

Könül NİFTƏLİYEVƏ
*“Jurnalistikanın nəzəriyyəsi
və təcrübəsi” kafedrasının dosenti,
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
k.nifteliyeva@bsu.edu.az*

TRANSNASIONAL TELEKANALLARIN TİPOLOJİ XARAKTERİNİ FORMALAŞDIRAN FAKTORLAR

Açar sözlər: *transnasional, qlobal, informasiya, dəqiqlik, balanslaşdırma, format, tipologiya, mətbuat, kommersiya kanalları*

Ключевые слова: *транснациональный, глобальный, информация, точность, сбалансированность, формат, типология, медиа, коммерческие телеканалы*

Key words: *typology, genre, format, information policy, media, audience*

XX əsrin sonu və XXI əsrin başlanğıcı nəinki ayrı-ayrı ölkələrdə, habelə bütün dünyada ciddi dəyişikliklərlə müşayiət olundu. Bu dəyişiklik və onun fonunda baş verən yeniləşmə prosesləri media aləmində daha çox hiss olunmaqdadır. Jurnalistika, KİV sistemi yeni dövrə, yeni eraya keçmişdir. “Transnasional planda dünya jurnalistikası tamamilə yeni bir keyfiyyətə keçir ki, bu da bir neçə faktla bağlıdır. Əvvəla, jurnalistin fəaliyyəti ilə informasiya ötürülməsinin maksimum operativliyinə şərait yaradan yeni texnologiyanın inkişafı ilə, ikincisi, qloballaşma ilə” [3, 3]. Belə bir müşahidə çoxdan mövcuddur ki, “sputnik texnologiyası informasiyanın yer kürəsinin istənilən nöqtəsində fərdi istehlakçıya çatdırılmasına şərait yaradır” [1, 71]. İnternet televiziyasının getdikcə geniş vüsət tapması ənənəvi telekanalları düşünməyə, rəqabətə dözümlü üçün yeni forma və formatlar axtarmağa məcbur edir. Yeni əsrdə elektron jurnalistikasının yeni inkişaf dalğası gözlənilir. “Bu dalğa artıq elektron informasiya vasitələrinin digitallaşma prosesi ilə bağlıdır. Rəqəmli elektron onformasiya vasitələri kimi başa düşülən bu keyfiyyət jurnalistikada informasiyanın maneəsiz ötürülməsi, tezliyin dəfələrlə artımı, təsvirin stereosəviyyəsi deməkdir” [1, 83]. Medianın yaradıcılıq xarakteri də dəyişməkdədir.

Bu gün “məhəlli” jurnalistikada Qərb standartları formalaşmış və tətbiq olunmaqdadır. “Xarici kütləvi informasiya vasitələrinin təcrübəsi milli jurnalistikanın inkişafına çox kömək edir” [4, 7]. Ona görə də beynəlxalq aləmdə transnasional mətbuatın, transnasional teleselelərin xarakterini, onların hansı prinsiplərlə fəaliyyət göstərdiyini təhlilə cəlb etmək çox vacibdir. İlk növbədə isə transnasional – qlobal telekanalların tipoloji xarakterinə və bu xarakteri formalaşdıran faktorlara diqqət etməliyik. Çünki bu faktorların öyrənilməsi onların tətbiqinə və milli, məhəlli telekanalların beynəlxalq arenaya çıxmasına zəmin yarada bilər. Bunun isə bariz nümunəsi kimi Al-Jazeera TV kanalını göstərmək olar. Təcrübə, fakt varsa, deməli, ideyanı həyata keçirməyin yolları da mövcuddur. Bu mənada transnasional telekanalların tipologiyası xüsusi maraq kəsb edir.

Əlbəttə, hər bir media qurumunda olduğu kimi, transnasional telekanallarda da tipoloji xarakteri formalaşdıran bir sıra faktorlar içərisində telekanalın informasiya siyasəti ilkin rol oynayır. Artıq dünya telemühitində keyli vaxtdan bəri formalaşmış və transnasional teleselelər kimi qəbul olunmuş televiziya kanalları öz tematikasına görə informasiya, elmi-kütləvi və əyləncə istiqamətləri üzrə fəaliyyət göstərən obyektlərdir. Həmin telekanalların aşağıdakı təsnifatını vermək olar:

İnformasiya	Elmi-kütləvi	Əyləncəli
İnformasiyanı əsas tutan universal telekanallar CNN International BCC World	Universal xarakterli National Geographic Discovery	Musiqi kanalları MTV VH-1 Mezzo
Regional universal xəbər kanalları Euronews Deutsche Welle Al-Jazeera ANN Maliyyə-iqtisadi xəbərlər kanalları CNBC Bloomberg TV	Tematik kanallar Discovery Travel and Adventure (səyahət və əhvalatlar) Travel (səyahət)	Kinofilm və telefilm kanalları TNT TCM MGM Hallmark Uşaq kanalları Nickelodeon Fox Kids Cartoon Network
Qlobal idman kanalları ESPN International Regional idman kanalları Eurosportnews Regional idman-əyləncə kanalları TV 5 TV E BBC Amerika MBC	Tematik kanallar Discovery Civilization (sivilizasiya) Discovery Science (elm) Animal Planet (heyvanlar aləmi)	Regional universal teleset BBC Prime Və digərləri Fashion TV Reality TV

Cədvəldən də göründüyü kimi, CNN telekanalları öz tipoloji xarakterinə görə birbaşa informasiya kanalıdır, transnasional mahiyyət kəsb edir və demək olar ki, ötən əsrin 90-cı illərinin ortalarından daha çox hadisə yerindən canlı yayıma üstünlük verməsilə seçilir. Bu televiziyanın xəbərə bağlı tipoloji xarakteri onun yarandığı ilk çağlardan formalaşmağa başlamışdır. Bu mənada onun yaranma tarixinə qısa bir nəzər salaq.

Qeyd edək ki, CNN kommersioniya kanalıdır. "Kommersioniya televiziya kanalları – son illərdə dünyada ən çox inkişaf edən formadır. Kommersioniya televiziya kanalları kommersioniya məqsədi güdür, əsasən auditoriyaya işləyir. Dünya televiziyası hazırda bu tendensiya ilə inkişaf edir"[1, 545]. Özəl telekanal anlayışı ilə də adlanan bu kanallar bazar münasibətləri strukturu kimi bazar qanunları ilə fəaliyyət göstərir. Məqsədi proq-

ramlara qoşulan reklamlardan gəlir əldə etməkdir. Bundan da belə bir nəticə çıxır ki, özəl telekanal, əsasən proqramların reytinginə söykənir. Burada reklam birinci, məzmun ikincidir. Ancaq bazarın sət qanunları məzmununa etinasızlığı da bağışlamır və ona görə özəl kanallar bu cəhətdə də ciddi fikir verməyə məhkumdur.

Kommersioniya məqsədləri xüsusilə maarifçi, tərbiyəvi, dərkedici proqramları sonuncu plana keçirir. "İnkişaf etmiş Qərb ölkələrində, eləcə də ABŞ-da kommersioniya televiziya kanallarının sayı və sambalı sürətlə artmaqdadır. Məsələn, AŞB-da belə kanallar çoxdur. Onları ayrı-ayrı adamlar yaradır, təsis edirlər" [1, 545]. CNN-in yaradıcısı Ted Törner 1938-ci ildə Ohayo ştatında doğulub. Orta hərbi məktəbdən sonra daxil olduğu Braun universitetindən qeyri-ciddi hərəkətlərinə görə qovulub. Yalnız 50 yaşında ali təhsil diplo-

mu alıb. İntihar edib dünyasını dəyişən atasından da ona heç bir miras qalmayıb. Olan-qalan kiçik reklam müəssisəni atası əvvəlcədən rəqabət aparan müəssisəyə satmışdı. Belə bioqrafiya ilə hər kəs çoxdan ruhdan düşüb taleyini Allaha tapşırdı. T.Törner atasının satdığı kompaniyayı geri qaytarır. Bu kompaniyada bir az pul qazanıb onu satır və Atlantada kiçik bir telestudiya alır. Tezliklə burada işi qaydaya salır və sputnik antenası ilə bütün Amerikaya yayımlayır. On ildən sonra, TBS kabel TV stansiyasını təşkil edir. Daha bir ildən sonra o, qlobal sputnik kanalı təşkil etmək ideyasını gerçəkləşdirməyə başlayır. Sutkanın 24

saatını hadisə yerindən verilişləri yayımlayacaq bu kanal CNN olasıdır. Bu tipli kanal hələ dünyada yox idi. Bu ideyanı həyata keçirmək həm də ABŞ-ın, ABC, NBC, CBS kimi nəhəng kanalları ilə mübarizəyə başlamaq demək idi.

1980-ci ildə o özünün 100 milyon dollarlıq bütün vəsaitini ideyanın gerçəkləşməsinə qoyur. 1980-ci il iyunun biri CNN-in doğum günüdür. İlk vaxtlar kanalın diqqət cəlb etdiyi mövzular: rok-qrup konsertləri, prezident seçkiləri, kosmik gəminin havaya qalxması və s. Tarix tamaşaçılarının gözü qarşısında yaranırdı. Düz bir ildən sonra CNN Yaponiyaya, Avropaya yayımlanır [9].

	İyun 1980	İyun 1990	İyun 2005
Şəbəkə və xidmətlər	1	3	24
ABŞ büroları	8	9	10
Beynəlxalq bürolar	2	14	26
Peyklərin paylanması	1	3	13
İşçilərin sayı	225	2,140	4,000+
Daxili paylanması	1.7 milyon	58 milyon dünya miqyasında	260 milyon dünya miqyasında
Xarici dillər	İngilis	İngilis	İngilis, alman, ispan, ərəb, türk yapon

Hazırda dünyanın 212-dən artıq ölkə və ərazisində yayımlanan CNN-in 300 milyondan çox abunəçisi var. ABŞ-in daha bir transnasionallıq telekanallarından olan “En-Bi-Si nyus” televiziya-sı öz xarakteri ilə universal olub, xeyli dərəcəli informasiyaya meyli ilə fərqlənir. Bu kanalın ayrıca yaradıcılıq kodeksi ilk növbədə qurumun xəbər redaksiyasına istiqamətlənir. Amerika Birləşmiş Ştatlarında fəaliyyət göstərən və dünya telekanalları içərisində özünəməxsus yeri olan “En-Bi-Si” telekanalı özünün fəaliyyət prinsiplərini əks etdirən sənədlərin birinci abzasında yazır: “Jurnalistikanın çox maraqlı cəhətlərindən biri baş verəcək hər hansı situasiyanın qəti qərar tələb edən gözlənilməzliyidir. Ona görə də biz öz fəaliyyətimizdə xəbərlər şöbəsinin (“En-Bi-Si nyus”) ənənəvi məqsədlərini, dəqiq və qərəzsiz olmaq prinsipini rəhbər tutmalıyıq. En-Bi-Si kanalında çoxdan şərəf gətirən vicdanlılıq və peşəkarlıq bizim işimizin əsasını təşkil etməlidir” [2, 203]. Göründüyü kimi, burada jurnalist yaradıcılığına, habelə telejurnalistə xas olan dörd əsas keyfiyyət diqqətə çatdırılır: dəqiqlik, qərəzlik, vicdanlılıq və peşəkarlıq.

Telejurnalistikada dəqiqlik bir az da artıq əhəmiyyət kəsb edir. Çünki onun auditoriyası son dərəcə böyükdür. Bu auditoriya qeyri-dəqiq məlumatla fəsadlı nəticələrə düşər ola bilər.

Transnasionallıq TV kanalları dəqiqliyə nail olmaq üçün çox müxtəlif yollardan istifadə edir. Faktların dəqiq təqdimi “En-Bi-Si nyus”un birinci dərəcəli vəzifəsidir” [2, 203].

Biz bəzən eyni hadisənin təqdimində fakt müxtəlifliyinə tez-tez rast gəlirik. 2002-ci il sentyabrın 28-də Seneqalda baş verən bərə qəzası zamanı ölənlərin sayını Moskva, Türkiyə və Azərbaycan telekanalının hər biri müvafiq olaraq 30, 40, 50, 70 nəfər rəqəmləri ilə təqdim etdi. Belə anlarda hələ faktların dəqiqləşmədiyini tamaşaçıya bildirmək çox vacibdir.

Transnasionallıq kanalların elə yaradıcılıq məqamları var ki, bu məqamlarda necə hərəkət etmək, hadisələri hansı yöndə, hansı prinsiplərlə işıqlandırmaq sahəsində artıq onların xeyli dəqiqləşmiş təcrübəsi formalaşmışdır. Müntəzəm olaraq baş verən və baş verəcəyi labüd olan hadisələr mövcuddur ki, onların işıqlandırılmasında

Qərb standartları vardır. Bu sırada seçki kampaniyaları, vətəndaş iğtişahları, ictimai rəy sorğuları, terrorizm, mətbuat konfransları, ayrı-ayrı informasiya mənbələri kimi qəbul edilən adamlarla müsahibələr, jurnalist araşdırmaları, seks səhnələri, böhtan, şəxsi həyat məsələləri, məhkəmə prosesləri və s. mövzu dairələrini qeyd etmək olar. Qeyd etdiyimiz məqamlardan, mövzulardan bəzilərinə diqqət edək:

Vətəndaş iğtişahları. Heç bir ölkə vətəndaş iğtişahlarından sığortalınamayıb. Hər bir ölkədə bu və ya digər səbəbdən vətəndaş iğtişahları baş verə bilər. Telejurnalistikanın mütləq işıqlandıracağı hadisələr sırasında vətəndaş iğtişahları ictimai maraq dairəsində xüsusi yer tutur. İctimaiyyət bu iğtişahların səbəbini, miqyasını, nəticələrini, görülən rəsmi tədbirləri bilmək istəyir. “En-Bi-Si nyus” telekanalı öz prinsiplərində vətəndaş iğtişahlarının işıqlandırılması ilə bağlı maraqlı model hazırlamışdır. Həmin modeldə olduğu kimi diqqət edək:

“En-Bi-Si nyus”un fikrincə, vətəndaş iğtişahlarının işıqlandırılması zamanı hər hansı bir komissiya və ya komitənin məsləhətlərinə deyil, təcrübəli, peşəkar jurnalistlərin yaxşı praktikasına söykənmək vacibdir.

Bu tipli fəvqəladə vəziyyət bəzən o qədər kəskin olur və ehtirasları elə coşdurur ki, hadisələrin təqdimatında redaktorlar dəqiqlik, vacibliyik, mülahizələrin düzgünlüyü olayların inkişafını anlamaq, qərəzsizlik və informasiyanın harmoniyalılığı kimi məsələlərdə çox diqqətli və ehtiyatlı olmalıdırlar.

2011-ci ildən başlayaraq ərəb ölkələrində, xüsusilə Liviya, Suriya, Misirdə baş verən vətəndaş iğtişahları bu barədə jurnalistin ehtiyatlı olmasına təcrübəli əsas verir. Bu iğtişahlarda, hətta, Ərəb Dövlətləri Liqası nümayəndələrinin də təzyiqlərə, güllələrə tuş gəlmiş faktları baş verdi. Transnasionallıq telekanallar öz reportyorlarına tapşırırlar:

1. Əgər polis, yaxud digər məsul idarə və adamlar ixtişahları “üsyən” kimi qiymətləndirməliyə, bu ifadəni siz də işlətməyin;

2. Sözü deyən adamı mütləq qeyd edin: Sözü müəllifinin kompetent informasiya mənbəyi olması çox vacibdir;

3. Dəqiqləşdirilməmiş sayıqlar fəlakətə gətirib çıxara bilər;

4. Digər narahat rayonlarda “adamların yığılması” barədə xəbər verməkdən, habelə şəhərdə dərginliyin artacağı və yeni iğtişaşların mümkünlüyü barədə informasiyadan qaçın. Bizim borcumuz yalnız baş verən və baş verməkdə olan hadisələr barədə məlumat verməkdir. Biz hər hansı bir bankın iflası barədə əvvəlcədən xəbər vermədiyimiz kimi, zorakılıqlar barədə də öncəgörmələrlə məşğul deyilik;

5. Öz müxbirlərinizi tezliklə potensial münaqişə ocaqlarına göndərin. Hətta hadisələr barədə tezliklə məlumat verə bilməsək də, öz müxbirlərimizin olayları yerində dəqiqləşdirilməsi çox vacibdir;

6. İğtişaş iştirakçılarının hər hansı birindən aldığınız müsahibələrə şübhə ilə yanaşın. Belə müsahibələr çətin ki, obyektiv olsun. Bu müsahibələr informasiyadan çox emosiyaların coşmasına təsir göstərir. Faydalı faktları polis, hakimiyyət nümayəndələri, yaxud öz fikrini yaxşı ifadə edən müşahidəçilər verə bilər;

7. Yalançı “liderlərdən” müsahibə alarkən çox ehtiyatlı olmaq lazımdır. Çünki onlar daha çox özünü göstərir, əsəbləri gərginləşir, sensasiya yaradır və məsələyə dəxli ola biləcək heç bir informasiya verə bilmirlər. “Davakar” və ya “aktiv”, təkbaşına qərar qəbul edən şəxsləri “lider” adlandırmayın. “Lider” – özünün ardıcılıqları olan və adətən tanınmış təşkilata rəhbərlik edən adamlara deyirlər. “Aktivistlər” hər hansı bir ictimai sahədən olub heç bir təşkilatı təmsil etmirlər;

8. Jurnalistlərin dilində qəlibləşən, fakta uyğun gəlməyən “gərginlik artdı”, “şəhəri lərzəyə saldı”, “polislər nümayişçilərlə toqquşdu”, “yeni toqquşmalar təhlükəsi var” və s. tipli ifadələrdən qaçın. Baş verənlər haqqında sakitcə, fakta əsaslanaraq sadəcə xəbər verin;

9. İğtişaşların baş verdiyi yerlərdə çəkiliş vasitələrindən istifadə edərkən maksimum qüvvə və sərf etmək lazımdır ki, kütlə sizi hiss etməsin. Kamera kütlənin ehtiraslarını coşdura bilər;

10. Ehtiyat tələb edən daha bir neçə məqam: Əldəqayıma silahların istehsalı üsullarını təsvir etməkdən çəkinin. Montaj zamanı biabırçı məqamları, söyüş və böhtanları süjetdən çıxarın. Yalnız hadisələrin əsl iştirakçılarının çıxışlarını lentə alın. Adamların diqqətini cəlb etmək üçün

əvvəlcədən öz hərəkətlərini məşq etmiş və bunu aydın şəkildə nümayiş etdirməyə çıxan adamlardan və qruplardan uzaq olun;

11. Sonuncu və ən ciddi bir qeyd: Biz hadisələri quraşdırmırıq, imitasiya etmirik, qaydaları pozmağı və ona təsir göstərməyi təşkil etmirik. Biz baş verən hadisələri göstəririk, əgər hadisə anında orada olmamışıqsa, özümüzə hadisə düzəltmirik. Habelə biz onların yaranmasına da cəhd göstərmirik. Bu sadə göstərişi pozmaq olmaz. Bu qaydanı pozmağa görə En-Bi-Si çox sərt cəza tədbiri tətbiq edə bilər [2].

Transnasionallıq kanalların hər birinin həm ümumi, həm də birbaşa özünəməxsus prinsipləri mövcuddur. Ümumi prinsiplər sırasında “dramatizm, faciəvilik, konfliktlilik, maraqların toqquşması, görümlülük, müharibə, qəzalar, terror hadisələri bu telesetlərin informasiya süjetlərində əsas yer tutur” [7, 34].

Belə kanallar üçün gözlənilməz hadisələrə cəld reaksiya, baş verənlərə yeni münasibət, araşdırma marağı və s. kimi faktlar aparıcıdır [7, 34].

Bütün bunlarla bağlı, məsələn, CNN-in ABŞ-da 11 sentyabr 2001-ci ildəki terror hadisələrinə, rus hərbi təyyarəsinin Türkiyə tərəfindən vurulması, Parisdə törədilmiş terror aktı və s. hadisələrə canlı yayım müdaxiləsi kimi faktları misal göstərmək olar.

Ayrı-ayrı telekanallarda hiss olunan özünəməxsusluq elementləri isə onların hər birinin yaradıcılıq xarakteridir ki, bunlarsız rəqabətə tab gətirmək çətin olardı. Xüsusi qeyd etmək istərdik ki, Azərbaycan teleühəditində transmilli telekanalların bəzi informasiya formatları özünü göstərməkdədir. Məsələn, vaxtilə özünün dünya teleücrübəsinə yaradıcı münasibətilə xeyli irəli gedən ANS, BBC, CNN kimi transmilli TV kanallarının yaradıcılıq prinsiplərinə, xüsusilə informasiyanın gün ərzində müxtəlif formatlarda çatdırılmasına diqqət yetirməsi ilə seçilirdi.

Beləliklə, telejurnalistikanın Qərb standartlarının, habelə transmilli TV-lərin ücrübəsinin bizim üçün də yararlı olduğu göz qabağındadır.

Haqqında bəhs etdimiz bu telekanallar, demək olar ki, dünyanın bütün regionlarını əhatə edir. Onların auditoriyası elə buna görə çox genişdir. Məsələn, tipoloji xarakterinə görə əyləncə

istiqlamətli (musiqi) MTV 700 milyonluq auditoriyaya malikdir. Bu televiziya gənclərin musiqi və dizayn zövqünün formalaşmasına təsir edir. “İnformasiya kanalları isə artıq dünya siyasətinin idarə olunmasında mühüm rol oynayır” [6, 325].

Belə telekanallar da iki növə ayrılır. Birincilər universal xəbər kanalları, ikincilər maliyyə-iqtisadi xəbərlər kanalları kimi qiymətləndirilir. Belə kanalların tipoloji xarakteri artıq çoxdan formalaşmışdır və onlar birlikdə xeyli müddətdir ki, informasiya bazarında “transnasional xəbər tetesistemi” [7] adlandırılır.

Tipoloji xarakteri çoxdan müəyyənlanmış belə telekanalların sırası getdikcə, çətin olsa da, artmaqdadır. Qərb dünyasının və xüsusilə Amerika Birləşmiş Ştatlarının 2000-ci illərdə sarsıdan beynəlxalq terrorizm hərəkatının lideri Ben Laden fenomeni, ABŞ-İraq müharibəsi, Əfqanıstan hadisələri, Avropanın dəstəyi ilə həyata keçirilməkdə olan, müasir günlərimizin prioritet media faktına çevrilən “Ərəb baharı” iğtişaları, “İŞİD” hadisələri və s. olaylara münasibətdə həm siyasətçilərin, ayrı-ayrı dövlətlərin marağ dairəsində olan faktların gizli məqamlarını ustalıqla, möhtəşəm peşəkarlıqla ortaya çıxaran, ən təhlükəli terror qüvvələrini efirə çıxara bilən, dünyanın gedişinə təsir gücü ilə heyrət doğuran “Al-Jazeera” televiziya kanalı bu sərəya qoşulan və öz reytinginə görə bir az da qabağa gedən bir media qurumu kimi heyrət doğurmaqdadır. Bu tip telekanallar informasiya bazarında rəqabəti udmaq üçün bir tərəfdən faktı tapmaq, bu sahədə hamıdan operativ olmağa cəhd göstərirlərsə, digər tərəfdən peşəkarlığın ən mühüm komponentlərinə əməl etməklə dünya tamaşaçısının inamını, etibarını qazanırlar. Digər tərəfdən, bu kanalların rəqabətdə udmaları və qloballaşmağı onların dünya dünya xəbərlərini demək olar ki, anında, “birbaşa, real zaman daxilində tamaşaçıya təqdimatları ilə də çox bağlıdır” [7, 50].

Özünün dəqiq tipoloji adına – “universal telekanal” – epitetinə malik belə kanallara rəqib kimi indi Avropada “Euronews”, “Sky News”, “Deutsche Welle”, “Eurospotnews”, ərəb ölkələrində “ANN”, “Al-Arabiya”, ABŞ-da “MSNBC”, “Fox News”, İngiltərədə “BBC News”, Braziliyada “Globo News” kimi kanallar qoşulmaqdadır [7, 50-51].

Bu telekanalların əksəriyyətində informasiya ilkin yerdə dayanır. Onlarda baş xəbərdən törəyən digər proqramlar var ki, həmin verilişlər günün əsas xəbərini dünyada qəbul olunmuş aparıcıların idarəsi və ən ciddi ekspertlərin iştirakı ilə təhlilə cəlb edirlər. Xeyli dərəcədə sadə şəkildə olsa da, günün prioritet xəbəri Azərbaycanın “ANS” telekanalında bu formatda təhlilə cəlb edilir. Deməli, transnasional teleselelərin təcrübəsi sadə, məhəlli şəkildə olsa da, bu milli telekanallara gəlib çıxmaqdadır.

Dünya informasiyaya möhtacdır. İnformasiyasız bir gün boş və məzmunuz görünərdi. Dünyanı məşğul edən, beynəlxalq mühitin marağ dairəsində olan informasiyaların əldə olunması və peşəkarlıqla ötürülməsi transmilli TV kanallarının çox ciddi yanaşdıqları bir fəaliyyət prinsipidir. Bu missiyanı peşəkarlıqla yerinə yetirən həmin telekanallar artıq dünya siyasətinin, diplomatik görüşlərin iştirakçısına çevrilmişlər. Bu kanallar beynəlxalq ictimai fikrin daşıyıcısı funksiyasına malik olub, dünya siyasətinin formalaşmasına öz təsirini göstərməkdədirlər. Məşhur telenəzəriyyəçi S.Muxtarovun fikrincə “bugünkü televiziya yaranacaq tarixin əvvəlidir. Tarix dünyaya baxışdan başlayır. Transmilli televiziya təkcə informasiya təqdim etmək deyil, həm də yeni anlayış kimi qəbul edilən dünya ictimaiyyətində yeni dəyərlər formalaşdıran vasitələrdir. Bu telekanalların subyekti – cəmiyyətdir. Dünyaya yeni baxışın yeni subyekti dünya birliyidir. Hər hansı bir konkret dövlət deyil, bəşəriyyətdir. Dünyaya baxış insan və bəşəriyyət arasında ən yaxın məsafədir” [5, 146].

Dünya nəzəri fikrinin də gəldiyi nəticəyə görə, “transmilli TV kanalı kimi çox möhtəşəm bir tipoloji xarakterə gəlib çıxmaq üçün televiziya transmilli problemləri daim gendəmdə saxlamalıdır” [8, 16].

Transmilli telekanallar öz tamaşaçılarına hadisələrə qlobal bucaqdan baxmağı, məsələlərə beynəlxalq miqyasda nəzər salmağı məsləhət görürlər. Bugünkü qloballaşan dünyada böyük dövlətlərin kiçik dövlətlərdə yaşayan xalqların milli mədəniyyətlərinə etinasızlıq göstərməsi, bu mədəniyyətin əriyib sərədan çıxmasına çalışdığı bir vaxtda transmilli telekanallar bütün mövcud milli dəyərlərin qorunub saxlanması və zənginləşmə-

si prosesinə xüsusi dəstək olurlar. Onları bütün fiyatlardan biri də məhz bu istiqamətdəki fəaliyyətlərə dünyəvi tamaşaçılarına qəbul etdirən mühüm key- yətlərdir.

Ədəbiyyat

1. Məmmədli C. Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi. Bakı: "Təhsil", 2013, 545 s.
2. Голядкин Н.А. ТВ информация в США. М., 1995, стр. 203
3. Засурский Я.Н. Журналистика в переходный период. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 1997, №5, стр. 3
4. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и пороки. М., 2002, стр. 7
5. Муратов С. Телевидение в поисках телевидения. М., изд-во МГУ, 2001, стр. 146
6. Кастельс М. Информационная эпоха. Экономика, общество и культура. М., ГУ БШЭ, 2000, стр. 325
7. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. М., изд-во «РИП-холдинг», 2003, стр. 34
8. Robinson Piers/ Theorizing the influence of Media on World Politics// European Journal of Communication.- 2001.-Vol. 16-№4. Decembe
9. http://edition.cnn.com/services/opk/cnn25/cnn_newsgroup.htm

Конуль Нифталиева

Факторы, формирующие типологический характер транснациональных телеканалов РЕЗЮМЕ

В настоящее время с каждым днем расширяются число и сфера деятельности транснациональных телеканалов. Даже ускоренное повышение влияния системы интернет-медиа не может уменьшать рейтинг транснациональных ТВ-телеканалов. В данной статье ведется научный анализ принципов функционирования таких транснациональных телеканалов, как BBC World, AL Jazeera, CNBS Bloomberg-TV и факторов, формирующих их типологический характер. Особенно подчеркивается то, что изучение этих факторов создает почву для их применения и в других регионах, выхода локальных телеканалов на международную арену. Как наглядный образец рассмотрен опыт AL Jazeera TV.

Проанализированы информационная политика и программные форматы этих каналов, ясными иллюстративными фактами доказано влияние этих факторов на формирование типологического характера названных вещателей. Автор ссылается на новейшую литературу, утвердившую себя в международной теоретической мысли.

Konul Niftaliev

Genre choice shaping factors in various typologically characteristic media SUMMARY

The article reviews information policy of special typologically characteristic media samples that are settled in Azerbaijan media system, also scientific-theoretical conception about journalist's genre choice comes forward in the creative context caused by this policy. It is also noted that, policy and typological character of any press institution or online media company affects development creative features of journalists working there. The article brought illustrative materials to prove that journalist's, as well as typologically formed media company's genre choice in the presentation social interest involving events, facts is closely connected with the conception of publication, audience, information policy and addressee.