

Milli mətbuat 150: publisistika janrının müasir "ömrü"

VI YAZI

Bəzən adamın üreyimdən yaxşı bir publisistik yazı oxumaq elə keçir ki... Əslində belə yazını qəzetləri vərəqləyib tapmaq, oradan oxumaq insanın istirahətini təmin edir, ruhunu dincəldir. Lakin müasir dövrdə istənilən qəzetin saytı var və oradan da oxumaq olar. Sadəcə olarsa...

Təəssüf ki, ənənəvi medianı üstələyən sosial media əsasən xəbəre xidmət edir. Gün ərzində çoxsaylı agentlik və saytların əksəriyyətinin özünün istehsalı deyil, oğurladığı xəbərlər sanki həyatımıza və vaxtımıza qənim kəsilib. Xəbər, xəbər, xəbər. Hazırda mətbuatımız yalnız xəbərdən ibarət olub.

Sosial həyat və ədəbiyyat

Publisistika termini XIX əsrdə yaranmış və uzun müddət sosial ədəbiyyat mənasında işlənmişdir. Publisistikanın məqsədi həyatı əks etdirmək, tədqiq etmək, onun haqqında kütləni düşündürəcək, inandıracaq formada danışmaqdır. Hal-hazırda jurnalistikanın hər janrını publisistika adlandıranlar var. Razısınızmı bu fikirlə? Xəbər necə publisistika ola bilər? Bir siyasi, iqtisadi təhlil necə, publisistika ola bilərmi? Publisistika janrından bu janrlara azacıq qatmaq olar, lakin janrlar var ki, onları publisistikaya çevirmək mümkün deyil. Elə təkdövrümüzün xəbər janrından danışmaq bu suala lazımı cavab vermək üçün yeterlidir.

Həmişə deyirəm ki, publisistik yazılar qəzetin istirahət yeridir. Siyasi, iqtisadi yazıları, xəbərləri oxuyan oxucu publisistik yazılarda yorğunluğunu çıxarır, dincəlir, sosial həyatını tapır. Probleminin həlli yollarını yumşaq bir "dildə" oxuyur. Bəzən publisistik yazılar insanlara yeni fikirlər verir. Ruh, qanad verir, onlara bilmədiyini, necə edəcəyini, düşünüb necə addım atacağını öyrədir. Publisistikanın ədəbiyyata yaxın qolları isə bir film, musiqidir, təbiətin qoynunda dincəlmək, ondan həzz almaq, vurğunluq, sevgi, məhəbbətdir, insanın sanki ruhunun yenilənməsi, ruhunun dincəlməsidir.

Lakin tapa bilirikmi belə yazılar? Hələ axtardığınız yazı qalsın bir kənarda, bəlkə də qəzeti vərəqləmək istəyənlərə "geridə qalmışa bax, indi bütün informasiyalar işıq sürətilə sosial şəbəkələrdən süzülüb axır, bu hələ bir qəzet səhifələyib nə isə axtarmaq fikrindədir", deyib gülənlər də ola bilər. Amma elə bəzi bədbəxtliklərimiz bu mənasını bilmədiyimiz və yersiz güllüşlərdən başlamırıq?

İnternetlə müasirləşmə müasirləşmə...



Həyatımızın bütün tərəflərini internetləşdirmişik. Bu, əgər müasirlikdirsə, necə deyirlər, Allah kəssin bu müasirliyi ki, bir-birimizin əhvalını da burada soruşuruq, bayramı da, ad günümüzü də burada qeyd edirik. Valideynlərimizi də burada ziyarət edirik. Qorxuram ki, yaxın gələcəkdə qəbirlərimiz də buradan ziyarət oluna.

Deyirlər ki, dərddə danışqan olar. Axır zamanlar hiss edirəm ki, bəzi yazılarımda girişində mətləbdən xeyli uzaqlaşırıam. Məni anlayınlar bunu yəqin ki, qüsurlu hesab etməzlər. Hər şeyi müasirləşdirərək müasirləşdirərək hara gedirik biz? Axı artıq arxada nə isə qoymuruq qala. Bir gün "biz kimik" sualına, vallah, cavab axtaracağıq. Nə isə, keçim mətləbə.

Müasir dövrümüzdə bütün sahələr kimi, mətbuatımız da internet dünyasının gətirdiyi yeniliklərlə, bu yeniliklərə bir az da özümüzün qatdığı "yeniliklərlə" xeyli dəyişikliklərə məruz qalıb. Bütün kütləvi informasiya vasitələrinin indi yeni iş qaydası var. Bunu iş qaydası adlandırmaq mənə bir o qədər düzgün deyil. "Xəbər axtarışına çıxmaq" adlandırsaq, daha çox yerinə düşmüş olar. Əsasən informasiya agentlikləri, saytlar xəbər mühərisindədirlər. Gün ərzində kim qalıb gələcək, bunu daha çox axtarırdıqda olanlar qazanır sözsüz ki. Bu, əslində yaxşı bir haldır. Mətbuatın bütün sahələri operativlik istəyir. Lakin mətbuatımızı bütövlükdə xəbərləşdirmək də düzgün deyil.

30-dan çox qəzet janrı var

Xəbərləşdirmək başqa janrlardan bixəbərliliklə nəticələnir. Bir də ki, eyni xəbəri gün ərzində neçə dəfə oxumaq olar? Bəla orasındadır ki, bəzi jurnalistlərimiz xəbər də istehsal edə bilmirlər. Başqalarının xəbərləri hesabına xəbər verirlər.

Müasir mətbuatımızın "baş tacına" çevrilən xəbərin bax müasir dövrdə bəxti belə gətirib. Bütün janrları sıxışdırıb, keçib yerlərinə. İndi mətbuatımız xəbər, reportaj və müsahibə janrlarından ibarət bir-birinə bağlı zəncirvari reaksiyanı xatırladır. Belə ki, bir xəbər yayılır, jurnalistlərimiz xəbəri yazır, həmin xəbərin yerindən reportaj hazırlayır, ardınca da müsahibə alırlar. Hələ bu xəbər, reportaj və müsahibənin janrı xüsusiyyətlərini ödəyib-ödəməməsi barədə danışmaq fikrində deyiləm. Beləliklə də digər janrlar günü-gündən mətbuatımızın çoxsaylı qəbiristanlıqlarında dəfn olunur. Mətbuat janrlarının ümumi mənzərəsini Bakı Dövlət Universitetinin professoru, hər bir jurnalistin sevimli müəllimi, istedadlı insan, mərhum Fərid Mehdi sıralayıraq deyirdi: "Xəbər, hesabat, müsahibə, reportaj, korrespondensiya, məqalə, icmal, resenziya, məktub, mətbuat xülasəsi, zarisovka,



oçerk, felyeton, pamflet və təmsil, şarj, parodiya. Ancaq bu siyahıya esse, söz, gündəlik, səfərnəmə, bədii-publisist, tərcümeyi-hal, xatirə, bədii nitq, nekroloq və başqalarını da əlavə etmək lazımdır". Digər sevimli müəllimimiz Cahangir Məmmədli isə bu janrların hər birinin yaradıcılıq məqamında jurnalistin özünüifadə aktına çevrildiyini qeyd edir, vurğulayır ki, janr müəllifə özünüifadə üçün xüsusi imkan yaradır.

Qəzet janrları bütövlükdə bir qəzetin ərşəyə gəlməsində, onun hər sayının oxucu zövqünü oxşamasında sanki birləşərək böyük bir vəzifəni yerinə yetirirlər. Məqalə, xəbər, reportaj, korrespondensiya, xülasə, oçerk, felyeton və sair-bunların hər biri ayrı-ayrılıqda oxucunun qəzetin növbəti sayında bu janrlar nəyi işıqlandıracaq marağını meydana çıxarır.

Jurnalistlərin peşəkarlığı səviyyəsinə yüksəlməsində janr məqamının böyük rolu var. Qəzet redak-



Azərbaycan Respublikasının Medianın İnkişafı Agentliyi

Yazı Azərbaycan Respublikasının Medianın İnkişafı Agentliyinin maliyyə dəstəyi ilə fikir, söz və məlumat azadlığının, plüralizmin inkişaf etdirilməsi istiqaməti çərçivəsində hazırlanıb.



insan taleyindən yazılara köçürüb qəzet səhifələrinə yerləşdirmək gözəl olmazdı?

Bir foto bir fikir

Fotojurnalistikanı bu gün günün günorta çağında əlimizdə çırıqla axtarsaq, bəlkə bəzi mətbuat orqanlarında az sayda tapa bilərik. Yaxşı, yeri gələndə deyirik ki, publisistika çətin janrdır, hər kəs bu janrdan yazmaq bacara bilmir. Bunun üçün anadangəlmə qabiliyyət olmalıdır, şair təbiətli, nə bilim yazıçı ruhlu olmalısan kimi onlarla bəhanə gətiririk. Bəs müasir dövrdə hamımızın əlində telefon olduğu halda fotojurnalistikanı niyə dəft etmişik publisistikanın yanına? Yeni küçədə, parkda, yolda, bağ-bağçada, mağazada elə an yoxdur ki, fotoya köçürüb bir cümlə ilə onu canlandırmaq? Axı bu, elə bir janrdır ki, bəzən 3-5 dəqiqəyə oxuya biləcəyimiz xəbərdən tez ondan məlumatı ala bilirik? Bir baxışla baş verən hadisədən, problemdən, təbiətin gözəlliyindən xəbərdar oluruq. Bu janrı indi daha çox inkişaf etdirilməlidir. Əvvəllər redaksiyalarda fotomüxbirlərə ehtiyac vardı. İndi telefonlar fotoaparatlardan da gözəl və keyfiyyətli şəkillər çəkir və maraqlı hal ondan ibarətdir ki, hər kəs bu işi çox yaxşı bacarır. Belə isə yəqin biz jurnalistlər sadəcə baxırıq, görmürük.

Sələfimizin xələfi olaq

Xülasə, bəzən oxucuları günahlandırırıq ki, sosial şəbəkələrdə daha çox vaxt keçirir, mətbuatdan kənarda qalırlar. Vallah bunun günahı biz mətbuat işçilərindədir. Nə etsin oxucu, yazıldı, qarşısına çıxdı, oxumadı? Əlacsız qalan oxucu təbii ki, ancaq xəbər oxuyacaqdır da. Çünki yuxarıda da qeyd etdiyim kimi indi ancaq xəbər savaşıdayıq, başqa janrları unutmuşuq.

Bu mövzu elə bir mövzudur ki, səhifə-səhifə yazsaq da bitməz. Lakin çox uzun da yazıb oxunaqsız material olmasın deyərək buradaca yazını bitirirəm. Son sözüm isə budur ki, necə ki biz bu gün ötən illərin qəzetlərini vərəqləyəndə bütün janrların ahəng təşkil etdiyi qəzetlərə "bəh-bəh" deyirik, bir zaman da bizim mətbu nümunələrimiz eləcə vərəqlənəcək. Oxucunun təəsüratı nə olacaq, bax, gələn, bunu düşünək: sələfimizin xələfi ola bilirikmi?

Mətanət Məmmədova