

УДК 809.436

Гусейн Джавадзаде

Аспирант

Азербайджанский Государственный Университет

Культуры и Искусств

Hüseyn Cavadzadə

Aspirant

Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti

Huseyn Javadzade

Graduate student

Azerbaijan State University of Culture and Arts

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ АЗЕРБАЙДЖАНСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ

AZƏRBAYCAN TELEVIZIYASINDA ÜSLUB PROBLEMLƏRİ STYLISTIC PROBLEMS OF THE AZERBAIJAN TELEVISION

Аннотация: Исследование актуальных проблем современного ТВ показывает, что драматургическое развитие телепередач и роль авторского отношения является исключительной заслугой демократии. Установление свободы слова в формировании стиля играет важную роль.

Ключевые слова: Телевидение в рыночной экономике; теледраматургия; телевидение и его направления; стиль на телевидении.

Müərrəd: Müasir televiziya aktual problemlərinin öyrənilməsi, televiziya proqramlarının dramatik və müəllif münasibət rolu demokratiyanın müstəsna xidmətidir. Stil formalaşmasında söz azadlığı yaradılması mühüm rol oynayır.

Açar sözlər: Televiziya bazar iqtisadiyyatında; teledramaturgiya; televiziya və onun istiqamətləri; televiziya üslub.

Annotation: The study of the current problems of modern TV shows that the dramatic development of television programs and the role of the author's attitude is

an exceptional merit of democracy. Establishing freedom of speech in the formation of style plays an important role.

Key word: Television in market economy, television dram, television and its directions, style in television.

Ekran dramaturgiyası ifadəsi özlüyündə geniş mənə kəsb edir. Biz ekran dramaturgiyasından danışanda tək kino sənətinin növlərini deyil, eyni zamanda televiziyanı da nəzərə almalıyıq. Çünki müasir TV –ya istən telefilm, Tele-tamaşa, verilişlər, rolilər, reklam çarxları, xəbərələr və s. Belə hazırlanarkən dramaturgiyanın komponentlərindən kənara çıxmır. Əksinə, dramaturgiyanın qanunlarından istifadə etmək televiziyanı daha da maraqlı edir. Çünki, tamaşaçının zövqünə hesablanmış televiziya ona elə şey təqdim etməlidir ki, o hər bir işini kənara qoyub izləsin. Bu baxımdan “..... Odur ki, onun birinci qayğısı maraqlı süjet tapmaq idi”, fikri də yuxarıda qeyud etdiyimiz fikri təsdiqləyir [1]. Bu fikri böyük dramaturq V. Şekspirin əsərlərinin təhlili üçün ifadə etsə də televiziya da şamil edilir.

Televiziya müasir dövrümüzün xəbər güzgüsünə, informasiya mənbəyinə çevrilmişdir. Müasir dövrdə TV tək lokal informasiyaları deyil, eyni zamanda müxtəlif ölkələr haqqında məlumat almağa imkan verir. Hətta peşəyə və bu peşəni müxtəlif istiqamətlərdən reportaj-foto, reportaj-jurnalistika, və s. Kimi ixtisaslaşmaları yaranmasına təkən verir. Bu baxımdan TV operativ informasiya ötürücüsüdür.

Müasir TV-nı tək xəbərle məhdudlaşdırmaq olmaz İnsanların marağı, tələbi fonunda formalaşan verilişlərin istiqamətləri müxtəlifdir. Çoxzövqlü tamaşaçı rəğbəti qazanmaq üçün reytingə yönəlmiş müasir TV-ya bəzən publisistika qanunlarını belə nəzərə almır, kütləvi mədəniyyəti ifadə edir. Müstəqillik dövründə özünü maliyələşdirməyə prinsipi ilə işləyən tele kanallar öz üzərinə düşən maarifləndirmə, informativlik, dokumentallıq kimi daha məshuliyyətli verilişlərdən və şou, əyləncə, tok-şou, kimi üsullardan istifadə edərək tamaşaçını ekran önündə cəhdi efirdə boş vaxt effektini yaratsa da, kütləvi marağına uyğun gəlir. Bu

baxımdan TV-ləri və onların yaradıcılıq, peşəkarlıq və üslub asapektuindən öyrənilməsi vacibdir.

İstənilən bir informasiyanı kiminsə ağırlı hekayəsini, vacib xəbəri, hər hansı məlumatı əyləncə ilə birləşdirib demək və bunu qəbul olunma ilə əsaslandırmaq qeyri-peşəkarlıq əlamətidir. Dünya TV-dakı müəyyən təcrübələrə də nəzər salsaq biz bunu daha aydın görürük. "80-ci illərdə Afrika qitəsində tədris proqramı get-gedə ixtisar olunmağa başladı və ziddiyyətli bir vəziyyət yarandı. Televiziyanın əlində olan maarifçi təhsil funksiyasından saysız-hesabsız savadsızların olduğu bir qitədə imtina olundu. Adamlar əyləncə və dini proqramlara üstünlük verdilər" [2].

Televiziya gerçəkliyin ifadə vasitələrindən biri kimi qəbul etmək olar.

TV-nın digər missiyası gerçəklikdir. Çünki, insanların əsas məlumat mənbələrindən biri hesab edilən TV jurnalistin qarşısında qoyulan şərt məlumat dəqiq heç bir reaksiya və münasibət bildirmədən çatdırmaqdır. Bu şəraitdə qərəzli münasibət, hadisəni istədikləri səmtə yönəldilməsi və ya öz məqsədləri üçün istifadə və ya yalnız, dəqiqləşdirilməmiş məlumat tamaşaçının inamını qırır və bu nüfuzuna zərbə olar. Müasir dövrdə biz bunu tək tamaşaçı itgisilə deyil, eyni zamanda maliyyə itgisi kimi dəyərləndirmək olar.

Müasir dövrdə isə müstəqilliyimizin əldə edilməsi ilə informasiya məkanında köklü dəyişiklik edildi. Müstəqilliyin ilk illərində informasiya məkanında yeni istiqamətlər, çalarlar meydana gəldi. Sovet İttifaqının süqutundan sonra mətbuatda demokratiya və bazar iqtisadiyyatı yolunu seçdi. Konstitusiya qəbul olunarkən bu yenilik "15-ci maddədə" öz əksini tapdı [3]. Lakin həmin dövrdə keçid dövrü anlayışı mətbuatdan da yan keçmədi. Bu çəşqınlıq qısa müddətli layihələr, maliyyə böhranı efir məkanına da bu kimi problemlərlə özünü biruzə verdi.

Televiziyanın maarifləndirmə, informativlik, aktualıq problemləri ilə yanaşı biznes faktoru kimi formalaşmasını da tələb edirdi. Demokratiya və bazar iqtisadiyyatında Azad söz anlayışını əsas götürən televiziya bəşəri dəyərlərin daşıyıcısına çevrilməsi və paralel olaraq dövlətin strateji marağını ifadə etməyi vacib istiqamət kimi götürməlidir.

Total təbliğatdan imtina edən demokratik mətbuat bazar iqtisadiyyatının tələbləri ilə uzlaşaraq sosial siyasi münasibətlər sistemində əmtəə-pul münasibətlərinin atributuna çevrildi. Və bu baxımdan reklam televiziyanın həyatında önə keçdi. Bu isə öz növbəsində bazar iqtisadiyyatında digər sahələrdə olduğu kimi teleməkanda da tələb –təklifə yönəlməsi reklam vaitəsilə kəmiyyət-keyfiyyət dəyişmələri obyektiv zərurətdən irəli gələrək zamanla ayaqlaşmasına kömək edir.

Ölkəmizin müstəqillik dövrünə qədəm qoyması televiziya efir məkanında da yeniliklərlə yadda qaldı. Belə ki, əgər əvvəllər yalnız bir telekanal var idisə, demokratiyaya qədəm qoyması ilə yeni tele radio və TV, qəzetlər, internet informasiya resurslarının meydana gəlməsi ilə kəskin rəqabət amilini də önə çəkdi. Müxtəlif mənbələrdən informasiya qəbul edə bilən tamaşaçı zövqünü, tələbatını təmin edən istiqamətə yönəlir. Bunu anlayan telerəhbərlər daha maraqlı simalar və tamaşaçının sevimli qəhrəmanını efirə gətirməyə çalışır, aparıcılar isə daha aktual, müasir problemlərə toxunmağa çalışırlar. Lakin burda bir amildə diqqət mərkəzindədir. Eyni mövzuya müxtəlif münasibət aparıcıların hadisələrə öz aspektlərindən yanaşmaları (Xəbər aparıcıları istisna olmaqla) onların üslubunu qabardır. Bəlkə də busəbəbdəndir ki, televiziya yalnız tanınmış simaları və ya ən maraqlı tipajları efir qəhrəmanına çevirirlər. Onları kanalın sımasına da çevirirlər. Aparıcıların öz yanaşmaları onların fərdi üslubunu qabardır. Bəzən müəyyən müəllif layihələri var ki, onların müəllif hüququnu qorumaqla müxtəlif ölkələrin, müxtəlif kanallarında yayımlansa da, aparıcıların yanaşması fərqlilik yaradır. Forma və məznunu gözündə cəmləyən strukturun estetik prinsipi hesab olunan üslub teleməkan üçün də vacibdir. D.S. Lixaçov bu haqda “üslub əsərin forma və məznunu birləşdirmək strukturunun estetik prinsipi kimi tətqiqat obyektinə müəllif münasibətinin ifadə vasitəsidir” fikri də eyni anlama gəlir [4].

Müasir televiziyamızda da bazar iqtisadiyyatının keyfiyyətləri özünü açıq-aşkar biruzə versə də, üslubsuzluq başlıca problemə çevrilib. Kanalların çoxluğuna, efir vaxtının bolluğuna baxmayaraq, müxtəlif kanallarda eyni zamanda eyni tipli verilişlər, eyni traktovkada verilməsi lüzumsuz. İntelektual Maraq doğurmayan bu

tip verilişlər əsasən kütləvi mədəniyyəti ifadə edərək heç bir keyfiyyət göstəricisi ola bilmir. Nəzərə alsaq ki üslub fasiləsiz axtarışlardan ibarət olan ədəbi-bədii prosesdir. Onda belə qənaətə gəlmək olar ki, bu aparıcılar bir –birini yalnız yamsılamaqla məşğuldurlar. Öz üslubuna malik olmayan müəllif isə nəinki mövzuya daxil ola bilmək, problemi çözmək məqsədini, ideyasını belə ifadə edə bilmir. Biz müasir televiziya dəfələrlə qoyulan mövzudan yan keçməni və ya başqa istiqamətə getməsini izləyə bilirik. Bu isə diqqətli tamaşaçının maraqlandırmır və bu tip verilişlərə zaman ayırmaması ilə nəticələnir. Bu isə bazar iqtisadiyyatı dövründə pul itgisi reytingdən düşmə kimi problemləri qabardır.

Beləliklə, dövrün mədəni hadisəsi olan televiziya da incəsənətin digər növlərində tələb olunan üslub amili qaçılmazdır. Üslub müəllifin subyektiv yanaşmasından doğan, ictimai mahiyyət daşımaq gücünə malikdir. İctimai dövrün hadisəsinə çevrilə bilən üslub cərəyanların formalaşmasını da təmin edir. Bu inkişaf templərinə görə üslub özü də bir necə yerə bölünür. Bu bölgü üslubun fərdi şəxsiyyətin yaradıcılığında, cəmiyyətdəki münasibətin kinematoqrafiyaya təsirinin təzahürüdür.

Ədəbiyyat siyahısı

1. Анникст А.А. «Шекспир-Ремесло драматурга» Москва «Советский писатель», 1974, с. 15
2. Дугин Е. Телевидение в зеркале международной статистики. Телевидение вчера, сегодня, завтра. М., «Искусство», 1983, с. 205.
3. Dadaşov A. Ə. "Gerçəkliyin astanasında" Bakı-2003, səh. 70.
4. Dadaşov A. Ə. "Rejissor sənəti Cənnət Səlimova" Bakı-2003, səh. 70.