetin Azərbaycan və rus bölmələrində təhsil alan yüzlərlə müdavim mühazirələri dinləyərək savadını artırır, dərs ilinin sonunda rəy almaq üçün öz yoxlama işlərini «Azradio»ya göndərirdilər.

Məhz radionun geniş təbliğat imkanlarını və onun əhalini savadlandırmaq sahəsindəki misilsiz rolunu nəzərə alan Azərbaycan hökuməti "kağızsız və məsafəsiz qəzet"in texniki səviyyəsini yaxşılaşdırmaq, yerlərdəki radio nöqtələrinin sayını artırmaq üçün də tədbirlər görürdü. Artıq 30-cu illərin əvvəllərində bütün SSRİ-də, o cümlədən Azərbaycanda radio verilişlərinin qəbulu iki yolla həyata keçirilirdi: efir və xətt (naqil) sistemi ilə. Azərbaycan rabitəçiləri respublika ərazisində nisbətən ucuz və əlverişli olan xətt sisteminin yayılmasına çalışırdılar. SSRİ Xalq Komissarları Sovetinin 1929-cu ildə ölkənin radiolaşdırılmasına dair hazırladığı planda Azərbaycanda 40 min radio nöqtəsi qurmaq nəzərdə tutulurdu. Bu o demək idi ki, 1930-cu ilədək respublikada hər böyük kənddə bir radio tikiləcəkdi.

1931-ci ildə sovet radiosunun təşkilat radiosunda dəyişiklik edildi. Buna əsas səbəb o idi ki, radionun tabe olduğu Xalq Poçt və Teleqraf Komissarlığı, əsasən, radiotexnika, radiolaşdırma işləri ilə

məşğul olduğuna görə verilişlərə yaradıcı rəhbərliyi təmin edə bilmirdi. Buna görə də ideoloji – yaradıcı fəaliyyətlə texniki xidmət sahələri bir-birindən ayrıldı. 1931-ci ilin sentyabrında Ümumittifaq Radio Verilişləri Komitəsi, 1932-ci ildə isə 12 respublika və vilayətdə yerli radio komitələri yaradıldı. Bu təşkilati tədbirin əsas məqsədi verilişləri texnikadan ayıraraq, radionu birbaşa partiyanın Mərkəzi Komitəsinin ixtiyarına vermək idi. Bütün hallarda bu addım radionun həm yaradıcılıq, həm də bütöv texniki şəbəkə olmaq baxımından irəliyə doğru sıçrayışına təkan verdi.

Radiolaşma kampaniyası ölkənin bütün ərazisində, o cümlədən Naxçıvan MSSR-də aparılırdı. Burada Radio Məlumat İdarəsi 1929-cu ildə yaradılmış, 1930-cu ilin noyabrından radio verilişlərinin hazırlanmasına başlanılmışdır.

Naxçıvan MSSR Mərkəzi İcraiyyə Komitəsi Rəyasət Heyətinin 1932-ci il 1 aprel tarixli iclasının qərarına əsasən Muxtar Respublikanın Nazirlər Soveti yanında Radio Verilişləri Komitəsi yaradılmışdır.

İlk vaxtlar gün ərzində cəmi yarım saat efirə çıxan radionun verilişlərinin əsasını Bakıdan göndərilən rəsmi məlumatlar «Şərq qapısı» qəzetinin əsas materiallarının oxunuşu, partiya və dövlət xadimlərinin, yazıçı və şairlərin çıxışları, yerli musiqi kollektivlərinin konsertləri təşkil edirdi. Lakin texniki imkansızlıqdan verilişlər yalnız Naxçıvan şəhəri ərazisində yayılır, ucqar rayonlarda radionu dinləyə bilmirdilər.

Azərbaycanda da gerçəkləşdirilən bu təşkilati yenilik radionu KP MK-nın əlində əsas ideoloji silaha çevirdi. Radio verilişlərinin, translyasiyaların məzmununa indi partiya birbaşa nəzarət edirdi. Verilişlərin ideya istiqaməti bilavasitə MK-dan gəlirdi. Bu dövrdə radio ilə ideoloji işin vacibliyi və verilişlərin sayca çoxalması, yayımın bütün respublikanı əhatə etməsi zərurəti yerlərdə ötürücülərin artırılmasını tələb edirdi. Bu sahə 1930 – 1932-ci illərdə xeyli inkişaf etmişdi. Xüsusən İttifaq tabeliyində olan «Radiotikinti» tresti, eləcə də 1932-ci ilin mayına kimi radioteleqraf şəbəkələrini, radioyayımı və radioötürücü sistemi özündə birləşdirən Bakı Radio Mərkəzi bu sahədə səmərəli fəaliyyət göstərirdi (53, s. 236). Əgər 1930-cu ildə Azərbaycanda cəmi 269 radiotranslyasiya məntəqəsi vardısa, artıq Birinci beşilliyin sonunda onların sayı 20409-a çatmışdı. Radio texnikası sahəsində belə sürətli irəliləyiş, öz növbəsində, radionun mənzillərə, fəhlə klublarına, qiraət komalarına daha geniş ayaq açmasına, onun insanların şüurunda inqilab yaratmasına xidmət edirdi.

Radio ilk növbədə şüurlarda Sovet hakimiyyətini möhkəmləndirməyə xidmət edən ideoloji vasitə funksiyasını yerinə yetirirdi.

Çünki əhali Azərbaycanda milli hökuməti devirən Rusiyanın 28 aprel hadisələrindən sonra törətdiklərini qəbul edə bilmirdi. Bakının zəbt edilməsi, Gəncə üsyanının qanla yatırılması hələ yaddaşlarda idi. Həmin hadisələrdən 10 ilə yaxın bir vaxt keçsə də, xalq kütlələri, xüsusən ziyalılar diktaturaya, zora əsaslanan «Şura hökumətinə» ürək qızdırmırdılar. Əslində Moskva da öz addımları ilə Azərbaycanda açıq-aşkar işğalçı bir rejim qurduğunu nümayiş etdirirdi. S.M.Kirovdan sonra ölkədə rəhbərlik (1926 – 1929-cu illər) L.Mirzoyan, Ə.Qarayev və N.Ağaverdiyevdən ibarət üçlüyə tapşırılsa da, faktiki olaraq respublikanın ağası Mirzoyan idi (49, s. 43). Ondan sonra Azərbaycanın rəhbəri vəzifəsinə N.F.Çikalo (1929 – 1930) təyin edildi. Daha sonra isə Moskvada həmkarlar ittifaqı təhkilatının rəhbərlərindən biri, UİHİMŞ-in 2-ci katibi V.İ.Polonski üç il ərzində (1930 – 1933) Azərbaycana rəhbərlik etdi. Xüsusilə sonuncunun hakimiyyəti dövründə az-çox milli düşüncəsi olan yüksək səviyyəli azərbaycanlı kadrlar respublikadan uzaqlaşdırılırdı. Məhz V.Polonskinin hakimiyyəti dövründə respublikada rəhbər vəzifələrə, əsasən, milliyətcə erməni olan şəxslər təyin edilirdi (49, s. 46).

Moskva ideoloqları Azərbaycan cəmiyyətində gedən iki meylə qarşı çox həssas və amansız münasibət bəsləyirdilər: a) ölkədə milli təmayüllərin dirçəlməsinə və inkişafına; b) sovet sisteminə etimadsızlığa. İndiyə qədər gizlədilmiş tarixi sənədlər sübut edir ki, 20-ci illərin ortalarından başlayaraq, nəinki cəmiyyətin özündə, ziyalılar arasında, hətta kommunist rəhbərlərinin özləri arasında milli təmayüllər, Azərbaycana öz daxili işlərində müstəqillik verilməsini tələb edənlər olmuşdur. 1929-30-cu illərin saralmış qəzet səhifələrində əvvəlcə milli maraqları müdafiə edən Əyyub Xanbudaqov, sonralar Yusif Qasımov, Mahmud Zeynalov və İsrafil Atakişiyev kimi partiya xadimlərinin adları çəkilir, sonralar onların başçılıq etdikləri qrupların «tam millətçi xarakterə malik, Azərbaycan millətçiliyini birmənalı şəkildə müdafiə edən Teymur Əliyevin «qrupu» ilə birləşməsi haqqında bəhs edilir (35). Təsadüfi deyildir ki, məhz bu «zərərli» tendensiyaları nəzərdə tutaraq UİK (b) P MK özünün 31 oktyabr 1931-ci il tarixli qərarında xüsusi qeyd etmişdir ki, Azərbaycanda Kommunist Partiyası ideoloji və təşkilati baxımdan hələ möhkəmlənməmişdir. Azərbaycan K(b)P MK-nın birinci katibi V.İ.Polonski bu qərara haqq qazandırmaq üçün deyirdi ki, «Azərbaycanı Rusiyadan ayırmağa və müstəqil dövlət yaratmağa çalışan yerli millətçiliyə son qoymaq lazımdır». Bu məqsədlə onun məruzəsi əsasında respublikanın bütün partiya təşkilatları millətçilik və müsavatçılıq ideologiyasına qarşı ölkə daxilində «fəal mübarizə aparmaq haqqında» qərar qəbul etmişdi.

Fəal mübarizə, həm də radio ilə aparılırdı. Artıq verilişlərinin keyfiyyəti yaxşılaşmaqda olan Azərbaycan radiosu bu qərarların necə yerinə yetirilməsini əks etdirən əsas güzgü idi. Günün müxtəlif saatlarında efirə çıxan radioqəzetlərin əsas mövzularından biri, məhz ölkədə millətçiliyə qarşı necə «mübarizə» aparılmasına həsr edilirdi. Həmin illərdə efirə çıxan «İşçi-kəndli darülfünunu», «İşçi günortası», «Firqə konfranslarından xəbərlər», «Kəndli» radioqəzetində və başqa verilişlərdə də günün ən aktual mövzusu olan sosializm quruculuğu, millətçiliyə qarşı mübarizə və ideoloji işin digər ən aktual sahələri ön plana çəkilirdi. Radionun siyasi təşviqat və kütlələri səfərbər etmək vasitəsinə çevrildiyi həmin dövrlərdə efirə gedən verilişlərdə toxunulan mövzuları və özünü göstərən tendensiyaları aşağıdakı kimi təsnif etmək olar:

– geniş kütlənin, ilk növbədə, fəhlə və kəndlilərin diqqətini Şura hökumətinin nail olduğu yeniliklərə cəlb etmək;

– millətçiliyin hər cür təzahürünə qarşı mübarizə aparmaq;

– hər vasitə ilə proletar həmrəyliyini təbliğ etmək;

– rus xalqına, onun dilinə və mədəniyyətinə rəğbət formalaşdırmaq;

– Azərbaycanı türklərin deyil, çoxsaylı xalqların yaşadığı ölkə kimi təqdim etmək;

– cəmiyyətdə, xüsusən ziyalılar arasında kök salmış «xırda burjua mərəzinə» qarşı mübarizə aparmaq.

Bu mövzular sırasında «xırda burjua millətçiliyi» deyilən meyil daha kəskin tənqid olunurdu. Tənqidin ahəngindən aydın olurdu ki, hələ 1930-cu ilədək nə məktəb sistemində, nə mətbuatda, nə də ədəbiyyatda kommunist rejimi, bolşevik ruhu hələ də tam təmin olunmayıb. Sovetləşmənin 10-cu ilində məlum oldu ki, xüsusən Azərbaycan ədəbiyyatı bütövlükdə «xırda burjua millətçilərinin» əlindədir. Həmin dövrün mətbuatında gedən yazılar da göstərir ki, ciddi təqib vəziyyətində olmasına baxmayaraq, bütün siniflərin fövqündə dayanan milli poeziya proletar sinfinin ədəbiyyatına üstün gəlirdi. Kommunistlərin sırasından yetişən istedadlı gənc şairlər gizli surətdə əsərlərini Hüseyn Cavid, Əhməd Cavad, Almaz İldırım, Əli Mirzə Hüseynzadə kimi populyar qələm sahiblərinə göstərib xeyir-dua almaq istəyirdilər. Bolşeviklər buna qarşı «mənəvi terror» vasitəsilə mübarizə aparmaq qərarına gəlmişdilər və yazıçıların radio ilə də translyasiya olunan qurultaylarında baş verənlər buna sübut idi.

Millətçilərin «təsiri altına düşmüş» proletar yazıçıları da belə qurultaylarda və mətbuatda öz «paylarını» alırdılar. Məsələn, «Kommunist» qəzeti 5 oktyabr 1929-cu il sayında həyəcan təbili çalırdı ki, «milli ədəbiyyatın Əhməd Cavad kimi nümayəndələri

Rusiyanın proletar ədəbiyyatında təsadüf edilən hakim millətçilik sovinizmi ruhundakı çıxışlardan bəhrələnərək Azərbaycan proletar ədəbiyyatında cəlbedici millətçi əsər nümunələri yaradırlar. Nəticədə Azərbaycan proletar mühitinin gənc yazıçıları Rusiya təhlükəsinə qarşı yazmağa, Müsavatın müstəqil Azərbaycan şüarını ideallaşdırmağa..., Cavadla birlikdə Azərbaycanın üçrəngli milli bayrağını vəsf etməyə başlamışlar» (36). Ölkə əhalisinin əsas hissəsi olan azərbaycanlıları bu milli duyğulardan uzaqlaşdırmaq üçün radio verilişlərində «beynəlmiləlçilik» geniş təbliğ olunurdu.

Əslində Azərbaycan radiosu əvvəldən «beynəlmiləlçi» kimi doğulmuşdu, yayıma üç dildə – Azərbaycan, rus, erməni dillərində başlamışdı. 30-cu illərin ortalarına kimi ara-sıra hətta gürcü və yəhudi dillərində də verilişlər səslənirdi. O dövrdə Radiomərkəzə rəhbərlik edən ilk rəisin V.Cemyonov, onun ardınca A.Verle, Q.Pervuşin, İ.Qotliv, A.Xmelnitski, E.Vasilçenok olmaları da təəccüblü deyildi. Əgər milli musiqi, muğam saatları və Azərbaycan dilində poeziya nümunələri olmasaydı, rəsmi-siyasi materiallardan bu radionun kimə, hansı ölkə və ya xalqa məxsusluğunu müəyyənləşdirmək çətin olardı. O dövrün qəzetlərində verilişlərin çap olunmuş proqramlarını nəzərdən keçirəndə də oxucunun bu, «kosmopolit radio olub» qənaətinə gəlməsi mümkündür. Məsələn, «Kommunist» qəzetinin 1930-cu il 51-ci (2864) sayında fevralın 24-ü üçün nəzərdə tutulmuş verilişlərin proqramına nəzər salaq:

9.50 «Ozet» cəmiyyətinin yəhudi dilində məruzəsi
10.00 «İşçi günortası» (ermənicə)
16.00 «Pioner və məktəblilər saatı» (türkcə)
17.00 «İşçi-kəndli radio darülfünunu» (türkcə)
17.40 «Kəndli» radioqəzeti (türkcə)
18.25 «Massovik» jurnalı (rus dilində)
20.30 Yəhudilər üçün konsert
22.25 «Son xəbərlər» (türk, rus, erməni dillərində)
23.00 «Təcrübələr saatı» (rus və türk dillərində)

Bakı radiosu ilin bütün günlərində «beynəlmiləlçidir». Burada millilikdən, milli düşüncədən söhbət belə gedə bilməz. Yenə «Kommunist» qəzetinin 19 may 1930-cu il sayında dərc olunmuş proqram aşağıdakı kimi təqdim edilir:

10.00 «İşçi günortası» (rus dilində)
16.00 «Qadınlara məxsus proqram» (türkcə)
17.00 Avropa və Şərq qrammofon musiqisi
17.30 «İşçi və xidmətçiləri istirahət evlərinə və kurorta göndərmək» haqqında «Azictimai» Sığorta İdarəsinin türkcə proqramı.
18.40 «İşçi» (rus dilində)

19.10 «İşçi» radioqəzeti (ermənicə)

19.40 Kəsirləri ödəmək tədbirləri və gələcəkdə kəsirləri aradan qaldırmaq haqqında Azərneftin məruzəsi (rusca)

20.30 Çocuq həftəsinə məxsus internasional (beynəlmiləl) konsert

22.00 Firqə (partiya) konfransı xəbərləri (ermənicə)

23.30 «İşçi» radioqəzeti (türkcə)

23.45 Axşam «İşçi» radioqəzeti (rus dilində)

Bu proqramlar o dövrün ab-havasını, yeridilən antimilli siyasəti, yalançı beynəlmiləlçilik pərdəsi altında, faktiki olaraq, milli özünəməxsusluğun necə məhv edilməsini, bütövlükdə radioverilişlərin gerçək mənzərəsini çox real əks etdirir. Aydın hiss olunur ki, sovetləşmənin ideoloqları, ilk növbədə, milli yaddaşı pozmağa, ictimai təfəkkürün strukturunu dağıtmağa, milli düşüncə, ana dili və deməli, ölkə, Vətən haqqında təsəvvürləri beynəlmiləlçilik şüarları ilə ört-basdır etməyə, onu məhv etməyə çalışırdılar. Milləti kütləşdirən, onu tarixi köklərdən ayıran və milli duyğulardan məhrum edən bu siyasət sonralar:

«Vətən getdi əldən, dil getdi əldən,
Hər yetən dəm vurur beynəlmiləldən»



Mikayıl Müşfiq

– deyə hayqıracaq Mikayıl Müşfiq, Almaz İldırım, Adil Nicdet kimi milli duyğulu şairlərin etirazına və repressiyalarına səbəb olacaqdı. Təbii ki, bu siyasət təkcə onlarda yox, Azərbaycan ədəbiyyatı və mədəniyyətinin başında dayanan Üzeyir Hacıbəyov, Hüseyn Cavid, Əhməd Cavad, Cəfər Cabbarlı kimi sənətkarlarda da gizli və aşkar etiraz doğururdu. Onlar radioya təkcə məlumat, bilik verən mənbə kimi yox, həm də milli mədəniyyəti təbliğ edən vasitə kimi baxırdılar. Xüsusən həmin illərdə öz ilhamı, ecazkar səsi, öz nəfəsi, öz od saçan ürəyi ilə tez-tez radioda şeirlər oxuyan və dinləyiciləri ovsunlayan Mikayıl Müşfiq radionun gücünə inanır, millətə yol göstərəcəyinə ümid edirdi. Təsadüfi deyildir ki, Mikayıl Müşfiq hələ 1930-cu ildə çap etdirdiyi «Küləklər» adlı ilk kitabında Azərbaycan radiosunun gələcəyinə inam ifadə edən «Radio» adlı şeirini də vermişdi (həmin illərdə Almaniyada böyük dramaturq B.Brext də radionu şeirlə öyürdü). Böyük şair «Alo! Alo, Danışır Bakı!» sözləri ilə verilişlərini başlayan Azərbaycan radiosunu belə vəsf edirdi:

Gizli-gizli raylarından aşarak,
Düşüncə vadisindən qaçıb uzaqlaşarak,
Qohum-qardaş bilməyib hər kəsə yaklaşarak
Hər yerdən xəbər verir
«Alo!», «Alo!» – səsləri,
Əcəb cilvə göstərir
«Alo!», «Alo!» – səsləri.

Səsinizə tay olmaz sizin keçdi-keçdidə,
«Hər yerdə aş, orda baş» olmusunuz get-gedə,
Bir torpağın, bir evin bütün sərgüzəşti də
İçinizdə saklıdır
«Alo!», «Alo!» – səsləri,
Doğrudan maraqlıdır
«Alo!», «Alo!» – səsləri.

Yazıçı Manaf Süleymanov xatırlayır ki, həmin «xatalı illərdə adamı bir sözdən ötrü Sibirə göndərirdilər. Cavidi, Cavadı, Yusif Vəziri, Sanılını, Seyid Hüseyni udan o illər ürəyi od-alovla dolu Müşfiqə də qənim kəsiləcəkmiş. ...Mən Müşfiqin şeirlərini onun öz dilindən radioda eşitmişdim, xüsusi vəcdlə şeir söyləməyi vardı... «Gənc işçi»də çap olunan şeirlərinin üzərində, deyəsən, bəzi redaktorlar düzəlişlər edir, onu «yeni həyat»a uyğunlaşmağa çağırırdılar. Müşfiqsə bədahətən şeir oxuyanda ağına-bozuna baxmırdı. Ürəyinə gələnlər, dilinə qonurdu radioda» (24, s. 148). Bütün hallarda M.Müşfiq gələcəyə böyük inamla baxırdı, xalqın taleyinin işıqlı olacağına ürəkdən inanırdı. Vulkan kimi püskürən ilhamı ilə yazdığı şeirlərində vəsf etdiyi nikbinlik, sabaha böyük ümid də bu inamdan qaynaqlanırdı:

Bu yaz dostlarım bir az bəxtəvər olacaqlar,
can-ciyər olacaqlar,
Bir az da uzaqlara açacaqlar yelkəni,
ruh yeni, həyat yeni.
Çıxacaqlar göyləri aşaraq dönə-dönə
bulutların fövqünə,
Uçacaqlar sabaha, uçacaqlar yarına,
efir boşluqlarına...

Amma böyük şairin ümidləri doğrulmadı. Qarşısında yeni, qorxunc bir siyasi sistemin və bu sistemə rəhbərlik edən bolşevik partiyasının ruporu olmaq vəzifəsi qoyulmuş radio efir boşluqlarını

ideoloji-təbliğati materiallarla doldururdu. Bu efiri həmin dövrdə idarə edənlər milli düşüncəyə qənim kəsilmişdi və bu səbəbdən hər gün efirdə onlarca adama «millətçi» damğası vurulur, millətin azad düşüncəli ziyalıları təkcə qəzet və jurnal səhifələrində yox, həm də radioda «ifşa olunurdu». Bu mənada Mikayıl Müşfiqin taleyi milli düşüncənin və bu düşüncənin daşıyıcısı olan onlarca işıqlı zəka sahibinin, milli ruhu yaşadan ziyalıların taleyi idi...

Efirin yarış salnamələri

«Son zamanlarda Azərbaycan radioverilişləri keyfiyyət etibarilə yaxşılaşmağa üz qoymuşdur. Yeni üsullar tətbiq edilməkdədir: səs və gurultularla müşayiət edilən səhnəciklər, kəndli səhnəcikləri, müxtəlif radio çağırışları və mitinqləri tərtib edilməkdədir» – «İnqilab və mədəniyyət» jurnalı 1930-cu ildə belə yazır və Azərbaycan radiosunun apardığı yaradıcılıq axtarışlarını təqdir edirdi (37, s. 55). Əslində bu təqdir daha çox radionun studiyadan kənara çıxaraq, canlı verilişlər təşkil etməsi, efirə canlılıq gətirilməsi, həyatı canlı səslər palitrası ilə əks etdirməyə cəhdi, bir növ, indi başa düşdüyümüz mənada sənədli publisistikanın yaranışı ilə bağlı idi.



Radionun ilk əməkdaşları

Bütövlükdə SSRİ-də, o cümlədən Azərbaycanda gedən ictimai-siyasi proseslər və elə həyatın özü radio qarşısında mühüm tələblər qoymuşdu. Bu tələblərə cavab vermək üçün radio öz spesifikasına uyğun yaradıcılıq axtarışları aparır, radio janrlarının və getdikcə kütləviləşən radioformaların imkanlarından istifadə edərək həyat hadisələrini daha dolğun əks etdirməyə çalışırdı. Belə formalar isə, ilk növbədə, sənaye-quruculuq mövzularına həsr edilən verilişlərdə tətbiq olunurdu və bu zaman daha çox Moskva radiosunun təcrübəsinə istinad edilirdi. Məsələn, Moskva radiosu 1930-cu ildən "Həyatdan translyasiyalar" adlı silsilə reportajlara başlamışdı və onun ilk buraxılışı həmin il dekabrın 2-də "Yüz dəqiqə Dneprohesdə" adı ilə efirə getmişdi. Müəyyən dramaturji kompozisiyası olan radioreportajlar xüsusi yaradıcılıq səyi və yüksək texniki hazırlıq tələb edirdi. Heç olmasa, bir neçə nöqtədə mikrofon qoymaq və onlardan gələn səsi

canlı efirdə tənzimləmək lazım idi. Görünür, bu hazırlığa malik olduğundan həyatın və iş prosesinin özünü canlı "göstərmək" üçün Azərbaycan radiosu da belə mürəkkəb verilişlər hazırlayırdı. İlk belə proqram 1931-ci il aprelin 10-da Moskva radiosunun "Proletari" radioqəzeti ilə birgə hazırlanmışdı. Təxminən bir saatlıq həmin reportaj Xudatda balıq ovuna həsr edilmişdi. Bu, 1928-ci il noyabrın 7-də Bakının 5 böyük şəhərlə birgə SSRİ miqyasında keçirilən radiosəsləşmədə iştirakından sonra Azərbaycan radiosunun mühüm nailiyyəti idi.

Daha sonra Ümumittifaq radiosunun cəbbəxanasından radiosəsləşmə formasını əxz edən respublika radiosu bir-birilə yarışan sənaye müəssisələrinin efir dialoqunu canlandırmışdı. Azərbaycan radiosu bu forma ilə Ümumittifaq miqyasına da çıxır və respublikada gedən proseslər barədə SSRİ-nin digər regionlarındakı dinləyicilərə məlumat verdi. Məsələn, 1933-cü ilin payızında "Pravda" qəzetinin təşəbbüsü ilə Ümumittifaq radiosunun təşkil etdiyi radiosəsləşmədə Moskva, Leninqrad, Xarkov və Sverdlovsk kimi nəhəng sənaye mərkəzləri ilə yanaşı, neft Bakısı da iştirak etmişdi. Şöhrətli buruq ustası Ağa Nemətulla bütün ölkəyə Azərbaycan neftçilərinin fədakar əməyindən danışmış və radiosəsləşmədə iştirak edən müəssisələrin kollektivlərini Bakı neftçilərinin sifarişlərini vaxtında yerinə yetirməyə çağırmışdı. Tədricən bu radiosəsləşmələrdə, belə məsul dialoqlarda yüksək-vəzifəli dövlət və hökumət adamları da çıxış edirdilər. Məsələn, 1931-1932-ci illərdə keçirilən radiosəsləşmələrdə D.Bünyadzadə, Q.Musabəyov və başqaları çıxış edərək beşillik planın necə yerinə yetirilməsi barədə elə birbaşa studiyadan raport vermişdilər.

Radioda operativliyin artması, sənədliliyə meylin güclənməsi və yeni formaların tətbiqi verilişlərə getdikcə ağırlıq gətirən radioqəzetləri sıxışdırırdı. Buna görə də 1932-ci ilin avqustunda Ümumittifaq radiosu bir forma kimi artıq özünü doğrultmayan radioqəzetləri ləğv etdi və onların yerini siyasi məlumat bülletenləri – "Son xəbərlər" tutdu. Təxminən bir həftədən sonra – sentyabrın 1-də isə həmin xəbərlər bülletenini hazırlayacaq qurum – Mərkəzi informasiya redaksiyası yaradıldı.

Bu dəyişikliklər eynilə Azərbaycanda da təkrarlandı. 1933-cü ilin may ayının 5-də Azərbaycan Xalq Komissarları Sovetinin qərarı ilə XKS yanında Radiolaşdırma və Radio Verilişləri Komitəsi yaradıldı. Artıq bu dövrdə ölkə radiosunun gündəlik verilişlərinin orta həcmi 8,5 saata çatmışdı (23, s. 20) və 1934-cü ildə Moskva – Bakı radiotelefon rabitəsinin yaradılması ilə Ümumittifaq radiosunun əsas verilişlərinin, xüsusən «Son xəbərlər» bülleteninin Azərbaycan efiri ilə

translyasiyasının əsası qoyuldu. Xəbər proqramlarının artması, bu buraxılışlar üçün qısa şifahi xəbərlərin hazırlanması sayəsində baş verən hadisə ilə həmin hadisə haqqındakı xəbər arasındakı zaman müddətini azaltmaq mümkün olurdu. Digər tərəfdən artıq xəbər buraxılışlarında janrlar yaranmağa başlayır və radionun özünün kommunikativ funksiyası artırdı. Amma radionun missiyası öz qüvvəsində, öz gücündə qalırdı. İndi radio siyasi-maarif işini genişləndirmək və ölkənin təsərrüfat həyatını yeni dövrə uyğun şəkildə daha geniş işıqlandırmaq vəzifəsini daha geniş miqyasda aparırdı. Məsələn, həmin illərdə Azərbaycan radiosunda səslənən və artıq məzmunca təzələnmiş "Neft və pambıq uğrunda" adlı ictimai-siyasi proqramın nəzərdən keçirilməsi göstərir ki, jurnalistlərin əsas vəzifəsi iqtisadi yeniliyi işıqlandırmaq və onun arxasında sosializmin gücünü göstərmək olmuşdur. Təxminən 20 dəqiqəlik proqramda Muğan torpağına ilk traktorun gəlişindən, pambıqçı Bəsti Bağırovanın məhsulu ikiəlli yığmasından tutmuş Montin adına zavodda qazma avadanlığı istehsal edən yeni sexin işə düşməsi və Bakı mədənlərində ilk maili neft quyusu qazılmasınadək müxtəlif mövzular əks etdirilmişdi. Verilişdə çoxlu sayda əmək qabaqcılının adı çəkilirdi. İlk beşilliklər dövründə bu proqram əmək adamlarının tribunasına çevrilmişdi. Ağa Nemətulla, Gülbala Əliyev, Mikayıl İsmayıl, Usta Baba Pirməmməd, Ağasəf Bağırov, Əhəd Möhüb kimi şöhrətli neftçilər, Bəsti Bağırova, Manya İskəndərova, Qüdrət Səmədov, Sürəyya Kərimova kimi pambıqçılar bu proqramda çıxış etmişdilər. İstehsalat xəbərlərinin mövzusu, onların əhatə dairəsi və mövzuya yanaşma üsulu onu göstərirdi ki, ölkənin bütün təsərrüfat həyatının geniş mənada idarə olunmasında, kütlələrin "əmək şücaəti"nə ruhlandırılmasında radio misilsiz rol oynayır, onun səyyar mikrofonları tez-tez əsas istehsalat sahələrində – neft mədənlərində, zavod və fabriklərdə, pambıq tarlalarında qurulurdu.

1935-ci ildə bütün ölkədə, o cümlədən Azərbaycanda başlanan Staxanov hərəkatının daha geniş vüsət alması həm də radionun təşviqatçılıq işi sayəsində mümkün oldu. Həmin prosesdə radio böyük təşkilatçılıq işi də aparırdı. Qəzetlərin bu barədə çox yazmasına baxmayaraq, minlərlə adam Staxanov və onun təşəbbüsü barədə məhz radio vasitəsilə xəbər tuturdu. Qocaman diktor Soltan Nəcəfov xatırlayırdı ki, həmin dövrdə mətbuatda və ədəbiyyat sahəsində fəaliyyət göstərən yazıçı və jurnalistlərdən – Eynulla Ağayev, İsrafil Nəzərov, Yusif Şirvan, Həmid Axundlu, Məmməd Əkbər və başqalarının Bakının Sabunçu, Balaxanı, Ramana, Artyom adası, İliç buxtası və Lökbatan neft mədənlərində çalışan staxanovçular barədə yazdıqları oçerklər radioda tez-tez səslənirdi. Əlbəttə, işıqlandırdığı

mövzuların, o cümlədən sənaye-istehsalat-yarış mövzularının bir çox hallarda quru və cansıxıcı olmasına baxmayaraq, habelə mükəmməl publisistikadan danışmaq tez olsa da, hər halda Azərbaycanda radiojurnalistika təşəkkül taparaq inkişaf edirdi. Radio tədricən spesifik dilə, cilalanan janrlara, çevik formalara və qəzetdən fərqlənən təhkiyə üslubuna yiyələnirdi.

Radio şair və yazıçıları da ənənəyə çevrilmişdi. Azərbaycan sovet peoziyasının pionerlərinlən sayılan Səməd Vurğun, Süleyman Rüstəm, Rəsul Rza, Məmməd Rahim, Əbdülbaqi Fövzi və başqalarının əmək qəhrəmanlığına səsləyən şeirlərini çox vaxt radio ilə oxuyurdular. Mikayil Müşfiqin «İliç buxtası», yazıçı-dramaturq Mirzə İbrahimovun «Dneprostroy» şeiri də ilk dəfə məhz radio ilə səslənmişdir. Dövrün ab-havası elə idi ki, yaradıcı adamların bu yarışları və «əmək xarüqələrini» vəsf etməməsi mümkünsüz idi. Çünki ölkədə artıq repressiya maşını işə düşmüşdü.

«RV – 8» marşının sədaları altında

30-cu illərin ortalarına yaxın Azərbaycan radiosunda bədii verilişlərin çəkisinin artdığı müşahidə edilir. Yəni musiqi verilişləri, ədəbiyyat və incəsənətə aid proqramlar, həmçinin mikrofon qarşısında səsləndirilən dram əsərləri sənaye-iqtisadiyyat proqramlarını tədricən efirdən sıxışdırırdı. Məsələn, əgər 1929-cu ildə ümumi verilişlərin 51 faizini siyasi informasiya, radioqəzetlər və kütləvi təbliğat təşkil edirdisə, bədii verilişlərin həcmi 36 faiz idi. 1932-ci ildə bu nisbət təxminən bərabərləşmişdi, 1933-cü ildə isə bədii verilişlərin artması tendensiyası müşahidə edilir və onlar efirə gedən 8,5 saatlıq ümumi proqramın 59 faizini təşkil edirdi. 1934-cü ildə isə ictimai-siyasi verilişlər cəmi 24,1 faiz olduğu halda, ədəbi-bədii proqramlar ümumi yayımın 62,7 faizini əhatə edirdi. Əlbəttə, bədii verilişlərin belə tədrici dinamikasını şərtləndirən bir neçə səbəb vardı. İlk növbədə, radioqəzetlərin ləğvi bədii verilişlərin kəmiyyət və keyfiyyətcə inkişafına, onların xüsusi çəkisinin artmasına böyük təsir göstərdi. Yəni qəliz dildə yazılmış uzun və darıxdırıcı məqalələrin əvəzinə, dinləyicidə maraq doğuran ədəbi-bədii və musiqi verilişləri səslənməyə başladı.

Doğrudur, informasiya və təbliğat redaksiyalarında maraqlı verilişlər var idi. Amma partiya orqanları və senzura ictimai-siyasi proqramlara, xüsusən ideologiya ilə bağlı verilişlərə çox ciddi nəzarət edirdi. Bu cür verilişlərin mövzusu, ideoloji istiqaməti və hətta bəzən forması belə yuxarıdan diqtə olunduğu üçün burada təşəbbüsə az yer qalırdı. Bədii proqramlar sahəsində isə nisbətən sərbəstlik mövcud idi

və radiodakı güclü yaradıcı potensialın səyi ilə çox maraqlı verilişlər ərsəyə gətirilirdi. Bu işin mayasında isə bir sıra gənc ziyalılarla yanaşı, Müslüm Maqomayev və Məmməd Səid Ordubadi kimi fədailər dayanırdılar. Məhz birincinin tükənməz enerjisi və gücü ilə musiqi, ikincinin istedadı və səyi ilə isə ədəbi-dram verilişləri getdikcə proqramlarda özünə möhkəm yer tutur, dinləyici ürəyinə yol tapırdı. Bu verilişləri hazırlayanlar ona barmaqarası baxa bilməzdilər. Çünki təsir dairəsi teatr və konsert salonundan qat-qat geniş olan radio, məhz bədii verilişlər vasitəsilə dinləyicidə estetik zövq formalaşdırırdı. Amma böyük peşəkarlıq və uzaqgörənlik tələb edən bu verilişlərin hazırlanması heç də asan başa gəlmirdi. Xüsusən ilk dövrlər bu sahədə, sözün həqiqi mənasında, külüng çalmaq, əsəbləri və bütövlükdə sağlamlığı qurban vermək lazım gəlirdi. Azərbaycan mədəniyyətinin işıqlı simalarından biri olan M.Maqomayevin radiodakı unudulmaz cəfakeşliyi və onun istirablarla dolu üçillik qızğın fəaliyyəti buna parlaq misal idi.

* * *



Üzeyir Hacıbəyov və Müslüm Maqomayev. *Ayaq üstə duranlar:* **Hüseynqulu Sarabski və Hənəfi Terequlov**

Hələ o vaxt musiqi ictimaiyyətinin daha çox "Azərbaycan çölləri" rapsodiyasının müəllifi kimi tanıdığı bəstəkar Müslüm Maqomayev 1929-cu ilin oktyabrında Bakı radiostansiyasına musiqi rəhbəri təyin olunur. Həmin vaxtlar efirə musiqi nisbətən az gedirdi, amma hər halda canlı konsertlər verilirdi. Musiqi rəhbərinin vəzifəsi isə repertuar məsələsinin həlli ilə yanaşı, bu radiokonsertləri yüksək səviyyədə təşkil etmək idi. «Azərbaycan musiqi sənəti yolunda duran bütün maneələri amansızcasına məhv edən cəsarətli bir novator» (Ü.Hacıbəyov) olan M.Maqomayev işə başladığı ilk gündən çətin vəziyyətlə qarşılaşır: çox zaman canlı konsert təyin olunduğu vaxtda musiqiçilər studiyaya gəlib çıxmır, yaxud bir qismi gəlir, bir qismi gecikir və nəticədə konsertlər pozulurdu. Radionun rəhbərliyi isə bunlara göz yumur və vəziyyətdən birtəhər çıxmaq üçün yollar arayırdı. O vaxt musiqi redaksiyası Şərq və Qərb adı ilə iki erə bölünürdü və belə əcaib hallar ən çox Şərq bölməsində baş verirdi. Həmin acınacaqlı vəziyyəti M.Maqomayev sonralar belə təsvir edirdi:

"Mən radioda işləməyə gələndə Şərq sektorunda vəziyyət belə idi: musiqiçilər burada rəsmi qulluq etmirdilər, sadəcə olaraq, onların hərəsinin müəyyən məhdud saatları vardı ki, həmin vaxtlarda gəlib radioda fəaliyyət göstərirdilər. Bu, onları tamamilə təmin edirdi. Belə ki, bir tərəfdən onların cibində həmkarlar ittifaqı kitabçası və bununla əlaqədar bütün üstün hüquqlardan istifadə imkanı, digər tərəfdən və ən əsası, yüz faiz xaltura etmək girəvəsi vardı. İfaçı öz axşam saatlarını kefi istəyən kimi bölür, radionun axşam konsertlərinə, adətən, toylardan və ona daha artıq qazanmaq imkanı verən başqa təsadüfi dəvətlərdən azad olunduğu vaxt gəlirdi. Bunun bariz nümunəsi olan hadisə: radioda işlədiyim ilk günlərdə konsertdə iştirakı təyin olunmuş 8 musiqiçidən yalnız biri – pianoçu gəlib çıxdı. Qalanları toyda idilər. Yəqin royalı çəkib apara bilsəydi, pionoçu da toya gedərdi"*.

Əlbəttə, sonuncu cümlədəki acı istehza və rişxənd hər şeydə dəqiq və intizamlı olmağı xoşlayan bəstəkar Müslüm Maqomayevin o anlardakı psixoloji vəziyyətini, yaşadığı əsəbi, gərgin anları gözəl əks etdirir. Həmin məqamlar isə istedadlı alim-yazıçı, yaradıcılıq taleyini radio ilə sıx bağlayıb, burada bənzərsiz proqramlar yaratmış Rəfael Hüseynovun "hərarətli bir üslubda yazılmış" (Anar) və M.Maqomayevi bizə yaxından tanıdan "Yaşıl yarpaq" sənədli əsərində dəqiqliyi ilə təsvir olunmuşdur. Bütövlükdə M.Maqomayevin iztirablarla dolu taleyinə həsr olunmuş bu əsərdə böyük bəstəkarın Azərbaycan radiosunda fəaliyyətinə, burada çalışdığı ilk aylarda musiqi verilişlərinin vəziyyəti barədə yazdığı məlumatlara da müəyyən yer ayrılmışdır. Həmin məlumatlar böyük bəstəkarın bioqrafiyasının ən incə məqamlarını və radiomuzun o vaxtkı narahat anlarını əks etdirsə də, onların bir çoxu tarixilik baxımından böyük maraq doğurur.

"Oktyabrın 23-də (çərşənbə) saat 20-22 arası Şərq konserti nəzərdə tutulmuşdu. Mən axşam saat 7-də gəldim və iştirakçıları gözləməyə başladım. İlk rastlaşdığım Qurban Pirimov oldu. O, musiqiçilərin gəlməyəcəyindən ehtiyat etdiyini bildirdi. Axşam saat səkkizin yarısında Sarabski, Hacıbabəyov, Mirzağa Əliyev, Sona xanım və Zeynallı gəldilər. Çalğıçılardan yalnız Qurban gəlmişdi və saat 8-də Əliyev də (royal) özünü yetirdi. Telefonla konsert iştirakçılarını axtarmaq cəhdlərinin hamısı boşa çıxdı. Axşam saat 8-də Ohanezaşvili (kamança), Əhəd Əliyev (qarmon və saz), Xalıq (balaban), tütəkçalanlar və müğənnilərdən Seyid Şuşinski və Səmədov hələ gəlməmişdilər.

Əlbəttə, konserti bircə tarla aparmağı mən bədbinlik baxımından

---

* Q e y d: M.Maqomayevin arxivindən götürülmüş bu məlumatlar ilk dəfə R.Hüseynovun "Yaşıl yarpaq" əsərində çap olunmuşdur.

mümkünsüz hesab etdim və studiya müdiri Qotliblə məsləhətləşib, konserti ləğv etməyi qərara aldıq.

Sonrakı sorğudan məlum oldu ki, Ohonezaşvili, Əhəd Əliyev, Xalıq toyda imişlər. Tütəkçalanlar əvvəl guya bilmədiklərini, sonra isə dostlarının yasında olduqlarını dedilər... Seyid Şuşinskini, ümumiyyətlə, tapmaq mümkün olmadı.

Bu fakt verilişin efirdən çıxarılması tədbiri kimi dözülməz nəticəyə səbəb olmaqdan əlavə, onu da göstərir ki, biz həmin halda irəlicədən planlaşdırılmış konsert proqramı təşkil edə bilmərik. Biz hansısa iştirakçının gəlib-gəlməməsindən asılıyıq. Radio mərkəzində işlədiyim qısa vaxtda mən artıq aşağıdakı faktlarla üzləşmişəm: Qurban Pirimov bir neçə günlüyə çıxıb getmişdi və onun əvəzinə axşam telefonla başqa tarzən axtarmaq lazım gəldi. Tütəkçilər toya getmiş, öz yerlərinə başqalarını göndərmişdilər və mən də onları qəbul etmədim.

Oktyabrın 25-də cümə günü səhər "Kəndli verilişi"nə nə Qurban Pirimov, nə də başqaları gəlib çıxdılar... Bu faktlar işin ümumi ahənginə, şübhəsiz ki, pis təsir edir. Belə hadisələri aradan qaldırmaq üçün tədbirlər görmək lazımdır. Öz tərəfimdən 2 tarzən, 2 kamançaçı, 3 tütəkçi, royalçalan, balabançı, klarnetçi ilə müqavilə bağlayıb onları işə götürməyi məqsədəuyğun hesab edirəm. Bu, bizi mümkün ola biləcək boşkeçmələrdən xilas edəcək, həm də məşqlərdə çalğı nömrələrini cilalaya biləcəyimiz ansambl alınacaq".

Əlbəttə, o dövrdəki gerçək vəziyyəti canlandıran bu sətirlərin arxasında narahat bir ürək çırpınır. Bu ürək sahibi sanki xarabalığa düşmüş və indi həmin xarabalıq üzərində yaraşıqlı bir bina ucaltmaq arzusundadır. O bəzən gücsüz kimi görünsə də, işgüzardır, prinsipialdır, məqsədindən dönən deyil. Bəli, M.Maqomayev musiqi verilişlərində və konsertlərin təşkilində aydın, etibarlı və çevik bir sistem yaratmaq istəyir. Çünki ona qədər əsas məqsəd verilişi, konserti, bir növ, boşkeçmələrdən xilas etmək idi. Buna radio işçiləri də adət etmişdilər, musiqiçilər də. Məsələn, kimsə gəlməyəndə Sarabski 3 dəqiqə oxumalı olduğu mahnının arasında 15 dəqiqə muğam oxuyar, ya Qurban Pirimov 5 dəqiqə əvəzinə 20 dəqiqə çalar, bununla da efir vaxtı dolardı. Amma yeni musiqi rəhbəri – M.Maqomayev bunu qəbul etmirdi. O, ümumiyyətlə, hər cür bəsitliyin, başdansovduluğun, özfəaliyyətin və mənasız "xilaskarlığın" əleyhinə idi. Buna görə də M.Maqomayev radionun rəhbərliyindən ciddi tədbirlər görülməsini tələb edirdi. Çox keçmir ki, radio mərkəzi sədrinin üstünə yazdığı məlumatlar, xahiş ərizələri, təklif məktubları öz bəhrəsini verir. O, əvvəlcə 12, sonra 16, 1933-cü ildə isə artıq 24 nəfərlik ansambl təşkil etməyə nail olur. Müslüm bəy bunu da hiss edir ki, tar, kamança, tütək, balaban nə qədər arzulanan və sevilən alətlər

olsa da, ənənəvilik qəlibindən çıxmaq lazımdır. Yalnız muğamla, təsniflə, xalq mahnısıyla iş aşmaz. İnadkar M.Maqomayevin bu yoldakı səyləri 1931-ci ildə Ü.Hacıbəyovla birgə Radio Komitəsində notlu Şərq alətləri orkestri yaratması ilə nəticələnir. Bu, bütövlükdə Azərbaycanın mədəni həyatında çox böyük bir hadisə idi və həmin günlərdə Ü.Hacıbəyov orkestrin repertuar siyasətini müəyyənləşdirərək yazırdı: "Bu orkestrin repertuarı milli məhdudiyyət nişanəsi daşımamalı, lakin həddən artıq pərakəndə də olmamalıdır" (60, s. 14). Uzun çalışmalardan sonra yaradılmış yeni orkestrin fəaliyyəti M.Maqomayevi də uşaq kimi sevindirirdi. Böyük sənətkar həmin günlərdə yeni musiqi kollektivinə qayğılarının nisbətən azalması kimi baxır və fəxrlə bəyan edirdi ki, indi bizim notla çalan orkestrimiz var. Həqiqətən də bu orkestrin yaradılması (hərçənd ki, o vaxtlar Azərbaycan Konsert Birliyində Dövlət Şərq orkestri mövcud idi) musiqi sahəsində xüsusi əhəmiyyətli addım idi. Belə bir incə məqama da diqqət yetirmək lazımdır ki, Ü.Hacıbəyov və M.Maqomayev Şərq alətləri orkestri yaratmaq uğrunda çalışarkən dövlət filarmoniyasında 12 nəfərlik, sırf ermənilərdən ibarət belə bir musiqi ansamblı fəaliyyət göstərirdi. Mədəniyyət Nazirliyinin bu ansamblın bazasında orkestr yaratmaq təklifinə hər iki bəstəkar «yox» demişdi.

M.Maqomayev radionun musiqi rəhbəri kimi təkcə canlı konsertlər təşkil etmir, həm də efirdə səslənən ictimai-siyasi və ədəbi-dram verilişlərinə musiqi tərtibatı verir, bəzən ürəyinə yatan verilişlərə, səhnəciklərə ayrıca orijinal musiqi də yazırdı. Xüsusən "Radioqəzeti"nin musiqi düzümünü həll etmək bəstəkardan xeyli vaxt alırdı. Məhz bu verilişlərin musiqi tərtibatına artan tələb, habelə dinləyici marağı radioda repertuar məsələsini ön plana çıxarırdı. Verilişlərin 70-90 faizinin muğamat üstündə qurulması bütövlükdə radionun musiqi mənzərəsinə bir yeknəsəqlik gətirirdi. M.Maqomayev bu yeknəsəqliyin əleyhinə çıxırdı və təəssüf ki, bəziləri bunu böyük bəstəkarın, ümumiyyətlə, müğamlara xor baxması kimi yozurdu.

Lakin M.Maqomayevin böyüklüyü onda idi ki, heç bir dediqoduya baxmadan inadla işləyir, yaradır və ansambl, orkestr məsələsi ilə eyni vaxtda daha bir vacib məsələnin – repertuarın lazımi səviyyədə olması yolunda çalışırdı. O, əvvəlcə müğənnilərdən başlayır, təsadüfi dəvət olunanlardan imtina edir. Hüseynqulu Sarabski, Hüseynağa Hacıbabəyov, Yavər və Münəvvər Kələntərlilər, Zülfüqar Sarıyev, Əlövsət Sadıqov, Bikə Səmədzadənin radioda işə götürülməsinə müvəffəq olur. Amma dəvət prinsipindən də tamam əl çəkmir, yeri düşdükcə müxtəlif rayonlardan ustad aşıqları, ifaçıları radioda çıxışa çağırtdırır. Təsdiqlənmiş siyahi üzrə müxtəlif

müğənnilərin ifasında radioda səslənən 400 musiqi nömrəsini saf-çürük edir, onlardan 100-nü saxlayır. Repertuara 20 yeni musiqi nömrəsi əlavə edir. Amma bunlar da azlıq etdiyinə görə, o dövrün tanınmış bəstəkarları Rifatova, Burşteynə, Nəsirbəyova, Xeyfestə, Asəf Zeynallıya yeni mahnılar yazmağı sifariş verir. Lap əlimyandıda olduqda isə Üzeyir Hacıbəyovdan müasir mövzuda mahnılar yazmasını xahiş edir.

M.Maqomayev Azərbaycan dinləyicisini SSRİ və dünya xalqlarının musiqisi ilə tanış etmək üçün xüsusi konsertlərin təşkilinin, bu məqsədlə radio musiqi axşamlarının keçirilməsinin tərəfdarı idi. O, radioda repertuar probleminin həlli ilə məşğul olan xüsusi strukturun olmasınıda təkid edirdi. Böyük bəstəkar neft, mazut və zərbəçilər haqqında yaranan mahnıların qısaömürlü olacağını çox yaxşı bilirdi. Ona görə də ciddi musiqinin, o cümlədən xalq musiqisi və klassik əsərlərin geniş yayılmasına çalışırdı. Doğrudur, onun 30-cu illərin ab-havası üçün çox mütərəqqi addımlarını – tədbir və təkliflərini heç də hamı haqlı hesab etmirdi, hətta bəzən bunu maestroya eyhamlarla deməkdən də çəkinmirdilər. Əlbəttə, işgüzar və prinsipial M.Maqomayevi aşkar xoşlamayanlar da var idi. Kifayət qədər həssas adam olan Müslüm Maqomayev ətrafındakı vurnuxmaları və qara buludların sıxlaşdığını aşkar hiss edirdi. Ona görə də Azərbaycan radiosundakı əzablara birdəfəlik əlvida deyərək, 1933-cü ilin fevralında ərizə yazıb işdən gedir... Amma tarix üçün çox qısa müddət olan bu üç il ərzində ondan radioya çox şey qalır: prinsipiallıq, özünə və başqalarına tələbkarlıq, sənətə müqəddəs münasibət və əlbəttə ki, ürəkləri oxşayan neçə-neçə gözəl musiqi əsəri – "Çahargah dəramədi" fantaziyası, "Pionerlər marşı", "Şəlalə" simfonik pyesi, "Ceyran" rapsodiyası... İndi də Azərbaycan efirində tez-tez səslənən bu əsərlər M.Maqomayevin radio irsinin tam siyahısı deyil. Amma bu siyahıda 20-30-cu illərin əmək romantikasını, o illərin coşqunluğunu tərənnüm edən "PV-8" radio marşının adı mütləq çəkilməlidir. Çünki neçə-neçə dinləyici nəslinin qəlbini riqqətə gətirən və indi də ürəkləri yerindən oynadan həmin marş həm radionun tarixində, həm də M.Maqomayev yaradıcılığının ilk dövründə çox parlaq bir səhifə idi...

Radioteatrın kövrək addımları

30-cu illərin əvvəllərindən başlayaraq radioda ədəbi-dram verilişləri həm kəmiyyətcə, həm də keyfiyyətcə artmağa başlayır. Artıq hər gün efirə 1,5-2 saatlıq proqramlar verilirdi. Bunun bir səbəbi həmin illərdə respublikanın görkəmli ədəbi simalarının və tanınmış incəsənət xadimlərinin radionun getdikcə genişlənən fəaliyyətində

fəal iştirakı ilə bağlı idisə, digər səbəb M.S.Ordubadinin buradakı yorulmaz işi idi. Görkəmli nasir uzun müddət bədii-siyasi verilişlər bölməsinə, ədəbi-dram verilişləri redaksiyasına rəhbərlik etmiş, hətta kənd üçün verilişlər redaksiyasının məsul redaktoru olmuşdur. O, gecəsini gündüzə qatıb Azərbaycan ədəbiyyatının, mədəniyyətinin, xüsusən folklorun və xalq sənətinin təbliği üçün formalar düşünür, bu mövzuda proqramların sistemli təqdimatını hazırlayır, digər tərəfdən isə günün tələbi ilə bağlı mövzularda oçerklər, felyetonlar və səhnəciklər yazırdı. Artıq tarixə çevrilmiş həmin illərdə efirə gedən "Satira atəşiylə", "Ədəbiyyatın vəzifələri", "Yeni həyat uğrunda" və s. verilişlərin çoxunun müəllifi M.S.Ordubadi idi.



Məmməd Səid Ordubadi

30-cu illərdən etibarən M.S.Ordubadi qiymətli tarixi romanlar müəllifi kimi şöhrət qazanmışdı. Yaxın və uzaq keçmişin hadisələri əsasında yazılmış «Dumanlı Təbriz», «Gizli Bakı», «Döyüşən şəhər», «Qılınc və qələm» romanları onun yaradıcılıq imkanlarının nə qədər geniş və tükənməz olduğunu göstərirdi. Sovet hakimiyyəti illərində Azərbaycan mədəniyyətinin bir çox sahələrinin inkişafı üçün çalışan M.S.Ordubadi respublikamızda radiojurnalistikanın yaranmasında və qol-qanad açmasında da fəal iştirak etmişdi. O, uzun müddət bu yeni sahədə işləmiş, Azərbaycan Radio Komitəsində bədii-siyasi verilişlər bölməsinin ədəbi rəhbəri, ədəbi-dram verilişləri redaksiyasının direktoru, kolxoz verilişləri redaksiyasının məsul redaktoru kimi böyük təşkilatçılıq və yaradacılıq işi aparmışdı.

M.S.Ordubadinin radio üçün yazdığı verilişlərdə xalqın yerinə yetirməkdə olduğu vəzifələrin möhtəşəmliyi, köhnəliklə yenilik arasındakı keyfiyyət fərqləri göstərilir, yaradıcı əməyin qələbəsi tərənnüm olunurdu. O, Azərbaycanda Sovet hakimyyəti qurulmasının 12 illiyinə həsr olunmuş ədəbi verilişdə müqayisə üsuluna müraciət etməklə həyatımızın bütün sahələrindəki yeniliyi, o cümlədən kəndin simasındakı dəyişiklikləri fərəhlə qələmə alır, dünənki «qolçomaqlar, mülkədarlar, varlılar, mollalar, bidətlər kəndinin yarışan, çalışan kənd, traktor kəndi, zərbəçi kəndi, kolxozçu kəndi, maşınlar kəndi» qarşısında necə miskin göründüyündən bəhs edirdi.

Sovet ideologiyasına, sosializmin qələbəsinə səmimiyyətlə inanan M.S.Ordubadi 1931-ci ilin noyabrında efirdə səslənən «Azərbaycanda Oktyabr» adlı musiqili ədəbi verilişində Oktyabr inqilabından sonrakı illərdə sənaye və kənd təsərrüfatı işçilərinin vəzifələrindən bəhs edərək yazırdı: «Radio dinləyən yoldaşlar! Bu gün biz Oktyabr inqilabının 14 illiyini bayram edirik. Bu bayram yalnız Azər-

baycan əməkçilərinin bayramı olmayaraq bütün dünya proletarlarının azadlığına yol açmış bir bayramdır. Ölkəmiz çar boyunduruğundan çıxan və öz həyatını sosializm əsasları üzərində qurmağa başlamış bir ölkədir. Bütün cəbhələrdə qazanılmış qələbə sosializm düşmənlərinin gözlərini qamaşdıracaq və onların ümidlərini qıracaq qədər böyükdür».

M.S.Ordubadi radioverilişlərinin düzgün ideya istiqaməti, məzmun dərinliyi, forma rəngarəngliyi uğrunda dönmədən mübarizə aparırdı. O, Moskvada çıxan «Qovorit SSSR» jurnalının sifarişi ilə yazdığı «Yenidənqurmaya başlayırıq» məqaləsində radiojurnalistikanın inkişafını ləngidən, proqramların keyfiyyətinə mənfi təsir göstərən səbəblərdən danışaraq qeyd edirdi ki, kənd zəhmətkeşləri üçün ədəbi-bədii verilişlər «kolxozçuların ruhunu yüksəltmək, onların zərbəçilik qüvvətlərini artırmaq, sosializm quruluşunda nə kimi bir mövqe tutduqlarını özlərinə aydın etmək, daha doğrusu, onlara qolçomaqlarla apardıqları mübarizədə yardım göstərmək» məqsədinə tabe edilməlidir (47, s. 194-196).

Qocaman diktor Soltan Nəcəfov xatırlayırdı ki, radioda hamının hörmətlə "Mirzə" deyə çağırdığı M.S.Ordubadi olduqca məhsuldar işləyirdi. Elə olurdu ki, o, bir gecəyə müxtəlif mövzularda bir neçə səhnəcik yazıb gətirirdi. Xüsusən onun Azərbaycanda Sovet hakimiyyətinin qurulmasına həsr edilmiş və qısa müddətdə, həm də böyük ilhamla yazılmış "Aprel gəlini" məzum pyesini xatırlayan S.Nəcəfov deyirdi ki, sonralar Müslüm Maqomayev bu əsər üzərində çox çalışmışdır. Amma opera xeyli gec – 1936-cı ildə tamaşaya qoyulmuş və yüksək də qiymətləndirilmişdi.

1931-ci ildə Azərbaycan radiosunda Mustafa Mərdanovun rejissorluq etdiyi "Radioteatr" qrupu yaradılır. Radioteatrın təşəkkülü, inkişafı və spesifikası ilə bağlı növbəti fəsildə geniş söhbət açacağıq. Amma bəri başdan deyək ki, radioda belə bir qrupun fəaliyyətə başlaması, həm 30-cu illərdə özünün qızıl dövrünü yaşayan Azərbaycan teatr sənətinin, bənzərsiz səhnə əsərlərinin efir vasitəsilə təbliği, həm də ayrı-ayrı nəsr və dram əsərlərinin səhnələşdirilməsində tarixi rol oynadı.

Əslində, dünya mədəniyyətinin yeni hadisəsi sayılan radioteatr 20-ci illərdə danışan qutunun işə düşməsi ilə yaranmışdır. İlk orijinal radiopyes 1924-cü il yanvarın 15-də BBC radiosu ilə səsləndirilmişdi. Bu, ingilis dramaturqu Riçard Xyüzenin «Təhlükə» əsəri idi. Radiopyes partlayış nəticəsində şaxtada qalmış kömürçıxaranların taleyindən bəhs edirdi. Bu əsərin belə şöhrət qazanmasının səbəbi o idi ki, müəllif onu teatr üçün yox, məhz mikrofon qarşısında «oynanılmaq» üçün yazmışdı. İlk dəfə radionun spesifik xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq əsər yazılması və onun uğurla

«tamaşaya» qoyulması o vaxt Avropada geniş əks-səda doğurmuşdu. Çünki bu, radionu hər hansı tamaşanı teatrdan translyasiya edən texniki vasitədən özünün orijinal məhsulu olan bir sahəyə çevirir və radio sənətinin əsasını qoyurdu. BBC-nin bu addımından sonra radionun geniş yaradıcılıq imkanlarından daha səmərəli şəkildə faydalanmaq üçün Avropada, Qərbin bütün iri radiostansiyalarında radio sənəti sahəsində eksperimentlər gücləndirildi.

Azərbaycan radiosunda mikrofon qarşısında oynanılmaq üçün yazılmış orijinal pyeslərin meydana çıxmasına hələ çox var idi. Hələlik mikrofon qarşısında mövcud ədəbi materiallar canlandırılırdı. Məhz bu dövrdə bir tərəfdən radiotexnikanın və radionun ifadə vasitələrinin təkmilləşməsi, digər tərəfdən isə verilişlərin dramaturji baxımından inkişafı nəticəsində hələ 20-ci illərin axırlarında radioda yeni bədii-obrazlı, estetik təsir xüsusiyyətinə malik, sözlü-musiqili əsərlərin transformasiyası yaranırdı. Teatr xadimləri hələlik bunu radio sənəti adlandırırdılar. Bu sənət mikrofon qarşısında «oynayan» aktyordan yumşaq, təmkinli, dərin psixoloji, incə nüanslarla zəngin səs tələb edirdi. Tədricən aydın olurdu ki, bu sənətin rejissurası da teatrdakından çox fərqlidir. Yəni burada zəngin səs çalarları, aktyor nitqi, müxtəlif akustik effektlərin rolu radiorejissuranın spesifikasını müəyyən edirdi.

Bakı radiosu verilişlərinə başladıqdan bir neçə həftə sonra, hələ yayım şəbəkəsi dürüst müəyyənləşməmiş proqramlarda inqilabi məzmunlu şeirlər, hekayələr səsləndirilirdi. 1927-ci ilin əvvəlindən – bədii verilişlərin artdığı ilk günlərdən efirdə birpərdəli lirik dram əsərləri, satirik hekayələr və felyetonlar səslənməyə başlayır. Həmin dövrdə görkəmi yazıçı M.S.Ordubadi efir üçün sifarişlə müxtəlif mövzularda felyetonlar yazır və bu felyetonlar aktyorların ifasında səslənirdi. Radioda belə bədii parçaların sayı getdikcə artırdı. Amma o vaxt hələ orijinal radiopyeslərdən danışmaq tez idi və teatr pyeslərinin, eləcə də müəyyən nəsr əsərlərinin radio üçün səhnələşdirilməsinə meyil duyulmurdu.

1930-cu ildə radioda ədəbi-dram verilişləri redaksiyası yaradılır. Bu, artıq bədii verilişləri müəyyən sistemə salmağa, o cümlədən efirə verilən kiçik səhnəciklərin sayını daha da artırmağa imkan verir. Redaksiya həmin vaxtlar yüksəlişdə olan Azərbaycan Milli Dram Teatrı ilə yaradıcılıq əlaqələri qura bilir. Aktyorlar radio ilə əməkdaşlığı cəlb olunurdular. Hətta 1930-cu ilin sentyabrında həmin teatrın aktyorlarından ibarət kiçik dram qrupu təşkil olunur. Həmin qrupa başçılıq edən Mustafa Mərdanov radio üçün hazırlanan pyeslərin əsas rejissoruna çevrilir. Qrup üzvləri mikrofon qarşısında bədii parçalar oxuyur, şeir söyləyir və səhnəciklərdə çıxış edirdilər. Lakin aktyorların teatrdakı intensiv işləri ilə radionun gündəlik iş rejimi vaxt

baxımından müəyyən çətinliklər ortaya çıxarırdı. Buna görə də M.S.Ordubadinin təşəbbüsü ilə 1931-ci ilin iyun ayında radionun öz diktorlarından ibarət «Dram qrupu» yaradıldı. Leyla Terequlova, Soltan Nəcəfov, Məryəm Xudaverdiyeva, Həyat Musayeva, Yelena Orbeliani və Nina Petrova bu qrupun fəal üzvləri idilər. Rejissor Leyla Terequlovanın rəhbərlik etdiyi dram qrupunun üzvləri kiçik həcmli radiokompozisiyalar, səhnəciklər hazırlayır, bədii qiraətlə məşğul olurdular. M.S.Ordubadinin, H.Natiqin, Y.Şirvaninin, Ş.Axundlunun, və başqalarının satirik səhnəcikləri məhz dram qrupunun ifasında səslənirdi. Görkəmli bəstəkar M.Maqomayevin çox vaxt orijinal musiqi bəstələdiyi bu səhnəciklərdə sırf radioteatra xas olan elementlər özünü göstərirdi. Ona görə də ilk radio səhnəcikləri indi janr kimi püxtələşmiş radiopyeslərin rüşeymləri hesab etmək olar. Təəssüf ki, radiomuzun başlanğıc tarixinə dair bir çox mühüm arxiv sənədləri kimi, bu səhnəciklər də saxlanmayıb. Yalnız M.S.Ordubadinin «Aprel gəlini», «İstiqraz», «Çobanlar», «6 nömrəli otaq», S.Nəcəfovun «Təchizat parazitləri», «Rot-front», «Orucunuz qəbul» və «Din tacirləri» səhnəciklərinə əsaslanaraq fikir yürütmək olar ki, ədəbi materiallar, hər şeydən əvvəl, radio üçün, mikrofon qarşısında oynanılmaq üçün yazılmışdır. Təbiidir ki, səhnəciklərdə diqqəti cəlb edən başlıca xüsusiyyət onların radioya uyarlığı idi. Yəni müəlliflər hər hansı hadisəni qələmə alarkən radionun spesifik imkanlarından çıxış etməyə və səhnəciyi onun ifadə vasitələrinə uyğunlaşdırmağa çalışırdılar. Hadisə, onun cərəyan etdiyi məkan, iştirakçılar, səs effektləri, hətta mövzu belə «radio-səhnə»nin tələblərinə uyğun seçilirdi.

30-cu illərin əvvəllərində Azərbaycan səhnəsinin ulduzları M.A.Əliyev, M.Davudova, S.Ruhulla, M.Mərdanov, Ülvi Rəcəb və başqaları yeni yaradılmış radioteatrla daha geniş əməkdaşlığa başlayırlar. Tezliklə radio ilə ilk böyük tamaşa səsləndirildi. Radionun ilk əməkdaşlarının (Q.Qasımov və S.Nəcəfov) xatırladıqlarına görə bu, görkəmli dramaturq H.Cavidin «Şeyx Sənan» pyesi idi. Tanınmış aktyorların iştirak etdiyi və 1931-ci ilin dekabrında efirdə səsləndirilən bu radiotamaşada A.M.Şərifzadə, Ü.Rəcəb kimi böyük sənətkarlarla yanaşı, radionun dram qrupunun üzvləri də iştirak etmişdilər. Diktorlardan Əsgər Mövsümzadə – Şeyx Abuzər, Səməd Səmədov – Uruz, Həsən Ağayev – Özdəmir, Soltan Nəcəfov isə Dəli Dərviş rolunu oynamışlar.

Həmin tamaşadan sonra Azərbaycan radiosunda daha böyük ədəbi verilişlər efir üzü görməyə başladı. Tezliklə A.S.Puşkinin «Boris Qodunov» əsəri böyük uğurla radioda «göstərildi». Əsəri Azərbaycan dilinə M.S.Ordubadi tərcümə etmiş, tamaşanı isə M.Mərdanov hazırlamışdı. Bu müvəffəqiyyətlərdən sonra C.Məmmədquluzadənin

«Ölülər», C.Cabbarlının «Aydın», U.Şekspirin «Hamlet» kimi məşhur tamaşaları radioteatrın inkişafına təkan verdi.

Bu dövrdə hazırlanan tamaşalarda rejissorlar və aktyorlar əsərin aydın olmasına, xüsusən dil məsələlərinə həssaslıqla yanaşır, onu səhnə dilindən fərqləndirməyə çalışırdılar. Əvvəla, əsərlər radioya uyğunlaşdırılarkən ağır, mürəkkəb cümlələrdən imtina edilir, sadə cümlələrə üstünlük verilirdi. Digər tərəfdən, aktyorlar nitqlərini sırf şifahi dil normaları əsasında qururdular. Teatr səhnəsindəki təmtəraqlı çıxışı radio dinləyicisinə səmimi müraciət əvəz edirdi. Sözün, mətnin təkcə ideyası, məzmunu yox, həm də onun necə səslənməsi əsas şərtlərdən sayılırdı.

30-cu illərin ortalarında radioda həyata keçirilən islahatlar, onu dinləyicilərə daha da yaxınlaşdırmaq cəhdləri ədəbi-bədii verilişlərin inkişafına da böyük təsir göstərdi. İndi radioteatr səhnədən studiyaya, mikrofon qarşısına gətirilmiş tamaşalar hesabına yaşayır, forma və üslub axtarışları aparırdı. Artıq bu sahədə toplanmış təcrübə M.F.Axundovun, N.B.Vəzirovun, C.Cabbarlının, həmçinin dünya və rus klassiklərinin əsərlərini radio üçün tez-tez səhnələşdirməyə imkan verirdi. Məhz həmin vaxtlarda ədəbi dram verilişləri redaksiyasının direktoru M.S.Ordubadi «Qovorit SSSR» jurnalında adını çəkdiyimiz məqaləsində yazırdı ki, dram redaksiyası... Azərbaycan Böyük Akademik Dram Teatrının ən yaxşı tamaşalarını verməyə başlayıb. Artıq mikrofon vasitəsilə «Hamlet», «Boris Qodunov», «1905-ci ildə», «Özgə uşağı», «Yaşar», «Sevil», «Hacı Qara», «Dağılan tifaq» və s. əsərlər efirə verilib. İrihəcmli əsərlər kolxoz dinləyiciləri tərəfindən sevinclə qarşılanıb. Rayonda böyük səhnə və artist qüvvəsi olmadığına görə böyük əsərlər tamaşaya hazırlanmır. Azərbaycan kolxozçuları bu əsərlərlə yalnız radio vasitəsilə tanış ola bilirlər (39, s. 209).

O zaman əsərləri radioda müntəzəm ifa olunan gənc müəlliflərin bir çoxu tez-tez studiyaya gəlib, pyeslərinin efir həyatı ilə maraqlanırdılar. Onlar əsər haqqında ifaçıların – diktor və aktyorların rəyini öyrənər, lazımi məsləhətlər verərdilər. Belə müəlliflərdən biri də böyük dramaturq Cəfər Cabbarlı idi. 1934-cü ilin əvvəllərində Mustafa Mərdanov dramaturqun «1905-ci ildə» pyesini radio üçün «səhnələşdirmişdi». Bu əsərdə görkəmli səhnə ustaları – Ülvi Rəcəb (Eyvaz Əsriyan), İsmayıl Hidayətzadə (Salamov), Rza Təhmasib (general-qubernator) əsas rolları ifa edirdilər. C.Cabbarlı bu pyesin radioda ifası ilə çox maraqlanırdı. O, bir neçə dəfə radiostudiyadakı məşqlərdə iştirak etmiş və əsərin radio ilə daha aydın başa düşülməsi üçün faydalı məsləhətlər vermişdi.

Həmin dövrdə efir böyük tribuna olduğu üçün bir çox qələm sahibləri və bədii söz ustaları öz əsərlərini ilk dəfə məhz radioya

təqdim edirdilər. Bu səbəbdən artıq 30-cu illərin sonlarına yaxın radioteatrın repertuarında S.Vurğun, R.Rza, S.Rüstəm, S.Rəhimov, Əbülhəsən, Ə.Vəliyev, S.Rəhman, M.Cəlal, M.Rahim kimi tanınmış qələm sahiblərinin əsərləri də mühüm yer tutmağa başlayır. Onların qələmindən çıxan yazıların əksəriyyəti bədii qiraət nümunəsi kimi efirə verilir, hekayə və dram əsərləri əsasında radio tamaşaları hazırlanırdı.

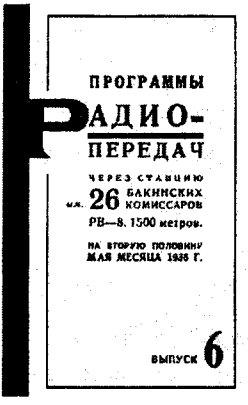
1935-ci ildə radionun strukturunun yeniləşdirilməsi "Ədəbi-dram", "Kolxozçu radiosu", "Qızıl əsgər" və "Gənclər" redaksiyalarının təşkili ilə nəticələndi. Bununla ədəbi-dram verilişlərinin inkişafında yeni mərhələ başlandı. Radiorejissuranın tədricən öz yerini tutması da verilişlərin bədii-estetik səviyyəsinin xeyli yüksəlməsinə təkan verdi. Radioteatrın repertuarı müasir mövzuda əsərlərin, Azərbaycan klassiklərinin, eləcə də rus və dünya ədəbiyyatı nümunələrinin hesabına xeyli genişləndi. Artıq 30-cu illərin ortalarında radio Azərbaycan ədəbiyyatının təbliğatçısı, incəsənətimizin nailiyyətlərini əks etdirən geniş tribuna və o vaxt üzdə olan qələm sahibləri ilə xalqın əlaqəsini təmin edən etibarlı bir körpü idi. Dinləyicilər radio proqramlarında tez-tez dövrün tanınmış yazıçı, şair və publisistlərinin – M.S.Ordubadinin, S.Vurğunun, ara-sıra H.Cavidin, M.Müşfiqin, R.Rzanın, S.Rüstəmin, M.Rahimin, M.Hüseynin, S.Rəhmanın, M.Cəlalın adlarını eşidir və efir vasitəsilə onların yeni əsərlərini dinləyirdilər.

1936-cı il martın 23-dən aprelin 6-dək SSRİ-də ilk dəfə Ümumittifaq radiofestivalı keçirildi. İttifaq miqyasında ilk ən böyük radio tədbiri olan bu festivalda iyirmi səkkiz dildə musiqi proqramları səsləndi. Festival günlərində Bakı radiosu hər gün təxminən üç saat Moskvaya qoşularaq bu böyük mədəniyyət tədbirini translyasiya edirdi. Azərbaycan radiosunun festival üçün hazırladığı proqram, əsasən, Ü.Hacıbəyov və M.Maqomayevin əsərlərindən ibarət idi. Bundan başqa, "Azad olunmuş türk qadınları sarayı" – qadınlardan ibarət Şərq alətləri orkestrinin çıxışları, eləcə də tarzən Qurban Pirimovun müşayiəti ilə müğənni H.Hacıbabəyovun ifasında "Şahnaz" muğamı da proqrama daxil edilmişdi.

Həmin illərdə qəzetlərdə çap olunmuş radioproqramların nəzərdən keçirilməsi belə bir qənaətə gəlməyə əsas verir ki, ölkədə repressiya dalğasının başlanmasına, xüsusən ziyalılara divan tutulmasına baxmayaraq, radioda ictimai-siyasi proqramlar nisbətən azlıq təşkil edir, əksinə, ədəbi-bədii verilişlər, özəlliklə musiqi verilişləri gündəlik proqramlarda üstün çəkisini qoruyub saxlayır. Məsələn, 1936-cı ilin may-iyun aylarının proqramları bunu deməyə tam əsas verir. Bu mənada həmin il mayın 25-nin aşağıdakı proqramı çox

xarakterikdir:

Radioverilişlərin proqramı, may 1936-cı il.



6.15 Səhər idmanı

7.05 Uşaqlar üçün gimnastika

10.50 Uşaqlar üçün siyasi yeniliklər

11.00 Yuxarı sinif uşaqları üçün veriliş (türkcə)

11.40 Konsert. Erməni bəstəkarlarının əsərləri

12.12 Konsert. Ukrayna xalq mahnıları

12.35 Konsert. Muğamat və xalq mahnıları. Oxuyur Cabbar Qaryağdı

17.00 Veriliş proqramı. Hava bürosunun bülleteni

17.17 Konsert. Rus bəstəkarlarının əsərləri. İfaçılar: Sobinov, Baturin, Şalyapin

17.45 Konsert. Proqramda: Mugamat və xalq mahnıları. İfaçılar: Bakıxanov və Şərq üçlüyü.

18.25 Rus dilində elmi söhbət. Mövzu: «Neftdən nə və necə alınır?»

18.47 «Son xəbərlər» redaksiyasının təşkil etdiyi çıxışlar.

19.00 «Son xəbərlər»in axşam buraxılışı

19.32 Azərbaycan simfonik orkestrinin konserti Üzeyir Hacıbəyov və Zülfüqar Hacıbəyovun əsərləri. Dirijor: Cingiz Hacıbəyov.

20.00 Yazıçılar: Qomtemir və Yusif Vəzir mikrofon qarşısında

20.27 Konsert. Rus xalq mahnıları. DirijorŞtrasserin rəhbərliyi ilə Azərbaycan simfonik orkestrinin çıxışı

21.00 Maarifçilik proqramı. Elmi mövzuda söhbət (türkcə)

21.15 Erməni dilində ədəbi veriliş. Azərbaycan nağılları

21.35 Radiomontaj. Şiller «Məkr və məhəbbət» (türkcə). İfaçılar: Mərziyyə Davudova, Sidqi Ruhulla, Ülvi Rəcəb, Leyla Terequlova. Rejissor: Mustafa Mərdanov.

22.40 Rus bəstəkarlarının simfonik əsərləri

23.40 «Son xəbərlər»in gecə buraxılışı

00.25 Mayın 26-na olan verilişlərin proqramı

Ertəsi gün efirə gedən verilişlərin proqramı da təxminən eyni ruhdadır (82, s. 15-17) və əsasən, türk, rus və erməni dillərində olan verilişlər növbələşir və həmin xalqlara aid musiqi əsərləri səsləndirilir.

1936-cı ildə Bakıda 35 kilovat gücündə yeni radiostansiyanın işə

salınması Azərbaycan radio verilişlərinin Zaqafqaziyada, Özbəkistanda, Türkmənistanda, hətta Qara dəniz sahillərində belə eşidilməsinə imkan verdi. 1937-ci ildə Böyük Oktyabrın 20-ci ildönümü münasibətilə respublikamızın 12 rayonunda xalq yaradıcılığı festivalı keçirilirdi. Radiofestivalın yekun konsertləri 6 rayondan birbaşa translyasiya edildi. Bir ay sonra – 1937-ci ilin dekabrında isə Azərbaycan və Gürcüstan radioları arasında ilk proqram mübadiləsi edildi.

1938-ci il iyulun 18-də birinci çağırış Azərbaycan SSR Ali Sovetinin 1-ci sessiyasının açılışının bütünlüklə radio ilə translyasiyası da mühüm hadisə kimi yadda qaldı. Artıq respublikanın hər yerində radio verilişlərini maneəsiz dinləmək olurdu. 1940-cı ilin sonunda respublikamızda radio nöqtələrinin sayı 51 minə çatırdı. Respublikanın 32 rayonunda müxtəlif məzmunlu proqramlar yayımlayan yerli radio verilişləri fəaliyyətə başlamışdı.

1940-cı ilin sonlarında və 1941-ci ilin əvvəllərində yaxınlaşmaqda olan müharibə təhlükəsi radioverilişlərində açıq duyulurdu. Ümumittifaq radiosu faşizmin mahiyyətinə və ifşasına aid verilişlər səsləndirirdi. Azərbaycan radiosu da 1941-ci ilin əvvəllərində siyasi proqramlarda beynəlxalq məsələlərə geniş yer ayırmağa və alman faşizminin Avropada törətdiyi fitnəkarlıqlardan söhbət açmağa başlayır. Verilişlərin ümumi ahəngində Vətənin müdafiə qüdrətini yüksəltməyə çağırış ruhu da güclənir. Artıq radioverilişlərin ifadə tərzində, ayrı-ayrı çıxışlarda dövrün barıt qoxulu ağır nəfəsi hiss olunurdu. Qarşıdan bütün bəşəriyyəti sınağa çəkəcək odlu-alovlu müharibə gəlirdi.

Radio 1941 – 1945-ci illərdə

Gecəyarıdan keçmiş qapıları bərk-bərk döyüldü. Səsə qonşular da oyanmışdı. Hamı cınqırını içinə çəkib küçəyə boylanırdı. Küçədə isə üstüörtülü qara bir maşın dayanmışdı. Sükan arxasında hərbi geyimli adam oturmuşdu. Sanki bütün bina bu gəlişdən vahimələnmişdi. Çünki o vaxt gecə döyülən qapılar xeyirə açılmırdı...

Evdə hamı hövlnak yerindən qalxıb qorxu və tələşlə bir-birinə baxırdı. Atası zəndlə Zəhraya tərəf dönüb köks ötürdü və ayağını sürüyə-sürüyə qapını açmağa getdi. Anası əllərini dizinə döyərək: "Ya Allah, dadımıza yet", – deyirdi. İki saat əvvəl radioda növbətçi diktor kimi işini qurtarıb evə gec gələn Zəhra gözünün çimirini almamış səsküyə oyanmışdı, evdəkilərə yuxulu-yuxulu baxır, amma nə baş verdiyini soruşmağa ürək eləmirdi. Nəhayət, qapı ağır-ağır açıldı, dəhlizin işığı qaranlıq bloka süzüldü və Zəhra astanada dayanmış iki

hərbçinin yanında radionun dispetçerini görəndə yerindəcə qurudu:

– Xeyir ola, nə baş verib? – deyə həyəcanla soruşdu. O, sualını sona çatdırmamış gələnlər bildirdilər ki, təcili bizimlə getməlisiniz. Dispetçer Zəhranın özünü itirdiyini görüb ona yaxınlaşdı, bir az qorxa-qorxa pıçıltı ilə əlavə etdi ki, deyəsən, Moskvadan çox vacib məlumat gəlib, onu oxumaq lazımdır.

Zəhra evdən necə sürətlə çıxdığını özü də bilmədi... Onu tanımadığı ünvana və zirzəmidə yerləşən yarıqaranlıq bir otağa gətirmişdilər. Həmin otaqla üzbəüz olan iri salon da studiyaya oxşayırdı. Stolun üzərinə iri mikrofon qoyulmuşdu. Pəncərədən radiopult da görünürdü. O nə baş verdiyini bilmədən nigaran-nigaran gəzişən adamları seyr edirdi. Artıq bura gəlmələrindən 4-5 saat vaxt keçmişdi. Onu dindirib-danışdıran yox idi. Deyəsən, səhər açılmışdı. Dəhlizdəki ümumi qapı açılıb-örtüldükcə küçədən keçən tramvay təkərlərinin cingiltili səsi otağa dolurdu. Studiyadakı saat 11-i göstərirdi. Bir azdan otaqda canlanma yarandı. Hamı əsgər kimi farağat dayanmışdı. Kimsə pıçıldadı ki, respublikanın rəhbəri Mircəfər Bağırov buraya təşrif gətirir...

Ona mətn verdilər. Qanıqara görünən Bağırov mətnə göz gəzdirdikdən sonra Zəhraya tərəf dönüb: "Bu məlumatı birbaşa efirə oxuyacaqsınız", – dedi. Zəhra ona əmr verənin kim olduğunu bilmədiyi üçün: "Axı hər bir xəbəri efirə verməzdən əvvəl diktor mətnlə tanış olmalıdır", – deyə nəzakətlə dilləndi. Mircəfər Bağırov bir qədər qayğılı və soyuqqanlı şəkildə: "Bu dəfə ona ehtiyac yoxdur", – deyib əlindəki materialı stolun üstünə qoydu və şəhadət barmağı ilə oxumağı işarə etdi. Mikrofonun işığı yandı və faşist Almaniyasının SSRİ-yə qəfil hücumu, Böyük Vətən müharibəsinin başlanması haqqında xəbər bütün Azərbaycana yayıldı. Nə baş verdiyini tam mənası ilə indi anlayan Zəhra bu xəbəri qısa fasilələrlə bir neçə dəfə ağır-ağır oxudu. O, təşvişlə studiyadan çıxanda günorta idi və bu nabələd binanın qarşısında radionun digər diktorları ilə üz-üzə gəldi. Deməli, müharibə xəbərləri efirə buradan oxunacaqdı. Hamı həyəcanlı, hamı təlaş və kədər içində idi...

Bir neçə il sonra həmin diktor – sonralar tanınmış həkim olan Zəhra Salayeva radiodan getdi. O, səhiyyə aləmində böyük nailiyyətlər qazanaraq şöhrətli bir həkim, tibb alimi kimi minlərlə insana şəfa verdi. Amma 1941-ci ilin 22 iyun gecəsi həyatının unudulmaz bir anı kimi professor Zəhra xanımın hafizəsinə həmişəlik yazıldı...

* * *

30-cu illərin sonlarında dünya ictimaiyyəti Avropada getdikcə

güclənməkdə olan iki tendensiyanı müşahidə edirdi. Bunlardan birincisi faşist Almaniyasında millətçi-sosialistlərin (nasionalistlərin) təhlükəli bir qüvvə kimi inkişafı, digəri isə SSRİ-də totalitar sistemin – hüdudsuz hakimiyyətin, İ.Stalinin şəxsi diktaturasının yaratdığı siyasi rejimin möhkəmlənməsi idi.

Məhz həmin dövrdə sovet jurnalistikası bütün fəaliyyəti ilə Stalin şəxsiyyətinə pərəstiş yaratmaq üçün səfərbər olunmuşdu. Ölkədə hər bir uğur, hər bir nailiyyət «dahi rəhbər»in, «millət atası»nın ayağına yazılırdı: ilk beşilliklərin iqtisadi qələbələri də, yeni konstitusiyada elan olunmuş demokratik görüntülər də, sosializm quruculuğu sahəsində atılan addımlar da. Mətbuat və radio stalinizmi ideya-nəzəri cəhətdən əsaslandıran və təbliğ edən tribunaya çevrilmişdi. Avtoritar ideologiyanın aramsız və çılpaq təbliğatı ona gətirib çıxarmışdı ki, bu abhava artıq cəmiyyətin mənəvi həyatının bütün sahələrinə, o cümlədən totalitar sistemi saxlayan aparatın ayrılmaz hissəsinə çevrilmiş, o cümlədən radiojurnalistikaya da əsaslı şəkildə nüfuz etmişdi.

1939-cu il avqustun 23-də Almaniya və SSRİ arasında «Hücum etməmək haqqında» müqavilə imzalandı. Həmin il sentyabrın axırında isə «Dostluq və sərhədlər» haqqında razılaşma əldə olundu. Qərbdə Hitler – Stalin razılaşmalarını gizli sövdələşmələr adlandırdılar. O vaxt sovetlərə bəlli olmayan əsl həqiqətlər Qərbi Avropa mətbuatında işıqlandırılırdı. Məsələn, rus mühacirlərinin Parisdə çıxan «Vozrojdenie» qəzeti (25.VIII.39) yazırdı: «Bu müqavilə bütün Avropa üçün təhlükədir və Molotov – Ribbentrop paktı, ilk növbədə, Polşanı tutmaq üçün Hitlerin əl-qolumu açacaq».

Həqiqətən, «Ribbentrop – Molotov paktı» o dövr üçün müəmmalarla dolu bir razılaşma idi. Çünki Moskva Hitlerin SSRİ-yə hücum edəcəyini bilirdi. Hələ 1936-cı ildə A.Hitler partiyasının Nürnberqdə keçirilən qurultayında belə demişdi: «Saysız-hesabsız xammal yataqları, mədənləri olan Ural dağları, ucsuz-bucaqsız meşələri olan Sibir, böyük taxıl tarlaları olan Ukrayna mənim olsa, Almaniya və milli sosialist rəhbərliyi bolluq içərisində üzərdi».

Bu fikirləri söyləyən Almaniya kansleri ilə Stalinin, nədənsə, razılığa gəlməsi olduqca sürpriz hadisə idi. Təsadüfi deyildir ki, Moskvada saziş imzalayıb geri dönmüş Xarici işlər naziri Yoahim Ribbentropu A.Hitler əsl qəhrəman'kimi qarşılamışdı.

Bir qədər əvvələ gedərək bildirək ki, müharibədən sonra üzə çıxarılmış arxiv sənədləri göstərdi ki, Berlinlə Moskva arasında imzalanmış 23 avqust 1939-cu il razılaşması, həm də ona görə qorxulu idi ki, burada Avropanı bölüşdürmə planı cızılmışdı. Elan olunan paktdan əlavə Almaniya ilə SSRİ arasında Şərqi və Şimali Avropada təsir zonalarının yaradılması haqqında gizli razılaşma imzalanmışdır.

Bu razılaşma haqqında məlumatlar olsa da, ortada konkret nələrin yazıldığı müttəfiqlərin Almaniya arxivlərini ələ keçirməsinə qədər məlum deyildi. Buna baxmayaraq, 1989-cu ilə qədər Sovetlər həmin sənədin mövcud olduğunu inkar edib, Almaniya arxivindən tapılan sənədin qurama bir kağız olduğunu deyirdi. Amma həmin ildən sonra Rusiya da həmin razılaşmanın rəsmi protokolunu arxivdən çıxararaq çap etməyə məcbur oldu.

Molotov-Ribbentrop paktının imzalanmasından az sonra – 1939-cu il sentyabrın 1-də Almaniya qüvvələri Polşaya hücum etdi. Sentyabrın 17-də də Qızıl Ordu Polşanın cənub hissələrini tutdu. Polşanın Brest-Litovsk şəhərində Almaniya və sovet əsgərlərinin birgə paradı da keçirildi.

Noyabr ayında Stalin gizli protokolda Sovetlərin təsir dairəsi kimi göstərilmiş Finlandiyaya hücum etdi. 1940-cı ilin iyununda protokolda onun «payına» düşmüş Baltik ölkələrində zorla hakimiyyətləri dəyişdirdi. Az keçməmiş həmin ölkələrin yeni hakimiyyətləri Sovetlərə birləşmək üçün müraciət etdilər.

Artıq 30-cu illərin sonunda müharibə təhlükəsi açıq-aşkar hiss olunurdu. Xasan gölü və Xalxın-Qoldakı dramatik hadisələr və Sovet – Fin hərbi toqquşması gələcək böyük müharibənin pis əlamətləri idi. Faşist Almaniyasının açıq hərbi iddialar nümayiş etdirməsi fonunda Yaponiya və Finlandiya cəbhələrində gedən döyüşlərin sovet hərbi doktrinasının və Qızıl Ordunun qeyri-kamilliyini də ortaya çıxarması SSRİ-də çox ciddi təlaş doğururdu. Hitlerin SSRİ-yə hücum edəcəyi isə artıq heç kimə sirr deyildi. Məhz belə bir şəraitdə sovet ictimaiyyətini, əhalini qarşıdan gələn müharibəyə psixoloji cəhətdən hazırlamaq missiyası jurnalistikanın üzərinə düşürdü. Məhz bu sahəyə diqqətin nəticəsi idi ki, 1937-ci ildən sonra SSRİ-də 300 adda yeni qəzet işıq üzü görmüşdü və artıq 1940-cı ildə mətbu orqanların sayı 8806-ya çatmışdı. Bu üç ildə qəzetlərin birdəfəlik tirajı artaraq 36 milyondan 38,4 milyon nüsxəyə çatmışdı. Ölkədə 1822 adda jurnal çap olunurdu (93, s. 186-190).

Radio yayımını gücləndirmək sahəsində də tədbirlər görülürdü. 1940-cı ildə mərkəzi radionun orta sutkalıq yayım həcmi 64,3 saata çatmışdı, xarici ölkə dinləyiciləri üçün isə 23 saat veriliş səsləndirilirdi (64, s. 155). Müharibə ərəfəsində televiziya quruculuğu sahəsində də sürətli iş aparılırdı. 1938-ci il noyabrın 5-də Sabalovkadakı Moskva televiziya mərkəzində sınaq verilişləri başlamışdı. Bundan bir ay əvvəl – oktyabrın 1-də isə Leninqrad televiziya mərkəzi efirə çıxmışdı. 1939-cu ilin fevralında Kiyevdə də ilk televiziya verilişi göstərilmişdi. Bütövlükdə SSRİ-də təsviri 343 sətirdə göstərə bilən elektron televiziyanın mənimsənilməsi sahəsində ciddi iş gedirdi (62, s. 54-55).

22 iyun 1941-ci ildə bazar günü saat 12-də mərkəzi radio faşist Almaniyasının SSRİ-yə qəfil hücumu barədə hökumətin məlumatını yaydı. Daha sonra efirdə Xarici işlər naziri V.Molotovun səsi eşidildi. O, müharibənin başlanması və Sovetlər Birliyinin müdafiə olunan tərəf kimi təxirəsalınmaz vəzifələrindən danışdı. Bu çıxış 1 saatdan sonra Avropa ölkələrində 20-dən çox xarici dildə səsləndi. Molotovun çıxışından təxminən 45 dəqiqə sonra isə Moskva radiosunda müharibə dövrünün ilk informasiya buraxılışı – «Son xəbərlər» efirə çıxdı. Radionun iş rejimi ani olaraq müharibə ab-havasına köklendi. Artıq «Xəbərlər»in gecə buraxılışında cəbhədən – döyüşlərin getdiyi ərazilərdən hərbi vəziyyət barədə ilk məlumatlar efirə verildi. Bu məlumatları müharibə dövrünün əfsanəvi diktoru Yuri Levitam oxuyurdu.



Yuri Levitan. 1942-ci il.

24 iyun 1941-ci ildə Sovet Məlumat Bürosu – «Sovinformbüro» yaradıldı. Müharibə şəraiti hərbi mətbuatı inkişaf etdiməyi təbii zərurətə çevirdi, tezliklə 300-ə yaxın yeni hərbi qəzet açıldı. Müharibənin ilk aylarında təkcə Qızıl Ordu və Hərbi Dəniz Donanmasında 5 ümumordu qəzeti çıxırdı. Artıq 1943-cü ildə bütövlükdə silahlı qüvvələrin şəxsi heyəti üçün 128 gündəlik qəzet, 600 günaşırı çıxan qəzet və 20 hərbi jurnal nəşr edilirdi. Bunların sırasında 600-ü diviziya və briqada, 93-ü korpus və ordu qəzetləri idi (80, s. 15-28). Bunlardan başqa milli diviziyalarda xüsusi nəşrlər – qəzet və vərəqlər də buraxılırdı.

* * *

Müharibə bütün dünyaya, o cümlədən Azərbaycana da ağır fəlakət gətirmişdi. Respublikanın hər yerində bir hüzn, kədər və səssizlik olsa da, radio hərbi qərargah kimi gecə-gündüz işləyirdi. Müharibənin yaratdığı ekstremal şərait radionu yeni iş rejiminə keçirmiş, rolunu misilsiz dərəcədə artırmışdı. Hərbi şəraitdə radio yenə də çevik, həm də bütün ölkə ərazisini əhatə edən təbliğat və məlumat vasitəsi olaraq qalırdı. İndi onun əsas vəzifəsi əhalini ölkənin müdafiəsinə səfərbər etmək, şüurlara hakim kəsilərək düşmənə nifrət, qələbəyə inam hissi aşılamaq idi.

Bu illərdə Azərbaycan radiosunun fəaliyyətində diqqəti cəlb edən başlıca meyillərdən biri Ümumittifaq radiosu ilə yerli radiolar arasında əlaqələrin güclənməsi, vahid fəaliyyət prinsipləri əsasında bu əlaqələrin sistemli şəkildə qurulması idi. Yeri gəlmişkən qeyd edək ki, Moskva radiosu həmin illərdə olduqca çevik və səmərəli işləyirdi.

Onun döyüş bölgələrindən və arxa cəbhədən verdiyi reportajlar əhalidə çox böyük ruh yüksəkliyi yaradırdı. Mühasirədə olan Odessadan (1941-ci il 3 avqust – 16 oktyabr) və yarım il ərzində mühasirədə düşmənlə vuruşan Sevastopoldan (noyabr 1941 – aprel 1942) verdiyi canlı radioreportajlar bu qəhrəman şəhərlərin döyüşçülərinin rəşadətini bütün SSRİ-yə yayırdı. Radio insanları Vətən uğrunda döyüşlərə ruhlandırırdı. 12 dekabr 1941-ci ildə faşistlərin Moskva ətrafında darmadağın edilməsi xəbəri Leninqrad radiosu ilə bir neçə dəfə səslənmişdi.

Bütün yerli radiolar Moskva radiosunun əsas verilişlərini təkrarlayır, bununla yanaşı Sovet Məlumat Bürosunun verdiyi informasiyaları, "Pravda" qəzetinin baş məqaləsini və "Son xəbərlər"in əsas buraxılışını, bir qayda olaraq, tərcümə ilə verirdi. Həmin illərdə Sovet Məlumat Bürosu müharibə şəraitində bütün informasiyanı öz əlində mərkəzləşdirən və hər cür şayiənin qarşısını operativ şəkildə alan orqana çevrilmişdi. Düşmənlə ölüm-dirim savaşında radio da bir cəbhə idi.

Radionun emosional-psixoloji təsir gücündən istifadə etməyi bacaran Dövlət Müdafiə Komitəsinin sədri İ.V.Stalin 1941-ci il iyul ayının 3-də radio ilə çıxışında demişdir: «Hər şeydən əvvəl, gərək sovet adamları ölkəmizi hədələyən təhlükənin nə qədər böyük olduğunu başa düşsünlər... Düşmən qəddar və amansızdır. O, mülkədarlar hakimiyyətini bərpa etmək... rusların, ukraynalıların, belorusların, litvalıların, latışların, estonların, özbəklərin, tatarların, moldavların, gürcülərin, ermənilərin, azərbaycanlıların və Sovet İttifaqındakı başqa azad xalqların milli mədəniyyətini və milli dövlətlərini dağıtmaq, bu xalqları almanlaşdırmaq, onları alman knyazlarına və baronlarına qul etmək məqsədini qarşıya qoymuşdur. Beləliklə, məsələ Sovet dövlətinin ölüm-dirim məsələsidir, SSRİ xalqlarının ölüm-dirim məsələsidir, Sovet İttifaqı xalqlarının azad qalması və ya əsarət altına düşməsi məsələsidir. Sovet adamları bunu başa düşməli... özlərini səfərbərliyə almalı və bütün işlərini düşmənə aman verməyən yeni, hərbi qaydada qurmalıdırlar» (48, s. 13-14).

SSRİ-nin başı üzərini həqiqətən qorxunc bir təhlükə almışdı. Faşist Almaniyası 1941-ci ilin iyun ayınadək artıq Polşanı, Danimarkanı, Niderlandı, Norveçi, Belçikanı, Lüksemburqu, Yuqoslaviyanı, Yunanıstanı və Fransa ərazisinin xeyli hissəsini işğal etmişdi. Avropa və Asiyanın xeyli hissəsini ələ keçirərək, nəhəng hərb maşınının xidmətinə tabe etmiş Hitlerin «ildırımsürətli» müharibə təzyiqinə kiminsə davam gətirə biləcəyinə Qərbdə açıq-aşkar şübhə ilə yanaşırdılar. Böyük Britaniyanın baş naziri U.Çörçill sonralar öz memuarlarında yazmışdı ki, «bütün məsul hərbi mütəxəssislərin

fikrincə, rus orduları tezliklə məğlub olacaq və əsasən, məhv ediləcəklər» (91, s. 12).

Müharibənin ilk aylarındakı uğursuzluqlara baxmayaraq, Sovet İttifaqı Stalinin iradəsi sayəsində ölkənin bütün daxili həyatını müharibəyə tabe etdirə bildi. SSRİ-nin və dünya xalqlarının gələcək taleyi təkcə döyüş cəbhələrində deyil, həm də arxada – Kuzbas və Karaqandanın kömür şaxtalarında, Bakının neft mədənlərində, Uralın marten sobalarında, Sibirin zavodlarında, Uzaq Şərq, Qazaxıstan, Orta Asiyanın sənaye müəssisələrində həll olunurdu.

Qələbənin əldə olunmasında sovet avtoritarizminin, o cümlədən əhalini məlumatlandırma işinin bir əldə cəmlənməsi də əhəmiyyətli rol oynamışdır. «Sovinform»un yaradılması ölkədə əsas məlumatların – cəbhə xəbərlərinin məqsədli və sistemli şəkildə yayımlanmasını təmin edirdi.

Çoxsaylı qəzetlərin mövcudluğuna, tezliklə xüsusi cəbhə qəzetlərinin də nəşrə başlamasına baxmayaraq, SSRİ-də əsas informasiya mənbəyi yenə də radio idi. Müharibənin ilk günlərindən öz ünvanını gizlətməyə məcbur olan Moskva radiosunun xəbər bölməsi Puşkin meydanındakı evlərdən birində yerləşir və Sovet Məlumat Bürosunun məlumatları da efirə buradan verilirdi. Moskvanın səsi cəbhədə də, partizan məskənlərində də, ölkənin hüdudlarından uzaqlarda da eşidildi. Əsgərlərin və komandirlərin hünərləri, partizanların düşmən arxasındakı ölüm-dirim mübarizəsi barədə qısa məlumatlar milyonlarla insanın qəlbində ümid yaradır, onların döyüş ruhunu yüksəldir, sovet xalqının faşizm üzərində qələbə çalacağına inamını artırırdı. Xüsusən diktor Yuri Levitanın gur səsi insanlara ümid və rahatlıq gətirirdi. Bu səsdən təngə gələn Hitlerin və reyxin ideoloqu Gebbelsin «Moskva radiosunu susdurmalıyıq» bəyanatları, həmçinin faşistlərin bu radioya bomba hücumları bir nəticə vermirdi. Rus dilində danışan alman radioları başqa yalan bəyanatlarla yanaşı ara-sıra "bolşevik radiosunun tam məhv edilməsi" barədə də uydurma məlumatlar verirdi. Amma Moskvanın səsi bir dəqiqə belə efirdən kəsilmir, sovet – alman cəbhəsində baş verən hadisələr barədə informasiyalar SSRİ xalqlarının dillərində və 28 xarici dildə bütün dünyaya yayılırdı.

1941-ci il noyabrın 7-də cəbhənin bir neçə kilometrliyində yerləşən Moskvada – Qızıl Meydanda Oktyabr inqilabının 24-cü ildönümünə həsr edilmiş tarixi parad düşmənə endirilən sarsıdıcı zərbə idi. Həmin vaxtadək faşist Almaniyasının rəhbərləri tezliklə Sovet ölkəsinin paytaxtını ələ keçirərək müharibəyə son qoyacaqları ilə lovğalanırdılar. Amma həmin paradın radio ilə birbaşa translyasiyası sayəsində bütün Avropa, SSRİ-nin müttəfiqləri, xaricdəki dostları,

müqavimət hərəkatının döyüşçüləri həqiqi vəziyyətdən xəbər tutdular. Bu paradın yaratdığı psixoloji üstünlük hər yerdə faşist işğalçılarına qarşı mübarizənin yeni dalğasının yaranmasına təkan verdi.

Hitlerçilərin Moskva altındakı ağır məğlubiyyəti barədə 1942-ci ilə keçən gecə M.İ.Kalininin çıxışı və buna bənzər mühüm hərbi-siyasi tədbirlərə dair digər məlumatların radio ilə yayılması yaşlı nəslin nümayəndələrinin yaddaşına, yəqin ki, möhkəm həkk olunub. O vaxt Kalinin Qızıl Ordunun hücum əməliyyatları barədə danışaraq sovet adamlarını – həm döyüşçüləri, həm də arxa cəbhədə silah hazırlayanları bu əlamətdar qələbə münasibətilə təbrik etdi. Bu, yalnız başlanğıc, sovet xalqının düşmənə endirəcəyi gələcək sarsıdıcı zərbələrin bünövrəsi idi.

* * *

Müharibə başlanan gündən Azərbaycan radiosu da yeni iş rejiminə keçərək hərbi vəziyyətin tələblərinə uyğun fəaliyyət göstərirdi. Elə iyunun 22-də axşam radio mikrofonu qarşısında onlarca elm və mədəniyyət adamı, neft sənayesinin tanınmış simaları çıxış edərək öz alovlu nitqləri ilə faşizmlə mübarizəyə çağırmışlar. Ertəsi gün isə efir yerlərdəki mitinq xəbərləri ilə açılmışdı. Əslində radio ağır şəraitdə öz həyatının yeni mərhələsinə qədəm qoymuşdu. İlk növbədə, radionun operativliyi artmış, xəbər buraxılışlarının sayı çoxalmışdı. Moskva radiosunun verilişlərinin translyasiyası və ictimai-siyasi səciyyəli materialların çoxalması nəticəsində Azərbaycan radiosunun gündəlik verilişlərinin həcmi 5 saat artmışdı. Müharibə günlərində əsas ağırlıq "Son xəbərlər" redaksiyasının üzərinə düşürdü. Çünki respublikanın şəhər və rayonlarının küçələrində, meydanlarında qoyulmuş 4500 səsucaldandan əhali yalnız xəbər gözləyirdi.

Dinləyicilərin tələbatını ödəmək üçün "Son xəbərlər"in gecə redaksiyası yaradılmışdı. Vacib dövlət qərarlarını, hökumət məlumatlarını, sərəncam və əmrləri, həmçinin Moskvadan gedən verilişləri yazmaq üçün işə stenoqrafistlər cəlb olunmuşdu, eyni zamanda şarinofondan geniş istifadə edirdilər. Bunun sayəsində ən mühüm siyasi məlumatlar, o, cümlədən Ali Baş Komandanın əmrləri operativ tərcümə olunaraq təxminən 15-20 dəqiqədən sonra Azərbaycan dilində səsləndirilirdi. Materialların hazırlanması və efirə oxunmasına, hər bir cümlənin məna və üslubuna böyük diqqət yetirilirdi. Bu iş əmrlə xüsusi adamlara – yüksək peşə hazırlığı olan redaktor və diktorlara tapşırılmışdı. Məsələn, cəbhə xəbərlərini, əsasən, təcrübəli diktor Tələt Əyyubov oxuyurdu.

Müharibə dövrünün ən populyar proqramlarından biri "Azər-

baycan cəbhəyə" verilişi idi. Qələbə gününədək efirdə müntəzəm səslənmiş bu verilişdə müxtəlif sənət adamları çıxış edərək cəbhələrdə döyüşən milyonlarla əsgərin ürəyinə yol tapır, onları qələbəyə ruhlandırırdı. Verilişdə, həmçinin Azərbaycan əsgərlərinin istəyi ilə dövrün populyar mahnıları da səsləndirilirdi. İlk dövrlərdə Ü.Hacıbəyovun gənc müğənni Fatma Mehrəliyevanın ifasında səslənən «Şəfqət bacısı» mahnısı çox populyar idi. Bəstəkarlardan Səid Rüstəmov, Fikrət Əmirov, Süleyman Ələsgərov, Adil Gəray, Ağabacı Rzayevanın qələbəyə ruhlandıran mahnı, kantata və cəngiləri efirdə tez-tez səslənirdi.

Cəbhədən – döyüşçülərin yanından qayıdan yaradıcı ziyalıların radioda çıxışı bir ənənəyə çevrilmişdi. S.Vurğun, S.Rüstəm, S.Rəhimov, M.İbrahimov, M.Hüseyn, Ə.Vəliyev, İ.Şıxlı, Mir Cəlal, İ.Əfəndiyev, M.Əkbər və başqalarının belə çıxışları böyük əks-səda verirdi.

Müharibənin ilk günündən başlayaraq Azərbaycan radiosu daha çox vətənpərvərlik işi aparmaq, bu sahədə təbliğat-təşviqatı genişləndirmək, ictimai rəy yaratmaq vəzifəsini yerinə yetirirdi. Rəsmi materiallarla yanaşı, efirə faşizmin qəsbkarlıq niyyətlərini lənətləyən çıxışlar, dinləyici məktublarından sətirlər, müraciətlər verilirdi. Həmin dövr bütövlükdə Azərbaycan publisistikasında, o cümlədən kifayət qədər yüksək pafosu olan radioverilişlərdə faşizm əleyhinə mübarizə, qələbə naminə bütün səylərin səfərbərliyə alınması motivləri üstünlük təşkil edirdi.

Radio ilə çıxış edən tanınmış adamlar, xüsusən yazıçı-publisistlər vicdan, namus, qeyrət və s. kimi yüksək insani hissləri tez-tez işlədərkən onu, ilk növbədə, vətən və xalq kimi müqəddəs məfhumlarla bağlayırdılar. Çıxışlarda Azərbaycan dinləyicisinin qəlbinin ən incə hisslərinə toxunulur, ona təlqin olunurdu ki, sən yalnız sən deyilsən, həm də tarix boyu öz müstəqilliyi və azadlığı uğrunda mübarizə aparmış, vətən torpağını göz bəbəyi kimi qoruyan, öz varlığını və mənliyini sübut edən Dədə Qorqudlar, Nizamilər, Koroğlular, Babəklər, Nəbilər, Mirzə Fətəlilər yetirən bir xalqın, torpağın övladısan. Sənin qorxaq, nacins olmağa, dönük çıxmağa, yaxud ah-uf eləyib hay-həşir salmağa mənəvi haqqın və hüququn yoxdur (38, s. 95).

Bu cəhətdən bütövlükdə müharibə dövrü publisistikasında xüsusi dəst-xətti ilə seçilən filosof-publisist Heydər Hüseynovun mətbuatdakı yazılarının radio ilə oxunması, S.Vurğun, R.Rza, M.İbrahimov kimi söz nəhənglərinin mikrofon qarşısındakı alovlu çıxışları dinləyicilərdə çox böyük emosional təsir oyadırdı. Xüsusən "Müharibə təkcə müxtəlif orduların deyil, həm də müxtəlif ideologiyaların,

mədəniyyətlərin və dünyagörüşlərin çarpışmasıdır" – deyən S.Vurğunun odlu-alovlu, səfərbərədici çıxışları radionun salnaməsinə parlaq hərflərlə yazılacaq. Məsələn, onun 1942-ci il fevralın 12-də Moskva radiosu ilə "Koroğlu nəsillərinə bizim salamımız" adlanan həyəcanlı çıxışı SSRİ-nin hər yerində, o cümlədən cəbhə bölgələrində geniş əks-səda doğurmuşdu. Öz çıxışında Vətənin müqəddəsliyindən, düşmənə Koroğlu, Babək kimi amansız olmaqdan bəhs edən şair Azərbaycan övladlarının bu müharibədəki igidliyindən də söz açmışdır: «Yalnız bir döyüşdə 73 faşist quldurunu məhv edən... İsrafil Məmmədov məhz xalqların bu böyük ailəsində özünə əbədi şöhrət qazanmışdır. Biz bir döyüşdə 7 faşist təyyarəsini vurub salan, 17 yerindən yaralansa da, öz təyyarəsini xilas edən 22 yaşlı Hüseynbala Əliyevin qeyri-adi iradəsi ilə fəxr edirik» (24, s. 45-46).

Bütün müraciətlərini nikbin notlarla tamamlayan böyük şair radio çıxışlarında xalqın milli ruhunu oyatmağa, ona döyüşkənlik və mübarizlik əhvalı aşılamağa çalışırdı. Müharibə illərində də radioda öz səmərəli fəaliyyətini davam etdirən yazıçı M.S.Ordubadi "Tarix və qələbə" mövzusunda çıxışında göstərirdi ki, "biz qəhrəmanlıq dastanlarından ibarət olan tariximizin murdar faşist çəkmələri altında tapdalanmasına imkan verməmək üçün çoxmillətli SSRİ xalqları ilə əl-ələ verib vətən, namus və qeyrət uğrunda müharibəyə başlamışıq. Bu müharibə yalnız SSRİ xalqlarının deyil, eyni zamanda bütün bəşəriyyətin taleyini həll edə biləcək qəti bir müharibədir. Bizim tərəfimizdən ölənlər əbədi yaşayacaq, qalib qayıdanlar isə Azərbaycan qızları, gəlinləri tərəfindən çiçəklərlə qarşılanacaqdır" (20).

Məhz bu məzmunda çıxışlar, həmçinin Heydər Hüseynov, Zülfəli İbrahimov, Mehdixan Vəkilov, Məmməd Arif, Məmməd Cəfər, Əziz Şərif, Abbas Zamanov, Əvəz Sadıq, Ənvər Yusifoğlu, Mir Cəlal, Nurəddin Babayev, Yusif Şirvan, Məmməd Əkbər kimi tanınmış yazıçı, şair, filosof, tənqidçi və publisistlərin çıxışları, oçerkləri bədii publisistikanın ən yaxşı nümunələri kimi xalqı mübarizəyə ruhlandıran qüvvətli silaha çevrilirdi.

Müharibə başlanandan Azərbaycan radiosuna təkcə respublikamızda deyil, qonşu İran və Türkiyənin sərhədə yaxın bölgələrində də qulaq asırdılar. Buna görə də Şərq xalqlarının marağını, beynəlxalq aləmdə baş verən mürəkkəb hadisələrin mahiyyətinin izah olunması zərurətini və özünün strateji niyyətlərini nəzərə alan Sovet dövləti 1941-ci ilin avqustunda Azərbaycan radiosunda türk və fars dillərində verilişlər hazırlanmasına qərar verdi. Onların əsas məqsədi cəbhədəki həqiqi vəziyyəti əks etdirmək, sovet xarici siyasətinin təbliğini genişləndirmək və faşist Almaniyasının işğalçılıq siyasətini pisləmək idi. Bu verilişlərdə Qızıl Ordunun şücaəti, azərbaycanlıların cəbhədəki

qəhrəmanlığı və Bakı neftçilərinin fədakarlığı haqqında da söhbət açılırdı. Ümumiyyətlə, radionun müharibə dövründəki verilişlərini mövzular üzrə təxminən belə qruplaşdırmaq olar:

1. Sovet Məlumat Bürosunun operativ məlumatları;
2. Sovet xalqının mətinliyi, onun öz ölkəsini qorumaq əzmi;
3. Faşist Almaniyasının cəbhədə itki verərək geri çəkilməsi;
4. Azərbaycan əsgərlərinin cəbhədəki qəhrəmanlığı;
5. Sənaye və kənd əməkçilərinin arxa cəbhədəki fədakarlığı və cəbhəyə əmək raportları;
6. Yaradıcı ziyalıların qələbəyə ruhlandıran çıxışları.

Müharibə dövründə efirdə ən geniş yayılmış formalardan biri radiomitinqlər idi. Bir forma kimi təzə olmayan bu radiomitinqlərdə böyük pafos, vətənpərvərlik ruhu və çağırış əsas yer tuturdu. Sənaye müəssisələrində təşkil olunan həmin mitinqlərdə radio Vətənin müdafiəsinə qalxmış xalqın ictimai tribunasına çevrilir, bütün respublikada geniş əks-səda doğurur, xalqın düşmənə qarşı mübarizə üçün səfərbərliyə alınmasında həlledici rol oynayırdı. Alimlərin, ədəbiyyat və incəsənət xadimlərinin Ümumittifaq radiosu ilə translyasiya olunan antifaşist mitinqlərində səslənən çıxışlarına xüsusi diqqət yetirilirdi. Qonşu respublikalarda təşkil olunan belə mitinqlərdə Azərbaycan nümayəndələri də fəal iştirak edirdilər. Bu mənada, Zaqafqaziya xalqlarının 1942-ci il avqustun 23-də Tbilisidə keçirilən antifaşist mitinqinin translyasiyası böyük əks-səda doğurmuşdu.

Radionun əməkdaşları üçün Azərbaycan xalqının, xüsusən Bakı neftçilərinin əmək şücaətini işıqlandırmaq əsas istiqamətlərdən idi. Bu mövzuya «Azərbaycan cəbhəyə» adlı verilişdə daha ətraflı bəhs edilirdi. Təbii ki, həmin illər bütün ölkənin və xüsusən ön cəbhənin diqqəti Bakı neftinə idi. Fədakar Bakı neftçiləri ciddi çətinliklərə üstün gələrək, ön cəbhəni və arxanı fasiləsiz surətdə neftlə təmin edirdilər. Ümumiyyətlə, müharibə illərində Bakı ölkəyə 75 mln. ton neft, 22 mln. ton benzin və digər neft məhsulları vermişdir. «Hər şey cəbhə üçün, hər şey qələbə üçün!» şüarı ilə çalışan Azərbaycan neftçiləri Böyük Vətən müharibəsi illərində 160 dəfə Dövlət Müdafiə Komitəsinin, ÜİHİMŞ və SSRİ Neft Sənayesi Komissarlığının keçici Qırmızı Bayrağını almışdılar. Radio dəfələrlə bu mövzuda söhbət açmış, efirə maraqlı çıxışlar vermişdir. Bu verilişlərdə ön cəbhədən, Moskva, Kiyev və Minskdən gələn minnətdarlıq məktublarına da yer ayrılmışdır.

Həmin dövrdə dənizdə, quruda və havada düşmən üzərində sovet ordusunun üstünlük qazanmasına, sovet zirehli avtomobil və tank qoşunlarının, aviasiya birləşmələrinin strateji əməliyyatlarına Bakı neftçilərinin köməyi az olmamışdır. Ən çətin şəraitdə onlar ordunu və

ölkənin xalq təsərrüfatını yanacaqla fasiləsiz təchiz edirdi. 1941 – 1945-ci illərdə bütün sovet neftinin təqribən dörddə üç hissəsini Bakı verirdi. Bundan başqa müharibə illərində Azərbaycanda 130 növ silah, döyüş sursatı və hərbi ləvazimat istehsal olunmuşdu. Bakıdan döyüşən orduya arasıkəsilmədən silah və geyim, döyüş sursatı və ərzaq göndərilmişdi. Təkcə 1941 – 1943-cü illərdə respublika əhalisi ölkənin müdafiə fonduna 15 kq qızıl, 952 kq gümüş vermiş, 311 mln. manatlıq istiqraz və lotereya almış, tank və təyyarə dəstələri fonduna 230 mln. manat pul ayırmış, cəbhəyə 160 mln. ədəd müxtəlif əşya, habelə 125 vaqon isti paltar yollamışdı (8, s. 286). «Müharibə-qızışdırıcı faşistləri məhv edək», «Yaramaz düşmənə cavab olaraq daha artıq yanacaq», «Qızıl ordu sıralarında olmağımla fəxr edirəm», «Üç könüllü əsgər anası mikrofon qarşısında», «Qadın dəzgah arxasında həyat yoldaşını əvəz edir» və s. verilişlərdə, həmçinin Oktyabr inqilabı, Montin, Beriya adına zavodlardan, «Stalinneft» trestinin 5 №-li mədənindən və 2 №-li sənət məktəbindən hazırlanan studiyadankənar verilişlərdə məhz bu mövzulara üstünlük verilmişdir.

1943-cü il iyulun 17-də Azərbaycan K(b) P MK «Yerli rayon verilişləri haqqında» qərar qəbul etdi. Qərarda müharibə şəraitində hərbi-siyasi sərəncamların, cəbhədəki vəziyyət haqqında məlumatların kənd yerlərindəki əhaliyə vaxtlı-vaxtında çatdırılmasının vacibliyi qeyd olunur və bu məqsədlə respublika qəzetlərinin yeni nömrələrinin gündə azı 2-3 dəfə yerli radioqovşaqlarında oxunması tövsiyə edilirdi (23, s. 28). Ümumiyyətlə, müharibə illərində yerli radioşəbəkəsinin genişlənməsi və səmərəli fəaliyyət göstərməsinə xüsusi diqqət yetirilirdi. Bunu demək kifayətdir ki, təkcə 1944-cü ildə respublikanın 17 rayonunda yeni radioyayım redaksiyası yaradılmışdır. Radioqurğuları şəbəkəsi də genişləndirilmiş və onların sayı 60 mini keçmişdir. Sovinformun və siyasi yeniliklərin verildiyi kənd telefon qovşaqları da radiolaşdırılmışdır. Müharibə dövründə 572 belə qovşaq radioxətti ilə təmin edilmişdir (1, s. 38).

Təbii ki, müharibə dövründə dinləyicilər radiodan təkcə xəbərlər deyil, həm də adamların qəlbini oxşayan, onları duyğulandıran, ruhlarını qidalandıran proqramlar gözləyirdilər. Məsələn, həmin illərdə mühasirədə qalan, ölüm təhlükəsi, aclıq və sıxıntı içərisində yaşayan Leninqrad üçün əsas mənəvi qida mənbəyi radio idi. Tanınmış yazıçılar F.Qladkov, A.Tolstoy, İ.Erenburq, D.Bedni və b. burada çıxış edərək şəhərin müdafiəçilərini ruhlandırırdılar. Ümumittifaq radiosu L.Tolstoyun "Hərb və sülh" romanı əsasında silsilə verilişlər hazırlayırdı. 1942-ci ildə BBC korporasiyası da bu əsəri Londonda "səhnələşdirmişdi".

Azərbaycan radiosu isə 1943-cü ildə vətənpərvərlik ruhunda

yazılmış "Qılınc və qələm", "Tufan" və "Vəfa" pyeslərini, həmçinin Azərbaycan dramaturqlarının başqa əsərlərini dinləyicilərin mühakiməsinə vermişdi. Həmin illərdə vətənpərvərlik mövzusunu ən müxtəlif formalarda işıqlandırmaq vəzifəsi radio üçün yenə də aktual olaraq qalırdı. Məhz bu məsələləri müzakirə etmək üçün 1943-cü ildə – müharibənin ən qızğın çağında Bakıda dinləyici konfransı keçirildi. Müasir şəraitdə vətənpərvərlik əhval-ruhiyyəsini yüksəltmək, bütün qüvvələri ön və arxa cəbhə üçün səfərbər etmək məqsədilə musiqi təbliğatının vəzifələri müzakirə olundu və bütövlükdə radio verilişlərini yaxşılaşdırmaq üçün qiymətli təkliflər səsləndirildi. Konfransın işində Ü.Hacıbəyov, S.Vurğun, M.Hüseyn, K.Ziya, Ə.Bədəlbəyli, M.Arif, M.Rahim, habelə digər tanınmış ədəbiyyat və incəsənət xadimləri çıxış etmişdilər.

Müharibə getdiyi dövrdə radio ilə hansı musiqinin verilməsinin xüsusi əhəmiyyəti vardı və ona görə də Ü.Hacıbəyov xalqı qələbəyə ruhlandıran, onun ovqatını yüksəldən musiqi əsərlərinə diqqəti artırmağa çağırırdı. O, həmin dövrdə efirdə hər cür bədbinlikdən uzaq, yalnız nikbin əhval-ruhiyyə gətirən, qələbəyə çağıran musiqi əsərlərinin səsləndirilməsini məsləhət görürdü. Təsadüfi deyildi ki, Ü.Hacıbəyovun bu təkliflərinə biganə qalmayan respublika K(b)P MK 1944-cü ilin noyabrında "Azərbaycan Radio Komitəsi bədii verilişlərinin yaxşılaşdırılması haqqında" qərar qəbul etmişdi. Sənəddə məsələnin bu cəhətinə xüsusi diqqət yetirilmiş, verilişləri keyfiyyətcə yaxşılaşdırmaq üçün musiqi şöbəsini möhkəmləndirmək, ən yaxşı sənətkarları şöbənin işinə cəlb etmək tələb olunmuşdu.

Müharibə Azərbaycan radiosunun musiqi kollektivlərinin yaradıcılıq işini qətiyyən zəiflətməmişdi əksinə, burada xalq çalğı alətləri ansamblı (rəhbəri A.Bakıxanov), vokal (xor) ansamblı (rəhbəri C.Cahangirov) və simfonik kvartet yaradılmışdır. Radionun musiqiçiləri müharibə illərində Qızıl Ordu hissələrində və toplanış məntəqələrində 150, hərbi xəstəxanalarda 218 konsert vermişdir. Təkcə 1944-cü ilin avqust-sentyabr aylarında açıq radio konsertlərindən yığılan pulların hamısı – 25 min manatı cəbhəçi ailələrinə yardım fonduna keçirilmişdir (1, s. 214).

Artıq ikinci cəbhənin açılması ilə sovet ordusu ön cəbhədə daha böyük irəliləyişə nail olmuşdu. İndi radio dalğalarında hər gün sovet ordusunun qələbə xəbərləri bir-birini əvəzləyirdi. Hələ bir il əvvəl – 1943-cü ilin avqustunda Oryol və Belqorod şəhərləri düşməndən azad edilərkən yaxşı bir ənənənin əsası qoyulmuşdu: həmin şəhərlərin azad edilməsi şərəfinə Böyük Vətən müharibəsi tarixində ilk dəfə qələbə yaylım atəşi açılmış və bu mərasim radio ilə translyasiya edilmişdi. Hər zəfər yaylım atəşi isə böyük qələbənin yaxınlaşdığını xəbər

verirdi (23, s. 29).

Artıq 1944-cü ilin sonunda Azərbaycan radiosunun proqramlarında ölkədə gedən quruculuq işlərinə geniş yer ayrılırdı. Bərpa olunmuş müəssisələrin işə salınması, adamların doğma ev-eşiyinə qayıtması, mədəni sərvətlərin xilas edilməsi haqqında tez-tez informasiyalar verilir və xüsusi verilişlər səslənirdi.

1945-ci ilin əvvəlində Dövlət Müdafiə Komitəsi Moskva radiosuna müharibənin yekun mərhələsinin ən mühüm hadisələrinin sənədli lent yazılarını hazırlayıb, gələcək nəsillər üçün saxlamaq tapşırığı verdi. Berlin uğrunda döyüşlər, Reyxstaqda çarpışma, faşist Almaniyasının təslim olması kimi tarixi hadisələr indi bu lent yazılarında yaşayır.

Nəhayət, hamının ürək döyüntüsü və intizarla gözlədiyi tarixi an gəlib çatdı. Min bir məşəqqətlə, hədsiz çətinliklərlə, misilsiz qəhrəmanlıqlarla dolu 1418 gün arxada qaldı. Respublikamızın şəhər və kəndlərində işləyən 66.500 radiocihaz qələbə haqqında Sovet Məlumat Bürosunun çoxdan gözlənilən xəbərini dönə-dönə elə-obaya yaydı. Bütün ölkə sevinc içində idi...

Bu qələbədə radionun misilsiz rolu var idi və ona görə də ölkənin mədəni, siyasi həyatında və alman faşizminə qarşı mübarizədə oynadığı son dərəcə böyük rolu nəzərə alaraq 1945-ci il mayın 2-də SSRİ Xalq Komissarları Soveti mayın 7-ni Radio günü elan etdi. Keçmiş Sovet İttifaqının hər yerində, o cümlədən Azərbaycanda radio, televiziya və rabitə işçiləri 1991-ci ilə qədər bu günü peşə bayramı kimi qeyd edirdilər. İndi həmin gün bayram edilməsə də*, radionun müharibə dövründəki misilsiz fəaliyyətini unutmaq və tarixin yaddaşından silmək mümkün deyil.

Təbrizin həzin səsi

1941 – 1945-ci ilin radioverilişlərindən danışarkən Cənubi Azərbaycanda qısa müddətdə efirdə olmuş Təbriz radiostansiyası haqqında söhbət açmaq lazım gəlir. Çünki bu radionun ərsəyə gətirilməsində və proqramların hazırlanmasında Sovet Azərbaycanının mütəxəssisləri də iştirak etmişlər. Ən önəmlisi odur ki, bu radio öz dinləyiciləri ilə Azərbaycan dilində danışmışdır. Bəs bu radio hansı tarixi şəraitdə meydana çıxmışdır?

İkinci dünya müharibəsinin sona yetməsi, Avropanın faşizm əsarətindən xilas edilməsi bütün Şərq ölkələrində, o cümlədən İranda

---

* Q e y d: İndi televiziya və radio işçiləri günü hər il noyabrın 6-da – Azərbaycan radiosunun müntəzəm yayıma başladığı gün qeyd edilir.

– Cənubi Azərbaycanda da milli azadlıq və demokratik hərəkatın genişlənməsinə səbəb oldu. Bu həmin hərəkatın başlanmasının isə bir sıra tarixi-siyasi və milli-mənəvi səbəbləri vardı. Çünki İranda bir millət kimi hələ XIX əsrin axırlarından formalaşmağa başlayan azərbaycanlılara münasibət əsrin 20-ci illərindən sonra pisliyə doğru xeyli dəyişmişdi. Həmin dövrə qədər milli formalaşma prosesi təbii-tarixi formada, İran daxilində sosial-iqtisadi inkişafın məntiqi nəticəsinə uyğun bir şəkildə, həm də siyasi dövlət amilinin bu prosesə, demək olar ki, müdaxiləsi olmadan davam etmişdi. Lakin 20-ci illərdə İranda mövcud milli münasibətlərin xarakterində hakim millətçilik – fars şovinizminin dirçəlməsi meyilləri özünü göstərməyə başlamışdı.

Milliyyətcə fars olan Rza xanın 1925-ci ildə şahlıq taxtına çıxması ilə İranda tarixi-ənənəvi bərabərhüquqlu millətçilik anlayışı aradan götürülmüş və azərbaycanlılara qarşı ayrı-seçkilik, milli zülm siyasəti güclənmişdi. Şübhəsiz ki, bu məsələdə 1918 – 1920-ci illərdə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin tarix səhnəsinə gəlməsi və Osmanlı dövləti dağıldıqdan sonra yeni demokratik Türkiyənin siyasi gerçəkliyə çevrilməsi faktı da müəyyən rol oynamışdır. Bu amillərin İranda sayı milyonlarla hesablanan azərbaycanlıların ictimai şüuruna təsir etmək təhlükəsi şah rejimini çox qorxudurdu. Beləliklə, hər hansı səbəbdən asılı olmayaraq, tarixən İranın idarə edilməsində və onun qüdrətlənməsində mühüm rol oynamış azərbaycanlılar indi ikinci növ – həqarətlə baxılan və əzilən millət vəziyyətinə düşmüşdü. Onlara qarşı zorakı assimilyasiya siyasəti yeridilməyə başlanmışdı. Hətta bu siyasətin "elmi" əsası da hazırlanmışdı. Bu ideologiyanın əsas müddəaları S.Ə.Kəsrəvinin "Azəri, ya Azərbaycanın əski dili" (1925-1926) adlı "əsəri"ndə öz əksini tapmışdı. Əsl tarixi gerçəkliklərə göz yumaraq onları saxtalaşdıran müəllif həmin kitabda İranın Azərbaycan əhalisinin Səfəvilər dövründə türkləşdiyini "sübut etməyə" çalışmışdı. Onun uydurmasına görə, yerli əhalinin həmin dövrdən əvvəlki dili, guya fars dilinin bir ləhcəsi ("azəri") imiş. Beləliklə, fars şovinizminin tüğyan etməsinə rəvac verən bu cəfəngiyat 20-ci illərin ortalarında ilk dəfə olaraq azərbaycanlı ilə onun doğma dili arasındakı münasibətə şübhə oyatmış və bununla da genişmiqyaslı farslaşdırma siyasətinə, bir növ, bəraət qazandırmış oldu (40, s. 10).

Doğrudur, azərbaycanlıların sıxışdırılmasına, ali dövlət hakimiyyətində onların təmsilçilik payının azlığına və dillə bağlı qadağalara, zəif də olsa, müqavimət göstərilmişdi. Amma 40-cı illərin əvvəllərindən bu müqavimət daha mütəşəkkil xarakter almağa başladı və onun qüvvətlənməsində xarici amillər – daha çox 1941-ci il avqustun 25-də sovet qoşunlarının İran ərazisinə daxil olması həlledici rol oynadı. Bu müdaxilə Tehran rejimini laxlatdı. Moskvanın İrana

qoşun yeritməsinin hüquqi əsasını isə bu ölkə ilə Rusiya arasında 1921-ci il fevralın 6-da bağlanmış müqavilə təşkil edirdi. Həmin müqavilənin 6-cı maddəsində deyilirdi ki, əgər 3-cü bir ölkə İrana silahlı müdaxilə edərsə, yaxud İran ərazisini Rusiya əleyhinə hərbi hücum istinadgahına çevirməyə cəhd edərsə və İran özü bunların qarşısını ala bilməzsə, o zaman Sovet hökuməti zəruri tədbirlər görmək üçün xəbərdarlıqdan sonra müvəqqəti olaraq öz qoşunlarını bu ölkəyə yeritmək hüququna malik olacaq. İkinci Dünya müharibəsi başlananda məhz belə bir vəziyyət yaranmışdı.

İran rejiminin Hitler Almaniyası ilə yaxınlaşması ölkədə alman avantürasının güclənməsinə səbəb olmuşdu. Tarixi faktlar təsdiq edir ki, əgər sovet qoşunları İrana daxil olmasaydı, "faşist agentlərinin təhriki nəticəsində İran həqiqi müharibə meydanına çevrilərdi" (14, s. 36). SSRİ silahlı qüvvələrinin İrana müdaxiləsi Tehran rejiminin azərbaycanlılara zülmünü də səngitdi və bu amil ölkədə yeni siyasi şəraitin yaranmasının əsasını qoydu.

İranın ictimai-siyasi həyatındakı bu əlverişli şərait azərbaycanlıları öz milli hüquqları uğrunda geniş mübarizəyə sövq etdi. 1941-ci ilin oktyabrında Təbrizdə ziyalıların "Azərbaycan" cəmiyyəti yaradıldı, sonra həmin cəmiyyətin eyniadlı qəzeti buraxıldı. Bu ilk addımlar Cənubi Azərbaycanda milli, demokratik hərəkatın genişlənməsinə səbəb oldu. Tezliklə Azərbaycan və İran xalqlarının imperializm və şahlıq quruluşu əleyhinə inqilabi hərəkatının yetişdirdiyi görkəmli ictimai xadim Seyid Cəfər Pişəvəri 1945-ci ilin sentyabrında Azərbaycan Demokratik Partiyasını yaratdı. Seçki yolu ilə parlament formalaşdırıldı. Təbii ki, hadisələrin bu istiqamətdə inkişafı o vaxt proseslərə öz işğalçı mövqeyindən yanaşan Moskvanın ürəyincə olduğundan Pişəvərini müdafiə edirdi. Öz növbəsində Pişəvəri də regionda və ölkədə gedən mövcud proseslərə milli varlığı qabartmaq üçün ələ düşmüş tarixi fürsət kimi yanaşırdı.

Artıq 1945-ci ildə tarixə "21 Azər" günü kimi daxil olmuş dekabrın 12-də Təbriz şəhərində Azərbaycan Milli Məclisi açıldı, həmin gün Azərbaycanın muxtariyyəti bəyan edildi və S.C.Pişəvərinin başçılığı ilə Milli hökumət təşkil olundu. Bu hökumətin iş proqramında İran daxilində Azərbaycanın muxtariyyəti prinsipinə riayət edilmişdi. Proqramda Azərbaycanın siyasi, iqtisadi, sosial və mədəni həyatının bütün sahələrinin milli-azadlıq və demokratiya əsasları üzrə yenidən qurulması üçün yaxın müddətdə gerçəkləşdirilməsi nəzərdə tutulan əsas vəzifələr müəyyən olunmuşdu.

Azərbaycan Demokratik Respublikasının elan olunmasından təxminən dörd ay sonra – 1946-cı il aprelin 7-də Təbriz radiosunun kütləvi yayıma başlaması həmin vəzifələrin həyata keçirilməsi yolunda mühüm bir addım idi.

* * *

Ölkədə böyük quruculuq işlərinə başlamış Milli hökumətə radiostansiya hava və su kimi lazım idi. Ona görə də əhalini məlumatlandırmaq və xalq arasında kütləvi təbliğat işi aparmaq üçün radioquruculuğu sahəsində bir sıra tədbirlər müəyyənləşdirildi. Güney Azərbaycanın bütün ərazisinin radioverilişi ilə əhatə olunmasına kömək etmək üçün Milli hökumətin başçısı S.C.Pişəvəri 1946-cı ilin fevralında Azərbaycanın o vaxtkı rəhbəri Mir Cəfər Bağırovdan kömək istəyir.

Təbrizdəki hadisələri diqqətlə izləyən M.C.Bağırov həmin dövrdə Güney Azərbaycanla bağlı iki mühüm məsələni həll etməyə çalışırdı. Birincisi, Təbrizlə təcili rabitə xəttinin yaradılması, ikincisi isə radioverilişlər üçün qurğuların alınması və qurulması. Birinci məsələni SSRİ Daxili İşlər Komissarı Kruqlovun köməyi ilə həll etdikdən sonra o, radio məsələsinin həlli ilə bağlı kömək üçün birbaşa İ.V.Stalinə müraciət edir. M.C.Bağırovun inadkar səyləri öz nəticəsini verir (40, s. 29-30). Qısa müddətdə güclü radiostansiya üçün tələb olunan qurğular Təbrizə gətirildi. Fevral ayının ortalarından başlayaraq aparılan gərgin işlər nəticəsində Sovet Azərbaycanı mütəxəssislərinin yaxından köməyi ilə ay yarım müddətdə Təbrizdə güclü ötürücü qurğularla təmin olunmuş radioverilişləri stansiyası və studiya binası tikilib istifadəyə verildi. 1946-cı il aprelin 7-də Təbriz radiosu müntəzəm yayıma başladı. Baş nazirin xüsusi müvəkkili Mirqasım Çeşmazər Radio Komitəsinin sədri təyin edildi.

Azadlıq və müstəqilliyin şirinliyini dadmış Cənubi Azərbaycan əhalisi Təbriz radiosuna hər gün saat 16-dan sonra qulaq asa bilirdi. İlk günlər 1 saat, bir həftədən sonra isə 3 saat efirdə olan bu radio öz verilişlərini 310 metrlik orta dalğada yayımlayırdı. O vaxt həm əhalinin kasıblığı, həm də texnikanın qıtlığı səbəbindən evlərdə radio cihazına nadir hallarda rast gəlmək olardı. Ona görə də həmin radioverilişlərinin əhaliyə çatdırılması üçün Təbrizin müxtəlif yerlərində – daha çox park və meydanlarda səsucaldan qurğular qoyulmuşdu. Verilişlər başlananadək əhali dəstə-dəstə həmin səsucaldıcı aparatların – reproduktorların qarşısına toplaşıb radionu dinləyirdi.



Seyid Cəfər Pişəvəri

İlk vaxtlar həm Azərbaycan, həm də fars dillərində verilişlər yayımlayan Təbriz radiosu ilə müntəzəm xəbərlər oxunur, hökumətin rəsmi məlumatları yayılır, Azərbaycan Demokratik Firqəsinin orqanı

olan «Azərbaycan» qəzetinin xülasəsi verilir və 15-20 dəqiqəlik kiçik konsert proqramları yayımlanırdı. İlk gündən efirdə «Tariximiz və qəhrəmanlarımız», «Məşrutə tarixi», «Doğma Vətən», «Bizim ana dilimiz» kimi maraqlı proqramlar səslənirdi. Efirə gedən materiallar qorunub saxlanılmamışdır. Lakin o vaxt radioda çalışmış bəzi əməkdaşların və efiri dinləmiş şahidlərin dediklərinə əsasən, Təbriz radiosunun verilişlərinin mövzu dairəsini təxminən belə müəyyənləşdirmək olar:

1. Azərbaycan Milli Məclisinin və Milli hökumətin qərarları.
2. S.C.Pişəvərinin keçirdiyi rəsmi və qeyri-rəsmi görüşlər.
3. Milli hökumətin siyasət, iqtisadiyyat, mədəniyyət sahəsində həyata keçirdiyi islahatların işıqlandırılması.
4. Rəsmi yığıncaqlardan translyasiyalar.
5. İrandakı sovet qoşunlarının həyatı.
6. Aparıcı qəzetlərin xülasəsi.
7. Mədəniyyət xadimlərinin, şair və yazıçıların çıxışları.
8. Beynəlxalq vəziyyət (daha çox SSRİ, ABŞ və İran xəbərləri).
9. Sovet Azərbaycanının həyatı haqqında söhbətlər.
10. Farslaşmaya qarşı mübarizə (milli ənənələrin, xalq yaradıcılığının, milli musiqi və Azərbaycan dilinin təbliği).

Təbriz radiosu gərgin bir şəraitdə işləyirdi. Əməkdaşlar istirahətin nə olduğunu bilmədən aramsız çalışırdılar. Bir tərəfdən radioverilişlər hazırlamaq sahəsində təcrübənin olmaması, digər tərəfdən isə gənc respublikanın özünün problemləri və müharibə dövrünün ağır şəraiti onlardan yorulmaq bilmədən, sözün həqiqi mənasında, gecə-gündüz işləməyi, maksimum operativlik göstərməyi tələb edirdi. Əks halda xarici stansiyalar, ilk növbədə isə Təbrizdəki hadisələri xüsusi həssaslıqla izləyən Tehran radiosu onları qabaqlayar, baş verənləri yanlış tərzdə təqdim edə bilərdi və bəzən edirdi də. Bu səbəbdən Təbriz radiosu son xəbərləri dinləyicilərə vaxtında çatdırır və ən əhəmiyyətli hadisələr barədə rəsmi şərhlər də verirdi.

Efirə çıxdıqdan təxminən üç ay sonra – 1946-cı il avqustun ortalarında radionun verilişlərinin gündəlik həcmi 5 saatı ötmüşdü. Artıq həmin vaxtdan kürd dilində də gündə 30 dəqiqəlik veriliş yayımlanmağa başlanmışdı. Bu verilişlərə həmin dövrdə muxtar qurum kimi yaradılmış İran Kürdüstanının mərkəzi şəhəri Məhabadda əhali səsucaldanlar vasitəsilə qulaq asırdı.

Təbriz radiosunun fəaliyyətində Sovet Azərbaycanından olan mütəxəssislər, İran ərazisinə yeridilən qoşun hissələrinin tərkibində olan Cəfər Xəndan, Süleyman Rüstəm, Məmməd Rahim, Osman Sarıvəlli, Qulam Məmmədli, İsrafil Nəzərov, İbrahim Novruzov,

Ənvər Məmmədxanlı kimi ziyalılar böyük rol oynayırdılar. Doğrudur, onlar daha çox qəzetçilik işi və şifahi təbliğatla məşğul idilər. Lakin bu ziyalıların təcrübəsi radio verilişlərinin təşkilində də kara gəlirdi. Xüsusən Qulam Məmmədlinin az müddət də olsa, radioda çalışması ona cənublu qardaşlarına radio quruculuğu işində əl tutmasına imkan verirdi.

Təbrizdə Azərbaycan jurnalistlərinə böyük ehtiram və inam var idi. Ən mühüm yaradıcılıq işlərini məhz onlara etibar edirdilər. Təbrizdə çıxan "Vətən yolunda" qəzetinin əməkdaşı olmuş yazıçı Qılman İlkin xatırlayır ki, o vaxt Cənubi Azərbaycanda milli hərəkatın tarixindən bəhs edən "Qızıl səhifələr" adlı kitab buraxmaq qərara alınmışdı. S.C.Pişəvərinin giriş sözü yazdığı həmin kitabın tərtib edilməsi Qulam Məmmədliyə və Qılman İlkinə tapşırılmışdı. Həmin kitabın ardıcıllıqla toplanmış materiallarında böyük bir hərəkatın mənzərəsi verilmişdi. Bu baxımdan onu Azərbaycanda milli hərəkatın və milli şüurun ensiklopediyası adlandırmaq olar (30, s. 42-43).

Radionun verilişlərində Azərbaycan milli varlığı ideyası ön plana çəkilirdi. Efirdə bir neçə ay səslənmiş "İnqilabın səsası", "Araz", "Qızıl səhifələr", "Tariximiz, keçmişimiz", "Ana dili" kimi publisistik proqramlarda belə bir ideya təlqin olunurdu ki, bu gün azərbaycanlılar "ərazi cəhətdən qismən birləşmiş, daxili siyasi istiqlal qazanmış, demokratik bir quruluş yaratmış, Azərbaycan dilini yeganə ünsiyyət vasitəsinə çevirmiş, milli mədəniyyətin tərəqqisi üçün şərait yaratmış, onu mənəvi istehsal obyektinə çevirmişlər. Bu dövrdə azərbaycanlılar həm siyasi, həm ərazi, həm də mənəvi cəhətdən milli-demokratik prinsip üzrə təşəkkül taparaq bitkin bir sistem şəklini almışdılar. Bütün bunlar azərbaycanlıların milli şüurunun formalaşmasında və sonrakı inkişafında həlledici mərhələ olmuş, onlarda vətən (İran, Azərbaycan), millət (vahid millət, fars, Azərbaycan və s.), dil, mədəniyyət, tərəqqi anlayışlarını dəqiqləşdirmiş və təkmilləşdirmiş, müxtəlif sosial, siyasi, mənəvi problemlərə Azərbaycan xalqının milli mənafeyini nəzərə almaqla yanaşmaq ideyasını möhkəmləndirmişdir" (41, s. 177).

Elə ilk gündən Təbriz radiosunun verilişlərində Sovet Azərbaycanının da həyatı geniş işıqlandırılır və təbii ki, sosializm ideyalarına müəyyən rəğbət də ifadə edilirdi. Bu mövzuya daha çox «Şimaldan səslər» və «Xudafərin» proqramlarında yer verilirdi. Məsələn, radio 1946-cı il aprelin 28-də efirə gedən xüsusi buraxılışında Şimali Azərbaycan haqda söz açmış, Bakıda və digər rayonlarda ana dilində təhsil ocaqları olmasından, bu dildə çoxlu sayda kitab, qəzet, jurnal nəşr olunmasından bəhs edilmişdir. Verilişdə S.Vurğun, R.Rza, M.Rahim, O.Sarıvəlli, Ə.Cəmil və başqalarının şeirləri oxunmuş, Ü.Hacıbəyov, S.Rüstəmov, C.Cahangirovun musiqiləri səsləndirilmişdir.

Ölkədə inqilabi əhval-ruhiyyə hökm sürdüyünə görə verilişlərdə də müəyyən təbii pafos öz əksini tapırdı. Radioda çıxış edənlərin əksəriyyəti, sanki milyonların gözü qarşısında çıxış edirmiş kimi, odlu-alovlu, publisistik ruhlu mətnlərlə studiyaya gəlirdilər. Bu cəhətdən Təbriz radiosu ilə vaxtaşırı çıxış edən S.C.Pişəvərinin nitqləri xüsusilə cazibədar və səfərbərədici idi. O həm azadlıq hərəkatının vəzifələrindən, həm istiqlalı qorumağın vacibliyindən, həm elm, təhsil və mədəni tərəqqidən, həm də milli özünüdərk problemlərindən söhbət açırdı. 1946-cı il iyunun 18-də Təbriz radiosu ilə olan növbəti çıxışını Azərbaycan dili probleminə həsr etmiş S.C.Pişəvəri deyirdi: "Hamınız çox gözəl bilirsiniz ki, azərbaycanlılar üçün dil məsələsi həyat məsələsidir. Lakin iranlılığı farslığa qarışdıran cahillər bunu düşünmək istəməyib, azərbaycanlıların qəlbini dillərinin zəhərli xəncəri ilə yaralamağa çalışmış və çalışırlar. Bu gün başımızı uca tutub iftixar hissi ilə deyə bilərik: "Xalqımızın möhkəm inam və sarsılmaz iradəsi sayəsində o tilsimi sındırıb dilimizin, nəinki ibtidai mədrəsələrdə, bəlkə, orta və ali elm ocaqlarında belə, rəsmi olaraq tədrisinə yol açmış, idarələrimizdə dövlət dili olan fars dili ilə ana dilimizin yanaşı işlədilməsinə rəsmiyyət verilməsinə müvəffəq olmuşduq. Əlbəttə, bu böyük işin iftixarı, əsasən, firqəmizə və xalqımıza aiddir" (42, s. 40).

Təbriz radiosunda verilişlər efirə birbaşa, canlı gedirdi. Həm də proqramlarda təkcə siyasi materiallara deyil, bədii verilişlərə, musiqiyə, o cümlədən Azərbaycan xalq musiqisinə geniş yer ayrılırdı. Ümumiyyətlə, bütün musiqi proqramlarında millilik əsas şərt kimi qəbul edilirdi. Həmin illərdə radionun musiqi şöbəsinə rəhbərlik etmiş milliyyətcə fars olan, musiqi sənətindən yaxşı baş çıxaran Məmmədhəsən Özzari "Sərgüzəşti pəncəsali musiqi İran" (İran musiqisinin 50 illik həyatı) kitabında Pişəvəri hökumətinin milli musiqiyə, onun təbliğinə, musiqi sənətinə, sənətkarlara, incəsənət xadimlərinə yüksək qayğı və maraq göstərdiyini dönə-dönə qeyd edir.

Ümumiyyətlə, Təbriz radiosu fəaliyyət göstərdiyi 8 ay 5 gün ərzində Cənubda yaşayan azərbaycanlıların milli şüurunu, milli mənlik ruhunu yüksəltmək, onların tarixi yaddaşını bərpa etmək, soydaşlarımıza milli varlıq uğrunda daimi mübarizə hissləri aşılamaq sahəsində misilsiz iş görmüşdür. Radionun verilişlərindəki şeir parçasından, musiqi lövhəsindən tutmuş rəsmi xronikayadək hər bir efir materialı məhz bu ali məqsədə xidmət edirdi.

* * *

Dünyanın mürəkkəb bir zamanında tarix səhnəsinə çıxan, milli – azadlıq və demokratik hərəkatın nəticəsi kimi yaranmış Azərbaycan Milli hökuməti milli varlığın, milli özünüifadənin parlaq bir nümunəsi

idi. Yalnız milli muxtariyyət faktı olan bu addım İranın ərazi bütövlüyünü parçalamağa yönəlməmişdi və təsadüfi deyil ki, 1945-1946-cı ilin diplomatik yazışmalarında, toplantılarda, o cümlədən BMT məclislərində Azərbaycan məsələsi İranın daxili işi kimi xarakterizə olunurdu (61; 6). Amma azərbaycanlıların muxtariyyətinin, fars milli zülmünə qarşı atdığı bu addımının beynəlxalq himayəyə, ilk növbədə isə özlərini insan haqlarının müdafiəçiləri sayan ABŞ və SSRİ-nin köməyinə ehtiyacı var idi. Amma bu dövlətlər İran uğrunda siyasət yarışına girmişdilər.

ABŞ-ın Tehrandakı konsulu A.Rossonun Milli hökumətə yardım vədləri söz olaraq qaldı. Əvvəldən Təbriz hadisələrinə rəğbətlə yanaşan, hətta orada gedən hərəkata kömək etmək haqda gizli bir qərar qəbul edən SSRİ hökuməti isə 1946-cı ilin ortalarından Milli hökumətə münasibətində qeyri-müəyyənlik nümayiş etdirməyə başladı. Moskvadan əməli yardım görməyən Milli hökumət 1946-cı il iyulun 13-də İran hökuməti ilə müqavilə bağlamağa məcbur oldu və Azərbaycan İdarə Şurasına çevrildi.

Tarixçilərin fikrincə, həmin dövrdə Cənubi Azərbaycanın İrandan ayrılıb Şimali Azərbaycana birləşmək imkanları real idi. Ona görə ki, ən azı Qərbi Belorusiyanın Sovet Rusiyasına birləşmək təcrübəsi var idi. Lakin Stalin tarixi bir cinayət işlədərək bu addımı atmaqdan çəkindi. O vaxt çoxları bunu Qafqazda və SSRİ-nin cənubunda böyük Azərbaycan dövlətinin yaranacağının Moskva üçün təhlükəli olacağı ilə izah etməyə çalışırdılar. Beynəlxalq aləmdə gedən bu gizli oyunları və böyük dövlətlərin, xüsusən də Moskvanın Milli hökumətə xəyanətkar addımlarını S.C.Pişəvəri də yaxşı görürdü. O, sovet qoşunlarının ölkədən çıxarıldığı və İran ordusunun Təbrizə yaxınlaşdığı günlərdə – 1946-cı il dekabrın 9-da Təbriz radiosu ilə çıxış edərək xalqı yeni mübarizəyə qalxmağa, silahı yerə qoymamağa çağırdı. S.C.Pişəvəri həmin tarixi radioçıxışını bu sözlərlə bitirmişdi: "Biz son yorğan-döşəyimizi, palazımızı satıb, silaha verib, şah ordusu ilə son nəfəsimizə qədər döyüşəcəyik. Məğlub olsaq, dağlara çəkilib partizan hərəkatını davam etdirəcəyik".

Həmin çıxışdan bir neçə saat sonra, çox güman ki, sovet təhlükəsizlik qüvvələrinin səyi ilə Milli hökumətin başçısı Seyid Pişəvəri müəmmalı şəkildə Təbrizdən çıxarılıb zorla Naxçıvana gətirilir. Hadisələrin bu şəkildə cərəyan etməsi belə qənaətlərə gəlməyə əsas verir ki, hadisələr Moskva – Tehran birgə ssenarisi üzrə cərəyan etməyə başlayır. Yəni ertəsi gün – dekabrın 10-da M.Birya Azərbaycan Demokratik Firqəsi Mərkəzi Komitəsinin sədri vəzifəsinə təyin edilir və dekabrın 11-də o, Təbriz radiosu ilə çıxışında elan edir ki, şah ordusu şəhərə gəlir. Yeni sədr tövsiyə edirdi ki, bu qoşunları

mehribanlıqla qarşılamaq lazımdır, onları təhqir etmək, məsxərəyə qoymaq olmaz. Beləliklə, bir gündə siyasət tamamilə dəyişildi. İran ordusu guya 15-ci çağırış ölkə məclisinə seçkilərin tam təhlükəsizlik şəraitində keçirilməsi üçün Təbrizə varid oldu.

1946-cı il dekabrın 12-də (21 Azər) İran qoşunlarının Təbrizə yeridilməsi ilə cəza maşınının işə salınması bir oldu. Yüzlərlə adam tutulub güllələndi, inqilabın fəalları danışıqsız, mühakiməsiz dar ağacından asıldılar. Qısa müddətdə 45 minə yaxın insan qətlə yetirildi. Hələ də nə baş verdiyini anlamayan minlərlə adam öz yurd-yuvasından didərgin düşdü. İnsanları siyasi əqidəsindən daha çox, milli mənsubiyyətinə – azərbaycanlı olduqlarına görə öldürürdülər.

Azərbaycan Milli hökumətinin gur səsi olan Təbriz radiosu da yad əllərə keçmişdi. İndi o, başqa dildə və başqa tərzdə danışırdı. Hələ hökumətin süqutundan bir gün əvvəl, şah ordusu Təbrizə gələnə qədər general Haşşinin başçılığı ilə bir alay Təbrizə daxil olmuş və ilk növbədə, radiostansiyanı zəbt edərək onu şah ordusunun ixtiyarına vermişdi. Ertəsi gün dekabrın 12-də çoxminli İran ordusu Təbrizə girdikdən sonra Ə.Manuçöhr radio idarəsinin müdiri təyin edilir. Bir həftə sonra S.Hairinin başçılığı ilə Təbriz ehtülatü-mətbuat idarəsi yaradılır və radio da həmin quruma tabe etdirilir. Az sonra radionun məsuliyyəti Ağayi İraniyə həvalə olunur. Beləliklə, Cənubi Azərbaycan əhalisinin öz hüquqları uğrunda apardığı mübarizə zorla yatırıldı, xalqın öz dilində danışan radiosu susduruldu və millətə divan tutuldu.

Cənubdakı qanlı hadisələr Şimali Azərbaycanda da geniş əks-səda verdi. Lap əvvəldən Təbrizdəki inqilabi hərəkata böyük ümidlə yanaşmış M.C.Bağırova proseslərin gedişi çox arzuolunmaz görünür. O, 1946-cı il dekabrın 20-də İ.V.Stalinə Güney Azərbaycanda baş verən hadisələr haqqında geniş hesabat göndərir. Bu məlumatın sonunda M.C.Bağırov Cənub hərəkatının səngiməməsi üçün 10 əməli təklif irəli sürür. Bu təkliflərin birincisi Cənubi Azərbaycan əhalisi arasında təbliğat aparmaq, radio və qəzet işini canlandırmağa aid idi. İ.V.Stalin bu təklifə cavab kimi mövcud beynəlxalq vəziyyəti bəhanə gətirərək birinci maddənin həyata keçirilməsinə icazə verməmişdi. Sənədlər göstərir ki, hadisələrdən az sonra Cənubi Azərbaycan üçün radio verilişlərini "Danışır Təbriz" adı ilə dirçəltmək mümkün olmuşdu. Çünki Cənubdan gələn siyasi mühacirlər Naxçıvanda məskunlaşdıqdan sonra onlar qısa müddət yenidən radio yayımına başlayır. Bu verilişlərdə hər cür əzab və işgəncələrə baxmayaraq, soydaşlarımızı inqilabi mübarizəni davam etdirməyə çağırış ruhu vardı.

Bu radiostansiya Naxçıvanda təxminən 20 gün fəaliyyət göstərdikdən sonra 1947-ci ilin yanvarında Bakıya köçürülür.

Redaksiya kollektivi Mərdəkanda "Yaşıl bağ" deyilən ərazidə məskunlaşır. Radionun işində Əli Tudə, Aşıq Hüseyn Cavan, Balaş Azəroğlu, Hökumə Billuri kimi istedadlar iştirak edirdilər. Cənubi Azərbaycan üçün böyük ürək yanğısı ilə hazırlanan yeni verilişlər silsiləsi sonralar Bakıdan deyil, təxminən Neftçala – Salyan rayonu ərazisindən, özü də güman edildiyinə görə, daim hərəkətdə olan gəmidən yayımlanırdı. Verilişləri Cənubi Azərbaycanın bir çox yerlərinə yayılan həmin radiostansiyanın 80-ci illərin ortalarınadək mövcud olduğu ehtimal edilir. Təəssüf ki, gizli şəkildə fəaliyyət göstərən və "Təbriz radiosu"nun ruhunu yaşatmaq istəyən həmin radiostansiya haqqında xatirələrdən başqa heç nə qalmamışdır. Təbrizdə isə indi «azərbaycanca» danışan radio mövcuddur və o, Cənubi Azərbaycan əhalisi üçün nəinki faydalı informasiya mənbəyi rolunu oynayır, əksinə, 1946-cı ildən sonra fars şovinizminin ideoloji ruporuna çevrilərək azərbaycanlıların milli şüurunu zəhərləyən, onların milli duyğularını kütləşdirən, ən əsası isə Azərbaycan dilini eybəcərləşdirib gözdən salan bir vasitəyə çevrilmişdir.

Bərpa dövrünün radiosu

Müharibədən sonra bütün ölkənin qarşısında dağılmış iqtisadiyyatı bərpa etmək, xalq təsərrüfatını dirçəldib inkişaf etdirmək vəzifəsi dayanırdı. 1946-cı ildə SSRİ Ali Soveti dördüncü beşillik plan haqqında qərar qəbul etmişdi, həmin plana əsasən, ölkədə radio və radiotexnikanın da inkişaf etdirilməsi, müharibədən əvvəlki dövrə nisbətən radioqəbuledici şəbəkənin 75 faiz genişləndirilməsi nəzərdə tutulurdu.

Radio qarşısında ən vacib vəzifə kimi əhalini beşillik planın yerinə yetirilməsinə səfərbər etmək və daha geniş təbliğat işi aparmaq idi. Bərpa dövrünün əmək qəhrəmanlığı nümunələrinin qabarıq şəkildə işıqlandırılması və quruculuq vəzifəsinin hər bir dinləyiciyə aydın şəkildə izah edilməsi problemi də radionun vəzifələri sırasında idi.

Azərbaycan radiosu dövrün havası ilə nəfəs alır və bu ab-havanı efirdən cəmiyyətə yayırdı. Cəmiyyətdə isə müharibədən sonra şəxsiyyətə pərəstişin doğurduğu qorxu xofu daha da genişlənirdi. Bu ab-hava radioda da hökm sürürdü. Jurnalistlər suyu üfürə-üfürə içirdilər. Çünki efirdə yerinə düşməyən adicə bir söz, cümlə, hətta musiqi parçası insanların taleyini həll edirdi. Belə hallar isə istisna deyildi. Məsələn, 1953-cü ilin axırlarında SSRİ xalqlarının musiqisindən ibarət konsertdə təsadüfən efirə gedən gürcü mahnısında Beriyaya rəğbət motivi olduğuna görə qiyamət qopmuşdu. Radio

işçiləri əvvəlcə Dövlət Təhlükəsizlik Komitəsində, sonra isə Mərkəzi Komitədə danlağa və cəzaya məruz qalmışdılar. Bu "diqqətsizliyə" görə radionun bir neçə təcrübəli əməkdaşı işdən azad edilmişdi (31; 39).

Əlbəttə, bütün bunlara baxmayaraq, radioda verilişlərin sayı və diferensiasiyası artır, xüsusən informasiya, musiqi, uşaq və gənclər üçün proqramlar tədricən artırdı. Şübhəsiz ki, verilişlərin kəmiyyət və məzmunca inkişafı Azərbaycan radiosunun maddi-texniki bazasını da yaxşılaşdırmağı tələb edirdi. UİK(b) P MK-nın 1947-ci il yanvarın 25-də qəbul etdiyi «Mərkəzi radio verilişlərini yaxşılaşdırmaq haqqında qərarı» bu prosesə təkan verdi. Həmin qərar proqramların məzmununa təsir etməklə yanaşı, texniki yeniliklər üçün də imkanlar açdı. 1949-cu ildən elektromaqnit səsyazma texnikasının istifadəyə verilməsi, 1951-ci ildə Azərbaycan radiosunun 2-ci proqramının yaradılması, elə həmin il ölkənin Qərb rayonlarına yayımı maneəsiz çatdırmaq üçün Gəncə – Xanlar arasında yeni radioötürücü mərkəzin tikintisinə başlanması bu sahədə mühüm addım oldu.

1953-cü ildən isə maqnit lentinin daha geniş tətbiqi radionun tarixində yeni keyfiyyət mərhələsi açdı. Bu texniki yenilik verilişlərin formaca zənginləşməsinə, montaj imkanlarının artmasına, canlı reportaj və müsahibə kimi informasiya janrlarının daha geniş yayılmasına şərait yaratdı. Radio proqramlarının təqdimatında yeni, daha cazibədar formalar özünü göstərdi. Tədricən mürəkkəb kompozisiyalı verilişlər üzə çıxdı, radiotamaşaların əvvəlcədən lentə yazılıb montaj olunması asanlaşdı. Tamaşanı lentə yazıb üzərində yaradıcılıq işi aparmaq radioteatrı yeni keyfiyyət mərhələsinə çıxardı.

Bu dövrdə S.Vurğunun "Xanlar", İ.Əfəndiyevin "Bahar suları", Ə.Məmmədxanlının "Şərqin səhəri", İ.Qasımovun "Xəzər üzərində şəfəq" pyeslərinin montajı ilk dəfə efirdə səsləndi. Artıq radionun texniki imkanları bu əsərlərə öz estetik prinsipləri baxımından yaradıcılıqla yanaşmağa imkan verirdi.

İlkin səhnələşdirilmələrdən fərqli olaraq lentə yazılmış radiotamaşalarda müəyyən forma, məqsədyönlü müəllif və rejissor işi özünü göstərirdi. Rejissorlar hər hansı nəsr, yaxud dram əsərini efir üçün səhnələşdirərkən onu radionun spesifikasına uyğunlaşdırmağa çalışır, həm də dinləyicini daha çox maraqlandırmaq üçün bəzən əsərin ən dramatik hissələrini montaj yolu ilə ön plana çəkirdilər. Müəyyən situasiyalarda hər bir surətin vəziyyəti romanlarda olduğu kimi, geniş deyil, qısaca şərh edilirdi. Dialoji nitqdə danışıq qısa, yığcam şəkildə, təktərkibli və yarımçıq cümlələrlə verilir, əsərin daha yaxşı qavranması əsas götürülürdü. C.Cabbarlının "1905-ci ildə" və "Almaz" (1954), M.Rahimin "Sayat Nova" (1957), N.Nərimanovun "Bahadır və

Sona" (1958), S.Rəhimovun "Mehman" (1959), M.S.Ordubadinin "Qılınc və qələm" (1959) əsərləri məhz bu prinsiplə "səhnələşdirilmişdi".

Artıq müəyyən estetik prinsiplərə yiyələnmiş Azərbaycan radiodramaturgiyası 50-ci illərin ortalarında dünya xalqları ədəbiyyatının ən yaxşı nümunələrinə müraciət edir. Qoqolun "Müfəttiş" (1952), Qriboyedovun "Ağıldan bəla" (1954), Puşkinin "Yevgeni Onegin" və "Qaraçılar" (1956), Şekspirin "Qış nağılı" (1956), Şillerin "Vilhelm Tell" (1958), Bayronun "Abidos gəlini" (1958) və başqa əsərlər Azərbaycan radioteatrının repertuarını daha da zənginləşdirir. Radioteatrın belə sürətli inkişafı, həm də radioya gəlmiş istedadlı rejissorların zəhməti sayəsində mümkün olmuşdu. 50-ci illərin əvvəllərində Səftər Turabov, Rauf Kazımovski, Arif Babayev, Ağəli Dadaşov, Kamil Rüstəmbəyov kimi tanınmış rejissorların fəaliyyəti radioteatrda bir çox parlaq əsərlərin meydana çıxmasına şərait yaratmışdı. Məsələn, həmin illərdə Rauf Kazımovskinin dahi Ü.Hacıbəyovun "Arşın mal alan", "O olmasın, bu olsun" əsərlərini radioda tamaşaya "qoyması" mühüm hadisə idi. Onun N.Hikmətin "Kəllə" əsərini də radio üçün səhnələşdirməsi geniş rezonans doğurmuşdu. Bu tamaşalarda M.A.Əliyev, Ə.Ələkbərov, B.Şəkinskaya, H.Qurbanova kimi görkəmli səhnə ustaları iştirak edirdilər.

50-ci illərin axırlarına yaxın radiodramaturgiyamızda mühüm keyfiyyət dəyişikliyi baş verdi. İndiyədək bütün teatr tamaşalarının studiyada aparılmış radiomontajında getdikcə aydın olurdu ki, müşahidəçi rolunu oynayan, yalnız iştirakçılar və məkan haqqında informasiya vermək funksiyasını yerinə yetirən aparıcı obrazı radiotamaşada hadisələrin dinamik inkişafına xələl gətirir. Aparıcıdan xilasolma sahəsində ilk addım 1958-ci ildə atıldı. L.Tolstoyun "Canlı meyit" pyesinin radiotamaşasını hazırlayan rejissor Mehdi Məmmədov əsərin səhnə variantından uzaqlaşaraq onu məhz radionun "görünməz səhnə"sinin tələblərinə uyğunlaşdırdı. Rejissor aparıcı köməyindən imtina edərək hadisələr arasında əlaqə yaratmaq funksiyasını əsas obrazlardan birinə – Fedya Protasova həvalə etdi. Beləliklə, obraz hadisələri danışır, onlara müdaxilə edir və süjet bütövlüyünə şərait yaradırdı. Əsərin formasına və obrazların dialoqlarına sırf radioluq xüsusiyyəti aşılayan bu eksperiment tezliklə özünü doğrultdu.

Maqnit lentinin tətbiqi xəbər proqramlarının daha maraqlı və əlvan bir tərzdə təqdiminə də şərait yaratdı. 1954-cü ilin yanvarından başlayaraq "Son xəbərlər" proqramında maraqlı yaradıcılıq meyilləri duyulmağa başlayır. Operativlik, canlı reportajlar artır, dinləyici rəylərinə istinadlar çoxalır. Bütövlükdə efirdə daha çox öyrədici-maarifçi proqramların üstünlüyü duyulmağa başlayır. "Həftənin

yenilikləri", "Azərbaycan şəhərləri", "Müəllim məsləhəti", "Radio dinləyicilərinin beynəlxalq məsələlərə dair suallarına cavab" tipli auditoriya ilə ünsiyyət və peşəkarlıq baxımından diqqəti cəlb edən radioproqramlar meydana çıxır.

1953-cü ildə Radio Komitəsinin təşkilat quruluşunda dəyişiklik edildi. Ümumittifaq səviyyəsində aparılmış dəyişkliyə uyğun olaraq Azərbaycanda da radio Mədəniyyət Nazirliyinin tərkibinə verildi və Radioməlumat Baş İdarəsi adlandırıldı. 50-ci illərin ortalarında bütün sovet radiosu üçün, eləcə də Azərbaycan efiri üçün teatr tamaşalarının translyasiyasının artması, bədii əsərlərin radio üçün "səhnələşdirilməsi» və bir də informasiya proqramlarının çevikliyinin, operativliyinin yüksəldilməsi aparıcı tendensiyalar idi. Əlbəttə, tez-tez sənaye mövzusunda verilən quru istehsalat reportajları, cansıxıcı söhbətlər, zavod-fabrik publisistikası, kənddən aramsız gələn kolxoz xəbərləri də radionun "məhsulu" idi və efirə ağırlıq gətirən belə verilişlər dinləyiciləri yorur, darıxdırırdı. Bu yaradıcılıq tənəzzülü elə bir vaxtda baş verirdi ki, qarşıdan radioya doğru t e l e v i z i y a adlı nəhəng bir rəqib gəlirdi.

Artıq 1954-cü il sentyabrın 2-də Bakıda təntənəli şəkildə Televiziya Mərkəzinin təməli qoyulmuş və sürətli tikinti işləri gedirdi. Bu o demək idi ki, artıq Azərbaycanda da televiziyanın hənirtisi duyulurdu.

Televiziya ilə yanaşı...

Əgər Azərbaycan radiosu 20-ci illərin axırlarında texniki vasitədən təbliğat-təşviqat alətinə çevrilmişdisə, 30-cu illərdə özünü təsdiq edərək ictimai vəzifənin dərk olunması mərhələsinə qədəm qoymuşdusa, müharibə dövründə daha çox informasiya vasitəsi kimi auditoriyasını xeyli genişləndirmişdi. Artıq 50-ci illərin ortalarında Azərbaycan radiosu spesifik imkanların dərk olunması dövrünü yaşayırdı. Bu əlamət özünü radio verilişlərindəki forma və janr müxtəlifliyində, radionun özünün strukturunda və proqramların diferensiasiyasında daha aydın göstərirdi.

1956-cı ildə Azərbaycan televiziyası kütləvi verilişlərə başlayandan sonra radio da öz inkişafında çox mühüm mərhələyə qədəm qoydu. O, bir tərəfdən çevik informasiya vasitəsi olduğunu, heç bir sərhəd bilmədən yayılmaq imkanını saxladığını sübut etdi, habelə qəzet, televiziya və sənədli-xronikal kino ilə birlikdə kütləvi informasiya vasitələri sistemində öz yerini dəqiqləşdirdi.

Partiyanın Stalinin şəxsiyyətə pərəstişi pisləyən 20-ci qurultayının ölkə həyatının bütün sahələrinə gətirdiyi yeniləşmə

radionun da sonrakı inkişafına ciddi təkan verdi. 50-ci illərin ortalarından başlayaraq N.S.Xruşşovun bir qədər impulsiv səciyyə daşıyan siyasi islahatları nəticəsində Sovet idarəetmə sistemindəki stereotiplər müəyyən dərəcədə dağılır və cəmiyyətdə ictimai şüurun inkişafına təkan verən mütərəqqi meyillər yaranmağa başlayırdı. Məşhur qurultaydan sonra əhali arasında "NKVD" xofu nisbətən dağılmağa başlayırdı. Xalq dünənə qədər bütləşdirdiyi "xalqlar atası" Stalinin heykəllərini indi böyük ruh yüksəkliyi ilə uçub dağıdırdı. "Böyük rəhbər"in kütləvi cinayətləri üzə çıxarılırdı. Partiyanın qərarlarını təbliğ edən radio da xalqın gözünü açmaq, onu məlumatlandırmaq üçün siyasi cəhətdən kəskin materiallar verirdi. Amma bu dövrdə eyni zamanda ölüb getmiş, siyasi səhnəni tərk etmiş sovet liderini söymək ənənəsinin də əsası qoyulurdu. Təəssüf ki, bu işdə də radiodan bir vasitə kimi istifadə olunurdu.

1956-cı ildə Azərbaycan radiosu yaranmasının 30 illiyini qeyd etdi. Həmin yubiley ərəfəsində Bakıdan hər gün Azərbaycan, rus və erməni dillərində 19 saat veriliş yayımlanırdı. Azərbaycan radiosunda son xəbərlər, təbliğat, sənaye, kənd təsərrüfatı, uşaq və gənclər verilişlərindən əlavə, ədəbiyyat və musiqi proqramları da önəmli yer tuturdu. Radio sovet və xarici ölkə xalqlarının musiqi mədəniyyətini, dünya ədəbiyyatı və dramaturgiyasını təbliğ etməyin, dinləyicilərin bədii-estetik zövqünü formalaşdırmağın ən kütləvi vasitələrindən biri kimi öz əhəmiyyətini saxlayırdı. Həmin dövrdə respublika radiosunda verilişlərin ümumi həcminin üçdə bir hissəsini musiqi təşkil edirdi. Hər gün efirə 12-15 konsert proqramı verilirdi. Musiqi haqqında söhbətlər və mülahizələr, musiqi oçerkləri, "Bilirsinizmi?", "Musiqini necə başa düşməli", "Tapmaca konsertlər" mövzusunda maarifləndirici verilişlər dinləyicilər arasında böyük rəğbət qazanmışdı.

Ümumiyyətlə, həmin illər musiqi sahəsində xüsusi məhsuldarlıq müşahidə olunurdu. Radio bəstəkar və xalq yaradıcılığının ən yaxşı nümunələri hesabına öz fondunu zənginləşdirirdi. Azərbaycan bəstəkarlarının yüzə qədər musiqi əsəri orkestr və ansambllar üçün hazırlanmışdı. Moskvadan və Kiyevdən alınan sovet və xarici musiqi əsərləri də repertuarın zənginləşməsinə kömək etmişdi.

Radionun 25 il əvvəl yaradılmış xalq çalğı alətləri orkestri öz fəaliyyətini uğurla davam etdirirdi və indi bu peşəkar kollektivə əməkdar incəsənət xadimi Səid Rüstəmov rəhbərlik edirdi. Bəstəkarlardan Fikrət Əmirov, Süleyman Ələsgərov, Əşrəf Abbasov, Ağabacı Rzayeva, Hacı Xanməmmədov, Qəmbər Hüseynli və başqaları vaxtilə bu orkestrdə çalışıb yetişmişdilər (69, s. 59).

Ədəbi-dram verilişlərinin də sayı xeyli artmışdı. Radio maarifçilik funksiyasını yerinə yetirərək Azərbaycan, rus, klassik və

müasir, habelə xarici ədəbiyyatın ən yaxşı nümunələri ilə öz dinləyicilərini müntəzəm surətdə tanış edirdi. "Teatr mikrofon qarşısında" seriyalı verilişlər dinləyicilər arasında getdikcə daha böyük rəğbət qazanırdı. Respublika sakinləri çox vaxt yazıçılarımızın yeni əsərlərini doğma dilimizdə ilk dəfə radio vasitəsilə eşidirdilər. Dövrün tanınmış qələm sahibləri Səməd Vurğun, Süleyman Rüstəm, Rəsul Rza, Mehdi Hüseyn, Məmməd Rahim, Osman Sarıvəlli, Zeynal Xəlil, İlyas Əfəndiyev, Mirvarid Dilbazi, Nəbi Xəzri və başqalarının müxtəlif ictimai-siyasi hadisələr və ildönümləri münasibətilə çıxışları dinləyicilərdə xoş ovqat yaradırdı. Söz adamları, həmçinin bəstəkarlar və rəssamlar ayda bir dəfə efirə gedən "Ədəbiyyat və incəsənət" radiojurnalında çıxış edir, yeniliklər və yaradıcılıq planları barədə danışırdılar.

1957-ci ilin mayında radio tabeliyində olduğu Mədəniyyət Nazirliyindən alındı və SSRİ Nazirlər Soveti yanında Dövlət Radio Verilişləri və Televiziya Komitəsi yaradıldı. Azərbaycanda da eynilə belə bir addım atıldı. Əlbəttə, bu struktur islahatı, ilk növbədə, cəmiyyət həyatında radionun hələ də aparıcı rol oynadığını təsdiq edirdi. Hətta artıq televiziyanın müəyyən addımlar atmasına baxmayaraq, hələ də radionun fəaliyyəti daha çox diqqət mərkəzində idi.

Partiyanın 20-ci qurultayından sonra radio vasitəsilə "Altıncı beşilliyin qabaqcıl adamları" mövzusunda oçerklər seriyası verilməyə başlandı. Bayram Bayramov, Vidadi Şıxlı, Həmid Axundov, İmran Qasımov, Rauf İsmayılov, Hacıağa Cümşüdov və b. o dövrdə, əsasən, tərənnüm səciyyəli oçerklər yazırdılar.

Bütün bunlara baxmayaraq, Azərbaycan radiosunun işində ciddi nöqsanlar var idi və o özünü, ilk növbədə, radionun informasiya və ictimai-siyasi proqramlarında göstərirdi. Bu verilişlər nadir hallarda parlaq publisistik nümunələr meydana çıxarırdı. Efirdə çox vaxt xırda və əhəmiyyətsiz hadisələrə həsr edilən səthi yazılar oxunurdu. Xüsusən informasiya işi axsayırdı. Müəyyən qəliblər əsasında hazırlanan xəbərlər yeknəsəq və cansıxıcı idi, dinləyicidə heç bir maraq oyatmırdı. Efirə gedən xəbər və reportajların təxmini mövzusu və quruluşu belə idi:

Δ filan mədəndə partiyanın hansısa qərarından və ya şüarından ruhlanaraq, həm də sosializm yarışını gücləndirərək hansısa quyuları təmir ediblər.

Δ hansı kolxozdasa pambıq cücərməyə başlayıb və kolxozçular da neftçilərdən geri qalmayaraq yüksək məhsul uğrunda mubarizə aparırlar və s.

Belə darıxdırıcı xəbərlərin arasında bəzən işıqlı xəbərlər də

olurdu ki, bu da əsasən ədəbiyyat, mədəniyyət, musiqi sənəti və s. ilə bağlı süjetlərdə öz əksini tapırdı. Amma təəssüf ki, bəzi ədəbiyyat, sənət, musiqi ilə bağlı efir materiallarını da siyasiləşdirirdilər. 50-ci illərin əvvəllərində radioda çalışmış, yaradıcılıq taleyi ekran və efirlə sıx bağlı olmuş tanınmış jurnalist-tədqiqatçı Hacı Hacıyev xatırlayırdı ki, o vaxtlar xüsusən musiqini siyasiləşdirməyə çalışırdılar. İstər şairlər, istərsə də bəzi bəstəkarlar mahnılarına siyasi rəng qatırdılar. Məsələn, bir şair "Çıxaq bir az MTS-dən yuxarı" deyirdi, digər bir şair də "Neftçi qız" mahnısında "Arzum budur, çıxardığın qara neft Volqaboyu şəhərlərə daşına" deyə "orijinallıq" edir, aşıq isə gözəl xalq melodiyasının üstündə "İşıqlıdır lampaları kolxozun" söyləyirdi.

1960-cı il yanvarın 29-da Sov. İKP MK "Sovet radio verilişlərini yaxşılaşdırmaq haqqında" qərarı qəbul etdi. Bu qərarda radionun quruculuq illərindəki rolu qiymətləndirilməklə yanaşı, onun yeni konsepsiyası təklif olunur və radionun işindəki əsas nöqsanlar da göstərilirdi. Məsələn, deyilirdi ki, dinləyicilərlə canlı, inandırıcı və konkret söhbətlər aparmaq, sərbəst və səmimi danışmaq əvəzinə, çox zaman radioverilişləri quru, rəsmi səciyyə daşıyır, maraqlı faktlar ümumi mühakimələrlə əvəz edilir. Bu qərarda siyasi proqramların aşağı səviyyəli olması, zəif musiqi əsərlərinin və ədəbi nümunələrin radio proqramlarına yol tapması da tənqid edilirdi.

Əlbəttə, qərarda sadalanan nöqsanlar Azərbaycan radiosuna da aid idi və təəssüf ki, xüsusən ictimai-siyasi verilişlərdə jurnalistlərdən asılı olmadan bu nöqsanlar uzun müddət davam etdi. Lakin 60-cı illərdən başlayaraq Azərbaycan radiosunda bəzi struktur və yaradıcılıq islahatlarının aparılması da təsirsiz qalmadı. Tədricən radioda yeni yaradıcılıq dalğası özünü göstərməyə başladı. Bu illərdə radioda janr müxtəlifliyi və operativlik xeyli artdı, xüsusən sənədlilik özünün daha yetkin pilləsinə qədəm qoydu, verilişlərin coğrafiyası genişləndi.

Bu dövrdə radionun səyyar briqadalarının işi və onların hazırladığı "Radio axşamları" xeyli cəlbedici mənzərə yaradırdı. Radionun tarixində ən böyük verilişlərdən sayılan və geniş təsir gücünə malik bu proqramlar bilavasitə yerlərdə hazırlanır, ayrı-ayrı əmək kollektivlərinə həsr olunurdu. Artıq televiziya ilə rəqabət də öz məcrasına düşürdü. Daha doğrusu, xarici ölkələrdəki ciddi rəqabət abhavasından fərqli olaraq sosialist cəmiyyətində dövlət özü televiziya və radionu büdcədən maliyyələşdirməklə onları eyni cığırla irəli aparırdı. Elə buna görə də 50-ci illərin axırlarında radio və televiziya vahid bir qurumda birləşdirildi və onların hər ikisinin tarixində mühüm rol oynamış parlaq şəxsiyyət, yüksək intellekt sahibi Teymur Əliyev bu quruma rəhbər təyin olundu. Bu təyinat ekranda və efirdə böyük canlanma yaratdı.

Radio 60-70-ci illərdə

Bu dövr radionun həyatında həm ictimai-siyasi, həm musiqi və bədii-əyləncə, həm informasiya proqramlarının artması və keyfiyyətcə yeni mərhələyə qədəm qoyması, həm də radioteatrın dramaturgiyanın müstəqil bir sahəsinə çevrilməsi, bütövlükdə isə radiojurnalistikanın cilalanması ilə səciyyəvidir. Bu illərdə publisistik proqramlar artır, verilişlərdə sənədliliyə meyil güclənir, proqramların coğrafiyası genişlənir. Digər tərəfdən, radio ilə bağlı tədbirlərin və elmi tədqiqatların genişlənməsi radionun yeni yaradıcılıq imkanlarının meydana çıxmasına, verilişlərin forma və janrca cilalanmasına, bədii-estetik səviyyəyə yüksəlməsinə təkan verdi.

Həmin illər verilişlərin diferensiasiyası sahəsində gedən proseslər daha da genişlənir. Cəmiyyətdəki mövcud sosial qrupların marağına, yaşına, dünyagörüşünə uyğun yeni verilişlər meydana çıxır. "Dünya həftə ərzində", "Qitədən-qitəyə", "Müasirlərimizin radio portreti", "Kənd saatı", "Ədəbiyyat salonu", "Arı", "Axşamınız xeyir!" kimi ümumi maraq doğuran verilişlərlə yanaşı, sırf konkret auditoriyaya yönəldilmiş "Ulduz", "Bilik", "Evrika", "Xoruz baba" kimi maraqlı proqramlar efirdə səslənməyə başlayır. Verilişlərin konkret auditoriyaya ünvanlanması dinləyicilərin də seçmək imkanını asanlaşdırırdı. 1961-ci ildə respublika radiosunun 3-cü proqramının işə başlaması dinləyicilərin veriliş seçib dinləmək imkanlarını daha da artırdı.

60-cı illərdə Ümumittifaq radiosunda informasiya sahəsində xüsusi siyasətin yeridilməsi, yəni bu proqramların say etibarilə artırılması, forma və məzmunca zənginləşdirilməsi prosesi Azərbaycan radiosuna da öz təsirini göstərdi. Bir tərəfdən Moskva radiosunda gedən proseslər, digər tərəfdən isə respublikanın öz ictimai-siyasi həyatı, təsərrüfat və mədəniyyət quruculuğunun geniş vüsəti, beynəlxalq aləmdə baş verən proseslər və bunların sürətli inkişafı dinləyicidə informasiyaya tələbatı xeyli artırmışdı. Bu tələbatın ödənilməsi üçün radiojurnalistlər müxtəlif formalar axtarırdılar. Habelə operativ və tematik informasiya proqramlarına geniş yer verilirdi. Beynəlxalq mövzuda ilk proqramların, o cümlədən "Dünya həftə ərzində" adlı analitik ictimai-siyasi proqramının yaranması mühüm irəliləyiş idi. Bu verilişlər öz şərhçilərini tapmışdı. Qənbər Hüseynov, Şirməmməd Hüseynov, Bəhram Rəcəbov, Bilal Muradov kimi şərhçilər beynəlxalq həyatın ən aktual mövzularını təhlil edirdilər. O vaxtlar yalnız Moskvadan göndərilən beynəlxalq icmalların tərcüməsini səsləndirən radio üçün yerli şərhçilərin hər hansı hadisə

barədə çıxışlarını verməsi irəliyə doğru addım idi.

Bu dövrdə gənclər üçün proqramların, xüsusən diskussiyaların artması və məzmunca yaxşılaşması da diqqəti cəlb edirdi. Məsələn, «Kənd, gənclik, problemlər» mövzusunun müzakirəsi böyük rezonans doğurmuşdu. Bundan başqa 60-cı illərin ortalarında efirə çıxmış «Ailə və gənclik», «Sən nə üçün yaşayırsan?», «Gənclik və zaman», «Səadət nədir?» adlı silsilə verilişlər gənclərin, hətta yaşlıların geniş müzakirəsinə səbəb olmuşdur (25, s. 14-15). Bu dövrdə efirə çıxan yeni mövzular bəzən yeni veriliş formaları yaradırdı. Məsələn, radio müsahibələri, «Radionun mədəniyyət universiteti»nin verilişləri, «Radio xalq teatrı»nın çıxışları buna misal ola bilərdi.

Artıq 60-cı illərin əvvəllərində Avropanın aparıcı radioları informasiyanın qeyri-standart formada təqdimatı üçün eksperimentlər aparır, ayrıca informasiya kanalları açırdılar. Bu rəqabətdən kənarda qalmamaq üçün Sov. İKP MK "Radio ilə verilən informasiyanı yaxşılaşdırmaq haqqında" (1964-cü il 24 iyun) xüsusi qərar qəbul etdi. Bu qərardan təxminən bir ay sonra, avqustun 1-dən Ümumittifaq radiosunun 2-ci proqramının əsasında sutkalıq "Mayak" xəbərlər və musiqi proqramı fəaliyyətə başladı.

Əslində «Mayak»ın efirə çıxması əvvəlki fəsildə haqqında ətraflı danışdığımız «soyuq müharibə»nin məhsulu idi. Çünki xarici radioların dalğalarını «zərərsizləşdirmək», onları eşidilməz hala salmaq üçün çəkilən xərclər və aparılan texniki tədbirlər özünü çox da doğrultmurdu. Məsələn, hələ SSRİ Rabitə Nazirliyi 60-cı illərin əvvəllərində Sov. İKP MK-ya ünvanladığı məlumatında bildirirdi ki, xarici səsləri «boğmaq» üçün ölkədə 1660 radiostansiya «çalışırdı». Bu, böyük xərc və enerji apardığından nazirlik «düşmən radiotəbliğatdan» yaxa qurtarmaq üçün faydalı üsul kimi sovet dinləyicilərinə daha maraqlı verilişlər, çoxproqramlı radio, o cümlədən ayrıca musiqi kanalı yaratmağı təklif edirdi (81, s. 586-591). «Mayak» məhz bu zərurətdən yarandı.

Müttəfiq respublikaların radiolarında da eynilə «Mayak» tipli radiostansiyalar yaradıldı. Məhz bu dalğada 1964-cü il oktyabrın 15-də Azərbaycan radiosunun ayrıca kanalı kimi "Araz" xəbərlər və musiqi proqramı efirə çıxdı. "Araz"ın çağırış musiqisini böyük bəstəkar Fikrət Əmirov bəstələmişdi və bu çağırış-musiqi hər gün Azərbaycanın səsini yaxın-uzaq ölkələrə yayır, dinləyicilərə ən son xəbərləri çatdırırdı. Ayrıca musiqi və informasiya proqramı kimi düşünülmüş "Araz" ilk vaxtlar dinləyicilərə 4 saat veriliş təqdim edirdi. Tədricən radionun birinci proqramı ilə gedən verilişlər də "Araz"da təkrar edilməyə başladı.

* * *

Dinləyicilərə yeni radiostansiya tipi kimi təqdim edilən "Araz"ın ilk addımlarında Teymur Əliyev, Ənvər Əlibəyli, Hacı Hacıyev, Sabir Axundov, Aydın Qaradağlı, Valid Sənani, Yalçın Əlizadə, Hidayət Səfərli, Altay Zahidov, İlyas Adıgözəlov, Zöhrab Zeynalov, Soltan Nəcəfov, Fatma Cabbarova, Rauf İsmayılov və başqalarının səmərəli əməyi oldu.

İnformasiya proqramlarını daha operativ, maraqlı etmək sahəsində axtarışlar onunla nəticələndi ki, radionun birinci proqramındakı əsas xəbər buraxılışının strukturu və adı dəyişdirildi. Uzun illər "Son xəbərlər" adı ilə efirə gedən bu baş xəbər proqramı 1966-cı il iyunun 13-dən "Günün səsi" adı ilə efirə çıxmağa başladı. Əlbəttə, radiodakı bu ən iri xəbərlər bülletenindəki dəyişiklik təkcə onun adına və həcminə aid deyildi. Proqramın daxili quruluşu da əsaslı dəyişikliyə uğramış, yerlərdən verilən reportajlar, müxbir söhbətləri, müsahibələr və şifahi xəbərlər daha yığcam və konkret, mövzu baxımından daha əhatəli olmuşdu. İndi operativliyə, gündəlik hadisələrin saatbasaat izlənməsinə xüsusi diqqət yetirilirdi. Həmin dövrdə radionun nəbzi, demək olar ki, xəbərlər proqramlarında döyünürdü. Bu proqramlara dinləyici marağı xeyli artmışdı. İnformasiyaya dinləyici marağı və tələbatının artmasını belə bir faktdan da aydın görmək olar ki, əgər 1950-ci ildə efirdə Azərbaycan dilində cəmi 4 dəfə "Son xəbərlər" səslənirdisə, 1968-ci ildə radionun "Son xəbərlər" redaksiyası hər gün I proqramla və "Araz" proqramı ilə 24 dəfə efirə çıxırdı.

Musiqi və dram verilişləri də inkişaf edirdi. Bəsit musiqi əsərlərinin radio proqramlarına yol tapması, yeni ifaçıların, bədii özfəaliyyət kollektivlərinin verilişlərə cəlb edilməsi sahəsindəki nöqsanlar tədricən aradan qaldırılırdı. 60-cı illərin ortalarında radio və televiziyanın Kamera orkestrinin təşkili, "Qaya" vokal kvartetinin yaradılması, estrada musiqisinin və simfonik musiqinin təbliği sahəsində radionun imkanlarını artırdı. Azərbaycan radiosunun ilk illərində onun musiqi fondu cəmi 40 ədəd qrammofon valından ibarət idisə, artıq 1950-ci ildən rəsmən fəaliyyətə başlayan fonotekada 4 ildən sonra 1000-dən çox lent yazısı toplanmışdı. 1968-ci ildə radionun fonotekasında 24 minə qədər, 1980-cı ildə isə 40 mindən çox musiqi əsərinin lent yazısı saxlanırdı. Bu gün radionun fonotekasında təkcə Bülbül, Rəşid Behbudov, Şövkət Ələkbərova və Gülağa Məmmədovun üst-üstə 1500-ə yaxın lent yazısı vardır. 70-ci illərin ortalarında Azərbaycan klassik və xalq musiqisinin ən yaxşı nümunələrinin və parlaq teatr tamaşalarının lentə köçürülüb saxlanılması sahəsində məqsədyönlü iş aparılırdı.

Bu dövrün önəmli cəhətlərindən biri də efirdə radiotamaşaların, o cümlədən orijinal radiodramaturgiyanın inkişafının sürətlənməsi idi. Məhz həmin dövrdə bütün müttəfiq respublikaların radiosunda olduğu kimi, Azərbaycanda da "Radioteatr" şöbəsi yaradıldı. Efirdə müntəzəm olaraq orijinal yəni sırf radio üçün, onun ifadə imkanlarına uyğun yazılmış pyeslərin səsləndirilməsində müəyyən sistem yarandı. Radiopyes yazan müəlliflər yetişdirilməsi sahəsində də konkret tədbirlər görüldü. 1966-cı ilin dekabrında Moskvada radiodramaturqların birinci Ümumittifaq müşavirəsinin çağırılması, yeni janrın bir sıra aktual problemlərinin müzakirəsi, həmçinin Böyük Oktyabrın 50 illiyi münasibətilə teleradiopyeslər müsabiqəsinin keçirilməsi bu sahəyə marağı xeyli artırdı. Tanınmış yazıçılar radioya forma və məzmunca bir-birindən maraqlı olan radiopyeslər təqdim etdilər.



Rejissor Nazim Yüzbaşov onlarca radiotamaşaya efir həyatı verib.

Bu addımlar Azərbaycan radiosunda gedən proseslərə də öz təsirini göstərdi. Artıq hamıda belə bir qənaət yaranmışdı ki, "radio səhnə deyil, qəzet və jurnal səhifəsi də deyildir. Onun orijinal xüsusiyyətləri var. Bu xüsusiyyətlər nəzərə alınaraq" radio üçün əsərlər yazılmalıdır (25, s. 15-16). Artıq 1962-ci ildə Azərbaycan radiosunda "Qardaş torpağında" adlı ilk orijinal radiopyes səsləndirildi. Yazıçı Rauf İsmayılovun bu əsəri məhz radio üçün yazılmış, onun spesifik təbiətinə uyğunlaşdırılmış, aparıcısı olmayan, yalnız söz, musiqi və səs effektləri ilə hadisə və iştirakçılar haqqında təsəvvür yaradan, ən başlıcası isə bənzərsiz üsluba və dil materialına malik dramaturji nümunə idi. Bunun ardınca Anarın "Möcüzəli gecə" (1966), Ə.Əlibəylinin "Əbədiyyət" (1968), Ə.Xaspoladovun "Qan izləri" (1969) radiopyeslərinin efirə çıxması artıq Azərbaycanda orijinal radiodramaturgiyanın formalaşdığını sübut edirdi. R.Rza, İ.Səfərli, B.Vahabzadə, A.Babayev, S.Dağlı, Anar, Ə.Əylisli, R.İsmayılov kimi səhnənin və radionun imkanlarını yaxşı bilən yazıçıların bu sahədə qələmlərini sınaması işə böyük xeyir vermişdi.

Radiodramaturgiyaya artan maraq həm də o demək idi ki, müstəqil dramaturji forma və radio janrı kimi formalaşan radiopyeslər ədəbi qüvvələr üçün yeni yaradıcılıq meydanı açmışdı. Məsələn, uzun müddət Azərbaycan radiosunda çalışmış musiqişünas və rejissor Kərim Kərimov xatırlayır ki, o vaxtlar radiopyes dramaturgiyanın ən geniş

yayılmış janrlarından biri idi. Amma milyonlarla dinləyici üçün bu janrda əsər yaratmaq çox çətin idi. Çünki burada səhnə quruluşu, dekorasiya, aktyorun mimikası və plastik hərəkəti yoxdur, onun tembr zənginliyi və deklomasiya məharəti əsas yer tutur. Mətn isə çox yığcam və təsirli olmalıdır. Radioda işləyən yazıçılar, şairlər və jurnalistlər bu xüsusiyyətləri yaxşı bildikləri üçün daha çox uğur qazanırdılar. Bu sahədə mən də qələmimi sınayıb, "Mond restoranından qoca" adlı radiopyes yazdım. Bu pyes radioda gedəndən sonra biz yüzlərlə dinləyicidən məktub aldıq və verilişi onların xahişi ilə dəfələrlə təkrar etdik. Xanəndə Seyid Mirbabayevin acı taleyindən bəhs edən bu hekayət dinləyicilərin böyük marağına səbəb oldu. Azərbaycanda az adam tapılardı ki, bu hekayəti eşitməsin. Xüsusilə xanəndənin dolğun obrazını yaradan görkəmli aktyor Ağadadaş Qurbanovun misilsiz ifa tərzi hamını valeh etmişdi. Onun lentə yazılmış bu pyesdəki rolu radiomuzun qızıl fonduna daxil olmuşdur" (31, s. 88-89).

Böyük Oktyabr sosialist inqilabının 50 illiyinə, V.İ.Leninin 100 illik yubileyinə hazırlıq dövrü ilə bağlı tədbirlərin keçirilməsi sovet radiosunun yeni yaradıcılıq imkanlarının meydana çıxmasına, verilişlərin janr və forma xüsusiyyətlərinin daha dəqiq araşdırılmasına təkan verdi. Oktyabr inqilabının 50 illiyinə həsr olunmuş "Sovet respublikalarının radio festivalı" öz əhatəliliyinə və sanbalına görə ən böyük radio tədbiri idi. Xüsusi pafosu olan bu yubiley tədbirləri Azərbaycan radiosu üçün də müəyyən mənada növbəti yaradıcılıq sınağına çevrildi.

Azərbaycan KP MK-nın «Dövlət Radio Verilişləri və Televiziya Komitəsi haqqında» 1969-cu il 30 sentyabrda qəbul etdiyi qərar və 1970-ci ildə teleradionun təşkilat quruluşunda onun dövlət statusunu artırmaq üçün edilən bir sıra dəyişikliklər (respublika Nazirlər Soveti yanında Radio və Televiziya Komitəsi, Nazirlər Sovetinin «Televiziya və Radio Verilişləri Komitəsi»nə çevrildi) bütövlükdə radionun da fəaliyyətinə müsbət təsir göstərdi. Yaradıcılıq problemlərinin həllində konkret addımlar atıldı və bunun nəticəsində efirə ictimai-siyasi və bədii məzmunlu bir sıra yeni verilişlər çıxdı. Həmin dövrün populyar yubiley verilişləri olan "Mən fəhləyəm", "Yazıçı və zaman", "Kəndimizin səhəri", "Arzu", musiqi poçtu, "Teatr mikrofon qarşısında" və s. proqramlar 80-ci illərin sonlarınadək efirdə möhkəm yer tuta bildi.

Bu dövrün daha bir əlamətdar cəhəti verilişlərə partiya nəzarətinin artmasında özünü göstərirdi. Televiziya ilə yanaşı radio ideoloji təbliğat işinin tərkib hissəsi və kütlələri «sosializm quruculuğuna» geniş səfərbər etmək vasitəsi sayılırdı. Partiya bu işin daha səmərəli

olması üçün konkret yollar da göstərirdi. Məsələn, «Respublika televiziya və radiosunun verilişlərində sosializm yarışının işıqlandırılması haqqında» Azərbaycan KP MK-nın 1973-cü il noyabr tarixli qərarında teleradio yayımının konkret nöqsanları göstərilir və qeyd olunurdu ki, verilişlər şablon və birtərəfli xarakter daşıyır, sosializm yarışının mühüm cəhətləri səthi işıqlandırılır, ümumi mülahizələr söylənilir. Həmin qərarda tövsiyə edilirdi ki, «verilişlərin ideya-siyasi, bədii, texniki və peşəkarlıq səviyyəsini yüksəltmək, onların geniş janr rəngarəngliyini təmin etmək lazımdır» (24, s. 129-131). Qərarda vəziyyətin düzəldilməsinin ən yaxşı yolu kimi redaksiyaların işinə ən yaxşı ədəbi, yaradıcı, elmi qüvvələrin geniş cəlb olunması, dinləyicilərlə müntəzəm görüşlərin keçirilməsi və onların rəylərinin daim öyrənilməsi göstərilirdi. Məhz bu qərardan sonra efirdə «Partiya təşkilatı və sosializm yarışı», «Natəvan» qızlar klubu, «Gəncliyin səsi», «Tələbə klubu», «Ulduz», «Sabahınız xeyir», «Rus dili» radioqəzeti, «Şəbəkə», «Ana» radiojurnalı və s. verilişlər səsləndi.

70-ci illərin ortalarından başlayaraq radio və televiziyanın maddi-texniki bazasını möhkəmləndirmək, yayımın keyfiyyətini yaxşılaşdırmaq məqsədilə Bakıda, Naxçıvanda, Stepanakertdə, Gəncədə, Sumqayıtda, Lənkəran, Şuşa və Göyçayda bir sıra tədbirlər görüldü. Artıq 1978-ci ildə respublikada 1 milyona yaxın radioqəbuledici cihaz və 457 radio nöqtəsi vardı. Azərbaycan radiosu 1975-ci ildə ayrıca proqramla hər gün orta hesabla 3 saat həcmində stereofonik veriliş təqdim edirdi.

Efirin çağlayan «Bulağ»ı

1969-cu ilin oktyabrında Azərbaycan radiosunun efirində indiyədək heç kimin eşidib-duymadığı, sanki əsrlərin bağrından qopub gələn və indi boz səhranın ortasında bulaq kimi çağlayan bir səs eşidildi. Bu səs lap qədimdən gəlirdi, əcdadların ruhunu oyadıb coşqun bir dalğa kimi özü ilə gətirirdi. Radio bu duru və oyanıq səsi şirin bir layla kimi dinləyicilərin duyğu və düşüncələrinə hopdururdu. Yaddaşları silkələyib oyadan bu səs uzun illər ərzində milli hissiyyatı, az qala korlaşmış Azərbaycan dinləyicisinə və efirə yeni nəfəs gətirən, hələ uzun illər xalq dilinin və milli ruhun daşıyıcısı olacaq, təbii ki, həm də radiomuzun tarixində yeni bir səhifə açacaq «Bulaq» verilişinin səsi idi.

Lacivərd damcıları ilə milyonların könlünü oxşayan «Bulaq» milli-fəlsəfi mahiyyətinə, yaradıcılıq palitrasına, dil və üslubuna, musiqi ilə sözün uyarlığına, aparıcılarının danışıq tərzinə, intonasiyasına görə Azərbaycan radiosunun tarixində bənzəri olmayan bir

hadisə idi. Hər bazar günü eyni vaxtda – saat 19.30-da efirə çıxan bu veriliş Azərbaycan dinləyicisini öz sehrinə salaraq onun yaddaşındakı bütöv xalq və qədim millət duyğularını oyadırdı. Efirə yeni dil, yeni tərz, əsl xalq ruhunu gətirən «Bulaq» milli şüurun dirçəlişinə öz misilsiz töhfələrini verirdi.

Çoxsaylı radio dinləyicilərini heyrətə gətirən bu verilişin yarandığı vaxtda radio bütün gücü ilə sovet təbliğat maşını rolunu oynayırdı. Bu səbəbdən radionun dili oxucuları ilə quru, sərt bir dildə danışan digər mətbuat orqanlarının dilindən o qədər də fərqlənmirdi, verilişlərin dili canlı xalq dilindən uzaq idi. Əksəriyyət rejimin müəyyən etdiyi qaydalar çərçivəsində yazırdı (lakin ədəbi-bədii verilişlərdə müəyyən istisnalar vardı) və mikrofon qarşısında yalnız yazdığını oxuyurdu. Düşündüyünü mikrofona demək çox fəsadlar yaradırdı. Ümumiyyətlə, efirdə dinləyici ilə səmimi tonda danışmaq, nəsə insani bir şey demək istəyi çoxlarının ağlına belə gəlmirdi. Xalqın canlı danışıq dili el-obanın içindən kənara çıxa, o cümlədən efirə yol tapa bilmirdi. Xalqla onun öz dilində danışmağa heç kim cəsarət etmirdi.



Cəmil Əlibəyov

Bu həm də o dövr idi ki, ədəbiyyatda 60-cı illərin üslubu özünə geniş yer tapırdı. Ədəbi tənqid bədii ədəbiyyatda gerçəkliyi yeni, daha real və sərt boyalarla əks etdirən yazıçıları təqdir etməkdə idi. Təbii ki, 60-cı illərin ədəbi mühitindən, onun yeni ab-havasından düşüncələrə yeni bir işıq süzülməkdə idi... Xalq yaradıcılığına, xalq təfəkkürünə, xalqın mənəvi xəzinəsinə, özəlliklə onun dilinə maraq gündən-günə artırdı... Məhz bu illərdə Azərbaycan radiosuna rəhbərlik edən (sədr müavini) işıqlı ziyalı Cəmil Əlibəyov və yazıçı Mövlud Süleymanlı «Bulaq» kimi orijinal biçimli, fərqli dili olan bir proqramı ərsəyə gətirməyə girişdilər. Həmin dövrdə ədəbi aləmdə kifayət qədər tanınan yazıçı Mövlud Süleymanlı radionun «Ədəbiyyat və incəsənət» redaksiyasında çalışır, əsasən, ədəbi portretlər, radiooçerklər hazırlayırdı. Tanınmış yazıçı-jurnalist Cəmil Əlibəyov isə radio üzrə yeni sədr müavini təyin olunmuşdu. Cəmil müəllim qələm əhli olduğundan, xalq təfəkkürünü bildiyindən, ən başlıcası isə radionun dil qəliblərinə alışmadığından, heç olmasa, ədəbi verilişlərdə, folklor proqramlarında xalq dilinin canlanmasının tərəfdarı idi. O, Mövlud Süleymanlının timsalında bu ideyanı gerçəkləşdirəcək müəllifi də düz seçmişdi. Uzun axtarışlardan sonra 1969-cu ilin oktyabr ayında ilk buraxılışı «Yurd yeri» adı ilə hazırlanan verilişin özü bəyənilsə də, adı qəbul olunmadı. «Milli

duyğuları oyatmaq olmaz» dedilər. «Ocaq daşı» adı da ideoloji rəhbərlərin xoşuna gəlmədi. Beləliklə, verilişin adı «Xalq yaradıcılığı bulağı» oldu.

Yaradıcı milli düşüncənin məhsulu olan «Bulaq» belə yarandı və Azərbaycan radiosu öz tarixində ilk dəfə xalqla onun öz dilində danışmağa başladı. Efirə çıxması ilə qısa müddətdə böyük əks-səda doğuran «Bulaq» tezliklə radionun kollektiv əsərinə çevrildi. Onun xalqın yaddaşında dərin iz buraxmasında ustad aktyorlar – Səməndər Rzayev və Məhluqə Sadıqova əvəzsiz rol oynadılar. Xalq dilinin incəliklərini gözəl bilən Mövlud Süleymanlı, Vaqif Əlixanlı, sonralar İntiqam Mehdizadə, Məmməd Aslan, Abbas Abdulla da bu işə qoşulmuşlar. Verilişin ilk rejissoru Ziyafət Abbasov olmuşdur.

Radio yaradıcılığının mükəmməl bilicisi, incə zövqlü ustad jurnalist Mailə Muradxanlının uzun illər rəhbərlik etdiyi «Ədəbi-dram verilişləri» baş redaksiyasında hazırlanan «Bulaq» efirə çıxması ilə, hər şeydən öncə, Azərbaycan türkcəsinin təmizliyi, saflığı üçün böyük işlər gördü. Dil arındı, təmizləndi, min illər boyu yaradılmış, itib-getməkdə olan söz xəzinəsi, müəyyən mənada, bərpa edildi, sahmana salındı. Alimdən tutmuş məktəbliyəcən, böyükdən kiçiyəcən hər kəsə öz dilinin gözəlliyini xatırlatdı, qan yaddaşını oyatdı, özünə inandırdı «Bulaq». Təsadüfi deyildir ki, bir vaxtlar öz səsi-sözü ilə şablon dilə və düşüncəyə alışmış insanların haqsız təəccübünə səbəb olan «Bulaq» verilişinin dili bu gün Azərbaycan radiosunda ayrıca üslub sayılır.

Bu, bir faktdır ki, Azərbaycan tarixi düzgün izlənmədiyi kimi, onun folkloru, etnoqrafiyası, toponomiyası, coğrafiyası da sistemli araşdırılmayıb. Bu incəliklərə toxunaraq həm radionun mövzu dairəsini genişləndirir, həm də tarixi həqiqətlərin meydana çıxmasında böyük işlər görürdü. Güney Azərbaycanında çoxsaylı dinləyici auditoriyasına malik olan «Bulaq» verilişi çoxmərtəbəli fars döndərmələrini parçalayaraq bütün mətləbləri xalqın şirin dili ilə ifadə etməyə başladı. Bu veriliş Cənubi Azərbaycanda da bir dil dalğası yaratdı. Şəhriyarın «Heydər babaya salam»ından sonra bu, ikinci dalğa idi.

Danılmaz həqiqətdir ki, hər bir ədəbi dilin gözəlliyi, zərifliyi onun sadəliyində, saflığında və öz xalq dilinə yaxınlaşmasındadır. Bu mənada «Bulaq» öz mənbəyini xalq ruhundan alan, saf və bənzərsiz ədəbi dil nümunəsi nümayiş etdirən veriliş oldu. Xalqın qədimdən-qədim, çoxəsrlik yaddaşından süzülüb gələn el deyimləri, adət-ənənələr, bayatılar və s. cəm olduğu bu verilişin hər sayında, demək olar ki, ədəbi dilimizdə bu gün unudulmaqda olan, amma illərdən bəri bu dilin söz «çəmənində» ətrinin bənzəri olmayan bir çiçəyin, bir qönçənin yeni rayihəsi, yeni nəfəsi duyulmaqdadır:

«Hər xalq öz dilində görünər» deyib hansısa bir loğman. Öz dilində dünya yaradan xalq, şübhəsiz ki, ölməzdir: «...Yer üzünə ağac gəldi, canlı gəldi, insan gəldi. Günlərin bir günündə insanın dilinə söz də gəldi. Hayqırtılar, qışqırıqlar, çığırtılar yavaş-yavaş əriyib getməyə üz qoydu. İnsanın dodaqlarından göy göyərçin kimi sölər pərvazlanıb uçdu. Elə, ulusa sözlə birlikdə bir ağırlıq gəldi, bir ucalıq gəldi.

El ağsaqqalı söz söylədi, söz dildən-dilə, eldən-elə keçib atalar sözü oldu. El ağbirçəyi söz söylədi, söz cəhrədən əyrildi, ilmə-ilmə xalı butası oldu, beşik başında bir laylaya çevrildi... El-obada kişilər söz verdilər, kəlmə kəsdilər. Söz aşırdılar, söz seçdilər, söz qoşdular. İgidlərimiz söz tapıb, söz dedilər, yağının yeddi qatından keçdi, düşmən üstə söz və qılınc çəkdilər. Əldə qılınc oldu, dildə söz! Əldə atın yüyəni oldu, dildə söz! Əldə xış oldu, dildə söz!.. Qopuz olan yerdən söz boylandı, saz səsi gələn yerdən söz ucaldı» («Bulaq», may, 1971).

«Bulağ»ın dilindəki milli kolorit, folklor üslubu o dövrdə ədəbi dilə də öz təsirini göstərirdi. Çünki bu veriliş xalq danışıq dilinin fonetik, leksik, qrammatik normalarının süni şəkildə gözlənilməsi deyildi. Bu, həqiqətən, bulaq kimi çağlayan xalq danışıq dilinin özü idi. Verilişi hazırlayanlar xalqın söz çeşməsindən ən gözəl inciləri dərir, aparıcılar isə onu bənzərsiz bir tərzdə dinləyicilərə çatdırırdılar. Verilişdə təhkiyə üsulu, danışıq dili intonasiyasının saxlanması ən müsbət xüsusiyyətlərdən idi. Əslində efirdən süzülüb şüurları əsir edən bu dil bizim ulu babalarımızın dili, bu xalqımızın ruhu, onun keçmişə bağlılığı, sabaha gedən yolu idi. Ona görə də «Bulaq» vaxtaşırı sözə, dilə, onun təbliğinə güzgü tuturdu:

«Əl-ələ tutmuş sözlər qom-qom, topa-topa, yığcam-yığcam «Qaytağı», «Varsağı», «Tərəkəmə» oynadı. Hər oyanma bir güzgü oldu, bir qoşqu oldu, bir boyda oldu, dildən-dilə, eldən-elə yayıldı. Dədəm Qorqud bir gün gördü ki, bu sözlərin ağzını bir yerə yığmasa, onların axarını, baxarını tapmasa, düz-dünya bir-birinə qarışacaq. Bəs neyləsin, necə eləsin?

Qorqud dədə sözləri sıra-sıra düzdü, yerbəyer elədi, hər birinin kökünü, ilgəyini göstərdi. Sözləri isti, soyuq deyə iki yerə ayırdı, çiy söz söyləyənləri çiy adam çağırın, – dedi. Dedi ki, söz şüşə kimidi, söz sındıranın sözü sınar. Sınmaz olsa, sözü boşa gedər. Beləsinin sözündən boyun qaçırarlar, sözünü yerə salarlar.

Dedi ki, el-obada o adamlar sözün başında da, sonunda da anılsın ki, onlar sözünün yiyəsidir. Dad yarımçıq əlindən!» («Bulaq», sentyabr, 1980).

Bu verilişdə xalqın unudulmaqda olan deyimləri, sözləri çox incə

ruhlu hekayətlərlə və əslində dilin ədəbi normaları pozulmadan, leksik zənginlik və sintaktik dəqiqliklə yenidən özünə qaytarılırdı. «Bulaq» verilişi, auditoriyanın əsl «mənəvi ehtiyacı, qəlb susuzluğu» kimi meydana çıxmışdı. Həmin illərdə onun ünvanına saysız-hesabsız məktublar axışıb gəlirdi. Milli düşüncəli ziyalılar, əsl xalq ruhu ilə yaşayanlar bu verilişin ərsəyə gəlməyinə daha çox sevinirdi. Bu da təbii idi, çünki «veriliş onlarla canlı, soyuna, kökünə bağlı bir dillə danışırdı. Uzun illərdən sonra ilk dəfə idi ki, xalq özünün gündəlik həyatında, məişətində işlətdiyi bu dilə radio dalğalarında rast gəlirdi. Elə buna görə də çox geniş dinləyici auditoriyası «Bulağ»ın hər buraxılışını təmiz bulaq suyu kimi sinəsinə çəkir, onun ab-havası ilə köks dolusu nəfəs alırdı (28, s. 142). Digər tərəfdən bu veriliş folklor materiallarının toplanılması, onun daha da bitkin hala salınması, cilalanması işində xüsusi xidmətləri olduğu kimi, canlı xalq danışıq dilinə, müasir yazılı ədəbiyyatımızın dilinə də öz təsirini göstərirdi. Özünün «meydana gəlişi, varlığı ilə «Bulaq» bir daha sübut etdi ki, dil nə qədər ütülənərsə, bir o qədər itirər. Dilin gözəlliyi onun mənalı ilkinliyində, deməli, təravətində, arxalı-dayaqlı kökündədir. Və sən demə, xalqın da bu ilkinliyə, bu arxalı-dayaqlı kökə ehtiyacı varmış, qəlbində ona yer saxlayıbmış» (Bəxtiyar Vahabzadə).

Uzun illər (1974 – 1991) «Bulağ»ın redaktoru olmuş, verilişin daim yüksək populyar səviyyədə qalması üçün, sözün həqiqi mənasında, fədakarlıq göstərmiş yazıçı-publisist İntiqam Mehdiyev xatırlayır ki, verilişin ünvanına gələn saysız-hesabsız məktublarda heç kəsə məlum olmayan folklor nümunələri meydana çıxırdı. Məsələn, «Tahir və Zöhrə» dastanının bizə məlum olmayan boylarını, «Koroğlu»dan qoşmalar, şeirlər göndərirdilər. Verilişin müəllifləri geniş auditoriyaya yayılan «Bulaq» vasitəsilə xalqın gözünü də açmağa çalışırdılar. Düzdür, «İyirminci əsrin incəsənəti» adlı verilişdə də buna imkanlar olurdu. Amma «Bulağ»ın imkanları başqa idi. Burada xalqa özünü tanıtmaq, ona bu yolla «sən kimsən» sualının cavabını anlatmaq üçün şifahi xalq yaradıcılığının nümunələrini xatırlatmaq yolu seçilmişdir. Kamil Vəli, Əliabbas Hüseynli, Teymur Əhmədov, Elxan Məmmədli, Əziz Mirəhmədov və başqaları, ilahi səsi ilə bir dünya yaradan Səməndər Rzayevin dadlı ifası ilə dinləyicilərə Azərbaycan mənəviyyatı, milli kimlik, özünü dərketmə, haqq-ədalət, insan azadlığı haqqında həqiqətləri və bir çox gərəkli mətləbləri çatdırırdılar.

«Bulaq»da Azərbaycan folkloruna, onun nümunələrinə ayrı-ayrı ləhcələrdə misallar gətirməklə daha çox müəllif düşüncəsinə üstünlük verilirdi. 70-ci illərin ortalarından başlayaraq daha çox inkişaf tapan proqrama İrandan, Türkiyədən çoxlu məktublar axışmağa başladı. İrandan Aydın Təbrizli, Cəbrayıl Ocaqverdizadə, Türkiyədən İbrahim

Bozyel Azərbaycana ilk məktublarını məhz «Bulağ»a ünvanlanmışdılar. İbrahim Bozyelin evində müsafir olmuş məşhur şair Məmməd Aslan xatırlayır ki, türkiyəli yazar dostunun evində xüsusi rəfdə «Bulaq» verilişinin bütün buraxılışları yazılmış maqnitofon lentlərini görəndə gözlərinə inanmayıb. Şərq ölkələrində «Bulağ»ın belə vurğunları az deyildi. «Araz»la çox-çox uzaqlara – İran, Türkiyə, İraq, Əfqanıstana yayılan, Şərqin ən müxtəlif guşələrindən səsi gələn «Bulağ»ın ünvanına on minlərlə məktub yayılırdı.

Azərbaycan Elmlər Akademiyasına araşdırma üçün verilən həmin məktublardan alimlərimiz elmi işlərdə istifadə edirdilər. İ.Mehdizadə xatırlayır ki, Azərbaycanın hər yerindən «yaşlı adamlar sazını qoltuğuna vurub gəlirdilər ki, «Bulağ»a sözümüz var». Ürək sözlərini sinədən deyənlər el içindən gələn bayatılarla, şeirlərlə gəlirdilər. «Bulaq»dan sonra nəinki radiomuzun ayrı-ayrı redaksiyalarında, hətta mətbuatda bir üslub yarandı. Yazıçılarımızın, şairlərimizin əsərlərində el şüuruna, el düşüncəsinə yaxın bir meyil özünü göstərməyə başladı. Yazıçı-publisistlərimizin yetişməsində xalq ruhunu ifadə edən bu proqramın rolu əvəzsiz oldu. Cəmil Əlibəyovun ideyası, Mövlud Süleymanlının qələmi ilə təşəkkül tapan, həmçinin milli ruhun daşıyıcısı olan istedadlı müəllif və redaktorların əməyi sahəsində yaşayan bu veriliş xalqın inamını özünə qaytara bildi.

«Bulağ»ın uğuru onun səmimiliyində, ləhcəsinin şirinliyində, xalqın ruhuna yaxınlığında idi. İlk verilişdən sonra milyonlarla dinləyici Azərbaycan radiosu ilə ülfət bağladı. Türkiyənin Qars vilayətində səfərdə olmuş yazıçı Mehdi Hüseyn «Bir ay və bir gün» kitabında yerli əhalinin ondan «Bulaq»la bağlı sorğularından yazır... «Bu qədim türk şəhərində «Bulağ»ın hər verilişini bayram edirlər... hamı verilişin həftədə, heç olmasa, iki dəfə efirə verilməsini arzulayır...» «Bulağ»a çox çətinliklə qulaq asırıq», «Burada dalğanı yaxşı qəbul edə bilmirik» kimi şikayətlər də eşidilirdi. Bir şey gün kimi aydın idi ki, «Bulaq» xalqın yaratdığı musiqi ilə müşayiət olunaoluna milyonlarla soydaşımızın ana dilinə təşnə olan ürəyinə sərin su səpirdi. Ərzurum Universitetinin professoru Əli Yavuz Akpinar 1976-cı ildə Bakıda olarkən demişdi ki, bütün Qars əhalisi hər bazar günü «Bulağ»ın efirə çıxmasını bayram kimi gözləyir.

«Bulağ»ın başına həmişə istedadlı yaradıcı insanlar toplaşıb, uzun zaman ona yoldaşlıq etmiş neçə-neçə ustad qələm sahibinin, alim və ziyalının «Bulağ»ın ərsəyə gəlməsində böyük əməyi olub. Müəlliflərdən Kamil Vəli, Elxan Məmmədli, Rafael Hüseynov, Faiq Hüseynov, Məhərrəm Qasımlı, Ağalar Mirzə, İsmayıl Vəliyev «Bulağ»ın hazırlanmasında yaxından iştirak edirdilər. Təkcə söz sənəti yox, xalq təbabətindən, xalq sənətindən, misgərlikdən, zərgərlikdən,

xalçaçılıqdan danışılırdı verilişdə. Müəlliflərdən birində publisistika, birində poetika, o birində lirika güclü idi. Məsələn, Vaqif Əlixanovda yüksək intellekt, Rafael Hüseynovda poetik çalarlar, lirika, Elxan Məmmədlidə çox incə nüansları axtarıb tapmaq bacarığı var idi. Onların hər birinin fərdi keyfiyyəti vahid bir simə, təbii ki, «Bulağ»a vurulurdu və burada cəmləşirdi. Elə verilişi maraqlı edən də bu idi. Müəlliflərin işıqlı düşüncəsindən süzülüb gələn bənzərsiz söz boğçaları uzun illər Səməndər Rzayevin və Məhluqə xanımın şirin, yapışıqlı avazı ilə bütün Azərbaycana səpələnirdi.

Səməndər Rzayevin vəfatından sonra «Bulağ»ı bir müddət Rasim Balayev və Mikayıl Mirzə davam etdiriblər. Hazırda isə verilişi istedadlı aktyorlar – İlham Əsgərov və Səidə Quliyeva təqdim edirlər. Verilişin yenə də öz dinləyiciləri, yenə də maraq doğuran öz mövzuları vardır.

«Bulaq» Azərbaycan radiosunun tarixində yeni bir mərhələ açdı, efirə yeni işıq, yeni düşüncə, yeni dil və üslub gətirdi. Təbii ki, ilk növbədə, xalq yaradıcılığının, söz sənətinin təbliği tribunasına çevrildi. Eyni zamanda xalqda öz tarixinə, dilinə, milli varlığına hədsiz məhəbbət oyatmaqla yanaşı, folklor alimlərinin yetişməsində də böyük rol oynadı. Bu gün əvvəldə adlarını çəkdiyimiz müəlliflərin qələmindən çıxmış «Bulaq» verilişinin 300-dən çox buraxılışı Azərbaycan radiosunun «Qızıl fond»unda qorunur. Bu verilişlərdə elə sənətkarların səsi qorunur ki, onları dinləməyə zaman-zaman böyük ehtiyac duyulacaq. Ruhlar sıxılanda, dəyərlər itəndə, dilə arxa çevirəndə, milli-mənəviyyat çeşməsi quruyanda yenə «Bulaq» yada düşəcək...

Radio 80-ci illərdə



Rafael Hüseynov «Axşam görüşləri»nə hazırlaşır.

70 – 80-ci illər efirində ədəbi-bədii və musiqi proqramlarının xüsusi çəkisinin artması və peşəkarlığın yüksəlməsi Azərbaycan radiosunun, müəyyən mənada, kamil bir mərhələyə çatmasını göstərirdi. Bu dövrdə «Musiqi təqvimi», «Musiqili hekayələr», «Arzu» musiqi poçtu, «Ustad xanəndələr», «Muğam» radiojurnalı kimi proqramlar dinləyicilərin böyük rəğbətini qazanmışdı. Ramiz Zöhrabov, Firudin Şuşinski, Elxan Babayev, Hacı Ağayev, Möhbəddin Səməd, Mustafa Çəmənli kimi musiqi biliciləri və publisistlərin hazırladıqları verilişlər indi də həmin dövrün dinləyicilərinin yaxşı yaddaşındadır.

Musiqi proqramları arasında Rafael Hüseynovun müəllifi və

aparıcısı olduğu «Axşam görüşləri» verilişinin xüsusi yeri vardır. Azərbaycan radiosunun son dövr tarixinin ən populyar proqramlarından biri olan «Axşam görüşləri» həzin intonasiyası, mövzuları qeyri-adi rakursdan işıqlandırması, güclü publisistik ruhu, dinləyicini daim heyrətləndirən müxtəlif axtarışları, radionun görünməz imkanlarını üstünlüyə çevirmək məharəti, aparıcının yüksək intellekti və peşəkarlığı ilə bu proqramın uzunömürlülüyünü təmin etmişdir. Əslində «Axşam görüşləri» milli radio anlayışının və onun əsas parametrlərinin daşıyıcısı kimi Azərbaycan radiosunun ən yaxşı ənənələrini əks etdirən proqram modelidir.

Bu dövrdə ədəbiyyat və incəsənət proqramlarının da dinlənilmə səviyyəsi xeyli yüksəlmişdir. «Şəbəkə», «Ədəbiyyat və incəsənət», jurnalı, «İncəsənət» məcmuəsi, «Tərcümə saatı», «Ana dili», «Yazıçılar mikrofon qarşısında», «Hekayə axşamı», «Poeziya buketi, nəğmə çələngi» və s. verilişlər dinləyici auditoriyasında böyük rəğbətlə qarşılanırdı. Bu proqramlarda ədəbi proses incəsənətin müasir inkişaf meyilləri, ədəbi dilin problemləri və s. aktual mövzular geniş işıqlandırılırdı.

70 – 80-ci illərdə Azərbaycan radioteatrı öz inkişafında yeni mərhələyə qədəm qoyur. 1985-ci ildə isə «Qələbə – 40» adı altında radiopyeslərə aid ikinci müsabiqə keçirildi. Əgər 1970-ci ildə «Mən fəhləyəm» devizi ilə keçirilən birinci müsabiqəyə 33 əsər göndərilmişdisə, ikinci müsabiqəyə 50-ə yaxın radiopyes təqdim olunmuşdu. Digər tərəfdən bu dövrdə radiopyeslərin yeni qolu – həyat gerçəkliklərini publisistik məzmunda əks etdirən sənədli radiopyeslər yaranmışdı. Ə.Əylisli, T.Rüstəmov, Ə.Salahzadə, V.Musa kimi tanınmış qələm sahibləri özlərini yeni janrda sınayırlar. Real həyat gerçəklikləri əsasında yazılmış və konkret faktlara söykənən «Ömürdən naxışlar», «Bir səmanın ulduzları», «Çörək nağılı» və «Səhərlər, axşamlar» kimi sənədli radiopyeslər məhz bu müəlliflərin axtarışlarının nəticəsində meydana çıxmışdı.

Radiopyes artıq hər hansı bir mövzunun – tarixin öyrənilməsi, elmi biliyin yayılması, ekologiyanın qorunması, tarixi abidələrin mühafizəsi, musiqinin təbliği funksiyasını da yerinə yetirirdi. Məsələn, İ.Əfəndiyevin «Camal qalası» tarixi mövzuda, C.Yusifzadənin «Yollar meşədən keçir» radiopyesi təbiətin qorunması, Elçinin «Yadigar» pyesi isə tarixi abidələrin mühafizəsi mövzusunda idi. K.Kərimovun «Dvorjakın melodiyası» isə konkret bir musiqi nümunəsinin təbliği üçün yazılmışdı.

Radioteatrın inkişafında, onun bədii-dramaturji və estetik qanunauyğunluqlarının təsdiqində yeni rejissorlar nəsli önəmli rol oynamağa başlayır. Əliheydər Ələkbərov, Tofiq Kazımov, Tofiq

İsmayılov, Ziyafət Abbasov bir-birindən parlaq radiotamaşalar yaradırlar. Sonrakı dövrdə bu sıraya Həsən Əbluc, Azərpaşa Nemətov, eləsə də onlarca əsərə quruluş vermiş Rövşən Abdullayev və Nazim Yüzbaşov qoşulurlar. Hətta indi tanınmış televiziya rejissorları olan Ramiz Mirzəyev və Tariyel Vəliyev də radioteatrda öz qüvvələrini sınayırlar. Uzun müddət efirə gedən tamaşalara Azərbaycan radioteatr məktəbinin yetirmələri olan və adlı-sanlı sənət adamları ilə çiyin-çiyinə çalışmış Nazim Yüzbaşov və Mehriban Bəşirzadə həyat vermişlər. Son dövrlərdə bu sıraya Leyla Qarayeva da qoşulmuşdur.

80-ci illərin ortalarından başlayaraq Azərbaycanda radionun tarixini və elmi-nəzəri təcrübəsini öyrənmək meyli də güclənir, radiojurnalistikaya dair xüsusi məqalə və kitablar işıq üzü görür. Bu əsərlərdə radiojurnalistikanı və radionun bədii-əyləncəli proqramlarını inkişaf etdirmək üçün faydalı elmi tövsiyələr verilir. Bunlara baxmayaraq, radiotəcrübə nəzəri fikirlərdən az faydalanırdı. Elə o səbəbdən də bütünlükdə Azərbaycan radiosu bir sıra bəsit, quru və mənasız təbliğat proqramlarından, uzun-uzadı mühazirə – çıxışlardan yaxa qurtara bilmirdi. Amma hər halda 80-ci illərin ortalarında radionun informasiya, ədəbi-dram, musiqi, uşaq verilişləri və elmi-kütləvi proqramları dinləyicilərdə rəğbət oyadırdı.

Cəmiyyət həyatının bütün sahələrinin əsaslı surətdə yeniləşdirilməsi uğrunda mübarizə illəri kimi səciyyələnən ötən əsrin 80-ci illəri radio üçün də əsl sınaq illəri oldu. Bu dövrdə radionun fəaliyyətində iki mühüm cəhət müşahidə edilirdi. Birinci cəhət ondan ibarət idi ki, radio yenidənqurmanın gedişini və nəticələrini daim iri planda işıqlandırmağa səy göstərirdi. İkinci cəhət isə radionun daxilində yenidənqurma – təşkilati və yaradıcılıq baxımından yenidənqurma prosesinin həyata keçirilməsində özünü göstərirdi.

Proqramlarda öz nailiyyətləri və ziddiyyətləri ilə birlikdə həyatın nəbzi vurmağa başlamışdı, problemlərin qoyuluşunda təhlil və vətəndaşlıq mövqeyi, kəskinlik artmış, nöqsanların və qüsurların konkret tənqidi çoxalmışdı. Radio, sözün həqiqi mənasında, üzünü dinləyicilərə çevirmişdi. İndi o, tərifli ibarələrdən, zahiri təmtəraqdan uzaqlaşmağa çalışaraq, hər bir dinləyicinin həyati mənafeyi ilə bağlı olan, onu düşündürən, narahat edən problemlərə daha çox yer və vaxt ayırırdı.

Dinləyicilərlə qarşılıqlı əlaqə meylinin güclənməsinə kömək edən amil kimi Azərbaycan radiosunda «Məktub günü»nü qeyd etmək lazım idi. Belə günlər dinləyici ilə canlı dialoq mənasında çox faydalı olur, ayrı-ayrı verilişlərin istiqamətinə düzəlişlər edir, onların yaradıcılıq səviyyəsini yüksəldirdi. Radio dinləyicilərinin qiyabi konfransı da Azərbaycan radiosunun öz auditoriyası ilə əlaqəni

möhkəmlətmək yolunda atdığı maraqlı addımlardan idi.

Bu dövrdə radio və televiziya sahəsindəki texniki tərəqqi də öz sözünü deyirdi. Artıq 80-ci illərin sonunda SSRİ-də 66 milyon radioqəbuledici və 78 milyona yaxın ötürücü nöqtəsi vardı. Xaricdən SSRİ ərazisinə verilən radioverilişlərin "vurulması" üçün sovet rabitəçiləri böyük iş aparırdılar. 80-ci illərdə Bakıda hündürlüyü 310 metr olacaq yeni televiziya qülləsinin əsası qoyulmuşdu. Azərbaycan radiosunda da müəyyən texniki islahatlar aparılmış, studiyalar və aparat otaqları daha müasir və yığcam səsyazma avadanlığı ilə təchiz edilmişdi.

Radio müstəqillik illərində

Azərbaycanda 1988-ci ildən Qarabağ hadisələri fonunda başlanmış müstəqillik və demokratiya uğrunda xalq hərəkatının genişlənməsi televiziya və radionun cəmiyyət həyatındakı rolunu daha da artırdı. Əslində hərəkat dalğası, həm də cəmiyyətdə aşkarlığı təmin etmək, mətbuat, televiziya və radio kimi kütləvi informasiya vasitələrini, sözün həqiqi mənasında, xalqın tribunasına çevirməyə, ictimai maraqların ön plana çəkilməsinə yönəlmişdi. Bu proseslər 1990-cı ilin əvvəllərində özünü daha qabarıq və həm də bir qədər ağrılı şəkildə büruzə verdi. Sovet imperiyası həmin il yanvarın 20-də Bakıya cəza qoşunları yeridərək dinc əhaliyə divan tutdu, onlarca insan qətlə yetirildi. Əslində imperiya 20 Yanvar faciəsi ilə ölkənin ərazi bütövlüyü uğrunda savaşa qalxmış cəsur azadlıq aşiqlərinə və həm də azad söz istəyində olanlara dərs verməyə çalışdı.

...Mövcud olduğu 64 il ərzində Azərbaycan radiosu ilk dəfə idi ki, həmişəki vaxtından yarım saat əvvəl, özü də çağırtısız, musiqisiz, himnsiz, diktorsuz efirə çıxırdı. Dərin kədər, ağır dərd və hüznlə... Proqramın başlanmasını elan edən səs də bu efirə yad olan köntöy, boğuq, xırıltılı və ilan fışıltısına bənzər əcaib bir səs idi. Həmin səs 20 Yanvar gecəsində Bakıda baş vermiş qanlı hadisə barədə yalanlar danışır, xalq hərəkatına və onun təmsilçilərinin ünvanına böhtanlar yağdırır, rus ordusunun törətdiyi faciənin miqyasını və mahiyyətini ört-basdır edirdi. Haqsızlıq və ədalətsizlikdən cana yığılmış insanların imperiyaya nifrətini daha da coşduran bu səs Bakıda fövqəladə vəziyyət elan olunduğunu bildirir, hərbi komendant Dubinyakın əmrlərini oxuyur və əhalini evlərdə oturub küçələrə çıxmamağa çağırırdı.

Hələ Qanlı Yanvar hadisələrdən 1-2 ay əvvəl sovet ordusunun xüsusi hərbi birləşmələri Azərbaycan radio və televiziyasını zəbt etmişdilər. Bura strateji obyekt kimi xalqdan qorunurdu. Respublikada

hadisələrin gərginləşdiyini görən, xalq hərəkatının bəzi liderlərinin efirə çıxmaq istəyini eşidən hərbçilər bir gün əvvəl – yanvarın 19-da axşamüstü televiziyanın enerji blokunu partladaraq sıradan çıxarmış, süni şəkildə informasiya qıtlığı yaradaraq indi yalnız radio ilə istədikləri məlumatları yaymaqda idilər.

20 Yanvarın acı səhəri hərbçilərin zəbt etdiyi Azərbaycan radiosu efirdə ötən gecə baş verən qanlı olaylar barədə bəd xəbərlər püskürürdü: 131 nəfər öldürülmüş, 742 nəfər yaralanmış, onlarca adam itkin düşmüşdü. Şəhər yas içində, hava sazaq, boz və tutqun idi. İnsanlar məyus halda küçələri, qan tökülmüş meydanları gəzib-dolaşırdılar. Nəqliyyat işləmirdi. Yalnız ağır tanklar mərkəzi küçələrdə öz bədheybət tırtılları ilə yolları oyaraq sağa-sola cövlan edirdi.

Səhər tezdən radioya işə gələn əməkdaşlar birbaşa radio verilişlərinin mərkəzi aparat sexində avtomatla qarşılandılar: studiyaların qarşısında üz-gözlərindən zəhrimar yağan əsgərlər keşik çəkirdilər. Hərbçilər arasında Azərbaycan dilində danışanlar da var idi. Radioya nəzarət edən polkovnik V.Pankovun yanında dil qəfəsə qoymayan və ədaları yerə-göyə sığmayan praporşik Etibar Əzəmətov daha fəal idi. Artıq yanvarın 20-dən radionun diktor otağında hərbi senzor fəaliyyətə başlamışdı və onlar bəyan etmişdilər ki, materialları efirə hələlik özləri oxuyacaqlar. Diktorlara ehtiyac qalmamışdı. Məsələ aydın idi: sadəcə olaraq, onlara inanmırdılar. Komendantın ilk "rəsmi" məlumatlarını höccələyə-höccələyə oxuyan E.Əzəmətovun səsi isə dinləyicilərdə yalnız qəzəb və nifrət oyadırdı. Bu, 20 Yanvar səhərində efirdən eşidilən həmin köntöy, beyinləri deşən həmin zəhərli səs idi.



Mirzə Xəzər.
1990-cı ilin yanvarı.

Azərbaycan efirində yalnız matəm musiqisinin səsləndiyi bir vaxtda dinləyicilər üçün əsas informasiya mənbəyi "Azadlıq" radiosu idi. O vaxt jurnalist Elmira Əmrahqızının və tarixçi-alim Mehdi Məmmədovun Bakıdan telefonla ötürdükləri ürəkdağlayan reportajları, Mirzə Xəzərin isə Münhendən təəssübkeşliklə yoğrulmuş şərhləri insanlara təskinlik və ümid verirdi.

Bakıda "xalqı ovutmaq və sakitləşdirməklə" məşğul olan Azərbaycan radiosunun efirində gözlənilmədən Respublika Ali Sovetinin sədri Elmira Qafarovanın kəskin bəyanatı səsləndi. Bu bəyanat bir kimsə ilə razılaşdırılmamışdı. Sadəcə, yanvarın 20-də – günün ikinci yarısında Elmira Qafarova köməkçisi ilə studiyaya gəlmiş və radionun bəzi əməkdaşlarının fədakarlığı sayəsində öz bəyanatını Azərbaycan və rus dillərində

birbaşa efirə oxumuşdu. Bəyanatı efirdən lentə yazmış əməkdaşlar onu gün ərzində bir neçə dəfə efirdə səsləndirməyə nail olmuşdular. Əlbəttə, olduqca sərt hərbi senzura nəzarəti altında bu bəyanatı efirə vermək sadə iş deyildi. Ertəsi gün radio işçiləri həmin bəyanatı xarici verilişlər redaksiyası vasitəsilə gizlincə Türkiyəyə, İrana və ərəb ölkələrinə yaydılar. Bu "özbaşınalıq"dan xəbər tutan hərbi senzor, xüsusilə general-leytenant A.Ovçinnikov yanvarın 24-də xarici verilişlərin yayımını bir neçə saatlığa tamamilə dayandırdı. Amma artıq gec idi. Bu bəyanat "Azadlıq" radiostansiyası ilə də səsləndirilmiş və bəzi qəzetlərdə çap olunmuşdu. Rus generallarını qorxudan isə bəyanatın üsyankar tonu və xəbərdaredici məzmunu idi. Bəyanatın xüsusilə sonuncu cümlələri Moskvanın ünvanına ağır ittiham və hədə kimi səslənirdi:

– Tökülən günahsız qanlar, bütün məsuliyyət bu qərarı qəbul etmiş və bilavasitə onun icrasını təmin etmiş SSRİ oqranlarının və onların vəzifəli şəxslərinin üzərinə düşür. Azərbaycan xalqı oğul və qızlarının bu cür faciəli surətdə həlak olmasını heç kəsə bağışlamayacaq!

* * *

Azərbaycan radiosunun müstəqilliyə doğru gedən yolu ciddi sınaqlardan keçirdi. Əslində, 1991-ci il oktyabrın 18-də ölkənin müstəqilliyinin elan olunması radio və televiziyanın problemlərini heç də azaltmadı. Çünki hakimiyyətə gələn yeni və köhnə siyasi qüvvələr radionun yeni statusu haqqında düşünmək istəmədən ona və daha çox televiziyaya təbliğat ruporu kimi yanaşmaqda davam etdilər. Amma radio dalğalarında müstəqilliyin ab-havasını yaşadan bir sıra verilişlər meydana çıxdı. Ermənistanın işğalçılıq siyasəti, Qarabağ müharibəsi, milli dövlətçilik ideyası, müstəqil Azərbaycan mövzuları verilişlərin əsas istiqamətinə çevrildi.

90-cı illərin əvvəllərində Azərbaycan radiosunun proqramlarında texniki-təşkilati, həm də yaradıcılıq cəhətdən bir sıra müsbət meyillər özünü göstərməyə başladı. Cəmiyyətin demokratikləşməsi ilə bağlı, ilk növbədə, dinləyici auditoriyası ilə canlı ünsiyyətə meyil artdı. Müəyyən stereotiplərin aradan qaldırılması üçün addımlar atıldı. İndi əvvəlki kimi verilişlər standart şəbəkə ilə efirə çıxmırdı. Yenilik onda idi ki, bütün gün ərzində studiyada – mikrofon qarşısında əyləşmiş aparıcılar dinləyiciləri canlı efirdə hər hansı mövzuda polemikaya dəvət edir, telefon bağlantısı qurur, səlahiyyətli orqanların nümayəndələrini studiyaya çağıraraq onları eşidən auditoriya ilə "görüşdürür", hətta ən ağır sosial problemlərə, əvvəllər qadağan olunmuş mövzulara toxunurdular.

Efirdə interaktivliyin artması, auditoriya ilə yeni əlaqə forması dinləyicilər arasında quru "dövlət radiosu" imicinin tədricən əriməsinə və efirin, sözün həqiqi mənasında, xəlqi-milli çalarlar qazanmasına səbəb olurdu. Canlı efir radioda Mailə Muradxanlı, Telman Qarayev, Şəfəq Əlixanlı, İntiqam Mehdizadə, Sədaqət Turabova, Almaz Cəfərova, Rafiq Bədəlov, Heydər Zeynaloğlu, Gülbəniz Hüseynova, Habil Əliyev kimi jurnalistlərin yaradıcılığının da görünməyən qatlarını üzə çıxartdı. Müstəqilliyin ilk illərində mikrofon qarşısında sərbəstliyi və düşüncə azadlığını dinləyicilər də dəyərləndirə bildilər. Daha çox Qərb radiolarının təcrübəsinə əsaslanan canlı efir metodu yayım cədvəlində dəyişiklik aparmaq, efirdə informasiya proqramlarına marağı artırmaqla yanaşı, publisistik, bədii və musiqi verilişlərinin yeni, daha çevik düzümünü şərtləndirir və dinləyici təxəyyülündə əsrarəngiz bir dünya yaradırdı. Başlıcası isə həmin radio proqramlarında intonasiya dəyişir, süni pafos aradan çıxır, dinləyici ilə səmimi dialoq qurulur, verilişlərdə həyatın nəbzi döyünürdü. Məsələlərin qoyuluşunda, hadisələrə yanaşmada obyektivlik və vətəndaş mövqeyi özünü göstərirdi. Verilişlərdə kəskinlik, nöqsanların tənqidi artmışdı, jurnalist mövqeyində pafosdan, şüarçılıqdan təhlilə meylin gücləndiyi aydın duyulurdu. Partiya qərarlarını zahiri təmtəraqla həyata keçirən radio indi təşviqat orqanından üzünü birbaşa dinləyiciyə tutan və həqiqətləri deməyə çalışan bir vasitəyə çevrilirdi.

Əlbəttə, bu dövrdə bütövlükdə Azərbaycan radiosu üçün ənənəvi nöqsanlar – sözçülük, mətləbin uzadılması, çevik dialoq təcrübəsinin çatışmazlığı da özünü göstərirdi. Digər tərəfdən isə radio sahəsində geniş yaradıcılıq islahatlarının aparılmaması, 90-cı illərin ortalarından başlayaraq radioya yenə də təbliğat maşını kimi yanaşmaq meyillərinin güclənməsi ortaya bir sıra problemlər çıxardı. Xüsusən informasiya verilişlərində və ictimai-siyasi proqramlarda yaradıcılıq baxımından nöqsanlar özünü göstərməyə başladı. 1997-ci ildən başlayaraq canlı efir formasından imtina edilməsi bir sıra çevik radio formalarının dondurulmasına, proqramların düzümü və təqdimatında yeknəsəqliyin artmasına səbəb oldu. Bütün bunlar isə radioda zahirən aktual görünən, amma heç də mahiyyəti açılmayan mövzular hesabına dinləyici cəlb etmək tendensiyasını qüvvətləndirdi.

90-cı illərin əvvəllərindən başlayaraq müstəqil dövlətçilik ideologiyası, vətənpərvərlik, yeni cəmiyyət quruculuğu, sosial problemlər, iqtisadi islahatlar haqqında verilişlər meydana çıxmışdı. Bu mövzular daha çox "Respublika", "Dövran", "Tariximizin izi ilə", "Yurd bizi çağırır", "Vətəndaş", "İgidnamə", "Keçid dövrü – özəlləşdirmə", "Sahibkarlıq" ictimai-siyasi verilişlərində, həmçinin "Elçi daşı", "Qürbətdə qalan Vətən", "Ovqat" kimi bədii-publisistik

proqramlarda öz geniş əksini tapırdı. Lakin 90-cı illərin ortalarından bu verilişlərdə, həmçinin digər ictimai-siyasi və daha çox informasiya proqramlarında yenidən 70 – 80-ci illərə xas olan təbliğat pafosu güclənməyə başladı. İnkişafda olan publisistikanın ümumi ahəngi ilə uyğunlaşmayan bu pafos isə heç də radionun populyarlığının artmasına xidmət etmədi. Lakin ölkənin yaşadığı ab-hava bu dövrdə efirə mövzu baxımından yeni çalarlar gətirməyə başlayır. Vətənpərvərlik, vətən sevgisi mövzularının xüsusi çəkisinin artması diqqəti cəlb edir. Dövrün tələbinə uyğun olaraq 1994-cü ildə "Hərbi-vətənpərvərlik və salnamə" redaksiyasının yaradılması radioda hərbi publisistikanın təşəkkülünə təkan verir. Bu addım ölkəmizin tarixi keçmişi, Qarabağ uğrunda savaş, istiqlal mövzusunda yeni proqramların yaranmasına və verilişlərdə Vətən torpağının qorunmasına çağırış ruhunun artmasına səbəb olur.

Radionun tədris-maarifçilik funksiyasının artması meyilləri də bu dövrə təsadüf edir. Bu mənada 1998-ci ildə "Tədris və elmi-kütləvi proqramlar" redaksiyasının yaradılması efirdə dinləyiciyə bilik verən maarifçilik verilişlərinin artmasını şərtləndirdi. Eyni zamanda bu addım, tarixən radioda yüksək səviyyədə hazırlanan elmi-kütləvi verilişlər ənənəsinin dirçəldilməsi zərurətini də yada saldı. Bu dövrdə, həmçinin cəmiyyətdə demokratikləşmə zərurəti, müstəqillik qayğıları, Cənubi Azərbaycan tematikası, milli mövcudluq və tarixi sınaqlar, vətəndaş cəmiyyəti qurulması uğrunda mübarizə və s. kimi yeni mövzuların işıqlandırılması, həmçinin onların qeyri-ənənəvi təqdimatı sahəsində axtarışlar meyli güclənir. Bu meyil daha çox publisistik səciyyə daşıyan "Açıq-aşkar", "Xudafərin", "Sözün düzü", "Bu gün 9-un yarısı", "Baxış bucağı", "Dünya", "Pillə", "Çevrə", "Radio-atmaca", "Molla Nəsrəddin", "Yol", "Yuva", "Vaxt", "Dan yeri" kimi verilişlərdə özünü göstərirdi.

Müstəqillik dövrünün ilk radio verilişləri daha çox siyasi məzmuna malik olmaları ilə diqqəti cəlb edirdi. Bu verilişlər dünyada və ölkəmizdə baş verən hadisələrin mahiyyətinin dərk olunması, həmçinin radionun yaradıcılıq təcrübəsinin inkişaf etdirilməsi və yeni siyasi şəraitdə onun məruz qaldığı proseslərin öyrənilməsi baxımından mühüm əhəmiyyətə malik idi. Həmin verilişlər belə bir həqiqəti təsdiq etdi ki, sovet dövrünə xas olan tərifli ibarələrdən, süni pafos və zahiri təmtəraqdan ibarət maneələr dəf edilmədən yaxşı proqram yaratmaq mümkün deyil. Dinləyici o verilişə qulaq asır ki, orada onun həyatı, mənafeyi ilə bağlı olan, hiss və duyğularına qol-qanad verən, onu düşündürən problemlərə toxunulsun. Belə problemlər isə az deyil və hər bir dinləyici radio dalğalarından bu problemlərin sənətkarlıqla işıqlandırılmasını umur. Sənətkarlıq isə texniki avadanlığın dəyişdiril-

məsi yox, yaradıcılıq səviyyəsinin yüksəldilməsi və onun düzgün istiqamətləndirilməsi deməkdir.

Adları çəkilən proqramlar belə bir həqiqəti bir daha təsdiq edir ki, radio Azərbaycan ədəbi dilinin daşıyıcısı və qoruyucusu missiyasını uğurla davam etdirir. Şirin bir musiqi kimi insanların ruhunun bir parçası olan Azərbaycan ədəbi dilinin, eləcə də xalq dilinin təbliğində radionun populyar ədəbi-bədii və musiqi proqramları rolunu daha da artırır. Məsələn, «Duyğu» ədəbi-bədii proqramı kimi sırf ədəbiyyata, gənc və istedadlı yazarların yaradıcılığının təbliğ və təhlilinə, gəncliyin göz-könül dünyalarının tərənnümünə xidmət edir. «Çərxi-fələk» proqramını hazırlayanlar sənətdə öz sözünü demiş ixtiyar sənətkarları arayıb-axtarır, onların kəşməkeşli, dolanbac ömür yolunu gənc nəslə örnək olaraq sərf-nəzər etməyə çalışırlar. Böyük maraq doğuran «Yol» proqramı efirə çıxdıqdan az sonra Azərbaycan efirinin ən sanballı verilişlərindən birinə çevrildi. Daha çox mənəvi problemlərdən söz açan «Yol» gənclərimizə vətənpərvərlik duyğuları aşılamağa çalışırdı. Bir çox aktual mövzuları işıqlandırmaqla dinləyicilərin diqqətini cəlb etmiş «Vaxt» proqramı da öz reallığı, dinamikası ilə dövrün nəbzini tutur, cəmiyyətin ürək döyüntüsünü, azadlıq mücadiləsinin tarixini, ədəbi dilimizin, bütövlükdə mədəniyyətimizin müasir probremlərini əks etdirir. Bu illərdə dinləyicilər arasında daha çox populyarlaşmış «Axşam görüşləri» özünün müqəddəs efir missiyasını uğurla gerçəkləşdirirdi.

1992-ci ilin dekabr ayından efirə çıxan «Sarıtel» musiqi proqramı da bu illərdə populyarlıq qazanmışdı. Folklorşünas Elxan Məmmədəlinin apardığı bu veriliş yarandığı ilk aylardan şöhrətli bir radio proqramına çevrildi. Uğurun əsas səbəbi verilişin yüksək bədii-estetik səviyyəsi, mütəxəssis sözünün geniş dinləyici kütləsinə müsbət təsiri, xalq xəzinəsi və danışıq dili materiallarından məharətlə istifadə olunması ilə bağlıdır. Aşıq sənətinin problemlərindən bəhs edən «Sarıtel»də dinləyicini maraqlandıran sənət məsələləri araşdırılır, aşıq məktəbi, aşıq mühiti, aşıq sənətinin fərdi və ümumi üslubu, aşıq sənətinin qolları, saz havaları və onların təsnifatı, sazın pərdə düzümü, köklər təsnifində havaların xarakteri kimi nəzəri məsələlərlə yanaşı, dinləyicilər Azərbaycan aşıqlarının ifalarını və onlar haqqında məlumatları da dinləyə bilirlər.

Müstəqillik dövrünün radiosu üçün daha bir xarakterik cəhət onun rəqabət şəraitində fəaliyyət göstərməsidir. 1994-cü ildən başlayaraq Azərbaycanda FM dalğasında fəaliyyətə başlayan özəl radiolar dövlət radiosunun dinləyici auditoriyasının müəyyən qismini öz tərəfinə çəkə bildi. (Artıq bu dövrdə ANS-ÇM və «Sara» radioları efirə çıxdı). Bu rəqabət və auditoriyanı itirmək təhlükəsi Azərbaycan radio-

sundan yeni yaradıcılıq strategiyası və səmərəli addımlar tələb edirdi. Radionun birinci proqramı daha çox rəsmi materiallar və təbliğat verilişləri ilə yükləndiyinə görə, nisbətən sərbəst olan "Araz" müstəqil struktura çevrildi və onun efirini daha da gücləndirmək məqsədilə 1993-cü ilin noyabrında burada iki redaksiya yaradıldı: 1) "İnformasiya və ictimai-siyasi proqramlar"; 2) "Xalq yaradıcılığı" redaksiyaları. Doğrudur, 1998-ci ilin dekabrında əsassız olaraq bu strukturdan imtina edildi. Amma əksər verilişlər öz efir yerini saxlaya bildi.

1993-cü ildən erməni, talış, kürd və ləzgi dillərində verilişlər hazırlayan redaksiyalar da fəaliyyətə başladı. Tezliklə onların sırasına gürcü, ingilis, alman, fransız dillərində proqramlar hazırlayan redaksiyalar da qoşuldu. Bu dillərdə yayımlanan verilişlərin ümumi həcmi 2000-ci ildə 50 saata çatırdı. Bunun 18 saatı Birinci proqramla, yerdə qalanları «Araz» və Beynəlxalq radio ilə yayımlanırdı (28, s. 34). Dalğaları çox-çox uzaqlara, hətta Amerika və Avstraliya qitələrinə yayılan "Araz" radiosu dünənədək marksizm-leninizm ideyalarının təbliğatçısı idisə, bu gün müstəqil Azərbaycanın gur səsinə çevrilmək imkanı qazanmışdır. 2004-cü ildə bu stansiyanın həftəlik verilişlərinin həcmi 100 saatdan çox idi. "Araz"ın verilişlərində dövrümüzün ab-havası, sərbəst düşüncə tərzi ön plana çəkilirdi. "Araz" milli-mənəvi mədəniyyətimizin, ilk növbədə isə musiqimizin və zəngin xalq yaradıcılığının yorulmaz təbliğatçısına çevrilmişdi. Bizə ana laylası qədər doğma olan "Bulaq", "Xeyrə qənşər", "Qərib axşamlar", "Ustad nəfəsi", "Dastandan üzü bəri" kimi populyar verilişlər məhz "Araz"ın efirindən pərvazlanırdı. Əlbəttə, "Araz", ilk növbədə, informasiya və musiqi kanalı idi, ona görə də hər saatın əvvəlində 10 dəqiqəlik "Xəbərlər bülleteni" səsləndirilirdi. Efirə verilən hər hansı əhəmiyyətli hadisə, fakt növbəti verilişlərdə şərh edilirdi. Bu kanal üçün bütün dünyada geniş yayılmış "informasiya-şərh-yekun" modeli aparıcı tendensiyaya çevrilirdi. Artıq dinləyicilər arasında populyarlıq qazanmış "Bizim şərh", "Beynəlxalq həyat", "Ölkələr, hadisələr", "Araz"ın dinləyici otağı", "Maraq dünyamız", "Radio-səsləşmə" və digər verilişlər forma və məzmun cəhətdən dolğun efir məhsulları kimi qəbul olunurdu.

1994-cü ilin oktyabrında «Araz»ın efirə çıxmasının 30 illiyi önəmli mədəniyyət hadisəsi kimi qeyd olundu. Bu münasibətlə radionun əməkdaşlarını təbrik edən Prezident H.Əliyevin müraciətində qeyd olunurdu ki, «bu tarixi sınaq günlərində xalqımızın əzmi, iradəsi, yekdilliyi efirdə öz layiqli əksini tapır. Bu çətin, məsuliyyətli və şərəfli işdə gecə-gündüz fədakarlıqla çalışan, öz xalqına sədaqətlə xidmət etmək amalını hər şeydən uca tutan teleradio işçiləri hörmət və ehtirama layiqdirlər» (24, s. 63).

"Araz"ın dalğalarının ən uzaq ölkələrə belə gedib çatdığını nəzərə alan radio əməkdaşları dünya azərbaycanlıları ilə əlaqələrin daha da genişlənməsinə impuls verən proqramların səsləndirilməsinə xüsusi diqqət yetirirlər. Azərbaycan neftinin dünya bazarına çıxarılması, Böyük İpək Yolunun bərpası, bir sıra mühüm beynəlxalq kommunikasiya layihələrinin həyata keçirilməsi, ölkəmizin iqtisadi, sosial, elmi-mədəni potensialı, respublikamızın beynəlxalq aləmə, ilk növbədə, Avropaya inteqrasiyası, həmçinin yeni cəmiyyət quruculuğu, insan haqları və demokratiya uğrunda mübarizə də "Araz"ın əsas mövzularına çevrilmişdi. "Araz"ın hər gün təxminən üç saatlıq xəbərlər proqramlarında bu mövzular yığcam və operativ şəkildə işıqlandırılırdı. 90-cı illərin ortalarından başlayaraq "Araz"da populyarlaşan "Gün keçdi" xəbərlər proqramının müasir radioverilişləri şəbəkəsində xüsusi yeri var. Hər axşam 30 dəqiqə efirdə olan "Gün keçdi" proqramının müasir informasiya ritmini tutan cazibədar ovqatı, məlumatları orijinal təqdimetmə üslubu və dinləyiciyə xoş gələn şərh manerası vardır. Məhz bu xüsusiyyətlərinə görə o dövrdə "Gün keçdi" informasiya proqramını format, reportyor işi və üslub baxımından Azərbaycan radiosunun gələcəyi, onun yeni modeli hesab etmək olardı. Təbii ki, bütövlükdə radioya xas olan ənənəvi nöqsanlardan (sözçülük, forma kasadlığı, quruluq, rəsmiyyətçilik, şablonçuluq) yaxa qurtara bilsəydi.

2001-ci ildə Azərbaycan radiosunun 75 illik yubileyində belə bir yekdil fikir ifadə olundu ki, bu radio zəngin və mürəkkəb tarixi yol keçmiş təbliğat tribunası olmaqla yanaşı, xalqımızın mədəniyyətinin, dilinin, milli-mənəvi dəyərlərinin inkişafına öz layiqli töhfəsini vermişdir. Bu yubiley münasibətilə teleradio işçilərinə ünvanlanan rəsmi təbrikdə göstərilirdi ki, respublikamız dövlət müstəqilliyi qazandıqdan sonra milli televiziyamız və radiomuz müstəqil dövlət quruculuğu prosesini hərtərəfli işıqlandırmaqla bərabər, həm də bütün taleyüklü anlarda xalqın əsl tribunasına çevrilərək onun istək və arzularının, ölkə həqiqətlərinin carçısı rolunu dönmədən həyata keçirir.

Azərbaycan radiosunun, eləcə də televiziyanın yaradıcılıq axtarışlarının genişlənməsi maddi maddi-texniki bazasının güclənməsi, beynəlxalq əlaqələrinin artması, efir və ekran fəaliyyətinin mükəmməl hüquqi təminat bazasını yaratmağı zəruri edirdi. Bu baxımdan 2002-ci il iyunun 25-də qəbul edilən «Televiziya və radio yayımı haqqında» Qanun televiziya, o cümlədən radio fəaliyyətinin hüquqi, iqtisadi və təşkilati əsaslarını müəyyənləşdirən sənəd oldu. Bundan bir neçə ay sonra isə bu qanuna müvafiq olaraq ölkə prezidentinin 2002-ci il 5 oktyabr tarixli fərmanı ilə Milli Televiziya və Radio Şurası yaradıldı. Şuranın qarşısında televiziya və radioyayımı sahəsində dövlət siyasə-

tinin həyata keçirilməsini təmin etmək və bu fəaliyyəti tənzimləmək vəzifəsi müəyyən edildi.

2005-ci ilin mart ayından Azərbaycan Dövlət Televiziya və Radio Verilişləri Şirkəti Prezident sərəncamı ilə «Azərbaycan Televiziya və Radio Verilişləri» Qapalı Səhmdar Cəmiyyətinə çevrilmişdir. Həmin sərəncama görə radionun 2-ci kanalı, yəni «Araz» radiostansiyasının tezliyi yeni yaradılacaq ictimai radioya verildi. Teleradionun rəhbərliyi (sədr N.Xudiyev) 40 il efir ömrü olmuş Azərbaycan musiqisinə və mədəniyyətinə böyük töhfələr vermiş, ölkəmizi bütün Şərqdə tanıtmış bu radionu yaşatmaq, ən aşağısı onu mümkün olan yeni tezliyə keçirmək üçün heç bir cəhd göstərmədi. Hətta rəmzi olaraq «Araz» adını yaşatmaq üçün də addım atılmadı.

2006-cı ildə 80 yaşına qədəm qoyan Azərbaycan radiosu bu əlamətdar yubileyini fəxri adlar və başqa təltiflər seli ilə qeyd etsə də, öz yaradıcılıq – təşkilati problemlərini həll edə bilmədi. Həmin yubileydən az öncə teleradio rəhbərliyindəki dəyişikliyin də heç bir faydası olmadı. Əksinə, yaradıcılıq məsələlərindən baş çıxarmayan, ekran-efirin incəliklərini duymayan, dünyada bu istiqamətdə gedən meyillərdən bixəbər olan yeni sədr (A.Alışanov) təkcə teleradio kollektivinə kütləvi məyusluq və peşmanlıq gətirmədi, həm də qeyri-müəyyən, dolaşıq struktur dəyişiklikləri ilə radioya əlavə problemlər yaratmış oldu. Hazırda radionun tarixi yaradıcılıq ənənələrini yaşadan işgüzar kollektivi, həmçinin 80 yaşı keçmiş nüfuzlu radionun dinləyiciləri indi yeni dövrün ab-havasına uyğun müasir tipli radionun intizarındadır.

Müasir radio, ilk növbədə, strukturu, yayım konsepsiyası və dinləyiciləri cəlb edən maraqlı verilişləri ilə populyarlaşır. Lakin hələlik Azərbaycan radiosu, bəzi kosmetik dəyişmələrə baxmayaraq, sovet dövründə formalaşmış strukturla çalışır. Dövlət kanalı olduğundan onun bütün atributlarını daşıyan Azərbaycan radiosunda hazırda 10 redaksiya və şöbə fəaliyyət göstərir. Gündə bir neçə dəfə informasiya buraxılışları hazırlayan «Xəbərlər»lə yanaşı, ictimai-siyasi proqramlar, musiqi verilişləri, gənclik və idman, ədəbiyyat və incəsənət, təhsil və elmi-kütləvi proqramlar, xalq yaradıcılığı, uşaq verilişləri, rus dilində yayım şöbəsi və s. qurumlar da öz profillərinə uyğun müxtəlif adlarda proqramlar təqdim edirlər.

Sutkada 24 saat ərzində efirdə olan radio gecələr günorta və axşam verilişlərinin təkrarını verir. Azərbaycan radiosunun nisbətən tanınmış verilişləri bunlardır: «Səhər» informasiya proqramı, «Çıxış edir folklor kollektivləri», «Göy qurşağı» məktəblilər proqramı, «Dastan saatı», «Lirika dəftərindən», «Aşıq havaları», «Radionun

şərhçi otağı», «Hekayə axşamı», «Aktyorlar, rollar», «Bulaq», «Axşam görüşləri» və s.

İctimai Televiziya və Radio Yayımları Şirkətinin tərkibinə daxil olub dövlət büdcəsi hesabına maliyyələşən «İctimai» radio cəmi 2 ilə yaxındır ki, yaranıb. Yayıma 2006-cı il yanvarın 10-da başlayıb.

«İctimai» radio mövzu baxımından «Azərbaycan» dövlət radiosunu xatırlatsa da, ondan daha çevikdir. «Azərbaycan» radiosundan fərqli olaraq, «İctimai» radioda interaktiv verilişlər, yəni efirə dinləyici qoşulması və s. kimi formalardan istifadə edilir. «İctimai» radioda xəbərlərə daha çox diqqət ayrılır, hətta şənbə-bazar günləri belə radio xəbər saatlarını azaltmır. Bu səbəbdən radioda kommersiya reklamları da getdikcə artır.

Hazırda radioda 4 redaksiya (departament) fəaliyyət göstərir: Xəbərlər və analitik proqramlar, Elm-təhsil, Gənclik və idman, Musiqi və əyləncəli verilişlər və çoxsaylı verilişlər yayımlayan Ədəbiyyat və İncəsənət Departamenti. Göründüyü kimi, strukturca bir qədər mobil olan və təkrarlara yol verməyən radionun dinləyicilər arasında populyar hesab olunan verilişləri bunlardır: «Yeni gün» (Zərxanım Əhmədli ilə), «Xəbər vaxtı», «Retro musiqi», «Tap görək» musiqi yarışması, «Xalq mahnıları», «Muzik+», «Əyləncə saatı», «Elm korifeyləri», «Muğam albomu», «5 suala 5 cavab», «Zəng», «Telli saz», «Milli Konservatoriya», «Gecə söhbətləri» və s.

ANS-ÇM, RADİO "SARA" FM-104...

Sovet sosialist sisteminin tam süqutu informasiya vasitələri üzərində dövlət monopoliyasının ləğvini sürətləndirirdi. 1989-cu ildə Berlin divarlarının uçurulmasından başlanan dünyadakı qlobal dəyişmələr, Avropadakı sürətli hadisələr SSRİ-nin dağılması nəticəsində Azərbaycanın da müstəqillik qazanması, onun təkcə ayrıca coğrafi məkana deyil, həm də dünya siyasətinin subyektinə çevrilməsi ölkəmizə məzmunca böyük yeniliklər gətirdi. Azərbaycanın suverenlik qazanması dolaşıq siyasi labirintlərə baş vuraraq bəşər sivilizasiyası ilə təmasa girməsi, ilk növbədə, azad mətbuatın və qeyri-dövlət təşkilatlarının təşəkkülünə təkan verdi. Ölkədə müstəqil qəzetlərin, eləcə də televiziya və radioların yaranması bir tərəfdən daxildəki obyektiv proseslərin, digər tərəfdən isə məhz demokratik dünya ilə təmasın nəticəsi idi. Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, hər hansı cəmiyyətin demokratikləşməsi dövlət informasiya orqanlarından daha çox onlara alternativ olan ictimai və özəl medianın, o cümlədən elektron informasiya vasitələrinin inkişafını tələb edir. Keçmiş SSRİ məkanında bu sahədə ən uğurlu addımı Baltikyanı respublikalar, Ukrayna, Gürcüstan

və müəyyən mənada Rusiya atmışdır. Hazırda bu ölkədə 620-dən çox özəl radio fəaliyyət göstərir. Təkcə Moskvada onların sayı 115-i ötmüşdür. Əsasən, FM diapazonunda efirə çıxan "Avropa plyus", "Russkoe radio", "Nadejda", "Radio Art" kimi populyar radiostansiyalar çoxdan milyonlarla dinləyicinin qəlbini fəth etmişdir.

Bu gün Azərbaycanda dövlət büdcəsindən maliyyələşən 2 radio kanalı – (Azərbaycan radiosu və İctimai) ilə yanaşı, 10-a yaxın özəl radiostansiya və bir neçə xarici radio fəaliyyət göstərir. Ölkənin efir məkanında Azərbaycanda hazırda 13 FM radio kanalı yayım aparır. Paytaxt Bakıda dövlət radiosu – "Azərbaycan" 2 tezlikdə yayımlanır, qalan radiostansiyaların hərəsinin ayrıca bir yayım tezliyi vardır. 2007-ci ilin ortalarına olan ümumi mənzərə aşağıdakı kimidir.

1	Azərbaycan radiosu	88 FM, 105 FM
2	İctimai radio FM	90 FM
3	Burc FM	100.5 FM
4	Anten FM	101 FM
5	Azadlıq Radiosu	101.7 FM
6	ANS ÇM	102 FM
7	Rusiya (Radio Rosii)	103 FM
8	BBC	103.3 FM
9	Space FM	104 FM
10	Azad Azərbaycan – 106 FM	106 FM
11	Azad Azərbaycan – 106.3 FM	106.3 FM
12	Lider FM	107 FM
13	Avropa+ Baku	107.7 FM

Radioların istisnasız olaraq hamısı paytaxt Bakıdan başqa, Azərbaycanın bülgələrində də yayımlanır. İki radiostansiya – "Azərbaycan" dövlət və "Azadlıq" radiostansiyaları FM tezliyindən başqa orta dalğalarda da yayımını davam etdirir.

Bəs Azərbaycan radioları dinləyicilər arasında nə dərəcədə populyardır? Dinləyicilər daha çox hansı radioya və hansı verilişlərə qulaq asırlar? Reklam şirkətlərinin sifarişləri ilə radioların populyarlıq dərəcəsini öyrənən nüfuzlu reytinq ölçən təşkilatların 2007-ci ilin sentyabrına olan məlumatlarına görə kanalların reytinq göstəriciləri aşağıdakı kimidir.

№	Radio stansiyalar	Reyt. %-lə
1	Bürc 100.5 FM	2.1 – 6.2
2	Radio 106.3	0.6 – 3.5
3	ANS ÇM 102 FM	0.6 – 1.9
4	Space 104 FM	0.6 – 1.3
5	Radio 106 FM	0.1 – 1.3
6	Lider 107 FM	0.1 – 1.3
7	Avropa Plyus 107.7 FM	0.0 – 0.8
8	Anten 101 FM	0.0 – 0.3
9	İctimai radio 90 FM	0.0 – 0.2
10	Azərbaycan radio 88 FM	–

Göründüyü kimi, «Azadlıq» və BBC-nin (onların efirində kommersiya reklamı getmədiyi üçün reklamçılar üçün maraqlı hesab olunmurlar) əks etdirilmədiyi bu cədvələ auditoriyanı geniş çeşiddə proqramları ilə özünə yaxınlaşdıran «Bürc» FM başçılıq edir. Əslində, bu tendensiya həm radioların inkişaf istiqamətini, həm də tamaşaçıların zövq və istəyini əks etdirir. Digər tərəfdən, bu da aydın görünür ki, dövlət büdcəsindən maliyyələşən radiolara nisbətən dinləyici auditoriyasında özəl radiokanallar daha populyardır. İndi isə bu kanallar haqqında ən ümumi bilgiləri nəzərinizə çatdıraq.

Azərbaycanda ilk kommersiya radiosu **ANS-ÇM**-dir. Bütövlükdə Cənubi Qafqaz və Mərkəzi Asiya regionunda ilk FM radiosu olan ANS-ÇM əlamətdar tarixdə – 1994-cü il mayın 28-də Respublika günündə efirə çıxmışdır. İlk dövrdə, əsasən, Bakı və Abşeron ərazisində yayılan bu radionun geniş dinləyicisi auditoriyası vardır. Azərbaycan dinləyicisi üçün yeni tip radiostansiya olan ANS-ÇM, əsasən, "informasiya üstəgəl musiqi" prinsipi ilə işləyir, operativ xəbərlər verir, fərqli musiqi və əyləncəli proqramlar hazırlayır, müxtəlif şoular səsləndirir. Efirə gəlişi ilə Azərbaycan dinləyicisinə tamamilə yeni, fərqli, maraqlı proqramlar bəxş edən radiostansiyanın ən böyük üstünlüyü onun təxminən hər saatın əvvəlində qısa informasiya bülleteni ilə efirə çıxması, canlı müsahibələr aparması və əlbəttə, dinləyicilərlə müxtəlif formalarda (studiyaya dəvət, telefon zəngləri və s.) ünsiyyətə girmək bacarığıdır. Radionun auditoriyası, əsasən, gənclər olduğu üçün gerçəkləşdiyi müxtəlif efir oyunları (krossvord, sorğu, müsabiqə, hər hansı mövzuda diskussiya və s.) effektli təsir bağışlayır. Elə bu səbəbdən radiostansiyanın müxtəlif illərdə efirə çıxmış "İsti-isti", "Hər səhər", "Görüşlər", "Retro", "Estrada saatı", "Qadın saatı", "Drayv – taym", "Şənbə kaleydoskopu" və s. proqramları, həmçinin onların Rahib Azəri, doktor Ziya, Tofiq

Orucov, dicey Nika, Teymur Əliyev kimi aparıcıları dinləyicilər arasında böyük populyarlıq qazanmışdır.

Əlbəttə, radioların sayca çoxluğu rəqabət mühiti yaradır, verilişlərin keyfiyyətinin yüksəlməsinə müsbət təsir edir. Çünki əsl rəqabət dinləyiciyə və bazara laqeyd olmayan radioları daim öz proqramlarına yenidən baxmağa, yalnız kommersiya maraqları barədə deyil, verilişlərin səviyyəsi barədə düşünməyə, müəyyən dəyişikliklər aparmağa məcbur edir. ANS-in tanınmış diceylərdən biri mətbuata müsahibəsində bu məsələnin vacibliyinə diqqət çəkərək belə demişdir: «Proqramlarda daim dəyişikliklər edirik. Çünki dinləyicini nəyəsə öyrəşdirmək olmaz. Onun tələbləri də dəyişir. Bu gün maraqla dinlədiyi veriliş sabah onunçün maraqsız ola bilər. Biz bunu heç zaman diqqətimizdən qaçırmırıq. Çalışırıq ki, proqramlarımızı daha maraqlı edək. Çünki radioların sayı artdıqca, rəqabət gücləndikcə, tələblər də çoxalır. Buna cavab vermək üçün işləmək lazımdır» (12).

Radio məhz dinləyici marağına işlədiyi üçün rəqabətə davam gətirə bilir. Xüsusən «Azadlıq» kimi nəhəng radio ilə informasiya sahəsində rəqabətə davam gətirən ANS-ÇM «İsti-isti» kimi maraqlı xəbər-şou proqramı ilə böyük dinləyici auditoriyası toplaya bilir. Bundan başqa, hazırda efirə gedən «Bankomat», «Həftənin 40 anı» hit-parad, «Mövzu saatı», «Svetofor» verilişləri, həmçinin radionun konkret dinləyici qrupuna (gənclər, qadınlar, sürücülər və s.) yönəlmiş proqramları da maraqla qarşılanır.

ANS-ÇM kütləvi tədbirlər təşkil etmək və bu tədbirləri fərqli tərzdə işıqlandırmaq təcrübəsinə görə də digər radiolardan fərqlənir. İlk belə tədbiri 1997-ci ilin 28 mayında (radionun 3 illik yubileyində) təşkil edən radio, 1999-cu ildə «Çina 99» gənclər festivalının da təşkilatçısı olmuşdur. Elə həmin il radio «Net – Eyd» beynəlxalq xeyriyyəçilik layihəsində iştirak edərək, London, Cenevrə və Nyu-Yorkdan birbaşa və çoxsaatlı canlı yayım aparmışdır. Bir sözlə, bəlli səbəblərdən çətin şəraitdə işləyən ANS radiosu və televiziyası özlərinin elan etdikləri «Dəqiq, qərəzsiz və vicdanlı» olmaq prinsiplərinə əməl etməyə çalışırlar.

Azərbaycan radio məkanının formalaşdığı ilk illərdə dinləyicilər arasında, əsasən, musiqi kanalı kimi məşhurlaşmış **"Radio Sara"** 1994-cü il noyabrın 27-dən 1999-cu ilin oktyabrınadək efirdə olmuşdur. Ölkənin təxminən yarısında dinlənilən «Radio Sara», Bakıdan təxminən 200-250 kilometrlik radiusda da dinlənilmişdir. Bütün sutka üç dildə – Azərbaycan, rus və türk dillərində danışan "Radio Sara"nın populyarlığını efirdə bol və çeşidli musiqi proqramlarının olması şərtləndirmişdir. Radiostansiyanın verilişlərinin təxminən üçdə ikisini məhz musiqi-əyləncə proqramları təşkil

etmişdir. Auditoriyasının istəyini, duyum və psixologiyasını nəzərə alan "Sara" dinləyicilərinin zövqünü oxşamaqda çətinlik çəkməmişdir.

Hər gün efirə gedən sifarişli konsertlər onu göstərmişdir ki, bu radiostansiyanı dinləyənlərin və ona rəğbət göstərənlərin sayı kifayət qədər yüksək olmuşdur. Hətta bu radionun dalğalarında hansısa dinləyicinin əlamətdar gününə (məsələn, ad günü, yubiley, toy, nişan və s.) həsr edilmiş xüsusi (yalnız Şərq mentaliteti üçün düşünülmüş bu formanın perspektivi şübhə altında olsa da) musiqi proqramları da auditoriyanı cəlb etmişdir. Müəyyən bəsitliyə baxmayaraq, radiostansiya Azərbaycan musiqi mədəniyyətinin, xüsusən xalq musiqisinin və estrada nümunələrinin təbliği baxımından da əvəzsiz rol oynamışdır. Əlbəttə, bəzi zövqsüz və aşağı səviyyəli musiqilərin, bayağılaşdırılmış melodiyaların, həvəskar müğənni və bəstəkarların efirə geniş yol tapması və bəzi aparıcıların qüsurlu nitqi "Sara" pərəstişkarlarını çox məyus etsə də, bütövlükdə radiostansiya son gününədək dinləyicilər arasında yüksək reytinqini saxlamışdır. Xüsusən "Səhər diskotekası", "Müzik kollekşn" və "Arzular, istəklər" kimi proqramların minlərlə dinləyicisi olmuşdur. Radio 1999-cu ilin oktyabrında Respublika Ədliyyə Nazirliyinin qərarı ilə bağlanmışdır.

"Azad Azərbaycan" radiosu 1998-ci il mayın 28-də efirə çıxmış və verilişlərini bir müddət orta dalğada – Praqadan "Azadlıq" radiostansiyasının efirə çıxdığı dalğada yayımlamışdır. Bu radionun fəaliyyətini iki mərhələyə bölmək olar: a) ictimai-siyasi yayım apardığı, əsasən, əks-təbliğatla məşğul olduğu dövr; b) musiqi, şou və əyləncəli verilişlər dövrü. Birinci mərhələdə bu radiostansiyanın əsas məqsədi Azərbaycan gerçəkliklərini ölkə dinləyicilərinə çatdırmaq və əsasən, "Azadlıq" radiosunun "yanlış" məlumatlarını təkzib etmək olmuşdur. "Azad Azərbaycan"ın yaradıcılıq təcrübəsində bir müddət "kirayənəşin" kimi yerləşdiyi Azərbaycan dövlət radiosunun üslubu üstünlük təşkil etmişdir. Gün ərzində 3 saat efirdə olan bu radio öz dinləyicilərinə bir sıra rubrikalar təqdim etmişdir. "Qalx ayağa, Azərbaycan", "Qəzetlər nədən yazır", "Azərbaycan bu gün", "Günün sözü", "Bölgələrdən səslər" və s. kimi rubrikalar arasında professor S.Onullahinin apardığı "Tarixdən səslər" adlı gündəlik veriliş daha populyar olmuşdur.

Hazırda 106.3 FM-lə efirə çıxan bu radio maraqlı musiqi proqramları təqdim edir. Diqqəti cəlb edən odur ki, əsasən, milli musiqiyə üstünlük verən radio klassik musiqiyə və dünya xalqlarının populyar melodiyalarına da yer ayırır.

"Azad Azərbaycan" daha bir dalğada **"Radio FM-106"** (mart, 1999) adı ilə, özü də tamamilə fərqli ampluada efirə çıxır. Gün ərzində bir neçə dəfə 2-3 dəqiqəlik xəbər bülleteni təqdim edən radio, əsasən,

ölkədə yayımlanan şou-musiqi kanallarından biri sayılır. Bu radio qısa müddətdə özünün Qərb üslublu yayımı, xüsusən əyləncəli musiqi proqramları ilə dinləyicilərin rəğbətini qazanmışdır. Bu kanal, həm də hər bazar günü ATV telekanalı ilə efirə gedən "106 FM hauz" adlı məşhur verilişə görə populyarlaşmışdır.

"Bürc FM" Türkiyənin eyniadlı radiosunun təmsilçisi olub, dinləyici baxımından Azərbaycanın ən populyar radiosudur. Dinləyici kütləsinə nə lazım olduğunu bilən radio müxtəlif yaş təbəqələrindən ibarət auditoriyanın zövqünü oxşamağı bacarır. Tarixçəsi böyük olmayan "Bürc FM" radiosu 1994-cü il fevralın 17-də İstanbulda yaradılıb. Əvvəllər yalnız Türkiyədə dinlənilən bu radio 1995-ci il mayın 1-dən "TÜRKSAT 1-C" peyki vasitəsilə Avropadan Çin səddinə qədər geniş bir əraziyə yayımlanır. Türkiyədə ən çox dinlənilən radiolardan biri olan "Bürc FM" Bakıda yayımına 1998-ci il iyunun 25-dən başlayıb. Xəbərlər, musiqi, əyləncə-incəsənət və maarifçilik proqramları ilə özünə xüsusi bir mövqe qazanmış bu radio bütün sutka ərzində işləyir. "Poliqon", "Çiçəkli dəqiqələr", "Gülşahla Gülşahanə", "Xalqın harmoniyası", "Könül damlaları", "Top 10", "Həkim məsləhəti" kimi populyar verilişləri vardır.

"Bürc FM"in fərqli cəhətlərindən biri onun müasir temporitmi, xüsusən musiqinin çeşidli olmasındadır. İkincisi, xəbərlər xidməti operativ və əsasən, obyektivdir. Proqramlarda kütləvilik və dinləyici ilə səmimi dialoq vardır. Xüsusən, "Poliqon", "Gün batarkən" proqramları, həmçinin "Pozitiv sfera", "Könül damlaları" verilişləri bir çox cəhətlərinə, ilk növbədə isə dinləyiciləri ilə səmimiyyətinə və yüksək efir mədəniyyətinə görə çox populyardır. Bu tip proqramlar yerli radio bazarında rəqabətə şərait yaradır, sağlam rəqabət isə bütün normal cəmiyyətlərdə tərəqqinin mənbəyi sayılır.

«Anten» radiosu 1998-ci ilin iyinundan fəaliyyətə başlayıb, efirə yığcam informasiya blokları və musiqi proqramları ilə çıxır. Bir neçə müddət «Amerikanın səsi» radiosunun informativ verilişləri (ingilis, rus, türk dillərində) də bu kanalla yayımlanmışdır. «Anten» radiosunun verilişləri, əsasən, Abşeron yarımadasında yayımlanır. Artıq xeyli vaxtdır efirdə olmasına baxmayaraq, bu radio dinləyicilər üçün elə də əhəmiyyət daşımır. Neçə illərdir radionun reklam reytinqi də aşağı səviyyədə qalır. Radio bir neçə dəfə şəhər nəqliyyatında və küçədə özünü reklam etməsinə baxmayaraq, elə bir populyarlıq qazanmayıb. Bir neçə il əvvəl yumorlu verilişlərə daha çox üstünlük versə də, imicini təzələyə bilməyib. Hazırda radionun sabit mövzuları, sabit imici yoxdur. «Səhərin gözü açılmamış», «Yeri gəlmişkən», «Axşam əməliyyatı» kimi maraqlı verilişlərinin olmasına baxmayaraq, bu adda-budda hallarda və ya təsadüfən qulaq asırlar.

«Avropa + Bakı» radiosu Moskvanın eyniadlı radiosunun satellitidir. 2004-cü ildə yaradılıb, bütün verilişləri rusca yayımlanır. Bu radionun özəlliklərindən biri avtomatik kompyuter efirinə malik olmasıdır. Ölkəmizin radio məkanına tədricən ayaq açan bu texnologiyanın mahiyyəti ondadır ki, dinləyicilərin yolladığı SMS-lər radionun saytındakı foruma daxil olur. Hazırda bu sistem bir sıra başqa radiolarda da çalışır. «Səhər şou», «Bakıdan sevgi ilə», «Prezent» kimi nisbətən populyar verilişlərinin olmasına baxmayaraq, «Avropa + Bakı» radiosunun auditoriyası məhduddur, ona daha çox rusdilli gənclər qulaq asır. Radionun mövzusu, əsasən, rus və xarici musiqi və Talk Şhow-lardır, ara-sıra xəbərlər də verilir.

Əsasən, caz musiqisi həvəskarları üçün nəzərdə tutulmuş **«Lider» Jazz** radiosu 15 noyabr 1999-cu ildən fəaliyyətdədir. Radionun kosepsiyası bütün musiqili janr və istiqamətlərini nəzərdə tutur. Lakin radioda saatbaşı 3-4 dəqiqəlik xəbərlər də özünə yer tapır. «Caz səhər», «Azdan Cazdan», «Gecə caz», «Caz master» və s. kimi çox dinlənilən proqramları vardır.

İlk addımlarını atan və formalaşma dövrünü yaşayan özəl radiolar içərisində yayım siyasəti və proqram strukturu baxımından universallığa meyil edən yayımçılar da diqqəti cəlb edir. Bu sırada 2001-ci ilin oktyabrından yayıma başlamış **«Space 104 FM»** radiosunun bəzi fərqli cəhətləri nəzərə çarpır. Hər şeydən əvvəl proqram siyasəti, verilişlərin məzmunu və peşəkarlığı səviyyəsi baxımından klassik və yeni radioçuluq ənənələrini birləşdirməyə çalışan bu kanal proqram siyasəti və yaradıcılıq baxımından yayımın bütün növlərini əhatə edir. Yayımın strukturunda ictimai-siyasi verilişlər, tədris-maarifçilik (məsələn, bir neçə il əvvəl «seytnot» intellektual oyunu dillər əzbəri olmuşdur), mədəniyyət, idman, ədəbiyyat, əyləncə və musiqi proqramları sabit yer tutur. Məzmun və hədəf auditoriyası baxımından da verilişlərin diferensiasiyası (gənclər, qadınlar, uşaqlar, dindarlar, iş adamları və s. üçün proqramlar) göstərir ki, «104 FM» radiosu universal radio tipinə daha çox iddialıdır. Buna görə də standart informasiya proqramları ilə yanaşı, bu radionun «Ünsiyyət», «Sağ olun» publisistik proqramları, «Ştrix kod», «İşgüzar adamın səhvi», «Yanar saat», «Ədəbi musiqi», «Muğam saatı», «Kokteyl», «Çağırtı», «Təbriklər» və s. proqramları dinləyicilər arasında son illərədək çox populyar olmuşdur. Təəssüf ki, son 2 ildə radioda açıq geriləmə hiss olunur. Əgər bir neçə il əvvəlki yaradıcılıq dəst-xəttini davam etdirərsə, «Space 104 FM» Azərbaycan özəl radio sisteminin populyar təmsilçisinə çevrilə bilərdi.

Özəl radiolar təkcə paytaxtda deyil, bölgələrdə də səslənir. Bu baxımdan Naxçıvanda gündə 14 saat efirə çıxan və Dövlət radiosu ilə

yanaşı fəaliyyət göstərən **«Naxçıvanın səsi»** radiosunu qeyd etmək olar. Muxtar Respublikada müstəqillik dövründə ilk uğurlu media nümunəsi olan bu radio 2001-ci il sentyabrın 19-dan FM tezliyində efirə çıxır. 2004-cü ilin dekabr ayından yeni texniki şəraitdə fəaliyyətini davam etdirən radio hazırda sutkada 18 saat yayımlanır.

«Naxçıvanın səsi», əsasən, musiqili-əyləncəli radiodur, amma burada bir çox aktual mövzularda gündəlik və ya həftəlik verilişlər də hazırlanır. Radioda hər gün yayımlanan verilişlərdən «Sabahınız xeyir», «Sizin istəyinizlə», «Axşama doğru», həftəlik verilişlərdən «Maraq dünyası», «Kitab dünyası», «Milli tariximiz», «Ömrün anları», «Bizim qonaq», «Folklor dünyası», «Poeziya dəqiqələri» və digərlərinin adlarını çəkmək olar.

Göründüyü kimi, bu gün Azərbaycanın özəl radio sistemində özünə yer tutmuş bütün radiostansiyaların yayımında informasiya, musiqi və qismən də tədris, mədəni-maarifçilik proqramları əsas yer tutur. Amma bu radioların proqramlarında qüsurlu cəhət xarici dildə verilişlərə çox yer verilməsdir. Məsələn, 2006-cı ilin göstəricilərinə görə, «Lider FM» verilişlərinin 40 faizi, «Anten»in verilişlərinin 20 faizi, «Avropa + Bakı»nın proqramlarının isə 90 faizi xarici (əsasən, rus və ingilis) dillərdədir.

Qərb radiolarının tarixi və Azərbaycandakı özəl radioların bugünkü fəaliyyəti təsdiq edir ki, bu tipli radiostansiyaları yaşadan başlıca vasitə reklamdır. Bir çox populyar proqramların layihələri məhz radioreklamları daha geniş auditoriyaya yaymaq üçün düşünülür. Radio ilə reklam verilməsi həm ucuzluğuna, həm də yayılma ehtimalının genişliyinə görə sahibkarlar, xüsusən orta təbəqə iş adamları üçün də əlverişlidir. Buna görə də reklam bazarında radioya yer ayrılması təbiidir və bu gün özəl kommersiya radiolarında xüsusi reklam şöbələrinin fəaliyyət göstərməsi, həm də onun əsas maliyyə strukturuna çevrilməsi təsadüfi deyil. Deməli, potensial alıcılar qrupunu əhatə etmək imkanı baxımından radioreklam xüsusilə sərfəlidir. Bu mənada, radiostansiyaların adi iş günü ərzində əhatə edə biləcəyi bəzi dinləyici qrupunu nəzərdən keçirək.

Sübh tezdən, saat 7-dən 9-dək evdə olanlar radionu səhər yeməyi zamanı dinləyirlər. Həmin vaxt işə gedənlər radioya şəxsi avtomobillərində qulaq asırlar. Çox vaxt ictimai nəqliyyatda (avtobus, marşrut taksiləri) da özəl radiostansiyaların verilişləri səslənir. Müşahidələr göstərir ki, rəhbər işçilərin əksəriyyəti işə gedərkən radio ilə verilən son xəbərlərə diqqətlə qulaq asır. Çünki bu halda onlara mane olan, zəng edən, suallar yağdıran olmur. Amma bir məsələ də var ki, sükan arxasında əyləşən adamların çoxu deyilən ünvanı, yaxud telefon nömrəsini yadda saxlaya bilmir. Burada bircə çıxış yolu var:

reklamdakı telefonları dönə-dönə təkrar etmək və adı, yaxud nömrəni yadda saxlamağı asanlaşdıran sadə üsullardan istifadə etmək. Radio məlumat xarakterli informasiyanı çap olunmuş şəkildə təqdim etmək imkanından və televiziyanın vizual üstünlüklərindən, təbii ki, məhrumdur. O, bütünlüklə təkrarlardan istifadə etməli, imkan daxilində "xəyali obrazlar" toplusuna da əl atmalıdır. Radionun spesifikasına və onun ifadə imkanlarına uyğun olaraq xəyali obrazlar yaradılması radioreklamın ən üstün xüsusiyyətlərindən biridir.

Günortalar radionu, əsasən, ev-ailə işləri ilə məşğul olan evdar qadınlar, eləcə də müəyyən ictimai xidmət yerlərində (mağazada, kafedə, bərbərxanada və s.) çalışan şəxslər dinləyirlər. Həmin yerlərdə radionun səsi işə mane olmur. Bu vaxt proqramları dinləyən sosial qrupun maraqlarına uyğun olaraq çoxişlənən malların və istehlak xarakterli xidmətlərin reklamı daha münasib sayılır.

Saat 17-18-dən başlayaraq radionu daha çox işdən öz avtomaşınlarında qayıdanlar, eləcə də yeniyetmələr və gənclər dinləyirlər. Axşam saatlarında isə dinləyicilərin sayı artır, xarici ölkələrdə kommersiya stansiyaları, bir qayda olaraq, auditoriya ilə əks-əlaqə problemini həll etməyə çalışır. Adamlar radio vasitəsilə bir-birini təbrik edir, musiqi nömrələri hədiyyə edirlər. Bundan başqa, dinləyicilərin telefon zəngləri başlanır, verilən hər hansı mövzuya dair canlı diskussiyalar, sual-cavab proqramları və s. translyasiya olunur. Həmin saatlarda müvafiq dialoq hesabına dinləyici auditoriyasını genişləndirən radiolar reklam üçün də əlverişli imkan əldə edir. Bu zaman radioreklamların fərqli cəhəti – onun "xüsusi səviyyədə" əyləndirə bilmək qabiliyyəti üzə çıxır. Belə ki, musiqi, səs effektləri dinləyici ovqatını yaxşılaşdırır.

Əlbəttə, reklam işi özəl radiostansiyaların fəaliyyətinin yalnız bir hissəsidir. Bütövlükdə isə dinləyicilər bu radiolara mühüm məlumat mənbəyi, estetik zövq, əyləncə və xoş əhval-ruhiyyə yaradan vasitə kimi baxırlar.

III FƏSİL

AZƏRBAYCAN BEYNƏLXALQ DALĞALARDA

2006-cı ildə Azərbaycan teleradiosu üçün tarixi yubileylər ili kimi yadda qaldı. Həmin ildə Azərbaycan radiosunun 80, televiziyanın 50, Xalq çalğı alətləri orkestrinin 75 yaşı tamam oldu. Bu sıraya daha bir əlamətdar tarixi – Azərbaycanın beynəlxalq efirə çıxmasının, yəni xarici dildə yayıma başlamasının 65 illiyini də əlavə etmək olardı.

İkinci dünya müharibəsinin başlanması, alman radiolarının, demək olar ki, bütün Avropa efirində meydan sulaması, SSRİ-yə qonşu olan Türkiyə və İran kimi dövlətlərin faşist Almaniyasına mümkün rəğbətini nəzərə alan SSRİ, öz ərazilərinə qonşu olan Yaxın və Orta Şərq ölkələrinə radio təbliğatı aparmaq üçün əlverişli məntəqə kimi Bakını seçdi. Xüsusən Almaniya ilə İran arasındakı yaxınlaşma Moskvanı hərbi və ideoloji sahədə qəti addımlar atmağa vadar etdi. Ordular qarşılaşmazdan əvvəl artıq efir dalğalarında müharibə başlamışdı.

Əslində, radio yaranandan, informasiyanı siqnallarla uzaq məsafəyə ötürmək eksperimentlərindən bir neçə il sonra artıq müəyyən qədər təkmilləşmiş radiotexnika sənayesinə malik olan böyük dövlətlərin rəsmi dairələri radiodan öz xarici siyasətlərini təbliğ etmək vasitəsi kimi də geniş istifadə etməyə başlamışdılar. İlk belə addımı Birinci dünya müharibəsi dövründə – 1915-ci ildə Almaniya atdı. Hərbi əməliyyatlar zamanı əlverişli döyüş mövqeləri əldən çıxmış alman hərbi qərargahı "xüsusi" xəbərlər toplusu hazırlayıb efirə verirdi. Morze əlifbası ilə yayılan bu məlumatların əsas məqsədi daha çox əsgərləri ruhlandırmaq, müxtəlif cəbhələrdəki agentlərə şifrələnmiş tapşırıqlar vermək və düşmən tərəfə psixoloji təsir göstərmək idi. 1916-cı ildə İtaliya, Fransa və İngiltərə, 1917-ci ildən isə bolşevik Rusiyası efirə bu cür təbliğat və bir az da təxribat xarakterli pozucu materiallar ötürürdülər. 1918-ci ildə ABŞ bu sahədə daha gözlənilməz addım ataraq prezident V.Vilsonun, demək olar ki,

Avropa ölkələrini hədələyən və "14 bənd" adı ilə məşhur olan tezislərini bütün dünyaya yaydı. Həmin dövrdə böyük və iddialı dövlətlər bir-birilərı ilə, demək olar ki, radio ilə "danışırdılar".

Rusiyanın radio sahəsindəki uğurlu sınaqları və 1919-cu il fevralda ilk dəfə insan səsinin efirdə eşidilməsinə nail olması bolşeviklərin xarici siyasətinin Avropada effektli təbliğinə təkan verdi. Moskvadan xarici dillərdə, əsasən, ingilis, fransız və alman dillərində gedən verilişlərin təbliğat mahiyyətini gizlətmək üçün guya bu proqramları həmkarlar ittifaqlarının təşkil etdiyi bildirilirdi. Artıq 1933-cü ildə Moskva radiosu ilə 8 xarici dildə, İkinci dünya müharibəsi ərəfəsində isə təxminən 15 dildə veriliş yayımlanırdı. Bu verilişlər, əsasən, SSRİ-nin xarici siyasətinin və qismən də sosializmin üstünlüklərinin təbliğindən ibarət idi.

Faşist Almaniyasının SSRİ-yə hücumu beynəlxalq radio təbliğatı sahəsində qarşıya çox mühüm vəzifələr qoydu və sovet radioyayımının xarakterini tamamilə dəyişdirdi. Sovet – alman cəbhəsində hərbi əməliyyatların gedişi, SSRİ-də vəziyyət, Sovet hökumətinin xarici siyasəti bu verilişlərin əsas mövzusuna çevrildi. Artıq 1941-ci ilin axırlarında Moskva radiosu 21 ölkəyə gün ərzində 51 saat veriliş ötürürdü. Bu radiotəbliğat, əsasən, SSRİ-yə düşmən ölkələri, faşistlərin işğal etdikləri əraziləri, antifaşist koalisiyasında olan ölkələri və bitərəf dövlətləri əhatə edirdi. Xarici ölkələrin xalqlarını, sülhsevər qüvvələri faşist işğalçılarına qarşı mübarizəyə səfərbər etməkdə Moskva radiosu da önəmli rol oynayırdı. Avropanın işğal olunmuş ölkələrində, o cümlədən Polşada, Çexoslavakiyada, Yuqoslaviyada və Fransada Moskva radiosunun verilişləri əsasında ayrıca bülletenlər, vərəqə və qəzetlər buraxılaraq gizli şəkildə yayılırdı.

Müharibə ərəfəsində Avropa ölkələrinin radioları da fəallaşmışdı. Məsələn, hələ 1939-cu ildə Böyük Britaniyada İnformasiya Nazirliyi və Psixoloji Müharibə Komitəsi bərpa olunmuşdu. 1940-cı ilin sonunda BBC (bu radio xarici dildə ilk verilişlərini 1938-ci ildə ərəbcə başlamışdır) Avropa ölkələrinə həftədə 165 saat veriliş yayımlayırdı (22, s. 34). Almaniyanın beynəlxalq radio şəbəkəsi isə bu dövrdə 30-dan çox xarici dildə veriliş hazırlayırdı.

"Bakının səsi" Şərq diapazonunda

Müharibə başlanan kimi Moskva radiosunda polyak, slovak, yunan, türk, fars və başqa dillərdə verilişlər açıldı. Bu verilişlərin hədəfi SSRİ-nin Cənub qonşuları və Avropa ölkələri idi. Həmin günlərdə Moskva radiosu 21 dildə Leninqraddan, Tbilisidən və

Yerevandan da xarici ölkələrə verilişlər yaymağa başlamışdı.

Şərq ölkələrinin, xüsusən strateji mövqedə yerləşən Türkiyə və İranın Faşist Almaniyasının təsirinə düşməsindən ehtiyat edən SSRİ hökuməti bu regionlarda da radio təbliğatını genişləndirməyə lüzum gördü. Bakı Şərq ölkələrinə təbliğatın ön cəbhəsi kimi müəyyənləşdirildi. Azərbaycan K (b) P MK 27 iyun 1941-ci ildə Azərbaycan radiosu ilə fars və türk dillərində radio verilişlərinə başlamaq haqqında qərar qəbul etdi. Qısa hazırlıqdan sonra 1941-ci il iyulun 20-də Azərbaycan radiosu ilə ilk dəfə səslənən "İnco Baku", "Burası Bakı" kəlmələri İran və Türkiyə üçün sınaq verilişlərinin başlandığını xəbər verdi. Bu hadisədən iki gün əvvəl isə Radio Verilişləri Komitəsində türk və fars dillərində verilişlər hazırlayan iki redaksiya yaradılmışdı. Sınaq verilişlərindən sonra gündəlik efirə çıxmaq üçün geniş təşkilati və yaradıcılıq işləri aparıldı. Nəhayət, 1941-ci il avqustun 18-də Azərbaycan radiosu fars və türk dillərində verilişləri ilə "Bakının səsi" çağırışı sədaları altında dünya efirinə çıxdı.

Yarandığı müharibə şəraitinin və beynəlxalq vəziyyətin diqtəsinə uyğun olaraq ilk dövrlər "Bakının səsi" radiosunun əsas vəzifəsi sovet xarici təbliğatının prinsiplərinə uyğun tərzdə Sovet – alman cəbhəsindəki vəziyyət, SSRİ-nin xarici siyasəti və ölkədəki ictimai-siyasi mənzərə barədə məlumatları Yaxın və Orta Şərq ölkələrinə çatdırmaq idi. O zaman Azərbaycandan xaricə yayılan radio təbliğatının beşiyi başında Məmməd Səid Ordubadi, Mikayıl Rəfili, Cəfər Xəndan, Qulam Məmmədli, Adil Əfəndiyev, Lətif Kərimov, Mübariz Əlizadə, Ələsgər Məmmədov, Abbas Gülməmmədov, Muxtar Hacıyev, Hüseyn Məcnunbəyov, Cabbar Cabbarov, Fazil Babayev, Mina Bayramova, Şərif Vəliyev və b. tanınmış yazıçılar, jurnalistlər, tərcüməçilər və şərqşünaslar durmuşdular. Türk dilində verilişlər redaksiyasına Adil Əfəndiyev, fars dilində verilişlər redaksiyasına isə qısa müddətdə Qulam Məmmədli başçılıq etmişdi.

Bu verilişlər təbliğat sahəsində qarşıya qoyulan vəzifələri həyata keçirirdi. Cəbhədəki vəziyyət, Sovet Məlumat Bürosunun operativ xəbərləri, Azərbaycan ziyalılarının, SSRİ-yə dost olan görkəmli siyasi xadimlərin və ziyalıların bu radio ilə çıxışları İranda və Türkiyədə geniş əks-səda verirdi. Bu ölkələrdə Bakı radiosuna müharibənin gedişi və ətraf dövlətlərdəki vəziyyət barədə etibarlı və obyektiv məlumatlar verən mənbə kimi baxırdılar. Türkiyə İkinci dünya müharibəsində öz neytrallığını qoruya bildiyi üçün SSRİ-nin ondan nigarançılığı yox idi, amma hətta qoşunlarının bu ölkədə olmasına baxmayaraq, Moskva hər vəchlə Tehran rejimini öz nəzarətində saxlamağa çalışırdı. Buna görə də İran və onunla bağlı ən adi hadisələr

Bakı radiosunun diqqət mərkəzində idi. Xüsusən bu ölkədə antifaşist əhval-ruhiyyənin yaradılması verilişlərin əsas məqsədlərindən birinə çevrilmişdi. Təsadüfi deyil ki, 1942-ci ilin yazında Cənubi Azərbaycanda antifaşist cəmiyyətinin yaranmasında və sonralar İranın bir sıra şəhərlərində xüsusi komitə və klubların təşkil olunmasında "Bakı radiosu" da əhəmiyyətli rol oynamışdı (21, s. 15). Azərbaycandan gələn səsləri dinləyən bu təşkilatların üzvləri öz xalqlarını SSRİ ilə dostluğa və faşizmə qarşı mübarizəyə çağırırdı. İranın yerli mətbuat orqanları da "Bakı radiosu"na biganə qalmırdı. Bəzən Təbrizdə çıxan qəzetlərdə bu radionun materialları əsasında geniş məqalələr yazılır, xüsusi səhifələr buraxılırdı.

Stalinqrad döyüşü, Tehran konfransı, Kursk vuruşması, faşistlərin getdikcə geri çəkilməsi, Oryolun, Kiyevin azad edilməsi, sovet qoşunlarının geniş kontingentinin İrana yeridilməsi barədə xəbərlər, çoxsaylı çıxışlar, şərhlər türk və fars dillərində gedən verilişlərin təkcə parlaq mövzularını yox, həm də aydın publisistik tərzini əks etdirirdi. Bu proqramlar Azərbaycanda xarici radio təbliğatının əsasını qoydu və sonrakı illər üçün, bir növ, təcrübə bazası rolunu oynadı.

İkinci dünya müharibəsi sona yetdikdən sonra xarici ölkələrə verilişlər yayımlayan radioların əsas vəzifəsi Qərb radiolarına qarşı əks-təbliğat aparmaqdan ibarət oldu. İndi radio verilişləri sovet xalqının müharibədəki tarixi qələbəsini, sovet sisteminin hərbi-siyasi və ideoloji səbəblərini, yeni beynəlxalq şəraitdə SSRİ-nin xarici siyasətini və Sovet İttifaqında geniş quruculuq işlərini təbliğ etmək zərurəti meydana çıxmışdı. Bunu nəzərə alan ÜİK(b)P MK 1947-ci il yanvarın 25-də "Mərkəzi radio verilişlərini yaxşılaşdırmaq tədbirləri haqqında" xüsusi qərar qəbul etdi. Həmin qərarın birbaşa xarici verilişlərə həsr olunmuş üçüncü bəndində belə deyilirdi: "Radio ilə xarici ölkələrə sovet təbliğatının hər vasitə ilə yaxşılaşdırılması Radio Komitəsinin ən mühüm vəzifəsi hesab edilsin. Xarici ölkələrə radio yayımında yaxın dövrdə əsas diqqət bu məsələlərdə cəmləşdirilsin: SSRİ-nin həyatı haqqında geniş informasiya verilməsi, sovet dövlət və ictimai quruluşunun üstünlüklərinin izah edilməsi, müharibədən sonrakı beşillik planın təbliği, həyatın bütün sahələrində Sovet İttifaqının nailiyyətlərinin işıqlandırılması, Sovet dövlətinin sülhə və xalqların təhlükəsizliyinə, xarici ölkələrdəki demokratik hərəkatın populyarlaşdırılmasına yönəldilmiş xarici siyasətinin izah edilməsi. Burjua dövlətləri mürtəce dairələrinin imperialist siyasəti və Sovet İttifaqına qarşı düşmənçilik siyasəti müntəzəm ifşa olunsun".

Bu qərar Azərbaycan Radio Verilişləri Komitəsində də bir sıra yeniliklərə səbəb oldu. İlk növbədə, xaricdə, xüsusən İranda yaşayan

azərbaycanlılar üçün verilişlər açmaq problemi həll edildi. Bu, Cənubi Azərbaycanda "21 Azər" hərəkatının boğulması, Milli Hökumətin devrilməsi, minlərlə inqilabçının qətlə yetirilməsindən sonra Tehran rejiminin azərbaycanlılara divan tutduğu bir şəraitdə olduqca mühüm addım idi. Digər tərəfdən, 1951-ci ilin yazında İranda M.Müsəddiqin başçılığı ilə yaradılmış Milli Cəbhə hökumətinin ABŞ və İngiltərəyə qarşı çıxması SSRİ-ni burada yenidən əl-qol açmağa sövq edirdi. Belə bir şəraitdə 1951-ci ilin yayından etibarən İranda yaşayan soydaşlarımız üçün Bakı radiosunda Azərbaycan dilində gündə bir saatlıq müntəzəm verilişlər başlandı. Bu verilişlərin əsas məqsədi İran rejimində daim təzyiq altında olan azərbaycanlılara mənəvi kömək göstərmək, onların azadlıq hərəkatını, milli dirçəliş ideyalarını müdafiə və himayə etmək, eyni zamanda xalq arasında radio vasitəsilə müəyyən maarifləndirmə işi aparmaq idi. Əlbəttə, bütün bunlar SSRİ-ni və sovet həyat tərzini təbliğ etmək fonunda aparılırdı.

Azərbaycan dilində verilişlərin ardınca öz təsirini Şərq ölkələrinə daha geniş yaymaq, ərəbdilli ölkələrdə Qərb dövlətlərinin, xüsusən ABŞ-ın nüfuz dairəsinin genişlənməsinə qarşı çıxmaq və təbii ki, kommunist ideyalarını təbliğ edərək inqilabi prosesləri sürətləndirmək, ərəb ölkələrini öz tərəfinə çəkmək məqsədilə Bakı radiosunda ərəb dilində verilişlərə başlamaq barədə qərar qəbul edildi. Ərəb Şərqində SSRİ ilə Qərb dövlətlərinin maraqlarının tədricən toqquşması da bu prosesi sürətləndirdi. 1956-cı ilin oktyabrında İngiltərə – Fransa – İsrailin Süveyş kanalını ələ keçirmək üçün Misirə təcavüzünə qarşı Moskvanın kəskin çıxış etməsi ərəb dünyasında ona böyük rəğbət yaratdı. 1959-cu il sentyabrın 15-də Azərbaycan radiosunda ərəbcə verilişlər başlandı. Bu verilişlər öz qarşısına SSRİ-nin xarici siyasətinin qlobal vəzifələrinin gerçəkləşdirilməsinə kömək etmək məqsədini qoymuşdu. Bu məqsədə nail olmaq üçün xarici siyasət təbliğatının, eləcə də radiojurnalistikanın müxtəlif forma və metodlarından istifadə olunurdu. Müxtəlif müraciətlər, çıxışlar, ərəb ölkələrindən olan dinləyicilərlə məktublaşmalar və s. bu verilişlərdə tez-tez işlənən formalar idi.

Əlbəttə, xarici ölkələrə yayımlanan radioproqramlar sırf siyasi yayım, verilişlər isə yalnız təbliğat-təşviqat materialları idi. Ona görə də bu radionun efirə verdiyi çoxsaylı verilişlər jurnalistika (publisistika) məhsulu kimi yox, daha çox xarici siyasət və təbliğat materialı kimi maraq doğurur. Digər tərəfdən, informasiya buraxılışlarını çıxmaq şərtilə bu materialların hazırlanması bir çox hallarda jurnalistikanın qanunlarına yox, Moskvada qapalı ideoloji mərkəzlərdə hazırlanan deklorativ tövsiyələrə əsaslanırdı. Həm də xüsusən soyuq müharibə başlandıqdan sonra Azərbaycandan xaricə gedən verilişlər

sisteminə, bütövlükdə SSRİ-nin geniş xarici radiotəbliğat şəbəkəsinin tərkib hissəsi, onun cənub cinahını təşkil edən bir struktur elementi kimi baxmaq olar.

Artıq 80-ci illərin sonunadək Azərbaycanın xarici ölkələrə verilişlər yayan qurumu efirə hər gün farsca 2 saat 15 dəqiqə, türkcə 2 saat, ərəbcə 1 saat və xaricdəki soydaşlarımız üçün Azərbaycan dilində 1 saat veriliş yayımlayırdı. Bu verilişlər, əsasən, sovet həyat tərzi, xarici siyasəti, sosializm haqqında bayağı təriflər toplusu idi. Yəni başqa cür ola da bilməzdi. Lakin birinci cümləsindən sonuncu sözünədək sırf təbliğati çalara malik olmasına baxmayaraq, bu verilişlərin müsbət cəhəti də var idi. Bir ölkə kimi Azərbaycanın təbliği, onun tarixinin, mədəniyyətinin, milli adət-ənənələrinin və nəhayət, dilimizin təbliği bu verilişlərin faydalı tərəfləri idi. Xüsusən Azərbaycan dilində aparılan verilişlərin, orijinal musiqi proqramlarının Cənubdakı soydaşlarımızın tarixi-milli yaddaşının oyanmasında xidmətləri danılmazdır. Bu işdə radio sistemində daim "inoveşanie" adı ilə bir növ ögey övlad kimi baxılan qurumun bir çox əməkdaşlarının xidmətləri xatırlanmalıdır.

Müstəqil Azərbaycanın səsi

Azərbaycan 1991-ci ilin oktyabrında öz müstəqilliyini bərpa etdikdən və beynəlxalq hüququn subyektinə çevrildikdən sonra, təbii ki, bütün kütləvi informasiya vasitələrinin, o cümlədən xaricə verilişlər yayan radioqurumun da vəzifə və məqsədləri dəyişdi. Artıq müəyyən zaman keçdikdən sonra "Azərbaycan Beynəlxalq radiosu"na çevrilmiş bu qurumun əsas məqsədi ölkəmizin müstəqilliyini, onun beynəlxalq münasibətlər sistemində özünə yer tutmaq uğrunda mübarizəsini və problemlərini bütün dünyaya çatdırmaq idi. Xalqımızın azadlıq mücadiləsi tarixindən, dövlət quruculuğu sahəsindəki addımlardan, cəmiyyətdə gedən demokratik proseslərdən söhbət açmaq yeni şəraitdə bu radionun əsas vəzifəsinə çevrildi. Qarabağ münaqişəsi, Ermənistanın Azərbaycana təcavüzünü ifşa edən materialların verilməsi də indi "Azərbaycanın səsi" çağırışı ilə efirə çıxan Beynəlxalq radionun əsas vəzifələri sırasına yazıldı.

Əlbəttə, Azərbaycan həqiqətlərini yalnız Şərq ölkələrinə çatdırmaqla informasiya mühasirəsini yarmaq barədə düşünmək sadəlövhlük olardı. Zamanın özü tələb edirdi ki, müstəqil Azərbaycanın haqq səsini daha geniş məkana, Avropa ölkələrinə dünyanın ən işlək dillərində çatdırmaq lazımdır. Elə bu zərurətin hökmüylə 1992-ci il noyabrın 26-dan Beynəlxalq radio daha dörd dildə – ingilis, fransız, alman və rus dillərində verilişlərə başladı. Təbii ki, tam obyektiv mülahizələrə görə,

bu verilişlərdə daha çox ictimai-siyasi mövzulara üstünlük verilirdi.

Xarici ölkələrə yayım işi düşünüldüyü qədər sadə deyildir. Burada yaradıcılığın müəyyən siyasi və təbliğat çalarları ilə üzləşməsi labüddür. Bu və ya digər ölkə (yaxud ölkələr) üçün proqram hazırlayarkən, əvvəla, onun siyasi istiqaməti dəqiq müəyyən edilir, ikincisi, veriliş yayımlanan ölkələrdən hər birinin milli-dini xüsusiyyətləri nəzərə alınır. Həm Şərq, həm də Qərb ölkələri üçün verilişlər tərtib edən əməkdaşlar radiojurnalistikanın janr və formalarından bəhrələnməyə çalışırlar. Bir sözlə, Azərbaycan Beynəlxalq radiosu təbliğat üsulundakı stereotiplərdən, sovet ənənələrinin pis cəhətlərindən, ilk növbədə, bayağı şüarlardan və süni pafosdan yaxa qurtarmaqla xarici dinləyicilərə maraqlı verilişlər təqdim etməyə çalışırlar.

Öz verilişlərində bu və digər aktual suallara ətraflı cavab verən Beynəlxalq radionun Şərq, Qərb və Şimali Azərbaycan redaksiyalarından ibarət olan strukturunu, habelə onların fəaliyyətini qısaca gözdən keçirək. Bəri başdan deyək ki, siyasi əhəmiyyətinə və qarşısında duran vəzifələrə uyğun olaraq, bəzən də heç bir lüzum olmadan xarici verilişlər radiosunun strukturu tez-tez dəyişmişdir və təəssüf ki, həmin proses bu gün də davam etməkdədir. Məsələn, ilk illər, yəni 1941-ci ildən başlayaraq iki redaksiya – türk və fars dillərində verilişlər redaksiyaları fəaliyyət göstərirdi, onların hər birinə baş redaktor rəhbərlik edirdi. 1950-ci ildə həmin redaksiyaların birləşməsi nəticəsində xarici verilişlər idarəsi yarandı, 1951-ci ildən Cənubi Azərbaycan üçün verilişlər hazırlayan redaksiya da buraya əlavə olundu. 1959-cu ildə idarə yenidən ayrı-ayrı redaksiyalara parçalandı və əslində inzibati mahiyyət dəyişmədi. Yəni faktik olaraq idarə strukturunda olduğu kimi, redaksiyaların hamısına ayrıca baş redaktor rəhbərlik edirdi.

1976-cı il yanvarın 1-dən redaksiyalarının statusu və müstəqilliyi bir qədər artırıldı və yenidən üç baş redaksiya yaradıldı: 1) İrana verilişlər baş redaksiyası; 2) Türkiyəyə verilişlər baş redaksiyası; 3) Ərəb ölkələrinə verilişlər baş redaksiyası. İrana verilişlər baş redaksiyasının tərkibindəki Cənubi Azərbaycan üçün verilişlər hazırlayan şöbə də 1980-ci il martın 16-dan ayrıca baş redaksiyaya çevrildi. 1992-ci ilin noyabrından Avropa dillərində proqram hazırlayan ingilis, fransız və alman redaksiyaları əsasında isə "Qərbi Avropa dillərində verilişlər" baş redaksiyası formalaşdırıldı. 1994-cü ildən həmin baş redaksiyalar birliyi "Azərbaycan Beynəlxalq radiosu" adlandırıldı (10). 1997-ci ildə bütün baş redaksiyaların adlarındakı "baş" sözü götürülsə də, onların statusu azalmadı. Beləliklə, 2007-ci ilədək Beynəlxalq radionun tərkibində üç müstəqil redaksiya – Şərq ölkələrinə, Cənubi Azərbaycana və Qərbi Avropa ölkələrinə verilişlər

yayımlayan üç böyük yaradıcılıq qurumu fəaliyyət göstərmişdir. Qısaca da olsa həmin redaksiyaların fəaliyyətini nəzərdən keçirək:

1. Şərq ölkələrinə verilişlər redaksiyası 60 ilə yaxındır ki, fəaliyyət göstərir. Hazırda beynəlxalq radio yayımının əsasını təşkil edən bu qurum özü də üç şöbədən ibarətdir: ərəb, fars və türk dillərində proqram hazırlayan şöbələr.

Ərəb şöbəsi. Bu gün ərəb dilində olan verilişlərin qarşısında bir vəzifə dayanır: ərəb ölkələri dinləyicilərini Azərbaycanın müasir həyatı ilə, ölkədə baş verən ən mühüm hadisələrlə, ölkəmizin ictimai-siyasi və dini-mədəni həyatı ilə tanış etmək, dövlətlərimiz və xalqlarımız arasındakı dostluq münasibətlərini, əməkdaşlığı daha da möhkəmləndirmək. Ərəb dilində yayımın Azərbaycan üçün böyük əhəmiyyəti var. Hər şeydən əvvəl, bu, dünyada ən geniş yayılmış dillərdən biridir. İkincisi, islam amilinə görə ərəb ölkələrində Azərbaycana kifayət qədər maraq göstərilir. Elə bu marağın nəticəsidir ki, hər gün Bakıdan ərəb dilində bir saat yayımlanan "Azərbaycanın səsi" verilişi ərəb ölkələrində geniş dinləyici auditoriyasına malikdir. Bunu şöbənin ünvanına müxtəlif ərəb ölkələrindən, xüsusən İraqdan, Suriyadan, İordaniyadan, Misirdən, Əlcəzairdən, eləcə də Avropa və Amerikada yaşayan ərəb dinləyicilərindən gələn məktublar da sübut edir. Təsadüfi deyildir ki, ərəb dilində verilişləri olan MDB ölkələri arasında bir ildə alınan məktubların sayına görə, Azərbaycan Beynəlxalq radiosu yenə də Moskva radiosundan sonra ikinci yerdə dayanır. Azərbaycan Beynəlxalq radiosunun bir üstünlüyü də budur ki, onun ərəb dilində olan verilişlərini yerli diktorlar aparırlar (halbuki BBC-dən tutmuş "Monte-Karlo"ya kimi bütün iri radiostansiyaların hamısında aparıcı-diktorlar bu və ya digər ərəb ölkəsindən dəvət olunmuş şəxslərdir). Azərbaycan radiosunda çalışan ərəbdilli diktorların əksəriyyəti Bakı Dövlət Universitetinin şərqşünaslıq fakültəsinin məzunlarıdır və uzun illərdir ki, ərəb şöbəsində aparıcı kimi bu dili dərindən bilmələri, gözəl tələffüz və diksiyaları ilə ərəb ölkələrindəki dinləyicilərin hüsn-rəğbətini qazanmışlar.

Azərbaycandan ərəb dilində yayımlanan verilişlərə dinləyicilərin marağını belə bir fakt da sübut edir ki, İraqda, Suriyada və Əlcəzairdə "Bakı radiosunun dostları" klubları fəaliyyət göstərir. Bu klubların üzvləri vaxtaşırı verilişlər barədə fikir mübadiləsi aparır, Azərbaycan haqqında söhbətlər təşkil edir, habelə verilişlər haqqında öz mülahizələrini, istək və arzularını Bakıya göndərirlər. Uzun müddət həmin klubların fəxri prezidenti, ərəbcə verilişlərin uzun müddət ən fəal müəlliflərindən biri, vaxtilə tarixi Nürnberq məhkəməsində tərcüməçilik etmiş Azərbaycanın tanınmış şərqşünas-alimi, mərhum Ələsgər Məmmədov olmuşdur.

1988-ci ildən bəri, yəni Dağlıq Qarabağ problemi ortaya çıxdıqdan sonra ərəb şöbəsinin əməkdaşları qarşısında duran əsas vəzifə münaqişənin əsl səbəbləri, Dağlıq Qarabağın tarixi, xüsusən ermənilərin bu bölgəyə köçürülmə tarixləri barədə dinləyicilərə ətraflı məlumat vermək olub. Təkcə verilişlərdə deyil, dinləyicilərə vaxtaşırı göndərilən əyani vasitələrdə – kitab, xəritə, tarixi arayışlarda da Dağlıq Qarabağın tarixi, ermənilərin bu bölgəyə, eləcə də Naxçıvana əsassız iddiaları barədə söz açılır. Verilişlərdə – çıxış və söhbətlərdə belə bir məsələ də həmişə vurğulanır ki, ermənilərin "Böyük Ermənistan" planında təkcə Azərbaycan ərazilərinə deyil, digər ölkələrin, eləcə də Suriya, İraq, Livan kimi ərəb ölkələrinin torpaqlarına da iddia edilir. Bu mövzunu dinləyicilərə daha təsirli və inandırıcı şəkildə çatdırmaq üçün Bakıda təhsil alan ərəb tələbələrinin, respublikamızda fəaliyyət göstərən diplomatik nümayəndələrin və xeyriyyə cəmiyyətləri əməkdaşlarının çıxışlarından müntəzəm istifadə olunur. "Ərəb diplomatları qonağımızdır", "Vətənə məktub" və digər verilişlərdə çıxış edən ərəblər öz həmvətənlərinə Azərbaycanın bugünkü həqiqətləri barədə inandırıcı məlumat verirlər.

Son illər ərəb mətbuatında Azərbaycan həqiqətləri barədə yazılar dərc olunur. Həmin yazılar müntəzəm olaraq "Ərəb mətbuatında Azərbaycan mövzusu" rubrikası ilə efirdə səsləndirilir. "Azərbaycan mətbuatında ərəb mövzusu" adlı veriliş də yaxşı əks-səda doğurur. Ərəb dilində proqramların maraqlı mövzularından biri Azərbaycanla ərəb ölkələri arasında tarixi əlaqələr, dostluq münasibətləridir. "Ərəb səyyahları və coğrafiyaşünasları Azərbaycan haqqında", "Əbədi məskəni ərəb ölkələri olan Azərbaycan şairləri", "İslam sivilizasiyası Qafqazda" və digər silsilə verilişlərdə bu barədə tez-tez söhbət açılır. "Dinləyicilərlə bir yerdə" verilişində, əsasən, onların məktublarından danışılır, suallara cavab verilir. Bu, bir daha onu göstərir ki, proqramların tərtibində, mövzuların seçilməsində dinləyicilər fəal iştirak edirlər. Bir qayda olaraq, hər ilin sonunda redaksiya dinləyicilərin ünvanına bir neçə sualdan ibarət anket göndərir. Onlara "Verilişlərimizi necə eşidirsiniz?", "Sizi Azərbaycan həyatına dair ən çox nə maraqlandırır?", "Hansı proqrama qulaq asmaq istərdiniz?" və s. kimi suallarla müraciət olunur. Alınan cavablar şöbədə geniş təhlil edilir və həmin məktublar əsasında proqramlarda dəyişikliklər aparılır. Bir sözlə, ərəb dilində hər gün efirə verilən bu bir saatlıq proqram Azərbaycanla ərəb dünyası arasında canlı ünsiyyət vasitəsinə çevrilir.

Fars şöbəsi. Verilişləri daim maraqla izlənən bu şöbə, ilk növbədə, Azərbaycanla qonşu ölkələrdən biri olan İran arasında efir körpüsü yaratmağa çalışır. İranla tariximizin bir çox məqamları sıx bağlıdır. Hər şeydən əvvəl, biz müştərək mədəniyyətə və dinə

malikik, digər tərəfdən, bu ölkədə 25 milyondan çox soydaşımız yaşayır. Bu və digər səbəblərə, həm də daha çox regionda gedən geosiyasi proseslərə görə, Azərbaycan İranla əməkdaşlığa və dostluğa xüsusi önəm verir. Bu baxımdan Azərbaycan – İran əlaqələrinin inkişafına yardımçı olan, xalqları və dövlətləri bir-birinə tanıdan vasitələrdən biri də fars dilində olan verilişlərdir. Əvvəllər sosialist gerçəkliklərini yayan və Moskvanın ruporu rolunu oynayan radionun fars şöbəsi ölkəmiz müstəqillik qazandıqdan sonra Azərbaycan həqiqətlərini Arazın o tayına yayan əsas informasiya mənbəyinə çevrilmişdir.

Fars dilində olan verilişlərin əsas mövzusu Azərbaycan və onun müasir həyatıdır. Təsnifat baxımından verilişləri bir neçə qrupa bölmək olar:

a) siyasi mövzular:

– Azərbaycanın ictimai-siyasi həyatına aid xəbərlər, şərhlər, söhbətlər, ictimai-siyasi proqramlar;

– Azərbaycan rəhbərlərinin siyasi görüşləri;

– Azərbaycanın xarici siyasəti və dünya prosesləri;

– respublikada baş verən ictimai-siyasi hadisələrin işıqlandırılması.

b) Azərbaycanla İran arasında iqtisadi əməkdaşlığa dair verilişlər:

– Azərbaycan – İran müştərək komissiyasının işi və birgə layihələr;

– Bakıdakı İran – Azərbaycan müştərək müəssisələrinin fəaliyyəti;

– Azərbaycan – İran ticarət əlaqələri;

– Azərbaycan qaçqınlarına İran dövlətinin yardımı.

c) Azərbaycanın mədəni – humanitar həyatının işıqlandırılması:

– Azərbaycanın yazıçı və şairləri haqqında silsilə söhbətlər;

– İran incəsənət xadimlərinin Bakıya səfərləri;

– Azərbaycan incəsənət ustalarının İrandakı çıxışları;

– birgə təşkil olunan sərgilərdən reportajlar, müsahibələr.

Bütün bunlarla yanaşı, fars dilində olan verilişlərdə iki ölkə arasında mövcud əməkdaşlığın bütün sahələrini əks etdirən materiallar, İran mətbuatında Azərbaycana dair yazılara cavablar öz əksini tapır.

Proqramlarda Azərbaycanın müstəqilliyi, onun ərazi bütövlüyü və sərhədlərinin toxunulmazlığı barədə müntəzəm söhbətlərə geniş diqqət yetirilir. Bu baxımdan bir çox siyasi prosesləri aydın əks etdirən "Araz" verilişi böyük dinləyici auditoriyası toplamışdır. Yönümünə

görə ictimai-siyasi proqram olan "Araz" ona görə əhəmiyyətlidir ki, verilişdə Araz çayının həm bu tayındakı, həm də o tayındakı oxşar problemlər qaldırılır, onların həlli yolları araşdırılır. "Bizim müsahibə", "Studiyamızın qonağı" kimi verilişləri də bu qəbildən olan proqramlar sırasına yazmaq olar. Görkəmli alimlərin İran dinləyicilərinə, o taydakı soydaşlarımıza birbaşa müraciəti, ziyalıların ana dili ilə bağlı davamlı çıxışları bu verilişlərin mənəvi və öyrədicilik gücünü artırır. Sovet "həqiqətləri"nin gəlişi gözəl sözlərlə təmtəraqlı təbliği təcrübəsini nəzərə alan jurnalistlər bu gün öz dinləyiciləri ilə sadə, açıq və səmimi bir dildə danışırlar. Bu mənada dinləyici ilə birbaşa ünsiyyət yaradan "Dalğalarda görüş", "Məktublar, suallar, cavablar" və "Telefon bağlantıları" verilişləri çox səciyyəvidir. Dinləyici ilə səmimi dialoqa üstünlük verilən bu proqramlarda suallara ətraflı cavablar verilir, qaldırılan problemlərin çıxış yolları barədə fikir mübadiləsi aparılır.

Bakıdan fars dilində verilişlərin dinləyiciləri, əsasən, İranda yaşayan azərbaycanlılardır. Ona görə də "Soydaşlarımız xaricdə", "Anadilli dərgilərimiz" silsiləsindən olan verilişlərdə Arazın o tayındakı azərbaycanlıları düşündürən bir çox problemlərə, o cümlədən dil və mədəniyyət məsələlərinə geniş yer ayrılır. Təbii ki, dil məsələsi verilişlərin ana xəttini təşkil edir. Ana dilini sevmək, sevdirmək bu verilişlərin əsas qayələrindəndir. Bu səpkili verilişlərdə taleyin gərdişindən dünyaya səpələnmiş azərbaycanlıların redaksiyaya göndərdikləri çap məhsullarından, kitab və bukletlərdən istifadə olunur və Azərbaycan radiosu, bir növ, dünya azərbaycanlıları arasında əlaqələndirici rolunu oynayır.

Türk şöbəsi. Şərq ölkələri arasında Azərbaycan üçün Türkiyənin xüsusi yeri vardır. Türkiyə – Azərbaycan münasibətləri təkcə tarixi və milli-etnik əlamətlərə deyil, həm də iqtisadi amillərə və müasir beynəlxalq proseslərin qanunlarına əsaslanır. Azərbaycanın müstəqilliyini tanıyan ilk ölkə kimi Türkiyə bu gün onun beynəlxalq aləmdə özünə layiq yer tutmasına da yardım edir. Bunu tarixən dost və qardaş olmuş xalqlarımızın birgə mənafeyi tələb edir. Elə buna görə də iki xalq arasında siyasi, iqtisadi və mədəni əməkdaşlıq daim inkişaf edib genişlənməkdədir. Azərbaycandan qardaş Türkiyəyə yayımlanan verilişlərin də ana xəttini məhz bu ideya təşkil edir. Haqqında söhbət gedən mövzular, əsasən, "Öncə Vətəndir", "Tariximiz – soykökümüz", "Türkiyə Azərbaycan mətbuatı səhifələrində" və s. verilişlərdə işıqlandırılır.

Türkiyə şöbəsinin əməkdaşları qardaş ölkənin Azərbaycandakı səfirliyi ilə, Bakıda fəaliyyət göstərən Türkiyə iş adamları ilə, din xadimləri, ali məktəblərdə, kollec və liseylərdə çalışan alimlərlə, təhsil alan tələbələrlə müntəzəm əlaqə saxlayır, Azərbaycan

həqiqətlərini türklərin öz dillərində dinləyicilərə çatdırmağa çalışırlar. Türkiyədə təhsil alan azərbaycanlı tələbələrlə də müsahibələr efirdə səslənir.

Ümumiyyətlə, türk dilində olan bütün verilişlərdə müstəqil Azərbaycanın müasir həyatı, onun apardığı xarici siyasət, ölkəmizin ağrılı problemləri ön plana çəkilir. Xüsusən neft müqavilələrinin gerçəkləşdirilməsi sahəsində həyata keçirilən tədbirlər Azərbaycan – Qərb, Azərbaycan – Şərq və xüsusi xətt olan Azərbaycan – Türkiyə dialoqu verilişlərinin əsas mövzusuna çevrilmişdir. Bakı – Ceyhan neft kəməri işə düşdükdən sonra isə iqtisadi mövzu dairəsi daha da genişlənmişdir.

Əlbəttə, maraq doğuran mövzuya toxunmaq məsələnin bir tərəfidir. Xarici siyasət təbliğatı sahəsində toplanmış uzunillik təcrübə göstərir ki, geniş auditoriya qazanmağın və dinləyiciləri əldə saxlamağın, onların sayını artırmağın başlıca şərti verilişlərin məzmununu yaxşılaşdırmaqdan, onların daha cazibəli formada təqdimatına nail olmaqdan ibarətdir. Xaric üçün, xüsusən Türkiyə və İran kimi ölkələr üçün nəzərdə tutulmuş materialların tutarlı dəlillərlə əsaslandırılmasını, müxtəlif mövzularda verilişlərin təqdimat səviyyəsini, informasiyaların operativliyini, dilin cazibədarlığını, bütövlükdə verilişlərin publisistik ruhunu yüksəltmək lazımdır. Bunsuz xarici siyasət təbliğatında müvəffəqiyyət qazanmaq olmaz. Elə buna görə də son vaxtlar (2003 – 2006) beynəlxalq verilişlərdə də həyatımızda olan obyektiv nöqsanlar, kəm-kəsirlər gizlədilmir, çatışmazlıqlar tənqid olunur, jurnalistlər mənfi halların səbəblərini göstərməyə çalışırlar.

Xarici siyasət təbliğatında dinləyici amili çox mühümdür və buna görə də verilişlərdə bu məsələyə ayrıca diqqət yetirilir, auditoriyanın arzu və istəkləri nəzərə alınır. Məsələn, böyük maraqla dinlənilən və çox populyar olan "Dinləyici istəkləri" verilişi, adından da göründüyü kimi, Türkiyədən gələn məktublar əsasında hazırlanır. Hər həftə şöbənin ünvanına gələn onlarca məktubda qardaş ölkə dinləyicilərinin arzu, istək və rəyləri ifadə olunur.

Dinləyici məktubları əsasında hazırlanan verilişlərdən biri də "Bakı radiosu dalğalarında" adlanır. Türkiyədə Azərbaycan ədəbiyyatına, musiqisinə maraq olduqca böyükdür. Məhz buna görə də Türk şöbəsinin proqramlarında, ilk növbədə, "Şeir dəqiqələri", "Bir sizdən, bir bizdən", "Azərbaycan milli musiqisi" və s. proqramlarda bədii əsərlərə, şeir parçalarına, xalq və estrada musiqisinə, görkəmli ifaçıların çıxışlarına geniş yer verilir.

2. Cənubi Azərbaycanda verilişlər redaksiyası. Əgər ilkin mərhələdə bu redaksiyanın verilişləri Cənubda yalnız Azərbaycan dilinin efirdə səslənməsi və dil əlaqələri baxımından maraq doğu-

rurdusa, 1979-cu ilin fevralındakı İran inqilabından sonra bu verilişlərin siyasi, mədəni və psixoloji əhəmiyyəti daha da artdı.

Son yüz ildə daim təzyiqlərə, mənəvi sıxıntılara məruz qalan İrandakı soydaşlarımız bütün dövrlərdə və zamanlarda öz ana dillərində informasiyaya ciddi ehtiyac duymuşlar. Lakin bu informasiya mənbələri, xüsusən Azərbaycandan verilən informasiyalar fərqli məqsədlərə xidmət etmişdir. Məsələn, yayımın başlandığı əllinci illərdə yalnız sovet həyat tərzi tərifləlnir, ciddi milli nüanslara, demək olar ki, toxunulmurdu. Çünki beynəlxalq məsələlərdə SSRİ – İran maraqları üst-üstə düşdüyü, xüsusən bunun ABŞ əleyhinə yönəldiyi üçün Cənubi Azərbaycana yayımlanan bütün verilişlər də həmin maraqları ifadə edirdi. O vaxtkı xarici siyasət təbliğatında yalançı tərifllər və SSRİ haqqında illüziya yaratmaq meyli ön plana çəkilmişdi.

Bakıdan Cənubi Azərbaycan üçün Moskvanın müəyyən etdiyi standart proqramların yayımlanmasının obyektiv səbəbləri də vardı. Başlıca səbəblərdən biri Sovet – İran maraqları ilə əlaqədar tarazlaşdırılmış siyasət yeritmək, Şimali və Cənubi Azərbaycanın yaxınlaşması, əlaqələrin genişləndirilməsi məsələsini arxa plana keçirmək idi. Moskvadan hazır şəkildə göndərilən bu ideoloji reseptlər yavaş-yavaş öz işini görürdü. Cənubi Azərbaycana ünvanlanan verilişlərdə o tayda yaşayan soydaşlarımızın sosial həyat şəraitindən, vətəndaşlıq hüquqlarının toxunulmazlığından, öz ana dillərində orta və ali məktəblərin olmamasından, azərbaycanca qəzet və jurnalların, kitabların çıxmamasından birbaşa söhbət açılmırdı. Daha dəqiq desək, bütün verilişlər "nə ət, nə balıq" prinsipi üzərində qurulmuşdu.

Sovetlər İttifaqı dağılandan, Azərbaycan isə müstəqillik əldə edəndən sonra Güney Azərbaycana ünvanlanan verilişlərdə əsaslı dəyişikliklər aparıldı. İlk növbədə, redaksiyanın müstəqilliyi və verilişlərin həcmi artırıldı. Əvvəllər Cənuba hər gün bir saat həcmində veriliş verilirdisə, 1992-ci ildə ayrıca redaksiya kimi fəaliyyətə başlayandan sonra bu həcm hər gün 2 saat 45 dəqiqəyə çatdırıldı. Hazırda bu verilişlər redaksiyanın strukturundakı ictimai-siyasi və mədəniyyət şöbələrinin köməyi ilə hazırlanır. Redaksiyanın məhsulu olan "Səhər" ictimai-siyasi proqramı hər gün sübhdən Tehranda, Təbrizdə, Ərdəbildə və başqa şəhərlərdə səslənir. Bir neçə maraqlı bölümdən ibarət olan bu proqram Şimali Azərbaycanda və ona qonşu olan dövlətlərdə gedən ictimai-siyasi proseslərdən, eləcə də dünyanın başqa ölkələrində baş verən önəmli siyasi olaylardan söz açır. Bu verilişin xəbərlər, mədəniyyət, incəsənət bölümlərində dinləyicilər üçün maraqlı olan informasiyalar, o cümlədən İran – Azərbaycan əməkdaşlığına dair memuarlar verilir. Həftədə bir dəfə efirə çıxan "Yeddi gün" adlı ayrıca icmal proqramı da vardır. Azərbaycanda gedən

yeni dövlət quruculuğu prosesləri ilə maraqlanan və bunlarla bağlı bilgi əldə etmək istəyən cənublu soydaşlarımız redaksiyaya məktublarında "Səhər" və "Yeddi gün" proqramlarının onları qane etməsi barədə tez-tez yazırlar.

Öz ana dillərində məktəb olmadığı üçün Cənubi Azərbaycanda yaşayan soydaşlarımız fars dilində təhsil almağa məcburdurlar. Bu proses dolayı yolla farslarla süni qaynayıb-qovuşmanı sürətləndirir. Cənubdakı soydaşlarımız bu total mənəvi hücuma duruş gətirmək üçün daim Şimali Azərbaycanda, Bakıda arxa, dayaq axtarırlar. Bu işdə birbaşa Cənubi Azərbaycana ünvanlanan radio verilişləri mühüm rol oynayır. Radio cənublu qardaşlarımızın dil problemlərinin çözülməsində, mənsub olduqları xalqın tarixi, etnoqrafiyası, ədəbiyyatı, mədəniyyəti, incəsənəti, musiqisi, coğrafiyası barədə ətraflı bilgi əldə etmələrində yüzlərlə məktəbin və müəllimin işini görür. Danmaq olmaz ki, bu gün müstəqil Azərbaycan üçün İrandakı soydaşlarımızın taleyi, onların tarixən məhkum olunduqları əlverişsiz siyasi şərait milli məsələ sayılır. Bu milli məsələnin mühüm tərkib hissələrindən biri isə dil problemidir. Bu mənada, "El" folklor toplusu, "Örnək", "Yurdarası çəpər olmaz", "Ədəbiyyatımız – əbədiyyətimiz", "Ziyalı və zaman", "Azərbaycan dünyası", "Güneyli sənətkarların yaradıcılığının Azərbaycan məktəblərində tədrisi", eləcə də "Bu axşam" adlı müəllif verilişlərində folklorumuz, klassik və müasir ədəbiyyatımız, etnoqrafiyamız, tariximiz, mədəniyyət və incəsənətimizdən geniş söhbət açılır.

90-cı illərin əvvəllərindən efirə çıxan "Dil xalqın mənəvi sərvətidir" və "Ana dili" kimi verilişlərdə Azərbaycan dilinin cilalanması, mövcud ədəbi dil normalarını sabitləşdirmək və qoruyub saxlamaq məsələləri ön plana çəkilir. Verilişlərdə belə bir prinsipial müddəa haqlı olaraq qabardılır ki, dil milli məsələnin həm hüquqi, həm də mədəni aspektidir. Əgər çoxmillətli bir ölkədə hər bir millətin nümayəndəsi öz ana dilində təhsil almaq, dövlət orqanlarında bu dildə çıxış etmək hüququna malik deyilsə, onda belə dövlətdə millətlərin hüquq bərabərliyindən danışmaq cəfəngiyatdır. Bu önəmli mövzular, bir növ, sintez olunmuş formada, həftədə iki dəfə efirə çıxan "Körpü" bədii-publisistik proqramında da davam etdirilir. Elmi-publisistik ovqatlı "Yeddi dalğa" (müəllifi Möhbəddin Səməd) proqramında da tariximiz, dil və ədəbiyyatımız, musiqimiz, etnoqrafiyamızla bağlı klassik və müasir problemlərə toxunulur.

Bu verilişlər zaman-zaman farsların əhatəsində yaşayan, indiyə qədər öz ana dilində orta və ali məktəbləri olmayan soydaşlarımızı yenidən özlərinə qaytarır və bir xalq, millət olduğuna inamlarını artırır. Bu baxımdan "Güney ədəbiyyatının klassikləri", "Güney ədəbiyyatının

yaradıcıları" (müəllifi Sabir Əmirov), "Güney ədəbiyyatı, güney həyatı" (müəllifi Cavanşir Əmir-Haşimi, Miyanalı Əlirza), "Tanıdığım adamlar" (müəllifi Əli Şamilov) adlı sanballı verilişlər xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Təsadüfi deyil ki, məşhur Amerika politoloqu və jurnalisti A.Bisman neçə il əvvəl yazdığı "Dünya radioları və biz" adlı məşhur kitabında Azərbaycan Beynəlxalq radiosunun Güney Azərbaycana verilişlər redaksiyasının fəaliyyətinə xüsusi bölmə ayırmış və onun işini mərhələ-mərhələ təhlil etmişdir. Müəllifin fikrincə, Güney Azərbaycana verilişlər redaksiyası tarixi bir missiya yerinə yetirərək cənublu soydaşların milli şüurunu yüksəltmək sahəsində şərəfli və tarixi bir iş görür.

3. Qərbi Avropa dillərində verilişlər sırf Azərbaycanın dövlət müstəqilliyinin məhsuludur. Xaricə radio yayımının bu sahəsi nisbətən gec yaradılsa da, üzərinə düşən missiyanı uğurla yerinə yetirmək üçün xarici siyasət təbliğatının zəngin təcrübəsindən bəhrələnməyə çalışır.

Hələ 1988-ci ildə Ermənistanın təcavüzə başladığı və Azərbaycanın informasiya mühasirəsinə alındığı dövrdən Azərbaycan həqiqətlərini dünyaya çatdırmaq üçün Qərbi Avropa dillərində radio verilişlərinə böyük ehtiyac duyulurdu. Lakin respublikanın SSRİ tərkibində olduğu bir dövrdə belə təşəbbüslər üçün Moskvanın xüsusi icazəsi lazım idi, eləcə də Azərbaycana qarşı erməni təcavüzünün təhrikçisi və ölkəmizə qarşı informasiya blokadasının təşkilatçısı olan Mərkəz belə tədbirlərin qarşısına möhkəm sipər çəkirdi.

Yalnız Azərbaycan istiqlaliyyət qazandıqdan sonra respublika radiosunda Qərbi Avropa dillərində verilişlərə başlamaq imkanı yarandı. Bu işə ölkənin xarici dil mütəxəssisləri və hazırlıqlı jurnalistlər cəlb olundular. Artıq 1992-ci ildə Azərbaycan radiosu ingiliscə "dil açdı". Bir neçə ay sonra, 1993-cü ilin əvvəlində isə fransız, alman və rus dillərində verilişlər redaksiyaları formalaşıb fəaliyyətə başladı. Əlbəttə, ölkəmizin xarici təbliğat sahəsindəki bu iri addımı təkcə xarici dinləyicilərdə deyil, respublikamızın özündə, faktiki müstəqillik qazanmış Azərbaycanın özündə geniş əks-səda doğurdu. Xarici dil mütəxəssisləri ilə yanaşı, diplomatlar, görkəmli ictimai-siyasi xadimlər verilişlərin hazırlanmasına cəlb olundular. Müstəqilliyimizin qorunması, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin mahiyyəti, ermənilərin Azərbaycanda məskunlaşması tarixi və s. məsələlər elə ilk vaxtlardan ingilis, fransız, alman və rus dillərindəki verilişlərin əsas mövzularına çevrildi. Ölkəmizin tarixi və mədəni həyatı barədə söhbətlər və siyasi-iqtisadi mövzuda şərhlər də ön plana çəkildi. Dörd redaksiyanın hər biri gündə yarım saat efirdə Azərbaycan həqiqətlərindən söz açdı.

1994-cü ildə fransız, ingilis, alman və rus dillərində radio

verilişləri bölmələrinin «Qərbi Avropa dillərində verilişlər» baş redaksiyasında birləşdirilməsi işlərin daha sistemli və əlaqəli şəkildə aparılmasına təkan verdi. Qərbi Avropa dillərində verilişlərin ana xəttini müstəqil Azərbaycanın bugünkü həyatına aid xəbərlər, müasir proseslərin xronikası təşkil edir. Proqramlar strukturca belə qurulur: əvvəlcə ölkənin ictimai-siyasi həyatına dair təxminən 5-7 dəqiqəlik yığcam xəbərlər verilir, sonra sırf iqtisadi yeniliklərdən bəhs edilir, sonra mədəniyyət mövzusuna yer ayrılır. Qalan vaxtda isə müxtəlif mövzulu, 7-8 dəqiqəlik iki radiosüjet yerləşdirilir. Süjetlərdən biri siyasi şərh, beynəlxalq hadisələrə münasibət, Azərbaycan – Ermənistan münaqişəsi, neft və iqtisadiyyat mövzularını əhatə edir. Eyni verilişdəki ikinci hissəni isə, adətən, Azərbaycanın tarixi, mədəniyyəti, incəsənəti, ədəbiyyatı, qədim abidələri, bölgələri, şəhərləri və s. haqqında tanışlıq xarakterli süjetlər təşkil edir.

Avropaya yayılan verilişlərin əsas vəzifəsi beynəlxalq aləmdə, ilk növbədə isə Qərb ölkələrində Azərbaycanı təbliğ etmək, onun demokratiya yolunda addımlarını işıqlandırmaq və eyni zamanda, təəssüf ki, bəzi ölkələrdə haqqımızda yaradılmış mənfi fikirlərə münasibət bildirməkdir. Əlbəttə, hər gün 30 dəqiqə müddətində efirdə səsləndirilən verilişlərlə, özü də hələ auditoriyasını tam dəqiqləşdirməyən bir radio proqramı ilə dünyanın rəyini dəyişməyin mümkünlüyünü düşünmək sadəlövhlük olardı. Radio təbliğatı bu sahədə ümumi xarici siyasətin yalnız tərkib hissəsi kimi çıxış edə bilər.

Şübhəsiz ki, Qərbi Avropa dillərində yayımlanan radio proqramlarını daha geniş auditoriyaya çatdıra bilmək üçün daha güclü radioötürücülərə yiyələnmək, eyni zamanda ingilis, fransız və alman dillərində verilən proqramların səviyyəsini daha da artırmaq, ağır stereotiplərlə yüklənmiş təbliğat mexanizmini yüngülləşdirmək, mövzuların təqdimatında və şərhində müasir metodları tətbiq etmək müəyyən səmərə verə bilər. Dünya təcrübəsi göstərir ki, bunun üçün güclü maliyyə, səviyyəli mütəxəssislər düşünülmüş proqram siyasəti və peşəkar rəhbərlik lazımdır.

Lakin sonuncu amilin, yəni peşəkar rəhbərliyin olmaması ucbatından 2007-ci ilin ortalarından başlayaraq Qərbi Avropaya yayımlanan verilişlər sıxışdırılmağa, bu əhəmiyyətli işlə məşğul olan yaradıcı qurumlar və onların əməkdaşları gözdən salınmağa başlayıb. İngilis, alman, fransız dillərində yayımlanan proqramların Avropaya gedib çatmadığını bəhanə gətirən teleradio rəhbərliyi bu ilin (2007) sonunda həmin verilişlərin dayandırılacağına qərar verib. Milli-siyasi korazehinlik nümunəsi olan bu addım təkcə radionun tarixinə və onlarca yaradıcı işçinin əməyinə hörmətsizlik deyil, həm də indiki şəraitdə müstəqil Azərbaycanın hava və su kimi ehtiyac duyduğu xarici

təbliğatın əhəmiyyətini dərk etməməkdir. Müasir, çevik, xarici dinləyicilərin diqqətini cəlb edən musiqi və informasiya kanalı yaradıb, Azərbaycan diqqətlərini, ingilis, fransız, alman, rus dillərində Avropaya yayımlamaqdansa (təbii ki, çox da böyük maliyyə tələb etməyən müasir yerüstü ötürücü qurğular və ya peyk sistemi ilə), xarici auditoriyaya mühüm bilgilər verən təbliğat verilişlərini etinasızcasına bağlamaq çıxış yolu deyildir. Digər tərəfdən, yerli auditoriya üçün nəzərdə tutulmuş erməni, ləzgi, talış, kürd dillərində olan verilişləri Azərbaycan Beynəlxalq radiosunun strukturuna qatmaq və Cənubi Azərbaycana, həmçinin Şərq ölkələrinə yayımın həcmini getdikcə azaltmaq da heç bir məntiqə sığmır. Radionun 80 illik tarixində heç vaxt belə naşı, əsassız və məntiqsiz struktur dəyişiklikləri aparılmayıb.

* * *

Ümumiyyətlə, Azərbaycan Dövlət Teleradio Verilişləri Şirkəti 2005-ci ildən Qapalı Səhmdar Cəmiyyətə (QSC) çevrildikdən sonra Beynəlxalq radio verilişləri qurumunun statusu qeyri-müəyyən olaraq qalmışdır. Ona görə də, ilk növbədə, bu strukturun statusunu müəyyənləşdirmək və onun yayım konsepsiyasını yenidən nəzərdən keçirmək lazımdır.

Xaricə yayım məsələsində qonşu Rusiyanın təcrübəsindən faydalanmaq yaxşı olardı. O mənada ki, 1993-cü ilin dekabrında bu qonşu ölkədə xaricə radio verilişləri yayımlayan ayrıca qurum – «Rusiyanın səsi» adlı dövlət radioyayım Şirkəti yaradılıb. Eyni qayda ilə bizdə də «Azərbaycanın səsi» adlı dövlət radioyayımı qurumu yaradıla bilər. Sonralar bu sistemə beynəlxalq televiziya yayımını da əlavə etmək olar.

İkinci məsələ beynəlxalq yayım konsepsiyasının işlənib hazırlanmasıdır. Ölkə iqtisadiyyatının bazar münasibətlərinə uyğunlaşdırıldığı bir şəraitdə başqa sahələrdə olduğu kimi, beynəlxalq radio yayımı konsepsiyası da əsaslı şəkildə yeniləşdirilməlidir. Digər vacib məsələlərdən biri xaricdəki Azərbaycan diasporu üçün məqsədyönlü verilişlər hazırlayıb yaymaqdan ibarətdir. Məsələn, Ermənistanda bu işin əsası hələ sovet dönəmində – təxminən 30 il əvvəl qoyulub. Halbuki xaricdə yaşayan ermənilərin sayı bizim soydaşlarımızın sayından qat-qat azdır. Bu işi «Amerikanın səsi»ndə, BBC-də, «Rusiyanın səsi»ndə olduğu kimi, dünya xidməti səviyyəsində təşkil etmək məqsədəuyğundur.

Xarici ölkələrdə yaşayan soydaşlarımızla əlaqələrin möhkəmləndirilməsi bu gün milli dövlətçilik baxımından müasir həyatımızda vacib və son dərəcə mühüm bir sahədir. Xaricdə yaşayan azər-

baycanlıların bir-biri ilə, eyni zamanda, respublikamızla əlaqələrini möhkəmlətmək, onların fəaliyyətini ümummilli mənafe baxımından tənzimləmək, təşkilatlanmalarını sürətləndirmək, ölkəmiz haqqında obyektiv məlumatların onların vasitəsilə daha geniş miqyasda yayılmasını təmin etmək, mühacir soydaşlarımızın hüquqlarını qorumaq müstəqil Azərbaycan Respublikasının ali məqsədlərindən biridir. Bu işdə Beynəlxalq radiomuzun geniş imkanlarından bəhrələnmək lazımdır. Bu tipli verilişlərdə Azərbaycan dilinin və mədəniyyətinin təbliğinə, əhatə dairəmizin genişlənməsinə xüsusi diqqət yetirmək vacibdir.

Qərbi Avropa dillərində yayımlanan radio proqramlarında bu kanala daha geniş auditoriyaya çatdırmaq məqsədəuyğundur. Bunun üçün daha güclü radioötürücülərə yiyələnmək, eyni zamanda ingilis, fransız və alman dillərində verilən proqramların səviyyəsini daha da artırmaq, ağır stereotiplərlə yüklənmiş təbliğat piramidasını yüngülləşdirmək, mövzuların təqdimatında və şərhində müasir metodları tətbiq etmək xeyli səmərə verə bilər.

«Amerikanın səsi» və BBC dalğalarında

Hazırda ABŞ-da, Kanadada, Rusiyanın müxtəlif əyalətlərində, Ukraynada, İsveçdə, Almaniyada Azərbaycan diasporunun kiçik radiostansiyaları fəaliyyət göstərir. Uzun müddətdən bəri Tehran, Qahirə və Bağdad radiolarında da Azərbaycan dilində verilişlər səslənir. Amma bu radioların yayım dairəsi məhdud, proqramları sistemsiz olduğundan onların fəaliyyəti diqqəti cəlb etmir. Ona görə də bu gün respublikamızın beynəlxalq efirdə, geniş radio diapazonunda təmsil olunmasından danışarkən "Amerikanın səsi", BBC və "Azadlıq" radiolarının Azərbaycan dilində səsləndirdiyi verilişlərdən də bəhs etmək lazım gəlir. Bu radioqurumlar müasir dünya radiosunun öncülləri sayıldığından onların efirində Azərbaycan dilində proqramların yayılmasının böyük ictimai-siyasi, psixoloji və təbliğati əhəmiyyəti vardır. Hər şeydən əvvəl ona görə ki, SSRİ-nin dağılmasında və Azərbaycanın müstəqilliyinin bərpasında danılmaz xidmətləri olmuş bu radiostansiyalar, xüsusilə "Azadlıq" radiosu indi də öz obyektiv informasiyaları ilə azad fikrin genişlənməsi üçün əhəmiyyətli iş görür. Həqiqi mənada azad media və azad jurnalistika nümunəsi olan bu radio ölkəmizin müstəqilliyinin möhkəmlənməsi, cəmiyyətdə demokratiyanın və fikir plüralizminin bərqərar olması, ictimai şüurun yüksəlməsi, mətbuat və söz azadlığının qorunması sahəsində Azərbaycan cəmiyyətinə yardım etməyə çalışır.

Xarici radiostansiyalar Azərbaycanın informasiya mühitində

özünəməxsus yer tutur və hazırda ictimai rəyə təsir edə bilirlər. Əvvəllər qısa və orta dalğalarda yayımlanan və ya Azərbaycan dilindəki proqramlarını hansısa radiokanalın «kirayənişi» kimi təqdim edən bu xarici radiolar hazırda FM tezliyi ilə sərbəst efirə çıxırlar.

«Amerikanın səsi» bu gün dünyada ən geniş auditoriyaya malik olan radiostansiyadır. ABŞ hökumətinin maliyyələşdirdiyi bu radio 1942-ci ildən fəaliyyət göstərir. Yaradılmasının əsas məqsədi faşizmə qarşı təbliğat müharibəsi aparmaq olub. Hazırda isə ölkə rəsmilərinin fikrincə, bu radionun məqsədi ABŞ-ın nüfuzunu bütün dünyaya qəbul etdirməkdən ibarətdir. Buna görə də radiostansiya daha çox Birləşmiş Ştatları, onun xarici siyasətini və Amerika həyat tərzini təbliğ edir. Verilişlərin məzmunu və ideoloji istiqaməti hansısa siyasi xadimin iradəsi və göstərişi ilə deyil, konkret prinsiplərlə müəyyənləşir. Bu prinsiplər isə 1976-cı ildə prezident C.Fordun imzaladığı xartiyada göstərilmişdir: 1) obyektivlik, dürüstlük; 2) əhalinin bütün sosial təbəqələrinin mənafeyini ifadə və müdafiə etmək; 3) ABŞ-ın dövlət siyasətini təbliğ etmək təkcə təbliğati məqsədlər deyil, həm də hərbi-kəşfiyyat niyyətlərini gerçəkləşdirməyi bir strategiya kimi müəyyənləşdirilmiş «Amerikanın səsi» radiostansiyası mövcudluğu illərində müxtəlif struktur dəyişmələrinə məruz qalmışdır. 1953-cü ilədək ABŞ-ın Hərbi İnformasiya Bürosunun tərkibinə daxil olan radio həmin ildən Birləşmiş Ştatların İnformasiya Agentliyinin (YUSİA) bir bölməsinə çevrilmişdi. Həmin agentlik isə 1978-ci il aprelin 1-dək ABŞ Dövlət Departamentinə tabe idi və hökumətin adından xarici siyasəti təbliğ edirdi.

1978-ci ildən 1982-ci ilədək bu funksiyanı Beynəlxalq Əlaqələr İdarəsi yerinə yetirirdi. Həmin ilin avqustunda isə prezident R.Reyqanın imzaladığı qanuna əsasən, bu idarə yenidən YUSİA adlanmağa başladı. Statusunun qeyri-müəyyənliyi ucbatından «Amerikanın səsi» haqqında xartiya da xeyli gec imzalanmışdı. Yəni bu xartiyanın 60-cı illərdə hazırlanmasına baxmayaraq, onu yalnız 1976-cı ildə imzalamaq mümkün olub. Amma bütün bu məsələlərin heç biri güclü ötürücülərə, müasir studiyalara və texniki avadanlığa malik olan «Amerikanın səsi» radiosunun «soyuq müharibə»nin ön cərgəsində getməsinə maneçilik törətməyib. Çünki Amerika SSRİ-yə qarşı psixoloji müharibə məsələlərini daim diqqət mərkəzində saxlayaraq bu məqsəd üçün hər il milyardlarla dollar vəsait ayırırmış və təbii ki, bu məbləğin xeyli hissəsi «Amerikanın səsi»nə xərclənmişdir. Uzun müddət YUSİA-nın strukturu kimi fəaliyyət göstərən «Amerikanın səsi» 1979-cu ildə həmin təşkilatın dövlət departamentinə tabe edilməsi ilə bağlı yenidən statusu dəyişmişdir.

Bu gün «Amerikanın səsi» öz verilişlərini 55 xarici ölkəyə aparır. Yayımın ümumi həcmi 1600 saata çatır. Dünya efirində 120-yə qədər yaxın, orta və qısa dalğaya sahib olan radiostansiya Avropa, Asiya və Afrikanın 30-dan çox ölkəsinə verilişlərini yerüstü ötürücülər vasitəsilə yayır. Gün ərzində ayrı-ayrı regionlar üzrə təxminən 200-dək mövzuya toxunan «Amerikanın səsi»ndə 40 səsyazma studiyası fəaliyyət göstərir. Təkcə Vaşinqtondakı qərargahda 1000-dən çox əməkdaş çalışır.

Radionun Vaşinqtondan yayımlanan «Amerika həyatından səhifələr», «Demokratiya inkişafdadır», «İqtisadiyyat və biznes», «Tibb dünyası», «Elm və texnika», «Birləşmiş Ştatlarda təhsil», «Gənclik və musiqi» kimi proqramları böyük maraqla dinlənilir.

«Soyuq müharibə»nin ilk illərindən başlayaraq, müntəzəm olaraq rus dilində, ara-sıra isə SSRİ-də yaşayan başqa xalqların dillərində verilişlər səsləndirən «Amerikanın səsi» 1951-ci ildə Azərbaycan dilində verilişlər redaksiyası yaratmış, bu dildə yayım aparmış və 7 il fəaliyyət göstərdikdən sonra bağlanmışdır. Amma həmin illər ərzində bu radio Azərbaycan siyasi mühacirləri üçün önəmli tribuna rolunu oynamışdır. Xüsusən radiostansiya hər il mayın 28-i gününü – Azərbaycanın istiqlalı günü kimi yad etmiş, Avropada və Amerikada yaşayan azadlıq fədailərinin çıxışlarını səsləndirmişdir. Bu parlaq ənənənin əsası isə 1953-cü ildə qoyulmuşdur. Həmin il mayın 28-də böyük öndər M.Ə.Rəsulzadə xüsusi olaraq ABŞ-a – "Amerikanın səsi"nə dəvət olunmuş və Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti yaradılmasının 35 illiyi münasibətilə bu radionun efirindən Azərbaycan vətəndaşlarına müraciət etmişdir. Əsrin əvvəllərində mövcud olmuş müstəqil Azərbaycanın ürəkləri riqqətə gətirən coşqusunu, qüdrət və əzəmətini əks etdirən bu tarixi çıxışda deyilirdi:

– Əziz vətəndaşlarım, "Amerikanın səsi" radiosunun verdiyi imkanlardan istifadə edərək bu gün Azərbaycan tarixinin ən böyük günü olan 28 Mayısda sizlərə xitab edirəm. 100 il sürən çar əsarətindən sonra, bundan 35 il əvvəl Azərbaycan Şurayi-Millisi Azərbaycan Cümhuriyyətinin istiqlalını bütün dünyaya elan etdi...

28 Mayıs 1918-də istiqlal elan etməklə Azərbaycan tarixinin təbii bir nəticəsini fikirdən işə keçirdi. Eyni zamanda o, zəmanəyə hakim olan əsrin böyük şüarından istifadə ediyordu. "Hər millət öz müqəddəratını özü həll etməyə səlahiyyətdardır" düsturunu xalqın ümumi rəyinə uyaraq istiqlalını elan edirdi. İstiqlal elanı üzərində qurulan milli Azərbaycan hökuməti az zamanda məmləkətdə çox böyük işlər gördü. 100 ildən bəri əsgərlikdən mən edilən Azərbaycanda bir ordu yaratdıq. Çarlıq zamanında dövlət idarəsinə yaxın buraxılmayan azərbaycanlılardan zabıta və əmniyyət qüvvətləri

vücuda gətirildi. Sosial sahədə əsaslı islahata girişdik. Kəndlilərə torpaq vermək üçün qanunlar hazırladıq. Fəhlələrin haqlarını qorumaq üçün tədbirlər aldıq. Xalqı az zamanda oxutmağa başladıq. Türkcəni dövlətin rəsmi dili elan etdik. Orta və ali məktəblər açdıq. Qərbi Avropa demokratiyaları tipində xalq nümayəndələri cavabdeh bir hökumət üsuli-idarəsi yaratdıq. Hakimiyyət Milli Məclisin əlində idi. Parlamentodan etimad almadıqca heç bir hökumət iş başında qala bilməzdi. Məmləkətdə tam bir azadlıq vardı. O zaman indi Sovet zamanında olduğu kimi terror deyilən şeydən heç bir əsər yoxdu. Şəxslər də, məskənlər də əmir və amanda idi. Vətənin qapıları şimdi olduğu kimi bütün dünyaya qapalı deyildi. Hər azərbaycanlı istədiyi zaman hara istərsə gedərdi. Qonşu və Avropa dövlətləri ilə dostluq münasibətləri təsis edilmişdi. Bütün millətlərlə alış-veriş vardı. Bütün bunların nəticəsində idi ki, cümhuriyyətimizin istiqlalı Avropa dövlətləri ilə birləşərək Amerika tərəfindən tanındı. Onları təqibən böyük bir çox dövlətlər daha istiqlalımızı tanıdılar".

Daha sonra bolşeviklərin Xalq Cümhuriyyətini işğal etməsindən, qanlı bolşevik istibdadından danışan M.Ə.Rəsulzadə 28 apreli törədənlərin saxtakarlığından – bir qanlı istila hərəkatını azadlıq və istiqlal hadisəsi kimi göstərmələrindən bəhs etmişdir. Sovet quruluşunu dünyanın ən qəddar və ən yalançı bir istibdad rejimi adlandıran böyük öndər çıxışını bu sözlərlə bitirmişdi:

– VƏTƏNDAŞLAR! Üçrəngli istiqlal bayrağını döşlərində gəzdirən buradakı Vətən ayrısı bizlərdən, orada hər türlü qorxu və təhdid altında qəlbləri istiqlal eşqi ilə çırpınan azadlıq ayrısı sizlərə çoxlu salamlar göndərir, 28 Mayıs istiqlal qurbanlarının əziz ruhları hüzurunda hörmətlə əyilir və hər iki tərəfi birləşdirən böyük milli həsrəti şairin deyişi ilə dilə gətirirəm:

Sən bizimsən, bizimsən durduqca bədəndə qan,
Yaşa, yaşa, çox yaşa, ey şanlı Azərbaycan!"

Avropadakı soydaşlarımızı səfərbər edən, onlarda azadlıq günəşinin bir daha doğacağı inamını yaradan, Sovet Azərbaycanında isə daha çox ziyalıların ürəyinə azadlıq qığılcımı səpən bu alovlu çıxışın lent yazısından "Amerikanın səsi"ndə sonralar da təkrar-təkrar istifadə olunmuşdur.

Radiostansiya Azərbaycan dilində müntəzəm verilişlərin 1982-ci ilin iyulunda bərpa etmişdir. Bu verilişlərin əsas məqsədi nəhəng bir dövlət kimi ABŞ-ı Azərbaycana tanıtmaq və əhalini onun siyasəti ilə tanış etmək idi. İlk dövrlərdə bu verilişlər Azərbaycanda heç bir effekt oyatmır və respublika ərazisində olduqca zəif eşidilirdi. Əslində, heç "Amerikanın səsi" Azərbaycan ictimai mühitinə təsir edə biləcək

verilişlər də hazırlamırdı. Lakin 1986-cı ildə SSRİ-də "Amerikanın səsi"ni efirdə "vurmaq" əməliyyatları dayandırıldıqdan sonra Moskvanın "yenidənqurma" siyasətindən bəhrələnən bu radio Azərbaycan dilində hər gün 30 dəqiqə həcmində efirə gedən verilişi də canlandırmağa nail oldu. Əgər redaksiyanın əsasını Cənubi Azərbaycandan olan soydaşlarımız qoymuşdularsa, indi bu qurumda Bakıdan getmiş mütəxəssislər də "görünürlər". Məhz həmin mütəxəssislər 1988-ci ildən başlayan milliazadlıq hərəkatı və Azərbaycanın bu günü haqqında dinləyicilərə daha ətraflı məlumat verə bilirlər.

1992-ci ildən etibarən bu radiostansiya Bakıda da öz bürosunu yaratmış, Azərbaycandan verilən materialların mövzu dairəsini genişləndirmiş, informasiyaların sayını çoxaltmışdır. İndi verilişlərdə Azərbaycanın müasir həyatına, ölkə daxilindəki siyasi proseslərə, qonşu dövlətlərlə münasibətlərə və neft olaylarına daha çox diqqət yetirməyə çalışırlar. Lakin bütövlükdə 2000-ci ilədək bu verilişlər respublika dinləyiciləri arasında lazımi rezonans doğurmurdu. Bəlkə o səbəbdən ki, Azərbaycan redaksiyası "Amerikanın səsi"nin strukturca ən kiçik redaksiyalarından biridir. Cəmi 7-8 nəfərin çalışdığı redaksiyanın Azərbaycanla birbaşa əlaqələri lazımi səviyyədə olmadığından onun verilişlərində aktuallıq duyulmur və gündəlik proqramlarında respublika həyatının nəbzi zəif döyünürdü.

Lakin 2000-ci ildən sonra proqramları yaxşılaşdırmaq üçün görülən tədbirlər öz bəhrəsini verdi. Hazırda ayrıca FM tezliyi ilə Azərbaycanda yayımlanan "Amerikanın səsi" gün ərzində 2 dəfə efirə çıxır. Birinci buraxılış yalnız sırf informasiyadan, ikinci buraxılış isə şərhlərdən və təhlillərdən ibarət olur. Birinci yarım saatlıq proqramda həm dünyada, həm də Azərbaycanda baş verən operativ, vacib xəbərlər yayımlanır. Xəbərlər blokunda ilk olaraq dünyanın müxtəlif yerlərində baş vermiş olaylara Amerikanın mövqeyini əks etdirən məlumatlar səslənir. "Qadın proqramı", "İqtisadiyyat və biznes", "Elm, təhsil və mədəniyyət", "Mətbuat icmalı", "Dəyirmi masa" kimi verilişlər də hər həftədə bir dəfə olmaqla sonrakı geniş proqramda öz əksini tapır. Verilişlərin həcmi, adətən, 10-15 dəqiqə arasında olur.

Cənubi Azərbaycanda yaşayan soydaşlarımızın problemlərinə diqqət yetirən "Amerikanın səsi" günaşırı efirdə səslənən "İran Azərbaycanına pəncərə" adlı proqram hazırlayır. Böyük maraq doğuran bu verilişdə İranda yaşayan azərbaycanlıların vəziyyətindən, tez-tez pozulan hüquqlarından bəhs edilir. Həm xəbər bloku, həm də həftədə bir dəfə efirə çıxan və müxtəlif səpkili mövzulara həsr olunan "Dəyirmi masa" diskussiya proqramı isə canlı yayımlanır. Vaxtilə radionun yaranma məqsədi faşizmə qarşı mübarizə olsa da, hazırda dünyada demokratiyanın yayılması, insan hüquqlarının qorunması

radionun əsas missiyalarından biri sayılır.

BBC-nin Mərkəzi Asiya və Qafqaz Departamentinin tərkibində olan Azərbaycan xidməti 1994-cü ilin oktyabrında yaradılıb. Həmin il noyabrın 30-dan Azərbaycan dilində verilişlərə başlayıb və artıq elə ilk aylarda "Amerikanın səsi"nə səs verərək, Azərbaycan auditoriyasının gərəkli xəbərlərə olan ehtiyacını ödəməyə çalışıb. Kifayət qədər yüksək hazırlıqdan sonra çevik redaksiya qrupu yaradan BBC-nin azərbaycanca verilişləri operativliyi və yüksək peşəkarlıq səviyyəsi ilə diqqəti cəlb edir. Müəyyən dil-üslub və tələffüz qüsurlarına baxmayaraq, Londondan Azərbaycan dilində səslənən verilişləri, sözün əsl mənasında, "radiojurnalistika məktəbi" adlandırmaq olar. Burada publisistikanın, demək olar ki, bütün formalarından məharətlə istifadə edilir. Proqramları, əsasən, Azərbaycan və keçmiş SSRİ-dən xəbərlər, həmçinin dünyada baş verən hadisələrin təhlilindən və ətraflı şərhindən ibarətdir. Təbii ki, əsas yeri informasiya materialları tutur. İşıqlandırılan məsələlərin aktuallığı, verilən informasiyanın dürüstlüyü, aydınlığı, faktların təşviqi gücü, yüksək operativlik BBC-nin informasiya bülletenlərinə dinləyicilərin böyük maraq göstərməsinə səbəb olur.

Radioda operativ reportajların xüsusi yeri var. Bu da onunla bağlıdır ki, reportaj hadisələri daha canlı əks etdirməyə, mahiyyətə daha dərindən nüfuz etməyə, müxtəlif mövqeləri çözməyə, inandırıcılığa və təbiiliyə nail olmağa, "həyatın bir parçasını" dinləyiciyə çatdırmağa imkan verir. Həm də bu reportajlarda müxtəlif fikirlərə meydan verilməsi bütövlükdə dinləyicini inandırır və obyektiv təsir bağışlayır. "Canlı" insan səsi, reportyorun hadisəyə şahidlik edərək siyasi mənasını açması dinləyicinin qəlbinə yol tapır, emosiyaları lazımi məcraya yönəldir. Başqa sözlə, radionun, xüsusən də televiziyanın başlıca xüsusiyyətlərindən biri olan "iştirak effekti" reportajda özünü daha aydın və dolğun şəkildə göstərir.

Radionun müntəzəm müraciət etdiyi janrlardan biri də müsahibədir. Müxtəlif sənət sahibləri, xüsusən də siyasətçilər, dövlət və partiya nümayəndələri, iş adamları tez-tez mikrofon qarşısına dəvət olunurlar. BBC-nin müsahibələri, aktual söhbətləri, orijinal mülahizələri ilə dinləyici marağına səbəb olur, diqqəti cəlb edir. Bu mənada radiostansiyanın 1998-ci ildə Azərbaycanda prezident seçkiləri ərəfəsində açdığı yeni veriliş – "Çətin sual" xüsusi maraq doğurmuşdu. Efirə verilən müsahibələrin peşəkarlıqla hazırlanması, mövzudan-mövzuya plastik keçidlər, dəvət olunan şəxslərin özlərinin ictimai-siyasi həyat üçün maraq doğurması bu verilişi xeyli populyarlaşdırmışdır.

BBC-nin Azərbaycan dilində verilişlərində olduqca aktual problemlərə toxunulur. Müstəqil dövlət quruculuğu, insan haqları və demokratiya uğrunda mübarizə, ədalətli idarəetmə problemləri, əhalinin ictimai şüurluluğu və seçki problemi, siyasi partiyaların fəaliyyəti, söz və mətbuat azadlığı, fikir plüralizminin vacibliyi, iqtidar-müxalifət münasibətləri, iqtisadi islahatlar bu radionun daim diqqət mərkəzində olan mövzulardandır.

Moskva, Tbilisi, Tehran və Yerevanda xüsusi müxbirləri çalışan xidmətin Cənubi Azərbaycan probleminə də müraciətini tədqirəlayiq hesab etmək olar. İrandakı azərbaycanlıların öz hüquqları uğrunda mübarizəsinin BBC dalğalarında əks etdirilməsinin müsbət cəhəti odur ki, bu radionu Avropadakı soydaşlarımız da maneəsiz dinləyə bilirlər. Məsələn, Təbriz Universitetinin professoru M.Çəhrəqaninin Cənubi Azərbaycan mövzusunda radio ilə çıxışına Avropadakı Azərbaycan diasporunun nümayəndələri olduqca tez reaksiya vermişlər.

Bir müddət "Araz" radiostansiyası ilə efirə çıxan BBC 2000-ci ilin mayından başlayaraq ayrıca FM tezliyi ilə yayımlanmağa başlamışdır. Bu münasibətlə keçirilən mətbuat konfransında elan olunmuşdur ki, BBC Ümumdünya Xidməti "ANS" Yayım və Media Şirkəti ilə birgə yeni radiokanal açır. Xidmətin Mərkəzi Asiya və Qafqaz Xidmətinin rəhbəri E.Robson və şəbəkə redaktoru Y.Qoliqorskinin də iştirak etdiyi tədbirdə bildirilmişdir ki, BBC Bakı 103.3 FM adlı yeni radiokanalın gündə 24 saat ərzində yayımlanan verilişləri – BBC Ümumdünya Xidmətinin Azərbaycan, ingilis, rus və türk dillərində proqramlar, eyni zamanda ANS-in yerli xəbərlər və musiqi proqramları, gecəyarısı Londondan Jazz FM kanalında yayımlanan caz musiqisi səslənəcək (16).

2002-ci ildən adıçəkilən FM kanalı tam olaraq BBC radiosunun ixtiyarındadır. Bununla geniş yayım imkanı qazanan radionun efirində xeyli müddətdir ki, hər saat rus və Azərbaycan dillərində xəbərlər bülleteni səsləndirilir. Bundan başqa BBC Ümumdünya Xidməti dünyada baş verən hadisələrin təhlilini, mədəniyyət və idman xəbərlərini də dinləyicilərin diqqətinə təqdim edir. Qafqaz və Mərkəzi Asiya bölgəsi üçün rus dilində yayımlanan xüsusi verilişlər, gündəlik hadisələr və maraq doğuran başqa mövzularda Azərbaycan, türk və rus dillərində verilişlər yayımlanır.

BBC Azərbaycan 103.3 FM tezliyində bütün sutkanı – 24 saat proqram yayımlayır. Azərbaycan dilində olan proqramlar təkrarlarla bir

yerdə həftədə 14 saatdır. Verilişlərin təxminən yarısı xəbər və təhlillərdən ibarətdir. Bunlarla yanaşı radionun maraqla dinlənən «Danışan kitablar» (efirdən bədii əsərlərin oxunuşu), proqramı və ingilis dili kursları vardır. Xidmətin həftəlik proqramlarının dövriliyi aşağıdakı kimidir.

	Həftənin günləri	Efir vaxtı	Həcm	Həftəlik həcm
Xəbərlər bülleteni	hər gün	07.00	15`	
Danışan kitablar	1, 3, 5	15.00	30`	
İngilis dili kursları	hər gün	20.30	20`	
BBC Azəri	hər gün	20.00	30`	

Göründüyü kimi BBC-nin Azərbaycan xidməti sabit və məzmunlu yayım cədvəlinə malikdir. Amma radio müəyyən dövr ərzində konkret mövzuda layihənin gerçəkləşdirilməsi və silsilə proqramların efirə verilməsini də təmin edir. Məsələn, radionun "Azərbaycanda insan hüquqları" mövzusunda proqramlar silsiləsinin yayımı ciddi maraq doğurmuşdur. Azərbaycan dilində efirə gedən 13 hissəli bu proqramı ATƏT himayə etmiş, silsiləni prodüserlər Sədaqət İsmayılova və Azər Xəlilov hazırlamışlar. Proqram söz və nümayiş azadlığı, mülkiyyət və zehni əmlak hüququ, azad sahibkarlıq və müəlliflik, qadın və uşaqların hüquqları, eyni zamanda məhbusların hüquqları kimi məsələləri əhatə etmişdir.

Əlbəttə, BBC-də belə aktual müsahibə, reportaj və ayrıca proqramların sayı çoxdur. Bu verilişlər min kilometrlərlə məsafəni qət edib bizə çatan radio dalğalarında narahat dünyamızın narahat problemlərindən söhbət açır. Bu gün XXI əsrə qədəm qoyan Azərbaycanın da narahat, həlli vacib problemləri az deyil. Önəmlisi odur ki, bu problemlər barədə indi Qərbdə də bilirlər. Bilirlər və həm də hər gün dönə-dönə həyəcanla danışırlar: Praqada "Azadlıq", Londonda BBC, Vaşinqtonda isə "Amerikanın səsi"... Bu radio-stansiyalar Qərbin adından, böyük dövlətlərin mövqeyindən danışsalar da, hər halda onlar təkcə Qərbin deyil, həm də Azərbaycanın beynəlxalq diapazonda, gur dalğalar selində eşidilən səsidir.

Danışır "Azadlıq" radiosu



Azərbaycanın beynəlxalq diapazona çıxışından danışarkən, ilk növbədə, "Azadlıq" radiosu haqqında danışmaq lazım gəlir. Bu məsələ təkcə "Azadlığ"ın Avropada Azərbaycan dilində daha tez "danışmağa" başlaması, sovet rejimi dövründən beyinlərdə azadlıq

rüşeymləri cücərtməsi və 20 Yanvar faciəsi günlərində xalqımıza ümid və təsəlli yeri olması ilə deyil, həm də daha çox bu gün cəmiyyət üçün aktual və plüralist informasiya mənbəyi olması ilə bağlıdır. Əslində, «Azadlıq» radiosunun keçdiyi yol, dürüst və balanslı informasiya yaymaq, insanları məlumatlandırmaq, insan haqları və ədalətli cəmiyyət uğrunda mübarizə tarixidir. Bu gün «Azadlığ»ın əsas missiyası obyektiv, dəqiq informasiya yaymaq vasitəsilə cəmiyyətdə demokratik dəyərlərin inkişafına, o cümlədən azad medianın və vətəndaş cəmiyyətinin möhkəmlənməsində ictimai institutlara kömək göstərməkdir.

Hazırda Mərkəzi Avropadan tutmuş Sakit okeana, Baltik dənizindən Qara dənizə, Rusiyadan Mərkəzi Asiyaya və İran körfəzinədək ərazidə yaşayan xalqlar avtoritar, despotik rejimlərdən azad olmaq uğrunda mübarizə aparırlar. Onlar insan haqlarının pozulması, korrupsiyanın tüğyan etdiyi və mərkəzləşdirilmiş, monopoliya altında əzilən iqtisadiyyatın əleyhinə çıxır, etnik və dini əsasda qarşıdurmaların, regional münaqişələrin nizama salınmasına, mediaya, o cümlədən teleradioya sərbəstlik verilməsinə çalışırlar. İndi hamıya gün kimi aydındır ki, bütövlükdə regionda demokratik dəyərlərə və azad bazar iqtisadiyyatına əsaslanan sabitliyin yaranması bütün dünyada sülhün bərqərar olmasının əsas şərtidir.

Demokratiyanın əsas şərtinin yaxşı məlumatlandırılmış cəmiyyətin olması inamına əsaslanaraq və Avrasiya regionunda alternativ radioyayımı sahəsində 60 ilə yaxın təcrübəyə malik olan «Azadlıq» öz dinləyicilərini daim obyektiv informasiya ilə təmin edir, habelə demokratiyaya nail olmaq yolunda və bazar iqtisadiyyatına keçid mərhələsində həlledici əhəmiyyət kəsb edən daxili və regional problemlərin müzarikəsini təşkil edir, təhlillər verir. Bu radio, həmçinin bölgə ölkələrində demokratik dəyərləri dəstəkləyərək vətəndaş cəmiyyətini möhkəmləndirir, etnik və dini dözümsüzlük təzahürlərinə qarşı mübarizə aparır, xalqlar arasında qarşılıqlı anlaşmaya yardım edir.

Yayım apardığı ölkələrdə dəqiq, qərəzsiz, balanslı xəbərlər çatdırmaq baxımından yerli kütləvi informasiya vasitələrinə nümunə olmaq, onların sərbəstliyinə və əməkdaşlarının peşəkarlıq səviyyəsinin artırılmasına yardım etmək, həmçinin bölgə ölkələri ilə dünyanın inkişaf etmiş demokratik məkanları arasında daha sıx əlaqələr yaradılmasına kömək etmək də «Azadlıq» radiosunun missiyalarından biridir. Bütövlükdə bu radio ictimai yayımın bir çox prinsiplərini özündə əks etdirməklə, ilk növbədə isə tərəfsiz və qərəzsiz məlumatlar yaymaqla vətəndaş cəmiyyətinin mediası və azad tribuna funksiyasında çıxış edir.

* * *

«Azadlıq» radiosu «soyuq müharibənin övladı» kimi meydana çıxıb. Qısa tarixçəsi isə belədir: 1949-cu ildə ABŞ-da ölkənin xarici siyasət məsələləri ilə məşğul olan ekspertlərin köməyi və Mərkəzi Kəşfiyyat İdarəsinin maliyyəsi ilə Azad Avropa uğrunda komitə təşkil olunmuş və «Azad Avropa» radiosu, məhz həmin komitənin bir qurumu kimi meydana gəlmişdi. Radionun əsas məqsədi Şərqi Avropanın SSRİ-nin nəzarətində olan ölkələrində azad mətbuat orqanları bağlandıqdan sonra alternativ KİV rolunu oynamaq idi. Belə bir çətin tarixi missiya ilə meydana çıxmış radio Avropa xalqlarının dillərində ilk dəfə 1951-ci ildə çex dilində danışmağa başladı. Sonra «dəmir pərdə»nin o tayında polyak və rus dillərində verilişlər eşidildi. İlk vaxtlar radio Avropada «Qurtuluş» adı ilə efirə çıxdı. Tədricən şəbəkəyə çevrilən radio Sovet İttifaqından çıxmış mühacirləri cəlb etməklə yayımını daha da genişləndirməyə çalışırdı.

Digər xalqları təmsil edən mühacirlər kimi, artıq Avropada təşkilatlanmış, hələ müharibədən əvvəl «Yeni Qafqasiya» və «Prometey» kimi nəşrlər yaratmış Azərbaycanın siyasi mühacirləri də «Qurtuluş» («Azadlıq») radiosunun fəaliyyətinin genişlənməsində fəal iştirak edirdilər. Xüsusən o vaxtlar Parisdə yaşayan yazıçı-publisist Ceyhun Hacıbəyli və Almaniyada fəaliyyət göstərən hərbi-siyasi xadim, Azərbaycan legionunun keçmiş zabiti Əbdürrəhman Fətəlibəyli (Düdənginski) bu radionun Avropada geniş şəbəkəsinin yaradılması üçün ciddi səylər göstərmişlər. Məskunlaşma yerlərindəki şəraitin dözülməzliyinə, daha da qəlizləşən mühacirət həyatının ağırlığına baxmayaraq Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin bu parlaq simaları öz milli həyatlarını yaşayır və vətənin itirilmiş müstəqilliyini bərpa etmək üçün yorulmadan mübarizə aparırdılar. Onlar «Azadlığ»ın meydana çıxmasına da bu prizmadan yanaşır, Sovet Azərbaycanındakı həmvətənləri ilə təmas fürsəti kimi baxırdılar. Nəhayət, radio ilə bağlı göstərilən səylər öz nəticəsini verir, tezliklə Ə.Fətəlibəylinin rəhbərliyi ilə Azərbaycan redaksiyası yaradılır.



Ə.Fətəlibəyli-Düdənginski

Almaniya Federativ Respublikasının Münhen şəhərində məskunlaşmış «Azadlıq» 1953-cü il martın 6-da Azərbaycan dilində yayıma başlayır. İlk veriliş redaksiyasının rəhbəri Ə.Fətəlibəyli-Düdənginskinin azərbaycanlılara həyəcanlı müraciəti ilə açıldı. Müraciətdə deyilirdi:

«Əziz həmvətənlər! Nəhayət, bizim öz xüsusi səsimiz var! Stalinin polis terroru bizi öz

evimizdə susmağa məcbur etsə də, xaricdə qorxmadan və maneəsiz danışa bilirik. Azadlığa olan daimi inamımız xalqımızın qəlbində sönmədi. Bizim birinci vəzifəmiz – azadlığa olan iradəmizi yaşatmaqdır. Kommunist tiranlığına qarşı olan müqavimət gücü də xalqımızda tükənmədi. Biz azərbaycanlılar, Sovet İttifaqının başqa xalqları kimi, kommunist rejimini məhv edib, alınmış azadlığımızı qaytarmaqda qərarlıyıq. Harda olmağımızdan asılı olmayaraq, istər Sovet İttifaqında, istərsə də xaricdə – azad Qərbdə olaq, hamımız ürəkdən bir şeyi istəyirik: Kreml hakimiyyətinin yıxılmasını!

Bir qədər əvvəl Sovet İttifaqını tərk etmiş yüz minlərlə kəndli və fəhlələr həqiqəti qorxmadan demək imkanı əldə etmişlər. Çoxlu keçmiş komsomolçu və kommunistlər, sovet ordusunun əsgər və zabitləri, Daxili İşlər Nazirliyinin keçmiş işçiləri əvvəllər müdafiə etdikləri hakimiyyətlə mücadilə aparmaq qərarına gəlmişlər... Biz bu diktaturaya qarşı xalq hakimiyyəti prinsiplərini qoyuruq. SSRİ ərazisində yaşayan bütün xalqlarla birgə demokratik iradə göstərmək əsasında öz müqəddəratını azad təyin etmək hüququnu tanıyırıq... Biz dövlət siyasətinin insan şəxsiyyətinin azad inkişafı maraqlarına və xalqların maddi və mənəvi həyat tərzinin yüksəldilməsinə tabe edilməsi tərəfdarıyıq. Bizim istismarçıların qışqırıb dedikləri o «xoşbəxt» həyat; yaxud ləyaqətli insan həyatı o zamana qədər mənasız olacaq ki: 1) terror və işgəncə sisteminə son qoyulsun; 2) qul əməyinin bütün formaları məhv edilsin; 3) bizim dövr üçün qorxu və biabırçı sayılan cəhənnəm həbs düşərgələri yox edilsin; 4) kolxozlar buraxılsın və kəndlilərə torpağa sahibolma və torpaqdan istifadə formasını seçmək hüququ verilsin.

Kommunist hakimiyyətinin ən ağır cinayətlərindən biri kimi biz onun xalqın yaradıcı fəaliyyəti və Azərbaycanın mənəvi həyatı üzərindəki zülmünü qeyd edirik... Bizim mədəni irsimiz və onun Avropa və dünya mədəniyyəti ilə bütün əlaqələri mənasız və amansızcasına məhv edilir. Mədəniyyətin canlı daşıyıcıları isə daha amansızcasına güllələnirlər. Tapdanmış mənəvi dəyərlərin qorunması və xalqımızın varlığının qorunması üçün biz öz səsimizi qaldırırıq.

Həmvətənlərimiz!

Əgər siz onların başı üzərində azad dünya xalqlarına əlinizi uzatmasanız, sovet diktatorlarının sizin arxanızda və sülh uğrunda hərəkat adı altında hazırladıqları üçüncü dünya müharibəsinin başlanması, olsun ki, qaçılmaz olacaq.

Bizim ölkənin xalqları ilə azad xalqların möhkəm birliyi demokratiyanın gücünün və sarsılmazlığının girovu sayıla bilər.

Biz bilirik ki, mücadilə üçün buradan hazır siyahılar vermək mümkün deyil. Vaxtı çatanda xalq özü necə hərəkət etməyi başa dü-

şəcək. Bizim radiostansiyanın vəzifəsi – Sovet İttifaqında baş verənlər haqqında heç zaman eşitmədiklərinizdən danışmaq, dinləyicilərimizi obyektiv informasiya ilə təchiz etmək və onlara sovet təbliğatının neçə illərdir yayıb təlqin etdiyi yalanlardan azad olmaqda kömək etməkdir.

Bizim radiostansiyanı dinləyin!

Antibolşevik Mücadilə Koordinasiya Mərkəzinin səsini eşidin!» (11, s. 47-48).

Münhendən hər gün 15-20 dəqiqəlik proqramla efirə çıxan Azərbaycan redaksiyasının ilk əməkdaşları – İsmayıl Əkbər, Əli Təkinər, Əli Aran və b. idilər. Tezliklə Azərbaycan dilində gedən verilişlərin ümumi həcmi həftədə təxminən 4 saata çatdı. Radionun ilk yayımları Azərbaycanda güclə eşidilsə də, ölkədə qorxunc "KQB" xofu olsa da, hər halda bu verilişləri dinləyənlər var idi. Xüsusən tələbə-gənclər və ziyalılar "Azadlığ"ın verilişlərinə Qərbdən gələn "təmiz hava" kimi baxırdılar. "Azadlıq"sa hər şeydən danışırdı: sovet rejiminin və kommunist ideologiyasının əsl mahiyyətini açır, SSRİ-nin "xalqlar həbsxanası" olduğunu konkret faktlarla sübut edirdi. Doğrudur, bu materialların hamısı "soyuq müharibə"nin məhsulu idi, amma sovet rejimi haqqında deyilənlər həqiqət idi.

Qısa müddətdə «Azadlıq» radiosu Azərbaycanın xaricdəki siyasi mühacirləri üçün çox əlverişli tribunaya çevrildi. 1920-ci ildə Azərbaycan Xalq Cümhuriyyətinin, Vətəndən didərgin salınmış görkəmli dövlət adamları, Müsavat partiyasının liderləri, diplomatlar, siyasi xadimlər, eləcə də İkinci dünya müharibəsindən sonra bir daha sovet rejimi ilə üz-üzə gəlməkdən imtina edərək, Avropada sığınacaq tapmış yaradıcı adamlar "Azadlıq"la fəal əməkdaşlıq edirdilər. Vətəndə onları xain adlandırırdılar, amma bu "xainlər" efirdə Azərbaycanın taleyi, onun bolşevik işğalına və istismarına məruz qalması barədə ürək yanğısı ilə danışır, öz həmvətənlərini sovet rejimi ilə gizli-aşkar mübarizəyə çağırırdılar.

1953-cü ilin mayında Azərbaycan Demokratik Respublikasının yaradıcılarından biri, Milli Şuranın sədri Məmməd Əmin Rəsulzadə "Azadlıq" radiosu ilə çıxış etdi. O, Azərbaycan sovet tarixçilərinin böyük səylə ört-basdır edib mahiyyətini saxtalaşdırmağa çalışdıqları, Şərqdə ilk demokratik respublika olmuş Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti haqqında danışdı. M.Ə.Rəsulzadə 35 il əvvəl qurulmuş bu respublikanın tarixi fəaliyyətindən, onun Azərbaycan xalqına bəxş etdiyi böyük azadlıq və mübarizə ruhundan, Müsavat Partiyasının və istiqlal mücahidlərinin tarixi fədakarlığından, həmçinin bolşeviklərin bu cümhuriyyəti necə boğmasından söz açdı. Ümumiyyətlə, xaricdə də istiqlal ideyalarını yorulmadan təbliğ edən M.Ə.Rəsulzadə ömrünün son günlərinə qədər bu radioya sovetləşmiş Azərbaycanda xalqın milli

şüurunu dirçəldəcək misilsiz bir vasitə kimi baxırdı. Elə bu səbəbdən 20-ci əsr Azərbaycan istiqlalının baş memarı "Azadlıq"la əməkdaşlığa xüsusi önəm verir, milli tarixin əlamətdar günlərində Azərbaycan istiqlalı haqda danışırdı. O, 1953 – 1955-ci illər arasında bu radio ilə bir neçə dəfə çıxış etmiş, öz həmvətənlərinin qan yaddaşını oyadan alovlu fikirlər söyləmişdi. Bu cəhətdən M.Ə.Rəsulzadənin "Azadlığ"ın efirindən gənclərə müraciətlə söylədiyi çıxış daha ibrətamizdir. O, həmin müraciətində Azərbaycan gənclərini "heçdən bir dövlət yapmış" atalarının yolu ilə getməyə və istiqlal bayrağını yenidən ucaltmağa çağırmışdır.

Radionun çıxışları Sovet İttifaqının ideoloji mərkəzlərində diqqətlə dinlənilir, efirdə verilən materiallar təhlil olunur, sovet Azərbaycanının mətbuatında radionun əməkdaşları əleyhinə ideoloji kampaniya aparılırdı. Kommunist rejiminə qarşı sərt mövqedə dayanan «Azadlığ»ın əməkdaşlarına «vətən xaini», «satqın», «nankor» və s. kimi damğalar vurulurdu. Sovet təhlükəsizlik sistemi bu adamların həyatına qəsd etmək kimi planlar da işləyib hazırlayırdı. Radionun Azərbaycan redaksiyasının təşkilatçısı Ə.Fətəlibəyli məhz sovet «KQB»sinin həyata keçirdiyi terror nəticəsində qətlə yetirilmişdir. Onun ölümündən sonra Azərbaycan redaksiyasına ən uzun müddətdə (17 il) rəhbərlik edən İsmayıl Əkbərov olmuşdur.



İsmayıl Əkbərov

Azərbaycanın azadlığı uğrunda mübarizə aparmış, rus işğalından sonra Türkiyə və Avropada məskunlaşmış digər istiqlal mücahidləri də "Azadlıq" radiosu ilə çıxış edərək Sovet Azərbaycanında kommunizm laylası ilə mürgüləyən soydaşlarına Azərbaycan Milli hökumətinin tarixi xidmətləri, Rusiyanın Qafqaz siyasətinin mahiyyəti haqqında danışmışlar. Əlbəttə, ilk dəfə bu çıxışları eşidənlər sovet xalqlarının qardaşlığı, Moskvanın xilaskarlığı, proletar beynəlmiləlçiliyi və s. barədə cəfəngiyatların nə demək olduğunu yaxşı anlayırdı.

80-ci illərin sonunda radio Azərbaycanla birbaşa əlaqələrini xeyli sıxlaşdırmışdır. 1988-89-cu illərdən başlayaraq onun efirində "Azərbaycandan gələn səslər" rubrikası açılır. Azərbaycan cəmiyyətinə misilsiz xidmətlər göstərdiyi, 90-cı illərin əvvəllərindən isə "Azadlıq"da Bakıdan müstəqil müxbirlərin birbaşa reportajları, informasiya və məlumatları səslənməyə başlayır. Elə həmin dövrdən də "Azadlıq" radiosunun Bakı bürosu tədricən öz fəaliyyətini genişləndirir. Hazırda həm səhər, həm də axşam saatlarında efirə çıxan Azərbaycan dilində verilişlərdə "Bakıdan gələn səslər", "XX əsrin sonu: gənclərimiz nə düşünür?", "Azərbaycanın qonşuları", "Cənubdan

gələn səslər", "Tarix, mədəniyyət, ədəbiyyat" kimi populyar rubrikalar özünə daimi yer tutmuşdur.

"Azadlıq" Azərbaycana yaydığı verilişlərdə həqiqəti özünəməxsus tərzdə söyləmək ənənəsini həmişə saxlayır, amma bəzən Azərbaycanın iqtidar mətbuatında çap olunmuş yazılarda "Azadlıq" radiosunu kəskin danışmaqda, birtərəflilikdə qınayır, onu subyektiv, bəzən də həqiqətə uyğun olmayan məlumatlar yaymaqda ittiham edirlər. (Hərçənd ki, radionun 1998 – 2005-ci illərdə efirdə səsləndirdiyi, bəzən balansın pozulduğu tənqidi materiallar buna əsas verirdi). Radio və onun əməkdaşları tez-tez hakimiyyətdəki məmurların qəzəbinə, bəzən müxalifət nümayəndələrinin qınağına, bəzən də boz mətbuatın tənqidinə məruz qalır. Biz həmişə "Kim haqlıdır?" sualına cavab axtararkən yalnız öz haqqımızı düşündüyümüzdən belə hesab edirik ki, o şey ki bizim zövqümüzü oxşamır, o informasiya ki, bizim marağımıza uyğun deyil, deməli, o bizə yaddır. Amma belə deyil, çünki "Azadlıq" müxtəlif sosial qrupları təmsil edən ayrı-ayrı dinləyicilərin yayğın illüziyaları ilə deyil, təxminən 60 illik tarixində özünün yaratdığı daşdan keçən prinsipləri ilə işləyir.

«Azadlıq» radiosunu ABŞ konqresi maliyyələşdirir, amma bu radio heç bir hökumətdən asılı deyildir. Radionun qayəsi demokratiya, insan hüquqları, azad seçkilər, azad mətbuat, söz və ifadə azadlığı, insan ləyaqəti, obyektivlik və tərəfsizlikdir. «Azadlıq» radiosu heç bir siyasi partiya, kommersiya qurumu və ya ictimai təşkilatdan asılı deyildir, radionun xüsusi bir ideologiyası da yoxdur. «Azadlıq» radiosu qeyri-kommersiya radiosudur, onun heç yerdən heç bir qazancı yoxdur.

90-cı ilin əvvəllərində radionun qərargahının Münhendən Praqaya köçürülməsi ənənəvi efir siyasətində heç nəyi dəyişmədi. Əksinə, radio Şərqi Avropa ölkələrində və MDB məkanında azad, demokratik cəmiyyət quruculuğu məsələlərinə daha geniş diqqət yetirməyə başladı. Radionun Azərbaycan redaksiyasının Bakıda da bürosu vardır. Radionun Azərbaycanda və digər ölkələrdə 25-dən çox müxbir məntəqəsi fəaliyyət göstərir.

«Azadlıq» radiosunun Azərbaycan dilində olan verilişlərinə təkcə Azərbaycanda yox, İranda, Türkiyədə, Qərbi və Şərqi Avropa ölkələrində efir dalğalarında qulaq asırlar.

Bundan başqa, İnternet-real audio vasitəsilə dünyanın hər bir nöqtəsində – Amerika Birləşmiş Ştatlarında, Kanadada, Avstraliyada və digər ölkələrdə verilişlərə qulaq asılır. «Azadlıq» radiosu 2001-ci il aprelin 3-dən etibarən İnternetdə özünün «Azerbaijan Report» adı ilə WEB səhifəsini açmışdır. Bu səhifədə ingilis dilində hazırlanan «Azerbaijan Report»da Azərbaycanda baş verən cari hadisələr barədə şərhlər, məlumatlar, qəzet xülasələri çap edilir.

Ümumiyyətlə, «Azadlığ»ın İnternetdəki səhifəsi dünyanın bir sıra ölkələrində hökumət orqanlarının, ali təhsil ocaqlarının, tədqiqat mərkəzlərinin, iri şirkətlərin, ictimai təşkilatların, ayrı-ayrı şəxslərin diqqətini cəlb etmişdir. Belə bir fakt maraq doğurur ki, təkcə 2000-ci ilin martında bu radionun saytına 5,6 milyon giriş olmuş, 20 milyondan çox səhifəyə baxılmış, 1,3 milyondan çox dinləyici isə 1 milyon saata yaxın audioyayıma canlı və ya tələblə qulaq asmışdır.

2003-cü ilin sentyabrında Azərbaycan redaksiyasının rəhbərliyinin dəyişməsi verilişlərin canlanmasına səbəb oldu, bir sıra yeniliklər və belə desək, islahatlar başlandı. «Yeni Azərbaycan» qəzetinə verdiyi müsahibəsində radionun Azərbaycan redaksiyasının yeni rəhbəri Abbas Cavadı verilişlərin peşəkarlıq səviyyəsinin yüksəldilməsini nəzərdə tutaraq, «Azadlıq» radiosu yeni standartlara uyğunlaşdırılmalıdır» deyərək bundan sonra da informasiyalarda balanslılıq prinsipinin gözləniləcəyini, qərəzə yol verilməyəcəyini bildirmişdi.

2007-ci il yanvarın 1-dən «Azadlıq» ayrıca FM kanalı ilə Bakıdan yayımlanmağa başlamışdır. Eyni zamanda radionun Bakı bürosu gücləndirilmiş, efir saatı artırılmış, təbii ki, əməkdaşların sayı da çoxaldılmışdır. Məhz bundan sonra «Azadlıq» tezliklə yerli məkanda ən çox dinlənilən radioya çevrilmişdir. Azərbaycan radiolarının (İctimai radio da daxil olmaqla) cəmiyyəti narahat edən, düşündürən aktual, kəskin mövzularda diskussiyalardan çəkinməsi, «Azadlığ»ı auditoriyanın bir hissəsi üçün çox populyar kanala çevirmişdir. Məsələn, seçki, ekologiya, insan hüquqlarının pozulması, korrupsiya, təhsil sistemində rüşvətxorluq və s. mövzular, demək olar ki, yalnız bu radioda işıqlandırılır.

«Azadlığ»ın populyarlığının əsas səbəbi bir tərəfdən onun cəmiyyətdə gedən prosesləri obyektiv işıqlandırmaq, ciddi problemlərdən yayınmamaq, bu proseslərə toplumun müxtəlif təbəqələrinin münasibətini əks etdirməkdirsə, digər tərəfdən radiojurnalistika sahəsində yüksək peşəkarlıq göstərməsidir. Bütövlükdə radionun yayım siyasəti, efirin səs düzümü, xüsusən cazibədar keçidlər, ayrı-ayrı proqramların peşəkar tərtibi, reportyor işinin standartlara uyğunluğu, dinləyici rəylərinə geniş yer ayırması və interaktivliyin getdikcə efir siyasətində daimi elementə çevrilməsi auditoriyada bu radioya inam və rəğbəti xeyli artırır. Radionun «Xəbər-ətər», «Can Bakı», «İşdən sonra», «Kontekst», «Panorama», «Şəffaflıq», «Tanınmışlar», «İz» mədəniyyət proqramı və s. verilişləri məhz bu prinsiplər əsasında qurulduğuna görə dinləyicilər arasında çox populyardır. Təbii ki, bu populyarlığın qazanılmasında həmin proqramların aparıcıları – Sevda İsmayılova, Çingiz Maarifoğlu, doktor Ziya, Şahnaz Bəylərqızı,

Babək Bəkir, İlqar Əliyev kimi jurnalistlərin peşəkarlığı da müəyyən rol oynamışdır.

Radio Azərbaycan dinləyicisinə ən müxtəlif mövzuları təqdim edir. Şübhəsiz ki, bu mövzuların seçmində və işıqlandırılmasında, problemə yanaşma tərzində demokratik dəyərlərə xüsusi önəm verilir. Hər hansı hadisə, görüş, yenilik, olay efirdə məhz bu rakursdan qiymətləndirilir. Məsələn, ABŞ dövlət katibinin müavini Daniel Fridin avqustun (2007) əvvəllərində Azərbaycana səfərinə, ölkəmizdə keçirdiyi görüşlərinə məhz bu baxış bucağından yanaşılmışdır. Avqustun 3-də saat 17-də efirə gedən xəbər buraxılışında radio belə bir məlumat səsləndirir:

«Bu gün xarici işlər naziri Elmar Məmmədyarovla ABŞ dövlət katibinin Avropa və Avrasiya məsələləri üzrə müavini Daniel Frid Azərbaycanda demokratiya və insan hüquqları mövzusunda dialoq çərçivəsində növbəti müzakirələr aparıblar. «Azadlıq» radiosuna müsahibəsində bu müzakirələrin nəticələrinə toxunan cənab Frid demokratiyanın Azərbaycanla münasibətlərdə mühüm sahə təşkil etdiyini bildirib. D.Frid deyib ki, 21-ci əsrdə güclü dövlətin güclü müstəqil təsisatları olmalıdır. Biz Azərbaycanı məhz belə güclü dövlət görmək istərdik. Möhkəm dövlət təkcə möhkəm mərkəz deyil, həm də mükəmməl azad mətbuat, müstəqil inzibatçılar, təhlükəsizlik mübadiləsi komitələri, müstəqil inzibatçılar, təhlükəsizlik mübadiləsi komitələri, müstəqil məhkəmələr deməkdir. Müstəqil media isə azadlığın əsasını təşkil edir. Ona görə biz Azərbaycanla demokratiya haqqında danışanda, Azərbaycandan xaricdəki bəzi adamların iddialarına baxmayaraq, bunu ölkənizi zəiflətmək üçün yox, əksinə, möhkəmlətmək üçün edirik».

Bu xəbərdən sonra xəbər aparıcısı bir azdan efirə çıxacaq «İşdən sonra» proqramında D.Fridlə geniş müsahibə aparılacağını elan edir. Göründüyü kimi, xəbər buraxılışında dinləyici üçün ən önəmli məqamlar səsləndirilir. ABŞ-ın Azərbaycanda təkcə enerji maraqlarının yox, həm də demokratiya maraqlarının olması qabardılır. «İşdən sonra» proqramında da aparıcı məhz bu istiqamətdə suallar yağdırır.

Aparıcı: Cənab Frid, ABŞ üçün Azərbaycanla münasibətlərdə təhlükəsizlik və iqtisadi maraqlar, yoxsa demokratiyanın inkişafı önəmlidir?

D.Frid: Bunların hər üçü mühümdür və Azərbaycanla qurduğumuz əlaqələrdə bunlar zəruridir. Anlayırıq ki, özünə lazım olan təsisatları qurmaq üçün Azərbaycana müəyyən vaxt lazımıdır. Bir də ki, biz yalnız problemlərdən danışmırıq. Dialoq bizim Elmar Məmmədyarova nəyinsə düzgün olmadığını bildirməkdən ibarət deyildir. Əlbəttə, bəzi çətin sualları qaldırdıq. Lakin bununla yanaşı,

əməkdaşlıq edə biləcəyimiz yollar barədə də danışdıq. Məsələn, *jurnalistlərin müdafiəsi, azad medianın inkişafına kömək* və s. Bir sıra əməkdaşlıq layihələrini müzakirə etdik. Ümid edirəm ki, bəzi mürəkkəb məsələlərə toxunacağıq. Biz mövqeyimizi açıq bildirəcəyik, lakin həm də əməkdaşlıq yollarını axtaracağıq.

Aparıcı: Azərbaycan tərəfinin sizin narahatlığınıza səbəb olan bəzi məsələlərə dair cavabları sizi qane etdimi?

D.Frid: Mən hər bir belə məsələyə dair Azərbaycan tərəfinin izahatı ilə yaxşı tanışam. Lakin bir addım geri çəkilib düşünməmiz lazımdır: bunlar Prezident İlham Əliyevin görmək istədiyi Azərbaycanın qurulmasında bir hissə ola bilərmi? Azərbaycan yalnız bunamı qadirdir?

Aparıcı: Bəzən bizdə Qərbin demokratiya tələblərinə cavab olaraq «biz müxtəlifik. Biz, azərbaycanlılar, müxtəlif mədəniyyətə və mentalitetə malikik» deyirlər. Belə mövqe sizi qane edirmi? Necə baxırsınız bunlara?

D.Frid: Doğrusu, bu izahat məni heç vaxt açmayıb. Məncə, Azərbaycandakı demokratiya, məsələn, Portuqaliyadakı demokratiyadan fərqli olacaq. Onun Azərbaycana aid xüsusiyyətləri olacaq. İtaliyadakı demokratiyanın da italiyanlara aid xüsusiyyətləri var. Siz, Bolonyaya gedəndə özünüzü yalnız Bolonyadakı kimi hiss edirsiniz. Almaniya siyasəti, Polşa siyasəti, ABŞ siyasəti – bunların hamısı nadir və müxtəlifdir. Lakin onların hamısının ümumi cəhətləri var – *azad mətbuat, azad seçkilər və açıq rəqabətli siyasi mühit.* Baxın, Amerikada hər gün nələr baş verir. Lakin bu, ölkəni zəiflətmir, əksinə, gücləndirir. Ümid edirəm ki, Prezident İlham Əliyev ölkəsini bu istiqamətdə aparacaq» («Azadlıq», 6 avqust 2007).

2003-cü ilin ortalarından başlayaraq «Azadlıq» radiosunda xəbər proqramı iki hissəyə bölünüb. Əvvəlcə xəbərlər verilir, sonra bu xəbərlər arasında ən mühüm olan mövzu şərh edilir, yəni xəbər şərhdən ayrılır. Dünyada və Azərbaycanda baş verən ən operativ məlumatlar «Xəbər» bölümünə aiddir. Bu xəbərlərin həcmi 2-2,5 dəqiqədən çox olmur. Təsadüfi hallarda (bu, mövzunun əhəmiyyəti ilə bağlı) xəbər 3 dəqiqəni keçir.

Əsas xəbərlərin ardınca, təxminən 15-20 dəqiqə ərzində isə «Kontekst» adlı təhlil proqramı efirə gedir. Proqramda bir deyil, 2-3 mövzu da ola bilir. Adətən, «Kontekst»də günün əsas xəbərləri, aktual mövzular önə çıxarılır. Amma burda xəbərlər, bir növ, təhlillə birgə təqdim olunur. Burada mövzuya fərqli yanaşmalar verilir, forma özü də fərqli ola bilər. Yəni bir nəfərlə müsahibə, yaxud bir neçə şəxsin münasibətini əks etdirən reportajın da verilməsi mümkündür. Onu da qeyd edək ki, «Kontekst»lərin əksəriyyətinə fərqli prizmadan yanaşılır.

Məsələn, 28 may – Müstəqillik Günü ilə bağlı «Kontekst»də verilən bir materiala nəzər salaq: burada 1941 – 1945-ci il müharibəsində Almaniyada Məmməd Əmin Rəsulzadə ilə tanış olan azərbaycanlı legionerlərdən biri ilə – 88 yaşlı Novxanı sakini Balabəy Ağadadaşov haqqında danışılır. O, Məmməd Əmin Rəsulzadə ilə görüşünü, onunla bağlı xatirələrini bölüşür. «Kontekst» birbaşa Ağadadaşov Balabəyin səsi ilə başlayır:

«Əsir saxlandığım düşərgədə molla, həm də doktor işləyən Məmmədtağı martın 19-da məni çağırdı. Gördüm ki, bir nəfər də onun yanında oturub. Salam verdim. Məmmədtağı mənə dedi ki, tanış ol, bu Məmməd Əmindir. Sanki özümü itirdim...» 88 yaşlı Novxanı sakini Ağadadaşov Balabəy Ağadadaş oğlu 1941-ci ildə Məmməd Əmin Rəsulzadə ilə görüşünü belə xatırlayır».

Daha sonra B.Ağadadaşov almanlara əsir düşdüyünü, Fransadakı düşərgələrin birinə aparıldığını, orada 3 mindən çox azərbaycanlının saxlandığının şahidi olduğunu deyir. Bundan başqa müsahib mühacir həyatı yaşayan başqa azərbaycanlı ziyalılarla da görüşdüyünü danışır. Təxminən 7 dəqiqəlik söhbət rəngarəng olduğundan dinləyici vaxtın necə gəlib keçdiyini belə duymur.

«Kontekst»də dünyada baş verən hər hansı bir hadisəyə də münasibət bildirilir, elə olur ki, xarici ekspertlərin, bəzən isə Azərbaycandan olan tanınmış ekspertlərin, nüfuzlu mütəxəssislərin rəyləri öyrənilir. Məsələn, xəbər buraxılışında dünyanın ən nüfuzlu qəzetlərindən biri hesab edilən «Nyu-York Tayms»ın sahibi Artur Sulzberqerin Amerikanın jurnalist ictimaiyyətini çaxnaşmaya salan fikirlər söyləməsi «Kontekst»də bu xəbərin əsas təhlil mövzusu kimi önə çıxarılmasına əsas verib.

«Sulzberqer ehtimal irəli sürüb ki, beş ildən sonra ən yaxşı jurnalist ənənələrinin qoruyucusu olan onun nəcib qəzeti çap dəzgahlarını dayandıraraq öz mövcudluğunu yalnız on-line versiyada – İnternetdə davam etdirməli olacaq.

Ötən həftə Amerika televiziya jurnalistikasının patriarxı sayılan 90 yaşlı Uolter Kronkayt KİV peşəkarları və Kolumbiya Universitetinin jurnalistika fakültəsinini tələbələri qarşısında çıxışı zamanı bildirib ki, onun cavanlıq dövrü ilə müqayisədə hazırda jurnalistlər qarşısında duran problemlər daha ciddidir. Yayım şirkətləri xəbərlərə ayrılan efir vaxtını getdikcə azaldırlar».

Bu informasiya operativdir. Amma xəbər bununla bitmir.

«Azadlıq» radiosu məsələyə münasibət təqdim edir. Özü də təkcə yerli mütəxxəsislərin deyil, xarici ekspertlərin fikirlərini də diqqətə çatdırır.

Boston Universitetinin professoru Robert Zelnik və Nyu-York qəzetlərindən birinin keçmiş redaktor müavini Arça Paddinqon məsələyə münasibət bildirirlər.

Robert Zelnik: «Həqiqətən də, ABŞ-da ciddi jurnalistlər üçün çətin vaxtlar başlayıb. Bir çox qəzetlər müflis olduqlarını bildirirlər, oxucuların sayı azalır, xəbərlərin toplanmasına ayrılan resuslar ixtisar olunur. Auditoriyanın, onun zövqünün və həyat tərzinin dəyişməsi televiziyada ciddi jurnalist verilişləri üçün maneəyə çevrilib.

Arça Paddinqon: «Bu kədərli haldır, köhnə qəzetçi kimi mən inanıram ki, qəzet əvəzedilməzdir, heç bir televiziya qəzet oxumağın, onu əldə tutumağın verdiyi həzzi əvəz edə bilməz. Amma qorxuram ki, qəzetin İnternetlə mübarizəsi sənaye inqilabı, indiki halda isə texnoloji inqilabla mübarizəyə bərabərdir. Sadə bir misal: Mənim «The ma House» üzrə cavan həmkarlarım məndən fərqli olaraq səhərlər qəzet oxumurlar. Onlar işə gələn kimi, son xəbərlərin nəbzini tutmaq üçün İnternetə üz tuturlar».

Hər iki media nümayəndəsinin fikirləri xəbərlə paralel səsləndirilir. Amma mövzunun aktuallığı verilişin etrəsi gün də davam etdirilməsinə səbəb olur və bu dəfə Azərbaycanın yerli media mənsubları məsələyə münasibət bildirirlər.

«Kontekst»də çox zaman yerli medianın toxunmadığı, bəzən isə təsadüfi hallarda, özü də qısaca olaraq toxunduğu mövzulara geniş yer verilir. Məsələn, dünyada beşinci özəl neft şirkəti, Amerikanın «Conoco Philips» şirkəti və dünyada ən iri neft emalı şirkəti olan «Tyson Foods»un heyvan yağından dizel yanacağı istehsalına dair müştərək layihə təqdim etmələri də «Kontekst»in efirinə daxildir. Yaxud başqa radiolar susduğu bir vaxtda Bakıda Əzizbəyov metrosunun yaxınlığındakı kənd təsərrüfatı bazarının dağıdılması «Kontekst» üçün əsas mövzulardan birinə çevrilir. Hadisə bir gün əvvəl baş verib və yerli mediada səslənib. «Azadlıq» isə bu mövzuya səbəbləri axtarmaqla girişir. Başqa mediada bir gün əvvəl verilən informasiyanı «Azadlıq» xəbərlərdə deyil, adətən, «Kontekst»də verir. Reportajın əvvəlində köşkü dağıdılan zərərçəkənin səsi efirə verilir:

«Mən üz qıxdığım yerdə traktorla köşkümü dağıtdılar. Müştəri

qarışıq çölə qaçdıq. Bərbərəm, 11 ildir burda işləyirəm. Hər şeyim orda qaldı. Mənə dəyən ziyanı kim ödəyəcək? Allah haqqı, 10 min dollar da kredit götürmüşəm. Yəqin indi məni tutacaqlar».

Bərbər köşkünün sahibkarı Elman Abbasovun fikirlərinin ardınca Nizami Rayon İcra Hakimiyyətinin məsələyə münasibəi öyrənilir. Daha sonra isə Energetika və Sənaye naziri Natiq Əliyevin bir müddət əvvəl dediyi fikirlər səsləndirilir:

«Heydər Əliyev prospektindəki bütün obyektlər söküləcək, sənaye obyektləri şəhər kənarına köçürüləcək».

Müxbir arada çox qısa rəyini – «deyəsən, Əzizbəyov metrosunun yaxınlığındakı obyektlərin sökülməsi də bu prosesin tərkib hissəsidir» bildirərək ticarət mərkəzinin sökülməsi nəticəsində təminən 2 mindən artıq adamın işsiz qaldığını xatırladır.

(Əmlakları dağıdılan sahibkarlar yenidən danışır).

Bazarın direktorunun olmamasını orda söylənən fikirlərlə davam etdirən müxbir sonda özünün şahidi olduğu və gördüyü məqamları qeyd edir:

«Mən artıq dağıdılmış əraziyə çatanda burda ən böyük obyekt, el arasında «Əzizbəyov bazarı» kimi tanınan «Merkuri» Ticarət Mərkəzi sökülüb qurtarmışdı, indi traktor qarşı tərəfdəki kafeni, dükanları dağıdırdı».

«Azadlıq» tənqidçisi jurnalistika funksiyası daşımır, o, müxalif mövqedə də deyildir. Sadəcə olaraq, yaşadığımız cəmiyyətin problemlərini efirə çıxararaq, cəmiyyəti məlumatlandırır. Məhz bu kontekstdə «Azadlıq» radiosu yerli media vasitələri üçün, bir növ, nümunə – model rolunu oynayır, mediada peşəkarlığın və müstəqilliyin nə demək olduğunu əyani nümayiş etdirir. Radio hər addımda özünün dəqiq, qərəzsiz və tərəfsiz olduğunu göstərir. Radionun əməkdaşları əllərindən gələni edirlər ki, yayımlanan məlumatlardakı faktlar dəqiq olsun. Faktın mühüm tərəfi barəsində şübhələr, yaxud ziddiyyətlər olanda məlumat ən azı iki müstəqil mənbəyə istinadən dəqiqləşdirilir. Şayiələrə, yaxud əsaslandırılmamış məlumatlara arxalanan heç bir proqram materialı yayımlanmır. Faktlar barədə yol verilmiş səhvlər ən qısa müddət ərzində efirdə düzəldilir. İnformasiya elə bir faktiki kontekstdə yayımlanır, yaxud müzakirə edilir ki, məsələlərin və hadisələrin başa düşülməsi asanlaşsın və məsələlərə

qərəz və təhrif olmadan aydınlıq gətirilsin.

«Azadlıq» radiosu üçün bütün məsələlər barədə əks, yaxud fərqli fikirlərin dəqiq və balanslaşdırılmış şəkildə çatdırılması adi davranış tərzidir. Proqramın balanslaşdırılması üçün fikirləri mühüm olan qruplar, yaxud fərdlər şərh verməkdən imtina etdikləri halda, bu məlumatın efirdə yayımlanması mühümdür. Biz radionun verilişlərində belə hallara az rast gəlmirik. Digər tərəfdən, efirdə təhlili materiallar elə aparılır ki, faktları əks etdirən reportajlar və təhlil bir-birindən fərqləndirilir, çünki radionun etik prinsiplərinə görə təhlil tarixçəni, izahatı, yaxud hadisə barədə bir-birindən fərqlənən nüfuzlu rəyləri özündə əks etdirməlidir və müəllif tərəfindən hər hansı bir şəxsi fikri ifadə etməməlidir. Təhlil şərhdən daha üsün tutulur. Şərh, öz adı ilə adlandırılmalı, məzmunca təhlili və sağlam tonlu olmalı, lakin müəllifin də xüsusi məsələ üzrə şəxsi mülahizəsini əks etdirməlidir.

Məhz bu sadaladığımız məziyyətlərinə görə «Azadlıq» radiosu bu gün Azərbaycan media mühitində, eləcə də cəmiyyətdə etibarlı informasiya mənbəyi kimi yüksək reytinq və etimad qazanmışdır. Bəzən yerli KİV-lərdən əlini üzən vətəndaşlar hər hansı problemləri ilə bağlı bu radioya üz tuturlar. Doğrudur, «Azadlığ»ın artan nüfuzu hakimiyyətdəki bəzi məmurları qıcıqlandırır, çunki çoxları azad sözün və müstəqil medianın yaratdığı həqiqət dalğasının təmiz havasına dözmək iqtidarında deyildir. Gizli qapılar arxasında baş verən olayların gün işığına çıxmasına dözməyənlər, xalqın gerçəklərdən xəbər tutmasından havalanırlar. Elə buna görə də Belarus, Türkmənistan, Özbəkistan, İran, Tacikistan kimi ölkələrdə siyasi səbəblərə görə «Azadlıq» radiosunun yayımı qadağan olunmuşdur.

Azadlığın, demokratiyanın və azad sözün meydanı daraldıqca, hakimiyyət xalqa kütlə kimi baxdıqca, mühüm məlumatları xalqdan gizlətməyə çalışdıqca, cəmiyyətdə sosial ədalət pozulduqca, məmur özbaşınalığı artdıqca, korrupsiya və hakimiyyətdən sui-istifadə güc-ləndikcə «Azadlığ»ın da problemləri olacaq, onun yayımına mane olmaq üçün cəhdlər göstəriləcək... Hələliksə Azərbaycanda söz azadlığının və demokratiyanın rəmzi olan bu radionun yayımı davam edir. Bu gün bir çoxları haqlı olaraq «Azadlıq» radiosuna olan münasibəti Azərbaycanda söz azadlığı və demokratiyaya olan münasibət kimi qiymətləndirirlər.

* * *

Ölkəmiz haqqında məlumatları dünyaya çıxaran «Azadlıq», «Amerikanın səsi» və BBC-nin Azərbaycana yayımından danışarkən bu radioların Azərbaycan dilində olan verilişlərini iki tarixi mərhələyə bölmək məqsədəuyğundur: a) birinci mərhələ Sovet İttifaqının tərkibində müttəfiq bir respublika olan Azərbaycan üçün verilişlər yayımlanan dövrü; b) ikinci mərhələ isə Azərbaycan müstəqillik qazandıqdan sonra olan dövrü əhatə edir. Birinci mərhələdə verilişlərdə Azərbaycan xalqının tarixi ədalətsizliklə üzləşməsi, bu respublikanın Moskva tərəfindən istismarı, milli-hüquqi bərabərsizlik, sosializmin perspektivsizliyi, 20-ci əsrdə Azərbaycanın müstəqillik uğrunda apardığı mübarizə, SSRİ-də insan hüquqlarının pozulması məsələləri diqqət mərkəzində idi. Bu məsələlərin geniş işıqlandırılması isə Azərbaycanda da sovet rejimi əleyhinə fikir formalaşdırmaq, ölkə daxilinə "körpü salmaq" və dissident hərəkatını genişləndirmək məqsədi daşıyırdı.

İkinci mərhələdə, yəni bu gün Azərbaycan ərazisinə sərbəst yayılan verilişlərin əsas məqsədi isə müstəqil respublikada yeni dövlət quruculuğu, insan haqlarının qorunması, demokratiyanın inkişaf etdirilməsi, vətəndaş cəmiyyəti yaradılması və söz-mətbuat azadlığı sahəsində mövcud vəziyyəti işıqlandırmaqdır. Bu proseslərə münasibətdə radiostansiyalar nə qədər fərqli siyasət və taktika nümayiş etdirsələr də, yenə Qərb dəyərləri əsas meyar götürülür. Cənubi Qafqazda çox mühüm strateji mövqe tutan və həm də mürəkkəb vəziyyətdə olan Azərbaycan üçün ən önəmli şərt demokratiyanı inkişaf etdirməkdir. Adlarını çəkdiyimiz xarici radioların yayımı bu məsələdə Azərbaycan üçün ən yaxşı nümunədir.

IV FƏSİL

DÜNYA RADİO YAYIMININ İNKİŞAF MEYİLLƏRİ

Televiziya və İnternet sahəsində müasir texnologiyaların sürətli inkişafına və bu sahədə, az qala, hər gün müxtəlif yeniliklərin tətbiq olunmasına baxmayaraq, radio öz müqavimət gücünü və auditoriyasını saxlamaqdadır. Çağdaş texnoloji yeniləşmələr dalğasında öz inkişaf istiqamətlərini dəqiq müəyyənləşdirən radio, həm dinləyicini məlumatlandırmaq, həm də rəngarəng proqramları ilə onun zövqünü oxşamaq missiyasını uğurla davam etdirir.

Yeni dünya düzəni, ilk növbədə, radionun statusuna, onun cəmiyyətdəki, sosial sistemdəki yerinə, eləcə də verilişlərinin məzmununa ciddi dəyişikliklər gətirdi. Əvvəla, SSRİ-nin dağılması ilə iki sistem arasında radio dalğalarında aparılan psixoloji müharibə də sona yetmiş oldu. Bir-birlərinə zidd ictimai quruluşlar arasında uzun müddət ideoloji mübarizə alətinə çevrilən radio, həm Qərb sistemində, həm də keçmiş sosialist məkanında daha çox təbliğat vasitəsi kimi işləndikdən sonra heç bir çətinlik çəkmədən yeni mühitə uyğunlaşdı. «Böyük» radioların döyüşü istər-istəməz «kiçik», diqqəti cəlb etməyən şəbəkə radiolarının da yayım siyasətinə təsir göstərərək uzun müddət onları da gərginlik orbitində saxlamışdı. Lakin 90-cı illərin əvvəllərindən bütün dünyada yeni siyasi iqlimin formalaşması, «ABŞ-ın özünə əlverişli geosiyasi şərait yaradaraq açıq şəkildə dünya ağalığına can atması» (54) və beynəlxalq proseslərin daha çox bu istiqamətə yönəlməsi ilə bağlı dünya radiosunun inkişafında da yeni meyillər özünü göstərməyə başladı. Bu meyillər hansılardır, onların perspektivləri necədir və müasir radioyayımı öz inkişafını statistika aynasında necə göstərir? Bu barədə danışmaq, əslində bütövlükdə radioyayımın inkişaf tendensiyalarını izləmək deməkdir.

Üçüncü minilliyin radiosu

Bu gün radio informasiya məkanında, ilk növbədə, daimi və ənənəvi rəqibi olan televiziya ilə, həmçinin qəzet və İnternetlə yanaşı

fəaliyyət göstərir. Digər tərəfdən, bu gün bütövlükdə KİV məhsulları artır və onların yayılma miqyası daha da genişlənir. Hələ 90-cı illərin əvvəllərində YUNESKO-nun yaydığı məlumata görə, dünyada 1,5 milyard radioqəbuledici, 670 milyondan çox televizor olub. Gündəlik qəzetlərin sayı orta hesabla 520 milyon nüsxəyə çatıb, hər il təxminən 900 min adda kitab nəşr edilib. Əsrin sonunda bu rəqəmlərin daha da artması heç kimdə şübhə doğurmur. Təkcə keçmiş SSRİ məkanında 10 il ərzində çap olunan qəzetlərin sayı 4 dəfə, radiostansiyaların sayı 6 dəfə, televiziya şirkətlərinin sayı 12 dəfə, televiziya və radio cihazlarının sayı isə 2 dəfə artıb.

21-ci əsrin başlanğıcı informasiya cəmiyyətinə keçid üçün ciddi işarə oldu. İnternet mediası yeni sürət götürdü. Televiziya və radio öz mövqelərini daha da möhkəmlətdi. 2005-ci ilin bu sahədəki göstəricilərinə görə, hazırda dünyadakı radioqəbuledicilərin sayı 1,8 milyard, televizor cihazlarının sayı 1,2 milyarda, gündəlik qəzetlərin sayı 654 milyona çatıb. İndi hər il dünyada 1,3 milyon adda kitab nəşr olunur.

Dünyanın müxtəlif regionlarında radioqəbuledicilərin sayına aid göstəricilər durmadan yüksəlir. Afrikanın, Latın Amerikasının, Cənub-Şərqi Asiyanın inkişaf etmiş ölkələrində qısa dalğalı radioqəbuledicilərin sayı xüsusilə çoxalır. ABŞ-da və Yaponiyada radioqəbuledicilərin əksəriyyəti yalnız iki – orta dalğalı və ultraqısa dalğalı diapazona malikdir. İndi hər il Yaponiya qısa dalğada işləyən milyonlarla radioqəbuledici istehsal edir və əsasən, ixrac məqsədilə buraxılan bu məhsulun dünyada çoxlu sayda alıcıları vardır. Hazırda avtomobil istehsalının artması, alıcıların çoxalması, radioların və dinləyicilərin sayının çoxalması kimi qəbul olunur.

Müasir dünyada radionun inkişafına, onun yayımının effektli olmasına bir sıra amillər təsir göstərir. Bu sırada iqtisadi və intellektual amil mühüm yer tutur. Ona görə ki, hər hansı ölkədə radio verilişlərinin təşkili, ilk növbədə, **iqtisadi və sosial-mədəni tərəqqinin** səviyyəsi ilə şərtlənir. Son tədqiqatlar göstərir ki, hər hansı ölkənin sosial-iqtisadi tərəqqisi ilə kütləvi informasiya vasitələrinin yayılma miqyası arasında birbaşa əlaqə mövcuddur və bu əlaqəni nəzərə almadan keçinmək mümkün deyil (RD, RJ, YƏ). Əhalinin artımı, urbanizasiya və savad səviyyəsi, asudə vaxt payının həcmi, mədəniyyətə, informasiyaya marağın yüksəlməsi bu əlaqələri müəyyənləşdirən amillər sırasına daxildir. Dünyanın müxtəlif regionlarındakı əhalinin milli-etnik xüsusiyyətlərini bu amillərə aid etmək olar. Bundan başqa, radio verilişlərinin artımına bu və ya digər ölkənin KİV-inin başqa sahələrinin (TV, mətbuat və İnternet) inkişaf səviyyəsi də təsir göstərir. Əlbəttə, bu məsələdə radio verilişlərinin forması,

məzmunu, onun ictimai rəyə təsiri, tətbiq etdiyi yaradıcılıq texnologiyası və formatlar da həlledici rol oynayır.

Statistik göstəricilər belə bir mülahizə yürütməyə əsas verir ki, hazırda radio verilişləri əhalisi azsavadlı olan ölkələrdə getdikcə daha çox yayılır. Bəzən həmin ölkələrdə radio əsas kütləvi informasiya kanalı rolunu oynayır. Təbii ki, bu amil təcrid olunmuş şəkildə yox, digər reallıqlarla, məsələn, ayrı-ayrı regionların demoqrafik xüsusiyyətləri ilə birlikdə özünü göstərir. Amma bu, heç də o demək deyil ki, inkişaf etmiş ölkələrdə radioya ehtiyac qalmır. Statistika bunun əksini deyir və onun üzə çıxardığı mühüm bir tendensiyaya görə, televiziya ilə rəqabətə baxmayaraq, bu gün radio həmin ölkələrdə yüksələn xətlə inkişaf edir. Məsələn, indi ABŞ, İngiltərə, Kanada, Braziliya, Argentina, Çili, Fransa, Almaniya, Çin, Yaponiya, Rusiya, İsrail, Türkiyə kimi ölkələrdə müxtəlif dalğalarda efirə çıxan yeni-yeni radiostansiyalar yaranır. Xüsusən yayımı asanlaşdıran, verilişləri maneəsiz dinləməyə imkan verən «FM» dalğası ilə işləyən stansiyaların sürətlə artması bu ölkələrdə radionun perspektivinə şübhə ilə baxanların proqnozlarını alt-üst edir. Məsələn, ABŞ kimi inkişaf etmiş və ərazisində 2000-dən çox televiziya kanalı fəaliyyət göstərən bir ölkədə radiostansiyaların inkişafına xüsusi diqqət yetirilir. Xüsusən səsi yüksək dəqiqliklə verdiyinə görə 1979-cu ildən FM radiostansiyası daha sürətlə inkişafa başlayıb.

İndi danılmaz faktdır ki, dünyada əhali harada çoxdursa, orada radio daha çox dinlənilir. Bunu tezisi əsas götürən sosioloqlar gələcəkdə Avropada radioya meylin azalacağını iddia edirlər. Faktlara istinadən göstərilir ki, 20-ci əsrin əvvəlində Avropa əhalisi Yer kürəsinin 31 faizini təşkil edirdi və bu nisbət 1950-ci ilədək saxlanmışdı. Hazırda isə dünya əhalisinin ən sıx yaşadığı yer Asiya qitəsidir. İndi az qala birləşərək qovuşub böyük Avrasiya kontinenti yaradan bu nəhəng məkanda əhalinin sayı 5 milyarda yaxınlaşıb. Afrika və Yaxın Şərqdə 770 milyon, inkişafca geri qalmış Cənubi Amerikada isə təxminən 335 milyon əhali yaşayır (55, s. 46).

Demoqrafların proqnozlarına görə, 2010-cu ildə avropalılar dünya əhalisinin cəmi 10 faizini təşkil edəcək. İndi buradan belə bir nəticəyə gəlmək olarmı ki, gələcəkdə radio verilişləri yalnız əhalisinin dördə üç faizi savadsız olan Asiya, Afrika, Latın Amerikası və başqa regionlarda fəal inkişaf edəcək? Şübhəsiz ki, yox! Amma bu ölkələrdə radio kütləvi savadsızlığın ləğvinə kömək edə bilər. Amma bu, Avropadakı radiostansiyaları və radioqəbulediciləri heç vaxt azaltmayacaq. Ümumiyyətlə, Avropa qitəsi hələ ən azı daha əlli il bütün sahələrdə radionun mərkəzi və dayağı olaraq qalacaqdır.

Müasir radio verilişlərinin yayımlanması ilə bağlı mühüm bir

tendensiya da hazırda Qərbin **informasiya monopoliyasını** öz əlində saxlamasıdır. Ən aparıcı informasiya agentlikləri olan Assosşeyted Press (ABŞ), Frans-Press (Fransa) və «Röyter»in (İngiltərə) inhisarçı vəziyyətdə olması onlara Qərb aləmində bütün informasiyaların 90 faizini yaymağa imkan verir. Təkcə Londondan Karib dənizi hövzəsi və Uzaq Şərq ölkələri vasitəsilə dünyaya informasiya ötürən 320-dən çox radiostansiya qurğusu fəaliyyət göstərir. Xüsusilə BBC-nin istifadə etdiyi radioötürücülərinin sayı daim artmaqdadır. 90-cı illərin ortalarından bu radionun Qafqazdakı fəaliyyəti digər radiokanallar arasında əsl rəqabət mühiti yaratmışdır. İnformasiya məkanı uğrunda böyük radioların bir-birilə rəqabəti də radio siyasəti sahəsində prinsipcə yeni keyfiyyətdir və o, müasir dünyamızın gerçəkliklərindən biri kimi özünü büruzə verir.

ABŞ-ın və Avropadakı beynəlxalq təşkilatların, o cümlədən NATO kimi nüfuzlu qurumun radio yayımına marağı da diqqəti cəlb edən məqamlardandır. İndi çoxlarına sirr deyil ki, bəzi hallarda teleradio yayımının koordinasiya-əlaqələndirmə işində NATO-nun siyasi şöbəsinin informasiya xidməti də müəyyən rol oynayır. Artıq getdikcə, həm də siyasi təşkilata çevrilməkdə olan Şimali Atlantika bloku Şərqi Avropada və keçmiş SSRİ məkanında «Sülh naminə tərəfdaşlıq» planına xeyli «müttəfiq» cəlb etdikdən sonra Brüsseldəki qərargahında audiovizual informasiya bölməsinin işini bir qədər də fəallaşdırmışdır. NATO-nun Şərqə doğru irəliləməsində Qərb mətbuatı və radiolar çox önəmli rol oynayır.

Hazırda Qərb radioları bütün dünyada və xüsusən Şərqi Avropada yaranmış əlverişli şəraitdən bəhrələnərək öz səylərini dünyanın yeni düzənində yaranmış gerçəkliklərin təbliğinə yönəldiblər. İndi «Alman dalğası», «Monte Karlo», «Radio Frans», BBC kimi radiolar üçün əsas vəzifə yeni, dinc və demokratik dünyanın yaradılması və bu prosesdə Qərbin aparıcı rolunu qabartmaqdan ibarətdir. Ona görə də hazırda ən iri radiostansiyaların verilişlərində, bir növ, yeni dünya, yeni cəmiyyət, demokratik üsul-idarə qurmağın yollarından danışılır, Asiya və Afrika qitələrinə, sözün həqiqi mənasında, demokratiya dərsi keçilir.

Radiostansiyalar tarixi ənənələrinə sadiq qalaraq beynəlxalq və lokal münaqişələrə, böhranlı vəziyyətlərə xüsusi əhəmiyyət verirlər. Məsələn, Yaxın Şərqdə, Əfqanıstanda, İraqda, eləcə də keçmiş SSRİ məkanında baş verən münaqişələr Qərb radiolarının diqqət mərkəzindədir. Həm də bu məsələdə verilişlərin eyni istiqamətə «cəmləşdirilməsi» tendensiyası ilə yanaşı, onların fəaliyyətində demokratik dəyərlərə istinad və bəzən «soyuq müharibə» üsullarının qabarması meyli də hiss olunur. Məsələn, hər hansı ölkənin daxilində

baş verən proseslərin təhlilində ənənəvi şərh metodları bir yana qoyulur, hadisələrə konkret meyarlar əsasında və kəskin tənqidi prizmadan yanaşılır. Belə hal, xüsusən Çin, Rusiya, İran kimi hələ də totalitar – avtoritar rejimi saxlayan ölkələrə münasibətdə özünü daha aşkar büruzə verir. Bu ölkələrdə gedən prosesləri işıqlandırarkən və ya konkret hadisəyə münasibəti bildirərkən radiolar əvvəlki ehtiyatlılığı bir yana qoyaraq açıq şəkildə real mənzərəni canlandırmağa çalışırlar. Məsələn, 90-cı illərin ortalarında Rusiya – Çeçenistan müharibəsində bu radiostansiyalar obyektiv informasiyalarla yanaşı, çeçen xalqının azadlıq və istiqlal haqqı barədə də xeyli emosional şərhlər səsləndirmişlər. Yaxud 1999-cu ilin yayında Dağıstanda Rusiya hakimiyyəti əleyhinə silahlı hərəkat başlayarkən, xüsusən «Azadlıq» və «Azad Avropa» efirə bir sıra kəskin materiallar vermişdir. Təbii ki, hər radio öz dəst-xəttinə, təmsil etdiyi ölkənin mövqeyinə uyğun verilişlər yayır. Amma bu, dünənki kimi mikrofonlardan söz atəşi açaraq efirdə döyüşən yox, demokratiyaya və əməkdaşlığa çağıran verilişlərdir. Müasir dünya radio sisteminin ən aparıcı tendensiyası da məhz budur: açıq cəmiyyətə, sülhə və demokratiyaya çağırış!

Müasir radioyayımın əsas tendensiyalarından danışarkən **diferensiasiya** – sürətlə ixtisaslaşma barədə də söz açmaq lazım gəlir. Bu proses həm Qərb, həm də Şərq radiolarında parlaq şəkildə özünü göstərir. Məsələn, hazırda Avropada konkret sahələr üzrə ixtisaslaşmış 1800-dən çox radio fəaliyyət göstərir. Bu radioların əksəriyyəti konkret sahə – informasiya, musiqi, idman, nəqliyyat və s. üzrə proqramlar hazırlayır. Böyük şəhərlərdə bəzi stansiyalar xəbərlərə və danışıq verilişlərinə üstünlük versələr də, çoxu musiqiyə, xəbərlər oxunuşuna, hədsiz sayda reklamlara daha çox yer ayırır. Hərçənd ki, əllinci illərə qədər əhəmiyyətli rol oynayan şəbəkələr, sonradan televiziya ilə rəqabət nəticəsində bir qədər sıxışdırılıb. Son illərdə radioverilişlərin geniş yayımı üçün peyk rabitəsindən istifadə olunması yayımın əhatə dairəsini xeyli artırmışdır.

Radionun vətəni sayılan İtaliya ixtisaslaşmış radiolar baxımından xeyli fərqlənir. Bu radiolar arasında katolik kilsəsinin «Radio Mariya»sı (bu, kilsənin 25 radiostansiyasından biridir) ən populyar dalğa hesab olunur. Ümumiyyətlə, bu ölkədə radio daha çox dinlənilir. Məsələn, «RAİ-1» radiosuna ayda 7,7 milyon adam qulaq asır. Xəbər və musiqi verən «RAİ-2»-ni 6 milyon adam dinləyir. Kommersiya yayımı olan «Radio Di-Cey»in dinləyiciləri isə 4,1 milyona çatır. Fransada, Almaniyada, həmçinin Skandinaviya ölkələrində də belə ixtisaslaşmış radioşəbəkələr fəaliyyət göstərir.

Bütün hallarda bu gün Avropa ölkələrinin radiolarında musiqi proqramlarının, hətta musiqinin müxtəlif sahələri üzrə (simfonik,

estrada, folklor, rok və s.) ixtisaslaşmış radiokanalların artması meyli duyulur. Bu meyil Şərqi Avropanın sosializmdən çıxmış ölkələrnin radio yayımında da aşkar duyulur. Təkcə İspaniya, İtaliya, Yunanıstan, Sloveniyada deyil, Polşa, Rumıniya, Çexiya, Slovakiya, Bolqarıstan kimi ölkələrdə də radionun inkişaf meyli informasiya, musiqi və əyləncənin birləşdirilməsi istiqamətindədir.

ABŞ: radioyayımın çağdaş mənzərəsi

Dünya radio sisteminin formalaşmasına və səsyazma sənayesinin inkişafına böyük töhfələr vermiş ABŞ-da radioyayımla bağlı müasir proseslərin izlənməsi, həm efirdə gedən yaradıcılıq tendensiyalarının, həm texniki-texnoloji inkişafın parametrlərini müəyyən etmək, həm də radioşəbəkəni yaşatmaq üçün maliyyə-reklam bazarının dinamikasını öyrənmək baxımından xeyli əhəmiyyətlidir. Çünki tam demokratiya, sərbəstlik və azad bazar şəraitində fəaliyyət göstərən ABŞ radioları bütün dünyada məhz göstərdiyimiz üç aspektin (yaradıcılıq, texnoloji və reklam siyasəti) hər birinin hansı səviyyədə olduğunu çox dəqiq əks etdirir.

Bu gün ABŞ-da diqqəti cəlb edən ən önəmli cəhət odur ki, bu ölkədə də qeyri-kommersiya radioları durmadan artmaqdadır. 1990-cı ildə qeyri-kommersiya radiosu üçün federal fondlaşdırma yox idi. Bu funksiyanı xeyriyyəçilik yolu ilə Ford Fondu təmin edirdi. 1967-ci ildə İctimai Yayım üçün Korporasiya formalaşdı və bir il sonra o, İctimai Radio şəbəkəsini yaratdı. Bu isə öz növbəsində, bir növ, rəqabət mühiti yaradaraq qeyri-kommersiya radiosunun inkişafına güclü təkan verdi (DD, s. 26 – 27). Bütövlükdə isə bu ölkədə son 30 ildə radionun inkişaf dinamikasını aşağıdakı cədvəldə aydın izləmək olar:

İllər	AM stansiyaları	FM stansiyaları
1963	3963	80
1973	4382	2963
1983	4685	4505
1993	4963	6312
2003	5017	8124

Göründüyü kimi, başdan-başa televiziya ilə əhatə olunmuş ABŞ-da radiomərkəzlərin sayı ildən-ilə artır və əhali bu radioların verilişlərini dinləməyə vaxt tapır. Radio dinləyiciləri arasında 18 yaşlı və ondan böyük olan kişilər 96 faiz, 18 yaşlı və bir az böyük qadınlar isə 93 faiz təşkil edir (KİV, s. 264). Təbii ki, bu maraq, hər şeydən əvvəl, radioların, özəlliklə yerli stansiyaların öz verilişləri ilə auditoriyanın zövqünü oxşamasıdır.

Amerika radioyayımı 21-ci əsrə bir sıra problemlərlə qədəm qoyub. Zaman-zaman öz inkişafı üçün ciddi yaradıcılıq və texnoloji problemləri həll etməyə qadir olan bu radio sistemi yeni minilliyin ilk 6-7 ilində reklam-maliyyə, auditoriya, bazarda öz yerini möhkəmətmək və verilişlərin proqramlaşdırılması ilə bağlı problemləri həll etməklə özünü yaşadır və televiziyaya abudə olmuş Amerika cəmiyyətində radioyayımın önəmini təsdiqləməyə çalışır.

Hazırda Amerika radiosu üçün auditoriya – dinləyici problemi aktual olaraq qalır. Bu gün hər bir amerikalının evində və avtoobilində radio vardır. Ölkədə hər ailəyə orta hesabla 5 radioqəbuledici düşür. Ölkə üzrə yarım milyarddan çox radioqurğu mövcuddur. Statistikaya görə, radio ölkə əhalisinin 95 faizini əhatə edir və həftə ərzində təxminən 185 milyon adam radioya qulaq asır. Təbii ki, bu göstərici reklam bazarında radionun yerini bir qədər möhkəmlədir.

ABŞ-da radionun dinləmə faizinin yüksək olması həm reklamların sayının, həm də qiymətlərin artmasına impuls verir. Ənənəvi olaraq yerli radiolarda reklamla məşğul olmaq gəlirli biznes sayılır. Statistika göstərir ki, bu, ölkə miqyasında da belədir. Təkcə 2006-cı ildə onun ölkə üzrə radioda reklamının dövriyyəsi 22 milyard dollar olmuşdur (74, s. 8).

Bütün ölkələrdə olduğu kimi, ABŞ radiolarında da uzun sürən reklam blokları dinləyiciləri qıcıqlandırır. Bu səbəbdən həm iri korporasiyalar, həm də ayrı-ayrı ştatlardakı yerli radiostansiyalar reklam siyasətini dönə-dönə nəzərdən keçirir, bir blokda toplanmış reklamların sayını azaltmağa çalışırlar. Hazırda iri radiolarda reklam bloklarının 1,5 dəqiqəyə endirilməsi ilə bağlı eksperimentlər aparılır. Kommersiya radiolarında bir reklamın həcmi 10 saniyədən çox olunur. Digər tərəfdən, efirdəki reklam vaxtının sifarişçilərə satılması, eyni mövzuya dair reklam bloklarının tətbiqi metodikasından da istifadə olunur. Bu məqsədlə yeni texnologiyalara, o cümlədən on-layn axtarış sistemlərinə müraciət edilir. Hazırda «Kliar Çennel», «SBS korpoeyşn», «Enterkom kommunikeyşn» kimi lider radiostansiyalar bu texnologiyalardan bəhrələnirlər. Nyu-York, Vaşinqton, Çikaqo, Detroyt, Los-Anceles kimi iri şəhərlərdəki radiolar da bu yeni texnologiya ilə işləyirlər. Onu da qeyd edək ki, iqtisadi-maliyyə problemləri iri radioları tərkiblərindəki xırda şəbəkələrlə üzülüşməyə, əksinə, iqtisadi cəhətdən özünü doğrultmayan yerli radioşəbəkələri isə nisbətən iri holdinqlərdə birləşməyə məcbur edir. Məsələn, vaxtilə 1200 müxtəlif səviyyəli stansiyanı özündə birləşdirən «Kliar Çennel» onların bir çoxundan yaxa qurtarmış və hazırda 450 ortabab stansiyaya malikdir.

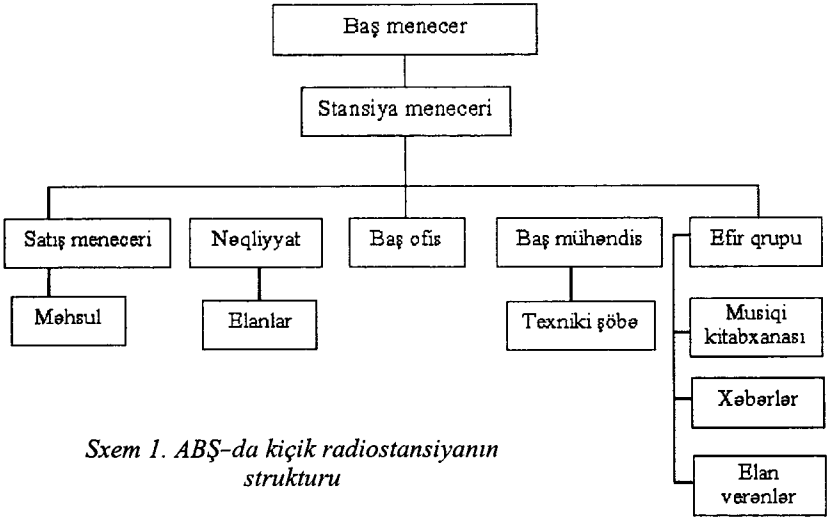
Mobil, çevik struktura malik olmaq reklam bazarında da sərbəst manevr üçün imkan yaradır. Məhz bu şəraitdə radionun əsas gəlir

mənbəyi olan reklamlar efirdə öz yerini xeyli möhkəmləndirir. Bu prosesi reklamlardan gələn gəlirlərin artması da əyani şəkildə göstərir. Məsələn, 1989-cu ildə radioların gətirdiyi qazanc 7,9 milyard dollara çatmışdı (27, s. 264-265). Yerli reklamın davamlı dövriyyəsi 2005-ci ildə bütün mediaya xərclənən ümumi reklam məbləğinin 11 faizinin radionun payına düşməsinə səbəb olmuşdur. Təbii ki, bu prosesdə reklamçıların radiolara cəlb edilməsi sahəsindəki strategiya da önəmli rol oynamışdır.

Orta və kiçik həcmli radioların strukturu elə qurulmuşdur ki, o bir tərəfdən efir yaradıcılığının, digər tərəfdən isə reklam fəaliyyətinin tənzimlənməsinə imkan verir. Yerli radio stansiyası, demək olar ki, efirdəki verilişlərin məzmununa görə məsuliyyəti özü daşıyır. Media xidmətləri göstərən qruplar radio proqramları ilə ciddi məşğul olurlar. Səsyazma, yaxud musiqi sənayesi əksər stansiyaların böyük hissəsini təchiz edir. Səsyazma üçün azacıq vəsait xərclənir, ya da ki, heç xərclənmir. Əksər stansiyaların səsləndirdikləri musiqi nömrələrindən istifadə etmək sindikatorlara məxsusdur. Format şirkətləri, daha çox musiqi verilişləri, şəbəkə radioları isə ölkə xəbərlərini və bədii mövzuda proqramlarını təqdim edir.

Stansiyaların təşkilatı quruluşu çox müxtəlif olur. Bu, stansiyanın ölçüsündən, proqramların tipindən, bazarın həcmindən və rəqabətin səviyyəsindən asılıdır. Çox böyük stansiyalarda xəbərlər, satış və proqramlaşdırma sahələrində xüsusi tapşırıqlar yerinə yetirilir və xüsusi departamentlər mövcuddur. Orta ölçülü stansiyalarda diktorlar müxbir, satıcı, yaxud mühəndis və əyləncə proqramlarının aparıcısı kimi çıxış edirlər. Kiçik stansiyalarda proqram meneceri, həm də satış meneceri kimi işləyir. Adətən, xəbərlər proqramının işçi heyəti olmur. Bütün diktorlar eyni zamanda lisenziyalı mühəndislərdir (27, s. 267). Radiostansiyalar arasında, xüsusilə böyük bazarlarda güclü rəqabət var. Kiçik bazara malik radiostansiyanın strukturu təxminən sxem 1-dəki kimidir.

ABŞ-da da radioyayım sahəsində pul qazanmağın – biznesin ənənəvi səmərəli iqtisadi modeli yalnız reklam gəlirlərinə əsaslanır. Lakin yeni minilliyin ilk illərindən başlayaraq bu sıraya daha bir variant – abonent radiosu əlavə olunub. Bu yeni və çox əhəmiyyətli bazarda birinciliyi peykdə radioyayımla məşğul olan «Sirius satellit radio» və «Eks-e satellit radio» kompaniyaları ələ keçirmişlər. Doğrudur, yeni proqramlaşdırmaya və abonent cəlb edilməsinə qoyulan investisiyalar hələlik özünü doğrultmur və kifayət qədər gəlir yoxdur. Amma bu sahədə səmərəyə nail olmaq üçün bu iki rəqib komaniyanın rəhbərləri 2007-ci ilin əvvəlindən birləşdiklərini bəyan etmişlər. Bu addım ABŞ radiobazarında son illərin ən ciddi hadisəsi olmuşdur (74, s. 10).



Sxem 1. ABŞ-da kiçik radiostansiyanın strukturu

Xatırladaq ki, ənənəvi AM və FM yayımları ABŞ-da müasir radio sahəsinin özəyi kimi qalmaqdadır. Bu təqribən 14 min müxtəlif növ diapazonlu efir stansiyasıdır. Bunlardan təqribən 11,5 mini kommersiya, qalanları isə ictimai və ya maarifləndirici kanallardır. Amma 2000-ci ilin əvvəllərindən yeni texnologiyalar bazasında efir stansiyalarının auditoriyasının bir hissəsinə və ənənəvi radioya gec-gec müraciət edənləri cəlb etməyə iddialı olan perspektivli sahələr yarandı.

2001-2002-ci illərdə peyk radiosunda iki əsas operator yayıma başladı və 2007-ci ilin əvvəllərində onların abunə bazası 14 milyon nəfərədək artdı. Hazırda hər bir operator hələlik yüzdən çox kanala sahibdir. Kanalların verilişləri, əsasən, eksklüziv materialların və ya çox populyar aparıcının üzərində qurulur. Bir neçə il ərzində peyk qəbuledicilərinin yerləşdirilməsi üçün, demək olar ki, ölkənin bütün ən böyük istehsalçıları ilə müqavilələr bağlanılıb. Beləliklə, artım üçün potensial yetərincə yüksəkdir. Verilişlərin İnternetdən yayılması ilə əlaqəli olan seqment yüksək templə inkişaf edir. Yayım siyasətində müasir tendensiya və formatlar müxtəlifliyi mütləq nəzərə alınır.

Yeni texnologiya imkanlarının yaranması ənənəvi olaraq Amerika radiosunda yayım plüralizmi ilə bağlı problemlərin həllini gündəmə gətirir. Xatırladaq ki, tənqidçilərin əsas tələbləri iki vacib məqama aiddir: musiqili yayıma və xəbər, müsahibə verilişlərinə. Musiqi verilişlərində qüsurlar formatların məhdudluğunda və tanınmış müğənnilərin azlığında görünür. Nəticədə isə stansiyaların çoxluğuna

baxmayaraq maraqlı janr, forma və ya müğənni seçimi o qədər də böyük olmur. Dəgər tərəfdən, meydana yeni atılmış ifaçılar efirə çıxmaq imkanının olmamasından şikayətlənirlər.

Son onilliklər ərzində sırf xəbər radioyayımı, ümumən efirdən itmişdir, yalnız iri şəhərlərdə bir neçə mükəmməl stansiya qalmışdır. Bir sıra mühafizəkar şərhçilərin və ciddi aparıcıların iştirak etdiyi siyasi proqramlar, həmçinin xəbər yayımı getdikcə daha çox danışıq formatları ilə əvəzlənməkdədir.

Yeni rəqəmsal texnologiya musiqili radioda rəngarəngliyi təmin emək üçün geniş imkanlar açır. Amma ənənəvi efir radiosu hələ ki, ifaçıların tanıdılması üçün əsas kanal olaraq qalmaqdadır. Buna görə də plüralizmi məhz həmin radioda genişləndirmək uğrunda mübarizə səngimir. 2006 – 2007-ci illərdə Nyu-York ştatının prokurorluğu və Federal Rabitə Komissiyası bu məsələ ilə bağlı apardıqları bir neçə təhqiqatı sona çatdırmışlar. Bu istintaqda ölkənin böyük səsyazma və radioyayım kompaniyaları növbəti dəfə öncədən «haqqı ödənilmiş» efir təşkil etdiklərinə görə günahkar elan olunmuşlar. Təhqiqat nəticəsində qəbul edilmiş qərara uyğun olaraq radio yayımçıları bir sıra cərimələri ödəmiş, az tanınan və ya heç tanınmayan, amma peşəkar gənc ifaçılar üçün efirdə əlavə vaxt ayırmaq məcburiyyətində qalmışlar.

Sırf xəbər, diskussiya və danışıq radioları da hələ ki, ənənəvi stansiyalarda cəmləşdirilib. Düzdür, son illərdə ixtisaslaşdırılmış peyk kanalları da bu seqmentin inkişafına əhəmiyyətli töhfələr verməkdədir, amma bütövlükdə peyk kanallarında daha çox insanların müasir həyat tərzi və məişətlə bağlı mövzulara toxunulur, həm də bu zaman aparıcı məharətinə və yumor hissinə güvənilir. Düzdür, bəzən belə yumorla aparılan verilişlərdə ədəb-ərkan qaydaları pozulur və təbii ki, FRK buna kəskin etirazını bildirir. Bu istiqamətdə artıq neçə ildir ki, vəziyyət getdikcə gərginləşir və cərimə sanksiyaları artır. Etik qaydalara sərt çağırışa heç də hamı dözmür. Məsələn, 2005-ci ildə ölkənin ən populyar aparıcılarından biri olan Novard Stern efir radiosunu tərk edərək peyk platformasına keçmişdir. Bu yaxınlarda isə daha bir məşhur aparıcı – Don Aymus efirə çıxmaq imkanından məhrum olmuşdur. Si-Bi-Es onu irqçiliyə sövq edən fikirlərinə görə öz proqramlarından kənarlaşdırmışdır (74, s. 13 – 14).

2000-ci illərin əvvəllərində stansiyalar provayderli xəbər blokları ilə təchiz olunmaq üçün müqavilələr bağlamağa başladılar. Bunlardan bir çoxlarını, məsələn, «Foks nyus radio»nu mühafizəkar radiolara aid etmək olar. Həm xəbər, həm də müsahibə proqramları hazırlamağa çalışan «Eyr Amerika» layihəsi şəbəkə prinsipinə uyğun olaraq qurulmuş və El Frenken kimi populyar şərhçi və aparıcıları

özünə cəlb etmişdir. Onun təsiri altında bir sıra böyük radio kompaniyaları daha çox balanslaşdırılmış siyasi yayımı təşkil etməyə çalışdılar. 2003-cü ildən başlayaraq «Eyr Amerika» kanalı siyasi şəhrlər sahəsində ölkədə liberal radionun simvoluna çevrilmişdir. Ölkə tarixində ilk siyasi yönümlü radioşəbəkə olan bu layihə vacib hadisə kimi dəyərləndirilir. Artıq iyirmi ildən çoxdur ki, radioda yaradıcılıq təcrübəsi keçərək məşhurlaşmış Raş Limbov və Bill Oreyli kimi mühafizəkar şərhçilər burada aparıcı mövqe tuturlar. Amerikada bu ciddi siyasi şərhçilərə hər həftə 10 milyonadək dinləyici qulaq asır.

Beləliklə, 21-ci əsrə bir çox problemlərlə, həm də yaradıcılıq və texnoloji uğurlarla qədəm qoymuş ABŞ radio şəbəkəsi yeni yüzilliyin ilk pillələrini aramla qalxır. Qarşıda onu yeni eksperimentlər, yeni dinləyici tələbləri və yeni iqtisadi sınaqlar gözləyir. Mövcudluğunun bütün dövrlərində radioya bu sınaqlardan keçməyə azad və demokratik Amerika cəmiyyəti kömək edib.

Böyük Britaniya: kommersiya radiolarının intihabı

Ötən əsrin sonlarından Böyük Britaniyada kommersiya radio-yayımı genişlənməyə başlayır. 1990-cı ildə qəbul edilmiş Parlament Aktı bu prosesə xüsusi təkan verir. Bu akta uyğun olaraq üç ümummilli kommersiya radiostansiyası, regional və yerli stansiyaların geniş şəbəkəsinin yaradılması qərara alınır. 1992-ci ildə ölkənin ilk ümummilli kommersiya radiosu – «Klassik FM» yaradıldı. 1993-cü ildə «Vörcin – 1215» radiosu, 1998-ci ildə isə üçüncü ümummilli radio işə düşdü. Həmin dövrdə ölkənin əsas radiosu BBC dünya ilə 40 dildə, özü də həftə boyunca 740 saat danışırdı.

Özəl radioların yaradılması BBC üçün rəqabət mühiti yaratmaqla ölkə əhalisinə təkcə ekranda deyil, efirdə də alternativ proqram seçmək imkanı verdi. Təkcə ümummilli səviyyədə deyil, regionlarda və əyalətlərdə də kommersiya radioyayımını genişləndirmək məhz fikir, düşüncə və zövq plüralizminin inkişafına xidmət edirdi. Artıq 1995-ci ilin ortalarında Böyük Britaniyada 171 regional və yerli kommersiya stansiyası fəaliyyət göstərirdi. Təkcə Londonda 18, Mançestrdə 9 yeni radiostansiya işə düşmüşdü, halbuki, 80-ci illərin əvvəllərində bütün ölkə üzrə cəmi 19 özəl radio var idi (72, s. 110). Bu radio-fırtınanı nəzərdə tutan ölkənin Siyasi Araşdırmalar İnstitutu həmin illəri «kommersiya radiolarının intibahı dövrü» adlandırmışdı.

Hazırda həm BBC, həm də ölkənin kommersiya radioları Britaniya dinləyicilərinə zəngin və maraqlı verilişlər təqdim edirlər. Bu sırada ixtisaslaşmış radiolar çox önəmli yer tutur. Xəbər, musiqi (simfonik, rok, rep, estrada və s.) tok-şou, debat, diskussiya, uşaq,

idman, mədəniyyət və s. kanallara milyonlarla dinləyici qulaq asır. Təxminən 10 il əvvəl qadınlar üçün açılmış «Reydio Viva» və xristian dindarlar üçün nəzərdə tutulmuş «Premyer reydio»nun (1995) işə düşməsi radio-mənzərəni bir az da canlandırmışdır. Bu sırada hətta etnik qruplar üçün proqramlar yayımlayan «Spektrum» (1996) və iqtisadi mövzuları şərh edən «Kapital reydio»nun (1997) da öz dinləyiciləri vardır.

Ötən minilliyin sonlarından başlayaraq reklam bazarının diqtəsi ilə kommersiya radiolarının daha iri qurumlarda birləşmək meyli özünü göstərməyə başlayır. Nəticədə müxtəlif radio alyansları meydana çıxır. Bir neçə il əvvəl ən iri radiostansiyalar arasında «Klassik»ə sahib olan «Ci – W – ar» və «Emap» kompaniyasına məxsus «Mecik netuork» şəbəkələri nüfuzlu qurumlar kimi tanındı. Getdikcə bu şəbəkələr reklam bazarında hökmranlığı ələ alır, 2000-ci ildən bu şəbəkəyə daha 5 qurum da qoşulub ki, onlardan ən nüfuzlusu «Caz FM» sayılır.

3-cü minilliyin başlanğıcında Böyük Britaniyada 260 kommersiya radiostansiyası fəaliyyət göstərirdi. Həmin radiolar üçün xüsusi informasiya xidməti – «İndependent reydio nyus» da yaradılmışdı. Yaşlı əhalinin 91 faizi, heç olmasa, həftədə bir gün bu xəbərlərə qulaq asır. Lakin auditoriyanı əhatə etmək baxımından BBC ilə müqayisədə nəticə yenidən ikincinin xeyrinə dəyişməyə başlayır. 2002-ci ilin gösətəricilərinə görə BBC ictimai radiosu milli auditoriyanın 53 faizini, kommersiya radioları isə 47 faizini əhatə edirdi (72, s. 114-115). Təbii ki, bu göstərici daha çox BBC-nin peşəkarlıq səviyyəsi sayəsində mümkün olmuşdur.

2003-cü ildə qəbul olunmuş «Kommunikasiya aktı»na görə məhdud əhatəli efiri olan radioların hesabına kommersiya qurumları daha da inkişaf etməli idi. Belə radioların istehsal xərci təxminən 10 min funt-sterlinqə başa gəlirdi. Bu növ radiolar bölgələrdə, kənd yerlərində, kiçik yaşayış məntəqələrində, hətta fermer təsərrüfatlarında belə yaradılır və efirə çıxırdı. Bu radiolar hər hansı məsələ ilə bağlı adi insanlara öz mövqelərini bildirmək, fərdlərə efirdə öz şəxsi fikrini ifadə etmək imkanı verirdi. Hələ 2002-ci ildə ölkədə məhdud əhatəli 15 radioya lisenziya verilmişdi və bu stansiyaların fəaliyyəti hətta parlamentdə belə bəyənilmiş, yalnız onların daha plüralist, daha demokratik və qərəzsiz olması tövsiyə edilmişdi.

Ölkənin radio sisteminin kommersiyalaşdırılması bu illərdə BBC-dən də yan keçmədi. Bu proses hələ 80-ci illərdə M.Tetçerin baş nazirliyi dövründən başlamışdı. Onun mövqeyini əks etdirmədiyinə görə BBC-yə qəzəblənən xanım Tetçer və onun kabineti şirkətə açıq tərzdə təzyiq etməyə başladılar. Məsələn, hökumət dünyanın ən gərgin ocaqlarından verilən mürəkkəb reportajların hansı maliyyə ilə

başa gəldiyini qabartmağa, bəzən də sərt maliyyə şərtləri barədə danışmağa çalışdılar. 1990-cı ilin payızında Mühafizəkarlar partiyasının konfransında BBC-yə abunədən və reklamdan hələlik imtina edilməsi barədə qərar qəbul edilməsi (72, s. 118) bu quruma ciddi xəbərdarlıq oldu. Bir il sonra Pikok komissiyasının təklifi ilə hökumətin bu teleradioya qarşı açıq şəkildə maliyyə şərtləri qoyması, xüsusən abonent pulunu azaltması isə vəziyyəti xeyli gərginləşdirdi. Hökumətin efir vaxtının 25 faizinin məcburi şəkildə kvota kimi prodüser studiyalarının yeni və maraqlı proqramlarına vermək barədə təklifi də BBC-ni kommersiya variantları axtarmağa bir az və qənaətcil davranmağa vadar etdi. Bu səbəbdən qurum 1991 – 1995-ci illər arasında bəzi studiyalarını bağlamağa, televiziya və radio üzrə əməkdaşlarının dörddə birini ixtisar etməyə məcbur oldu. Beləliklə, gedən mürəkkəb proseslər nəticəsində Britaniyanın ən böyük teleradio qurumunun kommersiya qanadı – «BBC enterprayzis» fəaliyyətə başladı. Həmin dövrlərdə bu kompaniyaya rəhbərlik etmiş baş direktor Con Bert müxtəlif islahatlar yolu ilə BBC-ni iqtisadi böhrandan çıxarmağa çalışırdı.

Yaradıcılıq sahəsində islahatların bir çoxu xəbər xidmətini, o cümlədən radionun xəbərləmə işini yaxşılaşdırmaqdan ibarət idi. Bu məqsədlə 1994-cü ildə bütün sutka ərzində xəbərlər yayan «Reydio – 5 layv» ümummilli radiokanalı yaradıldı. Üç ildən sonra – 1997-ci ildə televiziyada da ilk dövrdə kabellə yayımlanan «Nyus – 24» adlı xüsusi informasiya kanalı efirə çıxdı.

2000-ci ilin aprelindən BBC-nin baş direktoru seçilən Qreq Dayk radionun kommersiya imkanlarını qabartmaqla yanaşı radioda «rəqəmli inqilabı» genişləndirməyə çalışdı.

Əslində ölkədə rəqəmli yayıma keçid 1997-ci ilin yayından başlanmışdı. Həmin dövrdə Bestministr Univerisitetinin kommunikasiya üzrə professoru Stiven Barnettin təbirincə desək, «televiziyada hay-küylü «rəqəmli inqilab» getdiyi vaxtda radio çox sakit rəqəmli inqilab dövrünü yaşayırdı» (108, s. 8). İlk olaraq BBC-nin bir neçə stansiyasının Londonda və Briminhemdə eksperimental rəqəmli yayıma başlamasını dinləyicilərin 70 faizi böyük razılıqla qarşıladı. Radio ilə verilən səsin yüksək keyfiyyəti auditoriyanı qane edirdi, hərçənd ki, ilk dövrlər rəqəmli radioqəbuledicilər bir az baha idi.

1998-ci ildə ölkədə ilk ümummilli rəqəmli radioyayıma rəsmi kommersiya lisenziyası verildi. Bunu Böyük Britaniyanın aparıcı radio kompaniyalarını özündə birləşdirən «Dijital – 1» konsorsiumu aldı. Lisensiya 12 rəqəmli radiokanal üçün nəzərdə tutulmuşdu. Konsorsium reklam və marketinq üçün 4 milyon funt-sterlinq vəsait xərcləməyi

öhdəsinə götürmüşdü. Bu posesdə «Etap reydio», «Kapital reydio» və başqa kommersiya qurumları da iştirak edirdi. Artıq 1998-ci ilin yayında ölkənin 12 radiostansiyası rəqəmli yayım sahəsində eksperimentlər aparırdı. London, Briminhem və Liverpul şəhərlərində tamamilə rəqəmli yayıma keçilmişdi. Bu dövrdə BBC də rəqəmli radioşəbəkə yaratmışdı və auditoriyasının 60 fazini (təxminən 30 milyon dinləyici) bu növ yayımla əhatə edə bilirdi. Amma rəqəmli radioqurğunun baha olması ucbatından gerçək auditoriyanın bir qədər az olduğu güman edilirdi. Amma proses gedirdi və onu gücləndirmək üçün ölkənin ən böyük teleradio kompaniyası «BBC gijital reydio» adlanan xüsusi struktur yaratmışdı.

1999-cu ilin oktyabrında bütün ölkə üzrə 10 kanallı rəqəmli radioyayım işə düşdü. Bunun ardınca 250-yə yaxın kommersiya radiostansiyasının yayımının reallaşmasına imkan verən 36 yerli multipleks rəqəmli radio sistemi yaradıldı (110, s. 34). 2002-ci ildən başlayaraq rəqəmli radiocihazların da qiymətləri aşağı düşdü. Bu addım əhalinin kütləvi şəkildə rəqəmli radioyayıma bağlamasına təkan verdi. Artıq həmin ildə BBC-nin 7 rəqəmli radiostansiyası fəaliyyət göstərirdi.

Əgər 90-cı illərin ortalarında Böyük Britaniyada cəmi 170 müstəqil radio var idisə, bölgələrdə cəmi 6 stansiya fəaliyyət göstərirdisə (15, s. 48), artıq 21-ci əsrin əvvəllərində başqa mənzərə yaranmışdı. Əvvəlki illərdə ixtisaslaşmış milli radiolar arasında yalnız «Atlantik – 252» (klassik musiqi), «Tok – Reydio» (xəbər, tok-şou, söhbət), «Vörcin Reydio – 1215» (müasir musiqi), «Reydio-5» (danışıq radiosu) və başqaları aparıcı yer tuturdu. Bu gün tamamilə fərqli mənzərə nəzərə çarpır.

2006-cı il BBC-nin həyatında, müəyyən mənada, həlledici il oldu. Həmin il şirkətin fəaliyyətinin hüquqi əsası olan Kral xartiyasının daha 10 il uzadılması yayım korporasiyası üçün geniş imkanlar açdı. Əslində bu illər artıq İraq müharibəsi ilə bağlı hökumətlə də gərginləşmiş münasibətlər bir qədər nizama salınmışdı. Çünki BBC müxbiri E.Cillaqanın «hökumət Müdafiə Nazirliyinin müşaviri D.Kellinin nitqini saxtalaşdıraraq oraya İraqın 45 dəqiqəyə kütləvi qırğın silahını işə sala biləcəyi barədə əsassız fikir əlavə etmişdir» kimi sensasiyalı bəyanatından sonra vəziyyət xeyli gərginləşmişdi. Korporasiyanın sədri G.Devisin və baş direktor Q.Daykın istefası gərginliyi yumşaltsa da, çox ciddi bir məsələ – vətəndaşların BBC-yə ödədiyi illik abonent haqqının miqdarı məsələsi həll olunmamışdır.

Korporasiya 2006-cı ildə 3 milyard funt-sterlinq abonent pulu yığsa da, BBC haqlı olaraq bunun kifayət etmədiyini göstərir və abonent haqqının artırılmasını əsaslandırırdı. Bu məsələdə əsas

arqument odur ki, 2010-cu ildə şirkətin studiyalarının bir hissəsi şimala – Mançestrə köçürülməlidir. Böyük Britaniyanın şimal rayonlarının inkişafına xidmət edən bu layihənin BBC-yə 400 milyon funt-sterlinqə başa gələcəyi gözlənilir (74, s. 16-17). Bu səbəbdən də korporasiya hökumətdən abonent haqlarının artırılmasını, yaxud, heç olmasa, bu indiki məbləğdə inflyasiyanın səviyyəsinin nəzərə alınmasını tələb edir. Bu məsələdə müəyyən kompromislər axtaran hökumət isə BBC-ni kommersiya fəaliyyətini genişləndirməyə çağırmışdır.

Mövcud maliyyə çətinliklərinə baxmayaraq, ölkənin digər radioları da öz dinləyiciləri üçün daim maraqlı proqramlar səsləndirmək missiyasını davam etdirirlər. Hazırda ölkənin «Reydio – 1», «Reydio – 2», «Reydio – 4», «Reydio – 5» kimi ictimai radiolarında, «Klassik», «Vörcin», «Tok-sport» kimi kommersiya stansiyalarında «Bu gün», «Uşaq saatı», «Proms», «Çətin sual», «Qadın saatı», «Səhra adasının diskləri», «Açıq universitet», «Panorama», «Sonuncu qapı» və s. kimi populyar verilişlər milyonlarla dinləyicini özünə cəlb edir. Bütün bunlar Avropada radioyayım işinin öncülü olmuş Böyük Britaniya radiolarının ildəki inkişafı ilə bağlı aşağıdakı ümumi qənaətləri söyləməyə imkan verir:

– təşkilat-struktur və texnoloji baxımdan inkişaf edən radioyayım hədsiz miqyasda genişlənərək bölgələrə (yerli stansiyalar) yayılmaqla yanaşı, beynəlxalq şəbəkəyə də qoşulmuşdur.

– ölkənin radio sistemində kommersiya yayımının xüsusi çəkisi artmış, BBC-nin bu sahədəki monopoliyasına son qoyulması ölkə radio məkanında alternativ və plüralist yayımın mövqeyini möhkəmlətmişdir.

– BBC radiosu yayım üzərində nəzarətə can atan hökumətlərin müqavimətini qırmış və iqtisadi çətinlikləri dəf edərək media sistemindəki mövqeyini daha gücləndirmişdir.

– yayımına ictimai məzmun güclənmişdir. Serialların və məişət komediyalarının yerini daha çox xəbərlər, şərhlər, debatlar, tematik proqramlar və musiqi tutmuşdur.

– radio funksional baxımdan öz ənənəvi missiyasını davam etdirərək xəbərləmə işi ilə yanaşı, mədəniyyətin inkişafına (ilk növbədə, teatr, musiqi və s.) təsirini artırmışdır. Bu gün radio təkcə məlumatlandırıcı və əyləndirici vasitə deyildir, indi efir özünü mədəniyyətin bir sahəsi kimi göstərir.

– yayımın temporitmi artmışdır. Proqramlararası cazibədar keçidlər, cəlbedici qısa dramatik verilişlər, əsas məzmunu yığcam tərzdə təqdim edən reportajlar çoxalmışdır. Efirdə dramatizimlə yanaşı

təsviri güc də artmışdır.

Şübhəsiz ki, son illərdə Böyük Britaniyanın radio məkanında nəzərə çarpan ən mühüm meyil stansiyaların sayının artması, auditoriya və reklam bazarı uğrunda rəqabətin güclənməsi və radio tezliklərinin getdikcə məhdudlaşmasıdır. Hazırda ölkədə yayım üçün lisenziya almaq və onu təzələmək də çox asanlaşıb. Yayım üçün verilən lisenziyanın şərti isə dəyişməz qalır: istər ictimai, istərsə kommersiya radiosu olsun. Yayım ölkə ictimayyətinin marağını və ehiyacını ödəməli, plüralizm prinsiplərini gözləməlidir.

Rusiya radiosu yeni şəraitdə

Bu gün Rusiyada radio öz inkişafının spesifik dövrünü yaşayır. Bu dövrün əsas səciyyəsi köhnədən yeniliyə keçid, Qərb təcrübəsini mənimsəmək, auditoriya və reklam uğrunda rəqabəti genişləndirməkdir. Əvvəllər yayım, bir qayda olaraq, təlqinə, ciddi partiya rəhbərliyi və nəzarəti altında toplanan radioyayım təcrübəsinə, dinləyicilərin psixoloji hazırlığının vərdişə çevrilmiş məhdud üsullarına əsaslanırdı. Auditoriya, bir növ, passiv obyekt kimi qəbul edilirdi. Ona görə də ilk növbədə bu auditoriyanı ümumi təbliğat sistemindən ayırmaq, onu canlandırmaq, bütövlükdə yeni radio şəbəkəsi yaratmaq, cəmiyyəti tamamilə yeni yayım vasitələrilə əhatə etmək zəruri idi. Bu sahədə ilk addımlar 90-cı illərin ortalarından başlanmış və qısa müddətdə radioyayımın yeni quruluşu formalaşmış müxtəlifnövlü radiostansiyaların geniş spektri yaranmışdı.

Totalitar sistemdən çıxmış bir ölkədə ilk addım kimi efirdə monopoliyaya son qoyulmuş, dövlət radioyayımı ilə bərabər özəl stansiyalar sürətlə inkişaf etmişdi. Kommersiya radiolarının meydana gəlməsi radioefirdə keyfiyyətcə yeni situasiyanın yaranmasına gətirib çıxarmışdır. Qeyri-dövlət radiosunun çox qısa zaman kəsiyində təşəkkül tapması radioyayımda dövlət inhisarının sonu və elektron media bazarının yaranması demək idi.

Düzdür, hazırda radioyayım sahəsində yenə də ən böyük mülkiyyətci dövlətdir. Amma bu radioyayım sektoru da son illər ciddi şəkildə dəyişilib. Onun əsas mərhələləri – «Radio Rossii»nin yaranması (dekabr, 1990) və bununla da Rusiya televiziyası ilə birgə Ümumittifaq Dövlət Teleradioyayım Kompaniyasının formalaşması (ÜDTK) olub.

1995-ci ilə qədər paralel olaraq digər Rusiya teleradio kompaniyası – «Ostankino» mövcud idi. Bura «Radio – 1», «Mayak», «Yunost» və «Orfey» radiostansiyaları daxil idi. 1995-ci ildə «Ostankino» kompaniyasının ləğvindən sonra bütün bu kanallar

ümumrusiya kanalları statusunu aldı və nəticədə bütün dövlət radiostansiyalarına təxminən bərabər başlanğıc imkanları verildi. Lakin köhnə yayım təşkilatlarının mühafizəkarlığı üzündən yeni sistemdə nəzərdə tutulan yenidənqurma baş tutmadı. Bunun bir səbəbi də uzun zaman ərzində ölkədə təbliğat və informasiya siyasətinin daşıyıcıları olan insanların şüurunda ciddi dəyişikliyin mümkünsüzlüyü və həmçinin buna ehtiyacın olmaması fikrinin kök salması idi.

1997-ci ilin avqustunda prezidentin «Rusiya Federasiyasında radioyayımının strukturunun təkmilləşdirilməsi haqqında» fərmanı ilə Radio – 1 dövlət stansiyası kimi ləğv edildi. Aksiyalaşdırma nəticəsində bu stansiya mədəniyyət kanalı kimi qeyri-dövlət radioyayım sektoruna verildi. «Mayak» və «Yunost» radiostansiyaları isə vahid radioyayım təşkilatlarına çevrildi.

«Radio Rossii» kanalı öz proqram konsepsiyasını, ilk növbədə, informasiya siyasəti üzrə əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirdi. Bu kanalın xəbərləri Rusiya televiziyasının (RTR) informasiya proqramının üslubunda və eyni adla – «Vesti» başlığı ilə efirə çıxmağa başladı. Proqramların ümumi həcmində xəbərlərin və xəbərdən törəmə verilişlərin xüsusi çəkisi də artdı.

1998-ci ildə yayımın dövlət sektorunda monopoliyalaşdırma və mərkəzləşdirilmə tendensiyaları dəqiq müəyyənləşdirilmişdi. Prezidentin həmin il 8 may tarixli fərmanının və hökumətin «Dövlət elektron KİV-in vahid istehsalat-texnoloji kompleksinin formalaşdırılması» adlı müvafiq qərarı ilə ÜDTK-nin bazasında vahid dövlət audiovizual KİV korporasiyası yaradıldı. Buraya ÜDTK ilə (RTR, «Mədəniyyət» kanalı, «Radio Rossii») yanaşı bir il əvvəl «Mayak» radiostansiyası ilə birləşdirilmiş «Yunost», «Orfey» və «Qolos Rossii» dövlət radiokompaniyası, texniki xidmətlər, 99 regional dövlət teleradio yayım kompaniyası, dövlət kompaniyalarının yerlərdə filialları olan 110 regional ötürücü radiotelemərkəzlər daxil idi. Beləliklə, ölkənin vahid dövlət teleyayım sistemi yaranırdı (88, s. 196-197).

Rusiyada yayımın yenidən qurulması ideologiyanın, insanların psixologiyasının yeniləşməsi, efirin sosialist ab-havasından tamamilə təmizlənməsi demək idi. Ona görə də son illər Rusiya efirində baş verən proseslər ölkədəki yeni şərait və siyasi vəziyyətin təsiri altında simasını dəyişərək tədricən yeniləşən, inkişaf edən cəmiyyətin nailiyyətlərini və təbii ki, həm də itkilərini nümayiş etdirir.

Rusiyanın Teleradio yayımı üzrə Federal Xidmətinin məlumatına görə, 1998-ci ildə ölkədə 1419 yayım təşkilatı fəaliyyət göstərirdisə və onun 292 dövlətə aid idisə (95, s. 4), hazırda (2007-ci il) regionlarda işə düşən teleradio şəbəkələrinin hesabına yayım təşki-

latlarının sayı 1800-ü ötmüşdür. Bu sırada kommersiya radiolarının sayının artması müşahidə olunur. Həmin radioların əksəriyyəti əyləncə verilişləri yayımlamaqla məşğuldur, maddi sıxıntılar ucbatından yeni texnologiyaya yiyələnə bilmir və verilişləri o qədər də populyar deyildir.

Dövlət yayım təşkilatlarına alternativlər yaradılmasında ilk dövrdə xarici radiostansiyaların texniki imkanlarının mənimsənilməsi əhəmiyyətli rol oynamışdır. O cümlədən Qərb və yapon texnologiyasının Rusiya bazarına daxil olması FM diapazonunda yayım aparılmasını sürətləndirdi. «Russkoe radio», «Avropa plyus», «Maksimum», «Avtoradio», «Exo Moskvı» kimi radiolar tezliklə bu diapazona üz tutdular. Radiobazarın formalaşmasında da xarici sahibkarlar, ilk növbədə, Amerika, Almaniya və fransız şirkətləri önəmli rol oynadılar. Məsələn, «Avropa plyus», «Nostalji» və «M – radio» məhz Rusiya – fransız birgə layihələri kimi meydana çıxmışdı. «Maksimum» və «Radio – 1» kanalları isə Amerika – Rusiya birgə layihəsi idi (88, s. 198-199).

90-cı illərin ortalarında bir müddət Rusiya media bazarında aparıcı mövqe tutmuş V.Qusinskinin «Media – Most» və B.Berezovskinin «KİV imperiyası» holdinqləri meydana çıxdı. Bu holdinqlər media üzərində müəyyən monopoliya yaratsalar da, efirdə ayrı-ayrı hakimiyyət nümayəndələrinə qarşı psixoloji müharibəni genişləndirsələr də, bütövlükdə TV və radionun güclü maddi-texniki bazasını yarada bildilər. Rusiya radiolarında musiqi və informasiya radiokanallarının artması və radioyayımın (o cümlədən FM diapazonunda olanların) peykə çıxarılması məhz bu dövrün məhsuludur.

2000-ci ildən sonra Rusiya radioları həm struktur, həm də məzmun – tematik baxımından müəyyən keyfiyyət mərhələsinə qədəm qoydu. Dövlət yayımçıları ilə özəl radiokanallar arasında yaradıcılıq rəqabəti genişlədi. Xüsusən dövlət radiosu olan «Radio Rossii» ilə özəl radiokanal «Exo Moskvı» arasında dinləyici auditoriyası uğrunda yarışma yeni mərhələyə çıxdı. Əgər dövlət radiosu universallıq nümayiş etdirərək dinləyicilərinə geniş spektrli informasiya, şərhlər, ictimai-siyasi proqramlar (bunların çoxu «Vesti» adlı informasiya-əyləncə proqramında verilir), elmi-kütləvi, tədris verilişləri, uşaq və gənclər üçün diskussiyalar, ədəbi-bədii və musiqi kompozisiyaları, əyləncə və radiotamaşalar təqdim edirdisə, «Exo Moskvı» heç də bundan az maraqlı olmayan çevik informasiya bülletenləri, tok-şouları, publisistik proqramları, maraqlı mədəni-maarif verilişləri, cazibədar əyləncə və musiqi proqramları, uşaqlar üçün oyunlar və s. ilə auditoriyanı özünə cəlb edə bilirdi.

Rusiya teleradio yayımı üçün önəmli olan mühüm cəhət mövcud olmuş müsbət efir ənənələrinin yaşadılmasıdır. Bu mənada efirin veteranı olan «Mayak» musiqi-informasiya radiostansiyasının (1964-cü ilin avqustundan efirdədir və 1997-ci ildə «Yunost» stansiyası ilə birləşmişdir) bugünkü yayım siyasəti yaxşı nümunədir. «İnformasiya üstəgəl musiqi» prinsipi ilə işləyən və hər 30 dəqiqədən bir efirə xəbər bülleteni ilə çıxan bu radio ölkə əhalisi üçün yenə də etibarlı məlumat mənbəyidir. Dövlət «Mayak»ın inkişafı üçün maliyyə əsirgəmədiyindən bu radio «Exo Moskvı» stansiyası ilə uğurla rəqabət apara bilir. Geniş müxbir şəbəkəsinə malik olan bu radio sutka ərzində efirdə 65-70 orijinal səsli material – reportaj, müsahibə, şərh və s. səsləndirə bilir. «Mayak»ın tok-şoularına, siyasi-iqtisadi şərhlərinə, beynəlxalq mövzuda söhbətlərinə də böyük maraq vardır. Yeni minillikdən «Mayak» informasiyanın çəkisini artırmış, yayım coğrafiyasını və janr palitrasını genişləndirmiş, proqram şəbəkəsinə yeni maraqlı verilişlər əlavə etmişdir.

Dinləyicilər arasında çox populyar olan «Exo Moskvı» isə Rusiyanın yeni radio modeli kimi meydana çıxmışdır. Onun yayım strukturunda operativ informasiya və şərhlər əsas yer tutur. 90-cı illərin sonunadək kommersiya efirində, demək olar ki, yeganə tam dəyərli informasiya kanalı olan bu radio, indi ölkənin yayım şəbəkəsində öz yerini birdəfəlik möhkəmlədib. Kanalın əsas konsepsiyası qısa zaman içərisində tamaşaçıya ölkə və dünya ilə bağlı olan daha çox informasiya və şərhlər verməkdir. Bu mənada «Exo Moskvı» universal radionun xüsusiyyətləri ilə informasiya radiostansiyasının cizgilərini çox gözəl birləşdirə bilir.

Yayımının əhatəsinə görə ümummilli, regional, lokal, əmlak mənsubiyyətinə görə isə dövlət və kommersiya kanallarına bölünən müasir Rusiya radiomənzərəsində dini məzmunlu stansiyaların, xüsusən ayrı-ayrı konfessiyaların radio verilişlərinin həcmi hissolunacaq dərəcədə artmaqdadır. «Radionej», «Radio Alef», «Teos» (Sankt-Peterburq), «Radio Krişnaloka» və «Sofiya» radiostansiyalarının fəaliyyəti buna misaldır. Dini verilişlər üçün xüsusi etik qaydalar müəyyənləşib (dini dözümlülük, başqa dinə və təriqətə mənsub olanların heysiyyətinə toxunulmazlıq əsas şərt kimi qoyulub) və Teleradio yayımı üzrə Federal Xidməti efirdə bu qaydaların gözlənilməsinə ciddi nəzarət edir.

Təbii ki, müasir Rusiyanın efir məkanının əsas xüsusiyyəti musiqi kanallarının çoxluğu, bu kanallarda əyləncə və musiqinin aparıcı seqmentə çevrilməsidir. 90-cı illərin əvvəllərindən Avropanın təsiri ilə efirdə başlayan bu tendensiya 2000-ci ildə daha qabarıq şəkildə özünü göstərdi. «SNS radio» və «Avropa plyus»un təcrübəsi

musiqi radiostansiyalarının inkişafına güclü təkan verdi. Efirdə ciddi musiqi mədəniyyəti təbliğ edən «Mayak», «Exo Moskvı», «Nostalji», «Radio – 7» kimi kanallarla yanaşı, yüngül rus və Avropa musiqisini təbliğ edən radiolar da («Xit – FM», «Modern», «Baltika», «Serebryannıy dojd», «Stansiya – 2000», «Rakurs», «Melodiya», «Modern» və s.) meydana çıxdı. 2005-ci ildən Rusiyanın regionlarında da bu tip radiostansiyaların sayı artmağa başladı.

Göründüyü kimi, dinamik inkişaf dövrünü yaşayan Rusiyanın radio məkanı ən müxtəlif parametrlərlə səciyyələnir. Ölkə dinləyiciləri radioefirdən öz maraqlarına uyğun hər cür verilişləri seçib dinləyə bilirlər. Bəs bu gün qonşu Rusiyanın aparıcı radioları hansılardır və onların hansı populyar verilişləri vardır? Aşağıdakı cədvəldə bu suala cavab tapmaq mümkündür:

Radionun adı	Mülkiyyət Forması	Hədəf auditoriyası və yönümü	Əsas verilişləri
«Radio Rossii»	Dövlət	kütləvi (universal)	«Xəbərlər», «Günün səsi», «Rakurs», «Qadın saatı», «Bu gün axşam», «Bizim qonaq», «Açıq mikrofon»
«Mayak»	Dövlət	orta yaşlılar (informasiya və musiqi)	«Mayak-yeniliklər», «Panorama», «Beynəlxalq şərh», «Şənbə qonağı», «Deputatın tribunası»
«Russkoe radio»	Kommersiya	gənclər (musiqi-əyləncə)	«Rus formalı», «Sabahınız xeyir», «Sözsüz oyun», «Könül melodiyaları»
«Exo Moskvı»	Kommersiya	kütləvi (universal, informasiya)	«Exo», «Exonet», «Exonanika», «Medinfo», «Keçid hissə», «Tok-şou»
«Radio – 7»	Kommersiya	gənclər (musiqi-əyləncə)	«İşgüzar dalğa», «Radio – 7-nin dostları», «Hə, yoxsa yox?», «Moskva viktorinası»
«Qolos Rossii»	Dövlət	xarici auditoriya (universal)	«Sabahın xeyir», «Rusiya», «Meridian», «Bu gün Kremldə», «Bizim melodiya», «Forma»
«Avropa plyus»	Kommersiya	gənclər (musiqi-əyləncə)	«Bizim viktorina», «Sualım var», «Bu saat», «Hit-parad»

1997-ci ildən Rusiya radiolarının həyatında önəmli texnoloji yenilik baş verdi. Moskva radioları, o cümlədən FM-də yayımlanan stansiyalar qlobal şəbəkəyə – İnternetə çıxmağa başladılar. Artıq elə bir məqam yetişmişdi ki, istənilən radiostansiya öz auditoriyasının hüdudlarını genişləndirməkdən ötəri efir yayımından əlavə İnternet şəbəkəsinə də müraciət edirdi. Bu proses elə sürətlə gedirdi ki, artıq

1998-ci ildə Moskvada proqram və verilişlərini bütün dünyaya çıxarmağa biganə olan FM radiostansiyası, demək olar ki, qalmamışdı. Amma bu işdə başlanğıc nöqtəsi kimi 1996-cı ilə dönmək lazımdır: oktyabrda «Avropa plyus» radiostansiyaları A.Troitskinin «FM Dostoyevski» proqramını «Real Audio» rejiminə keçirərək bu yayım forması ilə maraqlanmışdı. Sonralar bu proqram «Exo Moskvı» radiostansiyasının yayım şəbəkəsində peyda oldu. Elə həmin ilin dekabr ayındaca «Serebryannıy dojd» və «Rakurs» radiostansiyaları İnternetdə yayıma başladılar.

Məlum oldu ki, radiostansiyaların «Real Audio» rejimində dinlənilməsi kifayət qədər sadə bir formadır. İnternet hər kəsə baş verən yenilikdən xəbərdar olmaq imkanı verir. Eyni dinləyicilər saytda özləri stansiyanın kimin təsis etdiyini, onun formatı və reklam tarifləri barədə bütün məlumatları öyrənə, yayımın loqotipin və şəbəkəsinə görə, son xəbərlərlə tanış ola, populyar aparıcıların fotosuna baxa, onların barəsində oxuya bilərlər. Bundan başqa, dinləyicinin ürəyi istədikdə öz adını, yaşını və elektron ünvanını göstərməklə radioya (elektron) məktub göndərə, sifariş proqramında (məsələn, «Russkoe radio» və «Serebryannıy dojd» radiostansiyalarında bu sayaq verilişlərə tez baxılır, çünki elektron məktublar adi poçt göndərişlərindən və fakslardan fərqli olaraq üç-dörd saniyəyə ünvanına yetişir) musiqi kompozisiyası sifariş edə bilər.

Bir sıra radiostansiyalar öz sadiq pərəstişkarları üçün məxsusi «Bloq» bölməsi yaradırlar: ünsiyyət həvəskarları burada İnternet vasitəsilə özləri barədə qısa məlumat yayır, öz suallarını verir, şərhlər və ya stansiyada baş verənlər barədə qısa məlumat yayır, stansiyada baş verənlər barədə öz fikirlərini bildirir, bir qədər sonra isə elektron «debat»ın bir və ya bir neçə iştirakçısının cavabını oxuya bilir.

Rəsmi saytlardan başqa radiostansiya pərəstişkarlarının hazırladıqları qeyri-rəsmi «səhifəciklər» də İnternetdə peyda olur. Çox zaman belə saytlar maraqlı informasiya və fotoşəkillər ilə daha da zənginləşir. Məsələn, «Maksimum» radiosunun qeyri-rəsmi saytı radiofanatların müəyyən dairəsi üçün, ya da bu və ya digər müasir sənət «ulduz»unun pərəstişkarları üçün daha maraqlıdır.

Çox zaman radiostansiyaların elektron səhifələri o qədər populyarlaşır ki, yayım proqramlarından ayrıca, müstəqil yaşamağa başlayır. Zaman-zaman onların dizaynı təzələnir: yeni şəkillər peyda olur, «divar kağızı» – mətn və foto materiallarının yerləşdirildiyi fon, «audiosəmpl»lər, radiostansiyaların çağırtıları-cinqlləri dəyişdirilir. Saytın ana səhifəsində yerləşən xüsusi sayğacın köməyilə hər gün radiostansiyanın serverinə «baş çəkən» potensial dinləyici və reklam verənlərin sayını öyrənmək mümkün olur.

Qeyd etmək lazımdır ki, müxtəlif səbəblər üzündən efirdə yayımını dayandırmış bir sıra radiostansiyalar fəaliyyətlərini İnternetdə davam etdirirlər. Məsələn, «Rakursk» radiostansiyası efirini dayandırdıqdan sonra şəbəkədə (www//rakurs.ru) uzun müddət fəaliyyət göstərmişdi. Onun pərəstişkarları sevdikləri aparıcıların həyatı ilə tanış ola, onların hansı stansiyaya keçdiklərini öyrənə, radiostansiya aparıcılarının iştirakı ilə musiqi kollektivlərinin konsertləri barədə məlumat ala bilmiş, hətta maraqlı şəxsləri – biznesmen və bankirləri «Rakurs»un yenidən efirdə görünməsinə yardım etməyə çağırmışlar. Göründüyü kimi, İnternet həm radio yayımçılarının, həm də dinləyicilərin daha sıx münasibətinə təkan verərək onların interaktiv imkanlarını genişləndirir. Şəbəkədə yayım və əks əlaqə səhifələri həm radioların proqram direktorlarına, həm də diceylərə öz dinləyicilərinin radiostansiya barədə fikirlərini öyrənməyə, radio proqramlarını daha maraqlı və zəngin etməyə, deməli, onu potensial reklamverənlər üçün daha da cazibədar etməyə kömək göstərir.

Rusiyanın yeni radio sisteminin formalaşması prosesini araşdıran tədqiqatçıların fikrincə, ölkədə müasir radioyayımın yenidən qurulmasının əsası – yeni ideologiyanın, yeni ictimai münasibətlərin, həmçinin yeni siyasi, iqtisadi və sosial dəyərlərin tədricən bərabərləşməsi ilə paralel gedir. Belə funksional təmayül həm proqramların tipologiyasında, həm də konkret jurnalist materialının gerçəkləşməsi forması kimi üzə çıxan janrların cilalanmasında özünü göstərir. Həmin prosesin daha vacib əlamətləri kimi aşağıdakılar göstərilir:

- informasiya yayımının forma və məzmunu dəyişib. Xəbər verilişlərinin tipoloji spektri genişlənib;
- mədəni, tərbiyəvi, maarifçi və öyrədici mövzuları işıqlandıran proqramların analitik səviyyəsi yüksəlib;
- ənənəvi janrlarda (müsahibə, şərh, icmal, söhbət, reportaj) müəllifin rolu, onun fəal iştirakı, hadisələri təhlil etmə formaları, həmsöhbətlə əlaqə üsulları artıb. Janrların sərhədləri daha geniş, daha çevik və dəyişkən olub;
- auditoriya ilə fəal əməkdaşlıq istəyi getdikcə daha çox nəzərə çarpır. İnteraktiv proqramların sayı artıb, dinləyicini inandırma

üsulları çoxalıb;

- radio efirində dialoqun xüsusi çəkisi artıb, danışıq proqramlarının da sayı və həcmi çoxalmaqdadır;
- efirdə aparıcının rolu xeyli yüksəlib. O, proqramın əsl sahibinə çevrilərək, həm vaxtı, həm də auditoriya ilə əlaqəni uğurla tənzimləyir. Müəllif proqramlarının sayı artır;
- jurnalistlər üçün yeni iş şəraiti yaradılıb: senzura ləğv edilib, radio təşkilatlarının rəhbərliyi indi daha yumşaq nəzarət edir, yaradıcı fərdlərin özlərini ifadə etmək imkanları genişlənir, bu da öz növbəsində yeni radiojurnalist tipini formalaşdırır;
- dinləyicilərlə ünsiyyət tonunun, intonasiyanın dəyişməsi auditoriyaya yeni psixoloji təsir imkanları açır. Dinləyicilərlə bilavasitə ünsiyyət formalarının diapazonu genişlənib. Birbaşa efirdə gedən verilişlərin auditoriyanın müxtəlif qruplarına təsirinin effektivliyi artıb.
- paytaxtda və yerlərdə işləyən çoxlu sayda müxtəlif kommersiya radiostansiyalarının yaranması sayəsində müxtəlif maraqlar və zövqləri nəzərdə tutan proqramların seçimi genişlənib (90, s. 4-5).

Təbii ki, ölkə radiosunun inkişaf meyillərini əks etdirən bu amillərə dəqiq və düşünülmüş proqramlaşdırmanı da əlavə etmək lazımdır. Avropa ölkələrinin yayım təcrübəsi göstərir ki, müasir radioların dinləyici auditoriyasını cəlb edən yeni inkişaf tendensiyaları, həm də düzgün proqram siyasəti nəticəsində meydana çıxır. Yayım gününün düzgün strukturlaşdırılması, verilişlərin günboyu uyğun düzümü, yeni yayım modellərinin işlənib hazırlanması, auditoriya ilə yeni ünsiyyət üsullarının axtarıb tapılması bütün radiostansiyalar üçün həmişə aktual olaraq qalır.

Türkiyə radiosu bu gün

Mürəkkəb inkişaf yolu keçmiş Türkiyə radio sistemində özünü qabarıq şəkildə göstərən tendensiya ixtisaslaşmadır. Məsələn, «Radio-1» əsasən xəbərlər verirsə, «Radio-2» türk xalq və sənət musiqisi, xarici və yerli yüngül musiqi proqramları hazırlayır. «Radio-3»ün verilişləri arasında simfonik, radiofonik, caz və pop-musiqi üstünlük

təşkil edir. Bu stansiya ilə vaxtaşırı olaraq türk, ingilis, fransız, alman dillərində xəbərlər bülletenləri də verilir. «Radio-4» isə dinləyiciləri üçün təhsil, idman proqramları hazırlayır.

Bundan başqa, dövlətin əlində gündə 24 saat veriliş verən «Radio-Hatay» (və ya «TRT Hatay FM») adlı daha bir stansiya da vardır. Türkiyədə hər gün 7.30 – 24.00 arasında işləyən «Turizm-Radio» adlı xüsusi bir stansiya da fəaliyyət göstərir və o, Antalya bölgəsində dincələn turistlər üçün ingilis, rus, fransız, alman və yunan dillərində əyləncəli musiqi verilişləri verir.

«Türkiyənin səsi» adlı beynəlxalq radiostansiyadan ayrıca bəhs etmək lazımdır. 1952-ci ildən bu günədək fəaliyyət göstərən bu stansiya ölkənin xarici və daxili siyasəti, ictimai-iqtisadi və mədəni inkişafı barədə xarici ölkə dinləyicilərinə məlumat çatdırmaq üzrə ixtisaslaşıb. Radio hazırda 20 dildə □ ingilis, alman, fransız, yunan, bolqar, makedon, alban, rumın, macar, serb, xorvat, Bosniya, urdu, çin, ərəb, fars, gürcü, tatar və Azərbaycan dillərində üst-üstə 30 saatlıq studiya verilişi, 44 saat 30 dəqiqəlik isə ümumi veriliş verir (15, s. 211-213).

Türkiyədə özəl radioların inkişafı, əsasən, son dövrlərlə bağlıdır. Ölkədə bazar iqtisadiyyatının inkişafı, demokratik proseslərin sürətlənməsi, xüsusən azad medianın önə çıxması bu prosesə təkan verir. Buna görə də hazırda ölkədə özəl radiostansiyaların sayı günbəgün artır. Belə stansiyalar hər şəhərdə, hər qəsəbədə rahatlıqla açıla bilir. Burada əsas məsələ «ölkənin milləti və dövləti ilə bölünməz bütünlüyü» prinsipinə əməl etmək, zorakılığa, ədəbsizliyə, insan psixologiyasına mənfi təsir göstərən verilişlərə yer ayırmamaqdır.

Əslində, yayımın ümumi inkişafı ilə bağlı olan mühüm addımlar ölkədə yeni qurum □ TRT (Türkiyə Radio Televiziyon qurumu) yaradıldıqdan sonra atılıb. Türk radiosunun TRT-li günləri isə 1964-cü ildən başlanıb. Mayın 1-də yaradılan bu qurum Türkiyədə radio-televiziya sahəsində yeni bir dönəmin başlanmasına təkan verib. Yeni qurum dünya peşəkarları ilə ayaqlaşmaq üçün elə ilk gündən BBC-yə

təcrübə üçün bir qrup jurnalist və texniki işçi göndərmişdi. Bu addım hələ o vaxtlar buna işarə idi ki, Türkiyə radioyayımında Avropa yolu ilə gedəcək.

Türkiyə radiosu 1964-cü ildən sonra Ankara və İstanbul çərçivəsindən çıxaraq, demək olar ki, bütün ölkəyə ayaq açdı. Həmin ildə Vanda, 1967-ci ildə Ərzurumda, 1968-ci ildə Çukurovada yerli radiolar yaratdı. 1970-ci ildə yeni texnologiyaların tətbiqi ilə Türkiyə radioçuluq yayımı modern hala gətirildi. Bu gün qardaş ölkənin bütün ərazisində dövlət və özəl radioları səslənir.

1990-cı ildə dünya radioçuluğunda yeni rüzgarlar əsməyə başladı. Eləcə də Türkiyədə FM dalğalı özəl radiolara «mərhəba» deyildi. İlk dövrdə qanundakı bəzi boşluqlar müəyyən problemlər yaradırdı. Ona görə də 1992-ci il aprelin 15-də məmurlar özəl radioların fəaliyyətini qapatmağa başlamışdılar. Lakin baş nazir Tansu Çillərin müdaxiləsi ilə bu proses dayandırıldı. 1994-cü il aprelin 13-də qəbul edilmiş qanunla ölkədə özəl radio və televiziyaların yayımlanması mexanizmi təsbit edildi.

Türkiyə radiosunun yayıma başlamasının 80 illiyinin qeyd edilməsi dost ölkədə əsl bayrama çevrildi. İdman yarışlarının unudulmaz şərhçi Eşref Şefik, Türkiyədə və dünyada xəbər oxuyan ilk qadın diktor Emel Gazimihal, folklorun unudulmaz isimləri Sadi Yaver Ataman və Müzəffər Sarısözen, canlı söhbətləri ilə dinləyiciləri heyran edən Orhan Boran, sənət günəşi Zəki Müren, «Stüdyo FM»i hazırlayan Yavuz Aydar və Şebnem Savaşçı və başqa ünlü radioçuların adları anıldı.

Türkiyədə radio verilişlərində senzura yoxdur, lakin hər bir radio qurumu hüquqi dövlət çərçivəsində öz verilişləri üçün məsuliyyət daşıyır. Avropa ölkələrində də radio və televiziya qurumları öz fəaliyyətlərini məhz bu prinsiplə tənzimləyir. Çünki müasir mərhələdə radionun daha da inkişaf edib genişlənməsində bu amil mühüm rol oynayır.

MƏNBƏLƏR

1. Azərbaycan Respublikası Dövlət Arxivi (ARDA), f. 411, siy. 8, 8 vər. 214, səh. 38.
2. Azərbaycan Respublikasının Mərkəzi Dövlət arxivi (ARMDA). Fond 970, siy.1, iş 142.
3. Azərbaycan Respublikası Siyasi Partiyalar və İctimai Hərəkatlar Mərkəzi Dövlət Arxivi (SPİHMDA), f. 1, i. 114, v. 47-51, s. 89.
4. Azərbaycan Respublikası SPİHMDA. f. 1, s. 89, İ. 114, v. 47-51.
5. Aysel A. Radyo və Köy yayınları. TRT yayınları. Ankara, 1968.
6. Azəroğlu B. Danışır Təbriz. – «21 Azər», №1, 2000.
7. Azərbaycan jurnalistikasının tarixi təcrübəsi və müasirlik. B., 1985.
8. Azərbaycan Sovet Ensiklopediyası. II c., B., 1977.
9. Azərbaycan SSR-in xalq təsərrüfatı Böyük Vətən müharibəsi illərində. B., 1985.
10. Azərbaycan teleradiosunun arxivi, i. q. № 218.
11. «Azərbaycan» jurnalı, 1953 mart, № 10.
12. ANS ÇM radiosu 9 yaşını qeyd edir – «525-ci qəzet», 28 may 2003.
13. «Bulaq». B., 1994, s. 3-5.
14. Çeşmazər M.M. Azərbaycan Demokrat Partiyasının yaranması və fəaliyyəti. B., 1986.
15. Demokratik dövlətlərin televiziya və radio sistemi. B., 1999.
16. Dilavərli K. Yeni radiokanalı dinləyin – «Bi-Bi-Si» Bakı 103.3 FM. – Azadlıq, 13-15 may 2000.
17. «Ekran-efir» q., 12 mart 1996.
18. Erdoğan İ. Dünyanın çarpik düzeni. İstanbul, 1995.
19. «Ədəbiyyat» qəzeti, 10 avqust 1942.
20. «Ədəbiyyat» qəzeti, 20 avqust 1942.
21. Əhmədov N. Səslər içində. B., 1990.
22. Əhmədli N. Kütləvi informasiya vasitələri xaricə siyasi təbliğat sistemində. B., 2004.
23. Əlizadə Y.M. Radiojurnalistikanın əsasları. B., 1991.
24. Əlizadə Y.M., Məhərrəmli Q.M. Azərbaycan efiri: tarix və müasirlik. B., 2006.
25. Əlibəyli Ə. Danışır Bakı. B., 1968.
26. Hacızadə H. Demokratiya: gediləsi uzun bir yol. B., 2002.
27. Xudiyev N. Televiziya, radio, ədəbi dil. B., 2001.
28. İcatlar. İstanbul, 1997.
29. İlkin Q. «Qızıl səhifələr» necə yarandı. – «21 Azər», 1998, №1.
30. Kərimov K. Musiqidə keçən ömür. B., 1998.
31. «Kommunist» qəz., 30 aprel 1956.
32. «Kommunist» qəz., 1929, № 2864.
33. «Kommunist» qəz., 1929, № 2865.
34. «Kommunist» qəz., 24. 10. 1929, № 2756.

35. «Kommunist» qəz., 5. 10. 1929, № 2749.
36. Kutuyev A. Allo, allo, danışır Bakı. – «İnqilab və mədəniyyət», 1930, № 4.
37. Mehdi F. Müharibə dövrü publisistikasının bəzi dərsləri. – Azərbaycan jurnalistikasının tarixi təcrübəsi və müasirlik. B., 1985.
38. Məhərrəmli Q. Radio dalğalarında. B., 1999.
39. Məhərrəmli Q. Danışır Təbriz. B., 2004.
40. Mustafayev V.K. Cənubi azərbaycanlıların milli şüuru haqqında bəzi qeydlər. – Cənubi Azərbaycan tarixi məsələləri, B., 1989.
41. Onullahi S. Diqqət, diqqət! Danışır Təbriz! – «21 Azər», 1998, № 1.
42. Oskay U. İletişimin ABC-si. – İstanbul, 1992
43. Pekman C. İstanbul Radyosu. Anılar. Yaşantılar. İstanbul, Yapı kredi yayım. 2000.
44. Radyo ve Radyoçuluq. Ankara. Kamu yayım. 2005.
45. «Reklam və marketinq» B., 1997.
46. Rüstəmov T. Alovlarda bərkiyən qələm. B., 1981.
47. Stalin İ.V. Sovet İttifaqının Böyük Vətən müharibəsi haqqında. B., 1953.
48. Zülfüqarlı M. Azərbaycanı kimlər idarə edib. B., 2006.

* * *

49. Аббасов М. Баку в годы Великой отечественной войны (1941 – 1945). Б., 1967.
50. Артемов В., Семенов А. Би-Би-Си: История, аппарат методы радиопропаганды. Минск, 1984.
51. Ахмедли Н. Азербайджанское международное вещание на Ближний и Средний Восток: история, практика, теория. Б., 2003.
52. Ахундов Б. Особенности развития связи в Азербайджане. Б., 2000.
53. Бернштейн С. Язык радио. М., 1977.
54. Бжезинский З. Великая шахматная доска. М., 1999.
55. Вачнадзе Г. Идеологические диверсии империализма. М., 1981.
56. В диапазоне современности. – М., 1985.
57. Власть и художественная интеллигенция. Документы. М., 1999.
58. Всемирная история в датах и событиях. М., 2002.
59. Гаджибеков У. Оркестр народных инструментов. – Говорит СССР, 1935, № 23.
60. Гасанлы Дж. Южный Азербайджан: начало холодный войны. Б., 2003.
61. Глейзер М. Радио и телевидение СССР (1917 – 1986). М., 1989.

62. Гусейнов Т.К. Развитие связи, радиовещания и телевидения в советском Азербайджане. Б., 1988.
63. Гуревич П., Ружников В. Советское радиовещание: страницы истории. М., 1976.
64. «Журналист». 1968, № 12.
65. Зарва М. Слово в эфире. М., 1977.
66. История советской радиожурналистики. Документы. Тексты. Воспоминания. М., 1991.
67. Казаков Г. Ленинские идеи о радио. М., 1968.
68. Керимов К. Оркестр Азербайджанских народных инструментов. Б., 1959.
69. Кибернетика и общества. М., 1954.
70. Кийт М. Радиостанция. М., 2001.
71. Любимов Б.И. Общественное вещание: Британская модель. М., 2006.
72. Мадатов Г.А. Азербайджан в Великой отечественной войне. Б., 1975, с. 392.
73. Макеенко М.И. Радиовещание США в середине 2000-х годов. – Вестник МГУ. сер. 10. Журналистика. 2007, № 6.
74. Маккой К. Вещание без помех. М., 2000.
75. Маклюен М. Понимание медиа. М., 2003.
76. Международная жизнь. 1982, № 12.
77. Мерлен Л. Убьет ли телевидение радио? Настоящее досье телевидения – Сов. Радио и Телевидение, 1966, № 2.
78. Полная хронология XX века. М., 1999.
79. Попов Н., Горохов Н. Советская военная печать в годы Великой отечественной войны. 1941 – 1945. М., 1981.
80. Пресса в обществе. М., 2000.
81. Программы радиопередач на вторую половину мая месяц. Б., вып. 6, 1936.
82. Психологическая война. М., 1962.
83. Путешествие без виз. М., 1965.
84. Радио в дни войны. М., 1975.
85. Радио вчера, сегодня, завтра. М., 1995.
86. Ружников В.Н. Лекции по истории отечественного радиовещания. М., 2002.
87. Система средств массовой информации России. М., 2001.
88. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики. М., 2002.
89. Смирнов В.В. формы вешания: функции, типология, структура программ. М., 2002.
90. Советско-английские отнещения во время Великой Отечественной войны. 1941 – 1945. Т., Ы. М., 1983. стр. 12.

91. Советско-английские отношения во время Великой отечественной войны 1941 – 1945, т. 1. М., 1983.
92. СССР за 50 лет. Статистические очерки. М., 1967.
93. Тагиев Г. Радиолюбительство в Азербайджане – Радио всем. М., 1927, № 2.
94. Телевидение и радиовещание России. Официальный справочник. М., 1998.
95. Телерадиоэфир. История и современность. М., 2005.
96. «ТВ парк». 1995, № 18.
97. Щерель А.А. Аудиокультура XX века. М., 2004.

* * *

98. Broadcasia and Cable Yearbook 1993.
99. Broadcasting. 2003, № 5.
100. Cogressional Record. Mar. 12, Kennon G. Memories 1925-1950. Boston, 1960, p. 558.
101. Hantington S.P. Who International Primacy Matters / International Security. – Spring 1993. – p. 83.
102. McLish Robert. Radio Production. London, Focal Press, 1996.
103. Vivian J. The Media of Mass Communication. Boston, Ally Brown. 1999.
104. Radio to Radio. 2004, № 2.
105. Observer. 2006, 12 NOV. P. 1.
106. Sunday Times. 2007. 14 Jan. P. 7.
107. Ibid. 1 Dec. 2002.
108. Financical Times. 1998. 6 May. P. II-VII.
109. Public Papers of the Presidents of the United States. N.Y., 1996, p. 549.
110. United Kingdom. London, 2002.

II HİSSƏ

Radiojurnalistika: nəzəri məsələlər

- □ Radio media sistemində
- □ Radionun «öz» dili varmı?
- □ Gerçəkliyi yaradan səslər
- □ Kommunikasiya labirintlərində
- □ Dinləyici ilə necə danışmalı?
- □ Radionun janrları
- □ Paket – forma ilə janr arasında
- □ Radioyayımın formaları
- □ Özəl radioların formatları
- □ «İnformasiya üstəgəl musiqi»nin yeni üfüqləri
- □ Radioteatrın səslər dünyası
- □ Verilişlərin proqramlaşdırılması
- □ Proqram strukturunun cazibəsi

Televiziyanın öz cazibəsi, öz əsrarəngiz ifadələr sistemi, qəzetin öz ifadə tərzi, özünə xas olan sosial-psixoloji təsir imkanları, radionunsa zəngin səslər palitrasına əsaslanan özəl akustik təbiəti vardır... Radio insan ürəyinin ən incə tellərinə toxunaraq ən zərif duyğular oyatmağa qadirdir.

P.Çendler və S.Harrisonun
«Radiojurnalistika» kitabından

I FƏSİL

RADİONUN ÖZƏLLİKLƏRİ

Medianın hər bir sahəsi yalnız onun özünə xas olan fərqli cəhətlərə, özəlliklərə və özəl ifadə vasitələrinə malikdir. Televiziyanın öz cazibəsi, öz əsrarəngiz ifadələr sistemi, qəzetin öz ifadə tərzi, özünə xas sosial-psixoloji təsir imkanları, radionunsa səslər palitrasına əsaslanan öz təbiəti vardır. Kütləvi kommunikasiyanın təbiətini araşdırmış sosioloq Marşal Maklüen «Medianı anlamaq» əsərində radionu «fərdi ünsiyyət təcrübəsi» adlandıraraq (75, s. 44) qeyd edir ki, radio təkbətək ünsiyyət məqamında dinləyicisinə güclü təsir göstərmək qüdrətinə malikdir.

Radionun sehrli gücü insan ürəyinin ən incə tellərinə toxunmağa, onda ən zərif duyğular oyatmağa, müxtəlif instinktləri hərəkətə gətirməyə qadirdir. Məsələn, 1938-ci ildə O.Uellsin bədii süjet kimi təqdim etdiyi Marsdan Yer kürəsinə hücum haqqında olan «Planetlərin müharibəsi» radiotamaşası efirdə səslənərkən yerli əhalinin tələşlə evlərdən küçələrə axışması, polisin və təhlükəsizlik qüvvələrinin şəhəri müdafiə üçün ayağa qalxması faktı radionun dinləyiciyə necə güclü təsir göstərməsinə klassik misaldır. A.Hitler 1933-cü ildə Almaniyada hakimiyyəti zəbt etməzdən əvvəl radionu ələ keçirmişdi. U.Çörçill İkinci dünya müharibəsində faşizmə qarşı mübarizə ruhunu qaldırmaq üçün öz həmvətənlərinə vaxtaşırı radio ilə müraciət etmişdi. F.Ruzvelt bu müharibədə qalib gəlmək üçün məhz «Ağ ev»də soba yanındakı radio söhbətlərində Amerika xalqını daha çox işləməyə, təhlükəyə qarşı daha sıx müqavimət göstərməyə ruhlandırmışdı. Tarixin sonrakı mərhələlərində də radio insanların, cəmiyyətin ümid yeri olmuşdu.

Radio media sistemində

20-ci əsrin parlaq kəşfləri sırasında müasir elektron jurnalistikanı yaradan radionun xüsusi yeri vardır. İnsan nitqinin efirdə səslənməsi ilə jurnalistika kağız üzərindən elektromaqnit dalğalarına sıçrayış etdi.

Beləliklə, Markoninin vaxtilə «Tanrının səsi» adlandırdığı radio, sonralarsa televiziya yaşadığımız dünyanın yazılı, səsli və görüntülü modelini yaratmağa başladı. Bu gün dünyanın nəbzi daha çox efirdə və ekranda döyünür, mətbuatda və televiziya ilə birlikdə radio da bəşəriyyətin ictimai inkişafının başlıca amillərindən birinə çevrilərək (7, s. 43), həm də bu inkişafın göstəricilərindən biri kimi dəyərləndirilir.

Bəs bu gün saysız-hesabsız informasiya kanalları sistemində radio hansı mövqeyi tutur, texnoloji baxımdan sürətli inkişaf mərhələsinə qədəm qoymuş çoxkanallı çağdaş media sistemi radio ilə münasibətlərini necə «tənzimləyir», radionun özü bugünkü çox mürəkkəb və dolaşıq kommuniksiya labirintlərində özünü necə hiss edir? Dinləyici sədaqətinə necə nail olur? Bu suallar radionun KİV sistemində yeri, təbiəti, cəmiyyətlə münasibətləri və auditoriya ilə «təmasları» barədə danışmağı zəruri edir.

Əvvəla qeyd edək ki, televiziya meydana gələndən sonra radionun «qəbirqazanları»nın meydana atdığı «bizim günlərdə radio yaşamağa qadir deyildir» tezisi öz əsassızlığını göstərdi. Müasir media texnologiyasının yüksək sürətlə inkişafı, xüsusən «texniki vasitələrin mikrominiatürləşdirilməsi radionun taleyini həll edəcəkdir» (7; 13; 61) kimi hökmlər də özünü doğrultmadı. Çünki dünyanın səs yaddaşını yaradan radio heç də teletexnikanın inkişaf sürətindən geridə qalmadı. Əksinə indi dünyanın ən aparıcı ölkələrində (ABŞ, İngiltərə, Fransa, Almaniya, Yaponiya və s.) kifayət qədər geniş auditoriyası olan və reklam üçün cazibədarlığını saxlayan radio az xərc tələb edən əlverişli informasiya vasitəsi hesab olunur. Məsələn, 2006-cı ilin göstəricilərinə görə, Nyu-Yorkda 87 televiziya fəaliyyət göstərirsə, radiostansiyaların sayı 638-dir. Tokioda 74 televiziya kanalı efirə çıxırsa, yerli radioşəbəkə 226 yayım stansiyasını birləşdirir. Böyük Britaniyada (Londonda və Mançestrdə) və Almaniyada (Bonda və Berlində) da iri şəhərlərdə televiziya və radionun sayı 1:6 nisbətindədir.

Digər tərəfdən, yeni minillikdə radionun perspektivi ilə bağlı müsbət proqnozların səslənməsini də yaxşı əlamət hesab etmək olar. Məsələn, alman futuroloqları H.Baynhauer və E.Şmakke «Dünya 2000-ci ildə» adlı araşdırmalarında televiziya və radionun rəqabətinə ayrıca bölmə həsr edərək göstərmişlər ki, gələcəkdə bu sahədə heç bir problem və ya dəyişiklik olmayacaq. Onların ehtimalına görə, sadəcə, televiziya şəbəkəsi genişlənəcək və bu kanalla verilən informasiyanın həcmi artacaq, radionun isə yeganə güzəşti proqramlarının strukturunu bir qədər dəyişdirməsi olacaq.

Dünya ölkələrinin radioyayım təcrübəsi göstərir ki, həqiqətən,

radio mövcud mass-media sistemində öz üstün mövqeyini qoruyub saxlayır. Bir kütləvi informasiya kanalı kimi radionun üstünlüklərini, əsasən, iki mühüm amillə izah etmək olar: a) radio ən operativ məlumat vasitəsi olmaq keyfiyyətini saxlayır. Xüsusi texniki-texnoloji təşkilatı və s. hazırlıq tədbirləri olmadan birbaşa efirə çıxa bilməyən TV-dən fərqli olaraq, radio xüsusi hazırlıq tələb olunmadan ən ekstremal şəraitdə canlı efirə çıxa bilir; b) qavrayışın özəl psixoloji çalarlarına malik olan radio efirdən eşidilən məlumatla təkcə dinləyici təxəyyülünü fəallaşdırmır, həm də bu məlumatı müəyyən psixoloji süzgəcdən keçirir. Sosiopsixoloqlar təsdiq edirlər ki, hətta radio ilə verilən ən faciəli informasiya beyni stresdən, ekranda gördüyü iti kadrdəyişmələrdən yorulmuş, təngə gəlmiş dinləyiciyə daha az əsəb gərginliyi ilə təsir edir.

Təbii ki, radionun çox dinlənilməsinin onun özəlliyi ilə bağlı məqamları, ciddi estetik, sosial-ideoloji, hətta iqtisadi səbəbləri də vardır. Buna görə də tədqiqatçılar (8; 9; 21; 36; 42; 63) radionun aşağıdakı üstünlüklərini qeyd edirlər:

1) akustiklik, yəni əsas ifadə vasitəsi kimi səsdən (nitq, musiqi, küylər) istifadə edilməsi;
2) zəngin səs palitrasından emosional və estetik məqsədlər üçün istifadənin mümkünlüyü;
3) radio verilişlərinin heç bir sərhəd məhdudiyyəti olmadan hər yerə yayılması və hər yerdə dinlənilməsi;
4) sinxronluq, yəni hadisənin, danışığın baş verdiyi anda dinləyiciyə çatması;
5) dinləmənin fərdi olması, qavrama şəraitinin özəlliyi.

Lakin bəzən bu üstünlükləri və radionun populyarlığını təmin edən səbəbləri nəzərdən qaçıran bir çoxları radioda görmə amilinin olmamasını əsas götürərək onun prespektivini şübhə altına almağa çalışırdılar. Düzdür, radioda görmə amili yoxdur, biz onun verilişlərini yalnız eşidirik. Amma bu, heç də o demək deyil ki, radionun «korluğu» onun çatışmazlığı, nöqsanı, kəm-kəsiridir. Əslində isə bu nüans radionun qüsuru yox, onun sənət, ifadə şərtiliyidir. Buna görə də mövcud olub bəşəriyyətə öz töhfələrini verən gündən hamı radionun bu cəhətini onun əsas şərtiliyi kimi qəbul edir. Əgər kino və televiziyanın hərəkətdə olan təsvirə əsaslanması, baletdə sözün, dialoqun yoxluğu, yaxud rəsmdə statiklik əsas şərtilik sayılırsa, vizuallığın, görüntünün olmaması da r a d i o n u n ş ə r t i l i y i d i r. Məhz buna uyğun olaraq radionun öz xüsusiyyətləri, öz dili və hər hansı informasiyanı, verilişi dinləyənə çatdırmaq üçün öz işarələr sistemi – semiotikası vardır. Radio verilişlərinin semiotik vasitələri isə nisbətən sadədir: n i t q, m u s i q i, k ü y l ə r və m ü x t ə l i f s ə s

s i q n a l l a r ı. Doğrudur, radio verilişi səs sırasının istənilən işarəsini səsləndirə bilər və səsləndirir də. Lakin həmin işarələr radio verilişində yalnız köməkçi rolunu oynayır. İnsan nitqi, musiqi və müxtəlif səs effektləri – siqnalların birləşməsi radio verilişlərinin ifadə imkanlarını xeyli dərinləşdirir, modallığı, tempi, nitqin ardıcıllığını çox incəliklə tənzimləyir. Bu, radionun əsas xüsusiyyətidir.

Radionun digər xüsusiyyəti dinləyici auditoriyasının informasiya almaq üçün i s t ə n i l ə n q ə d ə r m ə n b ə seçə bilməsidir. Biz tranzistorun düyməsinə toxunan kimi çeşidli dalğalar axınına düşürük. Bu o deməkdir ki, radio efiri ən çox yüklənmiş informasiya mühiti yaradır. Əgər dünənə qədər bu efirdə dünyanın iki kütləvi informasiya sistemi təmsil olunurdusa və bunlar bir-biri ilə barışmaz siyasi, ideoloji mübarizə aparırdısa, bu gün vəziyyət xeyli dəyişmişdir. Dünənə kimi kütləvi informasiya vasitəsi kimi konkret ideoloji funksiya daşıyan radio, bu gün cazibədar verilişlərlə efirdəki rəqabətə duruş gətirən və reklam sifarişçisini cəlb edən kanaldır.

Radio verilişləri, əsasən, k o l l e k t i v ə m ə y i n bəhrəsidir, yəni həmin əsərlərin yaranmasında məlumatı toplayanın, mətni hazırlayanın, informasiya çatdıranın və ayrı-ayrı veriliş müəlliflərinin zəhməti var. Hətta konkret jurnalistin hazırladığı materialda belə rejissor düşüncəsi, redaktor ideyası, musiqi tərtibatçısının zövqü özünü göstərir. Deməli, bütövlükdə verilişin ərsəyə gəlməsində həmin yaradıcı kollektivin əməyi var.

Biz tez-tez radioproqramın cədvəli anlayışını eşidirik. Çünki radio konkret p r o q r a m ə s a s ı n d a fəaliyyət göstərir və TV-də proqram başlanğıcını, bu strukturu məhz radiodan götürmüşdür. Radio proqramlarını ayrıca götürülmüş halda, müxtəlif vaxtlarda davam edən dövri məlumatlar sistemi kimi təsəvvür etmək olar. Lakin həmin proqramların hər biri radiostansiyanın y a y ı m c ə d v ə l i n ə uyğun olaraq dəqiq vaxtda efirə ötürülür və hərəsinin də öz məqsədi, öz xüsusiyyəti var. Məhz onların daşıdığı səciyyə əsasında proqramın tipini, dalğanın diapazonunu, verilişlərin gün ərzindəki ümumi tutumunu, ünvanlandığı auditoriyanı, nəhayət, istiqamətini fərqləndirmək olur.

Radio yayımının mühüm xüsusiyyətlərindən biri də onun ç o x-p r o q r a m l ı olması, başqa sözlə desək, efirdə eyni zamanda bir neçə proqramın paralel səslənməsidir. Doğrudur, həmin proqramlar bir-birindən istər məzmununa, istərsə də formasına görə fərqlənir. Üstəlik, radio dinləyicilərinin müxtəlif maraqları və tələbatı təmin edilir. Efirdə çoxproqramlılıq məsələsi təsadüfi göstərici deyil, o, müəyyən tarixi məqamda yaranıb və iqtisadi, sosial, milli, mədəni şərtlərin son dərəcə çoxşaxəli olmasını əks etdirir. Hazırda radioverilişlərin kütləviləş-

məsində və getdikcə cilalanmasında belə çoxproqramlılıq mühüm rol oynayır. Məsələn, Azərbaycanda radio verilişinin müasir proqram strukturu son 30-40 ildə formalaşıb. Şübhəsiz ki, bu məsələdə televiziya amili də önəmli rol oynayıb.

Hazırda yeni radio məkanımızada verilişlərin çoxproqramlılıq meylinin daha da artması ilə yanaşı, onun ən müxtəlif istiqamətli, çoxyönlü olması prosesi də özünü büruzə verir. Başqa sözlə desək, həmin tendensiya verilişlərin d i f e r e n s i a s i y a s ı, proqramların fərqlənməsində, onların müxtəlif auditoriyaya yönəldilməsində özünü daha qabaraq şəkildə göstərir. Özü də bu zaman kommunikativ şərait (zaman, məkan, verilişin dinlənilməsi şəraiti) əsas götürülür. Bu məsələdə auditoriyanın sosial-demoqrafik (sosial tərkibi, təhsili, peşə marağı, yaşı), yaxud sosial-psixoloji amilləri də (tələbat, maraq) az rol oynamır.

Radio, mahiyyətinə və ünsiyyətin strukturuna görə, ilk növbədə, ictimai proses olan kütləvi kommunikasiyaya aiddir. Sosial təbiətinə, canlı sözlə ünsiyyətə girmək xüsusiyyətinə və psixoloji təsir imkanlarına görə isə o, adamlar arasında birbaşa ünsiyyətə çox yaxındır. Məhz bu cəhətlər radionu insanla onu əhatə edən gerçək mühit arasında vasitəçiyə çevirir və onun üzərinə m ü h ü m f u n k s i y a l a r qoyur. Bu funksiyalar isə cəmiyyəti idarə edən mövcud rejimin təbiətindən, xarakterindən və radioya münasibətindən asılı olaraq müxtəlif cür müəyyənləşdirilir. Məsələn, sosializm dövründə radioya, əsasən, təbliğat, təşviqat və təşkilatçılıq rolu ayrılmışdı. O, eyni zamanda bu funksiyalar çərçivəsində ictimai rəy formalaşdırmağa, ona təsir göstərməyə xidmət edir, sonralar isə ünsiyyət yaratmaq, dinləyiciləri maarifləndirmək və əyləndirmək vəzifələrini yerinə yetirirdi. Rejimin mahiyyəti dəyişdikcə radionun cəmiyyəti məlumatlandırmaq, informasiya, maarifləndirmə funksiyaları ön plana keçir. Amma bunlar radionun yeganə funksiyaları deyil. Hazırda sosioloqlar KİV-in bu qolunun reklam funksiyasından, eləcə də auditoriyanı ovutmaq, yaxud əksinə, ictimai rəyi azdırmaq, hətta təxribat törətmək funksiyası barədə də danışırlar. Hər halda radio öz çoxşaxəli funksiyalarının yerinə yetirilməsi prosesində həm ictimai-siyasi, mənəvi müstəvidə, həm də jurnalist peşəkarlığı ilə bağlı problemlərlə üzləşir.

Radio cəmiyyətdə ictimai rəyin formalaşmasında önəmli rol oynayır. O, kommunikasiya sisteminin vacib elementi kimi, hər hansı hadisənin işıqlandırılmasında, faktların, məlumatların təqdimatında və onların yozumunda güclü emosional imkanlara malikdir. Bəzən baş vermiş hadisəyə yanaşmada, yaxud «faktın hadisəyə çevrilməsi» (K.Marker) prosesində radionun manipulyasiyaya əl atması ictimai rəydə müəyyən əks-səda yaradır. Dünya radio təcrübəsində belə hallar

isə yalnız avtoritar və qeyri-demokratik ölkələrdə baş verir.

Efirin ictimai rəyə təsir imkanlarından indi də bir çox ölkələrdə, xüsusən keçmiş SSRİ məkanında avtoritar rejimlər tez-tez istifadə edir. Radio və televiziya kimi qüdrətli informasiya kanalları üzərində hakim olan rejim əhalinin nəyi və necə qavramasının da «qayğısına» qalır. Çünki indi gür informasiya selinə məruz qaldığı üçün dinləyicilərin ümumi dünyagörüşü, bəzən məhz informasiyanı çatdıran vasitənin, məsələn, radionun gerçək hadisələrə necə yanaşmasından asılı olur. Deməli, sahib kimdirsə, radio kimin əlindədirsə, efir ona və onun məqsədlərinə xidmət edir.

Müasir dünya təcrübəsi göstərir ki, informasiya kanalları çoxaldıqca, alternativ radioların köməyi ilə efirdə plüralizm artdıqca eyni məkanda eyni fakt və gerçəkliyə fərqli münasibət üzə çıxdıqca radio ilə ictimai rəyi çaşdırmağa çalışan rejim ideoloqlarının əziyyəti də hədər gedir. Belə halda KİV-i, o cümlədən radionu monopoliyaya götürmək, informasiyanı nəzarətdə saxlamaq heç də mövcud rejimin xeyrinə olmur. Bunu xarici təbliğat nəzəriyyəçiləri də etiraf edirlər. Məsələn, ABŞ-ın tanınmış kommunikoloqu P.Laynbarcer yazır: «Xalqın informasiyadan məhrum edilməsi, təbliğatın mərkəzləşdirilməsi və siyasətin xəlvət planlaşdırılması Hitler Almaniyasını tarix səhnəsindən silən səbəblərdən biridir» (49, s. 69-70). Demokratiya yolunu seçmiş Avropanın başqa ölkələrində avtoritarizmə meyil edən, amma bunu dövlət başçılarının bərbəzəkli nitqləri ilə pərdələyərək «demokratiya oyunu» göstərməyə çalışan bir çox rejimlər də bu səbəbdən süqut etmişdir. Çünki rejimin nəzarətində olan informasiya vasitələrində müvəqqəti «obyektivlik» illüziyası yaradıb xalqın azsavadlı hissəsini aldatmaq və ictimai rəyi azdırmaq olar. Lakin bu yolla nə cəmiyyətin sosial-sinfi mənzərəsini danmaq, nə ciddi sosial-siyasi problemləri ört-basdır etmək, nə korrupsiya və rüşvətxorluğu ləğv etmək, nə də ölkə sərvətlərinin hədsiz istismarına əsaslanan ədalətsiz cəmiyyətə dirilik suyu içirtmək mümkün deyildir. Elə buradaca təbliğat dünyasından uzaq olan «kibernetikanın atası» Nobert Vinerin sözləri yada düşür: «Yalnız özünə pis ad qazanmış cəmiyyətdə – vəziyyətin əsl «ağalarının» özlərini informasiya vasitələrinin əllərində olmaları ilə qoruduqları bir cəmiyyətdə həyasızlıq ən yüksək nöqtəyə çata bilər» (39, s. 198). Böyük alimin bu fikri radionu üzüyola bir təbliğat-təşviqat kanalına çevirmək istəyənlərin əxlaqını tam dəqiqliyi ilə ifadə edir.

Bütövlükdə radio konseptual olaraq informasiya, sosial idarəetmə (inteqrativlik, ictimai rəy yaratma, təşkilatçılıq və s.) və mədəni-maarifçilik (estetik, maarifləndirmə, rekreativ-əyləndirmə və s., funksiyalarını yerinə yetirir. Bu prosesdə isə bütün kütləvi yayım üçün

xarakterik olan üç amil özünü göstərir: a) eyni vaxtda fərqli funksiyaların gerçəkləşdirilməsi – çoxfunksiyalılıq; b) bəzən real şəraitdə radiolar bu funksiyaları gerçəkləşdirə bilmirlər – disfunksionallıq; c) bu funksiyaların gerçəkləşməsi cəmiyyətin tipindən və siyasi rejimin xarakterindən asılı olur.

Müasir insan və onun həyatında radionun yeri necə olmalıdır? Kütləvi kommunikasiya labirintində dinləyicilərin qəlbinə yol axtaran müasir radio jurnalisti ayrıca bir fərdin arzusu, cəmiyyətin və ictimai mühitin ehtiyaclarını necə işıqlandırmalıdır? Jurnalist, istər bütövlükdə ictimaiyyət, istərsə də ayrıca fərd kimi dinləyici qarşısında hansı məsuliyyət daşıyır? Adətən, bu suallar radioproqramın məzmununu müəyyən edən jurnalistlərə, müəlliflərə, rejissorlara və s. aiddir. Bütövlükdə «kommunikator» kateqoriyasına aid olan bu yaradıcı qrupda jurnalist aparıcı simadır və verilişin məzmununa məhz o cavabdehdir. İşinin öhdəsindən bacarıqla gələn radiojurnalist daim diqqətdədir və bunun sayəsində o, bir yaradıcı fərd kimi həm özünü, həm də təmsil etdiyi radionu milyonların sevimlisinə çevirə bilir. Yalnız yüksək peşəkarlıq, eləcə də gerçəkliyi dolğun əks etdirmək prinsipi radionu sevdirər və müasir kommunikasiya sistemində onun imicini müəyyənləşdirər.

Vaxtilə sovet radio sisteminin canını təşkil edən təşviqatçılıq və əhalini kütləvi səfərbər etmək prinsipi də zahirən bu amillərə əsaslanırdı. Təsadüfi deyil ki, hələ 1926-cı il fevralın 26-da «Radio verilişləri haqqında» qərar qəbul etməklə Sovet dövləti radionun təşkilinin xüsusi əhəmiyyətini nəzərə çarpdırırdı. Bu qərarda söhbət kütləvi təbliğat və təşviqatın yeni və çox güclü silahından gedirdi. Elə həmin illərdə radio Qərb dünyasında da sürətlə inkişaf etməyə başlamışdı. Amma SSRİ-dən fərqli olaraq Avropa radiolarında marksizm-leninizm ideyalarından, kommunizmdən, yaxud hansısa mücərrəd konsepsiyalardan danışmırdılar. Qərb radioları insanları məlumatlandıran, onlara bilgi verən yeniliklərə, musiqi və əyləncəyə üstünlük verirdi. Məsələn, 20-ci illərin sonlarında ABŞ radioşirkətlərinin əyləncəli proqramları o dərəcədə kütləvi xarakter almışdı ki, hətta kilsələrdə günorta ibadətinin vaxtı dəyişdirilmişdi. İctimai sistemlərin müxtəlifliyinə baxmayraq, radio həm sosializmdə, həm də kapitalizmdə həmişə özünə dinləyici tapa bilirdi. Amma birincidə o daha çox texniki vasitə, kommunikasiya faktı kimi maraqlı idisə, ikincidə ünsiyyət cazibədarlığına görə dinləyiciləri özünə tərəf çəkirdi.

Dediklərimizi ümumiləşdirib bu qənaətə gələ bilərik ki, müasir insan üçün radio əvəzsiz həmsöhbətə çevrilmişdir. Bu gün radio təkcə informasiya, auditoriyanı məlumatlandırma və bilgiləndirmə, əyləncə,

zövq mənbəyi və reklam vasitəsi deyil, həm də cəmiyyətin ən müxtəlif sosial həyat təzahürlərini tənzimləmə və bəzən də istiqamətləndirmə sistemidir.

Kommunikasiya labirintlərində

Radionun sosial statusu, kommunikasiya şəbəkəsində onun yeri, burada kommunikativ prosesin özünün strukturu məsələləri həmişə diqqət mərkəzində olub. Hələ 70-ci illərin ortalarında iki fərqli ictimai sistemdə radionun rolu məsələsini araşdırarkən alman sosioloqu Hendrix de Mann bu qənaətə gəlmişdi ki, əgər Qərbin kütləvi informasiya mənbələri mövcud reallığı əks etdirməklə yanaşı, bir qədər də tələb olunan sensasiyanı axtarırsa, sovet radio və televiziyası öz axtarışlarında, yəni kütlələri tərbiyə və səfərbər etmək, cəmiyyəti istiqamətləndirmək barədə Lenin göstərişinə əsaslanır. Məhz siyasi sistemin xarakteri ilə bağlı olan bu amil müasir kütləvi kommunikasiyanın mahiyyətini bütün mürəkkəbliyi ilə qavramağı zərurətə çevirdi.

Bəs bu gün vəziyyət necədir? Artıq ictimai sistemlərin qarşıdurması sona yetmiş, radiomüharibələr səngimiş, soyuq müharibədən əsər-əlamət qalmamışdır. Bu şəraitdə radio ictimai sistemdə hansı mövqeni tutur? Sosioloqlar radionun mahiyyəti haqqında nə düşünürlər? Müasir kommunikasiya nəzəriyyəsi radionu sosial-psixoloji cəhətdən nə dərəcədə maraqlı hesab edir? Bu suallar, ilk növbədə, kütləvi kommunikasiya haqqında elmi (yaxud elmləri) düşündürür. Xüsusən sosiologiya bu problemlərlə məşğul olan alimlərin əksəriyyətini özünə cəlb edə bilib.

İndiyədək radionu öyrənən sosioloqların diqqət mərkəzində yalnız dinləyici-resipiyent, onun marağı və reaksiyası dayanırdı. Halbuki, bir sistem olan kütləvi kommunikasiya, o cümlədən radio özündə həm kanalı, kommunikatoru, həm də mənbəni birləşdirir. Üstəlik, radionu idarə edən, onun işini istiqamətləndirən sahibkarın, yaxud hər hansı direktiv orqanın adını da bu siyahıya əlavə etmək olar. Çünki radionun simasını məhz bu amillər müəyyənləşdirir. Sadaladığımız elementlər arasında qarşılıqlı əlaqələrin öyrənilməsi indi olduqca aktualdır. Məhz bu problemin elmi cəhətdən işlənilməsi dinləyici auditoriyasına təsirin yüksəlməsinə kömək edə bilər. Jurnalist istedadının, mikrofonun və bütövlükdə radionun həqiqi mahiyyətinin düzgün qavranılması da bu işdə önəmli rol oynadığından bu anlayışların mahiyyətinə qısaca nəzər salaq:

Jurnalist radionun yaradıcı simasıdır, stansiyanın efirdəki təmsilçisidir. Aparıcı, dicey, müəllif, şərhçi və s. funksiyalarda özünü gös-

tərir. Əslində, jurnalist istedadı – öz kanalının fəaliyyət qanunauyğunluqlarının dərk edilməsi və bunların gündəlik işdə peşəkarlıqla tətbiqi deməkdir. Əlində mikrofon tutan jurnalist hər hansı fakt və ya hadisə barədə dinləyicini məlumatlandıran, informasiya daşıyıcılarından müsahibə alan, hansısa yeniliyi xəbər verən və ya onun şəhrini çatdıran şəxsdir.

Mikrofon, sadəcə olaraq, insan səsini yazıb canlandıran və ya birbaşa efirə verən texniki qurğu deyil. Əgər belə olsaydı, onda gənc reportyor əlində ilk dəfə mikrofon tutan zaman həyəcanlanmaz, dərin məsuliyyət hissi keçirməz və münasib söz tapmaq üçün dönə-dönə götür-qoy etməzdi. Mikrofon, yaxud indi geniş tətbiq olunan diktofon heç cür nəzarət-ölçü cihazlarına uyğunlaşmayan, reportyorun nəbzinin döyüntüsündə və onun beynində, daha çox isə çıxış edənin (informasiya mənbəyinin) rəftarında dəyişiklik yaradan, onu ölçülübiçili davranmağa, düşünərək mənalı danışmağa vadar edən, sosial məsuliyyətə çağıran çox mühüm vasitədir.

Radioqəbuledici isə sadəcə səs çıxaran cihaz deyil. Bu, insanı sevinməyə, düşünməyə, kədərlənməyə, ağlamağa və gülməyə, yaxud laqeyd qalmamağa məcbur etmək hünərinə malik olan güclü psixoloji qurğudur. Belə incə məsələdə hər şey bizim radio və televiziya vasitəsilə insan qəlbinə, onun şüuruna necə və nə dərəcədə güclü təsir etmək sisteminə malik olmağımızdan asılıdır.

İndi isə radio jurnalistinin öz gündəlik işində üzləşdiyi münasibətləri başa düşmək üçün radionun kommunikativ sferasına və onun əsas amillərinin səciyyəsinə diqqət yetirək. Əvvəla, qeyd edək ki, kütləvi kommunikasiyanın əsas ümumi amillərinə və prinsiplərinə hər bir texniki kanal öz səciyyəvi xüsusiyyətlərini əlavə edir. Bu mənada radio qəzetdən və TV-dən xeyli fərqlənir. Adətən, kommunikasiya sahəsi üçbucaq şəklində və şaquli vəziyyətdə təsvir olunur. Mətbuat kommunikasiyasında bu, özünü doğruldur. Orada mənbə oxucuya (resipiyentə) birbaşa kommunikator vasitəsilə gəlir. Həm də bu zaman ilkin mənbə oxucunun diqqətindən yayına bilər. Çünki resipiyent kommunikatorun özünü mənbə hesab edir. Radionun canlı, mətnsiz verilişlərində isə bu, mümkün deyil. Burada mənbə dinləyiciyə efirdən bilavasitə təsir göstərir. Bu, sənədli radionun psixoloji baxımdan ən inandırıcı amillərindən biridir.

Bəs kommunikasiyada jurnalist (aparıcı, dicey, şərhçi, reportyor və s.) şəxsiyyətinin dəyərini hansı cəhətlər müəyyənləşdirir? Bütün kommunikasiya prosesi aparıcı (jurnalist, müəllif) vasitəsilə gerçəkləşdirilir və dinləyicilərlə ünsiyyətin səmərəsi üçün də o, məsuliyyət daşıyır. Bəs radioda jurnalistin (reportyorun) peşə keyfiyyətlərini hansı meyarlar müəyyənləşdirir? Çalışdığı radiostansiyanı təmsil etməyə

borclu olan bir kommunikator kimi o, özündə mütləq aşağıdakı mühüm keyfiyyətləri birləşdirməlidir:

1. Şəxsi interpretasiya. Bu, vasitəçilik prosesində reportyorun öz rolunu necə görməsi ilə bağlıdır. O, sadəcə olaraq, vasitəçi (kanalın səviyyəsinə texniki sistem kimi yaxınlaşaraq) elementdir, informasiya yozumçusudur, yaxud kütləvi kommunikasiyanı şöhrətə çatdırmaq vasitəsinə çevrilmiş fərddir.

Kommunikator şəxsiyyət olduğuna görə, onun radioda müxtəlif adamlarla birgə çıxış etməsi dinləyici üçün daha maraqlı olur. Onlar mövcud gerçəkliyi müxtəlif aspektlərdən və münasibətlər prizmasından görürlər.

2. Kommunikator olmaq qabiliyyəti sürətli reaksiya qabiliyyəti deməkdir. Bu, yüksək erudisiya, həyati, problemləri, insan psixologiyasını və çalışdığı kanalın qayda-qanunlarını dərindən bilmək deməkdir. Buraya, həmçinin mikrofonla işləmək üçün səs imkanları, improvizə qabiliyyəti, adamlarla, informasiya mənbələri ilə işləmək bacarığı da daxildir.

3. Yüksək peşəkarlıq. Jurnalistikanın bütün sahələrində olduğu kimi, radioda da peşəkarlıq geniş izahatına ehtiyac duyulmayan çox mühüm bir keyfiyyətdir.

4. Yüksək məsuliyyət hissi. Resipiyent və cəmiyyət qarşısında məsuliyyət, geniş mənada ictimaiyyət qarşısında məsuliyyət deməkdir. Reportyor auditoriyanın tələbatı ilə maraqlanırmı, sosial qrupların psixologiyasını, onların strukturunu bilirmi? Burada kommunikatorla auditoriyanın birbaşa əlaqələrinin əhəmiyyətini qeyd etmək xüsusilə vacibdir. Məsələn, dünyanın bir sıra radiostansiyalarında (BBC, «Radio Frans», «Mayak» və s.) dinləyicilərlə görüşlər keçirmək ənənəyə çevrilib. Həmin görüşlərdə məhz bu tip auditoriya – qadınlarla, ziyalılarla, gənclərlə ünsiyyətdə olan reportyorlar da iştirak edirlər. Digər mühüm əks-əlaqə forması isə dinləyicilərdən alınan məktublar, elektron poçt yazışmaları, rəylərdir. Məhz bunun sayəsində reportyorlar verilişlərin nə dərəcədə dinlənildiyini və necə qarşılandığını müəyyənləşdirirlər.

5. Təmsil etdiyi qurum və öz həmkarları qarşısında məsuliyyət də, kommunikasiyada reportyorun şəxsiyyətini və onun sosial məsuliyyətini müəyyənləşdirən vacib amildir. Radioda kommunikasiya prosesinin həyata keçməsi üçün kommunikatorun informasiya mənbəyi ilə birbaşa ünsiyyətə girməsi vacibdir. Fikrimizcə, vasitə obyekti həm insan, həm hadisə, həm də hər hansı problem ola bilər. Hadisə zamanı da vasitəçilik, əsasən, adamlarla mükəmməl ünsiyyət – söhbət yolu ilə həyata keçirilir. Amma heç də hamı, yaxud heç də hər hansı hadisə və ya əhəmiyyətsiz problem mənbə rolunu oynaya bilməz.

İnformasiya mənbəyinin dəyərini hər hansı hadisə zamanı – baş vermiş olayın xarakteri (dinamikası, zaman və məkan daxilində hərəkəti), aktuallığı, qoyulan problemin dinləyicilərin böyük qrupu üçün maraqlı, vacib olması müəyyənləşdirir. İnformasiya mənbəyi kimi çıxış edən insanın isə, ilk növbədə, müvafiq səlahiyyəti, baş verənlər haqqında dəqiq məlumatı və cəmiyyətdə nüfuzu olmalıdır. Eyni zamanda dinləyicilər də bu mənbəyə – şəxsə maraq göstərməlidirlər.

Əvvəla, radiokommunikasiyada informasiyanın birinci mənbədən alınıb çatdırılması mühüm şərtdir, yəni informasiya bilavasitə hadisənin iştirakçısının, yaxud problemə dərindən tanış olan adamın dilindən verilir. Buna görə də dinləyiciyə mənbənin mötəbərliyi, bir növ, fikrə birbaşa əlavə kimi çatdırılır. Bu isə təqdim olunan informasiya modelini qəbul etmək üçün münasib zəmin hazırlayır.

İkincisi, informasiya mənbəyi rolunda çıxış edən adam öz ünsiyyətcilliyi, kommunikativliyi ilə fərqlənməli, fikirlərini inandırıcı şəkildə deyə bilmək, mikrofon qarşısında sərbəst davranmaq bacarığına malik olmalıdır.

Əlbəttə, bu, heç də o demək deyildir ki, mikrofon önünə dəvət edilən adamlara zərrəbinlə baxılmalı, onlar addımbaşı saf-çürük edilməli, qarşılarına sədd çəkilməlidir. Burada söhbət yalnız cəmiyyətdə rezonans doğuran mühüm hadisələrin çatdırılması zamanı zəruri olan nüanslardan gedir. Çünki hər hansı radio verilişi studiyadan dinləyiciyə çatanadək çoxlu psixoloji maneələr keçir. Yalnız bu maneələri aradan qaldırmaqla hər hansı verilişi, yaxud informasiyanı dinləyiciyə çatdırmaq və təsir gücünü artırmaq mümkündür. Bu isə publisistikanın birbaşa vəzifəsidir.

Radio, hər şeydən əvvəl, **informasiya** vasitəsidir. Bu mənada efir jurnalistikanın ənənəvi xəbərçisi funksiyasının daşıyıcısıdır. Axı jurnalistika məhz hər yerdən və hər şeydən, həm də mümkün qədər tez xəbər vermək missiyasını üzərinə götürən yaradıcılıq sahəsi kimi meydana gəlib. Bu, bütün dövrlərdə mətbuatın başlıca vəzifəsi sayılıb. Bəzən cəmiyyətin ciddi ictimai müzakirə obyektinə çevrilən hər hansı jurnalist materialının qiymətləndirilməsi üçün əsas meyarlar isə operativlik, dürüstlük, qərəzsizlik və təbii ki, məlumatların yenilik dərəcəsidir. Çünki xəbərin dolğun olması bunlardan çox asılıdır. Yeniliksiz heç bir qəzet, heç bir mətbuat orqanı yoxdur. İnformasiyada nə qədər çox həyat əhəmiyyətli məlumat verilirsə, kütləvi informasiya orqanının faydalı iş əmsalı bir o qədər artmış olur. Bu mənada radiolar da müasir tələblərlə ayaqlaşmağa çalışır, ən mühüm hadisələrlə bağlı birbaşa reportajların sayını artırır, materialların orijinal təqdimatı üçün yeni üsullar axtarır. Verilişin məğzinin publisistik cəhətdən açılmasına

da diqqət yetirilir. İrihəcmli efir materialları üzərində iş prosesində (montaj zamanı) sənədli radionun ən dəyərli vasitələri həyatın nəfəsinin bilavasitə duyulduğu parçalara önəm verilir.

Radioinformasiya ilə radio incəsənətinin sərhədində dayanan materialın daha çox emosional təqdimatını qarşısına məqsəd qoyan verilişlərdə isə publisistik üslubdan və elə birbaşa publisistika anlayışından da söhbət açmaq zəruridir. Məlum olduğu kimi, publisistika radiojurnalistikanın əsas elementlərini – əvvəlcədən kağıza yazılmamış mətnsiz canlı söhbətləri, təsviri reportajları (gerçək mühit küylərin köməyi ilə çatdırılır, reallıq təsdiq edilir, münasib ovqat yaradılır) və s. əhatə edir. Reportyorun, yaxud diktorun sənədli yazıları daha yaxşı çatdırmaq üçün oxuduğu publisistik mətnləri də bu siyahıya əlavə etmək olar. Belə veriliş hazırlayan müəllifin ixtiyarında bədii ədəbiyyatda həyatı dolğun əks etdirmək üçün işlənən bütün formalar olur.

Mətbuatın yaranışı ilə geniş meydana çıxmış və kifayət qədər uzun tarixə malik olan publisistika (lat. «*publisus*» – ictimai, kütləvi) geniş mənada, siyasi və ictimai həyat məsələlərini işıqlandıran ədəbi yaradıcılıq növü, dar mənada isə cəmiyyət həyatına həsr olunmuş kəskin mübariz ruhlu ictimai-siyasi və elmi ədəbiyyatdır. Publisistika dedikdə, biz, mətbuat səhifələrində, radio və televiziyada elə ictimai-siyasi materialları, çıxışları başa düşürük ki, orada söhbət günün aktual problemlərindən gedir və auditoriyanın rəyinin formalaşması əsas məqsəd daşıyır. Tarixin kəskin keçid dövrlərində fəallaşan publisist sözünün əsas məqsədi əhalini nəyə isə çağırmaq və onu hansısa ideyanın gerçəkləşdirilməsinə inandırmaqdır. Antik dövrün filosof-natiqlərindən biri Diosfen əbəs yerə demirdi ki, «mən sizi inandıra bilsəm, dediklərimin hamısına əməl edəcəksiniz». Çünki «publisist sözünün «əhəmiyyəti onun müəyyən işi görməyə nə dərəcə sövq edə bilməsi» (Gertsen) ilə ölçülür.

Publisistika üçün ən səciyyəvi cəhət cəmiyyətdə gedən proseslərin, baş verən hadisələrin və ictimai faktların mahiyyətinin açılmasıdır. Əgər informasiya yalnız quruca faktları çatdırırsa, publisistika bu faktın mahiyyətini izhar edir. O, özündə həm gerçəkliyin əks etdirilməsi, həm də onun dərk olunmasının hər iki formasını birləşdirir. Bu prosesdə mahiyyət publisistikanı elmə yaxınlaşdırır, obraz isə onu incəsənətlə birləşdirir. Faktların danılmaz gücünə, cazibəsinə əsaslanan, onları emosionallıqla, ədəbi-bədii vasitələrlə açan publisistika dərhal dinləyicinin diqqətini cəlb edir və onu müəllifin mövqeyində durmağa, hər hansı məsələdə onunla həmfikir olmağa inandırır. Çünki bütün hallarda dinləyiciyə emosional təsir göstərən seçilmiş forma deyil, jurnalistin bu formadan öz məqsədi üçün necə istifadə etməsidir.

Hazırda gerçəkliyin bədii inikasının bir çox sahələrində publisistik üslubdan geniş istifadə olunur. Bu üsluba yazıçılar da tez-tez müraciət edir və bu məqam onların yaradıcılığının təsir qüvvəsini xeyli artırır.

Bədii film çəkənlər tez-tez sənədli kadrlara istinad edirlər. Sənədli materiallarla işləyən jurnalistlər də istər-istəməz bədii publisistika elementləri olmadan ötüşmürlər. Publisistikanın isə konkret tərifi yoxdur. Dəqiq elmi tərifi verilməyən, anlayışları yayğın olan sahələrdə isə alimlər çalışırlar ki, heç olmasa, tərifə oxşar formaların köməyi ilə həmin anlayışların mahiyyətini əhatə edə bilən elmi yozumlar versinlər. Başlanğıcını antik natiqlik sənətindən götürmüş publisistikanın da bu cür yozumları vardır və onların bəzilərini nəzərdən keçirək.

Hələ Renessans dövründə publisistika feodal özbaşınalığına, dini cəhalətə qarşı mübarizə vasitəsinə çevrilmişdi. Bu dövrü və 16-cı əsrdə Almaniyada kəndli müharibəsi illərində ilk intibahnamələrin yayıldığı dövrü, həmçinin ingilis burjua inqilabı zamanı mətbuatı senzura ilə susdurmağa cəhdlərin göstərildiyi dövrləri təhlil edən Con Milton publisistikanı «inqilabı düşüncənin və azadlıq mübarizəsinin bəhrəsi» adlandırırdı.

Vaxtilə sovet jurnalistika nəzəriyyəçilərinin əksəriyyəti publisistikaya tərif verməyə çalışarkən, V.İ.Leninin «biz daim publisist işi görməli – zəmanəmizin tarixini yazmalı, həm də çalışmalıyıq ki, bizim yazılarımız... hərəkatın genişlənməsinə, ən az qüvvə sərf etməklə ən çox və ən möhkəm nəticələr verə bilən mübarizə vasitələrinin, üsul və metodlarının şüurlu surətdə seçilməsinə kömək etsin» sözlərini əsas götürürdülər. Təbiidir ki, bu göstərişdən hasil olan nəticələr publisistikanın əsas əlamətləri sayılırdı. Uzun müddət bu müddəanın əsas götürüldüyü Azərbaycanda ötən əsrin 70-80-ci illərindən başlayaraq publisistikanın ictimai-siyasi mahiyyətini nisbətən dolğun əks etdirən yozumlar üzə çıxırdı. Məsələn, professor Famil Mehdi Azərbaycan bədii publisistikasının problemlərindən danışarkən bu anlayışın mahiyyətini ifadə edən bir sıra dolğun mülahizələr söyləmişdir (11; 12). Radioyayımın müxtəlif problemləri barədə söhbət açan elmi əsərlərdə də publisistikanın ictimai-sosial istiqamətinə toxunulur və publisistikaya təxminən bu şəkildə tərif verilir ki, «insanları müəyyən sosial vəzifənin yerinə yetirilməsinin ictimai cəhətdən faydalı olduğuna inandırmaq yolu ilə onların fəaliyyətini həmin vəzifənin optimal reallaşdırılmasına yönəltmək üçün yaradılmış sənədli əsərlər məcmusuna publisistika deyilir» (5; 11). Radio öz mövcudluğu ilə publisistikanın hüdudlarını genişləndirmişdir.

Əlbəttə, nə hansısa vəzifənin müəyyənləşdirilməsi, nə də onun gerçəkləşdirilməsi publisistikanın birbaşa funksiyasına daxil deyil.

Vəzifəni bu və ya digər sinfin avanqardı – siyasi partiya institutu müəyyənləşdirir. Onu yerinə yetirən isə insanlar – sinif, yaxud cəmiyyət, başqa sözlə, təbliğatın ünvanladığı obyektdir. İnsanların həmin vəzifəni yerinə yetirmələri üçün onları mütləq bu işin nəticəsinin faydalı olacağına inandırmaq lazımdır. Bu, publisistikanın başlıca funksiyasıdır (5, s. 45) və radionun Böyük Vətən müharibəsi illərindəki fəaliyyəti də bunu sübut etdi.

Beləliklə, jurnalist materiallarında publisistika və onun funksiyası diqqət mərkəzinə çəkilir. Bəs hansı vasitələrlə? Axı publisistika ədəbi yaradıcılığın xüsusi növüdür və həyat həqiqətlərini əks etdirmək üçün onun cəbbəxanasında xeyli ədəbi üsullar var. Məsələn, adi forma sayılan müəllifin öz adından söhbətini – təhkiyə üsulunu götürək. Bu forma hər hansı materiala xüsusi inandırıcılıq verir. Elə buna görə də, radio verilişlərində hamının tanıdığı və inandığı müəllifin şəxsiyyəti mühüm rol oynayır. Hazırda materialın guya yüksək bədii təqdimatı naminə öz mətnlərini aktyor və diktorlara oxudan jurnalistlər böyük səhvə yol verirlər. Nə qədər yaxşı olsa da, aktyor yalnız vasitəçidir. O, efir materialına öz münasibətini göstərə bilmir və buna haqqı da çatmır. Hər halda aktyor materialı, mövzunu müəllifin özü qədər dərindən bilmir və yalnız vasitəçidir, aktyorun buradakı iştirakı ümumi ab-havaya kənar müdaxilə sayılır və bu, «müəllif – dinləyici» arasında birbaşa ünsiyyət imkanını azaldır.

Radioda dinləyici ilə ünsiyyət çox önəmli cəhətdir. Əgər dinləyici auditoriyası ilə həqiqi inam və etimad körpüsü salınıbsa, bunu bütün vasitələrlə qorumaq lazımdır. Elə buna görə də radio dinləyiciyə bilavasitə müraciət formasından tez-tez istifadə edir. Bu, məsafəni bir növ qısaldır və sanki dinləyici ilə müəllifi üz-üzə əyləşdirir.

Mühüm ictimai problemlərə toxunan jurnalist onların elmi və rasional cəhətdən açılması ilə kifayətlənmir. Əksər hallarda o öz fikirlərinin ifadəsi, bəlkə də təsdiqi üçün elə insan (mənbə) tapmağa çalışır ki, həmin problemlər ona yaxın olsun. Bu da təbiidir, çünki dövrün qəhrəmanının fikirləri prizmasından keçən ideyalar sadə, hamıya aydın olan həyati detallarla zənginləşir. Buna görə də yeni fikirlər, ideyalar adamlar üçün hiss olunmadan doğmalaşır. İdeyalara, problemlərə münasibət insanlar vasitəsilə açılır. Bu münasibət, öz növbəsində, sanki zəmanəmizin qəhrəmanının obrazını yaradan əks-əlaqədir. Bəlkə də, elə buna görə radioreportyorun uğurunun mühüm amillərindən biri diqqəti cəlb etməyə layiq olan insanı – qəhrəmanı tapa bilmək bacarığıdır. Zahiri əlamətlərə (məsələn, yaxşı danışan) görə yox, mahiyyətcə uğurlu insan seçmək tələbi də buradan irəli gəlir.

Ünsiyyət prosesi **seçimdən** başlanır. Axı, sənədli radionun

bədiiliyi obrazlı, ədəbi dildən daha çox, ilk növbədə, ünsiyyət dərəcəsi ilə müəyyənləşir. Başqa sözlə desək, həlledici amil radio qəhrəmanının (daha çox oçerkdə, fiçelərdə) şəxsiyyətində tipik cəhətləri tapıb göstərməkdir.

Bir proses kimi seçim çətin məsələdir. Yazıçı öz əsərinin qəhrəmanını xeyli insanı müşahidə edərək, əgər belə demək mümkündürsə, tipik və fərdi detalları ümumiləşdirmək yolu ilə yaradır. Sənədli materiallar əsasında yazan jurnalist isə bu cür ümumiləşdirmə apara bilmir, o, yalnız axtarıb konkret fərdi seçə bilər. Öz növbəsində uğurlu seçim müvəffəqiyyət üçün yaxşı başlanğıcdır, amma əsas məsələ mikrofon qarşısında ondan lazımınca istifadə etməkdir. Bunu o səbəbdən deyirik ki, verilişlərdə, əksər hallarda qəhrəmanla sənədli söhbətlər müəllifin əvvəlcədən qurduğu sxemə illüstrasiya kimi təqdim olunur. Verilişdə canlı insan, onun fəaliyyətini, həyata baxışını, xarakterini bütün fərdi cizgilərlə birlikdə açmaq jurnalistdən böyük ustalıq tələb edir. Lakin artıq bu, radio jurnalistinin adamlarla ünsiyyəti zamanı yaranan psixoloji problemlər haqqında ayrıca bir mövzudur.

Tutaq ki, seçim uğurlu olub və əlimizdə əsas sənədli material var. Bu zaman ədəbiyyatla müqayisədə radiojurnalistikanın böyük üstünlüyü üzə çıxır. Hətta ən istedadlı qələm sahibi də insanı onun özünün fikir və danışıq tərzi, söhbətinin tonu və mətnaltı mənası qədər səciyyələndirə bilməz. Amma təəssüf ki, bəzən radiojurnalistlər bu cəhəti duymur, çox dəyərli yaradıcılıq anını – əlverişli fürsəti əldən verərək bunları bir kənara qoyub sonradan müəllif qələmi ilə təsvir – veriliş yaratmağa cəhd göstərirlər. Bu isə bütövlükdə «radioəsərin» əsas dəyərinin – sənədliliyinin, səmimiliyinin və bilavasitə canlı olmasının itirilməsi deməkdir.

Tipik xarakter yaradılmasında **montaj** prosesinin də xüsusi rolu var. Montaj zamanı söhbətin, yaxud verilişin əhəmiyyətsiz yerləri kəsilib atılır və bununla da tipik cizgiləri xarakterizə edən boyalar bir az da qatılaşdırılır. Amma əhəmiyyətsiz yerləri elə səliqəli kəsib atmaq lazımdır ki, «uşağın üstünə su sıçramasın». Söhbət ən xırda fərdi cizgilərə ehtiyatla yanaşmaqdan gedir. Bunlar düşünmək üçün pauzalar, nitqin özünəməxsus cəhətləri, söhbətin əsas mövzusundan yayınma və təkrarlar şəklində özünü göstərir. Əlbəttə, bədii dəyərə malik verilişin xeyli hissəsini təkcə montajın köməyilə ərsəyə gətirmək olmaz. Söz sənətindən, bədii-publisistik yaradıcılıqdan bəhrələnməklə, həmçinin elmi təfəkkürün müqayisə, təhlil, sintez, izahetmə və modelləşdirmə metodlarını məharətlə publisistikaya tətbiq etməklə sənədli verilişi zənginləşdirmək olar.

Radioda söz, danışıq, nitq üslubu həmişə xüsusi ovqat yaradır. Məhz sözdən istifadəyə görə qəzetin və radionun eyniadlı janrları bir-

birlərindən fərqlənir. Radio verilişlərində biz canlı sözlə, yəni qədim dövrlərdən insanlar arasında ünsiyyət vasitəsi kimi formalaşmış sözlə rastaşırıq. Bu, mətnsiz, sərbəst söhbətdir, həmçinin ekspromt, improvizə edilən söz, eləcə də mövzunun çatdırılması, üçün işlənən sözdür. Yadda saxlamaq lazımdır ki, müəllif nitqində xitablardan, mübaliğə və təşbehlərdən həddindən artıq istifadə olunması verilişin sənədli hissəsinə xələl gətirə bilər. Bununla yanaşı, bədii-publisistik üslubla sənədli elementlərin vəhdəti mötəbərliyin ən vacib şərtlərindən biridir. Sərbəst danışıqda canlı sözə hansı tələblərlə yanaşırıqsa, radio verilişinin mətninə də eyni münasibət göstərməliyik. Əlbəttə, əsas şərt qəlibdən, şablondan qaçmaq, ifadələri sərbəst oynatmaqdır. Radionun spesifikası üçün sözün köməyi ilə fantaziyanı gücləndirmək və dinləyicini müəlliflə birlikdə düşünməyə məcbur edən obrazlar yaratmaq vacibdir. Təsadüfi deyil ki, K.S.Stanislavski deyirdi ki, fikir təkcə eşidilən və anlaşılan yox, həm də görünən və duyulan olmalıdır. Deməli, fikirlərə sözlərdən elə bir don geyindirmək lazımdır ki, dinləyici onu «görsün» və asan qavrasın. Mətnin dili yapışıqlı, canlı, ekspressiv və cazibədar olmalı, gözəl ovqat yaratmalıdır.

Bəs radiopublisistikada bir vaxtlar dəb kimi yayılmış səhnələşdirmələrə, sənədli faktın, hadisənin aktyor oyunu vasitəsilə verilməsinə necə baxmaq olar? Bir neçə il əvvəl bəzi tənqidçilər belə hesab edirdilər ki, istənilən bədii əsər kimi, oçerkin də mütləq süjet xətti olmalıdır. Amma dünyanın bir çox radiolarının təcrübəsi göstərir ki, bu fikir artıq köhnəlib. Publisistikada süjet xəttini əsas ideyaya xidmət göstərən faktlar və müəllifin iradəsi ilə həmin faktlardan irəli gələn mövzunun məntiqi davamı lazım gəlir. Məsələn, dinləyicinin diqqətini çəkən, verilişə maraq oyadan və müvafiq ovqat yaradan başlanğıcdan istifadə etmək zəruridir. Müəllif və rejissor veriliş boyu bu ovqatı saxlamağın qayğısına qalmalıdır. Faktiki materialı çatdırarkən gərginliyi saxlamaq üçün yardımçı vasitələrdən də istifadə etmək lazımdır.

Hələ 60-cı illərin ortalarında Avropada bəzi radiolar paralel süjet adlanan nəzəriyyəni müzakirə və qəbul etmişdilər. Onlar sənədli söhbətlərin köməyi ilə verilişin mövzusunu genişləndirərək, uydurma iştirakçıları olan bədii süjetdən də paralel şəkildə istifadə edirdilər. Bu forma Baltikyanı ölkələrin radiolarında, xüsusən Estoniya jurnalistlərinin yaradıcılığında özünü tez-tez göstərirdi. Yəni bu tip verilişlərdə hər hansı hadisə, fakt haqqında söhbət gedərkən onu daha təsirli etmək üçün müəyyən səhnələşdirmə (aktyorların iştirakı ilə) elementlərindən istifadə olunurdu.

Paralel süjetlərdən istifadə oçerklərdə də, radiosöhbətlərdə də

yaxşı nəticələr verə bilər. Materialın məğzinin açılışına kömək göstərdikdə və həyati həqiqətləri əks etdirdikdə sənədli verilişlərdə də səhnələşdirmə mümkündür. Bu, radio sənəti ilə uyğunlaşan bir məqamdır. Amma bəzən təcrübədə elə hallar da olur ki, jurnalistlər sənədli kadrları səhnələşdirməyə (əslində bərpa etməyə) çalışır, aktyorlar üçün mətn yazır, onları «sanki kafedə oturubmuş kimi söhbətə vadar edir, fon yaradır və bununla da dinləyicini guya aldadırlar». Belə süni səhnələşdirmələr guya sənədlilik təəssüratı oyadır, əslində isə o, yamaq kimi alınır və özünü doğrultmur. Radio publisistikasının ədəbi elementi kimi səhnələşdirməyə gəlincə isə, burada cəsarətlə sınaqlar aparmaq olar.

Səhnələşdirmə haqqında söhbət gedərkən dialoq üzərində də dayanmağa dəyər. Çünki verilişlərin daha yaxşı dərk olunması, hər hansı mövzunun müzakirə, mübahisə yolu ilə inkişafı üçün dialoq geniş imkanlar yaradır. Dialoqda hər iki müsahib mövzunu, ideyanı, fikri inkişaf etdirməlidir. Yoxsa dialoq xatirinə səhnələşdirilmiş süni danışıq tamaşaçını yorar və verilişin təsirini azalda bilər.

Sənədlilik və bədiilik hüdudunda dayanan janrlar radio jurnalistinə geniş, amma indiyədək az istifadə olunan imkanlar verir. Reportyorun əlində sənədli yazıların inandırıcılığı və bədii sözün cazibədar qüvvəsi var. Bu səpkili verilişlərdə müəllif, sadəcə olaraq, vasitəçi mövqeyində dayanmamalı, onun mövzuya fəal münasibəti hiss olunmalıdır. Sənədli səslər faktiki olaraq hələ çiy, müəllif münasibəti gözləyən materiallardır. Faktların publisistik şəkildə açılması, xarakterlərin bədii təsviri, publisistikanın, ədəbiyyatın, ümumiyyətlə, mövcud olan bütün imkanların yaradıcılıqla birləşdirilməsi yaxşı verilişlər hazırlamağın və dinləyici zövqünü oxşamağın çox mühüm şərtləridir.

Auditoriya ilə ünsiyyətin özəlliyi

Radiojurnalistikada «auditoriya» anlayışı daha çox yayımın planlaşdırılması, verilişlərin cədvəlinin tərtibi və proqramların günboyu düzümü ilə bağlı məqamda işlədilir. Auditoriya geniş mənada cəmiyyətin radionu dinləyən hissəsidir. Amma bu anlayışın konkret məzmunu ona hansı rakursdan yanaşılmasından asılı olaraq dəyişə bilər.

Hər bir verilişin hədəfi sosial tərkibcə mürəkkəb olan auditoriyadır. Ona görə də bütövlükdə radionun və ayrılıqda hər bir aparıcı və prodüserin öz dinləyiciləri, onların marağı, istəyi, nəyi və necə dinləmələri barədə dəqiq təsəvvürü olmalıdır. «Mən demokratik, sağlam düşüncəli adam üçün yazıram», yaxud «mənim auditoriyam

alitəhsilli ziyalılardır» kimi tezislər yanlışdır... Bəzən jurnalist auditoriyası haqqında təsəvvürlərini ifadə edə bilməsə də, onların nə istədiyini əminliklə söyləyir: «Mən nə istəyirəmsə, onlar da onu istəyir, axı mən də onlardan biriyəm». Öz auditoriyasını araşdırıb öyrənməyən hər hansı mətbuat orqanında belə oxşar cavablar tez-tez eşidilir. Çox vaxt gündəlik idarəetmə praktikasına hopan bu davranış, əslində jurnalistlərin auditoriyaya yuxarıdan aşağı baxmaq meylini əks etdirir. Təbii ki, belə yanaşma ilə heç vaxt dinləyicinin nə istədiyini bilmək olmaz. Dinləyicinin nə istədiyini bilmək üçün ona yaxınlaşmaq, daim onların arasında olmaq, gələn telefon zənglərini həvəslə qəbul etmək, dinləyici ilə uzun-uzadı danışmaqdan usanmamaq lazımdır. Dinləyicinin etdiyi tələb və təklifləri lazımsız bilib üstündən keçmək olmaz. Çünki kimlər üçün işlədiyini yaxşı bilməyən radiostansiya və ya jurnalist necə işləmək lazım gəldiyini də bilməyəcəkdir. Auditoriyaya saymazyana, yuxarıdan-aşağı baxmaq heç bir radio aparıcısına uğur gətirə bilməz.

Bütövlükdə dinləyici auditoriyasının sosial mahiyyəti və sosial tərkibcə müxtəlif olan bu auditoriya ilə ünsiyyətin özəlliyi də radioda veriliş yaradıcıları üçün önəmli məsələdir. Prinsipcə çox sadə kommunikativ quruluşa (kommunikator – ötürücü – dinləyici) malik olan radioda auditoriya ilə ünsiyyət necə gerçəkləşdirilir? Bu auditoriyanın özünün xarakteri necədir? Dinləyici radioefirdən nəyi və necə qavrayır?

Bu suallar mütləq şəkildə auditoriyanın öyrənilməsini tələb edir. Çünki auditoriya yekcins deyil, ictimai vəziyyəti, peşəsi, təhsili, yaşı, cinsi, sosial mövqeyi və s. amillərə görə dünyagörüşü və maraq dairəsi müxtəlif olan adamların vəhdətidir (7, s. 114). Məhz hər bir dinləyici qrupunun marağının ödənilməsi baxımından auditoriyanın öyrənilməsi proqramlaşdırmanın çox vacib prinsipi kimi qəbul edilir. Əsl elmi poqramlaşdırma isə yalnız auditoriyanın davamlı öyrənilməsi, dinləyicilərin «müxtəlif kateqoriyalarına intellektual, estetik və psixoloji verilişlərin təsirinin öyrənilməsi şəraitində mövcud ola bilər» (23, s. 154). Deməli, auditoriyanın müxtəlif qütblərinin araşdırılması çox vacibdir.

Əvvəlcə auditoriyanın xarakteri haqqında. Bu gün radionun öz verilişlərini ünvanladığı çox geniş auditoriyanı iki kateqoriyaya bölmək olar: a) *potensial auditoriya* (radiostansiyanın «əhatə dairəsi»ndə olan və onun proqramlarını qəbul etmək imkanına malik bütün dinləyicilər bu auditoriyaya daxildir); b) *real auditoriya* (bu stansiyanı seçən, öz radioqəbuledicilərini daim onun dalğasına kökləyən və stansiyanı «özününkü» hesab edənlər).

İstənilən yeni radiostansiya efirə çıxanda əvvəlcə onun sırf

texniki səbəblərlə şərtlənən, yəni dalğalarının yayıldığı diapazonda mövcud olan potensial auditoriyası meydana çıxır; lakin elə həmin mərhələdə real auditoriya uğrunda mübarizə – öz dinləyicilərini tapıb, cəlb edib formalaşdırmaq əsas vəzifəyə çevrilir. Burada isə artıq texniki yox, yaradıcı xarakterli amillər ön plana keçir. Stansiyaya ictimai marağın cəlb edilməsi, onun sabit dinləyici dairəsinin daim genişləndirilməsi məhz yaradıcı amillərdən asılıdır. Real auditoriyanın miqyası radiostansiyanın əhəmiyyətini, çəkisini, nüfuzunu – onun faydalılıq və kommersiya baxımından dəyərini göstərən sosial reytinqini müəyyən edir.

Radio kütləvi informasiya kanalı kimi güclü nüfuzetmə qabiliyyətinə malikdir. Yayımın miqyasına, təsir gücünə və insan həyatındakı əhəmiyyətinə görə nəinki qəzetlər, hətta radioya ən yaxın elektron vasitə – televiziya da onunla rəqabət aparmağa çətinlik çəkir. Radio yayımı insanın ən etibarlı yol yoldaşı, hətta dünya ilə digər ünsiyyət üsullarının köməyi ilə əlaqə yaratmağın çətin və ya mümkünsüz olduğu şəraitdə də onun gündəlik yaşamının təbii mühiti olaraq qalır. Təbii ki, burada qavrayışın fərdi səciyyəsi də müəyyən rol oynayır.

Radio yayımının sayı milyonları ötən geniş insan kütləsini öz təsir dairəsinə salmaq xüsusiyyəti, radionun meydana çıxması ilə keyfiyyətcə yeni məkan, auditoriya imkanlarının mənimsənilməsinin radionun təbiətinə xas olan bir sıra fiziki və psixoloji xarakterli amillər ilə (8; 15; 36) bağlıdır. Bu amillər isə aşağıdakılardır:

- birincisi, TV-dən fərqli olaraq, məlumatı daşıyan elektromaqnit dalğaları ötürücünün əhatə etdiyi istənilən məkanı əhatə edə bilir ki, bunu radio yayımının *hər yerdə mövcud ola bilmə imkanı* da adlandırırlar;
- ikincisi, elektronikanın müasir səviyyəsində qəbul qurğularının yığcamlığı və çevikliyi qəbulun sabit və kifayət qədər yüksək keyfiyyətini təmin edərək, insanın hər hansı həyat fəaliyyəti şəraitində onu, demək olar ki, bütün sutka boyu müşayiət etməyə qabildir;
- üçüncüsü, radionu dinləmək xüsusi ön hazırlığı tələb etmədiyi üçün istənilən yerdə istənilən sayda dinləyici cəlb etmək imkanına malikdir.

Radio yayımı ilə auditoriyanın əlaqəsinin xarakteri heç də həmişə eyni olmayıb, texnoloji proseslərə uyğun olaraq daim dəyişilib. Dünyanın bir çox ölkələrində, o cümlədən Azərbaycanda ilk dövrlərdə radionun dinlənilməsi əvvəlcə *kollektiv* formada – parklarda, klublarda, küçə və meydanlarda baş verib. Həmin zamanlardan miras qalmış «səsucaldıcı» kəlməsi də təsadüfi deyil. Radio, həqiqətən, uca,

tribuna, meydan «yayımı» idi. Bu gün radioqəbuledici yığcamlaşıb və çevikləşib. İndi evdə, işdə, cibdə kibrit qutusu boyda miniatür qulaqcıqlı qəbuledici ilə kimsəni təəccübləndirmək mümkün deyil. Mövcud olduğu illər ərzində yayımın texnoloji sisteminin, ilk kiçik-ölçülü, gəzdirilə bilən radioların meydana çıxması və sayca artması, hətta bu qurğunun başqa əşyalar üzərində (saat, elektrik lampası, mobil telefon, qələm, əl fanarı və s.) quraşdırılması, getdikcə gündəlik ləvazimata çevrilməsi radio yayımını ayrıca, *fərdi* istifadəçiyə yönəlmək perspektivini yüksəltmişdir.

Bütün bunlar – efirdə yaradıcılıq və dinləyici ilə ünsiyyət mühitinin formalaşması auditoriyaya ilə dialoqun, ona müraciətin xarakterinin dəyişmişdir. Bu isə yayım üslubunun dəyişməsinə və radio verilişlərinin məzmununun cilalanmasına gətirib çıxarmışdır. Tədricən aydın olmuşdur ki, efirdə – mikrofon qarşısındakı müsahiblə, çoxminlik yığıncaqdakı adamlarla eyni tərzdə söhbətləşmək olmaz. Məhz bu məqam jurnalisti auditoriya ilə *ünsiyyətin* radiostansiyaya uğur gətirəcək məqamları üzərində düşünməyə sövq edir. Əslində daha çox psixoloji məsələ olan bu efir ünsiyyəti aşağıdakı nüansları nəzərə almağı zəruri edir:

Əvvəla, radionun auditoriyası sosial tərkib və məkanca yayğındır. Yüz minlərə, bəzən isə milyonlara ünvanlanan radio verilişini dinləyici tək, yaxud iki-üç nəfərlik qrup halında dinləyir. Buna görə də jurnalistin hamı ilə söhbəti, eyni zamanda hər kəs ilə ayrı-ayrılıqda söhbətinə çevrilir. Radio verilişinin kütləvi istiqaməti və qəbulun fərdiliyi arasındakı bu obyektiv ziddiyyətin dəf edilməsi radio jurnalistinin mühüm peşəkarlıq meyarlarından biri sayılmalıdır. Bir tərəfdən bütün auditoriyanın tələbləri və davranış motivləri dilində danışmaq bacarığını, onun üçün aktual mövzu və məzmunu seçməyi, digər tərəfdən də xüsusi – pafossuz, qeyri rəsmi-işgüzar yox, əksinə, müsahib-dinləyiciyə münasibətdə inandırıcı-şəxsi, rəğbətli ünsiyyət üslubunu tələb edir.

İkincisi, radionun auditoriyası psixoloji cəhətdən dağınıqdır. Əgər kütlə qarşısında çıxış edən natiq bir yerə toplanaraq psixoloji tama çevrilən auditoriya ilə üzbəüz dayanırsa, tamaşaçı televizoru açarkən, ən azı təsvirin cazibəsinə düşürsə, efirdən «evə gələn» radio jurnalistinin vəziyyəti xeyli mürəkkəbdir: o, dedikləri ilə öz dinləyicilərinin diqqətini cəlb edib saxlamaqdan ötrü onları hər dəfə maraqlandıracaq motiv yaratmalıdır.

Üçüncüsü, radio auditoriyasında əks-əlaqə amili ya zəifdir, ya da həmişə işləmir. Məsələn, teatrda, konsertdə və ya kütlə qarşısında çıxış zamanı dinləyicilərin bir hissəsinə ani təsirin köməyilə bəzən bütün auditoriyanı bir anda fəallaşdırmaq və ələ almaq mümkündür.

Radio jurnalistinin sözü radioqəbuledicinin böyründə əyləşmiş hər kəsə tək-tək çatmalıdır, onun işinin səmərəsi də dinləyicilərin fərdi təəssüratının toplanması ilə ölçülür.

Auditoriya ilə əlaqənin qurulması və davam etdirilməsi üsullarının seçimində radiostansiyanın nəzərdə tutduğu auditoriyanın, yayım üslubunun, proqramların istiqamətinin və verilişlərin tematik xarakterinin, *proqram tipi*nin (stansiyanın *formatı*) əhəmiyyəti böyükdür. Məsələn, Azərbaycan radiosunun «hamı üçün və hər şey barədə radio» kimi adlandırıla bilən çox geniş proqram tipi, demək olar ki, bütün ölkə əhalisini öz dinləyicisi hesab edir. ANS-ÇM-in istiqaməti bir qədər başqa, daha məhduddur – «yaşlı auditoriya üçün informasiya-musiqi proqramı». «CAZ» FM stansiyası isə adından göründüyü kimi, caz həvəskarları üçün verilişlər hazırlayır.

Radio verilişlərinə, hansı mövzunu işıqlandırmaq və bu mövzulardan hansının auditoriya üçün gərəkli olmasına münasibətdə dinləyici maraqları haçalanır: bəziləri hava durumunu bilmək istəyir, bəziləri xəbərləri dinləyir, bəziləri isə bütün diqqətini musiqiyə, əyləncə proqramlarına yönəldir.

Əslində medianın başqa sahələri kimi radionun da işıqlandırdığı 5 mühüm sahə var: a) hakimiyyət; b) sahibkarlıq; c) siyasi partiyalar və həmkarlar ittifaqı; ç) vətəndaş cəmiyyəti və ayrı fərdlər. Efirdə səsləndirilən istənilən mövzu həmin sahələrə uyğundur. Üstün tematikanı, onun bölüm və tərkib hissələrini müəyyənləşdirməkdən ötrü dəqiq ifadə olunmuş redaksiya siyasəti qaçılmazdır.

Bütövlükdə jurnalistlər hər gün hansı saatda nəyi işıqlandırmaq lazım gəldiyini bilirlər. Bilirlər ki, gündəlik proqramda son xəbər və olaylar, idman və səhiyyə yenilikləri, uşaq baxımı, şəxsi maliyyə məsələləri və s. bənzər mövzular öz əksini tapmalıdır. Di gəl, radio daha çox dinləyici qazanmaq istəyirsə və ya indiki auditoriyasını itirməkdən ehtiyatlanırsa, hansı mövzuya üstün, hansınasa az diqqət yetirməlidir?

Əsas cavab çox asandır: dinləyicilərdən soruşun. Ona görə dinləyicilərdən soruşmaq lazımdır ki, məhz onların tələbatı və üstün saydığı mövzular cəmiyyətin inkişafına uyğun şəkildə dəyişir. Radiostansiyanın nəyi üzə çıxarmaq istədiyindən asılı olaraq auditoriyanı öyrənməyin, tanımağın aşağıda sadalanan hər hansı üsulundan və ya onların uzlaşmasından yararlanmaq mümkündür:

- auditoriyanın peşəkar araşdırma şirkəti tərəfindən rəsmi öyrənilməsi. Belə araşdırmalar bahalı olduğundan radiolar bu formadan yararlanmır;
- telefonla rəy sorğusu;
- anket sorğusu. Vacib suallarla dinləyiciyə yazılı

müraciət;

- üz-üzə söhbət – qeyri-formal görüş;
- efirdə dinləyicilərlə canlı bağlantı. Belə bağlantı çox vacibdir və dinləyicilərlə yaxınlığı təmin edir.

Son illərdə radio təcrübəsində dinləyicilərlə əlaqələri daha da sıxlaşdırmağın yeni və səmərəli üsulları özünü göstərir. Bunlardan biri daimi telefon əlaqəsidir. Yəni dinləyicilərin suallarını və işıqlandırılması lazım olan mövzular barədə təkliflərini eşitmək – eşitdirmək üçün xüsusi telefon xətti ayırırlar. Bu, bir tərəfdən dinləyici ilə əlaqəni asanlaşdırır, digər tərəfdən isə efirdə işıqlandırmaq üçün xeyli mövzu verir.

Radio verilişinin qəbulu – bir çox psixoloji amillərin təsiri altında olan dinamik prosesdir. Auditoriya üçün radionu dinləmək, bir qayda olaraq, nəinki yeganə, çox zaman ikincidərəcəli məşğuliyyətdir (radionun bu təbii məhdudiyyəti – eyni zamanda onun üstünlyüdür), həm də «dinləmək» heç də həmişə «eşitmək» anlamına gəlmir. Bu mənada radionu dinləməyin bir neçə növünü müəyyənləşdirmək olar: a) məqsədli axtarış; b) təsadüfi; c) seçmə.

Məqsədli axtarış zamanı dinləyici efirdə öz məqsədinə uyğun veriliş arayır və bu zaman hansı dalğada seçim edəcəyini bilir. Bu, dinləməyə hazırlıq mərhələsidir. Hadisələrin sonrakı inkişafı radionun həmin məqamda onun mənəvi tələbatına və emosional vəziyyətinə cavab verən nəsə təklif edəcəyindən asılıdır. Əgər veriliş dinləyicini qıcıqlandırırsa, yaxud onun ovqatına uyğun deyilsə, həmin stansiyanın dalğasında əl saxlamayacaq. Əgər uyğun veriliş tapırsa, marağın nə dərəcədə təmin olunmağından asılı olaraq, bu zaman dinləyici müxtəlif diqqət mexanizmlərini fəallaşdırır.

Təsadüfi dinləmə o zaman baş verir ki, veriliş ətraf mühitin elementinə çevrilir, bu veriliş müəyyən duyğu yaradaraq, dinləyicinin şüur sferasına ya qismən toxunur, ya da heç toxunmur. Dinləyicinin diqqəti «mürgü rejimi»ndə olsa da, eyni zamanda yeni, güclü nitq və ya musiqi stimulunun təsiri altında, materialın mövzusunun və formasının dəyişməsi ilə fəallaşmağa hazır vəziyyətə gəlir. Kütləvi informasiya proseslərinin psixologiyasını araşdıranlar bunu da qeyd edirlər ki, radio auditoriyasının diqqəti əvvəlki xəbər başa çatandan sonrakı ilk saniyələrdə və növbəti xəbərin əvvəlində avtomatik olaraq itiləşir, yəni həmin məqam qərar vermək üçündür: xəbəri qəbul etməli, yoxsa kanalı dəyişməli.

Seçmə dinləmədə hansısa proqram və ya xəbər dinləyici şüurunda seçilib maraq mərkəzi kimi qeydə alınan bir hissə, fraqmentə çevrilir. Dinləyici efirdə məhz bu fraqmentlə bağlı məqamlara diqqət

yetirib, onu duymağa, izləməyə və nəyi isə tamamlağama çalışır. Bu zaman dinləmə müəyyən psixi enerji itkisi və deməli, başqa işlərdən uzaqlaşma tələb etdiyi üçün auditoriya ilə radionun ünsiyyətində sistemli qaydadan daha çox, istisna əsas yer tutur.

Göstərdiyimiz dinləmə tiplərini heç də həmişə bir-birindən tam ayırmaq olmur. Çox zaman adamlar radionu təsadüfən və ya seçim rejimlərində dinləyirlər. Lakin auditoriya ilə radiostansiyanın sadalanan bütün əlaqə üsulları fasiləsiz olaraq birindən o birinə keçərək qarşılıqlı çarpazlaşırlar. Şəraitin təsirindən asılı olaraq ayrı-ayrı adamlar eyni bir verilişi müxtəlif cür dinləyirlər.

Xarici aləmdən alınan geniş informasiya axını şəraitində insan şüuru həddsiz yüklənməməkdən ötrü seçkin duyuma əl atmağa məcburdur. Təfəkkürün qənaət prinsipi həmin məqamda psixi fəallığı əsas məlumatları qavramağa, yaxud diqqəti həmin məqamlar üzərində cəmləşdirməyə, dəyər kəsb etməyənləri duymamağa məcbur edir. Bu səbəbdən də, radio jurnalisti üçün auditoriyanın şüuruna yol mütləq vacib olan şərtdən – onun diqqətini necə və nə ilə cəlb etməyi anlamaqdan başlayır.

Burada əsas şərt radionun öz auditoriyasını düzgün müəyyən etmək, həmin stansiyaya yönələn dinləyici kateqoriyasını formalaşdırmaqdır. Heç vaxt yaddan çıxarmaq olmaz ki, radio jurnalistinin efir materialı üzərində işi psixoloji cəhətdən insan yaddaşının imkanlarının nəzərə alınması ilə bağlıdır. Məsələn, nəyisə yadda saxlamaq şüurun hansısa zaman kəsiyi ərzində informasiya fraqmentini möhkəmlətmək, saxlamaq qabiliyyətidir. Bu, insanın həyat təcrübəsinin özünəməxsus akkumulyatorudur. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, onun da müəyyən həcmi vardır. Artıq burada fiziologiya öz sözünü deyir və həddsiz yüklənmədən bir sıra qoruyucular şəklində öz sərhədlərini çəkir.

Dinləyici yaddaşını hədəf götürmüş radio aparıcısı, jurnalist, dicey bilməlidir ki, yaddaşın bir neçə növü mövcuddur: *operativ* – yalnız bir kommunikasiya aktı çərçivəsində hansısa fakt yığınını, informasiya vahidini (məsələn, radionun informasiya buraxılışındakı bir xəbərin məğzini anlamaq üçün) qoruyan; *qısamüddətli* – informasiyanı müvəqqəti, həmin həyat situasiyası üçün aktual qaldığı müddətə qeydə alan; *uzunmüddətli* – şəxsiyyətin əqidəsinin qorunduğu, gerçəkliyə münasibətinin, həyat dəyərləri meyarlarının, stereotiplərin və s. qurulduğu, yəni şəxsiyyətin şüurunun baza sferasına daxil olan (51, s. 54-56).

Radio jurnalistinin gündəlik işində operativ yaddaşa hesablanmaq gərək olur. Bu amil, bu məharət – auditoriya ilə etibarlı əlaqənin qurulmasında professionallıq meyarlarından biridir.

İnformasiyanın mürəkkəbliyindən asılı olaraq ötürülmə tempi, izah və təkrar priyomları, işlədilən leksika, materialın səs keyfiyyəti – verilişin bütün bu parametrləri onun asan qavranılıb dinlənilməsini təmin etməlidir, yəni auditoriyanın psixofiziki imkanlarına müvafiq gəlməlidir.

Jurnalist praktikası göstərir ki, son dərəcə qənaətlə istifadə olunub şərh edilməyən rəqəm, ad, termin kimi çətin yadda qalan detalları pis duyur. Belə ki, hər hansı görkəmli xadimin xəbərlərdə yer alan sensasiyalı bəyanatında məhz kimin nə söylədiyinə diqqət yetirilməsə, həmin xəbərin dəyəri heçə enəcək. Bundan qaçmaq üçün radioda xəbərləri düzərkən dinləyici marağını ilkin fəallaşdırmaq priyomunu tətbiq edirlər: əvvəlcə bəyanatın əsas məqamı söylənilir, sonra müəllifin adı çəkilir, bunun ardınca isə xəbər geniş xarakter daşıdıqda, adı təkrar xatırlatmaqla mövzu açılır.

II FƏSİL

RADİOJURNALİSTİKANIN AKUSTİK TƏBİƏTİ

Bütün sənət sahələrinin gerçəkliyi, düşüncə və ideyaları əks etdirmək üçün yalnız onun özünəməxsus olan ifadə vasitələri vardır. Bu ifadə vasitələri bir sistem kimi həyat həqiqətlərini özəl üsullarla əks etdirir, məhz həmin vasitələrin köməyi ilə maraqlı və cazibədar əsərlər yaradılır. Bu baxımdan vizual sənət sahələri (teatr, kino, TV və s.) ilə müqayisədə radionun ifadə vasitələri nisbətən məhdud görünür. Yəni onun cəbbəxanası söz (nitq), səs lövhələri və musiqidən ibarətdir. Radio həyat hadisələrini birbaşa göstərmək imkanından məhrum olduğu üçün gerçəkliyi məhz bu ifadə vasitələri ilə bilavasitə insan təxəyyülündə canlandıra bilir. Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi bu görünməzlik radionun qüsuru deyil, onun şərtiliyi, spesifik təbiətidir. Məhz bu spesifiklik radiojurnalistikanın akustik təbiətini və bütövlükdə radionun özünəməxsus dil və ifadə vasitələri sisteminə malik olmasını şərtləndirir.

Radionun səsli təbiəti *akustika* ilə bağlıdır. Fizika elminin bir sahəsi olan akustika (yun. «*akustos*» sözündən olub *eşidilən* deməkdir) səs dalğalarının yaranması, yayılması, qəbul edilib işlənməsi ilə məşğul olur. Radio məhz dalğa təbiətli olan səsin daşıyıcısı, bu səsləri yaradacılıq materialına çevirən kütləvi kommunikasiya sahəsidir. Havanın «elastiki rəqsləri» (Aristotel) olan səs təbiətdəki bütün mövcud səs dalğalarını özündə birləşdirərək radionun akustik təbiətini yaradır.

Radionun ifadə vasitələri

Radionun yaranışı, qısa müddətdə inkişaf edərək rabitə vasitəsindən ictimai ünsiyyət sisteminə daxil olması və ən başlıcası efirdə insan nitqini səsləndirməsi kütləvi informasiya vasitələri sistemində eşitmə-dinləmə amilinin xüsusi çəkisini artırdı. Əvvəlcə şifahi nitq milyonlarla insana məlumat çatdırmağın əsas vasitəsi oldu. Sonra radiojurnalistika və radio sənətinin inkişafı musiqini və səs lövhələrinin ifadə gücünü önə çıxardı. Məlum oldu ki, musiqinin də,

səs lövhələrinin də kifayət qədər dolğun semantik mənası vardır və informasiyanın çatdırılmasında bunlar önəmli rol oynayır. Ona görə də getdikcə radio verilişinin cazibəsi, səmərəsi, onun auditoriyaya emosional təsir gücü radio jurnalistikasının ixtiyarındakı ifadə vasitələrinin məcmusundan nə dərəcədə dəqiq və məharətlə istifadə edilməsindən birbaşa asılı olmağa başladı.

Bu gün radiostudiyada mikrofon qarşısında əyləşib danışan adamın uğuru təkcə onun hadisə və ya ətraf mühit barədə nə qədər məntiqli və ağıllı fikir söyləmək qabiliyyətindən yox, həm də onun efir söhbətinin nə qədər emosional olacağından, bu çıxışın intonasiya əlvanlığından, dinləyicinin ağıl, hiss və duyğularına nə dərəcədə təsir edəcəyindən də asılıdır. Düzdür, bu amil jurnalistikanın bütün sahələrinə – həm yazılı, həm də elektron mətbuata aiddir, lakin fərq odur ki, fərdi qavrayışa əsaslanan radiojurnalistikada emosionallıq olduqca vacib şərtdir. Öz təbiətinə görə radio, dinləyici ilə obrazlı ünsiyyətə meyllidir, ya da artıq bizim bəhs etdiyimiz kimi, səs, insan təxəyyülünü aktiv fəaliyyətə sövq edir.

Burada tamamilə təbii olaraq efirin əsas materialı kimi səsin özünün «obrazı» anlayışı meydana çıxır. Bəs «səs obrazı» dedikdə nə nəzərdə tutulur? Adətən, çoxillik yayım praktikasına əsaslanaraq, bu anlayışa təxminən belə tərif verilir: səs obrazı – m a d d i o l a n b i r ş e y, y ə n i ə ş y a v ə p r e d m e t, h ə y a t h a d i s ə l ə r i v ə i n s a n x a r a k t e r i b a r ə d ə d i n l ə y i c i d ə m ü ə y y ə n t ə s ə v v ü r a s s o s i a s i y a s ı y a r a d a n s ə s e l e m e n t l ə r i n i n m ə c m u s u d u r. Əslində radionun səs obrazı danışılanı dinləyici təxəyyülündə «göstərmək» üçün eyni dərəcədə vacib olan səs elementlərinin birgəliyidir. Hər bir konkret halda bu vasitələrin münasib uyarlığının tapılması öz fikir və düşüncələrini çatdırmaqdan ötrü daha təsirli formaya nail olmağa çalışan radio jurnalistinin yaradıcılığının əsasıdır. Elə yaradıcılıq da məhz bu məqamda fərdiləşir, bəzən təkrarsız, bəzən də hamı üçün standart sayılan peşəkar dəst-xəttə çevrilir.

Radionun yaradıcılıq təcrübəsi göstərir ki, hər bir ifadə vasitəsindən yerli-yerində, məqsədyönlü, harmonik istifadə verilişin təsir gücünü qat-qat artırır. Əksinə, bu vasitələrdən, xüsusən musiqi və küylərdən yersiz imtina efir materialını qurulaşdırır. Məsələn, hələ radioyayımın formalaşdığı ötən əsrin 30-40-cı illərində bəzi radio rejissorları iddia edirdilər ki, ictimai-siyasi proqramda musiqidən çox istifadə məqbul deyil və guya bu, məzmuna xələl gətirir. Yaxud radionun elə həmin dövrlərində qəti tələb qoyulurdu ki, qadın diktorlar rəsmi məlumatları, ağır verilişləri, o cümlədən radioqəzetləri və siyasi materialları oxumasınlar. Guya qadın səsi incə olduğundan ictimai-

siyasi materialın ruhu, onun ciddi məzmunu ilə uyğun gəlmir. Əlbəttə, radio semiotikası baxımından burada müəyyən real çalarlar olsa da, bütövlükdə yanaşmanın özü çox yanlış idi və radionun sonrakı inkişaf dövrü də bunu təsdiq etdi. Məsələn, aşkarca görünürdü ki, radio xəbərlərinin monotonluğu, digər verilişlərin yeknəsəqliyi radio dinləyicilərini hədsiz yorur, bezdirir. Ona görə səs, nitq öz ahəngini dəyişməli, müəyyən obraza çevrilməli idi. Məhz bu səbəbdən hələ kütləvi yayımın ilk illərində olduqca quru, sxematik yazılmış reklamı səsləndirərkən diktorlar çalışırdılar ki, öz çıxışlarını «oynasınlar», danışığa teatr elementləri daxil etsinlər, intonasiya çalarları ilə mətni, bir növ, bədiiləşdirsinlər.

Verilişləri maraqlı etməyin növbəti mərhələsi dramatizmin artırılması, kompozisiyanın mürəkkəbləşdirilməsi, sənədli və bədii yayım növlərinə aid olan müxtəlif janr elementlərinin müəyyən proporsiyalarda birləşdirilməsi, radio rejissorluğunun bir sənət kimi təşəkkül tapması oldu. Dinləyici üçün əsas istinad nöqtəsi olan səsin obrazı tədricən inkişaf edərək formalaşır və cilalanırdı. Efirə gedən materiallarda, xüsusən informasiya-xronika verilişlərində müəlliflər dəqiq süjet xəttini tapmağa, proqramın aydın kompozisiyasını qurmağa, kulminasiyanı çox təsirli məqama çevirməyə can atır – bir sözlə, hələ qədim yunan filosoflarının dramaturgiya sənətinin əsası kimi formalaşdırdığı, insanın ağlına və hisslərinə təsir göstərən qaydalara əməl etməyə çalışırdılar. Təbii ki, bunlar hamısı radionun əsas tikinti materialı olan səsin – nitq, musiqi və küylərin hesabına baş verirdi.

Artıq radionun ifadə vasitələri sistemi dəqiq formalaşırdı, yaradacılıq prosesində hər bir ifadə vasitəsinin səciyyəsi müəyyənləşir, dəqiq təyinatı bilinirdi. Digər tərəfdən səsyazma və montaj texnologiyası da bu ifadə vasitələri sistemini zənginləşdirir, yaradıcılıq imkanlarını genişləndirirdi. Hazırda mütəxəssislər radio jurnalistikanın ifadə vasitələrini bir-biri ilə qırılmaz tellərlə bağlı olan iki qrupa bölürlər:

a) birinci qrupa kəmiyyət dəyişikliklərinə və müəllifin subyektiv iradəsinə məruz qalmayan ilkin «material» olan təbii səslərdir. Bu qrupa – *söz (nitq), musiqi, səs lövhələri* daxildir. Bu səs materialının özü də *təbii* və *sənədli* olaraq iki yerə bölünür;

b) ikinci qrupa isə sabit və daimi olmayan, dəyişkən, jurnalistin yaradıcılıq niyyətindən və işlədilmə məqamından asılı olan *texniki* səs elementləri daxildir. Buraya montaj və digər texniki üsullarla yaradılan *səs qrimi, səs mizanları, reveberasiya* və s. daxildir.

İngilis müəllifləri P.Çendler və S.Harrison «Radiojurnalistika»

kitabında (London, 1997) birinci qrupa daxil olan elementləri **təbii,** yaxud **forma yaradan** vasitələr, ikinci qrupun elementlərini isə süni, yaxud **üslubyaradıcı** vasitələr adlandırırlar. Müəlliflərin fikrincə, birinci qrupa daxil olan vasitələr sabit, dəyişməzdir, subyektiv təsirə məruz qala bilməz. İkinci qrupun elementləri isə əksinə, çevik, dəyişkən, müəllifin iradəsinə və yaradıcılıq tələbatına uyğunlaşandır. Radiotexnika inkişaf etdikcə, yeni səs proqramları meydana çıxdıqca və veriliş hazırlanması texnologiyasında dəyişikliklər baş verdikcə, reportyorların yaradıcılıq fantaziyasından asılı olaraq, üslubyaradan ifadə vasitələrinin sayı da artıb-azala bilər. Burada önəmli olan radionun akustik əsasını təşkil edən «sözlü-səsli» ifadə vasitələrinin dəqiq səciyyəsini bilməkdir.

a) formayaradıcı vasitələr

Radio jurnalistikasında forma yaradan əsas vasitə **sözdür** (nitqdir) və efirdəki bu söz qəzet sözündən, kino, TV və bədii ədəbiyyatdakı sözdən fərqlənir. Bu söz mahiyyəti və funksiyası etibarilə, məsələn, ekran sözü ilə müqayisə edilə bilməz.

Radio haqqında danışılan hadisələr elə «cərəyan» etməli, dil materialı elə qurulmalı, musiqi və səs lövhələri elə işlədilməlidir ki, baş verən hadisə, məkan, həmin hadisənin qəhrəmanları – obrazlar dinləyiciyə aydın bir şəkildə təqdim olunsun, onun üçün heç nə qaranlıq qalmasın. Radio üçün yazan müəllif də, rejissor da bu amilləri nəzərə alaraq hərəkət etməlidir. Məhz bu zaman radio ilə səslənən materialın (söhbət, reportaj, paket, tamaşa və s.) dili, burada sözün, musiqi və səs effektlərinin çoxfunksiyalılığı məsələsi meydana çıxır. Çünki əgər incəsənətin predmeti «onda insana olan münasibətin gerçəkliyidir»sə (Höte), demək, hər bir adamın çoxcəhətli fəaliyyəti, onun ictimai və fərdi əlaqələrin qarşılıqlığı, mövcud varlığa maddi və psixoloji münasibəti (incəsənətin bəzi sahələrindən fərqli olaraq) radioda öz əksini dolayı şəkildə yox, bilavasitə formada, yəni dildə – sözdə tapır.

İnsan şüurunun qavradığı hər şey, onun bütün fəaliyyəti sahəsi radionun ifadə vasitələrinin dili ilə ifadə oluna bilər. Bu cəhətdən radionun dili bədii ədəbiyyata yaxınlaşsa da, gerçəkliyi ifadə formasına görə ondan bir qədər fərqlənir. Başqa sözlə, radio «səhnəsində» baş verən hadisələr və onun iştirakçıları gözlə görünmür, yalnız radionun ifadə imkanları sayəsində dinləyicinin təsəvvüründə canlanır. Məhz görmə amilinin olmaması hadisələrin xüsusi tələblə yanaşılan dil materalı üzərində qurulmasını şərtləndirir. Burada sözün, nitqin çoxfunksiyalılığı, ekspressivliyi normativ zərurətə çevrilir. Əslində

göstərmək imkanından məhrum olan radio fakt və hadisələri yalnız səs və söz vasitəsilə ifadə etməklə özünəməxsus publisistik kamilliyə nail ola bilir.

Dediklərimizi bir az aydın təsəvvür etmək üçün radionun spesifik təbiətinə daha çox uyğun olan radioteatrın nümunəsinə müraciət edək. Çünki məşhur telenəzəriyyəçi V.Sappakın qeyd etdiyi kimi radiotamaşa radionun spesifik ifadə imkanlarını ən dolğun əks etdirən formadır. Əgər teatr, kino, televiziya görünən hər şeyin bütün detallarına – hadisələrin baş vermə şəraitini, məkanını, surətlərin zahiri görünüşünü, onların mimika və jestlərini dəqiqliyi ilə tamaşaçıya çatdırırsa, radio bütün bunları öz təxəyyülündə canlandıraraq təsvir etməyi dinləyicinin öz öhdəsinə buraxır və ona yalnız sözlə müəyyən inpuls verir. Efirdə səslənən söz bir anda dinləyici təxəyyülünü «səhnə»yə çevirir. Məsələn, Ə.Əylislinin «Bu kənddən bir qatar keçdi» radiopyesindən bir parçaya nəzər salaq:

(Qapı tıqqıltısı, ayaq səsləri)

Ana – Rüstəm, oğul! Qoy səni bir də yaxşı-yaxşı öpüm, a qızım! Sən gələn yollara qurban! *(Öpüşürlər)*

Tahir – Yavaş-yavaş, ay arvad, birdən çaşıb məni də öpərsən.

Ana – Səni niyə öpmürəm ki *(öpür)*. Gedib istansiyadan mənə gəlin gətirmisən.

Nənəqız – Əmi, əmi, bura bax! Bu gülü mən əkmişəm, e... Gör neçə dənə gülü var?.. Hər gün birini dərib Rüstəm əminin nişanlısına verəcəyəm.

(Gülüşürlər, həzin musiqi)

Ana – Mahizər, qadan mənə, o sərin sudan gətir, tök, qoy yuyunsunlar, zehinləri açılsın.

(Su tökürlər)

Nərminə – Sağ olun!.. Sağ olun! Mən ancaq əllərimi yuyacağam.

Bu epizodda hadisə, hətta onun cərəyan etdiyi məkan sözün (dialoqların), səs lövhələri (ayaq səsləri, qapı taqqıltısı, gülüş səsləri və s.) və musiqinin (həzin melodiya) köməyi ilə yaradılır. Hər şey sanki göz qarşısında – səhnədə canlanır. Doğrudur, bu «səhnə»də nəyin harada, nə vaxt və kim tərəfindən baş verməsi, həmçinin dekorasiyalar, qəhrəmanların geyimi və üzləri görünmür. Lakin bununla yanaşı, heç bir «niyə» və «necə» sualı da meydana çıxmır. Çünki dinləyici personajların səsini eşitməklə, kifayət qədər informativ yükü olan sözləri qavramaqla onların hərəkətlərini «görür», hiss və həyəcanlarını dəqiqliyi ilə duya bilir. Bu prosesdə yalnız söz dinləyici fantaziyasını qidalandırır, hadisələrin gedişi və obrazların

psixoloji vəziyyəti haqqında təsəvvür yaradır, bu təsəvvürü istiqamətləndirir və tamamlayır.

Çex tədqiqatçısı İ.Teren göstərir ki, radiodramaturgiyada «hər hansı bir kənar yükdən azad olan söz dinləyicinin təxəyyülünü qanadlandırmaq qabiliyyətinə malikdir. Bu cür söz təxəyyülün dərinliyində gizlənmiş təsəvvür və təsvirlərlə sıx əlaqədardır. Təmiz söz onları canlandırır, həyata çağırır. Fikirlərin zənginliyini əks etdirən aydın mənalı ifadələrlə birləşən söz təsəvvürü fəallaşdırır. Bu cür söz eşidilən kəlamı tamamlayır, mənaca dolğunlaşdırır, fantaziyanın gücü ilə baş verən hadisələrin öz mənzərəsini yaradır» (55, s. 19).

İncəsənətin digər növlərində təsadüf etmədiyimiz geniş bədiilik imkanları, ilk növbədə isə məzmunu dərinləşdirən, səsli sözün şifahi nitqdə müqayisəedilməz üstünlüklərə yiyələnməsi məhz radio dilinin təbiətindən irəli gəlir. Burada səslənən sözün göstərmə imkanları onun təkcə təsvir vasitəsi kimi yox, həm də təsvir obyekti kimi çıxış etməsi zərurətini meydana çıxarır. Hələ radio yarandığı gündən mikrofon qarşısında çıxış edən sənət ustaları məhz səslənən sözü, həm də «göstərməyə», onun canlı obrazını, sanki qrafik görünüşünü, şəklini yaratmağa çalışmışlar.

Radioda bütün formanı səs yaradır və «görünən» sözün köməyi ilə biz hadisələri izləyir, dramatik situasiyaları «görür» və bu prosesdə müəyyən hisslər keçiririk. Aktyorlar sözün, ifadənin, fikrin mahiyyətinə nüfuz edəndə, daxilən yaşadığı hissi xüsusi intonasiya ilə vurğulayanda dinləyici təsəvvüründə sanki vizual bir aləm yaranır. Efirdə «görünməz», amma aramsız hərəkətlər edən obrazlar yaradan aktyorun fəaliyyəti ancaq sözlə, onun ifası ilə bağlı olur. Gərək bu sözlə həm nə etdiyini «göstərəsən», həm oynadığın obrazın daxili aləmini, hiss və həyəcanlarını bildirəsən, həm də onun fərdi cizgilərini dinləyiciyə çatdırasan. Radioteatrda səslənən söz dinləyici təfəkküründə hərəkətə gətirərək, bir növ, «təxəyyül teatrı» yaradır. Əgər incəsənətin gözlə qavranan başqa sahələrində görmə amili hər hansı mənzərəni konkretləşdirirsə və eyni zamanda tamaşaçının fantaziyaya güc vermək imkanlarını məhdudlaşdırırsa, radioteatr dinləyici təxəyyülünün təsvirlə qidalanması, onun fantaziyasının qanadlandırılması üçün hüdudsuz imkanlar açır. Məsələn, bu epizoda nəzər salaq:

(Xəstəxana, aramsız öskürək səsləri)

Malik – Kolya, gözümə birtəhər dəyirsən.

Nikolay – *(öskürür)* Sinəmdən qan gəlir.

Malik – Qan? Bəs niyə susursan? Al mənim yastığımı başının altına qoy. Bu həbi də at. Al, bu da su.

Nikolay – Tərpənməyə halım yoxdu.

Malik – (*qırıq-qırıq səslə*) Mən... bu saat... sənin... yanına gələrəm.

Nikolay – Yox-yox, lazım deyil. Lazım deyil! (*həyəcanla*) Yıxılarsan. Eşidirsənmi? Yıxılarsan, Malik!

(R.İsmayılov. «Qardaş torpağında»).

Məhz qısa replikalarla canlandırılan bu «səhnə» radionun özəlliklərini, onun ifadə imkanlarını, təbii ki, radioteatrın adi teatrdan fərqli, özünəməxsus cəhətlərini aşkara çıxarmağa imkan verir. Burada göz qabağında səhnə yoxdur, teatr tamaşasındakı zəngin dekorasiyalar, aktyorların hərəkətləri, mimika və jestlər də «görünmür». Səhnədə gəzişən, düşünən, hərəkət edən, jestlərlə müəyyən mənalar ifadə edən obrazların zahiri görünüşü, geyimi də bizə bəlli deyil. Amma radionun ifadə vasitələri bütün bunları «canlandıraraq» tamaşaçı üçün hər şeyi aydınlaşdırır.

Təbii ki, bu «aydınlatma» prosesi təkcə zəngin polifonik dilə malik olan radiotamaşalarda deyil, publisistik verilişlərdə, sənədli materiallarda, bir sözlə, radiojurnalistikada da özünü göstərir. Konkret misallara müraciət edək:

Müxbir: Bu gün Gəncə şəhəri tamam başqa bir qiyafədədir. Şəhərin küçələrini Cümhuriyyət yaradıcılarının qaldırdıqları üçrəngli bayraqlar bəzəyir. Mayın son günləri olduğundan havalar çox xoş keçir. Şəhərin iri binalarının əksəriyyətinin üzərində «28 may – Respublika günüdür» şüarları yazılıb. Küçələrdə əllərində kiçik bayraqlar olan məktəblilər gəzir. Şəhərin baş meydanında hamını ovsunlayan musiqi səsləri, marşlar səslənir.

(Küçədə maşın səsləri və adamların danışıqları eşidilir. Sonra isə «Dövlət himni»nin səsləri bütün səsləri üstələyir).

Müxbir: Gəncədə Cümhuriyyət günü bir vaxtlar Tiflisdən Bakıya köçmüş Milli Şuranın müvəqqəti yerləşdiyi qırmızı kərpicdən tikilmiş ikimərtəbəli bu tarixi binanın qarşısındakı toplantı ilə başlayır. Buraya toplaşanların – məktəblilərin də, gənclərin də, yaşlı adamların da üzündə ürəkləri riqqətə gətirən bir sevinc, təbəssüm, xoş ovqat var... Budur, şəhərin rəhbərləri də toplantı yerinə gəlir.

(Alqış səsləri və şüarlar səslənir)

Göründüyü kimi, müxbir bir tərəfdən hadisə – əlamətdar gün haqqında danışır, digər tərəfdən isə bu hadisənin ildönümünə həsr edilmiş bayram tədbirinin keçirildiyi məkanı, ümumi əhval-ruhiyyəni, hadisə fonunda cərəyan edən və diqqəti cəlb edən nə varsa, hamısını dinləyiciyə «göstərməyə» çalışır. Burada jurnalistin əsas silahı sözdür.

Gətirdiyimiz misallarda bu, aydın görünür ki, söz (nitq, danışıq,

dialoq) mənanın ifadəsi üçün əsas elementdir. Həm də təkcə bədii materiallarda (tamaşa, qiraət və s.) deyil, radiopublisistikada da söz əsas məqamdır. Mikrofon qarşısına çıxan, studiyadan kənarda reportaj aparan jurnalistin də əsas «silahı» sözdür. O, gerçəkliyi məhz bu sözün vasitəsilə çatdırır. Ona görə də jurnalist söz üzərində işləyərkən hədsiz dərəcədə həssas yanaşmalıdır. Əslində burada radiojurnalist sözə münasibətdə bir-birilə sıx bağlı olan üç vəzifəni yerinə yetirməli olur.

Birincisi, sözün dəqiqliyinə nail olmaqdır. Yəni sözlər jurnalist diqqətinin obyekti olan hadisəni dəqiq təsvir etməli, həmin hadisənin atmosferini dürüst çatdırmalıdır.

İkincisi, materialın məzmununa, ruhuna, ab-havasına uyğun olan dəqiq intonasiyanı tapmalıdır. Mətni elə oxumaq (yaxud mətnsiz elə danışmaq) vacibdir ki, intonasiya, haqqında söhbət gedən ab-havanı dəqiq əks etdirə bilsin.

Üçüncüsü, reportyor cümlədə vurğulayacağı məqamı ifadə edən sözləri elə qabarıq tələffüz etməlidir ki, dinləyici onun məhz nəyi demək istədiyini dəqiq qavrasın. Yəni jurnalist daha çox ekspressiv məqamları qabartmaq üçün işlədilən məntiqi vurğunu düzgün müəyyənləşdirməyi bacarmalıdır.

Birinci məsələyə, yəni sözün dəqiq seçilməsi məqamına diqqət yetirək. «Xocalı soyqırımı» abidəsi qarşısında keçirilən toplantıdan hazırlanmış reportaj bu cümlələrlə başlanır:

Müxbir: «Bu abidə ictimai kədəri yaşadır. Şaxtalı fevral günündə abidə qarşısına toplaşmış hərbi və mülki geyimli insanların sifətindən kədər yağır. Aralarında ağlamaqdan gözləri qızarmış qüssəli qadınlar daha çox gözə dəyir. Adamın iliyinə işləyən soyuğa və çovğuna baxmayaraq, hərbi geyimli şəxslərin bir çoxunun şinelinin yaxası açıqdır. Lap yaxınlıqda diqqətimi sanki dua edirmiş kimi səssizcə nəsə pıçıldaan, gözlərindən kədər yağan bir qadın cəlb edir. Öyrənirəm ki, erməni-rus hərbi birləşmələrinin Xocalıya hücum etdiyi həmin o dəhşətli gecədə bu qadının yeganə oğlunu və ərini öldürüblər».

Nümunə gətirilən mətn göstərir ki, təkcə mənanı, fikri ifadə edən sözü yerində *düzgün* işlətmək yox, həm də onu uyğun intonasiya ilə çatdırmaq, baş verən hadisənin məğzinə tam uyğun gələn ifa tərzini tapmaq nə qədər vacibdir.

Deməli, radio jurnalistinin ikinci vəzifəsi – çox vaxt materialın öz məzmunundan heç də az informasiya daşımayan dəqiq intonasiyanı tapmaqdır. Hələ radionun ilk illərində teatrdan radioya nitq mədəniyyəti üzrə məsləhətçi kimi gələn görkəmli sənətkarlar diqqət yetirmişdilər ki, hava haqqında məlumatdan tutmuş qütb səyyahlarının xilas edilməsi barədə xəbərədək, müşavirə iştirakçılarının adlarının

sadalanmasından tutmuş yeni qırıcı təyyarənin texniki səciyyəsinədək, istənilən mətni formal, passiv-yumşaqlıqla da söyləmək mümkündür, dinləyicini həyəcanlandıracaq, sevindirəcək və ya kədərləndirəcək tərzdə də. Amma bundan ötrü mikrofon qarşısında danışanın yaradıcı fərd olması və mövzuya uyğun gələn obraza girməyi (təbiətə vurğun bioloqa, həvəskar şahmatçıya, musiqişünasa və s. çevrilməyi) bacarması vacibdir. Səs, oxu, intonasiya ürəkdən gəlməlidir.

Radio və televiziya da daxil olmaqla, bütövlükdə jurnalistikada söz əsas məzmun, daşıyıcı olaraq, həmişə insanın emosiyalarını, yalnız seyr etməklə bitməyən obrazlılığa yönəldi. İnçanın düşüncəsində peyda olan obraz isə öz təbiətinə görə mürəkkəbdir: emosiya və məna, rasional və intuitiv-duyum çalarlardan ibarət qarışıqdır. Ona görə də radioda intonasiya, bu çalarları dəqiq biçimdə çatdırmaq üçün çox vacib elementə çevrilir. Əslində, burada prinsipial məqam bilavasitə dilin incəliklərinə və danışılan mövzuya bələdliliklə bağlıdır. Fikrin ifadəsi üçün söz, hisslərin ifadəsi üçün sözdən daha çox intonasiya lazım gəlir» (A.Raskovski) kəlamı əbəs yerə deyilməyib. Məhz bu məqam radioda spesifik nitq şəraitində gerçəkləşən intonasiyanın rolu və hər bir sözün «səs örtüyü» olan bu intonasiyanın vəzifələrini bilməyi zəruri edir. Radio nitqində intonasiyanın ümumi qaydaları və vəzifələri isə aşağıdakılardır:

– radio mətnində intonasiya qarşılıqlı əlaqənin vəzifələri ilə müəyyən edilir;

– burada nitq fəaliyyəti məhz intonasiyada ifadə olunur;

– intonasiya nitqin vəzifələrinin başlıca ifadə vasitəsinə çevrilir;

– intonasiya yalnız mətndə (konkret cümlədə) yaranır.

Nitq intonasiyası əhəmiyyətinə görə deyil, məzmununa, mətnaltı mənasına, ünsiyyət şəraitinə görə eynidir, buna görə də hər hansı mətndə ifadə olunan vəziyyəti başa düşən, intonasiyanı da başa düşə bilir.

Diktor: *«BMT-nin Beynəlxalq Atom Enerjisi Agentliyi ilə İran İslam Respublikası birgə fəaliyyət planını razılaşdırıblar. Tərəflər İranın nüvə proqramı ilə bağlı mühüm sualları aydınlaşdırmaq üçün uyğun cədvəl hazırlayıblar. Razılaşma dünən Tehranda ikigünlük danışıqlardan sonra qəbul olunub. Razılaşmanın detalları iki həftəyə açıqlanacaq. Qərb narahatdır ki, İran nüvə silahı hazırlaya bilər. Amerikanın Dövlət Departamenti bu razılaşmaya reaksiya verib, deyib ki, belə razılaşma aydınlıq üçün kifayət deyil və Təhlükəsizlik Şurasının tələblərinə əməl olunmasına gətirməyəcək. Təhlükəsizlik Şurası isə tələb edir ki, İran uranın zənginləşdirməsini dayandırsın».*

Əgər bu mətni efirə oxuyan aparıcı xəbərdə xüsusi vurğulanması vacib olan *«razılaşdırıblar», «mühüm sualları aydınlaşdırmaq üçün»,*

«ikigünlük danışıqlardan sonra», «iki həftəyə» və s. sözlər xüsusi intonasiya (məntiqi vurğu) ilə deməsə, şübhəsiz ki, vacib xəbərdəki önəmli məqamları qabarda bilməz.

Əlbəttə, intonasiya zənginliyi, məntiqi vurğu və düşünülmüş, təbii pauzalardan təkcə radiojurnalistlər yox, efirə çıxan hər kəs faydalanmalıdır. Xüsusən dialoq, diskussiya xarakterli proqramlara dəvət olunan ekspertlər, şərhçilər bu məsələyə diqqət yetirməli, mikrofon qarşısındakı çıxışını xeyli canlandırmalıdırlar.

Əgər sözün məna yükü varsa, onun şifahi və ya yazılı formada olması (işlənmə xüsusiyyətləri və üsulları nəzərə alınmaqla) fərq etməz, bu məqamda söz (nitq) görmə assosiasiyalarından yan keçərək, yəni vizual sıra ilə «möhkəmlənməyə» ehtiyac olmadan anlayış formasında təxəyyülə güclü təsir göstərə bilir. Radio jurnalistikası materiallarının əksər hissəsi, xüsusən də informasiya sahəsinə aid olanlar auditoriyaya məhz bu sayaq çatır.

Söz üzərində işləyərkən jurnalistin qarşısında duran üçüncü vəzifə – məntiqi vurğunun və ekspressiv çalarların düzgün tapılıb çatdırılmasıdır. Görkəmli səhnə ustası K.Ziya hələ 1947-ci ildə çap etdirdiyi «Səhnə dili haqqında» kitabında sözün təsiri haqqında təlimi nitqin ifadəliliyi və inandırıcılığı prosesində səsin gücünü yox, danışanın öz intonasiyasını növbələşdirmək (yüksəltmək və azaltmaqla), vurğuları (fonetik aksent) və pauzaları (tam dayanmaq) növbələşdirmək bacarığını önə çəkirdi. O dövrdəki teatr eksperimentləri göstərirdi ki, səsin gücünü azaltmaq mümkündür, amma gərəkli emosiyaları doğurmaq çətindir. Radio praktikası təkcə aktyorun tamaşaçılarla ünsiyyətində deyil, həm də mikrofon önündə iş zamanı bu fikrin nə qədər yerinə düşdüyünü təsdiqlədi (17; 36).

Dilçiliyə dair bütün kitablarda məntiqi vurğu nitqdə məna dəqiqliyi elementi kimi xarakterizə edilir. Vurğudan düzgün istifadə təkcə onu durmalı olduğu sözə və ya söz qrupu üzərinə *qoymaq* bacarığından deyil, «həm də vurğunu ona ehtiyacı olmayan sözlərdən *götürmək*» bacarığından ibarətdir. Məsələn:

«Moskva ABŞ-la apardığı nüvə danışıqlarında manevr etməyə başlayıb. Prezident Putin ABŞ tərəfinə Rusiyanın Azərbaycandakı Qəbələ RLS-dən birgə istifadə etmək təklifini verib. Vaşinqton bunu «maraqlı təklif» adlandırıb, işarə verib ki, yalnız öyrənildikdən sonra həmin təklifə münasibət bildiriləcək».

Şübhəsiz ki, bu məlumatda məntiqi vurğunun «*manevr*», «*birgə istifadə etmək*», «*maraqlı təklif*», «*öyrənildikdən sonra*» sözlərinin üzərinə qoyulması, yəni bu sözlərin nisbətən güclü intonasiya ilə vurğulanması informasiyanın dinləyiciyə dəqiq çatdırılmasını təmin edir. Digər tərəfdən burada məntiqi vurğu psixoloji, qavrayış cəhətdən

də dinləyiciləri özünə cəlb edir.

Musiqi və səs lövhələri müasir radionun ifadə vasitələri sistemində mühüm yer tutur. Hələ radionun ilk illərində radiorejissorlar musiqinin və səs lövhələrinin hadisənin mənasını, atmosferini və sujet xətlərini müstəqil ifadə etmək xüsusiyyətindən məharətlə bəhrələnirdilər. Amma uzun müddət həm yayım praktikasında, həm də nəzəri araşdırmalarda musiqiyə və səs lövhələrinə, yalnız sözə əlavə, yardımçı kimi münasibət bəslənilib. Elə bu səbəbdən bəziləri «efirdə musiqiyə diqqət yetirməyə dəyməz: o, fikri sözdən yayındırır» qənaətinə gəlmişdir. Məsələn, ötən əsrin 30-cu illərində Azərbaycan radiosunun formalaşmasına ciddi təsir göstərmiş Rusiya radiosunun bəzi araşdırmaçıları bu mövqeyi «tam başa düşülən» adlandıraraq, qeyd edirlər ki, əvvəla, senzura baxımından belə yanaşma salamatlıqdır (kim bilir, musiqi dinləyicidə hansı duyğuları doğuracaq); ikincisi, bu sayaq daha asan (söz və musiqini üzvi surətdə uzlaşdırmaq üçün əziyyət çəkmək, səsin obrazını tapmaq, verilişin kompozisiyası üzərində işləmək və s. lazım gəlirdi idi. Bunun nəticəsi idi ki, ilk vaxtlarda bədii verilişlərdə, radio-tamaşalara quruluş verərkən belə, səs sırasının (musiqi və küylərin qovuşuğu) əhəmiyyətinə, bədii ifadə gücünə şübhə ilə yanaşılırdı. Lakin bu proses çox uzun sürmədi.

Radio yaradıcılığının zəngin təcrübəsi göstərdi ki, bəzilərinin düşündüyü kimi musiqi və səs lövhələri radioverilişlərində təkcə fon, əlavə tərtibat elementi, müşayiətçi, yardımçı deyil, həm də ayrıca, müstəqil ifadə vasitəsidir. Məhz bu səbəbdən deyilir ki, radionun ifadə vasitələri sırasında sözlə yanaşı, musiqi və səs effektləri də vacib yer tutur. Onlar hər hansı radioəsərin ideya – məzmununun açılmasında, hadisələrin dinləyici təxəyyülündə real təcəssümündə, dinamikanın inkişafında, personajların və məkan şəraitinin «görünüb» qavranılmasında mühüm rol oynayır.

Səs lövhələrini (səs effektləri, küylər) *təbii* və *sənədli səslər* adlandıraraq iki yerə bölmək olar. Görkəmli linqvist Boduen de Kurtene təbii səsləri insandan asılı olmayan və artikulyasiya edilməyən səslər adlandırmışdır. O yazır: «Artikulyasiya edilməyən səslər daim digər səs elementlərinə keçiddən məhrum olan, dövri şəkildə təkrarlanan hay-küydən ibarətdir. Bu cür səslər, necə deyərlər, özlərini həmişə sonsuz xəttin qeyri-iradi şəklində göstərirlər. Həmin səslər qeydiyyata alınmır, insanın müdaxiləsindən asılı olmayaraq, təbiətin bir parçası sayılır» (29, s. 258). Məhz bunlar təbii səslərdir və məhz təbiətin məhsulu kimi bu səslər real hadisələri əks etdirən sənədli səslərlə birlikdə radionun orijinal ifadə vasitələrindən biri kimi özünü göstərir. Həm də bu səslər radioda prinsipcə yeni keyfiyyət

qazanaraq linqvistik-semantik səciyyəyə malik olur.

Ümumiyyətlə, hər hansı dilin əsas əlamətlərindən biri onun səslər vasitəsilə təzahür etməsidir. Bütövlükdə dil özü səslərdə hərəkət edən hava dalğalarıdır. Bu dalğalar havada bir-birinin ardınca hərəkət edərək eşitmə üzvləri vasitəsilə qəbul olunur. Bu dalğaların forma və xarakterinə görə səslər üç yerə ayrılır: 1) səs zərbələri (səs dalğaları); 2) gurultular; 3) musiqili səslər və ya tonlar.

Radionun akustik təbiəti bu səslərin hamısını canlandırmağa və öz ifadə vasitəsi kimi onlardan məqsədyönlü şəkildə istifadə etməyə qadirdir. Doğrudur, bu səslərin müəyyən qismindən teatr, kino, televiziya da istifadə edir. Lakin onlar bu səs effektlərinə yalnız hər hansı bir təsvirin müşayiətçisi kimi yanaşır. Radio üçün isə bu zəngin səslər palitrası məkan və situasiyanın hərəkət və xarakterinin orijinal ifadə vasitəsidir. Məhz bu səslərin köməyi ilə radioda (xüsusən radio sənətində, radioteatrda və s.) heç bir sənət sahəsində ifadəsi mümkün olmayan hadisələr «təsvir» edilir və bu hadisələr üçün qeyri-adi məkan effekti yaradılır. Çünki radionun səslər dünyasının reallığı dinləyici fantaziyasının yalnız obyektiv informasiya ilə qidalanmasını təmin etmir, həm də onu inandırır və beləliklə də, hər bir dinləyicinin özü üçün fərdi məkan ,təsəvvürü yaradır. Məhz bu anda insan nitqi (söz), musiqi və səs effektləri radionun vahid bədii strukturu kimi çıxış edir, eyni zamanda bu üç ifadə vasitəsinin hər biri konkret funksiya daşıyır. Əgər söz, bütövlükdə ideyaların aparıcısı kimi məzmunu ifadə edirsə, musiqi və səs effektləri bu vəzifənin həyata keçirilməsində bəzən sözə yardımçı olur, bəzən də (konkret məqamlarda) onun ekvivalenti səviyyəsinə yüksələ bilir.

Radioda hər hansı səs elementinin mexaniki şəkildə efirə gətirilməsi radio sənətinin estetik təbiətinə ziddir. Bu, həm də onunla bağlıdır ki, radioda hər bir kiçik səs belə dinləyici diqqətini əsas məzmundan yayındıra bilir. Burada hər bir səs effektinin müəyyən semantik və informativ yükü olmalıdır. Danışıqla səsin paralel işlədilməsinə nadir hallarda yol verilir. Elə buna görə də radioda səsə xüsusi tələblə yanaşılır, hadisələrin inkişafına xidmət etməyən və «estetik yükü olmayan hər hansı səs radiosənətinin səs formasının üzvi elementi deyildir... Dramaturji mətni mexaniki şəkildə illüstrasiya etməyin, «akustik dekorasiyalar» yaratmağın (bunlar kinoda, səhnədə və televiziya teatrında labüddür); personajların daxili aləmini ifadə etməyin heç bir konkret emosional və bədii əhəmiyyəti yoxdur» (37, s. 148). Əlbəttə, bu heç də o demək deyil ki, radioda səslər süni şəkildə yaradılmalı və onların istifadəsi yalnız reportajın (yaxud radio-tamaşanın) kompozisiyasına və yaxud onun məzmununa uyğun gəldikdə özünü doğrultmalıdır. Söhbət ondan gedir ki, radioda səs

effektləri təsvirçi və müşayiətçi funksiyasından daha çox müəyyən linqvistik əhəmiyyət kəsb etməlidir. Əgər kinoda güclü küləyin əsməsini, yaxud yağış yağmasını əks etdirən epizod göstərilirsə, onların dolğunluğuna nail olmaq üçün hökmən ekranda təsviri müşayiət edən səs effektləri (külək səsi, göy gurultusu və yağış səsi) canlandırılmalıdır. Lakin radiotamaşada yağış səsi verilirsə, artıq bu məqamda onun sözlə ifadəsinə ehtiyac qalmır və burada səs effektinin işlənməsi söz vasitəsilə təsvir yaradılması zərurətini minimuma endirir. Məhz bu mənada demək olar ki, radioda səs effektləri sözün ekvivalenti kimi çıxış edə bilir.

Bütün bu deyilənlər eyni dərəcədə küylərə, yəni studiyada imitasiya edilən və ya gerçək (əvvəlcədən plyonkaya yazılmış) səslərə də aiddir. Küylər məna və süjet yükü də daşıya bilər. Bir qayda olaraq ədəbiyyatlarda bu səslər *təsviri küylər* anlayışı ilə ifadə olunur. Adətən, hadisə yerini sözlə yox, səslərlə «təsvir etmək» imkanını vurğulamaq istəyərkən bu anlayışı işlədirlər. Amma bu termini elə dəqiq işlətmək lazımdır ki, o, küylərin məzmunu barədə təsəvvürləri çox bəsitləşdirməsin.

Küylərdən danışarkən bunu da demək vacibdir ki, yerində işlədilən və düzgün tapılmış səs lövhəsi hər hansı söz və şərh olmadan da böyük informasiya təsirinə malik tam müstəqil məqam ola bilər. Buna ən parlaq nümunələrdən biri kimi 1941 – 1944-cü illərdə Leninqradın mühasirəsi günlərində metronomdan istifadə edilməsi göstərilir. Çətin mühasirədə yaşayan şəhərin radiosunda metronomla (musiqi səsləndirmək üçün vahid ritmdə işləyən mexaniki cihaz) musiqi verilirdi. Yəni sabit bir vaxtda metronom işə salınır və uzun saatlar boyu bütün dünyaya səslənirdi. Onu çox diqqətlə dinləyir, ritmini izləyir, həmin cihazın taqqıltısının kəsilib-kəsilmədiyinə qulaq verirdilər. Böyük Britaniyanın baş naziri, antihitler koalisiyasının rəhbərlərindən biri olan Uinston Çörçill yataq otağında və kabinetində Leninqrad dalğasına köklənmiş radioqəbuledici saxlayar, tez-tez onu açıb Neva üzərindəki şəhərdən metronomun səsinin efirdə eşidilib-eşidilmədiyini yoxlayardı. Çünki motronomun taqqıltısı o demək idi ki, şəhərdə elektrik enerjisi var, deməli, hərbi texnikanı təmir edən zavodlar işləyə bilir; çörək zavodları çalışır, şəhər ordunun, heç olmasa, ən kiçik ehtiyaclarını təmin edərək yaşayır, deməli, Qızıl Ordunun hissələri almanları Leninqradın hüdudlarında saxlamaqda davam edir; həyat və mühasirə şəraitindəki mümkün olan iş davam edir, deməli, şəhər bu gün də faşistlərə təslim edilməyib (48; 50; 51).

Müasir radiostansiyalarda, xüsusən bədii verilişlərdə yeni texnologiyaya əsaslanan «səs montajı» (küy tərtibatını belə adlandırırlar) gerçəkləşdirilir. Otaqlarda qulaqcıq taxmış texniklər və

redaktorlar reproduktorlardan ayrılmırlar. Onlar mikrofondan kibrit alışdırılması və toqnal çırtıltısını, atəş səsi və at ayaqlarının tappıltısını, buz xırçıltısı və papiros sümürülməsini, yaxınlaşan qatarın səsini və bir sıra daha kövrək və zərif, hətta qulaqla yaxşı sezilməyən səsləri ötürmək kimi tapşırıqları yerinə yetirirlər.

Radio materialının təqdimatında səs lövhələri ilə yanaşı, musiqi də müstəqil element kimi çıxış edir. Yəni materialın bədii təşkili prosesində musiqi də verilən semantik informasiya sayəsində süjet konstruksiyasının müstəqil hissəsi kimi təmsil oluna bilir. Bu zaman bir sıra hallarda musiqili fraqmentlər və küylər məntiqi təsdiqin sinonimlərinə çevrilir. Məsələn, veriliş başlıqları, populyar radio çağırtıları buna parlaq nümunə ola bilər. Tutaq ki, «Axşam görüşləri» radio proqramının çağırış musiqisi efirə verilir, unudulmaz Şövkət Ələkbərovanın ifasında eyniadlı və çox məşhur fraza efirdə səslənir. Aparıcı Rafael Hüseynov proqramı məharətlə idarə edir və axırda, təxminən yarım saat sonra həmin melodiya efirdə yenə səslənir. Bu melodiyanın bitməsi ilə yeni musiqinin – xəbər başlığının səslənməsi «İndi də xəbərləri dinləyin» elanı ilə ekvivalentdir. Beləliklə, musiqi sözün rolunu yerinə yetirir və bu, dinləyicinin şüurunda artıq müvafiq kodun işə düşməsi nəticəsində baş verir. Məhz musiqinin bu gücünə görə unudulmaz Müslüm Maqomayev radioda bədii rəhbər olduğu illərdə musiqinin əhəmiyyətindən, musiqili verilişlərin daha asan qavranılmasından (41, s. 158) bəhs edir, görkəmli rejissor, radio üçün misilsiz tamaşalar hazırlamış V.E.Meyerxold isə «rejissor musiqiçi deyilsə, o, əsl tamaşa yarada bilməz» (45, s. 156) deyirdi.

Psixoloqlar həm nəzəri, həm də eksperimentlər aparmaq yolu ilə çoxdan sübut ediblər ki, musiqidəki semantik informasiyanın həcmi söylənilən məkanı və situasiyanı səs cizgiləri ilə verən xəbərin məzmununa, demək olar ki, bərabərdir. Musiqi, həmçinin dramaturji xətti melodik fraqmentin assosiativ istifadə hesabına gücləndirə bilər.

20-ci əsrin görkəmli dirijoru və musiqişünası L.Stokovski musiqi sənətinin təbiəti haqqında monoqrafiyasının bir fəslini belə adlandırmışdı: «Bütün səslər musiqiyə çevrilə bilər». Bu və ya digər təbiət, ya da sivilizasiya təzahürlərinə uyğun gələn müxtəlif küylərin – okean dalğalarının nəriltisini, çay ləpələrinin qıjıltısını, küləyin vıyıltısını, çalışan dəzgahların gurultusunu, yarpaq xışıltısını, at tappıltısını, avtomobil motorlarının uğultusunu, sakit göldə üzən qayıq avarlarından süzülən damcıların şırıltısını və s. və i.a. çalar boyasını və ritm strukturunu nəzərdən keçirən Stokovski israr edir ki, insanın qarşılaşdığı bütün küylərin «özünəməxsus ritmik pulsasiyası var və çox zaman onlar özünəməxsus musiqi anlamı qazanır».

Bu fikir radio jurnalistikasında və radio sənətində «art-akustika»

adlandırılan müstəqil və çox maraqlı istiqamətin təməlini qoydu. Onlar bizim gerçək həyatda qarşılaşdığımız və ya müəyyən tarixi şəraiti assosiativ olaraq bərpa edən bütün mümkün küylərdən istifadə edilən süjetli verilişlərdir.

Deyilənlərdən bu qənaətə gəlmək olar ki, radio verilişinin strukturunda musiqi və səs lövhələri kompozisiyanın həm müstəqil, həm də bir-birinə və sözə bərabər elementləri kimi çıxış edə bilərlər. Onlar sözün çatdırdığı ideya-estetik informasiyanı dəqiqləşdirməyə, artırmağa və inkişaf etdirməyə, süjetin irəliləməsindən ötrü zəruri olan məntiqi və emosional yükü daşımağa qabildirlər. Buna görə də ötən əsrin 50-70-ci illərində formalaşmış «verilişin musiqi (yaxud səs) tərtibatı» termini prinsipial baxımdan düzgün deyil: radioxəbərin tam musiqi və səs baxımından həlli barədə danışmaq daha düzgündür.

Əgər verilişin strukturunda musiqi və səs lövhələri sözü, nitqi (insan danışığını) əvəz edirsə, daha çox aşağıdakı funksiyaları yerinə yetirmiş olur:

1. *Hadisənin baş verdiyi məkan və şərait haqqında təsəvvür yaratmaq.* Məsələn, hansısa kütləvi tədbirdən (mitinq, piket, idman və ya kütləvi konsert) olan reportajda hay-küy, qışqırıqlar və kütlənin artıb-azalan uğultusu ona işarədir ki, hadisə kütləvi yerdə baş verir, yəni müxbirə hadisə yerini təsvir etməkdən ötru vaxt itirmək və söz axtarmaq vacib deyil. Ya da başqa bir nümunə: gəmi fiti və ləpələrin səsi dənizə və limana işarədir. Məsələn, Göygöl qoruğundan hazırlanmış reportaja məşhur «Göygöl» mahnısının melodiyası başlanğıc ola bilər.

2. *Hərəkət və hadisələrin bir-birinə bağlılığını, həmçinin bir epizoddan (məkan və şəraitin dəyişikliyi) başqasına keçidi bildirmək.* Müasir reportaj, efir hazırlığının son mərhələsini, bir qayda olaraq, montaj otağında keçir, reportyor çox vaxt müxtəlif yerlərdə və ayrı-ayrı vaxtlarda yazılmış fraqmentləri (epizodları) reportajın kompozisiyasına daxil edir. Musiqi dinləyiciyə bu kompozisiyanı daha dəqiq və rahat anlamaqda kömək etməlidir.

3. *Hadisə iştirakçılarının və ya jurnalistin özünün psixoloji-emosional ovqatını ifadə etmək.* Həm ictimai-siyasi, həm informasiya verilişlərində, həm də bədii proqramlarda geniş tətbiq edilən musiqi səs tamı ilə yanaşı danışanın «emosional cizgilərini» dəqiqliklə cızır.

4. *Təsvir edilən hadisə və hərəkətin emosional xarakterini bildirmək.* Səs elementlərinin dəqiq qovuşuğu hadisənin atmosferini tamlığı ilə yenidən canlandırmağa imkan verir. Nümunə kimi Şuşanın işğalından sonra yaşanan faciəni jurnalistin bircə kəlmə işlətmədən, yalnız lentə alınmış səslər, fəryad və qışqırıqlar, musiqi və ayrı-ayrı replikaların vasitəsilə təsvir etdiyi reportajı göstərmək olar. Bu halda

musiqi və küylər sözdən daha effektli təsir bağışlayır.

5. *Nitq elementlərinin (monoloq, dialoq, daxili monoloq), danışığın emosionallığını, təsir gücünü artırmaq.* Bəzən təhkiyə, yaxud konkret situasiyadakı dialoq musiqi və küylərin köməyi ilə daha böyük effekt qazanır. Məsələn, qaçqın düşərgəsindən verilən reportajda yaşlı qadının yurd həsrəti, yaxud balaca uşağın gələcək arzuları barədə söhbətlər musiqi və küylərlə daha təsirli məzmun alır.

Göründüyü kimi, radionun güclü ifadə vasitəsi olan səs lövhələri və musiqidən məqsədyönlü istifadə bacarığı müəyyən sənət duyumu tələb edir. Məhz bu yerdə radio jurnalistikası ilə radio sənətinin (radioteatr, radiofilm və s.) qarşılıqlı təsiri barədə danışmaq lazım gəlir. Radio jurnalistlərinin indi diqqət yetirdiyi obrazlı, ifadəli səs axtarışı vaxtilə teatrdan və kinematoqrafdan radio studiyasına gəlib və daha çox radio sənətinin inkişafına böyük təsir göstərib. Öz növbəsində onların bu sahənin inkişafı, xüsusən yaradıcılıq eksperimentləri və tapıntıları təcrübəli reportyor və radio publisistlərinin istifadə etdiyi priyomların sırasını zənginləşdirib. Ona görə də hazırda hər hansı radio verilişinin məna və estetik təsir ölçüsü onun intonasiya strukturunun tamlığından, bütün səs elementlərinin – söz, musiqi və küylərin nisbətindəki dəqiqlikdən əhəmiyyətli dərəcədə asılıdır.

Biz ifadə vasitələrinin birinci qrupunu ona görə formayaradıcı adlandırırıq ki, sadaladığımız elementlərin qovuşuğu radio verilişinin forma və janrını yaradır, əlverişlii kompozisiya aksentlərini diktə edir və nəticədə dolğun radio verilişinin yaradılmasına gətirib çıxarır.

b) üslubyaradıcı vasitələr

Əsas ifadə vasitələrindən fərqli olaraq, radionun yardımçı vasitələr qrupuna daxil olan elementləri çevik və dəyişkəndir, yəni daha çox jurnalistin məqsədindən və seçimindən, eləcə də işlənmə məqamından asılı olaraq, bu ifadə vasitələrin kəmiyyət və keyfiyyətcə dəyişə bilər. Amma bütün hallarda verilişin üslubu, materialın jurnalist təfsirinin fərdi çatım xüsusiyyətləri, söhbətin ritmi və s. məhz bu yardımçı ifadə vasitələrinin köməyi ilə formalaşır ki, biz bunları *üslubyaradıcı vasitələr* adlandırırıq. Həmin ifadə vasitələri qrupunu nəzərdən keçirərkən, biz, sadədən mürəkkəbə doğru, sırf sadə texniki priyomlardan mürəkkəbləşdirilmiş təfəkkür üslublarına, emosiyalar kompleksinə doğru gedərək, hər şeydən əvvəl, efirdə səsin yaranışının spesifik xüsusiyyətlərini ayırd edəcəyik. Əvvəlcədən deyək ki, aşağıda nəzərdən keçirəcəyimiz bu vasitələr səsyazma və montaj texnologiyası prosesində yaranaraq yaradıcılığa tətbiq olunur.

Reverberasiya – səs mənbəyinin təsiri dayandırıldıqdan sonra

başlayan və səs enerjisinin udulması nəticəsində səslənmənin tədricən enməsidir. Səsyazma prosesini idarə edən pultun köməyilə yaradılan reverberasiyanın köməyi ilə jurnalist həm insan səsinin, həm də hadisəni müşayiət edən küylərin səslənişinə *əlavə həcm*, «əks-səda» (exo) effekti verə bilər. İstər danışığın, istərsə də musiqi səslənməsinin keyfiyyətinə təsir edən bu üsuldan çox zaman dinləyicinin diqqətini personajın çıxışına, jurnalistin hər hansı bir cümləsinə və ya hadisənin səs detalına yönəltməkdən ötrü istifadə edilir. Məsələn, 37-ci ilin amansız repressiyasına məruz qalmış incə ruhlu şair M.Müşfiqin həlak olmasının ildönümünə həsr edilmiş reportajda bu faciəli hadisə ilə maraqlı üsuldan istifadə edilmişdi. Müxbir M.Müşfiqin saxlanıldığı kameradakı krandan damcılayan suyun səsini yazmış, sonra da montaj zamanı həmin səsi reverberatordan və səsgücləndiricidən keçirmişdi. Heyrətamiz bir effekt alınmışdı: dəmir su çanağına düşən damlalar əvvəlcə saat, vaxt hesabı kimi, sonra isə böyük şairin həyatına son qoyan atəş səsi, tale zərbəsi kimi səslənmişdi. Nəticədə dinləyicini duyğulandıran olduqca güclü effekt alınmışdı.

Səs mizanı – mikrofonun efirdə haqqında söhbət açılan hadisə iştirakçılarına münasibətdə vəziyyətidir. Mikrofonu elə quraşdırmaq olar ki, hamının səsi eyni səviyyədə eşidilsin, mikrofonu əldən-ələ ötürmək də, həmçinin işləyən mexanizmə (tutaq ki, traktorun və ya avtomobilin motoruna və s.) yaxınlaşdırmaq və ondan uzaqlaşdırmaqla ən səs-küylü məkanda baş verən hadisədə iştirak effekti yaratmaq olar. Amma mikrofon üçün elə bir yer də seçmək olar ki, hansısa bir səs, yaxud kiminsə çıxışı kinodakı iri planda olduğu kimi, ön səs planına çıxsın. Bax, elə bu zaman həmin küy və ya səs verilişin süjetli, mənalı və emosional özəyinə çevrilir.

Azərbaycan efirində xüsusən «Azadlıq» radiosunun verilişlərində tez-tez istifadə olunur. Məsələn, ilk dəfə marşruta çıxan hava laynerinin uçuşuna həsr olunmuş radioreportajda, ölkənin Qərb istiqamətinə gedən sərnişin qatarından reportajda, mitinqlərdən, çökmüş binadan bəhs edən materiallarda jurnalistlər səs mizanından uğurla istifadə etmişlər.

Səs qrimi – radio jurnalistikasının radio teatrından əxz elədiyi ifadə vasitələrindən biridir. Bu vasitə jurnalistin nitqinə hadisənin atmosferini çatdıran emosional boyalar və ritm xüsusiyyətləri gətirir. Məsələn, avtomobil yarışları barədə reportajlar müxtəlif variantlarda ola bilər. Tutaq ki, birinci variantda şərhçi kabinəsindəki kresloda yerini rahatlayıb yolda nələrin baş verdiyini, bu və ya digər yarış iştirakçısının hansı səhv etdiyini sakit, eyni tonlu səslə söyləməklə reportaj aparır. Amma finişə doğru şütüyən və həyatla ölüm arasında mübarizə aparan sürücüləri hər saniyə qəza ilə üzləşdirən həmin

maşınlardan birinə minib oradan da efirə çıxmaq olar. İkinci variantda jurnalistin nitqi qırıq-qırıq, çox emosional və gərgin olur... Əlbəttə, bu, reportyordan müəyyən aktyor qabiliyyəti tələb edir, ya da ki, o, rahat şərhçi kreslosundan qalxmadan özünü yarış maşınının sükanı arxasında, ya da futbol meydançasındakı hücumun içində hiss etməlidir ki, oyunun ovqatını dinləyiciyə çatdırmağı bacarsın. Məsələn, idman şərhçisi Nikolay Ozerov (Moskva Bədaye Teatrının aktyoru idi) futboldan, yaxud xokkeydən elə reportaj aparırdı ki, sanki özü də bilavasitə hadisənin iştirakçısı idi.

Radio jurnalistikasının üslubyaradıcı ifadə vasitələri qrupunda əsas yer **montaj**a (fr. *montage* – «yığma» mənasını verir) məxsusdur. Kinoda və televiziyada da audiovizual materialın əsas təşkili vasitəsi olan montajın radioda dolğun səs mənzərəsinin yaradılmasında xüsusi önəmi vardır.

Montaj texnoloji vasitə kimi radioda verilişlərin əvvəlcədən yazılışı şəraitində peyda olub. Amma bu, o demək deyil ki, canlı yayımda montajdan ifadə vasitəsi kimi istifadə edilməyib. Çünki artıq montajın yaradıcı gücünə bələd olmuş rejissorlar canlı efirdə də ondan faydalana bilirdilər. Montaj kompozisiyanın özünəməxsus forması kimi qavranıldığından verilişin ayrı-ayrı hissələri lentdə yox, birbaşa efirdə bir-birinə calanırdı.

Çox dəqiq işlənib hazırlanmış rejissor partiturası mövcud idi. Həmin partiturada göstərilirdi ki, jurnalist neçənci dəqiqədə öz qonağına sual verəcək, neçənci saniyədə elə həmin studiyadakı orkestr çalmağa başlayacaq və neçənci dəqidədə dinləyicini inandırmaqdan ötrü qütb küləyinin imitatoru işə salınacaq... Bütün bunlar bəzən hətta əsas qəhrəmanın, əsl qütb fatehinin iştirakı ilə məşq edilir, sonra efirdə təkrarlanırdı. Bu üsulla təsirli səs mənzərəsi yaradılır və radionun texnoloji nailiyyətləri nümayiş etdirilirdi. Amma əslində bu, daha çox montaj prosesinin imitasiyası idi, radio jurnalistikasının prinsipcə yeni inkişaf mərhələsi, o cümlədən montajın üslubyaradıcı imkanlarının üzə çıxması səsyazmanın kütləvi tətbiqi ilə başladı.

Maqnitofondə səs yazılışının tətbiqi bilavasitə (canlı) yayımdan əvvəl verilişin yazılması demək idi ki, bu da radio jurnalistikasının qarşısında yeni imkanlar açdı. Radio-xəbərin maqnifoton lentinə əvvəlcədən yazılması ona yeni keyfiyyət xarakteristikası verərək, radionun estetik təbiətini, materialların təqdimat formalarını və dinləyiciyə təsir imkanlarını dəyişdi. Bu dəyişiklik hər şeydən əvvəl, zamanın və məkanın radio-xəbər strukturunda necə əks etdirilməsinə aid idi. Hadisənin baş verdiyi məqamla onun efirə verildiyi zamanın üst-üstə düşdüyü reportajlarda yeni imkanlar üzə çıxdı. Bu reportajlarda əvvəlcədən lentə yazılmış səs materiallarından geniş

istifadəyə imkanlar yarandı. Digər tərəfdən belə reportajların özünü lentə yazmaq təcrübəsi formalaşmağa başladı. Çünki lentə yazılmış reportajda vaxtı dinləyicinin şüurunda qısaltmaq və ya uzatmaq, yəni səs mənzərəsinin montaj növbələşməsi ilə dinləyicini gerçək zaman axınından ayırmaq imkanı yaranırdı. Səs mənzərəsinin montaj növbələşməsi dinləyicini gerçək məkandan da eyni dərəcədə ayırmağa imkan verirdi. Çünki plyonkaya yazılmış radio-xəbərin montajı zamanı «gerçəkləşən» hadisənin qavrayışı prosesində məkanının yerdəyişməsi dinləyicinin təxəyyülündə hər hansı konkret ərazinin hüdudları ilə məhdudlaşmayan şərti məkanı yaradırdı. Əslində elə indi də informasiyanın qəbul edilməsində bu sayaq zaman və məkan irəliləyişləri gerçəkliyin fəlsəfi anlamını dərinləşdirir ki, bu da son nəticədə veriliş müəllifinin əsas məqsədlərindən biri sayılır.

Əlbəttə, montaj imkanlarının yaratdığı zamanın və məkanın lay-lay bölünməsi, konkret şəraitdə onların birinin digərinə transformasiyası təkcə radionun hünəri deyil. Bu, ədəbiyyatda da, teatrda da, kinoda da kifayət qədər adi haldır. Lakin məhz radio üçün məkan və zaman transformasiyası xüsusilə məhduddur, çünki bizim düşüncəmizin özü sürətli montaj etməyi bacarır, o, hər hansı vizual hərəkətdən daha çox montaj edəndir.

Radio şərti zaman və məkan yaradılması üsulu kimi montaj prinsipini müasir incəsənət və kütləvi kommunikasiya vasitələrinin elimi-texniki təchizatının tarixi ardıcıllığı üzündən teatr və kinematoqrafdan əxz edib. Bununla yanaşı, yaradıcı texnologiya üsulunu mənimsəyən radio həmin yeni texnologiyanın özü ilə daşıdığı estetik qanunauyğunluqları qəbul etməyə bilməzdi.

Teatr və kino öz təbiətinə görə şərtidir, çünki real gerçəkliyin özünü yox, yalnız onun obrazlardakı əksini təqdim edir. Teatrda və kinoda şərtilikdən imtina həyat təzahürlərinin mexaniki əksinə, naturalizmə gətirib çıxarır. Eyni şey radioda da baş verir, çünki burada da biz real gerçəkliyi deyil, onu xarakterizə edən səsləri eşidirik. Bu möqvedən biz səsyazmanın meydana çıxmasını həyatın səs gerçəkliyinin həqiqi formalarında nümayiş imkanı kimi yox, daha çox həyat təzahürlərinin səs obrazlarında dərk edilməsi və ümumiləşdirilməsi üçün nəzərdən keçiririk.

Veriliş üzərində iş prosesi zamanı müəllif çox vaxt məhz konkret radio-xəbərin emosional mühitini formalaşdıran başlanğıca çevrilməyə qabil olan üslubyaradıcı vasitələrə müraciət edir. Bu baxımdan **akustik montaj** böyük imkanlar yaradır. Radio-xəbərin ayrı-ayrı səs elementlərinin və səs fraqmentlərini plyonkada tam kompozisiya kimi birləşdirilməsi maraqlı texniki prosesdir, akustik montaj dedikdə isə biz məzmun və səs strukturunun qarşılıqlı əlaqə

sistemini – dramatik konstruksiya funksiyasını yerinə yetirən sistemi başa düşməliyik.

Montaj, hər şeydən əvvəl, müəllifin ideoloji və estetik mövqelərinin ifadəsi, onun bədii təfəkkürünün, gerçəkliyin yaradıcı anlamının metodudur. Bununla əlaqədar qeyd etmək lazımdır ki, maqnitofon lentinə yazılmış bu və ya digər həyat epizodunun məğzi montaj kontekstindən asılı olaraq kökündən dəyişilə bilər.

Biz, ənənəvi, daha sadə və görünür, elə buna görə də praktikada daha tez-tez rast gəlinən montaj növü ilə – zaman və məkanına görə müxtəlif olan haidəsələrin, əsasən, müəllifin istəyindən asılı olaraq birləşdirildiyi **paralel montaj**dan söhbət açırıq; özlüyündə səs fraqmentlərinin radio-xəbərin hörgüsünə daxiledilmə ardıcıllığı baxımından direktiv gücü yoxdur.

Bu mənada Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft kəmərinin açılışına (iyul, 2006) həsr edilmiş reportajı nümunə gətirmək olar. Reportaj üçün real vaxt, yəni «Beşdəqiqəlik hazırlıq elan edilir» əmri verilən andan dövlət başçılarının hadisə yerinə gəlməsi barədə məlumat çatdırılanadək keçəcək vaxt qədər zaman ayrılmışdı. Bu nümunədə jurnalistə efir üçün 15 dəqiqə vaxt ayrılmışdı. O, əvvəlcədən hazırladığı 5 səs fraqmentini – toplantı iştirakçıları ilə söhbəti, ABŞ, Azərbaycan və Türkiyə rəsmləri ilə müsahibəni, kəmərin çəkilişi ilə bağlı sənədli lent yazısını və başqa fraqmentləri özü ilə hadisə yerinə – terminala gətirmişdi. Reportajın gedişi boyu (veriliş birbaşa efirə getmirdi, lentə yazılırdı, lakin müxbirin iş şəraiti birbaşa yayım zamanındakı ilə eyni idi) jurnalist həmin yazılışları öz söhbətinə daxil edirdi. Bu zaman o, bir neçə maqnitofondan bu və ya digər lentin səsləndirilmə ardıcıllığını yerindəcə, intuitiv, Ceyhan terminalındakı situasiyadan asılı olaraq, müəyyən edirdi. Nəticədə əvvəlcədən hazrlanmış beş lent yazısından hamısı reportaja daxil edildi və hətta bir lent yazısı təkrar səsləndirildi.

Paralel akustik montaj səs-montaj cümləsinin dəqiq qurulmasını tələb etmir. Ondan fərqli olaraq **ardıcıl montaj** müstəqilliyini və ona xas olan daxili məntiqini, bütün radio-xəbər kontekstindən kənarda qoruyan, dəqiq inkişaf edən, dolğun məna və bitkin emosional səs fraqmentinin qurulmasından ibarətdir. Radio səs-montaj cümləsinin oxşarı kimi kinematoqrafik struktur vahidi olan epizodu göstərə bilərik.

Kinematoqrafda montaj cümləsi montaj elementlərindən ibarət olub, onların tamamlanmış formada növbələşməsini təqdim edir. Həmin elementlərin hər biri müstəqil kadrdır. Məsələn, qadın siması, qatar, ağlayan uşaq, vaqonun pəncərəsindən görünən kişi vücudu, küləyin əydiyi ağaclar – bütün bu kadrlar, ritmik növbələşərək montaj cümləsində yığılır. Göründüyü kimi, belə montaj cümləsi özlüyündə: a) ssenari epizodunu təqdim edə; b) bu ssenari epizoduna onun bir

hissəsi kimi daxil ola; c) ayrı-ayrı kadrların növbələşmə ardıcıllığından asılı olaraq bir neçə ssenari epizodunu özündə birləşdirə bilər.

Radioda dramatik kompozisiyanın yaradılmasında bir üslub-yaradıcı vasitə kimi **akustik kollaj** (yəni fərqli xassəli səs elementlərinin birləşməsi) metodu da vacib rol oynayır. Hələ ötən əsrin 60-cı illərinin ortalarından bu metod radio jurnalistikasında mövqeyini möhkəmlədərək, dinləyiciyə emosional təsir vasitələrindən birinə çevrildi. Çünki akustik kollaj dinləyicinin təxəyyülündə geniş assosiasiyalar doğurmaq üçün maksimum əlverişli şərait yaradırdı. Kollaj radio jurnalistikasına teatrdan və kinematoqrafdan gəlib. Həmin sahələrdə kollaj «gerçəkliyin sintetik dərk edilməsi məqsədilə şüar, sitat, portret, qəzet kəsikləri, fotoların, çəkilişlərin işçi məqamları, telemüsahibə bənzətmələri və oyun səhnələrinin... heyrətamiz qovuşuğu» deməkdir.

Əgər konkret hadisədə əksini tapan bütöv hadisələr kompleksi barədə ümumiləşdirilmiş (bəzən isə simvolikayadək artmış) sosial-fəlsəfi təqdimat barədə yox, maddi təzahürlərin faktoqrafik əksi haqqında söhbət getsəydi, sadalanan bütün komponentlərin vizual sıradan kənarda əksi səs qarışıqlığına və fonetik mənasızlığa gətirib çıxara bilərdi. Bu, akustik kollaj nəticəsində peyda olmuş yeni vahid gerçəklik, kommunikatorun fəlsəfi, estetik və etik görüşlərinin bitkin ifadəsidir.

Radiojurnalistikanın ifadə vasitələri sistemini təşkil edən həm formayaradıcı (söz, musiqi, küylər), həm də üslubyaradıcı (reverberasiya, səs mizanı, səs qrimi, montaj) elementlərinin öyrənilməsi, ilk növbədə, jurnalistə və rejissor, aparıcılar, o cümlədən radio üçün yazan hər kəs üçün vacibdir. Hər bir veriliş məhz bu «tikinti materialları» sayəsində ərsəyə gəldiyindən taleyini radio ilə bağlamış hər bir yaradıcı şəxs bu materialların səciyyəsini yaxşı bilməli və onlardan yerli-yerində istifadə etməyi bacarmalıdır.

Radionun öz dili varmı?

Radio dili funksiya və struktur baxımından «kütləvi kommunikasiya dili» olmaq etibarilə insan və cəmiyyət həyatının ən müxtəlif sahələrini əhatə edir. Buna görə də onun müxtəlif nitq formaları həm siyasətçilərdə, həm sosioloqlarda, həm də psixoloqlarda xüsusi maraq doğurur. Təbii ki, bu nitq formaları dilçilərin də diqqətini cəlb edir. Radionun dil və üslubundan bəhs edən xüsusi tədqiqatların azlığına baxmayaraq, bu əsərlər təbliğati publisistika cizgiləri ilə lirik reportaj üslubunun, pakет dinamikası ilə bədii nəsr axıcılığının

birləşdiyi çoxplanlı və mürəkkəb nitq janrının linqvistik səciyyəsini açıb göstərir.

Şübhəsiz ki, radio dili hansısa müstəqil sistem təşkil edən qapalı və bütöv bir məfhum deyil. Məhz radionun qarşısında duran vəzifələrin gerçəkləşdirilməsi üsuluna görə müxtəlif verilişlərin formaca və dil ifadəsi baxımından fərqləri də böyükdür. Lakin onların hamısı bizim «radionun özəl dili» adlandırdığımız ifadədə birləşərək özünəməxsus fərqli dil-işarə sistemini əks etdirir.

Radio dilinin özünəməxsusluğunu iki amil şərtləndirir: birincisi, radionun spesifik təbiətindən irəli gələn, onu digər kommunikasiya vasitələrindən fərqləndirən ümumi cəhətlər, ikincisi, konkret janrlarda (xəbər, müsahibə, reportaj və s.) özünü büruzə verən spesifik dil və nitq hadisələri.

Radio dilinə xas olan ümumi cəhətlər dedikdə: a) onun yazılı deyil, məhz səsli şəkildə (akustiklik) mövcud olması; b) birbaşa dinləyiciyə yönəlməsini (nitq ünsiyyətinin birtipliliyi); c) danışanın qulaq asandan xeyli uzaqda olması (məsafəlilik); ç) danışığın baş verdiyi andaca dinlənilməsi (sinxronluq); d) dinləmə və qavrama şəraitinin, əsasən, fərdi olmasını (fərdilik) nəzərdə tutmaq lazımdır (36, s. 40-42). Əlbəttə, radionun üstünlüklərinin dilə də şamil edilməsi (səsli sözün üstünlükləri, onun estetik cəhətləri, emosional təsiri və s.), eyni zamanda çatışmayan cəhətlərinin (danışanın görünməməsi, qavrama tempinin zəifliyi, deyilənin tez keçiciliyi və s.), bütövlükdə onun «dil xüsusiyyətləri»nin ayağına yazılması faktı da mövcuddur.

Radiodan kütləvi kommunikasiya vasitəsi kimi istifadə edən jurnalistlər dinləyici ilə «ümumi dil» tapmağa çalışırlar. Buna görə də diapazonu geniş olan müxtəlif janrlardan və onlara uyğun dil-üslub, intonasiya çalarlarından bəhrələnirlər. Məsələn, xəbərin, xronikanın çevik dili şərh dilindən, yaxud hər hansı yenilik barədə müsahibə verən məmurun nitqi uşaq verilişinin dilindən xeyli fərqlənir. Beləliklə, hər bir janrın spesifikliyi radionun əvvəldə sadaladığımız ümumi cəhətləri ilə birləşərək, bütövlükdə orijinal dil-üslub sistemini əhatə edən «radio dili» məfhumunu yaradır. İndiyədək hamının yekdilliklə qəbul edə biləcəyi ümumi «radio dili» nəzəriyyəsi yoxdur. Radioda mövcud olan janr və formaların sistemi, təyinatı, məzmunu, eləcə də proqram tiplərinin estetikası və effektivliyi haqqında da birmənalı təsəvvür yaranmayıb. Məhz elə bu səbəblərdən radio verilişlərinin dili sadə, aydın, anlaşıqlı, obrazlı, mənalı, parlaq olmalıdır» tipli, ya da yayğın və hətta konkret olduqda belə çox vaxt qeyri-inandırıcı, bəzən də zərərli məsləhətlər verilir.

Verilişin növündən (məzmununa, istiqamətinə və s. görə) asılı olmayaraq, təkcə radio ilə səslənməsi onu «kütləvi kommunikasi-

ya»nın digər sahələrindən fərqləndirən dil xüsusiyyətlərini şərtləndirir. Həmin xüsusiyyətlər, məsələn, radio verilişinin mətnində çətin tələffüz edilən səs birləşmələrinin arzuolunmazlığında, yaxud həddindən artıq mürəkkəb dil konstruksiyalarının intonasiyanı pozması və tələffüzü çətinləşdirməsindədir. Radio verilişində deyilən cümlə qəzet xəbərində yazılan cümlədən və ya reportaj cümləsindən daha səlis olmalıdır: çünki efirdə səslənən hər hansı fikri təkrar etmək, başa düşülməyən yerlərə aydınlıq gətirmək, onu «yenidən oxumaq» mümkün deyil. Həm sözlərin seçilməsinə, həm də onların mirvari kimi sapa düzülərək bütöv cümlələr qurulmasına xüsusi tələbkarlıq da məhz buradan irəli gəlir. Hətta ən təcrübəli diktorların tələffüzü üzərində müşahidələr göstərir ki, onlar quruluşuna görə mürəkkəb cümlələri, yaxud səslənməsinə görə bir-birinə yaxın, oxşar qonşu sözləri oxuduqda dilləri dolaşır, səhvə yol verirlər. Bu, radionun semiotika (işarələr) sistemi və oxunan mətnin qrafik tərtibatı ilə birbaşa əlaqədardır. Bu barədə kitabın üçüncü hissəsində praktik tövsiyələr verilmişdir.

Radionun semiotik sistemini araşdırmaq qəzetin, hətta televiziyanın eyni problemini araşdırmaqdan qat-qat çətindir. Qəzetə, yaxud televiziyaya nisbətən radio əsərlərində işarə əlamətləri xeyli az olsa da, bunları üzə çıxarmaq asan deyil. Məsələn, qəzetdə bütün işarələri bilavasitə kağız üzərində görmək mümkündür. Müxtəlif şriftlər, mətnin sütunlara ayrılması, tematik bölgülər, abzaslar, orfoqrafiya və durğu işarələri, materialların səhifədə necə yerləşdirilməsi, qeydlər, fototəsvirlər – bütün bunları bilavasitə müşahidə etmək, habelə qəzetin bir neçə nömrəsinin materialları əsasında onu sistemləşdirmək də mümkündür. Hər hansı qəzetin konkret üslubu, onun profili həmin işarələrlə dəqiq ifadə olunub və onu digər qəzetlərlə müqayisə etmək üçün etibarlı əsasdır. Radioda isə vəziyyət başqadır, onun işarə əlamətləri gözə görünmür, onları yalnız xüsusi müşahidə və təhlil vasitəsilə hiss etmək olar. Radio verilişinin mətni məhdud zaman çərçivəsindədir, buna görə də onların tərtibi xüsusi səy və səriştə tələb edir.

Beləliklə, radionun semiotikasının əsas problemi tədqiqat üsullarını hazırlamağın, nitqin, intonasiyanın, pauzanın, musiqili mətnin fraqmentlərinin, siqnalların və diktor səsinin fərdi xüsusiyyətlərinin xüsusi transkripsiyasını yaratmağın çətinliyindən ibarətdir.

İkinci problem odur ki, radio nitqi, bir qayda olaraq, yazılı mətnin şifahi ifasından ibarətdir. Amma məlumdur ki, yazılı və şifahi nitq müxtəlif üsullarla yaradılır və bu, təkcə mətnin qrafik tərtibatına deyil, həm də onun ümumi ideyasına və kompozisiyasına aiddir. Məhdud zaman şəraitində yazılı sözlə şifahi ifanı birləşdirmək (xüsusi

operativ informasiya məlumatlarında) həm yazılı sözün, həm də şifahi ifanın imkanlarını azaldır.

Radionun xəbər proqramlarında verilən materialların təhlili göstərir ki, ritorikada məlum olan 24 təsvir mənbəyinin (səbəb, nəticə, nümunə, şahidlik, ziddiyyət, güzəşt və s.) praktiki olaraq, yalnız 4-5-dən və özü də ən sadələrindən istifadə edilir. Bəzi hallarda bu, kütləvi informasiyanın ümumi şərtləri ilə izah edilir. Lakin təsvir mənbələrindən istifadənin bu cür məhdudluğu başlıca olaraq diktor nitqinin modallığının (emosional ifadə) zəif inkişaf etməsi nəticəsində baş verir. Bunun təhlili də hazırda intonasiyanın, ifadə tərzinin yalnız dörd növünü seçib ayırmağa imkan verir: a) neytral; b) müsbət; c) mənfi; ç) qabartma. İnformasiya proqramlarında kinayə, qəzəb, anlaşılmazlıq və şübhəyə qətiyyən yer yoxdur. Bununla yanaşı, mətnin kompozisiyası müxtəlif nüanslarla zəngin olur. Təbii ki, belə mətni oxumaq da xeyli çətindir. Deməli, informasiya verilişlərini təkmilləşdirmək üçün, sadəcə olaraq diktorların nitq hazırlığını artırmaq yox, həm də radioda oxunmaq üçün diktora verilən yazılı mətnin tərtibinin yeni və daha müasir qaydalarını hazırlamaq lazımdır. Modal nitq üçün xüsusi işarələr sisteminin, rahat oxunan şriftlərin işlədilməsi, yazılı mətnin əsaslandırılmış şəkildə abzaslara ayrılması, diktorların fərdi xüsusiyyətlərinin nəzərə alınması (tembr və səsin digər səciyyələri, nitqin tempi və s.), habelə ikimənalılığı və duruxmağı istisna edən söz birləşmələri qaydalarının hazırlanması – bütün bunlar radio semiotikasının qarşısında duran problemlərdir və tədricən həll edilməlidir.

Radio dilinin səciyyəvi cizgiləri daha çox sonrakı bölmədə nəzərdən keçirəcəyimiz janrlarda üzə çıxır. O səbəbdən ki, radio verilişlərinin janrları özünəməxsus dil quruluşlarına (leksik, sintaktik və s. baxımdan) malikdir, bu janrlar, həm də məhz dil-üslub xüsusiyyətlərinə görə bir-birlərindən fərqlənirlər. Bu da təbiidir, çünki hər bir janrın konkret təyinatı, məqsədi və həm də bunlara uyğun olan dil-üslub xüsusiyyətləri vardır. Məsələn, «Son xəbərlər»də səslənən xronika qısa şəkildə yalnız informasiya verən «quru» faktları çatdırır, reportyorun hadisə yerindən hazırladığı reportaj isə təkcə fakt, yaxud həyat təzahürü haqqında informasiya vermir, həm də bunları təhlil edir, aydınlaşdırır. Burada söhbət təkcə fakt deyil, həm də onun qavranılması və reportyorun intonasiyası maraq doğurur. Yaxud tutaq ki, şərhçinin söhbəti müasir dövrün müəyyən problemlərini aydınlaşdırmağa xidmət edir və onun özünəməxsus dil materialı olur.

Radio jurnalistikasının janrları həyat faktını seçmə prinsiplərinə və dil vasitələrinin cəmləşdirilməsinə görə də eyni deyil. Burada kitab və danışıq dilinə, intellektual və emosional nitqə, ədəbi cəhətdən yaxşı işlənmiş mətnə, «hazırlıqsız», improvizə edilmiş çıxışa, ənənəvi və

obrazlı ifadələrlə zənginləşdirilmiş mətnlərə rast gəlirik. Bunların hamısının işlədilməsinin öz qanunauyğunluqları vardır. Məhz janrların belə müxtəlifliyi hüdudunda obrazlılığın özünün mahiyyəti dəyişir. Bu funksiya gah görüntü illüstrasiyalarını əvəz edən sözə əyaniliyi yaratmaqda vasitəçi, gah da mənalılıq və publisistik mətnin emosional zənginləşdirilməsi vasitəsi kimi özünü göstərir. Bəzən isə bu obrazlılıq, ümumiyyətlə, məqbul sayılmır.

Göstərilən mühüm fərqlərə baxmayaraq, radionun janrları arasında «radio dili» anlayışının mövcudluğuna haqq qazandıran və bu spesifik «dil»in hamılıqla qəbul olunmasına əsas verən ümumi cizgilər də vardır. Radio verilişlərinin bütün «nitq» janrları kütləvi kommunikasiyaların eyni bir növünə aid olduğundan onların hamısına xas olan xarakterik cəhətlərin olması təbiidir. Məsələn, biz qəzet dilini nəzərdən keçirərkən də belə vəziyyətlə rastlaşırıq. Qəzet – nəsə ayrıca bir nitq vəziyyətidir və deməli, məlum üslub – dil sisteminin spesifik «qəzet dili tərəfi»ni, yaxud, daha dəqiq desək, «dilin qəzet tərəfini» doğurur.

Bəs, kütləvi kommunikasiyanın bir növü kimi radio üçün səciyyəvi olan təbii xüsusiyyətlər hansılardır? Bunlardan ən mühümləri aşağıdakılardır:

1. *Akustiklik və şifahilik.* Radio əsas ifadə vasitəsi kimi səsdən (səsli nitq, musiqi, səs effektləri) və əsas təsir vasitəsi kimi səslənən şifahi sözdən istifadə edir. Bu xüsusiyyət insanın eşitməsinə, yəni şifahi nitqi qəbul edə bilməsinin ən mükəmməl sistemlərdən birinə yiyələnmiş radioda əsas məqamdır. Bizim ətraf aləm haqqında əsas informasiya mənbələrimiz təkcə eşitmə təəssüratları yox, həm də görmə obrazlarıdır. Bunlar bir-birini qarşılıqlı şəkildə tamamlayır və zənginləşdirir. Amma psixoloqların tədqiqatları maraqlı bir qanunauyğunluğu müəyyənləşdirməyə imkan verib: insanın eşitmə və şifahi nitqin köməyilə aldığı və ötürdüyü informasiyanın həcmi, onun görmə – oxu, yaxud yazı yolu ilə aldığı və ötürdüyü informasiyadan üç qat çoxdur. Məsələn, biz radioda eşitdiyimiz canlı bir reportajı yalnız müxbir mətnini oxusaq və bu mətnə görə reportajın keyfiyyətinə qiymət verməyə cəhd etsək, bu, yanlışlıq olardı. Reportajı oxumaq yox, onu efirdən canlı dinləmək daha güclü təəssürat yaradır.

Nitqin melodikliyi və emosional təsiri baxımından yazılı və şifahi söz eyni təsir gücünə malik deyildir. Məsələn, müəyyən bir intonasiya ilə ifadə olunan hər bir sözə bu səslənmə prosesində sanki nəsə xüsusi, bir qədər çətin izah olunan, amma mühüm məna çalarları əlavə edilir. Yazıdakı söz, anlayış yayğın, cansızdır, amma insan səsi ilə ifadə olunaraq diri söz şəklində ortaya çıxan bu anlayış canlıdır, bu söz artıq nəinki məntiqi, həm də hissi, özü də fərdi-hissi təəssürat

yaradır, belə ki, hər bir adam sözü özünəməxsus tərzdə ifadə edir. Təbii ki, şifahi nitqi, o cümlədən radio nitqini yazılıdan, ilk növbədə, intonasiya fərqləndirir. Verilişin formasının özü məzmunlu olduğuna görə adamın necə dediyi, adamın nə dediyinə çevrilir (İ.Andronikov). Məhz bu vəziyyət iddia etməyə əsas verir deyək ki, radio, yalnız yazı nitqi imkanları olan digər kütləvi kommunikasiya növlərinə nisbətən ifadə olunanların incə çalarlarının və onların emosional məzmununun çatdırılmasında böyük üstünlüyə malikdir.

Radio dilinin qəzet dilindən prinsipial fərqlərindən biri də budur ki, radioda səslənən nitqdə (yəni mütləq intonasiya cəhətdən bəzəkli, danışanın münasibətilə «işıqlanan» və heç olmasa, minimum dərəcədə olsa da, onun fərdiliyini əks etdirən nitqdə) qəzet dilinin əlamətlərindən olan soyuq faktoqrafiklik qətiyyən mümkün deyil. Hətta, bir qayda olaraq, müxbirin, reportyorun deyil, diktorun çıxış etdiyi sırf informasiya janrlarında da münasibət hər halda hiss olunur. Efirdə mütləq laqeydlik yalnız o halda mümkündür ki, mikrofon qarşısında adamlara dünya hadisələri barədə xəbər verən canlı insan yox, danışan kibernetik qurğu olsun.

Əgər qəzet nitqinin estetikası sözün kommunikativ funksiyasının maksimum çılpaqlığındadırsa, radio dilinin estetikası kommunikativliklə yanaşı, əlavə mənalara imkan verən intonasiya zənginliyindədir. Buna görə də radioda bütün janrlarda auditoriyaya təsir dərəcəsi qəzetlə müqayisədə ölçüyəgəlməz miqdarda artır. Canlı emosiya ilə yüklənmiş səsli söz yazılan sözdən daha artıq dərəcədə enerjiyə, fəallığa, şüurları və ürəkləri fəth etmək imkanına malik olur. Bu isə, hər şeydən əvvəl, radio dilinin akustik xüsusiyyəti ilə bağlıdır.

2. *Nitq aktının məsafəliliyi və ünsiyyətin birtipliliyi.* Radioda dinləyiciylə ünsiyyət birbaşa deyil, vasitəlidir. Görmə imkanının istisnası şəraitində danışanın dinləyicidən xeyli uzaqda olması, yəni virtual məsafəlilik daim diqqətin fəallaşdırılmasını, dinləyicinin dəqiq tapılmasını tələb edir. Amma bununla yanaşı efirdə səslənən şifahi nitq həmişə konkret olaraq kiməsə ünvanlanır, kimin üçünsə nəzərdə tutulub, hansısa konkret auditoriyaya yönəlir. Daim «həmsöhbətə» istiqamətlənmək isə (bu halda dinləyiciyə) şifahi nitqin, danışığın formasında, tərzində və strukturunda öz əksini tapmaya bilməz.

3. *Kütləvilik.* Əslində bu keyfiyyət kütləvi informasiya vasitələrinin hamısının dilinə xas olan xüsusiyyətdir, amma bu, radioda xüsusi həssaslıq tələb edir. Çünki sosial tərkibinə, yaşına, cinsinə, təhsilinə, mədəni səviyyəsinə və s. görə çox müxtəlif qruplara bölünmüşdür. Məhz bu bölgünün hüdudsuzluğu şəraitində radionun dili mütləq kütləvililik səciyyəsi daşımalı, hər kəs üçün anlaşıqlı olmalıdır.

Radionun əhatə dairəsinin hüdudsuzluğu, nitqi şifahi qəbul edən kütləvi auditoriyaya yönəltməsi, eləcə də radio mətninin səslənməsinin birdəfəliliyi, dərhal təkrar eşidilməsinin mümkünsüzlüyü radio jurnalistləri qarşısına xüsusi, qəzetə nisbətən daha sərt informativ dəqiqlik, deyilənin birmənalılığını, dinləyici üçün məqbul və anlaşıqlı olması tələbini irəli sürür. Burada ikimənalılığa, radio mətnlərinin sintaktik quruluşuna, intonasiya vasitələrinə diqqət yetirmək lazım gəlir. Monotonluğu və üzücü yekrəngliyi istisna edən nitqin ritmik – melodik şəkli, radio verilişlərinin anlaşıqlılığı və dilin estetikası əhəmiyyət kəsb edir, mətnaltı mənanın rolu xeyli artır.

Radio verilişlərində həm janr-üslub, həm linqvopsixoloji baxımdan müxtəlif mətnlərdən, danışıq məqamında tərtib edilən, improvizə olunmuş nitqdən istifadə edilir. Özü də bu nitq kompozisiyaları üslubi planda monolit, deyil aralarında böyük fərqlər var. Səbəb odur ki, mikrofon qarşısında müxtəlif adamlar çıxış edir və onların hər birinin nitqinin spesfik cizgiləri olur. Amma bununla yanaşı, radionun dili müasir şifahi ədəbi dilin elə bir növüdür ki, orada kütləvi kommunikasiyanın məhz bu növünə məxsus cizgilərin məcmusu və dinləyiciyə maksimum təsirin məqsədyönlü düşünülməsi ilə şərtlənən bəzi ümumi seçim prinsipləri, fonetik, leksik-frazeoloji, morfoloji və konstruktiv vasitələr işlənir. Məhz bu məqam bizə radio verilişlərinin üslubi nüansları barədə ayrıca danışmağa əsas verir.

Radio verilişlərinin üslubu

Efir dilinin və üslubunun özünəməxsusluğundan danışmaq ona görə aktualdır ki, vaxtilə radio dilini müasir ədəbi dil sistemində müstəqil, ayrıca bir üslubi vahid kimi nəzərdən keçirmək cəhdləri olub, ingilis, alman, rus və yapon alimləri radio dilinin formalaşdığı 30-cu illərdə bu istiqamətdə müəyyən araşdırmalar aparıblar. Təbii ki, radio dilinin ayrıca bir üslub olması fikrilə razılaşmaq çətindir, çünki radiojurnalistika əsəri (qəzet, yaxud televiziya jurnalistikası kimi) rəsmi-işgüzar və ya elmi üslubda yazılmış əsərlər kimi müəyyən bir çərçivə daxilinə sığmır.

Radio verilişləri təcrübəsində hansısa müasir elmi problemi anlaşıqlı və canlı şəkildə açıqlayan elmi-kütləvi çıxışa, parlaq publisistik formada həllini tapmış xəbərə, siyasi şərhə, söhbətə təsadüf etmək mümkündür. Prezidentin sərəncam və fərmanları, Milli Məclisin qərarları, Azərtacın məlumatları və s. isə daha çox rəsmi-işgüzar üslubun nümunələridir. Bəzi nümunələrə nəzər yetirək:

1. *Dünən Azərbaycanda rəsmi səfərdə olan Türkiyənin Xarici İşlər naziri Abdullah Gül Azərbaycanın Xarici İşlər naziri*

Elmar Məmmədyarovla görüşüb. Nazirlər təkbətək və nümayəndələr heyətinin iştirakı ilə iki ölkə arasında enerji, humanitar məsələləri və Dağlıq Qarabağ münaqişəsini müzakirə ediblər. Daha sonra nazirlər mətbuat konfransı keçiriblər.

2. *Bu gün Qırğızıstanda Amerika səfirliyi qarşısında aksiya keçirilib, solçu və Rusiyayönlü fəallar Manas aeroportunda Amerika hərbi bazasının bağlanmasını tələb ediblər. Təşkilatçılardan biri deyib ki, bu baza ətraf mühiti çirkləndirir. Aksiya bir saata qədər çəkib, insident qeydə alınmayıb. Xatırladaq ki, Birləşmiş Ştatlar Manas bazasından Əfqanıstanda keçirdiyi hərbi əməliyyatlar üçün istifadə edir.*
3. *80-ci illərin ikinci yarısından başlayaraq milli məsələ ictimai-siyasi həyatın vacib bir elementi kimi ortaya çıxdı. Qorbaçovun həyata keçirməyə başladığı dövlət və cəmiyyət sferasının yeniləşməsi siyasəti qapalı sovet sistemində köklü dəyişikliklərin aparılmasına gətirib çıxardı. Cəmiyyətin siyasi həyatının demokratikləşdirilməsi, iqtisadiyyatın liberallaşdırılması, beynəlxalq və dövlətdaxili proseslərə yeni yanaşmanı ön plana çəkdi. Bu, labüd idi.*
4. *Bəzi qüvvələr İran – Azərbaycan dostluğunu istəmir, bundan tələşlanır, araya ixtilaf salmaq istəyir, bunu İran prezidenti Mahmud Əhmədinejad deyir, o bu gün Bakıda bir qrup agentlik və televiziyalar üçün mətbuat konfransı keçirib. Əhmədinejad deyib ki, İran və Azərbaycan xalqları arasında tarixi dostluq əlaqələri var, münasibətlər müxtəlif səviyyələrdə inkişaf edir. İranın yürütdüyü siyasət ədalət, din, sülh və əmin-amanlıq prinsiplərinə əsaslanır, ancaq bəzi güclər bunu istəmir, ayrı-ayrı xalqların hüquqlarına hörmət etmirlər.*
5. *«Mən onların hamısıynan bir-bir danışdım. Dedim, yekə oğlanlarsuz, sizinçün eyibdi. Bir sözü işlədəndə fikir verin ki, nə danışırsuz. Televizorun qabağında arvad-uşaq da oturub baxır sizə axı...»*

Bu misallarda birinci xəbər rəsmi, ikinci və dördüncü nümunələr adi işgüzar məlumat, üçüncü siyasi mövzuda elmi söhbətdən bir parça, beşinci isə meyxana yarışmasının studiyaya dəvət olunmuş iştirakçısının məişət üslubunda danışığından bir parçadır. Göründüyü kimi, hər bir nümunə fərqli üslubu əks etdirir.

Bir çox radio verilişlərində biz bədii dil ilə də rastlaşa bilərik. Bədii dil daha çox radiofilmlərdə, radiokompozisiyalarda, radiohekayələrdə, radionovellalarda və təbii ki, həm də radiotamaşalarda və yazıçıların səhnələşdirilmiş əsərlərinin radio variantında səslənir.

Funksional üslublar arasında fərq leksik, frazeoloji, qrammatik səviyyələrdə müşahidə olunur. Həm də qeyd etmək lazımdır ki, nitq səslənən zaman funksional üslublar arasında yazıda özünü göstərən fərqlərdən əlavə xüsusi fərqlər də ortaya çıxır. Bu zaman intonasiyanın akustik əlvanlığı nitqin üslubi xüsusiyyətləri üçün fərqləndirici əlamətlərə çevrilir. Məsələn, ustad diktor vətəndaş duyğuları və pafos aşılamış intonasiya ilə rəsmi məlumatları, hökumət sənədlərini oxuduqda, onun səsinin tembri, artikulyasiyası, frazanın ifadə tərzi, intonasiyası, hər bir sözün bəzədilməsi artıq nəsə qeyri-adi bir şey eşidiləcəyindən xəbər verir. Aydın Qaradağlı, Fatma Cabbarova, Sabutay Quliyev, Ramiz Mustafayev kimi sənətkarların təcrübəsi göstərir ki, oxuduğu materialın məzmunundan asılı olaraq diktor hiss-həyəcanını büruzə verməlidir. «Sakit», laqeyd diktorun ölüvay intonasiyası da yekrəng və mənasız olur. Bu qəbildən olan diktorlar üçün Səməd Vurğunun şeirləri ilə Karl Marksın əsərlərini oxumaq arasında heç bir emosional və «estetik sərhəd» yoxdur. Səciyyəvi haldır ki, bədii və elmi üslublar arasında emosional və estetik sərhəddən danışarkən söz quruluşu mədəniyyəti yox, məhz intonasiya xüsusiyyəti nəzərdə tutulur ki, bu da özünü yalnız şifahi nitqdə göstərir.

Əgər söhbət danışıq üslubundan, şifahi formanın, dialoq növünün məişət və ya neytral tipinin aid edildiyi danışıq nitqindən gedirsə, aydın olur ki, radio dili qətiyyən onun çərçivəsinə sığmır. Çünki nitqin danışıq üslubu – bilavasitə heç nədən asılı olmayan qeyri-rəsmi danışıq tərzidir. Bu üslub dialoq nitqinin məişət növündə və şihafi formada mövcuddur. Adətən, belə forma, belə tərz dərhal qol-qanad açır və danışanlar əvvəlcədən fikirləşmək üçün imkan tapa bilmirlər. Əslində onlar heç dəqiq ifadə vasitələrinin seçilməsinə o qədər də cəhd göstərmirlər. Danışıq üslubunda deyilən sözlərin əhatəliliyi və dəqiqliyi nəinki vacib deyil, hətta bəzən tamamilə lüzumsuzdur, belə ki, həmsöhbətlər çox vaxt bir-birini kəlmənin əvvəlindən başa düşür. Üstəlik onlar şifahi danışıq zamanı intonasiya kimi məna və emosiya çalarlarına malik vasitələrdən də istifadə edə bilirlər.

Danışıq üslubu nitqi son həddə qədər yığcamlaşdırmağa və anlaşıqlı olmağa imkan yaradır. Çox vaxt bu üslub danışığın yığcamlığını zəruriləşdirir. Danışıq üslubu üçün bütövlükdə mühüm olan başlıca cəhət budur ki, onun heç bir qəlibə salınmasına ehtiyac duyulmur, burada fikri ifadə üçün xüsusi vasitələr axtarılmır, nitqin cilalanmasına cəhd göstərilmir. Əgər belə demək mümkünsə, tamaşaçı və dinləyici münasibətində olan həmsöhbətlər deyilən fikrin tam ifadə olunmasına və formasının dəqiqləşdirilməsinə ehtiyac duymur, belə ki, onların bundan əvvəlki təcrübəsi, konkret şəraitə bələd olması,

haqqında söhbət gedilən mövzu barədə təsəvvürlərinin genişliyi onlara şifahi danışıqda istənilən qədər ixtisarlar aparmağa imkan yaradır.

Aşağıda misal gətirdiyimiz nümunədə aparıcı ilə studiyaya dəvət olunmuş sənət adamı arasında söhbət dediklərimizə nümunə ola bilər:

Aparıcı: Yaşar müəllim, heç siz televiziyada, radioda xəbərlərə qulaq asırsınız?

Y.Nuriyev: Xəbər gərək xəbər olsun ki, adam da qulaq assın də. Bir az qabaq sizdə belə bir xəbər getdi ki, Qazaxıstan prezidentinin kürəkəni Avstriya rəsmilərinə müraciət edib ki, onu öz ölkəsinə göndərməsinlər. Nə bilim, dedilər ki, guya adam-zad oğurlayıb. Düzdür ey... o da bu ittihamı rədd eliyir. Amma bu xəbər mənim nəyimə lazımdı hə? Bax sizdən soruşuram, jurnalist deyilsən, cavab ver də! Bəlkə düz demirəm?

Aparıcı: Bilirsiz...

Y.Nuriyev: Yox ey, konkret cavab ver. Əgər sən desən ki, camaatın maaşı artıb, yaxud da filan rayonda fabrik açılıb, bu olur xəbər. Yoxsa ki, başlamısız «filankəsin kürəkəni adam oğurlayıb». Mənim tamaşam yadındadır də... orda belə xəbərlər üçün mən nə deyirəm?

Aparıcı: Hə, nooolsun! (Gülüşürlər).

Şifahi, necə gəldi danışıq zamanı təfəkkür, heç vaxt nitqə nəzarət etmir. Bu cür nitq zamanı normadan kənara çıxmaq heç kəs üçün qorxulu deyil, çünki onsuz da nə danışan, nə də eşidən bu əyintiləri nə hiss edir, nə də onlara əhəmiyyət verir. Sadəcə, hər kəs hansısa bir məqsəd, vacib bir məsələ naminə istədiyi şəkildə danışır. Başqa sözlə desək, danışıq nitqində əsas məsələ müsahibinlə məqsədyönlü əlaqə yaratmaqdır. Bu prosesdə məişət intonasiyası öndədir, danışan adam dil vasitələrinin elə birləşmələrindən istifadə edir ki, müsahibə üçün anlaşıqlı olsun və kitab dilindən fərqlənsin. Amma şübhə yoxdur ki, danışıq nitqinin məişət üslubundan bütün radio verilişlərində istifadə olunması haqlı narazılığa səbəb ola bilərdi.

Radio verilişlərində üslub formalaşdıran əsas elementlərdən biri intonasiya vasitələridir. İntonasiya vasitələrinin yaxınlıq dərəcəsi isə daha çox verilişin janrından, məzmunundan, təyinatından və danışanın xarakterindən asılıdır. Amma bütün hallarda radio verilişində intonasiyanın rolu böyükdür və bu zaman danışıq nitqində olduğu kimi, məna çalarını bildirmək üçün, eləcə də danışanan emosiyalarını dinləyiciyə çatdırmaq üçün bu, yeganə vasitə sayılır. Danışıq üslubu, əsasən, şifahi nitq daxilində özünü göstərir, amma bu, heç də o demək deyildir ki, şifahi və danışıq dili anlayışlarını eyniləşdirmək lazımdır.

Şifahi nitqin əsas «silahı» isə səsdir. Bu cür nitqdə müxtəlif ritmik düzüm, səs tonunun dəyişilməsi, güclənib-zəifləməsi, tempin sürətlənməsi və azalması, pauza, məntiqi vurğu və s. geniş tətbiq edilir. Radio işçiləri üçün şifahi nitqin özünəməxsusluqlarını və xüsusiyyətlərini bilmək birinci dərəcəli əhəmiyyətə malikdir. Çünki

bu xüsusiyyətləri bilənlər dinləyicilərə həm dilin anlaşıqlılığı, həm də emosionallığı və informativ səciyyəsi baxımından güclü təsir göstərə bilər.

Daha bir cəhəti bilmək vacibdir: müasir şifahi nitqin bir özünəməxsusluğu da bundan ibarətdir ki, kitab və danışıq üslubları burada heyrətamiz şəkildə birləşir. Danışıq nitqinin kütləvi danışıq vasitəsinə çevrilməsindən sonra öz təsir dairəsini genişləndirmək, indi təkcə məişətdə istifadə edilən vasitə olmayıb, həm də danışıq və kitab üslubu ilə əlaqədardır. Bu səbəbdən elm, rəsmi informasiya, publisistika kimi şifahi nitq də cəmiyyət həyatının müxtəlif sahələrinə müdaxilə edir.

Danışıq nitqində üslublar arasındakı sərhəd, bir növ, silinib gedir, nəticədə ilk baxışda bəlkə də üslubi normalara görə bir araya sığmayan vasitələr birgə təzahür edir. Lakin müxtəlif üslubların birbirinə qarşılıqlı təsiri və bir-birinə müdaxiləsi kütlələrlə əlaqə zamanı, xüsusilə də radio və televiziyada müəyyən məhdudiyyətlərlə üzləşir. Bu zaman aparıcı vahid danışıq formasından istifadə etməsinə baxmayaraq, şüurlu şəkildə ifadə vasitələrini seçərək nitqini müəyyən formaya salır. Əvvəllər belə bir üsul daha çox yazılı nitqdə özünü göstərirdi.

Vaxtilə radio dilinin səslənən dil kimi danışıq nitqinə aid olduğunu sübut etməyə cəhdlər göstərilib. Həmin şəxslər iddia edirdilər ki, verilişlərin mətni və efirə ötürülməsini də danışıq nitqinə uyğunlaşdırmaq lazımdır, yəni kitab üslubuna xas sözlərdən istifadə etmək olmaz. Radio dilinin tədqiqatçılarından biri olan K.İ.Bılinski tövsiyə edirdi ki, efirdə daha çox təsviri, peşəkar və sadə nitq sözlərinə üstünlük vermək gərəkdir, dəqiq terminlərdən istifadə edərək mətni zənginləşdirmək lazımdır. Yeri gəldikdə ideomatik ifadələrdən, atalar sözü və məsəllərdən, frazeoloji vasitələrdən mətnə daxil etmək olar. Radio dilində mürəkkəb tabeli cümlələrdən yan keçərək rabitəli və rabitəsiz nitqə üstünlük vermək olar. Radio dili haqqında belə təsəvvürlər, əsasən, onun səciyyəvi xüsusiyyətlərini dərindən öyrənməməkdən irəli gəlirdi.

Bəs efirdə səslənən radionitqi, danışığı necə səciyyələndirmək olar? Radio dili danışıq dilidir, yoxsa yazılı dil? Əslində məsələnin bu şəkildə qoyuluşu məqbul deyil. Ona görə ki, ayrılıqda nə yazılı nitq, nə də şifahi nitq radio danışığı üçün əsas ola bilməz. Radio dilinin ilk elmi araşdırıcılarından biri olan prof. S.Bernşteyn göstərirdi ki, danışıq dili radio üçün nümunə ola bilməz... Eyni zamanda, təbii ki, yazılı nitq də şifahi məlumat üçün nümunə sayıla bilməz (27, s. 33-35). Deməli, nə yazılı, nə də şifahi dilin mexaniki şəkildə radioya tətbiqi özünü doğrultmur. Çünki konkret şəraitin məhsulu kimi mimika və jestlərlə

ifadə olunmuş informasiyanın müəyyən hissəsinin itirilməsi deməkdir. Yazılı nitqin isə qrafika və üslubla bağlı müəyyən problemləri vardır ki, bu səbəbdən onu da radioya olduğu kimi tətbiq etmək olmaz. Təcrübə göstərir ki, efirdə səslənən nitqin aydın, anlaşıqlı və asan qavranılan olması yalnız yazılı və şifahi nitqin uğurlu sintezi sayəsində mümkündür. Radio dilində məhz bu proses baş verir, yəni danışacaq hər bir kəs mikrofon qarşısına hazırlıqsız çıxmır, müəyyən mətn yazır, hazır cümlələrdən istifadə edir, ən azı çıxışının qısa tezisini hazırlayır.

20-ci əsrin tanınmış linqvistlərdən biri olan A.Peşkovski hələ ötən əsrin 20-ci illərində ədəbi dil barəsində danışarkən qeyd edirdi ki, həm yazılı nitqin qanunlarına tam əməl etmək, həm də şifahi nitqin xüsusiyyətlərini nəzərə almaq ədəbi nitqin xüsusi, ayrıca bir növüdür. O, haqqında danışdığı bu xüsusi növü «yazılı nitqin şifahi təzahürü» kimi səciyyələndirirdi. Bu fikir sanki bütövlükdə radio nitqi haqqında deyilmişdir. Çünki radio danışığı struktur-konstruksiya baxımından yazılı, intonasiya, tələffüz baxımından isə şifahi nitqin xüsusiyyətlərini özündə əks etdirir. Radio jurnalisti, diktor, reportyor, bir sözlə, mikrofon qarşısında çıxış edən hər kəs bunu bilməli, düzgün deyim qaydalarına, xüsusən orfoepiya prinsiplərinə əməl etməlidir.

Doğrudur, bəzi mütəxəssislər radio dilinin sadə, anlaşıqlı olması üçün onun yalnız danışıq dilinə yaxınlaşdırılmasının vacib olduğunu deyirlər. Hətta bu günün özündə belə «radionun mahiyyəti özü danışıq nitqi tələb edir, «radio verilişlərinin dili ədəbi dilin danışıq növüdür», «səslənən nitq dinləyicidə danışıq nitqi təəssüratı oyatmalıdır» kimi qəti hökmlər səslənir. Amma bu məqamda işlədilən «danışıq nitqi» anlayışı bir qədər mücərrəd xarakter daşıyır və onun linqvistik məzmunu tam açıqlanmır. Məsələn, əgər «danışıq nitqi» dedikdə, danışıq üslubunun, şifahi formanın, dialoq növünün, nitqin məişət, yaxud neytral tipinin səciyyəvi olduğu nitq nəzərdə tutulursa, məlum olur ki, radio dili qətiyyən bu çərçivəyə sığmır.

Nitqin danışıq üslubu – vasitəsiz, təbii, qeyri-rəsmi ünsiyyət üslubudur. Bu üslub məişət tipli dialoq nitqinin şifahi formasında özünü daha qabarıq göstərir. Bu cür nitq iti sürətlə açılır, genişlənir və danışanın ifadə vasitələri axtarıb tapmaq üçün düşünməyə vaxtı və ehtiyacı olmadığı bir şəraitdə davam edir.

Radio nitqinin xarakteristikasının müəyyənləşməsində üslubi məqamlar, o cümlədən konkret janr daxilində formalaşmış danışıq-nitq tərzi mühüm rol oynayır. Təsadüfi deyil ki, bəzən «radio dili» dedikdə, bir çox tədqiqatçılar onun təkcə «kütləvi kommunikasiyanın» digər növlərindən fərqlənən ümumi spesifikasını deyil, habelə bu janrın özünün daxilində ayrı-ayrılıqda mövcud olan dil-üslub fərqlərini nəzərdə tuturlar. Bu, doğrudan da belədir. Bir anlığa adi, gündəlik

radio proqramını təsəvvürümüzə gətirək: son xəbərlər, ədəbi-musiqili verilişlər, radiojurnallar və radioalmanaxlar, sifarişlə konsertlər, kənd təsərrüfatı işçiləri üçün xüsusi verilişlər, reklamlar, elanlar və s. Bu radio verilişlərinin, hətta adicə sadalanması da belə bir fikir yaradır ki, radioda dil ünsiyyət vasitəsi kimi müxtəlif rol oynayır və fərqli üslublarda özünü göstərir. Lakin təbii ki, burada özünü büruzə verən funksional üslublar arasındakı fərq leksik, frazeoloji qrammatik səviyyələrdə müşahidə olunur.

Əvvəldə qeyd olunduğu kimi, intonasiyasının hansısa akustik əlamətləri nitqin üslubi xüsusiyyətləri üçün fərqləndirici əlamət rolunu oynayır. Təbii ki, bu məqam daha çox şifahi söz ustalarının nitqində hiss olunur. Məsələn, Yuri Levitan yüksək vətəndaşlıq hisslərilə rəsmi məlumatları oxuyarkən səs tembrinin özü, artikulyasiyası, ifadəni işlətmək tərzi, intonasiyası, hər bir sözün çaları fövqəladə məlumatın əhəmiyyətindən xəbər verirdi. Yaxud Aydın Qaradağlı kimi yüksək peşəkar diktor öz səsi, oxu tərzi və intonasiyası ilə nitqdəki sözləri sanki qanadlandırır, dinləyici təxəyyülündə zəngin lövhələr və obrazlar yarada bilirdi. O deyirdi ki, oxunan material nə qədər «quru» olursa-olsun, diktoru vəcdə gətirməlidir. Sakit, laqeyd diktorun intonasiyası boş və mənasızdır.

Əvvəldə gətirdiyimiz nümunələrdən göründüyü kimi, radio dili yekcins deyil. Burada müxtəlif üslub axınları efirin məcrasına sığınır, amma heç vaxt tam qovuşmur. Beləliklə, radio verilişləri üslubunun mövcudluğunu təsdiq etmək və onu dil üslubları sisteminə qoşmaq iki təzahürü – normalaşdırılmış ifadə vasitələrinə malik dilin necə işlənməsinin və onun dinləyici auditoriyası tərəfindən necə dərk edilməsinin qarışdırılması deməkdir.

O ki qaldı danışıq üslubuna, əlbəttə, bu, radio nitqində aparıcı rol oynayır və o özünü həm frazeologizmlərdə, həm daha çox xəlqi-qrammatik formalara meyildə, həm də danışıq üslubunun sintaksisində göstərir. Bütövlükdə isə **danışıq üslubu** üçün başlıca səciyyəvi cəhət sərbəstlik, fikri ifadə etmək üçün sözlərin düşünülüb seçilməsi, nitqin səlisliyi naminə mükəmməllikdən uzaqlaşmaqdır. Başqa cür deyilərsə, şəxsi, bilavasitə ünsiyyətə istinad edən danışıq nitqində «kommunikativ məqsədəuyğunluq» qanuni qüvvədə olur. Bu halda danışan şəxslər «konkret dil şəraitində optimal varianta» gətirib çıxaran birləşmələrdən istifadə edir, kitab nitqi normalarından fərqlənən xüsusi vasitələri canlandırırlar. Bu sahədə xüsusi tədqiqatların göstərdiyi kimi, danışıq dilində kitab dili normalarının pozulmasından yox, danışıq nitqi hüdudları daxilində məhz bu üsluba xas normalar sisteminin mövcudluğundan söz açmaq daha doğrudur. Buradan belə bir nəticə çıxır ki, radioda «təmiz» danışıq nitqindən yalnız məhdud

çərçivədə – canlı məişət dilini əks etdirən bədii, ədəbi-dram verilişlərində, eləcə də əsl danışıq nitqinin mətnsiz, sənədli yazılışında istifadə etmək mümkündür və məqbuldur.

Bəs bütün bu nəzəri müddəalar radio verilişlərində necə əks etdirilir? Kifayət qədər zəngin yaradıcılıq ənənələrinə malik Azərbaycan radiosunun bir sıra publisistik və ədəbi-bədii proqramları sübut etdi ki, bu şifahi nitq tribunası təkcə dilin spesifikliyini inkişaf etdirmək yox, həm də onun təmizliyini, xəlqi xarakterini və dil-nitq normalarını qoruyub saxlamaq, təbliğ etmək baxımından çox faydalı iş görüb. Bu radio xalqımızın kəşməkeşli tarixini, azadlıq uğrunda mübarizəsini, zəngin mənəvi dəyərlərini zaman-zaman öz proqramlarında axıcı, saf bir dillə geniş auditoriyaya çatdırmaqla ədəbi dilin tərəqqisində, onun söz-söz, kəlmə-kəlmə aranmasında kifayət qədər fəal rol oynayıb. «Millətin varlığı üçün bir vasitə, isbati-vücud etməsinə səbəb olan ana dilinin (Ü.Hacıbəyov) yad təsirlərdən qorunması uğrunda mübarizə aparan ziyalıların – alimin, yazıçının, publisistin, dramaturqun, mədəniyyət xadiminin, bir sözlə, özünü bu dilin saflığının qeydinə qalmağa, onun gələcək taleyini düşünməyə borclu bilənlərin ən yaxın məsləkdaşı olub. Bu mənada Azərbaycan radiosunda adi danışıq dilinin, canlı söhbətin, nitqin intonasiyasını, üslubunu bütövlükdə qoruyub saxlayan «Bulaq» və «Molla Nəsrəddin» jurnallarını, həmçinin «Nitq mədəniyyəti», «Ana dili», «Tərcümə saatı» proqramlarını xüsusi qeyd etmək olar. Bu verilişlər bilavasitə ədəbi dil normalarının dinləyici auditoriyasına sirayət etməsi, Azərbaycan dilinin çoxçalarlı, zəngin söz ehtiyatının, dil imkanlarının efirə gətirilməsi ilə səciyyəvidir. Bu verilişlər xalqın neçə minillik yaddaşına qayıdışa, dilimizdə unudulmaqda olan, amma əslində çox incə və zərif mənaları ilə təkcə nitqimizə deyil, mənəviyyatımıza, ruhumuza da bir xəfiflik, gözəllik və yeni estetik duyum gətirən sözlərin yayılmasına, həm də qorunub saxlanmasına xidmət etmişdir.

Bu verilişlərin təcrübəsi də göstərdi ki, radioda çıxış eləyən hər kəs – istər jurnalist olsun, istər yazıçı, yaxud heç incəsənət xadimi deyil, adi bir insan olsun, nitqini xalq dilinə, canlı danışıq dilinə yaxın tərzdə qurmağa çalışır. Radioda məhz belə səmimi söhbətlər ürəklə dinlənilir və könüllərə yol tapır. Radionun təbliğ etdiyi nümunəvi danışıq dili ümumxalq dilinə qarşı çıxan, ayrıca müstəqil bir dil deyil, o yalnız dilin bütün normalarına cavab verən, ana dilinin cilalanmış, arınmış, xüsusi, ürəyəyatımlı bir formasıdır. Radio ədəbi dili işlənib büllurlaşmış nümunəvi bir dildir; o, ümumxalq dilində işlənən ifadə vasitələrinin cəm olduğu bənzərsiz ünsiyyət silahıdır. Radio dilində ən zəruri və ilkin şərt bütövlükdə ədəbi dil normalarına əsaslanmaqdırsa, ikinci mühüm tələb dilin orfoepiya qaydalarına ciddi riayət

olunmasıdır. Azərbaycanın görkəmli mədəniyyət xadimlərinin, söz və sənət ustalarının radionun «Qızıl fondu»nda qorunub saxlanan, bir örnək kimi səslənən çıxışları bu gün ədəbi dilimizin gözəlliyini nümayiş etdirən bənzərsiz nitq nümunələridir.

Radioda informasiyanın qavrandığını şəraitin nisbətən qapalılığı (yəni veriliş kollektiv yox, fərdi dinlənir) istər-istəməz hər bir dinləyiciyə müraciəti nəzərdə tutan xüsusi ifadə formalarının axtarışı zərurətini ortaya çıxarır. Bu amil jurnalistin qarşısına dinləyici ilə «ümumi dil» tapmaq vəzifəsini qoyur. Əlbəttə, bu, heç də o demək deyil ki, verilişdə bəsit danışmaq lazımdır. Sadəcə, dinləyicinin asan qavrayıb başa düşəcəyi nitq mühiti yaratmaq vacibdir. Məhz bu, radio dilinin özünəməxsus dil-üslub sistemini əmələ gətirir. Amma radionun dili həm janr-üslub cəhətdən (burada janr müxtəlifliyi mövcuddur), həm psixolinqvistik (radioda həm əvvəlcədən hazırlanmış yazılı mətndən, həm də spontan (hazırlıqsız) şifahi nitqdən istifadə edilir), həm də fərdi-üslubi planda (mikrofon qarşısında çıxış edənlərin hər birinin nitqinin spesifik cizgiləri var) spesifik xüsusiyyətlərə malikdir.

Bununla yanaşı, radionun dili müasir şifahi ədəbi dilin elə bir növüdür ki, orada kütləvi kommunikasiyanın məhz bu növünə məxsus cizgilərin məcmusu və dinləyiciyə maksimum təsirin məqsədyönlü düşünülməsi ilə şərtlənən bəzi ümumi seçim prinsipləri, fonetik, leksik-frazeoloji, morfoloji və konstruktiv vasitələr işlənir. Bu vasitələrin ən başlıca vəzifəsi informasiyanı, məlumatı, söylənilən fikri, deyilən mahiyyəti, nəzərdə tutulan mənanı və məqsədi dinləyiciyə aydın şəkildə çatdırmaqdır. Təsadüfi deyildir ki, radio dilinin tədqiqatçıları efirdə səslənən nitqin (üslubundan asılı olmayaraq) məna dəqiqliyi, informativ dəqiqliyi məsələsinə xüsusi diqqət yetirirlər.

Məna dəqiqliyi – fikrin aydın və anlaşıqlı ifadə edilməsi bütün mətbuat vasitələrinin dilinə verilən mühüm tələbdir. Qəzetdə, jurnalda, radioda, yaxud televiziyada çalışan jurnalist hər bir sözün, xüsusən alınma sözlərin, siyasi terminlərin leksik mənasını bilməli, onların üslubi çalarını, yayılma sahəsini, işlənmə və istifadə dərəcəsini nəzərə almalıdır. Jurnalist ifadələri elə yığcam qurmalıdır ki, cümlə uzun və dolaşıq olmasın, onun hissələri arasında qarşılıqlı məntiqi və qrammatik əlaqə yaransın. Təəssüf ki, çox vaxt bu tələbə əməl olunmur, hətta ən vacib tələb – mübtəda ilə xəbərin uzlaşması prinsipi pozulur.

Əgər çap mətnində hər hansı leksik, yaxud qrammatik səhv olarsa, oxucu bunu nisbətən asanlıqla aradan qaldıra bilər. Konkret zaman daxilində fasiləsiz inkişafda olan şifahi nitq isə dolaşıq ifadəni yenidən nəzərdən keçirməyə, anlaşılmayan sözü qavramağa imkan

verir. Hər bir qeyri-dəqiqlik dinləyicidə bu ifadənin həqiqi mənasına sirayət etmək istəyi doğurur. Dinləyicinin psixoloji cəhətdən bu «əziyyətə» düçar edilməsi arzuolunmaz nəticələrə gətirib çıxarır. Yəni sözün dəqiq mənası uğrunda axtarış aparan dinləyici radio ilə gedən verilişin, mətnin (çıxışın) məna və mahiyyətini tam qavraya bilmir.

Bir çox verilişlərin məqsədi yalnız məlumat çatdırmaq deyil, həm də dinləyicidə bədii, estetik zövq formalaşdırmaq, onlara təsir etməkdir. Bu cür verilişlərdə nitqin müxtəlif formalarından istifadə edilir: monoloq, dialoq, kiçik səhnəciklər, şeir parçaları, mahnı və s. bu verilişlər sintaktik və ritmik-intonasiya baxımından mürəkkəb bir vahid təşkil edir, çünki burada həm nəqli intonasiya, həm sual intonasiyasının bütün növləri, həm də replikalar, nidalar mövcuddur. Bu verilişlərdə ritmin pozulması, tembrin dəyişməsi, danışığın sürəti də diqqətdən yayınmır. Ona görə də burada müxtəlif janr və üslubların elementlərini seçmək və onları bir verilişdə cəmləşdirmək bacarığından çox şey asılıdır. Müxtəlif, üslubi cəhətdən bəzən bir-birinə zidd olan vasitələrdən bacarıqla istifadə ediləndə, verilişin özünəməxsus «sifəti» yaranır. Beləliklə, bu veriliş başqalarından seçilir. Burada isə intonasiya xüsusi rol oynayır.

Kütləvi kommunikasiya vasitəsi kimi radionun funksiyaları həddən artıq çoxsahəlidir. Ancaq onun imkanları da böyükdür və onların gerçəkləşdirilməsində aparıcı rol verilişin redaktoruna məxsusdur. Radio və televiziyada çalışan redaktor, sadəcə olaraq, «ədəbi redaktor» deyil. O, qəzet, jurnal əməkdaşından fərqli bir spesifik cəhətə – mətni efirdə səsləndirməzdən əvvəl eşitmək qabiliyyətinə malik olmalıdır. Radio dilinə, burada səslənən sözə xüsusi tələblə, bəlkə də bir qədər mühafizəkarlıqla yanaşmaq lazımdır.

Müdriklərin dediyi kimi, «söz kamandan atılan oxa bənzər, atıldımı, bir daha geri dönməz». Bu fikir sanki radioda səslənən söz üçün, burada çalışan jurnalistlər, müəllif və radio aparıcıları üçün deyilmişdir. Mikrofon qarşısında əyləşən hər kəs bu ibrətamiz kəlamı unutmamalıdır.

III FƏSİL

RADİO YAYIMI: JURNALİST YARADICILIĞININ ƏSASLARI

Radio müasir, kütləvi kommunikasiya sisteminin tərkib hissəsi kimi texnoloji və yaradıcılıq baxımından getdikcə inkişaf edir və təkmilləşir. Televiziya ilə rəqabətin çətinliklərinə baxmayaraq, radio bu gün də özünə xas olan üstünlüklərini saxlayır. Bu gün faktiki olaraq radio dalğalarının bütün diapozonlarından istifadə edilir, müasir texnologiya, xüsusi ötürücü mərkəzlər olmasa belə, dünyanın istənilən yerindən, hətta kosmosdan belə efirə canlı veriliş çıxarmağa imkan verir.

Peykə çıxış, stereo səs və rəqəmli yazı, iri həcmdə informasiyanın maneəsiz ötürülməsi – bütün bunlar çağdaş radionun əsas əlamətləridir və məhz bunların sayəsində radio verilişləri milyonlarla insanı özünə cəlb edə bilir. Elə buna görə də radio müasir insanın həyatının vacib bir atributuna çevrilib. Yer üzünün müxtəlif guşələrində milyonlarla dinləyici radio vasitəsilə son yeniliklərdən xəbər tutur, dünya mədəniyyəti ilə təmasda olur, musiqi dinləyir, əyləncə proqramlarına qulaq asır. Radionun hüdudsuz auditoriyası, bu auditoriyaya geniş təsir imkanları var. Təbii ki, bu auditoriyanı daim maraqlandırmaq, onu cəlb etmək və öz «orbitin»də saxlamaq üçün radio güclü və cəlbedici yaradıcılıq cəbbəxanasına, aydın proqram siyasətinə və parlaq yayım dəst-xəttinə, təbii ki, həm də radio yaradıcılığının əsaslarını yaxış bilən peşəkar jurnalistlərə, rejissor və prodüserlərə malik olmalıdır. Yaradıcılıq problemin həlli, dinləyiciləri daim maraqlı, cazibədar verilişlərlə cəlb etmək, həm də müasir radiojurnalistikanın vəzifələrindən biridir.

Efir yaradıcılığının forma və məzmunu

Artıq biz radionun özəlliyini, onun ifadə vasitələri sistemini, gerçəkliyi efirdə necə əks etdirməsini bilirik. Deməli, biz onu da bilirik

ki, radioda jurnalist işi, efir üçün hazırlanan materialın forması və strukturu qəzet yazısından bir çox spesifik cəhətlərinə görə fərqlənir. Əvvəldə dediyimiz kimi, burada hər hansı obyekti, hadisəni, mənzərəni göstərmək imkanı olmadığından efirdə jurnalist (reportyor, aparıcı) sözündən başqa musiqiyə və səs layihələrinə ehtiyac vardır. Əgər qəzetdə müəyyən illüstrasiya (foto, rəsm və s.) varsa, radioda həmin illüstrasiyanı (görüntünü) yalnız səslə yaratmaq mümkündür. Digər tərəfdən, qəzet, jurnal materiallarına yenidən qayıdıb, oxuyub, baxıb, yenidən nəyi isə dəqiqləşdirmək mümkündürsə, radio verilişində bu istisnadır. Radio üçün yazan hər bir jurnalist qavrayışla bağlı olan bu nüansı nəzərdən qaçırmamalı və hazırladığı verilişdə, ilk növbədə, aydınlığa, anlaşıqlığa və dürüstlüyə əməl etməlidir. Bu məqamı daim yadda saxlamaq lazımdır ki, radionun verilişləri yalnız eşitmə üzvləri ilə qavramaq və yalnız dinləmək üçündür. Ona görə də burada yaradıcılıqla bağlı olan hər bir məqam xüsusi həssaslıq tələb edir: söz də, ifadə olunan fikir də, cümlə quruluşu da. Amma bunlardan daha önəmlisi yazılmış mətnin, fikrin şifahi nitqə xas tərzdə dəqiq ifadəsi, intonasiyanın düzgün müəyyənləşdirilməsi, sözlərin və səslərin dəqiq tələffüz olunmasıdır. Belə olmasa, dinləyicini radio dalğasında saxlamaq çox çətinləşir.

Bəs radio verilişi necə yaranır, mövzu necə işlənir, burada yaradıcılıq prosesi hansı mərhələlərdən keçir, forma necə seçilir, kompozisiya necə qurulur? Məhz bu sualların cavabı efir yaradıcılığının özəlliyini əks etdirir. Redaksiyadan konkret mövzuda tapşırıq alan, yaxud öz seçdiyi mövzu ilə bağlı veriliş hazırlamaq istəyən jurnalist, ilk növbədə, beynində gələcək efir əsərinin formasını müəyyənləşdirir, xəyalında, bir növ, bu verilişin modelini cızmağa çalışır. Bu, tələskənlik deyil, əksinə, gələcək məhsulun hazırlanması, strukturun müəyyənləşməsi, əsas istiqamətlərin cızılması, lazımi informasiyaların lazımi məqamlarda verilməsi barədə ilkin düşüncələrdir. Belə daxili, virtual hazırlıq olmadan obyektə gəlmək, fakt toplamağa girişmək, müsahiblər axtarmaq, nəyə diqqət yetirmək, hansı faktları qabartmaq, səs elementlərindən necə istifadə etmək problemini həll etmək çox çətindir. Gələcək efir materialını beyində «bişirməyən», onun əsas modelini cızmayan jurnalist çox vaxt yazı məqamında kompyuter qarşısında aciz qalır, nədən və necə başlayacağını bilmir, forma tapmağa çətinlik çəkir, janrı intuitiv seçir və nəticədə onun əlindən yararlı bir material çıxmır. Ona görə də bu vəziyyətə düşməmək və uğurlu radio (qəzet, televiziya) əsəri yaratmaq üçün, ilk növbədə, yaradıcılıq adlanan mürəkkəb prosesin incəliklərini, bu prosesin məhsulu olan əsərin tərkib hissələrini, ümumi strukturunu, modullarını bilmək çox vacibdir.

Jurnalist əməyinin əsas məqsədi əldə olunmuş informasiyanı auditoriyaya ötürməkdir. İnsan bu informasiyada ifadə olunan fikri və ümumiyyətlə, hər hansı məlumatı, ideyanı obrazı sözlə daha dəqiq ifadə edir. Xüsusi olaraq təşkil olunmuş söz sırası jurnalist mətnini, yaxud radio əsərinin **ədəbi materialını** – ssenarisini təşkil edir. Ədəbi material qəzet yazılarının da məqalə, reportaj və s. əsasını təşkil edir və müəyyən rəsmlər, qrafika elementləri ilə müşayiət olunur. Radioda isə materialın ədəbi əsasını səs təşkil edir. Televiziyada isə bu səsə təsvir də əlavə olunur. Bu mənada televiziyadakı **ədəbi ssenari** gələcək ekran əsərinin səs və görüntü həllini, radioda isə səs həlli ilə yanaşı plastik dramaturji keçidləri, dialoqları, montaj üsullarını və digər ifadə vasitələrinin işlənmə məqamını həll edir.

Efirdə səslənəcək verilişin tam dolğun təsəvvür edilməsi radio jurnalistinin məharətindən və ədəbi əsas olan mətnin mükəmməlliyindən çox asılıdır. Efirdə ardıcıllıqla nələrin olacağını və necə səsləndiriləcəyini, dramaturji qanunlara, əyaniliyə və asan qavrayışa necə əməl olunacağını dəqiqliyi ilə göstərmək əvvəlcədən yazılmış ədəbi materialdan çox asılıdır. Təbii ki, jurnalist əsəri üçün etibarlı bünövrə tükənməz müxtəliflikləri ilə zəngin olan həyatın, reallığın özüdür. Əlbəttə, **həyat materialı** dedikdə, ilk növbədə, jurnalistin araşdırıb öyrəndiyi və istinad etdiyi sosial reallıq nəzərdə tutulur. Bu reallıq isə həmişə jurnalist mətnində əks etdirildiyindən çox zəngin olur. Jurnalistin ustalığı onda üzə çıxır ki, o, həyatın bu zənginliyi içərisindən mövzunu açа biləcək zəruri məqamları seçib mənalandıra bilsin. Mahiyyət etibarilə yaradıcılığa aparan yolu seçmək, nəyisə fərqləndirə bilmək, elə jurnalist peşəsinin əsasıdır. Bütün sahələrdə, o cümlədən radioda çalışan jurnalistlər həmişə yaradıcılıq problemini necə effektli həll etmək çətinliyi ilə üz-üzə qalırlar (59, s. 8).

Bəs radiojurnalist həyat materialına hansı meyarlarla yanaşmalı, onu necə işıqlandırmalı, öz seçimini nəyə əsasən müəyyənləşdirməlidir? Təbii ki, bu məsələdə aktual mövzu seçimi etmək, verilişin ideyasını müəyyənləşdirmək, süjet qurmaq, ümumi kompozisiya problemini həll etmək məsələsi önəmli rol oynayır.

Mövzu jurnalistin hər hansı əsərində toxunduğu və müəyyən həyati material əsasında aşkara çıxardığı əsas məsələlərin məcmusu hər hansı hadisə, vəziyyət və ya müzakirə predmetidir. Radio verilişinin məzmununun əsas məqamı da mövzu adlanır və bu, ayrı-ayrı süjetlərdə, motivlərdə, epizodlarda işlənib hazırlanır. **İdeya** isə insanın şüurunda gerçəkliyi əks etdirən anlayışların, təsəvvürlərin və dünyagörüşünün məcmusu, insanın onlara münasibəti və yanaşmasının əsas prinsipidir. Yeni veriliş, yaxud film yaratmaq barədə layihə (fikir), məhz bu dünyagörüşün ifadəsidir. Təbii ki, məfkurə, məslək, əqidəni

də ideyaya aid etmək olar. Jurnalist yazısında (verilişində) ideya birbaşa müəllif mövqeyində üzə çıxır. Qısa desək, mövzu – *«nə haqqında»*, ideya isə *«nə üçün»* sualına cavab verir. Eyni zamanda, belə demək mümkündürsə, həyat materialı ədəbi materialda nə qədər geniş əks olunursa, mövzu və ideya da bir o qədər dolğun olur. Amma eyni mövzuya bir neçə veriliş (məqalə) də həsr oluna bilər və bu zaman hər verilişin öz ideyası ola bilər.

Jurnalist mövzunu müəyyənləşdirdikdən, həyat materialını öyrəndikdən, faktları topladıqdan sonra yaradıcılıq işinin birinci mərhələsi sona yetir. Yəni məzmunla bağlı hər şey məlumdur. İndi bu məzmuna uyğun forma seçilməlidir. Bunun üçün formanı təşkil edən kompozisiya və onun elementlərini bilmək vacibdir.

Kompozisiya tərtib etmə, birləşmə, əlaqə – əsərin tərtibatı, birləşdirilməsi, əlaqələndirilməsi, qanunauyğun qurulması, vahid tamı təşkil edən ayrı-ayrı hissələrin (elementlərin) nisbəti. Efir (jurnalistika) əsərində gerçəkliyin bədii-publisistik inikasının xüsusiyyətindən (qırıq-qırıq və mozaikliyindən) asılı olaraq zamanca və məkana görə ayrı-ayrı düşmüş müxtəlif hadisələrin əlaqələndirilməsi; bu və ya digər təzahürün mahiyyətini açan məna blokları; müxtəliftipli faktlar və müşahidələr; adamların rəy və düşüncələri. Amma kompozisiya, sadəcə, ayrı-ayrı hissələrin «yapışdırılması» deyil, o, müxtəlif məzmun daşıyıcılarının elə şəkildə birləşdirilməsini nəzərdə tutur ki, bütöv əsərin yaradılması mümkün olsun. Səs montajına, yaxud mətnin şərhinə başlamazdan əvvəl müəllif (rejissor) gerçəklik üçün xarakterik olan əlaqə tiplərinə kömək edə biləcək optimal kompozisiya forması seçməli və bu prosesdə zaman və səbəb-nəticə cəhətlərinə üstünlük verməlidir. İstənilən forma əsərin əsas ideyasının dinamik inkişafının və meydana çıxmasının inikasıdır. İstənilən əsərdə, o cümlədən radio verilişində kompozisiya müəllifin əsas fikrinin məntiqi şəkildə açılmasına xidmət edir. Kompoziya, ilk növbədə, hadisələrin cərəyan etdiyi məkanda müəllifin düşündüyü fikrin, ideyanın açılmasında, konkret hərəkətlərdə və epizodlarda özünü göstərir. Bəzi alimlər kompozisiyanı hər hansı verilişin, tamaşanın, ədəbi materialın təşkili prinsipi kimi də xarakterizə edirlər. Onların fikrincə, sənədli əsərin kompozisiyası, adətən, onun mövzusu və ideyası ilə şərtlənir və müəllifin mövqeyini ifadə edən, ssenarinin ən dərin əlaqələrini açan faktların, hadisələrin birləşməsindən ibarətdir (13, s. 145).

Jurnalist kompozisiya üzərində işləyərkən, müəyyən mənada, **fabuladan** (lat. *fabula* – təmsil, hekayət) asılı vəziyyətə düşür. Fabula bədii əsərdə (kinofilmdə, radiopyesdə, teatr tamaşasında, publisistikada və ədəbi əsərdə) təsvir olunan hadisələrin müəyyən zaman ardıcıllığı ilə nəql olunmasıdır. Sənədli əsərdə fabula müəllifdən asılı

deyil, olanlar ardıcıllıqla verilir. Ona görə də jurnalist fabuladan çıxış edərək öz əsərinin süjetini qurur. Hadisələrin xronoloji ardıcıllıqla təsvir olunduğu bədii əsərdə fabula və süjet məfhumları bir-birinə uyğun gəlir. Əslində isə bu termin çoxmənalı olduğuna görə bəzən süjet anlayışı ilə səhv salınır. Əgər **süjet** (fr. *soujet* – predmet) dedikdə, təsvir edilən hadisələrin xronoloji ardıcıllığı başa düşülürsə, fabula dedikdə hadisələrin nəqledilmə qaydası nəzərdə tutulur. Ona görə ədəbiyyatşünaslar xronoloji ardıcıllığı fabula, onların bədii düzülüşünü isə süjet adlandırırlar. Beləliklə, jurnalistikada materialın fabula düzülüşü süjet düzülüşündən onunla fərqlənir ki, burada jurnalist hər hansı sosial təzahürü, yaxud problemi açа biləcək daha əlamətdar hadisələri fərqləndirmək iqtidarındadır.

Süjet təhkiyə prosesində dramaturji qaydalar əsasında mövzunun (və hadisələrin inkişafının) açılması üsuludur. Bədii əsərdə iştirak edən surətlərin xarakterlərini açıb göstərən və əsərin əsas konflikti ilə bağlı olan əhvalat, tarixçə də süjet adlanır. Ekran-efir əsərlərində intellektual və emosional konstruksiya kimi qəbul edilən süjetin strukturuna üç ədəbi süjetdən fərqli olaraq jurnalistika (o cümlədən radio və televiziyada) süjet çoxşaxəli deyil, «yığcam»dır. Çünki jurnalistikada «süjet» dedikdə faktların, hadisələrin, fikirlərin, davamiyyəti başa düşülür. İnsanların xarakterləri, talelər, ictimai ziddiyyətlər, münaqişələr də burada açılır. Bir qayda olaraq, jurnalistika süjetlərində hadisələrin inkişafı bir-biri ilə sıx bağlı olur, kulminasiya və problemlər düyününün açılması isə az qala ən inkişaf etmiş hissəyə çevrilir. Süjet hadisənin və ya təzahürün mexaniki sürəti, predmetin quruluşunun səthi inikası deyil, o, yaradıcılıq prosesinin nəticəsi kimi meydana çıxır və müəllifin izlədiyi sosial məqsədə uyğun şəkildə qurulur. Süjet məfhumu dramaturgiya anlayışı ilə sıx bağlıdır.

Dramaturgiya (yun. *dramaturgiya* – hər hansı əsərə quruluş vermək sənəti) həyat materialını müəyyən qanunlar əsasında qurmaq üsuludur və onun əsasında konflikt dayanır. Dramaturgiya dedikdə, tamaşa və ya filmin süjet-obraz konsepsiyası, həmçinin dram əsərlərinin quruluş prinsiplərini öyrənən incəsənət nəzəriyyəsi də nəzərdə tutulur. Ancaq bütövlükdə dramaturgiya əsasında konflikt dayanan və bu konfliktin hərəkətə gətirdiyi miqyaslı dəyişmələr, dinamika nəzərdə tutulur.

Konflikti ictimai inkişafın təkanverici yayı kimi müəyyən etməyi bacaran jurnalistin peşəkarlığından xəbər verir və belə ustad jurnalistlər verilişlərini (yazılarını) dramaturji cəhətdən maraqlı qura bilirlər. Mövcud gerçəkliyə yaradıcı münasibət tələb edən sahələr, o cümlədən jurnalistikada həyat faktına – sənədli materiala belə

yanaşma onun yazısının (verilişinin) kompozisiya baxımından uğurlu qurulmasına əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir. Məhz burada süjet və onun elementləri (ekspozisiya, inkişaf, kulminasiya, peripetiya, final və s.) jurnalistə öz publisistik əsərini oxucu və dinləyiciyə aydın və cazibəli bir tərzdə çatdırmağa kömək edir. Süjetin elementlərindən hansı ardıcıllıqla istifadə etməkdə (məs., kulminasiyanı əvvəldə vermək və s.) jurnalistin öz ixtiyarındadır.

Radio jurnalistikasında süjet öz sərt kanonları olan kompozisiya düsturu deyildir, yalnız peşəkar jurnalistlərin əlində yaxşı effekt verən yaradıcılıq vasitəsidir. Bu aləti ram etmək, onun incəliklərini bilmək üçün radionun təbiətini, spesifikasını, səs palitrasını, ən başlıcası isə radionun dil və üslub özəlliklərini bilmək vacibdir. Radionun səsli təbiətini, şifahi danışığa və nizamlanmış ədəbi dil normalarına əsaslanan nitq üslublarını bilmədən, ədəbi tələffüz qaydalarına bələd olmadan yaxşı radio verilişi hazırlamaq mümkünsüzdür. Radio dilinin xüsusiyyətləri barədə isə biz əvvəlki bölmədə söhbət açmışıq.

Radio yayımının növləri

Radio yayımı inkişaf etdikcə, ictimai proseslərin proqramların məzmununa və bütövlükdə radionun statusuna təsiri artdıqca, kütləvi kommunikasiyanın bu sahəsində də yeni texnologiyalar tətbiq olunduqca, efirdə səslənən verilişlərin təqdimatında, formatında, yayımın formalarında və proqramların məzmununda da ciddi dəyişikliklər gedir. İlk növbədə, yayımın növləri ilə bağlı situasiya dəyişir, yəni yayım təcrübəsində indiyə qədər mövcud olan proqram növləri və formalar öz yerini yenilərə verir.

Radionun proqramları mövzu baxımından çoxşaxəlidir və auditoriyanın ayrı-ayrı hissələri məhz konkret məzmunlu verilişlərə münasibətdə, xüsusən maraq və zövq məsələsində parçalanır. Biz yayımın növləri dedikdə, məhz konkret mövzunu əhatə edən və auditoriyanın konkret sosial təbəqəsinə yönəli proqram bölgüsünü nəzərdə tuturuq. Digər tərəfdən, radionun kommunikativ sistem kimi inkişafı və təkmilləşməsi efir materialının (xəbər, təhlil, tamaşa, musiqi və s.) göndərildiyi ünvanı da müəyyənləşdirir. Əslində bu, əvvəla, verilişlərin müntəzəmliyi, ikincisi isə dinləmənin kollektivlikdən (meydanlarda və küçələrdə, klublarda) tədricən fərdililiyə doğru irəliləməsi sayəsində mümkün olub. Sovet radio verilişlərinin tarixi nümunəsində dinləyicilərin diferensiallaşması prosesi xeyli aydın görünür. Əvvəlcə dinləyicilər sosial-demoqrafik əlamətlərə görə kənd və şəhər dinləyicilərinə bölünürlər. Sonra gənclər və uşaq auditoriyalarına yönəlmiş verilişlər meydana çıxır. Bu prosesin növbəti

mərhələsi dinləyicilərin sosial, peşə, mədəni maraqlarını və yaş xüsusiyyətlərini nəzərə alan radio verilişlərinin çoxprofilli olmasıdır.

Azərbaycan radiosunun ilk illərində yayım materialları ümumi şəkildə iki qismə ayrılmışdı: 1) ictimai-siyasi yayım; 2) bədii yayım. Hazırda qeyri-kommersiya radiolarında tematikaya görə ictimai-siyasi informasiya, maarifçilik ədəbi-dram və musiqi yayımı, özəl radiolarda isə informasiya və musiqi yayımı geniş yayılmışdır.

Tədqiqatçılar bu yayım növlərini xarakterizə edərkən mövcud təcrübəyə istinad edir və göstərirdilər ki, **ictimai-siyasi yayım** rəsmi materialları dövlət və hökumət orqanlarının «ictimai təşkilatların fəaliyyətini işıqlandıran, ölkə həyatının və beynəlxalq həyatın aktual problemlərindən söhbət açan, nəzəri materialları təbliğ edən verilişlər kompleksidir. Bu yayım növü tematikasının rəngarəngliyi, coğrafi diapazonunun genişliyi ilə fərqlənir. İctimai-siyasi yayımın əsas fərqləndirici xüsusiyyəti onun xalis sənədliliyidir (7, s. 67).

İctimai-siyasi yayımın məqsədi hər hansı ölkənin həyatında və beynəlxalq aləmdə baş verən hadisələr barədə dinləyiciyə doğru-dürüst informasiya, məlumat və şərh verməkdir. Burada verilən informasiyaların operativliyi, dürüstlüyü, konkret fakta əsaslanmağı, yığcamlığı və aydınlığı əsas şərt olmalıdır.

Müasir radio təcrübəsində ictimai-siyasi yayımı üç yerə bölmək olar: a) xəbər proqramları; b) xəbərdən törəmə proqramlar; c) debat proqramları. Xəbər və xəbərdən törəmə proqramlar ölkənin siyasi-iqtisadi və sosial-mədəni həyatını işıqlandırmaqla dinləyicidə bu sahələrdə gedən proseslər haqqında dolğun təsəvvür yaradır. Diskussiya proqramlarında isə hər hansı problemin müxtəlif aspektləri çözülür. Buna görə də həm diskussiya proqramlarında və digər publisistik verilişlərdə toxunulan mövzular aktuallığına görə seçilməli və dinləyici marağına xidmət etməlidir. Çünki auditoriya dinləyici marağını oxşamayan, onun problemlərini efirə çıxarmayan radionun verilişlərini, sadəcə olaraq, dinləmir.

Bədii yayım müasir qeyri-kommersiya radiolarının (dövlət və ictimai) efir siyasətinin əsas istiqamətlərindən biri olaraq qalır. Radio yarandığı gündən ədəbi verilişlər efirdə sabit yer tutur və yayımın bu növündə Azərbaycan radiosu zəngin təcrübə toplamışdır. Ədəbi-dram verilişləri Azərbaycan ədəbiyyatını və milli mədəniyyəti, eləcə də dünya ədəbiyyatı və incəsənətinin ən yaxşı nümunələrini dinləyicilər arasında yaymaq, bununla da onların mənəvi aləminin daha da zənginləşməsi prosesində bilavasitə iştirak edir. Publisist sözünün gücü ilə insanların qəlbinə yol taparaq onlara həyata, ətrafa yeni baxışla, yeni məna ilə nəzər salmağı aşılamaq yayımın bu növünün başlıca vəzifələrindəndir. Bütövlükdə ədəbiyyata həmişə xas olmuş

humanizm, xəlqilik, həyat həqiqətlərinə sədaqət yayımın bu növü üçün xüsusilə aktualdır və bu prinsiplərə riayət etməklə radio cəmiyyətdə vicdanlı, möhkəm ruhlu, öz zamanının yükünü üzərinə götürə bilən adamlar tərbiyə edir. Bu mənada Azərbaycan radiosunun «Bulaq», «İncəsənət salonu», «Yazıçı sözü», «Şəbəkə», «Sabahınız xeyir», «Düzü düz», «Radionun tamaşa salonu», «Radio teatrı», «Poeziya buketi, nəğmə çələngi», «Lirika dəftərindən», «Tərcümə saatı», «Doğma səslər» və s. silsilə rubrikalar ədəbi-dram yayımının ən çox auditoriya toplayan verilişlərindəndir. 40 ilə yaxındır ki, efirdə olan «Bulaq» xalqın şifahi söz sənətini, yurdumuzun gözəl adət və ənənələrini təbliğ edərək, ulu babaların bu gün də təravətini saxlamış yüksək əxlaqi sifətlərini, el təbabətinin sehrlərini, xalq bədii sənətinin gözəlliyini, xalq hikmətində yetişib cilalanmış gülüşü milyonların sərvətinə çevirir (7, s. 79). Şifahi ədəbiyyat nümunələri, nağıl və dastanlar, atalar sözləri və məsəllər, xalq musiqisi, aşıq yaradıcılığı verilişlərin ana xəttini təşkil edir.

Bədii radio yayımı proqramlarda geniş yer tutan, efirin spesifik imkanlarına məharətlə yiyələnərək gerçəkliyi sənətə xas olan bədii üsulla əks etdirən, dinləyicilərdə bədii-estetik zövqün formalaşmasında fəal rol oynayan radio materiallarıdır. Yayımın başlıca vəzifəsi dinləyiciləri milli, klassik və dünya mədəniyyətinin görkəmli nümunələri ilə qovuşdurmaq, çoxmilyonlu auditoriyanı gözəllik aləminə cəlb etmək, onlara yüksək estetik zövq aşılamaq, dinləyicilərin əylənməyə olan tələbatını ödəməkdir. Bədii yayıma ədəbi-dram və musiqi verilişləri, qismən də uşaq və gənclər üçün verilişlər aiddir. İctimai-siyasi radio yayımı ətrafında ictimai-siyasi informasiya, ictimai-siyasi təbliğat, uşaqlar, yeniyetmələr və gənclər üçün verilişlər cəmləşmişdir. Göründüyü kimi, yayım tarixinin yaratdığı bu ümumi bölgü, əsasən, tematik prinsipə əsaslanmışdır. Lakin ictimai-siyasi yayımın öz daxilində getmiş sonrakı bölgü prosesində funksional təyinat (dinləyiciləri məlumatlandırmaq, müəyyən bilgi vermək) və ünvanlılıq (uşaqlar üçün yayım, gənclər üçün yayım) başlıca meyar kimi götürülmüşdür (7, s. 67-68).

Radio tamaşaları, səhnələşdirilmiş verilişlər ədəbi-dram yayımında aparıcı yerlərdən birini tutur. Bunu xüsusilə qeyd etmək lazımdır ki, meydana gəldiyi ilk illərdən hər bir radio, onun ədəbi-dram yayımı teatrlarla, onların yaradıcı heyətləri ilə həmişə sıx əlaqədə olmuşdur. 30-cu illərdən başlamış və bu günümüzə kimi davam edən ənənə – ədəbi-dram əsərlərinin radio üçün uyğunlaşdırılması, (ilk illərdə, sadəcə, translyasiyası) yayımın bu qolunun təşəkkül tapması və inkişafı üçün şərait yaratmışdır. Bu gün Azərbaycan radiosunun hər şənbə günü efirə çıxan «Sizi radioteatra

dəvət edirik» rubrikası altında efirə gedən, səsləndirilən tamaşalara minlərlə dinləyici qulaq asır.

Müasir radiolarda **musiqi yayımı** tematik və janr palitrasının rəngarəngliyi, auditoriyasının həddən artıq genişliyi və əhatəliliyi ilə seçilir. Onun yerinə yetirdiyi vəzifələr də çoxcəhətlidir. Yayımın bu növü dinləyicinin estetik tərbiyəsinin əsas formalarından biri kimi adamları milli, müasir dünya musiqi mədəniyyətinin ən nadir nümunələri ilə tanış edir, auditoriyanın bədii zövqünün formalaşmasında rol oynayır, musiqiyə olan tələbatı ödəyir (7, s. 81). Məsələn, Azərbaycan radiosunun efirində operalardan tutmuş xalq mahnılarınadək, simfonik musiqi konsertlərindən başlamış əyləncəli proqramlaradək musiqi sənətinin forma və janrlarının bütün rəngarəngliyi ilə öz əksini tapır.

Müasir radiolarda, o cümlədən özəl radio şəbəkələrində musiqi yayımının əhatə və mövzu dairəsi olduqca genişdir. Klassik irslə tanışlıq, musiqi mədəniyyəti tarixi məsələlərinə dair söhbətlər, görkəmli xarici ölkə bəstəkarları, dirijorları, vokal sənəti ustaları haqqında verilişlər, opera və operettaların translyasiyası, dünya xalqları milli mədəniyyətlərinin inkişaf yolunun işıqlandırılması, ölkədə və xaricdə musiqi həyatının ən diqqətəlayiq hadisələri haqqında məlumat – bütün bunlar verilişlərin məzmununu təşkil edir. Özəl radiolardakı çoxsaylı verilişlər də bu qəbildəndir.

Azərbaycan radiosunda musiqi verilişlərinin beşiyi başında Ü.Hacıbəyov, M.Maqomayev, A.Zeynallı, C.Cahangirov, S.Rüstəmov, S.Ələsgərov kimi sənətkarlar dayanmışlar. Bu gün də musiqi yayımının inkişafı Azərbaycan radiosunun gündəlik verilişlərinin, demək olar ki, 40 faizini təşkil edir. Yayımın bu sahəsinin populyarlığı üçün konkret addımlar atılır. Musiqi yayımının inkişafında 1964-cü ildən 2005-ci ilə kimi ayrıca bir kanal kimi fəaliyyət göstərmiş «Araz» radiosunun böyük rolu olmuşdur. Bu radio ilə musiqi təbliğatının keyfiyyət və kəmiyyət artımı xüsusi qeyd edilməlidir.

Azərbaycan radiosunun musiqi yayımı proqramlarında xalq musiqisinin, musiqi sənətinin, folklor musiqisinin təbliği aparıcı yerlərdən birini tutur. «El sənətkarlarımız», «İfaçılarımızın portreti», «Muğam» radio jurnalı, «Radionun qızıl fondundan», «Özfəaliyyət kollektivlərinin radiostudiyası» verilişləri bu nəcib məqsədin həyata keçirilməsində fəal iştirak edirlər.

«Azərbaycanın musiqi aləmində» radio jurnalının səhifələrində musiqi həyatının ən yaddaqalan hadisələri, respublika musiqiçilərinin suveren respublikalardakı və xaricdəki həmkarları ilə yaradıcılıq əlaqələri, musiqi sənəti tarixmizin əlamətdar ildönümləri işıqlandırılır.

«Simfonik musiqi həvəskarları üçün», «Dünyanın musiqi

xəritəsi», «Musiqi kaleydoskopu», «Respublikanın görkəmli musiqi kollektivləri», «Dünya simfonik musiqisinin seçilmiş nümunələri», «Bəstəkarlarımızın iş otağında», «Fonotekamızın yeni lent yazıları» və s. silsilələr və rubrikalar Azərbaycan radiosu musiqi yayımının tematik məzmunu və coğrafiyası barədə əyani təsəvvür yaradır.

Azərbaycan radiosunun musiqi yayımı efirdə özünün gözəl ənənəsini yaratmışdır. Sabit səslənmə günləri və saatları olan populyar musiqi proqramları otuz-qırx ildən bəri dinləyicilərə doğmadır. Səhər konsertləri, «Muğamat saatı», «Arzu» musiqi poçtu» belə proqramlardandır. SSRİ xalq artistləri Bülbülün və R.Behbudovun xatirə günlərinə həsr edilən konsert proqramlarını bu ənənənin davamı hesab etmək olar.

Təbii ki, bu sadaladıqlarımız yayımın mövzuya (tematikaya) görə diferensiasiyasıdır. Bundan başqa, ünvanlandığı dinləyici təbəqəsinə – auditoriyaya görə də yayımın bir neçə növünü müəyyənləşdirmək olar: 1) uşaqlar və yeniyetmələr üçün yayım; 2) qadınlar üçün yayım; 3) gənclər üçün yayım və s. Bunlar, əsasən, ixtisaslaşmış yayım növü hesab olunur və konkret auditoriyaya ünvanlanır. Yayımın bəzi növləri (məsələn, sürücülər üçün) özəl radiolarda daha geniş yayılıb və o, reklam sifarişçiləri üçün də cazibədar olduğundan geniş perspektivə malikdir.

Adətən, günün radioproqramı əsas verilişlər qrupunu özündə birləşdirən və efirdə səslənmə vaxtından, hədəfə aldığı dinləyici auditoriyasının yaş səviyyəsi və marağından asılı olan modullardan ibarətdir. Bu proqramların növünün müəyyənləşməsində dövrilik, yəni efirə çıxma tezliyi önəmli rol oynayır. Bu cəhətdən proqramlar, əsasən, gündəlik, beşgünlük (şənbə, bazardan başqa) və həftəlik kimi üç qismə ayrılır. İstənilən yaradıcı fəaliyyətin əsasında insanın mənəvi-ruhi və estetik tələbatının ödənilməsi dayanır. Radio yayımı və proqram yaradıcılığının da məqsədi budur və həmin məqsədin gerçəkləşdirilməsi prosesində formalaşan əlamət və xüsusiyyətlər proqramın növünü müəyyənləşdirir. Əslində bu proqram növləri yayımın formalarını müəyyənləşdirir ki, biz janrlardan sonra bu formalar haqqında ətraflı bəhs edəcəyik.

Radiojurnalistikanın janrları

Medianın başqa sahələrində olduğu kimi, radioda da püblisistika məhsulları – verilişlər (ümumi məzmun) müxtəlif janrlarda əks etdirilir. Çünki veriliş ümumi anlayışdır və bu adla yayımlanan efir məhsulları müxtəlif forma və janrlarda təqdim olunur.

Ənənəvi təsəvvürə görə, «jurnalistika janrları» anlayışı bu

sahədəki yaradıcılıq prosesinə və jurnalistika əsərlərinin qavranmasına aiddir. Bəs sanki indiyə qədər haqqında müəyyən bilgimiz olan və yaradıcılıq məhsulunun müəyyən növü sayılan janr sisteminin təsnifatı müasir radiojurnalistikda özünü necə göstərir? Radiojurnalistikada hansı bölgü prinsiplərindən danışa bilərik?

Əslində bu suallar ona görə meydana çıxır ki, keçmiş sosialist ölkələrində formalaşan jurnalistika nəzəriyyəsi bütövlükdə jurnalistikaya janr yığımı kimi baxan bir bölgü aparmışdı və bu bölgü də çox vaxt gerçək təcrübə ilə uyğunlaşmırdı. Bəzən faktın, olayın bu bölgü çərçivəsinə salınması sünilik və jurnalist üçün keçilməz sədlər yaradırdı. Sovet ideoloqlarının hazırladığı və bütün sosialist ölkələrinə «ixrac» olunmuş və «ənənəvi» adlandırdığımız bu bölgünün ən qüsurlu cəhəti faktla fikirlərin (təhlilin) bir-birinə qarışdırılması idi. Məhz «faktlarla fikirlər yanlış yola aparır. Tutalım, publisistika qrupu (bədii publisistik janrlar – *Q.M.*) rasional və emosional janrlara bölünür. Emosiyalar duyğuların bəlli mənada rasional da ola biləcəyi üçün belə bölgü tamamilə mənasını itirir» (20, s. 128-129). Deməli, **ənənəvi jurnalistika janrları** üç qrupa bölünür: a) informativ; b) analitik; c) bədii-sənədli. Bu bölgü fikir bildirən janrları həm xəbər (məs., «şərhli xəbər»), həm də analitik publisistika qrupuna (məs., «şərh») aid edir. Qərb təcrübəsinin formalaşdırdığı» **universal jurnalistika** isə janrları fakt və fikir bölgüsünə əsaslanaraq media materiallarının üç tipini müəyyənləşdirir: a) xəbər; b) analiz (təhlil); c) fikir (rəy). Önəmli odur ki, bu üç tipi asanlıqla bir-birindən ayırmaq mümkündür. *Xəbər* hər hansı olayla bağlı dəqiq-dolğun məlumat verir, olayın niyə və necə baş verməsini və ya durumun niyə filan formada dəyişməsini *analiz* açıqlayır. *Fikir* bildirən materialda ya müəllifin, ya da redaksiyanın olaya baxışı diqqətə yetirilir (20, s. 129).

Həyat həqiqətlərini əksetdirmə üsuluna görə ənənəvi (sosialist) jurnalistikada şərti olaraq üç yerə (informativ, analitik və sənədli-publisistik) bölünmüş janr təsnifatı prinsipi radioda da uzun müddət qorunub. Amma müasir şəraitdə təkcə qəzetlərdə və televiziya sistemində deyil, radioda da janrların getdikcə cilalanması və özlərini yeni ampluada göstərməsi meyli mövcuddur. Bununla bağlı meydana çıxan problemlər həmin janrlara verilən tələblərin daha ətraflı nəzərdən keçirilməsini tələb edir. Bu sahədəki əsas problemlər isə, əsasən, janrların sistemliliyi, onların qarşılıqlı əlaqəsi, hər bir janrın təkrarsızlığı, spesifik formalar vasitəsilə dinləyicilərlə ünsiyyətdə olması, həyati faktların müvafiq üsullarla verilməsi və s. aktual məsələlərlə bağlıdır.

Qeyd etdiyimiz ənənəvi jurnalistika janrlarının xüsusiyyətləri ilə radionun ifadə vasitələrinin məcmusunu birləşdirən radio janrları

Azərbaycan radiosunun təxminən 80 illik tarixi ərzində müəyyən spesifik keyfiyyətlər kəsb etmişdir. Jurnalistikada geniş tətbiq olunan digər janrlarla genetik və funksional yaxınlığına baxmayaraq, radio janrları çox qabarıq səs təkrarsızlığına malikdir. Onların vəzifəsi həmin səs effektlərindən verilişlərin təsirinin gücləndirilməsi üçün maksimum istifadə etməkdir. Bununla bağlı xüsusən nəzərə almaq lazımdır ki, hər bir janr, sadəcə olaraq, müəyyən qəlibə düşmüş sabit bir forma deyil, həm də radio əsərində təcəssüm olunan canlı bir prosesdir. Bü mürəkkəb yaradıcı proses özündə dörd əsas mərhələni birləşdirir: *Əvvəla*, baş vermiş hər hansı fakt və hadisənin operativ şəkildə qeydə alınması, *ikincisi*, həmin konkret faktın, hadisənin, epizodun dərk edilməsi, *üçüncüsü*, dərk olunmuş faktın publisistik formaya salınaraq əks etdirilməsi və nəhayət, *dördüncüsü*, alınmış məlumatın radio dinləyicilərinə çatdırılması. Məhz sonuncu mərhələdə janrlar həlledici rol oynayır və müasir radio verilişlərində bütün janr vasitələrinin çoxcəhətliliyi məlumatın dinləyiciyə aydın və dolğun şəkildə çatdırılmasına xidmət edir. Bu isə, öz növbəsində, dinləyici auditoriyası ilə sıx və etibarlı əlaqə yaradılmasına güclü təsir göstərir. Beləliklə, radiopublisistika və radio sənətinin geniş janr diapazonu onun çevikliyinə və uzunömürlülüyünə şərait yaradır, eyni zamanda bütövlükdə radioda yeni imkanların üzə çıxmasına təkan verir.

Radio yayımı uzun illər efirdə jurnalistikanın ənənəvi janrlarına yeni ruh vermiş, sırf ideoloji məqsədlərə xidmət edərək onları cana gətirmişdir. Canlı insan nitqi, hadisənin akustik əksi, dinləyicini, bir növ, hadisənin iştirakçısına çevirə bilmək qüdrəti, sözün, səs lövhələrinin, musiqinin və bunların sintezinin köməyi ilə yaradılan güclü emosiya radio janrlarını qəzet janrlarından fərqləndirən başlıca cəhətlərdir. Bütün bu cəhətlər bir yerdə radionun ən qiymətli spesifik xüsusiyyətini – onun sənədliliyini təmin etmişdir (7, s. 84). Radioda da janr konkret faktlar və hadisələr əsasında gerçəkliyin əksi kimi yaranan və daimi əlamətlərə malik olan yaradıcılıq forması kimi çıxış edir. Radio janrlarının daimi əlamətlərini bu amillər müəyyənləşdirir: a) təsvir obyektinin xarakteri; b) müəllifin konkret məqsədi; c) nəticə və ümumiləşdirmənin əhatə dairəsi; ç) təsvir və ifadə vasitələrinin xarakteri. Yığcam şəkildə bunları belə ifadə etmək olar: obyekt, məqsəd, vəzifə, ifadə vasitəsi. Həm də janr bu əlamətlərdən hər hansı biri ilə deyil, əlamətlərin məcmusu ilə müəyyənləşir.

İstənilən yaradıcılıq sahəsi ixtiyarında olan ifadə vasitələri gerçəkliyi əksetdirmə üsulları, təsvir formaları baxımından çox zəngindir. Təbii ki, bu vasitələr donuq qalmır və daim dəyişir. Bu mənada janrların təkamülü, funksional dəyişməsi və təsnifatı ilə bağlı proseslər radiojurnalistikada da özünü aydın göstərir. Amma bütün

hallarda radioda da janr özünü «fikrin, ideyanın, real hadisə və faktların konkret məqsəd və vəzifə, predmet, dil-üslub, həcm, zaman və məkan özünəməxsusluğu üsulu ilə tarixən formalaşmış kompozisiya və məzmun vəhdətində» (12, s. 12) ifadə olunur. Ənənəvi jurnalistikada olduğu kimi müasir radio yayımında da gerçəkliyi əks etdirmək üsuluna və jurnalistin məqsədinə görə janrları üç qrupa bölmək olar: 1) informasiya janrları; 2) analitik janrlar; 3) rəy bildirən janrlar.

Göründüyü kimi, radionun janrlar sistemi müasir jurnalistikada qəbul edilmiş üç mühüm məqamı özündə əks etdirir: a) xəbər; b) təhlil; c) rəy. Yəni hər hansı hadisə barədə, ilk növbədə, xəbər verilir; ictimai əhəmiyyətindən asılı olaraq bu xəbər təhlil edilir və analitik süzgəcdən keçirilir, nəhayət, bu hadisəyə (fakta) münasibət bildirilir, dəyərləndirilir. Elə buradaca məşhur bir deyimi xatırladaq ki, jurnalistlərin xəbər kimi təqdim etdikləri informasiya dürüst, təhlilləri obyektiv, rəy kimi təqdim etdikləri informasiya isə vicdanlı olmalıdır. Bu formula kimlərinsə xoşuna gəlməyə bilər. Amma əsl jurnalistikanı başqa şeylərdən, o cümlədən «qara piar» texnologiyalarından fərqləndirən məhz budur. Beləliklə, radio janrlarını aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

İnformasiya janrları qrupuna xronika, xəbər, müsahibə, hesabat, reportaj;

Analitik janrlar qrupuna: izahlı çıxış, radioaraşdırma, diskussiya, icmal;

Rəy (fikir) bildirən qrupa isə şərh, söhbət, sorğu, çıxış və s. daxildir.

a) informasiya janrları

Ölkə daxilində və xaricdə baş verən bütün mühüm hadisələr, ilk növbədə, özünün efir təcəssümünü bu janrlarda tapır. Operativlik, aktuallıq, dürüstlük, konkretlik, tamlıq kimi cəhətlər informasiya janrlarında xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Xəbərçiliyə aid son nəşrlərdə bu janrlara gərəklilik, maraqlılıq, konfliktlik, qeyri-adilik, balanslılıq və s. kimi xüsusiyyətlər də şamil olunur (4, s. 8-10). İnformasiya verilişləri cəmiyyətin və insanların həyatına təsir göstərən önəmli olaylardan söz açır, qeyri-adi və ya istisna hallarla bağlı hadisə və vəziyyətləri əks etdirir. Baş verən hadisə haqqında dinləyicini məlumatlandırmaq, strukturu və dil-üslubunun sadəliyi konkret faktlara əsaslanması, sənədliliyi, auditoriyasının genişliyi bu janrlar qrupunu fərqləndirən əsas xüsusiyyətlərdir. Qrupa daxil olan janrları qısaca nəzərdən keçirək.

Xronika ictimai-siyasi, sosial-iqtisadi və mədəni həyatımız, habelə həyat hadisələri haqqında operativ, yığcam məlumatdır.

İnformasiya üçün önəmli olan «nə, harada, nə vaxt» suallarının cavabı xronikanın ilk cümləsində öz əksini tapmalıdır. O, dinləyicinin təsəvvürünü real faktlarla zənginləşdirir, zamanın nəbzini tutmaqda, adamların dünyagörüşünün formalaşmasında ona kömək edir.

Xronika Azərbaycan radiosunun verilişlərində – ilk illər radioqəzetlərdə, daha sonra «Son xəbərlər» bülletenlərində və digər proqramlarda ən çox tələbat duyulan janrlardan olmuş, hazırda «Günün səsi»ndə və «Son xəbərlər»in buraxılışlarında da istifadə edilir. Xronika faktın təhlilini tələb etmir, onu müəllif müdaxiləsi olmadan dinləyiciyə çatdırır. Əsasında konkret fakt və hadisənin dayandığı xronika həddən artıq yığcamlıq, konkretlik və sadə dil konstruksiyalarının işlədilməsini tələb edir.

Xəbər həcmcə və əhatə dairəsinə görə xronikadan geniş janr kimi dinləyicinin diqqətini bir neçə fakta cəlb edir. Yığcamlıq və yüksək operativlik, fakta həssas münasibət kimi xüsusiyyətlər xəbərdə öz aktuallığını saxlayır. Xəbəri xronikadan fərqləndirən başlıca cəhət onda hadisənin bir qədər ətraflı təqdimatıdır. Ona görə də xəbər çox vaxt xronikadakı suallar sırasına «niyə»ni də əlavə edir.

İndi istənilən KİV, xüsusən də elektron informasiya vasitələrinin təkcə texniki münasibətdə deyil, daha çox işin təşkili planında çox mürəkkəb mexanizmdən ibarət olması aksiomadır. Xəbərlərin istehsal texnologiyasını bilməyən ən istedadlı jurnalist belə, bu prosesi çətin qavrayacaq, onun yazdığı bir şeyə yaramayacaq, belə mürəkkəb xəbərləri qovluğa qoymaq qəti mümkün olmayacaq və bütövlükdə həmin jurnalist radiostansiyanın işinə xaotik elementlər gətirəcək. Məhz buna görə də biz «radioxəbərlər üçün necə yazmalı» sualına üçüncü hissədə konkret cavab verəcəyik.

Xəbərlərin üslubu. Bir qayda olaraq, istənilən informasiya buraxılışının əsasında baş verən hadisələrin çox da böyük olmayan xülasəsi dayanır; radiostansiyaların təcrübəsində «xəbərlər», «informasiya» və s. bu kimi adlanan başlıqlardan istifadə edirlər. Amma bütün hallarda mahiyyət dəyişməzdir – hadisələr haqqında danışmaq. Burada «danışmaq» sözü «hadisələr» sözündən az əhəmiyyət daşımır. Baş verənlər haqqında biz məhz danışmalıyıq, yəni məlumatı normal, auditoriyanın böyük əksəriyyətinin qəbul edəcəyi anlaşıqlı bir dildə çatdırmalıyıq.

Klassik reklam nəzəriyyələrindən birində belə bir qayda var: məlumatı kimə yönəltməyindən asılı olmayaraq onun anlaşıqlıq (aydınlıq) dərəcəsi əhalinin ümumi məntiqi düşüncə indeksindən 10 bənd aşağı olmalıdır: həm də məlumat mətni anlamaq və yadda saxlamaq üçün qüvvə tələb etməməlidir». Xəbərlər özünün bəyan edilmə üslubuna görə məhz ən adi adamları nəzərdə tutmalıdır, biz

növbəti cərrahi əməliyyatlar, yeni dərman preparatı, yaxud «sinxrofazotron» (atom nüvəsi fizikası tədqiqatı üçün qurğu növü) haqqında elə sözlərlə danışmağa borcluyuq ki, onu hamı başa düşsün. Başqa cür bu xəbəri verməyin mənası yoxdur.

Radiojurnalistikaya dair kitablarda təfsilatı ilə göstərilən başqa yanaşmalar da vardır. Onlardan belə nəticə çıxır ki, «müəllif və diktor hesab etməlidir ki, dinləyicilər də onlar kimi ziyalıdır, yazan və eşidən arasında yeganə fərq ondan ibarətdir ki, birincilərin məlumatı əldə etmək imkanı ikincilərdən çoxdur». Razılaşaq ki, hər iki yanaşma haradasa kəsişir. Hazırda ABŞ və Avropa KİV-də xəbərlərə, belə desək, «insani» yanaşmağa doğru dəyişikliklər də məhz bununla bağlıdır.

Tədqiqatçıların çoxu belə hesab edir ki, gənclərdən ibarət auditoriya xəbərləri elə-belə «eşitmək» istəmir, belə ki, bu informasiyanı onlar başqa mənbələrdən – TV, yaxud İnternetdən ala bilərlər. Radioqəbuledicini açan adamlar məhz «baş vermiş hadisələr» haqqında eşitmək istəyirlər. Məsələn, amerikalıların çoxu belə hesab edir ki, xəbər məlumatlarının yetkin səviyyəli dürüst nitqi olan «şəxsiyyətli aparıcılar» vasitəsilə ötürülməsi çox mühümdür. Qərbdə geniş yayılmış «pinti uşaqlar efirdən rədd olsun» şüarı təsadüf deyil. İnsanlar xəbərləri yaxınlarından, yaxud yaxşı tanışlarından – normal fikir yürüdən adamlardan, maraqlı şəxslərdən eşitmək istəyirlər.

Radio xəbərlərində biz hansı ifadələri işlətməliyik. Xəbərlərin **leksika və qrammatikası** necə olmalıdır? Bəzən bu məsələyə az diqqət yetirilsə də, efir Azərbaycan dilinə xüsusi münasibət tələb edir. Efirin dili maksimum anlaşıqlı və sadə olmalıdır, belə ki, dinləyici bizim nə danışdığımızı ayrılmış vaxt kəsiyində, yəni mətn efirdə səslənəndə qəbul edə bilməlidir. Yazılı mediadan fərqli olaraq dinləyici tam anlamadığı hissəyə yenidən qayıda bilmir, radioda TV-də olan kimi «canlı təsvirlər» şəklində təqdimetmə də yoxdur. Belə olan halda xəbər buraxılışını hazırlayan redaktor (prodüser) və aparıcı izləməlidir ki, adicə xəbər cümləsindən tutmuş bütöv proqrama kimi heç yerdə boşluq olmasın, yəni dinləyicidə yaranan suallar cavabsız qalmasın. Bu həm radionun nüfuzu, həm də dinləyiciyə hörmət deməkdir.

Bütövlükdə götürdükdə, hesab edilir ki, radio müəllifi daha yaxşı yazmağa, hər bir sözü ölçüb-biçməyə, intonasiyanın, durğu və tələffüz axtarışına məcbur edir. Bu, təsadüfi deyil, məhz radio başqa KİV-dən fərqli olaraq insan təxəyyülünə daha çox təsir edir. Dinləyicinin səs təəssüratını «görməyə», görüntüyə çevirmə istəyi qaçılmazdır. Mütəxəssislərin dediyi kimi, bu proses labüddür. Beləliklə, dinləyicilər prosesin aktiv iştirakçıları olurlar. Xəbərlərin qəhrəmanı necə görünür,

olay harada baş verir? – bütün bunları dinləyicilər özləri uydururlar. Məhz buna görə də, bir daha dediyimizə qayıdırıq ki, xəbərlər haqqında insanın təxəyyülünü stimullaşdıraraq danışmaq lazımdır.

Adətən, xəbərlər iki cür – qısa və ya geniş biçimdə hazırlana bilir. *Qısa*, yaxud *birbaşa* xəbərlərdə indicə, bir az əvvəl baş verən və bir çox insanın həyatına təsir göstərən hadisə, yaxud tapıntı, fakt işıqlandırılır. Belə xəbərlər aktuallığı, yığcamlığı və operativliyi ilə fərqlənir və bəzən bunlara *təcili xəbərlər* də deyilir.

Geniş xəbərlər isə informativ və cəmiyyət üçün maraq doğuran açıqlamalardır. Belə xəbərlərdə cəmiyyət həyatının müxtəlif epizodları, məşhur və görkəmli insanlara aid hadisələr, müxtəlif (yerli) coğrafi məkanlarda olanlar, yaranmış qeyri-adi vəziyyət və şərait işıqlandırılır. İnsanların qavram, baxış və davranışlarını qabartmaq, hansısa olayın maraqlı özəlliklərini vurğulamaq da geniş xəbərin vəzifəsinə aiddir. Bütövlükdə xəbər dinləyicini olay haqqında məlumatlandırır və ona bilgi verir. Bu mənada xəbərə aydınlıq, konkretlik və yığcamlıq kimi dəyişməz xüsusiyyətlər xasdır. Azərbaycan radiosunun «Son xəbərlər»ində səslənmiş iki xəbərə diqqət yetirək:

1. Bu gün Qəzza zolağında islamçı Həmas yaraqlıları ilə prezidentə sadiq Fəth qüvvələri arasında döyüşlər davam edib. Bir neçə günlük qanlı toqquşmalardan sonra Qəzza bölgəsinin böyük hissəsinin Həmasın nəzarətində olması barədə məlumatlar gəlir. Döyüşlərdə 20-dən çox adam ölüb. Ötən şənbədən bəri silahlı qarşıdurmalarda isə 70-dən çox fələstinli həlak olub. Fələstin Muxtariyyətinin prezidenti – Fəth Partiyasının lideri Mahmud Abbas və Həmasdan olan baş nazir İsmayıl Haniya tərəfləri qarşıdurmaya son qoymağa çağırıb.

2. Almaniyanın Rostok şəhərində antiqlobalistlər aksiya keçiriblər. Onlar Böyük Səkkizliyin gələn həftəki sammitinə etiraz eləyiblər. Polisin məlumatına görə, aksiyada 30 min adam iştirak eləyib. Təşkilatçılar yüz minədək adamın aksiyaya qoşulacağına ümid edirdilər. Məlumatlara görə, aksiya dinc keçib. Böyük Səkkizliyin sammiti iyunun 6-da Rostokun yaxınlığında Hayliqendam kurort şəhərində olacaq.

Göründüyü kimi, konkretlik, faktların bir məqsədə – fikrin daha anlaşıqlı mənimsənilməsinə yönəldilməsi hər hansı xəbərin səciyyəvi cəhətidir.

Hazırda bir çox radiokanallar xəbərlər buraxılışlarında ardıcıllığa və fikrin məntiqi inkişafına riayət etmək şərtilə çox vaxt mövzu ümumiliyinə və coğrafi prinsipə görə xəbərləri bir başlıq altında cəmləşdirir. Məsələn, «İqtisadi xəbərlər», «Bölgə xəbərləri», «Xarici

xəbərlər» və s.

Radio çox işlək janr kimi tematik diapozonu geniş olan və həyatımızın ayrı-ayrı sahələrində diqqəti cəlb edən hadisələr barədə məlumat verən xəbərin xüsusiyyətlərini dərindən bilmək, onun incəliklərinə bələd olub faydalanmaq, informasiya proqramlarının ictimai-siyasi aktuallığını və professional səviyyəsini yüksəltməyin başlıca şərtlərindəndir. Radio yayımının təcrübəsində xəbəri dinləyicilərə çatdırılması baxımından iki qrupa ayırmaq olar: bilavasitə diktorun oxusu ilə; radiojurnalistin və yaxud xəbər müəllifinin öz dili ilə (7, s. 88).

Bəzi radiostansiyalarda informasiya proqramlarının jurnalist tərəfindən aparılması onların təsir gücünü və inandırıcılığını, emosionallığını artırır, dinləyicinin hadisələrin iştirakçısına çevrilməsi effektini gücləndirir.

Başqa bir halda – xəbər müəllifi öz məlumatını özü çatdırdıqda janrın dürüstlük, aydınlıq, konkretlik kimi cəhətləri də yuxarıda adları çəkilən xüsusiyyətlərlə qovuşur, informasiyanın «zərbə qüvvəsi» xeyli artır. Məsələn, Y.Əlizadə «Radiojurnalistikanın əsasları» kitabında buraxılışlarından birini orijinal xəbərlə başlayan Azərbaycan radiosunun «Günün səsi» xəbərlər proqramından maraqlı nümunə gətirir:

«Hörmətli dinləyicilər! «Günün səsi» verilişi hazırlanarkən Bakı körpüsünə Neft daşlarından bir gəmi yan aldı. O, dəniz neftçilərinin bir dəstəsini sahilə gətirib. Gəminin sərnişinləri arasında ştatdankənar müxbirimiz, Neft daşlarındakı mədən-geofizika bazasının şöbə rəisi Siyavuş Alxasov da var. O, gəmidən birbaşa redaksiyamıza gəlib və indi sizi dəniz neftçilərinin bugünkü işi ilə tanış edəcək.

S.Alxasov: Gəmimiz bir neçə saat bundan qabaq Neft daşlarından ayrılanda orada 1 dərəcə şaxta var idi. Gecələr isə havanın temperaturu sıfırdan 5 dərəcə aşağı olur. Üç gündür ki, güclü külək ara vermir. Fevralın birinci günü küləyin gücü 11 bala, dalğaların hündürlüyü isə 7 metrə çatırdı. Dəniz şəhərinin polad küçələrinə 5 santimetr qalınlığında ilk qar düşüb.

Ancaq bu, neftçilər üçün gözlənilməz hadisə deyil. Onlar təbiətin bu cür şıltaqlığına adət ediblər. Bu gün də belədir. Mədənlərdə, məktəblərdə, mədəniyyət saraylarında iş öz qaydası ilə gedir. Birinci, ikinci və üçüncü mədənlərin sahələrində bir quyu belə dayanmayıb. Hər gün nəhəng çənlərə minlərlə ton neft axıdılır...

Dəniz şəhərinin sakinləri qışı belə qarşılamışlar, işlər həmişəki qayda ilə davam edir».

Nümunə gətirilən çıxışda janrın bu əsas tələblərindən birinə əməl olunmuşdur. İnformasiya janrlarının dili üçün səciyyəvi sayılan yığcamlıq, səlislik, sadəlik bu xəbərdə öz əksini tapmışdır. Digər tərəfdən, geniş, əhatəli söhbətin içərisindən hadisənin leytmotivini təşkil edən başlıca mövzu seçilib ayrılmış və o, daha qabarıq şəkildə dinləyicinin nəzərinə çatdırılmışdır.

Radioreportaj. Radioda ən canlı informasiya janrı reportaj həm efirin özəlliyini tam dolğunluğu ilə açmaq, həm də baş verən olayı dəqiq çatdırmaq qüdrətinə malikdir. «Həyatın bir parçasını» əks etdirən radioreportajda fakt və hadisə ön planda olur, onun təsvir obyekti hadisə, proses və adamların buna münasibətidir. Əsl reportaj hadisənin inkişafı ilə ayaqlaşmalı, dinamizmlə zəngin olmalıdır.

Təbiətinə görə sintetik janr olan radioreportaj operativ, sənədli və dinamik veriliş olub günün ictimai-siyasi maraq doğuran hadisəsi barədə məlumat verən müəllifin – reportyorun fəal müdaxiləsi və münasibəti ilə, eləcə də səs lövhələrinin köməyi ilə dinləyicini, bir növ həmin hadisənin iştirakçısına çevirən radio janrıdır. O öz mənbəyini qəzet reportajından götürmüş, radionun spesifikasını mənimsəmiş, xeyli dərəcədə onun simasını müəyyənləşdirmişdir. Əgər qəzet reportajı hadisənin tarixidirsə, radioreportaj həmin hadisənin özüdür. Bu, radioreportajın ən böyük üstünlüyüdür (7, s. 92-93).

Ümumiyyətlə, «reportaj» termini tarixən (lat. *reportare* – «məlumat verirəm», «bildirirəm») bir neçə məna kəsb edib. XIX əsrdə bu söz ölkə parlamentinin iclaslarını bu adla işıqlandıran İngiltərə mətbuatında işlənib. Parlament debatları ilə yanaşı, məhkəmə zallarından məlumat gətirən jurnalistləri «reportyor» adlandırırdılar. İndi də çox zaman dinləyiciyə, tamaşaçıya hər hansı məlumatı çatdıran materialları reportaj adlandırırlar. Lakin get-gedə termin daha dar mənada işlənməyə başladı. Artıq bu gün reportaj jurnalistikada xüsusi janr kimi seçilir, o cümlədən radio janrları arasında aparıcı yer tutur. Çünki bu janrın əsas vəzifəsi «baş verən ictimai əhəmiyyətli ən əlamətdar, xarakterik, tipik, hətta bir çox halda qeyri-adi hadisənin obrazını canlandırmaq yolu ilə dinləyiciyə, tamaşaçıya operativ publisistik informasiya verməkdən ibarətdir» (12, s. 165). O cümlədən radioda bu janr hadisələri şahidin – reportyorun gözü və sözü ilə elə canlı təsvir edir ki, sanki dinləyicinin özü də baş verənləri yaxından seyr edir, bu hadisənin canlı iştirakçısına çevrilir. Əsl reportaj, cəmiyyətdə böyük rezonans doğuran, ictimai maraq kəsb edən dramatik məqamlarla zəngin olan hadisələrə həsr edilir.

Radioreportajda məlumatlandırmanın bütün güclü tərəfləri özünü göstərir: operativlik, aktuallıq, mətnin dolğunluğu və s. Bu janrda eyni zamanda publisistikanın elementləri də iştirak edir – baş verən hadisənin ətrafa işıqlandırılması, bəzi elementlərin qiymətləndirilməsi, hadisənin emosional əksi, bədii təsviri və s. Buna görə hesab olunur ki, «radioreportaj hadisə yerindən şahidin söhbəti və ya hər hansı aktual, ictimai əhəmiyyət kəsb edən mövzu barədə səsli təsvirin köməyi ilə gerçəkliyi, həqiqəti daha konkret əks etdirən, radiodinləyiciyə olayı

görmək imkanı verən informasiya janrıdır» (64, s. 20). Radioreportajı hadisənin dinləyicidə görüntülü təsvirini yaratmağa kömək edən şahidin söhbəti kimi (54; 56) xarakterizə edənlər, mənzərə cızmağı, hadisənin görüntüsü, şəklini çəkməyi (46; 59) bu janrın əsas xüsusiyyəti hesab edənlər də var.

Radioreportajın predmeti studiyadan kənarda cərəyan edən olaylardır. Amma ola bilər ki, reportaj konkert hadisə ilə bağlı olmasın. Ona görə də radioreportajı iki növə ayırmaq olar: 1) hadisəli radioreportaj; 2) hadisəsiz radioreportaj. Hadisəli radioreportajlar dedikdə, rəsmi qəbulları, parlament iclaslarını, müxtəlif mitinqləri, böyük idman yarışlarını, festivalları, sərgi salonlarının açılışını, məşhur adamların yubileylərini və bir sıra vacib hadisələri bu bölgüyə daxil etmək olar. Bu növ reportajlarda əsas, müəyyənləşdirici faktor kimi hər hansı hadisə və onun ardıcıl inkişafı götürülür. Reportajın bu növündə hadisə həmişə toxunulmazdır, real məkan və zaman daxilində, reportyorun iradəsindən asılı olmayaraq, «öz məntiqinə» uyğun şəkildə inkişaf edir. Hadisəni görmək və izləmək olar, ancaq dəyişdirmək mümkün deyil. Ona görə də reportyor hadisəni idarə etmir, əksinə, reportyor özü onun arxasınca gedir.

Bəs hansı mövzuda hadisəli reportaj hazırlamaq məqsədəuyğundur? Hansı hadisə ilə bağlı məlumatı xəbər buraxılışına çıxarmalı? Təbii ki, bu, məzmunca yeni, qeyri-adi, ümumi maraqlara cavab verən və mahiyyətcə təzə hadisə olmalıdır. Deməli, hadisəli reportaj üçün seçilən mövzu cəmiyyətdə ictimai maraq doğuran, hamı üçün gərəkli sayılan mövzu olmalıdır. Radioreportajı həm hadisə yerində yazmaq, həm də səs lövhələrini hadisə yerində yazıb studiyada onun üzərinə mətn əlavə etmək olar. Hadisə zamanı lentə yazılan və sonradan efirə verilən reportajları da (lentə yazılmasına baxmayaraq), olduqca canlı təqdim etmək mümkündür. Əlbəttə ki, burada reportyorun bacarığından, operativliyindən çox şey asılıdır. BBC radiosunun Azərbaycan xidməti əməkdaşlarının hazırlayıb efirə verdiyi belə bir reportaj nümunəsinə diqqət yetirək:

(İnterküy: maşınların, köməyə gələn insanların səsləri eşidilir)

Müxbir. Yol-qəza hadisəsi Türkiyənin Osmaniyə-Qaziantəp yolunun birinci kilometrliyində baş verib. Nəticədə 40-dan çox adam ölüb, 7 nəfər isə yaralanıb. İlkin məlumata görə, hadisə hərəkətdə olan yük maşınının dayanmış vəziyyətdə olan maşına dəyməsi nəticəsində baş verib.

(Bundan sonra Osmaniyə vilayətinin meri Zübeyir Kemeleyin fikirləri səslənir).

Səs. Avtomobildə Əfqanıstandan Türkiyəyə qaçaq yolla gələn imiqrantlardır. Demək olar ki, ölənlərin əksəriyyəti əfqan və banqladeşlidir.

(Müxbir hadisə iştirakçılarına üz tutur, onların fikirlərini səsləndirir).

Səs. (fonda insanların səsi eşidilir) Birdən eşitdim ki, möhkəm bir səs

gəldi. Çevrilib baxanda dəhşətə gəldim. Maşının arxası parçalanmışdı.

Səs. Maşınla keçirdim, gördüyüm mənzərə məni çox sarsıtdı, çox dəhşətli idi.

(Bundan başqa materialda həkimlərin, polis işçilərinin də müsahibələri səslənir. Sonda isə müxbir hadisənin səbəblərinin araşdırıldığını qeyd edir).

Bu reportaj hadisə yerindən birbaşa deyil, lentə yazılıb efirə verilsə də, dinləyicidə hadisə haqqında müəyyən təsəvvür yaradır. Reportajda küylərin, səs lövhələrinin verilməsi materiala bir əyanilik gətirir. Eyni zamanda hadisə iştirakçılarından, polis işçilərindən, həkimlərdən alınan müsahibələr də reportaja canlılıq gətirir.

Məhz belə situasiyalar göstərir ki, lentə yazılıb sonradan efirə verilən radioreportajlar müəyyən üstün cəhətlərə malikdir. Yəni bəzən hadisələr elə məqamda baş verir ki, auditoriyanın böyük bir hissəsi bu zaman ona baxa bilmir. Belə halda isə ən yaxşı vasitə hadisəni lentə yazıb efirə verməkdir.

Lentə yazılıb sonradan efirə verilən radioreportajlar dinləyiciyə montaj olunduqdan sonra çatdırılır və hətta bundan sonra belə, radioreportaj real hadisənin təsviri kimi qəbul edilir. Məşhur rus reportyoru Y.A.Letunov lentə yazılıb sonradan efirə verilən radioreportajların birbaşa efir reportajlarından fərqlənən əsas xüsusiyyəti kimi onun montaj prosesindən sonra efirə çıxmasını göstərir. Müəllif montajın rolundan danışarkən qeyd edir ki, montaj zamanı canlılıq itir. «Lakin bununla belə razılaşmaq lazımdır ki, montaj efir materilını daha tutumlu və sanballı edir. Bütün artıqları, ikincidərəcəli epizodları yığışdırır» (40, s. 52). Müəllifin fikrincə, montaj zamanı müxtəlif epizodların düzülüşünə ehtiyatla yanaşmaq məsləhətdir, çünki belə hallarda uyğunsuzluq, dissonans çox tez hiss olunur. Bu isə dinləyicidə radioya inamsızlıq yarada bilər.

Hadisə yerindən *birbaşa* yayımlanan reportajlar isə həmin hadisə ilə eyni vaxtda efirə verilir. Hadisə nə qədər çəkirsə, reportaj da bir o qədər davam edir. «Klassik reportajlar» adlanan bu növdə jurnalist şahidi olduğu hadisələrdən, əsasən də onun necə inkişaf etməsindən bəhs edir, dinləyici ilə hadisə arasında birbaşa kontakt yaradır. Belə ki, bu reportaj dinləyici psixologiyasına təsir edərək, onda hadisəyə qatılma, baş verəni heç kimin əlaqəsi olmadan bilavasitə özünün qiymətləndirməsi və qəbul etməsi hissi yaradır. Müasir radioyayımda «klassik radioreportaj»ların xüsusi önəmi vardır. Montajın və digər texniki vasitələrin köməyilə müxtəlif formalı reportajların meydana gəldiyi bir vaxtda canlı reportajların yaşaması çox vacibdir.

Birbaşa reportajların bir mühüm xüsusiyyəti də odur ki, bu reportajda aparıcı da dinləyicilər kimi sonrakı dəqiqələrdə nə baş

verəcəyini bilmir. Dinləyici isə, hadisə başlayan andan onun həm şahidinə, həm də iştirakçısına çevrilir. Məhz bu səbəbdən də auditoriyanın böyük bir hissəsi bu növ radioreportajlara üstünlük verir. Bu reportajların davam etdiyi anda – yəni real baş verdiyi vaxtda dinləyici, bir növ, iştirakçıya çevrilir, müstəqil olaraq düşünür və prosesi, gedişatı təhlil edir.

Müasir radioreportajlar daha yığcam, qısa, lakin daha sanballı və tutumlu olmalıdır, hər şeydən əvvəl ona görə ki, dinləyicinin hər zaman bu hadisənin televiziya ekvivalentinə üz tutmaq imkanı var. Xüsusən də əgər bir təsvir çoxlu söz yığımını əvəz edə bilirsə (63, s. 280). Yaxşı radioreportaj iki-üç dəqiqədən artıq (idman və protokol radioreportajlarını çıxmaq şərtilə) olmamalıdır.

Radioreportaj daim inkişafda olan janrdır. Bu səbəbdən janrın müxtəlif aspektləri araşdırılır, onun yeni çalarları üzə çıxarılır. Təbii ki, bir janr kimi radioreportajın dinamikası tədqiqatçıları, ilk növbədə, növ təsnifatı ilə bağlı mübahisələrə sövq edir. Bu mənada müxtəlif ədəbiyyatlarda müxtəlif bölgülərin möcudluğuna baxmayaraq radioreportajın aşağıda göstərdiyimiz geniş yayılmış növlərini qeyd etmək olar:

1) hadisə yerindən verilən birbaşa radioreportaj;
2) hadisə yerində lentə yazılmış radioreportaj;
3) hadisə yerindən qayıdan jurnalistin mikrofonda çıxışı;
4) dialoq reportaj – hadisənin bir neçə şahidinin iştirak etdiyi kollektiv söhbət;
5) soyuq reportaj – yazılmış mətnin və hadisə yerindən hazırlanmış səsli kadrların birləşməsi, bura həmçinin küy və musiqi də daxildir;
6) hadisəsiz reportaj – ixtiraçı alim və ya mühəndisin iş yerindən danışdıqları, yaxud dəyirmi stol arxasında diskussiya, müxtəlif müsahibələrlə müşayiət olunan radioreportaj.

Reportajın dramaturji cəhətdən düzgün qurulması çox vacibdir. Radioreportaj strukturca, adətən, üç ənənvi hissədən ibarət olur. Giriş sayılan birinci hissə müxbirin hadisə ilə bağlı ilkin məlumatıdır. Reportajın bu hissəsində hadisənin iştirakçıları və hadisənin baş verdiyi məkan haqqında bilgi verilir. Hər materialın giriş hissəsi xüsusən cəlbedici olmalıdır. Çünki bu hissədə işlənən mövzunun aktuallığı təsvir olunur və bu da dinləyicinin diqqətini özünə cəlb edir. Məhz bu səbəbdən jurnalist radionun verdiyi imkanlardan çıxış edərək cəlbedici girişlər tapmalıdır. Bəzən reportajın əvvəlində səslənən hər hansı musiqi və ya interküy bütöv reportaj haqqında çox şey deyir.

Küylər, səs lövhələri çox zaman özündə böyük emossional informasiya daşıyır. Reportyorun bu zaman əsas vəzifəsi baş verən hadisə barədə müəyyən məlumat verərək dinləyicilərdə aydın təəssürat yaratmaqdır. Bir sözlə, «janrın qanunu tələb edir ki, qısa və orijinal başlanğıcla həm obyekti, həm də mövzunun məğzi haqqında məlumat verəsən (46, s. 27). İkinci hissədə isə reportyorun nəqlindən başqa, bir qayda olaraq, hər hansı şəxslə, hadisənin iştirakçıları ilə müsahibələr verilir. Bundan başqa ikinci hissəyə reportyorun hadisə ilə bağlı qənaətləri də daxil edilir. Üçüncü hissə isə nəticədən ibarətdir.

Radioreportaj sintetik janrdır, burada daha çox qısa xəbər və müsahibə janrı ilə üzvi bağlılıq özünü göstərir. Xüsusən kiçik həcmli müsahibələr radioreportajın strukturunda möhkəm yer tutur. Amma nəzərə almaq lazımdır ki, buradakı müsahibə dinamik, qısa və aydın olmalıdır. Çünki uzun müsahibəlr radioreportajın formasını dəyişir. Deyilənlərə misal olaraq, «Radio Rossiya»da efirə gedən belə bir reportaj nümunəsinə nəzər salaq. Müxbir «Hər şey ev üçün» devizi altında keçirilən sərgidən reportaj verir. O, qısa şəkildə məkanı təsvir edir, sonra isə bir-birinin ardınca təşkilatçıların bəziləri ilə müsahibə götürür:

(fonda zaldakı küylər verilir)

Müxbir. Mənim diqqətimi bəzi gözəl paltarlar çəkdi, təkcə paltarlar yox, bəs bu nədir?

Səs. Burda kostyumlar, plaşlar, ümumiyyətlə, nə lazımdır, var.

Müxbir. Qadınlar üçün?

Səs. ...qadınlar üçün (gülür)

Müxbir. Mən çox gözəl güllər görürəm, qeyri-adi güllər.

Səs. Bu, tikmələrdir, qədim üslubda. Hətta qalın saplarla belə incə işlər yaratmaq mümkündür.

Müxbir. Amma bunlar qalın saplar, parçalar deyil.

Səs. Yox, bir baxın, bu, qalın parçadır (*fonda zaldakı səslər eşidilir*).

Müxbir. Uzaqdan bəzi şalvarlar görünür, onların bəzilərinin üzərində hətta naxışlar da var.

(sonra həmin şalvarın qeyri-adiliyindən, materialından və bəzəyindən danışır)

Hər şeydən əvvəl bu reportajda sərgi haqqında ətraflı məlumat yoxdur, burada kimlərin iştirakı da qeyri-məyyəndir. Sərgiyə gələnlərdən də müsahibə götürülməyib, halbuki onlar maraqlı məlumatlar verə bilərdilər. Jurnalist öz müsahibələrini də təqdim etmir. Bəzi yerlərdə təbii küylər, danışanların səslərini batırır. Reportajın sonluğu da qeyri-müəyyəndir.

Təbii ki, reportajın uğurlu alınması reportyorun məharətindən, onun duyumundan və peşəkarlığından çox asılıdır. Reportyor hadisədə aparıcı, başlıca məqamı tutmağa çalışmalı, ona uyğun süjet və

kompozisiya qurmağı bacarmalıdır. Çox vaxt reportyorlar süjetdə hadisənin başlanğıcı, inkişafı və sonu prinsipini əsas götürürlər. Bu, asan yoldur. Əsl reportyorun professionallığı dinləyici üçün hadisənin canlı mənzərəsini necə yaratmasıdır. Təcrübəli jurnalist elə təqdimat üsulları (məs., hadisənin axırından başlayıb, yenidən əvvələ qayıtma və s.) tapır ki, dinləyicini cəlb edə bilsin. Nəzərə almaq lazımdır ki, müasir radioreportajlar çox lakonik, 2-3 dəqiqədən çox olmur. Belə yığcamlıq, ilk növbədə, dəqiqlik, dolğunluq və nitqin aydın olmasını tələb edir. Hadisəni «görməyi» bacarmaq, bu hadisənin qısa mənzərəsini vermək, aydın və tutumlu danışmaq, improvizə etmək, çoxşaxəli hadisələrin içərisindən əsas epizodları seçib dinləyiciyə çatdırmaq reportyordan xüsusi ustalıq tələb edir.

b) analitik janrlar

Bu janrlar fakta və hadisəyə təhlil, araşdırma və izahetmə meyarları ilə yanaşır. Bu janrlar daha çox fakt və hadisənin əsas məqamlarının təhlilini öz üzərinə götürür. Radiojurnalistikanın bu ad altında qruplaşdırılan müsahibə, söhbət, çıxış, xülasə, jurnalist araşdırması, icmal və s. kimi janrları hər hansı fakt və hadisəni «təhlil obyekti»nə çevirir, müəllif məqsədinə uyğun olaraq konkret istiqamətdə araşdırır. Bu janrlar üçün səciyyəvi cəhət mövzunun müxtəlif rakurslardan araşdırılması, əks fikirlərin tutuşdurulması və plüralist təhlilin aparılmasıdır.

Analitik janrlar baş vermiş hadisəni və ya hansısa faktı jurnalistin (ekspertin, müəllifin, adi vətəndaşın və s.) münasibətindən keçirərək auditoriyaya təqdim edir. Təhlilin nüvəsində isə fakt, arqumentləşdirmə və müəyyən nöqteyi-nəzəri əsaslandırmaq üçün sübutlar sistemi dayanmalıdır. Yunan dilindən alınmış «analiz» (*bölmək, ayırmaq, xırdalamaq*) sözü məhz araşdırılan predmetə (mövzu, tendensiya, fakt) münasibətdə müxtəlif aspektləri nəzərə alaraq, həm də bütövü parçalayaraq, tərkibli hissələrin elementləri arasındakı daxili əlaqələri öyrənməyi, yalnız bundan sonra hansısa fikir yürütməyi, nəticə çıxarmağı ehtiva edir. Geniş mənada, analiz, təhlil idrak üsullarından biri, elmi araşdırma metodudur.

Jurnalistikada «analiz» anlayışı altında fakt və hadisələrin hərtərəfli şəkildə araşdırılıb öyrənilməsi və fərdi dəyərləndirmə prizmasından təqdim olunmasıdır. Amma bu dəyərləndirmə subyektiv mülahizələrə yox, konkret faktlara və bu faktların dürüst təhlilinə əsaslanmalıdır. Bu, publisistik analizdir və onun mahiyyəti, bütövlükdə jurnalistikanın ümumi vəzifələri ilə müəyyən olunur. Təbii ki, analitik radiojurnalistika **sintez** olmadan ötüşmür. Çünki jurnalist faktları araşdırır, müqayisələr aparır, nəyəsə yekun vurur, nəticələr çıxarır,

müəyyən mülahizələr söyləyir. Analizin əsasında isə həmişə fakta, arqumentə, bəlli proseslərə söykənən fikirlər dayanır. İndi isə analitik janrlar arasında ən çox işlənən (və Azərbaycan radiolarının təcrübəsində ən çox rast gəlinən) müsahibə, söhbət və icmalın qısa xarakteristikasını nəzərdən keçirək.

Radionun analitik janrları sırasında analitik **radiomüsahibə** xüsusi yer tutur. Əslində müsahibə radioda özünü hər üç rakursda göstərir: a) informativ; b) analitik; c) rəy. Məhz informasiya vermək məqsədi daşıyan müsahibə dinləyicinin mənafeyini təmsil edən jurnalistin məlumat daşıyıcısı olan, bir və ya bir qrup şəxs arasında ictimai maraq doğuran müəyyən fakt və ya problem ətrafında dialoqu, yeniliyi auditoriyaya operativ çatdırmaq üsuludur. Qəzet səhifələrindən efirə gəlmiş müsahibə bir janr kimi radionun spesifikasını əxz edərək ona maksimum inandırıcılıq, əyanilik, emosionallıq kimi xüsusiyyətlər gətirmiş, daha böyük populyarlıq qazandırmışdır.

Radionun xəbər buraxılışlarında müsahibə həm ayrıca (müstəqil) janr kimi, həm də (və daha çox) radioreportajın bir elementi kimi özünü göstərir. İkinci məqam reportyor işinin tərkib hissəsi kimi bir çox məqamları nəzərə almağı, ilk növbədə isə müsahibi düzgün seçməyi, onunla ünsiyyətə girmək bacarığı, müsahibindən məhz lazımi informasiyanı dəqiqliyi ilə almağı tələb edir. Nəzərə alaq ki, jurnalistin təmasda olduğu, müraciət etdiyi adamların çoxu informasiya mənbələridir. İnformasiya daşıyıcısı olanların çoxu, xüsusilə dövlət məmurları heç də həmişə müsahibə verməyə maraq göstərmirlər. Ancaq bu zaman jurnalistin qılığı, həmsöhbət olmaq bacarığı, münasibət yaratmaq taktikası çox vacibdir. Təsadüfi deyildir ki, müsahibələr bəzən reportyorun peşəkarlığının əsas göstəricisinə çevrilir. Çünki mühüm bir hadisənin iştirakçısından və ya şahidindən alınan müsahibələr çox effektli olur və olayın zəruri incəlikləri haqqında dolğun təsəvvür yaradır.

Müsahibə zamanı həlledici məqam informasiya daşıyıcısına düzgün sual verilməsidir. Verilən sual yığcam və sırf məsələnin mahiyyəti ilə bağlı olmalıdır. Yanlış, yersiz, mətləbə aid olmayan sual müsahibi mətləbdən yayındırır və lazımi informasiyanı almağa mane olur. İki sualın dalbadal verilməsi də arzuolunmazdır. Əgər reportyor eyni zamanda iki sual verərsə, bu zaman müsahib sualların birindən yayınacaq, ya da onu unudacaq. Bəzən müsahibə zamanı cavabından qane olmayan reportyor sualı bir daha təkrar etməli olur. Belədə əlavə suallara ehtiyac bir neçə səbəbdən yaranır: a) sual dəqiq və aydın olmadıqda; b) mənbə suallara tam cavab vermədikdə; c) həvəslə, lakin mətləbə aid olmayan cavab verdikdə; ç) müsahib sualın məğzini unutduqda; d) müsahib bilərəkdən cavabdan yayındıqda.

Müsahibə alan reportyor danışana sözünü bitirməyə imkan verməli, yalnız onun dediklərində ziddiyyət gördükdə və ya cavabdan yayınma hiss etdikdə öz fikirlərini bildirməlidir. Belə situasiyanın yaranmaması üçün reportyor hadisənin iştirakçıları ilə əvvəlcədən söhbət aparmalı, eyni zamanda müsahibin və ya müsahiblərinin fikirlərini reportaja necə daxil edəcəyi barədə düşünməlidir. Reportyor, həmçinin şablon ifadələrdən qaçmalı, mövzuya uyğun olaraq, dinləyiciyə hər hansı hadisə və ya fakt barədə informasiya verə biləcək insanları axtarıb tapmalıdır.

Radioreportajdakı müsahibə zamanı əsas diqqət verilməsi vacib olan şərt reportyor nitqidir. Bu barədə Y.M.Qalperin yazır ki, «əgər siz bir alimin laboratoriyasına getmisinizsə, onda əvvəlcə onun yaratdığı cihazın xarici görünüşünü təsvir etməli, sonra müsahibdən bu əşyanın necə işləməsi haqqında danışmağı xahiş etməlisiniz» (31, s. 124). Müəllif bu məsləhətə uyğun bir neçə nümunə də gətirir. Məsələn: «İndi isə xahiş edirəm ki, bizə bu əşyanın necə işləməsi haqqında danışasınız» və ya əşyanı təsvir etdikdən sonra «onun necə işləməsi haqqında isə ixtiraçı özü danışacaq» deyərək həmin alimə mikrofonu uzada bilərsiniz və gözlərinizlə onun danışmasına işarə edə bilərsiniz» (31, s. 128). Müəllif göstərdiyi bu nümunənin çox uğurlu olduğunu iddia etmir və müxtəlif situasiyalarda daha orijinal formaların tapıla biləcəyini vurğulayır. Göründüyü kimi, radionun qavrayışla bağlı olan xüsusi təbiəti bir çox halda ağırlığı canlı sözün, intonasiyanın, tələffüzün üzərinə salır. Başqa janrlarda olduğu kimi, radiomüsahibədə də dinləyici mövzunun aktuallığı, əhəmiyyəti ilə yanaşı, fikirlərin ifadə tərzinə, çıxış edənin nəinki ümumi danışıq mədəniyyətinə, həm də ayrı-ayrı sözləri necə tələffüz etməsinə fikir verir. Ona görə nitq mədəniyyətinin tələblərinə ciddi riayət olunması radiomüsahibədə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.

Sovet jurnalistikası nəzəriyyəsində yanlış olaraq belə düşünülürdü ki, informasiya janrlarının bəzilərində, məsələn, radiomüsahibədə, radioreportajda da təhlillə, faktı və hadisəni qiymətləndirmək mümkündür. Əslində isə xəbərləmənin xüsusiyyəti baxımından informasiyada yalnız fakt, hadisə və operativlik ön plana çəkilir. Təhlil etmək baş verən hadisənin, faktın mahiyyətini açmaq yalnız analitik janrların vəzifəsidir. Bu janrlarda təhlil, çoxtərəfli analiz uzun müddət ərzində bu və ya digər dərəcədə öyrənilmiş faktlar, statistik məlumatlar üzərində qurulur. Buna uyğun olaraq analitik janrlarda cəmiyyətdə gedən proseslərin, ictimai-siyasi, iqtisadi həyatın ayrı-ayrı sahələrinin inkişafına dair ciddi problemlər qaldırmaq, tövsiyələr irəli sürmək meyli özünü göstərir.

Analitik janrlar sırasında önəmli yer tutan **radiosöhbət** efirdə

həyat lövhələrinin dərin müşahidəsindən doğan təəssüratların dinləyici ilə bölüşdürülməsi, həmçinin fakt və hadisə haqqında dolğun məlumatın verilməsi, fakt və olayın təhlil olunmasıdır. Radioda bir janr kimi söhbətin tematik diapazonu başqa janrlara nisbətən daha rəngarəngdir. Sovet radiosunda ictimai-siyasi verilişlərin tarixi bu janrın nümunələri ilə başlamışdır. İlk illər qəzet məqaləsinin mexaniki surətdə efirə köçürülməsi kimi başa düşülən radiosöhbət sonralar qəzet məqaləsinin müsbət cəhətlərini mənimsəyərək, radionun spesifikasına yiyələnmiş və radioda şifahi təşviqatın geniş yayılmış növlərindən birinə çevrilmişdir. Radiosöhbət qəzetdən fərqli olaraq canlı səsin köməyi ilə dinləyicini sərbəst, səmimi söhbətə dəvət edir.

Radio söhbətinin başlıca vəzifəsi fakta, hadisəyə təhliletmə prizmasından yanaşmaq, dinləyicilərdə həmin fakt və hadisə barədə müəyyən qənaət yaratmaqdır. Radiosöhbətdə mövzu konkretliyi, ardıcıllıq, ümumiləşdirmələrin və nəticələrin misallarla təsdiq edilməsi, dilin sadəliyinə riayət olunması əsas şərtlərdəndir. Əsl radiosöhbət dinləyicilərlə sərbəst danışıq, canlı, ürəkdən gələn müəllif sözü olmalıdır.

Söhbət müəllifin (müxbirin, alimin, həkimin, şairin və s.) dinləyici ilə səmimi dialoqdur. Ona görə bu söhbəti mikrofon qarşısında diktorun oxuması verilişi, bir növ, simasızlaşdırır, müəllifin verilişə gətirə biləcəyi səmimilikdən, emosionallıqdan məhrum edir. Buna görə müəlliflərin mikrofon qarşısına dəvət olunması söhbətlərin əsas formalarından birinə çevrilməlidir.

Radioverilişlərdə **icmal** janrına da tez-tez müraciət olunur. Siyasi, sosial-iqtisadi, mədəniyyət, idman və s. mövzularda hazırlanan icmal təkcə ayrı-ayrı fakt və hadisələrin mexaniki toplanması deyil, müəyyən dövr ərzində baş vermiş bu hadisələrin təhlili, onların izah edilməsidir. İcmal müəyyən dövr (həftə, ay) ərzində baş vermiş eyni xarakterli hadisələr içərisində ən səciyyəvilərini bir yerə cəmləşdirən janrdır. Radioicmalı digər analitik janrlardan fərqləndirən cəhət budur ki, orada fakt və hadisə ayrı-ayrılıqda deyil, bütöv bir vahidin ünsirləri kimi nəzərdən keçirilir. Əgər radioda söhbət, şərh daha çox dərinliyə meyil edirsə, icmal üfüqi istiqamətdə inkişaf edir və daha çox xülasə xarakteri daşıyır. Təsadüfi deyil ki, çox vaxt onu panno ilə müqayisə edir və faktların mozaikası adlandırırlar. Burada hər bir fakt əsas mövzunun açılmasına xidmət edir.

Yayım tarixində bu janr özünün ilk nümunələrini 30-cu illərdə – konsert-icmalların timsalında yaratmış, 50-ci illərin başlanğıcında «Bakının teatr və konsert salonlarında», «Beynəlxalq mövzuda söhbət» kimi icmallar radio proqramlarında daimi yer tutmağa başlamışdır.

İcmal hazırda Azərbaycan radiosunda geniş istifadə olunan

janrlardandır. Bu ən əvvəl onun hadisələr axınını daha çox əhatə edib, müəyyən dövrdən sonra onun mahiyyətini bir daha dinləyiciyə çatdıra bilmək xüsusiyyəti ilə bağlıdır. «Planetimizin mənzərəsi», «Şərhçi otağı», «Bakının qonaqları» adı altında efirdə səslənən radio icmalları janrın ən yaxşı nümunələri kimi qiymətləndirilə bilər. Radioların təcrübəsində bu janrı mövzu tutumuna görə, ümumi icmallara, tematik icmallara ayırmaq olar.

Ümumi icmallarda müəyyən bir dövr ərzində müxtəlif hadisələrə dair başlıca faktların, hadisələrin məcmusu öz əksini tapır. Bu icmallarda hadisələrin geniş panoramı verilir. Tematik icmallarda isə ictimai-siyasi, iqtisadi və mədəni həyatımızın müəyyən bir sahəsi öz əksini tapır. Bu icmallarda ünvanlılıq daha güclü olur, müəyyən bir sahəyə maraq göstərən dinləyiciyə həmin sahənin həyatını ardıcıl izləmək imkanı verilir. «Planetimizin mənzərəsi», «Gün keçdi», «Mədəniyyət aləmində» və s. verilişlər bu baxımdan diqqəti cəlb edir.

Sintaktik janr sayılan şərhdə hər hansı faktın təhlili verilir və bu baxımdan (daha çox metod kimi) şərh özünü bütün analitik janrlarda göstərə bilir. Müasir teleradio jurnalistikasında şərh müəllif niyyəti olaraq bir neçə məqsəd güdür: 1) dinləyici auditoriyasının diqqətini ciddi ictimai maraq kəsb edən hansısa aktual fakta yönəltmək; 2) faktın vacibliyini göstərmək və baş verən hadisənin səbəblərini açmaq; 3) hadisənin gələcək mümkün inkişaf variantlarını (proqnozlar) göstərmək; 4) misallar və nümunələrlə problemin həlli yollarını göstərmək.

İnformasiyanın məlum olan «kim?», «nə?», «harada?» sualları şərhdə «niyə?», «nə səbəbdən?», «kimə sərfəlidir?», «nə etməli?», «hansı yaxşıdır?» və s. kimi analitik cavab tələb edən suallara çevrilir. İcmal radio dinləyicisini məlumatlandırmaqla yanaşı, onun ümumi dünyagörüşünün artmasına xidmət edir.

c) rəy bildirən janrlar

Rəy (fikir) bildirən janrlardan bəhs edərkən, daha çox yozum, münasibət, rəy, mövqe bildirən, fakta və hadisəyə münasibətdə qiymətləndirmə prizmasından çıxış edən efir materiallarını göz önünə gətirməliyik. Əgər xəbərdə faktın və hadisənin yalnız özü varsa, analitik janrlarda bunların çoxşaxəli təhlili, analizi verilirsə, artıq rəy bildirən janrlarda həmin fakt və hadisənin ictimai mahiyyəti, cəmiyyət və ictimai proseslər üçün faydası (yaxud faydasızlığı), dinləyici üçün önəmi və s. məsələlər şərh olunur.

Rəy – fikir bildirən janrlar, bir qayda olaraq, xəbərdəntörəmə proqramlarında, debat və diskussiyalarda **çıxış** (dialoq və ya monoloq

formasında), **şərh**, **rəy**, və s. formalarda özünü göstərir. Bu janrlarda xəbərə və ya təhlilə xas elementlər ola bilər, amma nə xəbərdə, nə də analitik materiallarda şərh (qiymətləndirmə, münasibət, mövqe) yolverilməzdir. Xüsusən TV və radioda bu prinsipin pozulması efir materialını təbliğat-təşviqat məhsuluna çevirir, bu isə bəzən manipulyasiya və ya ictimai rəyə təsir göstərmək cəhdi kimi qiymətləndirilir.

Şərh – Azərbaycanın çağdaş radio təcrübəsində rəy bildirən janrların ən tipik və geniş yayılmış nümunəsidir. İrihəcmli xəbərdəntörəmə və diskussiya proqramlarının əsas elementi olan, radionun geniş işlənən janrlarından biri kimi müəyyən mövzu və ya xronoloji çərçivə daxilində fakt və yə hadisənin mahiyyəti haqqında dinləyiciyə məlumat verir, hansısa prosesin, yeniliyin mahiyyətini izah edir. Şərh bütün hallarda yayımı aparan radio kanalının fikrini ifadə edir (7, s. 96). Bu fikrin ifadəçisi radionun öz əməkdaşı da ola bilər, hər hansı mütəxəssis də. Başqa janrlar kimi, şərh də xalis formada mövcud deyildir. Buna görə də şərhin özünü iki yerə ayırırlar: 1) şərh sərbəst janr kimi; 2) hər hansı proqramın tərkibinə daxil olan element kimi.

Məlumdur ki, hər hansı xəbərdə və ya radioreportajda təkcə hadisənin birbaşa təsviri deyil, bəzən onun qiymətləndirilməsi, təhlili də tələb olunur. Burada reportyorun seçdiyi təsvir şərh elementləri dinləyiciyə görə bilmədiklərini çatdırır və hadisənin əsas məqamlarının təqdim olunmasına yardım edir. Amma bu zaman reportyor obyektivlik və qərəzsizlik amilini nəzərə almalı, söz və ifadələri seçərkən çox diqqətli olmalı, heç bir halda şərh verməməlidir. Məhz radioreportajlarda mövqe bildirməməsi reportyorun nə dərəcədə obyektiv olmasını üzə çıxarır. Əgər radiostansiya bu reportajda haqqında bəhs olunan hadisənin şərhini zəruri hesab edirsə, o zaman gündəlik müzakirə və ya diskussiya proqramında bu hadisəni önə çəkir.

Hər hansı mühüm hadisə haqqında məlumat verən radioreportajda reportyor şərhi vacib sayır. Bəzi epizodları təhlil etmək, qısa şərh vermək zərurəti ilə üzləşir. O, haqqında məlumatı öz dinləyicisinə çatdırır. Radioreportajda, yaxud radiosöhbətdə şərhə zərurət yaranarkən bir neçə amili nəzərə almaq vacibdir: a) hansı hadisəni şərh etməli; b) nədən danışmalı və nəyi deməli; c) bu şərh ictimai rəyə hansı mesajları verir və dinləyicilərdə hansı hissləri oyada bilər; ç) oponentlər nələrə etiraz edə bilərlər.

Radiojurnalistikada rəy bildirən janrlardan bəhs edənlərin çoxu doğru olaraq yazır ki, şərhi müəyyən sahə üzrə (siyasi, iqtisadi, hüquq, kriminal, sosial və s.) ixtisaslaşmış ekspertlər aparsalar daha yaxşı olar.

Həm də bu şərhlər çox qısa, yığcam olmalıdır. Sərbəst şəkildə işlənən şərh janrının əsas məqsədi fakt və hadisənin, davam etməkdə olan və ya bitmiş bir prosesin (aksiyanın) mahiyyətinin təhlil olunub qiymətləndirilməsidir. Şərhin mövzu dairəsi kimi, onun müəllif heyəti də genişdir. Hər gün efirdə səslənən ictimai-siyasi, elmi-kütləvi, mənəvi tərbiyə mövzusunda və beynəlxalq mövzularda şərhlər bu janrın geniş imkanlara malik olduğunu sübut edir, radio janrları arasında onun mövqeyinin gücləndiyini göstərir. Şərhi söhbətdən fərqləndirən başlıca cəhət, onun redaksiyanın rəsmi fikri olması, digər tərəfdən isə toxunulan hər hansı məsələyə münasibətin daha açıq və aydın şəkildə büruzə verilməsidir. Şərhçi mövqeyinin aydınlığı şərhin əyaniliyini təmin edir. Ötən əsrin 50-ci illərində radio proqramlarında «Həftənin yenilikləri» kimi verilişlərin meydana gəlməsi radioda şərhin bir janr kimi inkişaf edib formalaşmasına, spesifik cizgilərini müəyyənləşdirməsinə xeyli təsir göstərmişdir. Sonralar, xüsusən 60-cı illərin əvvəlindən başlayaraq şərh radio proqramlarında digər janrlarla eyni mövqedə dayanmağa başlamışdır.

«Dünya həftə ərzində», «Axtarışlar, fərziyyələr», «Hadisələr və şərhlər» kimi verilişlərdə müxtəlif həyat hadisələrinin auditoriyaya dərindən, əsaslandırılmış izahı ilə şərh bir janr kimi xeyli dolğunlaşmışdır (7, s. 96-97). Bir janr kimi şərhin əhəmiyyəti ondadır ki, o, mürəkkəb hadisələr əsrində yaşayan dinləyicini düzgün istiqamətləndirsin, prosesləri düzgün qavramaqda, cəmiyyətin yol seçimində ona yardımçı olsun. Məhz bu missiyasına görə şərhçidən dərin bilik, vicdanlı və ədalətli olmaq tələb edilir.

Rəy xarakterli **çıxış, söhbət, sorğu** da müəyyən fakt və hadisə ilə bağlı münasibət, mövqe bildirir. Adətən, radiolar hər hansı ictimai-siyasi, sosial-iqtisadi, humanitar xarakterli hadisələrin mahiyyətini dinləyicilərə anlatmaq və onları qiymətləndirmək üçün bu janrlara müraciət edirlər. Onu da qeyd edək ki, məhz bu janrlar sabit deyil, dəyişkəndir, müəllifin məqsədindən asılı olaraq, verilişdə forma elementinə keçə bilirlər.

Radioyayımın formaları və proqram növləri

Müasir efir təcrübəsində yayımın formalarını araşdırmaq, radioproqramların təsnifatı və onların tipologiyasını müəyyənləşdirmək radiojurnalistika nəzəriyyəsinin ən az tədqiq olunan və mürəkkəb problemlərindən biridir. Bu problem, əsasən, ABŞ, Böyük Britaniya, Fransa, Polşa və Rusiya tədqiqatçılarının araşdırmalarında öz əksini tapmışdır. Amma radio təcrübəsinin sürətli inkişafı bu araşdırmaların

bir çoxunu şübhə altına alır. Əlbəttə, burada əsas məsələ növü (tipologiyanı) müəyyənləşdirən əlamətlərlə bağlıdır, yəni növün səciyyəvi əlamətləri necə yaranır, onun hansı keyfiyyət göstəriciləri var və bu göstəricilər tipoloji sistemi necə formalaşdırır. Təbii ki, proqramın tipologiyasının dəqiq müəyyənləşdirilməsi spesifikanı da, yayımın növünü də aydın görməyə imkan verir (54, s. 80).

Qavrama prosesində dinləyicinin təxəyyülünə geniş meydan verən radio gerçəkliyi müxtəlif formalarda əks etdirməklə də auditoriyanın diqqətini özünə cəlb edir. Yaxşı düşünülmüş proqram siyasəti, proqram kompozisiyası radionun ifadə vasitələrindən ustalıqla bəhrələnmə istənilən radio kanalın müraciət etdiyi formalarda özünü göstərir. Maraqlı cazibədar məzmundan doğan və onunla üzvi vəhdətdə olan forma həmişə radioverilişlərin təsir gücünün artmasına xidmət edir. Radioyayımın formaları janrlardan daha hərəkidir.

Forma, geniş mənada, radionun spesifikasının yaratdığı imkanların köməyi ilə müəyyən tematikası və təyinatı olan verilişin konkret vaxtda və konkret həcmdə dinləyici auditoriyasına çatdırılması üsuludur. Əslində «radioveriliş forması» anlayışı radioda proqramlaşdırma fəaliyyəti ilə sıx bağlıdır. Janrdan fərqli olaraq radiojurnalistikanın qarşısında dayanan vəzifələrdən asılı olaraq forma tez-tez dəyişir. Bu səbəbdən də «mühafizəkar»lığını saxlayan janrdan fərqli olaraq formalar daha rəngarəngdir. Forma bəzən verilişlərin və proqramların strukturuna da «müdaxilə» edərək bütövlükdə radioyayıma bir ritm əlvanlığı, xüsusi dinamiklik gətirir.

Müasir radiojurnalistika nəzəriyyəsində proqramların əsas əlamətləri bir sıra prinsiplərə görə, ilk növbədə isə məqsədə, məzmuna, janra, hansı radiokanalda səslənməsinə (radiokanalın mülkiyyət mənsubiyyəti və statusu), hansı auditoriyaya ünvanlanmasına, təbii ki, yaradıcılıq və təşkilati işlərinin gerçəkləşdirmə üsullarına, həmçinin efirdəki işin xüsusiyyətlərinə görə müəyyənləşir. Məhz bu sadaladığımız daimi əlamətlərə görə əsas proqram tiplərini bu ardıcıllıqla müəyyənləşdirmək olar:

- xəbər (informasiya) proqramları;
- xəbərdən törəmələr (analitik, ictimai-siyasi);
- diskussiya (interaktiv və studiyada dialoq) proqramları;
- jurnal tipli proqramlar;
- radiokanal;
- müəllif proqramları;
- əyləncə (oyun) proqramları.

Bu proqram növlərinin heç birisi tipoloji baxımdan xalis olmasa da, hər halda onların hamısına xas olan daimi xüsusiyyətlər mövcuddur və bu xüsusiyyətlər həmin proqramları ayrıca növ kimi səciy-

yeləndirməyə əsas verir. Bu əsas əlamətlər sırasına: a) daimi efir vaxtının (dövriliyin) olması; b) efirdə səslənmə müddətinin sabitliyi; c) fərqli musiqi tərtibatı, spesifik musiqi keçidləri və anonsların olması; ç) daimi element kimi aparıcının mövcudluğu; d) çoxelementlilik; e) proqramın məqsədinin gerçəkləşməsinə xidmət edən janrlar toplusundan istifadə; ə) efirə çıxdığı kanalda ardıcıl və sistemli reklam edilməsi və s. daxildir.

İndi isə sadaladığımız proqram növlərinin hər birinin qısa səciyyəsini, onlara xas olan əlamətləri araşdıraq.

Xəbər proqramları bir veriliş növü kimi radioyayımı qarşısında duran məlumatlandırma funksiyası ilə birbaşa bağlıdır. Bu proqramların əsas məqsədi ölkədə və dünyada baş vermiş mühüm hadisələr barədə dinləyicilərə məlumat verməkdir. Məhz ictimai-sosial əhəmiyyəti olan və konkret fakt (hadisə) əsasında hazırlanıb çatdırılan xəbərlər cəmiyyətdə gedən ictimai-siyasi, iqtisadi və mədəni həyatda gedən proseslərin dolğun mənzərəsini əks etdirir. Radioda informasiya axını arasıkəsilməz proses – konveyer deməkdir. Burada verilən xəbərlərin ictimai məzmunu, auditoriya üçün əhəmiyyəti, standartlara uyğunluğu, həcmi və çatdırılma formalarının müxtəlifliyi xəbər yayımının əsasını təşkil edir.

Hamı belə hesab edir ki, «Xəbər nədir» sualının cavabını bilir. Hər bir kəsin bununla əlaqədar öz fikri var, bununla belə bir sıra qaydalar mövcuddur. Məsələn, BBC-də deyirlər ki, xəbər mühüm və tutarlı olmalıdır. Belə xəbərlər, sadəcə, maraqlı və yeniliyi əks etdirən deyil, həqiqətən, həm də ciddi sosial-ictimai əhəmiyyətə malik olmalıdır. Əlbəttə, bu yalnız ümumi təyinatdır, biz hər hansı bir formuladan imtina edib bunun üzərində möhkəm dayana bilmərik. Tutaq ki, TV-də də, radioda da xəbər buraxılışının sonuna yaxın bəzən maraqlı olaylar barədə çox qısa məlumatlar verilir (məs., hardasa qadının 4 uşaq doğması, yaxud 12 yaşlı yeniyetmənin atasının kredit kartı ilə Malayziyaya qaçması və s.). Əslində, əhəmiyyətlilik meyarlarına cavab verməsə belə, yaxşı əhvalatlar özü-özünə yol açır.

Xəbərlər yaşadığımız nəhəng dünyanın döyünən nəbzidir, onun şəkilləndirilməsi, müəyyən bir formada təqdim olunmasıdır. Əgər xəbərlər yaşadığımız ölkənin və dünyanın real mənzərəsini düzgün göstərirsə, auditoriya rahat nəfəs alır, xəbər üçün alternativ mənbə axtarmır. İstər qəzetlərdə, istərsə də ekran-efirdəki xəbər buraxılışlarında cəmiyyət və dünyada gedən prosesləri dürüst işıqlandırmaq hər bir hadisənin «layiqli» haqqını vermək, əhəmiyyətliyini üzə çıxarmaq asan iş deyil və hansı hadisəni qabartmaq barədə qərar heç vaxt tələsik olmamalıdır. Bu gün çəkisi olan bir hadisə kimi görünən xəbər ertəsi gün başqa, daha əhəmiyyətli hadisələrlə müqayisədə zəif

ola bilər. Burada mütləq həqiqət yoxdur.

Ciddi qəzet, radio və veriliş kompaniyaları arasında xəbər dəyərləri və xəbərləmə prinsipləri ilə bağlı müstəsna dərəcədə yekdil baxışlar mövcuddur. Qəzetlərin böyük əksəriyyətinin baş məqalələrində və xəbərlər buraxılışında çox zaman eyni bir olaya baş xəbər kimi baxırlar. Yalnız kasad xəbərlər olan günlərdə onlar hamısı baş xəbər kimi sayılacaq mövzu axtarışında özünəməxsus yolla gedir. Belə vaxtlarda, qəzetlərdə eyni olayın baş xəbər kimi seçilməsi bəxtəvərlikdən irəli gəlmir.

Radio nədən və necə xəbər verməlidir? Balansı necə gözləməlidir? Rəsmi qəbullardan və ya parlament iclaslarından təfərrüatı ilə çox danışmırıqmı? Avropada və qonşu ölkələrdəki etiraz nümayişlərindən, Şərqdəki müharibə və silahlanmaya həddən artıq aludə deyilikmi? Bəs bu gün Azərbaycanda cərəyan edən hadisələr, ölkə içində baş verib diqqətdən «kənarda» qalan olaylar niyə işıqlandırılmır? Biz təhsil və səhiyyə sahəsindəki statistika, iqtisadçıların dəyərləndirmələri, büdcə, borclar, insanların gündəlik qayğıları, mənəviyyat problemləri və s. haqqında danışıqlar stereotip mövzulara qurban verilmirmi? Axı jurnalistika həmişə baş verən ictimai olayı, görülən işi işıqlandırmaq missiyasını yerinə yetirir.

Televiziyada vaxtın azlığı səbəbindən xəbərlərin yığcamlığı və təfsilata yol verilməməsi ciddi problemdir. Yarım saatlıq xəbər buraxılışı adi anonsdan bir qədər çox nəsə verə bilər. Düzdür, bəzi TV-lərin xəbərlər buraxılışı bu yarım saatda da çox şeyi etməyin mümkünlüyünü sübut edir. Lakin bu TV-lərin auditoriyası CNN və ya BBC-nin auditoriyası ilə müqayisədə çox kiçikdir. Tamaşaçıların çoxu televizora yarım saatdan artıq baxmır, xəbərlər bu həddi keçdikdə isə o, sadəcə, kanalı dəyişir. Radionun xəbərləmə sistemi qəzet jurnalistikasında çox tez-tez «dərin» məqalələri oxumağı sevən dar oxucu dairəsi ilə yığcamlığı üstün tutan milyonlarla çoxluq arasında seçim etməli olur. Radio daha ciddi yığcamlığa meyillidir. Efirdə 2-3 dəqiqəlik xəbərlər buraxılışı özlüyündə incəsənətdir. Buraxılış ərzində maksimum məlumat vermək və eyni zamanda bu məlumatların yadda qalmasına nail olmaq böyük məharət tələb edir.

Xəbər buraxılışları ciddi radiostansiyaların onurğa sütunudur, günün proqramı məhz bu buraxılışlara görə müəyyən olunur. Bəzən efirdə verilən hər hansı mühüm xəbərlərin proqramı boyunca gün ərzində şərh edilməsi, hər hansı fakt və ya hadisə ilə bağlı studiyaya qonaqların dəvət olunması, əlavə şərh, rəy və reportajların verilməsi onu göstərir ki, informasiya buraxılışları digər proqramlara da ciddi təsir edərək yayımın əsas elementinə çevrilir. Əslində, bu məqamda informasiya (xəbər) başqa proqramlara da hopur və dinləyiciyə daha

dolğun şəkildə təqdim olunur.

İnformasiya buraxılışları geniş auditoriyaya ünvanlandığından ictimai həyat üçün önəm daşıyan hadisələr barədə, cəmiyyəti düşündürən problemlər barədə söz açmalıdır. Xəbərlərin məzmunu ilə yanaşı, onun coğrafiyasına, çatdırılma formalarına və düzümünə diqqət yetirilməlidir. Jurnalistikada xəbər üçün müəyyənləşdirilmiş meyarlar – operativlik, obyektivlik, dəqiqlik, dolğunluq, mötəbərlik, aktuallıq, yığcamlıq və qərəzsizlik kimi keyfiyyətlər radioxəbərlərə də aiddir. Bunlarla yanaşı, proqramda xəbər buraxılışlarının daimi yeri – efir vaxtının olması da əsas şərtdir.

Müasir radioyayımda xəbər buraxılışlarının diferensiasiyası davam edir. Efirə verilən materialın xarakterinə – mövzusuna, hadisənin ictimai əhəmiyyətinə, həcminə, operativlik dərəcəsinə görə xəbər buraxılışlarını üç qismə ayırmaq olar: 1) universal (ümumi); 2) tematik; 3) xüsusi.

Universal (ümumi) xəbər buraxılışları məzmunca müxtəlif olan informasiyaların toplusu, bir növ, hadisələrin panoramıdır. Ən geniş yayılmış xəbərçatdırma növü kimi belə buraxılışlar ümumi auditoriya üçün nəzərdə tutulur və xəbərlərin ən geniş spektrini əks etdirir.

Tematik xəbərlər konkret bir sahəyə – iqtisadiyyat, maliyyə, vergi, səhiyyə, idman, incəsənət, şou və s. aid xəbərlər toplusudur. Adətən, bu növ xəbər buraxılışlarını bütün sutka ərzində işləyən radiolar verir.

Xüsusi xəbər buraxılışları, bir qayda olaraq, mühüm bir hadisəyə (ictimai mərasim, sammit, idman tədbiri, seçki, festival, beynəlxalq forum və s.) həsr olunur. Gözlənilməz hadisələr və ya fövqəladə vəziyyətlərə dair (müharibə, terror aktı, zəlzələ, digər təbii fəlakətlər və s.) xəbərləri də xüsusi buraxılışlara aid etmək olar.

Müasir xəbər yayımının inkişafı, xəbər seçiminin və təqdimatının cilalanması, diferensiasiyanın təkcə formaca deyil, məzmunca da genişlənməsi informasiya buraxılışlarının dəyərini xeyli artırır. Operativliyin artması, rəsmi xəbərlərin azalması, dinləyici marağının getdikcə daha çox təmin olunması bütövlükdə xəbər buraxılışlarının məzmununa güclü təsir etmişdir. Dünya təcrübəsi hazırda radio yayımına xas olan aşağıdakı əsas keyfiyyət göstəricilərini sadalamağa imkan verir:

– informasiya spektrinin və mövzu rəngarəngliyinin genişlənməsi;

– aktuallığın və operativliyin yüksəlməsi;

– xəbər təqdimatında nitqin sürətinin artması;

– xəbər leksikasının zənginləşməsi və sintaktik konstruksiyaların

(cümlələrin) daha da yığcamlaşması;

– xəbər mətnlərinin təqdimatında musiqi və səs lövhələrindən məqsədli istifadənin artması.

Bütün bunlarla yanaşı informasiya proqramlarının strukturca inkişafı, xəbər təqdimatında yeni formaların üzə çıxması, mühüm yaradıcılıq işi olan xəbər düzümünün dörd mühüm parametrinin – vaxt, mövzu, problem və məkan amillərinin məzmunca xeyli zənginləşməsi də xəbər proqramlarını müasir radioyayımın əsas sahəsinə çevirmişdir. Digər tərəfdən xəbərçiliyin inkişafı efirdə xəbər proqramlarının yeni növlərinin üzə çıxmasına imkan vermişdir. Hazırkı radio təcrübəsi tipoloji baxımdan: a) sırf informasiya; b) analitik informasiya; c) musiqi-informasiya; ç) informasiya və əyləncə; d) informasiya-reklam proqramları barədə danışmağa əsas verir.

Xəbərdəntörəmə proqramları dedikdə, radioyayımda əsas xəbər buraxılışlarında səsləndirilən mühüm ictimai-siyasi hadisələrin daha ətraflı araşdırılıb təhlil olunduğu proqramlar nəzərdə tutulur. Məsələn, tutaq ki, əsas xəbər buraxılışında dünya birjasında neftin qiymətinin bahalaşdığı barədə informasiya verilir. Bundan təxminən 1-2 saat sonra digər irihəcmli verilişdə bu mövzu ekspertlərin iştirakilə ətraflı araşdırılır. Belə proqramlar üçün mövzunun konkret arqumentlərlə, əsaslandırılmış şəkildə və auditoriya üçün maraqlı olan bir tərzdə araşdırılması əsas şərtdir.

Radio yayımı təcrübəsində xəbər törəmələri müxtəlif formalarda mövcud olub. Vaxtilə sovet radio sisteminin tərkib hissəsi kimi yaranmış Azərbaycan radiosunda da mövcud olmuş bu verilişlər ötən əsrin 30-cu illərində radioqəzetlər, xülasə və icmallar formasında, daha sonralar təbliğat verilişləri və ictimai-siyasi proqramlar biçimində özünü göstərib. Hazırda özəl radiolar xəbər törəmələrinin ən müxtəlif formalarından istifadə edir. Bu növ verilişlərin əsas funksiyası informasiya proqramlarında verilən baş xəbərin gün ərzində əsas mövzuya çevrilməsini təmin etmək və problemi dinləyicilər üçün anlaşıqlı bir tərzdə izah etməkdir. Bu formatda olan verilişlər, əsasən, müsahibə, şərh, icmal janrlarına əsaslanır və sahə mütəxəssislərinin, politoloq və ekspertlərin iştirakilə təşkil olunur. Bu növ verilişlərə aşağıdakı tələblər verilir:

– seçilən mövzunun aktuallığı və gərəkliliyi;

– dəvət olunmuş mütəxəssislərin səlahiyyətliliyi;

– aparıcının mövzuya dərindən bələd olması;

– fikir və mövqe müxtəlifliyinin gözlənilməsi;

– dinləyici suallarının cavablandırılması.

Azərbaycan radio məkanında xəbər törəmələri bir proqram

formatı kimi inkişaf etməkdədir. Bu formanın cilalanmasına xarici təcrübənin ölkəmizdə yayılması da öz müsbət təsirini göstərir. Məsələn, əgər uzun illər Azərbaycan milli radiosunda «Bizim şərh», yaxud «Radionun şərhçi otağı» kimi verilişlərin sıradan çıxdığı bir vaxtda «Azadlıq» radiosunun Azərbaycan redaksiyasının yayımlanan verilişləri sırasında «Kontekst», «Panorama», «İşdən sonra» kimi xəbərdəntörəmə sayılan proqramların yer tutması olduqca müsbət tendensiyadır.

Adətən, radio formalarının meydana gəlməsini və inkişafını iki əsas amil şərtləndirir: a) radio texnikasının inkişafı ilə əlaqədar yaranan imkanlar; b) radiojurnalistlərin peşəkarlığının və yaradıcılıq axtarışlarının artması. Bu iki amil radio formalarının yaranmasında həlledici rol oynayır.

20-ci illərin ortalarında yerli radiolarda forma axtarışlarının genişlənməsi ilə əlaqədar meydana gələn radioqəzetlər, radiojurnallar, radiosəsləşmələr, radiomitinqlər məhz göstərilən iki amilin vəhdətindən yaranmışdır. Bu amillərin müasir radioformalarının yaranmasında həlledici rolunu göstərən tədqiqatçıların fikrincə, qarşıya qoyulan məqsədin, vəzifənin xarakteri, auditoriyanın marağının və tərkibinin nəzərə alınması da müxtəlif radio formaları yaradır (7, s. 103). Müasir radionun yayım təcrübəsinə əsasən bütövlükdə bu formaları üç qrupa ayırmaq olar: a) sadə kompozisiyalı verilişlərin formaları; b) həmin verilişlərin ayrıca bitkin, çevik, müstəqil elementi olan formalar; c) mürəkkəb kompozisiyalı verilişlərin formaları.

Sadə kompozisiyalı verilişlərin ən geniş yayılmış forması xəbərlər bülletenidir. Həmin forma özü də yayım cədvəlindəki yerinə və tutumuna görə iki yerə: *qısa* və *əsas* bülletenlərə bölünür.

Qısa bülletenlər (3-5 dəqiqəlik xəbərlər) informasiya yayımının populyar formalarından biridir və bu forma, adətən, dinləyicini hadisələrlə tanış etmək, ona bu hadisələri müəyyən fasilələrlə müntəzəm izləmək imkanı vermək məqsədini güdür. Hər məlumatı bir neçə qısa cümlədən ibarət olan belə bülletenlər hər 30-60 dəqiqədən bir, gün ərzində bir neçə dəfə səslənir. Bu forma başlıca olaraq xronika və xəbər janrları üzərində qurulur. Olduqca mühüm əhəmiyyətli xəbərləri, məsələn, rəsmi məlumatları, mühüm hadisələri, ekstremal şərait və təbii fəlakətlə bağlı olan informasiyaları çox operativ şəkildə dinləyicilərə çatdırmaq üçün qısa bülletenlərin əvvəlcədən nəzərdə tutulmayan təcili buraxılışı da olur.

Əsas bülletenlər 15-20 dəqiqəlik xəbərlər buraxılışından ibarət olur. Burada hadisələr panoramı nisbətən özünün genişliyi ilə, hadisəni nəzərə çatdırmaqla yanaşı, onun izahına və şərhinə meylin güclülüyü ilə, informasiya janrlarının daha çox növünə müraciəti ilə seçilir.

Bülletenlərdə çıxışla radiomüsahibəyə, radioreportaja təsadüf olunur. Əsas bülletenlər radionun daha çox dinlənən saatlarında səslənir. Azərbaycan radiosunun «Günün səsi» proqramının axşam saat 9-da efirə çıxan buraxılışı və ya ANS-ÇM-in «İsti-isti» xəbər bülleteni bu qəbildən olan verilişlərdəndir.

Hər hansı xəbər **verilişinin müstəqil elementi** olan, yaxud «forma içərisində forma» sayılan jurnalist materialının tərtibi üsulları müasir radioda geniş yayılıb. Bu, hər şeydən əvvəl medianın bütün sahələrində, o cümlədən radiojurnalistikada da mətnlərin, informasiyanın formatlaşması prinsiplərinin radikal dəyişməsi sayəsində baş verib. Çünki bütövlükdə xəbərləmə prinsiplərinin özü və məqsədləri dəyişib. Artıq informasiya verilən üç vacib tələb öz mövqeyini möhkəmlədib: vicdanlı, ədalətli, balanslı olmaq. Yeni tələblər təbii olaraq yeni formalar və formatlar da tələb edir. Belə formatlardan, jurnalist mətnini tərtib etmə üsullarından biri də **radiopaket** adlanır.

Qərb radiosunda çox yayılan və radio verilişi biçimlərindən biri olan paket, fakt və olayın, yaxud hansısa aktual mövzunun dinləyiciyə dolğun, maraqlı və emosional bir tərzdə çatdırılması üsuludur. Əslində Böyük Britaniyada «paskaye», ABŞ-da «wrap» adlandırılan və mənaca «zərf», «paket» anlayışını bildirən bu forma vaxtilə Azərbaycan radiosunun təcrübəsində geniş yayılmış «süjet» anlayışının yeni, daha çevik və mükəmməl formasıdır. Radiopaket strukturuna görə aparıcının bağlayın sözlərindən (1), müxbir söhbətindən (2) və həmin müxbirin (reportyorun) verilişə hopdurduğu müxtəlif müsahibələrdən (3) hazırlanır. Xronometrajı 5 dəqiqəni ötmür. İrihəcmli verilişlərdə (radiojurnal, radiokanal və s.) radiopaketə bənzər 5-8 dəqiqəlik materiallar ola bilər və bu daha çox sənədli oçerk adlanır. Hazırda xəbər formatlarına yer verən bütün radioların proqram menyüsündə radiopaketin xüsusi yeri vardır.

Radiopaket müxtəlif mövzulu materialların, faktların, səs effektlərinin, müsahibə epizodlarının birləşməsindən yaranan jurnalist işidir. Paket mövzunu daha optimal, anlaşıqlı formada dinləyiciyə çatdırır. Mövzu yalnız bir mövqedən yox, mövcud olan bütün mövqelərdən işıqlandırılır. Yaradıcılıq baxımından da bu formatda maraqlı, olduqca cazibədar, dinləyicini ovsunlayan jurnalist gedişləri etmək mümkündür.

Radionun qavrayış şəraiti kifayət qədər spesifik olduğundan mətnin strukturlaşdırılması jurnalistdən xüsusi bacarıqlar tələb edir. Kifayət qədər çətin, ciddi problemi dinləyiciyə ən optimal formada necə çatdırmaq olar? Qərb jurnalistikasıda bunun uğurlu formatından – radiopaketdən faydalanır. Radiopaket hansısa bir aktual mövzuya həsr

olunur. 3-5 dəqiqə ərzində dinləyiciyə maksimum informasiya verməyə çalışır. Bunun çox uğurlu nümunələri Qərb radiolarında səslənir. Keyfiyyətli səsyazma texnikası radioreportyorların işini əhəmiyyətli dərəcədə asanlaşdırıb. Artıq dinləyici olayı jurnalistin gördüyü kimi görür. Bunun üçün «olayın sahibi» olan reportyor çox şeyi diqqətdə saxlayır (hadisəni gedişi bilməsini və s.). Burada müxbirin ustalığından, zövqündən, zəhmətkeşliyindən çox şey asılıdır.

Radiopaket müxtəlif elementləri – mətn, bir neçə müsahibə, təbii küylər və musiqi, reportojlar, arxiv materillarını özündə birləşdirir. Sinxronlar və bütövlükdə paketin özü hansısa bir mövzunu daha dərin və emosional çatdırmaq məqsədilə hazırlanır. Ona görə də bu prosesdə önəmli məqamlardan biri paketin mövzusunun dəqiq seçilməsidir. Daha sonra bu mövzunun imkan qədər dəqiq və dərin araşdırılması və materialın dəqiq foksunun müəyyənləşdirilməsi mərhələsi gəlir. Məsələn, əgər gender problemlərinə həsr olunmuş reportajlar hazırlanırsa, burada fokus dəqiqləşdirilməlidir. Yəni diqqət etməli ki, bu problemi necə düzgün fokuslamaq olar? Axı burada istiqamətlər çoxdur. Məsələn, qadınlar və sosiallaşma, qadınlar və ölkənin siyasi həyatı, qadın hüquqları, qadınların cəmiyyətdə diskriminasiyası, qadın və ailə, qadın və reproduktiv sağlamlıq və s. Biz bu çoxşaxəli mövzuda konkret, məhz nəyi qabardacağımızı, yəni fokusu dəqiq bilməliyik. Foksun dəqiqləşdirilməsi jurnalistin araşdırma işini əhəmiyyətli dərəcədə asanlaşdırır.

Radiopaket üçün maraqlı, cəlbedici mövzunun seçilməsi önəmli şərtdir. Məsələn, sosial mövzular ciddi araşdırma tələb etdiyindən paket üçün maraqlı, hətta ideal sayılır. Xüsusi hadisələr, kəşflər, nəyinsə açılması, yaxud bağlanması, hətta musiqi ilə bağlı hansısa bir tarixçə radiopaket üçün yaxşı mövzu ola bilər. Əsas məsələ bu mövzunu məharətlə çatdırmaqdır.

Radiopaketin məzmununa verilən əsas tələblərdən biri də materialın verilməsində balansın qorunmasıdır. Bu, mövzuya aid olan bütün baxış bucaqlarının və mövqelərin materialda yer alması deməkdir. Əgər texniki baxımdan (kiminləsə danışmaq, rəy soruşmaq imkanı olmayıbsa və s.) bunu etmək mümkün deyilsə, jurnalist bunu mətnində hökmən verməlidir. Balansa nail olmağın daha bir üsulu da paketin elementlərinin sezilməsindən asılıdır. Müəyyən bir məqamın açılması üçün kimin ən uyğun müsahib olduğuna məhz jurnalist qərar verməlidir.

Mövzunu – olayı, yaxud xəbəri ən uğurlu tərəfdən təqdim etmək üçün jurnalist aydın və məntiqi bir struktur qurmalıdır. Məsələn, siz tender problemləri ilə bağlı radiopaket hazırlayırsınız. Fokusu müəyyənləşdirdikdən sonra siz faktları və müsahibələri elə bir

ardıcıllıqla düzürsünüz ki, dinləyici ilk dəfə eşitdikdə söhbətin nədən getdiyini anlasın. Radiopaketin bir xüsusiyyəti də var. Dinləyicini çaşdırmadan, məntiqi ardıcıllığı pozmadan, auditoriyanın diqqətini saxlamaq məqsədilə materiala effektli parçalar – müxtəlif səs effektləri, musiqi epizodları, olayın təbii küyləri əlavə olunmalıdır. Çox yaxşı olar ki, hər blokun özünün səs bəzəyi olsun. Bu halda dinləyici materialda «azmaq təhlükəsindən» qurtulur.

Radiopaketdən, əsasən, hansı hallarda istifadə olunmalıdır? Ola bilər ki, mövzunun tam dolğun işıqlandırılması üçün qısa reportaj, söhbət və ya müsahibə kifayət etməsin. Burada iki aspekt var. Mövzu tək bir reportaj üçün kifayət qədər mürəkkəb ola bilər, yaxud geniş bədii elementlərlə işlənmiş bütöv veriliş formasında işlənməsinə ehtiyac yoxdursa, bu zaman mövzunu radiopaket formasında çatdıra bilərik. Digər səbəblər də mövcuddur. Radiopaket informasiyanın verilməsinin daha maraqlı, çevik formasıdır. Digər tərəfdən bu forma mövzuya adi insani maraq da gətirir. Ancaq burada da ifrata varmaq olmaz. Əgər jurnalist hiss edirsə ki, mövzunu, sadəcə, bir müsahibə ilə də tam işıqlandırmaq mümkündür, deməli, həmin müsahibə kifayətdir. Verilişin formatı da nəzərə alınmalıdır. Məsələn, bir radioverilişdə üç-dörd radiopaket verilişi çox ağırlaşdıra bilər.

Radiopaketi Qərb jurnalistikasında feature (fiçe), bizlərdə isə oçerk və ya süjet adlanan formatla tam eyniləşdirmək olmaz. Paketin ən ciddi məhdudiyyəti vaxtla bağlıdır. Jurnalist paket üzərində işləyərkən hansı materialı daxil etmək sualı qarşısında qalır. Çünki çox vaxt jurnalistin paketə daxil edilə biləcəyindən iki dəfə çox materialı olur. İdealda paket 3-5 dəqiqə olmalıdır. Aydındır ki, qısa vaxtda bəzən mövzunu dolğun əks etdirmək qeyri-mümkün olur. Amma vaxtı uzatmaq isə auditoriyanın marağını itirmək təhlükəsini yaradır. Praktikada paket 3-4 dəqiqə olur. Bu seytnot şəraiti də paketi fiçedəki bir sıra bəzək elementlərindən məhrum edir.

Müasir radioyayımda diqqəti cəlb edən maraqlı formalardan biri də **voks – pop** adlanır. Bu forma (ing. «*vox – pop*» – *voice population* «Xalqın səsi» deməkdir) efirdə çoxsəsliliyi, hər hansı problemə cəmiyyətdəki müxtəlif baxışları əks etdirir. Bir çox radiolarda Voks-popu «küçə sorğuları» (ing. *street* – talk) adlandırır və belə hesab edirlər ki, mahiyyətcə sosioloji sorğuların bir növü kimi qəbul edilən küçə sorğularının ictimai rəyə güclü təsiri vardır. Məhz sorğuların köməyi nəticəsində hər hansı olay barəsində informasiya almaq mümkündür. Bu səbəbdən də voks-pop radioda maraqlı formalardan birinə çevrilib və adətən, küçələrdə sosial layihələrdə, siyasi mövzularda aparılan sorğuları əks etdirir.

Sosial sözü «sosium», yəni «cəmiyyət» anlayışı ilə səsləşir.

Toplumu daha çox nə maraqlandırırsa, onun həyatına nə təsir edirsə, həmin problemin mediaya çıxarılmasında maraqlı görünür. Sosial layihələr üçün mövzu seçildikdə belə, materialın nə qədər insanı əhatə edəcəyi öncədən düşünülməlidir. Jurnalistikada buna başqa cür yanaşılır və hədəf auditoriyası əvvəlcədən müəyyənləşdirilir. Sosial mövzular kimi insanların güzəranı, həyat şəraitindən və buna təsir edən amillərdən, əmək haqlarından, təqaüdlərdən, sosial müavinətlərdən, sığortadan, səhiyyədən, onun problemlərindən və s. bəhs etmək mümkündür. Bütün bunlar, həmçinin digər mövzular sosial layihələr üçün çox yaxşı voks-pop ola bilər.

Qərbdə yaranmış və hər hansı problemə real və fərqli baxışları əks etdirən voks-pop bizim radio təcrübəsində hələlik geniş yayılmayıb. Bunun səbəbi bir tərəfdən Azərbaycan radiosunun köhnə təfəkkürlə çalışması, digər tərəfdən özəl radioların bəsit proqram menyusuna malik olmasıdır. Yəni ölkəmizdəki özəl radiolar, sözün əsl mənasında, musiqili radiolardır. Başqa sözlə nəinki başlıca, həm də yeganə məhsulları məhz musiqidir. Bunun əsas səbəbi, radioya, elə bütövlükdə elektron informasiya vasitələrinə yalnız əyləncə vasitəsi kimi yanaşılmasıdır.

Radioda voks-pop hər hansı xəbəri bəzəyən və bir növ, iştirak effekti yaradan səs fraqmentlərinə deyilir. Özəl radio təcrübəsi bizdən qat-qat üstün olan ölkələrdə xəbər və musiqi bir-birini izləyir. Radionun konkret auditoriyasından asılı olaraq istər musiqinin, istərsə də voks-popun ünvanı müəyyənləşdirilir. Danışan adamların ovqatı və emosionallıq dərəcəsi çox önəmlidir. Bu baxımdan reportyorun həmin adamları haradan və necə tapması, sorğuları necə aparması çox önəmlidir. Bütün hallarda nəzərə almaq lazımdır ki, xəbər buraxılışında voks-popun səslənməsi dinləyicidə təqdim olunan problemə və radiostansiyanın özünə inam yaradır. Ona görə də sorğunun dürüst balanslı olması, məsuliyyətliliyi çox vacib amildir. Reportyor informasiya və faktları toplayan, insanları dilləndirən şəxs kimi doğru-dürüstlüyünə və çatımlı olmasına cavabdehdir. Məhz reportyor təminat verməlidir ki, efirdə gedən verilişdə olaylar ölçü-biçili və dəqiq əks etdirilib.

Bununla yanaşı, efirə gedən sorğularda peşəkarlıq prinsiplərinin təsdiqi üçün aşağıdakı məsələlərə diqqət yetirmək lazımdır:

- dəqiqlik operativlikdən yüksək qiymətləndirilir;
- balans simpatiya və antipatiya demək deyil;
- ədalət sensasiyadan üstün sayılır;
- olayların ölçü-biçili təsviri materialı vermək bacarığından üstün hesab edilir;

- çoxsəsliyə əsaslanan plüralizm voks-popun əsas əlamətidir.

Bəs «küçə sorğuları» və ya voks-pop üçün kimlər seçilə bilər? Bu çox əhəmiyyətli məsələ daim reportyorların diqqət mərkəzində olmalıdır. Özəl radio təcrübəsinə əsaslanan ədəbiyyatlarda (30, s. 59-60) voks-pop üçün adamların şərti olaraq dörd tipi seçilir. Bunlar aşağıdakılardır:

1-ci tip: *olaya qatılanlar və şahidlər.* Tutalım, yanğın, nümayiş, zəlzələ və bənzər olaylara qatılanlar və ya onların şahidləri çox duyğulu olduqlarından öz fikirlərini də hiss-həyəcanla çatdırırlar. Radio reportyoru belə adamları dindirməyi bacarmalıdır.

2-ci tip: *tamaşaçılar.* Teatrdan, konsertdən, stadiondan, sərgi salonundan və bənzər yerlərdən çıxan və ya tamaşanın – yarışın – konsertin fasiləsində foyedə gəzişən adamlar da çox duyğulu olur və həvəslə danışırlar. Reportyor belə adamları da diqqətdən qaçırmamalıdır. Yəni bu tip voks-popdan istifadə etməklə də xalqın səsini təəssüratlardan ayrılmamış, emosiyalardan çıxmamış öyrənmək olar. Çünki insanlar belə durumda kimlərləsə söhbətə maraqlı olurlar. Jurnalist onlara istənilən halda yaxınlaşsa, müsbət sonluq ola bilər. Bu adamlara heç nə mane olmur ki, reportyora bir neçə dəqiqəlik vaxt ayırsınlar.

3-cü tip: *ekspertlər.* Təsəvvür edək ki, biz hansısa problemi araşdırırıq. Bu zaman həmin problemi yaxşı bilən ekspertlərə müraciət etməklə, onların qiymətləndirmələrini toplaya bilərik. Bunu jurnalistikada təhlil və ya analiz, sosioloyi sorğularda isə kontent – analizdən əlavə, pilotaj tədqiqatların da xüsusi yeri var. Başqa cür desək, hər hansı problem üzrə mütəxəssislərə telefonla müraciət etmək olar. Yaxud da hansısa sərgi, konfrans, forum olan yerdə (həmin yerlərdə böyük ehtimalla ekspertlər ola bilər) görüşüb suallarımızı verə bilirik.

4-cü tip: *tanınmışlar.* Peşəkar reportyorlar bu və ya başqa məsələ ilə bağlı sorğu zamanı tanınmışlara müraciət edirlər. Çünki bəzən bu adamlar ictimaiyyət üçün maraqlı ola bilir. O səbəbdən məşhurlarla sorğular (təbii ki, özünü gözdən salmayanlardan söhbət gedir) böyük maraq doğurur. Mütəxəssislər bu cür sorğunu da xalqın səsi baxımından vacib sayırlar. İstənilən halda nəinki jurnalistikada, habelə digər sahələrə yanaşmada sorğular mahiyyət etibarilə əsas deyil, yardımçı vasitə kimi məqbul hesab olunur. Məşhurlar deyərkən, ictimai maraqda olan insanlar nəzərdə tutulur. Onlar məmur da ola bilər, müğənni də, idmançı da. Tanınmışların demiş olduğu fikirlər insanların yaddaşında müəyyən iz sala bilir. Bu fikirləri isə məhz sorğu vasitəsilə onların dilindən almaq mümkündür.

Şübhəsiz ki, voks-pop zamanı səslərin proporsiyasına (qadın, kişi, yaşlı, cavan və s.), balansın gözlənilməsinə (lehinə, əleyhinə), fikir əlvanlığına, mövzunun inkişaf etdirilməsi məqamlarına diqqət yetirməliyik. Yalnız bu şərtlər gözləndikdə voks-pop da paket kimi dinləyicini öz cazibəsində saxlayan parlaq formaya çevrilə bilir.

Mürəkkəb radio formaları müasir radioyayım təcrübəsində geniş yer tutur və burada yaradıcılıq uğurunu, ilk növbədə, seçilən materialın məzmunu, qruplaşdırılması və düzümü təmin edir. Seçilmiş formanın cazibədar ola bilməsi üçün verilişin ideyası, məqsədi və vəzifəsi aydın olmalıdır. Bir forma daxilində həddən artıq epizodların, yüklənmiş materialların, səslərin olması məqsədəuyğun deyildir. Burada ayrı-ayrı janr nümunələrinin bir-biri ilə düşünülmüş şəkildə əlaqələndirilməsində aparıcının rolu böyükdür. Bağlayıcı mətnlər də veriliş üçün seçilmiş fraqmentlər arasında körpü salmaqla, əsas ideyanı mənimsəməkdə dinləyiciyə kömək etməlidir. Mürəkkəb radio formalarına radiojurnal, radiokanal, müəllif proqramları, oyun proqramları və s. daxildir.

Radiokompozisiya. Yerli radiolarda geniş istifadə olunan bu forma məqsəd aydınlığı ilə düşünülmüş və seçilmiş ayrı-ayrı sənədli janr nümunələrini, ədəbi parçaları və musiqi nömrələrini vahid ideyaya, süjetə tabe etmək yolu ilə müstəqil veriliş yaradır. İlk baxışda bu «müstəqillik» bəzilərində radiokompozisiyanın radio janrı olması qənaəti hasil etmişdir. Lakin radiokompozisiya janr anlayışından uzaq olub materialların, faktların elə ardıcıllıqla verilməsi, elə qurulması forması deməkdir ki, bu, mövzunun, müəllif ideyasının aydın, parlaq və təsirli bir şəkildə açılmasına kömək etsin.

Radio inkişaf etdikcə, onun texniki bazası və texnologiyası dəyişdikcə yaradıcılıq formaları da sürətlə dəyişir, radiopublisistikanın və bütövlükdə efir yaradıcılığının qarşısında yeni imkanlar açılır. Bu imkanlardan bəhrələnən müasir radiostansiyalar tamaşaçı zövqünü oxşamaq və maraqlı proqramlar hazırlamaq üçün efirdə forma yaradıcılığı axtarışlarını uğurla davam etdirirlər.

Radio inkişaf etdikcə, gerçəkliyi ifadə formalarını cilaladıqca, medianın digər boyları ilə ünsiyyətini artırdıqca yaradıcılıq texnologiyasını da kamilləşdirir. Bu sırada onun yayım növləri və formatları da cilalanaraq yeni çalarlar alır və bu zaman radio dinləyicilər üçün daha cazibədar olur. Bu mənada hazırda radio təcrübəsində ***radiojurnal, radiokanal, diskussiya, müəllif və əyləncə proqramları*** kimi inkişaf etməkdə olan proqram növləri diqqəti daha çox çəkir.

Jurnal tipli proqramlar efirin tarixən ən «qocaman», formaca ən mükəmməl növüdür. Hələ 1928-ci ildə Azərbaycan radiosunda 6 radiojurnal hazırlanırdı. «Proqramın içərisində proqram» sayılan

radiojurnal öz forma başlanğıcını mətbuatdan götürmüş, efirdə təşəkkül dövrünü radioqəzetlər kimi yaşamış və indi də müasir radio təcrübəsində geniş yer tutur. Çevik struktura malik olan bu forma lap əvvəldən yayımın bir çox vəzifələrini gerçəkləşdirmək, ilk növbədə, isə müxtəlif mövzuları müxtəlif janrlarda əks etdirmək, hər hansı problemi aktuallaşdırmaq, musiqi və əyləncə materiallarını üzvi şəkildə verilişə daxil etmək baxımından çox əlverişli idi. Efirdə səslənmə müddəti 30, 45 və daha çox olan bu proqram növü strukturca radioqəzetin eynidir, amma tipoloji cəhətdən yeganə fərqi efiraçıxma dövriliyi ilə bağlıdır. Əgər radioqəzetlər efirə həftədə 5-6 dəfə çıxırdısa, radiojurnallar bu və ya başqa problemin işıqlandırılma zərurəti ilə bağlı olub həftədə bir dəfə, yaxud həftəarası efirə çıxır. Yəni radiojurnalın dövriliyi hər hansı mövzunun əhəmiyyəti ilə bağlıdır (54, s. 112).

Təbii ki, dövriliyin belə məhdud olması jurnalın məzmununa və strukturuna həlledici təsir göstərir, yəni burada operativ informasiya olmur, olsa belə bu informasiyalar yalnız toplu xarakteri daşıyır, yaxud konkret mövzu kontekstində verilir. Amma məhz dövrilik və efirdə təkrarlarla səslənməsi jurnalda toxunulan problemin diqqətlə, ətraflı və dərin təhlilini tələb edir. Burada əsas element olan aparıcıdan yüksək intellektual səviyyə, böyük səriştə və məharət tələb edilir. Əgər əvvəllər aparıcı müəyyən qəlibə salınır, yalnız bağlayıcı mətnləri ilə kifayətlənirdisə, bu gün onun funksiyaları xeyli genişlənib. Mübaliğəsiz demək olar ki, aparıcı bugünkü efirin kompozisiya baxımından mərkəzi fiquru və bir növ, proqramın «sifəti»dir. Ona görə də radiojurnal üçün seçilən aparıcı bilikli, ünsiyyətcil, problemlərin mahiyyətini açmağı bacaran, diskussiyanı idarə edə bilən şəxs olmalıdır.

Radiojurnalların spesifikasından bəhs edən tədqiqatçılar onun tipologiyasına iki əsas prinsipdən yanaşırlar: tematik və ünvanlılıq. *Tematik* (mövzu) baxımdan radiojurnal bir mövzuya, yaxud bir neçə mövzuya həsr oluna bilər. Çox mövzunu (2 və ya 3 mövzu) əhatə edən jurnallar toplu, mozaika, almanax tipli də olur. Təbii ki, belə olduqda radiojurnalın strukturu da dəyişir, keçidlərin tempi artır, jurnalistin və aparıcının da işi nisbətən mürəkkəbləşir. *Ünvanlı* (hədəf) radiojurnallar isə konkret auditoriyaya yönəlir, əhalinin müəyyən sosial təbəqəsini nəzərdə tutur. Məsələn, radioların əksəriyyətində qadınlar üçün, uşaqlar, gənclər, sürücülər üçün telejurnal tipli proqramlar mövcuddur. Ümumiyyətlə, ünvanlı jurnallar bu əlamətlərə görə də bölünür: *yaşa, cinsə, dini etiqata, peşəyə, sosial vəziyyətə, siyasi maraqlara* və s.

Bəzən radio təcrübəsində, xüsusən xarici radiolarda jurnal tipli verilişlərin sinonimi kimi «*maqazin*» anlayışı da işlədilir. Bu tip proqramlarda da radiojurnallara xas olan əsas əlamətlər özünü göstərir.

Bəs bu əlamətlər hansılardır? Əvvəldə dediklərimizi ümumiləşdirərək həmin əlamətləri aşağıdakı kimi təsnif edə bilərik:

1) dəyişkən və çevik struktur;
2) efirdə sabit vaxt və sabit müddət (xronometraj);
3) müxtəlif janrların (xəbər, müsahibə, şərh) toplusu;
4) aktual və dinləyici üçün gərəkli mövzu;
5) daimi aparıcının olması.

Jurnal tipli proqramlar mövzu və forma baxımından əlvanlığı ilə seçilir, bu səbəbdən də efirdə onun müxtəlif növlərinə rast gəlinir. Amma bütün rəngarəngliyə, çoxçalarlılığa baxmayaraq, jurnal tipli proqramların hamısında göstərdiyimiz əlamətlərin hamısı mütləq şəkildə mövcud olur. Burada hər bir əlamətin, xüsusən aparıcının rolu məsələsi, seçilən mövzunun xarakterindən, radionun ifadə imkanlarından necə istifadə olunmasından, bütövlükdə proqramın səs təbiətindən çox asılıdır.

Radiokanal efirin yaranışı ilə bağlı daha çox kommunikasiya anlayışı kimi meydana çıxsa da, son illərdə məzmunca xeyli dolğunlaşaraq radio yayımında populyar forma kimi qəbul olunmaqdadır. Bütövlükdə isə «radiokanal» anlayışı ikili məna daşıyır. Birinci anlamda radiokanal verilişin auditoriyaya çatdırılmasının texniki parametrləri (tezlik sahəsi, diapazon və s.), yəni kommunikasiyanın radio ilə dinləyici arasında olan hissəsi başa düşülür. İkinci mənada isə radiokanal konkret auditoriyaya ünvanlanan konkret mövzusu, strukturu, akustik vasitələri, yayım prinsipi və daimi aparıcısı olan veriliş forması deməkdir. Məsələn, «Gənclər kanalı», «Səhər» kanalı və s.

Radiokanal mahiyyətinə görə çox geniş anlayış olan radiostansiyadan və nisbətən dar mənada işlənən radiojurnal formasından fərqlənir. Bu iki forma arasında efir həcmi baxımından orta mövqe tutan radiokanalın səslənmə müddəti 3-5 saatdır. Bu əhəmiyyətli efir vaxtı məzmunlu proqram yaratmağa, onun bütün komponentlərinin zövqlə tərtib olunmasına imkan verir (54, s. 98). Vaxt qıtlığının olmaması, müxtəlif janrlar toplusu, mövzuların və müsahiblərin tez-tez dəyişməsi, interaktiv elementlər, diskussiyalar, canlı reportajlar, məharətli aparıcı, ən başlıcası isə populyar, ritmik musiqilərin məqsədyönlü düzümü bir forma kimi radiokanalı daha da populyarlaşdırır.

Radiokanalın vaxt imkanlarının genişliyi burada janrların özünəməxsus inkişafını, onların, bu janrların yeni ifadə imkanlarını və çalarlarını üzə çıxarır, xüsusən danışıq janrları, «dəyirmi stol» müzakirələrini artırır. Təbii ki, burada da mühüm mövzuların müxtəlif janrlarda işlənməsini hər bir faktın, hadisənin və situasiyanın funksional əhəmiyyəti müəyyənləşdirir. Hətta burada janrların cütləşməsi prosesi də özünü göstərir. *Reportaj – müsahibə, xəbər –*

hesabat, müsahibə – şərh və s. kimi anlayışların meydana çıxması məhz bu prosesin nəticəsidir. Bütövlükdə isə müasir radiokanalda janrların işlənməsi iki aspektdə özünü göstərir: a) bir tərəfdən müxtəlif janrların geniş tətbiqi ilə yayımının təsiri və proqramlaşdırmaya yeni tələblərlə yanaşılması nəticəsində əks prosesin getməsi, yəni ənənəvi janrların həcmcə qısaldılması və daha çevik formalara üstünlük verilməsi; b) digər tərəfdən bu janrların sərbəst mühitdə cilalanaraq, başqaları ilə cütləşərək yeni çalarlar əxz etməsi.

Sovet radio sistemindən yeni yayım formatına keçməyə imkan verən radiokanal vaxtilə veriliş strukturunda möhkəm yer tutmuş diktoru jurnalist-aparıcı ilə əvəzləməyə imkan verdi. Əvvəllər efirdə xəbər oxuyan diktoru jurnalistlə əvəzləmək hər kəsə çətin görünürdü. Lakin yeni yayım şəraiti buna imkan verdi. Əlbəttə, xəbər oxuyan diktoru jurnalist-aparıcı ilə əvəzləmək adi mexaniki yerdəyişmə, sadəcə, bir fiquru başqası ilə əvəzləmək deyil, bu, bütün sistemin dəyişməsi, ilk növbədə, xəbərin özünə, onun mahiyyətinə, təqdimatına yeni keyfiyyət yanaşması idi. Burada diqqəti cəlb edən əsas məqam odur ki, xəbərin təqdimat üsulu dəyişir, fərdi çalarlar nəzərə çarpır, ən başlıcası isə diktorun rəsmi, quru intonasiyasını yeni aparıcının (jurnalistin) qeyri-rəsmi, yumşaq, daha yapışıqlı intonasiyası əvəz edir. Artıq dinləyici ilə efirdə sərbəst, səmimi dialoq qura bilən, onun etimadını qazanan aparıcı-jurnalist səslənən informasiyaya yeni ahəng verir. Ən başlıcası isə informasiyaya münasibətdə daxili psixoloji fon yaradılır (54, s.103). Məhz yeni intonasiya və onun yaratdığı daxili psixoloji fon dinləyicini ələ almaq, kommunikasiyanı uzunmüddətli etmək üçün çox önəmli amildir.

Radiokanalın uğuru bir sıra amillərlə (mövzu, qonaq, musiqi və s.) yanaşı düşünülmüş, çevik montajdan da çox asılıdır. Montajla bağlı burada bəzi incəliklər vardır. Bəzi radiostansiyalar kanal formatını montajın hesabına mürəkkəbləşdirməyə, proqramın elementlərini (söhbət, musiqi, yerlərdən reportaj, küçə sorğuları, ekspert rəyi, studiyaya zəng, əsas qonağa suallar, interaktivlik və s.) artırmağa meyillidirsə, digərləri daha çox canlı ünsiyyətə, birbaşa translyasiyaya üstünlük verir. Burada montaj təqdim edilən materialların həcmi, forması, janrı, məzmunundan asılı olaraq onları vahid kompozisiyada birləşdirməkdir. Bu birləşmə daha çox assosiativ xarakter daşıyır. Radiokanalda assosiasiya ən məhsuldar montaj üslubu sayılır. Yəni musiqinin də aktiv element olduğu radiokanalda montaj qovşaqları daha çox mahnı mətnləri və bu mətnin məzmunu üzərində qurulur. Aparıcı çox vaxt keçidlər üçün ipucunu məhz bu mətnlərə görə axtarır. Amma aparıcı bu keçidləri elə ustalıqla, elə zövqlə etməlidir ki, dinləyici bunun bədii priyom olduğunu duymasın. Təbii ki, belə

ustalığa yiyələnmək üçün aparıcının yüksək intellekti, bədii duyumu və incə zövqü olmalıdır ki, mahnı mətnlərində gizlənmiş yeni məna üzə çıxaran imkanları görə bilsin. Aparıcı təqdim olunan materiallar arasında körpü yaratmaq, bir süjetdən digərinə uğurlu keçidi təmin etmək üçün daim yeni formalar düşünməlidir.

Montajın imkanlarından bəhrələnən radiorejissor mütləq kanalda çoxsəsliliyi nəzərə almalıdır. Çünki tipoloji quruluşuna görə mürəkkəb forma sayılan və efirdə 1-2 saat, bəzən daha çox çəkən radiokanalı bir nəfərin aparması çox yorucu olar və dinləyicini darıxdıra bilər. Ona görə də radiokanalda ən azı iki səsin (kişi, qadın) olması və onların ritmik növbələşməsi çox vacibdir. Strukturdan asılı olaraq səslərin məqsədəuyğun şəkildə növbələşməsi çox vacibdir.

Diskussiya proqramları son illərdə həm xarici ölkələrin təcrübəsində, həm də Azərbaycan radio məkanında geniş yayılmaqda olan veriliş formasıdır. Əslində, radioda diskussiya klublarının, «dəyirmi stol»ların, kütləvi müzakirələrin, aktual söhbətlərin yeni forması kimi üzə çıxan bu veriliş növü proqram-dialoq, proqram-icmal kimi formaları da özündə birləşdirir. Məsələn, «Azadlıq» radiosunda efirə gedən «Kontekst» və «Panorama» verilişləri strukturuna, forma və məzmununa görə tipik diskussiya proqramlarıdır. Həmin kanalda efirə gedən «İşdən sonra», yaxud ANS-ÇM-də populyarlıq qazanmış gündəlik efirə çıxan «Qadın saatı» verilişi də formasına görə bu növə aiddir. Məsələn, «Qadın saatı» proqramında qadın dünyasına dair müəyyən bir problem qoyulur və bu problem studiyadakı şəxsin (ekspertin, səlahiyyətli şəxsin, adi və ya tanınmış qonağın) iştirakilə müzakirə olunur. Burada interaktiv elementin (dinləyici zəngi və əlavə rəylər) olması problemin daha ətraflı müzakirəsinə imkan verir.

Xəbərdəntörəmə diskussiya proqramına ən yaxşı nümunə kimi hazırda «Azadlıq» radiosu ilə səslənən, adını çəkdiyimiz «Panorama» proqramını göstərmək olar. 2004-cü ilin noyabrından efirə çıxan veriliş ilk dövrlərdə həftənin icmalı kimi hazırlanırdı. Əvvəlcə ötən həftə Azərbaycanda baş verənlərin xronologiyası təqdim olunur, sonra ötən həftənin ən aktual mövzularından biri şərh edilir, münasibət bildirilirdi. Aparılan polemika, əsasən, siyasi mövzulara aid olduğundan studiyaya iqtidar və müxalifət düşərgəsinin nymayəndələri dəvət edilirdi.

2005-ci ilin əvvəlindən isə proqramın formatında dəyişikliklər edildi. Bu dəfə aparıcı tək deyil, yerli mediadan iki jurnalistlə birgə diskussiya aparır. Yenə də müxtəlif düşərgələrdən olan siyasətçilər, elə ayrı-ayrı düşərgələrə bölünmüş jurnalistlər, bəzən isə müstəqil jurnalistlər də polemikanın iştirakçısı olurlar. Burda da əvvəlcə ötən həftə baş verən əsas hadisələrin çox qısa xronologiyası (səsli xəbərlər də daxil olmaq şərtilə) təqdim edilir. Sonra onların içərisindən 1 və ya

2 mövzu fərqləndirilərək şərh edilir. Bir nümunəyə nəzər salaq:

«ABŞ Dövlət Departamenti və bir sıra beynəlxalq qurumlar ötən ilin oktyabr hadisələri ilə bağlı keçirilən məhkəmənin beynəlxalq standartlara cavab vermədiyini bəyan etdilər.

Sərhədsiz Reportyorlar Təşkilatı Azərbaycanda mətbuat azadlığının vəziyyətinin gerilədiyini bildirdi.

MTN 50 ildir ki, axtarılan «Şeyx Sənan» librettosunu və Ü.Hacıbəyova məxsus daha bir neçə qiymətli əşyanı satan şəxsi yaxaladı.

Azərbaycana gələn Moldova prezildenti Voronin Qaqauz Muxtar Vilayətini münaqişələrin həllində nümunə olaraq göstərdi.

Prezident İlham Əliyev Kiyevə gedərək Ukraynanın faşist işğalından azad edilməsinin 60 illiyinə həsr edilən toplantıda iştirak etdi.

Azərbaycan hökuməti Türkiyəninin Saka Kokmaz şirkəti ilə müqavilə imzaladı.

AXCP-nin etiraz piketini polis dağıtdı.

Prezidentin İcra Aparatının rəhbəri və başqa vəzifəli şəxslər Prezidentin illik fəaliyyəti barədə hesabat verdilər.

Gürcüstanı təhlükəsizlik naziri Azərbaycana gələrək Prezident İlham Əliyevlə görüşdü».

Xronikanın təqdimatında hadisələrin məğzini vurğulamaq üçün yeri gəldikdə səsli (sinxron) xəbərlərdən istifadə olunur. Məsələn, «Şeyx Sənan» librettosunu və Ü.Hacıbəyova məxsus daha bir neçə qiymətli əşyanı satan şəxsin MTN tərəfindən yaxalandığı barədə məlumat səsləndikdən sonra, ardınca həmin qurumun əməkdaşının sözügedən məsələ ilə bağlı (bir-iki cümləlik) fikri verilir. Və yaxud da Moldova prezildenti Voroninlə bağlı məlumat verildikdən sonra onun da məsələ ilə bağlı dedikləri elə öz dilindən səslənir.

Xronologiyadan sonra ötən həftənin ən aktual mövzusu, bəzən iki mövzusu studiyaya dəfət olunan qonaqlarla müzakirə olunur. Verilişin misal göstərdiyimiz buraxılışında məhz iki mövzu diqqət mərkəzinə çəkilərək müzakirə olunmuşdur: a) ölkə prezidentinin illik fəaliyyəti barədə hesabat; b) Azərbaycanda söz və mətbuat azadlığının vəziyyətinin pisləşməsi. Ekspertlər bu mövzuları müxtəlif rakurslardan təhlil və şərh edirlər.

Son vaxtlar isə proqramın formatında nəzərə çarpan dəyişiklik ondan ibarətdir ki, artıq ötən həftənin xronologiyası və gələn həftənin gözləntiləri verilmir. Sadəcə, ötən həftənin əsas hadisəsi, yəni bir mövzu götürülür və yaxın 25 dəqiqə ərzində bir ekspertin iştirakilə müzakirə olunur. Bu dəfə də yerli medianın nümayəndələrinin iştirakı ilə. Məsələn, hüquq müdafiəçisi Murad Sadəddinovun iştirak etdiyi proqramda Mediaforum saytının və Lider telekanalının aparıcı jurnalistləri iştirak edərək suallarını verməsi diskussiyaya xüsusi ahəng

vermiş oldu.

Bəzən elə mövzular olur ki, orada balans prinsipinin qorunması şərtinə əsasən, studiyaya iki nəfər dəvət edilir. Son proqramlarda (may-iyun 2007) bunun daha çox şahidi oluruq. Məsələn, Azərbaycan Respublikasının Təhlükəsizlik Konsepsiyasının təsdiq edilməsi «Panorama»nın müzakirəsindədir. Bu dəfə proqramda iki qonaq – Şərq-Qərb Araşdırmalar Mərkəzinin rəhbəri Ərəstun Oruclu və millət vəkili Zahid Oruc iştirak edirdilər. Polemikanın iştirakçısı olan jurnalistlər – «Qanun» junalının redaktoru Hüseynbala Səlimov və «Ekspres» qəzetinin şərhçisi Ələkbər Raufoğlu isə ekspertlərə (həm də mövzuya yanaşmada) heç bir simpatiya və antipatiya bildirmədən suallarını verirlər.

Diskussiya üçün bu formatın seçilməsi ona görə məqbul və zəruridir ki, «Azərbaycanın təhlükəsizlik problemlərini» ən müxtəlif rakurslardan araşdırmaq mümkün olsun. Məhz belə üsul problemin dinləyici üçün çoxşaxəli, aydın təhlilinə imkan verir. Problemin mahiyyəti o zaman aydınlaşır ki, onun rakursu, təqdimat forması düzgün müəyyənləşsin və təbii ki, mövzuya hərtərəfli, balanslı və qərəzsiz yanaşma olsun.

Əlbəttə, diskussiya aparmaq, hansısa vacib mövzunu araşdırıb təhlil etmək məqamı başqa debat proqramlarında da var. Lakin diskussiya proqramlarının özəlliyi ondadır ki, bu növ verilişlər aktual problemə həsr edilir və olduqca açıq, geniş müzakirə üzərində qurulur. Ona görə də bu növ proqramlar üçün başlıca xüsusiyyət cəmiyyəti düşündürən ictimai əhəmiyyətli aktual problemlərin müxtəlif formalarda müzakirəsidir. Əslində, məqsədinə, strukturuna və formasına görə diskussiya proqramları bir növ *tok-şou* formatının eynidir. Tok-şoularda olduğu kimi, diskussiya proqramlarında da əsas məsələ müzakirəyə çıxarılan mövzunun hərtərəfli, ciddi arqumentlər əsasında araşdırılmasıdır. Bir qayda olaraq, bu növ proqramlarda dinləyicinin marağına səbəb olan ictimai əhəmiyyətli mövzular müzakirəyə çıxarılır, həmin auditoriyanı maraqlandıran suallara cavab axtarılır. Yaxşı diskussiya proqramları üçün aşağıdakı şərtlərin olması çox vacibdir:

- seçilən mövzunun xüsusi aktuallığı və ictimai mahiyyət daşıması;
- diskussiyada iştirak edən mütəxəssislərin cəmiyyətdə müəyyən nüfuz və səlahiyyət sahibi olmaları;
- müstəqil (tərəfsiz) ekspertin iştirakının zəruriliyi;
- müzakirə olunan mövzunun araşdırılmasında fikir müxtəlifliyinin, plüralizimin gözlənilməsi;

– mövzuların müzakirəsində interaktivliyin – dinləyici iştirakının təmin edilməsi;
– mövzunu yaxşı bilən və bu mövzunun bütün parametrlərinin dinləyici üçün açılmasına yardım edən daimi aparıcının olması.

Müzakirə üçün seçilmiş mövzunun xarkterindən asılı olmayaraq, diskussiya proqramı auditoriya üçün aydın, populyar bir dildə aparılmalıdır. Dinləyici üçün, bir növ, bələdçi rolunu oynayan aparıcı çalışmalıdır ki, müzakirə iştirakçıları mövzunun dərinliklərinə nüfuz etməklə yanaşı, həm də anlaşıqlı, fikirlərini danışıq dilinə xas olan bir tərzdə ifadə etsinlər. Statusundan və formatından asılı olaraq, radiostansiyalar öz yayım cədvəllərində diskussiya proqramlarına müxtəlif tezliklərdə yer verirlər: bəziləri az, bəziləri çox. Bir çox radiolar gün ərzində öz efirində iki (günorta, axşam) və daha çox diskussiya proqramı səsləndirir. Diskussiya verilişləri bir sıra parametrlərinə, ilk növbədə isə aparıcı işinin xüsusiyyətlərinə görə müəllif proqramlarına yaxındır.

Müəllif proqramları radio yayımının son illərdə meydana çıxıb geniş yayılmaqda olan bir növüdür. Bu proqram növünün yayım şəbəkəsində geniş yer tutmasına əsas səbəblərdən biri radiostansiyaların fəaliyyətində sərbəstliyin artması, tanınmış ictimai xadimlərin, yazıçıların, jurnalist və publisistlərin radio ilə əməkdaşlığa geniş cəlb olunmasıdır. Orijinal, fərqli təfəkkür tərzi ilə, həmçinin ünsiyyət bacarığı ilə müasir efirdə dinləyicinin qəlbinə yol tapan aparıcılar tezliklə geniş auditoriyanın rəğbətini qazana bildilər.

Çağdaş efir təcrübəsində müəllif proqramı yaradıcı şəxsiyyətin, ilk növbədə, jurnalistin özünüifadə formasıdır. Bu, hadisəyə, fakta, prosesə fərdi baxış və fərdi yanaşmanın təzahürüdür. Totalitar sovet sistemində yayım siyasəti hansısa mücərrəd «ictimai rəy»in ifadə edilməsi üzərində qurulmuşdu. Mikrofon qarşısında çıxış edən, efirdə nəyəsə münasibət bildirən hər kəs cəmiyyətin «bir parçası», müəyyən sosial qrupun «rəyi» kimi təqdim olunurdu. O dövrdə radioya «milyonların tribunası» kimi obrazlı adın verilməsi də məhz bununla bağlı idi. Elə bu səbəbdən radiojurnalistə «məncə», «mən gördüm», «mən belə düşünürdüm» kimi ifadələr işlətməsinə qətiyyən yol verilmirdi. Gərək «biz gördük», «bizə görə» və s. kimi ümumi rəyi əks etdirən ifadələr işlənəydi. İnsanın öz fikrini ifadə etməsi, onun «mən» deməsi bir şəxsin cəmiyyətə, ümumi maraqlara əks qoyulması kimi qiymətləndirilirdi. Ümumiyyətlə, totalitarizm şəraitində nəinki öz düşüncəni efirdə ifadə etmək, hətta müstəqil, bir qədər fərqli düşünməyin özü belə çox təhlükəli idi.

Bu təhlükənin nisbətən sovuşduğu ötən əsrin 70-80-ci illərində

Azərbaycan radiosunda jurnalistlərin hazırladığı və müəllif kimi çıxış etdiyi proqramların xüsusi çəkisi artmağa başlayır. Xüsusən ədəbiyyat, incəsənət, uşaq və gənclərə aid verilişlərdə müəllif «iz»ləri görünməyə başlayır. Rauf İsmayılov, Mailə Muradxanlı, Mövlud Süleymanlı, İntiqam Mehdiyev, Telman Qarayev kimi jurnalistlərin ədəbiyyat, musiqi və incəsənətə dair proqramlarında tədricən fərdi çalar – «mən»in görünməsi meyli artır. 70-ci illərin ortalarından Fəridə Aslanbəyova («Natəvan» qızlar klubu), İnqilab Həsənov («Ulduz» radiojurnalı), Gülbəniz Hüseynova («Şəbəkə») və digər jurnalistlərin yaradıcılığında da fərdiliyə aşkar meyil artmışdı. Şübhəsiz ki, həmin dövrdə Mirzə İbrahimov, Rəsul Rza, Xudu Məmmədov, Mehdi Məmmədov, Niyazi, Bəxtiyar Vahabzadə, Anar, Elçin kimi fərdi yaradıcılıq keyfiyyətlərinə və milli düşüncəyə malik yazıçı, publisist və sənət adamlarının radioya cəlb edilməsi bu prosesi daha da sürətləndirdi. Həmin illərdə artıq istedadlı jurnalist və tədqiqatçı kimi özünü tanıtmış Rəfael Hüseynovun apardığı «Axşam görüşləri» əsl müəllif proqramı kimi formalaşmışdı. Orijinal yazı üslubu və danışıq tərzi, musiqi və mədəniyyət tarixinə dərin bələdliliyi, studiyaya dəvət etdiyi görkəmli sənət adamları və nadir şəxsiyyətlərlə (Qara Qarayev, Niyazi, Cahangir Cahangirov, Rəşid Behbudov, Vaqif Mustafazadə, Bəhram Mansurov və s.) cazibədar, rahat ünsiyyət qurmaq məharəti, musiqi mədəniyyətinin problemləri ilə bağlı ən incə nüansları işıqlandırmaq istedadı ilə yanaşı, həm də dinləyici qəlbinə yol tapa bilən, intonasiyası ilə auditoriyanı ovsunlayan R.Hüseynov «Axşam görüşləri»ni Azərbaycan radiosunun ən uzunömürlü proqramına çevirmişdi. Bir məqama təəssüf etmək lazım gəlir ki, radionun müstəqillik illərində efirdə nisbətən sərbəstlik və azad yaradıcı mühit yaransa da, «Axşam görüşləri» kimi maraqlı veriliş və R.Hüseynov kimi koloritli aparıcı meydana çıxmadı. Görünür, yaxşı müəllif proqramı yaratmağın şərti təkcə sərbəstliklə deyil, daha çox aparıcının parlaq yaradıcı keyfiyyəti və peşəkarlıqla bağlı imiş...

Amma bu faktdır ki, cəmiyyətdə siyasi sistemin dəyişməsi yayımın forma və məzmununda da köklü dəyişikliklər üçün imkanlar açmışdır. Məhz bu axında radionun strukturunda müəllif proqramı kimi veriliş növü canlanmağa başlamışdır. Yeni radio yaradıcılığı mühitində müəllifdən (jurnalistdən) və onun apardığı, bir növ, personifikasiyalaşmış, (fərdi nüfuza güvənli) proqramdan nə tələb olunur? Efirə çıxan jurnalistdən, ilk növbədə, təcrübədə özünü doğrultmuş yüksək peşə keyfiyyətləri tələb olunur. Yəni o, yüksək hazırlığı, intellekti, biliyi və ünsiyyətcilliyi ilə fərqlənməli, efirdə dəyişən situasiyalara çevik reaksiya verməli, hər an improfizasiyaya hazır olmalıdır. Bundan

başqa, təbii ki, mövzunu yaxşı bilməli, tamaşaçı marağını güdməli, ən başlıcası isə şəxsi keyfiyyətləri və orijinal düşüncəsi ilə diqqəti cəlb etməlidir.

Hər jurnalistin apardığı veriliş müəllif proqramı deyil. Hər aparıcısı və ya jurnalist də müəllif deyil. İndi efirə çıxmaq və söz demək problem deyil, problem onunla bağlıdır ki, sənin sözün, fikrin dinləyiciyə nə verir, onun duyğularını necə qidalandırır, onun düşüncəsində nəyi dəyişir? Bax, bu məqam *jurnalistin nüfuz və çəkisindən, şəxsiyyətinin tutumundan, düşüncə miqyasından, siyasəti, sosial problemləri, cəmiyyətdə gedən tendensiyaları nə səviyyədə bilməsindən, təbii ki, həm də vətəndaş mövqeyindən və peşə cəsarətindən çox asılıdır.* Məhz bu keyfiyyətlərə malik olan jurnalist nüfuzlu müəllifə çevrilir, apardığı proqramla birlikdə tamaşaçı auditoriyasının etimadını qazanır.

Məzmununa görə müəllif proqramlarını iki yerə bölmək olar: a) publisistik; b) ədəbi-bədii. Əgər ikinci növ verilişlərdə aparıcıdan daha çox yüksək intellekt, qeyri-adi duyum, erudisiya, dinləyici qəlbini oxşamaq, gözlənilməz situasiyalarla auditoriyanın diqqətini fəallaşdırmaq tələb olunursa, publisistik verilişlərdə bu keyfiyyətlərlə yanaşı, jurnalistdən auditoriyanın maraqlarının nəzərə alınması, problemə yanaşmada obyektivlik, plüralist yanaşma – müxtəlif baxışların əks etdirilməsi və peşə cəsarəti tələb olunur. Çünki publisistik verilişlər adı altında ictimai-siyasi və sosial mövzuda proqramlar nəzərdə tutulur. Burada mütləq polifoniya gərəkdir. Xüsusən sosial miqyas jurnalistin daim diqqət mərkəzində olmalı, bu sahənin ağrılı problemlərini ictimai müzakirəyə çıxarmalı, ictimai rəyə təsir göstərməklə həmin problemlərin müsbət həllinə kömək etməlidir. Jurnalist ictimai-sosial həyatda nə baş verdiyini anlamaqda, proseslərin mahiyyətini düzgün qavramaqda insanlara yardımçı olmalıdır.

Bir növ stimulyator rolunu aparıcının (jurnalistin) gücü, məharəti dinləyicini inandıra bilməkdə, onu öz həmfikrinə çevirməkdə üzə çıxır. Bunun üçün də seçilən mövzu və şərh metodikası elə olmalıdır ki, veriliş nəzəri xarakter daşımasın, konkret həyat faktlarına və gerçəkliyə əsaslansın. Yəni verilişdə qaldırılan problem konkret faktlar və arqumentlər əsasında işıqlandırılmalı, bu problemə yanaşmada müxtəlif baxışlar əks etdirilməli, aparıcı öz qənaətini müxtəlif tezislərə istinadən formalaşdırmalıdır.

Əyləncə və oyun proqramları radiostansiyaların əksəriyyətinin efirinin, demək olar ki, yarısını təşkil edir. Belə növ proqramlar formasına, məzmununa, həm də auditoriya ilə əlaqəsinin spesifikliyinə və daha çox dinləyici cəlb etdiyinə görə diqqət mərkəzində saxlanılır. Bu növ proqramların əsas özəlliyi ondadır ki, müəyyən dramaturji

süjeti olan oyunun elementləri vasitəsilə gerçəkləşdirilir. Son illərin radio yayımında diqqəti belə bir cəhət xüsusilə cəlb edir ki, nümayiş etdirilən oyunun şərtlərində informativ materialın diapazonu xeyli genişlənmişdir.

Əyləncə elementləri ilə yoğrulmuş oyun proqramları birbaşa dinləyicinin istirahəti və radiodan faydalanması üçün nəzərdə tutulub. TV-lərin əyləncə proqramlarının artması, qəzetlərin daycest səhifələrinə yer ayırması onu göstərir ki, medianın əyləncə funksiyası bir istiqamət kimi bu gün xeyli genişlənib. Bəzən gizli məqsədlərlə bağlı olan bu prosesin bir səbəbi də mass-media sistemi ilə auditoriya (oxucu, tamaşaçı, dinləyici) arasında maraqlarının üst-üstə düşməsidir. Təkcə uşaqların deyil, yaşlı adamların da oyunlara qoşulması, buradan nəsə qazanmaq istəyi də bu maraqla bağlıdır. Zarafat deyil, qəzet öz oxucusuna bir kuponla avtomobil udmaq vəd edir, radio bahalı hədiyyə, televiziya isə milyonçu olmağı. Bu şirnikləndirici məqam – reklam sifarişçiləri üçün də əladüşməz fürsət olduğundan yayım siyasətində əyləncə və oyun proqramlarının xüsusi çəkisi artmağa başlayır.

Bir qədər obrazlı desək, bu gün bütün dünya oynayır. Ekran-efirdə lotereya oyunundan tutmuş intellektual şouya qədər bütün əyləncəli verilişlər milyonlarla insanı özünə cəlb edir. Adamlar bu oyunda iştirakları ilə xüsusi bir mühitdə olduqlarını hiss edirlər. Xüsusən evdə oturub telefonla hər hansı oyunda iştirak etmək imkanı qazanan dinləyici (tamaşaçı) öz biliyini yoxlamaq və erudisiyasını nümayiş etdirmək imkanı qazanır. Bu zaman tamaşaçının (dinləyicinin) əyləncə oyununda iştirakı müəyyən mərhələdə emosional «partlayış» həddinə çatır, canlı efirdə gərgin dəqiqələr yaşayan iştirakçı şərti olaraq özünü səhnədə hiss edir, həyəcanlanır, duygulanır, sevinir və kədərlənir. Belə oyunlar zamanı televiziya və radionun nümayiş etdirdiyi inandırıcı şərtiliklər, sözün həqiqi mənasında, gerçəklik effektinə çevrilir. Bəzən bu oyunlar zamanı insan öz gündəlik qayğılarından, cəmiyyətin problemlərindən bir anlığa uzaqlaşaraq sanki uşağa çevrilir. Televiziyanın yaratdığı belə atmosfer insanlarda bəzən Aristotelin teatr üçün zəruri saydığı katarsis (mənəvi təmizləmə) prosesinə təkan verir. Amma bunun əksi də ola bilir.

Radioda isə situasiya bir qədər başqadır. Burada dinləyici birbaşa oyun iştirakçısı deyil, amma bəxti gətirərsə, təsadüfi bir zənglə istənilən oyuna qoşulub öz erudisiyası, biliyi və hazırcavablığı, qeyri-adi situasiyaya psixoloji reaksiyası ilə nəyəsə nail ola bilər. Oyunun isə gözəlliyi ondadır ki, nəticə əvvəlcədən bilinmir, canlı efir zamanı həm oyuna qoşulmuş iştirakçı, həm də dinləyicilər müəyyən müddətdə intizarda qalmış olur.

Televiziya oyunundan fərqli olaraq radioda yarışmalar daha sadədir. Adətən, yaşa, peşəyə və maraq dairəsinə bölünən əyləncəli oyunlar daha çox maarifləndirici və bilikverici xarakterdə olur. Tarixə, ədəbiyyata, iqtisadiyyata və elmin müxtəlif sahələrinə dair sadə suallar dinləyicilərin yaddaşını oyadır və onların beynini müəyyən yeni informasiya ilə qidalandırır. Bu mənada radioviktorinalar daha geniş yayılmış forma kimi müasir radioların yayım siyasətində önəmli yer tutur.

Studiyaya zənglər, viktorinalar, mərhələli oyunlar (finala çıxmaq və s.), radioyarış, dinləyici səsləşməsi və s. kimi uduşlu oyun formaları göstərər ki, radionun əyləncəli proqramları məzmun etibarilə zənginləşir və getdikcə daha böyük gələcək vəd edən bu proqram tipinin bir üstünlüyü də şifahi ədəbi dilimizin işləkliyinin artmasında və onun normalarının yayılmasında, yeni diceylər və aparıcılar nəslinin yetişməsində müsbət rol oynamasıdır.

Özəl radioların formatları

Bu barədə danışarkən biz əvvəlcə «format» anlayışına diqqət yetirməli, həm geniş, həm də dar mənada bu anlayışın mahiyyətini izah etməliyik. Verilişlərin məzmununu, dinləyiciyə ünvanlama tərzini, informasiya-üslub meyarlarını özündə birləşdirən format anlayışı ABŞ radiolarında formalaşıb. Qərbdə daha çox musiqi proqramlarının təşkili forması, funksional baxımdan auditoriyanın müəyyən hissəsinə yönəldilməsi modeli kimi işlənən bu anlayış hazırda məna çalarlarını xeyli genişləndirib. İndi hər hansı radionun formatı dedikdə onun konsepsiyası nəzərdə tutulur. Bu konsepsiyaya isə verilişlərin məqsəd və məzmunu, yayımın ritmi, proqramlaşdırmanın estetik normaları, aparıcıların efirdə işləmək tərzi, keçidlərin xarakteri və proqram elementlərinin auditoriyanın tələbatına uyğun olaraq qurulması aiddir.

Əlbəttə, dediklərimiz format anlayışını tam ehtiva etmir və onun başqa izahları da vardır. Məsələn, bəzi lüğətlərdə format hər hansı verilişin daimi elementlərinin məcmusu kimi izah olunur (13, s. 85). Bəzilərinə görə isə format, ilk növbədə, konkret (məqsədli) auditoriyanın marağını və zövqünü oxşamaq üçün hazırlanmış verilişin üslubudur (22, s. 49). Təbii ki, burada məqsədli auditoriya dedikdə, ilk növbədə, dinləyicilərin yaşı və sosial xarakteri nəzərdə tutulur. Məhz bu auditoriyaya proqram ünvanlayan radio üçün formatı müəyyənləşdirən əsas meyar efirdə səslənən musiqinin üslubu və bütövlükdə efirin özünün yönümüdür.

Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, konkret bir verilişə münasibətdə

format, həmin verilişə xas olan əsas əlamətlərin məcmusu kimi çıxış edir, yəni konkret bir proqramın (tok-şou, intellektual oyun və s.) digər radio proqramından (müəllif proqramı, musiqi-əyləncəli və s.) forma və struktur fərqlərinin toplusu, məhz həmin verilişin formatını müəyyənləşdirir. Bax, bu əlamətlərə görə xəbər proqramları musiqidən, əyləncəli proqramlar maarifçilik proqramlarından və s. öz formatına görə fərqlənir.

Ayrıca verilişlə bağlı format geniş məna daşısa da, konkret olaraq hansısa istiqamətdə yayım aparan radiokanala münasibətdə bu anlayış müəyyən məhdudiyyətləri özündə birləşdirir. Yayımın bəlli istiqaməti ilə bağlı məhdudiyyətlərin məcmusu, onun mövzusu, diceylərin danışıq tərzi, musiqi seçimi, konkret auditoriyaya yönəlmiş proqramlaşdırma, sloqanların məzmunu, keçidlərin üslubu və s. buradakı format anlayışının mahiyyətini ifadə edir. Məsələn, ötən əsrin 60-cı illərinin ortalarında efirə çıxan «Araz» radiostansiyası konkret format daşıyıcısı idi. Bu gün isə ANS-ÇM, «Anten», «Bürc – FM» və s. radiokanallar fərqli və konkret formata malikdirlər. Bu mənada adlarını çəkdiyimiz özəl radioların fəaliyyətində iki əsas istiqamət özünü göstərir: a) formatın geniş və ya məhdud variantının seçilməsi; b) seçilən formata uyğun olaraq proqramlaşdırmanın yeni prinsiplərinin yaradılması.

Ümumiyyətlə, özəl radiolar efir – proqram siyasətinə və yayımın əsas istiqamətlərinə görə bir-birlərindən fərqlənirlər. Azərbaycanda 90-cı illərin ortalarından başlayaraq sayı artmağa başlayan özəl radiostansiyalar, əsasən, iki istiqamətdə yayım aparmaları ilə diqqəti cəlb edir: 1) sosial-informativ; 2) musiqi-əyləncəli. Birinci istiqamətdə yayım üzrə ixtisaslaşan radioların sayı məhdud olsa da, ikinci istiqamətin daşıyıcısı olan radiostansiyaların sayı artmaqdadır. Göstərilən istiqamətlər arasında prinsipal fərqlər daha çox proqram siyasətində, auditoriya seçimində, yayım cədvəlinin formalaşdırılması prinsipində, efirin idarə edilməsi tərzində və s. üzə çıxır.

Hazırda ölkəmizdə özəl radiolar bazar münasibətlərinin formalaşmadığı və müəyyən inhisarçılıq şəraitində fəaliyyət göstərir və öz auditoriyalarını genişləndirirlər. Bütün hallarda bu radioların mövcudluğu ürəkaçan mənzərədir. Amma bu şəraitdə özəl radio şəbəkəsinin gəlişməsi üçün bir çox amillər, ilk növbədə isə demokratik cəmiyyətin əsası olan azad sözə və mətbuat azadlığına real təminatların olması çox önəmli şərtdir. Digər tərəfdən yalnız yaradıcı heyətin özündən asılı olan özəlliklərə də diqqət yetirilməlidir. Söhbət özəl radioların bir-birlərinə bənzəməməsi üçün məhz yaradıcı heyətin peşəkarlığının yüksəldilməsindən, ilk növbədə, başqalarını kor-koranə yamsılama vərdişlərindən əl çəkilməsindən, yeni proqram format-

larının yaradılmasından, mükəmməl proqram menyusunu incələməkdən gedir. Özəl radioların proqram menyusu dedikdə isə çoxsaylı dinləyicilərə ünvanlanan verilişlərin məzmun və forma özəllikləri nəzərdə tutulur. Xəbərlər, diskussiyalar, musiqili radiopaketlər, musiqili sorğular, sadəcə, sorğular (voks-pop), sırf musiqi proqramları, sosial proqramlar, aktual müsahibələr, reklam materialları və s. bu qəbildəndir. Sadalanmış proqramları daha peşəkar hazırlamaq üçün sınanmış üsullardan, o cümlədən bu kitabda verilmiş praktik tövsiyələrdən bəhrələnmək olar.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, özəl radiolar auditoriyanın diqqətini cəlb etmək, reklam sifarişçilərini razı salmaq və proqramlaşdırmanın cazibədarlığını təmin üçün çoxlu axtarışlar aparmalı olur və bu zaman müxtəlif formatlar yaratmağa nail olurlar. Bu kontekstdə formatın mahiyyəti proqram elementlərinin ardıcıllığı, auditoriyanın stansiyanın maraqlarına uyğun olan hissəsini cəlb etmək üçün seçimdir. Hazırda dünyada mövcud olan radioları format baxımından şərti olaraq aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

- xəbər formatları – əsasən, xəbər üzərində köklənən stansiyalar;
- musiqi formatları – əsas yeri musiqi tutur;
- danışıq formatları – verilişlərin əksəriyyəti danışıq janrında olur:
- musiqi üstəgəl informasiya formatı – xəbər və musiqinin növbələşməsi.

Müəyyən olunmuş formatın gözlənilməsi, verilişlərin məhz bu formata uyğun hazırlanması vacib şərtdir. Proqramlaşdırma da məhz bu formata uyğun aparılır. Təbii ki, proqramlaşdırma radiostansiyanın formata uyğun fəaliyyətini təmin etmək üçündür və bu prosesdə proqram direktoru önəmli rol oynayır. Adətən, ABŞ və Avropa ölkələrində proqram direktoru bu vəzifəyə gəlməzdən əvvəl radiostansiyada diceylik edir, xəbər aparır, ictimai işlər üzrə menecerliyi öyrənir və müasir marketinqlə məşğul olur. Proqram direktoru bütünlüklə efirə cavabdehdir, hər şeyə görə məsuliyyət daşıyır. O, radionun yayım cədvəlini (verilişlərin setkasını), yaxud «format diskini) işləyib hazırlayır, diceylərin hər birinə uyğun efir vaxtı ayırır, büdcəni hesablayır, auditoriyanın verilişləri dinləmə dinamikasını izləyir və rəqib radioların fəaliyyətini öyrənir. Direktor, həmçinin xəbərlər buraxılışının yerli hadisələrə diqqət yetirməsinə və idman xəbərlərinə yer ayırmasına fikir verir, hərçənd ki, bütün bunlar informasiya xidməti direktorunun vəzifələrinə aiddir.

Geniş mənada formatdan danışarkən müasir radioların efirində səslənən musiqi janrlarını, musiqinin növünü, radiokanalın audi-

toriyasının zövqünü oxşamaq üçün seçdiyi proqram üslubu da nəzərdə tutulur. Amma format prinsipini tamamilə musiqi çalarları ilə eyniləşdirmək düzgün deyil. Burada mətn məsələsi də az rol oynamır. Nəzərə almalıyıq ki, müasir efir təcrübəsində radio dilinin spesifik – «interaktiv» tipi formalaşıb. Bu da auditoriya ilə qarşılıqlı əlaqə yaradılmasına əvəzsiz imkanlar açır. Ona görə də müasir mərhələdə radio dilinin kollektiv, kommunikasiyanın ürəklərə yol tapan sadə variantı, fikrin dolğun ifadəsi kimi xarakterizə etmək olar. Düzdür, bəzən canlı efirin «xətaları» sırasında dilin normalarının pozulması da baş verir, amma formatın xüsusiyyətindən və efirdəki iş şəraitindən asılı olmayaraq ədəbi dilin qaydalarına əməl edilməlidir.

Əvvəldə nəzərdən keçirdiyimiz məqamlar da göstərir ki, format anlayışı hər şeydən əvvəl radiokanalların və verilişlərin əsas əlamət, prinsip və parametrlərini özündə əks etdirir. Yəni radiostansiyanın verilişlərinin ünvanlandığı auditoriya məhz bu əlamətlərə görə hansısa verilişi, yaxud radiokanalı tanıyıb dinləyir. Deməli, radiostansiya, həm də dinləyicilərin ümumi marağına əsasən öz formatını seçir. Tematik əlamətlər, proqramlaşdırma, musiqi və üslub seçimi, bütövlükdə yayım verilişin konsepsiyası məhz bu formata tabe olur.

Bu gün bazar fraqmentasiyası şəraitində fəaliyyət göstərən radiolar daha incə, daha çevik, daha çox dinlənilən proqramları özündə əks etdirən formatlı radiolar axtarmağa başlayırlar – xəbərlər, musiqi, idman, teatr. Radiobazarda format seçimini ayırmaq çətin deyil, bu, auditoriyanın müəyyən seqmentinin efirə cəlb edilməsi imkanları ilə birbaşa bağlıdır. Amma burası da var ki, kütləvi auditoriya yaratmaq cəhdindən imtina edən radiolar yaradıcılıq yolunda daha incə, həm də daha homogen auditoriya yığmaqla yaşamağı bacarıb. Nəticədə bütün qrup dinləyicilərin onların musiqi zövqü bazasında formalaşması yolu daha perspektivli olub və nəhayət, bu məqamı qeyd etmək vacibdir ki, radioverilişlərinin müəyyən formata uyğunluğu bu gün mahiyyətinə görə radio sənayesinin iqtisadi əsasıdır.

Nəzərdən keçirdiyimiz bir çox proqramların əsas xüsusiyyəti janr anlayışı ilə sıx bağlıdır. Belə olduqda yayımın forması, müxtəlif materialların bütöv bir sistemdə verilməsi üsulu, janr isə konkret jurnalist vəzifəsinin yerinə yetirilməsinin həlli forması kimi bir-birinə çox yaxındır (54, s. 81). Bu məqam analitik proqramların müxtəlif formalarında özünü daha parlaq göstərir. Məsələn, ayrı-ayrı proqramlar (şərh, icmal və s.) bir janrda ifadə oluna bilər. Janrla forma arasındakı bu qarşılıqlı əlaqə bütöv media sistemində, o cümlədən radioda onlarda gedən dialektik prosesi əks etdirir.

İnformasiya üstəgəl musiqi

Hazırda radio deyərkən, «ilk növbədə, adamın ağlına musiqi gəlir» söyləyənlər qətiyyən səhv etmirlər. Bu barədə danışan kommunikasiya araşdırıcıları bu musiqi fasilələrində efirə verilən informasiyanı isə sakitlikdə qəflətən çaxan şimşəyə bənzədirlər. Yığcam və çevik informasiya buraxılışlarını "kapsul xəbərlər" adlandıraraq müasir radio üçün onların xüsusi əhəmiyyətini qeyd edənlər də yanılmırlar. Əlbəttə, bu xəbər şəbəkəsi televiziyanın çevik, əyani xəbər sisteminə qarşı düşünülmüş bir formadır və dinləyicilər radionun bu sahədəki fəaliyyətini bəyənirlər. "Siz 20 dəqiqənizi bizə ayırın, biz sizə bütün dünyanı verərik!" şüarı ilə işləyən Nyu-Yorkun məşhur "FM 1010 WIN NEWS" radiosu məhz bu "kapsul xəbərlərə" güvənərək öz dinləyicilərinin zövqünü və tələbini ödəyə bilir. Çünki həmin radio dalğasını tutan hər kəs 20 dəqiqə ərzində həm gözəl musiqiyə qulaq asır, həm də dünyanın müxtəlif yerlərində baş verən mühüm hadisələr haqqında ən son yeniliklərdən xəbərdar olur. Həmin xəbərlər isə gün ərzində bir neçə dəfə təkrar edilir.

Belə təcrübə dünyanın bir çox yerlərində vardır və artıq "xəbər üstəgəl musiqi" prinsipi ilə işləyən radiostansiyaların neçə illik təcrübəsi sübut edir ki, həqiqətən həm musiqi, həm də çevik informasiya sanki radionun boyuna biçilib. Digər tərəfdən belə hesab etmək olar ki, TV ilə rəqabətdə məhz bu, radionun dadına yetmişdir. "İnformasiya üstəgəl musiqi" formulu məhz bu yönümün, bir növ, təsdiqi kimi yaranmışdır və o, daha çox müasir radiolarda informasiya-musiqi tipli proqramların mahiyyətini ifadə edir. Məsələn, vaxtilə mövcud olmuş "Araz" radiokanalı ilə gedən proqram tipini nəzərdə tutan formulun səmərəliliyi şübhə doğurmurdu. Amma Qərbdə radio verilişləri ilə bağlı ədəbiyyatlarda "informasiya üstəgəl musiqi" formulu daha geniş izah edilir. Burada həmin formulu mütləq səviyyəyə qaldırır və yalnış olaraq onu müasir radio verilişlərinin proqram fəaliyyətinin bütün sahələrinə aid edirlər. Hələ 80-ci illərdə sovet kommunikasiya nəzəriyyəçiləri bu nöqteyi-nəzərə şübhə ilə yanaşırdılar. Əslində isə bu formulu nə şişirtmək, nə də müasir radio sistemi üçün onun rolunu danmaq olar. Çünki bu anlayışın əsasında mövcud radio gerçəkliyi dayanır və o, qətiyyən radio verilişlərinin imkanlarını eyni nöqtədə cəmləşdirməyə xidmət etmir.

Əlbəttə, orası doğrudur ki, hazırda mövcud populyar radio proqramlarından heç biri müasir radio verilişlərinə xas olan sosial funksiyalar kompleksini tam şəkildə əhatə edə bilməz. Bu sözlər bütövlükdə həm də informasiya-musiqi tipinə aiddir. Həmin işi yalnız radio proqramlarının bütün növləri, forma və janrları küll halında görə

bilər. Lakin son illər meydana çıxan informasiya proqramları, xüsusən BBC-nin təcrübəsi göstərir ki, informasiya buraxılışlarının sosial funksiyasını artırmaqla bu vəzifənin öhdəsindən gəlmək mümkündür. Çünki gün ərzində efirdə qısa tematik musiqi blokları ilə növbələşən informasiya proqramları müəyyən sosial funksiyanı da yerinə yetirə bilir.

Radionun yaranışı cəmiyyətə hər hansı informasiyanı daha kütləvi şəkildə yaymaq imkanı verdi. Amma qəzetdən fərqli olaraq radionun auditoriyası milyonlar idi. O, "simsiz teleqraf" kimi elektromaqnit dalğaları ilə ən ucqar yerlərə belə yayılaraq insanların şüuruna hakim kəsilirdi. Cəmiyyət artıq radioya etibarlı və operativ informasiya mənbəyi, yenilikləri operativ çatdıran xəbər daşıyıcısı kimi baxırdı. Bu xəbər proqramları arasında gedən musiqi verilişləri isə janrından asılı olaraq dinləyicidə müxtəlif təəssüratlar yaradırdı. Amma bütün dinləyicilər bir şeyi dəqiq bilirdilər ki, həmin musiqidən sonra mütləq yenə xəbərlər veriləcək.

Azərbayan radiosunun da sıx bağlı olduğu sovet radio məkanında xəbər buraxılışlarının əməlli-başlı efir tarixçəsi var və bu salnamənin ilk səhifəsi 1932-ci ildən başlanır. Yəni həmin il sentyabrın 1-də Avropa radiolarının, ilk növbədə isə BBC-nin təcrübəsindən faydalanan SSRİ Xalq Poçt-Teleqraf Komissarlığı (ilk dövrlərdə radio həmin komissarlığın tabeliyində idi) mərkəzi informasiya redaksiyası təşkil etmişdi. Sonralar həmin redaksiya "Son xəbərlər" adlandırıldı. Beləliklə də, o vaxtlar efirdə tez-tez səslənən yeknəsəq radioqəzet əvəzinə, ilk dəfə olaraq müntəzəm operativ verilişlərin yeni forması – "Son xəbərlər" yarandı. Mühüm ictimai-siyasi informasiyaları özündə cəmləşdirən bu xəbərlər toplusu uzun illər ərzində radio proqramlarının ayrılmaz və əsas elementi, eyni zamanda ən çox dinlənilən kütləvi veriliş oldu. Moskvanın ardınca yerlərdə, o cümlədən Azərbaycan radiosunda da bu tip xəbər proqramları yaradıldı.

Öz sələfindən – qısa operativ informasiya ilə qeyri-operativ problematik materialları birləşdirən radioqəzetdən fərqli olaraq, "Son xəbərlər"in buraxılışları əvvəldən sona qədər operativ-informasiya verilişləri kompleksindən ibarət idi. Belə bir formanın yaranması faktının özü veriliş proqramlarında diferensiasiya, yəni fərqləndirmə – ayrılma prosesinin gücləndiyindən xəbər verirdi. Həmin vaxtdan etibarən proqramda – informasiya, maarifçilik, habelə bədii verilişlər xüsusilə fərqləndirilirdi.

Radioqəzetə nisbətən "Son xəbərlər" daha geniş informasiya tutumuna malik idi və bu hər gün radio ilə verilən ictimai-siyasi informasiyaların həcmini əhəmiyyətli dərəcədə artırırdı. Belə bir cəhət də diqqəti cəlb edirdi ki, "Son xəbərlər" informasiyaların operativlik səviyyəsini hiss olunacaq dərəcədə yüksəldirdi, yəni hadisə ilə

dinləyici auditoriyasının xəbəri eşidib qavraması arasındakı zaman məsafəsini qısaldırdı. Radionun informasiya xidmətinin işində belə bir prinsip möhkəmlənirdi: buraxılışlarda yalnız bu gün, bir az əvvəl və indicə baş verən hadisələr işıqlandırılmalıdır.

Azərbaycan radiosunda da 30-cu illərin ortalarından başlayaraq "Son xəbərlər" tipli mükəmməl xəbər proqramı səslənməyə başladı. Qısa müddətdə o, radionun ən nüfuzlu və populyar verilişinə çevrildi. Artıq 50-ci illərin ortalarında bu proqram öz ənənələrini yarada bilmişdi. Hətta bu müddətdə bir sıra maraqlı, formaca yeni olan verilişlər peyda olsa da, onların heç biri "Son xəbərlər"in mövqeyini zəiflədə bilmədi. Azərbaycan radiosundakı yeniliklər, sanki ya bu universal formanın daxilində, ya da onunla bilavasitə əlaqədə yaranırdı. Sovet radio sistemində "Son xəbərlər"in informasiya məkanını və efiri bu şəkildə "inhisar"a götürməsi 1964-cü ilədək sürdü. Hərçənd ki, artıq bu dövrdə Qərb radioları informasiya xidmətinin yeni, sərbəst, daha rəngarəng formalarını nümayiş etdirirdi. Çox güman ki, həm də bu proseslərin təsiri ilə 1964-cü ilin avqustundan "Son xəbərlər"lə yanaşı və bir növ ona yardımçı kimi keyfiyyətcə daha yeni bir forma – hər gün 24 saat efirdə olan "Mayak" informasiya-musiqi proqramı fəaliyyətə başladı.

"Mayak" proqramı Sov.İKP MK-nın "Radio ilə verilən informasiyanı yaxşılaşdırmaq haqqında" 1964-cü il 24 iyun tarixli qərarına əsasən yaradılmışdı. Daha çox Qərblə informasiya müharibəsini genişləndirməyə təkan verən bu qərarda deyilirdi ki, "Mayak" radioproqramı SSRİ-nin və xarici ölkələrin iqtisadi, siyasi, mədəni həyatında baş verən ən mühüm hadisələr barədə saatda iki dəfədən az olmamaq şərtilə operativ informasiyalar, günün aktual mövzusunda qısa şərhlər, idman yenilikləri, reportajlar, müsahibələr verməli, daha mühüm xəbərlərin diqqətlə seçilməsi və düşünülmüş təkrarı yolu ilə ölkədaxili və beynəlxalq həyatın inandırıcı siyasi mənzərəsini yaratmalıdır. Həmçinin tövsiyə olunurdu ki, "Mayak" simfonik və estrada musiqisinin qısa verilişlərindən, xalq, sovet və xarici ölkələrin mahnılarından, estrada nömrələrindən, yığcam hekayələrdən və kompozisiyalardan istifadə etsin. Xəbər buraxılışları məhz bu bədii-musiqi proqramlarının arasında efirə çıxmalı idi.

Prinsip etibarilə yeni radioproqramın konsepsiyası məhz beləcə lakonik və dəqiq şəkildə müəyyənləşdirilmişdi. Əslində də "informasiya üstəgəl musiqi" formatına xidmət edən bu qərarın məğzini təkcə konkret radioproqramın xüsusiyyətləri yox, həm də müasir radio verilişlərinin inkişafının bir çox ümumi tendensiyaları təşkil edirdi. Hər halda maraqlı bir təzahür – "yaxın və ya uzaq keçmiş"in müasir dövrə təsiri aşkarca duyulurdu. Digər tərəfdən,

Avropa məkanında getdikcə çoxalan radiodalğalar, bir-birindən maraqlı verilişlərlə efirə çıxan beynəlxalq radioların təcrübəsi də öz sözünü deyirdi.

Ötən əsrin 60-70-ci illərində bir çox ölkələrdə yalnız informasiya və musiqi yayan radiokanalların (Bolqarıstanda "Üfüq", Macarıstanda "Radio Petefi", ADR-1, Varşava-1, Çexoslovakiyada "Ulduz" və s.), SSRİ-nin digər müttəfiq respublikalarında, o cümlədən Azərbaycanda da ayrıca ("Araz" radiosu tipli) musiqi-informasiya kanalının yaradılması bir sıra ciddi səbəblərlə bağlı idi. Bunların arasında televiziyanın sürətlə inkişafı amili xüsusi yer tuturdu. Bu faktdır ki, televiziya daim radioproqramların tipologiyasına təsir göstərib və indi də həmin proses davam edir. Çünki həm televiziyanın, həm də radionun proqramları günün real hüdudları daxilində efirə çıxır və qarşılıqlı əlaqəyə malik olur. Buna görə də istər konkret vaxt daxilində, istərsə də məzmununa görə ictimai əhəmiyyət daşıyan informasiyaların yayılması zamanı razılaşdırılmış fəaliyyət göstərmələri həm radionun, həm də televiziyanın ritmik işləməsinin zəruri şərtinə çevrilir.

Böyük Britaniyada "Reydio-1"in, Fransada "Frans-İnfo"nun, Rusiyada "Mayak"ın, Azərbaycanda "Araz"ın, Özbəkistanda "Məşəl"in əsas proqram funksiyası ondan ibarət idi ki, ölkədaxili və beynəlxalq həyatın siyasi hadisələrinin həqiqi mənzərəsini yaratsın. Elə indi də aparıcı radiolarda bu vəzifənin dəqiq icrası üçün başlıca üsul daha mühüm xəbərlərin diqqətlə seçilməsi və düşünülmüş təkrarıdır. Radioya və televiziyaya prinsipcə eyni dərəcədə operativlik xasdır. Amma bu eynilik yalnız prinsipcə mövcuddur. Həqiqətdə isə radio daha operativdir. Bu operativlik, ilk növbədə, onun televiziya ilə müqayisədə daha sadə, yığcam və tez səfərbər olunan texnikadan istifadə etməsi ilə şərtlənir. İkincisi, radio ilə xəbərlərin verilməsi prosesi daha az maliyyə məsrəfləri tələb edir və nəhayət, üçüncüsü, radioproqramların quruluşu və iş sistemi xəbərlərin operativ ötürülməsinə daha münasib şərait yaradır.

İnformasiya-musiqi tipli proqramın konsepsiyasını səciyyələndirərkən, mütləq onun üslubunun özünəməxsusluğundan danışmaq lazımdır. Bu, müasir dövrün və müasir insanın həyat tərzinə müvafiq olan sürətli, gərgin ritmli proqramdır. İnformasiya-musiqi proqramının, xəbər və musiqi verilişlərinin lakonik olması, məlumatların yığcamlığı, ekspressiv nitq vasitələrindən istifadə edilməsində qənaətcilliyi qabardır. Müasir informasiya verilişlərinin formaları, o cümlədən informasiya-musiqi və informasiya tipli radioproqramlar nəzəri məqalələrdə geniş araşdırılır. Bir çox müəlliflər müasir informasiya radio proqramlarının tipoloji səciyyəsini müəyyənləşdirərkən, əsasən,

onların dörd tipi üzərində dayanırlar:

B i r i n c i s i, "Son xəbərlər" tipli ənənəvi xəbərlər buraxılışıdır. Bu tip xəbər proqramı siyasi verilişlər çərçivəsində operativ-informasiya kompleksini təmsil edir;

İ k i n c i t i p ə bütöv, indi bütün radiolarda geniş yayılmış ayrıca informasiya-musiqi proqramlarını misal göstərmək olar;

Ü ç ü n c ü t i p xəbər buraxılışları Şərqi Avropanın keçmiş sosialist ölkələrində geniş yayılıb. Bu, sırf informasiya xarakterli fasiləsiz, bəzən isə bütün gün ərzində səslənən proqramlardır.

D ö r d ü n c ü t i p radioinformasiya proqramları kimi 20-30 dəqiqə ərzində davam edən ictimai-siyasi verilişlərdəki xəbər bloklarını nümunə göstərmək olar. Həmin bloklara "Son xəbərlər"in xüsusi buraxılışları da daxildir. Yəni "Son xəbərlər"in ardınca hər hansı hadisə barədə müsahibə, reportaj, paket, voks-pop və s. formalarda məlumatlar verilir. Bunu, əsasən, reportyorlar çatdırır, onun məzmununu isə artıq əsas buraxılışda qısa şəkildə verilmiş hadisə təşkil edir.

Bir sıra veteran radiolarla yanaşı, son illər informasiya fəaliyyətinə başlamış özəl radioların da inkişaf təcrübəsi göstərir ki, haqqında danışdığımız informasiya proqramları öz sözünü deyə bilir. Hətta informasiya sahəsində TV ilə rəqabətə baxmayaraq, bu proqramların təkmilləşmək və inkişaf etmək imkanları heç də tükənməyib. Buna misal kimi radioya xas olan ifadə vasitələri xəzinəsindən daha peşəkarlıqla istifadəni, janr diapazonunun genişləndirilməsini, xəbərlərin operativliyinin artırılmasını, informasiya mənbələrinin zənginləşdirilməsini və s. göstərmək olar.

Radio üçün "musiqi üstəgəl informasiya" formulu son dərəcə kövrəkdir. Əgər radio hər saat bizə dünyadakı hadisələrdən danışırsa, qəzetlərə yalnız o qalır ki, bunların niyə baş verdiyini bildirsin. Əlbəttə, belə güman etmək olar ki, hadisənin, yaxud istənilən faktın operativ, təsvirlə əks etdirilməsi üçün onun nədən yarandığını göstərmək daha doğru sayılardı. Amma bunu şərh etmək də pis olmazdı. Bax, əsas kütləvi ünsiyyət vasitələrinin, informasiya daşıyıcılarının – mətbuatın, radio və televiziyanın spesifikası məhz bu zaman, bu anda özünü göstərir.

Televiziya informasiyasının təsvir üstünlüyü heç kəsdə şübhə doğurmur. Amma bu, o deməkdirmi ki, radioda informasiya öz dövrünü başa vurub? Əlbəttə, yox! Sadəcə olaraq, radioinformasiya məzmunca başqalaşmalıdır. Elə hadisələr var ki, onları televiziya ilə göstərmək mümkün deyil. Daha dəqiq desək, vizual baxımdan maraq doğurmayan hadisələrin, radio məlumatlarından heç nə ilə fərqlənməyən yeniliklərin təsvirə ehtiyacı olmur. Bu zaman diqqəti

informasiyanın mahiyyətinə – səslənən sözün məntiqinə, faktoqrafik məzmununa yönəltmək məqsədəuyğundur. Başqa sözlə desək, radioda təsviri tələb olunmayan yeniliklər, faktlar, məlumatlar və xəbərlərin önə çəkilməsi çox vacibdir.

Bu gün biz "radio verilişi əvvəllər olduğundan artıq dərəcədə "səslə" kifayətlənməlidir" dedikdə, bu formulu istənilən proqramın əsas xüsusiyyəti kimi nəzərdə tuturuq. Amma həmin formulun radio verilişlərinin bütün formalarına vacib şərt kimi tətbiqi düzgün deyil. Sadəcə olaraq, bu qaydanı daim təkmilləşməyə cəhd kimi, bütün sosial vəzifələrin həyata keçirilməsi istiqamətində radionun spesifikasının özəyi, əsas keyfiyyəti kimi qəbul etmək lazımdır. Məsələn, informasiya buraxılışında, əsasən, diktorun, yaxud müxbirin söz və izahının bəs edəcəyi məlumatları çatdırmaq, mahiyyəti açan materiallar vermək çox məqsədəuyğundur. Özü də elə materiallar ki, dinləyici "eşitdiyindən başqa heç nə istəməsin". Amma bu zaman dinləyicinin təxəyyülündə canlandıra biləcəyi bəzi məlumatları da vermək mümkündür. Üstəlik, gündəlik hadisələr "blokunda" elə fövqəladə olaylar da ola bilər ki, prinsipcə bunlar bir qədər ağrılı reaksiya verər və dinləyicidə mənfi emosiyalar doğurduğuna görə "göstərilməsi" arzuedilməz sayılar.

Sənətşünas L.Merlenin belə bir fikri ilə qismən razılaşmaq olar ki, televiziya informasiyası "yalnız təsvirlərdən ibarət olduqda" özünü doğruldur. Həmin informasiyanı şərh edən jurnalistə isə yalnız hadisənin coğrafiyasını, mahiyyətini izah etmək və ayrı-ayrı kadrlar arasında zəruri əlaqə yaratmaq qalır. Əgər belə olmazsa, onda həmin məlumat, bir növ, radioinformasiyanın təkrarı olur. Televiziya isə sadəcə göstərən radioya çevrilir. Məsələn, CNN, BBC, ZDF kimi TV-lərin informasiya proqramları yüksək səviyyəsi, canlılığı, xüsusi temporitmi, zəngin, lakonik və mənalı mətnlə danışan aparıcıları ilə öz verilişlərini populyarlaşdırır. Bu proqramlarda əsas informasiyalar parlaq təsvirlə verilir. Məsələ bundadır ki, tez-gec bütün televiziya informasiyaları təbii inkişaf və kütləviliyini saxlamaq istiqamətində məhz özünəxas cəhətləri formalaşdırmış olurlar. Və bunu "televiziya" sözünün özü (uzaq məsafədən görmək) tələb edir. O zaman TV informasiyası, yəqin ki, əzəldən radioya məxsus olan və müvəqqəti "işğal" etdiyi əraziləri boşaldaraq göstərilməsi uyğun olmayan, yaxud maraq doğurmayan xəbərlərdən imtina edəcək, oxumaq üçün zəruri olanları, daha doğrusu, informasiyanın analitik məqamlarını isə qəzetin ixtiyarına verəcək. Lakin bu, o demək deyil ki, TV informasiyasında dəqiq, lakonik və inandırıcı şərhlər olmayacaq. Amma burası da var ki, təsvirə şərh hazırlamaq teleqraf agentliyinin və ya telemüxbirin məlumatını oxumaqdan qat-qat çətindir.

Təsəvvür edin ki, televiziya ekranı qarşısındayıq. Kadrda kamera tədricən ABŞ paytaxtının küçələrini panoram edir, Vaşinqtondan olan müxbir küçədəki hay-küyü üstələmək üçün ucadan danışa-danışa arxada görünən "Ağ ev"in strateji planlarından, yaxud konqresdə keçirilən hər hansı müzakirələrdən söhbət açır; sonra Fransa paytaxtının yaraşıqlı fotosu arxa planda peyda olur. İndi adi rejissorun kompyuterin yaddaşından ekrana verdiyi təsvirlər heç bir yeni informasiya yükü daşımır, buna görə heç də həmin təsvirləri əziyyət çəkib proqramda göstərməyə, bəlkə də, dəyməz. Bu, televiziya informasiyası deyil, çünki ekranda azı min dəfə gördüyümüz Paris – Eyfel qülləsi burada təsvir elementi kimi heç nə demir. Bəlkə də, bu fikrə etiraz edən olar ki, bəs onda sensasiyalı təsvir görmək həvəsi ilə gözlərini ekrana zilləmiş tamaşaçı marağını təmin etmək üçün televiziyaçılar niyə var güclərini sərf edirlər? Məsələ burasındadır ki, sərf olunmuş rejissor zəkası, intellektual cəhd teleinformasiyanın təsvirlə bəzədilməsinə yox, onun orijinal təqdimatının tapılmasına yönəldilməlidir. TV informasiyasına uzun-uzadı izahat verməyə bəraət qazandıranlar az deyil. Amma bu, əsaslandırılmayan, nisbətən zəif mövqedir. Nə olursa-olsun, xəbərlər buraxılışını uzun-uzadı söhbətlərə, analitik verilişlərə çevirməyə lüzum yoxdur.

Aydındır ki, bütün hallarda verilişin uğuru, təkcə radio və televiziyanın qanunlarını dərindən mənimsəməkdə yox, həm də əməkdaşların yaradıcı fantaziyasından, istedadından və peşəkarlığından asılıdır. Adi bir misal: İkinci dünya müharibəsi dövründə İngiltərədə radiopublisistikanın "fiçe" adlanan yeni bir janrı geniş yayılmışdı. Bu termini dilimizə dəqiq tərcümə etmək çətindir: o, bütövlükdə radiooçerkə bənzəyən, müəyyən səhnələşdirmə elementləri ilə müşayiət edilən bədii publisistika əsəri mənasını verir. Bu fiçelər daha çox Hitlerin riyakarlığının, faşist ideologiyasının və siyasətinin antibəşəri mahiyyətinə həsr olunur, inkaredilməz ifşa ruhuna görə böyük uğur qazanırdı. Bu forma mahiyyət etibarilə sənədli materialın özünəməxsus "emosional montaj"ı və onun məntiqi şərhi idi. Məsələn, fiçelərdən biri reyx rəhbərinin "Almaniyanın xeyirxah və böyük vəzifəsi haqqındakı" nitqlərindən parçalar əsasında hazırlanmışdı. Həmin sənədli parçalar ingilis dilinə sinxron tərcümə edilmişdi. Hər parçadan sonra isə hitlerçilərin işğal olunmuş ərazilərdə törətdikləri vəhşiliklər, fürerin dinc adamları kütləvi surətdə qırmaq barədə şəxsi göstərişləri, "ali irqin" üzdəniraq üstünlükləri haqqında faşist ideoloqlarının "əsərlərindən" sitatlarla əlaqədar qısa və dəqiq rəqəmlər, faktlar verilirdi ki, bunlar da deyilənləri gözəl şərh edirdi. Bu veriliş ingilis tədqiqatlarında indiyədək məhz öz spesifikliyi ilə səciyyələnən, məzmunu digər formada səslənə bilməyən klassik

bədii-publisistik nümunə kimi qiymətləndirilir. Onun ən başlıca xüsusiyyəti bunda idi ki, eşidilən söz məzmunu ifadə etmək və qavramaq üçün kifayət idi, daha əlavə aparıcı şərhinə, təsvirə ehtiyac qalmırdı.

Hazırda radiostansiyalar dinləyiciləri cəlb etmək üçün hər saatbaşı informasiya buraxılışı verirlər. Bu zaman xəbərlər tematik prinsipcə öz əhəmiyyətinə görə bölünürlər. Saat ərzində xəbərlər buraxılışının miqdarı və onların günün setkasında proqramlaşdırılması prinsipləri stansiyanın formatından asılıdır: musiqi, dini, maarifçi, informasiya, əyləncə və s. Belə stansiyalarda «son xəbərlər» buraxılışı 15, bəzən 30 dəqiqə çəkir. Musiqi-əyləncəli stansiyalar, adətən, tematikaya görə (mədəniyyət, şou və s.) proqramlaşdırma aparırlar.

Müasir dövrdə musiqi formatında işləyən radiostansiyaların işi çox rahat olub. Səsyazmanın inkişafı, plastikaların meydana çıxması onun ardınca isə disklərin buraxılışı musiqinin efirdə yayılmasını asanlaşdırır. Hazırda musiqi formatlarında musiqi iki prinsip əsasında seçilir: ya əsas seçilmiş musiqi istiqamətində, yaxud «azad musiqi efiri» prinsipi əsasında. Üfüqi proqramlaşdırma əsasında qurulmuş radiostansiyalarda müxtəlif stildə musiqi dinləmək olar: klassik, pop, çaz və s.

Hazırda informasiya proqramları, əsasən, iki ampluada özünü göstərir: a) operativ; b) tematik informasiya verilişləri. O p e r a t i v informasiyaya gündəlik xəbərlər buraxılışı, son xəbərlər və onlara verilən şərhlər aiddir. T e m a t i k informasiyaya isə radioda səslənən və nüvəsində yenilik olan digər materiallar aiddir. Bunların arasındakı fərq həm adından, həm mətnin tərtibindən, həm də auditoriyaya yönəldilmə üsulundan açıq hiss olunur. Əgər operativ informasiya bütün radioauditoriyaya ünvanlanıbsa, tematik verilişlər (publisistik, elmi-maarifçilik, əyləncəli) əksinə, mövzuya maraq göstərilməsinə görə diferensiasiyalaşır və dinləyicilərin, əgər belə demək mümkünsə, mənəvi tələbatından asılı olur. Ən geniş auditoriyaya ünvanlanan operativ informasiya verilişləri radionun tematik özəyini təşkil edir. Onunla növbələşən musiqi proqramları isə auditoriyanın estetik zövqünün inkişafına, dinləyicilərin əylənməsinə və bütövlükdə musiqi mədəniyyətinin yüksəlməsinə xidmət edir.

Bu gün dünyanın ən inkişaf etmiş ölkələrində həm "informasiya üstəgəl musiqi" prinsipi ilə işləyən, həm də musiqinin çox böyük xüsusi çəkiyə malik olduğu ayrıca radiokanallar mövcuddur. Belə kanalların daha çox yayıldığı İngiltərə, Fransa, Almaniya, İspaniya, İtaliya kimi ölkələrdə radio, bir növ, musiqi sənətinin beşiyi sayılır və o, çoxsaylı musiqi kollektivlərinə malik olur. Məsələn, "Frans-Radio" çoxlu sayda musiqi verilişləri hazırlayır. Bu radio ölkədə orkestr və

xorun işini, habelə inkişafını təmin edir. Onun 124 studiyası var, onlardan 71-i əyalətlərdə fəaliyyət göstərir. Radionun "Fransa milli orkestri" (115 musiqiçisi var), "Filarmoniya orkestri" (138 musiqiçisi var) kimi daimi qurumları da mövcuddur. Ölkədə "Frans-Kültür" radiosu da çox məşhurdur. Bu radio 1963-cü ildən fəaliyyət göstərir və sutkaboyu işləyir. Mədəniyyətin bütün sahələri üzrə proqramlar, o cümlədən informasiya buraxılışları hazırlayır. Onun efirində müsahibələr, yaradıcılıq söhbətləri, mətbuat müzakirələri, geniş reportajlar, musiqi proqramları əsas yer tutur. "Frans-Müzik" və "Frans-İnfo" kimi populyar radiostansiyaları da bu siyahıya əlavə etmək olar.

Böyük Britaniyada isə "informasiya üstəgəl musiqi" prinsipi ilə çalışan 100-dən çox radiostansiya mövcuddur (əvvəlki hissədə bu barədə bəhs etmişik – *Q.M.*). Onların arasında ayrıca informasiya, yaxud musiqi yayımı üzrə ixtisaslaşanlar da az deyil. Məsələn, "Klassik FM" radiosu, adından da göründüyü kimi, klassik musiqini yayımlamaq üzrə ixtisaslaşıb. Bu radio işə başlayandan iki ay sonra onu dinləyənlərin sayı 4 milyona çatıb. Ən maraqlısı isə odur ki, klassik musiqiyə geniş yer verilməsi reklamçıları, sponsorları radiostansiyadan uzaqlaşdırmır. Çünki dinləyicilərin sayına görə bu radio ön sırada gedənlərdəndir. Bu cəhət çox maraqlıdır ki, "Klassik FM" Britaniya mədəniyyətinə nüfuz sertifikatını verən maraqlı bir rəmzi orqana çevrilib. Hər hansı musiqi kollektivi – ansambl, yaxud hər hansı bir ifaçının "Klassik FM"də çıxış etməsini təsdiqləyən vəsiqə göstərməsi kifayətdir ki, həmin sənətçi tezliklə sərfəli bağlaşmalar imzalayıb yaxşı sifarişlər alsın.

"Vöycn 1215" radiosu yayım məkanında öz yerini pop-musiqi proqramlarını verməklə tapıb. Bu radionun aksiyalarının 75 faizi radiomaqnat və pop-musiqi fanatı Riçard Brennonun olmuşdur. Axırıncının sanki yaşına uyğun olaraq "Vöycn 1215" də orta yaşlı pop-musiqi həvəskarlarına üz tutdu. Bu məqama xüsusi diqqət yetirən BBC verilişlərini yaş baxımından iki nəsil üçün nəzərdə tutur. Məsələn, "Reydio 1" yeniyetmələrin pop-musiqi zövqlərinə uyğun əsərləri verir, o cümlədən "Reydio 2", "Reydio 3", "Reydio 4" isə yaşlı nəslin hələ də bağlı qaldığı pop musiqisini təbliğ edir, "Vöycn 1215" bu iki nəslin ortasında qalanların musiqi zövqünə xidmət edir. Əlbəttə, təkcə musiqi ilə radiolar maraqsız olardı. Ona görə də İngiltərənin populyar milli radiolarından biri sayılan "Tok Reydio" informasiya və musiqi ilə yanaşı, söhbətlərə, müzakirələrə, hətta şayiələrə və dedi-qodulara belə geniş yer ayırır.

Müasir radiolar, xüsusən azad medianın mövcud olduğu demokratik ölkələrdə informasiyanın da meydanı genişlənir. Almaniya,

İtaliya, son dövrlərdə isə Polşa, Rumıniya və Çexiyada populyar informasiya radioları yaranıb. Öz proqramları ilə bizlərə inandırıcı nümunə olan belə radiolarda gün ərzində təxminən 150-200 müxtəlif xarakterli məlumatlar verilir, bunlardan 20-25 faizi təkrar olunur. Əlbəttə, burada məsələ heç də xəbərlərin sayında deyil, onların maraqlı kompozisiyada təqdim olunmasındadır. İstər hər yarım saatdan bir musiqi ilə növbələşən, istərsə də hər saatın tamamında efirə gedən informasiya proqramlarının təhlili göstərir ki, xəbər mətnlərində müxtəlif səviyyəli bir neçə kompozisiya növlərindən istifadə edilir. Əvvəla, diqqəti cəlb edən ayrıca xəbərin, ikincisi, bütün verilişin (buraxılışın və s.), üçüncüsü, xəbər radiogününün, dördüncüsü, hər hansı kampaniya (məsələn, seçki və s.) ilə bağlı uzun müddət sistemli şəkildə efirə verilən xəbərlər və verilişlər kompleksinin kompozisiyasıdır. Bu kompozisiyalar daha çox izahetmə üzərində qurulur və mövzunun əhəmiyyətinə, təqdimat üslubuna, hadisənin xarakterinə görə sadə, yaxud mürəkkəb ola bilər. Önəmli odur ki, izahatlar aydınlaşdırıcı səciyyə daşıyır. Bunlarda mətnin məzmunu açılır və hadisə ətraflı təhlil olunur. Hər hansı izahat mütləq hadisənin kökünü, perspektivini və əhəmiyyətini açıb göstərməli, onun ön tarixçəsini şərh edərək, ictimai mənasını üzə çıxarmalıdır.

"İnformasiya üstəgəl musiqi" prinsipinə əsaslanan radiostansiyanın verilişlərinin kompozisiyası bir sıra ümumi qaydalara tabedir. Məsələn, ən mühüm xəbərlər az əhəmiyyət kəsb edənlərdən əvvəl verilir və geniş, ətraflı şərh olunur, buna görə də onlara efirdə daha çox yer ayrılır; xəbərlərin şərhi zamanı hər sözün yerli-yerində olmasına xüsusi diqqət yetirilir. Əgər məlumatda bir neçə şərh mövcuddursa, o zaman bunlar bir-birindən ən azı məzmununa görə fərqlənməlidir. Hərçənd çox vaxt şərhlərin növü də müxtəlif olur. Radio özünün informasiya proqramları və ayrı-ayrı xəbərləri üzərində ona görə belə əsir ki, dinləyicilərin gözlədikləri ən adi informasiya buraxılışı belə hər hansı radionun onurğa sütunu, onun mövcudluğunun və yaşamasının əsas amilidir. Buna görə də təxminən son 15-20 ildə radioda formalaşmış "informasiya üstəgəl musiqi" formulu belə diqqətlə öyrənilir, onun daha da cilalanması və cazibədar olması üçün aramsız eksperimentlər aparılır.

Radioteatr: dramaturji formanın özəlliyi

Yeni efir əsrinə – 3-cü minilliyə kamil bir kommunikasiya kimi daxil olmuş, Morze əlifbasından rəqəmli texnologiyayadək zəngin inkişaf yolu keçmiş radioda yenidən öz yaradıcılıq ənənələrinə qayıtmaq meyli müşahidə olunur. Xüsusən ABŞ, Böyük Britaniya,

İtaliya, Fransa və Rusiya kimi zəngin radio ənənələrinə malik ölkələrdə ötən əsrin 20-30-cu illərində formalaşmış bədii yaradıcılıq ənənələrinə qayıdış hiss edilir. Aşkar görünür ki, bu qayıdış müasir radioyayıma, proqram şəbəkəsinə, ilk növbədə, *artakustika* (səslərlə obraz yaratmaq) sahəsindəki bədii uğurlarla olduqca yeni çalarlar gətirir.

Şübhəsiz ki, radionun bədii formalarından və imkanlarından, onun insan şüuruna təsirindən danışarkən radiotamaşalar barədə xüsusi söz açmaq lazım gəlir. Demək olar ki, radionun yaranışı ilə meydana çıxan, qısa müddətdə müxtəlif formalar (bədii qiraətdən orijinal radiopyeslərədək) əxz edərək ədəbi-dramın ayrıca sahəsinə çevrilən radioteatr bu gün də efirin ən çox dinlənilən məhsulu kimi sənətşünasların və kulturoloqların diqqət mərkəzindədir.

Beləliklə, 20-ci əsrin ortalarında radionun inkişafı və onun teatrla sıx təması nəticəsində incəsənətin yeni sahəsi – radioteatr meydana gəldi. Dram sənətinin çoxəsrlik tarixində ilk dəfə olaraq yeni forma – görünməyən, lakin eyni zamanda insan təxəyyülündə bənzərsiz səhnələr – situasiya və obrazlar yaradan sözlü-səsli teatr üzə çıxdı.

Bəs bu teatrın əsas xüsusiyyəti nədir? O, bədii həqiqətləri hansı formada və hansı vasitələrlə yaradır? Gəlin, bu suala cavab verməzdən əvvəl terminin özünü, yəni radioteatr anlayışının mahiyyətini dəqiqləşdirək. Bəri başdan qeyd edək ki, bütün dünyada radioteatr dedikdə üç əsas istiqamət nəzərdə tutulur: 1) hər hansı dram əsərinin (pyes, musiqili komediya və s.) bilavasitə teatr səhnəsindən radio ilə birbaşa translyasiyası, lentə yazılaraq montaj olunub efirə verilməsi, yaxud onların əsasında bədii kompozisiyalar hazırlanması; 2) ədəbi əsərlərin (roman, povest, pyes, hekayə, poema və s.) radio üçün «səhnələşdirilməsi»; 3) xüsusi olaraq radio üçün yazılmış orijinal radiopyeslər. Məhz radionun təbiətinə uyğun, mikrofon qarşısında «oynanılmaq» üçün yazılmış, orijinal dramaturji quruluşu və spesifik dil xüsusiyyətləri olan radioəsərlər.

Əgər birinci istiqamətdə radio yalnız texniki vasitə, müşahidəçidirsə, ikinci istiqamətdə o, ədəbi əsərləri öz spesifik imkanlarına uyğunlaşdırmağa çalışırsa, artıq üçüncü istiqamətdə xüsusi sənət sahəsi kimi öz məhsulunu, həm də öz ifadə vasitələri ilə nümayiş etdirir. Buna görə də biz burada radioteatrdan danışarkən söhbətimizin əsas obyekti kimi məhz spesifik linqvistik xüsusiyyətlərə malik olan üçüncü istiqaməti – orijinal radiopyesləri nəzərdə tuturuq. Ümumiyyətlə, biz «radiodramaturgiya» anlayışı altında məhz bu pyeslərdən söhbət açırıq. Əvvəla, ona görə ki, sənətşünaslıq baxımından da orijinal radiopyeslər ədəbi dramın müstəqil qolu kimi

xarakterizə edilir. Digər tərəfdən, məhz bu pyeslərin estetik qanunauyğunluqları radiodramaturgiyanın spesifikliyini, onun orijinal yaradıcılıq metoduna və bədii-estetik imkanlara malik olmasını üzə çıxarır. Həm də bu radiopyeslərin dili, onun canlı danışığa əsaslanan funksional zənginliyi bütövlükdə şifahi nitqin geniş tətbiq olunduğu radio dilinin öyrənilməsinə imkan verir.

Radioteatr da reproduktiv formalar vasitəsilə ənənəvi dram sənətinə bağlı olan orijinal radio sənətinin təzahürüdür! – bu nöqteyi-nəzərlə indi çoxları razılaşır və bildirirlər ki, radioteatr kütləvi kommunikasiya vasitələri sistemində qərar tutmuş yeni, spesifik teatr növüdür. Elə isə bəs bu gün yeni teatrın əsas xüsusiyyətləri nədən ibarətdir? Onu səhnədən, kinodan və televiziya teatrından hansı cəhətlər fərqləndirir?

Əlbəttə, radiodramların başlıca xüsusiyyətləri odur ki, burada görmə amili yoxdur, yəni mikrofon qarşısında «oynanılan» tamaşa gözlə görünmür və əsərin məzmunu sözlü-səsli formada ifadə olunur. Radiopyeslərin «səhnəsi» dinləyicinin öz təxəyyülüdür. Burada əsərin mahiyyəti sözdə cəmləşir, surətlərsə poetik təsəvvürlər əsasında yaranır. Radio tamaşalarında çox vaxt zaman və məkan anlayışları da öz bədii mənasını itirir, onlar sanki öz yerini zehni-poetik təsəvvürə verərək yox olurlar.

Mahiyyət etibarilə incəsənətin bütün növləri hüdudsuz həyati gerçəkliyi əks etdirərkən ixtiyarlarında olan materialla kifayətlənməli olur. Bu mənada, radiodramın ifadə vasitələri prinsipcə yeni deyildir: səslənən söz, musiqi, müxtəlif səs effektləri və ya xarakterik səslərdən dramaturgiyanın digər növlərində də istifadə olunur. Lakin bu elementlər radiodramaturgiyada yeganədir, teatr, televiziya və ya kino sənətində isə bunlar səhnə təsviri vasitələri və ya videomaterialla sıralanır, yardımçı rolunda çıxış edir. Radiodramın bədii məzmunu isə (incəsənətin teatr və digər bədaye növlərindən fərqli olaraq) yalnız səslə ifadə olunur. Burada «görmə» amili yoxdursa da, radio öz ifadə vasitələri ilə bunu yarada bilir. Məşhur radiorejissor R.İoffe məhz bu cəhəti nəzərdə tutaraq əbəs yerə yazmırdı ki, «biz – radio rejissorları televiziyanın dinamika, dekorativ incəsənət, rəng, qrim, kostyum kimi qüdrətli vasitələrdən məhrumuq. Hər halda, biz zənginik. Məhz yaxşı quruluşlarda səslənən ədəbiyyat elə bir möcüzə yarada bilir ki, sanki eşitdiyini həm də görürsən» (38, s. 14).

Radiodramda sözün və səsin teatr səhnəsini, yaxud kinoekran təsvirini tamamilə əvəz edə bilməməsinə baxmayaraq, məhz onlar radio sənətinin başlıca poetik elementləridir. Teatr tamaşasının səhnə imkanları radiodramın vasitələri ilə ifadə oluna bilməz. Çünki burada əsas ifa vasitəsi səsdir. Buna görə də hələ 30-cu illərdə dram

əsərlərinin radio variantını hazırlayarkən radio dinləyicisi üçün tam aydın olmayan epizodların sözlə, xüsusi müşayiətçi mətnlə çatdırılması təklif olunurdu. Elə həmin illərdə ilk dəfə radioteatrın nəzəriyyəsindən bəhs edənlər məhz bu xüsusiyyəti əsas tuturaq belə qənaətə gəlmişdilər ki, radiopyeslərin texnikası dramaturgiya texnikasından daha çox kinossenari və nağıl ədəbiyyatının texnikasına uyğun gəlir.

Əlbəttə, teatr üçün yazılmış pyeslə radiopyes arasında müəyyən yaxınlıq da var. Çünki hər ikisinin əsasında konflikt durur və konfliktin yaranması, eləcə də həlli eyni dramatik hərəkət qanunlarına tabe olur. Lakin auditoriya ilə ünsiyyətdə, yəni dialoqun səhnə salonu və studiyadan efirə verilməsində fərqlər mövcuddur. Mikrofon qarşısında teatr bu maneələri aradan qaldırmağa çalışmış, radioteatr isə onu kəskinləşdirmişdir.

Öz inkişafını və spesifikasını nəzərdən keçirmək prosesində mikrofon qarşısında teatr bəzi təbii xüsusiyyətlərindən – pafos, alqış, salona müraciət və s. əl çəkir, səs palitrasının zəifləməsinə can atırdı. Radioteatr isə əksinə, səs lövhələrinin, küylərin, musiqi tərtibatının gücü, səs və intonasiya çalarlarının qüvvətlənməsi ilə fərqlənirdi. Radionun təbiəti bir-biri ilə məntiqə və intonasiyaya görə bağlı olmayan paralel, müstəqil səslənməyə yol vermir, belə ki, eyni zamanda ikisəsli lövhə bir-birinin aydınlığına mane olur, onu pozur. Çalarların növbələşdirilməsi və praktik olaraq paralel, eynimənalı səs lövhələrinin (nitq, səs effektləri və musiqi nəzərdə tutulur) tamamilə aradan qaldırılması radionun mühüm xüsusiyyətidir.

Tamaşanı təşkil edən bütün əsas hissələr efirdə heç də mexaniki olaraq birləşmir, onun emosional dairəsinə daxil olaraq bir-birini tamamlayır və təkrar meydana çıxan məntiqi və ekspressiv əlaqələrə uyğun olaraq tədricən dəyişir.

Radioteatrın ən mühüm xüsusiyyəti onun qavranması ilə bağlı situasiyada üzə çıxır. Bu cəhətdən onu, əsasında dramatik prinsiplər dayanan başqa sənət sahələri ilə, ilk növbədə isə kino, televiziya və teatrla müqayisə etmək məqsədəuyğundur. İncəsənətin bu üç sahəsinin spesifikliyinə şübhə ola bilməz, amma gəlin, radiotamaşanın spesifikliyini sübut etmək üçün onu teatrda səhnə əsərinin qavranması prosesinin bəzi oxşar və fərqli cəhətləri ilə müqayisə edək:

1. Tamaşa hansı hiss orqanları vasitəsilə qavranılır;
2. Tamaşaya hansı məkanda baxılır;
3. Tamaşa hansı şəraitdə və hansı vəziyyətdə qavranılır;
4. Tamaşaya baxan digər adamlarla bizim qarşılıqlı münasibətimiz necədir?

Məhz bu prinsipial məqamlar incəsənətin həmin növləri arasındakı fərqli cəhətləri dərhal üzə çıxarır. Məsələn, teatr əsərinin

spesifikliyi ondadır ki, bu tamaşa həm görmə, həm də eşitmə orqanları ilə qavranır. Hadisələrin cərəyan etdiyi səhnə məkanca məhduddur. Aktyorlar tamaşaçılarla bilavasitə maneəsiz ünsiyyətdə olurlar. Tamaşaçılar isə əsərə birbaşa teatr salonunda baxırlar. Bu halda onlar əsəri kollektiv qavrayırlar, pıçıltı ilə olsa da, fikirlərini bölüşmək imkanına malikdirlər, çünki tamaşaçı kütləsi üçün öz emosional, estetik duyğularını, hər hansı epizoddan aldığı təəssüratı qonşuları ilə bölüşmək çox xarakterikdir.

Kinofilm və televiziya teatrının qavranmasının da müəyyən fərqli nüansları var. Buradakı «səhnə» (yəni ekran) məkanca məhdud deyil və həm filmə, həm də teletamaşaya, əsasən, ev şəraitində baxılır. Burada aktyorlar tamaşaçılarla birbaşa ünsiyyətdə deyillər və qavrama kollektivdir (kinoteatrda), amma bəzən o məhdudlaşır və hətta fərdi xarakter alır.

Belə bir təcrübə aparılsa, buna asanlıqla əmin olmaq mümkündür. Teatrda tamaşa zamanı gözlərinizi bir anlığa yumun. Çox keçmədən siz səhnədə nə baş verdiyini anlamayacaqsınız. Çünki bir azdan səhnədən sizə tanış olmayan təzə səslər gəlir, uzun pauza zamanı salonda nəyə isə gülürlər, sonra gurultu eşidilir və artıq bu dəfə səhnədən gülüş qopur. Bu sadə eksperiment radiopyes mətninin nə qədər kəskin dərəcədə fərqlənməsinin zəruriliyini sizə aydın şəkildə göstərəcək. Əgər teatr, kino və televiziya sizə hadisənin özünü göstərirsə, radiodinləyicinin bu hadisəni öz xəyalında canlandırmağa məcbur edir.

(Klarnet, nağara səsi)

T a h i r: Qızım, bir oyna görüm.

N ə n ə q ı z *(kədərli)*: Oynayım, nənə?

A n a *(qəhərli)*: Oyna, qızım!

N ə n ə q ı z *(pərt)*: Yox, oynamayacağam.

M a h i z ə r: Özgə vaxt toyuğun qaqqıltısına da oynayırsan.

N ə n ə q ı z: Nənəm niyə ağlayır?

A n a *(lap qəhərlə)*: Oyna, qızım... Nənən ağlamır... Nənən qocalıb, bala, ağlı seyrəlib, deyəsən...

R ü s t ə m: Sənə nə olub, ana?

A n a: Heç nə olmayıb, a bala, vallah, heç nə olmayıb.

T a h i r *(ah çəkir)*: Eh, dünya, dünya!

M a h i z ə r: Sən də ahıltı salma görək!

N ə r m i n ə: Keçən il biz papaynan...

R ü s t ə m: Mən getdim yatmağa...

A n a *(əsəbi)*: Qızın sözün niyə kəsirsən? Bayaqdan üç dəfədi sən bunu söz deməyə qoymursan.

(Ə.Əylisli. «Bu kənddən bir qatar keçdi»).

Müasir dram nəzəriyyəçilərindən biri olan V.Xalizevin fikrincə, «səhnə ilə sıx bağlı olan danışıq, hərəkət, jest, nitq teatrda həm də tamaşaçılara emosional təsir göstərməyə xidmət edir. Səhnədə aktyor kütlə qarşısındadır və auditoriyanın hər bir sözə, hərəkətə və jestə olan reaksiyasını aydın hiss edir. Müəyyən mənada bu reaksiya aktyorun oyununu istiqamətləndirir» (58, s. 92). Lakin radio mikrofonu qarşısında «oynayan» və minlərlə dinləyicisi olan aktyor belə bir reaksiyadan məhrumdur. Ona görə də birtərəfli ünsiyyətin yeni forması olan radio kütləvi çıxışları, adətən, hiss edilən effekt və parlaqlıqdan məhrum etdi. Ünsiyyətin bu formasına görə, radiopyeslərdə teatra xas olan təmtəraqlı nitr və pafosdan imtina edilir, daha çox obrazın daxili aləminin «fəaliyyətinə» diqqət yetirilir. Məhz bu mənada, demək olar ki, hər bir dram əsərində iki dialoq var. Onlardan birincisi zəruri sayılan sözdür ki, onun vasitəsilə səhnədəki hadisələr müşayiət olunur; ikincisi isə daxili dialoqdur ki, burada tamaşaçı baş verənləri sözlərdə, pauzalarda, qışqırıqlarda, sükutda, monoloqlarda yox, plastik hərəkətlərin musiqisində eşitməlidir.

Söz teatrda, təkcə personajların düşüncə, fikir və həyəcanlarını ifadə etmək üçün deyil, həm də konkret səhnə şəraitində baş verən hansısa hadisə və faktı qiymətləndirmək üçündür. Buradakı söz bir çox hallarda personajların hərəkəti, mimikası, jestlərinin və yaxud hansısa hadisənin nəticəsi kimi meydana çıxır. Beləliklə, səhnədəki şərait «sözün hərəkəti» üçün zəmin yarada bilir.

Lakin radiodramda bu proses əksinədir, yəni hərəkət, situasiya və hadisələr sözü yox, sözün özü bu deyilənlərin mövcudluğuna, dinləyici təsəvvüründə onların fəaliyyətə gətirilməsinə şərait yaradır. Deməli, radiodramaturgiyada söz əsasdır, həlledicidir. Burada bütün dramatik hadisələr yalnız radiopyesin əsas ifadə vasitəsi olan sözdən qidalanır və ondan çıxış edərək şaxələnir.

Burada bütün dramatik hadisələr yalnız dil vasitələrindən qidalanır və radionun səs təbiətinə uyğunlaşaraq, yalnız bu janrda şərtiliyi qəbul olunmuş spesifik nitq elementlərinin köməyi ilə inkişaf edir. Buna görə də bəzən radiotamaşaların dilinin spesifikliyi teatr üçün qeyri-adi, hətta inandırıcı olmayan hadisələri səsləndirməyə imkan verir. Məsələn, A.Babayevin «Yadigar» əsərində qədim abidənin daşları «dil açır». Ə.Əylislinin «Ömürdən naxışlar» radiotamaşasında müəllif əsərin qəhrəmanı Hürü Əyyubovaya birbaşa efirdən müraciət edir. R.İsmayılovun «Qardaş torpağında» radiotamaşasında isə olaylar qəzet səhifəsindən nəql olunur və getdikcə hadisələrin özü canlanır. Həmin parçaya nəzər salaq:

M a l i k *(qəzetdən oxuyur)*: Zoyanı dar ağacı qurulan meydana gətirdilər. Dirəyin aşağısında üst-üstə qoyulmuş iki yeşik vardı. Qızı

qaldırıb ipi boğazına keçirtdilər. Zabitlərdən biri fotoaparatı dar ağacına tuşladı. Zoya fürsətdən istifadə etdi.

(Hadisə canlanır, Zoyanın səsi eşidilir).

Z o y a *(uca səslə)*: Yoldaşlar! Nə üçün bikef baxırsınız? Cəsarətli olun, vuruşun, faşistləri qırın. Mən ölümdən qorxmuram, öz xalqı yolunda ölmək səadətdir.

(Faşistlərin səsi).

İndi onlar məni asacaqlar, mən tək deyiləm. Biz iki yüz milyonuq, hamımızı asa bilməyəcəklər... Biz qalib gələcəyəik.

Son sözlərin fonunda titrək musiqi eşidilir.

(R.İsmayılov. «Qardaş torpağında»).

Hadisələri göstərmək imkanından məhrum olduğundan radio-tamaşalardakı hadisələr çox vaxt nitq üzərində qurulur. Şifahi nitq nəinki təsvir vasitəsi kimi çıxış edir, hətta o özü bilavasitə təsvirin predmetinə çevrilir. Bu, radiodramaturgiyanın dilini səciyyələndirən ən mühüm xüsusiyyətdir. Nə səhnədə, nə kinoda, nə də televiziyada belə bir cəhət özünü göstərmir.

Dil kinoda da səsli formada mövcuddur və o, filmin bədii strukturunun əsas komponentlərindən biri sayılır. Burada başlıca fərq sözün mövqeyi və funksiyasında özünü göstərir. Hələ kinonun meydana gəldiyi ilk vaxtlarda – səssiz filmlərdə dil səsli şəkildə deyil, yazılı formada – titrlər kadrların üstündə verilirdi və «yazılı söz» müxtəlif funksiyaları yerinə yetirir, səhnə və epizodların məzmununu açır, ekranda göstərilməsi mümkün olmayan hadisələr haqqında tamaşaçıya informasiya verir, onları, bir növ, şərh edirdi.

Gerçəkliyi özünəməxsus bədii formada, yəni təsvirlə, göstərmə və hərəkət yolu ilə əks etdirən kino sənətində söz aparıcı yox, yardımçı rola malikdir. Elə bu xüsusiyyətinə görə də kino sözü radioteatr sözündən prinsipial şəkildə fərqlənir.

Doğrudur, bu günədək ekranda sözün funksiyası, filmin strukturunda və kino obrazının yaradılmasında onun rolu qəti müəyyənləşdirilməyib. Amma bununla yanaşı, demək olar ki, bədii ədəbiyyatdan fərqli olaraq, kino, əsasən, dramaturji hadisələr həkk olunmuş hərəkət təşkil edən xüsusi dilə malikdir. Kinonun öz poetikası, bu sənətin başa düşülməsini əks etdirən öz estetik vasitələr sistemi mövcuddur. Mütəxəssislər «xüsusi kino üslubu və epizodların» ekspressiyasından danışırlar, ancaq bu üslubiyyatın ədəbi dillə heç bir əlaqəsi yoxdur. Ümumiyyətlə, kino sənətində dilə tabe olma rolu ayrılır» (33, s. 127).

Sözün funksiyasına, roluna və ondan istifadə xüsusiyyətlərinə görə radio və televiziya teatrları arasında da bir sıra fərqlər mövcuddur. Kinoda olduğu kimi, televiziya teatrında da informasiya iki kanalla –

həm görmə, həm də eşitmə mərkəzlərini daha çox qıcıqlandıraraq, sanki onu hadisələrin iştirakçısına çevirir. Bu yolla da mavi ekranda təsvir həlledici, dil isə yardımçı vasitə kimi çıxış edir. Burada dilin emosionallığını artıran, onu müşayiət edən zəngin təsvir sırası vardır. Pyeslərin müəyyən epizodlarının kino və videolentlərlə sıralanması, hadisələrin bu fonda inkişafı televiziya teatrında, bəzən sözə ehtiyacı da aradan qaldırır.

Səhnədən fərqli olaraq, radiodramın obrazlarının konkret təqdimatı vacib deyil. Bədii obrazlar konkret müəyyənliyə malik olmasalar da, bədii şüurumuzda görünmə həddinə kimi heç də həmişə bitkinləşmir. Lakin bu hissin, duyğunun konkretliyi – emosional təzahürün, mənəvi xarakterin konkretliyidir. Bədii obraz özünün bədii bütövlüyü ilə təsir edə bilər, lakin görünə bilməz. Radiodramda isə məhz mənəvi xarakterin konkretliyi ön plana çəkilir, bu zaman onu ifadə etmək üçün konkret əyaniliklə əlaqədar olmayan vasitələrdən istifadə edilir. Görkəmli rus fizioloqu İ.M.Seçenov qeyd edirdi ki, eşidilən səs başqa bir səsə bənzəyə bilər, ancaq hərəkət bənzəyə bilməz. Halbuki görünüş zamanı gözə dəyən forma gerçəkliyə bənzəyir. Radiodarmda dinləyici eşitdiyinin mənasını səsin emosional intonasiyasından dərk edir, buna görə də dinləyən zaman eşitmə hissləri sanki görmə hisslərindən ayrıca, ideal şəkildə yaranır. Əlbəttə, radiodramaturgiyanın təbiətindən doğan xüsusiyyətlər janrın dil materialına, dialoqların quruluşuna, əsərlərdəki obrazların nitqinə, intonasiya-tələffüz çalarlarına, həmçinin fonetik, leksik və sintaktik hadisələrə də xüsusi tələblə yanaşmağı şərtləndirir. Məsələn, aşağıdakı parçada bu dil mənzərəsi özünü çox aydın göstərir:

(Otaqda var-gəl edilir)

Q a d ı n: Bu nə iş idi başımıza gəldi! İndi biz neyləyək? Hara xəbər eləyə?..

(Müdir daxil olur)

M ü d i r: Nə olub? Telefonda elə qışqırırdın ki, dedim, görəsən nə var?

Q a d ı n: Görmürsən? Görmürsən ki, evin altın üstünə çeviriblər?

M ü d i r: Kim?

Q a d ı n: A kişi, bəs görmürsən ki, evi yarıblar?

M ü d i r: Yarıblar?

Q a d ı n: O fəhləni sən bura göndərəndə...

M ü d i r: Fəhlə?! Yox, ola bilməz! Nə aparıblar?
Q a d ı n: Hamısını.
M ü d i r: Onu da?
Q a d ı n: Bəs nə? Evimiz yıxıldı!

(B.Vahabzadə. «Qəlyan»).

Dramatik bir anın ifadəsi olan bu dialoqda məna həm yığcam sözlərlə, həm də sözə, ifadələrə hopmuş zəngin intonasiya əlvanlığı ilə əks etdirilir. Nitq baş vermiş hadisəyə həyəcanlı münasibəti nəzərə çarpdırmaqla yanaşı, müxtəlif fikirlərin ifadə olunduğunu da göstərir. Burada surətlərin fiziki, hissi-emosional hərəkətlərini əks etdirən dialoqların tez-tez dəyişməsi spesifik dramatik vəziyyət yaradır. Sözlərin qısa nitq axınında özünü göstərən «üçüncü» məna incəlikləri personajların canlı nəfəsinin aydın ifadəsini yaratmış radiodramaturgiya diaoloqunun özünəməxsusluğu kimi izah edilə bilər.

Təəssüf ki, radiotamaşaların dilində bəzən yığcamlıq xatirinə cümlələr süni şəkildə qısaldılır və nəticə etibarilə məna dolğunluğuna xələl gətirilir. Doğrudur, radioteatra dair bəzi nəzəri ədəbiyyatlarda dialoqların xüsusi struktur üzrə bölünməsi zəruri şərt hesab edilir. Məsələn, teatrşünas Q.Marçenko göstərir ki, «radiotamaşada biz adamları yalnız danışdığı anda görürük. Ona görə də dialoqlar xüsusi struktur üzrə qurulmalı, hər şəxs, heç olmasa, replika ilə özünün varlığını xatırlatmalıdır» (43, s. 221). Fikrimizcə, burada radiotamaşaların əsas spesifik cəhətləri nəzərdən qaçırıldığı üçün bu müddəa birtərəflidir və dialoqların xüsusi struktur üzrə qurulması, yəni hər bir personajın öz varlığını replika ilə xatırlatması nəticədə dialoqların mexaniki bölgüsünə səbəb olur. Radio üçün səhnələşdirilmiş irihəcmli, iştirakçıların sayı çox olan əsərlərdə bu prinsip, bəlkə də, mühüm şərt ola bilər. Lakin radiotamaşada onsuz da iştirakçıların sayı azdır (4-5 nəfər) və dinləyici onları səslərindən asanlıqla tanıyır. Deməli, personajların varlığının hiss olunması üçün əsas şərt onların tez-tez qısa replikalarla danışması yox, fərdi səsə, deyim tərzinə və başqalarından seçilən fərdi intonasiyaya malik olmalarıdır.

Baş verən hadisələr haqqında müəyyən informasiya verməkdə və personajların psixoloji sarsıntılarını, düşüncələrini ifadə etməkdə daxili monoloqlar da əvəzsiz rol oynayır. Ümumiyyətlə, radiotamaşalarda daxili monoloqun geniş estetik imkanları vardır və mütəxəssislər belə hesab edirlər ki, səhnə, televiziya və kinodan fərqli olaraq, radiodramda daxili monoloq heç nə ilə məhdudlaşmır. Daxili monoloq radiotamaşalarda struktur elementi olaraq, hərəkəti zahirən obyektiv, daxilən subyektiv şəkildə, paralel olaraq iki ölçüdə inkişaf etdirir. Vaxtilə F.M.Dostoyevski yazırdı: «İncəsənətin hansısa

sirrinə görə epik forma heç vaxt dramatik formada özünəuyğunluq tapa bilməz. Mən hətta inanıram ki, sənətin müxtəlif formaları üçün onun özünə uyğun gələn poetik ideyalar var. Heç bir fikir ona uyğun olmayan formada təzahür edə bilməz» (34, s. 453). Bu mənada, bədii ədəbiyyat qəhrəmanının daxili aləmini təsvir etməkdə, onu incəliyi ilə oxucuya çatdırmaqda daxili monoloq çox güclüdür. Lakin bu formanı mexaniki şəkildə kinoya, yaxud televiziyaya gətirmək özünü doğrultmur. Monoloqun statikliyi kinonun, hətta bəzən teatrın gözlə görünən təbiətinə ziddir.

Lakin bu forma radiodramaturgiyada özünü doğruldur. Burada daxili monoloq sanki «dil açan fikirlər» formasına düşür. Doğrudur, bu «danışan fikirlər» heç də bütünlüklə insanın daxili nitqinin malik olduğu intellektual-psixi proseslərə bərabər deyil. Amma məhz bunların köməyi ilə dinləyici obrazın daxili aləmi, onun keçirdiyi hiss və həyəcanları qavraya bilir. Nümunəyə diqqət yetirək:

(Kimsə suallara cavab verir.
Professor Zeynallının daxili səsi eşidilir)

Ə.Z e y n a l l ı *(öz-özünə)*: İmtahan gedir, mən də düşünürəm. Qərarım qətidir. Amma çox çətindir. Siyahımdakı cavanların heç birini üzdən tanımıram. Nömrələrini əzbərdən bilmirəm. Odur ki, heç kəsə fərq qoymadan ədalətlə imtahan gedir. Hər kəsin öz haqqı özünə verilir. Ancaq bəs tanıdıqlarım? Qızımı ölümdən xilas edən həkimin qardaşı oğlu? Mənim bacım oğlu? Bax, burada ilişdim, həkimin qardaşı oğlunun rəngi kağız kimi ağarmışdı. Amma həkim özü mehriban çöhrəsi ilə gəlib durdu gözümün qabağında. Birdən çöhrəsi tutuldu. Əllərini ovuşdura-ovuşdura mənə qəzəblə baxdı. Bu əllər, bu əllər, mənim balamı ölümün pəncəsindən qurtaran bu əllər, mənim ucbatımdan elə bil mücül olmuşdu, titrəyirdi. Mən bir vaxt minnətdarlıqla sıxdığım o əllərə indi baxa bilmirdim. O mənə bircə kəlmə «çox sağ ol» dedi... Qəribədir! Kim haqlı idi, mən, ya o?

(B.Vahabzadə. «Təyyarə kimi»).

Məhz bu monoloqun köməyi ilə Zeynallının daxili dünyası, onun ziddiyyətlər içərisində çırpınan düşüncələri dinləyici mühakiməsinə verilir. Bu xüsusiyyətinə görə radiodramaturgiyada hətta bütünlüklə daxili monoloqlardan ibarət pyes də mümkündür. Burada bütün dramatizm qəhrəmanların sərbəst axan fikirlərində təzahür edir. Bu radiopyeslərdə zahiri fəaliyyət qalır və bu spesifik dramatizm obrazın daxili monoloqu ilə üzə çıxır və məlum olur ki, daxili monoloq özünün bütün etiraf məzmunlu aşkarlığı ilə sanki radio

üçün tamaşaçının qəbul etdiyi təbii formadır.

Radiotamaşanı dinləyərkən, onun personajları ilə müəyyən məsafədən ünsiyyətdə olarkən hansısa informasiya itkisi olduğu hiss edilir. Digər tərəfdən isə biz radiopersonajı görmür, danışıq zamanı onun hərəkətlərini, jestlərini və mimikalarını izləyə bilmirik. Burada sözün mənasının daha dəqiq çatdırılmasına xidmət edən paralinqvistik vasitələrin olmaması da həm aktyorun, həm də dinləyicinin işini çətinləşdirir. Vaxtilə radiodramların bu cəhətinə ümidsizliklə baxan B.Balaş yazırdı: «Biz müşayiətçi mimikanı, yaxud jesti görmədən sözün dəqiq mənasını başa düşə bilmərik, çünki deyilən söz insanın görmək istədiyinin yalnız bir hissəsidir. Danışan isə təkcə ağız deyil, baxış, üz əzələlərinin hərəkəti, jest – bütün bunlar da eyni vaxtda, sinxron şəkildə danışır və ifadə edilən mənanı müxtəlif çalarlarla çatdırır. Belə ki, söz yalnız o vaxt danışdığını görə bilərik» (25, s. 214).

Radiodramaturgiyada sözün, insan nitqinin belə əvəzedilməz ifadə vasitəsi məhz intonasiyadır. Burada intonasiyanın akustik imkanları çox genişlənir və onun çoxvariantlılığı üzə çıxır, söz və səslə yanaşı, intonasiyanın köməyi ilə də müxtəlif əhval-ruhiyyə yaradılır. Odur ki, intonasiya radiotamaşanın vacib ifadə vasitəsi kimi əvəzsiz imkanlara malikdir. Müxtəlif nitq konturlarında özünü göstərən intonasiya bir tərəfdən görünməyən personajları səciyyələndirir, onların hiss və həyəcanlarını ifadə edir, digər tərəfdən isə nitqə kommunikativlik gətirərək, dramaturji şəraitlə bağlı sözlərin və cümlələrin mənasını dəqiqləşdirir, obrazların bir-birlərinə və yaranmış situasiyaya münasibətlərini ifadə edir. Məsələn:

Z ə h r a: Yer qulaqlıdı, qardaş. Bir də, sən bundan niyə qorxursan? Nə olar, yaxşılıq elə. Ömründə eləməmisən. Bu kənddə hamı el-gündür. Bu il kənddən üç-dörd uşağa əl tutsan, pis olar?

Z e y n a l ı: Bacı!

Z ə h r a: Hə, nə var, bacı! Xeyrə-şərə yaramaq pis şeydir? Bu kənd camaatı sənin başına and içir. Adın gələndə ayağa dururlar. Nə olar, sən də onların işinə yarayanda?

Z e y n a l ı: Ay bacı, birini bilirsən, birini yox.

(B.Vahabzadə. «Təyyarə kimi»).

Burada intonasiya, hər şeydən əvvəl, söhbətin ümumi ahəngini, personajlar arasındakı fikir ayrılığını və danışığın predmetinə onların münasibətini əks etdirir. Səs tonlarının tez-tez enib-yüksəlməsi, pauzalar, məntiqi vurğunun yerində işlədilməsi epizodun ümumi məzmununu daha dolğun çatdırır. Qarşılaşdırmada üzə çıxan məna müxtəlifliyi intonasiya ilə, buna qovuşmuş hissi çalarla dəqiqləşir.

Hətta müxtəlif məqsədlərlə deyilmiş ayrı-ayrı sözlər, müxtəlif emosiyaları əks etdirən ifadələrin semantik tutumu tam dəqiqliyi ilə dinləyiciyə aydın olur.

Hiss, həyəcan və yüksək emosionallıq bildirən intonasiya radiotamaşalarda aparıcı qüvvəyə malikdir. Burada hər hansı ünsiyyət və bu ünsiyyətlə əlaqədar deyilən replika müəyyən hisslər, emosiyalar ilə müşayiət olunur. Həm də emosionallıq çoxaldıqca tələffüz olunan dil vahidlərinin miqdarı azalır. Ona görə ki, emosional nitq, adətən, qısa, az sözlü cümlələrdən təşkil olunur, bəzən tək-tək sözlər ünsiyyət üçün kifayət etdir. İntonasiya deyilməyənləri bərpa etməyə imkan verir.

Radio üçün yazan müəlliflər və rejissorlar bunu nəzərə almalıdırlar ki, şifahi nitqi əks etdirən yazı vasitələri nə qədər rəngarəng, əhatəli olsa da, canlı və zəngin intonasiyanın bütün cəhətlərini heç zaman tamamilə əhatə edə bilməz. Digər tərəfdən isə fərdlər qrafik vasitələri ən müxtəlif şəkildə dərk edib qavraya bilərlər. Bu müxtəlifliyin qarşısını almaq üçün radiodramaturqlar əsərlərinin radio təcəssümündə remarkalar vasitəsilə rejissor və aktyorlara tövsiyələr verir, onlara obrazların və hadisələrin mahiyyətini açmaqda kömək edirlər. Məsələn, Anarın «Yol yoldaşları» radiotamaşasında replikalar aşağıdakı intonasiya konturlarında tələffüz edilir: *etirazla, nəzakətlə, təbəssümlə, maraqla, yarısərxoş bir ahənglə, ciddiyyətlə, kəskin ahənglə, hiddətlə, tələşlə, nifrətlə, qızğın, şiddətli, titrək səslə, mütəəssir, nəvazişkar bir səslə, yarı naz-yarı məcburiyyətlə, yarı qəhqəhə ilə, düşüncəli bir halda, heyrətlə, incə qəhqəhə ilə, yalvararaq, kəskin bir ahənglə, soyuqqanlı, köks ötürərək, acı-acı gülərək* və s.

Bu zəngin intonasiya vasitələri replikaları müşayiət edərək, misilsiz emosionallıq yaradır və danışığın ekspressivliyini daha da gücləndirir.

Radiodramaturgiya dilində intonasiya və onun komponentlərinin müxtəlif məqamlarda məna fərqləndirici (filoloji), kulminativ (ayırıcı), sintezedici (birləşdirici) və delminativ (məhdudlaşdırıcı) funksiyaları da özünü göstərir. İntonasiya bu funksiyaları ilə də konkret ünsiyyət aktı olan nitq fəaliyyətinə xidmət edir və canlı nitqin təzahürü kimi meydana çıxır. Belə bir mühüm cəhəti qeyd etmək lazımdır ki, radiotamaşalarda yaranan nitqin intonasiyası fərdidir, çünki nitq intonasiyası, əsasən, əhəmiyyətinə görə deyil, mənasına görə də eynidir və deməli, vəziyyəti, konkret qarşılıqlı əlaqələri, şəraiti, ən başlıcası isə ünsiyyətin vəzifələrini əks etdirir.

Əlbəttə, radiotamaşalarda intonasiyanın ən mühüm funksiyalarından biri də personajların nitqini fərdiləşdirməkdir. Çünki

radiodramaturgiya dilində səsli nitq bir tərəfdən personajlar arasında ünsiyyətə xidmət edir, digər tərəfdən isə onları səciyyələndirərək, konkret şəraitdəki psixofiziki keyfiyyətlərini əks etdirir. Lakin intonasiyanın köməyi olmadan nitq sonuncu vəzifəsini yerinə yetirə bilməz. Bir sözlə, radiotamaşada intonasiya fərdiliyi olmadan, ümumiyyətlə, nə nitq, nə də obraz fərdiliyindən danışmaq olar. Buna görə də radiodramaturgiyada intonasiyanın başlıca xüsusiyyətlərindən biri onun personajların nitqinin fərdiliyinə xidmət etməsidir. Nə teatr tamaşasında, nə kinoda, nə də televiziyada intonasiyaya belə bir funksiya ayrılmır. Bu mənada radio dilinin ilk araşdırıcılarından olan prof. S.İ.Bernşteyn də radioda intonasiyanı nitqi fərdiləşdirməyin mühüm vasitəsi hesab edir. Onun fikrincə, «şifahi nitqdə fərdi əlamət tələbatı dil ünsiyyətinin bu üsulunun ümumi xüsusiyyətlərinə əsaslanır. Əyani auditoriya görmə və eşitmə təəssüratına malikdir. Qiyabi dinləyicidə və radiodinləyicidə kifayət qədər parlaq mühaziröçi obrazı isə yalnız eşitmə təəssüratı əsasında yaranmalıdır. Bu da yalnız ifadənin intonasiya vasitələrinin qabarıq, qənirsiz dəqiqliyi sayəsində mümkündür» (27, s. 34-35). Deməli, radiodakı mövcud səsli nitqdə yalnız intonasiya danışan adamın konkret obrazını yaratmağa qadirdir.

Radiotamaşalarda «insanın sözləri məna və səsdən ibarətdir. Mənanı dinlədikdə danışanı tanımazsınız, amma səsi eşitdikdə danışanı dərhal tanıyacaqsınız. Deməli, burada hər hansı surətin müəyyən intonasiya çalarında özünü büruzə verən səsi onun obrazı hesab oluna bilər. Məsələn, «Camal qalası» radiotamaşasında baş qəhrəman Muradxan ötkəm və qətiyyətli adamdır. Aktyor obrazın bu fərdi xüsusiyyətini yalnız intonasiyanın köməyi ilə dolğun şəkildə canlandıra bilir. Dinləyici onun qətiyyətli intonasiyasını eşidən kimi öz təxəyyülündə həmin obrazın fərdi cizgilərini canlandırır. Muradxanın ömür-gün yoldaşı Pərzad isə mülayimliyi ilə fərqlənir və onun bu xarakteri aktrisanın intonasiyasında öz real təcəssümünü tapır.

Bütün bunlar mikrofon qarşısında olan aktyorun öz intonasiyasına xüsusi tələblə yanaşmaq vəzifəsini qarşıya qoyur. O, obrazın daxili aləmini, onun çoxcəhətli fəaliyyətini, hətta hərəkətlərini belə real əks etdirən düzgün intonasiya çaları tapmalıdır. Elə etməlidir ki, bu intonasiyanın köməyi ilə dinləyici personajın psixoloji «göstəricilərini, onun zahiri, fiziki əlamətlərini» «görə» bilsin. Məhz belə olduqda, aktyorun səsi radiodramın real personajına çevrilir. Doğrudur, radiotamaşa obrazları da bədii ədəbiyyatın obrazları kimi bizim təsəvvürümüzdə tam dəqiqliyi ilə canlanmır. Buna görə də burada mənəvi xarakterin bütövlüyü ön plana keçir və onların ifası

üçün konkret predmetliklə bağlı olmayan vasitələrdən istifadə edirlər. Məsələn, B.Vahabzadənin «Qəlyan» radiopyesində *Rəis, Müdir müavini, Qadın*, «Təyyarə kimi» radiotamaşasında *Dekan,* Anarın «Yol yoldaşları»nda *Yanğınsöndürən, Kişi,* R.İsmayılovun «Qardaş torpağında» radiotamaşasında *Podpolkovnik* və s. obrazlar iştirak edir. Bu obrazlar yalnız danışıqları ilə öz varlıqlarını büruzə verirlər. Lakin bu obrazların konkretləşdirilməməsi heç də o demək deyildir ki, onlar fərdi səciyyə daşımırlar. Başqa surətlər kimi, onlar da fərdi səsləri və intonasiyaları ilə dinləyicinin yaddaşında qalırlar.

Ə k r ə m: Mən sübut elədim ki, kiçik oğurluq tutulur, böyük oğurluq yox.

M ü d i r: Oğurluq oğurluqdur, nə kiçiyi, nə böyüyü... Adə, sən məni talamısan ey! Ay insafsız, heç olmasa, yarısını götürəydin.

Ə k r ə m: Mənə heç yarısı da lazım deyil. Buyur, götür *(pulları verir).*

M ü d i r: Adə, neyləyirsən? Qoy cibinə... *(qapını cəftələyir).*

Ə k r ə m: Cibimi yandırır, götür pullarını.

M ü d i r: Adə, ay gic, pul da cib yandırar? Pulsuzluq yandırar, özü də cibi yox, ürəyi.

(B.Vahabzadə. «Qəlyan»).

Əsərdə *Müdir* obrazı ümumiləşmiş və eyni zamanda mücərrəd mahiyyət daşıyır. Lakin aktyor öz intonasiyası ilə bu obrazı dinləyici üçün əyaniləşdirir və onun fərdi cizgilərini müəyyənləşdirir. O, «adə» xitabındakı «ə» saitini ucaltmaqla bir tərəfdən nə demək istədiyinin dəqiq məna çalarını ifadə edir, digər tərəfdən isə öz intonasiyasının müsahibinin danışığından fərqlənməsinə nail olur.

Bütün bunlar onu deməyə əsas verir ki, radiodramaturgiyada sözlərin mənasının və emosiyaların canlı ifadəsi olan intonasiya nitqi fərdiləşdirməyin əsas vasitəsidir və aktyorlar onun köməyi ilə hər hansı obrazın hisslərini, həyəcanlarını, ən gizli məqsəd və niyyətlərini müxtəlif nitq çalarlarında ifadə edirlər. Radioteatrın aktyorları və rejissorları intonasiyanın bu misilsiz linqvistik-estetik imkanlarından daha çox faydalanmalıdırlar.

IV FƏSİL

PROQRAMLAŞDIRMA VƏ YAYIMIN STRUKTURU

Mürəkkəb yaradıcı proses olan proqramlaşdırma və verilişlərin planlaşdırılması televiziya, radio fəaliyyətinin əsasıdır. Qərb ölkələrində bəzi müəlliflər yayımın proqramlaşdırılmasını «auditoriyanın qavrayışının idarə edilməsi – mikrorejissura və mikromontaj» adlandırırlar. Hər bir radiostansiyanın yayımı konkret proqramlaşdırma əsasında aparılır və düşünülmüş proqramlaşdırma işi həmin stansiyanın yayım siyasətini, bütövlükdə yaradıcılıq konsepsiyasını əks etdirir.

Proqramlaşdırma o zaman uğur qazanır ki, elmi əsaslara söykənsin, mövcud gerçəkliyi, özəlliklə auditoriya və onun maraqları haqqında dürüst təsəvvürləri əks etdirsin. Digər tərəfdən, bu proses sabit yayım cədvəli, çoxproqramlılıq, verilişlərin tematik və janr strukturu kimi problemləri həll etməlidir. Əslində, çoxsaylı alternativ radioların mövcud olduğu indiki şəraitdə öz ciddi həllini estetik və hətta texniki problemə çevirir. Təbii ki, bu problemləri xüsusən müasir dövrdə yalnız müxtəlif elmlərin, ilk növbədə isə sosial psixologiyanın iştirakı ilə həll etmək mümkündür.

Radioyayımın proqramlaşdırılması: dünən və bu gün

Dünya radiosunun yayım təcrübəsi də təsdiq edir ki, düzgün proqramlaşdırma, ilk növbədə, dinləyici auditoriyası uğrunda mübarizədir. Çünki efirə gedəcək verilişlərin proqramı auditoriya ilə intellektual və emosional ünsiyyət körpüsüdür. Amma televiziyadan fərqli olaraq radioda proqramlaşdırma işi eşitmə ilə qavrayış psixologiyası və onun çoxcəhətli yayım vəzifələrinin birləşməsi nəzərə alınmaqla aparılır. Ona görə də burada proqramlaşdırmanın prinsip və metodlarının öyrənilməsi çox ciddi nəzəri, başlıcası isə

təcrübi maraq doğurur. Bu, bir də ona görə maraqlıdır ki, müasirlik diapazonunda radio yayımı (həm ölkəmizdə, həm də xaricdə) xüsusi həssaslıq tələb edir. Məsələn, hələ 10 il əvvəl ölkəmizdə radio yayımında gedən prosesləri təhlil edərkən biz aşağıdakı tendensiyaları görürdük:

- proqramlarda diferensiallığın artması;
- «Televiziya erasında», efirdə rəqabət şəraitində radio-yayımın öz inkişaf və yaradıcılıq yollarını axtarması;
- verilişlərin daha fərdi qavranılmasına istiqamətlənmə (avtomaşınlarda qəbuledicilər və s.);
- radioyayımda uşaqlar üçün oynaq formaların meydana çıxması. Sonralar bu formalar yayımda geniş yer tutmağa başladı və başqa dinləyici qruplarına (məs. qadınlara və s.) istiqamtləndi;
- musiqi verilişlərində yeni təqdimat üsullarının və təzə formatların yaranması.

Araşdırmalar göstərir ki, bu yeni təzahürlərin yayımın əvvəlki inkişaf mərhələlərində kökləri, cücərtiləri, mənbələri olmuşdur ki, bu da istənilən təzahürün, o cümlədən də yayımın cilalanması baxımından qanunauyğundur.

Bəs keçmiş təcrübədə proqramlaşdırmanın vəziyyəti necə idi? Bu suala cavab vermək ona görə önəmlidir ki, Azərbaycanda radio verilişlərinin proqramlaşdırılması sistemi məhz sovet dönəmində və ümumittifaq radiosunun iş prinsipləri əsasında formalaşıb. Sovet radio yayımının proqramlaşdırılması prinsipləri, ilk gündən ideoloji vəzifələrə, sosializm quruculuğunun təbliğatı zərurətinə, əməyə «yeni» münasibətin və yeni formasiya insanının özünün tərbiyəsinə, kommunist ideallarının aşılanmasına əsaslanırdı.

Məzmunca yayım özünün forma və janr rəngarəngliyilə məhz bu vəzifələri həll edirdi. 50-80-ci illərin qəzetlərini götürüb, ümumittifaq və yerli radioyayımların proqramlarına baxmaq kifayətdir. Verilişlərin adlarının özləri bizə yayımın istiqamətləri, təbliğat kampaniyaları, yubileylər və böyük «qırmızı tarixlər» şərəfinə silsilə verilişlər, yeni cəmiyyət quruculuğunun konkret vəzifələrinin həlli barədə çox şey deyəcək. Bütün yayım həcminin efirə çıxmasının planlaşdırılması işini radio komitəsində rəhbərliyin təsdiq etdiyi yayım səbəti əsasında verilişlərin cədvəlini tərtib edən proqram və buraxılış redaksiyası yerinə yetirir (54, s. 7-8).

1970-ci ildə SSRİ Dövlət Teleradiosu nəzdində elmi proqramlaşdırma mərkəzi yaradıldı. Bu mərkəz proqramlaşdırmanın prinsiplərinin işlənib hazırlanması, praktik məsləhətlər, auditoriyanın

öyrənilməsi, xüsusi ədəbiyyatların nəşri ilə məşğul idi. Əvvəllər bu funksiyaları elmi-metodik şöbə yerinə yetirirdi. Mərkəzin işində SSRİ-də ən yaxşılardan olan Estoniya radiosunun təcrübəsindən istifadə edilmişdi. Hələ 60-cı illərin ortalarından Estoniyada fəal sosioloji tədqiqatlar aparılmasına, auditoriya ilə əks-əlaqənin müxtəlif formalarının tətbiq edilməsinə başlanılmışdı. 1968-ci ildən burada hesablama mərkəzi, 1975-ci ildə isə avtomatlaşdırılmış idarəetmə sistemi fəaliyyət göstərirdi. Həmin idarəetmə sistemi müxtəlif auditoriya qruplarının sosial vəziyyəti, maraqları, sorğuları, başlıcası isə dinləyicilərin bu və ya digər verilişə reaksiyası haqqında məlumat bankı toplayırdı. Estoniyanın efir proqramçılarının və onların məsləhətlərindən istifadə edən jurnalistlərin əsas iş prinsipi – dinləyicilərin rəyini öyrənərək, proqramların tərtibatı zamanı onların arzularını nəzərə almaq – verilişlərin effektivliyini artırmaq, auditoriyanın həcmini genişləndirmək üçün böyük əhəmiyyətə malik idi.

Təəssüf ki, Estoniya təcrübəsi nə Moskvada, nə də İttifaqın digər regionlarında inkişaf etdirilmədi. Səbəbi də aydındır. Dinləyici ilə belə «yaxınlaşmaya» getmək – auditoriyanın əsl maraqlarını ifadə etməklə öz prinsiplərindən əl çəkmək demək idi. O cümlədən Azərbaycan radiosunda da Estoniyanın mütərəqqi proqramlaşdırma təcrübəsinə əhəmiyyət verilmədi, daha doğrusu, bu intellektual işə həvəs və istək göstərilmədi. Çox təəssüf ki, bu gün də radiolarımızda proqramlaşdırma işi ciddi elmi əsaslara söykənmir.

Tarixi-nəzəri və təcrübi məsələlərin nəzərdən keçirilməsi istər-istəməz «proqram» anlayışına, onun izahi məsələsinə toxunmağı zəruri edir. Proqram – çox geniş anlayışdır. Yunancadan tərcümədə – elan, «əvvəlcədən yazmaq» deməkdir. Bu, ilk növbədə, nəzərdə tutulan fəaliyyətin planıdır. Proqram – hansısa siyasi, elmi, tədris, sosial məqsədlərə nail olmaq mərhələlərinin sistemli ifadəsidir. Proqramlaşdırma anlayışı da məhz buradan yaranır. Deməli, efirdə proqramlaşdırma – proqramların tərtibatı, konkret zaman daxilində radiostansiyanın fəaliyyətinin, yayım sahəsində onun hərəkətlərinin planlaşdırılması deməkdir.

İnsanın bütün həyat fəaliyyəti onun çox, yaxud az dərəcədə qətiyyətlə yerinə yetirdiyi, ya da öz vəzifələrinin və şəraitin dəyişməsilə əlaqədar dəyişdiyi müəyyən ardıcıl hərəkətlərə tabedir. Onun həyatının bu «proqramlılığı» yaşayış şəraitindən asılı olan xeyli vəzifənin (iş, təhsil, məişət, istirahət, əyləncə və s.) yerinə yetirilməsinə tabe edilib.

Əvvəla, radioyayımda «proqram» dedikdə, ilk növbədə, müəyyən zaman kəsiyində: gün, həftə, ay ərzində radio verilişlərinin

siyahısı başa düşülür. Qəzetlərdə, xüsusi nəşrlərdə dərc olunan bu veriliş cədvəlləri dinləyiciləri yayım təşkilatının işinin məzmunu ilə tanış olmağa xidmət edir.

İkincisi, bu, günün zaman kəsiyi üçün ayrılmış radioproqramın məzmunudur (yaxud söhbət nisbətən məhdud həcmli, efirə çıxmaq imkanına malik yerli kanallardan gedəndə, günün 1-ci hissəsi).

Üçüncüsü, proqram – konkret verilişin müəyyən formasıdır (xəbərlər proqramı, müxtəlif jurnallar, translyasiya, silsilələr və s.).

Biz burada proqramlaşdırma dedikdə, günün radioproqramının əsas struktur tutumunun tərkib hissəsi, onun başlıca forma əmələ gətirən elementi olan yayım materialının məqsədyönlü təşkilini nəzərdə tuturuq. Yəni söhbət efirin tikinti materialı olan radio-proqramlar haqqında gedir. Həm də zahiri bənzərliyə görə bu iki yaxın anlayışı ayırmaq lazımdır: «*radioyayım forması*» və «*radiojurnalistika janrı*». Bunların prinsipial fərqi odur ki, «radio verilişi forması» anlayışı radionun proqram fəaliyyəti sahəsinə, proqramlaşdırmaya aiddir və yayım proqramının quruluşuna, kompozisiyaya daxildir. «Jurnalistika janrı» anlayışı isə yaradıcılıq sahəsinin məhsuldur və jurnalistika əsərlərinin qavranılması proseslərinə aiddir. Janr – hər hansı əsərin müəyyən tipidir».

Radioyayım forması – səs materialının mövzuya uyğun, ünvan yönümlü, verilişin efirə konkret çıxma zamanı və həcmi olan təşkili qaydasıdır.

Radioyayım formaları janrlarından daha çevik və hərəkətlidir. Onlar yayımın müxtəlif mərhələlərində, onun səbətinin strukturlaş-masında, materialın təqdimatı qaydalarında radiojurnalistika qarşısında duran vəzifələrdən asılı olaraq dəyişirlər. Janrlara nisbətən formalar daha rəngarəngdir, belə ki, onların vəzifələri, materialı struktur-laşdırma üsulları rəngarəngdir.

Janr daha mühafizəkardır. Janrda çox vaxt tematik məzmun, mətnin üslubu, tonal gerçəkləşmə səciyyəsi dəyişir. Amma janrın forma əmələ gətirən «şəbəkə»sini yaradan və şərtləndirən vəzifələr və metodlar xeyli möhkəm olurlar.

Yayım təcrübəsində yayımın «janrı» ilə formasının üst-üstə düşdüyünü göstərən xeyli nümunə var, yəni efirdə mono janrlı veriliş səslənir. Hər bir konkret halda janrla formanın «əlbirliyi» və onların qarşılıqlı təsiri ciddi maraq oyadır.

Radioda proqramlaşdırma çoxaspektli, çoxprofilli anlayışıdır. Onun fəaliyyəti xeyli amillərdən asılıdır. Bu mənada göstərdiyimiz qısa tarixi-nəzəri ekskurs proqramların yaranma xüsusiyyətlərini, onların təkamülünü aydın əks etdirir. Bu, proqramlaşdırmanın bünövrəsini, deməli, həm də müasir proqramların strukturlaşdırma

metodlarını, onların yayımın həyatında həmişə müəyyənedici rol oynamış yeni ictimai-siyasi şəraitdən asılılığını daha yaxşı anlamağa kömək edir.

Biz həm də radioverilişlər və proqramlar haqqında ona görə geniş danışırıq ki, məhz bu «məhsullar» proqramlaşdırma zamanı tikinti materialı kimi istifadə olunur. Proqram tərtibində bu verilişlərin hansını və hansı vaxtda efirə vermək əsas şərtlərdən biridir. Bir növ kompas rolunu oynayan proqramlaşdırma (xüsusən onu əks etdirən yayım cədvəli) elə aparılmalıdır ki, hər günün proqramı elə hazırlanmalıdır ki, hər veriliş öz dinləyicisini tapsın, auditoriyanın əksəriyyət hissəsi üçün maraq doğursun. Bu mənada proqram tərtibatçısı radiostansiya ilə auditoriya arasındakı əlaqəyə rəhbərlik etməyi bacaran yüksək səviyyəli mütəxəssis olmalıdır.

Yayım proqramlarının kompozisiyası

Uzun illər Avropanın Şərqində və Qərbində «yayım strukturu» anlayışı fərqli yozulub. Bu, ideoloji nüansla bağlı olmasa da, hər halda, məsələn, sovet dönəmində radio yayımının strukturu dedikdə, ilk növbədə, efir işinin təşkilati parametrləri nəzərdə tutulurdu. Qərb radiolarında bu anlayış daha geniş mənanı ifadə edirdi. Müasir radio bu problemə yayım proqramlarının quruluşu, kompozisiyası, düzümü baxımından, yəni daha çox yayım siyasəti, proqram diferensiasiyası və auditoriya ilə əlaqə prizmasından yanaşır.

Radio yayımı dinləyici ilə mozaik, fasiləli və müvəqqəti kommunikasiyadır. «Danışan qutu»nun ən mühüm xüsusiyyəti və auditoriya ilə ünsiyyətinin spesifik cəhətlərindən biri onun əvvəlcədən bilinən konkret **proqram** əsasında fəaliyyət göstərməsidir. Məhz konkret proqram əsasında işləməsi dinləyici ilə radio arasında qarşılıqlı asılılıq yaradır. Yayımın proqramlaşdırılması radio işinin əsasıdır və bu proqram özündə forma və məzmunca müxtəlif materialları birləşdirərək efirdə zaman etibarilə müəyyən bütövlük təəssüratı yaradır. Dinləyicinin həmin bütövün bu və ya başqa epizodunu, fraqmentini necə qavraması təkcə radiotəşkilatçıların, jurnalistlərin yaradıcılıq prosesində qarşıya qoyduqları vəzifəni necə həll etmələrindən, yaxud dinləyicinin bu kanala münasibətindən asılı deyil, həm də özündən əvvəl və ya sonra gedən verilişlərin bu proqramda qonşuluğundan və təsirindən asılıdır. Ona görə də verilişlərin efir qonşuluğu mütləq nəzərə alınmalı, proqramların məzmunu və ideologiyasına ciddi diqqət yetirilməlidir, əks təqdirdə, xüsusən ekstremal situasiyalarda arzuolunmaz hallar baş verə bilir.

Sovet təcrübəsində özünü göstərmiş bəzi tarixi faktlara

müraciət edək. 1937-ci ildə SSRİ-də «xalq düşməni» ovunun genişləndiyi bir vaxtda bir çox radio işçiləri də «pozucu fəaliyyətə» görə cəzaya məruz qalmışlar. Bu sırada ilk zərbəni Ukrayna Radio Komitəsinin sədri almış və radio miqyasında «pozucu fəaliyyət nümunəsi» göstərdiyinə görə «ifşa» olunmuşdu. Həmin vaxtda (1937) Ümumittifaq Radio Komitəsinə sədrlik edən K.Maltsev «Radiofront» jurnalında çap etdirdiyi «Radio verilişlərində ziyankarlıq işinin bəzi metodları» adlı məqaləsində «pozuculuq» faktlarını, əsasən, radionun proqramlaşdırma siyasəti, proqram tərtibi və günün veriliş düzümü, ilə proqramların qonşuluğu, ardıcıllığı kimi çox incə məsələlərlə bağlayırdı. Bolşevik sədr fikrini belə izah edirdi: «Məsələn, radio ilə hərbi xainlər üzərində hökm elan olunduqdan sonra matəm musiqisi səslənirdi, yaxud ölkəmizdə sosializmin müəyyən bir sahədə böyük qələbəsinə dair verilişdən sonra, ilk baxışdan zərərsiz görünən bir veriliş – uşaqlar üçün nağıl danışılırdı» (44, s. 2).

Yaxud başqa bir misal, 1968-ci ildə Fransa prezidenti Moskvaya səfər edir. Həmin səfər barədə ətraflı informasiya verən Ümumittifaq radiosunun «Son xəbərlər»indən sonra efirə L.Tolstoyun «Hərb və sülh» romanından parçalar verilir. Bəlkə də burada qeyri-adi bir şey yox idi, amma bir məqam olmasaydı... İş orasındadır ki, həmin gün efirə verilən parçada fransızların Moskva ətrafından qovulmasından bəhs edilirdi. Tamamilə təsadüfi haldır, amma belə proqram tərtibinə görə radionun rəhbərliyi ciddi cəzalandırıldı.

Əlbəttə, xüsusən birinci nümunədə proqram tərtibindəki «diqqətsizlik» böhtan və təqiblərə başlamaq üçün bəhanə idi. Çətin ki, kimsə bunu qəsdən eləyəydi – ölkənin hansı dövrdə yaşadığını hamı yaxşı başa düşürdü. Çox güman ki, «məntiqsizlikliyə» səhlənkarlıq, diqqətsizlik ucbatından, ayrı-ayrı şöbələrin hazırladığı proqramların montajı zamanı kontekstin nəzərə alınmadığı müxtəlif verilişlərin məzmunca birləşməsinə görə yol verilmişdi. Müvafiq hallar kifayət qədər tez-tez baş verirdi, amma ilk dəfə buna görə cəza tədbirləri həyata keçirilirdi. Bu epizod onu göstərir ki, yayım rəhbərləri proqramların tərtibatının nə qədər əhəmiyyətə malik olduğunu yaxşı başa düşürdülər.

Müasir efirdə də proqramların müvafiq «disbalans» nümunələrini xeyli göstərmək olar. Bu cür səhvlərə xüsusən «danışıq» proqramlarının və mahnıların montajı zamanı yol verilir. Deyək ki, hansısa dramatik hadisəyə (Qarabağ qaçqınlarının həyatı, onların itkiləri, verdikləri qurbanlar haqqında söhbət) həsr olunmuş veriliş qurtarır, ardınca isə şux, nikbin ruhlu mahnı səslənir. Dinləyici çaşıb qalır: o, indicə müəyyən psixoloji vəziyyətdə idi – budur, birdən özünü doğrultmayan «keçid» olur. Əslində, məsələnin izahı çox

sadədir. Proqram direktoru əvvəlki verilişin məzmununu eşitməyib və rejissorun yayımın növbəti hissəsinə başlayarkən hansı mahnını səsləndirəcəyi ilə maraqlanmayıb.

Daha çox gündəlik yayım cədvəlində düzüm texnologiyasına aid olan bu faktlar bir daha onu göstərir ki, proqram tərtibi çox ciddi məsələdir. Yəni ayrı-ayrı redaksiyaların hazırlayıb efir-proqram şöbəsinə təqdim etdiyi verilişləri məzmun etibarilə elə düzmək lazımdır ki, heç bir veriliş öz «qonşu»sundan zərər çəkməsin. Günün efir verilişlərini komplektləşdirmək, «disbalans»a yol verməmək proqram baş direktorundan yüksək duyum, intellekt və böyük həssaslıq tələb edir. Proqram tərtibindəki yanlışlıqlar, xüsusən dramatik hadisələrdən sonra seçilən bədii-musiqi proqramlarının uyğunsuzluğu dinləyici üçün psixoloji problem yaradır və onun bir (gərgin) psixoloji vəziyyətindən başqa (şən) əhvala keçməsini çox çətinləşdirir. Ona görə də qavrama psixologiyasını nəzərə almaqla **proqramlaşdırmanın** prinsip və metodlarını öyrənmək, üstəlik bunu həm də çoxcəhətli yaradıcılıq vəzifələri ilə uyğunlaşdırmaq xüsusi nəzəri hazırlıq və zəngin praktik vərdişlər tələb edir.

İlk növbədə, proqramlaşdırmanın mahiyyətini düzgün dərk etmək, onu nəzərdə tutulan fəaliyyətin planı, gerçəkləşdirilən işin düşünülmüş sistemi kimi qavramaq vacibdir. Radio yayımında «proqram» anlayışı çoxmənalıdır və ona aşağıdakı rakurslardan yanaşmaq lazım gəlir:

- konkret zaman kəsiyində (gün, həftə, ay) efirə gedən (və ya gedəcək) materallarla dinləyiciləri tanış etmək məqsədilə çap olunan verilişlərin siyahısı;
- hansısa kanalda, yaxud günün hansısa vaxtında efirə çıxan verilişlər toplusu;
- konkret verilişə xas olan müəyyən forma və formatlar (xəbərlər proqramı, müxtəlif jurnallar, translyasiyalar, silsilə verilişlər və s. Radioda yayım materilamın təşkilatı cəhəti kimi, həm də formayaradıcı bir element və gündəlik yayımın əsas struktur vasitəsi kimi «proqram» anlayışının əvvəlində göstərdiyimiz üçüncü mənasından geniş istifadə edirlər.

Radio yayımında və proqramlaşdırmada kompozisiya haqqında ətraflı danışmasalar da, proqram tərtibində onun elementlərindən gen-bol istifadə olunur. Əslində, yayımın kompozisiyası, bütövlükdə hər hansı kanalın yayım siyasətinin ifadəsidir, yəni radionun dəst-xətti, yayım taktikası, ideoloji aspektlər, mövzu, məzmun, dəyərlərə münasibət auditoriyanın marağı və gözləntiləri və s. hamısı burada öz əksini tapır (54, s. 164). Ona görə də radioproqramın kompozisiyası

ictimai-siyasi, sosial sahəni yaxşı bilməyi, yaş psixologiyasının xüsusiyyətlərini, dinləyici auditoriyasının parametrlərini, həmçinin verilişi dinləməklə qavramanın psixoloji incəliklərini bilməyi tələb edir.

Günün radio kompozisiyasını qurmaq sadə məsələ deyil, kanalın yayım siyasətini əks etdirən səhər, günorta, axşam bloklarını düzgün müəyyənləşdirmək üçün proqram direktorluğunun işinə çox təcrübəli əməkdaşlar cəlb olunmalıdır. Bütöv bir kompozisiya kimi radioproqram bu mühüm işə bir çox yaradıcı adamın cəlb olunmasını tələb edir. Çünki proqramı təşkil edən elementlərin sayı çoxaldıqca, sistemi yaratmaq da, onu balanslaşdırmaq da bir o qədər çətinləşir. Burada əsas məsələ dəqiq hesablamalar aparmaq və strategiyanı (metodologiyanı) müəyyənləşdirmək, konkret şəraitdə redaktor, rejissor və müxbirlərin birgə səyinə nail olmaq çox vacibdir. Xüsusən proqram direktorunun yaradıcılıq və yüksək təşkilatçılıq keyfiyyətlərinə malik olması önəmlidir.

Yayım təşkilatı kimi kompozisiya ilə bağlı mürəkkəb vəzifələri həll edərək bütün dünyada auditoriya toplamış BBC radiosunun təcrübəsi çox maraqlıdır. Burada proqramlaşdırma ilə bağlı hər bir iş elmi əsaslarla aparılır, proqram direktorluğunda əməkdaşlar üçün xüsusi təlimat hazırlanmışdır. Həmin təlimatda proqram tərtibçilərinə ümumi yaradıcılıq məsələləri ilə yanaşı, etik və psixoloji problemlərin incəlikləri ilə bağlı proqram redaktorlarına konkret tövsiyələr verilir. Bu tövsiyələrdə, ilk növbədə, cəmiyyətdəki müxtəlif sosial qrupların maraqlarının nəzərə alınması vurğulanır. Çünki demokratik ölkələrdəki gerçək söz azadlığı və fikir plüralizmi cəmiyyəti «parçalanmışdır» və bütün tərəflərin rəy və əhvalının nəzərə alınması vacibdir. Bu mənada BBC-nin yayımı üç başlıca marağa əsaslanır: 1) proqramın öz marağı; 2) proqramda iştirak edənlərin marağı; 3) auditoriyanın marağı.

Zahirən belə görünür ki, auditoriyanın marağı son yerdədir, amma göstərdiyimiz birinci və ikinci məqamlar da prinsipcə elə auditoriya marağına xidmət edir. Digər tərəfdən, bu radioda məhz belə bir əsas məsələni nəzərə alırlar ki, hər hansı proqram təkcə radio işçilərinin və ya dinləyicilərin marağının ifadəsi deyil, bu, reallığın, baş verən hadisələrin, dünyada və cəmiyyətdə gedən proseslərin, zamanın səsə hopdurulan akustik «izi» və sistemli ifadəsidir. Proqramların spesifikası həyatı hərtərəfli, bütün çalarlarıyla əks etdirməsindədir (54, s. 167). Məsələn, stansiyanın xarici ölkələr üçün (bu dəfə konkret olaraq Rusiya üçün) hazırladığı və efirdə 30 dəqiqə səslənmiş «Londondan baxış» analitik-informasiya proqramının strukturuna diqqət yetirək.

Birinci blok – anons (ən cəlbedici xəbərlər anonsa çıxarılır);

İkinci blok – anonsda verilmiş siyasi xəbərlər təfərrüatı ilə çatdırılır;

Üçüncü blok – o qədər də ictimai əhəmiyyəti olmayan xəbərlər çatdırılır (Şirin zooparkdan qaçması, ov mövsümü, təyyarəyə minməkdən qorxanlara məsləhət və s.)

Sonuncu blok – Fransada moda yarışı və rusların uğuru, həmçinin musiqi səhifəsi.

Bütün bloklar informasiya ilə zəngindir, dinləyicilərin əksəriyyətini maraqlandıran məlumatlar verilir. Müxtəlif janrlardan istifadə olunub, azacıq əyləncə elementləri var.

BBC-nin bu təcrübəsi göstərir ki, ənənəvi formada da işləmək və uğur qazanmaq mümkündür. Bunun üçün radionun təbiətini, onun ifadə imkanlarını yaxşı bilmək, auditoriyaya xoş gələn və müxtəlif janrların qarışdırılması üzərində qurulan müasir kompozisiyanın metodikasını mənimsəmək, fərqli məzmuna malik süjetlərin məharətlə montaj olunmasına nail olmaq lazımdır. Haqqında danışdığımız «Londondan baxış» jurnalı məhz bu prinsiplə hazırlandığından auditoriyanın geniş marağına səbəb olmuşdur.

İstənilən radiostansiyanın efirdəki uğuru, onun proqramlarının tərtibindən, müasir səs dizaynından, düşünülmüş səs keçidləri və verilişlərin anonslarından (promouşn sistemi) asılıdır. Keçidlərdə, fasilələrdə səslənən *promouşnlar* (radiostansiyanın efirini təbliğ edən və ritmik musiqi ilə müşayiət olunan qısa mətn) radionun səs mühərrikidir. Müasir radio təcrübəsində promouşnların *üfüqi* (sabah səslənəcək verilişlərin anonsu) və *şaquli* (yaxın saatlarda səslənəcək proqramların anonsu) formalarından istifadə olunması təcrübəsi mövcuddur. Burada yığcamlıq, mövzudan yayınmamaq, dinamiklik, təkrarlanan elementlər (əsas səs, yaddaqalan sözlər və musiqi frazaları) və s. promouşnların əsas xüsusiyyətidir.

Proqram kompozisiyasının uğurlu qurulması, verilişlərin səmərəli «qonşuluğunun» təmin edilməsi montaj prosesi ilə sıx bağlı olduğundan bu məsələyə də ayrıca diqqət yetirəcəyik.

Hər hansı radionun sutkalıq proqram kompozisiyasında forma, mövzu, janr, struktur, ünvanlı verilişlər, dil amili və s. nəzərə alınmalıdır. Ümumi kompozisiyada daimi, silsilə verilişlər, seriallar, müəyyən dövriliyi olan proqramlar əsas yer tutmalıdır. Təbii ki, efirin daimi elementləri olan səsli keçidlər, promouşnlar, reklam çarxları, radiostansiyanın populyar verilişlərinin anonsları yer almalıdır. Müasir universal radiolarda, xüsusən gəlişmiş Qərb radiolarında xəbər buraxılışları istisna olmaqla gün ərzində 8-12 adda veriliş səslənir. Bir qayda olaraq, analitik verilişlər gündüz saatlarında gedir və bu

verilişlər, bir növ, informasiya buraxılışlarından səslənən aktual mövzuların şərhinə həsr edilir. Səhər və axşam saatlarında (praym-taymda) isə daha çox musiqi və əyləncə proqramlarına üstünlük verilir.

Radiostansiyanı dinləyənlərin sayından asılı olaraq bu və ya digər zaman çərçivəsində (səhər, gündüz, axşam və gecə) ən çox sadə quruluşlu veriliş də praym-taymda səslənir. Ona görə də radiolarda praym-taym anlayışı müxtəlif vaxtları əks etdirir. Məsələn, bir radiostansiyanın səhər praym-taymı saat 8-dən 9-a kimidirsə, bir başqa stansiyada bu, səhər 9-dan 10-a kimi sayılır. Radio üçün çox vaxt ən böyük auditoriya səhər və axşam yığılır. Bu, reklam üçün də ən sərfəli vaxtdır, ona görə reklamların əksəriyyəti məhz bu saatlarda verilir.

İrihəcmli verilişlər çox zaman əvvəlcədən hazırlanır və efirə lentdə, yaxud başqa səs daşıyıcısında çıxır. Bu, əvvəlcədən günün, həftənin və hətta ayın veriliş cədvəlinin hazırlanmasına imkan yaradır. Verilişlər efirə çıxmazdan xeyli əvvəl (3-7 gün) onların anonsları hazırlanır, bu səbəbdən də həmin verilişlərin tərkibindəki hər cür dəyişiklik ancaq istisna kimi qəbul olunur. Belə verilişlərdən əvvəl və sonra bir qayda olaraq, xəbər, musiqi, anons, yaxud reklam səsləndirilir.

Gündəlik verilişlər proqramın kompozisiya axınının əsasını təşkil edir. Bir növ konveyerə bənzəyən bu kompozisiyada fasilələr müxtəlif mövzulu, müxtəlif forma və janrlı verilişlərin harmonik şəkildə əvəzlənməsi zamanı baş verir. Təbii ki, günün proqram strukturunda əsas yeri xəbərlər tutur və xəbər buraxılışları radioproqram «skllеti»nin, bir növ, onurğa sütununu təşkil edir. Hər saat ərzində ən azı 1 dəfə (bəzi radiostansiyalarda 2 dəfə) səslənən bu informasiya buraxılışları digər veriliş kütləsini sanki bir-birindən ayırır, nəfəslik yaradır və dinləyicini, bir növ, istiqamətləndirir. Məhz dinləyici xəbər buraxılışlarından sonra səslənən radiojurnallara, əyləncəli-musiqi proqramlarına, çıxış və söhbətlərə, interaktiv oyun verilişlərinə məmnuniyyətlə vaxt ayırır.

Proqram kompozisiyası həmişə dinləyicinin marağı ilə bağlı olan psixoloji məqamları diqqət mərkəzində saxlamalıdır. Çünki dinləyici ilə ünsiyyət sırf psixoloji proses olduğundan və media nəzəriyyəsində auditoriyaya yanaşmada psixoloji postulatlara önəm verildiyindən auditoriyaya emosional təsir ön planda olmalıdır. Veriliş mütləq maraqlı mövzusu və forması ilə seçilməli, dinləyiciyə yeni nəsə verməli, onu duyğulandırmalı və müəyyən mənada istiqamətləndirməlidir. Dinləyici tələbatını ödəmək hələ ötən əsrin 30-cu illərində Amerika jurnalistikasında «xidmət» funksiyası ad-

lanırdı. Bu gün isə həmin xidmət (servis) kütləvi kommunikasiyanın əsas funksiyalarından sayılır və insanların, əsasən, 4 qrupa bölünən aşağıdakı ehtiyaclarının nəzərə alınmasını tələb edir:

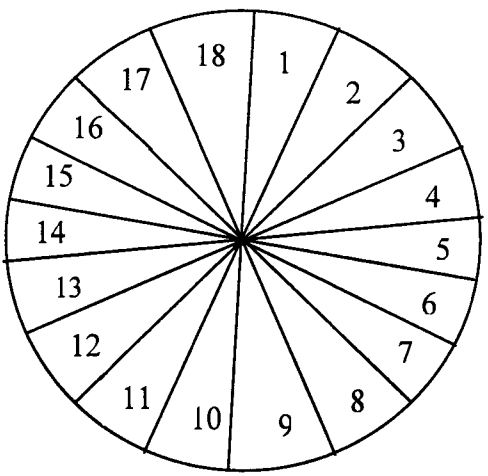
- fizioloji tələbat;
- təhlükəsizlik, ona dəyər verilməsi;
- özünü təsdiq tələbatı;
- özünün diqqətdə saxlanması.

Sosial psixologiyanın qanunlarına görə, insanın fəallığı onun az təmin olunmuş və ya heç təmin olunmamış tələbatları ilə bağlıdır. Buna görə də insan daha çox təmin olunmamış tələbatları ilə əlaqədar maraq nümayiş etdirir. Bu tələbat, ilk növbədə, özünüifadədə, yəni özünütəsdiqdə və diqqətdə saxlanmada ifadə olunur. Mövcud mülahizələrə görə, insan bu məsələlərdə bütün ömrü boyu tələbatının yalnız 10 faizini ödəyə bilir. Buradan belə bir mühüm nəticəyə gəlmək olar ki, radio auditoriyasının verilişlərə olan marağını formalaşdıran fəallığını təmin etmək üçün proqramlar məhz dinləyicilərin realizə olunmamış tələbatlarını ödəmək müstəvisində qurulmalıdır (54, s. 176). Aparıcı radiostansiyaların çoxu proqram strukturunu məhz bu prinsip əsasında müəyyənləşdirirlər.

Burada çox adi nüans var: dinləyici radio proqramlarında onun könlünü, zövqünü oxşayan, onda özünə inam yaradan, bəzən kədərli, sıxıntılı dəqiqələrində müsbət emosional tonus verən bir şey axtarır, tapmayanda kanalı dəyişir. Xüsusən insan ünsiyyətinin emosional sahəsi olan, insanın ən kövrək duyğularını hərəkətə gətirən musiqiyə çox həssas yanaşılmalıdır. Əgər televiziya tamaşaçısı proqramlarda daha çox vizual, görüntü ilə bağlı tələblərini ödəməyə çalışırsa, radio dinləyicisi üçün qəlb dünyasının ehtiyaclarını ödəmək, onun iç dünyası və ruhu ilə həmsöhbət olacaq məqamlar önəmlidir. Ona görə də insanların radioya bir həmsöhbət, könül dostu, onun gərginliyini çıxaran, ovqatına təsir edən vasitə kimi baxmaları təəccüblü deyil. Təəccüblü ümumi proqramlaşdırma, yaxud ayrıca bir verilişin hazırlanması, yaxud müasir radionun əsas elementinə çevrilmiş aparıcının auditoriyaya müraciəti zamanı bu incə psixoloji məqamın nəzərə alınmaması olardı.

Radiostansiyalar proqram kompozisiyasını öz məqsədlərinə, formatlarına, maliyyə imkanlara görə hazırlayırlar. Bütövlükdə stansiyanın yayım siyasətini və ayrılıqda bir sutkanın veriliş şəbəkəsini dolğun əks etdirən bu kompozisiya «proqram təkəri» adlanan sxemdə aydın ifadə olunur. Prinsip etibarilə bu təkərlər həm gündəlik, həm də bir saat ərzində efirə gedəcək verilişlərin ardıcıllığını əks etdirir. Gündəlik «proqram təkəri»ni televiziyada efiri idarə edən buraxılış redaktoru üçün düzəldilmiş «pley vərəq»lə müqayisə etmək

olar. Bu «təkər» gün ərzində dəqiq nizamla efirə gedəcək verilişləri xronikal ardıcıllığla göstərir. Bu sxem elə dəqiqliklə qurulur və formalaşır ki, onda sutkalıq verilişlərin bütün proqram elementləri, seqmentlər effektli şəkildə təmsil olunur. Əslində, bu sxemi proqram elementlərinin bir efir saatı ərzində ardıcıllığı kimi müəyyən etmək olar. Bəzi proqram direktorları günün ayrı-ayrı vaxtları üçün bir neçə təkər işləyib hazırlayırlar. Məsələn, «qaynar» zaman seqmentləri bir, səhər tezdən və axşamçağı başqa, daha sakit vaxtlar üçün gündüz-gecəyarı üçün fərqli proqram təkəri hazırlanır. Belə proqram təkərindən birinə – günorta saatları üçün (təxminən 2 saat üçün) hazırlanmış şəbəkəyə diqqət yetirək:



Sxem 2. Radioda günorta saatları üçün proqram təkəri.

1. Xəbərlər buraxılışı. Hava haqqında məlumat.
2. Hazırda dəbdə olan bir neçə mahnı.
3. Ən yaxşı onluqdan ibarət musiqi kompozisiyası.
4. Reklam bloku və anonslar.
5. Mədəniyyət xəbərləri. Hava.
6. 70-80-ci illərin ən yaxşı mahnılarından ibarət kompozisiya.
7. Musiqi proqramı: ən yaxşı onluqdan ibarət kompozisiya.
8. Cınql: dəbdə olan şlyager və reklamlar.
9. Ən yaxşı «iyirmilik»dən ibarət kompozisiya.
10. İdman xəbərləri. Hava.
11. Musiqi viktorinası.
12. Ən yaxşı «onluq»dan ibarət kompozisiya.
13. Cinql – anons və reklamlar.

14. Şou-biznes xəbərləri. Hava.
15. Musiqi kompozisiyası: Unudulmuş mahnılar.
16. Müsabiqə: ən yaxşı on mahnı.
17. Reklam bloku və anonslar.
18. 80-ci illərin hiti və yaxud radiostansiyanın əsas cinqli.

Radiostansiyanın proqramı auditoriyanın həyat ritminə uyğun işlənib hazırlanır. Özü də bu prinsip təkcə kommersiya stansiyalarına deyil, tam xəbər formatı ilə işləyən radiostansiyalara da aiddir. Bir çox stansiyalarda vaxtdan asılı olaraq sutkanın 24 saatı üçün tam modeldən – vahid proqram təkərindən istifadə olunur. Bəzi stansiyalarda «proqram təkəri» studiyada asılır ki, aparıcılar efiri ona baxıb idarə edə bilsinlər.

Nəzərdən keçirdiyimiz «proqram təkəri»ndən də göründüyü kimi, müasir radiolar daha çox musiqi, informasiya və qismən də mətnli verilişlərin növbələnməsi üzərində dayanır. Əslində də radiostansiyaların tipini, xarakterini və formatını müəyyənləşdirərkən məhz bu elementlərin xüsusi çəkisinə görə: a) informasiya radioları; b) musiqi radioları; c) informasiya+musiqi radioları kimi müəyyənləşdirirlər. Bu şərti bölgü müasir radioların daha çox informasiya və musiqi formatında özünü ifadə etməsini deməyə əsas verir. Digər tərəfdən, radionun təbiəti, müasir statusu, onun imkanları və gerçəkliyi əks etdirmə üsulları ilə bağlı mütəxəssislər arasında müəyyən fikir ayrılığı olsa da hamı bir məsələdə yekdildir ki, efir musiqi və informasiya yayımı üçün misilsiz dərəcədə geniş meydan açır.

Veriliş strukturu və montaj

Hər hansı radioda nə qədər çoxprofilli veriliş hazırlanırsa, proqramlar forma və məzmunca nə qədər rəngarəng olursa, gündəlik verilişlərin strukturu, onların ardıcıl düzümü də bir o qədər böyük məharət tələb edir. Məhz belə çoxşaxəlilik artdıqca, montaj prosesi də bir o qədər çətin olur. Digər tərəfdən, bu mürəkkəblik montaj prosesində yayımla bağlı olan bir çox amilləri nəzərə almağı tələb edir. Təsadüfi deyildir ki, indi mütəxəssislər gündəlik radio verilişlərinin, strukturlaşdırılmasında montajın rolundan ətraflı bəhs edirlər. Müasir lüğətlərdə «montaj» sözünün (fr. «*montaje*») iki mənası göstərilir: 1) tikililərin konstruksiyaların, maşın avadanlığı və s. qurğuların müəyyən plan, layihə və çertyoj əsasında hazır hissələrdən yığılıb qurulması; 2) bütöv sistemin, bütöv iri, bitkin əsərin yaradılması üçün nəyinsə ayrı-ayrı hissələrinin seçilərək birləşdirilməsi. Məsələn, kinoda – filmin çəkilmiş hissələrinin ssenari üzrə tələb olunan ardıcıllıqla seçilib birləşdirilməsi, yaxud

televiziyada çəkilmiş kadrların eyni məqsədlə seçilib birləşdirilməsi (13, s. 183).

Təbii ki, burada bizi sözün ikinci mənası maraqlandırır və əlavə edək ki, montaj özü-özlüyündə təkcə ədəbiyyatda, incəsənətdə, publisistikada müəyyən qanunlara görə müəyyən edilmiş məqsədlər üçün konkret materialın calaşdırılması üsulu deyil. Əslində, montaj – yaradıcı peşə adamının öz qarşısına qoyduğu ideya, yaxud vəzifəylə yanaşı, bütün yaradıcılıq prosesinin xarakterini şərtləndirir. O həm də həmin hissələrin niyə və hansı yaradıcılıq məqsədləri üçün yaradılmasını şərtləndirir (həyat materialının ilkin seçimi və onun mahiyyətinin dərk edilməsi), belə ki, film, tamaşa, roman, opera, hekayə üzərində işləyən adam gələcək əsərin bütün ayrı-ayrı komponentlərinin yönümünü, təyinatını, əhəmiyyətini özlüyündə təsəvvür edir və kompozisiyada onların yerini təxminən bilir (54, s. 180).

Əlbəttə, bu təxminlər yaradıcılıq prosesində dəyişə bilər və çox vaxt dəyişir də, amma o, ilkin variantda müəllifin beynində mövcuddur. Bu təsəvvür əsərin strukturunda hissələrin gələcək əlaqələri, yəni onların montajı ilə müəyyənləşir. Ümumiyyətlə, insanın onu əhatə edən ətraf mühiti, həyatı qavraması, düşüncəsinin formalaşması, sanki montaj üsulu ilə (o, çox vaxt öz diqqətini, fikrini bir obyektdən digərinə keçirir) baş verir. Belə hərəkilik çox vaxt onun hələ lazımınca ifadəsini tapmamış şüuru ilə şərtlənir. Belə ki, montajı sözün geniş mənasında başa düşmək və qəbul etmək olar: ayrı-ayrı formalı, fərqli janra malik əsərlərin planının tərtibatı: radiohekayənin, radioxəbərin, radiooçerkin, gələcək müsahibə üçün sualların siyahısı, bu sualların köməyilə «montajlanan» söhbətlər, onların hərəkəti, qarşılıqlı əlaqələri və s. Montaj öz mahiyyətinə görə, həm də hələ yaradılmalı olan fraqmentlərin ilkin planı və xəyali montaj tərtibatıdır.

Biz radioda montajın rolundan danışarkən iki cəhətə diqqət yetirməliyik: 1) bütövlükdə gündəlik verilişlərin (cədvəl üzrə ardıcıllıqla) montajla düzümü; 2) ayrılıqda götürülmüş bir verilişin (xəbər bülleteni, radiojurnal, əyləncə proqramı və s.) montajı. Birinci halda montaj prosesi rəmzi xarakter daşıyır, çünki verilişlər ayrıca fayllarda (lentlərdə, disklərdə) saxlanılır və yalnız xüsusi ehtiyac olduqda 2-3 veriliş və ya reklam blokları birləşdirilir. Efir mühəndisi qarşısındakı cədvələ uyğun olaraq bu verilişlərin düzülmüş ardıcıllıqla efirə getməsini təmin edir. Lakin ikinci planda ətraflı diqqət yetirəcəyimiz montaj sırf yaradıcılıq işidir və bu proses hər bir jurnalistdən güclü duyum və peşə vərdişi tələb edir.

Radionun bütün proqramları (jurnal tipli konkret verilişlər, müəllif proqramları, xəbər buraxılışları), günün radioproqramları

ayrı-ayrı elementlərdən montaj olunur. Xəbərlər proqramının kompozisiyası ən sadə, amma eyni zamanda nümunəvi ola bilər. Adətən, bu halda bütün radioxəbərlərin birləşdirilməsi əməliyyatı dedikdə, kənar əlaqələrin daha çox nəzərə alındığı ümumi montaj başa düşülür.

Dediklərimizi «Azadlıq» radiosunun Bakı-Tbilisi-Ceyhan neft kəmərinin rəsmi açılış mərasimi ilə bağlı hazırlayıb efirə verdiyi (13.07.2006) xüsusi xəbər buraxılışının nümunəsində izah etməyə çalışaq. Həm Azərbaycan və Cənubi Qafqaz bölgəsi, həm də dünya iqtisadiyyatı üçün önəmli olan bu hadisəni radiostansiya müxtəlif elementləri birləşdirən aşağıdakı sxemdə göstərildiyi kimi təqdim etmişdir.



Sxem 3. «Azadlıq» radiosunun xəbər buraxılışının strukturu.

Təxminən 6 dəqiqə çəkən xəbər buraxılışında dəqiq və aydın struktur var. Burada günün əsas hadisəsi (Bakı Ceyhan kəmərinin açılışı) və bu hadisə ilə bağlı olan digər məlumatlar (Rusiya Qazaxıstan, «Nabukko»), həmçinin müxtəlif janr (reportaj, müsahibə, təhlil) və janr elementlərindən istifadə olunmuşdur. Montajın köməyi ilə bütövləşdirilən xəbər buraxılışı mükəmməl təsir bağışlayır və əsas hadisə haqqında dolğun təsəvvür yaradılır.

Xəbər buraxılışlarında montaj üçün o qədər də böyük imkanlar verilmir. Amma həmin imkanlardan bəzən təbliğat-təşviqat məqsədilə istifadə oluna bilər. Ədəbiyyatlarda (54, s. 181-184) konkret xəbərlə bağlı radioda bunun necə edildiyini göstərən nümunəyə diqqət yetirək. Əvvəlcə, efirə xəbərlərin «lidləri» gedir. Bunlarda digər mənbələrə istinadən verilən, güman edilən hadisələr qeyd olunur.

Aparıcı: Proqramın əsas mövzularının qısa məzmunu:

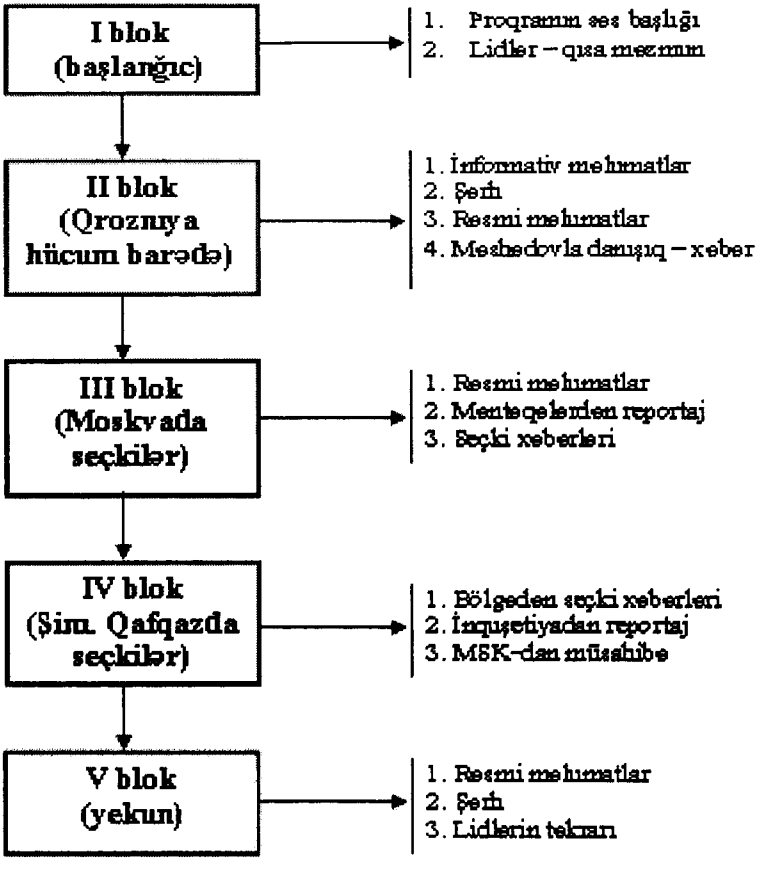
- Moskva Qroznıya hücum cəhdi haqqında xəbəri təkzib edir;
- Məshədovla Şoyqunun mümkün danışıqları ilə bağlı vəziyyət əvvəlki kimi aydın deyil;
- Bu gün gecə Moskvada iki partlayış törədilib, partlayıcı qurğular mağazaya və yaşayış evinə atılıb, ölən olmayıb.

Buraxılış Qroznıya hücum haqqında məlumatla başlayır, bu xəbəri Rusiyanın rəsmi mənbələri təkzib edirlər.

Buraxılış 5 dəqiqə səslənib, amma onun montaj düzümü assosiativ olaraq sırf təbliğata xidmət edir. Yəni Rusiyada prezident seçkisi ərəfəsində materialın bu şəkildə verilməsi yalnız ictimai rəyə təsir etmək məqsədi güdür. Əslində, avtoritar ölkələrin radio (daha çox TV) təcrübəsində yayılmış belə montaj **blok-proqramlaşdırma** deyilən üsula xidmət edir. Belə «bloklu proqramlaşdırma» tamamilə başqa prinsip üzrə qurulur, bütün xəbərlər və onların düzümü bir məqsədə – birbaşa deyilməyən fikrə tabe edilir. Bu isə birbaşa təbliğat məqsədinə, bəzən də sırf manipulyasiyaya xidmət edir.

Müasir efirdə müxtəlif janrların əlaqəsindən istifadə olunan montaj formasına da tez-tez rast gəlinir. İnformasiya radiomələlumatına yerlərdən müsahibə, şərh, xəbərlər əlavə edilir. Və bu janrlardan hər biri məlumatın özünün mahiyyətini əlavə informasiya və qiymətləndirici materialla açır, dərinləşdirir. Məsələn, 1999-cu il aprelin 17-də «Rusiya radiosu» gündüz buraxılışlarının birində xəbər vermişdi ki, bu gün SSRİ-də Sovet İttifaqı Qəhrəmanı adının təsis edilməsi haqqında fərman verilməsinin 65 ili tamam olur. Bütövlükdə SSRİ-də bu ada 13 mindən çox adam layiq görülüb. Reklamdan və

hava haqqında məlumatdan sonra Dövlət Tarix Muzeyinin aparıcı elmi işçisi Y.D.Smirnovla bu mövzuda müsahibə səsləndi. Mütəxəssis mükafatın tarixi barədə çox maraqlı məlumatlar verdi: Qəhrəmanın Qızıl Ulduzu nə qədər və haçan təqdim edilib. Belə ki, müharibəyə qədər bu ad 600 nəfərə verilib. Müharibə illərində 11,5 min, müharibə qurtardıqdan sonra isə dahi min nəfər alıb (54, s. 185-186).



Sxem 4. Xəbər buraxılışının manipulyativ «blok-proqramlaşdırma» üsulu.

Təbii ki, belə janr «bağlantısı» proqramın strukturunu zənginləşdirir və buna görə də redaksiyalar bu məqama daha böyük diqqət yetirməli və verilişlərin sıralanmasında belə qovuşuq janrlardan tez-tez istifadə etməlidirlər. Amma belə bağlantılardan formal istifadə etmək yox, onları düşünüb yerinə qoymaq lazımdır. Məsələn, Rusiya radiolarından birində xəbərlər buraxılışından sonra belə bir cümlə

səslənir: «Görəsən, Stalin və Sovet hökuməti üçün faşist Almaniyasının SSRİ-yə hücumu gözlənilməz idi, ya yox? Bunun cavabını siz az sonra biləcəksiniz». Sonra isə 60 il əvvəlki hadisələr haqqında söhbət gedir. Xəbərlərdə artıq məlum və xeyli yeni faktlar səslənmişdi. Amma əsas sualın cavabı yox idi: bu hücum sovet dövlətinin rəhbərləri üçün gözlənilməz idimi? Bu sualı verən aparıcının növbəti söhbətin məzmunundan xəbəri yox idi. Üstəlik, söhbətdən sonra materialların montaj «bağlantısı» psixoloji disbalansa aparırdı. Belə bir epizod verilir: müharibə başlanmazdan düz 1 saat əvvəl Kiyev hərbi dairəsinin aviasiya komandanı qəflətən yaxalanmamaq üçün öz təyyarələrini havaya qaldırır və bu haqda Moskvaya məlumat verir. Molotov ona belə cavab verir: «Siz neyləyirsiniz? Axı siz almanları müharibəyə təhrik edirsiniz! Buna görə siz başınızla cavab verəcəksiniz». Komandan təyyarələri aerodroma endirməyi əmr edir. Cəmi bir neçə dəqiqədən sonra isə düşmən aviasiyasının hücumu başlanır və təyyarələrin əksəriyyəti yerdə məhv olur. Hərbi sərkərdə intihar edir... Amma nə qədər qəribə olsa da, hər halda müharibənin başlanğıc dövrünə aid bu faciəli xəbərdən sonra təmtəraqlı, şən musiqi verilir...

Xəbərlər buraxılışının məzmun dolğunluğu, əsasən, onun həcmindən asılıdır. Bəzi radiostansiyalar səslənmə vaxtını gün ərzində növbələyirlər. Səhər tezdən ötən günün əsas xəbərləri və gün ərzində gözlənilən hadisələr verilir. Nümunəvi səhər buraxılışı, adətən, saat 8-də səslənir. Gündüz də əsas günorta buraxılışı verilir. Axşam buraxılışları hadisələrə yekun vurur. Məsələn, «Rusiya radiosu» «Exo Moskvı» kimi stansiyalar 12 saatlıq buraxılışlarını tutumlu analitik-informasiya proqramı şəklində qurur. 2 dəqiqə günün xronikası səslənir. Sonra «günün hadisələri» rubrikası altında təhlil elementlərilə kiçik korrespondensiyalar verilir. Bura ən əhəmiyyətli xəbərlər çıxarılır. Onları, adətən, ekspertlər, yaxud yerlərdən müxbirlər şərh edirlər.

«Exo Moskvı» radiosunda Polşada seçkilərlə bağlı məlumatın təqdimatına diqqət yetirək:

Aparıcı: Bu gün Polşada da prezident seçkilərinin ikinci turu keçirilir. Varşavadan müxbirimiz Aleksandr Samılin xəbər verir.

Müxbir: Yaxın 5 ildə 42 milyonluq Polşanın taleyinə görə kim məsuliyyət daşıyacaq – bunu bu gün seçicilər həll edəcəklər. Lex Valensa qalacaq, yoxsa ölkəyə sosial-demokrat Aleksandr Kvasnevski başçılıq edəcək? 2 ay əvvəl o, aşkar lider idi. İndi 2 namizədin imkanları bərabərdir. Son məqamda bütün sağ partiyalar, «həmrəylik» həmkarlar ittifaqı Valensanın ətrafında birləşdilər; bəzən münaqişədə olduğu nüfuzlu kilsə də prezidenti dəstəklədi.

Amma Valensa açıq-aşkar antikommunistdir, həm də islahatçıdır, deməli, sağların fikrincə, demokratiyanın qarantıdır.

Bu mövzuda danışan «Azadlıq» radiosu isə başqa və daha dəqiq yanaşma seçərək Polşada prezident seçkilərinin mənzərəsini aşağıdakı elementlərin köməyi ilə daha dolğun yaradır.

1. **Aparıcı** – seçkilərlə bağlı lidi səsləndirir.
2. **Müxbir** – Varşavadan reportajı səsləndirir. L.Valensa və A.Kvasnevskini dəstəkləyən siyasətçilərin mövqeyini verir, lakin müxbir heç bir tərəfə simpatiyasını bildirmir.
3. **Ekspert** (studiyadan) – Şərqi Avropa üzrə mütəxəssis (şərhçi) prezidentliyə namizədlərin real imkanları barədə danışır və mümkün proqnozları səsləndirir.

«Exo Moskvı» radiostansiyası başqa yolla gedir. Xəbərlər xidməti səslənmənin həcmini 10-12 dəqiqəyədək artırır. Bu addım buraxılışın strukturuna xeyli sayda informasiya salmağa imkan verir, amma artıq buraxılışı ayrı-ayrı bloklara bölmək zərurətə çevrilir. Radiostansiya informasiyanın dolğunluğuna aşağıdakı mühüm komponentlər sayəsində nail olur: 1) ekspertlərin şərhləri; 2) vəziyyət xüsusi müxbirlərin gözü ilə; 3) siyasətçilərin şərhi. Bundan başqa:

- proqramda qadın və kişi səsləri əvəzlənir.
- müxtəlif musiqi zastavkalarından və «EM» pauza-reklamından istifadə edilir. Xəbərlər blokunun səsləri çox tanınandır, bu da az əhəmiyyətli deyil.
- maraqlı addım: «Günün qəhrəmanı» haqqında qısa arayış. Bu da xəbərlərin nüfuzunu artırır.
- 12 dəqiqə ərzində digər radiostansiyalarla müqayisədə mühüm və əhatəli informasiya təqdim edir.

Burada ayrı-ayrı radioəsərlərin yaradılmasında **montaj** böyük rol oynayır, daxili əlaqələrin xarakterini müəyyənləşdirir.

Əgər janrlar haqqında proqramların forma əmələ gətirən strukturları kimi danışsaq, onda qeyd etməliyik: daxili vəhdətin təşkilində montajın bu imkanları – müxtəlif janrlarda müxtəlif planlı və rəngarəngdir. Onların spektri: mətnin uzunçuluqdan, ikincidərəcəli təfərrüatdan, texniki cəhətdən uğursuz yazılışdan, yararsız fraqmentlərdən azad edilmiş adi ədəbi təşkilindən, səs obrazının yaradılmasına qədər.

Hər hansı verilişin strukturunun yaradılması prosesində montajın təyinatı və istifadəsi növlərini fərqləndirək:

- mətnin ixtisarı, qısaltmaq;
- sənədli yazılış fraqmentlərinin kompozisiya yerdəyişmələri və onların variasiyaları, müəllif mətni ilə birləşməsi;

- vaxtın sıxlaşdırılması, zaman və məkan planlarının yaradılması.

Onların vasitəsilə zamanın və məkanın, şəraitin, hərəkətin, müxtəlif nöqtələrdən səs yazılışı ilə hadisələrin göstərilməsinin səciyyəsini müəyyənləşdirmək:

- müxtəlif akustik vasitələrin – səsin, musiqinin, sənədli səslərin kontraslarından istifadə;
- şərti vaxtı və gerçəkliyin mozaik mənzərəsini vermək;
- süjetin davamı zamanı assosiativ, ardıcıl, paralel üsullardan istifadə;
- radioəsərin bütöv kompozisiyasını yaratmaq.

Əgər radiopublisistikada montajın bu üsullarını və formalarını qruplaşdırsaq, funksional-struktur əlamətlərə görə onun üç əsas növünü fərqləndirmək olar: a) texniki; b) publisistik; c) bədii.

Texniki montaj artıq hazırlanmış şəbəkə üzrə proqramların adicə birləşdirilməsinə xidmət edir. Burada şəbəkədə dəqiq göstərilmiş xronometraja riayət etmək vacibdir. Müxtəlif proqramlar arasındakı boş yerləri mətnin (mövzunun) xarakterinə görə seçilən mahnılarla, musiqi pauzaları (tematik, məzmunca, emosional, yaxud tonal), cinqllə, hər cür əlavə səs lövhələri ilə doldurur.

Proqram strukturunda onların funksiyası bələdçilik etmək, dinləyiciyə «danışıq» verilişindən dincəlmək imkanı vermək, başqa mövzuya keçidə diqqət yönəltməkdir. Bəzi kommersiya radiostansiyalarının istifadə etdiyi «Proqram çarxı» – dolğun və məzmunlu montaja parlaq nümunədir. Səlis, yaxşı təşkil olunmuş, müəyyən məqsədlər üçün planlaşdırılmış montaj dinləyicilərin diqqətini fəallaşdıra bilir.

Publisistik montajın funksiyaları daha tutumludur. Onun vəzifəsi – müəyyən verilişdə qoyulan mövzunu dərinləşdirmək, ideyanı, fikri gücləndirməkdir. Bu növ montajla istənilən fikri dərinləşdirmək, mövzuya əlavə çalarlar vermək, onu dərinləşdirmək, yaxud fraqmentləri (ilk baxışda, hətta aralarında birbaşa bağlılıq olmayanda belə) yeni akustik vasitələrlə birləşdirmək, yeni fikirlər doğuranda kompozisiya cəhətdən dolğunluq yaratmaqdır.

Bədii montajın məqsədi – maddi obyekt, təzahür, insan xarakteri haqqında assosiasiyalar vasitəsilə ümumi şəkildə təsəvvür yaradan səs (nitq, musiqi, səs) elementlərinin məcmusundan ibarət bütöv səs obrazı yaratmaqdır.

Bütün hallarda montaj müəllifin dünyanı dərk etməsini, dünyagörüşünü əks etdirən mövqeyinin ifadəsidir. Montaj – bədii düşüncə üsuludur. Amma biz unutmamalıyıq ki, bütün üsullar, akustik

materialla bütün iş qaydaları, ilk növbədə isə proqramların kompozisiyası dinləyicilərin radio əsərini düzgün qavramasını tələb edir.

Vaxtilə Pikasso rəssamın əsərinin tamaşaçı tərəfindən qavranılmasının əhəmiyyətini müəyyənləşdirərək yazırdı ki, rəsm əsəri başa çatdırıldıqdan sonra da ona baxanların hisslərinə uyğun olaraq dəyişir. Rəsm əsəri də insan kimi öz həyatını yaşayır. O, gündəlik həyatın qarşılaşdığı dəyişikliklərə məruz qalır. Bu da təbiidir, çünki rəsm əsəri yalnız ona baxan insan sayəsində yaşayır.

Bu fikri bədii əsərə, teatr tamaşasına, kinofilmə, televerilişə, radioproqramlara da aid etmək olar. Təkcə əlaqənin psixoloji üsulları, qavranılması başqa cür olacaq. Hər bir iri rəsm əsərinin ömrü uzun olur. Onun «nəzərdən keçirilməsi», «canlanması» – vaxt öz izini birgə yaradıcılıq aktına qoyanda və bunu tamaşaçı idarə edəndə zaman prosesinə çevrilir.

Radio əsəri onun qavranılmasına tamam başqa temp verir. Amma bu, heç də o demək deyil ki, onu qavrayan adamın rolu azdır. Bu, «bir anlıq» qavrayış dinləyicinin təsəvvüründə insanın həyəcanlarının və veriliş qavramasının «məhsulu» olan bütöv, dəyişən fikirlər, assosiasiyalar aləmi doğurur. Radioyayımda montaj haqqında danışan İ.Trikkel qeyd edirdi: «Montaj – bizi əhatə edən gerçəkliklərin inikası, dinləyicilərin düşüncəsində fikirlər və təsəvvürlər zənciri doğuran prosesdir, montaj ideya düşüncəsinə tabedir, montajın köməyilə müəllif hadisəyə, problemə öz interpretasiyasını verir».

Proqram direktoru, efir redaktoru, verilişin efirə buraxıcısı «montaj düşüncəsinə» malik olmalıdırlar. Onlar müxbirlərin nə hazırladıqlarını yaxşı bilməli və həmin materialı efirə daha ustalıqla yerləşdirməlidirlər. Artıq növbəti mərhələ – aparıcı işi, düşüncə və fikirlərin canlı təcəssümüdür. Onun səviyyəsində montaj – materialın efirə məharətlə, xüsusi bacarıqla verilməsi, bütün elementlərin üzvi vəhdətdə birləşməsidir. Unutmaq olmaz ki, heç bir montaj proqramları hazırlayan və həmin materiallarla artıq onun efirdə sıralanması üsullarını qabaqcadan müəyyənləşdirən canlı insanı əvəz edə bilməyəcək. Amma həmina adam montajı, onun qaydalarını, incəliklərini yaxşı bilməlidir. Çünki montajın potensialından bəhrələnmək, onun ifadəlilik, obrazlılıq yaratmaq xüsusiyyətini bilmək və bu vasitədən faydalanmaq, bu imkanlardan daha səmərəli istifadə etmək müasir radiojurnalistikanın təkmilləşmə yoludur.

MƏNBƏLƏR

1. Abdulrahimov K.N. Salonların akustigi və tasarımı. Trabzon, 2005.
2. Azərbaycan televiziya və radiosunun proqramları. 14 may 1985, №19 (1971).
3. Bağırov H. Musiqinin elementar nəzəriyyəsi. B., 1982, s. 286.
4. Bəşirli A., Kərimova A., Vəkilova D. Xəbərçilik. B., 2007.
5. Əhmədov N. Səslər içində. B., 1990.
6. Əlibəyli Ə. Danışır Bakı. B., 1968, s. 15 – 16.
7. Əlizadə Y. Radiojurnalistikanın əsasları. B., 1991.
8. Əlizadə Y., Məhərrəmli Q. Azərbaycan efiri: Tarix və müasirlik. B., 2006.
9. Fichtelius E. Jurnalistikanın on qızıl qaydası. B., 2002.
10. Kərimov K. Musiqidə keçən ömür. B., 1998, s. 88 – 89.
11. Mehdi F. Azərbaycan bədii publisistikasının sənətkarlıq problemləri. B., 1973.
12. Mehdi F. Mətbuatda publisistika. B., 1981.
13. Məhərrəmli Q. Radio dalğalarında. B., 1999.
14. Məhərrəmli Q. Televiziya nitqi və ədəbi tələffüz. B., 1999.
15. Məhərrəmli Q. Audiovizual nitq. B., 2000.
16. Məhərrəmli Q. Kino, televiziya, radio terminləri. B., 2002.
17. Məhərrəmli Q. Kütləvi kommunikasiya və dil. B., 2004.
18. Məmmədli Z., Hacılı R., Əliyev İ. Media hüququ. B., 2006.
19. Məmmədov M. "Efirdə görüşlər" – Azərteleradionun fonotekası, lent № 9936.
20. Repkova T. Yeni dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları. B., 2005.
21. Rüstəmov T. Radiojurnalistikanın əsasları. – Jurnalistika məsələləri, II h., B., 1972.

* * *

22. Бабукин А. Какое радио мы слушаем? – «Шоу – мастер» ж., 2000, № 1.
23. Багиров Э., Кацев И. Телевидение. XX век. М., 1968.
24. Балаш Б. Кино. Становление и сущность нового искусства. М., 1968.
25. Балаш Б. Становление и сущность нового искусства. (пер. с нем.). М., 1968, с. 214.
26. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
27. Бернштейн С.И. Язык радио. М., 1977.
28. Бирман С. Актер перед микрофоном. – Говорит СССР, № 7, 1935.
29. Бодуен де Куртене И.А. Избранные труды по общему языкознанию. В 2-х т., 1т. М., 1963.
30. Время работать на радио. М., 2002.

31. Гальперин Ю.М. В ефире – слово. М., 1977.
32. Гегель Г. Эстетика (в 4-х т.), М., 1968 – 1973, 4 т.
33. Граудина Л.К., Скворцов Л.И. Слово в экране. – Культура речи на сцене и на экране. М., 1983.
34. Достовский Ф.М. Об искусстве. М., 1973.
35. Егоров В.В. На пути к информационному обществу. М., 2006.
36. Зарва М. Слово в эфире. М., 1977.
37. Зверев В.П. Радиодрама, поиски художественного языка. М., 1983, с. 148.
38. Иоффе Р. Слушая видеть. – «Говорит СССР», 1962, № 7.
39. Кибернетика и общество. М., 1954.
40. Летунов Ю. Время. Люди. Микрофон. М., 1974.
41. Магомаев М. О музыкальном искусстве Азербайджана. Б., 1987.
42. Маклюен М. Понимание медиа. М., 2003.
43. Марченко Г.А. Радиотеатр. Страницы истории и некоторые проблемы. М., 1970.
44. Мальцев К. О некоторых методах вредительской работы в радиовещании. – Радиофронт, 1937, № 19.
45. Мейерхольд В.Э. Соченения. в 2-х т., М., 1968.
46. Новиков К.Ю. Радиорепортер и радиорепортаж в ХХЫ веке. М., 2006.
47. Основы радиожурналистики. М., 1984.
48. Пособие по радиожурналистике. Радио «Свобода». М., 2006.
49. Психологическая война. М., 1962.
50. Радиожурналистика (сборник ст.), Мюньхен. 1986.
51. Радиожурналистика. Учебное пособие. М., 2002.
52. Радзушески А. Звук: немного теории. М., 2006.
53. Светана С.В. Телевизонная речь. М., 1976.
54. Смирнов В.В. формы вешания: функции, типология, структура программ. М., 2002.
55. Терен И. Радиопостоновка – искусство, рожденное нашим веком. – Зарубежные авторы о радио и телевизионной драматургии. М., 1965.
56. Триккель И. Специфика и ее критерии. – Сов. радио и телевидение. 1966, № 8.
57. Троицкая Г.Я. Звукозапись и радиовещание. М., 1983.
58. Хализев В. Драма как явление искусство. М., 1987.
59. Цвик В.Л. Журналист с микрофоном. М., 2000.
60. Цвик В.Л. Основы журналистики. М., 2006.
61. Чендлер П., Харрисон С. Радиожурналистика (краткое изложение). Лид., 1997.
62. Чендлер П., Харрисон С. Радиожурналистика (реферат). М., 1997.
63. Щерель А.А. Радиорепортаж. М., 2002.
64. Щербатюк В. Радиорепортаж. М., 1970.
65. Ярощенко В.Н. Информационные жанры радиожурналистики. М., 1976.

III HİSSƏ

Təcrübə

- Radio üçün necə yazmalı?
- Efirdə necə danışmalı?
- Radio xəbərinin özəllikləri
- Yaxşı paketi necə hazırlamalı?
- «Xalqın səsi»ni («voks-pop») necə çatdırmalı?
- Canlı yayımda müzakirələr
- Radiokanal: formata necə uyğunlaşmalı?
- Özəl radioların proqram menyüsü
- Maqazin verilişləri necə olmalıdır?
- Dicey nələri bilməlidir?
- Ən yaxşı səhər şousu
- Siz mikrofon qarşısındasınız...
- Radionun musiqi dünyası
- Radio prodüserinin qayğıları

Balaca «danışan qutum», bir an uzaq olma sən,
Didərgin həyatımın yeganə ümidisən.
Daşıyanda gəmiyə, oradan da qatara,
Lampaların sönməsin, ümidik dalğalara.
Yuxudan oyadacaq, bizlərdən söz açacaqsan,
Ürəyimi titrədib, könlümü alacaqsan.

Bertold Brext
«Danışan qutu» şeirindən

RADİO ÜÇÜN NECƏ YAZMALI, EFİRDƏ NECƏ DANIŞMALI?

Radioda oxunacaq mətn nə sırf kitab dili, nə də qəzet yazısı deyil. Ona görə mətnin yazılışı radionun təbiətinə uyğun olmalıdır. Radio üçün yazılan mətnin efirdə necə səslənməsi çox önəmlidir. Odur ki, cümləni yazmazdan əvvəl, ucadan səsləndirin. Şifahi nitq yazılı nitqdən bir sıra xüsusiyyətləri ilə fərqlənir. Belə ki, natamam ifadələrin, felsiz cümlələrin, hətta gurultulu səslərin radio nitqində istifadə edilməsinə icazə verilir. Yazılı və şifahi nitq arasındakı fərqli cəhətlərdən biri tələffüz zamanı yazıda olan bəzi hərflərin düşməsi, oxunmamasıdır. Belə fonetik hadisələr hər kəsə məlumdur. Məsələn, «*çıxarılmalı olsa*» kimi yazılırsa, danışıqda bu «*çıxarılmalıysa*» kimi deyilir.

Radioda necə, hansı tərzdə danışmağı bilmək çox vacibdir. Əgər biz gündəlik, məişət diksiyası ilə danışdıqlarımızı yazıya köçürsək, oxucunu dəhşətə gətirə bilərik. Şifahi nitqdə jarqonlara, müəyyən dövr üçün dəbdə olan sözlərə və şablon ifadələrə yer verilir. Ancaq radio mətni yazan şəxs bunu yaxşı bilməlidir ki, bütün hallarda məcazi mənalı sözləri işlədərkən çox ehtiyatlı olmaq lazımdır. Bunun üçün aşağıdakı bəzi qaydaları bilməliyik:

- Efirdə səslənəcək cümlələri yazmazdan əvvəl ucadan oxumağın böyük faydası var. Bu sizə nəinki mətnin necə səslənməsini, hətta səsin bu mətnin öhdəsindən gəlib-gəlməyəcəyini də əvvəlcədən bilməyə kömək edə bilər. Bəzi çətin ifadələrdə kəkələmək və ya lazım olmayan anda nəfəsin kəsilməsi kimi halların qarşısını almaq üçün mütləq yazdığınızı ucadan oxuyun. Bəzi aparıcılar, hətta Şekspir əsərlərinin ifaçıları olan məşhur aktyorların belə nəfəslərini çatdıra bilməyəcəkləri cümlələr qururlar. Bundan çəkinin, yazdıqlarınızı oxuduqca yanlış ifadələr və vurğular da aydınlaşar.
- Təxminən belə bir şey düşünün ki, radionun milyonlarla dinləyicisi var, amma siz tək bir nəfər üçün oxuyursunuz. Elə studiyada mikrofondan bir az aralı oturub, oxuduqlarınızı diqqətlə dinləyən bir dostunuzun olduğunu düşünün. Sizin

dinləyiciniz məhz «O»dur. Unutmayın, əgər kitabı bir nəfər özü üçün oxuyursa, radioda oxunulanı milyonlar dinləyir. Amma dinləyiciniz lap bir nəfər olsa belə, ağlınıza gələni söyləməyin. Fikrinizi, deyəcəyiniz mətləbi formalaşdırıb sonra mikrofonu açın.

- Efirdə danışmaq, nitq söyləmək o demək deyil ki, siz mütləq dayanmadan, aramsız danışmalısınız. Adətən, bir mövzu haqqında danışarkən bu mövzunun mahiyyəti, araşdırılacaq əsas istiqaməti, çıxış edənlərin kimlərdən ibarət olacağı qabaqcadan elan olunur. Yalnız bundan sonra mövzu genişləndirilir, təhlil olunur və nəticə çıxarılır. Məsələn, «Azadlıq» radiosunun Azərbaycan redaksiyasının «Can Bakı», «İşdən sonra» və «Kontekst» verilişləri bu üsulla çalışır. ANS CM radiosunun «Qadın saatı», «Svetofor» proqramlarının aparıcıları da bu qaydaya əməl etməyə çalışırlar.
- Verilişin başlanğıcında maraqlı, cəlbedici bir girişlə auditoriyanı ələ almaq çox vacibdir. Siz elə maraqlı və cazibədar girişlə başlamalısınız ki, dinləyicini öz dalğanızda saxlaya biləsiniz. Məsələn, belə hesab edin ki, sizi radionun bazar günü efirə gedən musiqi proqramını aparmaq üçün dəvət olunmusunuz. Dinləyicilərin diqqətini özünüzə çəkmək üçün əvvəldə 30-40 saniyə vaxtınız var. Bu müddətdə söyləyəcəkləriniz dinləyicilərdə maraq oyadacaq ya yox? Məsələn, bu vəziyyətdə olan aparıcılardan biri kütləvi auditoriyaya yönəlmiş proqrama belə uğursuz giriş vermişdi... 18-ci əsrdə Romada musiqiçilərin təqlidi geniş yayılmışdı. Bu baxımdan Skarlatti ailəsi ilə kimsə müqayisə edilə bilməzdi. Konsert zamanı 2-ci *padre* musiqi alətinin arxasına keçib bir musiqi bəstələyər, daha sonra isə *il figlio* atanın yerini alar, həmin musiqini təkrarlayar və daha da inkişaf etdirərdi. Romalı zadəganlardan ibarət olan dinləyicilər də buna rəylərini bildirirdilər. Oğul Skarlattinin improvizasiyasına atanın da improvizasiyası əlavə olunduqda alqışlar ikiqat artırdı. Nə isə, bir gün...»

Əlbəttə, belə populist bir giriş musiqi sahəsində ixtisaslaşmış hansısa radionun dinləyicilərini heyrətləndirə bilər, ancaq kütləvi konsertlərin dinləyiciləri üçün belə başlanğıc uğurlu deyil. Digər tərəfdən bu misalda aparıcı italyanca kursivlə göstərdiyimiz iki bəsit sözdən istifadə edib. «2-ci padre» və «il figilo» kəlmələri dinləyicilərə qaranlıq qaldığından həmin sözlərin mənası üzərində baş sındırmalı olur. Ümumiyyətlə, nədən danışırsınızsa danışın, terminologiyaya həddən artıq aludə olmayın. Belə çoxbilmiş görünmək sizi Üzeyir Hacıbəyovun «O olmasın, bu olsun» komediyasının məşhur persionajlarına oxşada bilər. Bu, təkcə radioaparıcılarına

deyil, efirdə tez-tez başqa dillərin leksikasına müraciət edən hər kəsə aiddir.

- Dinləyicinin səbrini tükəndirməyin, şablon, çeynənmiş ifadələrdən qaçın, nitqininzin, cümlənizin sadə, amma obrazlı olmasına çalışın. Məsələn, *«Neçə vaxt idi ki, camaatın canına qorxu salan Hacı Məmmədovun quldur dəstəsi tutulub. Dünənə qədər at oynadan bu dəstə daha heç kimin yuxusunu qaçırmayacaq»* cümləsi *rəsmi məlumat xarakterli olan «Milli Təhlükəsizlik Nazirliyinin əməkdaşları insanları daim qorxuda saxlayan Hacı Məmmədovun quldur dəstəsini zərərsizləşdirib»* cümləsi ilə müqayisədə daha cəlbedici görünür.

Radio verilişlərinin anlaşıqlı, təsirli alınması qrafik tərtibatından çox asılıdır. Radio ilə veriləcək hər hansı mətnin kağız üzərindəki qrafik tərtibi onun aydın və gözəl səslənməsinə, məzmunun açılmasına və radio dilinin prinsipial tələblərinə əməl olunmasına bilavasitə təsir göstərir. Radio üçün mətn yazan redaktor, müəllif, yaxud mikrofon qarşısında çıxış edən hər hansı fərd efir materialının anlaşıqlı çatdırılması və asan qavranması üçün aşağıda göstərdiyimiz bir sıra mühüm şərtləri nəzərə almalıdır:

- Eşitmə və görmə ilə qavramanın, tamaşaçı ilə dinləyicinin qavrama psixologiyasının müxtəlifliyi mütləq nəzərə alınmalıdır. Unutmayın ki, radioda sözün (nitqin) vəzifəsi nəyin necə baş verdiyini «göstərməkdir».
- Mətnlərdə yorucu və uzun-uzadı rəqəmlərin sadalanmasından imtina edilməlidir. Çox rəqəm sadalamaq dinləyicini yorur, onu bezdirir. Əgər statistika materialından istifadə etmək məcburiyyətindəsinizsə, mahiyyət təhrif olunmazsa, nəticəni göstərən böyük rəqəmləri yuvarlaqlaşdırın. Məsələn, 8964236 rəqəminin yerinə «təxminən 9 milyon» demək daha doğru olardı. Eləcə də 5,8 əvəzinə, «təxminən 6» deyilməsi məqsədəuyğundur. Yaxud onluq kəsr varsa, onu ya yuvarlaqlaşdırmalı və ya sadə kəsrlərlə əvəz etməli (0,75 əvəzinə dörddə üç; 0,5 əvəzinə ikidə bir). Mütləq rəqəmləri nisbi rəqəmlərlə izah edin: ikiqat, üçqat və s.;
- Bəzi qrammatik formalar sadələşdirilməlidir. Xüsusən dilə ağırlıq gətirən (*-mış, -miş, -muş, -müş*) kimi şəkilçilərdən imtina edib onları xəlqi formaya – danışıq dilinə (məsələn, -ıb, -ib və s.) uyğunlaşdırmaq lazımdır. Yəni «gəlmişdir» yox, «gəlib» və s.;
- Radioçıxışda, yaxud şərh zamanı rəqəmli və digər növ cədvəllərdən, lüzumsuz qrafik elementlərdən istifadə etmək məqsədəuyğun deyildir: sadəcə olaraq onlar radioda görünmür;

- Mikrofon qarşısında oxunan zaman açılması nəzərdə tutulmayan və ya mənası anlaşılmayan, yaxud xoş səslənməyən ixtisarları və qısaltmaları mətnə daxil etmək olmaz. Məsələn: VCUİB (Vətəndaş Cəmiyyəti Uğrunda İctimai Birliyi), yaxud JHMC (Jurnalistlərin Hüquqlarını Müdafiə Cəmiyyəti) tipli ixtisarlar mütləq açılmalıdır. Yaxud geniş yayılmış ABŞ abreviaturası da radio mətnində ya Amerika, ya da Birləşmiş Ştatlar şəklində yazılmalıdır. Eləcə də *H.B.Zərdabi deyil, Həsən bəy Zərdabi və ya Həsən bəy, yaxud Zərdabi* formasında olmalıdır;
- Cümlədə durğu işarələrini elə qoymaq lazımdır ki, nitq taktlarına (sintaqm), təbii intonasiyaya uyğun olsun. Cümlələrin ayrı-ayrı hissələrə ayrılması, onlardan bəzisinin vurğu ilə fərqləndirilməsi yazılışda vergüllə məhdudlaşırsa, şifahi nitqdə daha çox pauzanı və məntiqi vurğunu bildirən xüsusi işarələr tələb edir. Yaddan çıxarmayın: fikrin ifadəsi üçün söz, hisslərin ifadəsi üçün isə sözdən daha çox onun səs örtüyü olan intonasiya lazım gəlir;
- Dırnaqda yazılmış sözlərin ikimənalılığına yol vermək olmaz. Məsələn, *«Bu kəmərlə ildə on beş milyon ton «qara qızıl» axacaq»* yazmaq doğru deyil. Yaxud *«Rus ayısı» «Qafqaz ayısına» pəncə uzadır»* cümləsi qəzetdə aydın başa düşülürsə, onun şifahi nitqlə ifadəsi mahiyyətin dolaşıqlığına gətirib çıxarır;
- Radioverilişlərin mətnində geniş söz birləşmələrinə yol vermək olmaz. Çünki buna müvafiq istifadə olunan qrafik üsulla, ifadəli şəkildə deyilmiş cümlələrin məqsədi anlaşılmır. Yazılı mətndə isə o, yerinə düşə bilər;
- Az istifadə edilən və auditoriyaya bəlli olmayan alınma sözlər (xüsusi terminlər, xarici adlar, coğrafi adlar) mətndə mütləq vurğu işarələri ilə qeyd olunmalıdır. Bu, aparıcının və ya xəbər oxuyanın işini asanlaşdırar, həm də sizi dəbdə olan «yanlış vurğu» bəlasından xilas edər;
- Hər hansı mətndə abzasların, bəndlərin rəqəmlərlə *(1, 2, 3 və s.)* sadalanmasına yalnız diktə zamanı yol verilir. Bəndlərin hərflə nömrələnməsi də *(a, b, c, ç, e və s.)* yolverilməz sayılır.

Bunlardan başqa, mətnə ağırlıq gətirən və mikrofon qarşısında tələffüzü xoş səslənməyən leksik vahidlərdən, *«aşağıda deyilənləri nəzərə almaq»*, yaxud *«yuxarıda göstərilənlər»* və s. kimi kitab-qəzet ifadələrinin işlədilməsindən, həmçinin mətnə, tələffüzə ağırlıq gətirən lazımsız işarələrdən imtina edilməlidir.

Radio aparıcısı üçün mövzu məhdudiyyəti yoxdur. Onun efirə oxuyacağı mətndə hava haqqında məlumat da, rəsmi görüş barədə hesabat da, şou xəbəri də, Amerikadan məktub, Fransadan siyasi

bəyanat da ola bilər. Bir verilişin anonsu üçün yazılmış qısa reklam parçasından tutmuş, ən intellektual müzakirələrə qədər hər şey radio mətni üçün başlıq seçilə bilər. Prinsip etibarilə, radio apaçıcısından oturub böyük bir mətn yazmaq tələb olunmur. Əgər işlədiyiniz radioda daha çox diskussiya (söhbət) verilişləri gedirsə, qaydaları əvvəlcədən öyrənin.

Radioda bir söhbət verilişinə rast gəldiyinizdə, onu dinləyib təhlil etməyə çalışın. Veriliş nə məqsəd güdür, hansı mövzudadır, hansı problemlər qaldırılır, rəsmi və ya qeyri-rəsmidirmi, müzakirələr nə qədər davam edir, eyni şəxslər aparırmı, ekspertlər kimlərdir, yalnız mütəxəssislər dəvət olunur, yoxsa ictimaiyyət nümayəndələri də var və s. Əgər siz radioda kənar müəllif kimi çalışırsınızsa, sizin qazancınız verilişlərdən çıxır. Buna görə də, siz radioproqramları ardıcıl izləməlisiniz. İstiqamətləri və tendinsiyanı dəqiq tutmağa çalışın, bir az da yaradıcı olun. Bəzən çox peşəkar bir şəxs heç radionun kiçik qaydalarına əməl etmir, çünki radio da, nitq də daima dəyişir, inkişaf edir. Gözəl bir radio mətnini necə hazırlamaq lazım olduğunu müəyyən edən və ehkam olacaq dəqiq standartlar yoxdur. Zaman dəyişir, dəb dəyişir və bəlkə də siz bu prosesdə yeni bir dəbin əsasını qoya bilərsiniz.

Siz dahi və ya çox böyük peşəkar olmaya bilərsiniz, amma məlumatı yazıb çatdırmağa mütləq dəqiq və dürüst olmağa borclusunuz. Bir tələbə yazacağı ilk radio mətni üçün mövzu olaraq doğum evinin bir günündə olan hadisələri seçmişdi. O, mətnində doğuş prosesini izah edərkən həqiqətlə nağılı bir-birinə qarışdırmışdı. Bu, auditoriyadakı digər tələbələri xeyli güldürmüşdü. Əlbəttə, belə mövzunu yumorla izah etmək üçün, həqiqətən, çox istedadlı olmalısan. Mətnin yazılmasında yazı texnikası sizə müəyyən yerə qədər kömək edə bilər. Ancaq siz mövzu seçimində çox diqqətli olmalı və dürüstlüyün, dəqiqliyin, real həyata yaxınlığın vacibliyini unutmamalısınız. Yalnız bələd olduğumuz ya da mühüm hesab etdiyiniz bir mövzu haqqında yazdığınız sanballı yazı ilə dinləyiciyə özünüzü ciddi tanıda bilərsiniz.

Efir materiallarını necə çatdırmalı?

Əslində burada biz aparıcı məharətindən, onun səsi, intonasiyası, materialı dinləyiciyə necə ustalıqla çatdırması barədə danışacağıq. Bunlar isə peşəkar radio aparıcısına aid olan məsələlərdir.

Hər şeydən öncə, **səsdən** başlayaq. İnsanın səsi çox şey deyir. Gözümüzü yumub, qarşımızdakı adamı dinləsək, onun şəxsiyyəti və xarakterini tanıdığımızı fikirləşərik. Bir radio aparıcısı olaraq, bu məsələni təhlil edib öz xeyriniz üçün bəhrələnmək sizin vəzifənizdir.

İstər təbii fəlakətlə bağlı bir xəbəri oxuyun, istərsə də musiqi verilişi təqdim edin, dinləyici sizin oxuduğunuz məlumata necə münasibət bəslədiyini dərhal bildirəcək. Duyğulu, emosional, gülərüzlü, ünsiyyətcil olmaq həmişə isti münasibətin təcəssümü sayılıb. Gözəl və uğurlu təqdimatın əsas şərtlərindən biri də **səriştə** və təcrübənin olmasıdır. Səriştəlilik bütün növ verilişlər üçün lazımdır. Xüsusən diceylər öz sahələrində kamil olmalıdırlar, əks halda onlar heç kimi inandıra bilməzlər. Biz səriştə dedikdə bilik, bacarıq, təcrübə, etibar və həqiqətin vəhdətini nəzərdə tuturuq. Məsələn, mətnin oxunuşu və ya danışıq zamanı yer və ya şəxs adlarının düzgün tələffüzü çox vacibdir. Əgər aparıcı bu məsələdə yanlışlığa yol verirsə, deməli, o hələ efir üçün bişməyib. Çalışın ki, aşağıda göstərilənlərə əməl edəsiniz:

- Mətni oxuyarkən və ya mikrofon qarşısında danışarkən çalışın ki, səsinizin bütün incə çalarlarından, onun musiqililiyindən istifadə edə biləsiniz. Məlahətli səs ilə oxuduqlarınızı dinləyici daha yaxşı qavrayar və bu səs onu cəlb edər. Tanınmış radio aparıcılardan biri çox gözəl deyib: «Səsinizdən bir musiqi aləti kimi istifadə edin və onunla əsərlər yaradın». Təbii ki, burada daha çox ustalıqdan bəhrələnən obrazlılıq nəzərdə tutulur.
- Danışıq səsinin diapazonu çox da geniş deyil. Bəzi insanlar hətta bu diapazondan tam istifadə etmirlər. Monoton səslə danışmaq normal hesab oluna bilər, ancaq bu hal radio üçün münasib deyil. Bu dinləyicinin ya kanalı dəyişməsinə, ya da yuxulamasına səbəb ola bilər. Ona görə də **oxu tərzinin, səsin və intonasiyanın tez-tez dəyişməsinə** diqqət yetirin. Mükəmməl bir aparıcı olmaq üçün müsbət mənada eqoizmin olması lazımdır. Səsinizdən xoşunuz gəlməyə bilər, amma özünüzü onu xoşladığınız kimi göstərin və radio üçün tam uyğun olduğu təsiri bağışlayın.
- Səsinizdəki çatışmazlıqları təcrübəli bir şəxs kimi dinləməyə çalışın. Səsim aydındırmı? Sözləri tam, dürüst, aydın deyirəmmi? Tələffüz zamanı şəkilçilər yeyilmir ki? Danışarkən səsimdə fısıltı, xırıltı olurmu? Daha təcrübəlilər

sizi bu sahədə maarifləndirə bilərlər, amma yenə də hər şey öz üzərinizdə işləməyinizdən asılıdır.

- Bir diktofon alın və səsinizi yazın. Nəticəni dinləyin. Xoşunuza gəlmədisə, bir də yazın, alınmadısa, yenə təkrarlayın, səsinizi dəyişin, müxtəlif variantlar tapın. Diktofonu dinlədiyiniz zaman artıq səslər eşidəcəksiniz. Bu, sizi narahat etməsin. Real həyatda insanı utandıran bəzi səslər radio üçün lazımdır. Məsələn, ağızın yumşaq marçıltısı, nəfəsin yüngül alınıb verilməsi, boğaz arıtlaması, pauza, müxtəlif iti və qırıq-qırıq səslər efirdə təbii sayılır.
- Aparıcıların tez-tez qarşılaşdıqları çətinliklərdən biri də nəfəsin düzgün tənzimlənməməsidir. Bir neçə vəraqi, yaxud C.Cabbarlının və ya V.Şeksprin əsərlərini bir nəfəsə oxumaq hər kəsin hünəri deyil. Buna görə də radioda mövcud olan qızıl qaydanı unutmayın: «Mətni yazmamışdan əvvəl ucadan oxu!» Yalnız belə etsəniz, nəfəsinizin gücünün və diafraqmanızın bu işin öhdəsindən gəlib-gəlməyəcəyini müəyyən edə bilərsiniz.

Başqa bir məqam. Səsiniz nə qədər gözəl olursa olsun, mənalı bir şey danışmırsınızsa, dinləyici bundan heç nə başa düşməyəcək. Aparıcının birinci vəzifəsi oxuduğu materialın hansı məna daşıdığını bilməsidir. Qəribə də olsa, bəzi aparıcılar bunun fərqinə varmır, mətnlə əvvəlcədən tanış olmur, yalnız mikrofon qarşısında mətnə göz gəzdirirlər.

- Veriliş mətninin öhdəsindən ustalıqla gələ bilmək üçün radio təcrübəsində istifadə olunan müəyyən bir **işarələmə sistemi** var. Yeni aparıcılara bütün veriliş mətnləri çətin gəlir. Bəzən təcrübəli aparıcılar da burada çətinliklə üzləşə bilərlər. Tutalım, siz milyonlarla dinləyicisi olan bir verilişi təqdim etməyə hazırlaşırsınız və birdən-birə beyniniz tormozlanır həyəcanlar sanki vahiməyə düşürsünüz. Veriliş mətnini işarələməyiniz sizi belə bir vəziyyətdən xilas edə bilər. Hərənin özünə görə işarələmə sistemi var. Bir neçə məsləhət:

Altından xətt çəkmək. Bu, vurğuları göstərmək üçün istifadə olunan standart bir üsuldur. Ancaq bunun da bəzi növləri var: məsələn, cümlələrin altından mənanı daha yaxşı vurğulamaq üçün iki və ya üç dəfə xətt çəkilə bilər. Bu o demək deyil ki, səs də iki və ya üç dəfə yüksək tonla tələffüz edilməlidir. Vurğu nisbidir. Bəzi hallarda, məsələn, çətin bir ad, ünvan və alışmadığınız bir sözlə rastlaşdıqda danışıq tempini bir qədər azaltmaq lazımdır. Belə sözləri qırıq-qırıq xətlərlə işarələyin.

Apostroflar: Pauza da çox şey bildirir və onun nə qədər davam etməsi müddətini aydınlaşdırmaq çox vacibdir. Qısa bir pauza (bir

apostrof) nöqtəni, daha uzunu (iki apostrof) paraqrafı bildirir.

Aşağı və yuxarı: Bəzi aparıcılar səsin qalxıb-düşməsini də işarələyirlər. Qalxan səs ucu aşağıya doğru olan oxla göstərilir (↳). Bu işarə bəzən məntiqi vurğunu da göstərə bilir.

Məsələn, aşağıdakı mətndə vurğulanacaq söz və ifadələrin altından xətt çəkmə və pauza işarələri göstərilib: Azərbaycanda 2006-cı ildə yeni pul vahidi dövriyyəyə buraxılıb. Milli Bank manatın denominasiyasını həyata keçirib, yeni pullar birin 5 minə nisbəti ilə buraxılıb. Lakin yeni pul kütləsinin dövriyyəyə buraxılması enerji daşıyıcılarının qiymətinin artması ilə müşahidə olunub. Bu qiymət artımı özünü yalnız qeyri-ərzaq məhsullarında göstərməyib. Qiymət artımı kənd təsərrüfatı məhsullarına, o cümlədən taxıla da sirayət edib.

- Mətni necə, hansı sürətlə, hansı tərzdə oxumaq da çox önəmlidir. Bəzi apaçıcılar sürətli oxu ilə tələskənliyi qarışdırırlar. *Sürət* nisbi bir məfhumdur. Məsələn, dəqiqədə 80 və ya 120 söz oxumaq kimi. Yaddan çıxarmayın: hər dilin öz oxu və danışıq tempi var. Məsələn, ingilis dilinin oxu tərzini Azərbaycan dilinə tətbiq etmək olmaz. Düzdür, bəzən tələskənlik sürətin bir növü kimi özünü göstərə bilir, amma siz çalışın ki, mətni oxumağa bir qədər asta templə başlayasınız. Bu, dinləyicinin sizin səsinizə öyrəşməsinə imkan verir. Dinləyici sizin səsinizə alışan kimi, elə ilk cümlənin yarısından normal danışıq sürətinizə keçə bilərsiniz. Eyni şəkildə, aparıcı son sözlərində də oxunun tempini bir qədər zəiflətməlidir.
- Sözləri yazıldığı kimi, həddindən artıq quru, oxumayın. Vəziyyəti elə ala bilməyən aparıcılar bəzən cümlədə bir deyil, bir neçə sözü vurğulayırlar. Bu məsələdə əsas yanlışlıq sözləri səhv vurğulamaqdır. Əslinə baxanda, bir cümlədə 2-3 sözdən başqa digər cümlə üzvlərinin vurğulanmasına ehtiyac duyulmur. Yalnız əsas məna daşıyan sözlər vurğulanmalıdır. Hər hansı çıxış, nitq bir-birinin ardınca mexaniki düzülmüş ayrı-ayrı sözlərdən deyil, söz birləşmələri və dəqiq ifadələrdən ibarətdir. Hamının işlətdiyi çoxlu sayda şablon ifadələr var. Bunlar lazım olan anda istifadə edilə bilən söz qruplarıdır. İstəklərimizi dar macalda, tez bir zamanda bildirmək üçün şablon ifadələr çox kara gəlir. Amma yeni deyilən, hələ alışmadığımız sözlər məlumatın mənimsənilməsi prosesini zəiflədir. Bu hal xəbər mətnlərinin niyə əvvəlcədən qısaldığını və daha çox şablon ifadələrə yer verildiyini izah edir. Ancaq hər bir şablon ifadə məna baxımından vacib olan bir və ya iki söz olur.
- Sizə olan inamı itirmək istəmirsinizsə, hər hansı coğrafi adı və şəxs adlarını düzgün söyləyin xüsusən vurğulara diqqət

edin. Əks halda, siz barəsində danışdığınız yer və şəxs haqqında bilgisi olmayan adam təsiri bağışlayacaqsınız. Yeganə bir qayda var: heç nəyi boş şey saymayın, hər şeyə nəzarət edin.

- İlk növbədə ədəbi tələffüz normalarına riayət edin. Düzdür, nitq mədəniyyəti və ədəbi tələffüz mövzusuna aid yazılmış çox sayda kitab var. Əgər bu kitabları oxumaq imkanınız yoxdursa, onda aşağıdakı ən ümumi qaydaları yadda saxlayın:

□ Sözləri ədəbi dilə uyğunlaşdırılmış şəkildə öz səs məxrəcinizdə və düzgün vurğu ilə tələffüz edin. Məsələn, *Moskva* kimi yox, *Maskva* kimi tələffüz olunmalıdır;

□ Sözün vurğusunu orijinalda tələffüz olunduğu kimi deyil, ədəbi dildə yayılmış ənənəvi variantda deyin: *Váşinqton* yox, *Vaşinqtón*;

□ Bir sözü necə tələffüz edəcəyinizi dəqiq bilmirsinizsə və bunu yoxlamaq üçün vaxtınız olmayıbsa, bütün hecaları eyni şəkildə vurğulayın.

□ Mətndə xüsusi adları necə tələffüz edəcəyinizi və vurğunu hara qoyacağınızı əvvəlcədən işarələyin.

- Belə bir eksperiment aparın: qəzetdən hər hansı bir məqalə seçin, onu ucadan oxuyun, işarələyin və qeydlər edin. Bunu həmkarlarınız üçün oxuyun, qoy fikirlərini desinlər. Təcrübəli həmkarlarınızın qeydlərini nəzərə alın və bu çalışmanı təxminən bir həftə ərzində davam etdirin.

Deməli, biz prinsipal olaraq aşağıdakı iki suala dəqiq cavab verməliyik: 1) reportyor (jurnalist) radioda, mikrofon önündə necə danışmalı; 2) zəngin intonasiya çalarlarından necə istifadə etməli? Bu sualların cavabı aşağıdakı kimidir:

Reportyor necə danışmalıdır:

- həyatda olduğu kimi;
- məntiqi və söz düzümü baxımından doğru;
- yayımda bəyənilən səslə;
- orfoepiya qaydalarına tam əməl etməklə;
- səs-söz vurğularını dəqiq söyləməklə;
- normal danışıq tempi ilə.

Bəs necə danışmamalıdır:

- dinləyicini qıcıqlandırıcı səslə;
- küçə danışığını yamsılamaqla;

- rəsmi-dəftərxana üslubunda;
- ləhcə – şivə – dialektlə;
- kəsik-kəsik, çox surətli və ya çox ləng.

Bir az əvvəl dediyimiz kimi, intonasiya çalarlarını bilmək və ondan faydalanmaq telejurnalist üçün çox vacibdir. Məsələn, o, nəqli intonasiya ilə duyğulandıran intonasiyanı fərqləndirə bilməlidir. Buna görə aşağıdakıları yadda saxlamaq zəruridir:

Nəqli intonasiya: «*Maşın xarab olduğundan hadisə yerinə gedə bilmədim*» cümləsini oxuyun və məhz öz ovqatına görə həmin cümlədəki hər hansı sözü vurğulayın. Cümlənin sonunda səsinizi açıq sezilən şəkildə aşağı salın və bununla fikri nöqtələdiyinizi hiss etdirin. Bu «nöqtə»li intonasiyadan sonra dinləyici danışığın davamını gözləməməlidir.

Sadalayıcı intonasiya: «*Bu gün mətbuat konfransına gedib səs yazmalıyam, müsahibə almalıyam, səsləri montaj etməliyəm, sonra öz səsimi də yazıb efirə verməliyəm*» cümləsini oxuyun, «səs yazmalıyam», «müsahibə almalıyam», «montaj etməliyəm», «efirə verməliyəm» sözlərini vurğulayın. Sanki həmin sözləri intonasiyanızla sezdikcə bir-bir, həm də sırayla barmağınızı qatlayır, başınızı yelləyirsiniz. Sona çatanda, yenə səsinizi aşağı salın və intonasiyanızla fikrinizə nöqtə qoyun.

Suallayan intonasiya: hər hansı sualı səsləndirəndə suallayan sözü səsinizi kəskin yüksəltməklə sezdirirsiniz. Bu, sadalayıcı intonasiyadan fərqlənir, ancaq burada nəzərəçarpan «səs sıçrayışı» danılmazdır. Məşq üçün adi «danışan intonasiya»ya uyğun cümləni götürün və həmin cümləni suallayan intonasiyaya çevirin. Eynən həyatda bir şeyi öyrənməkdən ötrü sualı necə səsləndirirsiniz, məhz nəyi öyrənmək istədiyinizi sezdirib vurğulayın.

Duyğulandıran intonasiya: Gərəkli sözə çatanda onu bəm səslə bildirənədək səsinizi kəskin aşağı salırsınız və ya səsinizi zilə qaldırıb bir növ şıltaqlıq edirsiniz. «*Bu gün dərs olmayacaq*» cümləsində məhz hansı sözü vurğulamanızdan asılı olaraq «duyğulanın», başqa sözlə, nidanı nəzərə çarpdırın.

Dırnağa alınan sözlərin sezdirilməsi: Adətən, bu intonasiya sitat (iqtibas) gətirərkən gərək olur. Məşqçi öz qərarını «*çox ağır, ancaq indiki şərtlərdə çox zəruri» adlandırdı*» cümləsində sitatları ya daha ucadan, ya daha ləng, ya da daha sürətli, eyni zamanda daha aydın oxuyun. Səs tonunu da dəyişdirin ki, mətnlə sitat arasındakı fərqi dinləyici sezsin.

Mötərizəyə alınmış sözlərin bildirilməsi: «Konsertə *50 min nəfərin qatıldığı (rəsmi xəbər agentliyi seçki öncəsi konsertə məhz bu*

qədər adamın gəldiyini bildirib), üstəlik, çox isti hava şəraitində yerə cəmi 10 limonad şüşəsinin atılması inandırıcı görünmür» cümləsini normal səslə oxuyun, ancaq mötərizədən əvvəlki «konsertdə» sözünə çatarkən səsinizi kəskin yüksəldin və mötərizədəki sözləri daha alçaq səslə, həm də daha sürətli oxuyun. Mötərizə bitəndən sonra gələn «*üstəlik, çox isti hava şəraitində*» sözlərini eynən «konsertdə» sözü kimi səsi kəskin qaldırmaqla birnəfəsə sezdirin və sonra adi intonasiyayla fikrinizi bitirin. Yəni mötərizə intonasiyası ilə mötərizədənkənar sözlərin intonasiyası fərqli olsun.

Xəbər çatdırmanın özəllikləri

Biz artıq radio yayımında xəbər proqramlarının yeri, əhəmiyyəti, formaları, spesifik cəhətləri və s. barədə danışmışıq. Xəbər proqramına və ayrılıqda informasiyaya, bir məlumatın özünə verilən tələblər də məlumdur: aktuallıq, operativlik, gərəklik, dürüstlük, yenilik, maraqlılıq və s.

Bəs bütün bu keyfiyyətləri özündə daşıyan xəbər proqramını necə tərtib etməli, bu proqramı dinləyiciyə hansı üsulla çatdırmalı? Peşəkar radio və onun xəbər xidmətində çalışanlar üçün bunlar önəmli məsələlərdir. Yaxşı xəbər proqramı, yaxşı xəbər aparıcısı çevik və işyarıdan reportajlar komandası istənilən radionun başucalığıdır.

Yəqin ki, efirdə dinləmisiniz: bəzən xəbərləri uzun-uzadı cümlələrlə, çoxlu faktlar və rəqəmlərlə yüklənmiş ifadələrlə çatdırır, dinləyicini yoran bir üslubda təqdim edirlər. Burada bəzən problemin məğzi, hadisənin çatdırılması, kulminasiya və final verilir. Əslində bu **«balıq üsulu»dur** və burada hər şey (baş, gövdə, quyruq) balığın quruluşuna uyğunlaşdırılır. Lakin buradakı uzunçuluq çox vaxt dinləyicini yorur. Bəlkə də belə bir formanı bir qayda olaraq, hər hansı mövzuda tapşırılmış mövzuya esse yazarkən, siyasi şərh verərkən istifadə etmək olar. Amma xəbərdə belə yanaşma heç də həmişə özünü doğrultmur. Dinləyici yenilikləri uzun-uzadı formada, haşiyəyə çıxmadan, qısa, aydın şəkildə öyrənməlidir. Axı informasiya ilə işləyən jurnalistlərin əsas vəzifəsi xəbəri dürüst və operativ çatdırmaqdır! Məhz buna görə də radio xəbərlərində **çevrilmiş piramida** adlanan prinsipdən istifadə olunur, yəni aparıcı əvvəlcə xəbərin ən əhəmiyyətli hissəsini təqdim edir, sonra isə yerdə qalanını.

Xəbəri çatdırma təcrübəsində belə bir ənənə var: zərurət yarandığı halda liddən, yəni xəbərin ilk cümləsindən başlıq kimi də istifadə edilə bilər. İlk üç cümlə isə yığcam informasiya buraxılışının ayrıca xəbəri olur. Tam variant isə əsas proqramda təfərrüatı ilə verilən xəbər kimi səsləndirilir. Amma bu xəbərlərin hər bir hissəsi, bir tərəfdən ayrıca – müstəqil, digər tərəfdən isə bütövlükdə, tamamlanmış informasiya və publisistik əsərdir.

Qəzetdə də, televiziya və radioda çalışan jurnalistlər arasında tez-tez belə ifadə işlənir ki, çətini yazını başlamaqdır. Güya məqalə və ya xəbərin giriş və sonluğu tapılsa yerdə qalanı çox asandır. Əslində belə deyil, sadəcə yaxşı, uğurlu giriş tapmaq çətin olduğundan bu cür fikir formalaşıb. Radio informasiyada nəyi xəbər vermək önəmli olduğundan ilk cümləni, giriş cümləsinin uğurlu tapılması çox şey deməkdir. Əgər siz dinləyiciləri xəbərlərin əvvəlində maraqlandıra bilmədinzsə, onların çoxu xəbərin ardına qulaq asmayacaqlar. Siz

bütün yaradıcılıq məharətinizi işə salıb dinləyicini dalğanı dəyişdirməkdən saxlamalısınız. Məhz ilk cümlənin köməyi ilə dinləyici özünü balıq kimi informasiyanın qarmağında hiss etməli, öz heyrətini bildirməlidir.

Düzdür, dinləyicini «silkələyən» xəbərlər həmişə olmur, xüsusilə ölkə daxilində. Buna görə də ağır yük məhz jurnalistlərin, bizim sizinlə, adi və sadə görünən xəbərə auditoriyanın diqqətini maksimum cəlb etmək qabiliyyətimizin üzərinə düşür. Bəs buna necə nail olmalı?

• Bu sualın ən yaxşı cavabı qəliblərdən, indi radio və televiziyalarda yaranmış **şablonlardan qaçmaqdır**. Adətən, bəzi radiolarda xəbər tərtib olunarkən əvvəlcə zaman və məkan haqqında ikinci dərəcəli informasiyanı önə verir, yalnız sonra hadisənin əsas mahiyyətini açırlar. Belə tipik hallardan kiçik bir «parça»:

«Bu gün Bakıda – Rəsm qalereyasında Cəlallədin Rumiyə həsr olunmuş sərgi açılıb. Rəssamlar İttifaqından bildirilib ki, sərgi Azərbaycanda başlanan Mevlana həftəsi çərçivəsində gerçəkləşdirilən ilk tədbirlərdən biridir. Mevlana günləri Konya şəhər bələdiyyəsinin təşəbbüsü və Azərbaycan Mədəniyyət və Turizm nazirliyinin dəstəyi ilə keçirilir».

«İdman xəbərləri. Bu gün İtaliyada voleybol üzrə Avropa kuboku uğrunda start götürmüş yarış davam edəcək. İlk oyunları uğursuz keçmiş «Azərreyl» komandası bu gün yerli voleybolçulara 1:3 hesabilə uduzub. Rusiya və Türkiyə voleybolçularının görüşü isə ikincinin qələbəsi ilə sona çatıb».

Hər iki halda birinci cümlənin, başlanğıcında hadisələrin məkanı və zamanı haqqında informasiya verilib. Bizim radiolar üçün bu əsl bəladır, demək olar ki, xəbər buraxılışlarının hamısında xəbərlər yalnız bir sözlə başlayır: «Bu gün Bakıda», yaxud «Bu gün İtaliyada...», «Aldığımız məlumata görə bu gün Gəncədə...» və s. Əslində əvvələ «**nə**» baş verməsi çəkilməlidir. Yəni əsas olan nəyin baş verməsidir, onun harada və nə vaxt baş verdiyi sonra deyilir. Yəqin ki, xəbərə xas olan 5 sual içərisinda bizim ən əvvəl cavab verməli olduğumuz sual budur – ***nə***?

Məsələn, birinci göstərilən xəbərdə Cəlaləddin Rumiyə həsr olunmuş rəsm sərgisi əsas xəbər deyil, əsas xəbər Azərbaycanda Mevlana günlərinin başlamasıdır. İkinci xəbərdə isə «Azərreyl»in İtaliya voleybolçuları ilə keçirdiyi oyununun nəticəsidir.

• ***Əsas xəbəri vurğulamaq, başlıca olayı ayırıb qabartmaq və onu əvvəldə vermək xəbər aparıcısının əsas vəzifəsidir.*** Xəbər agentliyindən gəlmiş, yaxud İnternetdən götürülmüş məlumatı olduğu kimi oxumaq üçün böyük ağıl lazım deyil. Əsas məsələ xəbər duyumu olmaq və *baş xəbəri hazırlamağı* öyrənməkdir. Siz tədricən bunu

öyrəndikcə xəbəri necə maraqlı tərtib edəcəyinizdən zövq alacaqsınız. Məsələn, yaxşı, kamil formaya və məzmunu dolğun əks etdirməyə aid bir nümunə:

«...Ən son xəbərləri təqdim edirik. Buraxılışımızın əvvəllində - **təxminən bir neçə saniyə əvvəl, Frans-Press agentliyinin verdiyi məlumat:** İraqda yeni terror aktı törədilib. Naməlum şəxslər sərnişin dolu avtobusu partladıblar. Bu hadisə Bağdadın mərkəzində baş verib, çoxsaylı qurbanlar vardır. Ölənlərin dəqiq sayı hələ məlum deyil. Amerika əsgərləri təhlükəsizlik tədbirlərini gücləndirirlər... »

• Xəbərlərin əvvəlində hərdən zaman zərfliklərini işlətmək olar: «*indicə*», «*bir neçə saniyə əvvəl*»; «*bir neçə dəqiqə sonra*» və s. Əslində bunlar – ***açar sözlər*** bir daha jurnalistlərin operativliyini nəzərə çarpdırır, xəbər işinin qaynarlığını, xəbər toplama prosesinin daimiliyi effektini qabardır, həm də dinləyicinin özünü baş verənlərin iştirakçısı kimi hiss etməsinə imkan verir. Bu anda heç kim dalğanı dəyişməyəcək. Çünki dinləyicidə baş verən hadisələrə məhz bu anda şərik olmaq hissi hakim kəsilir.

Özünüzü ən adi bir şəraitdə – evdə, yaxud maşında radio-qəbuledicinin yanında təsəvvür edin... Radio nədir? Bizim işimizin və məişətimizin adi – bir qədər sakit, yaxud gur səsi. Yalnız efirdə açar sözlər səslənəndə, bütünlüklə diqqətimiz ona dikilir. Reklam biznesi mütəxəssislərinin hesab etdiyi kimi, onların sırasına «dolların kursu», yaxud «hava proqnozu» kimi ifadələr də daxildir. Bu sıraya «*təcili*», «*indicə*», «*bu dəqiqələrdə*», «*biz verlişimizi kəsməyə məcburuq*» və s. kimi sözlər də daxildir. Yenidən bu fikrə qayıdırıq ki, dinləyicini cəlb etmək və onu ovsunlamaq lazımdır. Hətta hansısa xəbərin efirdə bir neçə dəfə olmasına baxmayaraq, cəhd etməlisiniz dinləyici inansın ki, xəbərlər bu dəqiqə – ilk dəfə səslənir və məhz ona ünvanlanıb.

Xəbər üzərində işləyərkən bu prinsipi yaddan çıxarmayın: radio bütün hallarda indidir, indiki zamandır, hadisə və prosesin bu andaca davam etdiyi təəssüratını yaradan vasitədir. Bu prinsipə «real vaxt» effektləri, təkcə hadisə yerindən bilavasitə reportajla yox, yığcam xəbərlərdə də real vaxt (real time) görüntüsü yaratmaqla riayət etməyə çalışmaq lazımdır. Buna görə felləri tez-tez indiki və gələcək zamanlarda işlətmək lazımdır. Çalışın, onları xüsusi ilə məhz xəbərlərin ilk cümlələrində işlədin. Nümunə üçün iki xəbəri müqayisə edin:

«Birləşmiş Ştatların prezidenti Corc Buş İsraillə-Fələstin arasında yaranmış kövrək razılaşmanın pozulmasının əleyhinə **çıxış etmişdir**».

«Birləşmiş Ştatların prezidenti Corc Buş İsraillə-Fələstin arasında yaranmış kövrək razılaşmanın pozulmasının əleyhinə **çıxış edir**».

Bunlar ilk baxışdan xırda detal kimi görünür. Ancaq o, bizim

üçün çox vacib məqamı – baş verən hadisələrdə dinləyicilərin iştirakını daha tez təmin etməyimizə yardımçı olur. Təbii ki, bununla məlumatın mahiyyəti və məğzi qətiyyən dəyişmir.

Ümumiyyətlə, məlumatı «canlandırmağa» kömək edən universal bir qayda var: ***yalnız sona çatmış, bitmiş, davamı olmayacaq fakt haqqında keçmiş zamanda danışa bilərsiniz.*** C.Buş və Yaxın Şərq nümunəsinə qayıdırıqsa, burada prezidentin «əleyhinə» mövqeyi biranlıq, ötəri və keçici deyil, bir siyasi xətt kimi dünən də belə idi və indi də belə olaraq qalır. Efirə məlumat hazırlayarkən unutmamalıyıq ki, biz ***tarix yox, xəbər yazırıq.*** Buna görə də – mötəbərliyə xələl gətirməyərək, daha çox indiki zamanda yazmaq lazımdır. Əgər gəmi artıq batıbsa, biz isə deyiriksə ki, «gəmi batır», bu, ən azı yumşaq desək, doğru olmayacaq.

• İnformasiya materiallarının uğurlu çatdırma formalarından biri də iri xəbər buraxılışlarının əvvəlində səsləndirilən başlıqların düzgün seçilməsidir. Daha çox anons xarakteri daşıyan bu başılqlar ikili funksiya daşımalıdır. Bir tərəfdən dinləyiciyə yığcam məlumat vermək, digər tərəfdən dinləyicidə bu xəbərə güclü maraq oyatmaqdır. Yəni elə etmək ki, o, bütün proqrama, yaxud heç olmazsa, onun bir hissəsinə qulaq assın.

Hər bir başlığın içərisində mütləq hansısa «tapmaca», sirr və cazibə olmalıdır ki, dinləyicini bizim dalğada qalmağa və xəbərin davamına qulaq asmağa məcbur etsin. Ən vacibi odur ki, başlıqların həqiqiliyi pozulmasın və etik standartlara cavab versin. Əgər xəbərlər gedən andaca nə isə bir fövqəladə hal baş veribsə, bu barədə mütləq proqramda məlumat səslənməlidir. İmkan varsa, hadisə yerinə bağlanın. Təbii fəlakət və ya ağır cinayət baş veribsə, bunu qətiyyən gizlətməyə dəyməz və başlıqda da bu kifayət qədər yığcam və aydın göstərilməlidir. Belə başlıq «alışqan» kimi efiri tam mənası ilə titrətməlidir.

İnformasiya proqramları təkcə şifahi xəbərlər deyil, burada çoxsaylı müxbir materialları – paketlər, reportajlar, telefon bağlantıları və s. vardır. Xəbər aparıcısının (o həm də redaktordur) bir vəzifəsi də bu materialları müəyyən təqdimatla dinləyicilərə çatdırmaqdan ibarətdir. Bəzən aparıcı **reportaj müəllifinin yazdığı mətnləri** də oxumalı olur. Söhbət bütöv reportajdan yox, onun müəyyən hissəsinin oxunmasından gedir. Bəzi radiolarda reportyor, müxbir öz materialının əvvəlində aparıcı üçün təqdimat mətni yazır: adətən, ya fərqli təqdimat mətni yazılır, ya da müxbir reportajının giriş hissəsi başlığa çıxarılır. Xəbər aparıcısı bu təqdimatı oxuyur və reportajın ikinci hissəsi müxbirin öz səsi ilə efirə gedir. Bəzən informasiyanın ən mühüm

hissəsi aparıcı mətni ilə verilir, ardınca isə materialın özündə, bu halda müxbirin söhbəti ilə davam etdirilir. Prinsipcə, bu, pis təcrübə deyil, amma bəzən elə olur ki, aparıcı studiyadan həmin reportaja əlavələr edir, yekunlaşdırıcı cümlələr söyləyir. Bax bu, pis təcrübədir. Ona görə ki, xəbərlərin birinci hissəsini bir adam (aparıcı), ikinci hissəsini isə – nəyə görəsə başqa (müəllif) adam oxuyanda və üstəgəl aparıcı yenidən bu mövzuya qayıdanda dinləyici üçün efirdə çox tez-tez parçalanmış nəticə yaranır.

Formal səs dəyişmə prinsipinə görə material (reportaj, paket) belə doğranmaz və axırıncı cümləni aparıcı söyləyir kimi də təsəvvür yaradıla bilməz. Xüsusilə, materialda danışılan mövzu haqqında reportyordan sitat gətirməyə davam etmək yol verilməzdir. **Müxbir materialı bitmiş, bitkin bir əsər olmalıdır**, aparıcının vəzifəsi isə reportajda danışılanla əlaqədar (əgər ehtiyac varsa) daha bir əlavə məlumat verərək, onu sadəcə bağlayıb başqa materiala keçidi təmin etməkdən ibarətdir.

Başqa bir məsələ. Biz hərdən müxbirin hazırladığı materialın təqdimatında dəyişiklik edə bilərikmi? – deyə düşünürük. Müxbirlər – savadlı jurnalistlərdir, öz işlərini bilirlər, hər şeydən əvvəl öz materiallarının necə təqdim olunmasını daha yaxşı təsəvvür edirlər. Amma başqa tərəfdən də yaddan çıxarmayaq ki, bizim hər birimizin öz yazı üslubumuz var. Təsəvvür edin ki, müxbir təqdimatı poetik dillə ifadə edib, amma mən bir aparıcı kimi, o üslubda danışsam dinləyiciyə heç nə aydın olmayacaq. Belə şeylər həmişə adam başqasının sözləri ilə danışmağa başladıqda tez nəzərə çarpır. Əgər aparıcı mətni və müxbir materialı müxtəlif üslublarda səslənirsə – bu normaldır. Ancaq bir proqram, bir aparıcı eyni üslubda olmalıdır, haçalanma baş verməməlidir. Ona görə də həmkarlarınızın sizin üçün hazırladığı, təqdimatlara həmişə yaradıcılıqla yanaşın və onlara əl gəzdirməkdən çəkinməyin. Məncə, danışdığımız bu prinsiplərin heç olmazsa bir hissəsindən istifadə etsəniz, çalışdığınız radionun və ya apardığınız xəbərlər proqramında nəyisə dəyişməyə nail ola bilərsiniz.

- Məlumatları aldığınız **xəbər qaynaqları** ilə əlaqələrinizi həmişə qaydada saxlamalısınız. Bu sizə hadislərdən daim xəbər tutmağa, efirə verdiyiniz hər bir məlumatın dəqiq olmasına kömək edəcək. Əslində bu qaynaqlar xəbər sturkturunda çalışan hər kəsə bəllidir, amma xüsusən özəl radiolarda daha çox həvəskarların çalışdığını nəzərə alsaq, xəbər mənbələrinin aşağıdakılardan ibarət olduğunu xatırlamağın zərəri yoxdur:

– redaksiya təqvimi (radeksiya jurnalı da deyilir. Təqvim məlumatlarını, müxtəlif idarə və qurumların tədbirlər planını və s. bənzər şeyləri nəzərdə tutur);
– agentlər (Prezident administrasiyasında, parlamentdə, məhkəmələrdə, nazirliklərdə, teatrlarda və başqa yerlərdə çalışan, amma inandığınız adamlar. Anonim qaynaqlar, adətən, vicdanlı agentlərdən formalaşır);
– uzmanlar, bilicilər, ekspertlər;
– DİN və fövqəladə xidmət qurumları;
– rəsmi məlumatlar;
– siyasi partiyalar;
– QHT-lər və həmkarlar təşkilatları;
– hazırladığınız proqramlar;
– stringerlər (olay ovçusu sayılan azad reportyorlar);
– mətbuat konfransları, brifinqlər;
– informasiya agentlikləri, internetdəki xəbər saytları;
– mətbuat xidmətləri, faks məlumatları və press-relizlər;
– qəzetlər və televiziyalar;
– olayın şahidləri;
– arxiv materilları və audiotekalar;
– öz müşahidələriniz və s.

Bəzən açıq xəbər mənbələri ilə yanaşı, jurnalistlər gizli qalmaq istəyən anonim qaynaqlarla da işləmək zərurəti ilə üzləşirlər. Bu zaman nə etməli və hansı qaydaları gözləməli? Məsələn, BBC radiosunun prodüserinin iş prinsipinə görə, bir mənbənin informasiyasına əsaslanmış xəbərlər yalnız aşağıdakı hallarda səsləndirilir:

– hadisə böyük ictimai maraq doğurubsa və onun efirə verilməsi zamanı bütün lazımi qaydalara riayət olunubsa;
– əgər mənbə anonimdirsə və xüsusən də onun verdiyi məlumatda ciddi ittihamlar varsa, dinləyicilər mənbənin niyə gizli qalmaq istədiyini və BBC-nin ondan aldığı informasiyanı niyə etibarlı saydığını bilməlidirlər;
– heç bir halda dinləyicidə anonim mənbənin kimliyi haqqında yanlış fikir oyatmaq, dinləyicini aldatmaq olmaz. Əsassız fərziyyələr irəli sürməkdənsə, heç bir informasiya verə bilməyəcəyinizi izah etmək daha yaxşıdır. İnformasiya mənbəyinin məxfiliyinin qorunması – jurnalistikanın başlıca prinsiplərindən biridir;
– yeganə anonim mənbənin əhəmiyyətini qətiyyən böyütmək

olmaz. Efirə buraxılmanın məsuliyyətini daşıyan proqram redaktoru anonim mənbənin etibarlığına əmin olmalı, bu mənbənin mənşəyinin hər təfsilatını öyrənməlidir.

Xəbərləri yazarkən çox diqqətli olmanız lazımdır. Efirdə səslənəcək xəbərin çatımlı, anlaşıqlı olması və asan qavranılması üçün aşağıdakı incəliklərə diqqət yetirmək vacibdir:

- sizdən yalnız hadisəni xəbərləmək tələb olunur. Bunun üçün əvvəlcə ən önəmli faktı bildirin, sonra yığcam və anlaşıqlı şəkildə olayın məzmununu çatdırın;
- xəbər yazmaq bir əhvalatı anlatmaq deməkdir. Ona görə elə yazın ki, dediklərinizi anlamaq üçün dinləyiciyə əlavə səy və bilgi lazım gəlməsin;
- hər cümləniz fransız standartlarına uyğun şəkildə – mümkün qədər qısahecalı və sayca az (maksimum 6-8) sözdən ibarət olsun;
- xəbəri «bu gün», «dünən» sözləri ilə başlamayın. Bunları 1-ci və ya 2-ci cümlənin içərisində əridin. Məs., *«Bu gün Gəncədə ağır yol qəzası olub»* yox *«Gəncədə bu səhər yol qəzası olub»* yazmaq daha doğrudur.
- xəbərdə sifətlərin (xüsusən şiddətləndirici) işlədilməsi məqsədəuyğun deyil. Məs., *«Qaçqın qəsəbəsinə su gilə-gilə gəlir»* cümləsini *«qəsəbəyə su zəif gəlir»* kimi işlətmək lazımdır;
- az rəqəm işlədin və rəqəmləri mümkün qədər yuvarlaqlaşdırmağa (tutalım 6-8 yerinə 7) çalışın;
- qısaltma sözlərdən istifadə edərkən ifrata varmayın. Məs., Dövlət Sosial Müdafiə Fondu əvəzinə DSMF işlətsəniz anlışılmazlıq olacaq;
- işlək olmayan, aztanınan coğrafi adlardan qaçın, çünki radioda xəritə göstərmək mümkün deyil;
- hər bir xəbər: nə? harada? nə vaxt? kim? niyə? suallarına cavab verməlidir;
- «üzdəniraq», «bədnam», «belə adlandırılan» tipli ilkin münasibət bildirən sözlərdən qaçın;
- eyhamlara, dırnaqarası, kinayəli sözlərə, sarkazma da uymaq olmaz;
- xəbəri mənfi emsoiyalı, bədbin və ümidsiz ifadələrlə başlamayın. Əgər məlumat ağır təyyarə qəzası barədədirsə, bu haqda ilk xəbəri *«təyyarə qəzasında 57 nəfər ölüb»*lə başlamayın. *«Təyyarə qəzası baş verib və*

17 nəfər yaralı xilas olub» daha münasib girişdir. Ölənlərin sayını sonra verə bilərsiniz. Bu məqamda təsəlli çaları daha önəmlidir;

- hadisə yerində olmusunuzsa, mütləq küyləri (maşın səsləri, danışıqlar, su səsi və s.) yazın, bunlar olay yerinin təsviri üçün «görüntü» rolunu oynaya bilir;
- yazacağınız cümlələri ucadan oxuyub, aydın səslənişə əmin olub sonra qeydə alın;
- yazdığınız xəbəri başqası (diktor, aparıcı) oxuyacaqsa pauza və məntiqi vurğuları işarələyin;
- yadda saxlayın: xəbərin ilk cümləsi təkcə lid (özət) deyil, məlumatın əsası, canıdır;
- xəbərin quruluşuna xüsusi önəm verin: çalışın ki, ilk tutarlı cümləniz həm də xəbərin başlığı olsun, qısa xəbər buraxılışındakı ilk 3 cümləniz sonrakı (ara, ana bülletenlərdə) buraxılışlardakı xəbərə bənzəsin;
- dinləyicinin söylənən bir şeyi bir dəfəyə anlamağa çətinlik çəkdiyini yaddan çıxarmayın, odur ki, qısa yazın. Radio üçün ən uzun xəbər 45-50 saniyədən çox olmamalıdır.

Tutaq ki, xəbərlər bu qayda ilə yazılıb və onu efirə siz oxumalısınız. Artıq bu, sonuncu mərhələdir, dinləyici ilə üz-üzəsiniz. Mikrofondan o yana auditoriyadır. Bu zaman nə etməli və hansı qaydaları bilməlisiniz?

Xəbər oxuyarkən:

- mikrofon açılana qədər çalışın ki, xəbərlərlə mütləq tanış olub öyrənəsiniz. Bu prosesdə dilinizi çətin kəlmələrə alışdırın, mənasını bilmədiyiniz sözləri ya öyrənin, ya da dəyişdirin;
- mətn üzərində işarələmə əməliyyatı aparın: vurğuları, pauzaları öz bildiyiniz işarələrlə qeyd edin;
- anlamadığınız qısaltmaları açın;
- mikrofon qarşısında süst və ölüvay olmayın. Canlı, diri oxuyun, içinizdə bir ritm müəyyənləşdirib ona uyğun tempdə oxuyun, heç vaxt tələsməyin;
- təsəvvür edin ki, xəbəri bir nəfər üçün oxuyursunuz, əgər radioda davamlı xəbər oxuyursunuzsa, çalışın ki, öz oxu tərzinizi, fərdi üslubunuzu formalaşdırasınız. Bu zaman dinləyici sizi üslubunuzdan tanıyacaq və qiymətləndirəcək.

Paket verilişlərini necə hazırlamalı?

Biz artıq paketin nə olduğunu, ona hansı tələblər verildiyini, hər hansı hadisə barədə bu formanın necə dolğun təsəvvür yaratdığını bilirik. Paket həcm etibarilə çox yığcam, amma əhatə etdiyi məzmun baxımından çox dəyərlidir. Burada bir ingilis satirik jurnalının redaktorunun, digər rəqib bir satirik jurnal haqqında sözləri yada düşür. «Balacadır, amma satirası çox gözəldir». Radio üçün hazırlanan paket verilişləri də məhz belə olmalıdır: qısa, yığcam və çox məzmunlu. Təsadüfi deyil ki, dünyanın aparıcı radiolarında paket verilişlərinə «qısa sənədli film» və ya konkret mövzusu olan qısa sənədli proqram deyilir.

Paket verilişləri radionun spesifikasını dolğun əks etdirən, ona xas elementlərin bir yerə cəmlənmiş formasıdır. Müəllif işinin özünəməxsusluğu, mövzunun aktuallığı, zəngin səs palitrası, bir-biri ilə əlaqədar hissələri assosiativ birləşdirməsi və rəngarəng səs bölümlərinin olması ilə seçilən paketlər radionun yaradıcılıq təcrübəsində çox geniş yayılıb.

Radioda elə mövzular olur ki, adi studiya səsindən başqa – əlavə səslər də tələb edir. Paket verilişi müxbirin, mətni yazanın, montajçının və aparıcının bacarığından bəhrələnməklə, real həyatı yenidən canlandırıb dinləyicilərə çatdırır. Paket istənilən radio verilişinə kolorit və əlvan rəng qatıb, onu daha maraqlı və daha canlı edə bilər. Buna nail olmaq üçünsə, siz ilk növbədə paketə yaxşı hazırlaşmalısınız.

Hazırlıq. Siz problemi diqqətlə öyrənməli, nə barədə danışmaq istədiyinizi incəliyinədək bilməli, paketin planını dəqiq tutmalı və strukturun nədən ibarət olduğunu müəyyənləşdirməlisiz. Bu, sizə müsahibləri düzgün seçməyə, hansı arqument və əks arqumentlərdən istifadə edəcəyinizi müəyyənləşdirməyə imkan verəcək. Bundan başqa siz müsahibədə hansı sualların münasib olduğunu, yaxud, məsələn, sizi maraqlandıran problemlə bağlı kimin çıxışından hansı parçaları yazmaq lazım olduğunu müəyyənləşdirə bilərsiniz. Axı problemə müxtəlif baxışlar olur, ona görə də əksər hallarda sizə müəyyən nöqteyi-nəzəri müdafiə edən bir natiq və digər mövqeyə xidmət edən başqa çıxışçı lazım olacaq. Əgər öz işinizi yaxşı qursanız, paketin son tərtibatı zamanı ortaya çıxan problemləri aradan qaldırmaq üçün tər tökməli olmayacaqsınız. Çox güman ki, paketin hazırlanması üçün vaxtınız az olacaq, ona görə də mövcud vaxtdan maksimum səmərəli istifadə edin.

Struktur. Yaxşı paketin dəqiq və düşünülmüş strukturu

olmalıdır. Əvvəlcə toplaya bildiyiniz səsləri, söhbət və müsahibələri, arxiv materiallarını yaxşıca dinləyin, süjeti necə quracağınızı düşünün və hadisəni ən yaxşı formada qura biləcəyiniz materialları seçin. Reportyor kimi sizin rolunuz çox vacibdir, əlinizdə olan hazır materialdan öz yazdıqlarınızın və düşündüklərinizin illüstrasiyası kimi istifadə etməməlisiniz. Hadisəni məhz sizin topladığınız qeydlər «danışmalıdır», sizin rolunuz isə onlar arasında məna əlaqələrini qurmaq, süjeti bir vahid halında formalaşdırmaqdan ibarət olmalıdır. Natiqləri, danışıq və səsləri dəqiq qeyd edin və öz bağlayıcı mətnlərinizdə bu əlavələrin məzmununu təkrarlamayın. Bu, yaxşı alınmır və dinləyicini qıcıqlandırır.

Yaxşı, maraqlı və təbii ki, tamamlanmış paket, barəsində danışılan hadisənin, vəziyyətin təsviri və izahından, nəticəyə doğru aparan arqument və əks arqumentlərdən ibarət olmalıdır. Əgər siz müəyyən əhvalatı danışırsınızsa, o zaman hadisələrin necə inkişaf etməsi və nə ilə nəticələnməlisini «göstərməlisiniz», seçdiyiniz elementlər də məhz buna xidmət etməlidir.

Yaradıcılıq prosesi: Paket verilişini maraqlı etməyin müxtəlif yolları var. Klassik üsul reportyordan, müxbirlərdən istifadə edilməsidir. Müxbir orijinal söhbətdən istənilən hissələri və canlı səsi bir yerə cəmləyir, buna uyğun mətn yazıb, onu səsləndirir. Bəzən müxbirin bağlayıcı cümlələrini yenidən düzəltmək üçün böyük bacarıq tələb edən başqa bir mövzu paketi də olur. Məsələn, girov götürülən şəxsin azad edilməsi ilə bağlı BMT-nin Baş Katibi, ABŞ prezidenti, girovun özü, onun həyat yoldaşı və tanışları çıxış etmişdilər. Bu materiallar hamısı birdən deyil, gün ərzində xəbərlərin ayrı-ayrı buraxılışlarında yayımlanmışdır. Belə paketə «seçmə» də deyilir. Prodüserin belə bir materiallar bolluğundan lazımlı hissələri seçə bilmək, təsirli montaj edə bilmək və düzgün bir mətn yaza bilmək üçün çox böyük bacarığı olmalıdır. Bu işdə çeviklik, tez qərara gəlmək vacib şərtdir.

Aktual verilişlərdə paketin daha bir vacib funksiyası da var. Tutalım, müxbir mübahisəli bir mövzunu araşdırmaq üçün hadisə yerinə gedib. Məsələn, Qəbələ RLS-nin ABŞ-la Rusiyanın birgə işlətmək ehtimalından paket hazırlamalı, bu məsələyə müxtəlif münasibətləri öyrənməli, yerli əhalinin rəylərini əks etdirməlidir. Yaxud jurnalist (reportyor) xarici neft şirkətinin bir strukturunun bağlanması mövzusunda neftçilər, onların ailələri, həmkarlar ittifaqının üzvləri, hüquq müdafiəçiləri və səlahiyyətli şəxslərlə müsahibə aparmalıdır. Qısa bir paketdə ən yaxşısı, müxbirin əks tərəfin münasibətlərini doğru-dürüst qeyd etməsidir. Gözəl hazırlanmış xəbər, studiyada Həmkarlar ittifaqının sədri ilə neft

şirkətinin rəhbəri arasında aparılacaq söhbət üçün lazımlı başlanğıc nöqtəsi ola bilər.

«Mövzu»ya dair başqa bir paket növü də mövcuddur. Tutalım ki, nə Həmkarlar ittifaqının sədri, nə də Neft şirkətinin rəhbəri yerli bir strukturun ləğvinə görə hazırlanan verilişdə iştirak etmək istəmirlər. Buna baxmayaraq, siz hər iki tərəfdən ayrı-ayrılıqda müsahibə alıb, montaj vasitəsilə müzakirə verilişi hazırlaya bilərsiniz. Ancaq ədalətli olmaq və balansı qorumaq üçün hər iki tərəfə də eyni sualları verməlisiniz. Bunun üçün icazə almağınız vacib deyil, ancaq məqsədinizi adamlara əvvəlcədən bildirsəniz daha yaxşı olar. Unutmayın ki, onların da bunu qəbul etməmək hüququ var.

Paketlər, əsasən studiyadan kənarda hazırlanır, amma bu, mütləq qayda deyildir. Elə paket olar ki, bütövlükdə studiyada hazırlansın. İncəsənətin bu və ya başqa sahəsi ilə bağlı və ya tarixi mövzular üçün yalnız musiqi parçaları, hazır mətni oxuyacaq təcrübəli səslər və gözəl bir bağlanış mətni lazım ola bilər. Əsas odur ki, dinləyici, veriliş qurtarana kimi sizin toxunduğunuz mövzuya maraq göstərsin.

Paketin həcmi. Hazırladığınız materialın efirdə nə qədər səslənməsinin də önəmi var. Bu, faktdır ki, paketdə nə qədər çox müxtəliflik olarsa, dinləyicinin diqqətini bir o qədər çox cəlb edər. Qarışıq mövzulu bir paket üçün daha uzun yayım müddəti lazımdır. Məsələn, 30 dəqiqəlik bir maqazin verilişində reportajlar 2, adi müsahibələr isə 1,5-2 dəqiqə davam edir. Bu, maqazin verilişinin tərkibində olan paket hissəsinin 4 və ya 5 dəqiqə olduğunu bildirir. Ancaq verilişin vaxtı artdıqca paket də artırıla bilər. Ümumiyyətlə, çalışmaq lazımdır ki, paketlər 3-4 dəqiqədən çox olmasın. Xüsusən, musiqi yönlü radio kanallarında paketlər qısa, məzmunlu və dolğun hazırlanmalıdır.

Diqqət yetirməli məqamlar. İlk növbədə paketdə hansı hissələrin olduğunu müəyyən etməli, ardıcıllıqla hansı işi görməli, hansı yaradıcılıq və texniki işi görməli və nəhayət işi necə tamamlayacağınızı əvvəlcədən bilməlisiniz. BBC və «Azadlıq» radiolarının təcrübəsinə əsasən, aşağıdakı tövsiyyələrə diqqət yetirmək məqsədəuyğundur:

- *hər şeydən əvvəl* bir ideya olmalıdır. Fərqi yoxdur ki, ideya sizin ya da başqasınındır;
- düşünün ki, hadisə nə barədədir və bu mövzuda danışmaq niyə önəmlidir?
- mövzunu diqqətlə öyrənin və paketi planlaşdırın. Bu, işə başlayanda vaxtınıza qənaətə kömək edəcək;
- *ikinci mərhələ* hazırlıq və materialları toplamaqdır:

müsahibələr, səslər, sənədli əlavələr və s. yığılır;

- çox şey yazmayın. Sizə yalnız kiçik kliplər lazım olacaq;
- fonu, ətraf mühiti, atmosferi qeydə alın – siz paketi quranda ondan istifadə edəcəksiniz;
- səviyyəli, məzmunlu suallar yazın, bunlardan harada istifadə edəcəyinizi düşünün;
- toplanılan yazıların siyahısını tərtib edin;
- seçdiyiniz kliplərin süjetin əsas strukturunu əks etdirəcək qaydada düzün;
- müsahibələrinizi müəyyənləşdirin;
- *üçüncü mərhələdə* işlər çoxalır: müsahiblərlə danışır, dəqiqləşdirmə və seçmə aparırsınız;
- dəvət edəcəyiniz şəxslərə zəng etmək, onlarla görüşmək və studiyanın hazırlanması kimi işləri sonraya saxlamayın. Bir müsahibə ilə digəri arasında müəyyən qədər fasilə saxlamağa çalışın;
- əgər studiyadan kənarda səs yazacaqsınızsa, diktofonunuzu hazır saxlayın. Özünüzlə lazım olandan bir qədər artıq kasset və batareya götürməyi unutmayın, hər şey ola bilər;
- səsi yazandan sonra mütləq yoxlayın, özü də obyekti tərk etməzdən əvvəl. Diktofonunuzda texniki problemi və ya öz səhvinizi dərhal aşkar etsəniz, adamlar sizə təkrar müsahibə verməkdən imtina etməzlər;
- əlaqə yaratmaq vacibdir. Dəqiq olun: görüşlərə təyin etdiniz vaxtda gedin. Nə olursa-olsun gecikməyin. Bir az əsəbi iştirakçılar işinizi çətinləşdirə bilər.

Studiyada səsyazma mərhələsi sizdən çox diqqətli olmağı tələb edəcək (xüsusən, əgər hələ də lentlə işləyirsinizsə). Bunun üçün:

- sizə lazım olan bütün məlumatları yanınızda saxlayın;
- materiallarınızı şifrələyin. Həm lentlərin üstündə qeyd edin, həm də səsinizi yazın. Montaj zamanı lenti çox irəli-geri verməyin, cəld işləməyi öyrənin;
- lentləri montaj edəndə nəzərə alın ki, mətni təşkil edən hissələrin nisbəti 1:2 və ya 1:3-dir. 4-5 dəqiqəlik paket üçün 3 dəqiqəlik bir material lazımdır;
- istifadə edəcəyiniz hissələri lentə köçürdükdən sonra, oturub ona uyğun mətn yazın. Hissələrin ümumi davametmə müddəti məlumdursa, bağlayıcı mətninizin

nə qədər olacağını hesablamağınız çətin deyil;

- musiqi və ya hansısa effekt əlavə etmək istəyirsinizsə, onları da bu mərhələdə edin, sonra çətinliklər yaranır;
- paketinizi lentə köçürməmişdən əvvəl studiya rəhbəri və ya baş redaktorunuz mətninizi və paketə daxil olan hissələri oxuya bilər. Mətninizi, texniki təlimatlar da daxil olmaqla, kompyuterdə yazın. Mikrofon qarşısında xışıldayan kağızdan istifadə etməyin;
- paketinizi təhvil verməzdən əvvəl ona bütövlükdə bir daha qulaq asın və materialın dinamikliyinə və xronometraja diqqət edin. Sizə uzun görünən hissələri dərhal çıxarın;
- yazdığınız lentlə birlikdə hazırladığınız paketə aid bir təqdimat-giriş mətni də verin.

Bəzi *təşkilati məqamları* da yadda saxlayın:

- pul ödəniləcək müsahibələr haqqında baş redaktorunuza məlumat verin. Ödəmə işləri əvvəlcədən danışılmalıdır, amma studiya rəhbərliyi ilə razılaşmadan siz heç kimə qonorarla bağlı söz verməməlisiniz;
- bütün xərclərinizi haqqında məlumatı verilişə məsul şəxsə təqdim edin. Müəllif hüquqlarına diqqət edin və bu problemlə üzləşdikdə lazımi şəxslərə müraciət edin;
- əgər ştatdankənar reportyor kimi işləyirsinizə, pulunuzun ödənməsini səbrlə gözləyin.

Ən asan paket verilişi yaxın bir ərazidə, səs yazılmasına əlverişli, müsahibə aparmaq istəyən şəxslərlə və sadə bir mövzu ətrafında hazırlanan verilişdir. Belə bir asan paket verilişinin hazırlanması üçün bəzən bir gün yarım vaxt tələb olunur. Yarım gün səs yazma, yarım gün montaj, yarım gün də mətni yazmaq. Bütün bunları bir yerə toplamağa da studiyada xeyli vaxt gedir.

Səslər. Əgər paket hansısa hadisəyə, hansısa faktın bərpasına aiddirsə və ya məsələn, iqtisadi mübahisə barədədirsə, mütləq süjeti səslərin düşünülmüş istifadəsi ilə zənginləşdirmək lazımdır. Bu səslər verilişdə lazımi atmosfer yarada, paketin müəyyən məqamlarını qabarda bilər. Ona görə də səslərlə (küylər) işləyərkən bunları yadda saxlamaq vacibdir:

- Əgər siz alqışlardan, addım səslərindən, marşlardan, yaxud istehsalat epizodlarından, musiqidən və s. istifadə edəcəksinizsə, onda bir az artıqlamasilə yazın ki, bunu süjetin səs tərtibatı zamanı gen-bol istifadə etmək mümkün olsun.
- Əgər məsələn, müsahibəni dəzgahların səs-küyü fonunda

yazırsınızsa, bu səsləri müsahibədən əvvəl və ya sonra ayrıca yazın ki, paketin son işlənməsi zamanı söhbət fraqmentlərinin təsirliliyini artırmaq üçün istifadə edə biləsiniz.

- Bir şeyi nəzərə alın ki, münasib izahatla müşayiət olunmayan səslər əksər hallarda informativ olmur. Məsələn, uçan təyyarənin çıxardığı səs dinləyiciyə tozsoranın səsini xatırlada bilər.
- Bağlayıcı mətnlərinin səs müşayiətini aydınlaşdırmasına, onun süjetlə uyğun olmasına da xüsusi diqqət yetirin.

Paket hazırlanması prosesində bəzi incə məqamlara da diqqət yetirilməsi vacibdir. Məsələn, heç vaxt yanlışlıq doğuran əlaqələndirmələrə yol verməyin. Söhbət iştirakçılarının adlarını, vəzifələrini, istifadə olunan səsləri və s. mütləq dəqiqləşdirin. Əgər giriş ifadəsində sonuncu olaraq reportyorun adı səslənirsə, əsas mətni başqa adamın sözləri və ya digər səslərlə başlamayın. Müsahibə iştirakçılarına əvvəlcədən izah edin ki, siz onların yazılışını paketdə istifadə etmək istəyirsiniz və onlara epizod üçün daha kimlərin müsahibələrinin yazılacağını dəqiq bildirin. Nəzərə alın ki, əgər siz şəxsdən yarım saat ərzində müsahibə alırsınızsa (əslində buna heç bir ehtiyac yoxdur), hazır paketdə lentə yazılmış söhbətdən yalnız 15 saniyəlik parçanı eşidərkən onun bir qədər pərt olacağı istisna edilmir.

Müsahibə aldığınız adamlarla səmimi olun: əgər əslində özgə materialdan istifadə edirsinizsə, kimdənsə özünüzün müsahibə aldığınızı deməyin. Və nəhayət, **ən əsası** – yalnız uyğun material tapa bilmədiyiniz üçün süjetinizin istiqamətini dəyişməyin. Əgər material toplamaqla bağlı bəxtiniz gətirməyibsə əlinizdə olan informasiyanı nəzərdə tutulan süjet fokusundan yayındırmayın.

Paketin ictimai reaksiya baxımından *narahat tərəfləri* də ola bilər. Daha çox siyasətçilər və iş adamları gələcək karyeralarına təsir edə biləcəyindən, radio üçün dediklərinin düzgün verilməsi, yanlış yazılmaması mənasında çox tələbkardırlar. Paket verilişlərinin prinsipləri xəbər və aktual digər ictimai-siyasi verilişlərin prinsiplərindən fərqlənmir. Montajda diqqətli olun, bu proses materialınıza əlvanlıq qatmaq üçün gözəl imkanlar verir. Ancaq bu imkanlardan istifadə edərkən ümumi prinsiplərə diqqət etməlisiniz. Mübahisəli mövzulara həmişə həssas yanaşın. Belə materiallar yayımçı üçün kifayət qədər problemlər yaradır, ancaq siz oyunun qaydalarına görə ədalətli mövqe göstərirsinizsə, qorxmağınıza heç bir lüzum yoxdur.

Biz paket haqqında ona görə bu qədər ətraflı danışırıq ki, sizin bu qaydaları və prinsipləri öyrənib əməl etməyiniz çox önəmlidir. Beləliklə, «Yaxşı paketi necə düzəltməli?» sualına cavab vermək

üçün aşağıdakı qaydaları yadda saxlayıb onlara əməl etməliyik:

- yaxşı paket quruluşca belədir: a) aparıcının bağlayıcı sözləri; b) müxbir (reportyor) söhbəti; 3) müxtəlif müsahibələr (o cümlədən arxiv səsləri). Bu struktura əməl etmək;
- problemə münasibətdə bütün nəzər nöqtələrini işıqlandırmaq;
- haqqında danışılan problemin kontekstini açmaq;
- hadisənin atmosferini «göstərmək», hadisəni təsvir edib mənzərəni dürüst əks etdirmək;
- haqqında danışılan tarixçənin lentlərdəki səslərin özünün nəql etməsinə imkan vermək;
- əlinizdə olan səslərdən yaradıcılıqla istifadə etmək.

Radiokanal: formata necə uyğunlaşmalı?

Zaman etibarilə efirdə kifayət qədər geniş yer tutan radiokanallar maraqlı bir format kimi dinləyiciləri özünə çox cəlb edir. Çünki burada proqram boyu səslənən bir çox materiallar birbaşa dinləyici marağı ilə bağlı olur. Burada dinləyicilər üçün gözlənilməzliklər də çoxdur. Bu mənada radiokanalı ağzı bağlı sandığa oxşada bilərik. Ona görə ki, bu növ verilişdə hər mövzuya rast gəlmək mümkündür: ictimai-siyasi həyatda yeniliklər, dini söhbətlər, hava haqqında məlumat, qəzetlərin xülasəsi, yollardakı vəziyyət, iqtisadiyyat, idman, paket verilişləri, canlı yayımda müzakirələr, arada musiqi və çoxlu sayda müsahibələr və s. Bəzən belə proqramları maqazin verilişləri də adlandırırlar və hesab edirlər ki, burada müxtəlif mövzulara toxunmağa ehtiyac yoxdur. Məsələn, avtomobillərlə əlaqədar olan radiokanalda yollardakı vəziyyət, avtomobil testləri, yol-nəqliyyat qaydalarına aid mövzular və təhlükəsizlik kəmərindən danışmaq kifayət edər. Qadınlar, istehsalçılar, əlillər, gənclər və yaşlılar üçün, qısası ağlınıza gələn hər bir maraq sahəsinə dair də maqazin verilişləri hazırlamaq mümkündür.

Bütün növ radiokanallar üçün, ilk növbədə **uğurlu təqdimat** vacibdir. Bu təqdimat ritmik musiqi və ya sözlə, ya da hər ikisi birdən ola bilər, yəni cazibədar musiqi fonunda yaddaqalan və populyar cümlələrdən ibarət təqdimat. Əslində təcrübədə təqdimatla bağlı iki baxış mövcuddur: 1) girişdə yalnız ritmik və ya çox cazibədar musiqidən istifadə etmək; 2) təkcə «Salam, hamınızı salamlayırıq» və ya «Xoş gördük!» demək kifayətdir. Əslində birinci baxış özünü daha çox doğruldur, bir şərtlə ki, musiqi düzgün seçilmiş olsun. Axtardıqları musiqini tapmaq üçün prodüserlər saatlarla vaxt sərf edirlər, hətta 15-20 saniyəlik bir çağırış musiqisi yazmaq üçün onlar bəstəkara sifariş də verirlər. Musiqini duyan dinləyici böyük maraqla verilişdə nə olacağını gözləyəcək.

Başlıq (buna çağırış da deyirlər) musiqisi üçün istifadə olunan yeni bir üsul, tez-tez səsləndirilən bir musiqi parçası fonunda verilişin adını səsləndirib həmin melodiya fonunda radiokanalda gedəcək materialların qısa başlıqlarını oxumaqdır. Verilişin içindəkilər və ya xəbər başlıqlarının oxunması qurtaran kimi musiqi də bitməlidir. Çünki musiqinin uzanması süni boşluq yarada bilər.

Əlbəttə, siz musiqi fonunda yalnız «Xoş gördük!» deməklə də kifayətlənə bilərsiniz. Amma bütün hallarda başlıqdan sonra verilişin cazibədar xülasəsi və ya **anonslar** səslənməlidir. Adətən, bu anonslar qısa olub vahid bir üslubda gerçəkləşdirilir. Anonsların səslənməsi dinləyicini həmin verilişi sonadək dinləməyə həvəsləndirən üsuldur.

Bunun üçün proqramın əvvəlində aparıcının əlində 30-40 saniyə vaxtı olur. Əgər bu vaxt ərzində dinləyicinin diqqətini özünüzə çəkməyi bacarmasanız, o, kanalı dəyişəcək. Bu mənada uğurlu örnək kimi «Azadlıq» radiosunun «Can Bakı» proqramının anonsuna diqqət yetirək;

«Xoş gördük, əziz dinləyicilər! «Can Bakı» proqramı efirdədir. Bir saat sizinləyik. Verilişimizə xoş gəlmisiniz. Bu bir saatda biləcəksiniz:

– Novruz bayramında bakılıları hansı yeniliklər gözləyir?
– Yaponların yeni ixtira etdikləri kompyuterlə ev necə idarə olunur?
– Azərbaycanda neft gəlirləri necə bölünür?
– İqlim dəyişmələri hansı təhlükələrdən xəbər verir?
– 2007-ci ilin çimərlik mövsümündə Xəzər dənizi bizə hansı sürprizləri vəd edir?

Göründüyü kimi, anonsların sual formasında qurulması dinləyicini cəlb edir və belə uğurlu giriş xeyli geniş auditoriya toplaya bilir. Qısa məzmunu bildirən anonsda, məhz bu cür cazibədar informasiyalar verilməlidir. Burada heç bir halda mövzuların məğzinin açılmasına yol vermək olmaz. Çünki məzmundan xəbərdar olan dinləyici üçün verilişi axıradək dinləmək maraqsızlaşır.

Radiokanal aparıcısı mütləq maraqlı anons yazmağı, ümumiyyətlə yazmağı bacarmalıdır. Aparıcı təkcə yaxşı səsinə görə işə götürülməməlidir. Onun səsi, öz yazdıqlarını oxuduğu zaman daha çox inandırıcı olur. Universal radiokanallar hər növ mövzulara toxunduğu üçün geniş palitranı əhatə edir. Buna görə də veriliş üçün mövzular seçərkən prodüserlər müxtəlif mənbələrdən istifadə etməyi bacarmalıdır. Bəzən çoxları özünə əziyyət vermək istəmir, əsas mənbə kimi yalnız qəzet və jurnallara müraciət edirlər. Təbii ki, radio müxbirləri püxtələşdikcə, qəzetlərdən istifadə etmək zəruəti də getdikcə azalır. Əslində isə prodüser ən müxtəlif mənbələrlə əlaqə saxlamalı, ən ciddi hadisələri izləməli, maraqlı müsahiblər tapmalı, verilişdə interaktivliyi təmin etməlidir.

Mövzu axtarışında **kənar müəlliflərin** gücündən istifadə edin. Onlar sizə xas olan yaradıcılıq çərçivəsindən kənardadırlar. Bəzən onların beyninə dahiyanə fikirlər gələ bilər. Məsələn, bir diktofon alıb, həbsxanada reportaj hazırlamağa getmək kimi və s. Belə işləri görmək üçün onlar əllərindən gələni edəcəklər və deyim ki, çox vaxt da sizi yarıdacaqlar. Mən televiziyada «Səhər» proqramına rəhbərlik edərkən əməkdaşlıq üçün gələn tələbələrdən reportaj mövzuları istəyirdim. Onların bəziləri əməkdaşların heç birisinin ağlına gəlməyən çox maraqlı və gözlənilməz mövzular təklif edirdilər.

Artıq püxtələşmiş maqazin verilişi hazırlayanlar öz sahələrində tanınmış şəxslərlə bir **şəbəkə** qururlar. Onların adları, ünvanları, ev

və mobil telefonlarının nömrələri, hətta səslərinin tonu ayrıca bir dəftərdə qeyd edilir. Doğrudur, belə bir şəbəkə qurmaq, lazım olduğundan tez-tez eyni səs və mövzulara yenidən qayıtmaq müəyyən məhdudluq təhlükəsi yaradır. Halbuki, verilişlərin zaman-zaman yeni səs və adlarla təzələnməsi lazımdır. Başqa bir **mənbə** - geniş əlaqələr, toplantılar, cəmiyyət içərisindəki münasibətlərdir. Tutaq ki, hər hansı bir tədbir zamanı sizin yanınızda əyləşmiş şəxs çox gözəl bir mənbə ola bilər. Odur ki, maraqlı insanların görüşdükləri yerlərə - mədəniyyət tədbirlərinə, mətbuat klublarına getməklə, buralarda dərin müşahidələr aparmaqla, siz çox uğurlu nəticələr əldə edərsiniz. Çox diqqətli olun, şirniyyat yediyiniz zaman, sizə kiçik oğlunun şıltaqlığından ləzzətlə danışan xanım, səhəri gün studiyanızda başqa bir simada çıxış edərək proqramınıza çox parlaq bir rəng qata bilər.

Daha çox istifadə olunan mənbələrdən biri tanınmış insanlarla olan münasibətlərdir. Yazıçılar, aktyorlar, pop musiqiçiləri, siyasətçilər və iş adamlarının köməkçiləri, insanlarla münasibətlər quran məsləhətçiləri mediaya pulsuz bir elan yerləşdirmək üçün çoxlu müraciətlər edirlər. Belə hallar bəzən hədsiz çox olur. Sizin bu insanları proqrama dəvət etməyiniz çox yerinə düşür. Bu, çox rahat və ucuz başa gəlir. Çətin ki, son məhsulunu reklam etdirmək istəyən yazıçı və ya müğənni verilişdə iştirakı üçün sizdən pul istəsin.

Radiokanalda əsas məsələ verilişi hansı səpgidə hazırlamanız, verilişinizin formatını əvvəldən axıradək çox ciddi şəkildə saxlaya bilmənizdir. Kanal formatı sizə ən müxtəlif mövzularda söhbət açmaq imkanı verir. Burada vacib şərt verilişin onurğası, əsasıdır. Məqsədiniz günün mühüm xəbərlərinin ikinci planını göstərməkdir, yoxsa verilişiniz yalnız bir qrupa – qadınlara istiqamətlənib? Verilişinizin efir həcmi sizə geniş manevr imkanı verirmi?

İdeyalar necə yaranırsa-yaransın, təki radioya tam uyğun gəlsin. Radiokanalda seçim imkanı genişdir. Amma hər bir mövzu verilişin ümumi formatına, tərzinə uyğun olmalıdır. Radiokanal yalnız müsahibələrdən ibarət ola bilməz. Belə olduqda bu veriliş də, buna bənzər verilişlər kimi monoton və xoşagəlməz təsir bağışlayacaq, dinləyicini yoracaq. Bir-birinin ardınca gələn sənədli verilişlər və ya paketlər də belə bir təsir bağışlaya bilər. Radio kanal tipli maqazin verilişi ən yaxşı efir materialı olduğunu hər zaman sübut etməlidir. İki çıxışı ardıcıl yerləşdirməyinizdə elə bir qəbahət yoxdur. Ancaq əgər ilk çıxışı aparıcı edibsə, ikinci çıxışı mütləq müxbirin olmalıdır. Əgər aparıcınız kişidirsə, ikinci reportajı təqdim edən qadın olmalıdır, yaxud əksinə. Bu, monotonluğu aradan qaldıraraq, səs palitrasını əlvanlaşdırır. Yaddan çıxarmayan ki, **tarazlıq** təkcə bir daxili problem

olmayıb, səsin tonu və verilişin dinamikliyi ilə də sıx bağlıdır.

Bəs **verilişin dinamikliyi** nədir? Xeyli cazibədar səslənən bu ifadənin arxasında nə dayanır? Təbii ki, efirdə dinamikliyin mahiyyəti, mənası, mövzulara dair mühüm hissələri verərkən verilişi rəvan bir şəkildə aparmaq, veriliş daxilində dinləyicini məmnun edəcək tarazlığı qorumaq və ritmi gözləməkdir. Dinamiklik, eyni zamanda, verilişin davametmə müddəti ilə də əlaqəlidir ki, bu müddət ərzində verilişin içərisindəki hər bir mövzuya ayrılmış efir vaxtını da müəyyən edir.

Təxminən 1-1,5 saatlıq radiokanalda neçə mövzu olmalıdır? Siz bu vaxtı necə bölməlisiniz, birinci mövzuya neçə dəqiqə sərf etməlisiniz? Təbii ki, sıralamada anonsları, keçidləri, musiqiləri, reklamları da nəzərə almalısınız. Bir şeyi unutmayın ki, əgər mövzu şərhi və xülasələrin müddəti eyni olarsa, veriliş monoton alınacaq. Onsuz da, əvvəlcədən lentə yazılmış müsahibələr heç 3 dəqiqə davam etmir. Əslində burada çox ciddi qaydalar yoxdur. 4-5 dəqiqə çəkən elə söhbətlər olur ki, dinləyici onun bir az da davam etməsini istəyir. Ancaq bir səslə oxunan materiallardan az istifadə olunmalıdır. Bəzi reportajların müddəti də, bəzən ona ayrılmış 3 dəqiqədən artıq olur. Vaxt keçdikcə, verilişin sonuna yaxınlaşdıqca «dəqiq» müddəti özünüz müəyyənləşdirə biləcəksiniz. Deməli, verilişdə hansı mövzunun nə qədər davam etməsinə özünüz qərar verməlisiniz. Ancaq son sözü verilişə ayrılan vaxt deyir. Amma bütün hallarda radiokanal və eləcə də bütün proqramlar onun üçün ayrılan saata sığmalıdır. Bu müddəti keçmək, sonrakı verilişə mane olar, reklamı, hətta reklam verən müştərini də itirə bilərsiniz. Məsələn, BBC-də 30 dəqiqəlik radio verilişi 28 dəqiqə, 1 saatlıq radiokanallar isə 57-58 dəqiqədən çox olmur.

Radiokanalda aparıcı əsas simaya çevrilir. Onlar təqdim etdikləri verilişlər kimi müxtəlif olurlar. Aktual maqazin verilişlərinin aparıcıları, canlı yayımla veriliş təqdim edə bilən şəxslər olmalıdır. Prodüserin əsas çətinliklərindən biri də, ayrı-ayrı aparıcılarla necə davranmaq lazım olduğunu öyrənməkdir. Aparıcının nə qədər köməyə ehtiyacı olduğunu bilmək çətindir. Əgər baş redaktor həddindən artıq irəli gedərsə, yaxşı aparıcı bunu işinə müdaxilə hesab edib, onunla qarşı-qarşıya gələ bilər. Məsələn, belə münaqişələrin yer almadığı BBC Dünya Xidmətində aparıcılardan öz mətnlərini yazmaları, obyektlərə getmələri, bəzi reportajları hazırlamaları və mikrofon qarşısına keçib material oxumaları tələb olunur.

Adətən, studiyada fəaliyyətə başlamazdan və mikrofon qarşısında oturmazdan əvvəl aparıcılar bir naşılıq dövrü yaşayırlar, amma zaman keçdikcə təcrübə qazanır, verilişi necə aparmaq, mətni

necə oxumaq, hansı şəxslərlə əlaqə yaratmaq lazım olduğunu onlar hamıdan yaxşı bilirlər. Belə olduqda, hətta yeni redaktorların aparıcılarından asılı vəziyyətə düşmək təhlükəsi yarana bilər. Aktual verilişlərin təcrübəli aparıcıları, işlərindəki çətinliklərin öhdəsindən özlərinin gəlməsi və yazdıqları mətnin düzəldilməsinə ehtiyac hiss etdirməmələri sevindirici haldır.

Canlı yayım aparıcıları üçün lazım olan bir xüsusiyyət də *çətin vəziyyətlərdə* soyuqqanlı olmağı bacarmaqdır. Məsələn, kiminləsə telefon əlaqəsi kəsilərsə, aparıcı yaranacaq boşluğu dolduracağına və redaksiyadan hansısa təklifin gəlməsinə əmin olmalıdır. Aparıcı son anda meydana çıxan canlı müsahibəyə də hazır olmalıdır. O, əvvəlcədən lentə yazılmış bir material yayımlandığı çox qısa vaxt ərzində □ dar macalda müsahibə aparacağı şəxslə mövzunun əsas konturlarını cızmağı da bacarmalıdır. Onun vəzifələrinə, həmçinin ayrılmış vaxtla ayaqlaşmaq məcburiyyəti, lazım olduqda, bir mövzunun yazılmış mətnini qısaltmaq və daha çətini ayrılmış vaxtdan az alınan verilişi uzatmaq üçün «alimlik» etmək də daxildir.

Radiokanalı necə yazmalı? Biz artıq dedik ki, radiokanalın hazırlanması mövzuların müəyyənləşdirilməsi və daha çox formatın dəqiqləşdirilməsindən başlanır. Proqramda əvvəlcədən yazılmış hazır çıxışlar, musiqilər, müsahibələr, reportajlar, paketlər və s. daxil edilir. Əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, müxtəlif növ maqazin verilişləri var və onların hər biri üçün ayrıca təqdimat lazımdır. Əslində yaxşı təqdimat üslubdur, verilişin tərzini müəyyənləşdirən bağlayıcı bir vasitədir. Məhz təəccübləndirmək xatirinə, dinləyicinizə gözlədiyinin əksini verməyə çalışmayın. Özünüzü nə qədər ağıllı sayırsınızsa, dinləyicinizi də bir o qədər intellektual hesab edin. Radio işçisi dinləyicini hər şeydən «bixəbər» sayarsa çox uduzar. O, hər zaman dinləyicinin ağıllı olduğunu bilməlidir.

Yəqin razılaşarsınız ki, nədənsə bixəbər olmaq hələ səviyyəsizlik demək deyil. Ümumiyyətlə, dinləyici ilə səmimi davranın, ona hörmət edin. Əsla ondan üstün olduğunuzu ağlınıza belə gətirməyin. Təkrar edirəm ki, belə davranış və eqoizm sizə baha başa gələ bilər.

İndi isə efir müddətinə görə radio formatları arasında xüsusi yer tutan və auditoriya ilə interaktiv əlaqələrə geniş imkan verən, dinləyicilərin böyük maraq göstərdiyi radiokanalın struktur elementlərini □ tərkib hissələrini nəzərdən keçirək.

Giriş. Əslində yaxşı radioproqram girişdən başlanır. Odur ki, verilişinizi təqdim edərkən uğurlu giriş tapmalısınız. Ən ciddi bir veriliş də səmimi bir şəkildə təqdim oluna bilər. Özünüzü tanıtmaq yox, tanış etmək istəyə bilərsiniz. Anonsları oxuyan diktor sizin və

verilişinizin adını da oxumaqla bu işi görə bilər. Belə olduqda, siz verilişinizə dinləyiciləri salamlamaqla başlayırsınız və artıq 1-2 saatlıq efir sizin ixtiyarınızdadır, proqramı siz idarə edirsiniz. Bəs nədən başlayırsınız. Təbii ki, proqramda gedəcək materialların xülasəsi və ya anonslardan.

Anonslar. Əvvəldə verilişlərin qısa məzmununun elanına □ xülasələrinə dair nümunə vermişik. Qeyd etmişik ki, bu xülasələr qısa, məlumatlandırıcı, olduqca cazibədar və maraqoyadan olmalıdır. Zarafat da mümkündür, amma bu məqamda çox diqqətli olmalısınız. Yerinə düşməyən zarafat və ya replika sizi pis vəziyyətdə qoya bilər.

Bəzən xülasəni vermədən də ilk mövzuya keçə bilərsiniz. Niyə də olmasın? Xüsusilə də, bir mütəxəssis verilişi hazırlayırsınızsa, xülasəni oxumasanız da olar. Veriliş qısa olduqca, xülasəyə ehtiyac azalır. Bir qədər çox davam edən maqazin verilişlərində isə xülasəyə dinləyicinin diqqətini çəkən mövzulardan başlıqlar seçin. Məsələn, 7-8 mövzunuz varsa, xülasədə hamısı haqqında məlumat verib, dinləyicini yormayın. Yalnız ən maraqlı və dinləyicini cəlb edən mövzuların qısa məzmununu verin, maraqsız xülasə dinləyicini qaçıra bilər. Əgər verilişin yarısına çatmısınızsa, dinləyici diqqətini fəallaşdırmaq üçün proqramın yerdə qalan hissəsinin də anonsunu yenidən təkrar səsləndirə bilərsiniz.

Dəlillər. Xülasə oxunduqdan, proqramın içərisində gedəcək əsas mövzular elan edildikdən sonra, adətən, qısa bir musiqi fasiləsi edilir və ardınca da şablon ifadə işlənir □ *«Əvvəlcə flan mövzunun şərhini veririk»*. Əslində bu cümlə işlənməyə də bilər, qısa bir fasilədən sonra xəbərlərə keçmək olar və aparıcılar da bunu yaxşı bilirlər.

«Avropanın böyük bir hissəsini tutan Rusiya Federasiyasının tərkibinə daxil olan 64 subyektdən biri olan Çeçenistan, bu könüllü ittifaqdan ayrılmaq istəyir. Rusiyanın keçmiş prezidenti Boris Yeltsindən fərqli olaraq, onun varisi Vladimir Putin Qroznının müstəqillik tələblərini dəstəkləmir, ancaq Rusiya ilə sərhəd olan dövlətlərdən bəziləri Moskvanın öz sərhədlərinə etibarlı nəzarət etməsini istəyir.

«Amerikanın səsi»nin Rusiya paytaxtındakı müxbirindən Moskvanın bu istəyə münasibəti haqqında soruşduq. İndi onu dinləyək».

Bu gündəlik hadisələr haqqında xəbərlərə girişin standart nümunəsidir, məlumatlandırıcı və bir qədər də iztehzalı məqamlar var. *«Könüllü ittifaq»* və *«Rusiya»* sözləri bir neçə dəfə təkrarlanır. Belə təkrarlamanın bir zərəri yoxdur. Fikirlərin bir çoxu, necə olursa-olsun müsahibədə başqa bir şəkildə təzələnəcək.

Birinci sualın girişə necə yeridilməsinə diqqət edin. Bu faydalı

bir üsuldur və iki səsin bir-birinə qarışmasının qarşısını alır. Girişin ardınca eşidəcəyiniz səs «Amerikanın səsi»nin Moskvadakı müxbirinin səsi olacaq. Beləliklə, reportajın ikinci «dalğası» başlayır...

«Rusiyanın bu istəyə münasibəti haqqında «Amerikanın səsi»nin Moskvadakı müxbirindən soruşduq» - ifadəsi isə əslində bir növ təkrarlanan anonsdur və iki funksiya yerinə yetirir: a) danışanın kimliyini müəyyən edir; b) radionu gec və ya yeni açmış dinləyiciyə mövzunu başa düşməsinə kömək edir. Xəbəri yarımçıq eşidən və sonra diqqəti artan dinləyici də bu təqdimatdan razı qalmış olur. Əgər danışıq çox davam edirsə, dinləyicinin yaddaşını təzələməyin həmişə xeyri olur.

Radioda belə bir köhnə məsəl var □ *«Eşidəcəksiniz, eşidirsiniz, eşitdiniz»*. Əgər təkrarlanan anonsların lazımsız olduğunu fikirləşirsinizsə, uzun bir maqazin verilişini belə bir anonssuz dinləyin. Bəzən aparıcılar düzgün ipucu və ya təqdimat vermir, yaxud müxbirin (reportyorun) yüz əziyyət bahasına toplayıb hazırladığı bir reportajın əsas məzmununu danışmaqla hadisə yerindən verilən materialın mənasını heçə endirirlər. Məsələn, aparıcı baş vermiş hadisə ilə bağlı bir neçə saniyədən sonra xüsusi müxbirin efirdə səslənəcək reportajına belə bir təqdimat verir:

«İspaniyada ölümlə nəticələnən dəmir yol qəzası baş verib. Madriddə iki sərnişin qatarı toqquşub. Bu gün səhər çağı baş vermiş qəzada 5 nəfər ölüb, çoxlu yaralı var. Yayılan məlumatlara görə qəzaya səbəb olan sərxoş maşinist həbs edilib. «Azadlıq» radiosunun xüsusi müxbiri Eddi Terner Madriddən xəbər verir...»

Xəbər başlayır... və xüsusi müxbirin reportajında aparıcının dediyi faktlar yenidən təkrarlanır. Beləliklə, hadisə ilə bağlı məlumatda qaymağı öz qabağına çəkib ən mühüm faktları söyləyən aparıcı, müxbiri çox pis vəziyyətdə qoymuş olur. Axı belədə təqdimatla xəbər arasında heç bir fərq görünmür. Burada müxbirin hansı vəziyyətə düşdüyünü təsəvvür etmək çətin deyil. O, materialı operativ hazırlayıb, əziyyət çəkib, lazımi faktları toplayıb. Amma aparıcının naşılığı, ən önəmli faktları təqdimatda sadalaması müxbir üçün heç bir gözlənilməzlik saxlamır. Bəs əslində necə olmalıdır? Gəlin, başqa bir təqdimatı (ipucunu) nəzərdən keçirək:

«Nyu-Yorklular dünyanın ən narahat və təhlükəli şəhərində yaşadıqlarını deyirlər. Qətl, qarət və soyğunçuluq adi hadisələrdir. İnsanlar gecə metroya minməyə qorxurlar. Bunun kökündə böyük bir ictimai problem dayanır □ narkotika. Bunlarla yanaşı, hətta ən qaba nyu-yorklular da bu günlər metrodakı narkotik maddələrlə əlaqəli xəbəri eşitdikdə, məəttəl qalıblar. BBC-nin müxbiri Nyu-Yorkdan xəbər verir...»

Belə təqdimat müxbirin verəcəyi xəbəri zəiflətmir, əksinə onu ön plana çıxarır. İpucunun faydalı olduğu başqa bir sahə, nəzərə alınmayan, amma xəbərin verilməsi üçün lazım olan bir məlumatın təqdiminə şərait yaratmaqdır. Məsələn, reportaj aparan şəxs təşkilat adlarını qısaltmalarla istifadə edərsə və ya bir dövlət başçısından ölkənin adını çəkmədən danışırsa, bu məlumatlar ipucu vasitəsilə verilə bilər.

Gözəl, məzmunlu və peşəkar düşünülmüş təqdimatın məqsədi dinləyiciyə verilişdən istədiyi hər bir məlumatı almaq imkanı verməkdir. Bu, dinləyicini razı salan və onu radioya bağlayan ciddi bir məqamdır. Verilişin gedişatında qonağı təqdim etmək, onun toxunacağı mövzunun aktuallığını vurğulamaq, küçə müsahibələrinin (voks-pop) önəmini dinləyiciyə çatdırmaq da məhz bu məqama xidmət edir.

Sonuncu təkrarlanan anonsa qədər aparıcı bütün ipuclarını yazmaqda davam edir. Nəhayət, efiri yekunlaşdırmaq vaxtı çatıb. Dinləyici ilə salamlaşdığınız kimi, orijinal bir tərzdə sağollaşmağınız lazımdır. Bu zaman verilişi və özünüzü bir daha təqdim edin. Əgər istəyirsiniz ki, dinləyici sizin verilişinizə yenə də qulaq assın, sonrakı verilişlə bağlı anons xarakterli suallar səsləndirməyi unutmayın. Dinləyici sizi səsinizdən və danışıq tərzinizdən tanıyacaq, təbii ki, həm də aparıcılıq qabiliyyətimizə görə sizi qiymətləndirəcək.

Radokanala hazırlıq mərhələsində **diqqət yetirilməli vacib məqamlar** aşağıdakılardır:

- materialları və baş redaktorun verdiyi faktları oxuyun. Aparacağınız proqramın çox aydın strukturunu hazırlayın, müəyyən etdiyiniz ardıcıllığı dönə-dönə gözdən keçirin. Nə isə ürəyinizcə deyilsə yerini dəyişdirin;
- efirə canlı çıxırsınızsa, prodüserinizlə qonaqların iştirak sırasını dəqiqləşdirin;
- uzun-uzadı ipucları yazmayın. Əlinizdə olan materialların nə qədər olduğunu dəqiq bilməlisiniz.
- əgər efirdə əvvəlcədən lentə alınmış veriliş səsləndiriləcəksə, yazdığınız təqdimatı (ipucunu) verilişin girişi ilə yoxlayın. Uyğundurmu? Heç vaxt hazır materialın ilk cümlələrindən və əsas faktlardan istifadə etməyin (bunlar qəzetdəki «lid» anlamına uyğun deyil).
- interaktiv zamanı nəyi isə yanlış söyləyən dinləyici ilə mübahisəyə girməyin, onu məsxərəyə qoymağa, dolamağa, rişxənd etməyə girişməyin. Bu, başqalarına da hörmətsizlikdir.

- verilişin üslubuna uyğun olmayan bir dildən, xüsusən məişət leksikasından istifadə etməyin.
- yazdığınız materiallara daim diqqət edin. Çalışın ki, kobud qüsurlara yol verməyəsiniz. Mətninizi həmkarlarınıza oxumaqdan çəkinməyin. Təcrübəli əməkdaşlar sizin səhvinizi çox tez tapa bilərlər. Bütün hallarda həlledici söz özünüzündür.

Radiokanal struktur etibarilə çox mürəkkəb formadır, proqramın tərkib hissəsi müxtəlif elementlərdən ibarət olduğu üçün onun idarə olunması da nisbətən çətindir. Əgər qarşınızda ardıcıllığı əks etdirən kompyuter monitoru yoxdursa, mütləq ayrıca vərəqdə «sxem-plan» əlinizin altında olsun. Bundan başqa çalışın ki, hər mövzunu ayrıca səhifədə yazın. Belə olduqda, ardıcıllığı daha tez və problemsiz təmin edə bilərsiniz. Canlı efir zamanı nəyi isə əlavə etdikdə və ya ixtisara saldıqda bu variant sizi mümkün dolaşıqlıqlardan sığorta edə bilər. «Sxem-plan» mütləq olmalıdır ki, burada mövzular düzgün sıralanmış şəkildə yazılsın. Sxem tez-tez dəyişdirilə bilər və ondan ümumi vaxtın hesablanması üçün də istifadə olunur. Hər səhifənin yuxarısında vərəqin sıra nömrəsini, verilişin adını və tarixini yazın. Bu, vərəqlərin başqa verilişlərlə qarışmasının qarşısını alar.

Seçkini necə işıqlandırmalı?

Seçki bir siyasi kampaniyadır, onun işıqlandırılması ilə bağlı problemlər çox vaxt mediaya, o cümlədən radioya çoxlu başağrısı gətirir. Əslində bu kompaniya dövrü söhbət yaradıcılıq məsələlərindən, veriliş forma və üslublarından daha çox, müəyyən edilmiş qaydaların gözlənilməsindən gedir. Azərbaycanda bu qaydaları Mərkəzi Seçki Komissiyası (MSK) müəyyənləşdirsə də ayrı-ayrı qəzetlərin, teleradio şirkətlərinin özündə seçki ilə bağlı artıq formalaşmış etik norma və prinsiplər mövcuddur. Yaxud seçki ərəfəsində bütün KİV nümayəndələri ümumi razılaşma əldə edərək, öz aralarında siyasi kompaniyanı necə aparmaq qaydalarını müəyyənləşdirirlər.

Məsələn, Azərbaycanda 2005-ci ilin parlament seçkiləri ərəfəsində, bütövlükdə media, o cümlədən teleradio şirkətləri bu tipli korporativ razılaşma əldə edərək, seçki kampaniyasında etik normaları ehtiva edən "anlaşma memorandumu" qəbul etdilər (25 avqust 2005). Bu memorandumda medianın, o cümlədən radionun üzərinə etik normalara riayət etmək tələbi qoyulurdu: «Bütün KİV-lər seçki kampaniyalarını ədalətli, balanslı, tərəfsiz və qərəzsiz işıqlandırmağa səy göstərəcək (Seçki Məcəlləsinin uyğun maddəsinə əsasən). Onlar seçiciləri siyasi partiyaların, seçki bloklarının və namizədlərin proqram və fəaliyyətləri barədə məlumatlandırarkən bərabər əsaslara dayanacaq, ayrı-seçkiliyə yol verməyəcəklər".

Memorandumda göstərilirdi ki, KİV-lər bütün siyasi partiyalara, seçki bloklarına və namizədlərə mediaya bərabər və ədalətli çıxış imkanını ayrı-ayrı günlər və ayrı-ayrı materiallar və ya proqramlar çərçivəsində deyil, daha uzun müddətdə, bütövlükdə seçki kampaniyası gedişində yaradacaqlar. Bu qurumlar, bir qayda olaraq, hökumət rəsmilərinin və hakimiyyət qurumlarının bəyanat və fəaliyyətlərini elə işıqlandırmalıdır ki, xəbərlərdə və gündəlik hadisələrlə bağlı digər proqramlarda və ya materiallarda onlara üstün yer ayrılmasın. Xəbərlər və gündəlik hadisələrlə bağlı proqramlarla və materiallarla yanaşı, seçicilərə və seçki kampaniyasına təsir göstərə biləcək digər proqramlar və materiallara da ayrıca diqqət yetirilməlidir.

Siyasi partiya və seçki bloklarına, eləcə də namizədlərə eyni münasibət göstərmək qaydalarına riayət edən və bu sahədə balanslı siyasəti həyata keçirən zaman KİV:

- heç bir namizədə, seçki blokuna və siyasi partiyaya hər hansı şəkildə üstün münasibət göstərməməli, ayrıseçkiliyə və ya kənarlaşdırma hallarına yol verməməlidir.

- eyni seçki dairəsində qeydə alınmış hər bir namizədə həmin seçki dairəsi ilə bağlı məsələləri işıqlandırarkən eyni münasibət bəslənməli və ayrı-seçkilik salınmamalıdır.

- siyasi partiyaların, seçki bloklarının və namizədlərin fəaliyyəti, tədbirləri, bəyanatları və press-relizləri barədə məlumat yayarkən, onların məzmun və mənasını təhrif etməməlidir.

Hər hansı ölkədə demokratiyanın səviyyəsi, həm də seçkilərin necə keçirilməsi ilə müəyyən olunur. Burada xalqa necə seçim imkanı verilməsi, onun iradəsinin necə təmin olunması həlledici rol oynayır. Medianın təmin etdiyi şəffaflıq da burada az rol oynamır. Təsadüfi deyil ki, teleradiodan ən çox şikayət və gileylər, məhz seçki kampaniyalarının işıqlandırılması zamanı baş verir. Ona görə də bəzi radiolar çox vaxt seçkiqabağı mübarizə dövrünü telejurnalistin xəbər proqramlarında necə işıqlandırması barədə xüsusi qaydalar hazırlayır. Bu qaydalarda həssas seçki dövründə və seçkinin gedişində ədalətli, dəqiq, qərəzsiz olmaq, vəziyyəti yaxşı ölçüb-biçmək, mətnləri diqqətlə hazırlamaq və təqdim etmək kimi adi xatırlatmalarla dolu olur. Həmçinin bir tərəfin digər tərəfin əleyhinə yönəltdiyi irad və nəticələrdə də ehtiyatlı olmaq tövsiyə edilir. Bir həqiqət hər kəsə bəllidir: qanun seçkiyə qatılan namizədlərə bərabər hüquqlar verirsə, media da onların təbliğati çıxarışlarına qərəzsiz, tərəfsiz və vicdanlı yanaşmalıdır. Jurnalist seçki kampaniyalarında hər hansı siyasi partiyanın, siyasi kampaniya rəhbərinin və ya namizədlərin tərəfdarı kimi iştirak edə bilməz.

Mövcud təcrübə göstərir ki, dünyanın aparıcı radiolarının seçkini işıqlandırmağa və bu prosesdə jurnalist davranışına aid ayrıca qaydaları vardır. Məsələn, BBC aşağıdakı davranışı əsas götürür:

- seçkiqabağı kampaniyaları gedişi zamanı BBC siyasi diskussiyanın bütün əsas istiqamətlərini göstərməyə və bütün partiyaların nümayəndələrinə öz mülahizələrini, rəylərini bildirmək imkan verməyə çalışır;
- hakimiyyətdə olan siyasi qüvvə xəbərlərin əsas mənbəyi olmasına baxmayaraq, müxalifətin də fikir və rəyləri efirə verilməli, onlarla da diskussiya aparılmalıdır;
- seçkilərin gedişi zamanı bütün partiyalar redaksiya siyasətinə təsir etməyə çalışacaq. Hərçənd ki, bütün şikayətlərə ciddi yanaşmaq lazımdır, amma elə qələmə vermək lazım deyil ki, bu şikayətlər sizi qoruxudur.

Digər tərəfdən prodüserlər bu şikayətlər barədə rəhbərliyə məlumat verməlidirlər;

- ədalətlilik və bitərəflik prinsipləri Böyük Britaniyadan kənarda keçirilən seçkilərin işıqlandırılması zamanı da tətbiq olunmalıdır;
- biz səs verməyə hazırlaşan seçicilər qarşısında xüsusi məsuliyyət daşıyırıq;
- səsvermə günü yaxınlaşdıqca mövzuya daha həssas və ehtiyatla yanaşmağı unutmayın.

Dini mövzuya həssas yanaşın

(bu barədə veriliş hazırlamağın 10 qaydası)

«Jurnalist haqqında yazdığı, çəkdiyi, veriliş hazırladığı mövzunu dərindən bilməlidir!» □ tələbini çox eşitmisiniz. Siz praktik fəaliyyətə başlayan kimi bunun adi şüar olmadığını görəcəksiniz. Üstəlik duyacaqsınız ki, elə mövzular var ki, onların təqdimatı jurnalistdən xüsusi həssaslıq və çox incə takt (davranış) tələb edir. Dinləyici auditoriyasının verilişlərdə (xəbər, söhbət, çıxış, reportaj, diskussiya və s.) xüsusi həssaslıqla yanaşdığı mövzulardan biri də dindir. Xüsusən Azərbaycan kimi cəmiyyətlərdə dindən fərqli məqsədlər üçün (siyasi, təbliğat, manipulyasiya və s.) istifadəyə cəhd ehtimalı güclü olduğu üçün bu mövzuda verilişlərdə (həmçinin qəzet yazılarında və s.) yerinə düşməyən hansısa bir ifadə, yaxud yanlışlıq ciddi qalmaqallara gətirib çıxarır. Bu o deməkdir ki, bir çox ölkələrdə olduğu kimi, Azərbaycan cəmiyyətində də insanların seçim və davranışlarında ilahi məqamlara, dini motivlərə ciddi əhəmiyyət verilməsi sübuta ehtiyacı olmayan aksiomadır. Ona görə də dinlə bağlı verilişləri hazırlayarkən aşağıdakı 10 qaydaya mütləq riayət etməyə çalışın:

1. Haqqında söhbət açdığınız dini mövzunu dərindən araşdırın, bu mövzunun həssas nöqtələri, mübahisəli məqamlarını öyrənin, həmin məqamları qətiyyən diskussiya mövzusuna çevirməyin;
2. Dəbdə olan missionerlik mövzusunu işıqlandırarkən yalnız dəqiq və təsdiq olunmuş faktlara istinad edin, din daşıyıcısı ilə etnik kimliyi fərqləndirin. Dini fərqlər məsələsinə çox diqqətlə yanaşın, rəğbət və nifrət hisslərindən uzaq olun;
3. Başqa dini bayramları da öz bayramınız kimi, sevgi ilə işıqlandırın. Müqəddəs Ramazan ayında bir gününüzü oruc tutan müsəlmanlarla keçirdiyiniz kimi, xaçpərəstlərin (xristianların) pasxa naharına, yaxud yəhudilərin Hanuka bayramına həsr olunan mərasimə də qatılın, bütün hallarda xoşgörü nümayiş etdirin;
4. Heç vaxt dini qrupun ayrıca bir üzvünə onların hamısının təmsilçisi kimi baxmayın. Bu, yanlışlıqlar doğura bilər, çünki hər kəs öz inancına bir qədər fərqli şəkildə yanaşması mümkündür;
5. Müxtəlif dinli, fərqli inanclı insanlara yalnız dindar kimi yanaşmayın, onlara başqa mövzularda da suallar verin. Müsahiblərinizdən maraqları, peşələri və s. haqqında

soruşun. Belə insanların fərqli baxışları dinləyici üçün maraqlı ola bilir;

6. Stereotiplərlə ehtiyatlı olun, onların gerçəkliyi əks etdirib-etdirmədiyini və yanlış, ancaq yayılmış təsəvvürlərin səbəblərini araşdıran materiallar hazırlayın (məsələn, yəhudilərin əksər qisminin niyə sələmçi olması, ərəblərin niyə donuz əti yeməməsi və s.;
7. Fərqli dini qruplara aid insanlardan söz açarkən istədiyiniz ifadələrə ciddi fikir verin. Sözün qızışdırıcı olub-olmamasını araşdıran, çalışın ki, imkan tapıb sözügedən dinin daşıyıcıları ilə məsləhətləşə biləsiniz;
8. Yeni yayılmağa başlayan dinlərə (yaxud təriqətlərə) dair mümkün qədər çox bilgi toplayın. Fürsət tapdıqca, həmin dini icmalarla söhbətləşin, onların öz inanclarını yayma yollarını izləyin. Ölkədə bu imkanları öyrənən elmi mərkəzlərin olub-olmamasını dəqiqləşdirin, varsa, orada çalışanlardan potensial qaynaq kimi faydalanın;
9. Dini verilişlərdə ekspert ciddi fiqurdur, onu seçərkən bir neçə din üzrə ixtisaslaşmış mütəxəssislərə (alimlərə) üstünlük verin və onların dinlərarası əlaqələrlə bağlı çətin sualları açıqlamasına çalışın. «Yalançı ekspert»lərdən uzaq olun, çünki onlar hamıyabəlli stereotipləri təkrarlayır, öz «açıqlamalarını» faktlarla əsaslandırmağa ehtiyac duymur və fərqli dini ənənələr barədə istədiklərini danışırlar;
10. Dövlət siyasətini açıqlayan siyasətçi dini mətndən yaralanmaq istəyirsə, digərlərinin bu mətni necə anladıqlarını araşdırın və həmin siyasətçiyə bu barədə çətin suallar verin. Ümumiyyətlə, verilişlərdə ictimai, siyasi və iqtisadi olaylar kontekstində dini suallar verməkdən çəkinməyin.

Canlı efirdə diskussiya...

Diskussiya proqramları (tok-şou) indi istənilən radionun yayım şəbəkəsində kifayət qədər geniş yer tutur. Siyasi-proseslər, beynəlxalq həyatın aktual problemləri, xüsusən sosial-iqtisadi, hüquq, ailə-cəmiyyət münasibətləri, tibbi mövzularda müzakirələrə dinləyicilər də fəal qoşulur, suallar verir, mövqelərini söyləyir, rəy bildirirlər. Məsələn, «Azadlıq» və «Azad Avropa» radiostansiyaları, demək olar ki, proqramlarının əksəriyyətini efirdə canlı müzakirələr əsasında qurur.

Bu növ proqramlara sadə, aparıcı işinin yüngül forması kimi baxıb «nə var ki, tanınmış ekspertləri, bilikli adamları çağırırsan, onlar da gəlib rahatca danışırlar» deyə barmaqarası baxmaq olmaz. Əslində qaydalara uyğun hazırlanması çətin olan verilişlərdən biri də efirdə canlı müzakirələrdir. İştirakçılara arxayın olub diskussiyaya yaradıcı yanaşmasınız verilişin aqibəti pis ola bilər. Məsələn, xarici radiostansiyaların birində təcrübəsiz gənc bir redaktor satira mövzusunda diskussiya hazırlamaq fikrinə düşür. Veriliş üçün studiyaya üç yumorist dəvət edilməsi planlaşdırılır, mövzu da belə qoyulur: insanları nələr güldürür? Redaktor böyük həvəslə işə başlayır, ölkənin ən məşhur üç yumoristi studiyaya dəvət olunur. Amma qonaqlardan biri çox intizamsız, qalan ikisi isə qəmli olduqları və çox dağınıq danışdıqları üçün nəticədə çox maraqsız veriliş alınır.

Deməli, bir neçə nəfər maraqlı şəxsi studiyaya dəvət edib, sonra da rahat oturub onların çox gözəl söhbət edəcəklərinə bel bağlamayın. Müzakirələr üçün əvvəlcədən plan qurmaq, heç olmasa ümumi suallar hazırlamaq lazımdır. Özü-özlüyündə inkişaf edən, sərbəst söhbət verilişlərinin necə ləzzətli zehni məhsul olduğunu bilməlisiniz. Hər şeyi əvvəldən axıradək nəzarətdə saxlamalısınız. Maraqlı diskussiya proqramı hazırlamaq üçün bir neçə məqamın nəzərə alınması vacibdir.

Əvvəla, diskussiya üçün seçilən mövzunun müzakirə verilişlərinin formatına uyğun gəlib-gəlməməsi bilinməlidir. Müzakirə təkcə məlumat almaq üçün bir vasitə, qarşılıqlı söhbət olmayıb, həm də bir mövzuya səviyyəli, intellektual insanların müxtəlif baxışlarını əks etdirir. Təbii ki, eyni fikirli insanlar arasında da müzakirələr ola bilər. Məsələn, bəzən efirdə hökümətin hər hansı sahədə siyasətini tərifləmək və ya ancaq tənqid etmək üçün bir-birlərinə danışmağa imkan verməyən diskussiyalar olur. Belə müzakirələr birtərəfli olsa da, müəyyən qədər maraq doğurur. Ancaq belə müzakirələrin obyektiv, düşündürücü və ya həyəcanlandırıcı olduğunu kim iddia edə bilər? Ona görə də diskussiya proqramlarının canı müxtəlif fikirlərin

(təkcə oxşar yox, həm də əsas fikrə alternativ, əks olan) səsləndirilməsi, verilişdə *incə dramatizmin* olmasıdır.

Əlbəttə, bir mövzuya münasibətdə müxtəlif baxışları əks etdirmək, fikir plüralizminə nail olmaq paket və sənədli verilişlərdə də olur. Ancaq bu iki format bəzən müəllifin (reportyorun), özünün və ya yayımçının montaj qayçısından keçir. Müzakirə verilişlərində isə diqqət daha çox iştirakçılara yönəlir. Burada açıqlamalı bağlayıcı mətni, səs effekti, həyəcanı artıran musiqi yoxdur, təkcə müxtəlif mövzular üzərində müzakirə edən iştirakçıların səsi var və ən başlıcası odur ki, diskussiya efirə çox vaxt canlı gedir.

İkincisi, mövzu dəqiqləşdirildikdən sonra bu mövzuda danışa biləcək müsahibləri □ mütəxəssisləri tapmaq, ən əsası isə müzakirəni kimin aparacağını müəyyən etmək lazımdır. Efir boyu diqqətli olmaq, qoyulan tezislərə reaksiya vermək, iti ağıl, zəka, intizam və özünə qarşı hörmət yaratmaq yaxşı aparıcıya xas olan xüsusiyyətlərdəndir. Əgər sizin proqramınızın belə bir aparıcısı varsa, deməli bəxtiniz gətirib, yoxdursa, deməli axtarıb-tapmaq və ya yetişdirmək lazımdır.

Veriliş üçün ekspertləri seçərkən müxtəlif fikirli adamları bir-birinə qarşı qoymayın, bundan heç nə qazanmayacaqsınız, efirdə yaranan səs-küydən dinləyici də heç nə anlamayacaq. Fikirlərdə ciddi ziddiyyət ola bilər və bu mümkündür. Amma fərqli düşüncə müzakirədəki intonasiyanı kəskinləşdirə bilməz. Əgər müzakirə mövzusu siyasət və ya iqtisadiyyat olarsa, bu sahədə tanınmış bir mütəxəssisi aparıcı kimi dəvət edə bilərsiniz. Amma aparıcı mütləq sizin radionun qaydalarını və aparacağı verilişin məqsədini bilməli, prodüser və iştirakçılarla əvvəlcədən görüşməlidir. Hörmət edilən, sayılan bir aparıcı studiyadakı qonaqları təmin edir, onları rahatlandırır, artıq emosiyalara yer qalmır. Təsadüfi deyil ki, indi studiyaya dəvət etdiyiniz ekspertlər mövzunu dəqiqləşdirdikdən sonra mütləq aparıcının kim olacağını soruşur.

Studiyadan aparıcılıq təklifini qəbul edən şəxs müzakirədə iştirak edənlər haqqında öz fikrini deyə bilər. Onun iştirakilə mövzu bir daha diqqətlə nəzərdən keçirilir və veriliş boyunca hansı fikirlərin qabardılması, hansı nüansların vurğulanması müəyyən edilir. Aparıcının verilişin məqsədi və iştirakçılar haqqında qısa bir təqdimat yazması da lazım ola bilər. Təbii ki, dinləyicilərin də diskussiyaya dəvət olunması çağırışının səsləndirilməsi mümkündür.

Üçüncüsü, veriliş üçün mütləq yaxşı, cazibədar bir giriş hazırlayın. İndi radiolarda dəb dəyişir. Girişlər əvvəlki vaxtlarla müqayisədə indi açıq, riskli və daha kəskin olub, həmçinin bir qədər də müddəti uzadılıb. Beləliklə, aparıcıya yayımın ilk iki dəqiqəsində mövzunun vacibliyini əsaslandırmağa, təbii ki, həm də, müəyyən

mənada öz biliyini göstərməyə imkan verilir. Bu fürsətə baxmayaraq, təcrübəli aparıcılar girişi çox uzatmırlar. Bir neçə tutarlı cümlə ilə mövzunun niyə gündəmə gəlməsini əsaslandırır, bir neçə vacib sualları səsləndirir, sonra isə iştirakçıları təqdim edərək diskussiyaya başlayırlar. Ümumiyyətlə, qısa girişin daha uyğun olması fikrinə tərəfdar çıxanlar daha çoxdur. Uzunçuluq həmişə yorucu olur.

Dördüncüsü, ona nail olmağa çalışın ki, iştirakçılar studiyaya verilişdən 15-20 dəqiqə əvvəl gəlsinlər. Verilişdən bir az əvvəl prodüserin iş otağında və ya hollarda oturub söhbətləşmək pis alınmır. Qonaqlara canlı efirdən qabaq çay və ya digər mayelər təklif etmək tövsiyyə olunmur. Efirqabağı toplaşma və ayaqüstü söhbət iştirakçıların bir-birini tanıması (əgər tanış deyillərsə) məqsədi güdür. Nəbadə, bu ayaqüstü söhbət zamanı mövzunu qısa da olsa müzakirə etməyəsiniz. Üstüörtülü şəkildə mövzudan bir az danışmağın qorxusu yoxdur. Əgər mövzuya hərə öz münasibətini əvvəlcədən bildirsə, onda verilişin təbiiliyi itəcək. Mövqelər üzə çıxandan sonra təbii diskussiya aparmaq çətinləşir. Həssas mikrofonlar da səsdəki saxtalığı çox tez aşkara çıxarır.

Beşincisi, efir zamanı aparıcının baş redaktor və ya studiya rəhbəri ilə mütləq əlaqəsi olmalıdır. Bunun üçün aparıcı iştirakçılara davranışla bağlı müəyyən təlimatlar da verə bilər. Məsələn, aparıcı mütləq bildirməlidir ki, efirdən qabaq səsi yoxlayıb səviyyəsini tənzimləyəcəklər. O, iştirakçılara mikrofonla necə davranmağı, əl hərəkətlərinin lüzumsuzluğunu, artıq səs və ya xışıltı alınmaması üçün necə hərəkət etməyi, söhbətə müdaxilənin hansı məqamda vacibliyini və s. izah etməlidir. Əgər kiminsə barmağındakı üzük stola dəyib səs çıxarırsa, yaxud qolbağı cingildəyirsə, geyindiyi dəri pencəyin qolları hərəkət zamanı xışıltı verirsə, bunu da çox incə tərzdə nizamlamalıdır.

Aparıcı mütləq bildirməlidir ki, müzakirənin lap əvvəlində iştirakçılar bir-birlərinə adları ilə deyil, bir qədər rəsmi müraciət etsinlər. Əgər yaş həddi imkan verirsə, aparıcı özü də iştirakçılara adla müraciət etdikdən sonra onlar da sərbəst müraciət formasına keçə bilərlər. Diskussiyanın mahiyyəti ilə bağlı aparıcı təxminən bu ifadələri işlətməlidir: «Xahış edirəm, bunun bir müzakirə verilişi olduğunu unutmayın. Hamıya söz verərək, ədalətli bir tarazlıq, balans qurmağa çalışacağam. Bütün fikirlərinizi birdəfəyə söyləməyin, hər dəfə birini ortaya qoyun, müzakirə ərzində sözü kəsməkdən çəkinməyin, ancaq əvvəlcə işarə ilə söz istədiyinizi bildirin. Danışmaqda olan müsahibin sözünə müdaxilə etmək istəyənə, başlaması üçün işarə edəcəyəm. Danışan şəxs dediyi cümləni ortadan kəsməsin, mənasını tamamlasın».

Bu məsələdə ən yaxşısı odur ki, ekspertlərin (və digər dəvət olunanların) davranışı ilə bağlı onlara əvvəlcədən yazılı bir yaddaş verəsiniz. Həmin yaddaşda suallara necə yığcam cavab verməyi, yaxşı cavabın nədən ibarət olduğunu izah etməyiniz pis olmaz. Bir aparıcı kimi mən televiziyada bu yaddaşdan həmişə istifadə edir və deyim ki, effektini də lazımınca görürəm.

Aparıcı hamının eyni zamanda danışmasına imkan verməməlidir, çünki dinləyici danışanları görmür və belədə səsin kimə aid olduğunu bilmir. Digər tərəfdən, hamı bir ağızdan danışanda qulaq asan dinləyici çaşa bilər. Əsas məqamlardan biri odur ki, efirə çıxmazdan əvvəl, elə studiyada iştirakçılarla bağlı təqdimatı onların özünə oxuyun. Əgər səhv varsa, aradan qaldırın. Ekspert necə istəyirsə, onu həmin qaydada təqdim edin. Bəzən elə olur ki, hansısa mütəxəssis onun bütün titullarının sadalanmasını istəmir, yaxud nəyinsə əlavə olunmasını xahiş edir.

Aparıcı verilişin dinamikliyini təmin etməlidir. Redaktor da diqqətinin çoxunu dinləməyə ayırmalıdır. Amma əgər iştirakçıların sözləri çəp gələrsə və ya açıqlama tələb edən bir vəziyyət yaranarsa, baş redaktor və ya redaktor ortaya düşüb vəziyyəti düzəldə bilməz. Bu problemi aradan qaldırmaq ancaq aparıcının işidir. Diskussiyanın gedişi zamanı siz redaktor və ya prodüser kimi müzakirənin gedişini izləyir, bəzi qeydlər edirsiniz. Bir prodüser olaraq, hansı müsahibin neçə dəfə və hansı sıra ilə danışdığını bilməyiniz lazımdır. Aparıcı bəlkə də, eyni qayda ilə söz verir. Kimsə çox uzun, kimsə çox qısa danışır. Vəziyyəti siz kənardan seyr etdiyiniz üçün mənzərəni daha aydın görürsünüz. Belədə aparıcı təcrübəsizdirsə müdaxiləniz lazımdır. Məsələn, ya aparıcının qulağına mədəni şəkildə sıralamanı dəyişməsi üçün təlimat verməyiniz lazımdır. Vaxt bölgüsünü düzgün aparmaq barədə də qeydləriniz faydalı olar. Amma bir şey var: ən təcrübəli müzakirə aparıcıları belə, danışıqdıqları zaman qulaqlarına pıçıltı ilə deyilən sözlərdən çaşa bilər. Ona görə də öz qeydlərinizi ya reklam, ya da musiqi fasiləsi zamanı mikrofonla studiyaya açıq tərzdə deyə bilərsiniz.

Hər kəsə qarşı ədalətli olub, söz haqqı vermək sizin əldə etmək istədiyiniz əsas məqsəddir. Çıxışlar isə konkret vaxt çərçivəsindədir. Vaxt aparıcınız üçün də çox vacibdir. Mütləq müəyyən olunmuş xronometraja sığmaq lazımdır. Əvvəlcədən razılaşaraq, verilişin sonunda diskussiyanın bitməsini bildirən hansı işarələrdən istiyadə edəcəyiniz siqnalları müəyyənləşdirin. Bəzi şəxslər gur işıqla xəbərdar edilməsinə üstünlük verir, ancaq bu müsahibələrin diqqətini dağıda bilər. Ona görə də ən sınanmış variant bütün radioların təcrübəsində mövcud olan əl işarələrindən istifadə etməkdir.

Beləliklə, diskussiya verilişini hazırlayarkən aşağıdakıları yadda saxlamanız işinizin xeyrinə olar:

- diskussiyanı əvvəldən axıracan təxəyyülünüzdə canlandırmağa çalışın;
- mövzunu dəqiq seçin, mövzu nə qədər dəqiq olarsa, müzakirə bir o qədər aydın xətlə aparılar;
- intellektual diskussiya həmişə ağıllı və savadlı aparıcı tələb edir;
- çıxış edənlərə efirqabağı yalnız mövzunun ümumi istiqamətini deyin, geniş müzakirəyə yol verməyin;
- verilişin əvvəli üçün xüsusi önəm daşıyan yığcam və cazibədar girişi özünüz hazırlayın;
- diskussiyanı pultda izləyin və qeydlər aparın, iştirakçılara və aparıcıya qeydləriniz varsa, bunu aparıcının qarşısındakı kompyuterlə bildirin ki, çatışmazlıqları aradan qaldırsın.

Bədii-publisistik proqramlar

Bu növ verilişlər universal səciyyəli klassik radioların proqram siyasəti üçün xasdır. Məsələn, Azərbaycan radiosu, eləcə də bir vaxtlar çox populyar olmuş «Araz» radiostansiyası efirdə maraqlı bədii-publisistik proqramlar, ədəbi kompozisiyalar, musiqili ədəbi verilişlər, sənədli hekayə və oçerklər səsləndirmişlər. Xarici radiostansiyaların təcrübəsində (BBC, «Alman dalğası», «Amerikanın səsi» və s.) publisistik proqramlar, daha çox **sənədli verilişlər** adlandırılır. Yayımçılar arasında bədii-sənədli proqramlar haqqında belə deyilir: bütün sənədli verilişlər bir bədii verilişdir, ancaq bütün bədii proqramlar sənədli veriliş deyildir. Bu obrazlı fikirdə həqiqət olsa da, radio işçiləri arasında heç də hamı onunla razılaşmır. Yayım tarixinin hansısa bir mərhələsində formalaşmış bu müddəa ilə razılaşmayanların təbii ki, öz arqumentləri var.

Əslində bu mübahisələrin kökü janr bölgüsü ilə bağlı olan fikir ayrılıqlarından irəli gəlir. Burada söhbət həyat maretialını bədii detallarla (məsələn, bədii əsər, bədii film və s.), yoxsa konkret fakta, sənədə əsaslanaraq əks etdirməkdən gedir. Məsələn, İtaliya intibahına dair mətbuatda məqalə də yazmaq olar, bədii film də çəkmək, təbii ki, radiokompozisiya da hazırlamaq mümkündür. Həmçinin də Hindistan barədə tarixi oçerk də yazmaq, sənədli film də çəkmək, bədii xronika da hazırlamaq və burada tarixdən tutmuş mətbəx mədəniyyətinədək çox şeyləri əks etdirmək də olar. Göründüyü kimi, mətbuat, radio və televiziyada bədii-sənədli formalar bir nöqtədə üst-üstə düşür: bu, eyni bir mövzu ətrafında danışmaqdır. Amma bununla yanaşı radioda bədii və sənədli verilişlərə xas olan bəzi xüsusiyyətləri ayrı-ayrılıqda qısaca nəzərdən keçirək.

Bədii verilişlər. Bu növ verilişlərdə radiodakı bütün qaynaqlardan, bütün vasitə və formatlardan istifadə oluna bilər. Əslində radiotamaşa (bu barədə əvvəldə danışmışıq □ *Q.M.*), radio-teatr efirdə ən iri həcmli və mürəkkəb bədii forma sayılır. Amma sizin hazırlayacağınız bədii veriliş çoxelementliliyinə, dramaturji quruluşuna görə radiotamaşanı da ötüb keçə bilər.

Radionun tarixini vərəqləyəndə ilk bədii verilişlərin musiqi və aktyor ifasından ibarət olduğunu görürük. Məhz bu vasitələrin, üstəgəl səs effektlərinin iştirakilə radiorejissorlar tarixdə baş vermiş mühüm hadisələri yenidən canlandırmağa nail olurdular.

Səs effektləri, musiqi, fonoteka, yazılı qeydlər, aktyorlar, real insanlar, oxuyucu və dinləyicilər □ yəni informasiya vasitəsinin əhatə

etdiyi hər şey bura daxildir. Buna görə də dram və bədii verilişlər uzun müddətdir ki, bir-birindən ayrılmaz şəkildə təqdim olunur.

Sənədli verilişlərdə isə həqiqət olmayan, real faktı və həyatı əks etdirməyən bir elementə də yer yoxdur. Bu növ verilişlərdə yalnız real faktlardan və sənədlərdən istifadə olunur. İstər keçmişlə, istərsə də bu günlə əlaqədar mövzuya aidliyindən asılı olmayaraq, ancaq faktik sənədlərə əsaslanan hadisələr, ancaq həqiqət təqdim edilir.

Bu növ verilişlərdə işlədilən səslər də real həyatdan götürülür. Mümkün olan hər bir fakt və hadisənin gedişi ssenaristin yox, real tarixi şəxsiyyətlərin yazdıqları kimi verilir. Təbii ki, məsələyə belə yanaşma sənədli verilişin bədii verilişdən daha «doğru» olması mənasını vermir. Unutmayın ki, bir roman antropologiya və ya psixologiya haqqında elmi kitablardan daha çox məlumat verə bilər. Bir anlığa Jül Vernin fantastik romanlarında təsvir olunan ideyaların, elmi fərziyyələrin neçəsinin (televiziya, kosmik rabitə və s.) sonradan gerçəkləşdiyini yadınıza salın.

Reportaj, danışıq, nitq, mətnyazma, montaj və səs effektlərinin istifadəsinə aid qaydalar sənədli veriliş üçün də keçərlidir. Radio dramından, bədii verilişlərdən fərqli olaraq, sənədli verilişlərdə yalnız bir aparıcı və bir maqnitofon lazım olur.

Vaxtilə məşhur olan İnqmar Berqmanın filmləri onun öz dühasının məhsulu idi. O, özü ssenari yazır, pul tapır, aktyorları və yaradıcı heyəti özü seçir, özü idarə edir və quruluşu da özü verirdi. Bu, sırf yazıçı – müəllifin özünün istehsalı idi. Berqman filmlərinin şöhrəti ilə yanaşı, kəm-kəsirlərini də öz üzərinə götürürdü. Ancaq işi bütün sahələrdə eyni uğurla həyata keçirmək olmur. Film və televiziya verilişləri istehsalı, ümumilikdə sintetik sahədir, bütöv bir kollektivin işidir, bu prosesdə ayrı-ayrı mütəxəssislərin əməyi olur. Amma radioda sənədli verilişlər müəllif (fərdi) yaradıcılığı üçün yeganə sahədir. Bəs bu işi təkbaşına necə görmək, prosesə necə başlamaq lazımdır.

Bəri başdan bilməlisiniz ki, cəldlik, çeviklik və ardıcıllıq problemi ilə üzləşəcəksiniz. Unutmayın ki, 3-4 dəqiqəlik bir paket verilişi ərzində dinləyicinin diqqətini özünüzə cəlb etməniz çox vacibdir, ancaq 15, 20, 45, hətta 60 dəqiqəlik bir sənədli verilişdə dinləyicini radio qarşısında saxlamaq həqiqətən çətindir, bu, paket verilişinə qətiyyən oxşamır. Ona görə də hazırlığın və yaradıcılıq işinin bütün mərhələlərində diqqətli olmalısınız.

Əvvəlcədən, təklifinizi edərkən mövzunun öhdəsindən gələ biləcəyinizi yaxşı-yaxşı götür-qoy edin, bütün detalları düşünün, yoxsa yaxşı bir sənədli veriliş hazırladığınız vaxt əlinizdə olan material montaj vaxtı kənarda qala bilər. Əgər iş qurtardıqdan sonra

siz hələ də bəzi əlavə materiallar axtarırsınızsa, bu sizin uğur qazanmayacağınıza işarədir.

İri həcmli bir veriliş boyu eyni tonu, eyni üslubu davam etdirmək də asan deyil. Belə ki, üslub çox yumşaqdırsa, bir neçə dəqiqədən sonra dinləyicini bezdirəcək. Monotonluq, istər sərt, istərsə də yumşaq olsun, dinləyicini tez bezdirəcək. Ona görə hər şeyi nəzərə alın.

İkincisi, mövzunu dəqiqləşdirdikdən sonra düşüncələrinizi vərəqə köçürün, verilişin məqsədini ən aşağısı özünüz üçün dəqiq müəyyənləşdirin. Siz nə istəyirsiniz? Mövzunu necə açacaq, hansı elementlərdən istifadə edəcəksiniz? Kimlərlə danışacaqsınız? Proqram neçə dəqiqə olacaq? İşə nə vaxt başlayıb, nə vaxt qurtaracaqsınız?

Bütün bunları aydınlaşdırıb dəqiqləşdirdikdən sonra və studiya direktoru ilə razılığa gəldikdən sonra bir *buraxılış təqvimi* hazırlayın. Sizin işinizdə araşdırma aparmaq çox vacib mərhələdir.

Hazırlıq. Sənədli verilişlər yalnız real faktlara və həqiqətə əsaslanır, yəni real məkan, real hadisə və şəxsləri əhatə edir. Verilişin formalaşıb başa gəlməyi siz fikirləşdiyinizdən daha çox çəkir. Ona görə də hazırlıq prosesində aşağıdakıları yadda saxlayın:

- bir dəqiqə də vaxt itirməyin. Danışdığınız adamlarla görüşüb səslərini yazmağı yubatmayın. İnsanların qəribə adətləri var: onlarla görüşü təxirə saldığınız günün səhərisi nəyə görəsə, tapılmırlar. Yəni əlinizdə olan görüşmək fürsətindən dərhal bəhrələnin;
- müsahibəni necə aparacağınızı ətraflı izah edin və verilişdə bu müsahibənin hamısını verə bilməyəcəyinizi əvvəlcədən deyin, əgər soruşurlarsa verilişdə başqa kimlərin olacağını da gizlətməyin. Ən əsası öhdəsindən gələ bilməyəcəyiniz iş üçün heç kimə və heç nə söz verməyin;
- verilişin efirdə necə səslənməsini öz-özünüzə təsəvvür edə bilərsiniz, ancaq bunu da nəzərə alın ki, həyatda hər şey adamın fikirləşdiyi kimi olmur. Gözlənilmədən sizi çaşdıracaq vəziyyətlərə düşə bilərsiniz. Belə sürprizlərə də hazır olun və qarşınıza belə şeylər çıxarsa, onlardan qorxmayın. Məşhur bir məsəldə deyildiyi kimi, istənilən çətin vəziyyətdən çıxmaq üçün ən azı iki yol olur. Təcrübəli jurnalistlər bu iki yoldan ən yaxşısını tapa bilirlər;
- sənədli verilişlərin quruluşu, düzümü, materialların sıralanması vacib şərtdir. Bu məsələdə ən yaxşı üsulu jurnalistlər «muncuq sırası» adlandırırlar. Əvvəlcə, verilişin

mövzusu haqqında sizə lazım olandan daha çox mütəxəssisdən müsahibə alın. Bu adamlara mövzunu açmaq üçün mümkün qədər çox və fərqli suallar verin. Sonra bu müSAhibədən artıq və sizə maraqsız görünən hissələri montaj edib çıxarın. Verilişə daxil etdiyiniz və etmədiyiniz hissələrin xronometrajını mütləq bir yerdə qeyd edin, veriliş mətnini yazdığınız vaxt bu, sizə kömək edəcək;

- əsas müsahibədən sonra sizə lazım olan digər şəxslərlə də müsahibə apara bilərsiniz. Onlar birinci müsahib kimi, bütün mövzudan xəbərdar olmayacaqlar, ancaq dediklərini daha dərindən bildiklərini görəcəksiniz. Yeni müsahibələr daha geniş məlumatlar verdikdə, bunları birinci müsahibin verdiyi müsahibəyə əlavə edin, lazımdırsa, birinci müSAhibədə mövzuya aid ilkin məlumatları çıxarıb lazım bildiyiniz hissələrdə yerləşdirin;
- materialı necə montaj etsəniz də, mətninizə nələri əlavə daxil etsəniz də, yazdığınızın məntiqli və doğru olduğuna əmin olmalısınız. Bir də yoxlayın, əldə etdiyiniz dəlillər doğrudurmu? Sizin bu dəlillərdən çıxartdığınız nəticələri lazımlı yerlərdə düzgün istifadə edə bilmisinizmi? Əmin olun ki, sizin mətninizlə müsahiblərin dedikləri arasında ziddiyyət yoxdur;
- düzgün seçimlə çox şey əldə etmək olar. Amma bilin ki, sənədli veriliş prodüserləri əldə olanı itirməyə çox meyllidirlər. Onlar bəzən düzgün hesablama aparmadan həddindən çox adamla müsahibə yazır və bütün çıxışları da verilişə daxil etməyə çalışırlar. Əgər müsahibin dediklərini kəsməklə məna əlaqəsi qırılacaqsa, yaxşısı budur ki, heç həmin müsahibədən istifadə etməyin. Nəyi isə yanlış verməkdənsə, onu heç verməmək daha yaxşıdır. Bu prinsipi həmişə nəzərə alın.

Bəzən bu qaydalara əməl etməyən gənc jurnalistlər və prodüserlər həm özlərini, həm də radiostansiyanı pis vəziyyətdə qoyurlar. Sənədli verilişi hazırlayarkən ölçü hissini gözləməyə çalışın. Mətnlə müsahiblərin səslərini və küyləri balanslaşdırmağa çalışın. Həddindən artıq uzun mətn və ya yalnız müsahibələri ardıcıl montaj etmək yorucu ola bilər (hərçənd ki, əsasən mətnə əsaslanan, yaxud yalnız müsahibələr üzərində qurulan parlaq sənədli verilişlər də mövcuddur). Amma radio təcrübəsində müəyyən ölçülər norma kimi qəbul oluna bilir. Məsələn, 30 dəqiqəlik verilişin 15-17 dəqiqəsi lent yazısı (sənədli səslər), 7-8 dəqiqəsi sizin mətniniz, yerdə qalanı isə musiqi (keçidlər və fikrin ifadəsi üçün) ola bilər. Bu ölçüləri bilməniz də gələcək uğurlarınızda həlledici məqamlardandır.

Müsahibə texnikasına necə yiyələnməli?

Hər bir jurnalist ən azı iştirak etdiyi qısa jurnalistika kurslarından bilir ki, mediada müsahibə məlumat almaq metodlarından biridir. Kiminləsə ünsiyyət qurmaq, söhbət eləmək, ondan ictimai maraq doğuran məlumatlar almaq, əslində bir sənətdir. Çünki müsahibə özlüyündə xüsusi dramaturji əsərdir. Onun da özəl kompoziyası □ girişi, fikrin inkişaf xətti, kulminasiyası və nəticəsi var. Müsahibə həm də mürəkkəb psixoloji proseslə yaradıcılığın sintezidir.

Müsahibə bir neçə mərhələdən ibarətdir: hazırlıq, araşdırma, sualların tərtibi, müsahibənin keçirilməsi, dəqiqləşdirmələrin aparılması, materialın efirə hazırlanması. Hər bir mərhələnin öz xüsusiyyəti var və jurnalist bunların hər birində dəqiq və həssas olmalıdır. Şübhəsiz ki, burada hazırlıq, sualların tərtibi və müsahibənin məharətlə aparılması çox önəmlidir. Bütün bu mərhələləri uğurla keçib efirə əla müsahibə vermək istəyirsinizsə, aşağıda göstərilən məqamlara həmişə diqqət yetirin:

- □ Mövzunu və müsahibinizi yaxşı öyrənin. İnternetə girin, qəzetlərə baxın, bilmədiyinizi soruşun, kitabxanaya gedin, tam hazırlıqlı olun;
- □ Məqsədinizi dəqiq müəyyənləşdirin, nə istəyinizi dəqiqləşdirin;
- □ Müsahiblə əlaqə qurun, məqsədinizi və söhbətin formatını ona izah edin;
- □ Vermək istədiyiniz əsas sualları öz beyninizdə və yaxud bloknotda saxlayın. Sualları müəyyən etdiyiniz sxematik ardıcıllıqla verməyin, çünki, söhbət zamanı əlavə suallar da əmələ gələ bilər;
- □ Verdiyiniz sualların xırdalıqlarını öyrənmək üçün "niyə", "necə" və "nəyə görə" suallarından istifadə edin. Həmsöhbətiniz sizin ona ünvanladığınız suallara yalnız "hə" və "yox" sözləri ilə cavab verirsə, tələsmədən onun daha nə deyəcəyini gözləyin. Yaranmış fasiləni doldurmaq üçün həmsöhbətiniz cavabını dəqiqləşdirmək məcburiyyətində qalacaq;
- □ İki sualı bir sualda verməyin. Bir sual on beş saniyyədən və iki, üç cümlədən artıq olmamalıdır;
- □ Əgər müsahib mövzudan qaçırsa, onu xüsusi bir sualla öz yerinə qaytarın;
- □ Həmsöhbətiniz tərəfindən sizə ünvanlanmış suallara hazır olun. Məsələn: "Bəs sizin bu barədə fikriniz nədir?" kimi suala;

- Əgər sizin həmsöhbətinizə onun haqqında başqa jurnalistlər tərəfindən əvvəl hazırlanmış müsahibələr xoşuna gəlməyibsə,ona söz verin ki, sizin müsahibəniz dogru və ədalətli olacaq, başqa müsahibələrdən tamamilə fərqlənəcək;
- Əgər müsahibə vaxtı həmsöhbətiniz müsahibədə alınmış bəzi məlumatları çap etməməyi xahiş edirsə,çalışın onun fikrini dəyişəsiniz;
- Söhbətin adi şəraitdə keçməsinə çalışın;
- Müsahibinizi diqqətlə dinləyin və hər zaman kontekstdən istifadə edin;
- Statistikadan və tənqidi materiallardan istifadə edin;
- "Hə" və ya "yox" ilə cavablandırılması ehtimal olunan suallar verməyin;
- Müsahibinizin dediyində nəsə ürəyinizcə olmaya bilər, bu zaman qətiyyən mübahisə etməyin;
- Dinləyicilərinizin fikrini qabaqcadan bilməyə çalışmayın;
- Pis əhval doğuran jestlərdən, əl-qol hərəkətlərindən istifadə etməyin;
- Müsahibənin predmeti ilə bağlı kəskin suallar verməkdən çəkinməyin;
- Heç vaxt öz şəxsi fikrinizi bildirməyin;

Əgər siz müsahiblə studiyadan kənarda görüşüb səsini yazırsınızsa, aşağıdakı nüansları daim yadda saxlamalısınız:

- Yanınızda götürdüyünüz bloknotdan elə istifadə edin ki, çox da gözə görünməsin. Əsas məqamları qeyd edin, ardıcıllığı izləyin. Montaj vaxtı bu qeydlər sizə çox gərək olacaq;
- Müsahibənin məzmunundan nəyisə başa düşmədinizsə, yaxud ardıcıllığın pozulduğunu hiss etdinizsə, bütün bu mübahisəli anları həmsöhbətinizlə dəqiqləşdirməyə çalışın;
- Əgər hiss edirsinizsə ki, müsahibə sona yetir o zaman narahat qaldığınız məqamlar barədə təkrar suallar verin;
- Mütləq müsahibdən söhbətə nəsə əlavə etmək istəyini soruşun;
- Montajdan əvvəl material üzərində bir daha düşünün və onu beyninizdə tam dəqiqliklə qurun;
- Montaj vaxtı diqqətli olun, ixtisarı axırdan yox, mövzuya aid olmayan hissələrdən edin. **Radionun musiqi dünyası**

Radioların əksəriyyətində dinləyiciləri daha çox cəlb edən musiqi proqramlarıdır. Bəs bu proqramlar necə olmalıdır, necə hazırlanmalıdır, ümumiyyətlə, radioda ayrıca musiqi verilişlərindən başqa, digər proqramlarda musiqidən necə istifadə olunmalıdır? Musiqi tərtibatçısı, musiqi rejissoru, diceylər necə etməlidirlər ki, proqramlar xoşagələn olsun və dinləyiciləri cəlb etsin. Radioda musiqi ilə necə işləmək lazımdır, hansı qaydaları gözləmək vacibdir ki, ifaçılarla, şair və bəstəkarlarla müəllif hüquqları barədə vaxtaparan diskussiyalara cəlb olunmayasınız. Bunun üçün efirdə musiqinin yeri, rolu, əhəmiyyəti və müəllif hüquqları ilə bağlı müəyyən bilgilərinizin olması vacibdir.

Biz kitabın əvvəlində radionun təbiətindən danışarkən qeyd etmişdik ki, musiqi radionun üç əsas ifadə vasitəsindən biridir. Əgər bu musiqidən yaradıcılıq və müəllif hüquqları baxımından qaydalara uyğun istifadə olunarsa, hər zaman uğur qazanmaq mümkündür. Deməli, siz iki məqama diqqət yetirməlisiniz: a) veriliş üçün seçdiyiniz musiqi yerinə düşməlidir; b) mütləq müəllif hüququnu gözləməlisiniz.

Musiqinin çox böyük, çox güclü emosional təsir imkanları var. O, dinləyicinin ruhi vəziyyətinə təsir edib onun əhvalını xeyli yaxşılaşdıra bilər. Bir radio teatrı və ya bədii verilişin əvvəlində istifadə olunan həyəcanlandırıcı musiqi parçası dinləyicinin duyğularını verilişə görə tənzimləyir. Bir yarışma və ya yumoristik veriliş şən bir musiqi parçası ilə başlayarsa, dinləyici bu verilişdən çox şey gözləyər. Musiqinin verilişin mövzusuna ilə uyğun olması zərurəti, yəqin hər bir radio işçisi üçün aksiomadır.

Musiqidən necə istifadə olunması ciddi yaradıcılıq məsələsidir. Məsələn, bəzi dinləyicilər danışıq radiolarında musiqinin verilməsini istəmirlər. Hesab edirlər ki, musiqi danışığı qavramağa mane olur. Amma qayda belədir: lazımi yerlərdə musiqidən mütləq istifadə etməlisiniz. Hər boşluğa musiqi yerləşdirmək olmaz. Yaxşı seçilmiş, yerində verilən musiqi istənilən verilişi xeyli maraqlı edə bilər. Uyğun olmayan, yerinə düşməyən musiqi isə dinləyicilərinizi hövsələdən çıxaracaqdır. Adətən, verilişin sonluğu musiqi ilə qurtarır. Siz sonluqdakı bu musiqini tez bitirmək üçün onu süni şəkildə qısaltmaqdan çəkinin. Bundan başqa:

- hər hansı bir musiqini lazımlı hesab edirsinizsə, dinləyiciyə onu yaxşı-yaxşı dinləmək üçün imkan verin. Məsələn, əgər siz Ü.Hacıbəyova həsr olunmuş veriliş hazırlayırsınızsa, məşhur «Ünvertüra»nı və ya «Sənsiz» romansından bir parçanı 10-15 saniyə səsləndirib həmin an başqa əsərə keçməyiniz doğru

olmaz. Yaxud Şubertə həsr olunmuş bir veriliş hazırlayırsınızsa, «Rosamunda» üvertürasını on saniyə səsləndirib, başqa bir əsərə keçə bilməzsiniz;

- musiqi dinləyicini duyğulandırmaq, məzmunu daha dolğun çatdırmaq və gözəl nəticə əldə etmək üçün əla vasitədir. Maqazin verilişlərindəki musiqili «xəbərdarlıq», girişdəki çağırış musiqisi dinləyici üçün bir növ bələdçidir. Bu musiqi həm müəyyən bir mövzunun sona çatmasını bildirir, həm də mövzu ilə bərabər ritmin də dəyişdiyini göstərir. «Xəbərdarlıq» siqnalının çox uzun verilməməsinə diqqət etmək lazımdır.
- keçid musiqilərinə də diqqətlə yanaşın. Musiqidən əvvəlki məlumatın (xəbərin) xarakteri və məzmunu mütləq nəzərə alınmalıdır. Məsələn, yol qəzasında həlak olanlar haqqında xəbərdən sonra səsləndirilən siqnal musiqisinin şən «xəbərdarlığı» çox pis yozula bilər. Başqa bir xoşagəlməz hal, sözləri ilə birlikdə səsləndirilən mahnının fonunda hansısa çıxışı və ya söhbəti verməkdir. Əgər bu işin öhdəsindən gələcəyinizə əmin deyilsinizə, musiqidən istifadə etməyin, çünki sözlər bir-birinə qarışır. Əgər zərurət varsa, söhbəti instrumental musiqi fonunda vermək daha məqbuldur.
- musiqidəki ahəngi düzgün tutun, notun yarısında parçanı kəsməyin, lazımi keçid məqamını gözləyin. İndi dinləyicilər o qədər püxtələşiblər ki, sizin musiqi parçasını harada kəsdiyinizi o dəqiqə başa düşəcəklər. Bu o deməkdir ki, əgər musiqini lazımi yerdən kəsməmisinizsə, dinləyicinin verilişə marağı itə bilər
- sonluq (yaxud bağlanış) musiqisinin də səriştə ilə yığılmasına diqqət yetirin. Bəs musiqinin tam vaxtında bitməsini haradan bilərsiniz? Bunun üçün sadə bir üsul vardır: bitməyə az qalmış mikşerlə səsi azaltmaq. Məsələn, tutaq ki, verilişiniz saat 22-də bitməlidir. Əlinizdəki bağlanış musiqisi isə 2 dəqiqədir. Artıq siz saat 21.57-də studayada canlı efirdə olan aparıcıya verilişin sonuna 1 dəqiqə qaldığını işarə edib ani pauzadan sonra mikşerlə bu musiqini efirə verirsiniz.

Aparıcınızın, şounun sonunda 30 saniyə vaxt saxlayacağını bilirsinizsə, musiqinin sonunu tapın, bir dəqiqə əvvələ çevirin, verilişin bitməsinə bir dəqiqə qalmış səsləndirin. Belə üsulla bağlanış musiqisini istədiyiniz vaxt efirə verə bilərsiniz. Bu üsuldan hələ də

çox radiolarda istifadə olunur.

Musiqidən istifadə **müəllif hüquqları** ilə bağlı məsələlərdə diqqətli olmağı tələb edir. Düzdür, ölkəmizdə bu məsələ hələlik gündəlikdə deyil, amma xarici ölkə radiolarında musiqidən istifadə üçün müxtəlif təşkilatlarla müqavilə və razılaşmalar bağlamaq lazım gəlir. Bu gün Azərbaycanda da sizin istifadə etmək istədiyiniz mahnıya hansısa bəstəkarın qadağa qoyması, yəqin ki, təəccüblü deyil. Xüsusən musiqi yönümlü radiolar müəllif hüquqlarından xəbərdar olduqları üçün hansı musiqidən istifadə edib-etməməyi yaxşı bilirlər.

BBC radiosunun təcrübəsindən bir misal gətirməyimiz yerinə düşər: Bir orkestrin işi haqqında veriliş hazırlayan gənc prodüser həmin orkestrin məşqləri zamanı veriliş hazırlamağın gözəl fikir olduğunu düşünür və işə başlayır. Məşqlər başladıqdan bir neçə saniyə sonra, maestro musiqiçiləri dayandırıb, ifa olunan əsərin hansı hissəsinin radio üçün uyğun olması barədə məsləhətlər verir...

Veriliş yaxşı alınır, amma bu hekayət göz yaşları ilə sona çatır. Efirdə qısa parça səsləndirildikdən sonra radioya ödənilməsi tələb olunan böyük məbləğdə qəbz gəlir. Bunlar həmkarlar ittifaqından olan musiqiçilərin göstərdikləri xidmətə görə tələb etdikləri pulların qəbzi idi. Düzdür, Azərbaycan radiosunun təcrübəsində hələlik belə hadisə olmayıb, amma teleradio yayımı qanunla tənzimləndikcə, müəllif hüquqlarına diqqət artırıldıqca, yayım sahəsində bazar münasibətləri özünə yer aldıqca, belə halların bizdə də olacağına şübhəniz qalmasın. Ona görə də hətta həvəskar bir musiqiçi belə, olsa onun əsərinə aid bir parçanı verilişə daxil etməzdən əvvəl ondan yazılı icazə alın və ya bir razılığa gəlin, yoxsa başınız ağrıyacaq.

Musiqi verilişlərindən danışarkən **dicey işi** barədə də qısaca söhbət açmaq lazım gəlir. Dicey (ing. «*disk-jokey*» sözlərinin ilk hərfləri □ DJ) müasir radioların əsas fiqurlarından biridir. Daha çox özəl radiolarda iri həcmli və oyun elementləri olan musiqi proqramlarını idarə edən dicey, təbii ki, müəyyən musiqi biliyinə və intellektə, dünyagörüşünə və bunlarla yanaşı, həm də gözəl nitqə və artistizmə malik olur. Yaxşı dicey incə musiqi duyumu ilə rəğbət oyadır, dinləyicilər və veriliş iştirakçıları ilə uğurlu dialoq aparır, nə zaman və nə qədər danışmağı dəqiq bilir, yerində səslənən replikalar, şərhlər verir, dinləyicilərlə dil tapır, yerinə düşən zarafatlara da yol verir. Həssas dicey səsləndirilən vokal musiqi parçasından əvvəl instrumental musiqi fonunda nə qədər danışmalı olduğunu gözəl tənzimləyə bilir.

Bu gün FM radiolarının və yayım texnologiyasının təkmilləşməsi diceylərə çox kömək edir. Məsələn, indi o, «Top

100»də hər musiqi parçasının girişini əzbərləmək məcburiyyətində qalmır. Son zamanlar kompyuter texnologiyaları o dərəcədə inkişaf edib ki, onların verdiyi imkanlar sayəsində hamı dicey olmaq istəyir. Kompyuterin tətbiq olunmağıdı stansiyalarda, sadə radiolarda aparıcı səsi tənzimləmək, kaseti yerləşdirmək, mətni oxumaq, dinləyici məktublarını və maqnitofon lentlərini əldə etmək üçün hədsiz çox iş görməlidir. Müasir radiolarda hər şey kompyuterin nəzarətindədir. Disklərin hansı sıra ilə oxudulacağını, reklamların nə vaxt veriləcəyini, verilişin müddətini və Top 100-ə hansı mahnıların daxil olunduğunu məhz kompyuter «bilir» və idarə edir.

Yaxşı səhər şousunu necə yaratmalı?

İndi bütün radiolarda və televiziyalarda maraqlı səhər proqramları var. Azərbaycan teleradiolarında azsaylı uğurlar da məhz səhər proqramları ilə bağlıdır. Vaxtilə televiziyanın hər bazar günü efirə çıxan «Səhər görüşləri», Azərbaycan radiosunda isə həftənin şənbə günləri səslənən «Sabahınız xeyir» kimi, olduqca rəngarəng əyləncəli musiqi proqramı indi də çoxlarının yaddaşındadır.

«Səhəri necə açsan, bütün günün elə də davam edəcək» deyimi, görünür təsadüfən yaranmayıb. Bu deyim, həm də dinləyiciləri cəlb edən, onlarda yaxşı əhval-ruhiyyə oyadan maraqlı səhər radio verilişlərinin vacibliyini nəzərə çarpdırır. Məhz bu səbəbdən hər bir radiostansiya daha çox dinləyici auditoriyası toplayan əla səhər şousuna malik olmaq istəyir. Bəs belə bir səhər şousunu yaratmaq üçün nə etmək lazımdır? Nələrin sayəsində cəlbedici şouya nail olmaq mümkündür?

Qərb təcrübəsi, elə bəzi yerli radioların da qazandığı az-çox uğurlar onu deməyə əsas verir ki, populyar səhər şousu yaratmaq üçün bir-biri ilə sıx bağlı olan aşağıdakı şərtlərə əməl edilməlidir:

- müxtəlif elementləri (janr və məlumatlar) özündə birləşdirən yüngül, amma zəngin struktur;
- dinləyici marağına xidmət edən ən müxtəlif informasiyalar;
- zövqlə seçilmiş və yaxşı əhval oyadan musiqi;
- bütün bunları çox gözəl təqdim edə bilən aparıcı (yaxud aparıcılar).

Müasir radiolarda bu şərtlərin hamısı önəmlidir, lakin yaxşı, ünsiyyətçil, diribaş aparıcı olmadan uğurlu səhər şousundan danışmaq mümkün deyil. Qərbdə radioların və proqramların çoxu, məhz yaxşı aparıcı sayəsində məşhurlaşır, məhz aparıcıya görə yaxşı pul qazanırlar. Bu mənada səhər şouları da istisna deyil. Məhz bu məqamı nəzərə alaraq, Filadelfiya (ABŞ) radiosunda səhər şousunun aparıcılarının iş təcrübəsinə aid materialı nəzərdən keçirməyi tövsiyə edirik.

* * *

«Auditoriya efirdə canlı yayımlanan dialoq və söhbətlərə çox böyük həvəslə qoşulur. Xüsusilə də iki aparıcı arasında dostcasına, səmimi dialoq olduqda, bu məqam daha qabarıq şəkildə özünü büruzə verir. Tərəfləri yalnız bir şey birləşdirir: onlar bir-birləri və dinləyicilərlə, həqiqətən də, emosional səviyyədə ünsiyyətə girə bilirlər.

Bu gün səhər proqramlarında komanda ənənəsi saxlanılsa da, vəziyyəti daha müdrik və obyektiv qiymətləndirməyi bacaran indiki dinləyicilərlə əlaqə yaratmaq üçün bütün aparıcı cütlüklər daxili fövqəltəbii qüvvəyə malik deyillər. Filadelfiyadan olan səhər komandası – Karter və Sanborn bu sırada ən yaxşılardan biridir.

- On iki ildir sizi bir yerdə saxlayan nədir?

Karter: -Biz ilk gündən belə şərtləşdik ki, bura gəlib şənlənəcəyik.

Sanborn: - Burada, sözsüz ki, psixoloji uyğunluq müəyyən rol oynayır. O, cümləni başlaya, mən isə tamamlaya bilərəm.

Karter: - Hə, bizim ər-avrad olmağımız və bu kimi başqa fikirlər söləyirlər. Əslində, oxşar cəhətlərimiz olduqca çoxdur.

Sanborn: - ...Eyni ikrah hissimiz, eyni yumor hissimiz...

Karter: - ...Və biz eyni zəmanə insanlarıyıq.

Sanborn: - Lakin bizim aramızda fərqli cəhətlər də vardır və onu da deyim ki, bu, çox yaxşıdır.

- Hansı fərqlər?

Karter: - Deyək ki, Sanbornu Santananın konsertində görmək mümkündür, mən isə başqa musiqini sevirəm. Biz kifayət qədər fərqli adamlarıq. Lakin buna baxmayaraq, studiyada birgə olanda aramızda anlaşma hökm sürür. Əgər belə olmasaydı, biz bu işi davam etdirməzdik.

- Siz şounun hazırlanmasına nə qədər vaxt sərf etmisiniz?

Karter: - Biz bu işə daima hazırlaşmışıq. Hazırlıq heç zaman bitmirdi.

Sanborn: - Bizdə beş əməkdaş çalışırdı. Prodüserimiz və quruluşçu prodüserimiz var idi və hər ikisi qadın idi. Onlar bütünlükdə bizim auditoriyanın dinləyiciləri arasında sorğular aparırdı.

Karter: - İşimizin ən unikal xüsusiyyətlərindən biri də bu idi ki, biz idman barəsində çox az danışırıq. Hazırlanmış parodiyalara gəlincə isə, əvvəllər biz onlardan çox istifadə edirdik. Amma sonralar bunu hamı etməyə başladı. Sonra bazar bir qədər dəyişdi. Artıq Stern, Coyner və Aymus peyda oldular. Və bu, bizi səviyyəmizi qaldırmağa məcbur etdi. Bəxtimiz gətirdi ki, bizim formatımızda hələ heç kim musiqilər arasında olan fasilədə yeni bir şey etməyə cəhd göstərmədi. Onlar hələ də horoskopları və günün ən aktual məsələlərini müzakirə edirdilər və bu, bizə fərqlənmək imkanı verirdi.

- Necə düşünürsüz, «zərbəçi» kəlmələrin vaxtı keçib?

Sanborn: - Məncə, bu, sizin onu necə çatdıracağınızdan asılıdır. Siz zərbəçi kəlməni təbii kontekstdə ifadə edə bilərsiniz. Və düşünürəm ki, bu, düzgün sayılar. Amma əgər siz onu birbaşa zarafat

kimi desəniz işə yaramayacaq.

- Yəni demək istəyirsiniz ki, mövzudan daha çox insanlara istiqamətlənmək daha vacibdir?

Sanborn: - Siz hər ikisini nəzərə almalısınız. Hərdən biz yerli xəbərləri uzun-uzadı müzakirə edir, hərdən isə bütün gün ərzində ancaq və ancaq şəxsi fikirlərə keçir, mübahisəli suallar qoyuruq...

Karter: - Ən incə məqam sizin auditoriyanı tanımanızdır. Siz onların nə yediklərini, nə etdiklərini və nəyə qulaq asdıqlarını bilməlisiniz. Əgər siz bunu bilməsəniz, onlar bunu hiss edəcək və harasa, başqa bir yerə gedəcəklər. Əgər musiqi dəyişsə, siz də dəyişməlisiniz. Biz meynstrimdən hip-hopa keçdik. Çünki bu, bizim dinləyicilərin daha çox ürəyincədir. Bu, o demək deyil ki, biz enli cins şalvarda gəzməliyik. Lakin bu stilin dilini bilmək lazımdır.

Sanborn: - Siz əlaqə yaratmağı, ünsiyyət qurmağı bacarmalısınız.

- Sizin 18 yaşdan 34 yaşa qədər olan auditoriyada bütünlüklə kommersiya xarakterli başaldatmalar o qədər geniş yayılıb ki, onlar artıq qiymət verməyi çox yaxşı bacarırlar. Siz reklamdan yorulmuş bu qrupla necə əlaqə yaradırsınız?

Karter: - Siz onların gözü önündə olmalısınız. Bu, gizli biznes üçün gözəl imkan yaradır, lakin insanlar sizi başa düşsələr və bilsələr ki, siz onlarla səmimisiniz, onlar sizə daha yaxın olarlar.

- Siz öz şəxsi həyatınızı dinləyicilərə nə dərəcədə açmısınız?

Karter: - Biz qarşımıza tutaq ki, «...ötən gecə mənim yoldaşım...» mövzusunda olan material üzərində işləmək vəzifəsi qoymamışıq. Ancaq hərdən bu mövzuya da toxunmuşuq.

Sanborn: - Əslində, bu, çox az hallarda baş verir o, da məsələyə aidiyyatı olanda.

Karter: - ...Hə, məhz məqamı düşəndə biz belə məsələyə toxunurduq...

Sanborn: - Amma şəxsi həyatımız barədə informasiyanı geniş şəkildə aşkarlamırıq.

- Sizin şounun strukturuna sensasiyalı materiala xüsusi, improvizə üçün isə ayrıca vaxt ayrılması daxildirmi?

Karter: - Bu, baxır hansı gündür...

Sanborn: - Biz işi planlaşdırmağı sevirik. Lakin nə isə baş verdikdə, misal üçün, kimsə mühüm bir şəxs dünyasını dəyişdikdə, yaxud şəhərdə fövqəladə bir hadisə baş verdikdə, biz hazırladıqlarımızı təxirə salır və dərhal hadisə yerinə bağlanırıq. Amma həmişə bizdə cütlük yaratmaq üçün nə isə olur.

- «Ardıcıllıq» sözü səhər şouları üçün açar rolunu oynamaqda davam edir?

Sanborn: - Bəli! Şouda gözlənilməz və qeyri-adi elementlərdən başqa daimi elementlər də mövcuddur. Bizim şouda hesabatın istiqamətlənmiş məlum nöqtələri var. Misal üçün, doğum günü olan şəxsə zəng vurmaq, horoskop. Dinləyicilər bu rubrikalar üzərində sanki saat istiqamətində olduğu kimi yönlənirlər.

- Siz auditoriyaya şounuzda iştirak etmək imkanı verirsinizmi?

Karter: -Mümkün olduğu qədər. Biz öz dinləyicilərimizi «dünyada ən təhlükəli auditoriya» adlandırırıq.

- Əgər sizdən Karter və Sanborn duetini digərlərindən fərqləndirən hansısa bir cəhəti göstərmənizi xahiş etsəydilər, necə cavab verərdiniz?

Karter: - Biz hamıdan irəlidə olmuşuq!

Material K.Makkoyun rus dilində
çap olunmuş «Maniəsiz yayım»
(M., 2000) kitabından götürülmüşdür.

Siz radio prodüserisiniz

Əgər diceylik sizlik deyilsə, xəbərləri oxuya bilmirsinizsə, reportyor kimi hadisə yerlərinə getməyə ərinirsinizsə, yaxud bacarmırsınızsa və ya müxbirlikdən xoşunuz gəlmirsə, narahat olmayın. Bütün bu mənfi hallar sizin prodüser kimi çalışmağınıza mane ola bilməz. Radio, televiziya və filmlərdə istifadə olunan terminologiyanın çoxu daha qədim küçə tamaşalarından teatrdan gəlir. Məfhumlar hər bir ölkədə müxtəlif cür yozula bilər, ancaq ümumi olan budur – film və televiziyada prodüser maliyyə və təşkilati işlərlə məşğul olur, rejissorlar isə gözəl əsərlər yaradırlar. Amma son illər yayım işində prodüser vəzifəsi yaradıcılıq və inzibatçılıq funksiyasını birləşdirir.

Keçmişdə BBC-də baş redaktorlar qəlyan çəkən, intellektual şəxslər kimi tanınırdılar. Radio inkişaf etdikcə və BBC-də vəzifələr məhdudlaşdıqca, prodüserlər də az-az görünməyə başladılar. İndi bu radioda, eləcə ölkənin buna bənzər əyalət radiolarında aparıcılıq, prodüserlik və studiya rəhbəri kimi işləri yayımçı adlanan bir nəfər görür. Bəs prodüser haradan meydana gəlib?

İngiltərədə ilk yayım şirkətinə (BBC-yə) başçılıq edən şəxs Con Rayt olub. Sonradan «lord» titulu alan C.Rayt radionun xalqın maarifləndirilməsində mühüm bir vasitə olmasına çalışır və onun gələcəyinin mühüm bir istiqamətinin məhz maariflənmə ilə bağlı olacağına inanırdı. Digər əməkdaşlar Raytın cəmiyyətin inkişafında radionun əhəmiyyəti barədə fikirlərini dəstəkləyir, ancaq bu vasitənin yalnız maarifləndirmə funksiyası ilə məhdudlaşmasını qəbul etmirdilər.

1926-cı ildə İngiltərədə şaxtaçıların başladığı etiraz tətilləri zamanı hökümət qiyamçı fəhlələrə qarşı öz təbliğat kompaniyasında BBC-nin köməyindən istifadə etməyə çalışdı, amma əksinə oldu. O vaxt baş xəzinədar vəzifəsini tutan gələcək baş nazir U.Çörçill radionun bu kampaniyaya etirazına cavab olaraq büdcədən yayımçılara pul buraxmamaq barədə hökumətə təkliflər verdi. Amma bu məsələdə hökumətin iradəsi keçmədi. Düzdür, siyasətçilər uduzdular, amma BBC-nin müstəqilliyini əlindən almaq üçün hakimiyyətdəkilərin təzyiqləri uzun illər səngimədi.

İctimaiyyəti öz istəklərinə uyğun formalaşdırmaq istəyənlərin radioya olan bu təzyiqi, tədricən yayımçılığın bütün maliyyə, təşkilati və yaradıcılıq xüsusiyyətlərini bir yerə toplayan **prodüser** nəslinə yol açdı. Onlar obyektivlik, qərəzsizlik, dəqiqlik prinsiplərinə əməl edən, həm də bu prinsiplərin davranış normasına çevrilməsini nəzarətdə saxlayan insanlar idi.

Bu «prodüserlər» C.Raytın fikirlərini dəstəkləyirdilər, gördükləri işlərin yüksək keyfiyyətinə də söz yox idi. Həmin dövrdə də BBC-nin bir monopoliya kimi yüksək standartlar yaratmaq gücü var

idi. Qısa vaxt ərzində prodüserlik işi məhz bu dalğada mükəmməllik rəmzinə çevrildi və radioda sayılan peşələr sırasına daxil oldu. Sonralar bu peşə televiziya və radioda yeni keyfiyyətlər qazanaraq əsas fiqurlardan birinə çevrildi.

Kompyuter və digər yeni texnologiyalar insan əməyini nə qədər əvəz etsə də prodüserin **vəzifələri** heç zaman dəyişmir. Prodüserlər insanları yaxşı tanıyan şəxslərdir, geniş əlaqələri var. Onların cəmiyyətdə ünsiyyətdə olduqları, əsasən məşhur, nüfuzlu və ən başlıcası maraqlı insanlardır. Prodüserin vəzifəsi mikrofondan çəkinənlər də daxil olmaqla, bu adamları verilişlərdə çıxış edib bir neçə söz deməyə razı salmaqdır.

Geniş əlaqələr qurmaq, adamlarla dil tapmaq yaxşı prodüser üçün lazım olan xüsusiyyətlərin yalnız bir hissəsidir. Hər hansı bir jurnalist və ya ağıllı bir radio dinləyicisi kimi prodüserin də geniş dünyagörüşü, intellekti, hadisələr barədə məlumatı, dərin biliyi və hər şeydən əvvəl işə marağı olmalıdır.

Təbii ki, öz fikirləri olmayıb, başqalarının ideyalarından yaradıcı şəkildə bəhrələnib istifadə edən prodüserlər də var. Məsələn, bir bilik yarışmasının prodüseri başqa bir şəxsin yaratdığını inkişaf etdirər və ya öz maaşıyla dolanan bir şəxsin dünyanın təhlükəli bir bölgəsinə edəcəyi səfər haqqında eşidib, onu verilişə dəvət etmək üçün dəridən-qabıqdan çıxa bilər.

Yaradıcı adamın, o cümlədən prodüserin fantaziyası hüdudsuzdur, fikir istehsalının sonu yoxdur, qıt olan yalnız vaxt və puldur. Getdikcə veriliş istehsalı vaxtı və pulu balanslaşdırmaq problemi ilə üz-üzə qalır. Prodüser, həm də bir mühasib bacarığına malik olmalıdır ki, dəqiq hesablamalar apara bilsin.

Bir ideya meydana gəlibsə və onu gerçəkləşdirmək xərcləri dəqiq hesablanıbsa, prodüser bunu bütün sistemi nəzərə almaqla gözdən keçirməlidir. Verilişin hazırlanması plana və təqvimə uyğun olmalıdır. Əslində müasir radioların əksəriyyətində verilişlərin konkret planı yoxdur. Üç-dörd nəfər aparıcı musiqini kompüterdən götürüb, araya xəbər və reklam yerləşdirməklə bu işi görürlər. Elə radiolar var ki, proqram cədvəllərini çap etməsələr də bütün populyar verilişlərinin (xəbər, reklam və gündəlik musiqi proqramlarından əlavə) dəqiq günü və dəqiq saatı bəlli olur.

Prodüser üçün də verilişin ideyadan, planlaşdırılmasından başlamış efirə gedənədək müddəti üç mərhələdən ibarət olur:

- mövzunun tapılması, ideyanın irəli sürülməsi və onun işlənməsi ilə əlaqədar olan istehsal öncəsi mərhələ;
- ideyanın gerçəkləşdirilməsi □ istehsal mərhələsi;
- verilişin hazırlanıb qurtarmasından sonrakı mərhələ.

Birinci mərhələ verilişin hazırlanmasından əvvəl gələn müddəti əhatə edir. Bu mərhələdə prodüser «niyə bu mövzuda veriliş hazırlayırıq» sualını əsaslandırmağa çalışır, ideyanın gerçəkləşməsi üçün aparılacaq yaradıcılıq, təşkilati və maliyyə işlərini həll edir, qaynaqlardan məlumat toplamaq problemlərini həll edir. Bunlar hələ işin başlanğıcıdır, qarşıda «verilişin aparıcısı kim olacaq, kimlər çıxış edəcək, ekspertlər kim olacaq» kimi suallar var və onlar həll edilməlidir. Adətən, böyük radiolarda prodüser efirə çıxmır. Buna görə də, reportaj hazırlamaq, mətn yazmaq və sonra da bunları təqdim etmək üçün jurnalistin və ya peşəkar aparıcının olması lazımdır. Radio yayımında belə adamları tapmaq o qədər də asan deyil.

Aparıcılığa dəvət etdiyiniz şəxs veriliş haqqında məlumatlandırılmasını istəyəcək. Redaksiya otaqlarında saatlarla davam edən müzakirələri, indi günlər və bəzən həftələrlə davam edən internet, arxiv və kitabxana araşdırmaları, yaxud da üzbəüz söhbətlər əvəz edəcək.

Beləliklə, müxbir-aparıcı tapıldıqdan sonra verilişin hazırlanmasına kömək edə biləcək şəxslərin axtarışına keçilir. Bunların təcrübəli şəxslər və ya işə yeni başlamış istedadlar sırasından seçilməsi mümkündür. Bir qədər qəribə görünsə də, siyasətçilər, politoloqlar, QNT nümayəndələri, müstəqil ekspertlər də veriliş aparıcıları qismində nəzərdən keçirilə bilər.

Təcrübəli şəxslərdən sayılan yaradıcı adamlar qazanclarının heç olmasa bir hissəsini mediadan uman şəxslərdir. «Real şəxslər» adlı kateqoriyadan olan şəxslər (əsasən siyasətçilər) isə vəzifələrini yerinə yetirən şəxslərdir və buna görə onlara pul ödənilmir.

Ümumiyyətlə, qonorar-ödəniş incə məsələdir. Azərbaycanda indi ekran-efirdə çıxış edənlərə pul ödənilməsi nadir hadisədir. Amma məsələn, İngiltərədə vəziyyət başqa cürdür. Tutaq ki, adi verilişdə çıxış edən siyasətçilər ancaq müəyyən hallarda pul alırlar, əgər millət vəkili təmsil etdiyi partiya ilə əlaqədar bir verilişdə iştirak edirsə, ona da pul verilmir. Amma tutaq ki, BBC Dünya Xidmətində (World Servise) başqa sistem var. Bu xidmət İngiltərədən başqa bütün dünyaya xidmət göstərdiyindən, millət vəkili də, siyasətçi də xaricdə yaşayan bütün insanlara müraciət etdiyinə görə, onlara pul ödənilir. Ancaq dəqiq olan budur ki, İngiltərənin siyasi partiya liderləri heç bir halda qonorar qəbul etmirlər.

Qayıdaq prodüserin işinə. O, ilk növbədə aparıcı və çıxış edənləri necə tapmalıdır? Burada məsələn, adlar siyahısını köməkçiyə vermək hələ iş görmək deyil. Xüsusilə, özünə çox tələbkar və ya mediaya inamsızlığı olan müsahibələri bəzən aparıcı qismində cəlb etmək, onlarda inam yaratmaq, dil tapmaq çox vacibdir.

Mütləq incə formada qonorar ödəniləcəyini nəzərə çatdırın. Belə prinsipial və özünə hörmət edən adamların puldan imtina etmələri mümkün deyil.

Təbii ki, razılaşmadan sonra bu adamlar verilişin içindəkiləri və burada onların işlərinin, funksiyalarının nədən ibarət olduğunu, nə qədər montajla efirə çıxacaqları və bir də kimlərin verilişə dəvət edildiyini bilmək istəyəcəklər. Bir radio verilişinin hazırlığı müddətində həyata keçirilməsi çətin olan danışıqların, razılaşma və sənədləşdirmələrin çoxluğu adamı təəccübləndirə bilər. Prodüser belə çətin və çoxmərhələli işlərə həmişə hazır olmalı, heç nəyə təəccüblənməməlidir.

Siz aparıcı və iştirakçılarla razılığa gəldikdən sonra işin **ikinci mərhələsi** başlanır. Aydındır ki, səslərin yazılmasına başlamaq lazımdır. Burada belə bir məntiqi sual ortaya çıxır: studiyadan kənarda olan müsahibələr nə vaxt və harada aparılacaq? Bu sualın cavabı, artıq verilişin hazırlanma prosesi ilə bağlıdır.

Yayım həm kənarda, həm də radiostansiyanın özündə aparıla bilər. Radiolar yayımın kənardan aparılması təcrübəsinə az-az müraciət edirlər. Verilişin hazırlanması, bütövlükdə studiyada aparılır. Böyük yayım şirkətlərində verilişlərin əvvəlcədən lentə alındığı studiyalar və canlı yayımları həyata keçirmək üçün birbaşa yayım studiyaları mövcud olur. Daha çox danışıq yönlü verilişləri olan radiolarda studiya qonqaqları ilə söhbətlər canlı, maqazin verilişləri lent və canlı yayımlanan hissələrlə birlikdə, sənədli verilişlər isə əvvəlcədən lentə alınmış şəkildə efirə gedir.

Təbii ki, əvvəlcədən yazılmış verilişlər texniki cəhətdən qüsursuz olur, lent yazılışı zamanı yol verilən səhvlər qeyd edilir və aradan qaldırılır. Bir sözlə efirə lazımsız heç nə verilmir, hər şey ütülü olur. Canlı yayımlarda da səhvlər buraxıla bilər, dil yanlışlıqları və davranış uyğunsuzluqları da mümkündür. Bunlarla yanaşı canlı yayım, sözsüz ki, daha maraqlı və rəngarəngdir. Canlı yayımlar həm də xoş sürprizləri və gözlənilməz gedişlərin bolluğu ilə dinləyiciləri cəlb edir. Ona görə də, bəzi sənədli verilişlərin prodüserləri səs yazılanda «canlı» effekti yaratmaq üçün müəyyən üsullara əl atır, bilərəkdən, süni səhvlər buraxırlar ki, proqram canlı yayımda verilən kimi görünsün.

Veriliş strukturca mürəkkəbləşdikcə səhv etmək riski də artır. Buna görə də bəzi sənədli verilişlər yazılaraq və ya birbaşa yayımlanmamıqdan əvvəl «məşq» edilməlidir. İntuisiyanız nə qədər güclü olursa-olsun, materialın yararlılığını, düzümü və əlaqələndirici hissələri yoxlamağa ehtiyac vardır. Bu proses lazım olarsa sizə sonuncu düzəlişləri etmək imkanı verəcək.

Üçüncü mərhələ verilişin mürəkkəb hissələrinin lentə yazıl-

masıdır. Yadda saxlayın ki, verilişi lentə yazarkən proqramın ssenarisi, mətni, bunlar olmadıqda isə mütləq verilişin planı sizdə olmalıdır. Siz pultda əyləşib verilişin yazılışını izləməli, lazım olan hallarda müdaxilə etməlisiniz. Təbii ki, proqramın yazılışı ilə studiya rəhbəri də maraqlana bilər və aparıcı studiyada sakitcə oturub mətni gözdən keçirdiyi zaman siz studiya rəhbərinə verilişdəki əsas məqamları izah etmək imkanı qazanırsınız.

Növbəti mərhələdə işiniz aparıcı və səsi yazan texniklə olacaq. Lentə yazdığınız materialın və musiqinin səsinin tənzimlənməsinə mütləq nəzarət edin. Aparıcınızın da səsi tənzimləndikdən sonra artıq məşq etmək olar. Bu məşq detallar üzrə deyil, bütövlükdə proqramın düzümünü mənimsəmək üçündür. Əgər məşq rəvan şəkildə gedirsə, kiçik səhvlərə görə onu dayandırmayın. Səs yazmağı özünüz də bacarsanız, bu yalnız sizin xeyrinizə olacaq.

Prodüser işi baxımından səsyazma və ya canlı verilişlər arasındakı ən başlıca fərq vaxt bölgüsü və studiya (aparıcı) ilə ünsiyyət, əlaqədir, çünki yayım müəyyən bir saniyədə qurtarmalıdır və verilişi vaxtında bitirmək üçün aparıcının güvəndiyi yeganə şəxs prodüserdir. Bu peşənin daşıyıcısı isə radio işini incəliyinədək bilməklə yanaşı, heç vaxt, heç yerdə öyrədilməyən bir keyfiyyətə □ insanlarla yüksək dərəcədə ünsiyyət qurmaq bacarığına malik olmalıdır. O, hər yerdə və hər vəziyyətdə insanlarla necə davranmağın, onlarla necə əlaqə saxlamağın incəliklərini, sözün əsl mənasında, gözəl bilməlidir. Bütün studiyalar sakit, ünsiyyətçil və xoş xasiyyətli prodüserlərin hesabına uğur qazanırlar. Belə bir haqlı fikir geniş yayılıb ki, studiya qonaqları üçün prodüser radiostansiyanın təmsilçisi, bir növ ev sahibidir. Qonağın özünü necə hiss etməsi isə, ev sahibinin özünü necə aparmasından çox asılıdır.

Nəhayət, **sonuncu mərhələ** veriliş yazıldıqdan sonra, onu efirə hazırlama prosesi □ **montaj** başlayır. Bu, özü də ciddi yaradıcılıq işidir. Əgər eyni veriliş bir neçə variantda efirə veriləcəksə, burada geniş montaj işi aparmaq lazımdır. Müəyyən bir vaxt üçün formalaşdırılan bir verilişi başqa bir müddətə görə montaj etmək həssaslıq və böyük ustalıq tələb edir.

Prodüser montaj işləri bitən kimi **verilişin anonsunu** hazırlamalıdır. Bu anonslar dinləyicini cəlb edən, onu yerindən oynadan dadlandırıcı reklamlarıdır və çox əhəmiyyətlidir. Verilişə qulaq asan dinləyicilərin sayını artırmaq üçün müxtəlif formalar düşünüb tapmaq sizin vəzifənizdir. Əksər prodüserlər öz vəzifələrini təkcə veriliş hazırlamaq olduğunu düşünürlər, halbuki verilişin dinlənməsi, onun auditoriyaya yüksək səviyyədə təqdim olunması da prodüserin qayğılarından biridir.

Aparıcılığın çətin şərtləri

Televiziyaya, radioya qədəm qoyan, kamera və mikrofon qarşısına çıxan hər kəs, özəlliklə yaradıcı şəxs çox tez tanınmaq, məşhurlaşmaq istəyir. Yaradıcı adam üçün bu, çox təbii istək, anlaşılan hissdir. Vaxtilə yerli radiostansiyada dicey olaraq fəaliyyətə başlamış, indi isə CNN kimi nüfuzlu telekanalın populyar aparıcısına çevrilmiş Lari Kinq məşhurlaşmağın səbəbini işgüzarlıqda, daim öyrənməkdə, bilik qazanıb insanlarla ünsiyyətə girə bilmək qabiliyyətində görür.

Televiziyadan fərqli olaraq, radioda aparıcılığa gedən yollar çox dolanbac deyil. Əgər hazırladığınız xəbərlər, apardığınız reportaj və müsahibələr azacıq orijinallığı ilə diqqəti cəlb edirsə, mütləq sizi qiymətləndirəcəklər. Aparıcılığınız xəbərlərdən başlasa, daha yaxşıdır, siz xeyli geniş məlumata malik olacaq, adamları tanıyacaq, mikrofon qarşısında işləmək vərdişləri qazanacaqsınız.

Bəs radioya yeni gəlmisinizsə, işə adicə reportyor kimi başlamısınızsa, başqalarından necə fərqlənə bilərsiniz. Təcrübə göstərir ki, aşağıdakı şərtləri davamlı gerçəkləşdirən reportyorlar (müxbirlər) fərqlənə bilirlər:

- daim yaradıcı coşqusu olmalı, nə etmək istədiyini, nəyi hazırlamaq istədiyini tən-dürüst bilməli;
- şablonlardan uzaq olmalı, sterotipləri qırmalı, köhnəlmiş, faydasız ənənəni pozmalı, heç kimə bənzəməməli;
- özünüzə maraqlı görünən fikirlərdən, o cümlədən dəlisov ideyalardan çəkinməməli, onları ətraflı götür-qoy etməli. Zahirən məntiqsiz kimi görünən düşüncəyə alışmalı. Ağıla gələn hər bir ideyanı kağıza köçürməli və onlara ilk baxışdan qiymət verməli;
- hər gün obrazlı düşünməyə can atmalı, duyğulara üz tutmalı. Obrazın hərfi mənasını deyil, keyfiyyətini düşünməli, bənzətmələrdən yararlanmalı, onları sözə çevirməyi öyrənməli;
- bəzən yaranan yaradıcılıq gərginliyin sizi üzməsinə imkan verməməli, düşündüyünüz mövzunu, problemi qısa müddətdə radioəsərə çevirərək təqdim etməli;
- sizi doğru anlmayacaqlarından, hətta «ala qarğa» kimi görünməkdən də qorxmamalı, həmişə ciddi görünməyə dəyməz, başqasının nə düşündüyünə məhəl qoymamalı, ağlınıza yox, qəlbinizə inanmalı;

- gözlənilməz vəziyyətlərə hazır olmalı, cəmiyyətdə gedən prosesləri daim izləməli;
- öz üslubunuzu formalaşdırmaq qayğısına qalmalı.

Bütün bunlarla yanaşı müdrik Dao Szinin bu sözlərini qulağınızda sırğa edin: insan doğulanda yup-yumşaq və uyuşqan olur, öləndə isə qup-quru və bərk. Bitkilər incə və şirəli doğulur, öləndən sonra quruyub parça-tikə olur. Demək, sərt olan, əyilib-bükülməyən hər şey ölümdən soraq verir. Amma yumşaq və uyuşqan nə varsa, həyatı yaradır. Deməli, siz daim çevikliyinizi saxlamalı, ağlınızı itiləməlisiniz. Məhz bu keyfiyyətlər sizi radioda aparıcı vəzifəsinə gətirib çıxara bilər. Aparıcılıqda isə çox şey əsasdır: səs tonu, danışıq, yayım mədəniyyəti və s. Amma ən əsası auditoriya ilə əlaqəyə girmək bacarığıdır. Aparıcının verilişin hissələri ilə necə əlaqə yaratması onun peşəkarlığının təzahürüdür. Ən başlıcası verilişin necə □ darıxdırıcı və ya cəlbedici olması, bu verilişə qulaq asanların olub-olmaması, məhz aparıcıdan asılıdır. Jurnalistikanın bütün sahələrindəki fəaliyyət kimi radio aparıcılığı da çox çətin və məsuliyyətlidir. Hər veriliş növündə (siyasi, maarifçilik, musiqi, əyləncə və s.) aparıcıdan konkret keyfiyyətlər tələb olunur. Amma bütövlükdə radio aparıcısına verilən universal tələblər də vardır. Bunlar aşağıdakılardır:

- haqqında danışdığı mövzunu mükəmməl bilməlidir;
- həqiqəti aşkara çıxarıb, söyləmək üçün ciddi cəhd göstərməlidir;
- obyektiv, vicdanlı, ədalətli olmalı, balansı qorumalı və nəticələr barədə düşünməlidir;
- radionun öyrədicilik, maarifçilik vəzifəsini unutmamalıdır;
- ictimai fikirlə cəmiyyətin keçici fikri arasındakı fərqləri dürüst bilməlidir;
- müsahibinə və dinləyiciyə sayğı ilə yanaşmalıdır;
- hər hansı mübahisəli, prinsipial müzakirədə mənəvi mövqeyini sızdırmağı bacarmalıdır;
- xüsusi hallarda ağıl və cəsarət göstərmək lazımdırsa, bunu etməlidir;
- sözün təsir qüvvəsini duymalı, hörmət etməli, qiymətləndirməlidir.

Radioda aparıcının nitqinə verilən tələblər daha sərtdir. Onun danışığı aydın, normativ olmalıdır. Çətin qavranılan, dolanbac, qaranlıq ifadələrdən və bu cür ifadələrin yer aldığı cümlələrdən qaçmaq gərəkdir. Önəmlisi söylənilən hadisələrin məntiqi ardıcıllığını

qorumaq, yəni, cümlənin məntiq bütövlüyü içində olmasına diqqət verilməsidir. Təbii ki, bütün bunlar «*yayım dili*» adlanan anlayışın şərtlərinə tabedir. Bu şərtləri belə sıralamaq olar:

- ünvanlanmış auditoriya üçün anlaşıqlı, onun dilinə yatımlı olmalıdır. Yəni: a) söz ehtiyyatı bol olmalı; b) sözlər yerində işlədilməlidir (bu cür sözləri qarışdırmaq, dinləyicini çaşdırmaq olmaz); c) alınma sözlərdən qaçmaq, ən yaxşısı onun dilimizdəki qarşılığını tapmaq; ç) sahə terminlərindən istifadədə zamanı ehtiyatlı olmaq, lazım gələrsə izahını vermək, amma mümkün qədər bunlardan az istifadə etmək; d) çoxmənalı sözlərin yerində deyilməsinə əmin olmaq;
- cümlənin birdəfəyə anlaşıqlı olmasını təmin etmək. Bunun üçün: a) qısa cümlələrə meydan vermək; b) artıq, gərəksiz sözlərdən qaçmaq; c) yersiz söz oyunlarından imtina etmək;
- durğu işarələrindən yerində istifadə, intonasiyanı durğu işarələrinə uyğun tənzimləmə;
- yayımın qaydalarına uyğunlaşma;
- danışılan mövzunu dərinləşdirmək, əsas mövzudan yayınmamaq, fikri qarışdırıb, dinləyicini çaşdırmamaq;
- yayım janrına, biçiminə və növünə uyğun (xəbər, hesabat, dram, idman və s.) danışıq üslubu seçməyi bacarmaq.

Göründüyü kimi, yaxşı radio aparıcısı olmaq üçün jurnalist biliyi, səviyyəsi, dili üzərində çox işləməlidir. Dil barədə ona görə bu qədər ətraflı danışırıq ki, bu, aparıcının efirdə yeganə özünüifadə vasitəsidir. Ona görə də bu dilə aşağıdakı tələblər verilir:

- dinləyiciyə çatdırılacaq informasiya hamının başa düşəcəyi tərzdə söylənməli, üstüörtülü şəkildə deyilməməli, dinləyici üçün qaranlıq heç nə qalmamalıdır;
- aparıcının səsi xoşa gələn, ürəyəyatımlı, əksər dinləyicilərin bəyəndiyi səs olmalıdır;
- tələffüz düzgün olmalıdır, ifadəlilik qorunmalı, söz və ifadələrdəki vurğular yerində səslənməlidir, çünki ən adi xəta həmin anda diqqəti çəkir;
- aparıcı dayanmadan çalışmalı, dilinin itiliyini artırmalı, dil məşğələləri etməli, tələffüzündə çətinlik çəkdiyi kəlmələr üzərində xüsusi işləməlidir;
- çətin söz və ifadələrə xüsusi diqqət ayırmalı, onların necə oxunduğunu qaynaqdan (mənbədən) öyrənməlidir.

- səs tonu narahatlıq verəcək dərəcədə yüksək olmalı, nə də həddən artıq aşağı olmalıdır. Səsə qulluq edib, onu formada saxlamaq lazımdır ki, istənilən vurğulamaları gerçəkləşdirə bilsin, yerinə görə alçalan, yüksələn tonla işləməyi bacarsın.

Yayım başlanır, mikrofonun işığı yanır, insan danışmağa başlayır. Bu zaman o tələsməməli, təmkinli olmalıdır. Adətən danışmağa alçaq səslə başlamalı, getdikcə səsin tonunu dəyişməlidir, səsi ustalıqla idarə etməlidir. Məhz belədə fərqli bir proqram hazırlayan aparıcı, səsi müəyyən səviyyədə tənzimləməyi bacarmalıdır. Səs insanın obrazıdır, ona görə həmişə belə düşünmək lazımdır ki, hər səsin arxasında bir aparıcı kimliyi dayanır.

Bəzi etik məsələlər

(BBC, «Azadlıq» və «Amerikanın səsi» radiostansiyalarının təcrübəsi əsasında)

Adları çəkilən radiostansiyalar bütün dünyada tanınır. Bu radioların əsas missiyası cəmiyyətə gərəkli olan informasiya vermək və yeni ideyalar yaymaq vasitəsilə demokratik dəyərlərin möhkəmlənməsinə kömək göstərməkdir. Bu radiolar insan haqlarının pozulmasının və monopoliyaya əsaslanan mərkəzləşdirilmiş iqtisadiyyatın əleyhinə çıxır, etnik və dini əsasda qarşıdurmaların, regional münaqişələrin nizama salınmasına, yardımçı olmağa, kütləvi informasiya vasitələrinə sərbəstlik verilməsinə çalışır. Demokratiyanın əsas şərtinin yaxşı məlumatlandırılmış cəmiyyətin olması inamına əsaslanan və Mərkəzi Avropadan tutmuş İran körfəzi və Afrikayadək geniş bir regionda alternativ radio sahəsində 60 ilə yaxın təcrübəyə malik olan bu radiolar dinləyiciləri dürüst informasiya ilə təmin edir. Ən başlıcası, bölgənin ölkələrində demokratik dəyərləri dəstəkləyərək vətəndaş cəmiyyətini möhkəmləndirir, bu ölkələrlə dünyanın inkişaf etmiş demokratiyaları arasında dahı sıx əlaqələr yaradılmasına yardımçı olur.

BBC, «Azadlıq» və «Amerikanın səsi» radiolarının bir müsbət cəhəti də ondadır ki, yaradıcılıq və davranış baxımından yerli kütləvi informasiya vasitələrinə nümunə olur, onların sərbəstliyinə və əməkdaşlarının peşəkarlıq səviyyəsinin artırılmasına kömək göstərirlər. Bu baxımdan həmin radioların peşə etikası ilə bağlı əsas qayda və prinsiplərini nəzərdən keçirmək məqsədəuyğun olardı. Qeyd edək ki, aşağıda göstərilən prinsiplərə radionun bütün jurnalistləri və ştatdankənar müxbirləri əməl etməlidirlər.

- dəqiqlik, dürüstlük;
- qərəzsizlik, vicdanlılıq;
- balanslılıq, plüralistlik;
- xəbəri şərhdən ayırmaq;
- müstəqillik, heç bir siyasi qüvvədən və biznes qurumundan asılı olmamaq;
- auditoriyaya hörmət;
- təbliğata uymamaq və s.

Bu prinsipləri, eləcə də jurnalistin davranışı, ətrafla münasibəti və iş prosesində üzləşdiyi bəzi məqamları nəzərdən keçirək.

Radio jurnalistləri, ilk növbədə, verdiyi informasiyanın **dəqiqliyi** üçün bütün imkanlardan istifadə etməlidirlər. Faktların

dəqiqliyinə şübhə yarandıqda informasiyanın ən azı iki müstəqil mənbəyi müəyyənləşdirilməlidir. Kifayət qədər təsdiqlənməmiş və ya şayiələrə əsaslanan informasiya heç bir halda efirə verilə bilməz. Əgər həqiqətə uyğun olmayan informasiya verilmişsə, yaxud hər hansı faktın təqdimi ilə bağlı efirdə səhv gedibsə, bu barədə dərhal efirdə məlumat verilməlidir.

Qərəzsizlik mass-medianın bütün sahələrində, o cümlədən radioda önəmli prinsipdir. Bu o deməkdir ki, bütün informasiyalar faktların kontekstində efirə verilməli, bu kontekstdə müzakirə edilməli, hadisə və problemlərin radio auditoriyası tərəfindən təhrif edilməmiş şəkildə, aydın başa düşülməsinə kömək etməlidir. Aparıcılar müzakirə olunan məsələlərlə bağlı fikirləri, o cümlədən müxtəlif və bir-birinə zidd fikirləri dəqiq və tarazlaşdırılmış şəkildə təqdim etməlidirlər. Problemin **balanslaşdırılmış** təqdimi məsələsində fikirləri vacib olan adamlar və ya insan qrupları şərhdən qaçarlarsa, o zaman bu barədə efirdə məlumat verilməsi məqsədəuyğun sayıla bilər.

Radio **müstəqil** fəaliyyət göstərməli, heç bir hökumət orqanından, heç bir siyasi partiyadan, hakim və ya müxalifət qruplarından, təşkilatlardan, kommersiya qurumlarından, dini konfesiyalardan asılı olmamalıdır. Radio hansısa spesifik siyasi, iqtisadi və dini mövqeləri müdafiə və təbliğ etmir, onun yayım siyasəti konkret prinsiplərə əsaslanır.

Təhlil, şərh və redaksiya icmalı hazırlayarkən diqqətli olmaq çox vacibdir. Bilmək lazımdır ki, auditoriyanın verilən informasiyanın məna və əhəmiyyətini başa düşməsi üçün bütün proqramlarda zəruri fakt və izahlar olmalıdır. Bu və ya digər faktla bağlı reportajlarda jurnalistlər öz fikir və mülahizələrini söyləməkdən çəkinməlidir.

Analitik materiallar mütləq informasiyadan, reportaj və şərhdən fərqli şəkildə təqdim olunmalıdır. Analitik materialda kontekst, informasiya, izahat, habelə, konkret problem və hadisəyə dair müxtəlif sanballı rəylər olmalıdır. Bu zaman proqramın müəllifi məsələ ilə bağlı **şəxsi mülahizəsini** bildirməməlidir. Təcrübəli jurnalistlər şərhdənsə təhlilə daha çox üstünlük verirlər. Təhlil sizin **qərəzsiz və obyektiv** olmağınız üçün çox önəmlidir. Şərh isə bir janr olaraq məzmuna görə təhlildən və izahın, fikrin ifadə çalarlarına görə fərqli mühakimələrdən ibarətdir. Bu zaman şərh konkret problemlə bağlı müəllifin şəxsi fikrini əks etdirir. Şərhdə həmişə müəyyən subyektivlik olur.

Həmişə proqramın təqdimat tonuna diqqət yetirin. Bu zaman əsas prinsip **auditoriyaya hörmət** olmalıdır. Proqramlar sakit, mülayim tonda, ölçülüb-biçilmiş mədəni danışıq dilində aparılmalı,

insan haqlarına hörmət prinsipinə söykənməlidir. Verilişlərdə hər hansı insan qrupları və ya şəxsiyyətlər barəsində dini, etnik, sosial-iqtisadi xarakterli sayğısız və ya təhqiredici nüanslar olmamalıdır. Cəmiyyətin qəbul etdiyi davranış qaydaları, ümumi zövq və etiket normaları nəzərə alınmalıdır.

Qəbul olunmuş qaydalara görə proqramlarda zorakılığa və ya düşmənçilik münasibətlərinin qızışdırılmasına təhrik kimi qəbul edilə biləcək materiallar verilməməlidir. Əmək kollektivlərindən və ya ümumiyyətlə, cəmiyyətdəki hər hansı ziddiyyət, münaqişələr, yaxud gərginlik ocaqları ilə bağlı bütün məlumatlar balanslaşdırılmış şəkildə verilməli, yalnız faktlara əsaslanmalıdır. Belə məqamlarda hər hansı şərh və ya müəllif mövqeyi çox ciddi narazılıqlara səbəb ola bilər.

Radiostansiya öz yayım prinsiplərinə uyğun olaraq öz mövzu prioritetlərini müəyyənləşdirir. Məsələn, «Azadlıq» və «Azad Avropa» stansiyaları öz yayım siyasətində demokratiya və insan hüquqları prinsiplərinə əsaslanır. Bu səbəbdən həmin radiolar hansısa siyasi kursun təbliği ilə məşğul olmur, rəsmi vəzifələrə təyin edilən və ya seçilən namizədləri dəstəkləmir, eləcə də onların əleyhinə kampaniya aparmır. Həmin radiolar Avropada təhlükəsizlik və əməkdaşlıq məsələləri üzrə Helsinki konfransının yekun aktında təsbit olunmuş bütün xalqların öz müqəddəratını təyin etmək hüququnu müdafiə edir. Buna görə də radiostansiya separatçı tendensiyaları təqdir və təbliğ etmir. Maraqlı cəhət budur ki, bu radiostansiyalar bütün xalqların beynəlxalq normalar əsasında miqrasiya və sərbəst hərəkət etmək azadlığını müdafiə edir, amma buna baxmayaraq radionun proqramlarında qaçqınlara və mühacirlərə geniş yer ayırmır.

Jurnalistlərin davranışları konkret etik qaydalarla tənzimlənir. Bu qaydalara görə:

- ştatda olan və ştatdankənar əməkdaşlar öz davranışlarında ən yüksək etik normalara riayət etməli, fiziki şəxslərlə təşkilatlar arasında münasibətlərdə baş verə biləcək mənafe münaqişələrindən, eləcə də region daxilində və onun xaricində hər cür siyasi və kommersiya ixtilaflarından qaçmalıdır. Əməkdaşlar şəxsi varlanmaq və digər məqsədlərlə özlərini və radionu ictimaiyyətin gözündən sala biləcək hərəkətlərə heç vəchlə yol verməməlidirlər;
- radionu təmsil edən şəxs qurumdan kənarda bu və ya digər işgüzar, maliyyə, yaradıcılıq, yaxud siyasi xarakterli işlə məşğul olmaq istəyirsə mütləq öz niyyətini birbaşa rəisi ilə müzakirə edib, ondan razılıq

almalıdır. Bu, xüsusilə elə fəaliyyət növlərinə aiddir ki, ictimaiyyətin radioya münasibətinə təsir göstərər, onun etik normalara riayət etməsinə şübhə yaradar, ona olan etibarı zəiflədər;

- bir qayda olaraq radiolar əməkdaşlarını studiyadan kənarda işləməsinə o halda icazə verir ki, bu iş kitab, məqalə yazmaqla və ya jurnalistika ilə bağlı araşdırma aparmaq, mühazirə oxumaq və kütləvi çıxışlar etməklə bağlı olsun. Çünki bu fəaliyyət radiostansiyanın missiya və roluna ictimaiyyətin inamının möhkəmlənməsinə bilavasitə, yaxud dolayısıyla kömək edir.
- radionun maliyyə məsələlərinə dair qərarlarının qəbul olunmasına təsir göstərə bilən əməkdaşlar radiostansiyaya hər hansı bir məhsul satan, ondan nə isə alan və ya onunla hansı sahədəsə işgüzar münasibətləri olan müəssisələrlə birbaşa, ya da dolayısı ilə əlaqə yaratmaqdan çəkinməlidirlər. Əməkdaşlara bu radiostansiyaya müxtəlif mallar satan və xidmət göstərən fiziki şəxslərdən, təşkilatlardan şəxsi xarakterli hər cür xidmətlər, pul və digər hədiyyələr almaq qəti surətdə qadağandır. Struktur rəhbərlərinin tabeliklərində olan işçilərdən hədiyyə qəbul etməsi də qəti qadağan olunub.
- adı çəkilən radiostansiyaların əməkdaşları potensial informasiya mənbələrindən hədiyyə və xidmətlər qəbul edə, eləcə də həmin şəxs və təşkilatlara xidmət və ya hədiyyə təklif edə bilməzlər. Xidmət qəbul etmək anlayışı altında bu və ya digər məbləğdə şəxsi gəlir götürülməsi nəzərdə tutulur. Borc götürmək, təyyarə biletinin dəyərini ödətdirmək, mal alarkən və ya xidmət sifariş edərkən güzəştlərə nail olmaq da buna aiddir. Qadağalar o qədər də baha olmayan simvolik suvenirlərə aid edilmir. Lakin istisna hallarda bu prinsipə dəqiq əməl etmək mümkün olmur. Məsələn, prezidentin təyyarəsindən istifadə zamanı bu, mümkünsüzdür. Belə istisnalar mütləq radionun direktoru ilə razılaşdırılmalıdır.

Siyasi fəaliyyət və digər təşkilatlarla əlaqələr. Cəmiyyət həyatının müxtəlif sahələrini işıqlandıran radiolar, təbii ki, siyasi partiyalar və ictimai təşkilatlarla sıx əlaqələr saxlayır. Amma buna baxmayaraq, həmin radioların ştatda olan əməkdaşların, xüsusilə də jurnalistlərin bu təşkilatda təmsil olunması və ya şəxsi əlaqələrin

olması məqsədəuyğun sayılmır. Buna görə də jurnalistlər aşağıdakı təşkilatlarla əlaqədən çəkinməlidirlər:

- radiostansiyanın proqramına təsir göstərmək marağında olanlarla;
- regionda siyasi fəaliyyətlə məşğul olan təşkilatlarla;
- hökumətin, yaxud qanunvericilik orqanlarının fəaliyyətinə təsir göstərməyə çalışan qurumlarla;
- radiostansiyanın öz fəaliyyətində söykəndiyi etnik, irqi, dini, sosial dözümlülük və harmoniya prinsiplərinə zidd olan dəyərlərə əsaslanan təşkilatlarla.

Əgər jurnalist hökumət və ya dövlət işlərinə müvəqqəti ekspert-müşavir işləmək üçün dəvət olunursa o, əsas işindən, yəni radiostansiyadakı işindən məzuniyyət götürməlidir. Belə istisnalar radio rəhbərliyi ilə qabaqcadan fərdi surətdə müzakirə olunmalı və razılaşdırılmalıdır. «Azadlıq» və BBC kimi radiolar öz əməkdaşlarına, onlara hörmət olunan, müstəqilliklərinə xələl gətirilməyən təşkilatlara məsləhətçi – ekspert kimi pulsuz kömək göstərməyi qadağan etmir. Amma qaydaya görə belə bir təklifi qəbul etməzdən əvvəl əməkdaş öz şöbəsinin direktoru ilə məsləhətləşməlidir.

Radiostansiyalar siyasi proseslərə qarışmamağa çalışır, təhlil prosesində isə siyasi bitərəfliyi gözləyirlər. Məsələn, BBC korporasiyası aşağıda göstərilənlərdən kənarda qalmağa üstünlük verir:

- cari siyasətin bu və ya başqa məsələsi ilə bağlı korporasiyanın nöqteyi-nəzərini ifadə etməkdən;
- bu, o demək deyildir ki, müxbirlər öz mülahizələrini deyə bilməzlər, əksinə belə mülahizələr BBC-nin dinləyicilərə xidmətinin tərkib hissəsi sayılır;
- bu, o deməkdir ki, efirə çıxan zaman əməkdaş ictimai-siyasi həyatın hər hansı məsələsi ilə bağlı şəxsi fikrini büruzə verməməlidir;

Radio jurnalisti, xüsusən **araşdırma** ilə məşğul olan, hansısa ictimai problemlə bağlı təhqiqat aparan, tənqidi material hazırlayan reportyor faktların toplanması və təhlilinə diqqətlə yanaşmalıdır. Faktlar, sənədlər toplayıb qeydlər apararkən bunları unutmayın:

- məhkəmədə həqiqət yox, dəlil-sübutlar vacibdir;
- məhkəmə çəkişməsi zamanı sizin qeydləriniz sizin davranışın şahidi kimi çıxış edəcək;
- çox yaxşı olar ki, qeydləri ya hadisənin gedişində, yaxud da onun təəssüratları soyumamış isti-isti edəsiniz;
- hadisənin baş verdiyi mühiti, səbəbləri və iştirakçıların adlarını mütləq göstərin;

- faktı kiminsə şəxsi fikrindən fərqləndirməyi bacarın;
- əgər müsahibiniz çox ciddi faktlar deyirsə, müsahibədən sonra 2-3 dəqiqə vaxt ayırıb mütləq həmin faktları dəqiqləşdirin;
- qeydlərinizi (qeydlər apardığınıh gündəliyi) müəyyən müddət (ən azı 3-5 ay) saxlayın.

Radio jurnalistinin iş prosesində çox tez-tez üzləşdiyi incə məsələlərdən biri də gizli **mikrofonla səsyazma** problemidir. Bəzi jurnalistlər çox vaxt əlacsız qalanda bu üsula əl atırlar. Bəs xarici radioların təcrübəsində bu problem necə həll olunur? Məsələn, BBC prodüserinin 2004-cü il üçün hazırlanmış iş prinsiplərində gizli mikrofonla səsyazmadan istifadəyə yalnız bu hallarda icazə verilir:

- hadisələrin öyrənilməsi zamanı ciddi anti-sosial və ya cinayətkar davranışla bağlı olaraq (əgər bu davranışın ilkin, əhəmiyyətli sübutlar varsa), təhqiqat üsulu kimi bu üsuldan istifadə edilə bilər;
- açıq yolla əldə edilməsi mümkün olmayan materialları toplamaq üçün. Məs., yerli qanunverici orqanlarının demokratiyanın əsasını təşkil edən prinsipləri ilə uyğun gəlməyən davranışı zamanı və ya proqramın yaradılmasında ciddi maneələr yaradıldıqda gizli səsyazmaya əl atmaq olar;
- öyrənilən davranışı heç bir başqa yolla qeyd etmək mümkün olmayanda, sosial araşdırma metodu kimi bu üsulun tətbiqi mümkündür.

Əlbəttə, göstərilən davranış qaydalarına əməl edilməsi, həm jurnalistlərin şəxsi ləyaqətinin qorunması, həm də radiostansiyanın nufuzunun və yüksək reytinqinin saxlanması üçün çox önəmlidir. Dünyanın məşhur radioları yaradıcılıqda, xəbərləmə işində və ictimai davranışda məhz bu qaydalara dəqiq əməl etdiklərinə görə dinləyicilərin yüksək etimadını qazanmışlar.

Radio yayımçılığında ən çox işlənən terminlər

- ☐ Aparat - studiya bloku nədir?
- ☐ Efir sözünün çalarları
- ☐ Radio nə deməkdir?
- ☐ Maqnitofon sözü necə yaranıb?
- ☐ Mikşerin funksiyaları
- ☐ Reverbasiya haqda əlavə bilgi
- ☐ Stereonun fərqli cəhətləri
- ☐ FM dalğasının üstünlükləri
- ☐ Kanalın görünməyən cəhətləri
- ☐ Səs mikşeri haqqında bilmədiklərimiz

...Əgər sözün (müəyyən) mənası yoxdursa, onda bir-birimizlə, həqiqətdə isə öz-özümüzlə mübahisə etməyə bütün imkanlar itir.

Aristotel
«Poetika» əsərindən

Radio terminləri

Aktiv mikşer – ayrılıqda hər bir səs qaynağının şiddət səviyyəsini tənzimləməyə imkan verən mikşer; səs pultunun mühüm bir cığırı.

Akustika – 1) səsləri, o sıradan infra, ultra və hiper səs dalğalarını öyrənən təlim; fizikanın səs hadisələrini və onların digər fiziki hadisələrlə qarşılıqlı təsirini öyrənən bölməsi. A. sahəsində diqqəti cəlb edən nəzəri və praktik problemlər XVI əsrdən başlayaraq işlənilmişdir. Ötən əsrin 20 illərində elektron lampaları vasitəsilə səsin gücləndirilməsi imkanlarının kəşf edilməsi nəticəsində radiotexnikanın inkişafı və radioverilişləri şəbəkəsinin geniş yayılması A.-nın yeni inkişaf dövrünün başlanğıcı oldu; 2) hər hansı örtülü məkanın, binanın (məs., studiya, teatr, kino salonu və s.) daxilində səsi əksetdirmə qabiliyyəti.

AM (Amplitude Modulation) □ orta dalğa yayımlarının aparıldığı tezlik.

Aparat otağı – aparat-studiya blokunun bir hissəsi, radio verilişlərinin hazırlanması və efirə buraxılması prosesini təmin edən texnika üçün yer.

Aparat-montaj otağı – radio verilişlərinin səs montajı üçün avadanlığın yerləşdirildiyi məkan. Bu yer aparat-studiya blokunun bir hissəsi də ola bilər; radio evlərində ayrıca otaqda da yerləşir.

Aparat-studiya bloku (ASB) – teleradioyayımının formalaşdırılması mərkəzinin – radio və TV mərkəzinin əsas hissəsi. ASB-nın tərkibinə avadanlığı öz proqramlarının hazırlığı, formalaşdırılması və buraxılışı, eləcə də digər radio evləri ilə proqram mübadiləsi üçün nəzərdə tutulan bir neçə studiya və aparat otaqları daxildir. Bu studiya və aparat otaqlarının sayı radio və TV-nin texniki bazasından, yayım gücündən, onun statusundan və əhəmiyyətlilik dərəcəsindən asılıdır ki, bu da öz növbəsində, əsasən yerli yayımın həcmi ilə müəyyənləşir.

Aparıcı – radio və ya televiziya verilişini aparan jurnalist. Çıxışçıları təqdim edir, verilişin komponentlərini əlaqələndirən mətni söyləyir, yeri gəldikdə izahlar verir, öz əlavələrini bildirir, mikrofon qarşısında söhbətin gedişini nizamlayır, diskussiyaya moderatorluq edir. Verilişin redaktoru, həmçinin xüsusi dəvət edilmiş mütəxəssis və ya publisist-yazıçı da A.-lıq edə bilər.

Radio verilişi A.-sının iki əsas tipi mövcuddur: a) efirə çıxarkən səsləndirdiyi mətni özü yazan müəllif, jurnalist; b) başqa müəlliflərin yazdığı mətni öz fikri kimi söyləyən diktor və ya aktyor. A. radio tamaşalarda da özünəməxsus rol oynayır: remarkaları oxuyur, əhvalatın harada və necə baş verdiyini izah edir, zaman, obrazlar və s. barədə məlumat verir.

Artikulyasiya – 1) danışıq zamanı sözlərin təmiz, aydın tələffüz edilməsi; müəyyən səsi tələffüz etmək üçün danışıq üzvlərinin aldığı vəziyyət və ya onların hərəkəti; səsin məxrəci; 2) musiqi alətində, yaxud vokal sənətində səslərin ardıcıllığını ifa etmək tərzi; 3) rabitə xətti (radio, telefon və s.) ilə verilən nitqin aydınlığı; rabitə sisteminin keyfiyyət ölçüsü. A. sistemin nitq elementlərinin (səs, heca, söz və ifadələr) təhrifsiz qəbulu, verilməsi və səsləndirilməsinin keyfiyyətini müəyyən edir.

Audio – səs sahəsi ilə bağlı olan bir sıra mürəkkəb sözlərin birinci tərkib hissəsi; insan qulağının eşidə biləcəyi hər hansı bir səslə əlaqədar olan anlayış; kino, TV və radio yayımının səslə bağlı bölümü.

Audiokitab – kitab şəklində çap olunmuş əsərin səsləndirilmiş, lentə yazılmış forması. A. auditoriyanın elə bir hissəsi üçün nəzərdə tutulub ki, bu və ya digər səbəbə görə auditoriya onu maraqlandıran informasiyanın şifahi qavrayış formasına üstünlük verir. A. bir qayda olaraq, zəif görən, xəstə, azsavadlı, çap nəşrlərini əldə edə bilməyən, yaxud, sadəcə, yaxşı qiraətçilərin və ya hətta müəlliflərin ifasında kitab mətnlərini dinləməyi xoşlayan adamlar müraciət edirlər. Uşaq□tərbiyə müəssisələrində, səhiyyə və digər ictimai təşkilatların işində A.-dan istifadə olunur.

Audiosituasiya – ekran və efirdə musiqinin, küylərin və nitqin vəhdətindən yaranan və müəyyən semantikaya malik olan situasiya.

Audioreklam – radio ilə yayımlanması nəzərdə tutulan və daha çox səsin ifadə imkanlarına uyğun hazırlanmış reklam.

Auditoriya – 1) radio və televerilişlərin ünvanlandığı toplum; mühazirə, məruzə, nitq, teleradio verilişi və s. yayım materialını dinləyənlərin toplusu; 2) mühazirə oxumaq, iclas və s. keçirmək üçün zal, otaq və s.; 3) kommunikasiya xətləri, KİV ilə verilən reklamı oxuyan, eşidən, ona baxan şəxslərin cəmi, reklamın ünvanlandığı istehlakçıların cəmi.

Balans – 1) fikir və mövqe plüralizmi, çoxsəslilik, baxış müxtəlifliyi, xəbər məlumatında əsas qaynaqdan alınmış hakim, aparıcı baxışla yanaşı, əks (alternativ), onlardan fərqli və tamamlayıcı baxışların ifadə olunması. B. hər hansı məsələyə münasibətdə göy qurşağı kimi bütün əsas rəngləri əks etdirməlidir; 2) xüsusi münaqişəli məsələlərin işıqlandırılması zamanı tərəflərin mövqeyinin müəyyən ölçülü tərzdə əks etdirilməsi. Adətən, seçkilərin işıqlandırılması və KİV-in təhqiqatçılıq fəaliyyətində B. obyektiv jurnalistikanın mühüm şərtlərindən biri kimi vicdanlılıq, qərəzsizlik, ədalət prinsipinin təminatı sayılır. Güman edilir ki, münaqişəli vəziyyətlər haqqında məlumat verildikdə B. prinsipinə riayət olunması vəziyyətin mahiyyətinə dair müxtəlif baxışların sərbəst ifadəsini bildirir.

Bədii qiraət – radioda və TV-də bədii ədəbiyyatı təbliğ formalarından biri; ədəbi əsərlərin (nəsr, poeziya, pyesdən monoloqlar və s.) studiyada oxunması; estrada sənəti növü. B.q.-çi hər hansı ədəbi əsərin məzmununun açılışında özünəməxsus artistlik keyfiyyətləri, emosionallıq, aydın tələffüz və s. bədii ifadə vasitələrinə əsaslanır.

Birbaşa efir – 1) radio və ya televiziya yayımının bir növü; canlı yayım. Hadisə baş verən zaman onun efirə verilməsi və qəbul edilməsi; hadisə yerindən birbaşa canlı efirə bağlanma; 2) «hadisənin translyasiyası» anlayışının sinonimi. B.e. studiyadan (radio studiyasından) və studiyadankənar aparıla bilər. B.e.-in fərqli keyfiyyəti tamaşaçıya özünü hadisənin şahidi və iştirakçı kimi hiss etmək imkanı verir, bütövlükdə iştirak effekti yaradır.

Cinql – radio verilişinin anonsu; tematik, yaxud ünvanlı radio verilişində rubrikaları bir-birindən ayıran qısa musiqi frazası. Daha çox reklamları müşayiət edən C.-lar radiostansiyanın çağırış musiqisi də ola bilir.

DAB – rəqəmli səsli radio yayımı. Ən yeni informasiya texnologiyalarından biri. DAB-ın əsas üstünlüyü səsli proqramlarda müvafiq çıxış siqnallarını rəqəmli formaya keçirməsindədir.

Danışıq radiosu – proqramlarını daha çox xəbər, diskussiya, debat, şərh və tok-şou üzərində quran radiokanal; birbaşa efirdə bu və ya digər tematik proqramı aparan jurnalistlərlə studiyada iştirak edən, yaxud dialoqa telefon və İnternetlə qoşulan auditoriya arasındakı söhbətə əsaslanan radio proqramının adı. Mütəxəssislərin fikrincə, belə interaktivlik inkişaf etdikcə, D.r. qəzetlər və TV-lər üçün rəqibə çevrilir. D a n ı ş ı q ş o u s u dedikdə isə, radioda "günün qəhrəmanları" – siyasət, elm, mədəniyyət, estrada, idman aləminin məşhur nümayəndələri ilə sərbəst dialoq formasında qurulan söhbət nəzərdə tutulur.

Dicey – radionun müxtəlif zövqlü dinləyicilərinin istəyi ilə hazırlanan musiqi proqramlarının aparıcısı, radio studiyasının əməkdaşı. Xüsusi musiqi biliyi olan D. yalnız ayrı-ayrı musiqi nömrələrini elan etmir, həm də dinləyicilərə mahnının yaranması, müəllifi, ifaçısı, eləcə də səslənən musiqinin mahiyyəti, melodik çalarları və s. haqqında müəyyən məlumatlar verir. D. üçün improvizasiya bacarığı xüsusilə vacibdir.

Diksiya – sözlərin düzgün və aydın, uyğun intonasiya ilə tələffüz tərzi. Səlis və aydın D. nitq mədəniyyətinin əsas elementlərindəndir. Aktyor, müğənni, diktor, natiqin danışığı üçün çox vacib olan D. xüsusi məşğələlər vasitəsilə təkmilləşdirilir.

Diktofon – səsi (insan nitqini, küyləri və s.) qeydə almaq və sonra canlandırmaq üçün nəzərdə tutulan portativ - daşınan səsyazma

aparatı. Bir qayda olaraq, jurnalist D.-un sayəsində müsahibə alarkən, yaxud reportaj hazırlayarkən auditoriyanın diqqətini konkret insanın çıxışına və ya konkret səs detalına cəmləşdirməkdən ötrü sərbəst hərəkət edə bilir.

Maqnitofondan əsas fərqi – şifrəni açmağı, maqnit lentə yazılmış informasiyanı kağıza köçürməyi yüngülləşdirən (məsafəli idarəetmə, yazılışın sürətini yavaşıtma imkanı) qurğunun mövcudluğudur. Operativ D. (jurnalistin informasiyanı yazdığı) stolüstü D.-un (jurnalistin qeydlərini açarkən fonokomyuterçilərin işlətdiyi qurğu) birləşdirilməsi daha böyük səmərə verir. Telefon aparatları ilə kommutator qurğusunun birləşdirildiyi D.-lar isə daha çox studiyada işlədilir.

Diktor – yaxşı diksiyaya və yüksək nitq mədəniyyətinə, aktyorluq məharətinə, müəyyən intellektə malik olan və efirdə müxtəlif məzmunlu verilişlər apara bilən, o cümlədən xəbər oxuyan radio işçisi; müəllif, redaktor və ya hər hansı jurnalistin (müəllifin) yazdığı informasiya və ya publisistik mətnləri efirə oxuyan şəxs.

Dövlət yayımı – dövlətin yaratdığı, maliyyələşdirdiyi, nəzarət etdiyi, o cümlədən verilişlərin məzmununa müdaxilə edib nizamladığı yayım növü.

Dövrilik – radio və teleproqramın efirə getmə tezliyi. Hər hansı verilişin populyarlığının səbəblərindən biri də onun D.-dir.

Dünya radio yayım xidməti – konkret ölkəyə yönəldilməyən, bütöv bir regionda geniş yayılmış dildə radio yayımı təşkil etmək sahəsində fəaliyyət. Məs., BBC-nin dünya xidməti kimi.

Efir □ radio dalğalarının yayıldığı hava boşluğunun, fəzanın ümumiləşdirilmiş adı; radio və televiziya jurnalistikasında redaksiya işinin məqsədinin işarələnməsi: «E.-ə hazırlaşmaq», «E.-ə vermək» və s.

Efir yayımı – radio stansiyaların, kollektiv və ya fərdi istifadəçilərin qəbul qurğularının köməyi ilə radio və televiziya verilişlərinin yerüstü ötürücülər vasitəsilə efirdən yayılması. Qeyri-efir yayımına isə kabel, peyk və video kaset informasiyası aiddir.

Elektrofon – qrammofon valını oxutmaq üçün adaptor, səs tezlikli elektrik rəqsləri gücləndiricisi və elektrodinamik reproduktordan ibarət gəzdirilə bilən səyyar aparat.

«Əks-səda» otağı – başqa sözlə, «exo» otağı; radio yayımında tətbiq edilən və təbii əks-sədanı canlandırmaq üçün müvafiq elektroakustik avadanlıq ilə təchiz edilmiş xüsusi otaq. Fəaliyyət prinsipi belədir: təcrid olunmuş otaqda qoyulan səsucaldıcı birbaşa siqnalı qəbul edir, sonra mikrofon həmin səsucaldısıdan çıxan səsi alır və elektroimpuls şəklində səs pultuna ötürür. Hər iki siqnalın (birbaşa

və təcrid olunmuş otaqdakı mikrofondan gələn siqnal) müvafiq qaydada birləşdirilməsi nəticəsində reverberasiya (titrəyişli və dalğalı əks-səda) effektinə nail olunur.

FM (Frequency Modulation) dalğası – yüksək tutumlu tezlik modulyasiyası (TM); şüalandırıcı ilə antenanın mərkəzi arasında məsafə. FM-də dalğanın eni və daşıyıcı siqnalın tezliyi sabitdir, çoxtutumludur.

Fon – bəzən teleradio verilişlərini, kinofilmlərin nümayişini müşayiət edən kənar səs effektləri; səsin ucalıq səviyyəsini bildirən vahid.

Fonoqram – vala, plastinkaya, kasetə, maqnitofon lentinə, diskə və ya digər daşıyıcıya həkk edilən nitqin, musiqinin və s. yazılışı.

Fonoteka – fonoqramların, səsyazmaların toplusu; lentə, yaxud diskə yazılmış verilişlərin saxlandığı xüsusi yer.

Xarici radioyayım - 1) xarici ölkələrə mərkəzi radio yayımı - xarici ölkə dinləyicilərinə ünvanlanan radio verilişlərinin hazırlanması və buraxılışı ilə məşğul olan redaksiyalar və təşkilati-sərəncamçı bölmələr qrupu; 2) mətbuatda və ədəbi tənqiddə - xarici ölkə dinləyicilərinə ünvanlanan yayım proqramları sisteminin işarələnməsi.

Xronometraj – kinoda, radio və TV-də istehsal prosesinin (çəkiliş, montaj) və efir vaxtının vaxta görə tənzimlənməsi; hazır filmin, verilişlərin, süjetlərin efir müddəti.

İctimai yayım – hər cəhətdən müstəqil, özünün dəqiq fəaliyyət prinsipləri olan, dövlətin də qismən maliyyələşdirdiyi (ancaq fəaliyyətinə və verilişlərinin məzmununa heç cür qarışmadığı) cəmiyyəti, ictimai maraqları təmsil edən yayım növü.

İnformasiya – kütləvi kommunikasiya vasitələri (qəzet, radio, TV) ilə yayılan ictimai məzmunlu məlumat, xəbər; daxili və beynəlxalq həyatın aktual yenilikləri haqqında məlumatlar məcmusu.

İnformasiya yayımı – müxtəlif redaksiya bölmələrinin ölkədə və onun hüdudlarından kənarda baş verən ən mühüm, gərəkli və maraqlı hadisələr barədə əhalini operativ və dürüst məlumatlandırmaq məqsədi ilə hazırladığı radio verilişləri sistemi. Canlı efir proqramları – hadisə yerindən translyasiya və baş verənləri sinxron əks etdirən reportajlar İ.y.-nın mühüm hissəsidir.

İnfrasəs – insan qulağının eşitmədiyi və bu səbəbdən qavraya bilmədiyi aşağı tezlikli titrəyişlər. Xüsusi cihazlarla qeydə alınması və səsləndirilməsi mümkündür.

İştirak effekti – radionun ifadə vasitələrinin köməyi ilə dinləyicinin sanki hadisə yerində müşahidə edirmiş kimi təəssüratının yaradılması. İ.e. canlı yayımın və radio reportajının dəyişməz keyfiyyətidir.

Kampaniya – hər hansı məqsədlə təşkil olunan tədbirlər və verilişlər silsiləsi.

Kanal – 1) radio stansiyası ötürücülərinin işlədiyi qeydə alınmış standart tezlik zolağı. Qəbudedicilər, məhz həmin zolaqda köklənir. K.-ların sayının məhdudluğu onlara təbii ehtiyat, yəni cəmiyyət üçün maksimal səmərəliliklə istifadə edilməli olan milli sərvət kimi baxmağı tələb edir. Yayım şirkətlərinin müəyyən K. tezliyindən istifadə etməyinə dair lisenziyaların müsabiqə və müəyyən şərtlər əsasında verilməsi də bu səbəbdən yaranıb; 2) yayımı təşkil edən texniki vasitələr sistemi; 3) televiziya və radio qurumu.

Kaset – makaraları, özəkcikləri, maqnit yazı daşıyıcıları və bir sıra köməkçi cihazları qoymaq üçün nəzərdə tutulan bağlı plastmas qılaf formasında qurğu. Audio və video informasiyanın daşıyıcısı kimi istifadə edilir. Maqnit lentinin saxlanması və istifadə edilməsi üçün digər qurğular (makaralar, rulonlar və s.) ilə müqayisədə - lentin təsadüfi zədələrdən qorunması, yığcamlığı, istismar sadəliyi və saxlama rahatlığı baxımından K.-in üstünlüyü böyükdür. Hazırda K.-ləri yeni daşıyıcı □ disklər əvəz edir.

Maqnit yazısı – İnformasiyanı yazan və oxudan (yenidən canlandıran) sistem; yazma prosesi informasiya daşıyıcısının (maqnit lenti, məftili və s.) və ya onun ayrı-ayrı hissələrinin qalıcı maqnit vəziyyətinin yazılacaq informasiyaya uyğun siqnallarla dəyişdirilməsi yolu ilə aparılır. Yenidən canlandırma zamanı əks çevrilmə baş verir və göstərilən dəyişikliklərə müvafiq informasiya siqnalları hasil olunur. M.y.-sından səsin (*maqnitofon, diktofon*), təsvirlə birlikdə səsin (*videomaqnitofon*), ölçü, idarəetmə, hesablama siqnallarının və s. yazılması üçün də istifadə edilir.

Maqnitofon – hərfi mənada «Maqnesiyadan (Kiçik Asiyadakı qədim şəhər) gətirilən daş» və yunanca *phone* – «səs» ifadə və sözlərindən yaranıb) – səsi maqnit lentinə yazan və ya maqnitlə yazılmış səsi canlandıran qurğu.

Mikrofon – səs rəqslərini elektrik rəqslərinə çevirən cihaz. Radio aparatlarının ayrılmaz hissəsi kimi istifadə edilir. İş prinsipinə görə fərqlənən M.-lar istehsal-istismar səciyyələrinə görə bir-birindən seçilirlər: a) istiqamətlənməyən – səsi hər tərəfdən eyni qəbul edən; b) iki istiqamətli – əks tərəflərdən eşidilən səsləri qəbul edən; c) bir istiqamətli – bilavasitə M.-a yönələn səsi qəbul edən.

Mikrofon qovluğu – efirə hazırlanan verilişin texniki və yaradıcı məlumatlarının: mətn, iştirakçılar, xronometraj, rejissor ssenarisi barədə və s. məlumatların toplandığı qovluq.

Mikrofon materialı – mikrofon önündə oxunmaq və efirə verilən veriliş üçün nəzərdə tutulan mətn; aparıcı və ya diktorun efirə

oxuyacağı yazı.

Mikşer – 1) fonoqram yazılışı pultu, müxtəlif xətlərdə və kanallarda olan səsləri uyğunlaşdıran, seçən, qarışdıran, tezliyi dəyişdirən qurğu. M., adətən, dörd kanallı olur: birinci və ikinci kanallar mikrofon, monocihazlar kimi tək səsli girişlərdə, 3 və 4-cü kanallar isə stereo girişlərdə istifadə edilir; 2) montaj zamanı bir kadrdan digərinə plastik keçidi təmin edən pult qurğusu; keçid effekti.

Moderator – hər hansı problemə (mövzuya) münasibətdə bir-birinə zidd mövqe tutan adamların toplaşdığı «dəyirmi masa» tipli verilişlərin aparıcılarına, bəzi Qərb ölkələrində verilən ad. M.-un əsas vəzifəsi tərəflər arasında yaranan mübahisəni səmərəli məcraya yönəltmək, vaxt balansını ədalətlə müəyyənləşdirmək, çıxış edənlərin «mövzudan uzaqlaşmasına» imkan verməməkdir. M. mübahisə, debat və diskussiyaların iştirakçısı deyil, yalnız tənzimləyicisidir.

Naqillə yayım (radio translyasiya şəbəkəsi) - elektrik impulslarını ötürücü stansiyadan reproduktorlara göndərən naqillərin şaxələnmiş sisteminin köməyi ilə radio proqramlarını ötürülmə proçesi. Proqram təminatının (3 kanaldan çox olmayaraq) məhdudluğu N.y.-ın çatışmayan tərəfidir.

Nitq mədəniyyəti – 1) efirdə ədəbi dil normalarına, xüsusən orfoepiya qaydalarına əməl olunması; nitqin ədəbi dil normalarına uyğunluğu, dilin ifadə vasitə və imkanlarından nitqin məqsəd və məzmununa müvafiq şəkildə istifadə etmək bacarığı; 2) dil səviyyələrinin və onlara daxil olan vahidlər sisteminin normalaşdırılması, təkmilləşdirilməsi, nitqin düzgünlüyü meyarlarının müəyyənləşdirilməsi problemlərini, dil hadisə və proseslərinin inkişaf xəttini, üslubiyyat məsələlərini araşdıran dilçilik bölməsi.

Nitq texnikası - tele və radio jurnalistlərinin, diktorların, həmçinin fəaliyyət sahəsinə görə şifahi nitq ilə məşğul olan sənət adamlarının - aktyorların, qiraətçilərin, natiqlərin, pedaqoqların peşə hazırlığı prosesində keçilən tədris fənni. N.t.-na nitq aparatının anatomiyası, fiziologiyası və gigiyenası kimi bölmələr: tənəffüsün, səsin, tələffüzün quruluşu; nitqin məntiqi-tələffüz əsasları daxildir.

N.t.-nın məqsədi – çıxışçının nitq səslənişinin bütün elementlərindən şüurlu surətdə istifadə etməsinə və auditoriyanın gərəkli zehni, emosional və iradə reaksiyasını bilərəkdən doğurmaq bacarıqlarının tərbiyə edilməsidir. N.t.-na yiyələnmə konkret ünsiyyət şəraitində və konkret məqsədlər üçün fikirlərin optimal səs ifadə formasını tapmağa kömək edir.

Ötürücü – səs siqnallarına, musiqi melodiyalarına adekvat elektromaqnit siqnallarını efirə ötürmək üçün rabitədə, radio yayımında istifadə edilən radio-elektron aparatı.

Peyk yayımı – radio və teleproqramların ötürücü stansiyalardan yerin süni peykində qurulmuş fəal retranslyator vasitəsilə evlərdəki qəbuledicilərə verilməsi. P.y., eyni zamanda xeyli sayda yer stansiyalarının qəbul etdiyi teleradio kanallarının yayılması üçün nəzərdə tutulan peyk rabitəsinin müstəsna növüdür.

Pik-taym – radio və TV reklamını nümayiş etdirməyin ən münasib vaxtı. Bu zaman TV və radio proqramlarına auditoriyanın ən çox hissəsi baxır.

Potensial auditoriya – yayım kanalının və ya ayrıca bir proqramın, rubrikanın ünvanlandığı radio dinləyicilərinin güman edilən dairəsi. Məqsədli auditoriya da bura daixldir. P.a. ərazi (məsələn, rayon radiostansiyası üçün – rayonda onun proqramlarını qəbul etməyə qabil olan bütün əhali) və başqa (sosial-demoqrafik, sosial-psixoloji) əsaslara görə müəyyən edilə bilər.

Prodüser – radiostansiyanın və teleşirkətin (filmin, tamaşanın, televerilişin) çəkilişlərə yaradıcılıq və maliyyə-təşkilati cəhətdən nəzarət edən səlahiyyətli nümayəndəsi; kinofilmləri istehsal edən müəssisə sahibi. Bəzən məşhur rejissor, aktyor və ssenaristlər də P. kimi çıxış edirlər.

Proqram - 1) «radio verilişi» termininin sinonimi; 2) radio yayımının gündüz, axşam, sutkalıq və ya həftəlik şəbəkəsini xarakterizə edən verilişlərin siyahısı. Bəzən ayın konkret tarixi üçün «yayım cədvəli» termininin sinonimi kimi də işlədilir; 3) yayımın məzmununu açıqlayan, adətən yerli və ya mərkəzi mətbuatda dərc olunan verilişlərin həftəlik cədvəli.

Proqramlaşdırma – efirə gedəcək TV və radio verilişlərinin müəyyən müddət üçün ardıcıllıqla tərtib edilməsi; bu verilişlərin efir vaxtının (gün, saat) və həcminin qabaqcadan müəyyənləşdirilməsi.

Radar – İngilis dilindəki "*radio detecting and ranging*" sözlərinin baş hərflərindən ibarət olan qısaldılmış söz; radiodalğaların köməyi ilə hədəfin aşkar olunması və məsafənin təyin edilməsinə kömək edən qurğu; radiolokasiya və onun cihazlarının qısaldılmış adı; radiolokator. KİV vasitələrində, tərcümə ədəbiyyatında, xüsusilə kütləvi ədəbiyyatda R. «radiolokasiya stansiyası» mənasında işlədilir.

Radio verilişinin səs həlli – sözün aparıcı rolunun saxlanılması şərtilə musiqi və küylərin əlavə və ya illüstrativ deyil, süjet funksiyası daşıması. Sözlə (nitqlə) yanaşı digər ifadə vasitələrindən (musiqi, küylər, təbii səslər) verilişin strukturunda əhvalatın vaxtını və yerini, hadisənin zaman və məkanını, təsvir edilən hadisənin emosional xarakterini bildirməkdə, hadisə iştirakçılarının, ya da jurnalistin özünün psixoloji durumunun ifadə edilməsində kompleks istifadə edilməsi.

Radioqəzet – yayımın ilk mərhələsində geniş yayılmış,

materialın efirə verilməsi üçün operativ səbəbi olan informasiya, təbliğat və ədəbi-bədii materialların kompleks proqramını özündə cəmləşdirən radio forması. R.q. ilk dövrlərdə radiopublisistikanın və yenicə efirə çıxan radionun müasir yayım proqramının timsalı idi: o, informasiya buraxılışlarını, siyasi məruzələri, aktual reportajları, elmi mövzuda söhbətləri, iqtisadi icmalları, müxtəlif vəzifəli rəhbər işçilər ilə müsahibələri, sifariş konsertlərini, nəzmə çəkilən satirik felyetonları, ədəbi-bədii kompozisiyaları və s. özlündə birləşdirirdi.

SSRİ-də ilk R.q. 1924-cü il dekabrın 23-də efirə çıxıb. Azərbaycanda bu forma 1927-ci ilin ortalarından tətbiq olunub. Auditoriyanın sosal xarakteri (peşə, yaş, cins fərqləri və s.) müxtəlif məzmunlu R.q.-lərin meydana çıxmasına şərait yaratdı. 1932-ci ildən efirdə R.q.-lər dayandırıldı, onların funksiyaları radionun müxtəlif redaksiyalarına, ilk növbədə (daha çox) «Son xəbərlər»ə həvalə edildi.

Radio – latınca *radium* sözündən olub – «şüa», «şüalandırmaq», «şüa buraxmaq» mənasını bildirir və bir neçə kontekstdə işlənir; 1) mass-medianın spesifik ifadə vasitələrinə (söz, musiqi, küylər) malik olan bir növü; 2) elektromaqnit dalğaları vasitəsilə informasiyanın məsafədən simsiz yayımlanması. 3) rabitə, radio, TV verilişləri, radioteleqraf, radiolokasiya və s. məqsədlər üçün havada maqnit dalğalarının (radiodalğalarının naqilsiz, simsiz) ötürülməsi və qəbul edilməsi üsulu.

Radio mərkəzi – radio rabitəsi və radio verilişləri üçün texniki vasitələr və tikililər kompleksi. Təyinatına görə *qəbuledici*, *verici* və *qəbuledici-verici* R.m.-lər var. Radio maneələrini azaltmaq üçün qəbuledici və verici R.m.-ləri bir-birindən və sənaye müəssisələrindən uzaqda yerləşdirilir.

Radio evi – radio proqramlarının texniki və texnoloji hazırlığını, efirə verilməsini təmin edən istehsal müəssisəsi. R.e.-nin öz radio studiyası da ola bilir, amma çox zaman bura bir və ya bir neçə radio studiyası ilə kabel vasitəsilə bağlanır. R.e. çox vaxt musiqi səsyazmaları üçün radio studiyaları, radiotamaşa və ədəbi-bədii proqramların yazılması, montajı, bərpasını gerçəkləşdirir. Bundan başqa R.e. digər studiyalarla proqram mübadiləsi, studiyadankənar birbaşa verilişlərin aparılması, studiyadankənar səsyazmanın və fonotekanın təşkil edilməsi üçün aparat, montaj, texnoloji kompleksləri, həmçinin nəqliyyat, anbar, təmir və s. köməkçi xidmət sahələrini birləşdirir.

Radio jurnalistikası – 1) jurnalistika fəaliyyətinin radionun ifadə vasitələrinə və radio yayımının texniki imkanlarına əsaslanan növü; 2) jurnalistika sahəsinə aid olan radio verilişlərinin məcmusu, radio jurnalitslərinin yaradıcı fəaliyyətinin məhsulu. R.j. onu

jurnalistikanın digər növlərindən fərqləndirən bir sıra spesifik xüsusiyyətlərə malikdir. Operativliyin son dərəcə yüksək səviyyəsi, auditoriyaya emosional təsirin xüsusi xarakteri və bunun nəticəsində ilkin jurnalist materialının kompleks həllinin struktur xüsusiyyətləri, auditoriyanın diqqətinin fəallaşdırılması kimi xüsusi üsullar da bu özəlliklərə aiddir.

Radio kanalı – 1) yayımın aparıldığı tezlik zolağı; ötürücüləri evlərdəki qəbuledici cihazlarla birləşdirən qurğuların texniki sistemi. Bu sistemə proqramın mənbəyi (mikrofon), səsgücləndirici və nizamlayıcı qurğular, istehlakçı (dinamik, səsucaldıcı) vasitələr daxildir; 2) məzmununa, hədəf auditoriyasına və materialların təqdimat üsuluna görə radio yayımı istimaqətlərindən biri. Daha çox tematikasına və ünvanlandığı auditoriyanın xarakterinə görə (məsələn, «Gənclik» kanalı, informasiya kanalı və s.) jurnal tipli radio verilişi. Bir və ya bir neçə aparıcısı olur. Adətən, ən azı 2 saat, ən çoxu 4-6 saat efirə çıxır. Radio jurnalından fərqli olaraq, R.k. bir qayda olaraq, operativ və informasiya əsası olan materiallardan ibarətdir.

Radio kompozisiyası – 1) radio jurnalistikasının ədəbi formalarından biri; müxtəlif sənədli, ədəbi və musiqili materialların tematikasına görə ardıcıl düzüldüyü və aparıcının publisistik mətni ilə birləşdirilən veriliş. R.k.-nın iki müxtəlif növü nisbətən geniş yayılıb: a) şeir və mahnıların, nəsr və dramaturgiya əsərlərinin bütöv və ya fraqmentlər ilə, iri formatlı musiqi əsərlərindən parçaların və s. daxil olduğu ədəbi-musiqili kompozisiyalar; b) aktyorların oxuduğu, oynadığı ədəbi materialların orijinal mətn və səs sənədləri ilə uyğunlaşdırıldığı sənədli-bədii kompozmsiyalar. R.k.-nın ikinci növü daha çox sənədli radio dramına və radio filmə yaxındır; 2) teatr tamaşasının radio üçün uyğunlaşdırılmış variantı.

Radio sənəti – radionun texniki vasitələrinin inkişafı ilə əlaqədar yaranmış dram sənəti növü. R.s. anlayışına, həmçinin radio verilişlərinin yaradıcılıq üsulları və texniki vasitələrindən istifadə nəticəsində yeni bədii-obrazlı, estetik təsir xüsusiyyətinə malik ədəbi teatr, sözlü-musiqili səhnə əsərlərinin transformasiyası daxildir. R.s.-ndə aktyorun danışıq səsi və müxtəlif səs çalarları (həyatdakı real səslər, xüsusi cihazların və elektron aparatlarının köməyi ilə yaradılan süni səslər, müxtəlif akustik effektlər, pauzalar) mühüm əhəmiyyət kəsb edir. R.s.-ndə aktyordan yumşaq, təmkinli, dərin psixoloji, incə nüanslarla zəngin səs oyunu tələb olunur. R.s.-ndə səsin, müxtəlif akustik effektlərin rolu radiorejissuranın spesifikasını müəyyənləşdirir.

Radio salnaməsi – hansısa prosesin, əhvalatın, hadisənin tarixçəsinin xronoloji ardıcıllıqla radioda uzun müddət, ardıcıl və davamlı əks etdirilməsi. R.s. hər hansı mühüm sosial-tarixi, sosial-

iqtisadi və ya mədəni prosesi, müəyyən hadisənin, əhvalatın tarixçəsinin xronoloji ardıcıllıqla əks etdirən müxtəlif janrlara aid çoxlu radio verilişini birləşdirə bilər. Məsələn, Azərbaycanın müstəqilliyinin bərpası, yaxud planetin hansısa qütb yüksəkliklərinin fəth edilməsinin ardıcıl işıqlandırılması və s.

Radio verilişi – geniş dinləyici kütləsi üçün nəzərdə tutulan müxtəlif məzmunlu (informasiya, tədris, musiqi, ədəbiyyat, idman, uşaq və s.) və müxtəlif formalı (radiojurnal, kanal, tok-şou və s.) proqramların məcmusu.

Radio ötürücüsü – elektromaqnit siqnallarının efirə vıerilməsi üçün istifadə edilən texniki qurğu. Elektromaqnit siqnalları bu ötürücülər vasitəsilə verilməndən sonra radio və televiziya qəbuledicilərində səs informasiyası və təsvir yaranır.

Radio səsləşməsi – radio jurnalistikasında müxtəlif məkanlarda, o cümlədən ayrı-ayrı iqtisadi-coğrafi rayonlarda olan iki və daha çox radio jurnalistinin eyni vaxtda efirə çıxışını nəzərdə tutan forma. İnformasiya proqramlarının hazırlıq praktikasında mövzusuna və ya ünvan əlamətlərinə görə uyğun gələn materialların efirə operativ verilməsi lazım olduqda istifadə edilir. R.s.-dən sovet radio yayımının təşkilati iş formalarından biri kimi ilk beşilliklərdə, həmçinin Böyük Vətən müharibəsi illərində geniş istifadə olunurdu.

Radiotutma – hər hansı ölkə ərazisinə yayılan xarici radio stansiyalarının konkret məqsədlərə görə xüsusi qurğu ilə tutulub yazılması. Xarici radioların verilişlərinin analitik fəaliyyət üçün və informasiya mənbəyi kimi radio mərkəzində lentə (diskə) yazılması. Məlumatlandırma işində (bəzən də əks-təbliğat işində) həmin materiallardan istifadə edilir.

Radioqəduledici – efirə verilən radio yayım proqramlarının qəbulu, onların akustik səslənişi üçün nəzərdə tutulan texniki qurğu.

Radiopyes – xüsusi olaraq mikrofon qarşısında «oynanılmaq» üçün, radio studiyasında quruluş verilmək üçün yazılmış, daha çox dinləmə ilə qavrayışa uyğunlaşdırılmış ədəbi əsər. R.-lərin *orijinal*, *radio üçün səhnələşdirmə* və *sənədli pyes* kimi növləri vardır. Janr xarakteristikasına görə, R. «səhnə» təcəssümü baxımından ənənəvi dramatik ədəbiyyatın bütün zənginliyini özündə cəmləşdirir.

Radio stansiyası – radio dalğalarının köməyilə informasiyanın ötürülməsi və qəbul edilməsi üçün avadanlığın quraşdırıldığı mühəndis - xidmət qurğusu. Radio yayımı üçün stasionar və bir qayda olaraq, hadisə yerindən birbaşa efirə yox, sonradan yayılmaq üçün stasionar antenlərlə ötürüən səyyar R.s.-lardan istifadə edilir.

Radio studiyası – dəqiqləşdirilmiş ciddi parametrlərə malik, səsyazma-ötürücü aparatları ilə təchiz edilmiş, səsin maqnit lentinə

yazılışı və radio verilişinin efirə verilməsi üçün nəzərdə tutulmuş, həmçinin birbaşa efir verilişləri aparmaqdan ötrü xüsusi avadanlıqla təchiz edilmiş bina. Burada qiraət proqramlarının yazılışı və efirə verilməsi üçün nəzərdə tutulan kiçik R.s. konsert studiyaları, musiqili, ədəbi-dram radio verilişlərinin yazılışı və translyasiyası üçün ayrıca studiyalar vardır.

Radio teatrı - bədii radio yayımının aparıcı istiqamətlərindən biri olub, janr və tematikasına görə müxtəlif bədii əsərlərin səhnələşdirmələrindən ibarətdir. R.t.-nın tamaşaları təkcə insanın məntiqi düşüncəsinə deyil, həm də təxəyyülünə hesablanır. R.t.-da təsvir edilən həyat hadisələrinin və insanların hərəkətlərinin dərk edilməsi dinləyicilərin səs-söz sırasını öz fantaziyalarında canlandırması ilə şərtlənir. Bu halda insan təxəyyülünün çalışdığı dayaq nöqtələri – ona tanış olan həyat reallıqlarıdır. Buna görə R.t.-da çıxış materialının seçimində konkretlik və dəqiqlik, intonasiya əlvanlığı, səs-küy həllinin həcmi və dəqiqliyi xüsusilə vacibdir. Bütün bunlar birlikdə tamaşanın ideyasının qavranılmasına və bədii formaların inandırıcılığına xidmət edir. R.t. dinləyici təxəyyülündə səs obrazları ilə «əməliyyata çıxır». Bu obrazlar fərdi duyumdan asılı olaraq, hadisənin «vizual» konkretliyini bərpa etməyə və ya şüuraltı duyumlar səviyyəsində qalmağa qabildir. R.t. həmişə dinləyicinin emosiyalarını stimullaşdırır.

Radiotexnika – radiodiapazonlu elektromaqnit rəqsləri və dalğaları, onların generasiyası, gücləndirilməsi, şüalandırılması, qəbulu və istifadəsi üsulları haqqında elm; radiodiapazonlu elektromaqnit rəqslərinin və dalğalarının radiorabitədə, radio verilişində və TV-də, radiolokasiya və radionaviqasiyada, müxtəlif elmi tədqiqatlarda və s. tətbiqini həyata keçirən texnika sahəsi.

Radiolaşdırma - radio quruculuğuişi; güclü radio stansiyaları şəbəkəsinin yaradılması, kollektiv və fərdi dinləmə üçün müxtəlif radioqəbuledicilər istehsalı, həmçinin naqil yayımının qovşaq və məntəqə şəbəkələrinin yaradılması; radio yayımının inkişafını, onun qəbul zonalarının genişləndirilməsi və əhaliyə təsirinin gücləndirilməsini təmin edən radio texniki vasitələrin və naqil yayımının planlı inkişaf sistemi.

Radiofilm – radiojurnalistikanın ictimai-siyasi yayımında rast gəlinən formalardan biri; müəyyən tematik prinsipə (məsələn, Böyük Vətən müharibəsində qələbənin 60 illiyinə həsr edilmiş «Xalqın hünəri» R.f. silsiləsi) - əsasən seçilmiş sənədli səslər üzərində qurulmuş veriliş. R.f. - radio kompozisiyasının bir növü olub, ondan verilişin süjet fraqmentlərinin məzmununa daha ciddi tabeliyi ilə fərqlənir.

Rakord – səsyazmada maqnit lentinin rəngli lak ilə örtülmüş və

səsi qeydə alan maqnit qatı olmayan, fonoqramın ayrı-ayrı hissələrini bir-birindən ayırmaq üçün istifadə edilən hissəsi.

Redaktor – efir üçün hazırlanan verilişə cavabdeh olan, verilişin ideoloji istiqamətindən tutmuş, fakt və informasiyaların dəqiqliyi üçün məsuliyyət daşıyan radio əməkdaşı.

Reportyor – ən yeni, ən qaynar xəbərləri axtarıb-tapan və operativ şəkildə hazırlayıb efirə verən TV və radio müxbiri. Qəzet, jurnal, radio, TV redaksiyasının, habelə məlumat agentliyinin həmin təşkilatlara lazım olan məlumatı operativ toplayıb xəbər verən əməkdaşı. R. hadisə mərkəzində operativ olub hər şeydən xəbər tutmağa, məlumat toplayıb efirə verməyə çalışır. R.-un işinə verilən əsas tələblər vacib və aktual informasiyanın tez toplaması, operativlik, materialın emosional tərzdə verilməsi və dəqiqliklə bağlıdır.

Reproduktor – 1) naqil yayımı şəbəkəsi (radio translyasiya şəbəkəsi) ilə ötürülən radio yayımı proqramlarının qəbulu və akustik səslənişi üçün nəzərdə tutulan texniki qurğu; 2) radioqəbuledicilərdə, maqnitofonlarda, radiolalarda səs tezliklərinin elektrik dalğalarını səsə çevirən dəyişdirici.

Reverbator – elektrik və ya elektroakustik metodlar ilə süni reverberasiyaların yaradılması üçün qurğu; radio və televiziya verilişlərində musiqi yazılan zaman xüsusi akustik effektlərin (məsələn, səslənmənin həcmini artırmaq üçün və s.) yaradılmasından ötrü tətbiq edilir.

Reverberasiya – səsi əks etdirmək; səsin mənbəyi öz işini dayandırandan sonra otaqda səs dalğalarının müxtəlif səthlərdən təkrar əksi (təbii R.) ilə şərtlənən, səsin get-gedə azalması prosesi; süni R. xüsusi reverberatorun köməyi ilə yaradılır.

Səs – elastik mühit zərrəciklərinin mexaniki titrəyişinin doğurduğu psixo-fizioloji duyğu; səs titrəyişinə 20-20000 hers intervalında tezlik sahəsi müvafiqdir; 20 hersdən aşağı tezlikli titrəyişlər, *infrasəs*; 20 hersdən yuxarı tezlikli titrəyişlər isə *ultrasəs* adlanır.

Səs obrazı – maddi obyekt, əhvalat, tarixi hadisə, insan xarakteri haqqında təsəvvürün ümumiləşdirilmiş formasında assosiasiyaların vasitəsi ilə yaradılan səs (nitq, musiqili, küy) elementlərinin məcmusu. S.o. anlayışı ötən əsrin 70-ci illərində radio jurnalistikasının müxtəlif ifadə vasitələrinin işlədilmə xüsusiyyətlərinin dərk olunmasının nəticəsi kimi elmə daxil edilib. S.o.-nın strukturunda bütün elementlər real gerçəkliyin əks etdirilməsində anlatma, süjetyaradıcı və estetik-tərtibat yükü daşımağa qabil olduğuna görə eyni dərəcədə əhəmiyyətlidir. S.o. televiziya verilişinin və ya kinofilmin də ideya-estetik həllinin bir hissəsidir. Bu halda o, əsərin strukturunda ya bədii vasitələrin ümumi təsvir-ifadə kompleksinin bir hissəsi, ya da

müəllifin bilavasitə süjetlə, ifadə edilən plastik vasitələr ilə bağlanmayan bu və ya başqa fikri dərinləşdirməkdən ötrü əlahiddə komponent kimi mövcuddur.

Səs fonu – studiyadakı səs effektlərinin səviyyəsi ilə müəyyən edilən fon. Studiya şəraitindəki səs effektlərinin səviyyəsi adi yaşayış evlərindən xeyli az olmalıdır. Kənar səs effektləri studiyaya döşəmənin, tavanın və divarların səskeçiriciliyinə görə daxil olur. Aparat-studiya komplekslərinin (ASK) düzgün planlaşdırılması studiyalarda S.f.-nun səviyyəsinin aşağı salınmasına kömək edir.

Səs mikşeri – 1) səs müşayiəti siqnalının formalaşdırılması məqsədi ilə bir neçə mənbədən alınan səs siqnallarının birləşdirilməsi üçün qurğu; 2) səs rejissorunun pultu; mikşer pultu.

S.m. müxtəlif girişlərə gələn bir neçə səs siqnalını birləşdirərək çıxışda bir siqnala çevirir. Məsələn, hərənin öz mikrofonuna danışdığı bir neçə adamdan müsahibə götürərkən hər mikrofonu mikşerə birləşdirmək mümkündür. Bu mikşer sayəsində bütün siqnalları bir siqnala çevirərək çıxışa vahid siqnal göndərmək (bir kanalda) və həmin siqnalı videolentdəki bir kanala yazmaq mümkündür. Səsi tənzimləməyin üsullarına görə *aktiv* və *passiv* S.m. mövcuddur.

Səsyazma – səs siqnalının (informasiya, musiqi və s.) mexaniki və ya elektron üsulla cismə (maqnit lentə, plastinkaya, diskə və s.) yazmaq, saxlamaq və sonradan səsləndirmək prosesi.

S.-nın iki növü – yazılış zamanı səs siqnalı mənbəyinin məkan yerləşməsi barədə informasiyanı demək olar ki, daşımayan *monofonik* və yazılış zamanı səs siqnalı mənbəyinin yerləşdiyi məkan barədə informasiyanı daşıyan *stereofonik* səsyazma ayırd edilir. *Mexaniki, maqnit, fotoqrafik* və s. səsyazma üsulları da mövcuddur.

Səs operatoru – radio yayımı və televiziyada çalışan, səslərin, küylərin, musiqinin efirə verilməsi ilə məşğul olan və səsin sonradan efirə verilməsi üçün plyonkaya yüksək keyfiyyətlə yazılmasını təmin edən texniki işçi.

Səs montajı – montaj texnologiyası baxımından fonoqramın təmiz və təhrifsiz səslənməsini təmin etmək üçün səsyazmanın keyfiyyətinin tənzimlənməsi prosesi. Estetik tələblər baxımından fonoqram montaj edilmiş materialın ovqat və ritminə, deməli, proqramı izləyən seyrçilərin təəssüratına önəmli təsir göstərir. Montaj zamanı fonoqramın hazırlanmasında üç mərhələni qeyd etmək olar: a) səs sırası elementlərinin seçilməsi; b) onların ardıcıl yerləşdirilməsi; c) birləşdirilib işlənməsi.

Səs rejissoru – radio yayımı və televiziyada çalışan, səs materialını işləyən, onun hazırlanıb efirə və verilməsinə rəhbərlik edən yaradıcı işçi. S.r. mətnlərin, küylərin, musiqinin plyonkaya

yazılmasına hazırlayır, fono materialı seçir, səsin bədii və texniki keyfiyyətinə, onun vaxtında açılıb-bağlanmasına, fonoqramın yazılışı zamanı mikşerin hərəkətinə, səslərin dəyişdirilməsinə nəzarət edir.

Sinxron radioyayım – bir neçə yayım stansiyasının bir tezlikdə işləməsi və eyni proqramı yayması. S.r., əsasən orta dalğa diapazonunda aparılır. Bu diapazonda ayrı-ayrı mümkün tezlik kanallarının sayı çox deyil və bir tezlik kanalında işləyən radioyayım stansiyalarının sayı onlarcadır. Bu yayım növü tezlik kanallarından daha səmərəli istifadə etməyə imkan verir, səslənmənin tələb olunan keyfiyyəti yüksək tezlik üzrə daha az müdafiə münasibətləri təqdirində təmin edilir.

Studiyadankənar yazılış – televiziya mərkəzindən və ya radio studiyasından kənarda səyyar aparatların köməyi ilə gerçəkləşdirilən səs və ya video yazılışı. S.y., həmçinin teatrlarda, konsert salonlarında, stadionlarda, mühazirə auditoriyalarında və ictimai əhəmiyyətli hadisələrin müntəzəm baş verdiyi digər yerlərdə quraşdırılmış, daimi çalışan translyasiya məntəqələrində də aparıla bilər.

Səs cığırı - 1) kino, video məhsullarında təsviri müşayiət edən, musiqini və ya küyü göstərən xətt. Radio yayımının proqramlaşdırılması zamanı S.c.-dan müstəqil səs vahidi (məsələn, kinofilmdən mahnı) kimi istifadə edilir. Termin (ingilis dilindən gələn *soundtrack* - «səs cığırı» adı ilə) professional arqo kimi peyda olsa da, zaman keçdikcə Azərbaycan dilində S.c. ifadəsi kimi öz yerini möhkəmlədib; 2) hər hansı daşıyıcıda (auidodiskdə və s.) ayrıca nömrə kimi təqdim edilən səs xətti.

Serial – hər biri, bir qayda olaraq, müstəqil, bitkin süjetə malik çoxlu ayrı-yarı hissədən (seriya) ibarət radio və televiziya verilişi forması. Serial proqramları, adətən ümumi süjet kolliziyaları ilə, eyni qəhrəmanlar ilə, bir qayda olaraq, əsas hadisələrin baş verdiyi vahid məkanla bir-birinə bağlanır.

Stereo... – bərk olan bir şey; fəza. Mürəkəb sözlərin mənaya görə ilk tərkib hissəsi. Məs., *stereotip, stereometriya, stereoyazı və s.*

Stereofoniya – dinləyicidə səsin tonu, tembri və gurluğu ilə yanaşı, səs mənbələrinin yeri haqqında da təsəvvür yaradan proqramların radio ilə verilişi. Bu cür verilişdə səslənmə təbii xarakter alır. Adətən, S. ultraqısa dalğa diapazonunda aparılır.

Stereoeffekt – çoxkanallı yayım sistemlərindəki təkrar səs sahəsinin dinləyicidə ilkin sahə olması barədə süni təəssürat yaranması. S.-in əlamətləri bunlardır: səs mənbəyinin təkan daxilində lokallaşması (qalması), səslənmənin şəffaflığı (ansamblın səslənməsi fonunda musiqi alətlərinin səsinin ayrı-ayrılıqda mənimsənilməsi və s.) və əhatəliliyi (diapazon genişliyi).

Şlyager – ilk dəfə səsləndən sonra məşhurlaşan, tez bir zamanda dillərə düşən estrada mahnısı, populyar melodiya, həmin mahnını ifa edən müğənni.

Tezlik – vahid zamandakı (1 san. ərzində) tam rəqslərin sayı; rəqs dövriliyinin əsas qiyməti. Dəyişən cərəyanın şiddətinin, elektrik sahəsinin intensivliyinin, maqnit induksiyasının və s. dəyişmə sikllərı sayının zamana olan nisbətidir.

Translyasiya – 1) radio yayımı və ya televiziya proqramlarının radio, yaxud kabel sisteminin köməyi ilə uzaq məsafəyə ötürülməsi; 2) tamaşanın, konsertin, idman yarışının, mitinqin, nümayişin və ya hər hansı hadisənin baş verdiyi məkandan yayımlanması; hadisə yerindən birbaşa efirə çıxma.

Ünvanlı veriliş – dəqiq istiqaməti olan, müəyyən tamaşaçı və ya dinləyici kütləsi üçün nəzərdə tutulan veriliş. Auditoriyanın rəngarəngliyi bu tip verilişlərin yaranmasını diktə edir. Teleradio jurnalistikasında «Ü.v.» termini xüsusi xarakterli verilişin geniş (təbəqələrə ayrılmamış) auditoriyaya hesablanmış verilişlərdən fərqini göstərir.

Ü.v.-in istiqaməti auditoriyanın coğrafi, demoqrafik, peşəkarlıq və digər səciyyələri ilə, həmçinin insanların maraq və meylləri (məsələn, Sibir və Uzaq Şərq əhalisi üçün; uşaqlar, gənclər, qadınlar üçün; hərbçilər, kənd zəhmətkeşləri üçün; bağbanlar, foto həvəskarları, şahmat sevərlər üçün verilişlər və s. və i.a.) ilə müəyyən edilir.

Verilişin partiturası – rejissor ssenarisinin daha geniş, radio verilişinin epizodlarının ardıcıllığını daha tam əks etdirən forması. V.p. üzərində iş sonuncu məşq prosesində tamamlanır. Radio rejissoru və ya rejissor assistenti V.p.-na əsasən verilişi efirə verir və ya aparat otağında rejissor pultu arxasına keçib onu lentə yazır.

Yayım - siqnalın (məlumat, veriliş və s.) radio və televiziya texnikası vasitələri ilə yayılma prosesi. Y. redaksiya-texnika mərkəzlərinin birindən ötürülən informasiyanın fərdi qəbuledici qurğuların köməyi ilə eyni vaxtda çox sayda insan tərəfindən qəbulunu nəzərdə tutur. Y. daxili (öz ölkəsinin əhalisi üçün proqramların ötürülməsi) və xarici (başqa ölkələrin əhalisi üçün proqramların yayımlanması) olaraq iki qismə ayrılır. Texniki əlamətinə görə isə Y. efir və naqil (kabel televiziyası və radio translyasiya şəbəkəsi) yayımlarına ayrılır.

Yerli radio yayımı – ölkənin inzibati-ərazi bölgüsünə müvafiq olan radio yayımı sisteminin bir həlqəsi. Y.y. anlayışı regional, həmçinin şəhər (rayon) radio yayımı strukturlarını da əhatə edir.

NƏTİCƏ ƏVƏZİ

Səslərin rəngini duymalı

Radioya ilk gəlişim heç yadımdan çıxmır. Tələbə idik, iki kursu arxada qoymuşduq, artıq yazmaq-pozmaq bilirdik. Hətta bir neçə qəzetdə babat yazılarım çıxmışdı, bəyənənlər də olmuşdu. Hiss edirdim ki, jurnalist peşəsinə aparan görünməz ipin ucu əlimə keçir. Hər dəfə qəzet səhifəsində məqaləsini görən bütün tələbələr kimi, mən də yazılarım dərc olunanda əməlli-başlı sevinir, hamının bu yazını oxuduğunu zənn edirdim. Bu sevinclə bərabər, içimə jurnalistika havasının daha gur axdığını, məni irəliyə çəkən, süstləşməyə qoymayan sirrli bir qüvvənin, xoş bir enerjinin duyğularıma hakim kəsildiyini aydınca hiss edirdim...

Yaşadığımız universitet yataqxanasında otaqların çoxunda radio vardı, kimində xırda əl radiosu, kimində iri «VEF»lər. Tələbələr radionu çox dinləyirdilər, xüsusən 70-ci illərin ortalarında xeyli populyar olan «Bulaq», «Lirika dəftərindən», «Şəbəkə» kimi bədii-publisistik verilişlərə, həmçinin gənclik proqramlarına – «Tələbə klubu», «Gəncliyin səsi», «Natəvan» qızlar klubu kimi verilişlərə maraqla qulaq asırdılar. Bəzən qırıq-qırıq dalğalarda tamamilə başqa intonasiyada danışan, «antisovet» məlumatlar verən «Azadlığ»ın da səsi eşidilirdi. Bu dalğaların o tayında başqa bir dünyanın da olduğunu düşünə-düşünə radionun sehrli gücünə heyran qalırdıq. Həmin vaxtlarda radio, xüsusən televiziyada çalışmaq bizə çox əlçatmaz görünürdü.

Tələbə yoldaşlarımdan birinin dayısı universitetin professoru, tanınmış filoloq idi və tez-tez radio □ televiziya ilə də çıxışları olurdu. O, bacısı oğlunu radio ilə əməkdaşlığa həvəsləndirsə də, tələbə dostum oralara getməyə çəkinirdi. Onu mən ürəkləndirdim, «istəyirsən radioya birgə gedək», – dedim. Əlüstü razılaşdı və biz ertəsi gün, qarlı-çovğunlu bir havada radionun «Gənclik» baş redaksiyasının şöbə müdiri Dəmir Gədəbəylinin yanında olduq. 1976-cı il dekabrın 15-i idi...

Təbii ki, bir az sıxılırdıq, amma Dəmir müəllimin mehribanlığı, səmimiyyəti, istiqanlılığı bu sıxıntını aradan tez götürdü. Bizə böyük etimad göstərib 30 dəqiqəlik «Gəncliyin səsi» proqramının bir buraxılışını yazmağı etibar etdilər. Neft və Kimya İnstitutundan bir neçə reportaj, söhbət və müsahibələr hazırlamalı idik.

Biz tələbələrin qış imtahan sessiyasına necə hazırlaşması ilə bağlı veriliş hazırlamaq üçün 1-2 dəfə həmin institutda olduq, müəllimlərlə görüşdük, tələbələrlə söhbətləşdik, studiyaya kimlərin gələcəyini və kimin nə danışacağını müəyyənləşdirdik. Tələbə coşqusunu əks etdirən bir az poetik və pafoslu mətn yazıb redaksiyaya verdik, insafən çox düzəliş etmədilər, deyəsən, bizi ürəkləndirmək üçün bir az da tərifladilər. Ertəsi gün studiyada səslər yazıldı, mikrofon qarşısında sinədən danışanlar da vardı, kağızdan oxuyan da. Üç gündən sonra veriliş efirə getməli idi və biz deyilən gün axşam saat doqquzun yarısında efirdə səslənəcək verilişimizi həyəcanla gözləyirdik. Görünür, çox da təvazökar deyilmişik, yataqxanadakı qonşu otaqlardan bir neçə «dinləyici»ni də otağımıza dəvət etmişdik.

Veriliş başladı və çağırış musiqisinin səsləndiyi ilk saniyələrdən mən özümü başqa bir dünyada hiss etdim. İlahi, bir neçə səhifəlik mətn hara, indi efirdə canlandırılan bu fərqli, əsrarəngiz dünya hara? Diktorun şirin səsi, cazibəli diksiyası, institut dəhlizlərinin ab-havasını və yataqxana mühitini yaradaraq, məkanı dəqiq «göstərən» səs effektləri, səmimi və bir az da qayğılı çıxışlar, mətni və çıxışları dadlandıran, keçidləri bilinməz edən, epizodları bir-birinə calayaraq bütöv bir dünya duyğusu oyadan musiqi necə təsirli idi! Efirdən səslənən canlı söz, radionun bənzərsiz sənət gücü məni, sözün həqiqi mənasında, sehrləmişdi.

Sonralar radio ilə 3-4 il sıx əməkdaşlıq elədim. Efirə çoxsaylı reportajlarım, müsahibələrim, tanınmış alimlər, həkimlər, müharibə və əmək qəhrəmanları haqqında 25-30 dəqiqəlik oçerklərim getdi. «Yaradıcılığım» yaxşı qarşılanırdı, oçerklərim toplantılarda tərifləndirdi, hətta bəziləri bu oçerkləri bir tələbənin yazdığına inanmırdılar. Məsələn, görkəmli cərrah, Moskva şəhərinin baş ortopedi, professor, həmyerlimiz Aydın İmaməliyev haqqında oçerk (indi bu janrı «fiçe» adlındırırıq) efirə gedəndən sonra böyük rezonans doğurmuşdu, amma müəllifinin hələ universitet tələbəsi olduğuna heç kim inanmamışdı.

Radio mənim qarşımda bir cığır açdı. Bu, ciddi jurnalistika yolunun başlanğıcı, qəzetdən fərqli bir yaradıcılıq dünyasına gedən cığır idi. Hiss edirdim ki, bu cığır məni irəli, işığa doğru aparır. İşlərim çoxalmışdı. Mənə çox ciddi verilişlər etibar edirdilər, obyektlərə gedir, müsahibələr alır, söhbət və süjetlər yazır, hətta rus dilindən tərcümələr edirdim. Aldığım yaxşı qonorar da məni az həvəsləndirmirdi. Dünyanın mənim üçün xeyli genişləndiyini hiss edirdim. Getdiyim obyektlərdə çox maraqlı, fərqli düşüncəli insanlarla tanış olurdum. Mən təkcə radionu, jurnalistikanı, yox, həyatı, münasibətləri, adamlarla davranışı öyrənmək fürsəti qazanmışdım.

Radio öyrənmək üçün bir məktəb idi. Bilikli, işgüzar adamlarla ünsiyyətdən zövq alırdım. Daha çox əməkdaşlıq etdiyim «Elmi-kütləvi verilişlər» redaksiyasında unudulmaz Əhməd Xaspoladovdan redaktəni, Məryəm Zöhrabovadan çevikliyi və təşkilatçılığı, Qəmbər Ağayevdən dəqiqliyi, Almaz Cəfərova və Sədaqət Turabovadan, eləcə də qocaman jurnalist Qulam Zeynalovdan insanlara sevgi və həssaslıqla yanaşmağı öyrənməyə çalışırdım. Sonralar bunların nə qədər vacib keyfiyyətlər olduğunu gördüm.

Yazdığım materialları efirə oxumaq üçün Aydın Qaradağlı, Soltan Nəcəfov, Sabutay Quliyev, Fatma Cabbarova, Züleyxa Hacıyeva, Ramiz Mustafayev, Sevda Məmmədzadə kimi diktorlara təqdim edəndə keçirdiyim həyəcanı indiyəcən unutmuram. O vaxtlar radioda həqiqi söz sahibi olan tanınmış jurnalistlər – Mailə Muradxanlı, Vaqif Əlixanov, Valid Sənani, Rafiq Savalan, Qaçay Köçərili, Fəridə Aslanbəyova, İnqilab Həsənzadədən yazdığım veriliş haqında xoş bir kəlmə eşitmək əsl hadisə idi. Nazim Yüzbaşov, Mehriban Bəşirzadə, Ədilə Bünyadova kimi rejissorlar, Kamil Rzaquliyev, Tofiq Manafov kimi səs mühəndisləri də o cümlədən. Bu insanları həmişə xatırlayıram. Eləcə də hələ tələbəykən mənim radiodakı «zəfər yürüşü»mü diqqətlə izləyən, hər addımda dəstək olan, ümidləndirən və ruhlandıran sevimli müəllimlərim – Tofiq Rüstəmov və Yalçın Əlizadənin qayğısı da yaddaşımdan silinmir.

Mən, hər halda, bir az fərqli hesab etdiyim jurnalistika həyatım və gərəkli saydığım elmi fəaliyyətim üçün radioya borcluyam. Sonralar bu borcun bir qismini qaytarmağa çalışdım. Azərbaycanda radioteatrın təşəkkülü və inkişafı ilə bağlı diplom işi yazdım. Bir neçə ildən sonra bu mövzuda namizədlik dissertasiyası müdafiə etdim, sonra onu «Radiodramaturgiya dili» adlı monoqrafiyaya (1990) çevirdim. Radionun kəşməkeşli və zəngin tarixini araşdırıb «Radio dalğalarında» adlı kitab (1999) buraxdım. Cənubi Azərbaycanda milli hərəkatın gur səsinə çevrilmiş radionun qəmgin hekayəti olan «Danışır Təbriz»i (2004) qələmə aldım. Arxivlərdən əldə etdiyimiz sənədlər əsasında Y.Əlizadə ilə birlikdə yazdığımız «Azərbaycan efiri: tarix və müasirlik» adlı monoqrafiya (2006) işıq üzü gördü. İndi sizə təqdim etdiyim «Radio dərsləri» də təxminən 30 il əvvəl mənə isti qucaq açmış Azərbaycan radiosuna, bu ocaqda mənə qayğı göstərmiş ustadlara borcumun bir zərrəsidir...

* * *

Belə bir təsəvvür formalaşıb ki, televiziya və qəzetə nisbətən radioda işləmək asandır. Mən də həmin fikrə qatılıram, o şərtlə ki, gərək radionun ecazkar səslər dünyasını duyasan, onun «tikinti materiallarını» və yaradıcılıq sirrlərini yaxşı mənimsəyə biləsən.

«Radio dərsləri» sizi məhz bu sirlərdən agah edir. Hər şeyi əhatə etmək iddiasında olmasa da, siz bu kitabı oxumaqla radio yaradıcılığı ilə bağlı xeyli bilgi ala biləcəksiniz: təkcə tarix və nəzəriyyə yox, həm də praktik bilgi. Özünüzü sınamaq üçün yanınzda radio olanda verilişləri dinləyin, bu kitaba baxın, oxuduqlarınızı yada salın, bəzi şeyləri tutuşdurun, müqayisə edin. O zaman «daha necə yaxşı eləmək olar?» sualının cavabını tapacaqsınız. Önəmli olan öyrəndiklərniz, intuisiyanız və radionun əsrarəngiz səslər dünyasını duymanızdır.

Radiodan bəhs edən kitabların biri ana ilə azyaşlı övladının aşağıdakı dialoqu ilə bitir:

A n a: Oğlum, sən tamaşaya teatrda baxanda xoşun gəlir, yoxsa televiziyada?

U ş a q: Yox, ana! Mən radioda teatra baxmağı xoşlayıram!

A n a: (*təəccüblə*) Nəyə görə?

U ş a q: Çünki radioda rənglər elə gözəl, elə parlaq olur ki...

Çox maraqlı duyğudur, eləmi? Radio bizə səslərin rəngini duymağı aşılayır. «Radio dərsləri» məhz bu rəngləri «göstərmək», sizləri efirin cazibədar və əsrarəngiz səslər dünyasından agah etmək, buradakı bənzərsiz yaradıcılığın incəliklərini anlatmaq üçün yazılıb.

Kitabı oxuduğunuza görə təşəkkürlər!

Öyrəndiklərniz hər zaman gərəyiniz olacaq!

Radioda yayımçılığa başlayanlara uğurlar!

Ömrünü bu işə sərf etmiş cəfakeşlərə isə dərin ehtiramlar!!

İstifadə edilmiş ədəbiyyat

I Azərbaycan - türk dillərində

1. Abdulrahimov K.N. Salonların akustigi və tasarımı. Trabzon, 2005.
2. Bəşirli A., Kərimova A., Vəkilova D. Xəbərçilik. B., 2007.
3. Çeşmazər M.M. Azərbaycan Demokrat Partiyasının yaranması və fəaliyyəti. B., 1986.
4. Erdoğan İ. Dünyanın çarpik düzeni. İstanbul, 1995.
5. Əhmədov N. Səslər içində. B., 1990.
6. Əhmədli N. Kütləvi informasiya vasitələri xaricə siyasi təbliğat sistemində. B., 2004.
7. Əlizadə Y.M. Radiojurnalistikanın əsasları. B., 1991.
8. Əlizadə Y., Məhərrəmli Q.M. Azərbaycan efiri: tarix və müasirlik. B., 2006.
9. Əlibəyli Ə. Danışır Bakı. B., 1968.
10. Fichtelius E. Jurnalistikanın on qızıl qaydası. (rus. tərc.). B., 2002.
11. Hacızadə H. Demokratiya: gediləsi uzun bir yol. Müntəxəbat. B., 2002.
12. Hiebert R.E., Ungurait D.F., Bohn W. Thomas. Kütləvi informasiya vasitələri. VI. Müasir kommunikasiyaya giriş (ing. tərc.). B., 2005.
13. Kərimov K. Musiqidə keçən ömür. B., 1998.
14. Mehdi F. Mətbuatda publisistika. B., 1981.
15. Məhərrəmli Q. Kino, televiziya, radio terminləri. B., 2002.
16. Məhərrəmli Q. Audiovizual nitq. B., 2000.
17. Məhərrəmli Q. Radio dalğalarında. B., 1999.
18. Məhərrəmli Q. Danışır Təbriz. B., 2004.
19. Michael K., Andreev P. Radiyo dersləri (ing. tərc.). İstanbul, 1995.
20. Oskay U. İletişimin ABC-si. İstanbul, 1992.
21. Radyo ve Radyoçuluq. Ankara. Kamu yayım. 2005.
22. Repkova T. Yeni dönəm: Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları. (rus. tərc). B., 2005.
23. Zülfüqarlı M. Azərbaycanı kimlər idarə edib. B., 2006.

II Rus dilində

24. Артемов В., Семенов А. Би-Би-Си: История и аппарат методы радиопропаганды. Минск, 1984.
25. Ахмедли Н. Азербайджанское международное вещание на Ближний и Средний Восток: история, практика, теория. Б., 2003.
26. Ахундов Б. Особенности развития связи в Азербайджане. Б., 2000.
27. Багиров Э., Кацев И. Телевидение. XX век. М., 1968.

28. Бахтин М.М. Проблема речевых жанров. Эстетика словесного творчества. М., 1979.
29. Бернштейн С. Язык радио. М., 1977.
30. Бжезинский З. Великая шахматная доска. М., 1999.
31. Вачнадзе Г. Идеологические диверсии империализма. М., 1981.
32. Время работать на радио. М., 2002.
33. Гальперин Ю.М. В ефире □ слово. М., 1977.
34. Гасанлы Дж. Южный Азербайджан: начало холодный войны. Б., 2003.
35. Гегель Г. Эстетика (в4-х т. □ пер. с нем.), М., 1968 □ 1973, 4 т.
36. Глейзер М. Радио и телевидение СССР (1917 – 1986). М., 1989.
37. Гуревич П., Ружников В. Советское радиовещание: страницы истории. М., 1976.
38. Гусейнов Т.К. Развитие связи, радиовещания и телевидения в советском Азербайджане. Б., 1988.
39. Достовский Ф.М. Об искусстве. М., 1973.
40. Егоров В.В. На пути к информационному обществу. М., 2006.
41. Зарва М. Слово в эфире. М., 1977.
42. Зверев В.П. Радиодрама, поиски художественного языка. М., 1983.
43. История советской радиожурналистики. Документы. Тексты. Воспоминания. М., 1991.
44. Кийт М. Радиостанция. (пер. с англ.). М., 2001.
45. Летунов Ю. Время. Люди. Микрофон. М., 1974.
46. Любимов Б.И. Общественное вещание: Британская модель. М., 2006.
47. Магомаев М. О музыкальном искусстве Азербайджана. Б., 1987.
48. Мадатов Г.А. Азербайджан в Великой отечественной войне. Б., 1975.
49. Маккой К. Вещание без помех. (пер. с англ.). М., 2000.
50. Маклюен М. Понимание медиа (пер. с англ.). М., 2003.
51. Мейерхольд В.Э. «Соченения» в 2-х т., М., 1968.
52. Марченко Г.А. Радиотеатр. Страницы истории и некоторые проблемы. М., 1970.
53. Новиков К.Ю. Радиорепортер и радиорепортаж в XXI веке. М., 2006.
54. Основы радиожурналистики. М., 1984.
55. Полная хронология XX века. М., 1999.
56. Попов Н., Горохов Н. Советская военная печать в годы Великой отечественной войны. 1941 □ 1945. М., 1981.
57. Пособие по радиожурналистике. Радио «Свобода». М., 2006.
58. Радзушески А. Звук: немного теории. М., 2006.
59. Радио в дни войны. Очерки. М., 1975.
60. Радио: вчера, сегодня, завтра. М., 1995.
61. Радиожурналистика (сборник ст. - пер. с нем.), Мюньхен. 1986.
62. Радиожурналистика. Учебное пособие. М., 2002.

63. Ружников В.Н. Лекции по истории отечественного радиовещания. М., 2002.
64. Светана С.В. Телевизонная речь. М., 1976.
65. Сеченов И.М. Избранные философские и психологические произведения. М., 1947.
66. Система средств массовой информации России. М., 2001.
67. Смирнов В.В. Жанры радиожурналистики. М., 2002.
68. Смирнов В.В. формы вешания: функции, типология, структура программ. М., 2002.
69. Советско-английские отнещения во время Великой Отечественной войны. 1941 □ 1945. Т., Ы. М., 1983.
70. Советско-английские отношения во время Великой отечественной войны 1941 □ 1945, т. 1. М., 1983.
71. Телевидение и радиовещание России. Справочник. М., 1998.
72. Телерадиоэфир. История и современность. М., 2005.
73. Троицкая Г.Я. Звукозапись и радиовещание. М., 1983, с. 168.
74. Хализев В. Драма как явление искусство. М., 1987.
75. Цвик В.Л. Журналист с микрофоном. М., 2000.
76. Цвик В.Л. Основы журналистики. М., 2006.
77. Чендлер П., Харрисон С. Радиожурналистика (реферат; пер. с англ.). Лид., 1997.
78. Щерель А.А. Радиорепортаж. М., 2002.
79. Щерель А.А. Аудиокультура XX века. М., 2004.

Başqa dillərdə

80. Broadcasia and Cable Yearbook 1993.
81. Broadcasting. 2003, № 5.
82. Cogressional Record. Mar. 12, Kennon G. Memories 1925-1950. Boston, 1960.
83. Hantington S.P. Who International Primacy Matters. Spring 1993.
84. McLish Robert. Radio Production. London, Focal Press, 1996.
85. Vivian J. The Media of Mass Communication. Boston, Ally Brown. 1999.
86. Radio to Radio. 2004, № 2.
87. United Kingdom. London, 2002.

MÜNDƏRİCAT

Giriş 3

I HİSSƏ. Radionun tarixi: qığılcımdan kosmik rabitəyədək

I Fəsil: Radionun təşəkkülü və inkişaf mərhələləri 7
Keçmişdən gələcəyə 7
Səsyazma tarixindən səhifələr 11
«Elektrik möcüzələri»ndən radionun kəşfinə doğru 19
Fəza dalğalarının fatehi 22
Radionun ilk addımları 26
Radionun Avropa «yürüşü» 32
Televiziya ilə çətin rəqabət 40
«Soyuq müharibə» mələkləri 47

II Fəsil: Azərbaycan radiosu: efirdə addımlar 61
«Alo, alo! Danışır Bakı!» 62
İlk addımlar 67
Radio: siyasi təbliğat milli düşüncəyə qarşı 78
Efirin yarış salnamələri 88
«RV □ 8» marşının sədaları altında 91
Radioteatrın kövrək addımları 96
Radio 1941-1945-ci illərdə 104
Təbrizin həzin səsi 117
Bərpa dövrünün radiosu 126
Televiziya ilə yanaşı 129
Radio 60-70-ci illərdə 132
Efirin çağlayan «Bulağ»ı 138
Radio 80-ci illərdə 144
Radionun müstəqillik illərində 147
ANS-ÇM, Radio-"Sara" FM-104 156

III Fəsil: Azərbaycan beynəlxalq dalğalarda 165
"Bakının səsi" Şərq diapazonunda 166
Müstəqil Azərbaycanın səsi 170
"Amerikanın səsi" və BBC dalğalarında 182
Danışır "Azadlıq" radiosu 189

IV Fəsil: Dünya radio yayımının inkişaf meylləri 203
Üçüncü minilliyin radiosu 203
ABŞ: radioyayımın çağdaş mənzərəsi 208
Böyük Britaniya: kommersiya radiolarının intihabı 213
Rusiya radiosu yeni şəraitdə 218
Türkiyə radiosu bu gün 225

II HİSSƏ. Radiojurnalistika: nəzəri məsələlər

I Fəsil: Radionun özəllikləri 234
Radio media sistemində 234
Kommunikasiya labirintlərində 241
Auditoriya ilə ünsiyyətin özəlliyi 250

II Fəsil: Radiojurnalistikanın akustik təbiəti 258
Radionun ifadə vasitələri 258
a) formayaradıcı vasitələr 261
b) üslubyaradıcı vasitələr 273
Radionun öz dili varmı? 278
Radio verilişlərinin üslubu 284

III Fəsil: Radio yayımı: jurnalist yaradıcılığının əsasları 294
Efir yaradıcılığının forma və məzmunu 294
Radio yayımının növləri 299
Radiojurnalistikanın janrları 303
a) İnformasiya janrları 306
b) Analitik janrlar 316
c) Rəy bildirən janrlar 320
Radioyayımın formaları və proqram növləri 322
Özəl radioların formatları 345
İnformasiya üstəgəl musiqi 349
Radioteatr: dramaturji formanın özəlliyi 358
IV Fəsil: Proqramlaşdırma və yayımın strukturu 372
Radioyayımın proqramlaşdırılması: dünən və bu gün 372
Yayım proqramlarının kompozisiyası 376
Veriliş strukturu və montaj 384

III HİSSƏ. Təcrübə

Radio üçün necə yazmalı, efirdə necə danışmalı? 396
Efir materiallarını necə çatdırmalı? 401
Xəbər çatdırmanın özəllikləri 407
Paket verilişlərini necə hazırlamalı? 415
Radiokanal: formata necə uyğunlaşmalı? 422
Seçkini necə işıqlandırmalı? 431
Dini mövzuya həssas yanaşın *(bu barədə veriliş hazırlamağın 10 qaydası)* 434
Canlı efirdə diskussiya... 436
Bədii-publisistik proqramlar 441
Müsahibə texnikasına necə yiyələnməli? 445
Radionun musiqi dünyası 447

Yaxşı səhər şousunu necə yaratmalı? 451
Siz radio prodüserisiniz 455
Aparıcılığın çətin-asan şərtləri 460
Bəzi etik məsələlər *(BBC, «Azadlıq» və «Amerikanın səsi» radiostansiyalarının təcrübəsi əsasında)*.....464

Radio terminləri 471
Nəticə əvəzi. Səslərin rəngini duymalı 487
İstifadə edilmiş ədəbiyyat.....491

***

Nəşriyyatın direktoru:

professor Nadir MƏMMƏDLİ

Nəşriyyat redaktoru:	Zemfira Məhərrəmli
Kompyuter yığımı:	Könül Əliyeva
Dizayner:	Əbülfət Kərimov
Rəssam:	Tural Əhmədov
Texniki redaktor:	Rövşanə Nizamiqızı
Korrektor:	Həqiqət Eldarova

Yığılmağa verilmiş 06.02.2007.
Çapa imzalanmış 18.12.2007.
Şərti çap vərəqi 13,2. Sifariş № 702.
Kağız formatı 60x90 1/16. Tiraj 1000.

*Kitab «**Nurlan**» nəşriyyat-poliqrafiya müəssisəsində səhifələnib çap olunmuşdur.*
E-mail: nurlan1959@gmail.com
Tel: 497-16-32; 050-311-41-89
Ünvan: Bakı, İçərişəhər, 3-cü Maqomayev döngəsi 8/4.