



Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi

Academic Journal of History and Idea

ISSN: 2148-2292

11(1) 2024

Mass Communication Special Issue
Araştırma Makalesi | Research Article
Geliş tarihi | Received: 05.11.2024
Kabul tarihi | Accepted: 09.12.2024
Yayın tarihi | Published: 15.12.2024

Könül Niftəliyeva

<https://orcid.org/0000-0003-3565-5421>

Associate Professor, Doctor of Philosophy in Philology, Baku State University, Faculty of Journalism, Department of New Media and Communication, Azerbaijan, kenul.nifteliyeva@gmail.com

Atıf Künyesi | Citation Info

Niftəliyeva, K. (2024). Transnasionall telekanalların tipoloji xarakterini formalaşdırın faktorlar (2000-2015-ci illər). *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi Mass Communication Special Issue*, 11 (1), 57-66.

Transnasionall telekanalların tipoloji xarakterini formalaşdırın faktorlar (2000-2015-ci illər)

Xülasə

XX əsrin sonu və XXI əsrin başlanğıcında baş verən dəyişiklik və yeniləşmə prosesləri media aləmində daha çox hiss olundu. Jurnalistika, KİV sistemi yeni dövrə, yeni eraya keçdi. Məqalədə yeni əsrdə elektron jurnalistikanın yeni inkişaf dalğasına, elektron informasiya vasitələrinin digitallaşma prosesinə nəzər salınmışdır. Araşdırmada medianın yaradıcılıq xarakteri də dəyişilməsi, «məhəlli» jurnalistikada Qərb standartlarının formalaşması və tətbiq olunması təhlil edilmişdir. Beynəlxalq aləmdə transnasionall mətbuatın, transnasionall telesetlərin xarakterinə, onların hansı prinsiplərlə fəaliyyət göstərdiyi təhlilə cəlb etmək edilmişdir. Transnasionall – qlobal telekanalların tipoloji xarakterinə və bu xarakteri formalaşdırın faktorlara diqqət edilmişdir. Çünki bu faktorların öyrənilməsi onların tətbiqinə və milli, məhəlli telekanalların beynəlxalq arenaya çıxmasına zəmin yarada bilər. Nəticə olaraq dünyanın informasiyaya möhtac olduğu dövrdə dünyanı məşğul edən, beynəlxalq mühitin maraq dairəsində olan informasiyaların əldə olunmasında və peşəkarlıqla ötürülməsində transmilli TV kanallarının çox ciddi yanaşdıqları bir fəaliyyət prinsipi olduğu qənaətinə gəlinmişdir.

Açar sözlər: *TV, TV kanal, tipologiya, kütləvi informasiya vasitələri, kanal, transmilli*

Typological structure of transnational television channels Shaping factors (2000-2015)

Abstract

At the end of the 20th century and the beginning of the 21st century, the processes of change and renewal were felt most in the media world. Journalism and the media system have entered a new era, a new age. This article examines the new wave of development of electronic journalism in the new century and the process of digitalisation of electronic media. It also analyses the changing creative structure of the media and the formation and implementation of Western standards in 'local' journalism. The aim is to analyse the nature and principles of functioning of transnational press and transnational television networks in the international world. The typological character of transnational-global television channels and the factors shaping this character are emphasised. Because the study of these factors can pave the way for their implementation and the opening of national and local television channels to the international arena. As a result, it is concluded that in a time when the world is in need of information, the acquisition and professional transmission of information of interest to the international community and of interest to the world is a principle of action that transnational television channels should take very seriously.

Keywords: *TV, TV channel, typology, mass media, channel, transnational*

Giriş

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”* (Zasurskiy, 1997, s. 3). Belə bir müşahidə çoxdan mövcuddur ki, *“sputnik texnologiyası informasiyanın yer kürəsinin istənilən nöqtəsində fərdi istehlakçıya çatdırılmasına şərait yaradır”* (Məmmədli, 2013, s.71). İnternet televiziyasının getdikcə geniş vüsət tapması ənənəvi telekanalları düşünməyə, rəqabətə dözümlü üçün yeni forma və formatlar axtarmağa məcbur edir.

1. Yeni inkişaf dalğası

Yeni əsrdə elektron jurnalistikanın yeni inkişaf dalğası gözlənilir. «Bu dalğa artıq elektron informasiya vasitələrinin digitallaşma prosesi ilə bağlıdır. Rəqəmli elektron informasiya vasitələri kimi başa düşülən bu keyfiyyət jurnalistikada informasiyanın maneəsiz ötürülməsi, tezliyin dəfələrlə artımı, təsvirin stereosəviyyəsi deməkdir (Məmmədli, 2013, s. 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*” (Mixaylov, 2002, s. 7). Ona görə də beynəlxalq aləmdə transnasionl mətbuatın, transnasionl telesestlərin xarakterini, onların hansı prinsiplərlə fəaliyyət göstərdiyini təhlilə cəlb etmək çox vacibdir. İlk növbədə isə transnasionl – qlobal telekanalların tipoloji xarakterinə və bu xakteri formalaşdırən 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 transnasionl telekanalların tipologiyası xüsusi maraq kəsb edir.

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

Cədvəl: Telekanalların Təsnifatı

İnformasiya	Elmi-kütləvi	Əyləncəli
<u>İnformasiyanı əsas tutan universal telekanallar</u> <i>CNN International</i> <i>BCC World</i>	<u>Universal xarakterli</u> <i>National Geographic</i> <i>Discovery</i>	<u>Musiqi kanalları</u> <i>MTV</i> <i>VH-1</i> <i>Mezzo</i>
<u>Regional universal xəbər kanalları</u> <i>Euronews</i> <i>Deutsche Welle</i> <i>Al-Jazeera</i> <i>ANN</i> <u>Maliyyə-iqtisadi xəbərlər kanalları</u> <i>CNBC</i> <i>Bloomberg TV</i>	<u>Tematik kanallar</u> <i>Discovery Travel and Adventure (səyahət və əhvalatlar)</i> <i>Travel (səyahət)</i>	<u>Kinofilm və telefilm kanalları</u> <i>TNT</i> <i>TCM</i> <i>MGM</i> <i>Hallmark</i> <u>Uşaq kanalları</u> <i>Nickelodeon</i> <i>Fox Kids</i> <i>Cartoon Network</i>
<u>Qlobal idman kanalları</u> <i>ESPN International</i> <u>Regional idman kanalları</u>	<u>Tematik kanallar</u> <i>Discovery Civilization (sivilizasiya)</i>	<u>Regional universal telesest</u> <i>BBC Prime</i>

<i>Eurosportnews</i> <u>Regional idman - əyləncə</u> <u>kanalları</u> <i>TV-5</i> <i>TV E</i> <i>BBC Amerika</i> <i>MBC</i>	<i>Discovery Science (elm)</i> <i>Animal Planet (heyvanlar</i> <i>aləmi)</i>	<u>Və digərləri</u> <i>Fashion TV</i> <i>Reality TV</i>
---	--	---

Cədvəldən də görüldüyü kimi, CNN telekanalı 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 çağlarından formalaşmağa başlamışdır. Bu mənada onun yaranma tarixinə qısa bir nəzər salaq.

2. Kommersiya kanalları

Qeyd edək ki, CNN kommersiya kanalıdır. *“Kommersiya televiziya kanalları – son illərdə dünyada ən çox inkişaf edən formadır. Kommersiya televiziya kanalları kommersiya məqsədi güdür, əsasən auditoriyaya işləyir. Dünya televiziyası hazırda bu tendensiya ilə inkişaf edir”* (Məmmədli, 2013, s. 545). Özəl telekanal anlayışı ilə də adlanan bu kanallar bazar münasibətləri strukturu kimi bazar qanunları ilə fəaliyyət göstərir. Məqsədi proqramlara qoşulan reklamlardan gəlir əldə etməkdir. Burdan da belə bir nəticə çıxır ki, özəl telekanal, əsasən proqramların reytinginə söykənir. Burada reklam birinci, məzmun ikincidir. Ancaq bazarın sərt qanunları məzmunu etinasızlığı da bağışlamır və ona görə özəl kanallar bu cəhətə də ciddi fikir verməyə məhkumdur.

Kommersiya məqsədləri xüsusilə maarifçi, tərbiyəvi, dərkedici proqramları sonuncu plana keçirir.

“İnkişaf etmiş Qərbi ölkələrində, eləcə də ABŞ-da kommersiya televiziya kanallarının sayı və sərbətlə sürətlə artmaqdadır. Məsələn, ABŞ-da belə kanallar çoxdur. Onları ayrı-ayrı adamlar yaradır, təsis edirlər” (Məmmədli, 2013, s. 545). CNN-in yaradıcısı Ted Turner 1938-ci ildə Ohayo ştatında doğulub. Orta hərbi məktəbdən sonra daxil olduğu Braun universitetindən qeyri-ciddi hərəkatlərinə görə qovulub. Yalnız 50 yaşında ali təhsil diplomu 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 tapşırırdı. T. Turner 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 mücadiləyə girmək demək idi.

1980-ci ildə o özünün 100 milyon dollarlıq bütün vəsaitini ideyanın gerçəkləşməsinə qoyur. 1980-ci il iyulun biri CNN-in doğum günüdür. İlk vaxtlar kanalın diqqəti cəlb etdiyi mövzular: rok-qrup konsertləri, prezident seçkiləri, kosmik gəminin havaya qalxması və s. Tarix tamaşaçıların gözü qarşısında yaranırdı. Düz bir ildən sonra CNN Yaponiyaya, Avropaya yayımlanır (Dobrovolskin, 2000, s. 32-33). 1989-cu ildə artıq CNN-in 50 milyon abunəçisi vardı. 1992-ci ildə bu rəqəm 198 milyona çatdı. İndi CNN-in 300 milyondan çox abunəçisi var. Hələ 2005-ci ilin faktları ilə danışıq, ildə 800 milyon dollar gəlir götürür. Təmiz qazanc isə 250 milyon dollara yaxındır. ABŞ-ın daha bir transnasiona telekanallarından olan “NBS News” televiziya öz xarakteri ilə universal olub, xeyli dərəcələ 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 bu telekanal özünün fəaliyyət prinsiplərini əks etdirən sənədinin 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 ("NBS News") ənənəvi məqsədlərini, dəqiq və qərəzsiz olmaq prinsipini rəhbər tutmalıyıq. En-Bi-Si kanalına çoxdan şərəf gətirən vicdanlılıq və peşəkarlıq bizim işimizin əsasını təşkil etməlidir"* (Qolyadkin, 1995, s. 203). Göründüyü kimi, burada jurnalist yaradıcılığına, habelə telejurnalistə xas olan dörd əsas keyfiyyət diqqətə çatdırılır: dəqiqlik, qərəzsizlik, 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.

3. Transnasiona TV kanalları

Transnasiona TV kanalları dəqiqliyə nail olmaq üçün çox müxtəlif yollardan istifadə edir. Faktların dəqiq təqdimi “En-Bi-Si nyus”un birinci dərəcəli vəzifəsidir” (Qolyadkin, 1995, s. 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 40, 30, 50, 70 nəfər rəqəmləri ilə təqdim etdi. Belə anlarda hələ faktların dəqiqləşmədiyini tamaşaçıya bildirmək çox vacibdir.

Transnasionall kanalların elə yaradıcılıq məqamları var ki, bu məqamlarda necə hərəkət etmək, hadisələri hansı yöndə, hansı prinsiplərlə işıqlandırmaq sahəsində artıq onların xeyli dəqiqləşmiş praktikasını formalaşmışdır. Müntəzəm olaraq baş verən və baş verəcəyi labüd olan hadisələr mövcuddur ki, onların işıqlandırılmasında Qərb standartları vardır. Bu sırada seçki kampaniyaları, vətəndaş iğtişaları, ictimai rəy sorğuları, terrorizm, mətbuat konfransları, ayrı-ayrı informasiya mənbələri kimi qəbul edilən adamlarla müsahibələr, jurnalist araşdırmaları, böhtan, şəxsi həyat məsələləri, məhkəmə prosesləri və s. mövzu dairələrini qeyd etmək olar.

Qeyd etdiyimiz məqamlardan, mövzulardan bəzilərinə diqqət edək: Vətəndaş iğtişaları. Heç bir ölkə vətəndaş iğtişalarından sığortalanmayıb. Hər bir ölkədə bu və ya digər səbəbdən vətəndaş iğtişaları baş verə bilər. Telejurnalistikanın mütləq işıqlandıracağı hadisələr sırasında vətəndaş iğtişaları ictimai maraq dairəsində xüsusi yer tutur. İctimaiyyət bu ixtişaların səbəbini, miqyasını, nəticələrini, görülən rəsmi tədbirləri bilmək istəyir. “NBS News” telekanalı öz prinsiplərində vətəndaş iğtişalarının işıqlandırılması ilə bağlı maraqlı model hazırlamışdır. Həmin modelə olduğu kimi diqqət edək: “NBS News”ün fikrincə, vətəndaş iğtişalarının işıqlandırılması zamanı hər hansı bir komissiya və ya komitənin məsləhətlərinə deyil, təcrübəli, peşəkar jurnalistlərin yaxşı praktikasına söykənmək vacibdir. Bu tipli fəvqalədə vəziyyət bəzən o qədər kəskin olur və ehtirasları elə coşdurur ki, hadisələrin təqdimatında redaktorlar dəqiqlik, vacibliy, mülahizələrin düzgünlüyü, olayların inkişafını analamaq, qərəzsizlik və informasiyanın harmoniyalılığı kimi məsələlərdə çox diqqətli və ehtiyatlı olmalıdırlar. 2011-ci ildən başlayaraq ərəb ölkələrində, xüsusilə Liviya, Suriya, Misirdə baş verən vətəndaş iğtişaları bu barədə jurnalistin ehtiyatlı olmağına təcrübə əsas verir. Bu iğtişalarda, hətta, Ərəb Dövlətləri Liqası nümayəndələrinin də təzyiqlərə, güllələrə tuş gəldiyi faktları baş verdi. Transnasionall telekanallar öz repotyorlarına tapşırırlar:

1. Əgər polis, yaxud digər məsul idarə və adamlar ixtişaları «üsyandır» kimi qiymətləndirməyiblər, bu ifadəni siz də işlətməyin.

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

3. Dəqiqləşdirilməmiş şayiələr fəlakətə gətirib çıxara bilər.

4. Digər narahat rayonlarda «adamların yığılması» barədə xəbər verməkdən, habelə şəhərdə gərginliyin artacağı və yeni iğtişaların 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 dəqiqləşdirməsi çox vacibdir.

6. İgtişaş iştirakçılarının hər hansı birindən aldığımız 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 gərginləşdirir, 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. İgtişaşların baş verdiyi yerlərdə çəkiliş vasitələrindən istifadə edərkən maksimum qüvvə sərf etmək lazımdır ki, kütlə sizi hiss etməsin. Kamera kütlənin ehtiraslarını coşdura bilər.

10. Ehtiyat tələb edən daha bir neçə məqam: Əldəqayıрма 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, özümüzdən 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 (Qolyadkin, 1995, s. 203). Transnasional kanalların hər birinin həm ümumi, həm də birbaşa özünə məxsus prinsipləri mövcuddur. Ümumi prinsiplər sırasında “*dramatizm, faciəvilik, konfliktlilik, maraqların toqquşması, görümlülük, müharibə, qəzalar, terror hadisələri bu telesetlərin informasiya süjetlərində əsas yer tutur*” (Orlova, 2003, s. 34). Belə kanallar üçün gözlənilməz hadisələrə cəld reaksiya, baş verənlərə yeni münasibət, araşdırma marağı və s. kimi faktlar aparıcıdır (Orlova, 2003, s. 34). Bütün bunlarla bərabər, məsələn, CNN-in ABŞ-da 11 sentyabr 2001 –ci ildəki terror hadisəsinə, 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 telemühitində gtransmilli telekanalların bəzi informasiya formatları özünü göstərməkdədir. Məsələn, vaxtilə özünün dünya teletəcrübəsinə 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 təcrübəsinin bizim üçün də yararlı olduğu göz qabağındadır.

Haqqında bəhs etdiyimiz bu telekanallar, demək olar ki, dünyanın bütün regionlarını əhatə edir. Onların auditoriyası elə buna görə çox genişdir. Məsələn, tipoloji xarakterinə görə əyləncə istiqamətli (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» (Kasls, 2002, s. 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» (Orlova, 2003, s. 34) adlandırılır.

4. Kanalların tipoloji xarakteri

Tipoloji xarakteri çoxdan müəyyənlanmış belə telekanalların sırası getdikcə, çətin olsa da, artmaqdadır. Qərb dünyasının və xüsusilə Amerika Birləşmiş Ştatlarını 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» iğtişəşləri, “İŞİD” hadisələri və s. olaylara münasibətdə həm siyasətçilərin, ayrı-ayrı dövlətlərin maraq dairəsində olan faktların gizli məqamlarını ustalıqla, möhtəşəm peşəkarlıqla ortaya çıxaran, ən təhlükəli terror qüvvələrini efirə çıxara bilən, dünyanın gedşinə təsir gücü ilə heyret doğuran «Al-Jazeera» televiziya kanalı bu sıraya qoşulan və öz reytinginə görə bir az da qabağa gedən bir media qurumu kimi heyret doğurmaqdadır. Bu tip telekanallar informasiya bazarında qəqabəti udmaq üçün bir tərəfdən faktı tapmaq, bu sahədə hamıdan operativ olmağa cəhd göstərilərsə, digər tərəfdən peşəkarlığın ən mühüm komponentlərinə əməl etməklə dünya tamaşaçısının inamını, etibarını qazanırlar. Digər tərəfdən, bu kanalların rəqabətdə udmaları və qloballaşmağı onların dünya xəbərlərini demək olar ki, anında, «birbaşa, real zaman daxilində tamaşaçıya təqdimatları ilə də çox

bağlıdır» (Orlova, 2003, S.50-51). Özünün dəqiq tipoloji adına - «universal telekanal»-epitetinə malik belə kanallara qərib kimi indi Avropada «Euronews», «Sky News», «Deutsche Welle», «Eurosportnews», ərəb ölkələrində «ANN», «Al-Arabiya», ABŞ-da «MSNBC», «Fox News», İngiltərədə «BBC News», Braziliyada «Globo News» kimi kanallar qoşulmaqdadır» (Orlova,2003, S.50). 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 telesetlərin təcrübəsi sadə, məhəlli şəkildə olsa da, bu milli telekanallara gəlib çıxmaqdadır.

Nəticə

Dünya informasiyaya möhtacdır. Informasiyasız bir gün boş və məzumsuz görünərdi. Dünyanı məşğul edən, beynəlxalq mühitin maraq 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 telenəzəriyyəşi S. Muratovun fikrincə, bu günkü 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 telekanallarınsubyektiv-cəmiyyətdir. Dünyaya yeni baxışın yeni subyektiv dünya birliyidir. Hər hansı bir konkret dövlət deyil, bəşəriyyətdir. Dünyaya baxış insan və bəşəriyyət arasında ən yaxın məsafədir (Muratov, 2001, s. 46). Dünya nəzəri fikrinin də gəldiyi nəticəyə görə, *“transmilli TV kanalı kimi çox möhtəşəm bir tipoloji xarakterə gəlib çıxmaq üçün televiziya transmilli problemləri daim gündəmdə saxlamalıdır”* (Robinson, 2001, s.16). Transmilli telekanallar öz tamaşaçılarına hadisələrə qlobal bucaqdan baxmağı, məsələlərə beynəlxalq miqyasda nəzər salmağı məsləhət görürlər. Bu günkü qloballaşan dünyada böyük dövlətlərin kiçik dövlətlərdə yaşayan xalqların milli mədəniyyətlərinə etinasızlıq göstərməsi, bu mədəniyyətin əriyib sıradan çıxmasına çalışdığı bir vaxtda transmilli telekanallar bütün mövcud milli dəyərlərin qorunub saxlanması və zənginləşməsi prosesinə xüsusi dəstək olurlar. Onları bütün dünya tamaşaçılarına qəbul etdirən mühüm keyfiyyətlərdən biri də məhz bu istiqamətdəki fəaliyyətləridir.

Ədəbiyyat

Dobrovolskin, Y.A. (2000) Ted Turner. Çelovek sdelayşiy mir qlobalnoy derevney. *Broadcasting jurnalı*, 3.

Kasls, M. (2002). Informatsionnyy sezon. Ekonomika, okruzhayushchaya sreda i kul'tura. M.: GU VSHE.

Qolyadkin, N. A. (1995). *TV informasiya v SŞA*. Moskva.

Məmmədli, C. (2013). *Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi*. Təhsil nəşr.

Mikhaylov, S. A. (2002). *Sovremennyy voyenny zhurnal: pravda i paradoks*. Byvshaya Mikhaylova VA.

Muratov, S. A. (2001). *Televideniye na telekanalakh*. M. MGU.

Orlova, B. B. (2003). *Global'nyye telekanaly — novichki v novostnoy lente*. M. Rip-kholding.

Robinson, P. (2001). Theorizing the influence of media on world politics: Models of media influence on foreign policy. *European Journal of Communication*, 16 (4), 523-544.

Zasurskiy, YA.N. (1997). Zhurnalistika v perekhodnyy period. Vestnik Moskovskogo universiteta. *Seriya*, 10, 17-28.