

**ƏNVƏR QAFARLI**

**TELEVİZİYA  
JURNALİSTİKASININ  
ƏSASLARI**

BAKİ--2009

23439

Az 2

Q 26

Rəyçilər:

*Nəsif Əhmədli* *BDU Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının professoru, filologiya elmləri doktoru*

*Aqşin Babayev* *professor, filologiya elmləri doktoru*

*Zeynal Məmmədli* *BDU jurnalistika fakultəsinin baş müəllimi*

**BDU Jurnalistika fakultəsinin televiziya və radio kafedrası**

Redaktorlar:

*Lala Qafarlı*

*Arzuxan Əlizadə*

**Ənvər Qafarlı**

**Q 26 Televiziya jurnalistikasının əsasları.** Azərb. dilində

B.: "Çənlibel" NPM, 2009, 160 səh.

Q 4702060201 - 041  
067 - 2009

Az 2

© "Çənlibel" NPM, 2009

# MÜNDƏRİCAT

Ön söz.....	6
Müəllifdən .....	9
<b>I Fəsil</b>	
TV həyatın canlı güzgüsündür .....	11
Azərbaycanda özəl televiziyalarının yaranması .....	17
TV-nin spesifikasi .....	24
TV-nin KIV sistemində yeri .....	24
TV-in DİLİ .....	27
TV-nin ifadə vasitələri .....	29
<b>II Fəsil</b>	
TV cəmiyyətin kanalıdır .....	33
TV-nin funksiyaları .....	35
<b>III Fəsil</b>	
TV-nin janrları və formaları .....	46
İnformasiya janrları .....	46
TV-nin “Yeniliklər”, “Xəbərlər” proqramları .....	58
Analistik - publisistik janrlar .....	62
Bədii-sənədli publisistika janrları .....	69
Sənədli televiziya filmləri .....	74
<b>IV Fəsil</b>	
Televiziyyada jurnalist peşələri .....	76
TV jurnalının iş xüsusiyyətləri .....	88
TV jurnalisti ekstremal situasiyada .....	90
Televiziya auditoriyasının öyrənilməsi üsulları .....	93
Jurnalistin fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsi .....	95
Akkreditasiya .....	96
Anonim infromasiya mənbələri .....	98
“Gizli kamera” ilə çökiliş .....	98

Seçkiqabağı kampaniyaların işıqlandırılmasına . . . . .	100
Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksi . . . . .	101
"Televiziya və radio yayımı haqqında"	
Azərbaycan Respublikasının Qanunu . . . . .	103
<b>I Fəsil.</b> Ümumi müddəalar . . . . .	103
<b>II Fəsil.</b> Yayımçılar . . . . .	107
<b>III Fəsil.</b> Teleradio yayımı sahəsində dövlət tənzimləməsi . . . . .	110
<b>IV Fəsil.</b> Yayım üçün xüsusi razılığın (lisenziyanın) verilməsi qaydaları . . . . .	112
<b>V Fəsil.</b> Teleradio yayımının təşkili . . . . .	120
<b>VI Fəsil.</b> Yayımçıların hüquq və vəzifələri . . . . .	128
<b>VII Fəsil.</b> Televiziya və radio yayımı haqqında qanunvericiliyin pozulmasına görə məsuliyyət . . . . .	130
Milli Televiziya və Radio Şurası haqqında Əsasnamə . . . . .	131
İctimai televiziya və radio yayımı haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu . . . . .	137
<b>I Fəsil.</b> Ümumi müddəalar . . . . .	137
<b>II Fəsil.</b> İctimai yayım xidmətinin təşkili . . . . .	138
<b>III Fəsil.</b> İctimai yayım proqramları . . . . .	142
<b>IV Fəsil.</b> İctimai yayım xidmətinin idarə olunması . . . . .	146
<b>V Fəsil.</b> İctimai yayım xidmətinin maliyyələşdirilməsi . . . . .	154
<b>VI Fəsil.</b> Yekun müddəaları . . . . .	155
Nəticə . . . . .	156
İstifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı . . . . .	158

*İlk dəfə dərs vəsaiti kimi Azərbaycan dilində çap edilən “Televiziya jurnalistikasının əsasları” kitabında müasir cəmiyyətin, sosial həyatın ayrılmaz tərkib hissəsi, həyatımızı onszə təsəvvür edə bilmədiyimiz, planetimizin bütün guşələrində və ölkəmizdə baş verən hadisələrdən insanlara daim xəbərlər çatdırın, məlumatlaşdırın, maarifləndirən, usudə vaxtımızın maraqlı keçməsində, dünyagörüşümüzün zənginləşməsində rəngarəng proqramları ilə bizə kömək edən televiziyanın rolundan, funksiyalarından, telejurnalist peşələrindən, onun özüնəməxsus xüsusiyyətlərindən bəhs edilir.*

*Bu gün universitetlərin jurnalistika fakültələrində və şöbələrində təhsil alan tələbələr üçün bu kitab lazımlı dərs vəsaiti olabilər.*

## Ön söz

Bu gün iftixarla demək olar ki, televiziya ötən əsrin ən böyük kəşflərindən biri, bəşəriyyətin uzun illərdən bəri arzuladığı və nəhayət elmin, texnikanın ona bəxş etdiyi çox dəyərli bir nemətdir. İnsanlar dünyada baş verənlərdən, olub keçənlərdən xəbər tutmaq üçün bu gün televiziya ekranlarından çox şey gözləyir, həyatımızdakı yenilikləri öz gözlərlə görmək, yaşadığı ölkədə, çox-çox uzaqlarda gedən ictimai-siyasi proseslərin canlı şahidi olmaq istəyi ilə yaşayırlar. Sözsüz ki, bu istək və arzulara çatmaqdə insanlara kömək edən məhz televiziyyadır. Cünki, televiziya reallığı, dünya mənzərəsini obyektiv şəkildə eks etdirən və kütləvi auditoriyaya malik olan bir vasitədir. Sərr deyil ki, TV cəmiyyətin inkişafını şərtləndirənəklə eyni zamanda insanı təkmilləşdirmək, məşhurlaşdırmaqla barəbər həm də nüfuzlar salmaq uğratmaq gücünə malikdir. Necə deyərlər, hər şey məzmunu baglıdır.

Televiziya bir sıra cəhətləri, kütləvi kommunikasiya sistemin-də özünəməxsusluğu ilə fərqlənir və insanların daha çox inandığı informasiya vasitəsi hesab olunur. Televiziya cəmiyyətdəki əvəzolunmaz funksiyasını yerinə yetirməklə qitələri, xalqları, ayrı-ayrı insanları biri-birinə yaxınlaşdırmaqdə layiqincə kömək göstərir. Xalqların mədəni tərəqqisi, insanların estetik zövqünün kamilleşməsi, milli adət-ənənələrin təbliği, telejurnalistika və telejurnalistlər nəslinin, yeni aktyorlar, rejissorlar, şoumenlərin yetişməsində bu gün televiziyanın polu danılmazdır. TV zəmanəmizin reallıqlarından xəbər çatdırıran, insanları məlumatlandıran güclü xəbər mənbəyi, ən yaxşı həmsöhbət, geniş incəsənət sahəsi, əyləncə və istirahət vasitəsidir.

Bu gün gənclər arasında jurnalistikaya, xüsusilə də televiziya həvəs göstərən, onun incəliklərinə peşəkarmasına yiyələnmək istəyənlərin sayı az deyildir. Azərbaycanın saysız-hesabsız universitet və kolleclərinin fakültə və şöbələrində yüzlərlə gənc telejurnalistika peşəsinə yiyələnmək arzusu ilə təhsil alır.

Televiziyanın yaranma tarixi, onun inkişafı haqqında onlarla kitab, yüzlərlə monoqrafiyalar yazılsa da, Azərbaycan dilində bu sahə üzrə tədris vəsaitinə rast gəlmək demək olar ki, çətindir. Bu cür tədris vəsaitinə bu gün böyük ehtiyac var. Bu baxımdan uzun illər AzTV-də çiycin-çiyinə çalışdım, kiçik redaktorluqdan Televizyon Verilişləri Komitəsi sədrinin birinci müavini vəzifəsinədək böyük yaradıcılıq yolu keçmiş, iyirmi ilə yaxın TV-nin ən operativ və çətin sahəsi olan informasiya proqramları Baş Redaksiyasına rəhbərlik etmiş, yetkin yaradıcılıq təcrübəsi, geniş nəzəri biliyə malik, Əməkdar jurnalist, dəfələrlə "Qızıl qələm" mükafatı laureati, Elm və Təhsil Mərkəzi "Təfəkkür" Universitetinin professoru Ənvər Qafarlıının "Televiziya jurnalistikasının əsasları" kitabının işıq üzü görməsi məni cox sevindirir. Azərbaycan dilində yazılan dərslik ekran jurnalistikasının əsaslarını öyrənmək, bu sahədə baza biliklərinə sahib olmaq imkanı əldə etmək, telejurnalist peşəsinin sırlarınə yiyələnmək istəyən tələbələr üçün dəyərli mənbədir.

"Televiziya jurnalistikasının əsasları" kitabı ekran jurnalistikasının təməl prinsiplərini öyrənmək baxımından bir dayaq, praktik məşğələlər üçün yararlı, praktika və nəzəriyyənin vəhdəti nöqtəyi-nəzərindən dəyərli dərs vəsaiti olacaqdır.

Müəllifin sadə və yiğcam anlatma tərzi, bilavasitə öz təcrübəsindən əldə etdiyi və bildiyi yaradıcılıq məsələlərindən söhbət açması sözügedən dərs vəsaitinin fayda gətirəcəyinə əminlik yaradır. Ənvər müəllimin daha cox Azərbaycan teleməkanındaki proqramlara istinad etməsi, TV mətbəxinə bələdlikdən irəli gələn müşahidə və şərhləri bu vəsaitin praktik məşğələlər üçün yararlı olacağını deməyə əsas verir.

Kitabda TV-nin ictimai funksiyaları, proqram xarakteri, məlumat qaynaqları, janr və formaları, parlament jurnalistikasının hədəfləri, telejurnalist bacarığına yiyələnmək qaydaları olduqca yiğcam və anlaşıqlı şəkildə açıqlanmışdır.

Telejurnalistenin etik cəhətləri, ekstremal vəziyyətdəki fəaliyyəti və dövlət tədbirlərində iş prinsiplərini şəxsi müşahidələri və

uzunillik təcrübəsi əsasında qələmə alan Ə.Qafarlı öz kitabında teleauditorianın öyrənilməsi probleminə də geniş yer ayırmışdır. Maraqlı məqamlardan biri də müəllifin Azərbaycan teleməkanında dil probleminə olan münasibətidir. O, bu gün telekanallarda Azərbaycan ədəbi-şəfahi dilinin normalalarından kənara çıxan, yerli ləhçələrdən istifadə etməklə nitqə ağırlıq gətirən jurnalistlərə düzgün istiqamət göstərməyə çalışır.

Hər fəslin sonunda sual və tapşırıqların verilməsi də təqdirdə layıqdir. İnamlı deyə bilərəm ki, televiziya jurnalistikası sahəsində indiyə qədər çap olunmuş əsərlərdən praktik əhəmiyyətinə görə köklü şəkildə fərqlənən “Televiziya jurnalistikasının əsasları” kitabı ekran jurnalistikası fənninin tədrisindəki bir sıra catışmazlıqları aradan qaldıracaqdır.

Bütövlükdə dörd fəsildən ibarət olan dərslik fundamentallığı, təcrubi yanaşma tərzi ilə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir və inamlı deyə bilərik ki, gələcək jurnalist nəslinin yetişməsində böyük əhəmiyyəti olağadır.

**Altay Zahidov**

*Əməkdar jurnalist, Azərbaycan  
Jurnalistlər Birliyinin katibi, İctimai  
Teleradio şirkəti Yayımları  
Şurasının üzvü*

## Müəllifdən

XX əsrin sonları XXI əsrin əvvəllərində Internet daxil olmaqla, kütlövi informasiya vasitələrinin köməyyət və keyfiyyət baxımından artımı cəmiyyətin istər formalasmış, istərsə də yeni yaranan siyasi və sosial-iqtisadi tələbatlarından irəli gəlir. Bu prosesi qisaca belə ifadə etmək mümkündür:

- dünyada dünən və bü gün baş verən hadisələr haqqında operativ və dolğun informasiyanı almaq;

- real gerçekliyin proses və təzahürlərini dərk etmək; ictimai fikri əks etdirmək və müasir cəmiyyətin lazımı istiqamətdə inkişafını şərtləndirmək.

XX əsrin sonlarından başlayaraq dövri mətbuat, elektron KİV-lər informasiya həcminin artımı, "informasiya sıçrayışı", "informasiyada inqilab", "informasiya sənayesi", "informasiya partlayışı" haqqında danışmağa başladı və bəşəriyyət informasiya cəmiyyəti əsrinə qədəm qoydu. Bu isə informasiyanın müasir sivilizasiyada müstəsna rolundan və hazırkı cəmiyyətin informasiya olmadan yaşaya, xüsusən də inkişaf edə bilməyəcəyindən xəbər verir.

Məlumatlılıq sosial tələbat deməkdir. İnsanlar hər gün, hər dəqiqə xəbər almaq və maraqlı dairələrinin genişləndirilməsi üçün fikir və baxışlarını bölüşməyə, ictimai həyata cəhdə daxil olmağa, vaxtında müasirliyin bu və ya digər problemləri ilə əlaqədar nöqteyi-nəzərlərini formalasdırmağa, hadisələrə fəal mövqelərini bildirməyə çalışırlar ki, bu məsələdə də əvəz olunmaz rolu televiziya yerinə yetirir. Bütövlükdə televiziya ayrı-ayrı insanlara, xalqlara və ümumən bəşəriyyətə xidmət etmək, tarixin gedisiñə təsir göstərməklə insanların baxışları ilə əməllərinin yaranmasına yardım edir.

Dünyada əsasən televiziyanın üç təşkili forması, yaxud yayım sistemi inkişaf etmişdir. Sölibət dövlət, kommersiya və ictimai televiziyalardan gedir.

Hazırda televiziya siyaset və iqtisadiyyat, mənəvi mədəniyyət

və maddi güzəran, psixologiya və ideologiya ilə bağlı olduğundan mürəkkəb ictimai kontekstə daxildir. Cəmiyyətə birgə irəli-ləyən televiziya konkret mərhələlərdə program fəaliyyətinin müxtəlif prioritetlərini ortaya çıxarıır. Unikal təbiətinə, kütləvi şüura psixoloji təsir gücünə, misli görünməyən auditoriyasına görə televiziya hər zaman siyasi institut kimi qalmaqdadır.

Sosializm quruluşunun süqtundan sonra digər respublikalarla yanaşı müstəqillik qazanan Azərbaycanda da ictimai həyatın bütütün, o cümlədən kütləvi informasiya vasitələri sahəsində də əsaslı dəyişikliklər baş verdi. XX əsrin 80-ci illərinin sonunda Azərbaycanda son 70 ildə ilk dəfə ümummilli qeyri-hökumət qəzetləri, bir qədər sonra müstəqil informasiya agentlikləri yaranmağa başladı. Sözsüz ki, elektron kütləvi informasiya vasitələri (radio, televiziya və Internet) inkişafda onlardan xeyli geri qalırdı. Buna teleradioşirkətləri üzərində güclü dövlət nəzarətinin saxlanılması və dövlətin bu sahədə monopoliyasını əldən vermək istəməməsi səbəb olmuşdu.

Lakin bütün maneələrə baxmayaraq Azərbaycanda yaranan telekanallar dövri mətbəti geridə qoyaraq, sürətlə inkişaf etməyə başlamış və hazırda ölkədə 16 telekanal fəaliyyət göstərir. Bu, AzTV, İctimai Televiziya, ANS, "Space", "Lider", "Azad Azərbaycan", "Xəzər" və regionlarda fəaliyyət göstərən telekanallardır.

## I Fəsil

### TV həyatın canlı güzgüsüdür

"Hələ min il bundan əvvəl qədim kitablardan Van Tszi ləqəbi ilə tanınan Çin şairi və alimi Van Tzsyunyuy belə bir fikir söylə-yərək yazmışdır: "O şeyi ki görməliyəm, haqqında eşitməkdən məmənun qalmıram". Bir neçə il sonra isə o, fikrini daha dəqiq ifadə etmişdir: "yüz dəfə eşitməkdənsə, bir dəfə görmək yaxşıdır". On əsrən sonra onun dedikləri hökm kimi səslənməyə başlamışdır. Televiziya pərəstişkarları çinlinin müdrik kəlamlarını əsas götürərək, radionun məhdud və fəaliyyətinin mənasız olduğunu söyləmişlər"<sup>1</sup>.

Bəli, televiziya yarandı və cəmiyyətin çoxdankı arzu və istəklərini gerçəkləşdirdi, möcüzəsi ilə bütün dünyani heyrətə saldı, az vaxt ərzində insanların diqqətinə hakim kəsildi, ailələrin qonağına, həqiqi üzvünə çevrildi.

Zamanın tələbi, həyatın ehtiyaclarından doğan bir zərurət ötən əsrin 20-30-cu illərində artıq TV-nin yaranışını reallaşdırmağa doğru apardı. İnsanlar radio dalğalarından uzaqlardan eşitdiklərini ekranda görmək arzusu ilə yaşayırırdı, buna doğru ilk addımlar atılırdı. Almaniyada, ABŞ-da, İngiltərədə, Fransada, SSRİ-də və bir sıra ölkələrdə alımlar, mühəndislər, texniklər bu sahədə yaradıcılıq axtarışlarını uğurla davam etdirirdilər. Sınaqlar zamanı müxtəlif cihazlar vasitəsi ilə kadrlar ötürmək cəhdləri getdikcə bəhrəsini verirdi.

Ötən əsrin 30-cu illərində Rusiya mühaciri Vladimir Zvorkinin elektron televiziya konstruksiyasını yaratması nəticəsində quraşdırılan tele-ötürücsünün sınaqdan uğurla çıxarılması və

<sup>1</sup> "Radio jurnalistika" Moskva., 2000, soh. 103

Nyu-Yorkun ən hündür binası başında qurulması, bir il sonra təcrübə teleötürücünün işə salınması TV-nin inkişafı yolunda atılan ilk addımların uğurla nəticələnəcəyinə ümidi ləri artırırdı.

TV yaratmaq cəhdləri digər qabaqcıl ölkələr kimi SSRİ-də də uğurla nəticələnirdi. 1939-cu ildə Moskva və Leningradda müasir elektronika sxemi ilə müntəzəm verilişlərə başlanması artıq TV-nin yaranışından və qarşidakı illərdə sürətli inkişafından xəbər verirdi. Ancaq qəflətən baş verən hadisələr - İkinci Dünya Müharibəsinin başlanması nəinki SSRİ-də, digər böyük ölkələrdə də TV-nin inkişafına aparan yolu uzatdı, televiziya ekranlarının işıqlandırılmasını bir neçə il geriyə saldı. Buna baxmayaraq, əsrin 50-ci illərində TV-nin gerçəkləşdirilməsi və inkişafında sürətli tərəqqi və çiçəklənmə dövrü başlandı, yayım üsulları tədricən təkmilləşdi, əhatə dairəsi nəzərə çarpacaq dərəcədə genişləndi.

1950-ci ildə SSRİ-də, ABŞ-da, İngiltərədə, sonra isə Avropanın böyük ölkələrində televiziya ekranları işıqlanmağa, insanların diqqətini çəkməyə başladı. 1951-ci ildən 1960-ci ilədək Fransa, Yaponiya, Hollandiya, Polşa, Belçika, İsveçrə, Çexoslovakiya, Danimarka, Almaniya Federativ Respublikası, Lüksemburq, Avstriya, Portuqaliya, İsveç, Rumınıya, Macarıstan, Bolqarıstan, Finlyandiya və Norveçdə də müntəzəm televiziya verilişlərinə başlandı.

TV yaratmaq təşəbbüsleri Afrika və Asiyada da az bir müddətdə uğurla nəticələndi. Beləliklə, dünya yeni bir dövrə - televiziyalığa əsrinə qədəm qoydu. TV bu yaranışı ilə KİV sistemini təkimilləşdirdi, geniş auditoriyaya malik olan KİV cəmiyyəti məlumatlandırmaq probleminin həllində əhəmiyyətli rol oynamaya başladı.

Beləliklə, KİV sisteminin təşəkkülü "Radio və kinonun yetirməsi" olan TV-nin yaranması ilə sona çatdı. Az vaxtda TV cəmiyyət həyatının mühüm tərkib hissəsinə çevrildi.

TV yaranışı ilə bəşəriyyətin inkişafı, bütün dünyadan sosi-al-iqtisadi, elmi, mədəni tərəqqisində gedən proseslərin bütün cahana yayılması qitələrin, ölkələrin integrasiyasında çox mühüm vasitəyə çevrildi və insanları informasiya ilə təmin etmək funksiyasını öz üzərinə götürə bildi.

SSRİ hökuməti müttəfiq respublikaların paytaxtlarında, Muxtar Respublika və vilayətlərdə, ayrı-ayrı diyarlarda televiziya mərkəzləri bazasını işə salmaq barədə mühüm proqramlar qəbul etdi. Regionlarda televiziyaları işə salmaq, kadrlar hazırlamaq mühüm vəzifə kiini qarşıya qoyuldu. Bunun noticəsi olaraq 1956-cı ilin fevralında Bakıda da telemərkəzin birinci növbəsi işə salındı və Azərbaycanda da televiziya verilişlərinin yayılmışmasına başlanıldı. Çox kiçik ekrannda ilk diktör kimi tamaşaçılar qarşısına çıxan gənc aktrisa Nəcibə Məlikovanın “Diqqət, göstərir Bakı” sözləri insanların diqqət və sevincinə səbəb oldu. Sonralar tamaşaçılarla kiçik ekranда tez-tez görünən diktorlar - Tamara Gözəlova, Nailə Məhdibəyova, Sevda Cənizadə, Sara Manafova, Rəna Nəsirova, Nizami Məmmədov Bakı əhalisinə xəbərlər, məlumatlar çatdırır, verilişlər aparırlar. İlk vaxtlar Bakı televiziyası həftədə iki dəfə, sonralar isə üç dəfə efirə çıxır və hər dəfə 2 saatlıq verilişlər göstərilirdi. Müxtəlif janrlarda proqramlar, verilişlər hazırlamaq imkanlarının məhdudiyyəti, texniki vasitələrin olmaması studiyani qəzetdən məqalələrin oxunması, ictimai-siyasi xadimlərin, ədəbiyyat, incəsənat, elm nümayəndələrinin çıxışlarına üstünlük vermək məcburiyyətində qoyurdu. Partiya və hökumət qərarlarının, rəsmi xəbərlərin qəzetlərdə diqqət çəkən oxunuşuna üstünlük verilir, xalq çalğı alətləri ansambllarının, müğənni və artistlərin çıxışları birbaşa göstərilirdi, kinofilmlər, ədəbi tamaşalardan parçalar nümayiş etdirilirdi, əmək qabaqcılarının çıxışları, iqtisadiyyat və kənd təsərrüfatı sahəsindəki yeniliklər və uğurlar barədə məlumatlar tamaşaçılara çatdırılır, “Günün xəbərləri”, “Məktəb və həyat”, “Həkim məsləhəti” kimi telejurnal xarakterli verilişlər tamaşaçılara marağına səbəb olurdu.

Telerejissorlar və yaradıcı heyət TV-nin auditoriyasını genişləndirmək, insanları həyatda baş verən hadisələr və yeniliklərlə operativ məlumatlandırmaq məqsədilə yaradıcılıq axtarışları aparırlar. Gələcək teleteatr məktəbinin əsasını qoymaq, Azərbaycan və xarici ölkə klassiklərinin əsərlərini ekran üçün səhnələşdirmək, mürəkkəb quruluşlu telekompozisiyalar hazırlanmaq yaradıcı heyəti daim düşündürdü. Həm də televiziyanın inad-

di-texniki imkanlarını genişlendirməklə verilişlərin rəngarəngliyinə, baxımlılığına və keyfiyyətliliyinə nail olmaq yolunda ardıcıl addımlar atıldırdı. Bakı televiziyası getdikcə tamaşaçı auditoriyasını genişləndirir və insanların səbirsizliklə gözlədiyi bir vəsiyyətə çevrilirdi. Yarandığı ilk günlərdən insanların psixologiyasına dərin nüfuz etməyə, sosial-mədəni və mənəvi həyatın, ictimai şurun, dünyagörüşün, həyata baxışın, davranışın tərzinin formaslaşmasında güclü təsirini göstərirdi.

Biz bu gün televiziyanın xalqımızın mədəni tərəqqisində, onun estetik zövqünün kamilləşməsində, musiqimizin, milli ənənələrimizin təbligində, yeni aktyorlar, rejissorlar, natiqlər, jurnalistlər nəslinin yetişməsində, şifahi nitq tribunası kimi Azərbaycan ədəbi dilinin cilalanması və tələffüz normalarının yayılmasında müstəsna rolunu heç vaxt unutmamalıyıq.

Televiziya inkişaf edib təkmilləşdikcə, müstəqil estetik hadisəyə məxsus çalarlar kəsb edir, cəmiyyətlə, onun problemləri, gerçeklikləri, istək və arzuları ilə sosial əlaqəsi də günbəgün gelişlənir və möhkəmlənirdi.

Bu gün TV ilk növbədə zəmanəmizin reallıqlarından xəbər çatdırın, insanları məlumatlaşdırın güclü informasiya, məlumat mənbəyi, on yaxşı həmsöhbət, bilik mənbəyi, geniş incəsənat sahəsi, əyləncə və istirahət vasitəsidir.

Dünyada, SSRİ-də və Azərbaycanda televiziyaların yaranması və inkişafi haqqında kitablar, monoqrafiyalar yazılıb, ona görə də bu mövzunu genişləndirməyə ehtiyac duyulmur.

XX əsrin sonlarında televiziyaların strukturunda dəyişikliklər baş verdi. Dünyada qeyri-dövlət televiziya kanalları yaranmağa başladı. Yeni inkişaf prosesində TV-lər 3 formada-dövlət, ictimai, özəl telekanalları fəaliyyət göstərir. Bu kanallar xarakterinə, fəaliyyət istiqamətinə görə bir-birindən fərqlənir.

Dövlət televiziyası hakimiyyətin siyasi xəttini ifadə edir və dövlət bütçəsində maliyyələşir. Rusiya Federativ Respublikasıının "Rossiya", Azərbaycan Dövlət Teleradio Şirkəti və postosovet respublikalarının bu gün mili televiziya adlandırdıqları kanal-

lar eyni qəbildəndir.

Dövlət telekanalları KİVsistemində özünəməxsus cəhətləri ilə fərqlənir. Dövlət televiziyasında hakimiyyətin siyasi, rəsmi xəbərləri, fərmanları və sərəncamlarının işıqlandırılması kanalın əsas vəzifələrindən sayılır. Şübhəsiz, dövlət TV kanalı ölkə başçısının görüşləri, səfərləri, dövlətçilik maraqlarını işıqlandırmaqla yanaşı ölkənin, onun xalqının tarixi, milli ənənələri, mədəniyyət və incəsənəti, məişəti, orduşu və s. sahələri barədə verilişlər hazırlayır. İndi dünyanın bir sıra ölkələrində dö dövlət televiziyaları fəaliyyət göstərir. Əlcəzair, Belçika, Birma, Yunanistan, İspaniya, İndoneziya, İsləndiya, Şimali Koreya, Kuba, Misir Ərəb Respublikası və Finlyandiyada dövlət telekanalları ayrıca bir struktur kimi işləyir. Avstraliya, Böyük Britaniya, Kanada, Yeni Zelandiya, Filippin, Fransa, Yaponiyada isə dövlətin mülkiyyətində olan telekanallar qeyri-dövlət və kommersiya kanalları ilə əməkdaşlıq şəraitində işləyirlər.

Kommersiya televiziyanın klassik ölkəsi sayılan ABŞ-da yeni televiziya strukturu - peyk kanalı kimi birgə dövlət, həm də xüsusi mülkiyyət təşkilatı olan TV-lər var. Almaniya da isə özünəməxsus "ictimai-hüquqi" sistem kimi formallaşan televiziyanın dövlət mülkiyyəti şəraitində müstəqil işləmək forması qərb dövlətlərində birmənalı qarşılanır. Plyuralizmə üstünlük verən bir sıra ölkələrdə isə kommersiya kanallarına dövlət televiziyaları ilə birgə işləməyə imkan verilmir. Fransa, İtaliya, Böyük Britaniya, Almaniya Federativ Respublikası kimi ölkələrdə isə kommersiya televiziyları ilə birlikdə işləməyə məhdudiyyət qoyulmur.

Televiziyanın əhəmiyyətini və təsir gücünü yüksək qiymətləndirən Fransa prezidenti de Qol 1964-cü ildə müxalifətlə mübarizə zamanı belə deyirdi: "Onların (müxalifətin) mətbuatı, mənim isə - Fransanın radio və televiziyası var və mən bunu saxlamaq niyyətindəyəm". Göründüyü kimi, dövlət televiziyası həm siyasi mübarizə, həm hakimiyyətin ideologiyasının insanlara təbliği, yeri gələndə ölkə əhalisini səfərbər etmək, qeyri-dövlət TV-ri ilə rəqabət aparmaq baxımından güclü vasitədir. Ona görə

də, dövlət TV kanalları KİV-də hələ öz yerini saxlayacaq.

Son illərdə inkişaf etməyə və sürətlə çoxalmağa başlayan kanallar bəzi ölkələrdə TV-lər işe düşdürü ilə ilk günlərdən meydana gəlmişdir. Yaponiyada dövlət və kommersiya televiziya şəbəkəsi demək olar ötən əsrin ortalarından fəaliyyətə başlamışdır. Güclü dövlət şəbəkəsi sayılan Yaponiya yayım korporasiyası "En-Eyc-Key" iki kanala fəaliyyət göstərir. Şəbəkə dövlət büdcəsi və abunə haqqı hesabına maliyyələşir. Büyük Britaniya və ABŞ-da da kommersiya kanallarının yaşı çoxdur. İngiltərə parlamənti 1954-cü ildə qanunla müstəqil "Ay-Ti-Vi" televiziyasını yaratmışdır. Belə kanalların sayı get-gedə artmış, 90-cı illərin əvvəllərində xeyli çoxalmışdır.

İndi ABŞ-da kommersiya televiziya stansiyaları milli radio şəbəkəsi altında qruplaşır. Amerika televiziyalarının strukturunda siyasetə az yer verilir. Fəaliyyətlərinin ilk illərində bu ölkənin telekanalları əyləncə-informasiya vasitəsinə çevrilmiş, radionun bir sıra aparıcı jurnalıtlarını programları ilə birlikdə işə dəvət etmişlər. Kommersiya televiziyalarında populyar olan "Bu gün", "Bu sohər", "Amerika, sabahın xeyir" programlarının geniş tamaşaçı auditoriyası var. Axşam programlarında olduğu kimi bu kanallarda da "yeniliklər" həmişə əsas yer tutur və verilişlər özünün sabit, geniş tamaşaçı auditoriyası ilə fərqlənlər.

Kommersiya məqsədi güdən TV kanalları bu gün əsasən auditoriyaya işləyir, bazar münasibətləri strukturu kimi bazar qanunları ilə fəaliyyət göstərir. Programlarının reytinqi bu kanallara qoşulan reklamlardan faydalanağa imkan verir. Burada reklam birinci, məzmun ikincidir. Eyni zamanda məzmunun da tutarlı olması bu kanallar üçün vacib amillərdən sayılır. Ona görə də, kanalların sahibləri bu cəhətə xüsusi diqqət yetirməyə məcburdurlar.

ABŞ-da, eləcə də Qərb ölkələrində kommersiya televiziya kanalları çoxdur və onların sayı durmadan artır.

"Azərbaycan bazar münasibətləri dövrünə qədəm qoyan andan kütłəvi-informasiya vasitələri sisteminin özəl sektorу fəaliyyət göstərməyə başladı. Əvvəl özəl qəzetlər, bir az sonra isə özəl tele-

kanal sistemini meydana gόldi. İndi ölkədə 40-a yaxın radio və televiziya kanalı qeydə alınmışdır. Elektron KİV-lar haqqında qanunun qüvvəyə minməsi bu tür informasiya vasitələrinin sayının sürtətlə artmasına səbəbə olur... Azərbaycanda televiziya barədə belə qanunun uzun müddət olmaması teleknalların yaradılmasına xüsusi çətinlik törədirdi. Lakin müxtəlif yollarla olsa da, telekanallar yarandı. İndi, hətta bu telekanallar içərisində xüsusi reytingə, çəkiyə, dünya standartlarına uyğun yayım şirkətləri var”<sup>1</sup>.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. Qeyri-dövlət və kommersiya şirkətlərinin yaranma tarixi və ilk belə TV-lərin vətəni hansılardır? Ölkələrin və bir neçə TV-nin adını çəkin.
2. Dünyada fəaliyyət istiqamətinə görə neçə növ TV kanalı var?
3. Qeyri-dövlət TV kanalları digər TV-lərdən hansı cəhətləri ilə fərqlənir? Bu sualları cavablandırın.

## **Azərbaycanda özəl televiziyalarının yaranması**

XX əsrin sonlarında informasiya cəmiyyətində insanları məlumatlaşdırmaq tələbatı özünü artıq biruzə verirdi. İnsanlar yaxı başa düşürdü ki, operativ informasiya almadan dünyada baş verən saysız-hesabsız olaylardan vaxtında xəbər tutmadan cəmiyyət inkişaf edə bilməz. Sözsüz ki, bu saliədə əsas vəzifə televiziyanın üzərinə düşür.

XX əsrin sonlarında dүnyanın bir parçası olan Azərbaycanda müstəqil mətbuat, informasiya agentlikləri, o cümlədən KİV-in aparıcı rolü sayılan televiziya geniş inkişaf yoluna qədəm qoyurdu. “Internet”in meydana gəlməsi bu inkişafda öz təsirini aydın şəkildə göstərirdi. Artıq bir TV kanalı insanların tələbatını ödəyə bilmir, yeni kanalların açılması günün zərurötüne çevrilirdi. 1991-ci ilin əvvəllərində müstəqil telekanal kimi fəaliyyətə başlayan ANS qeyri-dövlət televiziyalarının birincisi oldu. “20 yanvar”

<sup>1</sup> C.Məmmədli, “Jurnalistikənin inkişaf meyilləri”, Bakı, 2006, sah. 321-322

hadisələri, Qarabağ olayları, Ermənistanın Azərbaycana qarşı təcavüzünün respublikada yaratdığı mürəkkəb dövrdə xalqa dəqiq informasiya vermək, operativ məlumatlar çatdırmaq gənc jurnalistlər qrupundan gecə-gündüz səylə çalışması, müxtəlif məlumat agentliklərlə, xarici telekanallarla əlaqələr yaratmağı, ölkədəki vəziyyət və dağlıq Qarabağda gedən proseslər barədə dünya ictimaiyyətinə doğru-düzgün xəbərlər çatdırmağı tələb edirdi. Üzərinə çətin vəzifə götürən ANS-çilər texniki vasitələrinin kifayət qədər olmamasına, informasiya mənbələrinin məhdudluğuna baxmayaraq, hər gün eyni vaxtda "Xəbərci" programı ilə efirə çıxaraq insanları yetərincə məlumatlandırmağa çalışırlar. 1992-ci ildən etibarən KİV haqqında qanuna əsasən ANS ayrıca kanal almış və bundan sonra radiostansiyasını da yaratmışdır.

Azərbaycanın bölgələrində ANS TV və ANS ÇM-in müxbir məntəqələri yaradılmış, bir müddət sonra Türkiyənin əlaqə peyki vasitəsilə dünya efirinə çıxmaya başlamışdır. O vaxtdan bəri bu kanalın "İç xəbər", "Zorxana", "Qulp" verilişlərinə, musiqili proqramlarına tamaşaçılar maraqla baxırlar.

Publisistik-informasiya programı sayılan "İç xəbər" gün ərzində iki dəfə efirə çıxır. Əsasən sosial-məişət problemlərindən söhbət açan bu programı tamaşaçılar səbirsizliklə gözləyirlər. Geniş auditoriyası olan, sosial-məişətdəki problemlərdən söhbət açan "İç xəbər" müxtəlif kateqoriyaya mənsub insanlarla birbaşa əlaqə yaradır, söhbətdə iştirak etmək istəyənlərin telefon vasitəsilə fikirlərini tamaşaçılara, yüksək rütbəli məmurlara çatdırır və bəzən də vəzifə sahiblərini programın canlı iştirakçısına çevirir. Bu programın daha bir müsbət cəhəti ondan ibarətdir ki, sosial həyatdakı və məişətimizdəki problemlərin aradan qaldırılmasında təşkilatlılıq vəzifəsini də yerinə yetirir.

Yaxın vaxtlara qədər maraqla baxılan "Nəzər nöqtəsi" programı da ANS-in böyük auditoriyası olan verilişlərdən sayılırdı. Dönyada və ölkəmizdə baş verən müxtəlif hadisələrə aydınlıq gətirməkdə bu programın əhəmiyyətli rolü danılmazdır. Publisistik program olan "Zorxana", satirik veriliş kimi maraqlı doğuran

“qulp” və digər verilişlər jurnalist yaradıcılığının, peşəkarlığının nəticəsi kimi yadda qalmaqdadır.

XX əsrin sonları XXI əsrin əvvəllərində televiziya məkanına “Space”, “Lider”, “Azad Azərbaycan” telekanalları da qoşuldu. Bu gün “Lider” və “Space” elektron KİV sistemində özünəməxsusluğunu ilə fərqlənir və televiziya jurnalistikasının inkişafına töhfələrini verirlər. “Azad Azərbaycan” və son bir ildə yaranan “Xəzər” telekanalları hələ kifayət qədər formallaşmamış və sözün tam mənasında TV şirkəti adlanı bilməzlər. Bu kanalların program siyaseti və yaradıcılıq üslubu bir-birinə çox bənzəyir, onların informasiya proqramları, ictimai-siyasi, ədəbi-bədii musiqili, idman, elmi-kültəri verilişlərində eyni oxşarlıq özünü göstərir.

Yarandığı ilk gündən əhalə dairəsinə görə AzTV ilə bir sırada duran “Space” televiziyasının “Hər gün” informasiya buraxılışları ötən həftənin ictimai-siyasi həyatının şərhini verən “Hər həftə” və digər verilişləri tamaşaçıların maraqla baxdıqları proqramlardır.

Texniki imkanları ilə fərqlənən “Lider” kanalı da Azərbaycanın müstəqillik qazandığı dövrün televiziyası kimi tarixə düşüb. Bu kanal 2001-ci il avqustun 30-dan başlayaraq peyk rabitəsi vasitəsiylə proqramlarını dünyanın müxtəlif ölkələrinə yayımlayır. Onun verilişlərinə bütün MDB ölkələrində, Avropanın qərb və şərqi hissəsində, ABŞ və Afrika qitəsinin bir sıra bölgələrində baxmaq mümkündür. “Səda”, “Sədadən sonra”, “Nəbz”, “And yerimiz vətən” proqramları da tamaşaçıların ekranda görmək istədikləri verilişlərdəndir.

Bu telekanalın simasını gün ərzində efirə verdiyi informasiya proqramları aydın göstərir. Xəbərlər proqramının setkası belədir:

- 13.00-13.15 “Səda” Azərbaycan dilində
- 15.00-15.15 “Səda” Azərbaycan dilində
- 17.00-17.10 “Səda” Azərbaycan dilində
- 18.00-18.10 “Səda” rus dilində
- 19.00-19.15 “Səda” Azərbaycan dilində
- 21.00-21.30 “Səda” Azərbaycan dilində
- 21.30-22.00 “Sədadən sonra” Azərbaycan dilində

24.00-00.10 "Səda" Azərbaycan dilində

01.30-01.40 "Səda" ingilis dilində

03.30-03.40 "Səda" Azərbaycan dilində

03.40-04.10 "Sədadan sonra" (təkrar)

Göründüyü kimi, "Lider" kanalı gün ərzində 11 dəfə 3 dildə informasiya buraxılışları ilə tamaşaçının qarşısına çıxır. 2 saat 5 dəqiqə informasiya yayılmamaq böyük səy, yaradıcılıq, gərgin iş tələb edir ki, redaksiya bu vəzifənin öhdəsindən yetərincə gəlir. Bundan əlavə kanal "167 saat" həftəlik siyasi-ictimai icmalla ötən 7 gün ərzində dünyada və Azərbaycanda baş verən hadisələrin şərhini verir.

Qeyd edək ki, "Lider" digər elektron KİV-lər kimi müsiqi-lı-əyləncəli proqramlara da xüsusi diqqət yetirir. İdman verilişlərinə də geniş yer ayıran kanal beynəlxalq idman yarışlarını müntəzəm transilyasiya edir. "Lider" TV reklam bazarında özünə-məxsusluğu ilə də seçilir.

Ümumiyyətlə Azərbaycanın müstəqilliyi illərində yaranan ANS, Space, Lider, ATV və Xəzər teleradioşirkətləri bu gün uğurla fəaliyyət göstərir, təbiət, coğrafiya, iqtisadiyyat, Azərbaycanın tarixi, ədəbiyyatı, incəsənəti, tarixi şəxsiyyətlər barədə proqramları ilə tamaşaçıları məlumatlandırmaq, əyləndirmək sahəsində layiqli iş aparırlar.

Fəaliyyətinin dördüncü ilini yaşayan İctimai Televiziyanın Avropa Şurasının tövsiyyəsi ilə yaranması Azərbaycanın tele-kommunikasiya məkanında özünəlayiq yerini tutmaqdə, milyonların istəklisində çevrilməkdədir.

**İctimai Televiziya.** Müstəqillik əldə olunduqdan sonra insanların görmək, baxmaq istədikləri kanal idi. İctimai Televiziya ideyasından kifayət qədər məlumatlı olan insanlar, müxtəlif siyasi-dini qrupların nümayəndələri onun ekranının işıqlanacağı günü səbirsizliklə gözləyirdilər.

Dünyada ictimai televiziyanın ərsəyə gəlməsinin 50 ildən artıq tarixi var. 1952-ci ildə ABŞ-da yaranan və ictimai-tədris verilişləri formasında fəaliyyətə başlayan stansiya kolleclər və uni-

versitetlərə aid idi. Tədricən inkişaf edən və populyarlaşan stansiya müxtəlif xeyriyyə cəmiyyətləri, fondlar və bələdiyyələr üçün nümunəyə çevrildi və yaradılmışa başladı. Bu stansiyalar aktual informasiya və ya əyləncəli proqramları yarada bilməsələr də, kommersiya korporasiyaları televiziyaları ilə inüqayisədə üstün və həm də reklamlardan azad idilər. Bundan əlavə, bu stansiyaların yaymış olduğu materiallar məzminunca da fərqlənirdi.

Bu gün sivil dövlətlərin hər birində ictimai TV-lər fəaliyyət-dədir. Bunun klassik nümunəsi Böyük Britaniya, Almaniya, Finlyandiya, Yaponiya və s. qabaqcıl ölkələrdə mövcuddur. Azərbaycanda da artıq İctimai Televiziya ilk addımlarını atır, baxılan, sevilən kanal kimi yeni yaradıcılıq axtarışları, rəngarəng proqramları ilə auditoriyasını genişləndirir.

2005-ci il avqustun 29-da İTV-in təntənəli açılışı oldu. Prezident İlham Əliyevin, hökumət və parlament üzvləri, siyasi partiya və qeyri-hökumət təşkilatları nümayəndəlarının, Azərbaycandakı xarici ölkə diplomatlarının iştirak etdikləri mərasim İTV-dən birbaşa yayıldı. İTV gənc kollektiv üçün çox çətin bir vaxtda - parlament seçkilərinə start verildiyi zamanda işə düşdü. O vaxt çoxları belə bir fikir söyləyirdi ki, İTV çətin yol ayrıçındadır, ona hara getməyi yox, əlindən tutub lazımı istiqamətə aparmaq lazımdır. Amma İTV istiqamətini. Seçimini düz müəyyənləşdirdiyini sübut etdi.

İctimai Televiziya parlament seçkiləri zamanı siyasi platforması izah etmək üçün siyasi partiyaların nümayəndələrinə proporsional qaydada ekranda bərabər vaxt ayırdı ki, bu da siyasi blokların və seçkilərdə iştirak edəcək namizədlərin təbliğat kampaniyasını yetərinçə həyata keçirmələrinə imkan yaratdı.

İTV stabil proqram siyasəti müəyyənləşdirməklə qarşısına qoyduğu məqsədə doğru uğurlu addımlar atdı və maraqlı proqramlar bir-birinin ardınca tamashaçı auditoriyasının diqqətini cəlb etdi. İctimai Televiziya həm də gənc jurnalistlərdən ibarət aparıcı, şərhçi. İntervüyer, şoumen, müxbir ordusunu formalaşdırıldı.

İTV-nin proqram siyasəti onun uğuru hesab edilməlidir. Bir

gündək proqrama nəzər yetirəndə telekanalın setkasındakı rəngarəng verilişlərin çeşidliliyi diqqəti xüsusilə cəlb edir. Adətən televiziyalarda həftənin birinci günlərinin proqramı nisbətən cansığıcı olur, Bu mənada İTV-in həmin gün üçün proqram cədvəlinə nəzər salaq.

- 08.00 "Yeni gün" musiqili-informasiya proqramı
- 10.00 "Gündəm"
- 12.15 "Yol yoldaşı"
- 15.00 "Carçı" informasiya buraxılışı
- 15.15 "Yekun" analitik proqram
- 16.15 "Sport taym"
- 17.00 "Carçı" informasiya buraxılışı
- 17.15 "Cizgi filmi"
- 17.30 "Keçid dövrü"
- 18.00 "Carçı" informasiya buraxılışı (rus dilində)
- 18.15 "Körpədən soruş"
- 18.50 "Bizim məkan" şou proqram
- 20.00 "Carçı" informasiya buraxılışı
- 20.30 "Gerçəyin özü" analitik proqram
- 21.00 "İntrada" musiqili proqram
- 21.30 "Yedinci mərtəbə"
- 22.00 "İşgüzar saat"
- 23.00 "Carçı" informasiya buraxılışı
- 23.10 "Mərkəzi xətt"
- 00.00 "Gündəm"
- 00.10 "Bədii film"
- 01.00 "Carçı" informasiya buraxılışı (ingilis dilində)
- 01.10 "Bədii film" in davamı
- 02.00 "Azərbaycan palitrası"
- 02.30 "Sənədli film"

Bunların bəzisi gündəlik, bəzisi isə həftəlik proqramlardır. Məsələn, bazar günləri "Yeni gün" musiqili informasiya proqramının yerinə "Ovqat" həftəlik informasiya proqramı göstərilir. Bu proqram getdikcə təkmilləşir və tamaşaçı marağının artması-

na səbəb olur.

İTV-in ictimai-siyasi programı olan “Gerçəyin özü” istirahət günündən başqa hər axşam saat 20.30-dan 21.00-dək efirdə olur. Verilişin qonaqları əsasən politoloqlar, siyasetçilər, ekspertlər, qeyri-hökumət təşkilatlarının nümayəndələri günün aktual siyasi-ictimai hadisələrini şərh etməklə diqqət çəkən məsələlərə aydınlıq gətirirlər.

İctimai Televiziyanın qadınlar, uşaqlar, gənclər, bir sözlə, cəmiyyətinin bütün yaş qrupları üçün hazırladığı proqramlar da tamaşaçıların diqqətindən yayınmayan verilişlərdir. Tarix, ədəbiyat, incəsənət, musiqi, aşiq sənəti “Ozan” və s. bu kimi mühüm sahələrdən bəhs edən proqramlar rəngarəngliyilə tamaşaçı diqqətini cəlb etməkdədir.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. Azərbaycanda qeyri-dövlət televiziyalarının yaranma tarixi barədə nə deyə bilərsiniz?
2. Azərbaycanın ilk müstəqil TV kanalları hansılardır? Bu sualları ətraflı cavablandırın.
3. İctimai TV-lər ilk dəfə hansı formada və hansı ölkələrdə yarannmışdır? Adlarını sadalayın.
4. Azərbaycanda İctimai Televiziya haqqında qanun nə vaxt qəbul edilmiş və İTV nə vaxtdan fəaliyyətə başlamışdır?
5. İTV-nin program siyasəti barədə nə deyə bilərsiniz? Bu sualları bir qədər ətraflı cavablandırın.

## **TV-nin spesifikasi**

Jurnalistika yarandığı gündən onun hər bir sahəsi - istər qəzet, jurnal, radio, TV olsun hər biri həyat həqiqətlərini özünəməxsus üsullarla əks etdirməyə çalışır. Bu, konkret bölgündür: qəzetçilər dövri mətbuat orqanlarını nəşr etdirir, teleradio jurnalistləri müxtəlif janrlarda verilişlər hazırlayıb səsləndirir, göstərirlər. Bunların hər biri KİV-in bir qolu kimi özünəməxsus üsullarla vəzifəsinə yerinə yetirir. KİV-də isə TV öz spesifikasi, hər yerdə görünməsi ilə digərlərindən fərqlənir. Düzdür, radio da hər yerdə eşidilir, ancaq TV ilə radio arasında müqayisədilməz cəhətlər var.

TV ekranlılığı ilə - fərqli cəhətləri ilə, yəni audiovizuallılığı ilə (təsvir+səs) radiodan fərqlənir. TV bütün KİV sistemində elə bir kanaldır ki, o hadisəni baş verdiyi anda insanlara çatdırmaqla onları da hadisənin canlı şahidinə çevirir. Ekranda təsvirlə səs canlı həyatı göstərməkə TV-nin verdiyi informasiyanın dürüstlüyünə tamaşaçıları inandırır, çünki onun təsviri etdiyi həyat hadisələri adamların gözü qarşısında baş verir. İnsanlar bu üsulla verilən informasiyaya daha çox inanır və məlumatın düzgünlüyü onlarda heç bir şübhə yeri qalmır.

TV-dən fərqli olaraq qəzetlərin yazdıqları, radioların səsləndirdikləri anonim xarakteri daşıyırsa televiziya ekranında tamaşaçılar onlarla üzbəüz danışan canlı adamın söylədiklərinə, verdiyi informasiyanın düzgünlüğünə inanırlar. Ekranda istər jurnalist, istərsə də hər hansı bir məmur, iş adamı danışırsa danışın adamlarda onun söylədiklərinə şübhə yeri qalmır. Bu cəhətləri ilə TV KİV-də özünəməxsusluğunu, spesifikasiyi ilə seçilir ki, bu da TV-nin digər vasitələrlə müqayisədə danılmaz üstünlüyüdür.

## **TV-nin KİV sistemində yeri**

TV yaranişi ilə yeni bir sivilizasiya erasının qapılarını taybatay bəşəriyyətin üzünə açmağa başlamışdır. Elmin, siyasetin, mədəniyyətin, etnik və estetik fikrin sintezindən yaranmış televi-

ziya qısa bir müddət ərzində milyonların auditoriyasına çevrilmiş, kütləvi informasiya vasitələrinin vahid zəmində formalşemasına, mükəmməl kommunikasiya sisteminin meydana gəlinəsinə güclü təkan vermişdir.

Artıq neçə on illiklərdir ki, TV-nin, KİV-in inkişafı bir çox elmlərin, fəlsəfə və sosisologiyanın, semiotika və psixolinqvistikanın, estetika və sosial psixologiyanın diqqət mərkəzindədir. Elmi-texniki ingiləbin ən yeni nailiyyətləri əsasında meydana gəlmış televiziya neçə illərdir ki, elmi tədqiqatların yeni bir sahəsi kimi siyasetçilərin, sənətşünasların, səsioloqların, psixoloqların diqqətini çəkərək, neçə-neçə elmi əsərin, monoqrafiyanın, dissertasiyanın mövzusuna çevrilmişdir.

“Televiziya fəaliyyətə başladığı ilk günlərindən incəsənət aləmi ilə əlaqə yaratmış, bədii, sənədli filmlər göstərməyə, teatr tamaşaçılarını, konsertləri translyasiya etməyə başlamışdır. Sonradan isə insanların estetik və mənəvi sərvətləri sistemində özü-nəməxsus janrları, üslubları, estetik vasitələri, yüksək ixtisaslı işçiləri, elekrotexnika və kompüter texnikasının son nailiyyətləri ilə zənginləşən elmi-texniki bazası olan bir mədəniyyət vahidinə çevrilərək inkişaf etmişdir”<sup>1</sup>.

Televiziya son 25-30 il ərzində kütləvi informasiya vasitələri arasında ön sıraya çıxmış, çox qüdrəti və təsirli ideoloji silaha çevrilməklə KİV-də özünəməxsus aparıcı yerini müəyyənləşdirmişdir. TV-nin KİV sistemino daxil edilməsi az vaxtda onun kütlələrə ideoloji təsir vasitəsini daha da zənginləşdirmiştir. Bütövlükdə KİV, o cümlədən televiziya cəmiyyətin yarımdinamik sistemi kimi bu cəmiyyətə, onun ictimai-siyasi həyatına bu gün ciddi təsiri ilə fərqlənir. TV cəmiyyət həyatı üçün nə deməkdir? “İndi hər kəsdə belə bir aydın təsəvvür vardır ki, TV özündə üç istiqaməti: a) maarifçiliyi (faydalı informasiyanı, müəyyən biliklərin mənbəyi olan məlumatları yayır); b) zehni qavrayışı (məntiqi və praqmatik informasiya almaq əsasında biliklərin məzmuu haqqında təsəvvürləri formalşdırır; v) eyni zamananda proqno-

<sup>1</sup> E.Quliyev, “Televiziya iki əsrin ayricında”, Bakı, 1993

zu (gələcəkdə ehtimal olunan proseslər barədə təsəvvürləri formalaşdırın məlumatlar yayır) müəyyənləşdirən sosial-informasiya konsepsiyasını həyata keçirir. Televiziya həm də cəmiyyəti daha kəskin problemlər, milli maraqlar ətrafında birləşdirir, məişətimizin, asudə vaxtimızın, işgüzar həyatımızın fonunu yaradır. Təbii ki, dünya görüşümüzü genişləndirir, müəyyən hadisəyə yanaşmada münasibətimizi formalaşdırır.

Mavi ekran hərçinin bizi mövcud sosial problemlərin müzakirəsinə cəlb edir, çoxmilyonlu auditoriya ilə operativ əks əlaqə yaradır, bu əlaqələr isə ictimai düşüncəni formalaşdırır, cəmiyyətin hərtorəfli və ahəngdar inkişafına kömək edir, yaşadığımız dövrlə, zəmanə ilə mənəvi bağlılıq duyğusu oyadır... Ən başlıca isə cəmiyyətdəki mövcud ziiddiyətli dəyərlərin geniş spektri haqqında ətraflı məlumat verməklə tamaşaçıya geniş seçim imkanı yaradır<sup>11</sup>.

Yeni vasitə olmaqla kütləvi informasiya və təbliğat sistemin-də aparıcı yerini dəqiqləşdirən televiziya bir sıra özünəməxsus spesifik cəhətləri ilə fərqlənir:

- Bu, təsvir - səs dilidir ki, üç işaretin sintezindən - şifahi nitq, təsvir və musiqidən ibarətdir.
- Bu hadisəni baş verdiyi anda göstərmək yalnız TV-yə məxsusdur.
- Bu ev şəraitində TV-nin göstərdiklərinə baxıb qavramaqla inamlı təmas yaratmaq deməkdir.
- Bu, kino ekranına nisbətən televiziya təsvirlərinin kiçik ekranда nümayişinin güclü effektivliyi deməkdir.

Nəhayət televiziyanın özünəməxsus programlılığıdır.

Televiziya tamaşaçısı bilsə ki, ekranə eyni vaxtda minyonlarla adam baxır. Ancaq həm də belə hesab edir ki, TV ekranından müraciət sanki ona ünvanlanıb. Televiziya həmişə insanlarla birbaşa və ya bilavasitə təmas yaratmaq effektini qoruyub saxlayır və tədqiqatçılar da bu fikirdəirlər ki, TV-nin birbaşa ünsiyyət yaratması bilavasitə faydalı olur. Bu, tamaşaçının telekommuni-

1 Q.Məhərrəmov. "Televiziya haqqında etüdlər", Bakı., 1996

kasiya ilə əlaqəsini daim fəallaşdırır, insanlar TV-nin verilişlərinə tamaşa edə-edə telefonla studiyaya zöng vurur, münasibətlərinə, fikir və mülahizələrini bildirirlər. Bütün bunlar özünəməxsusluğunu və spesifik cəhətləri ilə fərqlənən televiziya çox az vaxtda çoxmilyonlu auditoriyani sürətlə qazanmaqla kütləvi informasiya və təbliğat vasitələri arasında qüdrətli ideoloji silaha çevrilmişdir<sup>1</sup>.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. Dünyada televiziya nə vaxt yarandı və onun ilk vətəni hansı ölkələr idi? Adlarını çəkin.
2. Azərbaycanda TV-nin yaranışı nə vaxta təsadüf edir və onun ilk diktörleri kimlər idi? Adlarını çəkin.
3. AZTV verilişlərinin ilk yayım formaları barədə nə deyə bilərsiniz?
4. Televiziyanın cəmiyyət həyatında rolü barədə nə deyə bilərsiniz?
5. Televiziyanın KİV sistemində yerini necə izah edirsınız, onun özüməxsus cəhətləri barədə nə bilərsiniz?

## **TV-in DİLİ**

Televiziyanın KİV sistemindəki yerindən danışarkən, onun spesifik cəhətləri sırasında dilin, şifahi nitqin ifadə vasitəsi kimi mühüm rolü ətraflı qeyd edilmişdir. Xüsusi mahiyyət kəsb edən TV dili - kadr, plan, rakurs, panorama, iri plan kimi ifadə vasitələri ilə nitq birləşərək, ekranın spesifik dil xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirir. TV dili şifahi canlı dildir, tamaşaçı - dinləyici üçün bilavasitə fəaliyyətdə olan vacib ünsiyyət vasitəsidir. İstər reportyor, istər diktör, istərsə də aparıcı olsun, onlar hər cür vəziyyətdə fikirlərini tamaşaçılara şifahi formada çatdırırlar.

Müasir dövrdə dövlət mənafeyilə sıx əlaqədə götürülən, dilin

1 Э.Багиров. "Место телевидения в системе средств массовой информации и пропаганды", Москва.. 1976

inkişafını təmin edən, onun yazılı və şifahi qaydalarının daha da canlandırılmasında mühüm rol oynayan şifahi nitq tribunasından biri televiziyyadır. TV bu vəzifosinin öhdəsindən ilk növbədə ədəbi dil normalarını təbliğ etməklə gəlir. Programların aparıcıları, televiziyyada çıxış edən şərhçilər, icmalçılar, reportyorlar ekranda çox səlist danışmalı, sözləri aydın və düzgün tələffüz etməlidirlər. Ədəbi dili təbliğ etmək, öyrətinək televiziyanın vəzifələrindən biridir.

“TV jurnalisti yadda saxlamalıdır ki, ədəbi tələffüzün əsas prinsipi tələffüzdə ağırlıq törədən, kobud səslənən, dilin ahəngini pozan cəhətlərdən qaçmaq, asanlıqla, sürətlə tələffüz edilən və zərif, incə, gözəl səslənən cəhətləri saxlamaqdan ibarət olmalıdır”.<sup>1</sup>

Təcrübə göstərir ki, bəzən televiziya verilişlərinin dilində ədəbi dilin normalarından kənara çıxma, uzaqlaşma tələffüzə nəzarətsizlikdən baş verir.

Televiziya verilişlərinin dilində nitqə ifrat meylin qüsurlu təzahürləri əsasən bilərəkdən və ya bilməyərəkdən, etinəsizlik, tələffüzə nozərətsizlik, sərbəstliyə yol verilməsi səbəb olur. Aparıcı və ya müəllif bəzən dialektizmə uyaraq doğulub boy-a-başa çatdığı şəhərdə və kənddə işlənən sözlərdən, ifadələrdən istifadə edir. Belə ki, istifadə etdiyi sözlerin sinonimi ədəbi-şifahi dil-də ola-ola yerli ifadələri işlədir və nəticədə eksəriyyət tərəfindən düşünülmədiyi üçün informasiyanın qavranılmasında tamaşaçılara çətinlik yaranır.

Bəzən teleaparıcılar və ekranda çıxış edənlər ad və soyadları çəkərkən sözlərdəki vurğunu yerində işlətmir. Tamaşaçı isə bu nöqsanı onlara bağışlamır. Çünkü ali savadlı ziyanı üstəgəl jurnalist, publisist sözlərdəki vurğunun yerini dəyişməklə özünü güllünc vəziyyətdə qoyur. Unutmamalıq ki, insanlar televiziyyadan maaariflənir, bəziləri isə hətta qüsurlu ifadələri ekrandan, efirdən eşitdikləri kimi işlədirlər.

TV ekranında nitq axını prosesində aşağıdakı toləblər:

1 N.Xudiyev. “Radio, televiziya və ədəbi dil”. Bakı, 2001, səh. 289

- nitqin sərrastlığı, zənginliyi, təmizliyi, ləkonizmi və məntiqliyi mütləq nəzərə alınmalıdır.

“Televiziya jurnalisti verilişlərini nitqin əsasən iki növündə qurur; monoloji nitq və ideoloji nitq. Monoloji nitq adətən hər hansı bir mövzu, problem, əhvalat, hadisə haqqında bir nəfərin ardıcıl, sistemli və rəbitəli danişığı kimi təzahür edir. Monoloji nitq hər şeydən əvvəl özünün fikir dolğunluğu və forma sadəliyi ilə diqqəti cəlb etməlidir... Telejurnalistikada monoloji nitq fəal olduğu qədər də mütəşəkkil nitq növüdür və TV jurnalistindən zəngin söz ehtiyatı tələb edir”.<sup>1</sup>

TV jurnalisti tələffüzdə ağırlıq törədən, kobud səslənən, dilin ahəngini pozan cəhatlərdən qaçmalı, onun işlətdiyi ifadələr aydın, cümlələri səlis və cəlbedici olmalıdır.

Bunun üçün jurnalist, aparıcı daim özünün nitq mədəniyyətini yüksəltməli, ağır tələffüz edilən sözləri dönə-dönə təkrar etməli, sözlərdəki vurğuları yerində düzgün işlətməli, nitq texnikasını bir sənət kimi dərindən mənimşəməlidir.

Ədəbi dilimizin saflığını qoruyub saxlamaq hər bir ziyalının, xüsusilə bütün günü tamaşaçılarla ünsiyyətdə olan teleradio jurnalistlərinin həm peşə, həm də vətəndaşlıq borcudur. TV-in hər bir verilişində ədəbi dil qaydalarına, gözəl şəfahi nitq mədəniyyətinə həmişə diqqətlə əİNƏL edilməli və unudulmamalıdır ki, televiziya həm də bu sahədə maarifçilik funksiyasını yerinə yetirir.

## TV-nin ifadə vasitələri

Televiziya kütləvi kommunikasiya vasitəsi olmaqla yanaşı özü-nəməxsus yaradıcılıq növü kimi bədii dili ilə də fərqlənir. Texniki üsullar və təsviri vasitələrlə fikri, düşüncəni tamaşaçıya çatdırmaq xüsusi yaradıcılıq tələb edir. TV ekranına dil kinematoqrafdan gəlib. Televiziyyaya qədər bu dil kino sənəti ustaları tərəfindən inkişaf etdirilərək, tamaşaçıların anladıqları bir vasitəyə çevrilib.

1 N.Xudiyev."Radio, televiziya və ədəbi dil", Bakı, 2001, səh. 287-288

Kadr, plan, rakurs, montaj ekran dili və TV gerçekliyi bu vəsi-tələrlə, xüsusi yaradıcılıq elementləri sayılan səs effektləri, mü-siqi, ritm, kameranın müxtəlif hərəkətləri, kompozisiyanın ay-ri-ayrı ünsürləri və rənglərlə hadisələri, fikri və ideyanı məntiqi ardıcılıqla tamaşaçılara çatdırır.

**Kadr** - kino və videokamerada lentin əvvəldən axuradək hə-rəkəti müddətində çəkiilmiş hissəyə, daha dəqiq desək ekran əsərinin başlangıcına və struktur elementinə deyilir. Studiya da-xilində telekameranın çəkilişə başladığı zaman rejissorun efirə verdiyi ayrı-ayrı hissələr bütöv bir programın vahid kadrlarıdır. Televizyon arxasında dayanan operator rejissorun komandası ilə işləyir və müxtəlif kadrlar efirə verilir.

Kadrda müxtəlif təsvirlərin dəyişən miqyası, tutumu plan ad-lanır. Planın növləri;

- uzaq plan (adam və onu əhatə edən mühitin təsviri)
- ümumi plan (adamin başdan ayağa qədər tam görünüşü)
- orta plan (adamin başdan dizlərinə qədər görünüşü)
- qurşaq plan (adamin belinədək görünüşü)
- iri plan (adamin təkcə başının görünüşü)
- makroplan (bir detalın, yaxud insanın gözünün görünüşü)

Tamaşaçının ekranda gördüyü fasıləsiz kadr axını ayrı-ayrılıq-da kinolentə, videoya hissə-hissə, parça-parça çəkiilmiş təsvirlər montaj üsulu ilə bir-birinə yapışdırılır. Bundan əlavə konstruktiv montaj deyilən üsul da mövcuddur. Bu üsulla parçalar elə ardıcıl-liqlə yapışdırılmalıdır ki, onların arasında aydın əlaqə, mənaca bağlılıq olsun. Konstruktiv montajda məqsəd aydınlığı üçün iki tələbə əməl olunmalıdır. Birinci kadrda bir-birini məntiqi cə-hətdən aydın təmamlamalı, ikinci kadrda elə uzun olmalıdır ki, tamaşaçı onun məzmununu anlaya bilsin. Bir sözlə, kadrda ara-sında aydın məntiqi əlaqə yaradılmalıdır. Konstruktiv montaj üçün misal:

1. Dövlət başçısı vəzifəsinə təzəcə seçilmiş prezident avto-mobilə andığınə mərasimini gəlir.
2. Avtomobil dayanır və prezident düşür

3. Prezident andığın mərasiminin keçiriləcəyi sarayın pilləkənləri ilə qalxır
4. Qapılar taybatay açılır, prezident binaya daxil olduqdan sonra qapılar örtülür
5. Prezident üst geyimini soyunur
6. Salona daxil olur, mərasim iştirakçıları onu alqışlarla qarşılayırlar
7. Prezident salondakılarla salamlaşdıqdan sonra onun üçün ayrılmış kresloda əyləşir
8. Mərasimi aparan şəxs giriş nitqindən sonra prezidenti səhnəyə dəvət edir
9. Prezident nitq söyləyir, dövlət bayrağını öpərək and içir və s.

Bütün bu sadalanan anlar ayrı-ayrlıqda ləntə alınır, montaj zaimanı bu kadrların yerini dəyişmək olmaz, çünki onların hər birində konkret fikir və aralarında mənətiqi əlaqə var.

TV-də ekran dilinin osas elementlərindən biri də rakursdur. **Rakurs** hər hansı bir obyekti, məssələn, memarlıq nümunəsi olan binanı yuxarı və ya aşağı nöqtədən çəkmək üsuludur. Aşağı nöqtə tamaşaçıya obyektin əzəmətini, yuxarı nöqtə isə onun necə yerdləşdiyini görməyə imkan verir. Rakurs müxtəlifliyi müəllif ideyasının açılmasına, montajla əlverişli kompozisiya qurulmasına, kardrdaxili dinamikanın gücləndirilməsinə xidmət edir.

Televiziyanın ifadə vasitələrindən, vacib elementlərindən biri də **montajdır**. Montaj (fransızca "yığma") deməkdir. Bədiî seçimə vasitəsi olan montaj kadrlar arasında zaimanı və mənətiqi ardıcılılığı gözləməklə, onların məkan və ritm baxımından qarşılıqlı münasibətlərini nəzərə almaqla əlaqələr yaratmaqdır.

Montaj operator tərəfindən çəkilmiş ayrı-ayrı təsvirlərin, epi-zodların, kadrların sonradan biri-birinə yapışdırılmasıdır. TV ekranı üçün istər reportaj, istər süjet, istər zarisovka olsun, bunların hamısı ayrı-ayrı kadrlardan, parçalardan, təsvirlərdən ibarətdir və moniaj vasitəsi ilə birləşdirilib ekran əsəri yaradılır.

Əvvəllər TV-də montajı ayrıca peşə sahibləri edirdi. Son illor isə texniki vasitələr hər hansı televiziya materialını müəllifin,

operatorun, rejissorun özünün sərbəst etməsinə imkan verir. Bu üsulla işləyən jurnalistlər öz materiallarını hazırlayıb efir üçün təqdim edirlər.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. TV dili (nitqi) nə deməkdir və ona verilən tələblər hansılardır?
2. TV jurnalisti danışığını nitqin hansı növlərində qurmalıdır?
3. Ekran nitqinə verilən tələblər barədə nə bilirsiniz? Bu sualları cavablandırın.
4. TV-nin ifadə vasitələri hansılardır? Onları sadalayın.
5. TV ekranında kadr nə deməkdir?
6. TV-də plan nəyə deyilir və onun növləri hansılardır? Onları sadalayın.
7. Konstruktiv montaj üsulu nə deməkdir? Ona aid geniş misal çəkin.
8. TV-nin əsas ifadə elementləri - rakurs və montaj nə deməkdir? Bunlara misallar çəkin.

## **II Fəsil**

### **TV cəmiyyətin kanalıdır**

Cəmiyyətin sosial həyat tələbatından doğan TV yarandığı gündən insanlara, sənət aləminə lazım olan dəyərləri çatdırır. Aylar, illər ötdükcə tamaşaçılar ondan daha çox umur, daha çox informasiya almaq, məlumatlanmaq, maariflənmək, gün ərzində ölkədə və dünyanın müxtəlif yerlərində baş verən hadisələrdən xəbər tutmaq arzusu ilə yaşayırdılar. TV istənilənləri kifayət qədər edə bilməsə də adamların bu arzusuna çatması üçün bütün imkanlardan istifadə etməyə çalışırdı. TV cəmiyyət həyatının tərkib hissəsi kimi insanların həyat və məişətinə daxil olaraq onların məhəbbətini qazanır, yeni düşüncə tərzinə çevrilirdi. Sual oluna bilər: TV cəmiyyət, onun həyatı üçün nə qədər əhəmiyyətlidir?

Bəli, TV cəmiyyətin həyatında mühüm dönüş yaradan, sənət aləminin formalşdırılmasında böyük rol oynayan, siyasi -ictimai proseslərə təsirini göstərən hər bir fərdin həyat və fəaliyyətində əhəmiyyətli bir vasitəyə çevrilən, bir sözə cəmiyyətin xidmətçisi rolunu üzərinə götürən ən lazımlı vasitədir. Neçə illər əvvəl insanlar gündəlik həyatlarında özlərini TV-siz təsəvvür edə bilməmiş və bu gün də edə bilmirlər. Bu bir həqiqətdir, həyatın reallığıdır. TV bu gün insanların tribunası, ən yaxşı hömsöhbetidir, ötən əsrən yadigar kimi qalan TV-siz həyatımız bu gün cansızıcı olardı. TV yararışı ilə cəmiyyətdə gedən proseslərlə insanları tanış etmək, onları maarifləndirmək, öyləndirməklə asudə vaxtlarının maraqlı keçməsinə kömək etmək kimi bir vəzifəni bu gün də uğurla yerinə yetirir. TV yarandığı 59 ildə özünün cəmiyyət həyatındaki rolunu göstərdi və həyatda öz yerini tutdu. TV bu

cəhətləri ilə yeni sivilizasiya mərhələsinə qədəm qoydu, əhatə dairəsinə görə KİV-in ən ən çevik informasiya mənbəyinə, cəmiyyətə təsir qüvvəsinə görə ən güclü vasitəyə çevrildi.

Televiziya cəmiyyəti narahat edən problemlərin həlli üçün insanları xəbərdar etməklə, məlumatlandırmaqla, səfərbər etməklə onların aradan qaldırılması yollarını göstərir, vacib məsələlərə yanaşmada fikir formalaşdırır, müzakirələr açır, ictimai rəyi formalaşdırmaq məqsədinə nail olmağa çalışır və bələliklə problemlərin həlli üçün insanları ayağa qaldırır, həm də hökumət dairələrinin bu problemlərə diqqətini çekir. Nəticədə qaldırılan təşəbbüsler arzu olunan nəticəsini verir. İctimai, siyasi, sosial, iqtisadi problemlər barədə rəy formalaşdırıran TV vacib məsələlərin həllində maraqlı olan insanları birləşdirməklə onların həllinə nail olur. Cəmiyyətin həyatında narahathqlar törədən problemlərə, ayrı-ayrı vacib məsələlərə teleprogramlar, televerilişlər, hətta "informasiya proqramları", xırda sujetlər insanların ürəyincə olur, tamaşaçılar belə verilişləri səbirsizliklə gözləyir. Nəticədə TV cəmiyyətin çoxsaylı auditoriyasının ümidi lərini doğrudan bir vasitəyə çevirilir.

Bu gün bəşəriyyət informasiya cəmiyyətində yaşayır. Bu o deməkdir ki, informasiya, informasiyalılıq müasir həyatda çox mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Lazimi informasiyası olmayan cəmiyyət nə yaşaya, nə də inkişaf edə bilər.

Məlumatlandırma-sosial tələbatdır. İnsanlar hər an, hər saat yeni xəbər gözləyir, öz maraq dairəsini daha da genişləndirməyə, həyat hadisələrinin içərisində olmağa, mövcud problemlər barədə bir-biri ilə fikir mübadiləsi aparmağa, mühüm məsələlərin həllində fəaliq göstərməyə çalışırlar. Bütün bu məsələlərdə TV əvəzolunmaz vəzifəsini yerinə yetirməli, onun ekranları qarşısında oturan milyonlarla tamaşaçı auditoriyasını məlumatlaşdırmaqla yanaşı, maarifləndirmək, əyləndirmək, düşündürməklə insanlarda vətəndaşlıq vəzifəsinə əməl etmək keyfiyyətləri aşılmalıdır. Bunun üçün TV insanların diqqətini çəkmək məqsədi-lə fəaliyyətində ictimai marağı daim nəzərə almalıdır. TV bu

gün təbiətinə, ictimai fikrə təsir etmək imkanlarına, auditoriyasının genişliyinə görə institut rolunu oynamalıdır. O, ayrı-ayrı sosial qrupların, hərəkatların, birliklərin, hər bir fərdin marağını da-im nəzərə almaqla vəzifəsinin öhdəsindən layiqincə gəlməlidir.

## TV-nin funksiyaları

KİV-dən fərqli olaraq TV-nin funksiyaları belədir:

- məlumatlandırmaq
- mədəni - maarifçilik
- integrativ
- sosial - pedaqoji
- təşkilatçılıq
- savadlandırmaq
- əyləndirmək

Bu funksiyaları yerinə yetirmək vəzifəsini qarşıya qoyan TV-lər Kütləvi Komminikasiya Sistemində özünün yerini müəyyənləşdirməli, peşə vəzifəsinin öhdəsindən layiqincə gəlməyə çalışmalıdır. Auditoriyanın maraqlarını daim öyrənməklə tamaşaçıların istəklərinə uyğun verilişlər, programlar göstərməli, onların maarifləndirilməsinə, mənəvi cəhətdən inkişafına yardımçı olmalıdır.

### Məlumatlandırma funksiyası

İnsanlar yaşadıqları zəmanənin gündəlik hadisələrindən, vəcib, sozial-iqtisadi, mühüm siyasi məsələlərindən, bəşəriyyəti narahat edən mövcud problemlərdən xəbər tutmaq isteyirlər. Bu onların mənəvi tələbatından irəli gəlir.

Müasir həyatda saatbasaat, günbəgün müxtəlif hadisələr baş verir. Fövqəladə hadisələr, silahlı münaqişələr, qarşıdurmalar, terrorizm, təxribatlar, müxtəlif təbiət hadisələri, daşqınlar, qasırğalar, zəlzələlər, vulkan püşkürmələri, torpaq sürüşmələri və s. Büttün bunlar insan həyatı üçün çox təhlükəli və bəşəriyyəti narahat

edən məsələlərdir. Dünyanın bu və ya digər qitəsində, bu və ya digər məmləkətində olsun-fərqi yoxdur insanlar hadisələrdən xəbər tutmaq istəyində qalırlar. Bu hadisələr barədə operativ informasiya çatdırmaq KİV-in bir qolu kimi TV-nin müqəddəs borcudur. Çünkü TV-lər baş verənləri, informasiya ilə görüntülər, kadrlar, təsvirlər göstərməklə yaydıqları xəbərləri daha da zənginləşdirirlər. Bunun üçün TV əməkdaşları gözlənilməyən hadisələr barədə operativ məlumat almaq üçün daim gözdə-qulaqda olmalı, informasiya mənbələrini ardıcıl izləməlidirlər. Bu işin öhdəsindən gəlməkdə TV əməkdaşlarının yüksək peşəkarlığı, telesirkətlərin ən müasir texnika və avadanlıqla təchizi və yüksək təşkilatlılıq səriştəsi olmalıdır. Bu tələblərlə işləyən və operativliyi, dolğun, dürüst informasiya çatdırmaq imkanı ilə seçilən TV-lər həmişə tamaşaçı rəğbətini qazanır. İstər mərkəzlərdə, istərsə də regionlarda olsun. TV şirkətlərinin mobil postları, ekranda dəsti-xətti olan səriştəli, peşəkar müxbirləri ən mühüm hadisələrdən operativ məlumatlar, telerepartajlar, telesüjetlər çatdırmalı, auditoriyalarını bol informasiya ilə təmin etməlidirlər. Bu üsulla işləyən TV-lərin yaydıqları informasiyalar, telereportajlar, müsahibələr nəinki bir şəhərin, bir ölkənin, həm də bəzən bütün dünyanın sərvətinə çevrilir. Öz iş üsulu ilə seçilən CNN hansı ölkəyə, hansı şirkətə mənsubluğunundan asılı olmayaraq dünya teletamaşaçlarının rəğbətini qazanır. Bu şirkət kollektivinin dünya informasiya aləmində ən dəyərli uğuru hesab olunur.

## **Maarifləndirmə funksiyası**

TV-nin bir vəzifəsi də insanları maarifləndirmək, dünyagörüşünü genişləndirmək, təhsil almaq istəyənlərə yardımçı olmalıdır. Bu işlə TV-lərdə elm, maarif, tədris baş redaksiyası və yaxud şöbələri məşğul olur. Bu redaksiyalarda çalışanların çoxu ümumi, mədəni, elmi səviyyəsi, nitq qabiliyyəti, auditoriyanın diqqətini cəlb etmək səriştəsi ilə proqramların aparıcıları, iştirakçıları kimi tanınır. Tamaşaçıya bilgi vermək, onu maarifləndirmək üçün TV-lər müxtəlif üsul və formalardan istifadə edirlər. İndi

Avropa ölkələrinin çoxunda TV-lərin maarifçiliyi təbliğ edən kanalları işləyir. Bu kanalların programlarından ali məktəblərdə, kolleclərdə, litseylərdə, orta məktəblərdəki şagirdlər, müxtəlif xarici fənnlər üzrə təhsil almaq istəyənlər və dil öyrənmək həvəsində olanlar faydalayırlar.

Bu programların viktorinaları, tarix, coğrafiya, incəsənətin müxtəlif sahələrinə aid sual-cavabları gənclərin, uşaqların, yaşılların bilik dairəsini daha da genişləndirir. Ekranda maraqlı tarixi kadrların inüşayıti ilə aparılan dərslər bu gün xüsusilə gənc nəsil üçün maraqlıdır. Onlar valideynlərindən, yaşlılardan, müəllimlərindən eşitdiklərini ekranda görür, keçmişə səyahət edirlər, programlarda telesüjetlər, unikal kadrlar ekran qarşısında əyləşənlərin bilik dairəsini genişləndirir, onların keçmişə marağını artırır.

Təcrübə göstərir ki, insanları maarifləndirmək məqsədilə hazırlanmış programları elmi dünyagörüşü, zəngin, böyük həyat təcrübəsi, gözəl danışq qabiliyyəti, auditoriyani özünə cəlb etmək səriştəsi olan alim və mütəxəssislərin aparması daha səmərəli, daha inandırıcı olur.

### **Sosial pedaqoji və ya idarəetmə funksiyası**

Müasir dövrə TV-lər öz fəaliyyətlərində sosial pedaqoji və idarəetmə funksiyasını yerinə yetirməyi mühüm vəzifə hesab edirlər. Çünkü demokratik cəmiyyətdə ölkələrin əhalisi sosial, iqtisadi, siyasi sahələrdə dövlətlər arasında gedən proseslərdən baş çıxarmaq, dolğun informasiya alınaq onların tələbatına çevrilib. Ölkənin həyatında baş verənlər, dövlətin yeritdiyi və prioritet saydığı siyasetin maliyyəti onun vətəndaşlarına aydın olmalıdır. Bu işdə TV jurnalistlərinin üzərinə mühüm vəzifə düşür. Jurnalistlər dövlətin idarə olunması üçün həyata keçirilən islahatların, daxili və xarici siyasetin məqsədini dərindən bilməli, insanlarla üzbəüz görüş və söhbətlərdə qaldırılan məsələlərə aydınlıq gətməkdə çətinlik çəkməməlidirlər. Savadlı, arqumentli cavablar dünyada və vətəndaşı olduqları ölkələrdə gedən siyasi proseslərin mahiyyətini insanlar yetərincə bilməlidirlər. Qərb ölkələrində bu

belədir. Dövlət hansı sahədə hansı siyaseti, hansı islahatları aparırsa vətəndaşlarına onun mahiyyəti aydın çatdırılmalıdır. 70 il yaşadığımız potsovet dövründə isə başqa cür idi. Hər şeyi Sov.İKP MK Siyasi Bürosu həll edirdi, görülen tədbirlərin, nəzərdə tutulan proqramların mahiyyəti insanlar üçün ikinci dərəcəli məsələ idi. Əhali bu məsələləri dövlətin, partiyanın vəzifəsi hesab etdiyindən həmin problemlər barədə düşünmürdü. Ətən əsrin 90-cı illərindən sonra vəziyyət dəyişdi. SSRİ kimi nəhəng dövlətin dağıılması bu rejimdən ayrılan respublikaların müstəqil inkişaf yoluna düşməsi ilə gdən ictimai-siyasi, iqtisadi proseslərin mahiyyətini insanlara artıq başa salmaq lazımdı. Bu işdə TV-lərin üzərinə böyük vəzifə düşürdü. Onları maarifləndirmək, əhali arasında ictimai rəy formalaşdırmaq lazımdı. Jurnalıstlər, şərhçilər iqtisadiyyatda, sosial həyatda, siyasetdə aparılan dəyişikliklərin mahiyyətini aydın məntiqlə, tutarlı arqumentlərlə izah etməklə adamların sabaha inamını artırmağa çalışırdılar.

Burada sözsüz ki, insanların həyat şəraitinin dəyişməyə uyğunlaşdırılması möqsəd idi, bu həm də KİV-in də vacib sosial, pedaqoji vəzifəsi idi. İnsanlar həyatlarındakı dəyişikliklərin məqsədini aydın başa düşməklə sabaha ümidiyle yaşamalı idilər. Bu yönə TV-nin fəaliyyəti həm dövlətin siyasetinə, həm də insanların istək və arzularına köməkçi olmalı, əhalinin hər bir fərdini başa salmağa, onu maarifləndirməyə xidmət etməlidir.

Hakimiyyətlə əhali arasında vasitəçi rolunu yerinə yetirən TV jurnalıstları redaksiyalara gələn çoxsaylı məktublara və telefon zənglərinə cavabları savadlı dillə, tutarlı faktlarla, reallıqdan doğan əsaslarla çatdırınmalıdırlar. Adətən bu məqsədlə hazırlanan proqramlar efirə canlı (birbaşa) verilir, ekran qarşısında əyləşən telejurnalıstlər, siyasi şərhçilər, dövlət məmurları emosiyaya uymadan soyuqqanlıqla fikir və arqumentlərini tamaşaçılara söyləməlidirlər. Bu TV-nin sosial pedaqoji və idarəetmə funksiyasının əsas vəzifələrindəndir.

Dünyanın ən demokratik ölkələrində TV proqramlarının bir hissəsini dövlət siyasetinin mahiyyətinin izahına həsr edirlər.

Aydın məsələdir ki, TV idarəcilik funksiyasını həm ayrı-ayrı böyük program və verilişlərlə, həm də informasiya programları ilə yerinə yetirməlidir. Həyat sahələrindəki problemlərə, kəm - kəsirlərə, insanların, siyasi partiyaların və müxalifətin tənqidi çıxışlarına adamlar həmişə hakimiyyət tərəfindən cavab gözləyirlər. Bu işi TV-lər görməli, adamların suallarını cavabsız qoymamalıdır.

Hüquqi məsləhətlər, parlament iclaslarında deputatların sosial-iqtisadi, daxili və xarici siyaset sahəsində görülən işlər barədə qaldırıqları məsələlərin əhaliyə izah edilməsi KİV-də bütün imkanları ilə fərqlənən TV-nin əsas vəzifələrindəndir. TV-lər bu vəzifənin öhdəsindən gəlməklə özlərinin sosial-pedaqoji funksiyalarını yerinə yetirmiş olurlar. İctimai rəy yaratmaq, inübüm sosial-pedaqoji iş aparmaq üçün TV jurnalisti həm səriştəli, həm savadlı, həm peşəkar olmalı, ölkədə gedən prosesləri daim diqqətlə izləməli, tutarlı məntiqlə, arqumentlərlə tamaşaçı auditoriyasının rəğbətini qazanmağa səy göstərməlidir.

Bu gün insanların hüquqi cəhətdən maarifləndirilməsi, öz hüquqlarını dərk etməsi üçün TV-də hüquqi məsləhətlər verən qısa verilişlərin hazırlanması məqsədə uyğun olardı. TV-lərdə qızlar, qadınlar, gənclər üçün hüquq məktəbi açmaq da olduqca zəruriyidir. İnsanların hüquqi cəhətdən savadlanması, öz hüquqlarını kifayət qədər bilən vətəndaşların yetişməsində həmin məktəblərin fəaliyyəti çox faydalı ola bilər.

### **Mədəni-maarifçilik funksiyası**

Ekranda göstərilən programlarda və verilişlərdə insanların mədəni səviyyəsini yüksəltmək, onları maarifləndirmək, sivilizasiyanın yeniliklərindən xəbərdar etmək TV-nin təbiətindən doğur. Səviyyəli programlar, bu verilişlərdə iştirak edənlərin geyim-geçimi, danışq mədəniyyəti, özünü ekran qarşısında necə aparması tamaşaçının diqqətindən qaçmır. İnsanlar belə ziyalılardan, mədəni səviyyəsi yüksək olan adamlardan həmişə nümunə götürməyə çalışırlar. Ona görə də program hazırlayan telejurnələr

nalistlər bilməlidirlər ki, TV ekranına çıxardıqları verilişlər bu və ya digər cəhətdən tamaşaçının mədəni səviyyəsinin yüksəlməsinə təsir göstərir. Adamların nitq qabiliyyəti, səliqəli geyimi, auditoriyada şirin və məzmunlu danişığı ilə xoş təəssürat yaradır. Jurnalist unutmamalıdır ki, insanlar televiziya ekranlarından həmişə faydalanan, xoşlarına gələn cəhətləri nümunə kimi qəbul edir, gözəl söhbətlərdən, elm və mədəniyyətin mahiyyəti barədə söylənilənlərdən yetərinçə maariflənlərlər.

Elm, mədəniyyət xadimlərinin, görkəmli ziyahıların keçdikləri həyat yolundan onların elinə, mədəniyyətə, incəsənətə gətirdikləri yeniliklərdən söhbət gedəndə çoxlarının bilmədiyi, tanımadiği şəxsiyyətlərin gözəl insani keyfiyyətlərini çatdırmaqla jurnalistlər öz tamaşaçılarına nə qədər bilgi vermiş olurlar. Mədəni incilərimizi, teatr nümunələrimizi, tarixi keçmişimizi xatırladan şəkillər, rəsmələr, tablolar, TV-nin "Qızıl fondunda" saxlanan qiymətli kadrları programlara daxil etməklə insanların nə qədər maarifləndiyini nəzərə almaq lazımdır. Mədəni maarifçilik məqsədilə hazırlanan silsilə verilişlərdə TV jurnalistlərinin görkəmli incəsənət xadimlərinin, müsiqiçilərin ən yaxşı əsərlərini şərh etməsi nə qədər faydalıdır. Klassik musiqi nümunələrimizdən danışarkən elə pcşəkar sənətkarları, bəstəkarları proqrama dəvət etmək lazımdır ki, onlara qulaq asanlar ekran qarşısında keçirdikləri dəqiqələrdən faydalansınlar və bilgilənsinlər.

Çoxları yaşadığı şəhərin, kəndin, qəsəbənin tarixi, adət-ənənəsi, şəxsiyyətləri barədə o qədər də məlumatlı olmur. TV-nin mədəni-maarifçilik məqsədli verilişlərində jurnalistlər bunları nəzərə almalı, tamaşaçılar üçün maraqlı kadrlarla, faktlarla, şirin, savadlı danişq qabiliyyətinə malik ziyahıları, dünyagörüşləri ekranə çıxarmaq lazımdır.

Her hansı mədəni todbirdən, konsertdən, kinofilmlərin nümayişindən birbaşa transilyasiyalarda da insanların mədəni səviyyəsini yüksəltmək, onları maarifləndirmək TV-nin əsas məqsədi olmalıdır. Səviyyəsiz, qeyri-peşəkar, şərhçilik səviyyəsi aşağı, nitq qabiliyyəti zəif aparıcıların belə programlarda iştirakı həmi-

şə tamaşaçılar üçün maraqsız olmaqla verilişin əhəmiyyətini azaldır.

TV jurnalisti digər KİV nümayəndələri kimi yaşadığı cəmiyyətin bir üzvü, ölkəsinin adı vətəndaşdır. Onlar hər zaman həyatın içində, insanların arasında olur, fərqli bundadır ki, gördükərinə, eşitdiklərinə biganə qalmır, hadisələrin içərisindən cəmiyyətin marağına səbəb ola biləcək vacib məqamları insanlara çatdırmaq, televiziya ekranında göstərmək, geniş auditoriyani məlumatlaşdırmaq təşəbbüsündə olurlar. Bu, onların peşə xüsusiyyətlərindən irəli gəlir. İnsanlar TV-də tez-tez görünən, reportyorluq, diktorluq, aparıcılıq edən jurnalistləri, şoumenləri yaxşı tanıdlılarından küçədə, mağazada, ictimai yerlərdə davranışları, mədəniyyətləri ilə maraqlanır, hətta yaxınlaşıb hal-əhval tutur, söhbət edirlər. Bunu hiss edən TV jurnalistləri özlərini bir ziyalı kimi aparmağa, danışıqları, mədəniyyətləri ilə ekranda olduğu kimi həmişə səmimilikləri, istiqanlılıqları, sadəlikləri ilə xoş təəssürat yaratmağa çalışırlar.

Əsl ziyalı, yüksək mədəniyyət sahibi kimi ekarnda xoş təəssürat yaranan TV reportyoru, aparıcısı həmişə imcini qoruyub saxlamaq barədə düşünür. O yaxşı bilir ki, mədəniyyəti, danışığı, diksiyası, maneraları ilə auditoriyani ələ almaq, hadisələrə obyektiv münasibətləri, maraqlı proqramları ilə insanlara təsir edə, onları inandıra bilər. Belə bir deyim var: “tərbiyəli adamın tərifə ehtiyacı olmur”. O, özü nəyin pis, nəyin yaxşı, nəyin əyri, nəyin isə düz olduğunu yaxşı anlayır. Ancaq bu həqiqətlə o vaxt razılaşmaq olur ki, jurnalist öz şəxsi ləyaqətini qiyinətləndirdiyi kimi həmsöhbəti olan tamaşaçısını da eyni hissərlə qiyəmtənləndirə, ona hörmət edə bilsin.

Tamaşaçı jurnalistin ekranda həmsöhbətılı təmənnəsiz mükali-məsini, şəxsiyyətinə hörmətini görəndə, ona olan hörməti ikiqat artır. Reportyorların, intervyu yerlərinin, aparıcıların bu cəhətləri ekran da dialoq apardığı zaman tamaşaçıların nəzərindən qaçmır. Bəzən başqa cür də olur. Özündən razi, həmsöhbətinin söylədiklərinə biganə olan, dialoq zamanı ona arxa çevirən qeyri-peşəkar TV jurna-

listi tamaşaçırda ikrab hissi oyadır, onun hərəkətlərini, yersiz jestlərini auditoriyaya hörmətsizlik kimi qəbul edirlər. Şəxsiyyəti özündən aşağı tutmaq, insanın şərəf və ləyaqətini alçatmaq jurnalistə, xüsusilə də televiziya jurnalisticə heç vaxt başucalığı gətirmir. Bu həm etika normalarına ziddir, həm də əxlaqi çərçivəyə siğmir.

Bəzən hadisələri təhrif etmək, dünən baş vermiş olayı bugünkü fakt kimi qələmə vermək, başqasının çəkdiyi kadrları özünüñkü kimi göstərmək, şəxsi fikir və mülahizələrini ümumxalq sözü və rəyi kimi tamaşaçılara çatdırmaq həm jurnalistin, həm də təmsil etdiyi kanalın imicinə zərbə vurur, insanlarda böyük inamsızlıq yaradır.

TV ekranı insanların yaxşı cəhətlərinin təbliği və təşviqinə, onların mədəni səviyyəsinin yüksəlməsinə də öz təsirini göstərir. Bəzən TV-də aparılan debatlarda xoşa gəlməyən hərəkətlər əxlaq normalarından kənara çıxır. Diskussiya iştirakçıları ekranı siyasi haq-hesab çəkmək meydanına çevirir, masa üstündəki şirələri bir-birinin üzünə çırır, təhqirəmiz ifadələr işlədirlər. Yaxud bəzi estrada ulduzlarının, incəsənət adamlarının, siyasetçilərin xoşa gəlməyən həyat tərzindən, intim hisslerindən söhbət açmaqla, onu tamaşaçılara yenilik kimi çatdırmağa çalışırlar. Bütün bunlar tamaşaçılardır tərəfindən onlara qarşı hörmətsizlik kimi qarşılır. Televiziya aparıcısı, program rəhbəri ekrana mədəniyyətsizlik gətirən bu cür halların baş verməməsi üçün studiyaya dəvət etdiyi iştirakçıların hər birinin mədəni səviyyəsindən, əxlaqından xəbərdar olmalı, tamaşaçılardan əhval-ruhiyyəsinə pis təsir göstərəcək məqamların baş verməməsi üçün amilləri də yaddan çıxarmamalıdır. TV ekranı mədəniyyət və əxlaq nümunəsi kimi hemişə tamaşaçılarda xoş təəssürat yaratmalıdır.

### Təşkilatçılıq funksiyası

Təbiətinə görə TV insanları məlumatlandırmaq, maarifləndirmək, əyləndirməklə yanaşı həm də təşkilatçılıq vəzifəsini yerinə yetirir. Sosial həyatdadı problemləri, ara-sıra meydana çıxan çətinlikləri aradan qaldırmaqdə TV öz proqramları, verilişləri, hətta bə-

zən kiçik sujetləri ilə insanlara yardımçı olur. Bu üsulla problemlərin aradan qaldırılması üçün hakimiyyət nümayəndələrinin, nazirlik, komitə və idarə rəhbərlərinin, yerli hakimiyyət orqanlarının diqqətini mövcud çətinliklərə və onların yaranması səbəblərinin aradan qaldırılmasına yönəldir. Belə məsələlərdə TV təşəbbüskar rolunda çıxış edir, təşəbbüslürlərdə qaldırdığı məsələlərin həllində ardıcılıq göstərisə onun da nəticəsi səmərə verir. Məsələn, adətən kənd və qəsəbələrdə transformatorun sıradan çıxmazı ilə insanlar günlərlə, aylarla işıqsız qalır. Adamlar TV-yə üz tutanda, yardımçı olmayı xahiş edəndə TV-lər onların gözünü yolda qoymur. Çəkiliş qrupu həmin ünvana yollanır, problemlə əlaqədar insanlarla söhbət aparır və hazırlanan materialı, reportajı, müsahibələri, çəkdikləri sujetləri ekranda göstərməklə əlaqədar təşkilatları xəbədar edir. Sözsüz TV çəkilişlərinə etinasızlıq göstərilmir. TV bu problemi özünün diqqət mərkəzində saxlayır, əlaqədar təşkilatın rəhbərləri ilə görüşür, danışıqlar aparır, müvəqqəti çətinliyin aradan qaldırılmasında təşkilatçılıq rolunu oynayır. Yaxud güclü yağıntılar nəticəsində məhəllələri su baslığından adamların, yaşlıların, uşaqların gediş-gelişi üçün çətinlik yaranır. Belə hallarda TV-yə gələn telefon zəngləri çəkiliş qrupunu həmin ünvanda olmağa və mövcud vəziyyət barədə sujetlər hazırlamağa əsas verir. Bu təsvirləri və insanların kömək üçün xahişlərini eşidən müvafiq orqanların rəhbərləri vəziyyəti yaxşılaşdırmaq üçün tədbirlər götürülər. Onların bu işləri barədə jurnalistlər TV ekranlarında əhaliyə məlumat verilir, vəziyyətin yaxşılaşacağına insanların ümidişlərini artırırlar. Bu halda TV jurnalistləri həmin qəsəbələrin, məhəllələrin sakinlərini də işə cəlb etməklə onların köməyini təşkil edir. Nəticədə TV-nin qaldırdığı və ictimai rəy yaratdığı problem tezliklə müvafiq idarə və müəssisələrin sakinləri ilə birgə iş sayəsində tezliklə həll olunur.

ANS kanalının jurnalistləri hər axşam efirə çıxan "İç xəbər" programında sosial sahədə yaranmış problemləri, vəziyyəti yerdəcə öyrənir və çəkilişlər aparır, müvafiq təşkilatların, idarələrin rəhbərləri ilə görüşür, onların məsələyə münasibətini öyrə-

nir, az vaxtda birgə səyə problemlərin bir hissəsi həll edilir. Belə hallarda bu kanalın təşkilatlılıq rolu özünü göstərir və adamlar sosial çətinliklə üzləşəndə ANS-ə müraciət etməli olurlar. TV-lərdə xeyirxahlıq məqsədilə ara-sıra marafonlar keçirilir. Bu marafonlarda məqsəd xəstə uşaqlara, əlillərə təcili yardım etmək məqsədilə əhali arasında ictimai rəy formalaşdırırlar. TV-nin müəyyən etdiyi gündə xeyriyyə marafonuna yüzlərlə, minlərlə adam qoşulur, vəsait toplanır, əlil və xəstə insanların müalicəsinə sərf olunur. Belə marafonlar ötən əsrin 80-90-cı illərində AZTV-nin tarixində olub və onun yaxşı nəticəsini öz gözləri ilə görənlər çoxdur.

### **İnteqrativ funksiya**

TV-lər öz programlarında cəmiyyətdə xoş münasibətlər yaratmaq, bir-birinə hörmət etmək, siyasi baxışlarından, dini etiqadından, irqindən asılı olmayaraq insanlara dostluq şəraitində yaşamaq kimi yaxşı keyfiyyətlər aşayırlar. Ən çətin məqamlarda TV öz verilişləri ilə problemlərlə üzləşənlərə əl uzatmaq, dərdlərinə şərik olmaq üçün xoş məramlı insanlara müraciət edir, fərdin üzləşdiyi problemləri aradan qaldırmaq məqsədilə adamları köməyə səsləyir. Ölkələrin, xalqların, şəhərlərin bir-birinə integrasiyası, yaxınlaşması, xoş münasibətlər yaratmaları üçün telekorpüller, səsləşmələr adətən yaxşı nəticə verir. İdmən yarışları, incəsənət ustalarının, dini xadimlərinin görüşləri ölkələr və şəhərlərarası münasibətlərdə yaxşılığı doğru irəliləyişlərə səbəb olur, insanların gələcək dostluq əlaqələrinin möhkəmənməsinə yetərincə təsir göstərir.

Bu çox incə məsələdir. TV jurnalistləri insanlar arasında sülh yaratmaq, onları yaxınlaşdırmaq məqsədilə hazırladıqları programlarda çox diqqətli olmalı, qızışdırıcı ifadələrin, zərərli fikirlərin səslənməsinə yol verməməli və bilməlidirlər ki, diqqətsizlik üzündən efirdə səslənən hər hansı bir xoşagelməz ifadə münasibətləri daha da korlaya bilər. Buna el arasında "Qaş düzəldən yerdə göz çıxarmaq" deyirlər.

Nəzərə almaq lazımdır ki, ən çətin situasiyalarda insanlar TV-dən çox şey umur, hadisələrin necə inkişaf etdiyi barədə TV ekranlarından xəbər tutmağa çalışırlar. Bu halda TV-jurnalistləri sosial qruplar və milli azlıqlar arasındakı ziddiyətlərin aradan qaldırılması məqsədilə hazırladıqları verilişlərdə xüsusiylə pəşəkarlıq göstərməli, özlərinin integrativlik funksiyalarını yaddan çıxarmaNALIDIRLAR. Bu həm onların jurnalistlik, həm də vətəndaşlıq borcu olmalıdır.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. TV-nin funksiyaları hansılardır?
2. TV-nin məlumatlandırma funksiyası nə deməkdir? Buna misal çəkin.
3. TV-nin maarifləndirmə, sosial-pedaqoji və idarəetmə funksiyalarının fərqli cəhətləri hansılardır?
4. TV-nin mədəni-maarifçilik, təşkilatçılıq funksiyalarının fərqlərini necə izah edə bilərsiniz? Buna aid konkret misallar çəkin.
5. TV-nin mədəniyyətin inkişafında rolunu necə qiymətləndirirsiniz?
6. TV-jurnalisti ekranda hansı cəhərləri ilə fərqlənməlidir? Misallar çəkin.
7. TV programlarının və aparıcılarının mədəni səviyyəsi barədə nə deyə bilərsiniz?
8. TV integrativ funksiyasını yerinə yetirməklə cəmiyyət həyatına nə verir və ölkələr, insanlar arasında xuş münasibətlər yaratmaq üçün verilişlərdə hansı cəhətlərə xüsusiylə diqqət yetirilir? Konkret misallar çəkin.

## **III Fəsil**

### **TV-nin janrları və formaları**

Janr publisistikada ideyanın, layihənin gerçəkləşməsi prosesində əsas elementdir. Janr “təyinətmə”, ideyanın başlanğıcıdır. Janr həm də ictimai, tarixi kateqoriyadır, real həqiqətin təsviri dir. Janr anlayışı ədəbiyyatda, mətbuatda formallaşdırılmış inkişaf edib, yaradıcılıq axtarışlarının nəticəsi kimi yeni-yeni çalarlar alıb.

Üç əsas vəzifə janrlar qrupunu formalasdırır:

1. İnfomasiya janrları
2. Analitik janrlar
3. Bədii janrlar

### **İnfomasiya janrları**

Xronika, xəbər (zametka-sujet), reportaj, müsahibə, çıxış, hesabat TV-nin infomasiya janrlarına daxildir. Xronika hər hansı bir fakt, hadisə haqqında qısa, yiğcam məlumatdır. Bundan mətbuatda, radio və TV-də geniş istifadə olunur. TV-də xüsusən onun “yeniliklər” programlarında həm şəfahi, həm də videosujet (səs+təsvir) kimi verilir. Məsələn, bu gün Türkiye prezidenti Abdulla Gül Bakıya rəsmi səfərə gəlir və yaxud gəlib. Bu infomasiyanın bir qədər geniş variantı artıq xəbərdir.

Adətən TV-nin “yeniliklər” və digər programlarında xronika janrlında olan məlumatlar şəfahi və ya yazılı videotəsvirlə verilir. Özü də belə məlumatlar ictimai, siyasi, iqtisadi əhəmiyyətinə görə programın əvvəlində səsləndirilir. Bclə xəbərləri qısa videosujet kimi də çəkib göstərirlər. Qısa sujetləri video lentə alarkən jurnalistin mütləq iştirakı vacib deyil. Təcrübəli operator for-

maca ənənəvi olan hadisələrdən, dövlət və hökumət başçılarının görüşlərindən, ali qanunvericilik orqanının iclaslarından, bri-fininqdən və s. video süjet çəkir, müxtəlif planları ləntə alır və redaksiyaya hətta özü onu montaj etdiķdən sonra hazır təqdim edir. Belə video süjetlərin mətnini ya informasiya agentliklərinin, ya da tədbiri keçirən inüvafiq təşkilatın mətbuat katibliyindən də almaq mümkündür. Yaxud əgər çəkilişdə onunla birlikdə telejournalist də olubsa kadrarxası mətni o özü yazar.

“Yeniliklər” programı üçün iqtisadiyyatdan, sosial həyatdan, incəsənət və mədəniyyətdən, həyatın müxtəlif sahələrdən video süjet hazırlamağı planlaşdırın jurnalist, müəllif çəkiliş üçün qısa ssenari yazır, çəkilişin xarakterini müəyyən edir və onu operatora göstərir. Çəkiliş aparıldıqdan sonra redaksiyaya qayıdan jurnalist ya operatorla birlikdə, ya da özü kadrları montaj edir. Bəzən də bələ olur; operator süjeti ssenariyə əsasən elə çəkir ki, onun böyük montaja ehtiyacı qalmır.

Ümumiyyətlə, TV-lərin “yeniliklər”, “xəbərlər” programlarında tamaşaçı marağını nəzərə alan redaksiya xronikaya, xəbərə, video süjetlərə həmişə geniş yer ayırır. Bu janrda hazırlanan xəbərlərlə tamaşaçıları dəqiq, qısa informasiyalarla az vaxtda məlumatlandırmaq olur.

## Reportaj

“Yeniliklər”, “Xəbərlər” programlarında həmişə reportaja, müsahibəyə böyük maraq var. İnsanlara baş verən hadisələrin təfərrüatları barədə məlumat verməklə TV jurnalistləri onları da bu olayların canlı şahidinə çevirmiş olurlar. Nəzərə almaq lazımdır ki, tamaşaçılar TV-dən eşitdiklərini öz gözləri ilə gördüklori üçün həmin informasiyalara daha çox inanırlar. Reportajlarda və müsahibələrdə səsləndirilən fikirlər, söhbətə qoşulan adamların söylədikləri faktlar daha inandırıcı olur. Reportajsız və müsahibəsiz “Yeniliklər”, “Xəbərlər” programları 2 “duzsuz xörəyə” bənzəyir.

TV-də reportaj janrını jurnalist yaradıcılığının, ustalığının zirvəsi adlandırmışlar. Hadisə yerindən verilən reportajlar baş verən-

lər barədə canlı kadrlar insanları hadisənin şahidlərinin söylədiklərindən daha çox məlumatlaşdırır. Reportajda hadisə ilə əlaqədar müsahibələr almaq, jurnalistin söylədiklərini bir qədər də əsaslaşdırmağa imkan verir. Bu müsahibə ya baş vermiş hadisənin, ya da problemin xarakterinə uyğun olmalıdır. Hadisə yerində insanların əhatəsində müsahibələr almaq reportajdakı faktları həm təsdiqləyir, həm də ona əlavə məlumatlar edir ki, bu da olaylara tamaşaçılarda inam yaradır. Reportyorum peşəkarlığı o vaxt aydın hiss olunur ki, o baş vermiş hadisənin mahiyyyətini açmaqla müsahibələri ilə insanlarda aydın təsəvvür yarada bilsin. Ona görə də reportajdakı müsahibələr qısa, yiğcam və dinamik olmalıdır. Telereportyor reportaj hazırlayarkən psixoloji cəhətdən arxayım olmalı və bu hissi həmmüsahiblərinə də çatdırmaqdə peşəkarlıq göstərməlidir. Reportaj TV-nin ən çevik, dinamik janrı kimi həmişə tamaşaçıda maraq doğurub. Bunu bilən və hadisə yerinə gələn televizyonçuların çəkiliş qrupu ilə birgə az vaxt içorisində çox səmərəli işləməli. Baş verənləri, hadisələrin gedisini səliqə ilə ləntə almalı, təsviri planların rəngarəngliyinə, müxtəlifliyinə diqqət yetirməlidir. O, bilməlidir ki, söylədikləri və reportejda sadalanan faktlar sənədli təsvirlərlə, görüntülərlə təsdiqlənir.

**Reportajın növləri:** hadisə-reportaj, problem-reportaj, xüsusi reportaj, tematik reportaj və idman reportajı. Xüsusi hadisələrdən, şənliklərdən, konsertlərdən birbaşa şərhsiz verilən translyasiyalar da reportaj janrına aiddir.

### **Hadisə-reportaj**

Bu janrda reportaj ilk baxışda sadə görünür, əslində isə onun hazırlanması bir qədər çətindir. Hadisə yerindən reportaj hazırlamağa gələn jurnalist çox az vaxtda olaylardan xəbər tutmalı, onun gedisini izləyə-izləyə ən vacib anları, hadisə şahidlərinin söylədiklərini eşidə-eşidə lazımi kadrları videolento almmalı, tamaşaçı üçün daha məlumatlı adamların dediklərini videokamerasına köçürülməlidir. Hadisənin əsl şahidlərinin söylədikləri tamaşaçıda ola-ya inam yaradır ki, bu da reportyorum uğuru hesab edilir. Bəzən

hadisə yerinə sonradan gəlib çıxan və şahid kimi danişanlar or-  
dan-burdan eşitdiklərini obyektiv informasiya kimi qələmə ver-  
mək üçün ara vermadən danişır, “ötkəm nitq” söyləyirlər. Belə  
hallarda jurnalist-reportyor çox diqqətli olmalıdır. Belələrinin söy-  
lədiklərini çekib efirə vermək həm jurnalisti, həm də redaksiyanı  
pis vəziyyətdə qoya bilər. Çünkü indiki informasiya əsrində insan-  
lar maraqlandıqları hadisələr barədə bir neçə mənbədən məlumat-  
laşdırmağa çalışırlar. Optimal variant: hadisə yerinin təsviri, iştirakçı  
və ekspertin sinxronu, müxbirin hadisə yerində olduğunu dəqiqli-  
detallarla göstərən stand-up. Təbii ki, burada müəyyən problemlər  
də yarana bilər (hadisə yerinə tez çatmamaq, yaxud polis və hü-  
quq-mühafizə orqanlarının qadağaları). Amma yeri gələndə onları  
da aldatmaq olar. Eyni zamanda, bu cür süjeti müəyyən edən faktorlardan  
başlıcası operativlikdir, redaksiyaya vaxtında materialın  
çatdırılmasıdır. Hadisə süjeti zamanı çox vaxt o yalnız bu gün la-  
zımdır, sabah isə artıq gecdir ifadəsi nəzərə alınmalıdır. Hadisə  
yerinə çatmayanda, çəkiliş qrupunun həmin anda olduğu obyektdə  
tamaşaçını məlumatlaşdırmaq, və yalnız sonra hadisə yerinə gedib  
orada işləmək baxımından formalar tapmaq lazımdır.

Məsələnin həlli: mümkün qədər hadisə mövzusuna məzmunca  
yaxın fonda stand-up etmək (reportyorum kamerası qarşısında aya-  
qüstü danişması deməkdir). Xəbər süjetini hazırlayanda stand-up  
çox vaxt mütləq şərtidir, çünkü mükəmməlcəsinə hazırlanmış  
stand-up müxbirin hadisə yerində olması faktını nəzərə çarpdırır  
və bəzən canlı efir illüziyası yaradır. Ümumiyyətlə isə, stand-up-  
dan istifadə nəticə etibarılı süjetin məzmunu ilə bağlıdır. Fövqə-  
lədə hadisə, rəsmi tədbirlər, rəqib KİV-rin düşə bilmədiyi yerdən  
stand-upın hazırlanması şübhəsiz ki, vacibdir. Amma, misal üçün  
o qəza qurbanlarının dəfnı haqqında süjetdə istifadə olunduqda,  
tədqiqatın gedişinə dair informasiya, xüsusilə də kimi isə ifşa et-  
mək lazımdırsa, kimsə tədqiqata mane olur, faciənin əsl səbəbələ-  
rini gizlətdiyi halda stand-upa haqq qazandırmaq mümkündür. Bi-  
zim TV-lərdə stand-up yenilik sayılır və jurnalistlər bu formadan  
informasiya vermək üçün istifadə edirlər.

## **Problem və analitik reportajlar**

Bu janrda hazırlanan reportajlarda günün hadisələrindən söhbət getmir. Gündəlik sosial həyatda artıq problemə çevrilmiş fakt haqqında insanları məlumatlandırmaq, problemin həlli yollarının axtarılması (nəqliyyatın gur olduğu küçə və prospektlərdə tez-tez tixacların emolə gəlməsi, saatlarla bu vəziyyətdə qalan adamların əzəb-əziyyəti, şəhərin bir hissəsində həftələrlə davam edən su, işıq, qaz təchizatı problemi, kanalizasiyanın işlənməməsi, yolları su basması və s.) sahəsində görülən işlər barədə insanlara məlumat vermək, bu sahələrə məsul olan idarələrin rəhbərələrini ekran qarşısında danışdırmaq TV jurnalistindən böyük səy və peşəkarlıq tələb edir. Təcrübəli jurnalist redaksiyaya qayıtdıqdan sonra mövzu ilə bağlı əlavə məlumatlar da toplayır, hətta lazım gələrsə, studiyaya şərhçi və mütəxəssiz də dəvət edir. Reportajın tərkib hissəsi olan şərh və mütəxəssiz söhbəti mövzuya dair kadrlarla, təsvirlərlə ekranда müşayiət olunur. Bütün bunlar reportajdakı dəqiqlik, faktların aydınlığı, məntiqlik problemin tezliklə aradan qaldırılacağına insanlarda inam yaradır. Bu janrda reportajlar əsasən gündəlik xəbərlər proqramlarında göstərilir. Belə reportajları onu hazırlayan jurnalistin, reportyorum aparması daha yaxşıdır.

## **Xüsusi reportaj**

Bu janrda reportaj adətən vaxtı keçmiş, unudulmuş, əslində isə aktuallığı ilə maraq doğuran mövzuya həsr edilir. Belə reportajlar həcmcə geniş olur. Jurnalist maraqlı bir mövzu ilə əlaqədar müəyyən bir vaxtda araşdırmaqlar aparır. Bu janrda teleoçerkin əlamətləri bədiiliyi, sənədliliyi ilə özünü biruzə verir. Mövzunun maraqlılığı, faktların çoxluğu, araşdırma zamanı ortaya çıxan bir sıra məqamlar jurnalistə imkan verir ki, nəzərdə tutduğu reportajı serial yaradıb. Belə reportajlarda məntiqi əlaqələr və mövzunun getdikcə genişlənməsi jurnalist araşdırmalarının tam nəticələrini ardıcıl şəkildə maraqlı faktlarla tamaşaçılara sonadək çatdırmağa imkan ve-

rir. Janrın özünəməxsusluğunu jurnalistə araşdırduğu mövzuya müeyyən vaxtdan sonra yenidən qayıtmaga, mövzu ilə əlaqədar ortaya çıxan maraqlı faktlar barədə tamaşaçılara məlumat verməyə əsas yaradır. Bu janrda hazırlanan reportajda jurnalistin faktları araşdırmaq səriştəsi, yaradıcılığı, biliyi, peşəkarlığı daha qabarlıq şəkildə üzə çıxır.

## **İdman reportajı**

İdman xəbərləri, idman reportajları həmişə televiziya tamaşaçılarının maraqla baxdıqları janrlarıdır. TV yarandığı ilk günlərdən texniki imkanlarının məhdudluğuna baxmayaraq stadionlardan, idman meydançalarından, idman zallarından birbaşa reportajlara həmişə geniş yer verib. İdman reportajları ən çox auditoriyası olan janrıdır. Onun TV və radio jurnalistikasında zəngin ənənləri ve tarixi vardır.

İndi TV-lərin çoxunda idman kanalları açılıb və gün ərzində stadionlardan, futbol matçları zallarından, güləş, boks, yüngül atletika, üzgüçülük, gimnastika, voleyboll, basketboll, həndboll və s yarışlarından birbaşa reportajlar verilir, müxtəlif vaxtlarda video lentə çəkilmiş oyunlar göstərilir. İdmanın müxtəlif növlərinə maraqlı göstərən tamaşaçılar bu reportajlara və çəkilişlərə həvəslə baxırlar. Reportajları idmanın ayrı-ayrı sahələri üzrə ixtisaslaşmış jurnalistlər, icmalçılar aparırlar.

Yarışların keçirildiyi yerlərdən birbaşa reportaj verən jurnalist - icmalçı idman növünü yetərincə bilməli, ona əvvəlcədən yetərincə hazırlaşmalı, əlavə faktlar toplamalı, söhbət açdığı növün tarixi haqqında əlavə faktlar toplamalı, həmin sahənin təcrübəli mütəxəssisləri ilə görüşüb məsləhətləşməlidir. İcmalçının bu cür işləməsi onun efirdə söhbətinin daha maraqlı olmasına, TV ekranları qarşısında xeyli məlumatlanmasına kömək edir. Bəzən şərhçi oyunun gedişində həmin idman növünə aid elə bir maraqlı fakt və şirin ifadə işlədir ki, o tamaşaçının yaddaşında uzun müd-dət qalır. Ona görə də idman yarışlarının aparıcıları daim mütləcə etməli, söz cəhiyatlarını zənginləşdirməli, nitqinin gözəlliyyinə

aydınlığını daim diqqət yetirməlidir.

Radionun idman şərhçisinə nisbətən TV icmalçısı aydın bilməlidir ki, apardığı idman reportajına baxanların çoxu bu növü yaxşı bilən azarkeşlərdir. Burada ardi-arası kəsilmədən səhbət aparmaq, tamaşaçının ayrı-ayrı məqamları aydın gördükleri halda izahat vermək azarkeşləri əsəbiləşdirir, əksinə şərhçi qəflətən yaşıl meydanda baş verən o anı kamerada tuta bilməyən vəziyyət barədə tamaşaçıya məlumat verməli və çalışmalıdır ki, digər kamera ilə çəkilmiş həmün kadri ekranda göstərməklə izahat versin. Radioda isə tamamilə əksinədir. Radionun idman şərhçisi stadionda baş verən maraqlı anlar barədə dinişyicisinə məlumat verməlidir.

İdman icmalçısı üçün vacib şərtlərdən biri də ölkədaxili yarışlarda hər hansı komandaya özünün şəxsi münasibətini, ona azarkeşlik etdiyini bürüzə verməməlidir.

Xarici ölkə komandası ilə görüşdə icmalçı öz həmyerlilərinə hissə qapılmışdan azarkeşlik edə bilər. Ancaq qəti proqnozlar söyləyə bilməz. Bəzən stadionlarda, meydanda, rinqdə və döşək üzərində gözlənilmədən elə hadisə baş verir ki, şərhçinin qələbəyə ümidi alt-üst olur. Bundan əlavə icmalçının azarkeşlik etdiyi komanda uduzarkən ardi-arası kəsilmədən danışması, yersiz ifadələr işlətməsi tamaşaçıları bezdirir, şərhçinin imicini aşağı salır. Hakimlər haqqında da tamaşaçılara xoş gəlsin deyə tənqid fikirlər söyləmək onun özünü pis vəziyyətdə qoyur.

İdman aləmində tanınan, xidmətləri olan, onun hər hansı növünü kifayət qədər bilən təcrübəli idmançıların reportaja dəvət olunması, müəyyən məqamlarda onun söylədiyi fikirlər reportajı yaxşılaşdırır. Bu məqamda icmalçı ilə təcrübəli idmançının stadionda, meydançada, zalda baş verənləri şərh etməsi həm tamaşaçıları bilgiləndirir, həm də oyun ərzində ekranı bir nəfərin dialoqundan xilas edir.

İdman icmalçısı yarış başa çatarkən ən yaxşı məqamları ekranda göstərməklə şərhinə yekun vurmalıdır.

## **Müsahibə**

Jurnalıstlər ictimai maraq doğuran informasiyanı tamaşaçılara çatdırmaq, mövzu ilə əlaqədar daha geniş məlumat vermək üçün müsahibə janrına tez-tez müraciət etməli olurlar. Müsahibəyə ən çox TV-nin “Yeniliklər”, radionun “Xəbərlər” programlarında yer verilir. Müsahibənin əhəmiyyətini nəzərə alan jurnalıst bəzi məsələlərə diqqət yetirməlidir: aktual mövzuda müsahibə hazırlayarkən jurnalıst həmmüsahibinin savadlılığını, danışiq mədəniyyətini, mövzunu yetərinə bildiyini və sərbəst şərh etmək qabiliyyətini əsas götürməlidir.

**Müsahibə** (ərəbcə “interview - görüş, söhbət deməkdir). Jurnalıstın ictimai, siyasi, mədəniyyət, incəsənət xadimləri, digər peşə sahibləri ilə aktual məsələlər barədə söhbətləri bu formada aparılır və ictimai maraq doğuran söhbətlərdə mövzuya obyektiv, fərdi baxış, rəy üstünlük təşkil edir. Müsahibəyə hazırlaşan telejurnalıst mövzuyla əlaqədar lazımi sənədlərlə, faktlarla, digər məlumat mənbələri ilə ətraflı tanış olmalı, mövzunun predmetini yaxşıca dərk etməli, dialoq zamanı həmmüsahibi qarşısında çətinlik çəkməməlidir. O, müsahibəni nə məqsədlə hazırladığını əvvəlcədən özü üçün dəqiqləşdirməli, verəcəyi sualları əvvəlcədən tərtib etməlidir. Sualların xronologiyasını, strukturunu, başlangıcını, sonluğunu və inkişafını özü üçün dəqiq aydınlaşdırmalıdır. O, tamaşaçı auditoriyasının marağını çəkmək üçün sualları məntiqi sıra ilə verməyi də planlaşdırmalıdır. Müsahibə prosesində gözlənilməz məqamlar da ortaya çıxa bilər. Jurnalıst buna hazır olmalı, söhbətdə qəfil yaranacaq dönüşə soyuqqanlıqla, peşəkarcasına yanaşmalıdır. TV jurnalisti işləyərkən çox nəzakəlli olmalı, peşə etikasını unutmamalı, kamera və mikrafon qarşısında həmsöhbətinin əsəbiləşməsinə, özünü itirməsinə imkan verməməli, bəzən də yayınmaq istədiyi sualları mütləq cavablaşdırmağa onu məcbur etməməlidir. Jurnalıst bilməlidir ki, müsahibə aldığı adam əsas, o isə reportyordur, söhbət etdiyi şəxslə teleauditoriya arasında vasitədir.

Həm jurnalıst, həm də müsahib unutmamalıdır ki, onların söy-

lədiklərini tamaşaçılar dinləyir, ona görə də dialoqun hər iki iştirakçısı bir-birinə nəzakətli olmalıdır.

Müsahibə ilə əlaqədar təcrübəli İsveç jurnalisti Erik Fiktelyüsün fikri belədir:

“Müsahibəni studiyada deyil sizin müsahibiniz üçün doğma olan yerdə aparmaq daha yaxşıdır. Doğma divarlar arasında o jurnalistin və operatorun əhatəsində sixilmir, özünü daha sərbəst və inamlı hiss edir, üstəlik yerlərdə yazılın müsahibə daha təbii olur - arxa planda qəgayıların çıqtığı, inəklərin böyürtüsü, saatların tiqqiltisi, insanların səs-küyü müəyyən atmosfer, effekt əmələ gətirir, dinləyici üçün bu səslər baş verən hadisənin reallığının təsdiqinə çevirilir”<sup>1</sup>.

Müsahibədə suallar müxbirin əsas aləti hesab olunur, jurnalist sualları elə verməlidir ki, həmmüsahib bəzən vəziyyətdən çıxmır, suallara düzgün, məntiqli cavab vermək əvəzinə “bəli”, “xeyr”, “əlbəttə”, “sizinlə razıyam” deməklə canını qurtara bilməsin. Bəzən də belə olur: gənc jurnalist həmmüsahibinə ardıcıl olaraq bir neçə sual verir, onda müsahibə verən onların hansına cavab verib-verməmək barədə düşünür və yaddaşında qalan suallardan birini seçib cavab verməklə vəzifəsini bitmiş hesab edir. Bu şübhəsiz müsahibənin maraqsız alınmasına səbəb olur. Ona görə də sualları tələsmədən bir-bir vermək, hər cavabdan sonra dialoqu inkişaf etdirmək lazımdır.

Müsahibə ilə əlaqədar Bi-Bi-Ci hirkətinin belə bir tövstyysəsi var: “müsahibə o zaman uğurlu və məzmunlu alınır ki, söhbəti biliyinə, sosial vəziyyətinə görə bərabər adamlar aparsın, bunu müsahibə aparacaq jurnalist əvvəlcədən dəqiq bilməli və söhbət edəcəyi şəxsə dialoqa ciddi hazırlaşmalıdır”.

Hər bir müsahibənin konkret məqsədi olmalıdır:

- siyasi-iqtisadi-sosial məsələlər, əlmi nailiyyətlər, yeniliklər, qarşıda duran vəzifələrlə əlaqədar məlumat verə biləcək adam, müəyyən hadisə və ya faktdan məlumatı olan şəxs və ya bir qrup

<sup>1</sup> Erik Fiktelyüs. “Jurnalistikənin 10 qızıl qaydası” -AİB-nin nəşri, Bakı, 2002, səh. 121

insan TV jurnalistinin həmmüsahibi olur və röyini bildirir. Bəzən elə olur ki, müsahibə verən adam jurnalistə nisbətən daha çox damışır, kifayət qədər məlumat verir, şəxsi fikirlərini geniş auditoriyaya çatdırır.

Müsahibə verənlər üç kateqoriyaya bölünür:

- hər hansı konkret sahə üzrə spesifik biliyi olan siyasi və dövlət xadimləri:

- həyat və fəaliyyəti insanlar üçün nümunə ola biləcək məşhur adamlar

- hər gün həyatda, iş yerində, küçədə, məhəllədə rastlaşıdığımız adı adamlar müəyyən məsələlər, hadisələr barədə ətraflı informasiyaları ilə insaları məlumatlandırmaq məqsədilə jurnalistin həmmüsahibinə çevrilirlər.

Müsahibənin növləri:

- protokol-müsahibə
- informasiya-müsahibə
- problem-müsahibə
- müsahibə-portret
- müsahibə-anket
- telefonla-müsahibə.

**Protokol-müsahibənin** məqsədi dövlətin daxili və xarici siyaseti ilə əlaqədar yüksək rütbəli məmurdan rəsmi məlumataya aydınlıq götirməkdir. Bu janrıda jurnalist rəsmi dövlət məmuruna yazılı şəkildə müraciət edir, ondan da rəsmi cavab alır.

**İnformasiya-müsahibə** müəyyən məlumat əldə etmək məqsədi ilə aparılır.

**Problem-müsahibədən** məqsəd hər hansı diqqət çəkən məsələnin həlli yolları barədə müxtəlif fikir və mülahizələri öyrənməkdir.

**Müsahibə-portret** maraqlı bir admanın şəxsiyyətini, insanı keyfiyyətlərini ictimaiyyətə açmaq, onun yaxşı xüsusiyyətlərini insanlara nümunə kimi aşılamaq məqsədilə aparılır.

**Müsahibə-anket** isə bir-biri il əlaqəsi olmayan ayrı-ayrı şəxslərdən konkret məsələ barədə rəy öyrənmək üçün eyni suala

cavab almaq məssədini güdür. Bundan jurnalist anketdəki suallarla şəhərin istənilən yerində - küçədə, bulvarda, teatrın foyesində, kinoteatr qarşısında insanlara mikrofonla, yaxud mənzillərə telefonla müraciət edir cavab ala bilir. Məqsəd adamların mərağına səbəb olacaq hər hansı aktual məsələ barədə ətraflı, obyekтив rəy öyrənməkdir. Konkret bir suala yüzlərlə adamın cavabı, müxtəlif rəy və mülahizələri nəinki informasiya süjeti, həm də çökiləcək sənədin publisistik film üçün yaxşı mövzuya ola bilər.

### **Çıxış (kadrda monoloq)**

Çıxış qədimdən gələn natiqlik mədəniyyəti, ictimai rəyə təsir formasıdır. Radio və TV yaranandan sonra bu janr özünəməxsus əhəmiyyət kəsb edib. Yığıncaqlarda simpoziumlarda, teleradio auditoriyasında çıxış edənlər müəyyən bir məsələ, problem, ictimai - siyasi əhəmiyyətli, aktual hadisə barədə şəxsi fikirlərini, düşüncələrini insanlara çatdırırlar. TV ekranında və radio dalğasında belələrinə çıxışçı deyilir. Çıxışının nitq qabiliyyəti, ekran və efirdə özünü aparması, hadisələrə münasibəti, yeri gəldikcə işlətdiyi ifadələr onun kimliyi haqqında tamaşaçıya çox şey deyir. Radiodan fərqli olaraq televiziya ekranı qarşısına dəvət edilən adamın ümumi görünüşünə fikir verilməli, nitq qabiliyyəti, danışacağı mövzunu nə dərəcədə bildiyi müəyyənləşdirilməlidir. Çünkü ekranda geniş auditoriya qarşısında çıxış edəcək natiq tamaşaçılara konkret informasiya verməklə yanaşı, həm də söylədiklərinə öz münasibəti, arqumentləri ilə onları inandırmalıdır.

TV ekranında çıxış edənin qarşısında bir sıra vacib tələblər durur. İlk növbədə o, ictimaiyyətdəki mövqeyinə görə tamaşaçılar üçün maraqlı ictimai-siyasi xadim, tədqiqatçı-alim, məşhur artist, yazıçı-publisist, mühüm və çox nadir tarixi hadisələrdən məlumatlı adam - şəxsiyyət olmalıdır. Çox sadə görünən, əslində savadlı, məlumatlı, gözəl nitq qabiliyyətinə, hadisələrə qiyamət vermək, auditoriyanın diqqətini cəlb etmək məharətinə malik adamları da ekran qarşısına çıxarmaq, onun söylədiklərini mövzuyla əlaqədar təsvirlərlə, fotosəkillərlə, sənədlərlə təsdiq-

ləmək olar. TV-də çıxışın məzmununda ideya, fikir, faktlar və arqumentlər əsasdır. TV jurnalistləri çıxışçıları studiyaya dəvət edərkən bu cəhətlərə xüsusilə diqqət yetirməlidirlər.

TV-də ekran çıxışının formaları:

mətnlə çıxış - bunu çıxış edənin özü yazar və TV redaktoru tərəfindən redaktə olunur

tezislərlə çıxış - bu formada tezislərdə əsas müddəələr, fikirlər qısaca şərh edilir,

çixış - studiyada və ya kənarda əvvəlcə videolentə alınır və sonra TV ekranında göstərilir.

## Hesabat

TV programlarında hesabat janrıda hazırlanın verilişlərə ara-sıra yer ayrıılır. Vacib sosial, ümumdüvlət əhəmiyyətli, aktual məsələlər, hadisələr hesabatın tematik əsasını təşkil edir. Adətən hesabatın planı əvvəlcədən yazılmır. Amma jurnalistic çəkilişdə iştirakı məqsədə uyğundur. Bu videolentə alınmış materialın mətninin yazılışı və montajı üçün vacibdir. Hesabat jurnalist şərhi olmadan da efirə verilə bilər. Bu halda hesabat janrı şərh olunmayan reportajla uzlaşır.

Hesabat hadisə yerindən verilən reportajla informasiya arasında özünəməxsus yeri olan məlumat formasıdır. Hesabatda baş vermiş hadisə barədə faktlar informasiya yaymaq məqsədilə şərhsiz verilir və deyilənlər əvvəlcədən çəkilmiş video sujetin, təsvirlərin müşayiəti ilə əsasən informasiya programlarında göstərilir. Bu üsulla informasiyalar insanları baş vermiş hadisə barədə operativ məlumatlandırmaq məqsədi daşıyır.

## Suallar və tapşırıqlar:

1. TV-nin janrları hansılardır? Onları sadalayın.
2. İformasiya janrlarına hansı janrlar daxildir? Onları sadalayın.
3. Xronika ilə xəbərin fərqli cəhətləri nədən ibarətdir? Hər iki janra aid misallar çəkin.

4. Müsahibənin hansı növlərini bilirsiniz və bunlar bir-birindən nə ilə fərqlənir?
5. Reportaj nə deməkdir və onun hansı növləri var? Onları sadalayın.
6. Xüsusi reportajla hadisə reportajının fərqli cəhətləri barədə nə bilirsınız?
7. Telereportajın janrı müxtəlifliyini necə izah edərsiniz?

## **TV-nin “Yeniliklər”, “Xəbərlər” proqramları**

Reytinginqinə, auditoriyasının kütləviliyinə, operativliyinə görə informasiya programı televiziyyada insanların daim gözlədiyi və rilişdir. “Yeniliklər” programı həm də TV kanalının “vizit” kartıdır. Dünyada və ölkədə baş verən hadisələri, yenilikləri insanlara operativ çatdırıran, məlumatlaşdırıran program gün əraində bir neçə dəfə efiş çıxır. Bu program planetimizdəki informasiya axınınınancaq bir hissəsini insanlara çatdırır və hər buraxılış yeni-yeni xəbərlərlə təzələnir. “Yeniliklər” xarakterinə görə elə bir programdır ki, onun efiş vaxtı dəyişdirilmir, bu gündən sabaha keçirilmir. Bu xüsusiyyət TV-nin başqa programlarına xas olan cəhət deyil.

“Yeniliklər” bugünü dünəndən fərqləndirən dəqiq, dürüst xəbərləri insanlara operativ çatdırıran, ekranda daimi yeri olan programdır. Bu program TV-də kollektiv zəhmət, yaradıcılıq axtarışları sayəsində yaranır. Onun hazırlanmasında jumalsitlərlə birlikdə ayrı-ayrı mütəxəssislər - rejissorlar və montajçılar, səs rejissorları, videomühəndislər, on yaxşı texniklər, rəssamlar, dispeçerlər, sürücülər, məlumat xidmətində çalışanlar, bir neçə digər peşə sahibi iştirak edir, efiş çıxmasını təmin edir. Programın keyfiyyətlə hazırlanması reportyorlardan, müxbirlərdən, redaktor və prodüserlərdən, şərhçilər və intervüyerlərdən, icmalçı və aparıcılardan gərgin əmək, zəhmət tələb edir. Buna görə də yaradıcı kollektiv xronikadan, xəbərdən, vivorstkadan (materialla-

rın düzümü) tutunuş musiqi tərtibatınadək, titrlərdən tutintş subtitrlərə, idman yeniliklərindən tutintş hava haqqında məlumatə qədər hər şeyi dəqiqliklə müüyyənləşdirməli, programın son nəticəsinədək tamaşaçıya nə verəcəyini aydın bilməlidir.

Təcrübəli İsveç jurnalsı-reportyoru Erik Fiehteliusun xəbərlərlə əlaqədar fikirləri belədir:

“Xəbər nəzakətli olmalıdır, bu, informasiya verməyin əsas prinsiplərindən biridir. Auditorianın bizdən aldığı məlumatlar dəqiq və imkan daxilində yoxlanılmış olmalıdır. Radio və televiziya jurnalistləri üçün qısa danışmaq xüsusilə əhəmiyyətlidir, çünki hətta böyük və mürəkkəb hadisələrin xülasəsini verərkən bunları bir neçə dəqiqliyə, bəzən isə saniyələrə yerləşdirmək lazımdır və bu zaman məsələnin möğzini çatdırmaq tələb olunur. Buna nail olmaq üçün aydın mətnlər yazılmalı və kadrların dili hamıya aydın olmalıdır.

**Dəqiq, qısa, aydın.** Bu üç anlayışa mən dördüncünü də əlavə etmək istərdim - konkretliyi. Ancaq konkretlik maraq doğura bilər.... Konkret məlumatlar və təfərruatlar həmişə diqqəti cəlb edir. Bu televiziya və radio verilişlərində xüsusilə əhəmiyyətlidir, çünki mətbuata nisbətən burada informasiya verilişlərinin intensivliyi və konkretliyi daha yüksəkdir”<sup>1</sup>.

“Yeniliklər”i hazırlayan yaradıcı kollektiv gənűn nəbzini tutmaqla yanaşı dünya və ölkə regionlarının xəbərlərin coğrafiyasına, rəngarəngliyinə diqqət yetirməli, tamaşaçı inarağını nəzərə almaqla programda yığcam xronikaya, süjetlərə, müxtəlif mövzuda reportajlara, müsahibələrə üstünlük verməli, hətta veriliş efirdə olarkən ən son maraqlı məlumatları da çatdırmağa çalışmalıdır. Efir vaxtını doldurmaq xatırınə hər bir xəbəri, hər məlumatı yenilik kimi programa daxil etmək olmaz, yenilikdə yenilik olmalıdır, yenilik tamaşaçı diqqətini çəkməlidir. Bunu bəzi kanalların əməkdaşları başqa cür başa düşürələr.

Son illər əksər TV kanallarında “Yeniliklər” programı fəvqəladə

1 E.Fichtelius, “Jurnalistikyanın on qızıl qaydası” AİB-nin nəşri, Bakı.. 2002

hadisələr - yanğınlar, daşqınlar, avtomobil qəzaları və s. haqqında xəbərlərlə, Ermənistan silahlı qüvvələrinin mövqelərimizi gün ərzində atəşə tutmları barədə məlumatlarla başlayır. Bütün bunların heç biri yenilik deyil, təbii hadisələr daim olub və olacaq, erməni silahlı qüvvələri mövqelərimizi neçə illərdir ki, atəşə tutub və tutacaq, hər dəfə də bizim döyüşçülərimiz onları cavab atəsi ilə susdurub və susduracaq. Qarabağ problemi öz həllini birdəfəlik tapanadək belə olacaq. Belə xəbərlər yenilik deyil, sadəcə informasiyadır.

Ümumiyyətlə “Yeniliklər”, “Xəbərlər” programlarında daim yenilik axtarmaq düzgün deyil. Həyatda yenilik hər an, hər saat, hər gün baş vermir. Məsələn, prezidentin və ya baş nazirin gözlənilmədən istefaya getməsi, kosmosa süni peykin çıxarılması, insanın kosmosa uchuşu, 2001-ci il sentyabrın 11-də bütün bəşəriyyəti lərzəyə gətirən “terorizm”, qırıcı təyyarənin mühərrrikilə işləyən yeni avtomobilin istehsalı və s. yenilikdir və belə hadisələr hər gün, hər saat, hər il baş vermir. Yeniliyi təzə informasiya, dünyada və ölkədə, ictimai həyatda baş verən hadisələr barədə məlumat kimi qəbul etmək lazımdır.

“Yeniliklər” programı üçün mövzunun ucu-bucağı yoxdur. Lakin televiziyanın reytingini, nüfuzunu qaidiran ən ciddi fakt informasiyanın operativliyi və ictimai maraq doğurmaq keyfiyyətidir. Bu informasiyaları yaşadığımız həyatdan, xəbər agentliklərindən, kompüterdən - internetdən alırıq. İformasiya minlərlədir, onlar tez-tez dəyişir və yeniləşir. Məsələ bu informasiyaların ictimai maraq dairəsində olanlarını seçə bilmək, operativ təqdim etməkdən ibarətdir”<sup>1</sup>.

“Yeniliklər” programını tərtib edərkən yuxarıda söylənən fikirləri unutmamaq, kiçicik xronikadan tutmuş reportaja, reportajdakı müsahibələrə, şərhlərə qədər hər bir materialın auditoriya üçün maraqlı olmasını və yenilik xarakteri daşımاسını yetərinə bilmək gərəkdir.

“Yeniliklər” informasiya programı günün xəbərlərinin, məlumatlarının tam toplusu olmalı, insanlar üçün informasiya bolluğu

<sup>1</sup> C.Məmmədli. “Jurnalistikyanın infaşir inkişaf meylləri”, Bakı, 2006. sah. 314

yaratmalıdır. Bu TV-nin on başlıca vəzifəsidir. Gənc jurnalsitlər və bu şərətli peşəyə yiyələnmək arzusunda olanlar vacib cəhətlərə diqqət yetirməli, gələcəyin yaxşı televiziya jurnalsiti, yaxşı redaktor, reportyor, intervüer, şərhçi və s. peşələrinə yiyələnmək məqsədilə daim mütaliə etməli, yazmalı, ekrana aparan yolu inamlı getməlidirlər. Unutmayaq ki, yaradıcılığına "Yeniliklər" programından başlayan gənc jurnalsitlər burda böyük təcrübə məktəbi keçir, TV-nin digər proqramlarına burdan qanadlanır və işləmək, püxtəlaşmək, peşəkarlığa qədər yüksəlmək onlar üçün asan olur.

"Bəzən informasiya ilə xəbəri eyniləşdirmək cəhdləri olur, lakin unutmayaq ki, informasiya ilə xəbər arasında ciddi fərqlər var. İnfomasiya xəbər sözünün ifadə etdiyi indilik, hər hansı bir hadisə haqqında məlumat deməkdir. Xəbər isə yenilikdir, indicə baş verən hadisə deməkdir. Xəbər indiyədək hələ adamların eştirinədiyi yenilikdir.

Xəbərin yenilik olması onun ictimai maraq kəsb etmə xarakterilə bağlıdır və mahiyyətilə cəmiyyətə təsir göstərir. Xəbər mütləq çoxluq üçün, bəlkə də hamı üçün maraqlı olmalıdır, xəbər oxucusunu, tamaşaçısını dünyada və ölkədə baş verən hadisələri duymağla və qiymətləndirməyə kömək etməlidir".<sup>1</sup>

Xəbərlər proqramı hazırlanarkən redaksiya əsas meyarlarla yanaşı "kim", "nə", "nə vaxt" "harada", "nə üçün" suallarının düzgün cavabını əvvəlcədən fikirləşməlidir.

Elə hadisələrə aid xəbərlər olur ki, proqramda "nə", "harada", "nə vaxt baş vermişdir" sualına cavab veriləndən sonra. "kim", "nə üçün" suallarını izah etmək şərhçiyə həvalə edilir. Şərhçi də öz növbəsində "nə üçün", "nə səbəbdən baş vermidir", "bunun hansı nəticəsi olmuşdur və ya ola bilər" suallarını ətraflı cavablaşdırmaqla TV tamaşaçısında hadisə barədə ətraflı təsəvvür yaradır.

Ümumiyyətlə istər beynəlxalq aləmdə, istərsə də ölkənin həyatında elə hadisələr baş verir ki, onların şərhə ehtiyacı olur. "Xəbərlər" proqramında şəhərin, müsahibənin, reportajın olması

<sup>1</sup> C.Məmmədli. "Jurnalistikyanın müasir inkişaf meylləri", Bakı,, 2006. səh. 228-229

həm ona janr müxtəlifliyi gətirir, həm də verilişi maraqlı edir. Müasir TV kanallarının “Xəbərlər” programlarında şərhə nadir hallarda yer ayrılır, şərhlər əsasən programdan sonra ekranada yer alır ki, bu da tamaşaçıda istənilən marağı yaratmır.

Nəhayət, xəbərlərin əsas əlamətini müəyyənləşdirən onun operativliyidir. Real həqiqətləri TV ekranında insanlara operativ çatdırmaq həm kanalın imicini artırır, həm də onun tamaşaçı auditoriyasını genişləndirir. Bu günün tamaşaçısını informasiyasız təsəvür etmək çətindir. Redaksiya bilməlidir ki, insanlar bu programı hər zaman səbirsizliklə gözləyirlər.

Bu program baş redaktordan tutmuş yaradıcı kollektivin hər bir üzvündən operativlik, obyektivlik, dəqiqlik, peşəkarlıq, qərozsızlık, gərgin iş tələb edir. Çünkü programın hər bir buraxılışı gün ərzində dünyada və ölkədə baş verən hadisələrin, yeniliklərin, həyat həqiqətlərinin gündəlik səhnənaməsini yaradır.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. “Xəbərlər”, “Yeniliklər” programlarının TV-də yeri barədə nə deyə bilərsiniz?
2. Bu programlara verilən tələblər hansılardır və verilişləri hazırlayan redaksiya hansı məsələlərə xüsusilə diqqət yetirməlidir? Bunlara aid konkret misallar çəkin.
3. İformasiya programlarında “Yenilik”lə “Xəbər”in fərqli cəhətləri barədə nə bilərsiniz? Bunları izah edin.

## **Analitik - publisistik janrlar**

Bu janra şərh, icmal, söhbət, diskussiya, tok-şou, mətbuat konfransı, brifinq daxildir.

**Şərh** - bu janra demək olar ki, bütün TV kanallarında, əsasən “Xəbərlər” programlarında müraciət olunur. Aktual ictimai - siyasi hadisələrin, mühüm sənədin operativ təhlilinə, izahına həsr edilir. Şərhi hadisəni ətraflı bilən, mühüm, əhəmiyyətli sənədlərin

məzmunu ilə tanış olan və şərhçi kimi ixtisaslaşanlar aparır. Beynəlxalq məsələlər üzrə şərhçi, iqtisadiyyat sahəsinə bələd olan şərhçi, mədəniyyət və incəsənət məsələləri üzrə şərhçi, idman şərhçisi və s. televiziyyada çıxış edərkən əsasən kadrda olur. Maraq doğurmaq üçün onun söylədikləri təsvirlərlə, rəqəmlərlə, sənədlərlə təsdiqlənir. Onda şərhçi ara-sıra kadr arxasına keçir, sənədlər və kadrlar dolğunluğu ilə ekranda canlandırılır. Şərhçi izah etdiyi mövzunu kifayət qədər bildiyindən, aktual hadisələrə və ya problemlərə yetərinə bələd olduğundan öz fikirlərini tamaşaçılara çatdırır, mətiqli arqumentilə yeri gəldikcə xüsusi vurgularla onları inandırır və nəticədə düzgün ictimai rəy formalaşdırır. Şərh əsasən müəyyən konkret hadisəyə, yeniliyə həsr olunur. Azərbaycanın televiziya kanallarında axşam saatlarında “yeniliklər” proqramlarından sonra vacib məsələlərin təhlilinə vaxt ayrılır, mövzunun aktuallığından asılı olaraq bu verilişlərə şərhçilərdən başqa millət vəkilləri, nazirlik, idarə rəhbərləri, mütəxəssislər dəvət olunur və aktual əhəmiyyətli məsələlər izah edilir. Bəzən elə məsələlər də olur ki, onların geniş tamaşaçı auditoriyasına izah edilməsinə ehtiyac duyulur, onda şərhçi şərh xatirinə deyil, ictimai rəyi formalaşdırmaq, vacib məsələlərə ətraflı aydınlıq gətirmək, insanlara əlavə bilgi vermək üçün TV auditoriyası qarşısına çıxır.

## **İcmal**

Bu telejurnalistikada özünəməxsus yer alan ənənəvi janrdır. İcmalda ictimaiyyətdə maraq doğuran faktlar, hadisələr onu aparan müəllisin konsepsiyasına uyğun qruplaşdırılır. İcmal adətən şərhə nisbətən geniş olur, müəyyən bir fakt və ya hadisə nəzərdən keçirilir, xronoloji qayda ilə tematik çərçivədə aparılır, baş verənlər bir kontekstdə ümumiləşdirilir. İcmalda məqsəd vacib, maraqlı problemləri auditoriyanın diqqətinə çatdırmaq, mövzul ilə əlaqədar toplanmış faktlara tamaşaçılарın diqqətini cəlb etmək və onlarda geniş və düzgün rəy yaratmaqdır.

**Məsələn:**

- Bu gün dünyada nələr baş verib?

- Dünya mətbuatı Qarabağ münaqişəsi barədə və s.

Dünyada baş verən hadisələrin, mövcud problemlərin, ayrı-ayrı ölkələrdə hələ də mövcud olan və ara-sıra qızışan emosiyaların səbəblərini insanlara çatdırmaq bu gün xüsusi lə vacibdir. Ancaq TV programlarında belə şərhlərə yetərinçə vaxt ayrılmır. Ötən əsrin 60-70-ci illərində Azərbaycan Televiziya və Radiosunda çox aktual icməllər verilirdi. Əslində bu gün yaşadığımız dövrdə ötən illərə nisbətən həm siyasi, həm sosial-iqtisadi, həm də beynəlxalq problemlər yetərinçədir, onların şərhinə böyük ehtiyac var. TV ekranları qarşısında əyləşənlər, radio dalğalarına qulaq asanlar bu problemlər barədə ətraflı məlumatlanmaq, olayların əsas mahiyyətini dərk etmək, əsl gerçəkliyi başa düşmək arzusu ilə yaşayırlar, onların bu istəyi təbiidir.

Icməllər mövzu cəhətdən müxtəlif olur. Mədəniyyət, incəsənət, elm aləmində baş verən yeniliklərə, idman yarışlarına həsr olunur. Bu mövzuda çıxış edən icmalçıların söylədikləri təsvirlərlə, fotosularla, sənədlərlə təsdiqlənərkən artıq şərhə ehtiyac qalmır.

Bu gün respublika qəzetləri nədən yazar ifadələrini hər gün teleradio ekranlarından və efirindən eşidirik. TV ekranında çıxış edən icmalçı qəzet səhifələrini vərəqləyə-vərəqləyə tamaşaçıda maraq doğuracaq yazıları diqqətə çatdırır. Eyni mövzuda qəzetlərdəki məqalələri, xəbərləri qruplaşdırır.

Dünya telekanalları gündəlik qəzetlərin xülasəsinə hər səhər, hər axşam ekranlarda xüsusi vaxt ayırır, mətbuatın, elektron jurnalistikanın fəaliyyəti ilə tamaşaçıları yaxından tanış edir, insanları maraqlı yazılar, məlumatlar dərc edən qəzetləri oxumağa istiqamətləndirirlər. Azərbaycan telekanallarında da qəzetlərin xülasəsinə hər səhər yer ayrılır və gündəlik mətbuatdakı yazılar barədə məlumat verilir. Çox vaxt açıq - aydın hiss olunur ki, bu xülasəni tamaşaçılara çatdırın jurnalistlər bəlkə də vaxtin azlığından hazırlıqsız, materiallarının çoxu ilə tanış olmadan, məqalələrin məzmununa dərindən vərmədan effirə çıxır. Nəticədə mətbuatın aktual mövzuda yazıları barədə yetərinçə məlumat verə bilmirlər.

## **Söhbət**

Söhbət analistik publisistik televiziya janrında spesifik cəhətləri ilə daha çox fərqlənən, tamaşaçılarda maraq doğuran və konkret mövzuya həsr olunan janrdir. İctimai maraq doğuran siyasi-iqtisadi, sosial, əxlaq-etika, elmə aid məsələlərə həsr olunan söhbətin ssenarisi əvvəlcədən yazılmır. Çünkü ssenari iki və ya daha çox adəmin ekran qarşısında aparacağı dialoqu çərçivəyə salar və bu da onun istənilən nəticəni verməsinə mane ola bilər.

Söhbətin təşkilatçısı kimi cavabdeh olan jurnalist-aparıcı əvvəlcədən elə fikirləşməlidir ki, mövzunun tam təhlili verilsin, obyektivlik, fikir müxtəlifliyi və tərəflərin nəzər nöqtəsi tamaşaçılara aydın olsun. Ona görə də söhbətin mövzusunu əvvəlcədən yaxşıca dərk edən jurnalist həm özü, həm də studiyaya dəvət etdiyi adamlar intellektual səviyyələri ilə seçilməlidir. Aparıcılıq edən jurnalist, publisist söhbətdə əsas sima olduğu üçün müəyyənləşdirdiyi tezislərə əsasən verilişin strukturunu düzgün qurmalı onun ideya məzmununu dəqiqləşdirməli, dəyirmi stol arxasında əyləşənlər bilik səviyyəsinə, məlumatlılığına görə seçilməlidir. O, sanki ev sahibi kimi qonaqlarına elə şərait yaratmalıdır ki, onlar müəyyən vaxt ərzində ekranda fikir və düşüncələrini biri-birilərinə hörmət etməklə söyləyə bilsinlər, əsl həqiqəti üzə çıxarmaqdə çətinlik çəkməsinlər.

Söhbət iştirakçıları ekran qarşısında bərabər hüquqlu olduqları üçün birisinin digərinin sözünü kösməsinə, əsəbiləşdirməsinə, təhqiqidici ifadələr işlətməsinə, fikir və mülahizələrinin başqasına aksioma kimi qəbul etdirmək cəhdlerinə yol verilməməlidir. Söhbət iştirakçılarından kimin daha arqumentli damışdığını, mövzunun mahiyyətinə uyğun fikir və mülahizələrini daha düzgün söylədiyini nəticədə tamaşaçı müəyyənləşdirəcək.

Aparıcı jurnalist bir məqamı yaddan çıxarmamalıdır ki, söhbət zamanı fikirlər toqquşa, emosiyalar qızışa bilər ki, nəticədə məqsədin axarı başqa istiqamətə - diskussiyaya çevrilə bilər. Bu da tamaşaçının ürəyincə ola bilməz. Söhbətə hazırlaşan jurnalist radiodan fərqli olaraq söylənənləri faktlarla, video kadrlarla, sə-

nədlərə, statistika məlumatları ilə, diaqramlarla təsdiqləmək və rəngarəngliyə nail olmaq üçün əvvəlcədən hazırlıq görməlidir.

### **Diskussiya (latın sözüdür, araştırma aparmaq, müzakirə açmaq deməkdir)**

TV-də bir janr kimi maraqlı olan diskussiya bu və ya digər hadisə, mövzu barədə canlı söhbət aparmaq, faktın, hadisənin baş vermə səbəblərini, əsl həqiqəti üzə çıxarmaq, nəticədə fikir və mülahizələr plüralizminə nail olmaq məqsədilə aparılır. Televiziya tamaşaçılarının gözləri qarşısında aktual əhəmiyyətli məsələnin müzakirəsində iştirak etmək üçün aparıcı bir neçə intellektual səviyyəli, savadlı adamı studiyaya dəvət edir. Verilişə qədər hazırlanmış işi aparan telejurnalist mövzunu özü üçün yetərinə aydınlaşdırır, dialoqun iştirakçılarını səhbət gedəcək əsas məsələ barədə məlumatlandırır. Diskussiya iştirakçıları studiyaya artıq mövzu ilə əlaqədar şəxsi fikirləri, mülahizələri və arqumentləri ilə hazır gəlirlər.

Diskussiyani aparan telejurnalist veriliş zamanı dialoq iştirakçıları ilə tamaşaçılar arasında sanki vəsitəçi rolunda olur. Tamaşaçılar jurnalisten diskussiyani aparmaq səriştəsini aydın hiss etməlidir. Bundan əlavə o, müzakirənin gedişində daha geniş məqamlara toxunmaq, mövzu ilə əlaqədar vacib arqumentlər götirməklə iştirakçıları lazımi axara istiqamətləndirməyi bacarınlı, elə etməlidir ki, mövzunun müzakirəsinin məqsədi ona baxan auditoriya üçün aydın və maraqlı olsun. Dəyirmi masa arxasında əyləşən müzakirə iştirakçıları da janrıñ tələblərindən kənara çıxmamalı, və səhbəti elə aparmalıdırular ki, ekranda səhbət üçün ayrılan vaxt hədər getməsin, tamaşaçılar diskussiyanın, mübahisənin gedişindən razi qalmaqla lazımlıca faydalansınlar.

Aparıcı studiyaya gələnləri biri-birindən bir qədər aralı oturtmalı, səhbətin maraqlılığı üçün onları bir qədər emosiya ilə, ucadan danışmağa istiqamətləndirməlidir. Verilişin maraqlı doğurması aparıcıdan çox asılıdır. O, elə etməlidir ki, ekranda səhbət üçün ayrılan vaxt hədər getməsin, tamaşaçılar diskussiyanın, mübahisənin gedişindən razi qalmaqla lazımlıca faydalansınlar.

## **Tok-şou**

Bu janrda proqramlara qərb televiziyalarının tamaşaçıları ötən əsrin 60-70-ci illərində baxmağa başlayıb. SSRİ telejurnalistikasına bu janr Qərbdən gəlib və 1985-ci il Sov İKP MK-nın aprel plenumunun nəticəsi olaraq yenidənqurma, demokratiya, plüralizm kampaniyasından sonra daxil olub. Azərbaycan televiziyaları isə bu janrdan XX əsrin sonlarından bəhrələnməyə başlayıb.

“Tok-Şou” (talk show - danışqli, dialoqlu tamaşa deməkdir) - bu proqram televiziya tamaşaçılarının ekranlarda həvəslə baxdıqları verilişlər içərisində özünəməxsusluğunu ilə, rəngarəngliyi ilə seçilir. Proqramın xüsusiyyəti elədir ki, aparıcı studiyaya çoxlı adam dəvət edir və veriliş gedərkən kənardan tamaşaçılar da ona qoşulur, maraqlı söhbətlərin, diskussiyaların, oyunların fəal iştirakçılara çevrilirlər. Nəticədə kütləviliyi ilə, rəngarəngliyi ilə şou insanlarda gözəl təəssürat yaradır. Tok-şouları adətən jurnalistlər, artistlər aparırlar. Proqramın artistlik məharətinə, improvisə etmə qabiliyyətinə malik aparıcılara həvalə edilməsi verilişin daha maraqlı hazırlanmasına səbəb olur.

Tok-şou maraqlılığına və baxımlılığına görə aparıcıdan o qədər asılıdır ki, onu istedadlı jumalist proqramı hesab edirlər. Aparıcının imici proqramda xüsusi rol oynayır. Hazırcavaşlılıq, humor hissi, danışanı dinləmək mədəniyyəti və plastik hərəkətlər proqramın uğuruna yaxşı təsir edir.

Azərbaycan televiziyasında tok-şoular getdikcə artır, tamaşaçıların maraqla baxdıqları proqrama çevrilir.

Aparıcılar şəxsi, yaradıcılıq keyfiyyətləri, axtarmaq bacarıqları, mədəniyyətləri ilə tamaşaçıları özlərinə cəlb etmək, çevikliyi, yeri gəldikcə humorluluğu, oxumaq, rəqs etmək, lətifələr, tapmacalar söyləmək qabiliyyətləri ilə seçilirlər.

Bu janrda proqramlar əsasən günün aktual, sosial-mədəni, siyasi hadisələrinə, maraqlı həyat problemlərinə, mübahisəli mövzulara həsr edilir.

## **Mətbuat konfransı**

Jurnalistikada daha geniş yayılmış məlumat almaq üsulu ilə seçilən bu janrda diskussiya və müsahibənin oxşar elementləri nəzərə çarpir. Burada günün maraq doğuran məsələləri, hadisələri haqqda daha ətraflı məlumat alıb tamaşaçılara, dirləyicilərə, oxuculara çatdırmaq məqsədilə jurnalistlər mövzunu yetərinçə bilənlərə müraciət edirlər.

Məs., iki dövlət başçısının görüşləri, söhbətləri barədə KİV-i məlumatlaşmaq, jurnalistlərin suallarını cavablandırmaq məqsədilə mətbuat konfransları keçirilir, görüşün iştirakçıları mətbuat nümayəndələrinə təqdim olunur, hər bir dövlət başçısı apardıqları söhbət barədə məlumat verir, fikirlərini söylədikdən sonra jurnalistlərin suallarını dirləyirlər. Bu xarakterli tədbirlər bəzən saatlarla davm edir. Mətbuat konfranslarını müxtəlif nazirliliklərin, komitələrin, idarələrin rəhbərləri də təşkil edir və öz işləri, gördükleri tədbirlər və qarşıda duran vəzifələr barədə KİV nümayəndələrini məlumatlandırırlar.

Bəzən mətbuat konfranslarından fərqli olaraq jurnalistlər üçün brifinqlər (briefings) təşkil olunur. Brifinqlər jurnalistləri sosial-siyasi məsələlərlə əlaqədar görülən işlər və nəzərdə tutulan tədbirlər barədə qısa, yiğcam şəkildə məlumatlaşdırmaq məqsədilə keçirilir. Xarici işlər nazirliyinin mətbuat mərkəzi təşkil ediləcək mühüm beynəlxalq əhəmiyyətli tədbir barədə jurnalistləri məlumatlaşdırmaq üçün brifinq təşkil edir. Yaxud prezidentin, baş nazirin başqa xarici ölkəyə nəzərdə tutulan səfəri, onun məqsədi, görüşlər zamanı müzakirə ediləcək məsələlərlə əlaqədar jurnalistləri mətbuat mərkəzinə dəvət edib məlumatlaşdırır və ictimaiyyətin nəzərinə çatdırılmaq üçün informasiya verilir.

Bundan başqa mətbuat konfransı və brifinqin digər forması olaraq nazirlik, idarə və təşkilatlarda "Qaynar Xətt" açılır və buraya suallarla müraciət edən jurnalistlər və vətəndaşlar telefonlar vasitəsilə cavablandırılır.

## **Suallar və tapşırıqlar:**

1. Analitik-publisistikaya hansı janrlar daxildir? Onları sadalayın.
2. Şərh icmaldan hansı cəhətləri ilə fərqlənir?
3. TV-də disskussiya və söhbətin məqsədi, aparıcının bu programda yeri və rolü barədə nə deyə bilərsiniz?
4. Tok-şou ilə TV-nin digər proqramları arasında hansı fərqli cəhətlər var? Azərbaycan TV-lərində daha çox xoşunuza gələn şou proqramının adını çəkin.

## **Bədii-sənədli publisistika janları**

Bu janra oçerk, felyeton, pamflet, zarisovka, esse daxildir.

### **Teleoçerk**

Bu gün müasir televiziya jurnalistikasında oçerk janrında verilişlərə az-az rast gəlinir. Mətbuatda isə bu janra - onun ayrı-ayrı növlərinə - portret-oçerkə, problem-oçerkə, səyahət-oçerkə tez-tez müraciət olunur.

Jurnalistikada on illərlə inkişaf yolu keçən oçerk TV-nin publisistika janları arasında bədiiyi ilə daha çox seçilir. Bu janrin mövzusu real həyat hadisələrinə, keçdiyi həyat yolu insanlar üçün maraqlı olan, ictimaiyyətdə tanınan adamlara həsr olunur. Jurnalistikada oçerki sənədli tədqiqatlarla bədii hekayət arasında sərhəd janrı kimi fərqləndirirlər. Teleinformasiyadan fərqli olaraq bir subyekt kimi insan və onun fəaliyyəti qələmə alınır, müəyyən bir dövrün prosesləri əks etdirilməklə keçmişdə olub ötənlər təsvirlərlə, müxtəlif priyomlarla ekranlarda canlandırılır. Bu janrda sənədlilikdən yayınma hallarına yol vermək mümkün deyil. Janrin mürəkkəbliyi də bununla əlaqədardır. Ona görə də oçerk janrında veriliş hazırlayarkən TV jurnalisti və yaxud publisist seçdiyi mövzu ilə əlaqədar yaxın keçmişdə baş vermiş həyat hadisələrini ekrana dəqiqliklə gətirmək üçün onun məkanını, dəqiq vaxtını, adları ictimaiyyətə məlum olan insanlar barədə mü-

hüm məqamları diqqətlə öyrənməlidir. Bütün bunlar oçerk müəllifindən istedad, yüksək peşəkarlıq və aydın mövqe tələb edir.

Teleoçerkdə söylənənlər təsvirlərlə göstərildikcə hadisənin fonunda insan xarakteri bədii dillə açılır. Jurnalistikada belə bir kəlam var: "Əgər reportaj bir janr kimi hadisənin tarixidirsə, oçerk xarakterlərin tarixidir".

Portret-oçerkdə müəllif qəhrəmanın keçdiyi şərəflə həyat yolu- nu ekranda canlandırmaqla, onun bu və ya digər hərəkətlərinin baş- vermə səbəblərini ətraflı ayrıca şəxsiyyət kimi, digər keyfiyyət- lərini də unutmamalıdır. Oçerk qəhrəmanın psixologiyası, xarak- teri, fəaliyyətinin məqsədi tamaşaçıya nümunə olmalıdır. Bu janrin tələblərinə görə real insan olduğu kimi ekranda görünməlidir.

Yol-oçerkinin mövzusu kompozisiyalılığı və bir qədər sadəli- yi ilə portret oçerkdən fərqlənir və buna televiziya ekranlarında daha geniş yer verilir. Əgər portret oçerkdə konkret insanların həya- ti, keçdiyi yol, əməli qabar dılrsa, yol oçerkində çəkilişlər repor- taj formasında aparılır, təəssüratların nəticəsi olaraq konkret şə- hər, onun görməli yerləri, maraqlı tarixi abidələri, muzeyləri tə- bii gözəllikləri müəllifin dili ilə canlandırılır. Bu janrda hazırla- nan oçerk sənədli film təsiri bağışlamaqla insanları TV-nin kiçik ekranında həmin yerlərə səyahətə çıxarır. Oçerk müəllifi bu janrda hazırlanan verilişdə mətndən, sözdən çox təsvirlərə diq- qət yetirməli, televiziyanın təsvir imkanlarından yekərincə istifa- də etməlidir. Bu da müəllifdən peşə ustalığı və yaradıcılıq bac- rığını təlob edir. Elə etmək lazımdır ki, televiziya təsvirləri tama- şاقılara maraqlı hekayət təsiri bağışlaşın.

Ümumiyyətlə, oçerk janrında hazırlanan TV verilişlərində göstə- rişlən qəhrəmanların keçdiyi həyat yolu, xoş əməlləri, xarakterləri tamaşaçılara nümunə olmalıdır. Belə oçerklər ekranda maraqla ba- xılır, tamaşaçılar tərəfindən razılıqla qarşılanır ki, bu da həm TV-nin, həm də onun yaradıcılıq qrupunun böyük uğuru hesab olu- nur.

## Satirik-publisistika janrları

Publisistliyi, bədiiliyi və ictimai əhəmiyyətliliyi ilə fərqlənən satirik janrların jurnalistikada özünəməxsus yeri var. TV-də satirik proqramlar, mətbuatda yazılar həyat həqiqətlərini, mənfilikləri, çatışmazlıqları, bu janrin tələblərinə uyğun peşəkarlıqla hazırlamağı, mühüm sosial əhəmiyyət kəsb edən məqamları məharətlə açıb göstərməyi tələb edir. Çünkü satira obyekti olan strukturlar, insanlar ünvanlarına deyilən acı tənqidlərlə heç cür barışmaq istəmir və çox hallarda şikayetlə məhkəmələrə müraciət edirlər.

Teleauditoriyaya çıxarılan satirik proqramlar tənqid obyekti olan şəxsləri, strukturları tənqid etməklə onları ictimaiyyətin gəzü qarşısında pis vəziyyətə salır. Satirik proqramlar həyatdakı eybəcərlikləri bədii dillə, humorla, sənədli təsvirlərlə göstərməklə cəmiyyətdə “sosial təmizləyici” rolunu oynayır. Bu janr jurnalistdən böyük məsuliyyət, obyektivlik, vicdanlılıq, məsuliyyət tələb edir. Böyük peşəkarlıq və jurnalist istedadı hesabına başa gələn belə proqramlarda mətndən tutmuş karikaturalara qədər hər şey diqqətlə ölçülüb biçilməli, həyat hadisələri təhrif edilmədən olduğu kimi göstərilməlidir.

Felyeton janrında proqramda müəllif qələmə aldığı mənfililikləri elə açıb göstərməlidir ki, o, insanlarda qəzəb və acı gülüş doöursun. TV elə vasitədir ki, burada yaradıcılıq üçün geniş imkanlar var, onun təsvir və ekran dilindən yetərinə istifadə etmək üçün müəllif və rejissor birlikdə işləməlidir. Yaradıcı qrup bilməlidir ki, bu proqramlarda məqsəd adamlarda eybəcər əməllərdən uzaq olmaqdə, nöqsanları bir insan kimi aradan qaldırmaqdə cəsarət hissələri tərbiyə etməkdir.

Ciddi yoxlanılmış faktlar, real ünvan, bəzən başqa adla tənqid obyekti seçilən real insan həmişə televiziya felyetonunun maraqlı mövzusuna çevirilir. Bu elə bir janrıdır ki, müəllif çox ehtiyatlı olmalı, peşə etikası normalarını heç vaxt yaddan çıxarmamalıdır.

Günün mühüm siyasi hadisələrinə həsr olunan felyetonları TV publisistikasında “pamflet” adlandırırlar. Rusiya televiziyasında yaxın keçmişə qədər dəbdə olan və həvəslə baxılan “kuk-

lalar”, “ışıqları söndürün” programları pamphletin ən yaxşı nümuneleridir. Bundan əlavə ayrı-ayrı humor ustalarının tamaşaçıları da eybacərliklərə qarşı yaratdıqları acı gülüş, bənzətmələr auditoriya tərəfindən maraqla qarşılanır.

Azərbaycan TV-lərinə gəldikdə bu janrlara çox nadir hallarda müraciət olunur. Belə çıxır ki, TV-lər nöqsanlarla, mənfiliklərlə və həyatdakı eybacərliklərlə artıq barışmaq qərarına gəliblər. Nəzərə almaq lazımdır ki, həyat davam etdirkə, inkişaf olduqca nöqsanlar da, çatışmazlıqlar da, cəmiyyətin inkişafına mane olan və həyatda heç cür yerini tapa bilməyən, əliyəriliyə, rüşvətxorluğ'a, korrupsiyaya qurşanmış adamlar da olacaq. Ona görə də satirik janrlar güclü bir silah kimi heç vaxt aktuallığını və əhəmiyyətini itirməməlidir. TV jurnalistləri bu janrlara müraciət etməklə cəmiyyətə hələ çox şey deməlidirlər.

### Zarisovka

Bu janra müasir televiziya programlarında ara-sıra rast gəlmək olur. Zarisovkada operator məhərəti, ustalığı, çəkilişlərin bədiiliyi, rəngarənglik xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Əvvəllər televiziyalar bu janrda hazırlanmış sujetləri “xəbərlər”, “yeniliklər” programlarından ya əvvəl, ya sonra, yaxud da həcmə nözərdə tutulduğundan az olan iri verilişlərin kəm-kəsirini doldurmaq məqsədilə göstərirdilər.

Zarisovkada gözəl təbiət mənzərələri, payız-qış, yaz lövhələri canlandırılır, ona baxanlar sanki bir neçə dəqiqə dincəlirlər. Gözəl tarixi memarlıq abidələri, maraqlı nadir incəsənət inciləri tamaşaçını məlumatlandırmaqla heyran edir. Bu janra müraciət edən jurnalist-müəllif, operator və rejissorun birgə yaradıcılığı, səs rejissorunun seçdiyi musiqi parçaları, müxtəlif səs effektləri zarisovkanın töbiliyini artırır, insanlarda xoş əhval-ruhiyyə yaradır.

Zarisovkada gözəl təsvirlər, mənzərələr, göz oxşayan kadrlar, TV-nin ifadə vasitələrindən məhərətlə istifadə edilməsi nəticəsində mətnə, sözə o qədər də ehtiyac duyulmur. Müəllifin deyəcəyi sözü, fikri ustalıqla çəkilmiş və peşəkarlıqla montaj edilmiş

lövhələr ifadə edir.

Məs: "Bakı axşamları", "Bakıya payız gəlib", "Bakının qış mənzərələri", "Dənizkənarı bulvarın bir günü", "Bakı telekameranın gözü ilə", "Bakının görməli yerləri", "Göygöl mənzərələri", "Batabata səyahət" və s.

Bu mövzuda çəkilmiş və ya digər zarisovkalar həmişə TV ekranlarına rəngarənglik, baxımlılıq götərir. Lakin bu gün TV-lər "klip"lərə ekranda üstünlük verdiklərindən zarisovkalara etinasiqliq açıq-aydın hiss olunur. Bu ilk növbədə TV-nin biznes mərağı ilə əlaqədardır. Belə getsə, vaxtilə ekranlarda həvəslə baxılan, gözoxşayan, böyük zəhmət və yaradıcılıq axtarışlarının nəticəsi olan bu janr gələcəkdə tamamilə unudula bilər.

### **Esse**

TV-də mənbəyini informasiyadan götürmüş bu janr getdikcə obrazlılıq xüsusiyyətləri kəsb etmiş, fəlsəfi, estetik, ədəbi-tənqidi publisistika janrinin danişq növü kimi formalasmışdır. Essedə müəllifin şəxsi fikir və düşüncələrini, mülahizələrini sərbəst söyləməsilə onun özünün maraqlı şəxsiyyət olduğu tamaşaçı diqqətindən yayınır.

Ötən əsrin 80-90-cı illərində hamının tanıdığı Asif atanın AzTV-də apardığı "Esse" programına tamaşaçılar maraqla baxır, onun fəlsəfi fikir və mülahizələri insanları düşündürməklə yanaşı həm də maarifləndirirdi.

Son illər bu janrda program o qədər də rast gəlinmir, bu ya essenin mürəkkəbliyi, ya aparıcı-müəllif tapmaq çötünlüyü, ya da onun unudulması ilə əlaqədardır. Anıma həqiqət naminə deyək ki, bu gün ekranın baxımlılığı və maraqlılığı üçün fəlsəfi sözə, insanları düşündürən fikirlərə ehtiyacı var. Bəlkə də vaxt keçəcək TV-lər bu janra yenidən müraciət edəcəklər.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. Bədii-sənədli publisistika janrları hansılardır? Onları sadalayın.

- Oçerkə verilən tələblər barədə nə bilirsiniz? Onun növlərini sadalayın.
- Zarisovka nə deməkdir və onun TV-də yeri barədə nə deyə bilərsiniz?
- Satirik-publisistika janrlarına verilən əsas tələblər hansılardır?

## Sənədli televiziya filmləri

Telefilmlər TV-nin bədii-sənədli publisistika janrlarına daxil edilməsə də bu sənət əsərləri ekranlarda daim özünəməxsus yer alır, bu gün onların yüz minlərlə, milyonlarla tanmaşacısı var. TV-nin gündəlik proqramlar, verilişlər axımında bədii, sənədli TV əsərləri həyatımızın müxtəlif sahələrinin, müxtəlif dövr və proseslərin salnaməsi kiini yaddalarda qalır.

Televiziya və kinonun sintezi olan qısa metrajlı bədii və sənədli filmləri yaradan “Telefilm” Azərbaycan tarixinin bir parçasını, onun ekranda canlandırılan canlı salnaməsini eks etdirməklə gələcək nəsillərə maddi-mənəvi irsimizi, vətənimizin etnik-etnoqrafik xüsusiyyətlərini, sənətkarlarını, şəxsiyyətlərini, məişətimizi, folklorumuzu, bu günümüzün reallıqlarını çatdırmaq sahəində daim yaradıcılıq axtarışları aparır. Azərbaycanı dünyaya tanıtmaq üçün bədii, sənədli, uzunmürlü, baxımlı kinoəsərləri yaradır. Bu əsərlər ekranlarımızda göstərilənəklə yanaşı kino festivallarda, baxış forumlarında da müntəzəm nümayiş etdirilir. “Telefilm” yaradıcılıq birliyinin çəkdiyi sənədli, bədii filmlərin özünəməxsus dili var. Bu informatik xarakterilə təmiz, səlis, aydın ədəbi-bədii şifahi danışq dilidir. Müasir dünyamız informasiya əsrini yaşıyır. Sənədli televiziya filmləri də bu günümüzün reallıqlarının informasiyasıdır, gələcək nəsillərə yadigar qalaçaq, onları yetərincə məlumatlaşdıracaq informasiyadır. Bu sənət əsərlərini yaradan rejissorlar, operatorlar, ssenari yazan publisistlər bu filmlərin uzunmürlü olması üçün bütün yaradıcılıq imkanlarından lazıminca istifadə etməyə çalışırlar.

Telefilmin ssenarisi yazıldan sonra yaradıcı kollektivə təqdim edilir, onu çəkəcək yaradıcı qrup işə başlamaq üçün tələbnamə verir. Tələbnamə “Telefilm” yaradıcılıq birliyinin rəhbərliyi ni əmin etməlidir ki, yeni çəkiləcək film ö mövzu və məzmunu ilə tamaşaçı marağına səbəb olacaq, ekran əsəri kimi TV kanalının program siyasetinin tələblərinə cavab verəcək.

Bundan sonra yaradıcı qrupa çəkilişə başlamağa sərəncam verilir.

Ssenarının üç forması olur-işçi ssenari, ədəbi ssenari, rejissor ssenarisi, bir də vacib sənəd sayılan mantaj vəroqi. Bunlar yaradıcı istehsalat qrupuna işə başlamaq üçün sözsüz fəaliyyət programı sayılır.

Bədii verilişlərin bir qolu kimi mürəkkəb ekran əsəri sayılan telefilmlər kollektiv yaradıcılıq zəhmətinin bəhrəsi kimi yaranır. Ona görə də bu ekran əsərlərinin keyfiyyətli olması üçün çəkilişə cəlb olunmuş hər bir yaradıcı peşə sahibi rejissor, operator, müsiki tərtibatçısı və mətni kadrlar arxasında səsləndirən diktör öz yaradıcılıq imkanlarından, fantaziyasından bacarıqla istifadə etməklə bu tamaşaçılar tərəfindən maraqla baxılacağı barədə düşünməlidir.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. Telefilmlərin mövzusu hansılardır?
2. Sənədli TV filmlərinin ssenarisinə verilən tələblər nədən ibarətdir?
3. TV filmlərinin çəkilişinə hansı mərhələdən sonra başlanır?

## **IV Fəsil**

### **Televiziyada jurnalist peşələri**

Televiziya jarandığı gündən peşə vəzifələrini də müəyyənləşdirib. Sonalar zaman keçdikcə inkişaf get-gedə öz sözünü deyib və yaradıcılıq prosesində əvvəlki peşələrə əlavələr edilib. Bu gün TV-lərdə jurnalist peşələri belə müəyyənləşdirilib.

1. Baş redaktor
2. Redaktor
- 3 . Prodüser
4. Telereportyor
5. Şərhçi
6. İcmalçı
7. İntervüyer
8. Aparıcı (moderator)
9. Tok-şou aparıcısı
10. İnformasiya programının aparıcısı

**Baş redaktor** - Televiziyada məsuliyyətli vəzifə hesab olunur. Jurnalistik peşəsində təcrübəli olmaqla yanaşı savadlı, təşkilatçılıq və idarəcilik qabiliyyətinə malik olmalı, efirə gedəcək verilişlərin məqsədini və auditoriyaya təsirini əvvəlcədən dərk etməli, yaradıcılıq təşəbbüslerini inkişaf etdirməli, hər bir jurnalistin iş qabiliyyətini bilməklə redaksiyada və efirdə onların yerini düzgün müəyyənləşdirməli, informasiya mənbələrinə yaxından bələd olmalı, onlarla sıx əlaqələr yaratmalı, ictimai-siyasi, sosial-iqtisadi məsələlərdən, dövlətinin daxili və xarici siyaset prioritətlərindən xəbərdar olmalı və daha neçə-neçə funksiyaların

öhdəsindən gəlməyi bacarmalıdır.

O, həm də redaksiyada çalışanların rəhbəri, istiqamətvericisi, hər bir yaradıcı işçinin məsləhətçisidir. Baş redaktor tutduğu vəzifəsinə görə ekranda göstəriləcək bütün verilişlərə görə məsuliyyət daşıyır və programları efirdə getməzdən əvvəl imzalayır.

Baş redaktordan yüksək vəzifə tutan şirkətin rəhbəri, prezidenti isə yaradıcılıqdan çox inzibati təşkilatçı hesab olunur.

**Redaktor** - televiziyanın hər bir baş redaksiyasında bir neçə redaktor ştatı olur. Bu redaktorların hər biri ayrı-ayrlıqda vacib yaradıcı fiqur hesab edilir. Redaktor verilişin ideyasına, dil, üslub, ədəbi cəhətdən redaktəsinə cavabdehdir. Verilişdə iştirak etmək üçün adamları məlumatlılığına, savadına, danişiq qabiliyyətinə görə redaksiyaya dəvət etməlidir. Bütün bunlar redaktordan böyük məsuliyyət, bacarıq və savad tələb edir.

Redaktorla birlikdə prodüser də programın hazırlanmasında əsas rol oynayır. O, verilişin efir versiyasının təminatçısı kimi programın titrlərini, subtitrlərini, göstəriləcək şəkilləri, sxemləri, xəritələri, onların düzümünü, hansı məqamda göstəriləcəyini və digər vacib məsələləri müəyyənləşdirir. O, həm də çəkilişlərin və programın əsas təşkilatçısı vəzifəsini yerinə yetirir.

Televiziya proqramları kollektiv, yaradıcılıq məhsuludur. Ona görə də hər bir verilişin özünün rejissorу, səs rejissorу, operatoru və onların köməkçiləri olur. Onların peşəkarlıqla çalışmaları programın keyfiyyətliliyində və baxımlılığında özünü aydın bürüzə verir.

**Reportyor.** Televiziyanın informasiya proqramlarında reportyor (müxbir) peşəsi əsas vəzifələrdəndir. Reportyor peşəsi TV-lərdə son illər ştat vahidi kimi müəyyənləşib. Adətən televiziyalara gələn gənc jurnalistlər işə reportyorluqdan (müxbirlikdən) başlayır.

Reportyorluq peşəsinin bir sıra özünəməxsus cəhətləri var. Əvvələn reportyorluğa başlayan jurnalistin bu peşəyə xüsusi istək və marağı olmalıdır. Reportyor televiziya tamaşaçıları ilə real həyat arasında vasitəçidir. Operativlik, peşəkarlıq, sənətinə vurğunluq,

dözümlülük, maraqlı informasiyanı hiss etmək, məlumatlılıq, həvəslə işləmək, hadisələrə reaksiya vermək, daim informasiya, yenilik axtarışında olmaq reportyor peşəsinin əsas xüsusiyyətləridir.

Reportyor çox hallarda çəkilişlərə briqada ilə - operator, sürücü ilə gedir, sürücü lazımlı gələndə işiqçi işini də görür. "Qaynar" nöqtələrə isə təkbaşına yollanır və çəkilişlə əlaqədar bütün işi özü görməli olur. O, xüsusilə millətlərərə qarşıdurmadan, müxtəlif dini qurumların üz-üzə durduğu yerlərdən şahidi olduğu anları çəkməli, münaqişə tərəflərinin dediklərini yazmalı, hadisəni görənlərdən müsahibələr alaraq təcili redaksiyaya qayıtmalı və hazırladığı materialın ekranda təhrif olunmadan göstərilməsi üçün peşəsinin bütün imkanlarından bacarıqla istifadə etməlidir.

Münaqişə və qarşıdurma zamanı çəkiliş aparan reportyor orada hadisələrə şəxsi münasibətini bildirməməli, kimin ədalətli, kimisinin ədalətsiz olduğunu söyləməməli, elə davranışmalıdır ki, üz-üzə duran tərəflər onu təhqir etməsinlər, bədən xəsarəti yetirməsinlər, kamerasını vurub sindirməsinlər. Bu reportyordan peşə səriştəsi, bacarıq və yüksək ehtiyatlılıq, soyuqqanlıq tələb edir. Onun bir məqsədi olmalıdır: çəkdiyi materialı bir qədər sonra göstərməklə TV ekranı qarşısında əyləşən və hadisələrdən narahat olan tainasaçılara doğru, dürüst, obyektiv məlumat çatdırmaq. Bu reportyorum həm peşə borcu, həm də vətəndaşlıq vəzifəsidir, həm əməkdaşı olduğu telekanalın, həm də özünün imicisi üçün xüsusişə lazımdır.

Reportyor peşəsilə yanaşı TV-lərdə xüsusi müxbir vəzifəsi də var. Bu vəzifədə çalışın telejurnalıst ya paytaxt şəhərdə, ya da şəhərdən və ya ölkədən kənarda redaksiyanın xüsusi tapşırıqlarını yerinə yetirir. O, xarici dil bilməli, xüsusi ali savadı olmalı, siyaseti, ölkələrərə münasibətləri, tarixi, ədəbiyyatı, psixologiyani və s. yetərinə bilməlidir. Xüsusi müxbir intizamlılığı, təşkilatçılıq bacarığı, obyektivliliyi, yüksək peşəkarlığı ilə fərqlənməlidir.

70-80-ci illərdə Azərbaycan televiziyasında regionlar üzrə müxbir statı təsdiq edirdi. 7 regionda televiziyanın "Günün ekr-

m” xəbərlər programının müxbir və reportyorları fəaliyyətə başladı. Moskvada da “müxbir məntəqəmiz” yaradıldı. SSRİ teleradio komitəsinin rəhbərliyi Pyatnitski küçəsində məntəqə üçün münasib ofis verdi. Bir neçə otaqdan ibarət ofisi texniki avadanlıqla Azərbaycan teleradio komitəsi təmin etdi. Əməkdar jurnalist, ömrünün çox hissəsini jurnalistikaya həsr etmiş, ictimaiyyətdə, efirdə, ekranda tanınan Altay Zahidov 25 ilə qədər bu məntəqəyə rəhbərlik etdi. Onun Moskvada Azərbaycanla əlaqədar bütün tədbirlərdən hazırladığı reportajları, müsahibələr demək olar hər gün “Günün ekranı”nda göstərilirdi. Əməkdar jurnalist A. Zahidov işgüzərliyi, operativliyi, peşəkarlığı ilə fərqlənən, daim yaradıcılıq axtarışında olan, “ölçatmaz şəxsiyyətlər”dən müsahibə almağı bacaran TV jurnalisti kimi yadda qalıb. Onun yaradıcılığı, işgüzərliyi, obyektivliyi və təmizliyi gənc jurnalistlər üçün bir təcrübə məktəbidir.

Azərbaycan televiziyanın bölgə müxbirləri, reportyorları - Naxçıvan Muxtar Respublikasındaki müxbir məntəqəsinin rəhbəri, əməkdar jurnalist, təcrübəli reportyor, Sadiq Gözəlov, Gəncəbasar zonası üzrə müxbir məntəqəsinin rəhbəri Sabir Yusifov, Qarabağ zonası üzrə xüsusi müxbir Allahverdi Əsədov, Sumqayıt, Siyəzən, Dəvəçi, Quba, Xaçmaz, Qusar bölgəsi üzrə müxbir Xanlar Əliyev, Lənkəran-Astara bölgəsi üzrə Səlim Ağayev, Şirvan zonası üzrə müxbir məntəqəsinin rəhbəri Çingiz Əlkəbərzadə, Şəki-Zaqatala zonası üzrə xüsusi müxbir Raqub Mustafayevin başçılıq etdikləri çəkiliş qruplarından hər gün “Günün ekranı” programına müxtəlif janrlarda xeyli material - xəbər, süjet, reportaj, müsahibə, zarisovka çatdırılırdı. Bu materiallar programın coğrafiyasını genişləndirməklə bərabər, regionların sosial-iqtisadi, mədəni sahələrdəki uğurları və respublikanın gündəlik həyatı barədə tamaşaçılarda tam təsəvvür yaradırıdı.

## Şərhçi

Şərhçi peşəsi KİV-də, xüsusilə televiziya və radioda özünə-məxsusluğu ilə fərqlənən yaradıcılıq sahəsidir. Şərh faktlar, ha-

diselər, proseslər barədə nəzər-nöqtədir. Burada şərhçi, jurnalist söhbət edəcəyi mövzu, fakt barədə tamaşaçıya danışmazdan əvvəl faktların, hadisələrin, proseslərin tarixini, başvermə səbəblərini ətraflı öyrənməlidir. Şərhçi bu peşənin vəzifələrini yetərinçə bilən, mənəvi hüquqa malik şəxs olmalıdır. Onun əsas vəzifəsi mürəkkəb bir məsələni, problemi öz arqumentləri, mülahizələri ilə tamaşaçılara çatdırmaq, əsaslı izah etməkdir. Şərhçinin mütləq peşəkar jurnalist və ya TV əməkdaşı olması əsas şərt deyil. Hər hansı bir mövzunu, faktı mükəmməl bilən, lakin TV-də işləməyən studiyaya dəvət olunmuş mütəxəssis də şərh edə bilər. Belə mütəxəssisi TV-yə dəvət edərkən redaktor, prodüser bir sıra coħħotları mütləq nəzərə almalıdır. Şərhçi auditoriyanın diqqətini ictimai maraq kəsb edən aktual fakta yönəltməyi, hadisələrin səbəblərini açmağı, problemin həlli yollarını göstərməyi bacaran, faktları obyektiv, inandırıcı dəlillərlə izah edən yaxşı nitq qabiliyyətinə malik şəxsdir. Bəzən də belə olur ki, yaxşı mütəxəssisdir, məlumatlıdır, ancaq nitqində qüsurlar var, sistemlisiz danışığının ilə tamaşaçı marağını çəkə bilmir. Nəticədə, bir neçə dəqiqəlik şərh ekranada mənasız və darıldırıcı söhbətə çevrilir.

Bunlardan əlavə, ekrana çıxarılaçaq mütəxəssis auditoriyanın nəbzini duymalı, məntiqi, temperamenti, arqumentləri ilə tamaşaçı diqqətini özünə çəkdiyini hiss etməlidir. O, kamerası qarışışında insanlarla danışdığını dərk etməli və söhbət açlığı mövzu, fakt və hadisə ilə əlaqədar nəzər-nöqtəsini, fikrini milyonlarla tamaşaçıya çatdırıldığından məmənun qalmalıdır.

Uzun illər Azərbaycan televiziyasında mühüm beynəlxalq hadisələri, problemləri ətraflı şərh etmək səriştəsi ilə tanınan professorlar - Şirməmməd Hüseynov, Murtuz Ələsgərov, Seyfəddin Qəndilov, Həmid Əliyev söhbət açıqları mövzuları arqumentlərlə, misallarla, tarixi faktlarla tamaşaçılara izah etməklə geniş auditoriyanın diqqətini çəkirdilər. 80-ci illərin ortalarından TV ekranında iqtisadiyyat, siyaset, tarix, beynəlxalq münasibətlər sahəsində ixtisaslaşmış gənc şərhçilər - Mirağa Musayev, Cəmil Həsənli, Qabil Hüseynli, Rüstəm Məmmədov aktual icti-

mai-siyasi və sosial-iqtisadi hadisələrlə əlaqədar fikirlərini, nöqtəyi-nəzərlərini aydın dillə tamaçılara çatdırırırdılar. Bir sözlə, AzTV-də auditoriya qarşısında savadlı danışmağı, hadisələrə münasibətlərini bildirməyi, ictimai rəy yaratmayı bacaran şərhçi komandası fəaliyyət göstərirdi.

## **İcmalçı**

Televiziya və radioda repotyor, müxbir, aparıcı, şərhçi ilə ya-naşı icmalçıya da ehtiyac var. Televiziyanın mövcud olduğu yarı-məsrlik müddətdə icmal janrı ilə yanaşı icmalçı peşəsini də inkişaf etmiş, efridə bu sahələrə həmişə mənəvi ehtiyac duyulduğunu təsdiqləmişdir. Hər hansı mühüm, aktual hadisə barədə fikirlər, mülahizələr söyləmək, münasibət bildirmək auditoriyanın tələbatına çevrilmişdir. Bu mənada şərhçi ilə icmalçı peşəsi arasında oxşarlıq və ümumi eəhətlər var. İcmal müəyyən bir vaxt çərçivəsində baş verən hadisələrin qanunauyğunluğu, məntiqi, səbəbi, nəticəsi ilə bağlı məsələlərə həsr olunur, onun predmeti siyaset, iqtisadiyyat, sosial problemlər, həyat tərzi, beynəlxalq həyat və digər məsələlərdir. İcmalçı konkret problemlər və faktlarla bağlı müşahidələr apararkən vacib məsələləri mütləq nəzərə almalıdır:

- auditoriyanın marağını ictimai həyatda baş verən proseslərə, hadisələrə yönəltmək;
- doğru və düzgün, mütərəqqi baxışları müdafiə etməklə tamaşaçı mövqeyinin formalaşmasına yardımçı olmaq;
- hadisələrin əsas mahiyyətini tutmaq, gerçəkliyi anlatmaq;
- proqnozlar yolu ilə ictimai inkişafın gedişini müəyyənləşdirmək;
- cəmiyyətin rastlaşdığı problemlərin praktik həllinə nail olmaq;

Şərhcidən fərqli olaraq icmalçı müəyyən zaman kontekstində ictimai maraq kəsb edən hadisələri təhlil edir. İcmalçılıq sahəsində ixtisaslaşmış TV jurnalistinin peşəkarlıq səviyyəsi yüksək olmaqla yanaşı ictimaiyyətdə də nüfuzlu adam kimi tanınır.

Musiqi, teatr, incəsənət, idman sahələri üzrə ixtisaslaşmış icmalçılar da savadları, məlumatlı olmaları, şəxsi fikir və mülahizələri ilə fərqlənirlər.

### **TV-də intervüyer, moderator, şoumen peşələri**

Televiziya inkişaf etdikcə, janrlar təkmilləşdikcə, yeni-yeni jurnalist peşələri yaranmağa başlayıb. Televiziyanın inkişaf mərhələlərini nəzərdən keçirsek görərik ki, ekran jurnalistikasında yaradıcılıq axtarışlarının nəticəsi olaraq neçə-neçə yeni peşə əmələ gəlib.

TV inkişaf etdikcə jurnalistləri yeni formalar axtarmaq, yeni proqramlar hazırlamaq təşəbbüsünə ruhlandırır və tamaşaçıların ekranda rəngarəng verilişlərə baxmaq, daha çox informasiya almaq, evindəcə oturub əylənmək, istirahət etmək, maariflənmək arzularını reallaşdırır.

TV-də aparıcı-intervüyer peşəsi xüsusilə gənc jurnalistlər üçün maraqlı yaradıcılıq sahəsidir. Çünkü müsahibə janrında materiallar hazırlayan jurnalist yaradıcılıq prosesində müxtəlif adamlarla, müxtəlif peşə sahiblərilə, dövlət, hökumət, elm, incəsənət xadimlərilə görüşməli, ekran üçün maraqlı, baxımlı müsahibələr hazırlamalıdır. Bunun üçün o, ilk növbədə yetərinə sa vadlanmalı, müsahibənin mövzusuna aid materiallarla, sənədlərlə, faktlarla tanış olmalı, mədəni səviyyəsini yüksəltməli, nitq qabiliyyətini artırımalı, yaradıcılıq prosesində həmsöhbətinin dediklərinə çevik reaksiya verməli, ona sualları cavablandırımaqdan yayınmağa imkan verməməli, beləliklə tamaşaçıları da maraqlı dialoqun iştirakçısına çevirməyi bacarmalıdır.

Başqa cür yaradıcılıq yolu seçmiş jurnalistlər də var. Onlar daim mütaliə edir, gündəlik həyat hadisələrini izləyir, problemləri bilir, tamaşaçının hansı mövzuda dialoqa baxmaq istəyini dərk etdiyindən həmmüsahibi ilə görüşüb söhbət etmək üçün əvvəlcədən hazırlanır. İlk anda həmmüsahibi ilə münasibət yaratmaq üçün ümumi ifadələr işlədir, səmimiyyət yaradır, hətta zərafat edir, onu dialoqa hazırladıqdan sonra ciddi söhbətə, əsil mət-

ləbə keçir. Bundan sonra söhbət axarına düşür, jurnalist suallarına konkret və inaraqlı cavablar almaqla məqsədinə nail olur.

Adətən TV kanalının rəhbərliyi ciddi mövzularda müsahibə hazırlamağı artıq ekranda tanınan, cəmiyyətdə şəxsiyyət kimi qəbul edilən, dəsti-xətti olan jurnalistə həvalə edir.

Rusiya telekanalında Vladimir Pozner, Andrey Karaulov, Estonia televiziyasında Valdo Panit, En-Bi-Si-də (NBC) Barbara Uolters kimi aparıcıların, intervüyer kimi ixtisaslaşmış peşəkar jurnalistlərin hər programı tamaşaçıların diqqətini çəkir və çox maraqla qarşılanır.

İntervüyer kimi moderator da hazırlıqlı, məlumatlı, auditoriyanın nəfəsini duyan, onu idarə edən, mürəkkəb məqamlarda vəziyyətdən çıxmağı bacaran peşə sahibi kimi seçilir. Moderator adətən böyük yiğincaqları, beynəlxalq tədbirləri, konfransları aparır. Xüsusilə böyük beynəlxalq tədbirlərdə moderatorluq edən aparıcı televiziya ilə birbaşa göstərilən yiğincaqları idarə edərkən buraxılan hər hansı səhvi yernidəcə düzəltməli, yeri gələndə özünün fikir və mülahizələrini deyilənlərə əlavə etməklə faktların hər hansı təhrifinə imkan verməməlidir. Çünkü mühüm, xüsusilə televiziya ilə göstərilən tədbirlərdə söylənən qeyri-ciddi, əsaslandırılmamış rəy, dezinformasiya ictimai fikri çasdırıbilər. Televiziya ilə translyasiya olunan hər hansı tədbirdə moderator sanki TV-nin aparıcısı vəzifəsini yerinə yetirir və ekran sözünün təminatçısı kimi çıxış edir. Əvvəlki bölmələrdə müsahibə janrını aparan jurnalistin əsas vəzifələri və dialoq zamanı əsas rolu barədə ətraflı bəhs edilmişdir. Onun - intervüyerlə, moderatorla TV-də şoumen vəzifələri ilə xeyli oxşarlıqları var. Hər üç peşə sahibi olan jurnalist ağlı, düşüncəsi, hazırlıqlılığı, peşəkarlığı və yüksək mədəniyyətilə fərqlənməlidir.

### **Diktor və aparıcı**

TV yarandığı gündən tə 90-cı ilin əvvəllərinədək diktor peşəsi ekranda aparıcı peşələrdən sayılırdı. TV diktoru günün vacib xəbərləri ilə hər gün efirə çıxır, tamaşaçıları məlumatlandırdığı üçün

onların roğbətini qazanırdı. Tamaşaçılar da yaxşı başa düşürdülər ki, xəbərləri diktör hazırlamır, onun vəzifəsi yenilikləri TV auditoriyasına olduğu kimi çatdırmaqdan ibarətdir. Gözəl səs tembri, aydın diksiyası, intonasiyası, hər hansı mətni savadlı oxumaq səriştəsilə seçilən peşə sahibi diktörluq edirdi. 90-cı illərin əvvəllərindən etibarən ekranda yerdəyişmələr baş verdi, bu peşə sahiblərini TV-də aparıcılar əvəz etməyə başladı. Beləliklə “televiziya diktörü” dövrünə son qoyuldu. Ekranda diktörün vəzifəsi redaksiyanın hazırladığı verilişi - “yeniliklər”i, ayrı-ayrı xəbərlər proqramlarının mətnini olduğu kimi oxumaqdan ibarət idi. Bəzən elə diktörler olurdu ki, oxuduğu materialın məzmunu studiyadan çıxandan sonra yadında belə qalmırıdı. Belələri hesab edirdi ki, diktörün vəzifəsi verilən materialları səhvsiz oxumaqla bitir. Əslində isə yaxşı diktör oxuduğu materialın məqsədini aydın başa düşməli, onu dərk edərək tamaşaçıya çatdırmalıdır. Müasir tamaşaçı və dilləyiciyə bir məqamı çatdırmaq lazımdır ki, diktörün redaksiyanın verdiyi materiala nəsə əlavə etməyə, nəyi isə çıxarmağa ixtiyarı yox idi, peşə çərçivəsindən kənara çıxmamalıydı. Lakin diktordan fərqli olaraq aparıcıya belə məhdudiyyətlər qoyulmur. O, hər hansı mətni oxuyarkən, program apararkən tam sərbəst olur, verilişin taleyi onun peşəkarlığı, savad və bacarığı, hazırlılığından asılıdır. Ekran qarşısında əyloşonlər aydın görür ki, aparıcı tamaşaçılara təqdim etdiyi materialın məzmunundan xəbərdardır və efirdə dediklərini gözəl anlayır. Müasir TV-in tək-təkində diktör qalır, lakin onun vəzifəsi verilişlərin programını oxunaq, hava haqqında məlumatı tamaşaçılara çatdırmaqla bitir.

TV insanlarla birbaşa ünsiyyət kanalıdır; üz-üzə, göz-gözə. Aparıcının ekranda tamaşaçılara birbaşa danışığı, fikirlərini aydın nitqlə sərbəst çatdırması, ictimai düşüncəyə canlı təsiri, dediklərinə onları inandıra bilməsi onun dünya görüşündən, məlumatlılığından xəbər verir. Bu mənada tamaşaçı aparıcının ona nə demək, nəyi aşılamaq istədiyini yaxşı dərk edir. Aparıcı tamaşaçısı ilə münasibət yaradıb, onu inandıra bilirsə, TV-nin auditoriyası genişlənir, insanlar görmək istədikləri aparıcının programını

səbirsizliklə gözləyir, verilişlərinə həvəslə baxırlar. Deməli, peşəkar aparıcı həm özünün, həm də təmsil etdiyi kanalın imicinin yüksəlməsində əhəmiyyətli rol oynayır. Ona görə də, aparıcı peşəsinə çox sadə jurnalist peşəsi kimi baxmaq olmaz. Son illərin təcrübəsi sübüt edir ki, aparıcı peşəsi jurnalist yaradıcılığında özünəməxsusluğunu ilə zəruri sənət sahəsi kimi televiziya məkanında yerini tutmaqdadır.

CBS şirkəti “yeniliklər” programının aparıcıları belə bir qaydaya əməl etməyə çalışırlar; ekranda göstərilənlərin icmalını və rərkən onlar xəbərləri şərh etməməli, “yeniliklər” programını siyasi mübarizədə silahına çevirməməlidirlər. Bu obyektivliyə zərər vura bilər. 80-90-ci illərdə Qərb televiziya şirkətləri proqramları aparmağı əsasən cavanlıara həvalə edirdilər, lakin sonralar bu vəzifəni orta yaşılı kişi və qadınlara tapşırmalı oldular. Çünkü bir qədər yaşılı və təcrübəli aparıcılar ekranda tamaşaçılara inandırıcı təsir bağışlayır. Onların inamlı danışıqları diqqəti daha çox çəkir, söylədiklərinə insanlarda inam yaranır. Aparıcılar buraxılışı təqdim edərkən, özlərinin başqalarından ağıllı və yüksəkdə durduqlarını göstərməyə çalışmamalıdır. Əks halda onların hərəkətləri auditoriyanın narazılığına səbəb ola bilər.

Amerika standartlarına görə siyasi hadisələr zamanı belə aparıcı peşəkarlığı, istedadı, ziyalılılığı və biliyi ilə hər zaman simasını saxlamalı, tamaşaçılarda çatdırıldığı informasiyanın obyektivliyinə, düzgünlüyünə, yeniliyinə və qərəzsizliyinə inam yaratmalıdır.

## Şoumen

TV-nin analitik janrlarında hazırlanan proqramlar arasında tamaşaçı auditoriyasının maraqla qarşıladığı “Tok-şou” aparıcılarına “şoumen” adı verilmişdir. Bu janrıñ yaranması və onun yaradıcılıq xüsusiyyətləri harədə ayrıca bəhs edilmişdir.

“Aparıcı-studiyanın qonaqları-TV auditoriyası” kimi kütləvi səhbət formasında hazırlanan proqramlar onun aparıcısı, qərb TV-də şoumen adlanır. “Tok-şou”nun xüsusiyyəti elədir ki, bu proqramda şoumen həm sərbəstliyi, artistizmini, həm improvizə

qabiliyyəti, tamaşaçıların diqqətini çəkmək bacarığı, çevikliyi, hazırlıcağı, yeri gələndə oxumaq, rəqs etmək, lətifələr söyləmək cəhətləri ilə fərqlənir. Programın maraqlılığı, müvəffəqiyəti şoumendən asılıdır. O, program efirdə olarkən, lazımı anda müəyyən suallara cavab tapmaq, studiyadan kənarda ekrana baxan tamaşaçını da verilişin iştirakçısına çevirmək qabiliyyətilə fərqlənməlidir. Azərbaycan televizionlarında “şou” programları yetərinə təkmilləşməsə də ona maraq getdikcə artır və verilişlərin bəzi aparıcıları tamaşaçı diqqətini çəkməyə başlayır.

Müasir TV-də şoumen yaradıcılığının bəhrəsi olan “şou” programları təkmilləşdikcə ekranlarda özünə məxsusluğu ilə tamaşaçıların həvəslə baxdıqları program kimi rəngarəng olarca, auditoriyasını daha da genişləndirə bilər.

### **Rejissor və operator**

Operator və rejissor peşələrinin hər ikisi TV-də əsas yaradıcı simalardan sayılır. Unutmayaq ki, hər gün televiziya ekranlarında baxdığımız süjetlər, kliplər, reklamlar, reportajlar, müsahibələr, translyasiyalar, kinofilmlər - bunların hamısı çətin və yaradıcı peşə sahibi olan operatorun zehninin, gözlərinin, barmaqlarının, zəhmətinin məhsullarıdır. Operator TV-də, kinematoqrafda yaradıcı qrupun, kollektivin üzvü sayılır. Bu peşə sahibi işlətdiyi kino və videokameranın texniki imkanlarını yetərinə bilməli, çəkiliş zamanı qəflətən yaranan nəsənləri aradan qaldırmağı bacarmalıdır. Çünkü o, adı, xırda çəkilişlərə videomühəndisiz gedir. Ona görə də operator çəkiliş ərefəsində kamerasını videomühəndislə yoxlayır, onun sazlığına əmin olduqdan sonra yola düşür. Onunla çəkilişə gedən jurnalistdən hazırlanacaq süjetin hansı janrıda olacağını öyrənir və artıq necə işləyəcəyini özü üçün müəyyənləşdirir. Çəkilişin xarakterini bilən operator hadisə yerində, yığıncağın keçirildiyi zaldə jurnalistin, rejissorun göstərişləri olmadan sərbəst işləyir, lazımlı olan kadrları, planları, ayrı-ayrı məqamları məntiqi ardıcılıqla ləntə alır. Ancaq lazımı anlarda o, jurnalistin tələbi ilə istənilən kadrları da çəkməlidir.

Operatorun əsas vəzifələrindən biri həyatdakı reallıqları təhrif etməmək, çəkiliş zamanı hadisənin ən vacib anlarını kadrlarla kamerasına köçürməklə yaradıcı düşüncəsini bura təsvirlərlə əlavə etməkdir. Operator sənətkarlığı, yaradıcılığı ekranda tamaşaçı gözündən yayılmır. Bəzən çəkiliş zamanı operator hadisə ilə "təkbətək" qalır. Bu anda kadrları lentə alarkən, o, həm də jurnalist düşüncəsi ilə işləyir, tamaşaçılara çatdırılacaq fikri, əsas məqsədi təsvirlərlə göstərmək üçün peşə təcrübəsinin bütün imkanlarından məharətlə istifadə etməli olur. Rəssam firça və boyası ilə, yazıçı, publisist qələmi ilə işlədiyi kimi, operator da ixtiyarındakı texnikadan, kameradan, lentdən, işıq cihazından düzgün istifadə etməklə sənət əsəri yaratmaq həvəsi ilə, istəyi ilə çalışmalıdır.

Mühüm tədbirlərin, təntənələrin birbaşa translyasiyası zamanı isə operator rejissorla birgə, daha doğrusu onun komandası ilə işləyir. Kimləri iri, kimləri orta planda, zalın hansı hissəsini necə göstərmək, panoram etmək barədə rejissordan göstərişlər alır. Rejissor lazım olan kadrları mənətiqi ardıcılıqla efirə ötürür. Bəzən elə məqanlılar olur ki, rejissorun görə bilmədiyi ən yaxşı kadrları operator onun monitoruna oturur. Bu anda rejissor həmin kadrların mahiyyətini nəzərə alaraq, yeri gəldikcə efirə verir. Beləliklə, rejissorla operatorun birgə yaradıcı işi nəticədə tamaşaçılara baxımlı, maraqlı programlar, verilişlər təqdim etməyə imkan verir.

Rejissor yaradıcılıq prosesində, programın, verilişin hazırlanıb göstərilməsində əsas siinalardan sayılır. Bu işdə ona asistenti və köməkçisi, səs rejissoru yardımcı olur. Rejissorun göstərişi ilə texniki işçilər çəkiliş üçün pavilyon hazırlayıb, dekorasiyalar qurur, studiyani bəzəyir, programın maraqlı alınmasında səy və bacarıqlarını əsirgəmirlər.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. Televiziyyada jurnalist peşələri hansılardır? Onları sadaayın.
2. Baş redaktor, redaktor və prodüsser vəzifələri nədən ibarətdir? Konkret misallar çəkin.

3. Reportyor TV-də digər peşə sahiblərindən hansı cəhətləri ilə fərqlənir? Reportyora verilən əsas tələblər hansılardır?
4. AZTV-də 70-80-cı illərdə gördünüz reportyorları xatırlayırsınız mı? Adlarını sadalayın.
5. Reportyorla müxbirin və xüsusi müxbirin fərqi nədədi? Bu barədə konkret misallar çəkin.
6. TV-də interviyyer, moderator və şoumen peşələrinin fərqli cəhətləri hansılardır? Azərbaycan, Rusiya və Qərb TV-lərində bu peşə sahiblərindən kimləri tanıyırsınız? Adlarını sadalayın.
7. Şərhçiyyə və icmalçıya verilən tələblər hansılardır və bu peşənin fərqli cəhətləri barədə nə deyə bilərsiniz? Ətraflı izah edin.
8. Diktor və aparıcı peşələrinin fərqli cəhətləri nədən ibarətdir?
9. Aparıcı peşəsinə verilən tələblər hansılardır və o hansı xüsusiyyətləri ilə fərqlənməlidir? Bunu izah edin.
10. Operator və rejissorun TV-də yeri və rolü nədən ibarətdir? Operatorla rejissorun birgə işinin nəticəsi barədə nə deyə bilərsiniz?

## **TV jurnalistinin iş xüsusiyyətləri**

### **Televiziya jurnalisti parlamentdə**

“Parlement jurnalisti” ifadəsi KİV-in leksikonuna XX əsrin sonlarında, respublikaların müstəqillik yoluna qədəm qoyduqdan sonra daxil olub.

Respublikaların parlament sessiyalarının işi, ayrı-ayrı komissiyaların iclasları haqqında mətbuata, televiziya və radioya operativ məlumatlar, reportajlar vermək, müsahibələr hazırlamaq məqsədi-lə KİV nümayəndələri akkreditasiya (rəsmi qeydiyyata alınmış) olmuşdur, onların fəaliyyəti və yaradıcılığı üçün lazımi şərait yaradılmışdır. KİV nümayəndələrinə parlamentdə işləmək statusunun verilməsi parlament iclaslarının və daimi komissiyaların iclaslarının gedisi operativ işçolandırmağa, tamaşaçıları, diniñoyiciləri oxucuları yetərincə məlumatlandırmağa imkan vermişdir.

Parlamentdə akkreditasiya olunmuş müxbirlərin başlıca vəzifəsi hakimiyyətin nümayəndəli orqanının fəaliyyətini hərtərəfli, obyektiv, operativ işıqlandırmaqdan ibarətdir. Bu ilk baxışda sadə görünür, əslində siyasetlə bağlı, hakimiyyətin siyasi məqsədlərinə xidmət etmək deməkdir. Bu mürəkkəb və məsulliyətli yaradıcılıq sahisi olmaqla yanaşı jurnalistlər üçün gözəl təcrübə məktəbidir.

Parlamentin sessiyalarını, daimi komissiyaların fəaliyyətini işıqlandırmaqdə televiziya jurnalistinin üzərinə ciddi vəzifə düşür. Bir məqamı da xatırlatmaq lazımdır ki, parlament sədrindən tutmuş hər bir deputatına qədər iclasların, buradakı müzakirələrin, çıxışların, təkliflərin, mülahizələrin tamaşaçılara çatdırılma-sında maraqlıdır. Hər kəs çalışır ki, onun parlamentdə söylədikləri, fəaliyyətindən, təmsil etdiyi, nümayəndəsi olduğu regionlar, rayonlarda ona səs verən insanlar TV-dən məlumatlaşınlar. Bu da TV jurnalistindən, operatorundan gərgin işləməyi, son dərəcə diqqətli və operativ olmayı tələb edir.

Düzdür nümayəndəsini parlamentə göndərən TV kanalının rəhbəriliyi jurnalistinə, operatoruna konkret məsləhətlər verir, iclaslar zamanı hansı məsələlərə daha çox diqqət yetirmək barədə tövsiyyələrini bildirir. Çünkü ümumdövlət, ümumxalq əhəmiyyətli problemlərin, məsələlərin necə müzakirə və həll olunduğunu insanlar televiziya ekranında görmək və eşitmək isteyirlər. Bu da televiziyanın insanları göstərdiklərinin şahidinə çevirmək və inandırmak, ictimai rəyi formalaşdırmaq xüsusiyyətindən irəli gəlir.

KİV-in hər bir nümayəndəsi kimi TV-nin yaradıcılıq qrupu da parlamentdə iki formada - daimi akkreditə olunmuş və müəyyən məsələlərin müzakirəsindən informasiya, reportaj, müsahibələr hazırlamaq üçün xüsusi göndərilmiş formada fəaliyyət göstərir. Bu üsulla işləyən TV nümayəndəsinə başqa reportyorlar kimi xüsusi vərəqə verilir və parlamentdə sərbəst işləmək üçün heç bir maneə olmur.

Akkreditə olunmuş KİV nümayəndələri parlamentin əsas informasiya mənbəsi sayılan mətbuat mərkəzində işləyirlər. Onlar burada bir-biriləri ilə əlaqələr yaradır, mətbuat konfranslarında,

brifinqlərdə birlikdə iştirak edir, müəyyən məlumatları öz aralarında tutuşdurur, hər hansı kiçicik səhvə yol verməmək üçün məsləhətləşirlər. Jurnalistlər onlar üçün xüsusi ayrılmış zalda parlament iclaslarının gedişini, müzakirə və çıxışları burda monitorlardan izləyir, burada onlar üçün qoyulmuş telefonlarla redaksiyalara operativ məlumatlar ötürürülər. Televiziya operatoru isə parlamentin iclas salonunda gedən prosesi videolentə çəkir və "xəbərlər"in gündüz buraxılışlarına kiçik süjetlər, qısa müsahibələr göndərilir. Axşam ekranda göstəriləcək əsas bülleten - "Yeniliklər" programında gün ərzində göstərilən qısa süjetlər daxil olmaqla parlamentin bir günlük fəaliyyəti barədə geniş reportajla TV tamaşaçıları ətraflı məlumatlandırılır.

Jurnalistlərin səmərəli işləməsi üçün parlamentdə kifayət qədər məlumat mənbələri var. Bu mənbələrdən faydalanañaq, daha operativ işləmək, ictimaiyyəti məlumatlandırmaq onların təcrübəsindən, peşəkarlığından, zəhmətə qatlaşmasından asılıdır. Parlament dirləmələri, deputat korpusları, parlamentin yaydığı rəsmi sənədlər, qərarlar, qanun layihələri, ayrı-ayrı daimi komissiyaların informasiyaları jurnalistlərə imkan verir ki, insanları yetərincə məlumatlandırınsınlar.

Parlament jurnalisti peşə vəzifəsini yerinə yetirərkən operativliyə, obyektivliyə, informasiyanın dəqiqliyinə xüsusi diqqət yetirməli, unutmamalıdır ki, o həm də KİV nümayəndəsi kimi şərəfli bir işin öhdəsindən gəlir.

## **TV jurnalisti ekstremal situasiyada**

Yaşadığımız dövrdə həm ağır təbii hadisələr, qəzalar, terrorizm, millətlərarası toqquşmalar, dini zəmində münaqışlər tez-tez baş verir. Bu elə ekstremal situasiyalarda mətbuat, radio, televiziya jurnalistləri işləməli insanları məlumatlandırmalı, hadisələr barədə tamaşaçılara, dinləyicilərə və oxuculara əsl həqiqəti çatdırmaq vəzifəsinin öhdəsindən peşəkarlıqla gəlməlidirlər. Hadisə olan yerdə telereportyor, TV-in çəkiliş qrupunun mü-

rəkkəb şəraitdə işləməsi nə qədər çətin, nə qədər təhlükəli olduğunu barədə danışmağa ehtiyac yoxdur. Ekstremal vəziyyətdən reportaj, müsahibə hazırlamaq, tamaşaçılara doğru, düzgün, obyektiv, dolğun və qərəzsiz informasiya vermək nə qədər çətin olsada, TV jurnalistləri bu vəzifənin öhdəsindən gəlməyə borcludurlar. Hərbi əməliyatların ümumiyyətlə bu peşə sahiblərinin həyatı üçün nə qədər təhlükəli olması hər kəsə bəlliidir. Hər cür təhlükəyə, hər an baş verə biləcək gözlənilməz hadisəyə, bəzən faciə ilə nəticələnə biləcək sonluğa baxmayaraq TV jurnalistləri, reportyorları olayların mərkəzində olmalı, bir əsgər kimi kanal rəhbərliyinin tapşırığını yerinə yetirməlidirlər.

TV-in çəkiliş qrupunun, KİV nümayəndələrinin hadisə yerinə gəldiklərini görən icazəsiz mitinq, piket iştirakçıları, qarşıdurma tərəflərinin emosiyaları daha da qızışır, hərəkətlərinin düzgün olduğunu milyonlarla tamaşaçının gözləri qarşısında sübut etməyə, bununla da ictimai rəy formalaşdırmağa çalışırlar. Hərəkat iştirakçıları hətta TV işçilərinə hədə-qorxu gələrək xəbərdarlıq etməklə haqq işi uğrunda mübarizə apardıqlarının ekranда göstərilməsini tələb edirlər. Belə şəraitdə TV-in çəkiliş qrupu üçün işləmək çətin olur. Lakin vəziyyətdən çıxmada peşəkarlıq, soyuqqanlıq göstərməklə baş verənləri videolentə çəkmək, müsahibələr almaq, studiyaya sağ-salamat qayıdış hadisələri ekranda canlandırmaq şərh etmək reportyordan təcrübə və peşəkarlıq tələb edir.

Yaxud dini-etnik münaqişələri videolentə alan jurnalist orada özünü tamamilə bitərəf göstərməli, hadisəyə münasibət bildirməməlidir. Diqqətsizlikdən kimin haqlı, kimin haqsız olduğunu dile gətirən jurnalist oradaca münaqişə tərəfinin zərbələrinə, təhqirlərinə tuş gələr, bəzən də ağır bədən xəsarətləri ala bilər. Belə vəziyyətlərdə reportyor həyatını təhlükə qarşısında qoymamalı, özünü təmkinli aparmalı, əsas məqsədinə nail olmaq - olayları yetərinə videolentə almaq üçün çox ehtiyatlı işləməlidir. XX əsrin sonları, XXI əsrin əvvəllərində baş verən hərbi əməliyyatlarda, millətlərarası toqquşmalarda onlarla jurnalistin, reportyorum həlak olduğu, mitinqlərdə, piketlərdə neçə-neçə

KİV nümayəndəsinin hadisə iştirakçıları tərəfindən döyüldüyü, yaxud polis dəyənəyinin zərbələrinə məruz qaldığı, videokasetlərinin əllərindən alındığı, kameralarının sindirildiği yaxın keçmişimizin tarixidir. Bu məqamları dəfələrlə televiziya ekranlarında görüb şahidi olmuşuq. Ona görə də hər bir jurnalist, xüsusi lə də TV reportyoru bunları unutmamalı, ziddiyətlərin, toqqusmaların, qarşidurmaların baş verdiyi yerlərdə çox ehtiyatla davranışmalı, yüksək dərəcədə peşəkarlıqla işləməlidir. Etnik zəmin-də münaqişə zamanı TV-in “Yeniliklər” programının reportyoru tərəflərin fikirlərini, arqumentlərini videolentə yazarkən hərəkətləri, münasibəti və ifadələri ilə emosiyalı insanları qıcıqlandırmamalı, hadisə yerindəcə mövqeyini bildirməməli, əhatəsində olduğu kütłə qarşısında peşəkarmasına ehtiyatlı işləməlidir. Onun əsas vəzifəsi baş verənləri videolentə çəkmək, emosiya ilə çıxış edənlərin, qızığın mübahisə iştirakçılarının deyil, münaqişəni yatırmağa cəhd edən sağlam fikirli adamların, sülh yaratmağa çalışanların söylədiklərini yazımaqdır. Bu üsulla işləyon jurnalistlərin reportajları, müsahibələri həmişə emosiyaların sakitləşməsinə, ekranda obyektiv rəy yaranmasına və beləliklə ümumi işə, qarşıya qoyulan əsas vəzifəyə əməl etməklə ictimai barışğa, xoş niyyətə xidmət edir. TV jurnalisti həmişə mədəniyyət və əxlaq nümunəsi olduğunu unutmamalıdır.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. TV jurnalistinin parlamentdə işi nədən ibarətdir?
2. Parlamentdə jurnalistlər üçün məlumat mənbələri barədə nə bilirsiniz? Ətraflı məlumat verin.
3. KİV nümayəndələri parlamentdə necə akkreditasiya olunur? Bunun üçün hansı formalar var? Bu sualları cavablandırın.
4. Ekstremal vəziyyət nə deməkdir? Bunları sadalayın.
5. TV jurnalisti ekstremal vəziyyətdə necə işləməli və çəkilişlər zamanı hansı əsas məsələlərə xüsusi diqqət yetirməlidir? Bu barədə nə deyə bilərsiniz?

## **Televiziya auditoriyasının öyrənilməsi üsulları**

Son illərdə KİV-lər real auditoriyanın həm say, həm də keyfiyyət baxımından müəyyənləşdirilməsinə dair bir neçə etibarlı metod düşünüb tapmışdır. Gələcəyin jurnalistinin insanların bu və ya digər verilişə baxıb-baxınadığını müəyyən edilməsi üsulları haqqında təsəvvürü olarmalıdır. Üsullardan biri və bəlkə də ən faydalı obyektiv mənzərəni əks etdirən **elektron sayqacıdır**. Belə ki, televizora qoşulmuş sayqac hansı kanalın qoşulduğunu qeyd edir və bu, maraqlar, tələbatlar, istəklər deyil, real istehlakla bağlıdır. Həmin informasiya vaxtaşırı tədqiqat firmasında olan əsas kompüter vasitəsilə götürülür və odur ki, informasiya faktiki olaraq dərhal bir region, yaxud bütün ölkə çərçivəsində ümumiləşdirilə və hansı verilişin daha böyük auditoriya toplaması haqqında məlumat verə bilər. Yeri gəlmışken, reklam verənlər məhz bu cür informasiyanı əldə etməkdə maraqlıdır. Bu azmiş kimi, kommersiya telekanalları üçün bu cür informasiya aşağı reytingə malik programın efirdən çıxarılması üçün əsas ola bilər. Lakin sözügedən üsulun başlıca nöqsanı onun baha başa gəlməsidir. Bu səbəbdən də dünyadan ən tanınmış firmaları bu cür məqsədlər üçün tamaşaçı gündəliyindən istifadə edir. Tədqiqat gedişində bir gündəliyin ABS firmasına 25 \$ başa gəlməsinə baxmayaraq, seçim üçün ən azı 200 gündəlikdən istifadə olunur ki, onlar da həftədə bir dəfə dəyişdirilir.

**Tamaşaçı gündəliyi.** Tədqiqatçı müəyyən ailəyə onun üzvləri tərəfindən televizyonların baxılması hallarını qeydə almaq xahişilə müraciət edir. Gündəlikdə bu və ya digər verilişi seyr edən ailə üzvünün cinsi, yaşı qeyd olunur. Sözsüz ki, nəticədə tədqiqatçının bu üsulla əldə etdiyi informasiya icraçının elementar unutqanlığı, təlimatı anlamaması və bəlkə də etinasızlığı kimi subyektiv cəhətlərindən asılıdır. Buna baxmayaraq, "tamaşaçının gündəliyi" auditoriyani müəyyənləşdirmək baxımından ən geniş yayılmış üsullardan biri kimi qalmaqdadır.

**Telefonla müsahibə.** Telefon şəbəkəsinin əhalinin əksər hissəsini əhatə edən ölkələrdə telefonla müsahibə metodundan

istifadə olunur. Sadəcə, tamaşaçıya həmin anda televizorda hansı kanala və verilişə baxması haqqında sual verilir. Son illər onlarla suali əhatə edən və 40-45 dəqiqə davam edən telefonla müsahibələr aparılır. Yaxud şəxsi müsahibələr keçirilir ki, qapını döyən intervüyer elindəki blankda yazılmış verilişləri qeyd etməyi xahiş edir. Şübhəsiz ki, intervüyer cavabı yoxlamaqdan ötrü əlavə bir neçə sualla də müraciət edir. Bütün bunlar auditoriyanın məraq və tələbatlarının öyrənilməsinə xidmət etməklə həm də əyləncə, yaxud informasiya siyasetini quran telekanal və eyni zamanda reklam verən şirkətlərin strategiyasının müəyyənədirilməsi baxımından çox vacibdir.

**Açıq mikrofonla müsahibə.** TV jurnalistləri hər hansı programı daha da yaxşılaşdırmaq məqsədilə tamaşaçıların rəyini, təklif və arzularını öyrənmək üçün şəhərin gediş-geliş gur olan yerlərində açıq mikrofonla müsahibələr almaq üsulundan da istifadə edirlər. Yaşından, cinsindən, peşəsindən asılı olmayaraq ötüb -keçənləri, gəzintiyə çıxanları açıq mikrofona dəvət edir, konkret bir veriliş haqqında onlara sualla müraciət edirlər. Məsələn, "AZTV-nin "Məclisi üns" programına baxırsınız mı? Bu verilişdə siz qane edən və etməyən cəhətlər barədə nə deyə bilərsiniz? Yaxud ATV-nin "Çal-çağır", ANS-in "Mübarizə", İTV-nin "Yeni gün" musiqili-informasiya programı, SPACE-nin "Hər gün" programları barədə də belə suallarla "Açıq mikrofon" iştirakçılarına müraciət olunur. Şübhəsiz onlar da tamaşaçısı olduqları bu programlar barədə öz təklif və rəylərini TV nümayəndələrinə söyləyir, verilişləri daha baxımlı, daha rəngarəng və maraqlı etmək məqsədilə ürək sözlərini deyirlər. Bütün bunlar TV-də bu programları hazırlayanları düşünməyə və yeni yaradıcılıq usullarından istifadə etməyə, programlara yeni rubrikalar əlavə etməyə istiqamətləndirir.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. Televiziya auditoriyasının öyrənilməsində məqsəd nədən ibarətdir?
2. Tamaşaçı rəyi hansı usullarla öyrənilir?
3. Sorğunun növlərini sadalayın və konkret misallar söyləyin.

## Jurnalistin fəaliyyətinin hüquqi tənzimlənməsi

Cəmiyyət (tamaşaçı auditoriyası) müxtəlif baxışlar və prinsipləri olan insanlardan ibarətdir. Deməli, televiziya ilk növbədə auditoriyasının maraqlarına və sorğularına cavab verməlidir. Bunun üçün jurnalistə verilən söz azadlığı onun məsuliyyətini belə müəyyənləşdirmiş olur:

İlk növbədə zoraklığın, qəddarlığın, irqciliyin təbliğini, millətlərarası düşmənciliyin qızışdırılmasını istisna edən ümüməbəşeri prinsiplərə əsaslanaraq cəmiyyət qarşısında, auditoriya qarşısında (yuxarıda qeyd olunanlar), veriliş iştirakçıları və müzakirə obyekti olan şəxslər qarşısında, jurnalist-həmkarları qarşısında, çalışığın teleşirkət qarşısında, peşə və ümumi etik təsəvvürlərin qarşısında, mövcud qanunvericilik qarşısında məsuliyyət hissi.

Jurnalistin başlıca etik prinsipləri baxımından televiziya informasiya təcrübəsində bunlara diqqət yetirilməlidir:

**Faktların şərhində mötəbərlik.** Müxbirin hadisə yerində olmamasına baxmayaraq lazımi faktlardan istifadə edə bilər və bu halda onun minimum iki informasiya mənbəyinə istinad edə bilər. Fakt və rəyi bir-birindən ayırmalı lazımdır. Başqa sözlə deşək, ən yaxşı halda tamaşaçı jurnalistin bu və ya digər məsələ ilə bağlı röyini duymamalıdır.

**İnformasiyanın dolğunluğu.** Deyirlər ki, yarımcıq həqiqət yalandan betərdir. Nəyə görə? Çünkü həqiqət elementləri gerçəklilik xəyalı yaradır.

Jurnalist ilk növbədə ölkə qanunlarına əməl etməklə, hökumətin, yaxud kənar şəxslərin təzyiq və müdaxilə cəhdlərinə imkan verməməlidir.

Jurnalist etibarlı və mənbəyi məlum olan informasiyanı yayır və şərh edir. O əlindən gələni edir ki, kimsəyə yalnız məlumatlar verməklə, yaxud bilərkədən ictimai baxımdan əhəmiyyətli məlumatı ört-basdır etməklə zərər vurmasın.

Faktları fikirlərdən ayırmalı peşə borcunu həyata keçirən jurnalist qeyri-qanuni yollarla informasiya əldə olunması üsulla-

rına əl atmamalıdır.

Fiziki və hüquqi şəxslərin informasiyani təqdim etməmək və suallara cavab verməmək hüquq var. İstisnani qanunla qeyd olunmuş informasiya təşkil edir. Yalnız informasiyanın yayılması, yaxud həqiqətin gizlədiləsi üçün faktların təhrifi və rüşvətin alınması ağır cinayət hesab olunur. Səhv addım atıldıqda, jurnalist işlədiyi mətbü orqan vasitəsilə üzr istəməli və təkzib verməlidir.

Jurnalist möxfi yolla əldə etdiyi informasiya mənbəyi barəsində peşə sərrini qoruyub-saxlayır. Anonimlik o vaxt pozula bilər ki, mənbə bilərəkdən faktları təhrif edib və bununla da insanlara zərər yetirmiş olub.

## Akkreditasiya

Jurnalist akkreditasiyası peşəkar fəaliyyətə hüquq verən rəsmi statusdur. Jurnalist akkreditasiyası bir neçə növə bölünür:

- Jurnalistenin başqa ölkədə akkreditasiyası.** Beynəlxalq təc-rübəyə görə, akkreditasiya xarici işlər nazirliyi tərəfindən həyata keçirilir və jurnalisten statusu diplomatik statusa bərabərdir. Qayda belədir ki, müvafiq ölkənin xarici siyaset idarəsinə müxbiri təmsil edən KİV rəhbərliyi akkreditasiya xahişilə rəsmi müraciət göndərir. Bəzən müraciətə KİV-in aid olduğu ölkənin xarici işlər nazirliyinin məktubu, ya da notası əlavə olunur. Müraciətə bir sıra sənədlər, xüsusilə də KİV-in xarakteristikası da əlavə olunur. Xarici ölkədə akkreditasiya jurnalistenin tam sərbəstliyi də vermir, çünki diplomat kimi o da həmin ölkənin qanunvericiliyinə tabe olmalıdır.
- Hadisə yerində akkreditasiya.** Bu bir qayda olaraq böyük və rəsmi beynəlxalq, tədbirlərdə tətbiq olunur. Qayda belədir ki, təşkilatçı olan müəssisənin mətbuat xidməti KİV-ə həmin hadisəni işıqlandırmaq niyyətində olub-olmadığı barədə sorğu göndərir. KİV-in çəkiliş qrupu barədə məlumat verir və onun üzvləri gələcəkdə cari təşkilatı məsələlərlə bağlı mətbuat xidməti ilə əlaqə saxlayır. Çəkiliş qrupu tədbirə bir-

dəfəlik buraxılış vəsiqəsi, yaxud mətbuat xidmətinin hazırladığı siyahı ilə qatılır. Eyni vaxtda hər ikisi də mümkündür.

3. **Müəssisə (idarə) yanında akkreditasiya.** Redaksiyaların bir çoxunda ixtisaslaşan jurnalistlər olur. Məsələn kimsə hökümtin, kimsə də parlamentin fəaliyyətini işıqlandırmaqla məşğuldur. Müxtəlif strukturların mətbuat xidmətləri də çox vaxt eyni şəxslərlə işləməyə üstünlük verirlər.

Jurnalistenin hüquq və vəzifələri:

1. İnformasiya toplamaq və yaymaq
2. Müvafiq jurnalist borcunu yerinə yetirməsi üçün məmur tərəfindən qəbul olunmaq
3. Qeydlər aparmaq və respondentin razılığı ilə lazımi texniki vasitələrdən istifadə etmək
4. Jurnalist vəsiqəsini təqdim etməklə mitinq və nümayiş, habe-lə təbii fəlakət yerlərində olmaq
5. Daxil olmuş materiallarla bağlı faktların yoxlanılması zamanı mütəxəssislərə müraciət etmək
6. Məsləkə zidd materiala imzadan imtina etmək
7. Redaksiya material hazırladığı zaman təhrifə yol veriləcəyi təqdirdə imzadan imtina etmək
8. Qanunun pozulacağı təqdirdə redaktorun tapşırıqından imtina etmək
9. Müəlliflik sırrını qorumaq
10. Məhkəmə qaydasında redaktor tərəfindən müəllif materialının təhrifi baş verərsə, maddi və mənəvi ziyanın yödənilməsi Məlumatların etibarlılığını yoxlamağa, məlumat verən şəxslərin müəllifliyini göstərmək xahişini təmin etməyə borcludur.

## Anonim informasiya mənbələri

Jurnalist təcrübəsində şəxsi təhlükəsizlik və bir sıra səbəblər üzündən insanın telekamera qarşısında bu və ya digər informasiyanı verməkdən imtina etməsi halları az deyil. Belə də olur ki, həmin şəxs jurnalisti maraqlandıran məlumatı mətbuat üçün deyil ona verir, jurnalist əlində adekvat məlumat olmadığından onu vermək məcburiyyətində qalır. Nə etmək? Çıxış yolları kimi, “qeyri-rəsmi məlumatlara görə”, “bəzi məlumatlara görə”, “mənbələrimiz xəbər verir ki”, “etibarlı mənbəyə əsasən” və s. variantlardan istifadə edilir. Təbii ki, bu məsələdə çox şey reportyorum şəxsiyyətindən, auditoriyanın ona etibarından və materialı inandırıcı surətdə verməsindən asılıdır. Ən optimal variant isə, kadrda bunları söyləməyə razı olan şəxsi tapmaq, yaxud da ən azı onun soyadı və vəzifəsinə istinad etməkdir.

### Şəxsi həyat və ictimai maraq

İnsanın şəxsi həyatına müdaxiləni nəzərdə tutan jurnalist arasındmasına yalnız cəmiyyətin maraqlarının müdafiəsi haqq qazandırı bilər. Hazırda əksər dövlətlərin qanunvericiliyində şəxsin özəl həyatına dair məlumatı müdafiə məsələlərini nizama salan normalar kompleksi formalaşmışdır. Lakin təcrübə göstərir ki, mexanizm heç də hər yerdə nöqsansız işləmir.

### Məxfi məlumatlar

İnformasiya məxfiliyi problemi hüquq və etika hüdudunda tərazlıq saxlayan məsələlərə aid olduğundan bir çox ölkələrin qanunvericiliyində hələ lazımlıca tənzimlənməmişdir.

Məxfi informasiyalar bir neçə qrupa bölünür:

1. Doğru məlumatlar. Bura tərcüməyi-hal haqqında faktlar, müvafiq sübutlarla təsdiqlənmiş əməllər və s. aiddir. Qeyd edək ki, şərəf və ləyaqətin təhqirinə dair cinayət işinin açılması bu şəraitdə effektiv deyil. Yəni, həqiqətə uyğun olmayan məlumatların verilməsi vətəndaşın qanunla qorunan maraq və hüquqlarını

pozur (məsələn, tərcümeyi-halla bağlı şəxsi təhqir edən faktların aşkarlanması).

2. Doğru olmasına rəğmən tərkibində şəxsi, tibbi və digər sirin olduğu məlumatlar. Müasir hüquq sistemlərində fərdin sayız-hesabsız sırrları qorunur ki, bunlar onun həyatının müxtəlif aspektlərini əhatə edir. Hüquq elmında sırr “intellektual fərdin mühafizəsi” kimi müəyyən edilmişdir. Belə məlumatların əhatə dairəsi və spesifikasiyasının müəyyən edilməsi mümkün olmadıqından, bir sıra səbəblər üzrə onların təsnifatı verilmişdir: şəxsi (ailə və intim əlaqələr, şəxsi sənədlər, məktublar); peşəkar (tibbi sırr, tövbe, övladlığa götürmə, ibtidai istintaq, mülki var-dövlət haqqında notarial əməllər və aktlar, habelə bank əmanətlərinin sırrı).

Yuxarıda göstərilən sənəd və mülahizələr televiziyanın spesifikasiyasına əsasən jurnalist peşəsinin etik normalarına müəyyən düzəlişlər edilir və s.

## “Gizli kamera” ilə çəkiliş

Söhbət ondan gedir ki, çəkinək istədiyiniz, yaxud siz maraqlandırıran obyektə məsuliyyət daşıyan şəxslər çəkilişin aparılmasına əmin olmalıdırlar. Şübhəsiz, istənilən halda belə çəkilişlər istər etik, istərsə də hüquqi problemlərlə üzləşir və hər iki məqam nəzərə alınmalıdır. Aydır ki, çəkiliş zamanı əməllərin qanunuliyi haqqında düşünməyə vaxt qalmır və operator üzərinə düşən işi görməlidir. Əsas məsələ həmin kadrların efirə verilib-verilməyəcəyi ilə bağlıdır ki, bununla əlaqədar konkret tövsiyyələr ola bilməz. Hər şey həmin kadrların süjet üçün nə dərəcədə əhəmiyyətli olmasından asılıdır. İstənilən halda, qanuna əməl etmək bir nömrəli qaydadır. Lakin qərar konkret hallardan asılı olaraq qəbul olunmalıdır.

## **Seçkiqabağı kampaniyaların işıqlandırılması**

Əksər dövlətlərin qanunvericiliyində müxtəlif seçkilər zamanı KİV-rin əsas davranış qaydalarını nəzərdə tutulur. Məsələn, dövlət telekanallarında seçki kampaniyasının bütün iştirakçılarına bərabər şəkildə nəzərdə tutulmuş müəyyən efir vaxtı verilir. Bundan əlavə, onlar ödənişli efir vaxtında istifadə hüququna malikdirlər. Yeri gəlmışkən, ödənişli efir vaxtı, maliyyə mənbələri və digər kokret şərtlər müxtəlif ölkələrdə müxtəlif cür müəyyənləşdirilir. Bununla belə, seçkiqabağı kampaniyalarda KİV-in iştirakı üçün müəyyən etik və hüquqi məhdudiyyətləri nəzərdə tutulmuşdur ki, bunlara əməl etmək onların peşəkarlıq borcudur.

Seçkiqabağı kampaniyalar zamanı jurnalist öz hüquqları ilə yanaşı həm də efirdə nəycin yolverilməz olduğunu bilməlidir:

- bu və ya digər partiya və namizədin tərəfini saxlamaq və siyasi simpatiya və antipatiyanı biruzə vermək;
- seçkiqabağı epizodun çərçivələrindən çıxaraq ümumi nəticəyə gəlmək, yaxud inforinasiyanı təhrif etməklə hadisə haqqında şərh vermək;
- yoxlanılmış informasiyadan istifadə etməklə partiya və namizədə zərər vurmaq, yaxud əksinə, layiq olmadığı halda müsbət şəkildə göstərmək;
- arxivdəki təsvirlərdən istifadə etməklə “arxiv” sözünü yazmamaq, yaxud süjetə bilərəkdən təbliğatyonlu istiqamət vermək üçün təsvirlər seçmək;
- ayrı-ayrı seçicilərin sinxronlarından sui-istifadə etmək;
- namizədi tamaşaçıya tamahkar və riyakar şəxs kimi, təqdim etmək;
- tərəflərin birinin müsbət obrazını formalasdırmaqla digərini gözdən salmaq (məsələn, filankəslə müqayisədə, filankas namuslu adamdır);
- namizədin şəxsi həyatına müdaxilə etməklə onun haqqında içtimai rəy formalasdırmaq; təfərrüatları açıqlamaq;
- namizədin etnik mənsubiyyyətini siyasi və mənəvi keyfiyyət-

ləri ilə əlaqələndirmək (məsələn, filankəs millətinə xas olan hiyləgərliklə seçilir);

Və sonda. Yaddan çıxarmayaq ki, tamaşaçı sizdən dolğun və qərəzsiz məlumat gözləyir ki, onun əsasında da seçici kimi öz seçimini etsin. Müəyyən səbəblərə görə qərəzsiz ola bilmirsinizsə, həmin tapşırıqdan imtiina edin. Yaddan çıxarmaq olmaz ki, jurnalistin siyasi həyatda iştirakı onun peşə borcu ilə məhdudulaşdırılıb və jurnalistin peşəsinə görə eyni zamanda siyasetlə məşğul olması yolverilməzdir.

## Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksi

1998-ci il sentyabrın 6-da, prezident Heydər Əliyevin senzurənin ləğvi haqqında fərmanından düz bir ay sonra (6 avqust 1998-ci il) Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksinin qəbulu ilə əlaqədar Bakı Mətbuat Klubunda (Press-klub) mətbuat-konfransı keçirilmişdir. “Yeni Nəsil” Jurnalistlər Birliyi tərəfindən hazırlanmış Kodeksə “Azadlıq”, “Ayna-Zerkalo” və “525-ci qəzet” kimi gündəlik nəşrlərin baş redaktorları, “Turan” informasiya agentliyinin rəhbəri imza atmış, həmçinin sənədin imzalanması bütün kütləvi informasiya vasitələri üçün açıq olduğu bəyan edilmişdir.

Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksi Konstitusiya, İnsan Haqlarına dair Avropa Konvensiyası və Avropa Şurası Parlament Assambleyasının Qətnaməsində əks olunmuş prinsiplərə uyğun hazırlanıb qəbul olunmuşdur. Beş prinsipə söykənən sənədə görə, jurnalistikanın məqsədi cəmiyyətin məlumatlandırılmasının təmin olunması, o cümlədən həqiqət, obyektivlik, qərəzsizlik kimi əsas meyarlara əməl edilməsindədir.

Jurnalist faktları və fikirləri saxtalaşdırılmalı, yaxud bilərəkdən təhrif etməməlidir. Plüralizm prinsipini əsas tutan jurnalist ictimai əhəmiyyət daşıyan məsələlərə müxtəlif baxışlar təqdim etməlidir ki, bu da ilk növbədə kütləvi informasiya vasitələrinin aktual, yaxud münaqişəli mövzulara müraciət etdikləri halları eh-

tiva edir. Xəbərlə şərh, yaxud müəllif mövqeyi arasında aydın bölgü aparılmalı, məqalə və xəbərin başlığı isə onların məzimu-nuna uyğun olmalıdır. Təşkilatlar, idarələr, yaxud digər maraqlı qrupların rəsmi məlumatını yayan KİV mütləq şəkildə mənbəni göstərməklə, peşə kodeksinin müddəalarını pozmamalıdır. Bundañ başqa, şərəf, ləyaqət və şəxsi həyatın toxunulmazlığı haqqında qaydalar da sənəddə öz əksini tapmışdır.

Qeyd etməliyik ki, Azərbaycan Jurnalistlərinin Peşə Etikası Kodeksi beynəlxalq standartlara cavab verməklə, mass-media təmsilçilərini istiqamətləndirir və yalnız addımlar atmaqdan çə-kindirir. Ümumiyyətlə Azərbaycan mətbuatının fəaliyyətini tənzimləyən “Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” qanun, son illər qəbul olunmuş bir sıra sənəd və aktlar müasir standartlara uyğun olsa da, onların işləmə mexanizmi istənilən səviyyədə deyił. Bu baxımdan mətbuata dair ölkə qanunvericiliyi daim tək-milləşdirilməlidir ki, jurnalistlərin peşəkarlığı artmaqla azad və sərbəst şəraitdə fəaliyyət göstərsinlər.

### **Suallar və tapşırıqlar:**

1. Jurnalistin peşə etikası nə deməkdir? Bu barədə nə bilirsiniz?
2. Jurnalistin fəaliyyətində hansı məhdudiyyətlər mövcuddur, onun hüquqları nədən ibarətdir?
3. Akkreditasiya olunmuş jurnalistin hüquq və vəzifələri hansılardır? Onları sadalayın.
4. Anonim informasiya mənbələri hansılardır və neçə qrupa bölünür?
5. TV-lərdə seçkiqabağı kampaniyaları işıqlandıran jurnalistin hüquq və vəzifələri nədən ibarətdir? Bu barədə nə deyə bilərsiniz?
6. Azərbaycan jurnalistlərinin peşə etikası haqqında qanun nə vaxt qəbul olunmuşdur və jurnalistlər fəaliyyətlərində hansı etika qaydalarına mütləq əməl etməlidirlər?
7. Qanuna əsasən jurnalist məsuliyyəti nə deməkdir? Bu sualları ətraflı izah edin.

# **"Televiziya və radio yayımı haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu**

Bu Qanun hər kəsin məlumat, fikir və söz azadlığının, açıq və azad müzakirələr keçirmək hüququnun təmin edilməsinə yönəldilən televiziya və radio fəaliyyətinin hüquqi, iqtisadi və təşkilati əsaslarını müəyyənləşdirir.

## **I FƏSİL**

### **Ümumi müddəalar**

#### **Maddə 1. Əsas anlayışlar**

1.0. Bu Qanunun məqsədləri üçün istifadə edilən anlayışlar aşağıdakı mənaları ifadə edir:

- 1.0.1. abonent - televiziya və radio (bundan sonra - teleradio) yayım xidmətlərindən istifadə edən fiziki və ya hüquqi şəxs;
- 1.0.2. audiovizual informasiya - səslə müşayət olunan görüntülü (təsvirli) informasiya;
- 1.0.3. yayım kanalı - teleradio verilişlərinin yayımı üçün zəruri olan texniki vasitələrin məcmusu, habelə teleradio ötürücüsünün istifadə etdiyi tezlik zolağı;

1.0.4. teleradio yayımı - elektromaqnit dalğaları ilə açıq və ya kodlaşdırılmış formada, peyk, kabel və ya digər yerüstü texniki qurğular vasitəsilə kütləvi yayımlanan və istənilən sayıda teleradio qəbuledicilər tərəfindən qəbul edilən səsli və ya görüntülü teleradio programlarının müəyyən məsafəyə ilkin ötürülməsi. Bu anlayışa həmçinin digər yayımcılar tərəfindən retranslyasiya edilən proqramlar da daxildir. "Teleradio yayımı" anlayışı telekom-

munikasiya sistemi ilə ötürülən və fərdi çağırışla qəbul edilən informasiyaları, yaxud digər materialları (faksla əlaqələr, elektron məlumat bankları və bu tipli digər xidmətlər) ehtiva etmir.

1.0.5. retranslyasiya - texniki vasitələrdən asılı olmayaraq teleradio yayımçısının qeyri-məhdud sayda şəxsə ötürdüyü teleradio proqramlarının (verilişlərinin) qismən, yaxud tam və dəyişdirilmədən qəbulu və eyni vaxtda yenidən yayılmışlığı;

1.0.6. telekommunikasiya - elektrik və elektromaqnit rabitə vasitələri (kabel, optik və radio əlaqəsi) ilə hər hansı siqnalın, səsin və təsvirin ötürülməsi və qəbul edilməsi;

1.0.7. kollektiv bönüdürcü şəbəkə - teleradio proqramlarının peykdən, efirdən və kabel şəbəkəsindən qəbul olunaraq abonentlər arasında bönübürləməsi;

1.0.8. yayım zonası - fərdi qəbul şəraitinin dövlət texniki standartlarının və normalarının tələblərinə cavab verdiyi ərazi hüdudları;

1.0.9. teleradio yayımları şəbəkəsi - teleradio yayımçısının teleradio məhsullarını yayımlamaq üçün istifadə etdiyi və xüsusi razılıq (lisenziya) ilə müəyyənləşdirilən radiotezliklər, televiziya və radio öürücü qurğuları, peyk öürücü və qəbulcdici stansiyaları, kabel və efir-kabel şəbəkələri;

1.0.10. teleradio yayımlarının tezlik siyahısı - efir məqsədi ilə istifadə olunan, istifadəsi planlaşdırılan və boş qalan radiotezlikləri əks etdirən sənəd;

1.0.11. canlı yayım - teleradio verilişlərinin əvvəlcədən lenta alınmadan birbaşa ötürülməsi;

1.0.12. sosial teleradio yayımı - karlar və ya eşitmə qabiliyyəti zəif olan insanlar üçün təhsil, tədris və införmasiya xarakterli verilişlər və ya proqramlar;

1.0.13. teleradio yayınıcı - Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyində müəyyən edilmiş qaydada reyestrən keçən, teleradio proqramları (verilişləri) istehsal etmək və yayımlamaq səla-

hiyyəti olan, yaxud yayımın üçüncü şəxs vasitəsilə həyata keçirilməsini təmin edən fiziki və ya hüquqi şəxs;

1.0.14. ümuməlkə yayımçısı - programları ölkənin bütün ərazisində yayımlanan teleradio yayımçısı ("Ölkənin bütün ərazisi" dedikdə televiziya verilişləri üçün ölkə əhalisinin, radio verilişləri üçün ölkə ərazisinin azı 98 faizi başa düşülməlidir);

1.0.15. teleradio programı - əhalinin geniş təbəqəsi üçün nəzərdə tutulan, bu Qanunla müəyyənləşdirilmiş tələblər əsasında hazırlanan, canlı yayımlanan, yaxud əvvəlcədən ləntə alınmış audio və audiovizual materialların (verilişlərin) məcmusu;

1.0.16. teleradio verilişləri - teleradio yayımı üçüm hazırlanan, təşkilati və tematik baxımdan teleradio programlarının ayrıca və bitkin hissəsi sayılan informasiya və digər materiallar toplusu;

1.0.17. teleradio programlarının (verilişlərinin) istehsalçısı - yayımın hazırlanmaq üçün nəzərdə tutulan teleradio programları (verilişləri) hazırlayan fiziki və ya hüquqi şəxs;

1.0.18. texniki yayım vasitələri - programların istehlakçıya çatdırılması üçün istifadə olunan radioelektron vasitələrinin və texniki cihazların məcmusu;

1.0.19. qapalı teleradio şəbəkəsi - kütləvi yayım üçün nəzərdə tutulmayan təhsil, tədris, müdafiə, təhlükəsizlik və s. sahə məraqları üçün bir və ya bir-biri ilə əlaqəli bir neçə bina daxilində istifadə edilən kabelli televiziya;

1.0.20. kabel şəbəkəsi yayımı - radiosignalların kabel sistemini vasitəsilə ötürülməsini və qəbulunu təmin edən televiziya yayımı;

1.0.21. əlavə informasiya - teleradio yayım signalının tərkibində ötürülən və əsas programla heç bir əlaqəsi olmayan hərfli, rəqəmli, qrafik və digər informasiyalar;

1.0.22. yayım siqnali - teleradio programlarını və əlavə informasiyaları ötürən elektronlaqnit dalğaları;

1.0.23. yayım cədvəli - yayımçının efir siyasetinin aparıcı istiqamətlərini eks etdirən, teleradio programlarının siyahısını, adını,

ardicilliğini və efirə getmə vaxtını göstərən sənəd;

1.0.24. sərhədsiz televiziya - televiziya programlarının beynəlxalq müqavilələr əsasında digər ölkənin ərazisində yayılmışdır;

1.0.25. teleticarət - daşınmaz əmlakın, mal və xidmətlərin alınmaq, satılmaq, göndərilmək üçün efir vasitəsilə təklif olunması;

1.0.26. sponsor - teleradio yayım fəaliyyəti ilə məşğul olmayan, adının tanınması, ticarət markasının şöhrətlənməsi, yaxud imicinin yüksəlməsi məqsədi ilə ayrılıqda bir verilişi və ya bir programı maliyyələşdirilən fiziki, yaxud hüquqi şəxs;

1.0.27. nəzarət fonoqramı - efirə verilmiş bütün teleradio programlarının verilişlerinin) nəzarət məqsədilə ləntə alınması.

## **Maddə 2. Teleradio yayımının azadlığı**

2.1. Azərbaycan Respublikasında teleradio yayımı azaddır. Teleradio yayımının azadlığı vətəndaşların informasiyanı qanuni yolla axtarmaq, əldə etmək, hazırlamaq, ötürmək və yaymaq hüququna dövlət tərəfindən təminat verilməsinə əsaslanır.

2.2. Teleradio yayımı sahəsində senzura yolverilməzdir.

2.3. Yayımçıların yaradıcılıq və redaksiya fəaliyyəti peşə inüstəqiliyi əsasında həyata keçirilir və yalnız qanunla müəyyənləşdirilmiş hallarda məhdudlaşdırıla bilər.

2.4. Dövlət və yerli özünüidarəetmə orqanlarının, siyasi partiyaların, ictimai birliliklərin, həmkarlar ittifaqı təşkilatlarının, fiziki və hüquqi şəxslərin yayımçıların yaradıcılıq və redaksiya fəaliyyətinə müdaxiləsi qadağandır.

## **Maddə 3. Teleradio fəaliyyətinin əsas prinsipləri**

Yayımçı öz fəaliyyətində informasiyanın əhatəliliyi, obyektivliyi, tam və doğru-dürüştüyü, vətəndaşların öz fikir və baxışlarını sərbəst ifadə etməsi, ideoloji və siyasi plüralizm, tərəfsizlik və qərəzsizlik, insanların şəxsi həyatına müdaxilənin yolverilməzliyi, milli-mənəvi dəyərlərin qorunması, peşə etikasına və əxlaq

normalarına riayət edilməsi, programların keyfiyyətliliyi prinsiplərinə əsaslanır.

#### **Maddə 4. Teleradio yayımı haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi**

4.1. Teleradio yayımı haqqında qanunvericilik Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasından, "Kütləvi informasiya vasitələri haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunundan, bu Qanundan, digər normativ hüquqi aktlardan və Azərbaycan Respublikasının tərəfdar çıxdığı beynəlxalq müqavilələrdən ibarətdir.

4.2. Bu Qanunla Azərbaycan Respublikasının tərəfdar çıxdığı beynəlxalq müqavilələr arasında ziddiyət yaranarsa, həmin beynəlxalq müqavilələr tətbiq edilir.

#### **Maddə 5. Teleradio yayımında inhisarlılıq məhdudiyyətlər**

5.1. Kabel şəbəkəsi ilə yayım və xarici ölkələrə yayım istisna olmaqla, bir teleradio yayımçısı, həmçinin onun struktur bölmələri televiziya ilə iki, radio ilə üç programdan artıq yayımıla məşğul ola bilənlər.

5.2. Fiziki və hüquqi şəxs yalnız bir teleradio yayımının təsisçisi (həmtəsisçisi) ola bilər.

## **II FƏSİL**

### **Yayımçılar**

#### **Maddə 6. Azərbaycan Respublikasında teleradio sistemi**

6.1. Azərbaycan Respublikasında teleradio yayımı milli teleradio sisteminin əsasını təşkil edən dövlət, bələdiyyə, özəl və ictimai yayımçılar tərəfindən həyata keçirilir.

6.2. Mülkiyyət və təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq Azərbaycan Respublikasında bütün yayımçılar bərabər hüquqlara malikdir və qanun qarşısında eyni məsuliyyət daşıyırlar.

## **Maddə 7. Dövlət yayımçısı**

7.0. Dövlət yayımçısı:

- 7.0.1. Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyənləşdirilmiş qaydada təsis olunur;
- 7.0.2. dövlət bütçəsi, reklamdan daxilolmalar və qanunla qadağan olunmayan digər mənbələr hesabına maliyyələşdirilir;
- 7.0.3. dövlətin və cəmiyyətin mənafeyinə yönəlmış məlumatlaşdırıcı, maarifləndirici və əyləndirici programlar yayımılayır;
- 7.0.4. müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən təsdiq olunmuş Əsasname ilə fəaliyyət göstərir.

## **Maddə 8. Bələdiyyə yayımçısı**

8.1. Bələdiyyə yayımçısı:

- 8.1.1. Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyənləşdirilmiş qaydada yerli özünüidarəetmə orqanı tərəfindən təsis olunur və reyestrdrən keçir;
- 8.1.2. yerli bütçə, reklamdan daxilolmalar və qanunla qadağan olunmayan digər mənbələr, habelə yerli rəy sorğusu yolu ilə qəbul edilən qərarla müəyyənləşdirilmiş abonent haqqı hesabına maliyyələşdirilir;
- 8.1.3. ayrılıqda təmsil olunduğu ərazinin, bütövlükdə cəmiyyətin mənayeyinə yönəlmış məlumatlaşdırıcı, maarifləndirici və əyləndirici programlar yayımılayır;
- 8.1.4. teleradio fəaliyyətinin hüquqi rejimini bu Qanunun mürdəslərini nəzərə almaqla, müstəqil şəkildə müəyyənləşdirir.

8.2. Bələdiyyə yayımçısı bir və ya bir neçə yerli özünüidarəetmə orqanı tərəfindən, yaxud fiziki və hüquqi şəxslərlə birlikdə təsis oluna bilər.

## **Maddə 9. İctimai yayımçı**

9.1. İctimai yayımçı:

9.1.1. Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 109-cu maddəsinin 32-ci bəndinə uyğun olaraq yaradılır və Yayım şurasına

namizədlər siyasi fəaliyyətlə məşğıl olmayan, üzvlərinin sayı min nəfəri ötən qeyri-kommersiya təşkilatları, ictimai, yaradıcı, dini və vətəndaş birlikləri, habelə Milli Elmlər Akademiyası tərəfindən irəli sürürlər və müsabiqə qaydasında seçilir;

9.1.2. qanunla başqa hal nəzərdə tutulmayıbsa, abonent haqqı hesabına maliyyələşdirilir.

9.2. İctimai yayımçının teleradio fəaliyyəti müvafiq qanunla və həmin qanunda müəyyən olunmuş qaydada təsdiq olunan Nizamnamə ilə tənzimlənir.

## **Maddə 10. Özəl yayımçı**

10.1. Özəl yayımçı Azərbaycan Respublikasının ərazisində daimi yaşayan Azərbaycan Respublikasının vətəndaşları və (və ya) nizamnamə kapitalı Azərbaycan Respublikasında daimi yaşayan Azərbaycan Respublikasının vətəndaşlarına məxsus olan hüquqi şəxslər tərəfindən təsis edilə bilər.

10.2. Özəl yayımçıların dövlət qeydiyyatı Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə müvafiq surətdə həyata keçirilir.

10.3. Aşağıdakılar özəl teleradio yayımının təsisçisi ola bilməzlər;

10.3.1. ağır və ya xüsusilə ağır cinayətlərə, habelə ictimai mənəviyyat əleyhinə olan cinayətlərə görə əvvəllər məhkum edilmiş, habelə məhkumluğu ödənilməmiş şəxslər;

10.3.2. fəaliyyət qabiliyyətsizliyi, yaxud fəaliyyət qabiliyyətinin məhdudlaşdırılması məhkəmə tərəfindən təsdiq edilmiş şəxslər;

10.3.3. siyasi partiyalar;

10.3.4. dini qurumlar.

10.4. Özəl teleradio yayımçısı qanunla qadağan edilməyən bütün mənbələr hesabına maliyyələşdirilə bilər.

## **III FƏSİL**

### **Teleradio yayımı sahəsində dövlət tənzimləməsi**

#### **Maddə 11. Teleradio yayımı sahəsində dövlətin əsas funksiyaları və vəzifələri**

11.1. İnformasiya məkanının vahid inkişaf konsepsiyasına uyğun olaraq dövlət:

11.1.1. teleradio fəaliyyətini tənzimləmək üçün qanunvericilik bazası yaradır;

11.1.2. məqsədli dövlət proqramları hazırlayır və həyata keçirir;

11.1.3. teleradio yayımı zamanı bu Qanuna, Azərbaycan Respublikasının digər qanunvericilik aktlarına və xüsusi razılığın (lisenziyanın) qayda və şərtlərinə əməl olunmasına nəzarəti həyata keçirir;

11.1.4. teleradio yayım kanallarını (tezlikləri) istifadəyə verir.

11.2. Azərbaycan Respublikasında teleradio yayımını tənzimləyən dövlət orqanı Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasının 109-cu maddəsinin 32-ci bəndinə uyğun olaraq yaradılır.

11.3. Teleradio yayımı sahəsində müvafiq dövlət orqanı dövlət büdcəsindən maliyyələşdirilir və öz fəaliyyətində müstəqildir.

11.4. Müvafiq dövlət orqanı bu Qanunla müəyyənləşdirilmiş funksiyaları həyata keçirmək məqsədilə;

11.4.1. öz aparatını və struktur bölmələrini yaradır;

11.4.2. teleradio yayımçılarının reyestrini aparır;

11.4.3. teleradio yayımının texniki və keyfiyyət standartlarını və normalarını müəyyənləşdirir;

11.4.4. bu Qanunun tələbləri, xüsusi razılığın (lisenziyanın) qayda və şərtləri pozulduqda məhkəmə qarşısında iddia qaldırır;

11.4.5. teleradio yayımına xüsusi razılıq (lisenziya) vermək məqsədilə müsabiqə elan edir, müsabiqənin qayda və şərtlərini hazırlanır və müsabiqəni keçirir.

- 11.5. Teleradio yayımı sahəsində müvafiq dövlət orqanı:
- 11.5.1. teleradio verilişlərinin ötürülməsi üçün istifadə olunan texniki yayım vasitələrinin qanunvericilikdə və xüsusi razılıqlıda (lisenziyada) müəyyən olmuş qaydada və şərtlərə uyğun istismarına;
- 11.5.2. yayım kanalları (tezlikləri) resurslarından səmərəli istifadə olunmasına;
- 11.5.3. uşaqların və yetkinlik yaşına çatmayanların fiziki, əqli və mənəvi inkişafına ziyan vura bilən proqramların onların baxa biləcəyi vaxtda göstərilməməsinə;
- 11.5.4. terrorizmin, zorakılığın, qəddarlığın, milli, irqi və dini ayri-seçkiliyin təbliğinə yol verilməməsinə;
- 11.5.5. reklamin bu Qanunla müəyyənləşdirilmiş qaydada yayılmışmasına;
- 11.5.6. Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyinin digər tələblərinin yerinə yetirilməsinə nəzarət edir.
- 11.6. İctimai yayımıla bağlı konkret məsələlərin araşdırılması və həll edilməsi üçün ictimai yayımçının rəsmi müraciəti əsasında teleradio yayımı sahəsində müvafiq dövlət orqanına səlahiyyət verilə bilər, bu şərtlə ki, ictimai yayımın yaradıcılıq və redaksiya müstəqilliyi məhdudlaşdırılmasın.

## **Maddə 12. Dövlət orqanlarının informasiyalarının yayılması**

Mülkiyyət və təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq bütün yayımçılar insanların həyatı, sağlamlığı və yaşayış məntəqələrinin normal fəaliyyəti üçün təhlükə törədən fəvqəladə hallar, təbii fəlakətlər və qızalar barədə dövlət orqanlarının informasiyalarını dərhal və pulsuz olaraq əhaliyə çatdırmağa borcludurlar.

## **Maddə 13. Dövlətin ehtiyacları üçün yayım məhsulları**

13.1. Mülkiyyət və təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq istənilən yayımçı və teleradio məhsullarının istehsalçısı teleradio

məhsullarının istehsalı və yayımı üzrə dövlət sifarişini yerinə yetirmək hüququna malikdir. Dövlət sifarişçisi teleradio yayımı sahəsində müvafiq dövlət orqanıdır.

13.2. Teleradio məhsullarının istehsalı və yayımı üzrə dövlət sifarişi müsabiqə əsasında həyata keçirilir.

13.3. Teleradio məhsullarının istehsalı və yayımı üzrə dövlət sifarişlərinin müqavilə əsasında formalasdırılması, yerləşdirilməsi və icrası qaydaları müvafiq dövlət orqanı tərəfindən müəyyənləşdirilir.

13.4. Dövlətin ehtiyacları üçün teleradio məhsullarının haqqının ödənilməsi dövlət büdcəsi və bu məqsədlə cəlb edilən büdcə-dənkənar mənbələr hesabına təmir edilir.

13.5. Müvafiq dövlət orqanı məqsədli dövlət proqramlarına uyğun olaraq uşaqlar və gənclər, karlar və eşimə qabilyyəti zəif olanlar üçün proqramların, informasiya, tədris, maarifləndirici və s. proqramların siyahısını hazırlayıb bu Qanunla müəyyənləşdirilmiş qaydada sifarişlər verir.

## **IV FƏSİL**

### **Yayım üçün xüsusi razılığın (lisenziyanın) verilməsi qaydaları**

#### **Maddə 14. Teleradio yayımı üçün xüsusi razılıq (lisenziya)**

14.1. Azərbaycan Respublikasının ərazisində teleradio yayımı bu Qanuna uyğun olaraq verilən xüsusi razılıq (lisenziya) əsasında həyata keçirilir.

14.2. Azərbaycan Respublikasında sərhədsiz televiziya yayımı Azərbaycan Respublikasının tərəfdar çıxdığı beynəlxalq müqavilələrlə tənzimlənir.

14.3. Sərhədsiz televiziya proqramlarını Azərbaycan Respublikasının ərazisində yayımlamaq istəyən xarici teleradio yayımçısı

xüsusi razılıq (lisensiya) almaq üçün bu Qanunla müəyyənləşdirilmiş qaydada müsabiqədə iştirak edir.

14.4. Müsabiqənin nəticələrinə görə qalib elan edilən xarici teleradio yayımçısı müvafiq icra hakimiyyəti orqanı ilə bu Qanunun 16.6-cı maddəsində müəyyənləşdirilmiş qaydada müqavilə bağlayır.

### **Maddə 15. Xüsusi razılıq (lisensiya) almaq üçün müsabiqə**

15.1. Yayım üçün xüsusi razılıq (lisensiya), dövlət və ictimai teleradio yayımı istisna olmaqla, müsabiqə əsasında verilir.

15.2. Müsabiqənin qayda və şərtləri müsabiqədə iştirak etmək barədə ərizələrin qəbul müddətinin başa çatmasından ən azı bir ay əvvəl rəsmi mətbuat orqanında dərc edilir.

15.3. Xüsusi razılıq (lisensiya) üçün müsabiqə şərtləri müəyyən olunarkən tamaşaçıların, dinləyicilərin və dövlətin mənafeyi nəzərə alınmalıdır.

15.4. Müsabiqədə iştirak etmək arzusunu bildirən ərizəçilər (bundan sonra - iddiaçılar) müsabiqə keçirən orqanın müəyyən etdiyi məbləğdə birdəfəlik haqqı ödəməlidirlər.

15.5. Xüsusi razılıq (lisensiya) üçün müsabiqə keçirilərkən aşağıdakılardan nəzərə alınır:

15.5.1. iddiaçının göstəricilərinin müsabiqə şərtlərinə uyğunluğu;

15.5.2. teleradio yayımını həyata keçirmək üçün iddiaçının yaradıcılıq və texniki imkanları;

15.5.3. açıq dinləmələrin və digər müsabiqə prosedurlarının nəticələri.

### **Maddə 16. Teleradio yayımlarının tezlik siyahısı**

16.1. Teleradio yayımlarının tezlik siyahısını müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərtib edir. Bu zaman radio xidmətləri arasında tezlik zolaqlarının bölgü cədvəli nəzərə alınmaqla Azərbaycan Respublikasının ərazisində efir məqsədi üçün istifadə edilən və istifadəsi planlaşdırılan radiotezliklərin siyahısı əsas götürülür.

- 16.2. Tezlik siyahısına istifadə edilən tezliklərdə fəaliyyət göstərən yayımçılar, onların xüsusi razılıqları (lisenziyaları) və yayım zonası haqqında məlumatlar da daxil edilir.
- 16.3. Müvafiq icra hakimiyyəti orqanı boş qalan istifadəyə yararlı efir radiotezliklərinin siyahısını ildə bir dəfədən az olmayaraq müsabiqə keçirən orqana təqdim edir.
- 16.4. Müvafiq icra hakimiyyəti orqanı boş qalan, istifadəyə yararlı efir radiotezlikləri haqqında məlumatı, həmçinin müsabiqə keçirən orqanın sorğusuna əsasən təqdim edir.
- 16.5. Müvafiq icra hakimiyyəti orqanı və müsabiqəni keçirən orqan tezlik siyahısını ildə bir dəfədən az olmayaraq kütləvi informasiya vasitələrində dərc etdirir.
- 16.6. Müsabiqənin nəticələrinə görə qalib elan edilən yayımçı texniki rabitə vasitələrindən istifadə etməklə xüsusi razılıqda (lisenziyada) göstərilən kanalda (tezlikdə) yayım aparmaq üçün müvafiq icra hakimiyyəti orqanı ilə müqavilə bağlayır və müəyyənləşdirilmiş qaydada və məbləğdə istifadə haqqı ödəyir.
- 16.7. Yayımçı yayımın texniki təminatı (ötürülməsi) ilə bağlı müvafiq icra hakimiyyəti orqanı ilə müqavilə bağlaya bilər. Bu müqavilədə, həmçinin bu Qanunun 16.6-cı maddəsində göstərilən müqavilədə tətbiq olunan tariflər müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən tənzimlənir.
- 16.8. Qanuni əsaslar olduqda, müvafiq icra hakimiyyəti orqanı müqavilə bağlamaqdan imtina edə bilməz.
- 16.9. Yayımçı müqavilə bağlanılmasından əsassız olaraq imtina barədə məhkəməyə şikayət etmək hüququna malikdir.
- 16.10. Eyni subyekt həm yayım, həm də yayımın texniki təminatı sahəsində fəaliyyət göstərə bilər.
- 16.11. Teleradio yayımçısı istifadə haqqını müəyyənləşdirilmiş müddətdə ödəməzsə, müvafiq icra hakimiyyəti orqanı xüsusi razılığın (lisenziyanın) qüvvəsinin istifadə haqqı ödənilənədək dayandırılması barədə məhkəmə qarşısında iddia qaldırıbilər.

## **Maddə 17. Xüsusi razılıq (lisenziya) alınması üçün tələb olunan sənədlər**

17.0. Xüsusi razılıq (lisenziya) almaq üçün aşağıdakı sənədlər təqdim olunmalıdır:

17.0.1. müsabiqə keçirən orqan tərəfindən müəyyən olmuş formada ərizə;

17.0.2. iddiaçı hüquqi şəxsdirə, program konsepsiyası, dövlət qeydiyyatından keçməsi barədə sənədin və nizamnaməsinin surətləri;

17.0.3. iddiaçı fiziki şəxsdirə, program konsepsiyası;

17.0.4. yayımı həyata keçirmək üçün zəruri olan yaradıcılıq və texniki iñkanları haqqında müsabiqə keçirən orqan tərəfindən müəyyən olmuş formada məlumat;

17.0.5. müsabiqədə iştirak üçün birdəfəlik ödəniş haqqında sənəd.

## **Maddə 18. Sənədlərin qəbulundan və xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsindən imtina**

18.1. Aşağıdakı hallarda iddiaçının sənədləri qəbul edilmədən geri qaytarılır:

18.1.1. ərizə buna hüququ olmayan şəxs tərəfindən verilmişdir-sə;

18.1.2. eyni ad altında başqa teleradio yayımçısı fəaliyyət göstərirəsə;

18.1.3. sənədlər bu Qanunun tələblərinə və müsabiqənin şərtlərinə uyğun hazırlanmayıbsa;

18.1.4. təsisçinin nizamnamə kapitalında xarici fiziki və ya hüquqi şəxsin payı olduqda;

18.1.5. texniki və yaradıcılıq imkanları müsabiqənin şərtlərinə uyğun gəlmirsə;

18.1.6. iddiaçının teleradio yayımı üçün əvvəller aldığı xüsusi razılığın (lisenziyanın) fəaliyyətinə xitam verilməsindən bir ildən az müddət keçibsa.

- 18.2. İddiaçıya sənədlərin geri qaytarılması barədə üç gün ərzində onu qane edən formada (yazılı və ya şifahi) məlumat verilir.
- 18.3. Sənədlərin geri qaytarılmasına səbəb olmuş nöqsanlar aradan qaldırılsarsa, iddiaçı sənədlərini yenidən müsabiqəyə təqdim edə bilər, bu zaman iddiaçıdan təkrar ödəniş tələb olunur.
- 18.4. Sənədləri müsabiqəyə qəbul edilmiş iddiaçılara yalnız aşağıdakı hallarda xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsindən imtina edilir:
- 18.4.1. müsabiqənin yekunlarına görə qalib seçilməyibsə;
  - 18.4.2. xüsusi razılıq (lisenziya) almaq üçün verilən ərizədə və sənədlərdə həqiqətə uyğun olmayan və ya tərtif olunmuş məlumatlar varsa;
  - 18.4.3. teleradio yayımı sahəsində inhisarçılığın qarşısının alınması ilə bağlı bu Qanundan və digər qanunvericilik aktlarından irəli gələn tələblərə əməl olunmaması barədə müvafiq icra həkimiyəti orqanının rəyi olduqda.
- 18.5. Xüsusi razılıq (lisenziya) verilməsindən imtina barəsində qərar müsabiqənin nəticələrinin elan olunduğu gündən etibarən 15 gün ərzində təqdim olunur. Xüsusi razılığın (lisenziyanın) verilməsindən imtina haqqında qərar imtinanın səbəbləri göstərilməklə, iddiaçıya yazılı şəkildə göndərilir. Bu qərarın təqdim edildiyi gündən bir ay müddətində məhkəməyə şikayət edilə bilər.

### **Maddə 19. Xüsusi razılığın (lisenziyanın) verilməsi**

- 19.1. Xüsusi razılığın (lisenziyanın) verilməsi haqqında qərar müsabiqə keçirən orqan tərəfindən müsabiqənin elan olunduğu vaxtdan ən gec 60 gün sonra qəbul olunur və müsabiqənin nəticələri elan olunduğu gündən başlayaraq 15 gün müddətində təqdim edilir.
- 19.2. Xüsusi razılığın (lisenziyanın) forması müvafiq dövlət orqanı tərəfindən müəyyən olunur.
- 19.3. Xüsusi razılığın (lisenziyanın) qüvvəsi onu almış yayımçı-

nın hüquqi varislərinə, yaxud təsis etdiyi digər hüquqi şəxslərə şamil edilmir.

19.4. Bu Qanun qüvvəyə minənədək verilən xüsusi razılıq (lisenziya) həmin sənəddə göstərilən müddət ərzində etibarlıdır.

19.5. Yayımçı xüsusi razılıq (lisenziya) almaq üçün müvafiq icra hakimiyyəti orqanının müəyyənləşdiriyi məbləğdə dövlət rüsumu ödəyir.

## **Maddə 20. Yayım hüququnun təminatı**

20.1. Xüsusi razılıq (lisenziya) teleradio yayımı sahəsində yeganə hüquqi sənəddir.

20.2. Dövlət və yerli özünüidarəetmə orqanları, siyasi partiyalar, ictimai birləklər, həmkarlar ittifaqı təşkilatları, fiziki və hüquqi şəxslər yayımçıların xüsusi razılıq (lisenziya) ilə müəyyənləşdirilmiş hüquqlarını məhdudlaşdırı bilməzlər.

20.3. Xüsusi razılıq (lisenziya) müvafiq icra hakimiyyəti orqanı ilə, habelə digər fiziki və hüquqi şəxslərə teleradio yayımı sahəsində müqavilələr bağlamaq üçün əsasdır.

## **Maddə 21. Xüsusi razılığın (lisenziyanın) məzmunu**

21.1. Xüsusi razılıqda (lisenziyada) aşağıdakı məlumatlar göstərilir:

21.1.1. teleradio yayımçısının adı, təşkilati-hüquqi forması və olduğu yer;

21.1.2. yayımın növü (televiziya yayımı, radio yayımı, əlavə yayım və s.);

21.1.3. yayım üsulu (kabelli, peyk vasitəsilə, internet, efir, efir-kabel və s.);

21.1.4. yayım zonası;

21.1.5. teleradio yamınının efirə çıxacağı vaxt;

21.1.6. xüsusi razılığın (lisenziyanın) qüvvədə olma müddəti;

21.1.7. xüsusi razılığın (lisenziyanın) qeydiyyat nömrəsi və verilmə tarixi;

- 21.1.8. teleradio yayımının tezliyi və bu tezlikdə teleradio programını yayımlayan ötürücünün gücü;
- 21.1.9. ötürücünün yerləşdiyi yer;
- 21.1.10. nezərdə tutulan auditoriya;
- 21.1.11. teleradio yayımının dili (dilləri);
- 21.1.12. teleradio yayımının dövrliyi, həcmi;
- 21.1.13. yayımın başlama tarixi;
- 21.1.14. xüsusi razılığın (lisenziyanın) qayda və şərtləri pozulduğu hallarda yayımçının məsuliyyəti.

21.2. Teleradio yayımçısının ərizəsində göstərilən və xüsusi razılığa (lisenziyaya) daxil edilən məlumatlar dəyişdiyi gündən başlayaraq ən gec 30 gün ərzində müvafiq dövlət orqanına xəbər verilməlidir.

21.3. Teleradio yayımçısı xüsusi razılıqda (lisenziyada) göstərilən digər məlumatları müvafiq dövlət orqanı ilə razılaşdırmadan dəyişdirə bilməz.

## **Maddə 22. Xüsusi razılığın (lisenziyanın) qüvvədə olma müddəti**

22.1. Ərizədə daha az müddət göstərilməyib sə, xüsusi razılıq (lisenziya) 6 il müddətinə verilir. Bu müddətdə ayrılan tezlikdən istifadə texniki baxımdan mümkün deyilsə, xüsusi razılıq (lisenziya) daha az müddət üçün verilə bilər.

22.2. Müsabiqə keçirən orqan xüsusi razılığa (lisenziyaya) ayrılan müddətin bitməsinə ən gec üç ay qalmış boşalan tezlik resursu barədə məlumatı dərc edir.

22.3. Boşalan tezlik resursundan istifadə edən və xüsusi razılığın (lisenziyanın) müddətini uzatmaq istəyən teleradio yayımçısı xüsusi razılığın (lisenziyanın) vaxtını uzatmaq barədə ərizə verdikdə, bu tezlik üçün müsabiqə keçirilmədən dövlət rüsumunu ödəmək şərti ilə xüsusi razılığın (lisenziyanın) müddəti daha 6 il uzadılır.

22.4. Yayımçı xüsusi razılığın (lisenziyanın) qüvvədə olduğu

müddətdə qanunvericiliyin tələblərini dəfələrlə pozinusdursa və inüvafiq dövlət orqanının xəbərdarlığına baxmayaraq həmin pozuntular qısa müddətdə aradan qaldırılmamışdırsa və ya yayımçı barədə dəfələrlə cəriinə və digər sanksiyalar tətbiq olunmuşdur-sa, boşalan tezlik resursundan istifadə etməklə xüsusi razılıq (lisenziya) alınmaq üçün bu Qanunla müəyyənləşdirilmiş qaydada müsabiqə elan edilir.

### **Maddə 23. Xüsusi razılığın (lisenziyanın) qüvvəsinin müvəqqəti dayandırılması və xüsusi razılığın (lisenziyanın) qüvvəsinə xitam verilməsi**

23.1. Teleradio yayımçıları xüsusi razılığın (lisenziyanın) qayda və şərtlərini və bu Qanunun tələblərini pozduqda xüsusi razılığın (lisenziyanın) qüvvəsi məhkəmənin qərarı ilə bir gündən yeddi günədək müvəqqəti dayandırıla bilər.

23.2. Xüsusi razılığın (lisenziyanın) qüvvəsinə məhkəmənin qərarı ilə yalnız aşağıdakı hallarda xitam verilə bilər:

23.2.1. xüsusi razılıq (lisenziya) yayımçının bilərəkdən təqdim etdiyi həqiqətə uyğun olmayan inəlumatlar əsasında alındıqda;

23.2.2. yayım xüsusi razılıq (lisenziya) alındıqdan sonra altı ay ərzində həyata keçirilmədikdə;

23.2.3. xüsusi razılığın (lisenziyanın) sahibinin müflisləşməsi məhkəmənin qanuni qüvvəyə ininmiş qətnaməsi ilə təsdiq olunduqda;

23.2.4. teleradio yayını texniki cəhətdən mümkün olmadıqda;

23.2.5. dövlət quruluşunu zorakılıqla devirməyə, dövlətin bütövlüyüնə və ölkənin təhlükəsizliyinə qəsd etməyə, milli, irqi və di-ni ədavəti qızışdırmağa, kütləvi iğtişaşlar törətməyə və terrorizmə açıq çağırışlar teleradio yayımçısı tərəfindən müdafiə olunduqda və ya bu çağrıları səsləndirməyə bilərəkdən şərait yaradıldıqda;

23.2.6. Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə nəzərdə tutulmuş digər hallarda.

23.3. Teleradio yayımı zamanı bu Qanunun və xüsusi razılığın (lisenziyanın) tələblərinin pozulması ilə bağlı məhkəməyə daxil olmuş ərizəyə ən gec 15 gün müddətində baxılıb müvafiq qərar qəbul edilməlidir.

### **Maddə 24. Əlavə informasiya yayımı hüququ**

Yayımçı əlavə informasiya xidmətləri göstərə bilər. Teleradio yayım siqnalının tərkibində ötürülən və əsas programlarla heç bir əlaqəsi olmayan əlavə informasiya xidməti xüsusi razılıq (lisenziya) əsasında həyata keçirilir.

### **Maddə 25. Teleradio yayımının texniki vasitələrinin və avadanlıqlarının sertifikatlaşdırılması**

Teleradio yayımının maddi-texniki bazasını təşkil edən, teleradio programlarının hazırlanması, istehsalı, formalaşdırılması və yayımlanması təmin edən texniki vasitələr və avadanlıqlar (dövlət standartlarına və beynəlxalq standartlara uyğunluğu məqsədi-lə) Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyində nəzərdə tutulmuş qaydada sertifikatlaşdırılır.

## **V FƏSİL**

### **Teleradio yayımının təşkili**

#### **Maddə 26. Teleradio programlarının yayımlanması şərtləri**

##### **26.1. Yayımçı:**

26.1.1. yayım üçün xüsusi razılıq (lisenziya) aldıqdan;

26.1.2. teleradio yayımçısı kimi reyestrən keçidkən;

26.1.3. texniki rabitə vasitələrindən istifadə etməklə xüsusi razılıqda (lisenziyada) göstərilən kanal və tezlikdə yayım aparmaq üçün müvafiq icra hakimiyyəti orqanı ilə müqavilə bağladıqdan sonra yayım fəaliyyətinə başlaya bilər.

26.2. Yayımın texniki vasitələrinin sahibi və ya onun istisinarını həyata keçirən təşkilat həmin vasitələri yayım üçün xüsusi razılığı (lisenziyası) olmayan üçüncü şəxsin istifadəsinə verə bilməz.

26.3. Yayım ancaq xüsusi razılıqda (lisenziyada) müəyyən edilmiş tezlikdə və yayım zonasında aparıla bilər.

26.4. Teleradio programlarının (verilişlərinin) retranslyasiyası yayımçı ilə retranslyasiyanı aparan qurum arasında bağlanmış müqavilə əsasında həyata keçirilir.

26.5. Programın (verilişin) yayımına teleradio yayımının rəhbəri və ya onun təyin etdiyi şəxs (məsul redaktor) icazə verir, həmin şəxs programın (verilişin) keyfiyyətinə və məzmununa görə məsuliyyət daşıyır.

### **Maddə 27. Teleradio məhsullarının istehsalı**

27.1. Teleradio məhsulları, o cümlədən əlavə informasiya bu məqsədlə yaradılmış teleradio məhsullarının istehsalçısı, yaxud yayımçının özü tərəfindən hazırlanır.

27.2. Yayımçı ilə teleradio məhsullarının istehsalçısı arasındaki münasibətlər Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyənləşdirilmiş qaydada bağlanmış müqavilə ilə tənzimlənir.

### **Maddə 28. İstinad məlumatları**

28.1. Yayımçı, gün ərzində yayım aparılırsa, azı dörd dəfə, başqa hallarda isə yayımın əvvəlində və sonunda öz adını və başqa məlumatları (çağırış kodunu, emblemini və s.) elan etməlidir.

28.2. Hər bir teleradio verilişi və ya onun təkrarı efirə buraxılarkən aşağıdakı məlumatlar əlavə olunmalıdır:

28.2.1. verilişin adı;

28.2.2. verilişin efir vaxtı;

28.2.3. müəllifin və efirə buraxılış üçün icazə vermiş baş redaktorun (redaktorun) adı və soyadı;

28.2.4. yayımçının adı və ünvani;

28.2.5. yayımçının müəyyənləşdiriyi digər məlumatlar.

### **Maddə 29. Peyk vasitəsilə teleradio yayımı**

29.1. Peyk vasitəsilə teleradio yayımı aşağıdakı üstün istiqamətlər üzrə həyata keçirilir:

29.1.1. fərdi abonentlər və kollektiv bölüşdürücü şəbəkələr tərəfindən qəbul edilməsi üçün ümumölkə yayımçılarının programlarının yayımı;

29.1.2. ölkə və xarici dövlətlərin teleradio yayımçıları ilə proqramların (verilişlərin) mübadiləsi.

29.2. Peyk vasitəsilə teleradio yayımının qaydaları müvafiq dövlət orqanı tərəfindən müəyyən edilir.

### **Maddə 30. Kabel şəbəkəsi yayımı**

30.1. Kabel şəbəkəsi yayımı Azərbaycan Respublikasının qanunu ilə tənzimlənir.

30.2. Kabel şəbəkəsi yayımı müvafiq dövlət orqanı tərəfindən tənzimlənir.

30.3. Kabel şəbəkəsinin yaradılması, inkişafi, təkmilləşdirilməsi, kabel yayım signalları sisteminin istismarı, tezlik və kanalların istifadəyə verilməsi müvafiq dövlət orqanı və müvafiq icra həkimiyəti orqanı tərəfindən birlikdə həyata keçirilir.

### **Maddə 31. Seçki kampaniyası zamanı televiziya və radioan istifadə**

Azərbaycan Respublikası Prezidentinin, Azərbaycan Respublikası Milli Məclisi deputatlarının və bələdiyyə üzvlərinin seçiləri, habelə referendumlar zamanı namizədlərin və siyasi partiyaların efsirdən istifadə qaydaları Azərbaycan Respublikasının müvafiq qanunları ilə tənzimlənir.

### **Maddə 32. Proqrama verilən tələblər**

32.0. Proqramlar yayım üçün hazırlanarkən aşağıdakı tələblərə əməl olunmalıdır:

32.0.1. maarifçilik və mədəniyyət məsələlərinə üstünlük verilməli, proqramların tarazlaşdırılması yolu ilə efsirin kommersiya, informasiya, yaxud digər eynitipli verilişlərə yüklenməsinin qarşısı alınmalıdır;

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

- 32.0.2.1. informasiyanın tərəfsizliyi, qərəzsizliyi, əhatəliliyi, tam və doğru-dürüslüyü prinsiplərinə əməl olunsun;
- 32.0.2.2. programı hazırlayanlar qanun qarşısında birbaşa məsuliyyət daşıyırlar;
- 32.0.3. insanların şərəf və layəqətinin alçaldılmasına, işgüzar nüfuzunun ləkələnməsinə yol verilməməli, şəxslərin Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası ilə müəyyənləşdirilmiş hüquq və azadlıqlarına hörmətlə yanaşılmalıdır;
- 32.0.4. faktlar və hadisələr ədaləti şərh olunmalı, birtərəfliliyə yol verilməməlidir;
- 32.0.5. terrorizm, zorakılıq, qəddarlıq, milli, dini və irqi ayrı-seçkilik təbliğ olunmamalıdır;
- 32.0.6. proqramlarda (verilişlərdə) dövlət dilindən istifadə təmin edilməlidir;
- 32.0.7. teleradio yayımı sahəsində dövlət texniki standartlarına əməl olunmalıdır;
- 32.0.8. karlar və zəif eşidənlər üçün tədris və informasiya xarakterli sosial yayımlar təşkil olunmalıdır;
- 32.0.9. milli-mənəvi dəyərlərin qorunmasına ardıcıl şəkildə əməl olunmalıdır.

### **Maddə 33. Uşaqların və yetkinlik yaşına çatmayanların qorunması**

- 33.1. Müvafiq dövlət orqanı uşaqların və yetkinlik yaşına çatmayanların fiziki, əqli və mənəvi inkişafına ziyan vura bilən və kodsuz yayımlanan, o cümlədən erotikani və qəddarlığı əks etdirən proqramlar üçün xüsusi qaydalar müəyyənləşdirir.
- 33.2. Göstərilmə vaxtı məhdudlaşdırılmış proqramların anonsunda, eləcə də yayımından əvvəl bu barədə mütləq məlumat verilməlidir.
- 33.3. Göstərilmə vaxtı məhdudlaşdırılmış proqramların yayımı uşaqların və yetkinlik yaşına çatmayanların baxmasına qadağə qo-

yulduğunu bildirən xüsusi simvollar, yazılar, yaxud programın xüsusiyyəti barədə digər xəbərdaredici nişanlarla müşayiət olunmalıdır.

### **Maddə 34. Teleradio yayımı sahəsində ictimai birliklər**

34.1. Yayımçılar, istehlakçılar və teleradio məhsullarının istehsalçıları öz məraqlarını qorumaq məqsədilə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyində müəyyən edilmiş qaydada ictimai birliklər yarada bilərlər.

34.2. Bu ictimai birliklər Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyənləşdirilmiş qaydada qeydiyyata alınmış nizamnamələri əsasında fəaliyyət göstərirler.

34.3. Müvafiq dövlət orqanı xüsusi razılığın (lisenziyanın) qayda və şərtlərinə əməl olunması üzərində nəzarəti həyata keçirərkən bu ictimai birliklərin rəyini nəzərə alır.

### **Maddə 35. Reklam yayılması**

35.1. Teleradio programlarında (verilişlərində) yayımlanan reklam və teleticarət asan başa düşülən olmalı və həmin programların (verilişlərin) elementlərindən vizual və (və ya) akustik şəkildə (görüntülü və (və ya) səslə) fərqlənməlidir.

35.2. Texniki və digər vasitələrdən istifadə etməklə hazırlanmış, istehlakçının şüuruna özünün dərk etmədiyi şəkildə təsir göstərən gizli reklamın yayımlanması qadağandır.

35.3. Reklam və teleticarət ayrı-ayrı verilişlərin arasına blok şəkildə salınmalıdır. Reklam bir verilişin yayımı zamanı da göstəri-lə bilər, bu şərtlə ki, bu Qanunun 35.4-cü və 35.5-ci maddələri ilə müəyyənləşdirilmiş qaydalara əinəl olunsun.

35.4. Müstəqil hissələrdən ibarət televerilişlərdə, idman programlarında, fasilələrlə gedən tədbirlərin və tamaşaların yayınında reklam yalnız müstəqil hissələrin arasında, ya da fasilələrdə verilə bilər. Ayrıca verilişlərdə bir reklam blokunun sonu ilə o biri reklam blokunun əvvəli arasında zaman kəsiyi 20 dəqiqədən az olmamalıdır.

35.5. Bədii və televiziya filmləri 45 dəqiqədən çox davam edərsə, yalnız 45 dəqiqədən sonra reklamlı kəsilə bilər. Filmlər bir və ya bir neçə 45 dəqiqədən azı 20 dəqiqə çox çəkərsə, daha bir reklam fasiləsinə icazə verilir.

35.6. Xəbər proqramları, dini və uşaqlar üçün verilişlər, həmçinin 30 dəqiqədən az çəkən seriallar, əyləncəli proqramlar, aktual siyasi verilişlər, sənədli filmlər reklamlı kəsilə bilməz. Əgər bu proqram və verilişlər 30 dəqiqədən çox çəkərsə, bu Qanunun 35.4-cü, bir və ya bir neçə 45 dəqiqədən ən azı 20 dəqiqə çox çəkərsə, bu Qanunun 35.5-ci maddələrinin tələbləri onlara da şamil edilir.

35.7. Reklamin və teleticarətin ümumi həcmi gün ərzində yayımlanan verilişlərin ümumi həcmiminin 20, ayrılıqda reklamin ümumi həcmi isə gün ərzində yayımlanan verilişlərin ümumi həcmimin 15 faizindən çox ola bilməz.

35.8. Yayım zamanı teleticarət üçün ayrılmış blokun fasiləsiz həcmi 10 dəqiqədən, gün ərzində belə blokların sayı isə 6-dan çox ola bilməz.

35.9. Seçkilərin və referendumların keçirildiyi gün efirə siyasi töbliğat xarakterli reklam vermək qadağandır.

35.10. Televiziya və radio ilə narkotik vasitələrin, silahların, pornoqrafiyanın, tütün məmulatlarının, spirtli içkilərin, habelə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə reklamı qadağan olunan digər məhsulların reklamına yol verilmir.

35.11. Qanunvericilikdə müəyyən olunmuş qaydada istehsalına və satışına icazə verilməyən dərmanların, tibb təyinatlı məhsulların və texnikanın reklamı qadağandır. Xidmət göstərilməsinə müvafiq icra hakimiyyəti orqanı tərəfindən icazə verilməyən müalicə metodlarının, profilaktika, diaqnostika və reabilitasiyanın (hətta onlar patent alsalar belə) reklamına yol verilmir.

35.12. Həkim resepti ilə verilən dərmanların reklamı qadağandır.

35.13. Televiziya reklamlarında:

35.13.1. insanların ləyaqətinə, dini və siyasi əqidəsinə;

- 35.13.2. sağlamlığına və təhlükəsizliyinə;
- 35.13.3. ətraf mühitin qorunmasına ziyan vuran hərəkətlərin təqdir olunması qadağandır.
- 35.14. Televiziya reklamları uşaqların və yetkinlik yaşına çatmayanların fiziki, əqli və mənəvi inkişafına zərərli təsir göstərməməlidir. Bunun üçün həmin reklamlarda aşağıdakı tələblərə əməl olunmalıdır:
- 35.14.1. uşaqlara və yetkinlik yaşına çatmayanlara ünvanlanan, yaxud onların iştirakı ilə yayımlanan reklamlarda uşaqların məraqlarına ciddi zərbə vuran elementlərdən istifadə olunmamalı;
- 35.14.2. tutarlı səbəblər olmadan, uşaqlar və yetkinlik yaşına çatmayanlar qorxulu vəziyyətlərdə göstərilməməlidir.
- 35.15. Aşağıdakılar reklam sayılmır:
- 35.15.1. yayımçıların öz məhsullarının anonsu;
- 35.15.2. kommunal xidməti təşkilatlarının və xeyriyyəçilərin yamyıldızları elanları.
- 35.16. Azərbaycan Respublikası Milli Məclisi sessiyalarının, rəsmi dövlət tədbirlərinin, Azərbaycan Respublikası Prezidentinin, Milli Məclis və Konstitusiya Məhkəməsi sədrlərinin çıxışları reklam materiallarının verilməsi məqsədilə kəsili bilməz, habelə reklam materialları titrlər vasitəsilə yayılmışa bilməz.

### **Maddə 36. Teleradio verilişlərinin (programlarının) hazırlanmasında sponsorluq**

- 36.1. Teləradio məhsulu dövlət və yerli özünüidarəetmə orqanları, hüquqi və fiziki şəxsləri tərəfindən maliyyələşdirilə bilər.
- 36.2. Reklamı qadağan olmuş məhsulların istehlakçılarının və satışını həyata keçirən şəxslərin sponsorluğuna yol verilmir.
- 36.3. Xarici ölkələrin hüquqi və fiziki şəxsləri teleradio məhsullarına qismən (ayrı-ayrı verilişlərə və ya programlara) sponsorluq edə bilərlər.
- 36.4. Sponsorun maliyyə yardımı ilə hazırlanmış verilişlərin

(programların) əvvəlində və sonunda firma nişanını göstərməklə, yaxud titrlər və ya diktör mətni vasitəsilə bu barədə açıq informasiya verilməlidir. Tərəflər arasında bağlanmış müqavilələrdə sponsorun elan edilməsinin başqa üssü da müəyyən edilə bilər.

36.5. Xəbərlərin buraxılışı və siyasi informasiya programları sponsorların maliyyə köməyi ilə hazırlanır bilməz.

36.6. Sponsorların teleradio yayımçılarının müstəqilliyinə, yaradıcı və redaksiya fəaliyyətinə müdaxiləsi yolverilməzdür.

### **Maddə 37. Müxbir məntəqələrinin, filial və nümayəndəliklərin yaradılması**

37.1. Yayımçılar Azərbaycan Respublikasının ərazisində və onun hüdudlarından kənarda müxbir məntəqələri, filial və nümayəndəliklər yarada bilərlər.

37.2. Müxbir məntəqələri, filial və nümayəndəliklər teleradio yayımçılarının struktur bölmələridir və onların mənafeyini təmsil edir.

### **Maddə 38. Teleradio programları (verilişləri) materiallarının saxlanması**

38.1. Teleradio programlarının (verilişlərinin) materialları (qoşma sənədlər, əlyazmalar, məktublar, lent yazıları və s.) efirə çıxandan sonra azı bir ay, qeydiyyat jurnalı isə sonuncu qeyddən sonra azı bir il müddətində saxlanılır.

38.2. Bir ay ərzində program (veriliş) barədə şikayət daxil olubsa, yaxud məhkəmə qarşısında iddia qaldırılıbsa, programın (verilişin) materialları mübahisə başa çatanadək saxlanılmalıdır.

38.3. Program (veriliş) materiallarının saxlanma qaydaları yayımçı tərəfindən müəyyənləşdirilir.

38.4. Qeydiyyat jurnalında efirə çıxmış programların (verilişlərin) tarixi, vaxtı, mövzusu, müəllifi, aparıcı və iştirakçıları göstərilməlidir.

## VI FƏSİL

### Yayımçıların hüquq və vəzifələri

#### Maddə 39. Yayımçıların müəlliflik hüququ

39.1. Yayımçılar yayımladıqları verilişlər (filmlər) və programlar üzərində imzaladıqları müqavilələrin verdiyi səlahiyyət çərçivəsində müəlliflik hüququna malikdirlər.

39.2. Yayımçı digər teleradio yayımçılarının programlarından (verilişlərindən) yalnız onların rəsmi razılığı ilə istifadə edə bilər.

39.3. Mülkiyyətçinin razılığı olmadan programların (verilişlərin) digər təşkilatlar tərəfindən yayımı, köçürülməsi (tirajının çoxalılması), satılması və kütłəvi nümayishi qadağandır.

39.4. Başqa yayımçıların programlarından (verilişlərindən) qısa ifraqmentlər, - hər programdan (verilişdən) 20 saniyədən, hər filmdən 5 dəqiqədən çox olmamaqla, - habelə tədris müəssisələrində istifadə üçün götürüldüyü hallarda razılıq tələb olunmur.

39.5. Programlardan (verilişlərdən) müvafiq razılıq olmadan bu Qanunun tələblərini pozaraq istifadə edildikdə yayımçı vurulmuş zərərin ödənilməsi barədə məhkəmə qarşısında iddia qaldıra bilər.

#### Maddə 40. Yayımçıların hüquq və vəzifələri

40.1. Mülkiyyət və təşkilati-hüquqi formasından asılı olmayaraq teleradio yayımçıları:

40.1.1. programlar (verilişlər) hazırlamaq, yayınlamaq, onların audio və videoyazılılarını çoxaltmaq, satmaq və ya icarəyə vermək;

40.1.2. ödəniş haqqını müəyyən etmək;

40.1.3. reklam fəaliyyəti ilə məşğul olmaq;

40.1.4. öz verilişlərinin programını dərc etmək və ya bu hüququ üçüncü şəxsə vermək;

40.1.5. nizamnamə vəzifələrini yerinə yetirmək üçün zəruri və qanunla qadağan edilməyən digər fəaliyyətlə məşğul olmaq hüququna malikdirlər.

40.2. Teleradio yayımçılarının vəzifələri aşağıdakılardır:

40.2.1. proqramların (verilişlərin) mövzu rəngarəngliyini təmin etmək;

40.2.2. pornoqrafik materilları yaymamaq;

40.2.3. başqa teleradio yayımçılarının verilişlərinin yayılmışmasına və qəbuluna maneçilik törətməmək;

40.2.4. insanların şəxsi həyatına, işgüzar nüfuzuna, şərəf və ləyaqətinə hörmətlə yanaşmaq;

40.2.5. yayım zamanı peşə etikasına riayət etmək;

40.2.6. abonentlərin cavab vermə hüququna hörmətlə yanaşmaq;

40.2.7. nəzarət fonoqramlarının surətni müvafiq dövlət orqanı tərəfindən müəyyənləşdirilmiş qaydada və inüddətdə təqdim etmək;

40.2.8. hər kəsin öz fikir və baxışlarını sərbəst şəkildə bildirməsi üçün şərait yaratmaq;

40.2.9. informasiyanın qərəzsizliyini və tərəfsizliyini təmin etmək;

40.2.10.bu Qanunla müəyyənləşdirilmiş digər vəzifələri yerinə yetirmək.

## VII FƏSİL

### Televiziya və radio yayımı haqqında qanunvericiliyin pozulmasına görə məsuliyyət

#### Maddə 41. Qanunun pozulmasına görə məsuliyyət

Bu Qanunun tələblərini pozan fiziki və hüquqi şəxslər Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyənləşdirilmiş qaydada məsuliyyət daşıyırlar.

#### Maddə 42. Maddi və mənəvi zərərin ödənilməsi

Teleradio yayımı haqqında qanunvericiliyin pozulması nəticəsinde fiziki və ya hüquqi şəxsə dəymiş maddi və mənəvi zərər Azərbaycan Respublikasının mülki qanunvericiliyinə uyğun olaraq məhkəmə tərəfindən müəyyənləşdirilir. Teleradio yayımçılarının hüquqi və fiziki şəxslərə vurduğu mənəvi zərərin son həddi teleradio yayımçısının üç aylıq əmək haqqı fondundan çox müəyyənləşdirilə bilməz.

#### Maddə 43. Məsuliyyətdən azad edilmə halları

Teleradio yayımçısı həqiqətə uyğun olmayan informasiyanın yayılmasına görə məsuliyyətdən yalnız kütləvi informasiya vasitələri haqqında qanunvericilikdə nəzərdə tutulmuş hallarda azad olunur.

#### Maddə 44. Qanunun qüvvəyə minməsi

Bu Qanun dərc edildiyi gündən qüvvəyə minir.

*25 iyun 2002-ci il*

# **Milli Televiziya və Radio Şurası haqqında Əsasnamə**

## **I. Ümumi müddəalar**

1. Milli Televiziya və Radio Şurası (bundan sonar “Şura” adlandırılacaq) “Televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununun 11.2-ci maddəsinə uyğun olaraq Azərbaycan Respublikası prezidentinin 2002-ci il 5 oktyabr tarixli fermanı ilə yaradılmışdır. Şura televiziya və radio yayımı sahəsində dövlət siyasetinin həyata keçirilməsini təmin etmək və bu fəaliyyəti tənzimləmək məqsədi ilə yaradılmışdır.
2. Şura öz fəaliyyətində Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasını Azərbaycan Respublikasının qanunlarını, Azərbaycan Respublikası prezidentinin ferman və sərəncamlarını, Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin qərar və sərəncamlarını və bu Əsasnaməni rəhbər tutur.
3. Şura dövlət bütçəsindən maliyyələşdirilir və öz fəaliyyətində müstəqildir.
4. Şura müstəqil balansa, Azərbaycan Respublikasının dövlət gerbinin təsviri və öz adı əks olunmuş möhürə, müvafiq ştamplara, blanklara və bank hesablarına malikdir.
5. Şura Bakı şəhərində yerləşir.

## **II. Şuranın əsas vəzifələri və funksiyaları**

6. Şuranın əsas vəzifələri televiziya və radio yayımlarının fəaliyyətini tənzimləmək, onların müstəqilliyini və yayım zamanı ictimaiyyətin maraqlarını qorumaq, televiziya və radio yayımı haqqında qanunvericiliyə əməl edilməsi üzərində nəzarəti həyata keçirməkdir.
7. Şura:
  - 7.1. teleradio informasiya məkanının vahid inkişaf konsepsiyasını hazırlayır və həyata keçirir;
  - 7.2. teleradio yayımının texniki və keyfiyyət standartlarını və normalarını müəyyən edir;

7.3. teleradio yayımı üçün xüsusi razılıq (lisensiya) verir, bu məqsədlə müsabiqə keçirir;

7.4. aşağıdakılara nəzarət edir:

- teleradio verilişlərinin ötürülməsi üçün istifadə olunan texniki yayım vasitələrinin qanunvericilikdə və xüsusi razılıqda (lisensiya) müəyyən olunmuş qaydada və şərtlərə uyğun istismarına;

- yayım kanalları (tezlikləri) resurslarından səmərəli istifadə olunmasına;

- uşaqların və yetkinlik yaşına çatmayanların fiziki, əqli və ənənəvi inkişafına ziyan vura bilən proqramların onların baxa biləcəyi vaxtda göstərilməməsinə;

- terrorizmin, zorakılığın qəddarlığının, milli, irqi və dini ayrı seçkiliyin təbliğinə yol verilməməsinə;

- reklamın “Televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə müəyyən edilmiş qaydada yayılmışmasına;

- televiziya və radio yayımı sahəsində qanunvericilik aktlarının tələblərinin yerinə yetirilməsinə.

8. şura bu Əsasnamə ilə müəyyən edilmiş vəzifələrə uyğun olaraq aşağıdakı funksiyaları həyata keçirir:

8.1. peyk vasitəsilə teleradio yayımının qaydalarını müəyyən edir;

8.2. teleradio yayımı üçün xüsusi razılıq (lisensiya) almaq üçün orizənin formasını, habelə uayını həyata keçirmək üçün zəruri olan yaradıcılıq və texniki imkanlar haqqında məlumat formasını təsdiq edir,

8.3. xüsusi razılıq (lisensiya) üçün müsabiqə qaydaları və şərtlərini müəyyən edir və orizələrin qəbul müddətinin başa çatmasından ən azı bir ay əvvəl rəsmi mətbuat orqanında dərc edir;

8.4. xüsusi razılıq (lisensiya) almaq üçün müsabiqədə iştirak etmək üçün birdəfəlik ödənişin məbləğini müəyyən edir;

- 8.5. xüsusi razılıq (lisenziya) formasını təsdiq edir,
- 8.6. qanunvericilikdə müəyyən edilmiş qaydada xüsusi razılığın (lisenziyanın) verilməsi, yaxud verilməsindən imtina barəsində qərar qəbul edir,
- 8.7. xüsusi razılıqda (lisenziyada) göstərilən məlumatların teleradio yayımçısı tərəfindən dəyişdirilməsinə razılıq verir;
- 8.8. xüsusi razılığa (lisenziyaya) ayrılan müddətin bitməsinə ən gec üç ay qalmış boşalan tezlik resursu barədə məlumatı dərc edir;
- 8.9. xüsusi razılığın (lisenziyanın) vaxtını uzatmaq barədə qanunvericilikdə müəyyən edilmiş qaydada qərar qəbul edir;
- 8.10. teleradio yayımı zamanı xüsusi razılığın (lisenziyanın) qayda və şərtlərinə əməl olunmasına nəzarəti həyata keçirir;
- 8.11. qanunvericiliklə nəzərdə tutulmuş hallarda xüsusi razılığın (lisenziyanın) qayda və şərtləri pozulduqda məhkəmə qarşısında iddia qaldırır;
- 8.12. teleradio yayımçılarının reyestrini aparır;
- 8.13. teleradio məhsullarının istehsalı və yayımı üzrə dövlət sifarişcisi kimi çıxış edir, bu məqsədlə müsabiqələr keçirir;
- 8.14. teleradio məhsullarının istehsalı və yayımı üzrə dövlət sifarişlərinin müqavilə əsasında formalasdırılması, yerləşdirilməsi və icrası qaydalarını müəyyən edir;
- 8.15. məqsədli dövlət programlarına uyğun olaraq uşaqlar və gənclər, karlar və eştinə qabiliyyəti zəif olanlar üçün programların, informasiya, tədris, maarifləndirici və s. programların siyahısını hazırlayıb və qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada sifarişlər verir;
- 8.16. uşaqların və yetkinlik yaşına çatmayanların fiziki, əqli və mənəvi inkişafına ziyan vura bilən və kodsuz yayılmış, o cümlədən erotikanı və qəddarlığı əks etdirən programlar üçün xüsusi qaydalar müəyyən edir;
- 8.17. xüsusi razılığın (lisenziyanın) qayda və şərtlərinə əməl olunması üzərində nəzarəti həyata keçirərkən yayımçılar, isteh-

lakçılar və teleradio məhsullarının istehsalçıları tərəfindən yaradılan ictimai birliklərin rəyini nəzərə alır;

8.18. teleradio yayımçıları tərəfindən nəzarət fonoqramlarının surətinin təqdim edilməsi qaydasını və müddətini müəyyən edir.

8.19. abonentlərdən və teleradio yayımçılarından daxil olmuş ərizə və şikayətləri araşdırır, öz səlahiyyətləri daxilində tədbirlər görür, nəticəsini kütləvi informasiya vasitələrində dərc edir;

8.20. öz vəzifələrinə uyğun olaraq qanunvericiliklə nəzərdə tutulmuş digər funksiyaları həyata keçirir.

9. Şuranın öz vəzifələrini və funksiyalarını həyata keçirmək üçün aşağıdakı hüquqları vardır:

9.1. səlahiyyətləri daxilində televiziya və radio yayımçıları üçün icrası məcburi olan qərarlar qəbul etmək;

9.2. səlahiyyətləri daxilində televiziya və radio yayımçılarından müəyyən olunmuş qaydada zəruri məlumatlar, materiallar, fonoqramlar və arayışlar toləb etmək;

9.3. səlahiyyətləri daxilində müvafiq normativ sənədləri qəbul etmək;

9.4. “Televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunu ilə müəyyən edilmiş hallarda məhkəmə qarşısında iddia qaldırmaq;

9.5. “Televiziya və radio yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanununda nəzərdə tutulmuş məsuliyyət tədbirlərini tətbiq etmək;

9.6. teleradio yayımı üçün xüsusi razılığı (lisenziyanı) qanunvericiliklə müəyyən edilmiş qaydada vermək və bununla bağlı digər zəruri tədbirləri görmək;

9.7. səlahiyyətləri daxilində teleradio yayımçılarına qarşı tətbiq edilən cərimə sanksiyalarının həcmini və ödənilmə qaydalarını müəyyən etmək;

9.8. istifadə olunmayan efir radioteknikləri haqqında məlumat barədə sorğu vermək;

9.9. qanunvericilikdə nözordə tutulmuş digər hüquqları həyata keçirmək.

10. Şuranın səlahiyyətləri daxilində qəbul olunmuş qərarlarından şikayətlərə məhkəmə qarşısında baxılır.

### **III. Şuranın fəaliyyətinin təşkili**

11. Şura Azərbaycan Respublikasının prezidenti tərəfindən 9 üzvdən ibarət tərkibdə yaradılır.

12. İkili vətəndaşlığı olan, başqa dövlətlər qarşısında öhdəliyi olan, icra və ya məhkəmə hakimiyyətləri sistemlərində qulluq edən, pedaqoji və yaradıcılıq fəaliyyəti istisna olmaqla, başqa ödənişli fəaliyyətlə məşğul olan şəxslər, din xadimləri, fəaliyyət qabiliyyətsizliyi məhkəmə tərəfindən təsdiq edilən şəxslər, ağır cinayətlərə görə məhkum olunmuş şəxslər Şuranın üzvü təyin oluna bilməz.

13. Üzvlərdən üçü iki il, üçü dörd il, üç nəfəri isə altı il müddətinə təyin olunur. Üzvlərin təkrar təyin olunmaq hüququ vardır.

14. Şuranın üzvləri səlahiyyət müddəti qurtaranadək yalnız aşağıdakı hallarda öz vəzifələrindən azad edilə bilərlər:

- ərizə verdikdə,
- Azərbaycan Respublikası vətəndaşlığından çıxdıqda və ya başqa dövlətin vətəndaşlığını qəbuul etdikdə;
- cinayət törətdikdə və məhkəmənin qanuni qüvvəyə minmiş hökmü olduqda;
- dövlət orqanlarında vəzifə tutduqda, din xadimi olduqda, sahibkarlıq, kommersiya və başqa ödənişli fəaliyyətlə məşğul olduqda (elmi, pedaqoji və yaradıcılıq fəaliyyəti istisna olmaqla).

15. Şuranın üzvləri onların müstəqilliyinə və qərəzsizliyinə şübhə doğura bilən hər hansı bəyanatla çıxış edə bilməz və ya hər hansı tədbirdə iştirak edə bilməzlər.

16. Heç bir vəzifəli şəxs və ya heç bir orqan Şuranın üzvlərinə göstəriş və ya təlimat verə bilməzlər;

17. Şuranın üzvləri öz arasından sədr və sədr müavinləri seçirlər.
18. Şura xərclər smetasının daxilində Şura aparatının işçilərinin say həddini müəyyən edir, aparatını formalasdırır və struktur bölmələrini yaradır.
19. Şuranın sədri;
- 19.1. Şuranın işini təşkil edir və ona rəhbərlik edir;
- 19.2. Şura aparatının struktur bölmələrinin əsasnamələrini təsdiq edir,
- 19.3. Şura aparatının işçilərini vəzifəyə təyin edir və vəzifədən azad edir;
- 19.4. öz səlahiyyətləri daxilində icrası məcburi olan əmrlər, sərəncamlar və göstərişlər verir;
- 19.5. Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə müvafiq olaraq digər səlahiyyətləri həyata keçirir.
20. Şura mütəmadi olaraq keçirilən iclaslarında onun vəzifə, funksiyaları və səlahiyyətlərinə aid edilmiş məsələlərə baxır və qərarlar qəbul edir.
21. Şura onun səlahiyyətlərinə aid məsələlərə dair televiziya və radio yayımçıları üçün icrası məcburi olan qərarlar qəbul edir.
22. Hər il Şuranın maliyyə fəaliyyətinin auditı keçirilir.

# **İctimai televiziya və radio yayımı haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanunu**

## **I FƏSİL**

### **Ümumi müddəalar**

#### **Maddə 1. İctimai televiziya və radio yayımının məqsədi**

İctimai televiziya və radio yayımının məqsədi Azərbaycan Respublikası əhalisinin - bütövlükdə cəmiyyətin, habelə onun ayrı-ayrı təbəqələrinin sosial, elm, təhsil, mədəniyyət, əyləncə və digər sahələrdəki ümumi maraqlarını təmin etməyə, söz və fikir azadlığını, müxtəlif baxış və əqidələri əks etdirməyə yönəlmüş, doğru məzmunlu, tarazlaşdırılmış informasiyalar hazırlamaq, bu informasiyaları müasir texniki və keyfiyyət standartlarına uyğun şəkildə yayımlamaqdır.

#### **Maddə 2. İctimai televiziya və radio yayımı haqqında**

#### **Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi**

2.1. İctimai televiziya və radio yayımı haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyasından, bu qanundan, bu qanunun tələblərinə uyğun olaraq hazırlanmış digər normativ hüquqi aktlardan ibarətdir.

2.2. Azərbaycan Respublikasının tərəfdar çıxdığı beynəlxalq müqavilələrdə bu qanundan fərqli qaydalar müəyyənləşdirilərsə, həmin beynəlxalq hüquq normaları tətbiq olunur.

#### **Maddə 3. İctimai yayım xidmətinin prinsipləri**

3.0. İctimai yayım xidməti aşağıdakı prinsiplər əsasında fəaliyyət göstərir:

3.0.1. müstəqillik;

3.0.2. informasiyanın tərəfsizliyi, qərəzsizliyi və doğru-dürüslüyü;

- 3.0.3. plüralizm və dözümlülük;
- 3.0.4. açıq siyasi maraqlardan uzaqlaşma;
- 3.0.5. ümumi maraqların uzlaşdırılması və təmin edilməsi;
- 3.0.6. milli özünüdərkin inkişaf etdirilməsi;
- 3.0.7. universallıq;
- 3.0.8. rəngarənglik;
- 3.0.9. başqalarından fərqlənmə.

## II FƏSİL

### **İctimai yayım xidmətinin təşkili**

#### **Maddə 4. İctimai yayımçının hüquqi statusu**

- 4.1. İctimai yayımçı konar müdaxilə olmadan müstəqil fəaliyyət göstərən hüquqi şəxsdir.
- 4.2. İctimai yayımçı öz əmlakı üzərində sahiblik, istifadə və sərəncam hüququna malikdir, bu əmlakdan yalnız ictimai yayımın məqsədləri üçün istifadə edə bilər.
- 4.3. İctimai yayımçı əmlakdan səmərəli istifadə olunmasına nəzarət edir, onun qorunmasına məsuliyyət daşıyır.
- 4.4. İctimai yayımçının əmlakı özəlləşdirilə, girov qoyula, yaxud bu qanunla müəyyənləşdirilmiş hallardan başqa, satıla bilməz.
- 4.5. İctimai yayımçının əmlakı yalnız yeniləşdirilmək və genişləndirilmək məqsədi ilə satıla bilər.
- 4.6. İctimai yayımçı verilişlərinin forması və məzmununu özü müəyyən edir və yayılmışlığı proqramlar üçün qanunvericiliklə müəyyənləşdirilmiş qaydada məsuliyyət daşıyır.
- 4.7. İctimai yayımçının adı - İctimai Televiziya və Radio Yayımları Şirkətidir.
- 4.8. İctimai Televiziya və Radio Yayımları Şirkəti bu qanun, "Kütləvi informasiya vasitələri haqqında", "Televiziya və radio

yayımı haqqında” Azərbaycan Respublikasının qanunları və bu qanunun tələblərinə uyğun şəkildə hazırlanıb. Yayım şurası tərəfindən təsdiq olunan Nizamnamə əsasında fəaliyyət göstərir.

## **Maddə 5. İctimai yayım fəaliyyətinə lisenziya verilməsi və tezliklərin ayrılması**

İctimai yayım fəaliyyətinə dövlət tərəfindən müddətsiz və ödənişsiz lisenziya verilir və tezlik ayrılır.

## **Maddə 6. İctimai yayımçının hüquqları**

6.0. İctimai yayımçının aşağıdakı hüquqları vardır:

- 6.0.1. özünün yayım xidmətlərini yaratmaq;
- 6.0.2. əhalinin ümumi maraqlarını əhatə edən proqramlar (verilişlər) hazırlamaq, bədii, sənədli, cizgi filmləri, habelə seriallar çəkmək, onları yayımlamaq, audio və video yazılarını çoxaltmaq, satmaq və ya icarəyə vermək;
- 6.0.3. reklam fəaliyyəti ilə məşğul olmaq;
- 6.0.4. ölkə ərazisində və xaricdə özünün müxbir məntəqələrini, filial və nümayəndəliklərini açmaq;
- 6.0.5. teleradio yayımı ilə bağlı istənilən mətbu nəşrin təsisçisi olmaq;
- 6.0.6. öz verilişlərinin proqramını dərc etmək və ya bu hüququ üçüncü şəxsə vermək;
- 6.0.7. özünün ötürücü qurğular şəbəkəsindən istifadə etmək, bu funksiyani digər subyektlə həvalə etmək və ya ötürücü qurğular şəbəkəsini icarəyə vermək;
- 6.0.8. proqramlarını peyk rabitəsi, kabel şəbəkəsi, yaxud digər yerüstü texniki qurğular vasitəsilə ölkənin bütün ərazisinə ötürmək;
- 6.0.9. əlavə informasiya, internet və digər yayım xidmətləri, yaxud texnologiyanın ən yeni sahələrində fəaliyyət göstərmək;
- 6.0.10. özünün arxiv materiallarını ölkədaxili yayılmışlara və ya yayımdankonar subyektlərə icarəyə vermək;

- 6.0.11. əlavə və ya tamamlayıcı xidmətlər, o cümlədən xarici dillərdə informasiya xidməti göstərmək üçün üçüncü şəxslərlə əməkdaşlıq etmək, yaxud üçüncü şəxsin bu sahəyə ayırdığı nizamnamə kapitalındaki payını əldə etmək;
- 6.0.12. nizamnamə vəzifələrini yerinə yetirmək üçün zəruri olan və qanunla qadağan edilməyən digər fəaliyyətlə məşğul olmaq.

## **Maddə 7. İctimai yayımçının vəzifələri**

7.0. İctimai yayımçının vəzifələri aşağıdakılardır:

- 7.0.1. ölkədə və dünyada baş verən mühüm hadisələr, dövlət orqanlarının, bələdiyyələrin, siyasi partiyaların, ictimai birliliklərin, dini qurunların və koimmersiya təşkilatlarının fəaliyyəti barədə vətəndaşların qərəzsiz və tarazlaşdırılmış informasiya alınaq hüququnun həyata keçirilməsi;
- 7.0.2. milli-innəvi və ümumbəşəri dəyərləri qoruyub inkişaf etdirən maarifləndirici, məlumatlandırıcı və əyləndirici proqramlar vasitəsilə vətəndaşların maraqlarının təmin olunması;
- 7.0.3. Azərbaycan və dünya müəlliflərinin əsərləri üzrə yüksək sənətkarlıq nümunəsi olan tamaşaların, bədii, sənədli və cizgi filmlərinin, serialların, incəsənət əsərlərinin, mühüm tarixi və mədəni tədbirlərin ləntə alınması və gələcək nəsillər üçün ictimai yayımçının qızıl fondunda saxlanması;
- 7.0.4. hazırlanıb efirə verilən proqramlarda vətəndaşların öz səfirlərini bildirməsi üçün bərabər imkanlar yaradılması;
- 7.0.5. vətəndaşların cavabvermə hüququnun təmin edilməsi;
- 7.0.6. informasiyanın tərəfsizliyinin, qərəzsizliyinin və doğru-dürüstlüğünün təmin edilməsi;
- 7.0.7. pornoqrafik materialların, zorakılığı, qəddarlığı, dini və irqi ayrı-seçkiliyi təbliğ edən proqramların yayımlanmaması;
- 7.0.8. vətəndaşların şəxsi həyatına, şərəf və ləyaqətinə hörmətlə yanaşılması;
- 7.0.9. yayım zamanı peşə etikasına riayət olunması.

## **Maddə 8. İctimai yayım xidmətlərində kadrların seçilməsi və əmək müqavilələrinin bağlanması**

8.1. İctimai yayım xidmətlərinin rəhbərləri, baş redaktorlar, baş rejissorlar müsabiqə əsasında seçilir, Yayım şurası tərəfindən sadə səs çoxluğu ilə təsdiq olunurlar.

8.2. Müsabiqə komissiyasının yaradılmasına və müsabiqənin keçirilməsi qaydaları, əmək müqaviləsinin şərtləri qanunvericiliyə uyğun olaraq baş direktor tərəfindən hazırlanıb təsdiq edilir.

8.3. Yayım şurası müsabiqə əsasında seçilmiş yayım xidmətlərinin rəhbərlərini təsdiq etməkdə bu qanunun

8.1-ci maddəsində göstərilən qaydada yeni namizədlər seçilir. Əgər Yayımlı şurası seçilmiş namizədləri ikinci dəfə təsdiq etməzsə, baş direktor həmin namizədləri birbaşa təyin edə bilər.

8.4. İctimai yayım xidmətində işə götürülən, irəli çəkilən və ya ictimai yayımın başqa xidmətlərində daha yüksək vəzifəyə təyin olunan kadrlara irqinə, cinsinə, dini mənşəbiyyətinə, yaxud siyasi baxışlarına görə məhdudiyyət qoyula bilməz.

8.5. İşçi öz vəzifəsindən şəxsi möqsədlər üçün, yaxud siyasi partiyaların, kommersiya və digər təşkilatların möqsədləri üçün istifadə edə bilməz.

8.6. İşçi ictimai yayınçının razılığı olmadan dövlət orqanlarından, kommersiya qurumlarından və digər təşkilatlardan təlimat ala, onların tapşırığını yerinə yetirə bilməz.

## **Maddə 9. İctimai yayım sənədlərinin saxlanması**

9.1. İctimai teleradio verilişlərinin materialları (lent yazıları, əlyazmaları, məktublar, qoşma sənədlər) televiziya və radio yayımı haqqında qanunvericiliklə müəyyənləşdirilmiş qaydada və müddətdə saxlanılır.

9.2. İctimai yayımçı:

9.2.1. daxili tənzimləyici sənədləri;

9.2.2. əmlak üzərində hüquqlarını təsdiq edən sənədləri;

- 9.2.3. Yayım şurasının və Direktorlar şurasının iclaslarının protokollarını;
- 9.2.4. Baş direktörün əmr və sərəncamlarını;
- 9.2.5. təftiş və audit yoxlamalarının nəticəsi barədə aktları və arayışları;
- 9.2.6. işçilərlə bağlanmış əmək müqavilələrini;
- 9.2.7. mühəsibat sənədlərini;
- 9.2.8. bank, maliyyə və məhkəmə sənədlərini Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə müəyyənləşdirilmiş qaydada və müddətdə saxlayır.

#### **Maddə 10. İctimai yayım fəaliyyətində şəffaflıq**

10.1. İctimai yayımçıının iqtisadi fəaliyyətinin şəffaflığını təmin etmək məqsədilə cari və ya Yayım şurasının qərarı əsasında fəvqəladə audit yoxlamalar keçirilir.

10.2. Təftiş və ya audit yoxlamaların nəticələri kütləvi informasiya vasitələrində dərc olunur.

### **III FƏSİL**

#### **İctimai yayım proqramları**

#### **Maddə 11. İctimai yayım proqramlarında rəsmi məlumatların verilməsi**

11.1. İctimai yayımçı rəsmi məlumatları heç bir dəyişiklik etmədən efişə verir. "Rəsmi məlumat" dedikdə insanların həyatı, sağlamlığı və yaşayış məntəqələrinin normal fəaliyyəti üçün təhlükə törədən fəvqəladə hallar, təbii fəlakətlər və qozalar barədə dövlət hakimiyyəti orqanlarının verdikləri xəbərlər, habelə cəmiyyətin bilgiləndirilməsi üçün zəruri olan, dövlət hakimiyyəti orqanlarının rəsmi mövqeyini əks etdirən açıqlamalar, bəyanat və məlumatlar başa düşülür.

11.2. İctimai yayımçı rəsmi məlumatların mözmununa görə məsuliyyət daşıdır.

### **Maddə 12. İctimai yayım programlarının dili**

12.1. İctimai yayım proqramları, bir qayda olaraq, Azərbaycan Respublikasının dövlət dilində yayımlanır. "Programların dili" dedikdə qaçan sətirlər (subtitr) və təsviri (mətni) açıqlayan səs başa düşülür.

12.2. Xarici dildə hazırlanan proqramlar, bu dildəki tədris və rət-ranslyasiya edilən proqramlar istisna edilməklə, Azərbaycan dilində subtitrlərə müşayiət olunur, bədii, sənədli filmlər, çıxışlar və s. Azərbaycan dilinə tərcümə edilir.

12.3. İctimai yayım proqramlarına Azərbaycan Respublikasının ərazisində yaşayan milli azlıqların dillərində verilişlər daxil edilir.

### **Maddə 13. İctimai yayım programlarına verilən tələblər**

13.1. İctimai yayımçı bu qanunla müəyyənləşdirilmiş məqsədləri həyata keçirmək üçün proqramlar hazırlayarkən cəmiyyətdəki siyasi əqidələri, dini baxışları, ictimai fikir və rəyin müxtəlif cərəyanlarını, habelə ölkə vətəndaşlarının hüquq bərabərliyini nəzərə almmalıdır.

13.2. Proqramlar milli-mənəvi dəyərləri, milli adət və ənənələri, mədəniyyət və incəsənətin bütün rəngarəngliyini özündə əks etdirməlidir.

13.3. İctimai yayım proqramlarında siyasi baxışların birtərəfli qaydada üstünlüğünü və ya təbliğatına yol verilmir. Plüralizm və düzünlülük prinsipinə uyğun olaraq cəmiyyətdəki müxtəlif nəzər nöqtələri, problemlərə yanaşma, şərhlər və analitik təhlillər alternativ əsaslarla və diskussiya formasında aparılır.

13.4. Yeni və orijinal teleradio məhsullarının yaradılmasına, bədii filmlərin, serialların, teleradio tamaşalarının efirə verilməsinə diqqət artırılmalıdır.

13.5. Dünya ölkələrinin ən yaxşı seriallarının, bədii, sənədli və cizgi filmlərinin Azərbaycan dilinə çevrilərək tamaşaçılara çatdırılmasına şərait yaradılmalıdır.

- 13.6. Proqramlarda Azərbaycanda istehsal olunan kino, tele, video və radio məhsullarının yayılmışmasına üstünlük verilir.
- 13.7. Proqramlarda istifadə olunan informasiyaların məzmunu, mənbəyi və ədalətliliyi araşdırılıb dəqiqləşdirilməlidir.
- 13.8. Xəbərlər proqramında informasiyalar əhatəli, tərəfsiz, qərəzsiz, müstəqil olmalı, cəmiyyətdəki fərqli nöqtəyi-nəzərlərə uyğun hazırlanmalı, şərhlər informasiyadan dəqiq şəkildə seçiləlidir.
- 13.9. İctimai yayım proqramlarında ölkənin digər yayımçılarının proqramlarından ödənişsiz sitat və fragməntlər gətirilə bilər, bu şortlə ki, həmin sitat və fragməntlərin ümumi həcmi 90 saniyədən çox olmasın və təsvirin üstündə emblemi göstərilməklə mənbəyi açıqlansın.

#### **Maddə 14. İctimai yayım zamanı reklama verilən tələblər**

- 14.1. Yayılanan reklamın xüsusi nişanı olmalı, televiziyyada görүntülü, radioda səslə vasitələrlə proqramın başqa hissələrindən birmənalı şəkildə fərqlənməlidir.
- 14.2. Reklamlar proqramların məzmununa, reklamçılar ictimai yayımçının müstəqilliyinə təsir göstərməməlidirlər.
- 14.3. Müntəzəm olaraq xəbərlər proqramı, yaxud müasir siyasi mövzularda veriliş aparan şoxslər teleradio reklamlarında çıxış edə bilinəzərlər.
- 14.4. Reklam ayrı-ayrı verilişlərin arasında blok şəklində efirə verilir.
- 14.5. Müstəqil hissələrdən ibarət televerilişlərdə, idman proqramlarında, fasılələrlə gedən tədbirlərin və tamaşaların yayımında reklam yalnız müstəqil hissələrin arasında və ya fasılələrdə verilə bilər.
- 14.6. Ayrıca verilişlərdə bir reklam blokunun sonu ilə o biri reklam blokunun əvvəli arasındaki zaman kəsiyi bu qanunun 14.8-ci maddəsində göstərilən hallardan başqa, 30 dəqiqədən az olmamalıdır.

- 14.7. Xəbərlər programı, dini və uşaq verilişləri, həmçinin 30 dəqiqədən az çəkən seriallar, əyləncəli programlar, aktual siyasi verilişlər, sənədli filmlər reklamla kəsilə biliməz.
- 14.8. Bədii və televiziya filmləri, 45 dəqiqədən bir və ya bir neçə 45 dəqiqə çox çəkən fasiləsiz programlar yalnız hər 45 dəqiqədən sonra reklamla kəsilə bilər. Programların nümayishi bir və ya bir neçə 45 dəqiqədən azı 20 dəqiqə çox çəkdikdə əlavə olaraq bir reklam da verilə bilər.
- 14.9. Reklamina Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə məhdudiyyətlər qoyulmuş, o cümlədən uşaqların fiziki, əqli və mənəvi inkişafına ciddi zərbə vuran məhsulların reklamını qadağandır.
- 14.10. Programlar arasında teleticarət reklamı yerləşdirilə bilər, bu şərtlə ki, alqı-satqı, xidmət və icarə barədə birbaşa təkliflər edilən reklamin ümumi həcmi gün ərzində 30 dəqiqədən çox olmasın.
- 14.11. Reklam ictimai yayım programlarının gündəlik həcminin 15 faizindən, bir saat ərzində reklam çarxının ən yüksək həddi 9 dəqiqədən çox olmamalıdır.
- 14.12. Radioda reklamların gündəlik həcminin ümumi müddəti 90 dəqiqədir.

## **Maddə 15. İctimai yayım xidmətinə sponsorluq**

- 15.1. Bütövlükdə, yaxud qismən sponsor yardımı ilə hazırlanan verilişlərin əvvəlində və sonunda onların kim tərəfindən maliyyələşdirildiyi açıq diktor mətni, yaxud subtitrlər vasitesilə elan olunmalıdır. Bağlanmış müqaviləyə uyğun olaraq verilişdə sponsorun elan edilməsi üçün onun emblemini, firma nişanını göstərmək, yaxud digər formalardan istifadə etmək olar.
- 15.2. Sponsor verilişlərin məzmununa, yerləşdirilməsinə, ictimai yayının məsuliyyətinə və müstəqilliyinə təsir göstərə biləz.

15.3. Sponsorun maliyyə yardımı ilə hazırlanmış verilişlərdə sponsorun və ya üçüncü şəxsin mallarının (xidmətlərinin) alqı-satqısına, yaxud icarəsinə təhrikə yol verilməməlidir.

15.4. Reklamı qadağan olunmuş malların (xidmətlərin) sahiblərinin, yaxud bu malların alqı-satqısını, icarəsini həyata keçirən şəxslərin sponsorluğununa yol verilmir.

15.5. Xəbərlər və müasir siyasi mövzularda hazırlanmış programlar sponsorluq predmeti ola bilməz.

## **IV FƏSİL**

### **Ictimai yayım xidmətinin idarə olunması**

#### **Maddə 16. İctimai yayımçının səlahiyyətlərinin həyata keçirilməsi**

16.1. İctimai yayımçının bu qanunla müəyyən edilən səlahiyyətləri Yayım şurası və baş direktor tərəfindən həyata keçirilir.

16.2. Yayım şurasının üzvləri, baş direktor və onun müavinləri heç bir siyasi partianın üzvü ola bilməzlər.

#### **Maddə 17. Yayım şurasının formalaşdırılması**

17.1. Yayım şurası programların yayımı zamanı Azərbaycan Respublikası qanunvericiliyinin tələblərinə əməl edilməsi üzərində nəzarəti həyata keçirən və bu sahədə həllədici qərarlar qəbul etmək səlahiyyətinə malik olan nəzarətedici orqan kimi yaradılır.

17.2. Yayım şurasının üzvlüyüünə aşağıdakı təşkilatlar (təşkilatlar qrupu) hər biri ümumi yığıncaqdə sadə səs çoxluğu ilə iki nəmizəd irəli sürür və təsdiq edilmək üçün Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisinə təqdim edirlər:

17.2.1. Azərbaycan Həmkarlar İttifaqları Konfederasiyası;

17.2.2. Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası;

17.2.3. Mətbuat Şurası;

17.2.4. Sahibkarlar Şurası;

- 17.2.5. gənclər təşkilatları;
- 17.2.6. qadın cəmiyyətləri;
- 17.2.7. idman federasiyaları;
- 17.2.8. dini konfessiyalar;
- 17.2.9. yaradıcılıq təşkilatları.

17.3. Bu qanunun 17.2.5-17.2.9-cu maddələrində göstərilən təşkilatlar qrupu namizəd seçmək üçün hər birindən bərabər sayda nümayəndə olmaqla birgə ümumi yığıncaq keçirir, namizədlər bu yığıncaqdə sadə səs çoxluğu ilə seçilirlər. Əgər birgə ümumi yığıncaq vahid namizədlər seçmək üçün razılığa gələ bilməzse, iştirakçıların hər birindən bir nəfər olmaqla namizədlərin vahid siyahısı tərtib olunur, bu siyahı birgə ümumi yığıncaqdə təsdiq edilərək Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisinə təqdim edilir.

17.4. Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi bu qanunun 17.2-ci maddəsində göstərilən təşkilatların (təşkilatlar qrupunun) hərəsindən bir namizəd olmaqla 9 nəfərdən ibarət tərkibdə 17.2.1-17.2.3-cü maddələrdə göstərilən təşkilatların namizədlərini 6 il, 17.2.4-17.2.6-ci maddələrdə göstərilən təşkilatların (təşkilatlar qrupunun) namizədlərini 4 il, 17.2.7-17.2.9-cu maddələrdə göstərilən təşkilatlar qrupunun namizədlərini isə 2 il müddətinə Yayım şurasına üzv seçir.

17.5. Yayım şurasının üzvləri öz aralarından sədr seçirlər.

17.6. Müddəti başa çatmış Yayım şurası üzvlərinin yerinə bu qanunun 17.2-ci maddəsində göstərilən qaydada yeni namizədlər irəli sürürlər və bu qanunun 17.4-cü maddəsində göstərilən qaydada 6 il müddətinə təsdiq olunurlar.

17.7. Fəaliyyətinə bu qanunla nəzərdə tutulmuş qaydada vaxtından əvvəl xitam verilən Yayım şurası üzvünün boş qalan yerinə seçim müddəti başa çatanadək təkrar seçki keçirilmir.

17.8. Bu qanunun 17.7-ci maddəsində nəzərdə tutulan hallarda Yayım şurası üzvlərinin sayı 6 nəfərdən az olarsa, o zaman fəaliyyətinə vaxtından əvvəl xitam verilmiş Yayım şurası üzvləri-

nin boş qalan yerlərinə bu qanunun 17.2-ci və 17.4-cü maddələrində göstərilən qaydada təkrar seçkilər keçirilir.

17.9. İlkin seçim müddəti başa çatmış Yayım şurası üzvlərininin təkrar seçilmək üçün bu qanunun 17.2-ci maddəsinə uyğun şəkildə namizədlikləri irəli sürülə bilər. Yayım şurası üzvünün dalbalad iki dəfə seçilmək hüququ vardır.

### **Maddə 18. Yayım şurasının üzvlərinə verilən tələblər**

18.1. Yayım şurasının üzvləri dövlət orqanlarında və bələdiyyələrdə, mülkiyyət növündən və təşkilati-hüquqi formasından asılı olınayaraq hər hansı teleradio yayımında, reklam agentliyində işləyə bilməzlər.

18.2. Yayım şurasının üzvləri onların namizədliyini irəli sürmiş təşkilatların deyil, bütövlükdə cəmiyyətin maraqlarının müdafiəçisi kimi çıxış edirlər.

18.3. Yayım şurasının üzvləri ictimai yayımçının müstəqilliyinə zərər vuran bəyanatlar verə və ya öz vəzifələrindən siyasi, kommersiya, yaxud şəxsi məqsədlər üçün istifadə edə bilməzlər.

18.4. Yayım şurasının üzvləri teleradio, mətbuat, informasiya, mədəniyyət, maliyyə, teletexnika və digər aidiyiyəti sahə üzrə iş təcrübəsi olan ali təhsilli Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarından seçilir.

### **Maddə 19. Yayım şurası üzvünün səlahiyyətlərinə vaxtından əvvəl xitam verilməsi**

19.1. Yayım şurası üzvünün səlahiyyətlərinə yalnız aşağıdakı hallarda vaxtından əvvəl xitam verilə bilər:

19.1.1. öz ərizəsi ilə;

19.1.2. Yayım şurasının üzvlüyü ilə bir araya sığmayan vəzifə tutduqda;

19.1.3. Azərbaycan Respublikası vətəndaşlığından çıxdıqda, başqa dövlətin vətəndaşlığını qəbul etdiqdə və ya başqa dövlət qarşısında öhdəlik götürdükdə;

19.1.4. məhkəmənin qanuni qüvvəyə minmiş qətnaməsi ilə fəaliyyət qabiliyyətsizliyi, yaxud məhdud fəaliyyət qabiliyyətli olması təsdiq olunduqda, cinayət törətməkdə təqsirli bilindikdə və ya qanunvericiliklə müəyyənləşdirilmiş qaydada itkin düşmüş və ya ölmüş elan edildikdə;

19.1.5. Üzrsüz sobəbdən altı ay Yayım şurasının iclaslarında iştirak etmədikdə;

19.1.6. vəzifəsinin öhdəsindən gələ bilmədikdə.

19.2. Yayım şurası öz üzvünü bu qanunun 19.1.6-cı maddəsində nəzərdə tutulmuş əsaslara görə vəzifədən azad etmək barədə Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi qarşısında məsələ qaldırmaq üçün azı altı üzvünün razılığı ilə qərar qəbul etməlidir.

19.3. Azərbaycan Respublikasının Milli Məclisi Yayım şurasının təsdiq olunmaq üçün təqdim etdiyi qərarı 63 səs çoxluğu ilə rədd edə bilər.

## **Maddə 20. Yayım şurasının səlahiyyətləri**

20.1. Yayım şurasının səlahiyyətləri aşağıdakılardır:

20.1.1. öz rəqləmentini müəyyənləşdirir;

20.1.2. Yayım şurası haqqında Əsasnaməni hazırlayıb təsdiq edir;

20.1.3. Baş direktorun seçilməsi və ya vəzifəsinə vaxtından əvvəl xitam verilməsi üçün azı altı üzvünün razılığı ilə qərar qəbul edir;

20.1.4. Baş direktorun təqdimatı ilə onun 3 müavinini vəzifəyə təyin və ya vəzifədən azad edir;

20.1.5. vəzifə təlimatları və daxili tənzimləyici normalar hazırlayıb qəbul edir;

20.1.6. ictimai yayımçının program strategiyasını və siyasetini təsdiq edir;

20.1.7. lazımlı bildikdə yayımından sonra programların monitorinqini keçirir;

- 20.1.8. ictimai yayımçının büdcəsini və illik hesabatını təsdiq edir;
- 20.1.9. ictimai yayımın konsepsiyasını hazırlayır, texniki avadanlıqların və yayımın keyfiyyət standartlarını müəyyənləşdirir;
- 20.1.10. səbəbini yazılı şəkildə açıqlamaqla programlarla bağlı bu qanunun tələblərinin pozulması barədə baş direktora xəbərdarlıq edir və müvafiq tədbirlər görülməsinə dair göstəriş verir;
- 20.1.11. azı altı üzvünün razılığı ilə Direktorlar şurasının qərarını ləğv edir;
- 20.1.12. ildə bir dəfə öz fəaliyyəti barədə ictimaiyyətə hesabat verir və bu hesabatı mətbuatda dərc etdirir;
- 20.1.13. bu qanunla və Yayım şurası haqqında Əsasnamə ilə müəyyənləşdirilmiş digər vezifələri yerinə yetirir.
- 20.2. Yayım şurası üzvlərinin Baş direktorun cari fəaliyyətinə hər hansı şəkildə müdaxiləsinə yol verilmir.
- 20.3. Aşağıdakı hallarda Yayım şurasının razılığı tələb olunur:
- 20.3.1. televiziya tamaşaçılarının və radio dinləyicilərinin seçim imkanlarını genişləndirmək məqsədi ilə yeni program xidmətləri yaradıldıqda;
- 20.3.2. daşınnaz əmlakin əldə olunması və satılması zamanı;
- 20.3.3. bank kreditləri alındıqda və maliyyə öhdəlikləri götürüldükdə.
- 20.4. Yayım şurası ən azı iki ayda bir dəfə iclas keçirir.
- 20.5. Yayım şurasının sədri və ya üzvlərdən üç nəfərinin tələbi ilə növbədənəkənar iclas keçirilə bilər.
- 20.6. İclaslar üzvlərin yarından çoxu iştirak etdiqdə səlahiyyətlidir.
- 20.7. Bu qanunla nəzərdə tutulmuş hallardan başqa, Yayım şurası iştirak edənlərin sadə səs çoxluğu ilə qərarlar qəbul edir. Səslər bərabər olduqda sədr həllədici səs üstünlüğünə malikdir.
- 20.8. Baş direktor və Direktorlar şurasının üzvləri Yayım şurasının iclaslarında məşvərətçi səslə iştirak etmək hüququna malikdirlər.

20.9. Yayım şurasının üzvlərinə İctimai Televiziya və Radio Yayımları Şirkətinin büdcəsindən ilə bir dəfə Baş direktorun bir aylıq vəzifə maaşı həcmində pul verilir.

## **Maddə 21. Baş direktor**

21.1. Baş direktor ictimai yayının yaradıcılıq və işgüzar fəaliyyətini əlaqələndirən, bu qanunla onun səlahiyyətinə aid edilmiş məsələlər üzrə qərarlar qəbul edən, bütövlükdə yayım fəaliyyətinin təşkilinə cavabdeh olan vəzifəli şəxsdir və Yayım şurası tərəfindən 4 il müddətinə seçilir.

21.2. Baş direktor:

21.2.1. programların bu qanunun və Azərbaycan Respublikasının digər qanunvericilik aktlarının tələblərinə uyğun hazırlanmasına nəzarət edir və məsuliyyət daşıyır;

21.2.2. İctimai yayının cari fəaliyyətinə rəhbərlik edir;

21.2.3. İctimai yayını məhkəmədə, dövlət orqanlarında, xəricdə və beynəlxalq təşkilatlarda təmsil edir;

21.2.4. əmrlər verir, müqavilələr bağlayır, bu sənədlərin tələblərinə əməl olunmasına nəzarət edir;

21.2.5. əmlakın qorunmasına və yalnız ictimai yayının məqsədləri üçün istifadə olunmasına məsuliyyət daşıyır.

21.3. Baş direktor aşağıdakı məsələlər üzrə müstəqil qərarlar qəbul edir:

21.3.1. verilişlərin yaradıcı ideyası və istehsahı;

21.3.2. verilişlər setkasının işlənməsi;

21.3.3. yayım fəaliyyətinin təşkili, cari məsələlərin həlli;

21.3.4. bu qanunla nəzərdə tutulan hallardan başqa, ictimai yayının əmlakı üzərində sahiblik, istifadə və sərəncam verilməsi;

21.3.5. müxbir məntəqələrinin, filial və nümayəndəliklərin yaradılması;

21.3.6. bu qanunla nəzərdə tutulan hallardan başqa, kadrların seçilib işə götürülməsi və idarə olunması;

- 21.3.7. bu qanunla nəzərdə tutulan hallardan başqa, malların və xidmətlərin alqı-satqısı, icarəsi və istifadə olunması;
- 21.3.8. bu qanunla nəzərdə tutulan hallardan başqa, əlaqələr qurulması, danışçılar aparılması və müqavilələr bağlanması;
- 21.3.9. bu qanunla nəzərdə tutulan hallardan başqa, büdcənin tərtibi və icrası.
- 21.4. Baş direktor, İctimai Televiziya və Radio Yayımıları Şirkətinin Nizamnaməsinə uyğun olaraq, yayım xidmətlərinin rəhbərlərindən ibarət Direktorlar şurası yaradır.
- 21.5. Baş direktor, Nizamnaməyə uyğun olaraq, Direktorlar şurasına rəhbərlik edir. Baş direktorun müavinləri şurada üzv kimi tomsil olunurlar.
- 21.6. İctimai Televiziya və Radio Yayımıları Şirkətinin ümumi yiğincığında işçilərin arasından sadə səs çoxluğu ilə Direktorlar şurasına ən azı 2 nəfər üzv daxil edilə bilər.
- 21.7. Direktorlar şurası Nizamnamədə nəzərdə tutulan məsələlər üzrə qərarlar qəbul etmək səlahiyyətinə malikdir.
- 21.8. Baş direktor aşağıdakı məsələləri Dircktorlar şurası ilə razılaşdırmalıdır:
- 21.8.1. program siyasetinin ümumi xəttini və əsas prinsiplərini;
- 21.8.2. həmkarlar ittifaqı təşkilatları ilə müqavilələri;
- 21.8.3. büdcənin tərtibini və icrası barədə illik hesabatı;
- 21.8.4. ictimai yayımçının büdcəsində nəzərdə tutulmayan xərcləri.
- 21.9. Baş direktorun təkrar seçilmək hüququ vardır.
- 21.10. Baş direktorun səlahiyyətlərinə yalnız aşağıdakı hallarda vaxtından əvvəl xitəm verilə bilər:
- 21.10.1. öz ərizəsi ilə;
- 21.10.2. elmi, pedaqoji və yaradıcılıq fəaliyyəti istisna olmaqla, digər ödənişli vəzifə tutduqda;
- 21.10.3. Azərbaycan Respublikası vətəndaşlığından çıxdıqda,

başqa dövlətin vətəndaşlığını qəbul etdikdə və ya başqa dövlət qarşısında öhdəlik götürdükdə;

21.10.4. məhkəmənin qanunu qüvvəyə minmiş qətnaməsi ilə fəaliyyət qabiliyyətsizliyi, yaxud məhdud fəaliyyət qabiliyyətlə olmasında təsdiq olunduqda, cinayət törətməkdə təqsirli bilindikdə və ya qanunvericiliklə müəyyənləşdirilmiş qaydada itkin düşmüş və ya ölmüş elan edildikdə;

21.10.5. vəzifəsinin öhdəsindən gələ bilmədikdə.

## **Maddə 22. İctimai yayımçının fəaliyyətinə hüquqi nəzarət**

22.1. İctimai yayımçının fəaliyyətinə hüquqi nəzarət televiziya və radio yayımı sahəsində müvafiq dövlət orqanı tərəfindən həyata keçirilir.

22.2. Televiziya və radio yayımı sahəsində müvafiq dövlət orqanı bu qanunun tələblərini pozan və ya poza bilən istənilən hərəkət (hərəkətsizlik) barədə ictimai yayım xidmətinin idarəetmə orqanlarına sorğu göndərə və ya qanun pozuntusunun qarşısının alınmasını tələb edə bilər.

22.3. İctimai yayımın idarəetmə orqanları sorğuya qənaətləndirici cavab vermədikdə və ya özlərinin nəzarətedici funksiyalarını yerinə yetirmədikdə televiziya və radio yayımı sahəsində müvafiq dövlət orqanı:

22.3.1. daha sərt tədbirlər görülməsini tələb edir və qanun pozuntusunun aradan qaldırılması üçün konkret vaxt müəyyənləşdirir;

22.3.2. məhkəməyə müraciət edir.

22.4. İctimai yayımçının televiziya və radio yayımı sahəsində müvafiq dövlət orqanının hərəkətlərindən məhkəməyə şikayət etmək hüququ vardır.

22.5. Bu maddənin tələblərinin yerinə yetirilməsi üçün həyata keçirilən istənilən tədbir ictimai yayımçının informasiya almaq və fikri ifadə etmək hüququnu məhdudlaşdırılmamalıdır.

## V FƏSİL

### **İctimai yayım xidmətinin maliyyələşdirilməsi**

#### **Maddə 23. İctimai yayım xidmətinin maliyyə mənbələri**

23.1. İctimai yayım xidməti aşağıdakı mənbələr hesabına maliyyələşdirilir:

23.1.1. bu qanunla başqa qayda müəyyənləşdirilməyib, abonent haqqından daxilolmalar;

23.1.2. sponsor yardımı;

23.1.3. fiziki və hüquqi şəxslərin ianələri;

23.1.4. reklamdan əldə olunan gəlirlər;

23.1.5. audio və audiovizual programların satışından daxilolmalar;

23.1.6. öz məhsulu olan serialların, tamaşaların, bədii, sənədli, cizgi və digər filmlerin satışından əldə edilən vəsaitlər;

23.1.7. konsertlərin və şouların təşkilindən daxilolmalar;

23.1.8. Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə qadağan olunmayan digər mənbələr.

23.2. Bu qanunun 23.1.1-ci maddəsi qüvvəyə minənədək, digər mənbələrdən əldə edilən gəlirlər də nəzərə alınmaqla, ictimai yayımın məqsədlərinin həyata keçirilməsi, fasiləsiz fəaliyyəti və perspektivli inkişafı üçün dövlət büdcəsindən hər il artan miqdarda maliyyə vəsaiti ayrılır və bu, dövlət büdcəsində ayrıca sətirdə göstərilir.

23.3. Bu qanunun 23.1.1-ci maddəsi qüvvəyə minəndən sonra da, digər mənbələrdən daxilolmalar nəzərə alınmaqla, ictimai yayımçılarının perspektivli inkişafı üçün dövlət büdcəsində ayırmalar davam edir.

23.4. Dövlət büdcəsindən maliyyələşmə dövlət hakimiyyəti orqanlarının ictimai yayımı müraciəti üçün əsas ola bilməz.

23.5. İctimai yayım xidmətinin abonent haqqı hesabına maliyyələşdirilməsi Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi ilə tənzimlənir.

## VI FƏSİL

### Yekun müddəələri

#### **Maddə 24. Abonentlərin hüquqlarının qorunması**

24.1. Hər kəsin ictimai yayımçıya öz irad və təkliflərini bildirmək hüququ vardır.

24.2. Baş direktor daxil olmuş irad və təklifləri araşdırır, lazımlı gəldikdə tədbirlər görür, görülmüş tədbirlərin nəticələri vaxtlı-vaxtında, lakin 3 aydan gec olmayıaraq mətbuatda dərc olunur.

24.3. İctimai yayımçı vətəndaşların yalan informasiya verilməsi, şərəf və ləyaqətlərinin alçaldılması, işgüzar mövqelərinə zərər vurulması barədə təkzib, düzəliş və cavab verilməsi tələblərinə kütləvi informasiya vasitələri haqqında qanunvericiliklə müəyyənləşdirilmiş qaydada əməl edir.

24.4. İctimai yayım zamanı hüququnun pozulması barədə ərizə ilə müraciət edən hər kəs öz vəsaiti hesabına həmin verilişin audio və video surətlərini ala bilər.

#### **Maddə 25. Qanunun müddəələrinin pozulmasına görə məsuliyyət**

Bu qanunun müddəələrinin pozulmasına görə fiziki və hüquqi şəxslər Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə uyğun olaraq məsuliyyət daşıyırlar.

#### **Maddə 26. Qanunun qüvvəyə minməsi**

26.1. Bu qanun dərc edildiyi gündən qüvvəyə minir.

26.2. Bu qanunun 23.1.1-ci maddəsi 2010-cu il yanvarın 1-dən qüvvəyə minir.

**İlham ƏLİYEV,  
Azərbaycan Respublikasının Prezidenti**

*Bakı şəhəri, 28 sentyabr 2004-cü il*

## Nəticə

Bələliklə, artıq tarixə çevrilmiş 20-ci əsr möcüzələri, elmi kəşfləri, Kosmosun fəthi və müharibələri ilə yanaşı televiziyanı, kompüteri, interneti yaratmaqla bəşəriyyəti min illər boyu arzuladığı istəyinə çatdırıldı, güclü informasiya, məlumat, bilik mənbəyi, oyloncə və istirahət vasitəsi üçün geniş imkanlar açdı. Az vaxt ərzində televiziya insanların sevimlisinə, ailələrin istəkli qonağına çevrildi. Dünyanın müxtəlif qitələrində, insanların həyatında, ictimai-siyasi, sosial-iqtisadi, idman və mədəniyyət sahəsində gedən inkişafı, prosesləri əyani şəkildə insanlara çatdırmağa başladı. Adamlar evlərindən kənara çıxmadan, köşklərdən qəzetləri alıb oxumadan mənzillərindəcə məlumatlanmaq, məariflənmək, oylənmək imkanı qazandılar. Televiziya yaranışı ilə KİV-i formalaşdırıldı, jurnalistika almısındə yeni yaradıcılıq sahəsini meydana gətirdi. Televiziya alimlərin, sosioloqların, psixologların tədqiqat obyektinə çevrildi.

TV cəmiyyət həyatında mühüm yeri olan elektron mass-media kimi, çoşğun texniki tərəqqinin inkişafına daim can atan cəmiyyətin yarımdinamik sistemi kimi insanların ictimai-mədəni həyatına güclü təsirini göstərməkdədir. TV bu gün insanların yeni düşüncə daşıyıcısı, həyat tərzi kimi cəmiyyətin bütün təbəqələrinin rəğbətini qazanmış bənzərsiz informasiya, oyloncə və istirahət vasitəsidir. Cəmiyyətin məişətinə, əxlaqına təsir göstərən TV qitələri, ölkələri, xalqları, sivilizasiyaları daim bir-birinə yaxınlaşdırmaqdır. Bu gün planetimizin müxtəlif güşələrində yaşayan xalqlar bir-birinin həyatı, yaşayış tərzi, adət-ənənələri barədə televiziya vasitəsilə xəbər tutur. TV ən çətin məqamlarda insanları birləşdirir, yaxınlaşdırır, səfərbər edir. Kəskin ictimai-siyasi proseslər, terrorizm, ağlışımaz dağıntılar, kütləvi qırğınlara səhəb olan hadisələrdən insanlar televiziya ekranlarından məlumatlanır, onlarda qarşılıqlı əlaqə, birləşmə hissleri yaradır. Nəticədə ölkələr, xalqlar ən çətin məqamlarda bir-birinə yardım əli uzadaraq hadisələrin ağır nəticələrini aradan qaldırmaqdə köməklərini əsirgəmirlər.

20. Кэрролл В. М. Новости на ТВ, Москва., 2000
21. Стрельцов Б. В. Жанры телевидения, Москва., 1967
22. Стрельцов Б. В. Аналитические жанры, Минск., 1974
23. В. Л. Цвик. Телевизионная журналистика, Москва., 2004
24. В. Л. Цвик. Журналист с микрофоном, Москва., 2000
25. В. Л. Цвик, Я. В. Назарова. Телевизионные новости России, Москва., 2002
26. Засорина Г, Федосова Н. Профессия журналист, Ростов на-Дону 1999
27. С. Филд. Как писать для радио и телевидения, Москва., 1963
28. М. В. Зарва. Произношение в радио и телевизионной речи, Москва., 1976
29. Муратов С. А. Телевидение в поисках телевидения, Москва., 2001
30. Муратов С. А. Телевизионные общение в кадре и за кадром, Москва., 2003
31. Телевизионная журналистика, Москва., 1994
32. Глейзер М. С. Радио и телевидение в СССР, Даты и факты (1917-1986), Москва., 1989

ƏNVƏR QAFARLI  
**Televiziya jurnalistikasının əsasları**  
(Azərbaycan dilində)  
Bakı—2009

Mətbəə müdürü  
Kompüter tərtibatçısı

**Mehman Rəcəbli**  
**Aleksandr Popov**

Çapa imzalanmış 21.05.2009. Formatı 60x84 1/16.  
Fiziki ç/v 10,0. Şərti ç/v 9,30.  
Sifariş 41. Tiraj 500.

**"Təfəkkür" Universitetinin mətbəəsi**  
Ünvan: Bakı şəh., Təbriz küç. 19.  
Tel.: 541-05-88