

QULU MƏHƏRRƏMLİ,  
ZEYNAL MƏMMƏDLİ,  
ARIF ƏLİYEV

*B.Ə.*

# MEDİADA DEBATLAR



Bakı - 2009

***Kitab Açıq Cəmiyyət İnstitutu-Yardım Fondunun dəstəyi  
ilə «Azərbaycanın vətəndaş cəmiyyəti institutlarında və  
mediada debat mədəniyyətinin formalaşdırılmasına  
yardım» layihəsi çərçivəsində nəşr olunur.***

461  
M48

Redaktor:  
Nailə Əliyeva

Korrektor:  
Qurban Təbiətoğlu

261680

**Məhərrəmli Q., Məmmədli Z., Əliyev A.**

Mediada debatlar.

Bakı, «Yeni Nəsil» JB, 2009.— 124 səh.

Kitabda ictimai müzakirə formalarından biri olan debatın mahiyyəti, forma və növləri, prinsipləri haqqında söhbət açılır, müasir mediada – qəzet, radio, TV və İnternetdə onun hazırlanıb auditoriyaya çatdırılmasının özəlliklərindən bəhs edilir.

İSBN 978-99-52-8024-3-6

**Bakı Dövlət Universiteti  
ELMİ KİTABXANA**

© Yeni Nəsil. 2009

## İçindəkilər:

<b>Bu kitab və onun həsr edildiyi debatlar kimə lazımdır (A.Əliyev).....</b>	<b>7</b>
Debat nədir? .....	7
Debatların məqsədi varmı?.....	8
Debatları digər ictimai müzakirə formalarından nə fərqləndirir .....	9
Debatların tarixi.....	10
Debat texnologiyası.....	12
Arqumentin gücü.....	12
Arqumentin irəli sürülməsi .....	14
Arqumentin cavablandırılması.....	17
Debat formatları.....	20
<b>Mediada debatların özəllikləri (Z.Məmmədli) .....</b>	<b>26</b>
Ön hazırlıq.....	26
Debatlarda moderatorun vəzifələri .....	34
Debatın başlanması.....	40
“Beşsaniyəlik ara” nə deməkdir? .....	41
İştirakçıların davranış modelləri.....	43
<b>İnternet debatlar (Z.Məmmədli, A.Əliyev) .....</b>	<b>45</b>
<b>Radioda debatlar (Z.Məmmədli).....</b>	<b>47</b>
Maraqlı radiodebatlar necə hazırlanır?.....	47
Moderatorun sözlüyü .....	56
Səs tonu.....	59
Səs və səs effektləri .....	60
Moderator necə danışmalıdır?.....	62
Moderatorun sualları .....	64
Dil və düşüncə sadəliyi.....	65

<b>Televiziyada debatlar</b> ( <i>Q.Məhərrəmli</i> ) .....	69
İctimai güzgü .....	69
Barmaqla sayılması örnəklər .....	71
Debat proqramlarının mahiyyəti .....	73
Teledəbatın özəlliyi .....	78
Teledəbatın üç prinsipi .....	79
Teledəbat iştirakçısı nələri bilməlidir? .....	82
Teledəbatın tərkib hissələri .....	91
Teledəbatın aparıcısı .....	100
Teledəbatı necə təşkil etməli? .....	103
<b>Gərəkli yaddaş</b> ( <i>Q.Məhərrəmli, Z.Məmmədli</i> ) .....	117
“Debat jurnalisti” necə yazmalı və necə danışmalıdır? .....	117
Vətəndaş jurnalistikasının debat moderatoruna hansı faydası ola bilər? .....	122

## SÖZ ÖNÜ

*Hələ XI əsrdə Keykavus tövsiyələr toplusu «Qabusnamə»də yazırdı:*

*«Hər adam öz sözünün altında gizlənilib. Əli Əmirəlmöminin belə deyib: «Hər kəs öz dilinin altında gizlənilib». Söz var, bir cürə deyərsən, insanın ruhu təzələnər, başqa cür deyərsən, adamın qəlbi kədərlənər.*

*Eşitmişəm, bir dəfə Harun ər-Rəşid yuxuda görür ki, bütün dişləri tökülüb. Səhəri yuxuyozanı çağırıb soruşur: «Bu yuxunun mənası nədir?» Yuxuyozan deyir: «Əmirəlmöminin ömrü uzun olsun., bütün qohum-əqraban səndən qabaq öləcək, belə ki, heç kəs qalmayacaq». Harun ər-Rəşid deyir: «Bu yuxu yozana yüz çubuq vurun, o belə bir ağır xəbəri nə üçün mənim üzümə dedi, bütün qohum-qardaşım məndən qabaq öləcəksə, onda mən kimə lazımam?!»*

*Əmr etdi, başqa yuxuyozanı çağırtdılar, yuxunu ona danışdı. Yuxuyozan dedi: «Əmirəlmöminin gördüyü bu yuxu göstərir ki, Əmirəlmöminin bütün qohum-əqrabasının çox yaşayacaq». Harun ər-Rəşid dedi: «Ağlın hökmü eynidir, təbir həmin təbirdir, lakin ibarələrdə böyük fərq var». Əmr etdi, haman kişiyə yüz dinar versinlər».*

*(«Qabusnamə», 7-ci fəsil, «Natiqlik məharətini artırmaq haqqında»)*

*Debat sənətinə dair qarşınızdakı kitabı oxuyub nəyisə anlamaqda çətinlik çəkəndə, bu yerə qayıdın, Keykavusun məsəlini xatırlayın və bilin ki, debat bacarığı haqlı saydığınız fikri müdafiə etmək cəsarəti ilə yanaşı, həm də izah, dəlil-sübut yarışından qalib çıxmaq məharətidir.*



## **BU KİTAB VƏ ONUN HƏSR EDİLDİYİ DEBATLAR KİMƏ LAZIMDIR?**

### *Debat nədir?*

Bu sözü eşidəndə əksəriyyətin gözü önünə Amerikada prezidentliyə namizəd senatorların televiziya deyişmələri, yaxud İngiltərədə parikli lordların parlament mübahisələri gəlir. Amma əslində bütün insanların həyat boyu ən fəal şəkildə məşğul olduqları, bununla belə çoxlarının ömrünün axırına qədər çətin baş çıxardıqları bir şey varsa, o da elə debatdır.

Biz lap kiçik yaşlarından hər gün debatdayıq; fikrimizi, arzumuzu bildirir, kimisə inandıрмаğa, mövqeyimizi əsaslandırmağa çalışırıq; bizim hər saatımız televiziya ekranlarından, qəzet səhifələrindən, radio dalgalarından, İnternet saytlarından, tribunalardan, minarələrdən, yolqırağı düzülmüş reklam lövhələrindən üstümüzə yağan arqumentlər «yağış» altında keçir. Beş yaşında «mənim atam sənin atandan güclüdür» deyə qonşu uşaqlarla söz güləşdiririk. On beş yaşında dostlarımızla kinoya getməyə icazə almaq üçün anamızı saatlarla dilə tuturuq. İyirmi beş yaşımızda futbol çempionatında hansı komandanın qalib gələcəyi barədə mərcə giririk. Əlli yaşımızda hansı siyasətçinin xalqa daha çox can yandırdığını ayırd etmək üçün qonşu ilə

çəkişirik. Yetmiş yaşımızda təzyiqli aşağı salmaq üçün limonun çaytikanından xeyirli olduğunu iddia edənlərlə mübahisə açıyıq. Deməli, özümüz fərfinə varmasaq da, biz həyatımızın əhəmiyyətli hissəsini debatlarda keçiririk.

***Nədir insana buna vadar edən? Bütün bu debatların bir məqsədi varmı?***

İstənilən debat son nəticədə bir məqsədə xidmət edir: qarşı-qarşıya qoyulmuş fikirlər, faktlar və rəylərdən hansının daha doğru olduğunu üzə çıxarmaq və ən başlıcası, başqalarını buna inandırmaq. Əgər sonuncu komponent olmasa idi, debatları həqiqət axtarışına çıxanlar üçün ən yaxşı yol adlandıra bilərdik. Amma məhz «başqalarını inandırmaq» vəzifəsinin ortada olması bizi anlamağa vadar edir ki, «debat» təkcə elmi və mənəvi axtarışlar üsulu deyil, həm də mürəkkəb elementlərə malik sənətdir, geniş ictimai məhiyyət kəsb edən idarəçilik formasıdır. Debatda üstün gəlmək üçün sadəcə həqiqəti söyləmək kifayət deyil, burada fikri əsaslandırmaq üçün düzgün arqumentlər seçmək, qarşısına çıxdığın auditoriyanın xüsusiyyətlərini nəzərə almaq bacarığından tutmuş, natiqlik məharətinə, jestlərin dilini bilmək qabiliyyətinə qədər çox keyfiyyətlər adama gərək olur.

Beləliklə, debatlar insanları öz baxışlarını formalaşdırmağa, ifadə etməyə, əsaslandırmağa və müdafiə etməyə öyrətmək üçün vacibdir. Debatlar cəmiyyətdə plüralizmi, həmçinin müxtəlif fikirli təbəqələr, qruplar arasında sivil mübarizəni təmin etməyin ən uğurlu vasitəsidir.



*Debatları digər ictimai müzakirə formalarından -  
disputlardan, dəyirmi masalardan və s. – nə fərqləndirir?*

Belə fərqlər, əlbəttə ki, var. Əks təqdirdə məhz debatlarla həsr olunmuş kitabın yazılmasına ehtiyac qalmazdı, elə dəyirmi masaların təşkilinə dair təlimatların təkrar dərci kifayət edərdi. Həmin fərqli cəhətlər kitabın sonrakı fəsillərində yeri gəldikcə təsvir ediləcək. Burada isə başlıca iki fərqi altını cızmaq istərdik. Birincisi – *mövzunun qoyuluşu*. Debat mövzusu elə müəyyənləşdirilməlidir ki, ona təsdiq, yaxud inkar şəklində birbaşa cavab vermək mümkün olsun, yəni onun adını oxuyan adam müzakirəyə çıxarılan məsələyə birmənalı münasibət ifadə edə bilsin. Bu münasibət son nəticədə bir sözdən («hə» ya «yox», «raziyam» ya «razi deyiləm»), maksimum bir neçə sözlük kiçik cümlədən («birinci ilə razıyam, ikinci ilə yox») ibarət olmalıdır. Məsələn, «Azərbaycanda diffamasiyaya dair qanunvericiliyin təkmilləşdirilməsi istiqamətləri» mövzusu Dəyirmi masa üçün çox gözəl və aktual olsa da, debat üçün yaramır. Amma «Diffamasiyaya görə həbs cəzası aradan qaldırılmalıdır?» (yoxlayın, cavab: «hə» ya «yox»dur) uğurlu tərtib edilmiş mövzudur. Debata çıxarılaçaq mövzunun qoyuluş formasını dəyişmək də mümkündür:

- *inkar forması*: «Sözə görə insanı həbs etmək olmaz» (münasibət: «raziyım», ya «razi deyiləm»);

- *təsdiq forması*: «Böhtan atmaqla insanlara mənəvi əzab gətirən jurnalist cəzasını həbsxanada çəkməlidir» (münasibət: «raziyam», ya «razi deyiləm»).

Debatların digər ictimai müzakirə formalarından daha bir fərqi onların *cəlbediciliyi, rəngarəngliyidir*. Artıq bu, bir qrup mütəxəssisin problem üzrə ardıcıl çıxışları deyil – debatlarda qızğın mübahisələr olur, teatr və kino elementlərindən istifadə edilir, qısa çarpaz müsahibələr aparılır, auditoriyadan suallar səslənir, iştirakçılar arasında səsvermə keçirilir və s.

### ***Debatların tarixi sivilizasiyaların tarixi qədər qədimdir***

Antik Romada Senat cəmiyyəti və ölkənin hüquq sistemini debatların köməyi ilə idarə edirdi. Yunanıstanda hər hansı sahədə yürüdülməyən siyasəti dəyişdirmək üçün yenilik tərəfdarları öz mövqelərini yüzlərlə afinalıdan ibarət münsiflər heyəti qarşısında dönə-dönə müdafiə edirdilər. Hindistanda dini qarşıdurma yarananda, vəziyyətdən çıxış yolu tapmaq üçün debatlar təşkil edilirdilər. Hind hökmdarları böyük debat yarışları keçirir, qaliblərə bahalı hədiyyələr verirdilər. Çinin isə özünəməxsus debat mədəniyyəti formalaşmışdı. Hələ ikinci əsrin başlanğıcında Çində Taoist və Konfusian məktəblərinin davamçıları gecə-gündüz davam edən debatlarda öz fəlsəfi baxışlarının və mənəvi dəyərlərinin üstünlüyünə xalqı inandıрмаğa çalışırdılar.

XII əsrdən başlayaraq Avropa universitetlərində tədris prosesində debatlardan geniş istifadə edilirdilər. İngiltərənin Oksford universitetində tələbələrə debat mədəniyyətindən və fikri arqumentləşdirmək bacarığından bir neçə il dərs keçirdilər. Xristian monastrlarında günlərlə davam edən ictimai müzakirələr – debatlar təşkil edilirdi. O dövrün ən ağıllı adamlarından və böyük söz ustalarından sayılan Tomas Akuinas eyni

vaxtda on müxtəlif mövzuda debat aparmaq bacarığı ilə tanınırdı.

İngiltərənin məşhur parlament debatları öz başlanğıcını XIV əsrdə bu ölkədə yaranmış ənənədən götürür. Sonradan həmin ənənə Britaniyanın Amerikadakı koloniyalarına köçürüldü. Abraham Linkoln və Stefan Duqlas arasında yeni ərazilərdə quldarlığın ləğvinə dair debatlar Linkolna bütün qitədə şöhrət qazandırdı.

Azərbaycan tarixində, şifahi və yazılı ədəbiyyatında da debatlarla dair çoxlu maraqlı faktlara və rəvayətlərə rast gəlmək olur. Makedoniyalı İskəndərlə gəncəli Nüşabənin söhbəti əslində siyasi debatlarla gözəl nümunə deyilmi? Aşiq deyişmələri səhnələşdirilmiş çin debat-yarışlarından mahiyyətə çoxmu fərqlənir?

Ən yeni tariximizdə son dərəcədə maraqlı və hikmətamiz debatlardan biri 1920-ci ilin aprelində Demokratik Azərbaycan Respublikasının parlamentində keçirilmişdi. Həmin gün xalqın və dövlətin taleyini növbəti onilliklər üçün müəyyənləşdirən bir məsələ müzakirəyə çıxarılmışdı: «Rusiya qoşunları Azərbaycana dəvət edilsin, ya edilməsin?» Nəticə bizim üçün faciəvi olmuşdu: «Dəvət edilsin!» Bu, bir daha bizə xatırladır ki, debatlarda həqiqəti söyləmək və ona söykənmək hələ qələbə qazanmaq demək deyil. Bu həqiqəti arqumentləşdirmək, başqalarını ona inandırmıq bacarığından çox şey asılıdır. Hərçənd, bəzən şərait qeyd olunan prinsip daxilində təsəvvür etdiyimizdən daha qəliz olur. Amma bunun debat elminə və təcrübəsinə artıq bir aidiyyəti yoxdur.

## *Debat texnologiyası*

### *Arqumentin gücü*

*«Küçələrə su səpmişəm, yar gələndə toz olmasın...»*

*«Hamudan gözəl mənəm, heç dinib-danışmuram...»*

*«Ay ana, ay ana, dostum evlənir...»*

Bəlkə də yüz dəfələrlə eşitdiyimiz, zümzümə etdiyimiz bu sətirlərdən hər biri öz-özlüyündə bir arqumentdir. Nədənsə, insanlar əmindirlər ki, «arqument» sözü daha çox mənfi çalarda işlədilir, bir «mübahisə» olanda yada düşür, sanki o, adama yalnız başqalarının fikirlərini təkzib etmək, yaxud onların tezislərinin yanlışlığını sübuta yetirmək üçün gerek olur. Lakin diqqət yetirsək, görürük ki, biz arqumentlərə daha çox məhz öz fikirlərimizi əsaslandırmaq, ətrafdakıları da onları qəbul etməyə meylləndirmək üçün əl atırıq.

İnsan kofenin, ayranın, çayın istehlakçısı olduğu kimi, arqumentlərin də istehlakçısıdır. Biz özümüzü mal və xidmətlərin istifadəçisi rolunda asanlıqla təsəvvür edirik, amma arqumentlərin istehlakçısı roluna çətinliklə alışırıq. Halbuki həmin mal və xidmətləri bizə tərifləyən reklamın özü də arqumentdir, çünki o bizi konkret addım atmağa, deyək ki, məsələn, əlimizi cibimizə salmağa sövq etmək məqsədi güdür. Sağlam adamlar tibbi sığortaya ona görə aybaay pul verirlər ki, onlar bunun daha etibarlı müdafiə üsulu olduğu barədə arqumentlərə inanırlar. Arqument nəzəriyyəni praktikaya çevirən qüvvədir, arqument - biznesdir.

Debatlar haqqında bu qısa nəzəri kursun məqsədi ondan ibarətdir ki, sizə arqument biznesində uğur qazanmağın yollarını göstərsin. Hər kəs istəyini sözlə ifadə edə bilir, əksəriyyət mübahisəyə qatılmağı xoşlayır, amma fikrini lazımi arqumentlərlə əsaslandırmağı az adam bacarır. Ümid edirik ki, bu kitabı oxuyub başa çatdırmaqla, siz şəraitə və qarşınızda ki auditoriyanın tələblərinə uyğun arqumentləri düzgün seçməyi öyrənəcəksiniz, eyni zamanda başqalarının arqumentlərini də dinləyib, onlara tənqidi yanaşmağa alışacaqsınız. Bu, debatlarda və həyatda uğur qazanmaq üçün vacibdir.

Debatların müxtəlif formaları, taktika və strategiyaları olur. Lakin iki başlıca amil formal olaraq bütün debatların əsasını təşkil edir:

*- debat iştirakçıları arbitr rolunda çıxış edən üçün-cü tərəfi (auditoriyanı) öz mövqelərinin düzgünlüyünə inandıрмаğa çalışırlar;*

*- debatlar bir qayda olaraq bir konkret mövzu və ya təklif ətrafında aparılır.*

Siz dostlarınızla, ya valideynlərinizlə mübahisə edəndə, baxışlarınızı onlara təlqin etməyə, əks fikir söyləyənləri də öz tərəfinizə çəkməyə çalışırsınız. Belə mübahisələrdə opponentinizin sizinlə razılaşması qələbə üçün əsas şərtidir. Debatlar isə başqa cür «işləyir». Debatların adi mübahisələrdən fərqi ondadır ki, burada siz məhz opponentinizi öz mövqeyinizin düzgün olduğuna inandıрмаğa çalışmırsınız. Sizin qələbə qazanmağınız üçün mütləq ona qalib gəlməyiniz, onu fikrindən döndərməyiniz gərək deyil. Sizin birbaşa hədəfiniz opponentiniz yox, debatları izləyən üçüncü

tərəfdir. Bu rolda isə bir qayda olaraq auditoriya, məsələn, media-debatlarda jurnalistlər, geniş mənada tamaşaçılar, dinləyicilər, oxucular çıxış edirlər.

Debat mövzusunun nə üçün konkret qoyulmalı olduğunun bəzi səbəbləri barədə yuxarıda danışırdıq. Daha bir səbəb isə ondan ibarətdir ki, debat üçün yaygın, qeyri-konkret mövzu seçilsə, arqument yarışında iştirakçıları da, auditoriyayı da pat vəziyyətinə salmaq təhlükəsi yaranır. Məsələn, «Azərbaycanda yolların vəziyyəti pisdir» tezi ətrafında qurulmuş debatlar tənqidçi tərəf son 30 ildə təmir üzü görməmiş dağ kəndlərinin yollarını sadalamaqla bu tezin doğruluğunu sübut etməyə çalışdıqda, başqası şəhərdə yeni tikilmiş gözəl nəqliyyat ötürücüsünün şəkillərini nümayiş etdirməklə müzakirələrin istiqamətini dəyişə bilər. Odur ki, əvvəlcədən dəqiq fiksasiya edilməlidir: debatda söhbət nədən gedəcək – dağ kəndlərinin yollarından, yoxsa şəhərin nəqliyyat infrastrukturundan. Əks təqdirdə arqumentlər bir-biri ilə uzlaşmayacaq, müqayisə oluna bilməyəcək, debat nəzəriyyəsində «arqumentlərin toqqaşması» adlandırılan effekt alınmayacaq və iştirakçılardan biri «Aladağdan» danışanda, o biri «Qaradağdan» dəm vuracaq.

### *Arqumentin irəli sürülməsi*

Debata çıxmaq, yaxud debat təşkil etmək üçün arqumentin necə «işlədiyi» barədə sizin sxematik təsvürünüz olmalıdır. Arqumentin mexanizmi avtomobil mexanizminə bənzəyir. Əgər siz avtomobilinizin iş prinsipini yaxşı bilsəniz, onu daha ustalıqla idarə edərsiniz, adicə bir tıqqıldandan hansı detalın xarab olduğunu

dərhal ayırd edib, problem böyüməmiş həmin detallı dəyişərsiniz.

Əlbəttə ki, detallar kimi, arqumentlər də bəzən «nasaz» ola, «qəza»ya gətirib çıxara bilər. Məsələn, çox zaman arqument natamam olduğu üçün zəif alınır. İlk növbədə yadda saxlamaq lazımdır ki, arqumentlə rəy, fikir, bəyanat arasında fərq var. Məsələn, «Küçə döyüşü» verilişi ən yaxşı televiziya şou-proqramıdır», yaxud «Diffamasiyaya görə həbs cəzası olmamalıdır» deməklə, siz fikir bildirir, rəy söyləyirsiniz. Debat mövzuları da çox vaxt məhz adi rəyi xatırladır. Müzakirəyə başlamaq üçün verilən ilkin bəyanat kimi, onlar sadəcə nəyi isə təsdiq, ya inkar edir. Bu təsdiqin (inkarın) doğruluğunu sübuta yetirməksə artıq arqumentlərin işidir. Beləliklə, aydınlaşdırdıq ki, bəyanat (mövzu) və fikir öz-özlüyündə arqument deyil, onlar debatlarda arqumentlər üçün yalnız ilkin stimullaşdırıcı rol oynayır.

Gündəlik təcrübədə çoxları eyni səhvi təkrar edir, adi bəyanat və rəylə onların əkiz qardaşı olan arqumenti səhv salırlar. Ortada yalnız tələb və bu tələbin qarşılığında əks iddia olur. Belə debatlar lap «Arşın mal alan» filmində Rüstəm bəylə nökrin deyişməsinə bənzəyir: «Burax!» «Buraxmıram!» «Burax deyirəm sənə!» «Buraxmıram!» «Hə, onda bərk tut».

Təkrar etməyimizə ehtiyac var: arqument – sadəcə bəyanat demək deyil, daha mürəkkəb anlayışdır. Hər hansı bəyanatda bir mütləq fikir irəli sürülür: «Bu – belədir!». Arqumentsə bəyanatı da özündə ehtiva etməklə yanaşı, «bu»nun niyə məhz «belə» olduğuna izah vermək, deyilənlərin doğruluğunu başqalarına da

konkret misallar əsasında sübut etmək üçündür. Gördüyümüz kimi, istənilən arqument üç mühüm tərkib hissədən ibarətdir. Asan yadda qalması üçün, gəlin bu komponentləri BİS adlandıraraq:

**B** (*Bəyanat*): «Bu – belədir!»

**İ** (*İzah*): «Bu, niyə belədir?»

**S** (*Sübut*): «Bunun həqiqətən belə olduğunu filan rəqəmlər və misallar da təsdiq edir».

Bitkin, natamam olmayan arqument bu üç komponentin hamısını özündə əks etdirməlidir. Təcrübəsiz debat iştirakçısı ««Diffamasiyaya görə həbs cəzası olmamalıdır» deyib susa bilər. Daha təcrübəli iştirakçı bu bəyanatı auditoriyaya izahlı şəkildə təqdim edir:

«Diffamasiyaya görə həbs cəzası olmamalıdır, çünki bu, tənqidçilərə çəkindirici təsir göstərir və onlardan qisas almaq istəyənlərin qanundan sui-istifadəsinə imkan yaradır».

Lap yetkin debatçı isə bəyanatın doğruluğunu misallarla da sübuta yetirərək arqumenti tamamlayar:

«Diffamasiyaya görə həbs cəzası olmamalıdır, çünki bu, tənqidçilərə çəkindirici təsir göstərir və onlardan qisas almaq istəyənlərin qanundan sui-istifadəsinə imkan yaradır; qəzetlərə qarşı hər il yüz min manatlarla ölçülən cərimə sanksiyaları və altı ay ərzində üç redaktorun eyni ittihamla həbsxanaya salınması buna əyani sübutdur».

Debatın uğurlu və maraqlı keçməsi üçün iştirakçının öz arqumentində hər üç komponentə yer ayırmasının və qarşı tərəfin arqumentindəki komponentlərə də



2016.80

diqqət yetirməsinin həlledici rolu var. Hər bəyanata quru bəyanatla cavab vermək üzücü uşaq deyişməsinə xatırladır. Yaxşı debat o debatdır ki, orada ilkin olaraq tezis irəli sürən tərəf öz mövqeyini izah edir və auditoriyanı konkret misallarla inandırmağa çalışır, əks tərəf də sadəcə bu tezisi təkzib etməklə kifayətlənmir, «izah» və «sübut» kimi komponentlərlə öz arqumentini tamamlayır.

### *Arqumentin cavablandırılması*

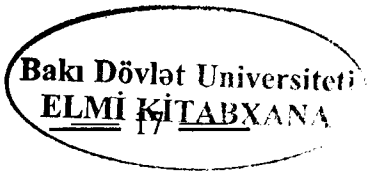
Bir arqumentin səsləndirilməsi yalnız debatin başlanması deməkdir. Bundan sonra siz opponentinizin arqumentlərini dinləyəcək, onlara cavab verəcək, cavablarınıza verilən cavabları şərh edəcək, ola bilsin ki, auditoriyanın nataraz sualları ilə üzləşəcəksiniz. Debat – mürəkkəb, çoxşaxəli və çoxgedişli biznesdir.

Hər bir arqumentə, sual kimi, müxtəlif formalarda cavab vermək mümkündür. Yəqin, yuxarıdakı bölməni oxuyandan sonra başa düşmüşünüz ki, bu formalardan ən uğursuzu səslənmiş fikrə qarşı əks fikir söyləməklə işi bitmiş hesab etməkdir. Məsələn, birinci çıxışçı deyir:

- Orta məktəblərdə vahid forma tətbiq etmək çox düzgün və vaxtında qəbul edilmiş qərardır.

İkinci çıxışçı buna reaksiya verir.

- Orta məktəblərdə vahid formanın tətbiqi çoxlu problemlər yaradıb və bunu hər valideyn yaxşı bilir.



Təcrübəli debatçılar tutarlı cavabı beşpilləli təkzib metodunun tələblərinə uyğun olaraq qurmağı məsləhət görürlər. Yeni ikinci çıxışçı əvvəlcə opponentinə istinad etməli, sonra onunla razılaşmadığını söyləməli, bunun səbəbini izah etməli, söylədiyi əks arqumentin doğruluğunu faktlarla sübuta yetirməli və sonda nəticə çıxarmalıdır.

*Birinci addım.* «Opponentim deyir ki,..» Adətən debat zamanı hər tərəf bir yox, bir neçə arqument irəli sürür. Onlardan daha vacib hesab etdiyinizi bir cümlə ilə təkrarlamaqla siz auditoriyanın fikrini istədiyiniz istiqamətdə cəmləşdirir və onu öz məntiqinizin çıxırına salırsınız. «Opponentim deyir ki, qlobal iqtisadi böhran Azərbaycana təsir göstərmir, amma...» Əks təqdirdə auditoriya sizin konkret olaraq hansı arqumentə qarşı çıxdığınızı xatırlamaq üçün opponentinizin çıxışını bir daha beynində fırlatmalı olacaq, bu isə heç də sizin xeyrinizə deyil. Qarşı tərəfin bütün arqumentlərinə eyni zamanda cavab verməyə cəhd göstərmək isə nəinki mənasız, hətta təhlükəlidir, o zaman sizin öz arqumentlərinizi söyləməyə vaxtınız çatmaya bilər. Odur ki, söz opponətdə olarkən çıxışa hazırlaşan debatçının özü üçün qeydlər götürməsi işi asanlaşdırır.

*İkinci addım.* «Amma mən razı deyiləm...» Cavabın bu hissəsində siz öz əks arqumentinizin əsas tezisini söyləyirsiniz. Bu, opponentin tezisinin inkarı şəklində, yaxud başqa bir formada səslənə bilər. Əsas odur ki, sizin bəyanatınız qısa, aydın olsun. Sonradan siz bu fikrə qayıda, onu təkrarlaya bilərsiniz, indi isə başlıca vəzifə onu yaddaqalan tərzdə ifadə etməkdir.

*Üçüncü addım.* «Çünki...» Əks arqumenti inkişaf etdirərək əsaslandırırırsınız, mövqeyinizi izah edirsiniz. Əks arqumenti yalnız opponentin fikirlərinin tənqidi üzərində qurmaq nadir hallarda uğurlu taktika sayıla bilər. Siz öz tezisinizi də əsaslandırmalı, onun hansı prinsiplərdən, normalardan irəli gəldiyini auditoriyaya çatdarmalısınız.

*Dördüncü addım.* «Sübut edə bilərəm ki,...» Hətta ən aydın şəkildə izahını verdiyiniz tezis belə həyati misallarla sübuta yetirilməzsə, o, yalnız sizin fikriniz olaraq qalır. Auditoriyaya bu tezisi «özünü küləşdirməkdə» kömək edin. Konkret faktlar, rəqəmlər, misallarla opponentinizin dediklərinin yanlış, sizinsə sözlədiklərinizin həqiqət olduğunu nümayiş etdirin.

*Beşinci addım.* «Beləliklə...» Sonda cavabı elə yekunlaşdırmaq lazımdır ki, auditoriya sizin arqumentlərinizi əvvəlki çıxışçının arqumentləri ilə tutuşdura və onlardan hansının daha inandırıcı olduğu barədə qərar qəbul edə bilsin. Buna görə də bir qayda olaraq, cavabın yekun hissəsi sübutların müqayisəli təhlili şəklində qurulur. Cavabı effektiv sonluqla bitirməyin müxtəlif üsulları, taktiki yolları var ki, onları öyrənmək üçün ya xüsusi istedadla malik olmaq, ya da yaxşı təlim keçmək lazımdır. Amma hətta debat sənətində ilk addımlarını atanlar da bilməlidirlər ki, hər çıxışçının sonda görməli olduğu bir iş var: o, auditoriyayı inandırmalıdır ki, gətirdiyi arqumentlər opponentlərinin arqumentlərindən daha yaxşı, daha həyatidir, çünki:

- onlar daha dəqiq əsaslandırılıb və aydın izah edilib (ola bilsin ki, opponentin arqumentində məntiqi yanlışlıq, yaxud yarımçıqlıqdan irəli gələn səhv var);

- onlar daha inandırıcı və konkret misallarla sübuta yetirilib (yəqin ona görə ki, sizin misallar daha canlıdır, daha təzədir, daha çox insan ömründə azı bir dəfə bənzər hisslər keçirib, istinad etdiyiniz informasiya mənbələri daha etibarlıdır və s.);

### *Debat formatları*

Bir az hövsələ və inadkarlıq nümayiş etdirməyin vaxtı gəlib: biz bəlkə də bu kitabın ən darıxdırıcı görünən bölməsinə çatmışıq. Amma inandırırım sizi, əgər diqqətinizi cəmləyib yaddaşıınıza güc versəniz, gələcəkdə tədbirlərinizin rəngarəngliyini və maraqlı olmasını təmin edəcək çox şey öyrənəcəksiniz.

Debatlar haqqında yuxarıda yazılanları oxuduqdan sonra ilk baxışdan sizə elə gələ bilər ki, debat təşkil etmək çox asan işdir. Burada nə var ki: sadə formatdır - iki nəfəri çağırırsan, növbə ilə onlara söz verirsən, auditoriyadan qabaqcadan hazırlanmış 2-3 sual səsəndirirsən, axırda da auditoriya, yaxud hakim rolunda çıxış edən mütəxəssislər qrupu qalibi elan edir, vəssalam. Heç qalibi elan etmədən də keçinmək olar.

Amma debatların çoxlu növləri, müxtəlif formatları var. Bunlardan ən geniş yayılmışları əsasən yeniyetmələr və gənclər arasında keçirilən Karl Popper debatları, orta məktəblərdə və universitetlərdə xüsusi maraq doğuran parlament debatları, nəhayət, ən böyük auditoriyaya və kütləvi rezonansa malik ictimai debatlardır (media-debatlar da buraya daxildir). Bu üç növdən başlamaqla, təcrübədə daha tez-tez tətbiq olunan debat formatları ilə qısaca tanış olaq:

## *Karl Popper debatları*

Karl Popper formatında eyni bir məsələ üzrə qarşılıqlı zidd mövqelər ortaya qoyulur. Bu format tənqidi düşüncənin və fərqli baxışlara qarşı dözümlülüyün inkişafına xüsusilə yardım edir. Debat iştirakçıları iki-üç nəfərlik komandalarda işləyərək müzakirəyə çıxarılmış tezisə «lehinə» və «əleyhinə» olan arqumentləri araşdırırlar. Hər komandaya arqument və suallarını opponentlərinə təqdim etməyə imkan verilir. Daha sonra hakimlər tərəflərin çıxışlarındakı məntiqi səhvləri şərh edir, arqumentlərin tam, yaxud natamam, dəlillərin yetərli-yetərsiz olmasına dair fikirlərini bildirirlər.

## *Parlament debatları*

Parlament debatları Britaniyanın qanunvericilik orqanının Nümayəndələr palatasının iş modeli üzərində qurulmuş formatdır. Əksər hallarda bir komanda hökuməti (yaxud hakimiyyətdə olan tərəfi), digər komandalər isə hökumətə qarşı çıxış edən müxalifəti təmsil edirlər. Parlament debatlarında tərəflər həm praktik, həm də fəlsəfi-nəzəri arqumentlərdən istifadə etməkdə azaddırlar. (Bu, Çarpaz Sorğu və Linkoln-Duqlas debatlarının elementlərinin sintezidir). Spiker digər iştirakçılardan daha yüksək prioritetə malik olur – o, debatçılar tərəfindən aşkar yanlış iddialar irəli sürülərkən və etiket pozularkən çıxışlara müdixilə edə bilər. Eyni zamanda debat iştirakçılarna da bir-birinə qısa replikalər atmaq hüququ verilir. Bu, mübahisəni qızıqdırmaq, mövzudan yayınmalara imkan verməmək və auditoriyanın marağını sönməyə qoymamaq məqsədi güdür.

## *İctimai debatlar (Forum-debatlar)*

İctimai debatlar yalnız iştirakçılara konkret keyfiyyətlərin aşılması məqsədi ilə keçirilmir, onlar daha çox cəmiyyətin həyatı üçün vacib problemlərə dair real qərarların qəbulu prosesinə təsir göstərmək vəzifəsi daşıyır. İctimai debatlar böyük auditoriyaların, yaxud medianın birbaşa iştirakı ilə təşkil olunur və cəmiyyətin müxtəlif seqmentlərini əhatə edir. Bu cür debatlarla bir qayda olaraq ictimai rəyə təsir edə bilən şəxslər dəvət olunur. İctimai debatlarda digər debatlarla nisbətən daha mürəkkəb texnologiyalardan və reqlamentlərdən istifadə edilir. İştirakçılar tok-şoulara bənzər bir mühitə yerləşdirilir. Onlar yüksək tənqidi düşüncə bacarığı nümayiş etdirməli, öz çıxışlarını planlaşdırarkən söhbətin gedə biləcəyi müxtəlif istiqamətləri qabaqcadan görməli və müzkiirlərə irəlilədikcə, sürətlə dəyişən vəziyyətə uyğunlaşmağı öyrəşməlidirlər.

## *Qanunvericilik debatları*

Qanunvericilik debatları parlament debatlarının bir qədər bəsit formasıdır. Lakin bu bəsitlik yalnız mövzu seçimi ilə əlaqədardır. Qanunvericilik debatlarında gənc liderlər əsl parlament üzvlərinin hər iclasda qarşılaşdıqları problemləri nəzərdən keçirirlər. Bu yolla tələbələr qanun layihəsinin tərtib olunması və müdafiəsi üçün lazımı biliklərə yiyələnirlər. Eyni zamanda onlar demokratik prosesdə effektiv iştirak üçün vacib olan liderlik, məntiqi fikir yürütmək, tərəfdar toplamaq qabiliyyətlərini inkişaf etdirirlər. Qanunvericilik debatları həm də iştirakçılara qanunvericilik prosedurlarını öyrədir və qərarların çoxluğun üstünlüyünün təmin

olunduğu, yaxud konsensusun yaradıldığı şəraitdə işləmək təcrübəsini mənimsəməkdə onlara kömək edir.

### *Linkoln-Duqlas debatları*

Linkoln-Duqlas debatları siyasi və ya fəlsəfi mahiyyət daşıyan bəyanat, tezis, yaxud sual üzərində qurulur. Bu bəyanat (tezis, sual) mənəvi-etik prinsiplərə uyğunluğu baxımından təhlil edilir. Linkoln-Duqlas debatlarında üstünlük etik tələblərə cavab verən, orijinal məntiqli və fəlsəfi cəhətdən inandırıcı arqument irəli sürənlərə verilir. Debatçı elə inandırıcı, yüksək mənəvi mövqe nümayiş etdirməlidir ki, o, özünü inkar etmədən və müzakirə olunan məsələni sadələşdirmədən həm tənqiddən müdafiə olunsun, həm də qarşı tərəflə mübahisə edə bilsin. İştirakçıların filosofların, tarixi şəxsiyyətlərin etik prinsiplərə dair əsərlərindən və fikirlərindən misallar gətirməsi, onlardan öz çıxışlarında istifadə etməsi Linkoln-Duqlas debatlarının vacib elementlərindən sayılır.

### *Çarpaz Sorğu debatları*

Digər debat formaları kimi, Çarpaz Sorğu debatları da mübahisəli bir məsələnin əsas elementləri üzərində qurulur. Bu debatlar tənqidi yanaşma, dinləmə, arqument qurma, araşdırma və vəkillik kimi praktik bacarıqların inkişafına şərait yaradır. Çarpaz Sorğu debatının digər debatlardan fərqi ondadır ki, burada həmişə iki nəfərlik komandalardan istifadə olunur və çıxışçılara öz aralarında çarpaz sorğu-sual aparmaq imkanı verilir. Bu, bir növ istintaq prosesini xatırladır. Çarpaz Sorğu debatları adətən sübutlardan intensiv istifadəni tələb edir, məlumatın verilmə tərzindən çox, onun xarakterinə, fəlsəfi-nəzəri prinsiplərdən çox, sübutların tutarlılığına diqqət yetirilir.

## *Rəmzi Məhkəmə debatları*

Rəmzi Məhkəmələr iştirakçıların hüquqi düşüncəsini və məhkəmə texnikası barədə biliklərini inkişaf etdirməklə yanaşı, onları ictimai müzakirələrlə yaxından tanış edir. Rəsmi qəydedə qəbul olunmuş hüquqi prosedurlar əsasında təşkil edilən Rəmzi Məhkəmələrdə debatçılar ittiham və müdafiə tərəfi rolunda çıxış edir, vəkillərin, prokurorların və şahidlərin rollarını oynayırlar. Bir və ya bir neçə hakim məhkəmə prosesini idarə edir və komandaların çıxışlarını nəzərə alaraq qərar çıxarır. Hər məhkəmə işi iştirakçıların əvvəlcədən hazırlaşmalı olduqları orijinal ssenaridir, faktlar şahid ifadələri və sənədlər formasında təqdim olunur. Faktlar öz faktlığında qalsa da, iştirakçıların məhkəmə boyu çıxışları və davranışları prosesin hansı istiqamətdə inkişaf edəcəyinə böyük təsir göstərir. Komandalar faktları məntiqi sürətdə qarışıqlıq yoxlamadan keçirirlər, qiymətləndirirlər.

## *Orta məktəb debatları*

Orta məktəb səviyyəsində şagirdlərin debat bacarığını və mədəniyyətini inkişaf etdirmək həm tədris problemlərinin həlli, həm də onların demokratik prosesdə iştiraka hazırlanması vəzifələri ilə üst-üstə düşür. Orta məktəb şagirdləri elə yaşdadırlar ki, onların psixoloji və sosial cəhətdən inkişaf perspektivləri böyükdür. Tədqiqat, vasitəçilik, arqumentləşdirmə, dəlilləri qiymətləndirmə təcrübəsinə yiyələnməklə, şagirdlər bir çox problemlərin yeni, orijinal həlli yollarını təklif edə bilirlər. Orta məktəb debatları adətən yeniyetmələrə və gənclərə birbaşa aidiyyəti olan məsələlər üzərində qurulur, bəzən müəllimlərin və valideynlərin iştirakı ilə keçirilir. Məktəblərarası debat yarışları heç



də fənn olimpiadalarından az marağ kəsb etmir. Orta məktəb debatlarında Karl Popper və Çarpaz Sorğu debatlarının elementlərindən daha çox istifadə edilir.

### *İnternet debatları*

Bu format sürətli mesajlar vasitəsi ilə qısa debatların keçirilməsi üçün nəzərdə tutulub. Debatçı tərəflərdən biri digərinin tezisini təkzib edir, yaxud eyni məsələyə dair qarşılıqlı zidd fikirləri əsaslandırmağa çalışırlar. İnternet debatların mənfi cəhəti iştirakçılar arasında üzübüz əlaqənin olmaması, mimikadan, «danışan» jestlərdən istifadə etməyin qeyri-mümkünlüyüdür. Lakin əvəzində bu cür debatlar insanlar arasındakı məsafədən asılı olmayaraq, müzakirələr keçirməyə imkan yaradır. İnternet debatları kommunikasiya texnologiyalarının inkişafına paralel olaraq genişlənir və yaxın gələcəkdə biz bu sahədə dinamik dəyişikliklərin şahidi olacağıq.

*Beləliklə, biz əsas debat formatları ilə qısa tanışlıq kursu keçdik. Amma bu yerdə sizə bir sirr açmaq istəyirik. Formatlar nə qədər rəngarəng olursa-olsun, yənə də onların ən dramatik, ən maraqlı media-debatlardır. Ona görə yox ki, bu kitabın müəllifləri özləri də media əhlidir. Ona görə ki, media-debatlar ən geniş auditoriyalara çıxış imkanı verir, qərarların qəbulu prosesinə daha real təsir göstərə bilir. Təsadüfi deyil ki, bu kitabın lap əvvəlində yazdığımız kimi, debat deyəndə, insaların ağına birinci növbədə prezidentliyə namizədlərin televiziya deyişmələri, yaxud mətbuatın işıqlandırdığı parlament mübahisələri gəlir.*

*Növbəti fəsillərdə media-debatların incəlikləri barədə ətraflı söz açılacaq.*

# MEDIA DA DEBATLARIN ÖZƏLLİKLƏRİ

## *Ön hazırlıq*

Harada çalışsa da, hər bir jurnalistin ilk işi önünə qoyduğu (və ya ona tapşırılan) məqsədin müəyyənləşdirilməsidir. İstehsalöncəsi hazırlıq debat səciyyəli jurnalist materiallarında da çox önəmli və bəlkə də həlledici mərhələdir. İstənilən olay, sosial və ya mədəni yenilik çoxyönlüdür və mövzunun dəqiqləşdirilməsi debati hazırlayan yarıradıcı-texniki komandadan bəlli formanın, araşdırılan problemin sərhədlərinin də dəqiqləşdirilməsini tələb edir. Bütün bunlar həm gələcək moderatorun, həm də auditoriyanın məhz nəyə diqqətini cəmləşdirməsini müəyyənləşdirir.

Hər bir qəzetin, təbii ki, öz hədəf auditoriyası var. Mövzu istiqamətləri, format bir-birindən fərqlənir. Yaradıcı heyətin səriştəsi, peşəkarlıq səviyyəsi, ixtisaslaşdığı sahələr də müxtəlif olur. Tutaq ki, idman sahəsində ixtisaslaşmış jurnalist “Latın yazısına keçmək Azərbaycan təhsilini irəli aparır, ya yox?” sualını cavablamaqda, bu mövzuda debat təşkil etməkdə çətinlik çəkəcək. Belə bir addım ciddi qiymətləndirilməyəcək və qarşıya qoyulan məqsəd – gerçək duruma uyğun ictimai rəyin üzə çıxarılması və ya bütövlükdə Azərbaycan cəmiyyətinin inkişafına dəstək verəcək rəyin formalaşması - baş tutmayacaq.

Debatların hazırlanması komanda işidir. Tutaq ki, qəzetdə belə bir məqsəd qarşıya qoyulubsa, moderatorun, redaktorun, informasiya təminatçısının (kitabxanaçı və ya axtarışçı jurnalistin), fotoqrafın, dizaynerin seçilməsi önəm qazanır. Bu komandaya ayrıca bir reportyorun artırılması da işə fayda gətirə bilər.

### **Diqqət!**

**Hər hansı mövzuda debat hazırlayan qəzet buna imkanın olub-olmadığını götür-qoy etməlidir, çünki:**

- debatın mövzusu hədəf auditoriyasını maraqlandırır mı?
- bu mövzunun araşdırılması redaksiyanın imkanı daxilindədir mi?
- bir neçə yaradıcı və texniki əməkdaşın debat hazırlığına cəlb edilməsi qəzetin gündəlik (və ya həftəlik) işinə əngəl törətməyəcək ki?
- debata ayrılan qəzet sahəsi heç də az önəmli olmayan digər məlumatlara diqqət yetirilməsinə mane olmayacaq ki?
- debat materialının oxucuya “satılması” üçün gərəkli anonslar nə vaxtdan dərc edilməlidir?
- debatsonrası reaksiyalar ön hazırlığı tələb edirmi?
- debat qəzetin auditoriyasını parçalamayacaq ki?
- reklamverən və sponsorların reaksiyası necə olacaq?

**və s. məzmunlu suallar öz cavabını tapmalıdır**

Azərbaycanın qəzetçilik təcrübəsində debatı hazırlamaq vəzifəsi, adətən, bir jurnalistin öhdəsinə düşür və lap son anda bu sətıra fotoqraf da əlavə edilir. Həcm, bir qayda olaraq qoşa səhifə olur. Dəqiq ön planlamanın və qrafika-bəzək işlərinin yoxluğu, mübahisə predmetinə aid önəmli bilgilərin toplanmaması, təbii ki, öz acı nəticəsini çox gözlətmir:

- debat arzulanan effekti vermir;
- oxucular həmin materiala biganə qalır;
- debat xarakterli materialların qəzetə uyğun gəlmədiyi qənaəti hasil olur.

Azərbaycan mətbuatında debatlarla bağlı uğursuz təcrübənin başqa, daha önəmli və təəssüf ki, hələlik keçərli səbəbləri var:

- ictimai diskussiya və mübahisələrə hazır peşəkarların sayı yetərli deyil;
- cəmiyyətdə plüralizm və tolerantlıq yetərli səviyədən uzaqdır;
- media cəmiyyət həyatında özünəlayiq yer tutmur və bəlli məhdudiyətlərlə üzləşir;
- medianın maddi bazası yetərsizdir;
- ciddi, tutumlu və elmi metodlara dayanmış bahalı sosioloji araşdırmalar aparılmır;
- cəmiyyət həyatının müxtəlif sahələri barədə fakt və təhlil materiallarını əldə etmək, az qala, mümkünəşdür;
- və s.

Bənzər şəraitdə, təbii ki, gerçək debatların hazırlanması çox çətindir, amma bununla yanaşı, jurnalistlərin özün-

dən və peşəkarlıq səviyyəsindən asılı səbəblər də var. Onları müəyyənləşdirməyə, dəyərləndirməyə və çıxış yollarını göstərməyə çalışaq:

1. Azərbaycan jurnalistlərinin, adətən, debat predmeti barədə bilgiləri yetərsiz olur – Hər hansı jurnalist özlüyündə məlumat xəzinəsi ola bilməz. Hətta məhdud bir tematikada onun bütün bilgilərə yiyələnməsi gerçək və ağlabatan deyil. Ancaq o, konkret sahə ilə bağlı aşağıdakı qaynaqlardan bilgi toplaya bilər:

- məlumat kitabçaları (elektron mətni daha yaxşı olar);
- qəzet kəsikləri;
- özünün yazdığı və topladığı digər materiallar;
- çalışdığı redaksiyanın materialları;
- uyğun deyim, sitat, “üsul” və “gediş”lər;
- başlıq, yarımbaşlıq və anonslar;
- fotoşəkillər;
- önəmli sənədlər və ya onların surəti və s.

Jurnalist belə qaynaqlardan faydalanmağa həmişə hazır olmalıdır. Hərçənd, bu hazırlıq illər çəkə bilər. “Saxla samanı, gələr zamanı” öyüdü unudulmamalıdır. Tutalım, “Bəzən Vətəni bələdan qurtarmaq üçün ona xəyanət etməlisən” deyimi (bir çox yazıçıya aid edilir) hansı bir mübahisədəsə yerinə düşə bilər.

### **Diqqət!**

Jurnalist öz məlumat bazasını əl altında saxlamalı və asanlıqla tapmaq üçün seçib-qoruma sistemi yaratmalıdır

Moderator olsa da, olmasa da, hər bir jurnalist təkcə yaddaşına güvənə bilməz. Hətta Albert Eynşteyn kimi dahi zarafatla deyirmiş ki, “ömrüm boyu yazmadan yadda saxladığım, vur-tut, 1-2 dəyərli fikir ağılıma gəlib”.

2. Azərbaycan jurnalistləri, adətən, məlumat bazasını sistemləşdirmir deyə, yazı və düşüncə dağınıqlığından, fakt və qaynaq yetərsizliyindən əziyyət çəkir – Yazı masasındakı necəgəldi qalaqlanan, özəlliklə ünvan, telefon və yaddaş üçün önəmli qeydlər yazılmış kağız-kuğuz hələ məlumat bazası deyil. “Bu kimin ünvanıdır?”, “Bu işarə ilə nəyi yadda saxlamaq istəmişəm?” və s. bənzər məzmunlu sual-monoloqlar systemsizliyin, iş qeyri-peşəkar münasibətin, vaxtı nəzarətdə saxlaya bilməməyin nəticəsidir.

### **Diqqət!**

Debatöncəsi və debatın gedişində yararlanmaq üçün topladığınız məlumatı belə paylaşdırmaq olar:

1. Məlumat qovluğu – sırf məlumat səciyyəli bilgiler ad, ünvan, telefon (+vəzifə, tarix və rəqəmlər) burada toplanır. Məsələn: mövzu üzrə ekspertlərin adı və soyadı, ünvan və telefonu;

2. Problemlər qovluğu – mövzuya aid materiallar, qəzet və jurnal kəsikləri (radio jurnalisti isə hər hansı səbəbdən efirə getməmiş efir materialınının zaman açarı ilə açılmış mətnini) burada saxlaya bilər;

3. Yaradıcı materiallar qovluğu – istifadə edilməmiş başlıq və yarımbaşlıqlar, yazının (verilişin) giriş hissəsinə aid müxtəlif variantlar, maraqlı müşahidələr, yazının və ya verilişin üslubunu müəyyənləşdirən deyim, söz və digər dadlandırıcı elementlər bu qovluqda qorunur

Sözügedən məlumat bazasını jurnalistin ixtisaslaşdığı sahəyə və iş yerinə görə uyğunlaşdırmaq, məxsusi “bilgi saxlanıcı” formalaşdırmaq mümkündür. Məlumat materiallarını kompüterlə yanaşı, kitabxanadakına bənzər kataloqda – karton kağızlarda saxlamaq olar. Ayrıca yeşiklərə qoyulan bu kağızları əlifba sırası ilə yerləşdirmək, təbii ki, axtarışı asanlaşdırır.

Problem materiallarını özəl qovluqlarda saxlamaq olar. Bu zaman əlifba sırasından deyil, zamana görə sıralama üsulundan faydalanmaq daha əlverişlidir. Niyəsi odur ki, dövrün-dönəmin xarakterinin, mövzuya yanaşma tərzinin, janr strukturunun, dilin dəyişməsi onların qarşılıqlı müqayisəsini və bəzi vurğuların yeniləşdirilməsini qacılmaz edir.

Yaradıcı materiallar qovluğuna gəlincə, artıq sadalanmış üsullarla yanaşı, sadəcə jurnalist blokotundan yararlanmaq daha əlverişlidir. Özəlliklə canlı efirə çıxan jurnalistlər belə blokotdan faydalanmaqla vaxtlarına qənaət edə bilirlər.

## **Diqqət!**

Bütün hallarda yadda saxlayın ki:

- hər bir materialın, hər bir verilişin, hər bir arxiv sənədinin, hər bir deyimin nə vaxt, kim tərəfindən, harada və hansı şəraitdə yazıldığı-çəkildiyi, söyləndiyi bilinməlidir (əks halda bunların müəyyənləşdirilməsinə dözülməz dərəcədə çox vaxt itirəcəksiniz);
- arxivi daim yeniləşdirmək lazımdır;
- səsyazıları və fotoların, videogörüntülərin ciddi tərtib edilmiş kataloqu olmalıdır;
- uzunömürlüyünü təmin etmək üçün səsyazı və videogörüntülərin üzünü köçürmək lazımdır;

İstər qəzet, istərsə radio jurnalistləri “uzunmüddətli bilgi saxlanıcı” kimi, lazer disklərindən yararlanırlar və beləcə daha yığcam və güvənli “səsli kitabxana” yarada bilərlər. Belə disklər, təbii ki, olduqca çox yer tutan yazılı mətn və lent qutularından hər baxımdan əlverişlidir.

Ön hazırlığın son mərhələsi jurnalistin redaksiyadan aldığı tapşırıqla bağlıdır. Bax bu zaman, özəlliklə debat xarakterli proqram və yazıların hazırlanması uzun vaxt tələb etdiyindən, istər redaksiya, istərsə jurnalistin şəxsi arxivində qorunan materiallar kara gəlir. İşə peşəkar yanaşma, ictimai önəmli olayların diqqətdə saxlanması, debat komandasının “döyüş hazırlığı”, istehsalöncəsi mərhələnin gözərdi edilməməsi vaxt qıtlığını – macalsızlığı



aşmağın ən yaxşı yoludur. Mövzusunun müəyyənləşdirən və redaksiyanın ondan nə umduğunu bilən jurnalist (+ komanda) topladığı arxiv materialını işıqlandıracağı gerçək olayla uzlaşdırır (bəyəm debatlar, hələ seçki dönəmi də daxil, önəmli sosial olaylarla bağlı deyil?).

### **Diqqət!**

Hansı media qolunda çalışsa da, debatların gerçəkləşdirilməsinə məsul olan jurnalist (+ komanda) özü üçün hərəkət planı hazırlamalıdır (hətta canlı verilişlərdə də). Bu plana daxil edilən qeydlətin təxmini siyahısı belədir:

- tapşırıq nəyi hədəf götürüb?
- məqsəd elə də anlaşıqlı deyilsə, nələr dəqiqləşdirilməlidir?
- debatın mövzu və problematikası barədə daha dolğun və dəqiq bilgiləri necə əldə etmək olar?
- hansı durum və şəraitdə çalışmaq lazım gələcək?
- debatın ana sualına cavab almaq üçün hansı yardımçı suallara ehtiyac var?
- debata maksimum maraq oyatmaq üçün hansı üsullardan faydalanmaq gərəkəcək?
- durum və şəraitin dəyişəcəyi, gözlənilməz dəyişikliklərin baş verəcəyi halda hansı ehtiyat variantlarından istifadə ediləcək?
- hansı janrdan yararlanmaq daha məqsədəuyğundur?

İstehsal mərhələsi səsyazma (TV-də video və işıqlandırma texnikası da əlavə olunacaq) texnikasının işlək vəziyyətdə olub-olmamasını yoxlamaqdan başlanır.

Qəzet jurnalistləri də diktofon və fotoaparataın sazlığına əmin olmalıdırlar. Efir jurnalistləri texniki personalla birgə uyğun texnikanın gətirilməsinə, enerji batareyalarının dolu durumda olmasına, disk, lent və kasetlərin yetərliklik dərəcəsinə göz qoymalıdırlar. Debat keçirilən yerdə oturaq yerlərin sayı, moderatorun yeri (masası, hərəkət trayektoriyası, köməkçilərinin (mikrofon daşıyıcılarına ehtiyac varsa) sayı) dəqiq bilinməlidir.

Seyrçi və dinləyicilərin xarakteri barədə bəlli bilgilərin toplanması da az önəmli deyil. Radioda siqnalın rejissora çatıb-çatmaması, auditoriya ilə əlaqə telefonlarının işləyib-ışləməməsi, öncədən hazırlanmış anonsların durumu, səs və musiqi vurğularının əl altında olması nəzərdə saxlanmalıdır.

Sadalanaların bir çoxu moderatorun birbaşa vəzifə öhdəliklərinə daxil deyil. Ancaq, məsələn, indiki radiolarda ştat məhdudiyətini, əməkdaşların say azlığını da unutmamaq olmaz. İstehsalöncəsi mərhələ, yəni debata hazırlıq mərhələsi işin məzmununun dəqiqləşdirilməsi və iş bölgüsünün aparılması baxımından çox önəmlidir. Və elə bu zaman məlum olur ki, heç də sənin öhdənə düşməyən başqa işləri də görməlisən. Özünə peşəkar deyən jurnalist bir çox, ilk baxışda xırda və önəmsiz görünən vəzifələrin də yerinə yetirilməsinə hazır olmalıdır.

### ***Debatlarda moderatorun vəzifələri***

Moderatorluq fokus-qruplara adekvat rəhbərlik vərdişləri tələb edir. Qrup daxilində davranışların psixologiyasını bilmək lazım gəlir. Əks halda yumşaq və

hissolunmaz rəhbərlikdən söhbət gedə bilməz. Həm debati sanki öz axarına buraxmalısan, həm də iştirakçıların mübahisə predmetindən yayınmasına imkan verməməli-sən.

### **Diqqət!**

Debat moderatoru eyni zamanda 2 vəzifəni aparmalıdır:

1. Debatı öz axarına buraxmalı;
2. İştirakçıların mübahisə predmetindən yayınmasına imkan verməməlidir

Yaxşı moderatorun hazırlanmasında təməl təhsilin də rolunu vurğulamaq lazımdır. Özəlliklə psixologiya, sosiologiya, antropologiya sahəsində və davranışları dəyərləndirməyə yol açan digər elmi bilgilər insanlarla – ayrı-ayrı insan qrupları ilə işləmək üçün qaçılmaz sayılır.

**Sual:** Moderatorun daha hansı özəllikləri olmalıdır?

**Cavab:** Moderatorun bu keyfiyyətləri olmalıdır:

- araşdırılan mövzu barədə təməl təsəvvürü;
- marketinq araşdırmalarının üsul və texnikası haqqında özəl bilgisi;
- insan qruplarının davranışlarına dair dərin biliyi;
- məlumatı təhlil vərdişi;
- hesabat hazırlamaq qabiliyyəti;
- insanlarla ünsiyyət bacarığı;
- araşdırma intizamına ciddi əməl etmək həvəsi;
- qrup davranışlarını yönəltmək özəlliği

Bütövlükdə jurnalistlər üçün səciyyəvi keyfiyyətlər moderatordan da tələb edilir. Onun da yaxşı yaddaşı, dinləmək qabiliyyəti, başqa adamlara səmimi marağı, başqalarında güvən oyatmaq və debat iştirakçılarının öz fikrini bildirməsi üçün xeyirxah ab-hava yaratmaq bacarığı olmalıdır. Moderator zamanı elə duymalı, elə yaşmalıdır ki, qrup müzakirələrində və ya debat komandaları yarışanda vaxtı bərabər paylaşdıra bilsin. Tutaq ki, nəzərdə tutulan bütün suallar səslənməli və dinləyicilərin konkret rəyə gəlməsi üçün zəruri məlumat verilməlidir.

Moderator hansı KİV-də çalışsa da, öz fikrini (sualını) istər yazılı, istərsə şifahi şəkildə dəqiq və aydın ifadə etməyə borcludur. Moderatorun başlıca daxili hazırlıq yönlerini onun diqqət cəmləşdirmə bacarığı müəyyənləşdirir. O, öz diqqətini təkcə debat-müzakirə-mübahisənin ümumi gedişinə deyil, ayrı-ayrı iştirakçıların söylədiklərinə, debatçıların rəylərinə də yönəltməlidir. Moderator debatın gedişində nəinki öz fikrini diqqətə, hətta ifadə edə bilməz.

Əlbəttə, müzakirə-diskussiya moderatorunun işi debat moderatorunun işindən daha çətinidir. Müzakirədə sanki daha çox komandadan, daha çox insan qrupundan söhbət gedir. Ancaq istər müzakirə, istərsə debatlarda bir problem unudulmasa yaxşıdır: sualları cavablayan insanlar sual sırasını, hətta cavab sırasını pozurlar. Deməli, moderator həm sualların məzmununu, həm də onların sırasını əzbər yadda saxlamalıdır. Əks halda o, əlindəki kağıza və ya suflyora baxacaq, yaxud rejissordan komanda gözləyəcək və beləcə, iştirakçılarla göz təmasını itirəcək.

Düzdür, soruşa bilərsiniz ki, “göz təmasının itirilməsi TV-də önəmlidir. Radioda və qəzetlərdə bunun nəyi önəmlidir ki? İştirakçıları görmürük, axı...”. Bənzər sualların çox sadə cavabı var: Moderator sualların məzmun və sırasını əzbər bilməyəndə onları kağızdan oxumalı olur və nəticədə, təkrar edək, iştirakçılarla göz təmasını itirir. Bunun ən böyük ziyanı odur ki, debat-müzakirə-mübahisənin təbii axarı pozulur. Digər tərəfdən moderator öz işinə daxilən hazır olmadığı üçün eyni zamanda həm dinləmək, həm də düşünmək vərdişlərinə yiyələnmə bilmir.

### **Diqqət!**

Moderator eyni zaman dilimi boyunca:

- keçmiş, indiki və gələcək zamanda olmağı bacarmalı;
- nəyin müzakirəsinin başa çatdığını;
- indi nəyin müzakirə edildiyini;
- daha sonra nəyin müzakirəyə çıxarılacağını;
- və bütün bunların debata (mübahisəyə-müzakirəyə) nə qazandıracağını yadda saxlamalıdır

İki qrupun, 2 komandanın diskussiyası gedişində moderator bir tərəfdən qərəzsiz olmalı, o biri yandan həmin qrup və ya komandalarla maraqlanmalıdır. Hər hansı iştirakçının dəqiq və sərrast deyiminə, atmacasına, təsirli davranışına həm reaksiya vermək, həm də sanki biganə qalmaq tələb olunur. Debatda marağı olan dinləyici kimi, o, iştirakçılarla ayrıca ilgilənə, onları diqqətlə dinləyə bilər, amma qərəzsizliyini qorumaqdan ötrü gözəl bir atmacadan təsirləndiyini gizlətməyə və ya tutarlı bir

arqument səsləndirən iştirakçıdan razılığını bürüzə verməməyə borcludur.

Moderator tərəfsiz-qəzəbsiz-qərəzsiz görünməyi öyrənməlidir. O, iştirakçıların çıxış və rəylərini qiymətləndirən söz və hərəkətlərdən çəkinməlidir. Söhbət “əla!”, “doğrudur” və ya “çox pis”, “düz deyil” qəbilindən təsdiqləyici, yaxud inkaredici sözlərdən, eyni mənanı baş hərəkəti ilə çatdıran him-cimdən gedir. Psixoloji baxımdan belə davranışı həm qəliz, həm də alışıması çətin olan davranış modeli kimi qiymətləndirə bilərik. Niyə? O üzəndən ki, ictimai həyatda, adətən, insan davranışlarının başqa modelləri keçərlidir: biri sənəin üzünə gülümsəyib baxırsa, sən də onun üzünə gülümsəməlisən. Həmsöhbətlər, bir qayda olaraq, bir-birinin söylədiklərini və ya hərəkətlərini cavabsız qoyurlar.

Debat və mübahisələri aparmağın başqa incəlikləri də var. Moderator tipik situasiyalari sezə bilməli, belə durumlarda necə davranacağını öncədən dəqiq bilməlidir. Unutmaq lazım deyil ki, hər tipik durum üçün əvvəlcədən hazırlanmış çözümlər var.

### **Diqqət!**

#### **Dörd özəlliyi unutma:**

1. Moderator rastlaşacağı tipik durumlar barədə öncədən məlumatlı olmalıdır;
2. Tipik durumlarda necə davranacağını öncədən bilməlidir;
3. Hər tipik durum üçün əvvəlcədən hazırlanmış çözümlər yollarının olduğunu yaddan çıxarmamalıdır;
4. Çözümlər yollarını tətbiq etməyi bacarmalıdır

Hər hansı debatı hazırlarkən debatöncəsi ab-hava çox önəmlidir. İstər radio studiyasında, istərsə qəzet redaksiyasında (təbii ki, debat iştirakçılarında ayrılmiş otaqda) “debatöncəsi ara”dan gərəyincə yararlanmağa ehtiyac var: moderator və yardımçısı (varsa) dövətliləri qarşılıyır, onlarla dostca söhbətə girişir, onları çay və ya qəhvəyə qonaq edir, su istəyənə su verir və s. və i.a. Nəticədə arzulanan ab-hava yaranır. Bütün bu müddətdə debatin mövzu və suallarını müzakirə etməyə heç bir ehtiyac yoxdur. Bənzər cəhdlər (kimin tərəfindən olursun) debat ovqatını korlaya, moderatora inam və güvəni azalda bilər. “Debatöncəsi ara”da moderatorun üzərinə bəzi vəzifələr də düşür.

**Sual:** Debat başlamazdan öncə moderator nəyə ayrıca diqqət yetirməlidir?

**Cavab:** Dörd vəzifəni vurğulamağa dəyər:

1. Açıq və könüllü ünsiyyət mühiti yaradılmalıdır;
2. Debat mövzusunun müzakirəsindən qaçmalıdır;
3. Qarşıdurma mühiti yaradacaq suallar verilməməlidir (ölkənin, şəhərin, bölgənin problemləri barədə);
4. Utancaq və əksinə, danışqan iştirakçılarını tanımağa çalışmalıdır.

Debatöncəsi zaman moderatorun uğurlu fəaliyyəti üçün əlavə imkandır. O, liderliyə meyilli iştirakçılarını gözaltı edir və həmin adamlara nisbətən yaxın yer ayırır. Utancaq və çəkingən şəxsləri isə özü ilə üz bəüz əyləşdirir ki, onlarla göz təmasını itirməsin və lazım olanda belələrinin də rəyini öyrənə bilsin.

## *Debatın başlanması*

Moderator mübahisə predmetini və çəkişmə qaydalarını diqqətə yetirir və əsas sualı vurğulayır və sonra sözü tərəflərdən birinə verir. Amma bütün bu müddət boyunca o, radio dinləyiciləri ilə (qəzetdə oxucularla) virtual ünsiyyəti də gözardı etmir (radio studiyasına toplaşan adi dinləyiciləri və ya qəzet redaksiyasına gələn oxucuları demirik. Onlar barədə ayrıca danışacağıq).

Müzakirə moderatoru ilə debat moderatorunun davranışları arasında prinsipial fərqlər mövcuddur. Bu fərqlər iştirakçıların sayından da irəli gəlir. Müzakirəni aparan jurnalist iştirakçıların hər birini danışdırmağa, mümkün qədər çox baxışın səslənməsinə çalışır. Deməli, müzakirə (tutalım, dəyirmi masa) moderatoru fərqli davranış və münasibətlə daha çox üzləşəcək. Debat moderatoru bir əsas suala cavab axtarır – tutalım, “Azərbaycana millətçi baxışlar, yoxsa liberal-demokratiya daha çox fayda verə bilər?” və tərəfləri həmin sualdan yayınmağa qoymur. Diskussiya, yəni müzakirə moderatoru isə, adətən, 5-10 sual ətrafında fikir mübadiləsi aparır. Həmin suallar ümumi və özəl olmaqla açıq və qapalı səciyyəli məzmun daşıya bilər.

Debat moderatoru ictimai önəmli məsələ barədə konkret ictimai rəy yaranmasını hədəfləyir. Diskussiya-müzakirə moderatoru isə sanki debatdan, həm də hələ formalaşmayan ictimai rəydən öncə vətəndaşlara müzakirəyə çıxarılan məsələ haqqında məlumat verir. Belə bilgilər insanların konkret qənaətə gəlmələrinə yardım etmək üçündür. Mümkün baxışlar get-gedə daralacaq və



daha çox ictimai çəki qazanan mövqelər axırda debatda üz-üzə dayanmaq imkanı qazanacaqlar.

Debat moderatoru debati başlayan tərəfə birinci söz verir. Müzakirə aparan jurnalistə ilk sualını verərkən iştirakçıların hamısını növbə ilə fikir mübadiləsinə cəlb etməyi hədəfləyir. Müzakirə səciyyəli verilişlərdə (və təbii ki, qəzet materiallarında) ilk sual “ünsiyyət buzunun əridilməsinə” xidmət edirsə, debatlarda, özəlliklə radio-debatda buna ehtiyac qalmır. Həmin funksiyanı öncədən hazırlanmış “iştahlandırıcı anons” da görə bilər, moderatorun ustalıqla söylədiyi “giriş sözü” də. Ümumiyyətlə, istər radio-diskussiya olsun, istər radio-debat, veriliş canlı rejimdə getmirsə, “ünsiyyət buzu” öncədən hazırlanmış və verilişi həm dadlandırmağa, həm qavramağa xidmət edən məxsusi anonslarla əridilə bilər. Ümumiyyətlə, səsyzı rejimində gerçəkləşdirilən verilişlərə auditoriyanın marağını çəkmək, belə verilişləri dinləyiciyə “satmaq” futbolda 11 metrlik cərimə zərbəsini qola çevirmək qədər asandır. Təbii ki, çağdaş və peşəkar jurnalistənsə (daha dəqiqi, yaradıcı komandasansa).

İstər debat, istərsə diskussiya moderatoru mübahisə dairəsini daraltmağa, diqqəti çəkişmə predmetinə yönəltməyə və ondan yayınmanın qarşısını almağa can atmalıdır.

### ***“Beşsanıyalik ara” nə deməkdir?***

TV debatlarında tamaşaçıların açıqca gördüyü, radio və qəzətdə isə, əsasən, yalnız istehsal dönəmində sezilən önəmli özəlliklər var. Söhbət moderatorun öz davranış və mimikasına nəzarətdən gedir. O öz üzünə, öz səsinə hansı ifadə versin ki, onu tərəf tutmaqda suçlamasınlar?

Bənzər suallara dərhal cavab tapmaq çətindir. Bir gerçəklik var ki, hər dəfə qərar vermək üçün moderatora bir neçə saniyə lazımdır. Media, özəlliklə TV təcrübəsində “5 saniyəlik ara” və ya “lütfən, dəqiqləşdirin” adlanan üsuldən faydalanırlar. Hər hansı pauzanın-aranın radioda texniki pozuntu kimi də dəyərləndirilə biləcəyini unutmamaq şərti ilə, sözügedən pauzadan istifadənin moderatora nə qazandıracağını gözdən keçirək.

Öncə xatırladaq ki, sözügedən üsullar indiyədək debat və ya müzakirəyə qatılmayan iştirakçıların məsələyə münasibət bildirmələrinə yol açır. Tutaq ki, iştirakçının biri “Latin əlifbasına keçmək Azərbaycan vətəndaşına nə qazandırır?” sualını cavablandırır. Və fərz edək ki, həmin iştirakçının çıxışından sonra növbəti söz alan şəxs “Mən razıyam” və ya “Məndən öncə danışıqlarla həmfikirəm” söyləyərək debatın tempini aşağı salır və jurnalistin efr vaxtını nəzarətdə saxlamasını çətinləşdirir. Bax, bu vaxt moderatorun danışan şəxslə göz təması və ani sükut debata fayda gətirə bilər. Moderatorun ani fasilədən sonra “Lütfən, söylədiklərinizi dəqiqləşdirin” və ya “Bu komandada öz yoldaşına kimin əlavəsi var?” şəklində müdaxiləsi başqa arqumentlərin də səsləndirilməsinə və nəticə etibarilə mübahisənin yenidən qızıışmasına imkan yaradır.

Artıq bildirmişik ki, müxtəlif iştirakçıların davranış modelləri barədə moderatorun öncədən bəlli təsəvvürləri olmalıdır. Əks halda o, debatçıları idarə edə və onları lazımı istiqamətə yönəldə bilməyəcək.

## *İştirakçılarının davranış modelləri*

Bəlli şərtiyyəni unutmadan, söhbət “ekspert”lərdən – mövzu bilicilərindən, “fərqlənən”lərdən, “utancaq-çəkingən”lərdən, “danışqan-çərənci”lərdən və başqa bənzər səciyyəli müsahiblərdən gedir. Bu psixoloji tiplərin hər biri moderatorun işinə əngəl törədə bilər. Onlarla faydalı ünsiyyət üçün moderatorun özəl, yaxşı düşünülmüş və nəzakət çərçivəsində gerçəkləşdirilən taktik gedişləri olmalıdır.

*“Ekspert”lər.* Bu kateqoriya adamların əsas özəlliyi odur ki, iştirakçılar onlarla hesablaşırlar. Digər bölümlərə aid insanlar ekspertləri debata və ya müzakirəyə çıxarılan məsələnin bilicisi sayır, onların biliyinə güvənirlər. Ancaq moderatorun ekspertlərə münasibəti fərqli olmalıdır. Moderator vəzifəsini üstünə götürən jurnalist hər bir iştirakçının fikrinə önəm verildiyini vurğulamalıdır. Bu, debatçıların hamısı ilə ünsiyyəti qorumaq üçün ən yaxşı taktik gedişdir. Mətləbə daxil olan hər bir fikir səsləndirilməli və eşitdirilməlidir.

*“Fərqlənən”lər.* Bu qrupa daxil edilən adamlar debat və ya müzakirənin ən fəal iştirakçılarıdır. Onları nəzakət çərçivəsində susdurmaq danışdırmaqdan qat-qat çətindir. Başqalarına söz vermək üçün “fərqlənən”ləri bu sözlərlə dayandırmaq olar: “Bir baxışla tanış olduq. Daha kim öz fikrini bildirmək istəyir?”

*“Utancaq-çəkingən”lər.* Belə adamlar həm az, həm də çox asta səslə danışirlar. Bənzər müsahibləri dindirmək üçün moderator göz temasından, tez-tez ad-ba-ad müraciətdən faydalana bilər. Söyləyəcəklərinin önəmli və

maraqlı olacağını vurğulamaq da “utancaq-çəkingən”lərin dilini açmağa qadirdir.

*“Danışqan-çərənçi”lər.* Belələri sözləri üyüdüb-tökür, ancaq heç cür mətləbə yaxınlaşa bilmirlər. Onlar bir fikri bitirmədən digərinə keçir, düşündüklərini doğru-dürüst ifadə etməkdə çətinlik çəkirlər. Moderator bənzər adamlarla göz təmasından qaçmalı, daha doğrusu, az-az təmas saxlamalıdır. “Danışqan-çərənçi” danışığına azacıq ara verən kimi, ona yeni sual yönəltmək və ya əvvəlki sualı digər iştirakçılara ünvanlamaq da çıxış yoludur.



## İNTERNET-DEBATLAR

İnternet mediasını nəzərdə tutduqda, moderatorun bütün mümkün şəbəkə sahələrində - forum, konfrans və çatlarda üstün hüquqları olur. Ənənəvi mediadan fərqli olaraq İnternet səhifələrində “Moderator hansı işləri görür?” sualı bir qədər fərqli cavablanır: imtiyazlı bir istifadəçi olaraq, moderator digər istifadəçilərin məlumatına tip və xarakter baxımından göz qoyur, qanun və qaydalar pozularsa, uyğun ölçülər götürür.

Moderatorun vəzifə və öhdəlikləri onun konkret iş yerindən asılıdır. Məsələn, moderator işinin aşağıdakı çeşidlərindən danışmaq olar:

1. Forum moderatoru. O bu işləri görür: mövzuları açib-bağlayır və öz sözləri ilə ifadə edir. Mövzuların önəm dərəcəsinin müəyyənləşdirilməsi də moderatorun boynuna düşür. O, daha sonra göndərilən məlumatla işləyir, forumun norma və qaydalarına istifadəçilərin əməl edib-etmədiyini yoxlayır. Bütün işlərinə görə forum administratoruna hesabat verir.

2. Konfrans moderatoru. Adətən, konfransı düşünüb keçirən və ya bu səlahiyyəti təşkilatçıdan qəbul edən adamdır. O, konfransa qatılanların davranışına göz qoyur, onların mövzudan yayınıb-yayınmadığını, yazıların “savad dərəcəsi”ni nəzarətdə saxlayır. Konfrans moderatoru adi iştirakçıları cavab hüququndan məhrum edər, “yalnız oxu” rejiminə keçirə bilər.

3. Çat moderatoru. O, istifadəçilərin çat qaydalarına necə əməl etməsinə göz qoya və bəzi hallarda onları çatlaşmaq hüququndan məhrum edə bilər.

Savadlı moderator şəbəkə resursu üçün çox dəyərli adamdır. Bənzər resurslarda səmərəli ünsiyyətə nail olmaq yetərinə çətin, təcrübə və bəlli xarakter bəçimi tələb edən bir işdir.

Psixoloji tipindən və bununla bəğli iş üslubundan asılı olaraq, moderatorluq növçə fərqlənir:

1. *Sahibkar-moderator* – dərhal “işin çəmini” tapır, “boş söhbətləri” sevmir, mövzudan yayınmağı bəğışlamır.
2. *Sənətçi-moderator* – subyektiv qavrayışına güvənərək istifadəçilərin yazıb-söylədiklərini qiymətləndirir və onlara bəlli anlam verir (bir növ simvollaşdırır).
3. *Həmsöhbət-moderator* – bu tip moderatoru, hər şeydən öncə, öz yaşantı və təcrübəsini paylaşmaq, müzakirəyə çıxarılan mövzuya istifadəçilərin baxışı, qeyri-ənənəvi mülahizələr cəlb edir.
4. *Alim-moderator* – bənzər moderatorun öz sözü, öz baxışı var. O, məlumatı seçir və bu zaman ifadə edilən fikrin lehinə və əleyhinə olan bütün arqumentləri incələyir.

Səhifə administratorları sözügedən psixoloji tipləri əsas götürərək moderatorları hansı sahədə (sosial, elmi, reklam və s.) çalışdıracaqlarını müəyyənləşdirirlər. Hər tipin öz güclü və zəif tərəfləri var.



# RADİO-DEBATLAR

## *Maraqlı radiodebat necə hazırlanır?*

Təkcə Azərbaycan deyil, elə dünya təcrübəsində də radiodebatlara az rast gəlinir, çünki mübahisə-müzakirə xarakterli verilişlər radionun təbiətinə o qədər də uyğun deyil: “çoxsəslilik” radio dilinin önəmli elementlərindən sayılsa da, söhbət daha çox səs məxrəcinin və səs şiddətinin – ümumiyyətlə səs özəlliyinin dəyişməsindən gedir. Əks halda səslər bir-birinə qarışacaq və onları tanıyıb-tanımaq çətinləşəcək. Bu baxımdan radiodebat gerçəkləşdirilməsi çətin janrlardan sayıla bilər. Aktyorluq səriştəsi və özəl-gözəl səsi olan insanlarla gerçək yaşamda elə də tez-tez rastlaşmaq mümkün deyil.

### **Diqqət!**

Tam dəyərli radiodebat effektini, ən azı, o vaxt almaq olur ki:

1. Debata ünlülər qatılsın;
  2. Debat iştirakçılarını tez-tez tanımaq lazım gəlməsin;
- Debata qatılanların səsini bir-birindən və moderatorun səsindən fərqləndirmək asan olsun

Özəlliklə debat iştirakçılarının tanınması radiodebatın önəmli özəlliklərindən biri sayıla bilər, çünki:

- Dinləyicilər debatçıların kimliyini bilmək istəyirlər;
- Debatçıların kimliyi onların səsləndirdiyi məlumata inanıb-inanmamaq, yəni bilgi qaynağına güvənib-güvənməmək baxımından önəmlidir;
- Debatçıların adbaad tanınması baş tutmaya bilər: məsələn, mübahisənin qızğın vaxtında səslər üst-üstə düşsə, qarışa, dinləyiciləri çaşdırar, verilişə ümumi marağı azalda bilər;
- Canlı veriliş - birbaşa translyasiya heç də xoş olmayan sürprizlərlə üzləşdirir (tempo-ritm azalır; siyasi risklər ortaya çıxır; qanun pozuntuları və etik problemlər yaranır və s. və i.a.).

Azərbaycan cəmiyyətinin alışmış olduğu pis özəlliklər də var:

- mübahisə predmeti və onun ictimai önəmi tam dəqiqləşdirilmir;
- “özəl əxlaq”la “ictimai əxlaq” anlayışları qarışdırılır;
- “publik çıxış”ların - ictimaiyyətə açıq çıxışların sözlüyünə diqqət yetirilmir;
- plüralizm – fikir müxtəlifliyi, tolerantlıq-dözüm-lülük ictimaiyyətə açıq çıxışlarda, gərəyincə gözlənilmir;
- qarşı tərəf dinlənilmir, onun arqumentləri qulaqardı edilir;
- mübahisə və müzakirələr mətləbdən yayınır;
- “debat nəyə görə filan cür nəticələndi?” sualına aydınlıq gətirilmir.



Bəlkə də bunlar təbiidir: Azərbaycan dinləyicisi yalnız “radiodebat”a deyil, bütövlükdə “debat” anlayışına yetərinə alışmayıb. Birincisi, ona görə ki, sovet dönmündə yayım plüralizmindən söhbət gedə bilməzdi – hər şey ideoloji qəliblərlə uzlaşmalı idi. İkinci səbəb axtarsaq, öncə “bax birinciyə!” – deyib, sonra “Bakı Bulvarında zibil qutularına ehtiyac var, ya yox?” qəbilindən sual ətrafında cavabı öncədən məlum olan bir “mübahisə”ni yada salmaq yetər.

Postsovet dönmənin ilk illərində radionun populyar olmamasını da unutmmaq olmaz: köhnə radioqəbuledicilər lazımsız əşya kimi ya çardağa qaldırılmış, ya qəpik-quruşa mis-metal toplayanlara satılmış, ya da tullanılmışdı. Səbəb? Təxmini cavabları Qarabağ savaşı, sovet imperiyasının çöküş ağırlarında, telemitinqlərdə və s. və i.a.-da tapmaq olar. Media ideoloji qəliblərdən qurtulmağa can atsa da, bütün bunlar qəzetlərin simasını və teleproqramların məzmununu dəyişsə də, radio özünü xatırlatmırdı. Bu səbəbdən ilk postsovet dövrün Azərbaycanında, ən azı, “radiodiskussiya” və “radiodebat”lardan söhbət gedə bilməzdi.

Uğurlu debat bizləri düşünməyə çağırır. Özəlliklə Azərbaycan auditoriyası öncədən hazırlanmış, əzbərləmə çıxışlardan uzaq, üstəlik, adi vətəndaşların da qatıldığı “söz dueli”ni dinləmək şansı qazanır: indi baş verən “olay”ın canlı şahidinə çevrilmək, opponentinin arqumentlərinə dərhal cavab tapan, dəyişən duruma uyğun davranış nümayiş etdirən mütəxəssisləri tanımaq, səs ahəngindən, söz seçimindən tutmuş, təsirli suallaradək bir çox özəlliyi ilə diqqət çəkmək və ən əsası, səni olaya qatılmağa həvəsləndirmək tamam yeni dad, yeni gerçək

deyilmi? Dadlı, maraqlı və gərəkli olduğu qədər də çətin deyilmi debat? Özəlliklə də siyasi debatlar.

Bu kitabın müəlliflərindən biri “*Paduo Poccuu*”də dinlədiyi bir debatı xatırlayır: “Kosovonun müstəqil dövlət elan edilməsi sülhə doğru addımdır, ya müharibəyə?”..

*Üç adamın qatıldığı verilişdə “Alman Dalğası” radiostansiyasının təmsilçisinin, rus qəzetlərindən birinin (“Becmu” qəzetinin) əməkdaşının və beynəlxalq mövzularda ixtisaslaşmış başqa bir jurnalistin səsləri bir-birinə qarışmışdı. Kimin aparıcı olması bilinmirdi. Söhbəti kimin yönləndirdiyi də duyulmurdu. İctimai mövzulu məsələ iştirakçıların şəxsi söz atışmasına çevrilmişdi. Bir-iki zəngdən sonra (güman ki, öncədən təşkil edilmiş) dinləyicilərin mübahisəyə qatılmaq həvəsi də tükəndi. Yəqin o səbəbdən ki, dinləyicilər 2 mövqedən birini seçmək, yeni Kosovo dövlətinin dünya düzətinə nə verdiyini dəqiqləşdirmək əvəzinə, ən yaxşı halda, 3 adamın şəxsi fikirləri ilə tanış olmaq imkanı qazanmışdılar. Nə qədər yaxşı niyyətlə hazırlansa da, belə radiodebat, olsa-olsa, sözügüdən məsələ barədə ictimai rəyi bir az da bulaşdırıb-qarışdıracaqdı...*

Radiodebat azı 2 adamın və üstəgəl aparıcının – moderatorun iştirakını nəzərdə tutur. Yuxarıda misal gətirilən verilişdə moderatör işini beynəlxalq mövzularda ixtisaslaşmış jurnalist gerçəkləşdirməli idi. Söhbəti yönləndirmək, debatçıların mətləbdən yayınmasına və ictimai önəmli mübahisənin 2 adam arasında söz atışmasına çevrilməsinə imkan verməmək vəzifəsi onun boynuna düşürdü. Bəs o, işinin öhdəsindən niyə gəlmədi? Az qala bütün dünyanın ölüm-dirim məsələsi nədən debatçıların

şəxsi söz duelinə çevrildi? Bənzər sualları cavablamaq üçün müzakirə-mübahisə-debat xarakterli proqramların özəlliklərinə göz ataq.

Azərbaycan özəl radiolarının təcrübəsində canlı efirdə dinləyicilərlə söhbət-müzakirə-mübahisə-debat xarakterli verilişlərə rast gəlmək mümkündür: müzakirəyə konkret problem çıxarılır, qiymətləndirici vurğular qoyulur və daha sonra tədricən debat səciyyəsi qazanan müzakirə-mübahisəyə dinləyicilər də qatılır. Beləcə, məqsədi hədəfləyən özəl danışıq mühiti yaradılır. Öz baxışlarını, inandığı çözümləri diqqətə yetirmək, opponentlərlə canlı ünsiyyətə qatılmaq ehtiyacı problemə münasibət bildirenlərin danışıq biçiminə, səs çalarına və bütövlükdə mübahisənin istiqamətinə damğasını basır. Azərbaycan radiolarının bənzər verilişlərində mübahisə-müzakirə-debata qoşulanların duyğuları, teztəb və höcət davranışları onların məntiqini, baxışlarını arqumentləşdirmə zərurətini üstələyir. Tutaqım, “Bahalı körpü-qovşaqların tikilməsi yol tıxaclarını aradan qaldıracaq” və “...qaldırmayacaq” qəbilindən debat həddinə çatdırılan müzakirədə studiya ilə eynizamanlı telefon bağlantısında saxlanan əks mövqeli 2 dinləyici öz cavablarını əsaslandırmaq yerinə, sadəcə, mövqelərini daha qəti və sərt ifadələrlə təkrarlayır və beləcə, ya efir vaxtını tükədir, ya da başqa dinləyiciləri də cəlb etməklə debatın ictimailəşməsini əngəlləyir.

**Müzakirə-mübahisə-debat xarakterli radio proqramın bu özəllikləri var:**

- canlı efirdə qiymətləndirici vurğular qoyulur;
- tədricən debat səciyyəsi qazanan müzakirə-mübahisəyə dinləyicilər də qatılır;
- məqsədi hədəfləyən özəl danışmaq mühiti yaradılır;
- studiyaya ilk zənglər öncədən planlaşdırıla da bilər;
- öz baxışlarını, inandığı çözümləri diqqətə yetirmək, opponetləri ilə canlı ünsiyyətə qatılmaq ehtiyacı problemə münasibətini bildirənlərin danışmaq biçiminə, səs çalarına və bütövlükdə mübahisənin istiqamətinə damğasını basır

İndi bu özəllikləri konkret misallarla açıqlayaq (misallar 2007-ci il martın 25-də “Azadlıq radiosu”nun “İz” mədəniyyət proqramında efirə getmiş “Azərbaycan Boloniya prosesinə qoşulsun, ya qoşulmasın?” adlı radiodebatdan götürülüb).

Moderatorun konkret problemi müzakirəyə çıxarmasına **misal**:

Sevda İsmayılı: *Bu debat proqramında ümumavropa təhsil məkanının yaradılmasını hədəfləyən Boloniya Prosesindən söz açırıq:*

- *Azərbaycanın indiki təhsil sistemini necə adlandırmaq olar?*
- *Ölkə məktəbləri Boloniya Prosesinə hazırdırlarmı?*
- *Professor-müəllim heyəti və təhsil məmurları total tələbə nəzarətinə necə baxırlar?*

- *Boloniya Prosesində təhsilin gedişinə tələbələrin nəzarəti onların məsuliyyətiylə necə uzlaşacaq?*  
*Bu və başqa suallara "İz" in bu sayında cavab tapa bilərsiniz.*

Debatçıların tanıtılmasına **misal:**

Moderator (debatın gedişindən səsli sitatlar səsləndikdən sonra): *Eşitdiyiniz sual və cavablar Rəmzi Anayasa Məhkəməsinin, qısaca RAM adlanan Qeyri-Hökumət Təşkilatının keçirdiyi Debatda – İctimai Dinləmələrdə səsləndi. Təşkilatın proqram rəhbəri Niyazi Mehdiinin müzakirəyə çıxardığı sual çox önəmliydi: Azərbaycan təhsil sisteminin Boloniya Prosesinə qoşulması bəyənilsin, ya bəyənilməsin?*

*İddiaçı Aysu Qasımova...*

*Cavabdeh Şirin Bünyadova...*

*"Azərbaycan Boloniya Prosesinə qoşulsun!" iddiasıyla çıxış edən tərəfin müdafiəçisi-təhsil eksperti Etibar Əliyev...*

*"Azərbaycan indiki şərtlər daxilində Boloniya Prosesinə hazır deyil" mövqeyini dəstəkləyən tərəfin müdafiəçisi – fəlsəfə professoru Rəhman Bədəlov...*

*Dinləmə Komissiyasının sədri Sevinc Əsgərova – BDU-nun jurnalistika fakültəsi dekanının müavini...*

*Dinləmə Komissiyasının üzvü Vaqif İbrahimov...*

*Və debata telefon bağlantısıyla qatılan dinləyicilər eyni sualı çəkişdilər: Azərbaycan təhsil sisteminin Boloniya Prosesinə qoşulması bəyənilsin, ya bəyənilməsin?*

Moderatorun canlı efirdə qiymətləndirici vurğulamalarına **misal:**

Sevda İsmayılı: *Səsvermə bu debatın hələ uzun müddət sürəcəyindən soraq verdi. Tərəflərin heç biri aşkar*

səs üstünlüyü qazana bilməsə də, çox güman, professor Rəhman Bədəlovun bu fikrini ictimai dinləmənin qərarı kimi dəyərləndirmək olar (səsli sitat). Eyni özəlliyə bir başqa misal: “İz” mədəniyyət proqramı mövzusunun aktuallığını nəzərə alıb bu debatın əsas məzmununu “Azadlıq Radiosu” dinləyicilərinin diqqətinə yetirməyi qərara aldı. Debatı dinləyib, siz də qərarınızı verin: Azərbaycanın təhsil sistemi Boloniya Prosesinə indi qoşulmaqla daha çox itirəcək, yoxsa qazanacaq?

Debata studiyadakı dinləyicilərin qatılmasına **misal**:

Moderator: Xeyli vaxtdır mübahisəyə qatılmaq istədiyinizi görürəm. Lütfən, özünüzü tanıdın və sualınızı verin...

Studiyadakı dinləyici: *Vəli Cəfərli-Diplomat etika-sından dərslər deyirəm. Tələbələrin başqa universitetlərdə, özəlliklə Boloniya Prosesinə qoşulmuş Avropa universitetlərindən birində, heç olmasa, bir semestr oxumasını kim maliyyələşdirəcək?*

Məqsədi hədəfləyən özəl danışmaq mühitinin yaradılmasına **misal**:

Moderator: *Küçədə işıqforu hamı görüb, sözsüz. Işıqlar növbə ilə yanır: gah qırmızı, gah sarı, gah da yaşıl lampalar közərir. Bəs işıqların üçü də birdən yansa, onda necə? Bu zaman sürücülər nə edəcək, necə davranacaqlar? Boloniya Prosesinə qoşulan universiteti vəzifəli təhsil işçiləri ilə yanaşı, tələbələr də yönəldərlərsə, hər üç işığı eyni zamanda yanan işıqfor problemi yaranmazmı? Təhsil “ışıqfor”unun “olar!”, ya “olmaz!” deyənləri və ya “diqqət!” komandası verənləri*

*necə müəyyənləşdiriləcək? Rektor-müəllim-tələbə üçlüyündə qırmızı, sarı və yaşıl rənglər necə paylaşdırılacaq?*

Telefon bağlantısına **misal:**

Moderator (telefon zəngi eşidildəndən sonra): *Deyəsən, mübahisəyə kənardan da qoşulmaq istəyənlər var: Alo, canlı efirdə debata qoşulduğunuzu xatırladıram. Kim olduğunuzu söyləyin və yubanmadan sualınızı verin...*

Telefondakı dinləyici: *Vasif Mədətoğlu – Ağdaşda coğrafiya müəllimiyəm. Sualım iddiaçıyadır: Azərbaycan şəraitində total tələbə nəzarətinə necə nail olacaqsınız? Sualım bitdi. Debata qatılmaq imkanı yaratdığınız üçün təşəkkür edirəm...*

Proqramıçı anonsa **misal:**

*Bu proqramda ümumavropa təhsil məkanının yara-dılmasını hədəfləyən Boloniya Prosesindən söz açırıq:*

- *Boloniya Prosesi təhsildə korrupsiyanın kökünü kəsə bilərmə?*
- *Bütövlükdə cəmiyyəti demokratikləşdirmədən Boloniya Prosesi sərəmərə verəcəkmə?*
- *Azərbaycanın tələbə və müəllimləri Boloniya Prosesinə necə yanaşırlar?*
- *Bu və başqa suallara “İz”in bu sayında cavab tapa bilərsiniz.*

Eyniamaclı bir başqa anons: *Rəmzi Anayasa Məhkəməsi, qısaca, RAM adlanan qeyri-hökumət təşkilatının keçirdiyi ictimai dinləməni eşidirsiniz. Dinləməyə qatılanlar “Azərbaycan Təhsil Sisteminin Boloniya Prosesinə qoşulması bəyənəlsin, ya bəyənəlməsən?” sualını müzakirəyə çıxarıblar.*

Debatın qıfıllanmasına **misal**:

Moderator: *Bu debatda çəkişdilər və lap az say üstünlüyü ilə Boloniya Prosesinə qatılmağa qərar verdilər. Bəlkə siz də qərarınızı verəsiniz: Azərbaycanın təhsil sistemi Boloniya Prosesinə indi qoşulmaqla daha çox qazanacaq, yoxsa itirəcək?*

*Fikir və təkliflərinizi "Azadlıq radiosu"na yazın və ya deyər bilərsiniz. Elektron poçt ünvanımızı və telefonları xatırladıram... (söyləyir).*

### ***Moderatorun sözlüyü***

Yazı və danışmaq dillərinin bəlli özəlliklərini unutmasınız, indi diqqətinizə yetirilən qeydlər tək-cə radio jurnalistlərinə deyil, TV və qəzetlərdə çalışanlara da faydalı ola bilər. Debatlar efrədə səslənsə, deməli, yayım dilinə verilən müxtəlif tələbləri ödəməlidir. Özəlliklə bunları yadda saxlamalısınız:

1. Yayım dilində doğru və gözəl danışmalısınız.

Yəni:

- söz ehtiyatınızı çoxaldın;
- yerli-yersiz, yabançı sözləri işlətməkdən çəkinin;
- terminlərdən ustalıqla yararlanın;
- çoxmənalı sözlərdən yerində istifadə edin.

2. Fikri birdəfəyə anlatmalısınız. Yəni:

- qısa cümlələrdən yararlanın;
- boş, gərəksiz sözlərdən qaçın;
- dəqiq, aydın və ifadəli danışın;

3. Söhbət ruhu yaradın. Yəni:

- asanlıqla ünsiyyətə girin;
- ünsiyyət ab-havasını saxlayın.



Artıq bilirsiniz ki, moderator efirdə proqram aparıcılığının bir növüdür və istər radioda, istərsə də TV-də diqqət mərkəzində dayanan, sayılıb-seçilən yaradıcı əməkdaşlardan biridir. O, təkcə apardığı proqramın deyil, çalışdığı efir qurumunun siması sayılır. Bu üzdən moderatorun, elə digər ünlü aparıcıların adları çox vaxt proqram səhifələrində də əksini tapır.

Hər bir verilişin uğuru önəmli dərəcədə onun aparıcısından asılıdır. Əlbəttə, burada hər şey əsasdır: səs tonu, danışq biçimi, efirdə davranış mədəniyyəti və s., ancaq auditoriya ilə ünsiyyət qurmaq bacarığı bütün qabiliyyət və vərdişlərin önündə gedir. Aparıcı (moderator) verilişin nəbzini tutur, mövzuya və vaxta nəzarəti əlində saxlayırsa, seyrci və dinləyicilərlə göz və qulaq, ən başlıcası isə ürək bağlantısını itirmirsə, demək, peşəkar və arzuolunandır.

Verilişin darıxdırıcı və ya cəlbedici olması, reyting qazanması, ictimai rəy formalaşmasına təsir gücü xeyli dərəcədə aparıcıdan asılıdır. Bütün peşəkar aparıcıların oxcar özəllikləri var.

**Sual:** Peşəkar aparıcıların, o sıradan moderatorların hansı özəllikləri üst-üstə düşür?

**Cavab:** Bu özəllikləri sadalamaq olar:

1. Həqiqəti üzə çıxarmağa və yalnız doğru olanı danışmağa can atırlar;

2. Söylədiklərinin nəticələri barədə düşünürlər;
3. Həqiqəti üzə çıxararkən mütəxəssis rəylərindən, elmi araşdırmalardan və fakt materialından yararlanırlar;
4. Medianın bilgiləndirmə və bilgiləri aydınlatma vasitəsi olduğunu yaddan çıxarmırlar;
5. Auditoriyanın əsirinə çevrilmir, keçici ictimai rəylə qalıcı ictimai rəy arasındakı fərqi anlayırlar;
6. Bəlli mənəvi mövqeyə söykənirlər;
7. Cəsarətli olmağı bacarırlar;
8. Yalan və uydurmanı sevmir, mövzudan yayınmırlar;
9. Müsahiblərinə saygılı yanaşır, onların sözlərini diqqətlə dinləyir, ayrışeçkiliyə yol vermirlər;
10. Söz, səs və görüntülərin təsir qüvvəsini unutmurlar!

Bir gerçəyi də vurğulamağa dəyər: radioda aparıcının nitqinə verilən tələblər, teleaparıcının nitqinə verilən tələblərdən daha çoxdur. Niyəsi odur ki (təkrar da olsa), radioda görüntü olmadığından bütün məlumat yükü səs və nitq cütlüyündə cəmləşir.

Tələbləri yerinə yetirməyə çalışarkən pərdə arxasındakı simanın imici formalaşmağa başlayır. İmicin *necə* formalaşması məsələsi jurnalistin öz əlindədir (*hansı* imicin formalaşması isə daha çox prodüserdən asılı məsələdir. Hərçənd, debat moderatorlarının çoxu həm də öz proqramlarının prodüseri olur). Yəni, onun qoyulan tələbləri nə dərəcədə doğru-düzgün yerinə yetirib-yetirməməsindən çox şey asılıdır.

Bu proses radioda ən çətin və çətin olduğu qədər də maraqlı və məsuliyyətli bir işdir. Bu işin öhdəsindən uğur-

la gəlmək üçün insan bir çox tələblərə cavab verməlidir. Həmin tələbləri belə qruplaşdırmaq olar:

- Çətin, dolanbac, qaranlıq ifadələrdən, bu cür ifadələrin yer aldığı cümlələrdən qaçmaq lazımdır;

- Anladılanların məntiqi ardıcılığını qorumaq gərəkdir;

- Müxtəlif baxış və açıqlamalara imkan vermək vacib şərtlərdən biridir;

- Dinləyiciyə çatdırılacaq informasiya açıq, hamının başa düşəcəyi tərzdə söylənməli, üstüörtülü şəkildə deyilməməli, dinləyici üçün qaranlıq heç nə qalmamalıdır;

- Aparıcının səsi çox soyuq, ya da çox adi olmamalı, xoşa gəlməlidir. O, nə hamı tərəfindən sevilməli, nə də ki, hamı tərəfindən söyülməlidir. Aparıcının səsi, sadəcə, bəyənilirsə, yetərlidir;

- Tələffüz düzgün olmalı, ifadəlilik qorunmalı, söz və ifadələrdəki vurğular yerində səslənməlidir, çünki ən adi xəta həmin anda diqqət çəkir;

- Aparıcı dayanmadan çalışmalı, dilinin çevikliyini artırmalı, dil məşğələlərini yaddan çıxarmamalı, özəlliklə tələffüzündə zorluq çəkdiyi kəlmələr üzərində işləməlidir;

- Çətin söz və ifadələrə xüsusi diqqət ayırmalı, onların necə oxunduğunu qaynaqdan (mənbədən) öyrənməlidir.

## *Səs tonu*

Səs tonu bədən dilinin gizli “qıfılı”dır və onun açarı dildir. Səs tonu nə narahatlıq verəcək dərəcədə yüksək, nə də həddən artıq alçaq olmalıdır. Səs “öz hava”sında və “öz yerində” olmalı, istənilən vurğulamayı gerçəkləşdirmək üçün yerinə görə alçalıb-yüksəlməlidir.

Demək belə, verilişin zamanı çatınca danışmağa başlayırsınız. Heç tələsməyin (amma hıçqanıb adamın ürəyini də çəkməyin), təmkinli olun. Danışığa nisbətən alçaq səsə başlayın. Getdikcə səsin tonu dəyişə bilər (daha doğrusu, dəyişməlidir, əks halda dinləyiciniz bir yana, özünüzü də yuxu basar). Diri danışmaq, səsdən yararlanmaq, təsirli bir proqram aparmaq, səsi daim nəzarətdə saxlamaq lazımdır.

Moderator özünü yalnız sual verən, müsahiblərini tanıdan, verilmiş mətni sadəcə üzündən oxuyan və ya söyləyən bir adam kimi görməməli, cürbəcür istedad və bacarıqlarından yararlanan, dinləyicilərinə ruh və həvəs verən, hər söz və davranışını ölçüb-biçən şəxsiyyət təsiri bağışlamalıdır.

Artıq xatırlatdıq ki, bəyənildən səs dinləyicinin nə sevdiyi, nə də söydüyü səsdür. Əlbəttə, səs Allahın insana verdiyi nemətdir. Yalnız məşq və ya dua hesabına Bülbülün, ya da Pavarottinin səsinə yiyələnmək mümkün deyil. Səsi gözəlləşdirmək (tutalım, çalışa-çalışa neçə oktava səsə malik olmaq) insandan asılı deyil, ancaq müxtəlif çalışmalarla düzgün nəfəs almağı öyrənmək, səs tonunu yaxşılaşdırmaq, gözəl tələffüzə sahib olmaq mümkündür.

### *Səs və səs effektləri*

Efirdə aparıcının səsi ilə yanaşı, digər səs və səs effektlərini də eşidirik. Bunlar proqramın təbiiliyini təmin etmək üçündür. Əlbət ki, buradan da insanın daxili özəllikləri üzə çıxır. Onun hansı təbii səslərdən, səs effektlərindən yararlanması, özəlliklə də bunlardan necə yararlanması onun daxili dünyasından, eləcə də dünyagörüşündən xəbər verir. Bu da hər kəsin fərqliliyini, özünəməxsusluğunu

göstərən amillərdən biridir. Yəni burada da personifikasiya (özüksəmə) dərəcəsi önəmli rol oynayır.

Səs (interküy) və səs effektlərindən (yapma səslərdən, o sıradan musiqidən) istifadə zamanı montaj texnikasının rolu danılmazdır (veriliş canlı deyilsə). Bənzər texnikadan istər televiziya, istərsə də radioda geniş istifadə olunur.

Montaj texnikası təbii səslə lentə alınmış, həmçinin səssiz (misal üçün, avadanlığın çatışmaması kimi texniki səbəblərə görə) lent yazılarından ibarət elementlərin hər hansı sujetə artırılmasını tələb edə bilər. Belə hallarda artıq calağ edilmiş hissələrdə təbii səsin arakəsilməzliyini təmin etmək üçün interküy əlavə etmək lazım gəlir.

Bir iş var ki, səs fonunun saxlanması üçün hər bir bənzər artırma minimuma endirilməlidir. Söhbət əlavədən gedir ki, artırılan interküy yalnız sujetlə bağlı zaman və məkanda lentə alınmış olsun.

**Debat atmosferini saxlamaq üçün interküy artırmaq lazım gələrsə, bunları unutmayın:**

- radio və ya TV debatının təbii səslə çəkildiyi barədə təsəvvür yaratmaqdan ötrü səs effektlərindən səsi lentə alınmayan verilişlərdə istifadə etməyin. Bu, həm peşə, həm də etik pozuntu sayıla bilər;
- səs fraqmentləri verilişlə uzlaşarsa, lentə alınmış gerçək səs həmin olayın səssiz lent yazısıyla birgə istifadə oluna bilər;

- audio və ya videoproqramdan ötrü lentə yazılan səs bilərəkdən montaj effekti yaratmaq üçün gerçək səs şiddətinə nisbətdə artırılıb-azaldıla bilməz (məsələn, olduğundan daha böyük coşqunluq aldanışı yaratmaq məqsədilə alqışların gurultusunu artırmaq olmaz). Ancaq səsin ucalığı elə tənzimlənə bilər ki, verilişin texniki tələb və səs çatımı ödənsin (məsələn, debat salonunda sual verən adamın səsi mikrofondan uzaqlığına görə pis eşidilirsə, sualın aydın eşidilməsindən ötrü efir zamanı həmin adamın səsini qaldırmaq mümkündür).

### ***Moderator necə danışmalıdır?***

Azərbaycan teleradio efirinin dili qanun müstəvisində dəqiqləşdirilməyib (söhbət dilin adından deyil, sözlükdən gedir). Bu, hər zaman mübahisələrə açıq bir durum doğurur. Eyni zamanda qətiyyənlə mübahisə olunmayacaq həqiqətlər də var:

1. Azərbaycan türkcəsində qarşılığı olan yabançı sözləri işlətməkdən qaçmaq lazımdır;
2. Efirdə dövlət dilindən doğru-düzgün istifadə çox önəmli məsələdir (uşaqlı-böyükklü müxtəlif adamlar TV və radionu özlərinə örnək seçə bilərlər).

Necə danışmaqla bağlı dəqiq göstərişlər də yoxdur. Dil mövzusunda yazılmış bir çox ədəbiyyatı incələdikdən sonra yayım dilinə verilən tələbləri bu cür açıqlaya bilərik:

- Efir dili doğru və gözəl ana dilinə əsaslanmalıdır (deməli, moderator da öz ana dilində “bülbül kimi cəh-cəh vurmalıdır”);
- Jurnalistlər hədəf auditoriyasının (yaş, təbəqə, zona mənsubiyyəti və s. nəzərə alınmaqla) anlayacağı dildə danışımalıdırlar;
- Sözlük janr və formata uyğun olmalıdır;
- Ləhcədən istifadə ləhcə ilə danışığa çevrilməməlidir;
- Jurnalistin diqqətə yetirmək istədiyi məlumat dinləyicini (seyrçini) çaşdırmamalıdır;
- Jurnalistin diqqətə yetirdiyi məlumat personifikasiya edilməlidir (Fransız dilində “personne” adam, şəxs, sima, “en personne” şəxsən, özü, “personnel” şəxsi, xüsusi kimi tərcümə olunur. Personifikasiya sözünün Azərbaycan dilində anlamını daha dəqiq ifadə etməyə çalışsaq, “özüm-səmə”, “özləşdirmə”, “özününküləşdirmə” və ya “özlənmə” deyə bilərik. Jurnalistikada bu terminin haçalığı açıqlamaları var, ancaq bütün hallarda söhbət jurnalistin “özü ola bilməsi”ndən, özünəməxsusluğundan, bənzərsizliyindən, onun bəlli imicinin yaradılmasından, özəl yazı-səs-söz üslubundan gedir).

Auditoriyanın zövqünü oxşamaq, oxucu-seyrçidirləyicilərin nəyi, necə və nə zaman istədiyini bilmək və ən əsası, bütün bunları yerli-yerində gerçəkləşdirmək hər bir peşəkar jurnalistə verilən tələblərdən sayılır. İnsanlar süniliyi sevmirlər. “Personnel”, yəni “özüm-sənmiş” olmaq da bu səbəbdən qaçılmaz tələbdir.

“Özümsənme”nin-özlənmənin sirri açıla da bilər, açılmaya da. Məsələn, təsəvvür edək ki, bir neçə adamı mətbəxə ötürür və onlara xörək bişirməyi tapşırıq. Eyni ədva və ərzaqdan istifadə edən bu adamlar, tutaq ki, düşbərə bişirirlər. Yayma xəmir, qıyma quzu əti, daha nə bilim, nələr ortalıqdadır. Əti yaxşıca döyür, ədvasını, göyərtisini, yağını qatırlar. Düşbərəni büküb qaynadırlar (aşbazlar yanlışları bağışlasınlar) və sonra süfrəyə gətirirlər (sirkəsi də öz yerində). Dadına baxanda görəcəyik ki, tərkibi və hazırlanma ardıcılığı eyni olsa da, birinin hazırladığı yemək ləzzətli (zarafat kimi qavranılsa da, “ləzzətli” və “faydalı” yeməkləri qarşı-qarşıya qoymaqla daha bir debat mövzusu əldə edə bilərik) olur, o birininki yox. Düşbərəyə verilən tələblər də az deyil, axı: hansı kasada verilir, hansı qaşıqla yeyilir, bir qaşığa neçə düşbərə yerləşir və s. və i.ə.

Hamı bu qaydaları yerinə yetirsə də, dad mütləq fərqli olacaq. Jurnalistikada da belədir. Eyni proqram biçimlərində eyni tələbləri yerinə yetirən ayrı-ayrı jurnalistlərin verilişləri mütləq bir-birindən fərqli alınacaq. Bunun səbəbini həm də personifikasiyada axtarmaq lazımdır.

### *Moderatorun sualları*

Jurnalistlər unutmasınlar ki:

- onlar müstəntiq deyillər və müsahibin onların sualına cavab verməmək hüququ var;
- kobud, kinayəli və sərt suallardan qaçmaq lazımdır;



- abstrakt, “həyata bir də gəlsəydiniz, yenə Azərbaycanda yaşayardınız?” sayaq mənasız və köhnəlmiş suallar da peşəkarlıqdan uzaq təsir bağışlayır;
- bir neçə sualı özündə birləşdirən və mürəkkəb cümlə şəklinə salınan suallar həm müsahibi çaşdırır, həm də anlaşıqlı olmur;
- cavabı özündə ehtiva edən suallar yersiz sayılır;
- əvvəlki suala cavab almadan növbəti sualı vermək olmaz;
- suallarda xaotikliyə, yəni qarma-qarışıqlığa yer verilməməli, hər bir sual özündən öncəkinin ya davamı, ya da növbəti mövzu ilə bağlı olmalıdır;
- sual nə dərəcədə konkretdirsə, cavab da bir o qədər mətləbəyaxın və dolğun olur;
- qeyri-konkret sualın cavabında respondentin fantaziyaları və ekspromt fikirləri baş alıb gedir;
- respondentinizlə bağlı cəmiyyətdə olan mövqeyi bölüşmədiyinizi göstərmək üçün sualı -“Rəqiblərinizin (tənqidçilərinizin) fikrincə”- ifadəsi ilə başlamaq lazımdır;
- müsahibə boyunca müsahibinizlə göz bağlantısı qurmaq çox önəmlidir, çünki sual verdiyiniz şəxs ona qulaq asdığınızı hiss etməlidir;

### ***Dil və düşüncə sadəliyi***

Jurnalist, hansı işi görsə də, daha sürətli və daha çevik, daha yaradıcı və daha dərin düşünməyə borcudur və bunu arzulayır. Rudolf Fleşin “Aydın düşüncə sənəti” kitabında məhz bu baxımdan çox faydalı məsləhətlər yer alıb. Həmin kitabın nəşrindən 60 il ötsə də, orada əksini tapan “Fleş testi” indiyədək önəmini itirməyib. Hər halda Mass Medianın tanınmış jurnalist və araşdırıcıları belə dü-

şünürlər. Sözügedən testdə sadə bir düsturdan yararlanaraq auditoriyanın sözləri nə dərəcədə anladığını yoxlamaq olar. Formal məntiqi bir kənara buraxan Fleşə görə, düşüncə məntiqində hər hansı pozuntunu 2 yolla – “nə olsun?” və “konkretləşdir” tələblərini irəli sürməklə üzə çıxarmaq mümkündür.

Con Ullmen müəllifi olduğu “Jurnalist araşdırmaları: çağdaş üsullar və texnika” kitabında həmin testin tətbiqinə aid belə bir misal verib: “*Gətirdiyim misal “Ədalətli Əmək Normaları Haqqında” Qanununun tətbiqi ilə bağlı bəzi halları mübahisəli sayan bir məqalədən götürülüb. Söhbət özəlliklə ağır maşınların yaxınlığında yaşı 16-nı aşmayan uşaqların çalışmasını yasaqlayan normadan gedir. Gözlə görülməsi üçün gərəkli yerlərdə Fleş formulundan istifadə ediləcək:*

#### **“Fleş formulu”nun tətbiqindən öncə:**

*“Yaxınların sözüdür, qartal burunlu (nə olsun?) və şiş portfelli (nə olsun?) bir adam yanıma gəldi. Əmək Nazirliyindən yoxlama aparmağa gəlmişdi...*

*İdarənin qapısı taybatay açıldı və 7 yaşından 19 yaşınadək bir dəstə uşaq və yeniyetmə hay-küylə içəri soxuldu... “Bunlar kimdir?” – deyə o soruşdu.*

*Ona söylədim ki, adətən, dərstdən sonra bir qrup məktəbli qaçıb buraya gəlir. Onlardan 5-6 nəfərini (gələnlərin sayını, yaşını və neçə dəfə gəlib-getdiklərini konkretləşdir) büküb-qatlama sahəsinə dəvət edirik (onların əməkhaqqını konkretləşdir). Məktəblilər orada həftədə iki kərə iki-üç saat (konkretləşdir) alma şirəsi içib, qoğal yeyir, radio dinləyib, söhbətləşirlər (nə olsun?).*

*“Bu, bir növ, özəl gənclik proqramıdır”,- xanımım söhbətə qoşuldu (o proqramın mahiyyətini açıqlayıb konkretləşdir). Yanımızda qalmasaydılar, indi küçələrdə veyillənir, başlarına bəla açırdılar (nə olsun?). Burada onlar pul qazanır, vaxtlarını xoş keçirirlər (nə olsun?)”.*

*“Nə olsun?” və “Konkretləşdir”i heç də həmişə gərəkli faktlarla əvəzləmək olmur. Ancaq bu halda faktları bildiyimdən məsələnin mahiyyətinə dəxli olmayan hər şeyi yığışdırmaq və çatışmayan faktları artırmaqla məqaləni yenidən yazmaq mümkündür. Düzəlişlərdən sonra həmin məqalə belə olacaq:*

#### **“Fleş formulu”nun tətbiqindən sonra:**

*“Bu yaxınlarda Əmək Nazirliyindən bir adam yoxlama aparmağa gəlmişdi...*

*İdarənin qapısı taybatay açıldı və 7 yaşından 19 yaşınadək 26 uşaq və yeniyetmə hay-küylə içəri soxuldu...” Bunlar kimdir?” – deyə o soruşdu.*

*Ona söylədim ki, adətən, dərstdən sonra bir qrup məktəbli qaçıb buraya gəlir və biz qəzetləri büküb-qatılmaq üçün onların arasından yaşı 16-nı keçməyən 10 məktəblini günəmuзд işə götürürük. Həmin məktəblilərdən birinin 11, ikisinin 12, üçünün 13 və dördünün 14 yaşı vardı. Onlar saatda azı 16, çoxu 35 sent qazanırdılar. On dörd yaşlıların biri 2-ci növbədə gecə 12-nin yarısındanadək, 13 yaşlı bir məktəbli isə gecə saat 11-dək çalışırdı”.*

*Bəlkə də məqaləni yenidən işlərkən, Fleşin mübarizə apardığı sifətlərin hamısını saxlamaq istəyəcəksiniz. Ancaq ayrılıqda hər bir sifəti işlədib-işlətməyəcəyinizi öz-özünüzdən soruşmaq son dərəcə faydalıdır. Axı baş verən hadisənin önəmli özəlliyi də var, ikinci dərəcəlisi də”.*



## TELEVİZİYADA DEBAT

### *İctimai güzgü*

Studiyada üzbəüz əyləşərək qızgın mübahisə edən, bir-birinə danışmağa aman verməyən, tərəf-müqabilini dinləməyə səbri çatmayan, hətta qəzəblənərək opponentinin üstünə su atan hirsli-hikkəli adamları azmı görmüsünüz? Bəzən dəyirmi stol arxasında əyləşərək tərəf-müqabillərinin ünvanına iftiralar yağdıran iştirakçıların növbəli çıxışı da, bəzən susqun, bəzən də dil boğaza qoymadan müsahiblərinə yersiz suallar yağdıran, tez-tez hakimlik iddiasına düşərək tərəfləri bir araya gətirməyə çalışan aparıcının idarə etdiyi hansısa televiziya «məclisi» də debat kimi qəbul edilir. Yox, bunların heç birinin əsl debata aidiyyəti yoxdur, heç normal diskussiya da belə keçmir.

İctimai debatın tərkib hissəsi olan teledebat, hər şeydən əvvəl, bir davranış, fikir və düşüncə tərzi, özünüifadə, başqaları ilə ünsiyyət qurmaq, onları dinləmək mədəniyyətidir. Teledebat sayı milyonlarla ölçülən geniş auditoriya ilə ünsiyyət prosesidir. Qədim Roma natiqləri bu nəhənglikdə auditoriyanı heç yuxularında da görə bilməzdilər. Amma televiziya debat iştirakçılarına, o cümlədən seçki ərəfəsində telediskussiyaya çıxan siyasi xadimlərə bu şansı verir.

## **Diqqət!**

Teledebat bir ictimai güzgüdür və danışan adamı hər xırda cizgilərinə qədər dəqiqliyi ilə göstərir, iştirakçını tamaşaçıya tanıdır, onu sevdilir. Təbii ki, bəzən əksinə də olur. Qəzet səhifələrində, radioda böyük uğur qazanaraq, oxucu və dinləyicinin rəğbətində layiq olan hansısa mədəniyyət və ya siyasət xadimi mavi ekranda debata çıxarkən uduzur.

Əlbəttə, bu, bir tərəfdən televiziyanın sehrlı gücü ilə bağlıdırsa, digər tərəfdən insanın özünün fərdi-psixoloji keyfiyyətləri ilə bağlıdır. Məsələn, tarixçilər haqlı olaraq belə hesab edirlər ki, 1960-cı ildə ABŞ-da keçirilən prezident seçkisində C.Kennedi ona görə qalib gəldi ki, o, televiziya debatında çox inamlı, qətiyyətli və səmimi davranışı ilə auditoriyanı fəth edə bildi. Yaxud əksinə, onun rəqibi R.Nikson radiodebatlarda güclü arqumentlərə əsaslanan çıxışları ilə böyük üstünlük qazandığı və güclü təəssürat yaratdığı halda, televiziya ekranında laqeyd və süst olduğuna görə uduzdu. Televiziya debati radionun yaratdığı güclü, ağıllı Nikson obrazını alt-üst etdi.

Bu debatda televiziyanın, ənənəvi olaraq, tək cə danışığa, arqumentlərə yox, həm də bəzən əhəmiyyətsiz görünən detallara (məs., oturuş, əllərin vəziyyəti, müxtəlif hərəkətlər, jestlər, müsahibi dinləyərkən yaranan reaksiya və s.) əhəmiyyət verməsi fərqli təəssürat yaratmışdır. Bu debatdan sonra aydın oldu ki, televiziya son nəticəyə yox, prosesə üstünlük verir. Niksondan sonra Avropanın bir çox demokratik ölkələrində də televiziyanın təsir gücünü, onun prosesi

və detalları qabartmaq imkanlarını nəzərə almadan debata çıxıb uduzan görkəmli siyasi xadimlər tapıldı.

### ***Barmaqla sayılması örnəklər***

Azərbaycanın televiziya təcrübəsində debat proqramları, həqiqətən bir əlin barmaqları ilə sayılması qədər azdır. Ötən əsrin 90-cı illərinin əvvəllərində ölkədə ictimai-siyasi həyatın dirçəlməsi parlamentdə debatların genişlənməsinə, aktual problemlərin ictimai müzakirəsinə yol açsa da, 1990-1993-cü illər arasında keçirilən prezident və parlament seçkiləri teleekranlara müəyyən canlanma gətirsə də, tamaşaçılar gerçək debat proqramları görə bilmədilər. 1992 və 1993-cü illərdə keçirilən prezident, 1995-ci ildə gerçəkləşdirilən parlament seçkiləri efiərdə yalnız monoloqların sayını artırdı. Həmin dövrdə Rusiya telekanallarının Azərbaycan məkanına təsirinin güclü olmasına baxmayaraq, telekanallarımız oradakı yaxşı debat proqramlarının təcrübəsindən bəhrələnmə bilmədilər. Ona görə də bu və digər səbəblərdən Azərbaycan tele-məkanında debat proqramlarının bir format kimi sabitləşmədiyini iddia etmək olar. Amma azsaylı nümunələr vardır.

#### **Diqqət!**

90-cı illərin sonunda ANS televiziyasında efiərə çıxan «Nəzər nöqtəsi» proqramı ilk debat verilişi oldu. Hər hansı ictimai problemə fərqli baxışları əks etdirən bu proqram Azərbaycan cəmiyyətində fikir plüralizminin və ekranda polemika mədəniyyətinin inkişafına ciddi töhfələr verdi.

ANS telekanalında daha bir uğurlu layihə kimi efirə çıxmış və hər buraxılışı tamaşaçı auditoriyasının ciddi marağına səbəb olmuş «Cəm» verilişini də nümunəvi debat proqramı kimi qəbul etmək olar. Seçilmiş forma, studiya quruluşu, proqram strukturu, reqlament, canlandırıcı qrafik elementlər, ən başlıcası isə cəmiyyəti narahat edən aktual, ictimai maraq doğuran mövzular müasir debat proqramlarının tələblərinə cavab verirdi. Aparıcının (Rasim İmanov) intellektual imkanları, moderatorluq məharəti (bəzən müəyyən edilmiş hədləri pozsa da), dəqiq reqlament, yaxşı düşünülmüş rejissor və prodüser işi proqramın populyarlığını təmin etmişdi.

2001-ci ildə Azərbaycan televiziyasında təxminən bir il müddətində efirə çıxmış «Xalqın sözü» (sonra bir neçə buraxılışı «Gerçəklik» adı ilə verilib) proqramını da debat verilişi saymaq olar. Bu kitabın müəlliflərindən birinin apardığı həmin proqramda aktual mövzular müzakirəyə çıxarıldı. Hər hansı problemə fərqli baxışları əks etdirən proqramda həm hakimiyyət, həm müxalifət nümayəndələri, həm də müstəqil ekspertlər iştirak edir, diskussiya aparırdılar. Proqramın siyasi partiyalar, Azərbaycan Xalq Cümhuriyyəti, neft gəlirlərinin şəffaflığı, ölkənin təhlükəsizlik konsepsiyası və s. mövzuda verilişləri məhz debat prinsipləri əsasında hazırlandığına görə auditoriyanın rəğbətini qazana bilmişdi.

Müxtəlif vaxtlarda və elə indinin özündə bir sıra telekanallar, o cümlədən İctimai televiziya («Ortaq məxrəc», «İşgüzar saat»), ATV («El içində»), Spase («Gənclər parlamenti»), AzTV («Tərəf müqabil» və s.) müxtəlif formatlı diskussiya proqramları yayımlayırlar.



Lakin onların heç biri formatın tələb və prinsipləri baxımından debat proqramları sayıla bilməz. Debat verilişləri hazırlamaqla geniş auditoriyanı məlumatlandırmaq, cəmiyyəti aktual problemlərdən əgah etmək televiziyanın missiyasıdır. Xüsusən, ictimai televiziya tamaşaçılar üçün maraqlı ola biləcək peşəkar tələblərə cavab verən debat proqramlarının hazırlanmasına ehtiyac vardır.

### ***Debat proqramlarının mahiyyəti***

Debat da daxil olmaqla, bütövlükdə diskussiya proqramları aparıcı telekanalların yayım şəbəkəsində kifayət qədər geniş yer tutur. Siyasi-proseslər, beynəlxalq həyatın aktual problemləri, xüsusən sosial-iqtisadi, hüquq, ailə-cəmiyyət münasibətləri, tibbi mövzularda müzakirələrə tamaşaçılar da fəal qoşulur, suallar verir, mövqelərini söyləyir, rəy bildirirlər.

Əlbəttə, geniş kütləvi müzakirələr təşkil etmək, ekranda diskussiyalar aparmaq, hansısa vacib mövzunu araşdırıb təhlil etmək televiziyanın təbiəti, cəmiyyətə yaxınlığı və təsiri ilə birbaşa bağlıdır. Diskussiya proqramlarının özəlliyi ondadır ki, bu növ verilişlər aktual problemə həsr edilir və açıq, geniş müzakirə üzərində qurulur. Ona görə də bu növ proqramlar üçün başlıca xüsusiyyət cəmiyyəti düşündürən ictimai əhəmiyyətli aktual problemlərin müxtəlif formalarında müzakirəsidir. Məqsədinə, strukturuna və formasına görə diskussiya proqramları bu və ya başqa problemə münasibətdə ictimai mövqeyi, fikir palitrasını əks etdirir. Məsələn, tok-şoularda, yaxud digər diskussiya proqramlarında əsas məsələ müzakirəyə çıxarılan möv-

zunun hərtərəfli, ciddi arqumentlər əsasında araşdırılması, ona ictimai münasibətin əks etdirilməsidir.

### **Diqqət!**

Yaxşı diskussiya proqramları üçün aşağıdakı şərtlərin olması çox vacibdir:

- seçilən mövzunun xüsusi aktuallığı və ictimai mahiyyət daşıması;
- diskussiyada iştirak edən mütəxəssislərin cəmiyyətdə müəyyən nüfuz sahibi olmaları;
- müstəqil (tərəfsiz) ekspertin iştirakının zəruriliyi;
- müzakirə olunan mövzunun araşdırılmasında fikir müxtəlifliyinin, plüralizmin gözlənilməsi;
- mövzuların müzakirəsində interaktivliyin – tamaşaçı ilə əlaqənin təmin edilməsi;
- mövzunu yaxşı bilən və bu mövzunun bütün parametrlərinin tamaşaçı üçün açıqlanmasına yardım göstərən daimi aparıcının olması.

Müzakirə üçün seçilmiş mövzunun xarakterindən asılı olmayaraq diskussiya proqramı auditoriya üçün aydın, populyar bir dildə aparılmalıdır. Tamaşaçı üçün bir növ bələdçi rolunu oynayan aparıcı çalışmalıdır ki, müzakirə iştirakçıları mövzunun dərinliklərinə nüfuz etməklə yanaşı, həm də fikirlərini anlaşıqlı, danışiq dilinə xas olan bir tərzdə ifadə etsinlər.

Əvvəldə ictimai debatlardan danışarkən biz dedik ki, bu növ debatlar yalnız iştirakçılara konkret keyfiyyətlərin aşılması məqsədilə keçirilmir, onlar daha çox cəmiyyət həyatı üçün önəmli problemlərə dair

real qərarların qəbulu prosesinə təsir göstərmək vəzifəsi daşıyır. Belə debatlar, bir qayda olaraq, medianın və özəlliklə televiziyanın iştirakı ilə təşkil olunur və cəmiyyətin müxtəlif seqmentlərini əhatə edir. Dünya təcrübəsi göstərir ki, televiziya özü debatların təşkili təşəbbüsü ilə çıxış edir və bu səbəbdən indi Qərblə ölkələrinin nüfuzlu televiziyanın əksəriyyətində davamlı debat proqramları və debat klubları fəaliyyət göstərir. Bu prizmadan yanaşaraq qeyd edək ki, prinsip etibarilə televiziya debati:

- tamaşaçını bilgiləndirmə forması;
- televiziya publisistikası və proqram növü;
- ictimai rəyə təsir və onu yönəltmə vasitəsi;
- siyasi kampaniyaların, o cümlədən seçki kampaniyasının tərkib hissəsidir.

*Bilgiləndirmə (məlumatlandırma)* vasitəsi kimi debat tamaşaçıların maraq göstərdiyi veriliş formalarından biridir. Televiziyalar bu formanı seçməklə ictimai əhəmiyyət kəsb edən hər hansı mövzuda auditoriyaya zəruri bilgiler çatdırır. Məsələn, ölkə həyatı üçün vacib olan bir qanunun parlamentdə qəbulu, milli sərvətlərin bölüşdürülməsi, yaxud hansısa tarixi abidənin vəziyyəti və s. barədə debatların təşkili tamaşaçıları daha çox məlumatlandırmaq məqsədi daşıyır. Burada hər hansı problemin debat yolu ilə müzakirəsi gerçəkliyi, həqiqəti bilməyə kömək edir. Debat ustası Karl Popperin «Ola bilər ki, sən səhv edirsən, ola bilər ki, mən səhv edirəm. Ancaq biz yalnız bir yerdə həqiqətə yaxınlaşa bilərik» kəlamı bu məqam üçün deyilib.

*Televiziya publisistikası və proqram növü* kimi debat, əslində birinci məqamdan az fərqlənir. Son

dövlərdə bəzi tədqiqatçıların teledebatı ekran publisistikasının ayrıca bir janrı kimi təqdim etməsinə, ona fəvqəladə rol ayırmasına baxmayaraq, təbii ki, bu iddia çox mübahisəlidir. Bütün hallarda teledebat ekranda nümayiş etdirilən digər müzakirə formalarından kompozisiyası, strukturu, reqlamenti və digər daimi elementləri ilə fərqlənir. Televiziyalar yayım cədvəlində debat üçün ayrıca dövriliyi olan vaxt ayırır, özləri debatın təşəbbüsçüsü kimi çıxış edir, ölkənin tanınmış siyasi xadimlərinin və ziyalılarının həmin debatda iştirakına çalışırlar. Burada da məqsəd ölkənin və cəmiyyətin həyatına dair aktual problemlərdən söhbət açmaq, həmin problemə ictimai önəm vermək və cəmiyyəti bu problemlərin həllinə geniş cəlb etməkdir.

*İctimai rəyi yönəltmək* forması kimi debata önəm verilməsi kütləvi çevik informasiya vasitəsi olan televiziyanın güclü təsir imkanları ilə bağlıdır. İstənilən mövzuda təşkil olunan televiziya debatı cəmiyyətdə müəyyən rezonans doğurur, geniş ictimai rəy yaradır, bu və ya başqa problemin həllində cəmiyyətin və hakimiyyətin səylərini birləşdirir. Məsələn, Vyana şəhəri yaxınlığındakı karton-kağız fabrikinin taleyi (bu müssisə ekologiyaya zərər vurduğuna görə bağlanıb), yaxud Nyu-Yorkda seks-şopların qapadılması məhz televiziya debatlarının təsiri ilə həll olunub. Bəzi ölkələrdə milli problemlərin həlli ilə bağlı teledebatlara önəm verilməsi təcrübəsi çox faydalıdır. Lakin ictimai rəy adı altında televiziya debatlarından manipulyasiya vasitəsi kimi istifadə etmək yolverilməzdir.

*Səçki kampaniyasının tərkib hissəsi kimi* təşkil edilən debat daha çox siyasi təbliğat və təşviqat xarakteri daşıyır. 50 il əvvəl Amerikada əsas qoyulmuş

debatın bu növü hazırda Avropa, Asiya, Afrika ölkələrində geniş yayılıb. Artıq bu gün Əfqanıstan kimi bir ölkədə seçkiqabağı teledebat keçirilməsi əhalini məlumatlandırmaq və demokratiyaya xidmət faktı kimi qəbul edilir. Xüsusən Avropa ölkələrində seçki kampaniyasının tərkib hissəsi kimi teledebatların önəmi getdikcə artır.

Tamaşaçıların belə debatlarla ciddi maraq göstərməsi, geniş auditoriyanın toplanması həm telekanallar, həm də siyasətçilər üçün əlavə stimula verir. Polşa, Finlandiya, Norveç, İsveç, Hollandiya, Belçika kimi ölkələrdə televiziya debati seçkilərin tərkib hissəsi və əsas atributlarından biri kimi çox populyarlaşmış. Almaniyada parlament seçkilərinə hazırlıq prosesində televiziya debati həmişə gündəmdə olur. Sonuncu dəfə kameralar qarşısında indiki kansler, xristian–demokratlar blokunun rəhbəri A.Merkel və sosial–demokratlar blokunun rəhbəri, ölkənin xarici işlər naziri F.Ştaynfaymer dayanıblar. Onlar saat yarım ərzində jurnalistlər qarşısında ölkənin daxili və xarici siyasəti ilə bağlı suallara cavab veriblər. 20 milyondan çox tamaşaçının izlədiyi bu teledebatda daha inamlı və güclü arqumentlərə malik olan F.Ştaynfaymer qalib gəlmişdir. Teledebat onun rəhbərlik etdiyi blokun seçkidə qələbə çalmaq imkanlarını xeyli artırır.

Böyük Britaniya parlamentində güclü debat ənənəsi olsa, yerli səviyyədə keçirilən seçkilər zamanı teledebatlar təşkil edilsə də, burada yüksək səviyyədə televiziya debati təcrübəsi formalaşmayıb. Ona görə də 2010-cu ildə ölkədə keçiriləcək parlament seçkiləri zamanı ilk dəfə olaraq aparıcı siyasi partiyaların iştirakı ilə televiziya debatinin keçirilməsi zəruri hesab

edilib. Xüsusilə ölkə mediası bunu vacib sayır. Düzdür, əvvəlki seçkilərdə də ABŞ, Fransa, Almaniya modelində televiziya debatlarının təşkil olunması məsələsi ortaya çıxmışdı. Lakin 2005-ci ildə o vaxtkı leyborist baş nazir Toni Bler bundan imtina etmiş və imtinasını onunla əsaslandırılmışdı ki, onsuz da parlamentdə – icmalar palatasında hər həftə cari məsələlər üzrə debatlar təşkil olunur.

Teledəbatların keçirilməsi zərurəti ilə bağlı Britaniya televiziya kanalları da öz mövqelərini bildiriblər. Ölkənin aparıcı telekanallarının nümayəndələrinin fikrincə, belə debatlar ona görə vacibdir ki, gənclər ölkədə nəyin və necə baş verdiyindən xəbərdar olsunlar.

### *Teledəbatın özəlliyi*

Televiziya debatının təşkil olunması özəlliyi, daha çox görüntü rəqursları və ekranın tələb etdiyi drammatizmlə bağlıdır. Təbii ki, klub, qəzet, radio və İnternet debatları da özünəməxsus xüsusiyyətlərə malikdir, lakin həssas tamaşaçının gözü qarşısında keçirilən teledəbatın fərqli cəhətləri hər halda daha qabarıqdır. Mövcud təcrübəyə əsaslanaraq televiziya debatının aşağıdakı özəlliklərini qeyd etmək olar:

- improvizə olunmuş «televiziya parlamenti» formasında qurulması;
- geniş ictimai önəm daşıyan mövzulara həsr edilməsi;
- vizual və struktur baxımından daimi elementlərə malik olması;
- rejissor və operator işi baxımından vahid üslubda təqdim edilməsi;

- diskussiya prosesinin elementlərinin (danışan şəxsin müxtəlif planlarda verilməsi, dinləyənin reaksiyasının, iştirakçıların münasibətinin göstərilməsi və s.) qabardılması;
- iri planların (üz cizgiləri, reaksiya və s.) təqdimatında tərəflərə eyni (balanslı) münasibətin nümayiş etdirilməsi;
- dinamik keçidlər və anonslar vasitəsilə tamaşaçı diqqətini fəallaşdırmağa yönəlməsi;
- montajın (əgər debat canlı deyilsə) yalnız dinamika yaratmağa xidmət etməsi.

Əlbəttə, aparıcı işi, reqlament və strukturla da bağlı teledebatın müəyyən özəllikləri üzə çıxır. Debat hazırlanarkən bu özəlliklərin nəzərə alınması ona görə vacibdir ki, tamaşaçı seyr etdiyi intellektual yarışdan bilik və estetik zövq ala bilsin.

### ***Teledebatın üç prinsipi***

Televiziya debatının öz prinsipləri var. Bunlar mahiyyətinə görə ümumi debat prinsiplərindən çox da fərqlənmir. Amma ekranda bu prinsiplərə əməl olunması ona görə daha vacibdir ki, onların pozulması daha qabarıq gözə çarpır və debat atmosferini pozur. Həmin vacib prinsiplər aşağıdakılardan ibarətdir:

- öyrənməyin qələbədən vacibliyini dərk etmək;
- vicdanlı olmaq və düzgünlük nümayiş etdirmək;
- opponentə hörmətlə yanaşmaq.

**1. Öyrənmək qalib olmaqdan vacibdir.** İnsan hər bir söhbəti, müzakirəni, fikir mübadiləsini yalnız məlumatlı olduğu mövzu ətrafında aparmalıdır. Hansı sahədə biliyin, təsəvvürün yoxdursa, orda mübahisə,

müzakirə aparmaq, ən azı, «boşboğazlıqdır». Əgər mən nəyisə bilmirəmsə – bundan çəkinmək, sıxılmaq lazım deyil. Bir adamın hər şeyi bilməsi absurddur. Əslində heç ensiklopediyalar da hər şeydən məlumat vermək gücündə deyillər. Lakin, əgər mən hansısa bir mövzudan danışmaq, problemi həll etmək istəyirəmsə, onda əvvəlcə oxumalı, öyrənməli, bilik, məlumat almalyam, ondan sonra müzakirəyə girişməliyəm.

Debat elə təşkil olunmalıdır ki, müasir demokratik cəmiyyətin vətəndaşı kimi sizin müvəffəqiyyətinizi təmin etsin, tamaşaçınınsa müəyyən bilik və bacarıqlara yiyələnməsinə yardımçı olsun. Əslində teledebat tamaşaçının dünyagörüşünü zənginləşdirməklə yanaşı, ona zövq verə biləcək bir forma kimi düşünülüb. Bu prinsipə uyğun olaraq debatın əsas hədəfi – öyrənmək, bilik almaq və maariflənməkdir. Başqa sözlə, burada öyrənmək qələbə qazanmaqdan daha böyük əhəmiyyət kəsb edir. Əgər siz debatda yalnız qələbə çalmaq üçün iştirak edirsinizsə, deməli, qarşınıza düzgün məqsəd qoymamısınız.

Nə üçün öyrənmək qələbədən vacibdir?

Əvvəla, ona görə ki, öyrənmək və kamilləşmək istəyi sizi debat vaxtı yolverilməz üsullara əl atmaqdan saxlayacaq. Təbii ki, siz belə üsullara əl atmağa cəhd etməyəcəksinizsə, bununla öz layiqli xarakterinizi göstərüb tamaşaçıların rəğbətini qazanacaqsınız.

İkincisi, bəzən debata çıxanlar qarşılıqlarına yalnız qalib gəlmək məqsədi qoyduqlarından bu intellektual yarışın çərçivələrini aşırırlar. Belə halda aparıcı «qayda yaradınca», xeyli zəhmət çəkməli olur. Debatda yeganə



məqsədiniz qalib gəlmək olarsa, bu, sizdən xeyli artıq vaxt və enerji ala bilər.

**2. Düzgünlük və vicdanlılıq.** Əgər birinci prinsipə razılaşmışınızsa, ikinci prinsipi qəbul etmək sizin üçün çətin olmayacaq. Təbii ki, siz öyrənməyi, bilik və vərdişlərinizi cilalamağı qələbə çalmaqdan üstün tutursunuzsa, deməli, heç vaxt arqumentləri saxtalaşdırmağa və yalançı əsaslar uydurmağa cəhd etməyəcəksiniz.

Vicdanlılıq, düzgünlük, dəqiqlik debatın əsası, onurğa sütunudur. Biz həmişə həqiqəti bilmək istəyirik və bu həqiqəti sübut edən informasiya və faktları arqumentlər toplusu kimi qəbul edirik. Siz bir məsələ haqqında hər şeyi bilmədiyinizi etiraf edirsinizsə bu, artıq sizin öz üzərinizdə qələbənidir. Debat zamanı yalnız gerçək, dəqiq faktlardan istifadə etmək hər bir iştirakçının borcudur.

İnandırmaq və üstün gəlmək xatirinə yanlış, özündən quraşdırılmış məlumatlara, fikirlərə, saxta və uydurma arqumentlərə əsaslanmaq yolverilməzdir. Rəqib tərəfinin gətirdiyi sübutlar inandırıcıdırsa və sizin onu təkzib etməyə kifayət qədər bilgi və arqumentiniz yoxdursa, saxta məlumatlara əl atmaq fikrindən yan keçin.

Vicdanlılıq və dəqiqlik həm də fikrin, mövqenin aydınlığını tələb edir. Siz fikirlərinizi tezis, arqument və sübutlarınızı anlaşıqlı bir dildə söyləməlisiniz. Ekran qarşısında əyləşmiş tamaşaçı sizin dediklərinizi anlamalıdır. Akademik üsluba əl atmaq, yalnız konkret sahə adamlarının bildiyi dildə danışmaq teledebat üçün arzuolunan hal deyil.

3. *Opponentə hörmət.* Debat zamanı irəli sürülən ideya, fikir və iradlar heç bir halda iştirakçının şəxsiyyətinə aid olmamalıdır. Sizinlə hər hansı məsələdə həmfikir olmayan, razılaşmayan (bu, çox təbiidir) adamı hər hansı formada təhqir etmək, ona hörmətsizlik göstərmək və ya istehza etmək yolverilməzdir. Əslində təhqirə əl atmaqla siz özünüz tamaşaçının gözündən düşürsünüz. Debat yalnız fikir və ideyaların toqquşmasıdır. Bu toqquşmada yeganə silah bilik və əsaslandırılmış, güclü arqumentlərdir. Başqa sözlə, siz opponentin şəxsiyyətinə yox, onun arqumentlərinə və fikirlərinə «hücum» etməlisiniz və təbii ki, bunun özü də müəyyən etik çərçivədə aparılmalıdır.

### ***Teledəbat iştirakçısı nələri bilməlidir?***

Təcrübəsiz adamın teledəbata çıxmmaması məsləhətdir. Studiyaya dəvət olunmuş şəxslər hər halda müəyyən həyat təcrübəsinə malik, mübahisələrdə bərkə-boşa düşmüş adamlardır. Amma bu adamlar, əvvəla, kamera qarşısında fikirlərini yığcam ifadə etməyi bacarmalıdırlar: uzunçuluq tamaşaçını yorur. Çoxları televiziya vaxtın necə sürətlə keçdiyini duymur və bu səbəbdən özləri vaxt qıtlığı yaradır, seytnota düşür, fikirlərini axıradək ifadə edə bilmirlər.

İkincisi: debatin bu kitabda qeyd olunan qayda və prinsiplərinə əməl etmək vacibdir. Həmin qaydalar debatin mahiyyətini ifadə edir. Əgər siz debat texnologiyasına yaxşı yiyələnmişsinizsə, probleminiz olmayacaq. Bu texnologiya sizdən aşağıdakı məqamları daim nəzərə almağı tələb edir:

- mövzunu yaxşı mənimsəmək;
- mövqeyinizi qoruyub müdafiə etməyiniz üçün güclü arqumentlərə malik olmaq;
- bu arqumentləri araşdırmaq və qruplaşdırmağı bacarmaq;
- opponentinizin arqumentlərini sübutlarla təkzib və ya inkar edə bilmək üçün aydın taktikaya yiyələnmək;
- çarpaz suallar raundu üçün çevik, tutarlı, məntiqli suallar hazırlamaq;
- subutlardan elə istifadə etmək ki, yekun çıxışda (nəticə) əlinizdə opponentin mövqeyini zəiflədə biləcək əsaslarınız qalsın;
- yadınızdan çıxarmayın: sizin hər hərəkətiniz, hər bir mimika və jestiniz kameranın nəzarətindədir.

Debat zamanı vacib arqumentlər toplamaq, tutarlı keyse (təsdiqləyici və inkaredici sübutlar toplusu) yiyələnmək çox önəmlidir. Bunsuz sizin tezisləriniz və iddialarınız havadan asılı qalacaq. Aşağıdakı nümunəyə diqqət yetirək:

«Vətəndaş cəmiyyəti uğrunda qadınlar alyansı»nın keçirdiyi debatda «Qadınlarla bağlı ayrı-seçkilik varmı?» mövzusu müzakirə olunur. Tərəflər ayrı-seçkiliyin olması fikri ilə razılaşırlar, bununla belə, debatda iki fərqli baxış özünü göstərir. İddiaçı tərəf bu ayrı-seçkiliyi tamamilə ədalətsiz, cavabdeh tərəf isə zəruri və milli psixologiyadan doğan fakt hesab edir. Burada diqqəti cəlb edən odur ki, hər iki tərəf öz tezis, mülahizə və bəyanatlarını əsaslı arqumentlərlə təsdiq etməyə çalışır. Həmin arqumentlərə nəzər salaq:

<i>İddiaçı</i>	<i>Cavabdeh</i>
<p>Mən bəyan edirəm ki, seksizm (cinsi ayrı-seçkiliyi bildirmək üçün işlədilən termindir – <i>müəllif</i>) bizim toplumda ən zərərli yanlışlıqlardan biridir. Bu ideologiyanın sonucları addım-başlı rəstəmizə çıxır, bizi ədalətsiz və insafsız edir, mə-nəviyyətimizə zərbə vurur.</p> <p>Bu gün Azərbaycanda kişi və qadınlar arasında ayrı-seçkiliyin olduğunu nümayiş etdirən bir sıra hallar var ki, onları açsaq, toplumda yer alan böyük ədalətsizlikləri görə bilərik. Həmin hallara baxaq:</p> <p>Bir çox yeni qurulmuş ailələrdə ər öz qadınını kişilərin tam üstünlük təşkil etdiyi konfranslara, partiyalara, görüşlərə qoşulmağa qoymur. Belə ərlər üçün kişilər çox olan toplumda qadının bulunması bir ər kimi ona ləkə gətirir. Ədalətsizlik odur</p>	<p>Mən hesab edirəm ki, toplumda elə yazılmamış qaydalar var ki, onları heç vaxt pozmaq olmaz. Yoxsa biz sosial qəzalara düşürük. Belə qaydaların bir kəsimi isə müəyyən həddə-cən seksist duruma təsis edir. Feministlər və bizim İddiaçı bu cür seksizmi ədalətsiz sayır. Halbuki əxlaqın özündə – iddiaçı özü də bunu söylədi – ədalət mexaniki, riyazi bərabərlik deyil. Sən az və pis işləyirsənsə, mən yaxşı və çox işləyirəmsə, səndən çox maaş almağım ədalətsizlik deyil, hərçənd burada maaşların bərabərliyi yoxdur, ancaq elə olmaması da ədalətlidir. Ona görə də ədalət hər kəsin haqqının ödənilməsidir. Deməli, kişiyə fiziki planda ağır çöl işləri, qadına ev işləri layiq görüləndə, bu, seksist bərabərsizlik olsa da ədalətli sayılır? İddiaçı... toplumda qadın-kişi fərqi və bundan törəyən sonucları öz çıxışında tez-tez ədalətsizlik kimi</p>

ki, qadınlardan yığılmış məclisdə həmin kişinin bulunması ən pis halda zarafat kimi qəbul olunur.

Misal göstərdiyimiz seksizm və ya ədalətsizlik bizim toplumun gəlişməsinə böyük əngəllər yaradır. Məhz onun üzündən çağdaş Azərbaycanda qadın kəsiminin böyük imkanlarından bir resurs kimi istifadə olunmur və qadınların intellektual mədəniyyəti ya gəlişmir, ya da ki, onların gəlişmiş intellektual mədəniyyəti Azərbaycan toplumuna öz faydasını vermir.

Maraqlıdır ki, bugünkü cəmiyyətimiz qadın intellektinin inkişafına çox zaman hədd qoysa da, onların savadlanmasına qarşı çıxmır. Bu da bir uyğunsuzluq, eklektizmdir. Belə çıxır ki, oxuyub biliklənmək, savadlı olmaq lazımdır, ancaq bu savadı yüksək intellektualliq səviyyəsinə ucaltmaq olmaz – bizdə

dəyərləndirir.

İndi isə feministlərin toplumda ədalətsiz saydığı bir sıra konkret məqamlara baxaq. Məsələn, istər Qərb, istərsə də Şərq ölkələrində qadınların rəhbər vəzifədə çalışması, kişilərlə müqayisədə yaxşı qarşılanmır. Hətta görkəmli filosof Hegel hesab edirdi ki, qadın dövlət başçısı olarsa, həmin ölkə təhlükəyə uğrayar, çünki qadın başçının davranışları ümumi tələblərə deyil, təsadüfi meyl və düşüncələrə söykənir. Feministlər bunu seksizm, ədalətsizlik kimi dəyərləndirirlər, ancaq, gəlin, məsələyə dərinədən baxaq. Məncə, qadının siyasətçi olmasına və ya hər hansı yüksək vəzifə tutmasına qarşı çıxanlar düzdürlər. Bu yanaşma, təbii ki, qadının bioloji və psixoloji özəlliklərindən irəli gəlir. Bildiyimiz kimi, qadınlar, kişilərə baxanda, daha çox depressiyaya, emosional çılğınlığa, psixi sarsıntılara uğrayırlar. Bu da onların orqanizmində tez-tez baş verən fiziki proseslərdən doğur. Si

qadınlarla bağlı yazılmış qayda budur! Mən təkrar edirəm ki, bu yanaşma cəmiyyətin qadınlara olan çox böyük ədalətsizliyi-dir...

Mənim iddiam Azərbaycan toplumunda qadınlarla bağlı seksizmdən doğan ədalətsizliyə qarşıdır. Bu ədalətsiz ayrı-seçkilik hələ uşaq ikən bizim şüurumuza yeridilir. Biz artıq sosial bəla olan bu problem haqqında ciddi düşünməliyik.

yasət və ya hər hansı yüksək vəzifə belə emosional dəyişikliklərlə bir araya sığmur. Ona görə də, təbii ki, qadınlara dövlət işində bel bağlamaq düz deyil. Ancaq bu yanaşma heç də qızın oxumasına, biliklənməsinə pis baxmaqla nəticələnməməlidir. Buradan çıxardığımız sonuc: qadınları geniş biçimdə dövlət işlərinə qoşmağa qarşı çıxmaq ədalətsizlik deyil, konstruktiv bölgüdür.

Gətirilən hər bir arqumentin təsdiqi üçün düşünülmüş və yaxşı əsaslandırılmış sübutlar tələb olunur. Sübutlar tamaşaçı auditoriyasını və iştirakçıları sizin mövqeyinizin düzgünlüyünə inandıran faktlara, misallara və sitatlara əsaslanmalıdır. Bu sübutlara yiyələnmək üçün mütləq *informasiya toplamalı*, «məlumat bankı» yaratmalısınız. İnformasiyanın toplanması üçün geniş şəbəkə var. Kitabxanalardan, İnternet şəbəkəsindən, mütəxəssislərin fikirlərindən, sorğuların nəticələrindən və s. yaxşı bəhrələnmək olar. Həmişə informasiya mənbələrini öyrənin, debatın mövzusu ilə bağlı müxtəlif mənbələrdə məlumatlar axtarın, bütün dəlilləri toplayın, təhlil edin, sonra isə dəqiq məntiqi formaya salın. Bu proses sizdə mövzu haqqında təsəvvür yaradır. Mütaliə ilə daimi məşğul olmaq vacibdir. Oxuyub seçdiyiniz materialları davamlı

nəzərdən keçirin, seçilmiş məlumatları və onlardan debatda necə istifadə edəcəyinizi yazın və bunu yaxın dostlarınızla müzakirə etməkdən çəkinməyin.

***Mənbələr haqqında məlumatlar.*** Siz debat zamanı tez-tez sitatlara, mövqə bildirən fikirlərə istinad edəcəksiniz. Bu səbəbdən sitat gətirmək istədiyiniz mənbənin seçimində səliqəli olmalısınız. Yalnız inandığınız, dəqiq və mötəbər mənbələrdən istifadə edin. Bu, sizin inamlı çıxışınız üçün ciddi stimuldur.

Mənbə o zaman mötəbər sayılır ki, o, subyektivlikdən uzaqdır, səriştəlidir, müəllif bu sahədə yüksək nüfuzə malikdir və ictimaiyyət tərəfindən tanınmış (məsələn, müəyyən mükafatlar almış mütəxəssislər, alimlər və jurnalistlər). Onu da nəzərə almaq lazımdır ki, bir sahədə ixtisaslaşan adam o biri sahədə mütəxəssis sayıla bilməz. Adətən, bir neçə fərqli sahədə «külüng çalanlar» çox dərinlərə gedə bilmirlər.

Mənbənin dəqiq, mötəbər olduğunu sübut etmək, adətən çətin olur. Çox vaxt mənbəyə qısaca, «ötəri» istinad olunur. Ona görə də çarpaz suallar zamanı çalışın elə taktikadan istifadə edəsiniz ki, opponentinizin (yaxud sizə qarşı oynayan komandanın) istifadə etdiyi mənbənin nə dərəcədə mötəbər olduğunu üzə çıxarasınız.

Lakin unutmayın ki, belə demək mümkünsə, «qərəzsiz şahidlər» də olur: onlar qərəzli mövqeni və ya qabaqcadan düşünülmüş səhv rəyi gördükdə həqiqəti söyləyirlər və ya müəyyən ehtimalla yol verirlər. Buna görə də arqumentlərinizi sübut etmək üçün sizə mütləq aşağıdakı dəstək materialları lazımdır:

- mövzuya uyğun misallar;
- müxtəlif faktlar;
- uyğun statistika;
- nüfuzlu mənbələrdən götürülmüş sitatlar və s.

Debat metodikasına dair ədəbiyyatlarda toplanmış *dəlillərin qeydiyyatı üçün xüsusi vərəqlərdən* istifadə etmək tövsiyyə olunur. Göstərilir ki, müxtəlif mənbələrdən toplanmış məlumatların sistemləşdirilməsi üçün xüsusi vərəqlərdən istifadə etmək məqsədəuyğundur. Həmin vərəqdə aşağıdakılar qeyd olunmalıdır:

- bibliografik göstəricilər: müəllif, işin adı, nəşriyyat, buraxılış tarixi, səhifənin sayı və nömrəsi;
- informasiyanın adı və məzmunu;
- sitatın (yaxud statistik rəqəm və ya faktın) tam və dəqiq variantı.

Əlbəttə sitatın mahiyyətini tərif etməmək və fikrin vacib elementini nəzərdən qaçırmamaq şərti ilə onu ixtisarla da yazmaq olar. Əgər müəllif mətni bir neçə abzas tutursa, bəzi materialların qısa şərhini vermək lazım gələcək. Yaxşı olar ki, orijinal həmişə yanınızda olsun ki, mənbənin həqiqiliyinə heç kimin şübhəsi qalmasın. Opponentiniz gətirdiyiniz sitatın həqiqiliyini yoxlaya bilər. Siz özünüz də rəqiblərinizin sitatlarının mötəbər olduğunu yoxlamaq hüququna maliksiniz.

Məlumatları qeyd etdikdən sonra xüsusi vərəqə üzərində özünüz bildiyiniz müəyyən işarələr qoyun, bunu elə edin ki, çıxış zamanı lazım olan yeri axtarıb tapmaq sizə asan olsun. Debat ərəfəsində topladığınız materiallarla bağlı aşağıdakılara əməl edin:



- Topladığınız dəstək materiallarının mənbəyini və məzmununun mötəbərliyini bir daha yoxlayın.
- Bütün faktlar, misallar, sitatlar və s. dəqiqləşdirdiyiniz mənbəyə istinadla deyilməlidir. Yalnız belə olduqda, siz onlardan cəsarətlə istifadə edə bilərsiniz.
- Əgər rəqibləriniz sizin mənbələr barədə etikadan kənar fikirlər söyləsələr, sübutsuz ittihamlara yol verməyin, amma siz bunu yalnız mənbəyin orijinalının köməyi ilə edə bilərsiniz.
- Əgər oponentinizin dəstək materiallarının saxta olduğuna və ya mötəbər olmadığına əminsizsə, buna sübutunuz varsa, susmayın.
- Dəstək materiallarınızın sambalına fikir verin, burada kəmiyyətdən çox, keyfiyyət önəmlidir.
- Əgər danışdığınız zaman səhvən interpretasiyaya yol vermişsinizsə, bundan faciə yaratmayın. Digər məqamların izahı zamanı əvvəlki fikirlərə incə bir düzəliş verə bilərsiniz.
- Sübutlar əsasında çıxardığınız nəticələri ümumi mövqeyinizə uyğunlaşdırın.

Yadda saxlayın ki, söhbət cari, müasir problemlər ətrafında gedirsə, gətirilən sübut və dəstəklər ən çoxu 3-5 il əvvələ aid mötəbər mənbədən götürülməlidirlər. Onun mövzu ilə bağlılığı olmalıdır, digər sübutlarla uzlaşmalıdır. Sizin topladığınız sübutlar toplusu strateji cəhətdən aydın və dəqiq düşünülmüş struktura malik olmalıdır. Yəni debatın strukturu sübut və dəlillər üzərində qurulmalı və bunları əhatə etməlidir: a) mövzunun interpretasiyası və dəstəyi; b) izahlar; c) əsaslandırma; ç) sübutlar;

Bütövlükdə isə debata hazırlıq prosesində keys (təsdiq və təkziblər silsiləsi) adlandırdığımız anlayış meyarların və əsas arqumentlərin, mövqenin möhkəmləndirilməsinə xidmət edən sübut və dəstəklərin məcmusu kimi başa düşülməlidir və onun strukturuna aşağıdakılar daxildir:

- Mövzu;
- Mövzunun aktuallığının əsaslandırılması;
- Əsas anlayışların izahı;
- Meyar;
- Arqument;
- İzahlar;
- Sübut və dəstəklər;
- Nəticə.

Burada hər bir elementin ciddi əhəmiyyəti var. Xüsusən izahlara və əsaslandırmaya önəm verilməlidir.

***İzahlar:***

- dəqiq və birmənalı olmalıdır;
- əsaslandırılmalı və nəzakətli təqdim edilməli, istilahlara izahı aydın və sadə olmalıdır;
- strateji olmalıdır.

İzahları mövzudan dərhal sonra vermək daha yaxşıdır. İzaha keçmək üçün, məsələn, belə bir cümlə işlətmək olar: «Hörmətli opponentin mövqeyi daha anlaşılıqlı olsun deyə mövzudakı bəzi istilahlara izahını vermək istərdik». Təsdiqedicisi tərəfi anlayışların izahını verdikdən sonra inkaredicisi tərəfi bu izahlara münasibətini bildirməlidir. Verilən izahlar inandırıcıdırsa, onların qəbul edildiyi elan olunur. İzahlar səhv olduqda, bu, faktlarla sübuta yetirilməlidir.

***Əsaslandırma*** mərhələsi də debat üçün çox önəmlidir. Verilişə hazırlıq mərhələsində hər iki tərəfi mövzu

ilə bağlı öz mövqeyini aydın şəkildə əsaslandırmaq üçün aşağıdakı suallara cavab verməlidir:

- Biz nəyə görə bu mövzunu debata çıxarıyıq?
- Mövzunun dəstəyi üçün biz hansı dəlillər gətirməliyik?
- Mövzu hansı sualların izahını tələb edir?
- Mövzu cəmiyyət üçün hansı əsas problemləri əhatə edir və buna hansı misalları gətirmək olar?
- İnkaredici (yaxud təsdiqləyici) tərəfin arqumentləri hansılar ola bilər?

Bu suallara cavab verərkən, dəqiq və strateji cəhətdən əsaslandırılmış arqumentlər toplusunun yaradılmasının başlanğıcı qoyulur.

### ***Teledebatın tərkib hissələri***

Debat maraqlı dramaturji material kimi də tamaşaçının diqqətini cəlb edir. Adətən, televiziya debati bir veriliş forması kimi müxtəlif tərkib hissələrdən ibarət olur. Debatın tərkib hissələri bunlardır:

#### **Diqqət!**

- giriş, mövzunun və iştirakçıların təqdimatı;
- əsas iştirakçıların mövzuya münasibəti və mövqələrin aşkarlanması;
- tərəflərin bir-birlərinin mövqə, arqument və sübutlarına münasibəti;
- mülahizələrin, sübut və arqumentlərin qarşılaşdırılması, təsdiqi və təkzibi;

- «çarpaz suallar» raundu;
- studiyada iştirak edənlərin suallarının cavablandırılması;
- sonluq, nəticənin nümayişi.

Bütün bu mərhələlərdə bir proqram formatı kimi debatın dinamikliyini təmin etmək prodüser və rejissorun işidir. Amma burada iştirakçılardan da çox şey asılıdır. Onlar həm başlanğıcda, həm gedişatda, həm də yekunda çox canlı olmalıdırlar. Aparıcının təqdimatından sonra iştirakçılar tezliklə auditoriyanın diqqətini özlərinə cəlb etməlidirlər. Giriş sözü elə olmalıdır ki, tamaşaçıların diqqətini çəksin və mövzunu tamamilə açsın. Diqqəti yadda qalan bir sitatla, gözlənilməz statistika ilə, eləcə də misallar və müqayisələrlə cəlb etmək olar.

*Məsələn*, «Təbii ehtiyatların mühafizəsi iqtisadi inkişafdan vacibdir» mövzusunun şərh edərkən auditoriyanın diqqətini güclü faktlarla cəlb etmək olar: «Harvardlı bioloq Edvard Vilson belə hesab edir ki, tropik meşələrin məhvi ildə ən azı 50000, gündə 140 onurğalı canlının yox olmasına gətirib çıxarır. Bu o deməkdir ki, bizim raund qurtarana qədər 12 onurğalı canlı həmişəlik yox olacaq. Biz üstünlüklərimizi (prioritetlərimizi) müəyyən etməli və ətraf mühitin mühafizəsinə qalxmalıyıq. İqtisadi inkişafın zəifləməsi hesabına olsa da, bunu etməliyik».

*Başqa bir misal*. «Dünya maliyyə böhranı Azərbaycana təsir edibmi?» mövzusunda teledebatda çıxış edən ekspertlər – millət vəkili Vahid Əhmədov, neft

araşdırmaları üzrə mütəxəssis İlham Şaban; iqtisadçılar – Azər Mehdiyev və Elşad Səmədzadə əsas suala cavab verərkən məhz arqumentlərə istinad edirlər. Amma burada arqumentləşdirmənin səviyyəsi fərqli görünür.

*(Aparıcının təqdimatı və mövzunun elanından sonra debat iştirakçıları problemə münasib. tərini açıqlayır və möqvelərini əsaslandırmağa çalışırlar).*

V.Əhmədov: Dünyanı bürüyən bugünkü böhran qlobaldır və dünyanın elə bölgəsi yoxdur ki, ora təsir etməsin. Böhran ölkədə nə qədər çıtışmazlıq varsa, hamısını üzə çıxarır və göstərir ki, dövlətin apardığı iqtisadi siyasət nə dərəcədə düzgün olub və ya düzgün olmayıb. Böhran Azərbaycanda da hiss olunmaqdadır. Ancaq buna kəmiyyət baxımından yanaşmaq lazımdır. Yəni böhran Azərbaycan iqtisadiyyatına minimal həddə təsir edib. Buna səbəb isə Azərbaycanın müəyyən ehtiyatlarının olması və Mərkəzi bankın gördüyü qabaqlayıcı tədbirlərdir. Əlbəttə, buna baxmayaraq, böhran ölkənin bütün sektorlarına və ayrılıqda hər bir insana təsir etməkdədir. Hal-hazırda əmanətləri böhrandan sığortalamaq üçün müəyyən tədbirlər görülür. Rəsmi-statistik məlumatlara görə, hazırda respublikada 19% işsizlik var. Amma bu rəqəm stabil deyil və hər an dəyişə bilər. Mənim fikrimcə, bu iqtisadi böhranda hələ ki, stabilləşmə yoxdur, hətta onun ikinci kritik mərhələsi başlaya bilər.

İ.Şaban: Böhran deyən kimi, biz neft qiymətləri haqqında düşünürük. Yadınızdadırsa, neftin qiyməti keçən ilin ortalarında, yəni iyul ayının 3-də özünün maksimum həddinə çatdı, 1 barrel üçün 147 dolları keçdi və sonradan ən aşağı həddə – 38 dollara qədər endi.

Neftin qiymətində müşahidə olunan disbalans yanacağın qiymətinə də təsirsiz ötüşmədi. Bir çox dünya ölkələrində yanacağın qiymətində bahalaşma müşahidə olundu. Ancaq Azərbaycanda son 2 il ərzində yanacaqda bu cür bahalaşma hiss olunmadı və qiymətlər stabil qaldı.

Bir amili də nəzərə çatdırmaq yerinə düşərdi ki, hazırda dünyanın bir çox ölkələrində həmin ölkə daxilində yanacağın qiyməti müxtəlifdir. Ancaq Azərbaycana nəzər şaldıqda müşahidə etmək mümkündür ki, istər paytaxtda, istərsə də ucqar rayonlarda yanacağın standart qiyməti mövcuddur.

E.Səmədzadə: Mən bir iqtisadçı olaraq belə düşünürəm ki, ümumiyyətlə, haqqında danışılan böhrandan qorxmaq lazım deyil. Çünki bu böhran dövrü olub xəstəliyin ortaya çıxması situasiyasıdır və ya belə deyək ki, bu hal əsrin xəstəliyinin ortaya çıxmasından asılı olaraq özünü göstərir.

Bəzən «Neftin qiyməti aşağı düşərsə, bu, dövlət büdcəsinə nə dərəcədə təsir edə bilər?» – sualını verirlər. Əlbəttə, bizim əsas ixrac məhsulumuz neftdir. İqtisadiyyatımız demək olar ki, əsasən neftin üzərində qurulub. Təbii olaraq, neftin qiymətində baş verən azalma ölkə iqtisadiyyatına da ciddi təsir göstərir. Və bu da bir daha iqtisadiyyatda olan problemləri ortaya çıxarır. Eyni zamanda göstərir ki, biz iqtisadiyyatımızı sığorta etməliyik. Və mənim fikrimcə, biz neftdən gələn gəliri başqa sahələrə yönəltməklə milli iqtisadiyyatımızı daha güclü və çevik qurmalıyıq.

A.Mehdiyev: Ölkə mətbuatında belə fikirlər səsləndirilir ki, guya iqtisadi böhran bizə heç təsir etməyib, əksinə biz inkişaf etməkdəyik. Bəs onda indi bazar-dükanlarda qiymətlər niyə artır? Özü də çoxu süni şəkildə bunu qaldırır. Bu qiymətlər təcili aşağı salınmalıdır. Ona görə aşağı salınmalıdır ki, hələ 2007-ci ilin yanvar ayında qiymətlər qaldırılanda biz demişdik ki, qiymət siyasəti düzgün aparılmayıb. Axı heç bir əsaslandırma yox idi ki, o vaxt qiymətlər bu həddə qaldırılsın. Əgər əsas gətirilmişdisə ki, Azərbaycanda enerji daşıyıcılarının qiyməti dünya bazarına uyğunlaşdırılır, onda dünya bazarına uyğun olaraq, bu gün neftin qiyməti aşağı salınmalıdır. Bu, ən azı məntiqdən doğur.

Hazırda enerji sektorunda qiymətlər artım səviyəsinə yətinədir. Dünya ölkələri ilə müqayisədə ölkəmizdə enerjinin qiyməti yüksək həddədir. Belə demək mümkündür ki, Azərbaycan nefti xaricə daha ucuz, özümüzə isə əksinə, daha baha satılır. Hazırda enerji sektorunda şəffaflıq yoxdur. Baş verən artım və azalmanın nədən qaynaqlandığı məlum deyil. Və ən azı bu barədə ictimaiyyətə informasiya verilmir.

*(Aparıcı debatın giriş hissəsinin bitdiyini, sualın təsdiqləyici («hə») və inkar («yox») hissəsinə aid izah və sübutların açığlanması raunduna keçidi elan edir).*

Göründüyü kimi, debatın başlanğıc hissəsində müzakirə predmetinə, yəni debatın əsas sualına fərqli cavablar verilir. Ekspertlər çıxışlarında problemin müxtəlif aspektləri ilə bağlı tezislər irəli sürür və həmin tezisi (bəyanatı) izah etməyə və sübutlarla əsaslandırmağa çalışırlar. Məndən göründüyü kimi, əsaslandırmanın,

yeni arqumentləşdirmənin dərəcəsi kimdə yüksəkdirsə (məsələn, bu epizodda A.Mehdiyevin arqumentləri daha tutarlıdır), onun çıxışı daha inandırıcı və təsirli olur.

Debat boyunca çoxlu sayda əsaslı və əsassız *mülahizələr* səslənir. Tamaşaçı yalnız özülündə arqument və sübut dayanan mülahizəni yadında saxlayır. Mülahizə ağıla gələn hər hansı fikri səsləndirmək deyil, konkret fakta, tendensiyaya və müşahidəyə əsaslanan məntiqi hökmdür. Burada mülahizə dedikdə, konkret situasiya ilə bağlı anlayış nəzərdə tutulur.

### **Diqqət!**

Debat kontekstində mülahizənin aşağıdakı növləri qabardılır:

- faktların ümumiləşdirilməsi ilə bağlı;
- analogiyaya əsaslanan;
- analogiya və müqayisələri ifadə edən;
- müşahidəyə əsaslanan;
- səbəb–nəticə əlaqəsinə əsaslanan;
- nüfuzlu fikrə istinad edən mülahizələr.

İstənilən tezis, fikir və iddia dəlillərə söykənən mülahizələrin köməyi ilə əsaslandırılır. Mülahizə iddia üçün lazım olan əsası verir, eyni zamanda konkret *sübut* və arqumentlərlə müşayiət olunur. Bu prosesdə sübut dedikdə, arqumenti müşayiət edən və onu düzgün, dəqiq qavramağa imkan verən məlumat başa düşülür. Əgər başqa adam sizin arqumentinizi qəbul etmirsə, deməli, siz nəyisə ona sübut edə bilməmişiniz.



Yəqin ki, siz sübutlar gətirmisiniz, lakin bunlar başqasını inandırmaq üçün yetərli olmayıb. Belə vəziyyətə düşməmək üçün iştirakçılar mülahizə və sübutlarla bağlı geniş yayılmış iki qaydaya əməl etməlidirlər:

*Birinci qayda* – arqumentlər uyğun dəlillər üzərində qurulmalı və mənbələrə istinadlarla müşayiət olunmalıdır. Debatda əsaslandırılmamış arqument sübut sayılmır. Lakin dəlilə əsaslanmış müddəə o vaxta qədər sübut sayılır ki, onu bir başqası təkzib etməsin.

*İkinci qayda* – sübutlarla arqumentlər arasındakı əlaqəyə aydınlıq gətirilməlidir. Sizdən həmişə bu əlaqəni nümayiş etdirməyi tələb edəcəklər. Əlaqəni göstərə bilməyənsiz, sübutunuz işləməyəcək.

Televiziya debatının gedişi zamanı iştirakçılar bu qaydalara əməl etdiklərini göstərməli, həm mövzuya, həm də debat texnikasının incəliklərinə yiyələndiklərini nümayiş etdirməlidirlər. Xüsusən, *səbəb-nəticə əlaqələrinin* izahında zəngin bilik və tutarlı məntiqə ehtiyac var. «Səbəb-nəticə» əlaqələrinin əsası ondan ibarətdir ki, bir hadisədən o biri doğur. Ümumiyyətlə, hadisələrin bir çoxu səbəb-nəticə əlaqəsi ilə bağlıdır. Bu problemin səbəbi nədir? Onun nəticələri necə olacaq? Bu, mülahizələrin daha mürəkkəb formasıdır və məsələyə əsaslı yanaşma tələb edir.

İstənilən debatın fərqli mövqelər toqquşmasını və fikir çəkişməsini üzə çıxaran maraqlı hissələrindən biri də *çarpaz suallar* adlanan raunduur. Bu raund əsas iştirakçıların (və bəzən də komandanın) mövzunu nə dərəcədə dərin və hərtərəfli bildiyini əks etdirir və debatın nəticəsinə mühüm təsir göstərir. Yəqin ekranda

müşahidə etmisiniz ki, debat iştirakçılarının heç də hamısı çarpaz suallar üçün onlara ayrılmış vaxtdan səmərəli istifadə etmir, yersiz mübahisələr açır, opponentini təkzib etməyə aludə olaraq, öz arqument və sübutlarını inkişaf etdirə bilmir. Belə hal ondan yaranır ki, iştirakçılar çox vaxt çarpaz sualların məqsəd və taktikasını öyrənməyə etinasız yanaşırlar.

**Sual:** Bəs teledebatın bu həlledici məqamında nələri bilmək lazımdır?

**Cavab:** Debatın bu mərhələsində aşağıdakı qaydaları bilmək vacibdir:

- çarpaz suallar bir neçə praktiki və strateji məqsədə xidmət edə bilər. Bunun üçün ayrılmış vaxtı səmərəli istifadə etmək və düzgün dəyərləndirmək lazımdır;
- opponentinizə diqqətlə qulaq asın, onun arqumentlərini özünüz üçün tam aydınlaşdırın. Əgər o, danışdığı vaxt fikriniz yayınıbsa və onun çıxışının bəzi vacib məqamlarına diqqət yetirməmişsinizsə, bir qədər vaxt itirərək opponentinizi sorğu-suala tutub, boşluqları doldura bilərsiniz;
- elə ifadələr işlədin, elə dəlil-sübutlar gətirin ki, onu sizə qarşı işlətməsinlər, çünki opponentiniz həmişə sizin səhvlərinizdən istifadə etməyə hazırdır;
- bu raundda mübahisəyə girişməyin, çünki verilmiş (debatın) bu hissəsi mübahisə üçün deyil, sual vermək və cavab almaq üçün ayrılıb. Yadda saxlayın ki, siz bu raundda növbəti mərhələdə çıxışınız zamanı istifadə etmək üçün yeni arqumentlər axtarmalısınız. Opponentinizi arqumentlər mübadiləsinə çəkmək sizin üçün sərfəli

deyil;

- həddən artıq aqressiv olmayın, suallarınız heç bir halda müstəntiq suallarına oxşamamalıdır. Siz istintaqda yox, debatdasınız. Əgər üç dəfə cəhd etdikdən sonra istədiyiniz məlumatı ala bilmirsinizsə, növbəti suala keçin;
- əgər sizə lazım olan cavabı almınsınızsa, opponentə öz sübutlarının dəyərliliyi və məziyyətləri haqda geniş danışmağa imkan verməyin. Onun sözünü nəzakətlə kəsin və çarpaz suallar üçün ayrılmış vaxtı nəzarətdə saxlayın. Çünki sizin əlavə suallarınız var;
- bu raund üçün dəqiq taktik planınız və ehtiyat suallarınız olmalıdır;
- yalnız konkret faktlara əsaslanan qapalı suallar verin. Əgər opponentinizə vaxt məhdudiyyəti qoymadan danışmağa imkan versəniz, çarpaz suallara ayrılmış müddətdən səmərəli istifadə edə bilməyəcəksiniz. Nəzərə alın ki, öz mövqeyini sarsıdan suallar silsiləsi ilə qarşılaşmamaq üçün opponentiniz mümkün qədər uzun danışmağa, nəyi isə təsvir edib geniş izahatlar verməyə, bir sözlə, vaxt udmağa çalışacaq. Amma faktlara əsaslanan suallar yalnız qısa cavablar tələb edir və opponentinizə sizin vaxt hesabına geniş danışmağa imkan vermir;
- təmkinli, inamlı və çevik olun. Sual-cavab zamanı aldığınız informasiyadan öz çıxışınızda istifadə edin. Eyni zamanda opponentinizin cavablarınız əsasında nəticə çıxarmasına mümkün qədər imkan verməyin, çünki bu, sizin dəlil-sü-

butlarınızı puça çıxarmaq üçündür.

### *Teledəbatın aparıcısı*

Televiziyanın digər verilişləri ilə müqayisədə debat proqramlarının aparıcılığı bir sıra çətinliklərlə bağlıdır. Ona görə də teledəbat aparıcısının kim olacağını müəyyənləşdirərkən çox diqqətli olmaq gərəkdir. Televiziyalar teledəbata ən nüfuzlu, intellektual bacarıqlı, yaxşı reputasiyası olan, qərəzsiz və vicdanlı jurnalistləri (moderatorları) çıxarırlar. Fikir vermisinizsə, televiziya diskussiya proqramına dəvət edilən ekspertlər, ilk növbədə, aparıcının kimliyi ilə maraqlanırlar. Təcrübəsiz, kifayət qədər biliyi olmayan və mürəkkəb situasiyalara alışmamış, canlı efirdə bərkdən-boşdan çıxmamış, davranışı hələ çiy olan aparıcının teledəbata çıxarılması bəri başdan uğursuzluq deməkdir.

Teledəbat, əslində söz duelidir. Burada iddiaçılar çıxış edir, biri digərinə suallar verir, sonra rollarını dəyişirlər. Odur ki, teledəbatda aparıcının söz yükü çox deyil, amma onun hər addımı – üzünün ifadəsi, yerinə düşən təbəssümü, replika və müdaxilələri, çevik reaksiyası, hazırcavablığı, ünsiyyətçilliyi, düşündürücü pauzaları, xoşrəftarlığı və sairə, - hər şey kameranın iri planındadır. Elə buna görə də bəzən aparıcının tez-tez özünü gözə soxması, yersiz iradları, söz kəsməsi, kobudluğu, yaxud kiməsə yarınmaq cəhdi auditoriyanın kəskin reaksiyasına səbəb olur.

Ekrandakı debatın aparıcısını klublardakı debatların hakimləri ilə müqayisə etmək olmaz. Həmin hakim geniş səlahiyyətləri var, o iddiaçılara tövsiyələr

verir, yeri gəldikdə iradlar tutur, yarışın nəticəsini müəyyənləşdirir. Amma teledebat aparıcısının belə funksiyaları yoxdur. Teleaparıcı ilə debat hakimini yalnız bir cəhət birləşdirir: onların heç biri *müzakirəyə qarışmur, mövzu ilə bağlı öz şəxsi rəyini söyləmir, kimin səhv, kimin düz olduğunu proses zamanı bildirmir*. Çünki hakim kimi, teleaparıcı da debatın iştirakçısı deyil, verilişi idarə edib yönləndirəndir.

Klub debatında hakimlik – tərəflərdən hansının daha inandırıcı olduğunun müəyyənləşdirilməsi və mübahisə nəticəsində yekun qərarın qəbul edilməsi prosesidir. Ona görə də hakim debatda təkcə qiymətləndirici yox, həm də öyrədici rol oynayır. O, bu və ya digər tərəfin qələbəsi haqqında qərar qəbul edir, oyunun gedişini təhlil edir. Bu səbəbdən klub debatında hakimin rolu böyükdür. Amma televiziya debatının aparıcısı nə debatın gedişini təhlil edir, nə də çıxışların səviyyəsini qiymətləndirir. O, bir dirijor kimi, debatın müəyyən olunmuş partitura üzrə aparılmasına və ayrılmış vaxtın düzgün istifadəsinə, reqlamentə əməl olunmasına nəzarət edir. Məhz bu kontekstdə aparıcı bilməlidir ki:

- o, debatın əsas iştirakçısı və tərəf deyildir;
- o, müstəntiq deyil, yalnız aparıcıdır;
- iştirakçılara münasibətdə neytrallığı qorumaq vacibdir;
- işgüzar dialoq mühiti ondan asılıdır;
- tamaşaçı ədalətsizliyi və subyektivizmi tez görür;
- o, danışanları səbrlə dinləməlidir.

Bunları bilən teledebat aparıcısı nələrə əməl etməlidir? O:

- reqlamentə dəqiq riayət olunmasına nəzarəti itirməməyə;
- öz emosiyalarını saxlamağa;
- tərəflərə simpatiya və antipatiyasını gizlətməyə;
- çıxışlara şərh və qiymət verməməyə;
- debatin gedişinə və formata dair bütün prosedurları dəqiq aydınlaşdırmağa;
- yarana biləcək gərgin situasiyalardan çıxmağı bacarmağa;
- cavabdan yayınmağı nəzərə çatdırmağa;
- debat etikasının (müraciət qaydaları, sual vermə, dinləmə mədəniyyəti və s.) tələblərinə əməl etməyə borcludur.

Aparıcı nələri etməməlidir? O:

- iştirakçıların çıxışlarını yarıda kəsməkdən;
- polemikaya müdaxilə etməkdən;
- mövzu ilə bağlı şəxsi mülahizələrini söyləməkdən;
- iştirakçıların çıxışlarına qiymət verməkdən;
- passiv olmaq və ya əksinə öz rolunu qabartmaqdan çəkinməlidir.

Debat aparıcısı yüksək *dinləmə mədəniyyətinə* malik olmalıdır. Danışanı *dinləmə bacarığına yiyələn-mək* böyük məharət tələb edir. Həmsöhbətə təmkinlə qulaq asmaq, onu dinləmək yüksək mədəniyyətin, nəzakətliliyin, əxlaqın təzahürüdür. «Dinləyə bilmək bacarığı, yaxşı danışmaq bacarığına bərabərdir» (Bəhmənyar). Danışanı dinləmək bacarığına sahib olmayan aparıcıların başqasına qulaq asmağa səbri çatmır, o, yersiz replikalarla debat iştirakçılarının sözünü ağzında qoyur. Bir türk zərb-məsəli sanki debat

proqramının aparıcısı üçün deyilib: «Qulaq asmaq lazım gələndə birinci, danışmaq lazım gələndə axırncı ol».

Debat zamanı mülahizələrini söyləyib sübutlarla danışan çıxışçının nitqi sona kimi təmkinlə dinlənilməlidir. Aparıcı çıxışçılardan danışğını bəzi hallarda kəsib müdaxilə edə bilər:

Aparıcı hansı hallarda danışanların sözünü kəsməlidir?

### **Diqqət!**

- danışan mətləbə keçmədikdə, mövzudan uzaqlaşdıqda;
- o, hər kəsə məlum olan şeyləri uzun-uzadı təsvir etdikdə;
- iştirakçıların hər ikisi eyni vaxtda danışdıqda;
- bəhs olunan məsələ ilə bağlı açıq səhvə və yanlışlığa yol verildikdə;
- etik qaydalar pozulduqda;
- reqlament pozulduqda.

### ***Teledəbatı necə təşkil etməli?***

Televiziya debatın təşkili ciddi, düşünülmüş səy, səriştəli vərdiş tələb edir. Bu növ proqramlara sadə, aparıcı işinin yüngül forması kimi baxıb: «nə var ki, tanınmış ekspertləri, bilikli adamları çağırırsan, onlar da gəlib rahatca danışirlar», deyə barmaqarası baxmaq olmaz. Əslində hazırlanması ən çətin olan verilişlərdən biri debattır və iştirakçılara arxayın olub,

diskussiyaya yaradıcı yanaşmasanız, verilişin aqibəti pis ola bilər. Debat üçün əvvəlcədən ciddi hazırlaşmaq, plan qurmaq, iştirakçıları (və komandanı), moderatoru müəyyənləşdirmək, heç olmasa ümumi suallar üzərində düşünmək lazımdır. Ən azı iki və tamamilə əks mövqeli mütəxəssisin fikir dartışması olan debatla özü-özünə inkişaf edən, sərbəst söhbət üzərində qurulan verilişləri eyniləşdirmək olmaz. Debatda hər şeyi əvvəldən axıradək nəzarətdə saxlamalısınız. Maraqlı debat proqramı hazırlamaq üçün aşağıdakı bir neçə məqama xüsusi diqqət yetirmək vacibdir:

- mövzunu və müzakirə metodikasını düzgün seçmək;
- problemi hərtərəfli öyrənmək;
- çəkişən tərəfləri dəqiqləşdirmək;
- aparıcını (moderatoru) düzgün müəyyənləşdirmək;
- auditoriyanı formalaşdırmaq;
- proqramın quruluşunu müəyyən etmək.

*Əvvəla*, diskussiya üçün seçilən mövzunun teledebat formatına uyğun gəlib-gəlmədiyini araşdırılmalıdır. Debat çəkişməsi təkcə məlumat almaq üçün bir vasitə olmayıb, həm də bir mövzuya səviyyəli, intellektual insanların müxtəlif baxışlarını əks etdirən müzakirədir. (Eyni fikirli insanlar arasında da müzakirələr ola bilər. Məsələn, bəzən efirdə hökumətin hər hansı sahədə siyasətini tərifi etmək və ya ancaq tənqid etmək üçün yarışa girib, bir-birlərinə danışmağa imkan verməyən «ekspert»lər arasında da diskussiyalar olur. Belə birtərəfli müzakirələr müəyyən maraq doğurur. Ancaq onların obyektiv, düşündürücü və ya həyəcanlandırıcı olduğunu kim iddia edə bilər?) Televiziya debatinin məgzi, canı məhz müxtəlif fikirlərin (təkcə fərqli yox,



həm də alternativ, bir-birinə əks olan) səsləndirilməsi, verilişdə *incə drammatizmin* olmasıdır. Bunun üçün birinci növbədə maraqlı, aktual mövzular seçilməlidir. Teledebat üçün yaxşı mövzu aşağıdakı tələblərə cavab verməlidir:

### **Diqqət!**

- xüsusi aktuallıq kəsb etməlidir;
- tamaşaçı auditoriyasının marağını cəlb edə bilməlidir;
- plüralizmə meydan açmalıdır;
- araşdırma üçün stimul yaratmalıdır;
- ona təsdiq və ya inkar şəklində birbaşa cavab vermək mümkün olmalıdır;
- müxtəlif səviyyələrdə müzakirələrə imkan verməlidir.

Deməli, hər mövzu debat üçün yaramaz (əvvəldə bu barədə danışmışıq). Ona görə də debat üçün mövzu seçərkən ciddi düşünməlisiniz.

*İkincisi*, mövzu dəqiqləşdirildikdən sonra bu məsələ ətrafında dartışa biləcək mütəxəssisləri tapmaq, ən əsası isə debatu kimin aparacağını müəyyən etmək lazımdır. Efirdə sıxılmadan iştirakçılarla və auditoriya ilə təmas quran, müəyyən edilmiş struktur əsasında debatu idarə edib axıra çıxaran aparıcı tapılmalıdır. Debat situasiyasında lazımi məqamlara reaksiya vermək, iti ağıl, zəka, intizam nümayiş etdirmək və özünə qarşı hörmət yaratmaq yaxşı aparıcıya xas olan xüsusiyyətlərdəndir. Əgər proqramınızın belə bir

aparıcısı varsa, deməli, bəxtiniz gətirib, yoxdursa, deməli, axtarıb-tapmaq və ya yetişdirmək lazımdır.

Debatda intellektual söhbət apara bilməyən müxtəlif fikirli adamları qəsdən bir-birinə qarşı qoymayın, bundan heç nə qazanmayacaqsınız, ekranda yaranacaq səs-küydən tamaşaçı bir şey anlamayacaq. Fikirlərdə ciddi ziddiyyət ola bilər, amma fərqli düşüncə müzakirədəki intonasiyanı kəskinləşdirməməlidir. Aparıcı mütləq televiziyanın qaydalarını və aparacağı verilişin məqsədini bilməli, prodüser və iştirakçılarla əvvəlcədən görüşməlidir. Özünə hörmət qazanmış aparıcı studiyadakı qonaqları da müəyyən qaydaları gözləməyə sövq edir və artıq emosiyalara yer qalmır.

*Üçüncüsü*, veriliş üçün mütləq yaxşı, cəlbədicə bir giriş hazırlayın. İndi dəb dəyişir: verilişlərin girişi əvvəlki dövrlərlə müqayisədə daha açıq, riskli və daha kəskin olub, həmçinin giriş üçün ayrılan vaxt da bir qədər uzadılıb. Beləliklə, aparıcıya yayımın ilk iki dəqiqəsində mövzunun vacibliyini əsaslandırmağa, təbii ki, həm də, müəyyən mənada öz biliyini göstərməyə imkan verilir. Bu fürsətə baxmayaraq, təcrübəli aparıcılar girişi çox uzatmırlar. Onlar bir neçə tutarlı cümlə ilə mövzunun niyə gündəmə çıxarıldığını əsaslandırır, müzakirə olunacaq bir neçə vacib sualı səsləndirir, sonra isə iştirakçıları təqdim edərək, diskussiyaya başlayırlar. Uzunçuluq həmişə yorucu olur.

*Dördüncüsü*, çalışın ki, iştirakçılar studiyaya verilişdən 20-30 dəqiqə əvvəl gəlsinlər. Verilişdən bir az əvvəl prodüserlə iş otağında və ya hollda oturub

söhbətləşmək pis olmaz. Əgər debat efirə canlı gedəcəksə, qonaqlara verilişdən qabaq çay, kofe təklif etmək tövsiyə olunmur. Efirqabağı ayaqüstü söhbət iştirakçıların bir-birini tanıması (əgər tanış deyillərsə) məqsədi güdür. Nəbadə, bu ayaqüstü söhbət zamanı mövzunu qısa da olsa müzakirə edəsiniz! Üstüörtülü şəkildə mövzudan bir az danışmağın qorxusu yoxdur. Amma əgər hərə mövzuya öz münasibətini əvvəlcədən bildirsə, onda verilişin təbiiliyi itəcək. Mövqələr üzə çıxandan sonra təbii diskussiya aparmaq çətinləşir.

Aparıcı verilişin dinamikliyini təmin etməlidir. Redaktor da diqqətinin çoxunu bu işə ayırmalıdır. Doğrudur, veriliş zamanı iştirakçıların sözləri çəp gələrsə və ya xüsusi açıqlama tələb edən şərait yaranarsa, baş redaktor, yaxud redaktor ortaya düşüb vəziyyəti düzəldə bilməz. Bu, problemi aradan qaldırmaq aparıcının işidir. Düzgün vaxt bölgüsü barədə qeydlər etmək, bu qeydləri təkrar-təkrar iştirakçıların diqqətinə çatdırmaq faydalı olar. Amma bir şey var: ən təcrübəli aparıcı belə, danışdığı zaman qulağına pıçıltı ilə deyilən sözlərdən çaşa bilər. Ona görə də öz qeydlərinizi ya reklam, ya da musiqi fasiləsi zamanı mikrofonla iştirakçılara açıq tərzdə çatdırma bilərsiniz.

Hər kəsə qarşı ədalətli olub, söz haqqı vermək sizin əsas məqsədinizdir. Çıxışlar isə konkret vaxt çərçivəsindədir. Vaxt, aparıcı üçün də çox vacibdir. Mütləq müəyyən olunmuş xronometraja sığmaq lazımdır. Verilişin sonunda diskussiyanın bitməsini bildiren hansı işarələrdən istifadə edəcəyinizi əvvəlcədən hamı ilə razılaşdırın. Bir çox aparıcılar əl

işarələri ilə xəbərdarlığa üstünlük verir. Geniş yayılmış forma kimi bu, özünü doğruldur.

Beləliklə, debat verilişi hazırlayarkən aşağıdakıları yadda saxlamamız işin xeyrinə olar:

- diskussiyanın dəqiq quruluşunu müəyyənləşdirin və ardıcılığı əvvəldən axıracan təəyyülnüzdə canlandırmağa çalışın;
- mövzunu dəqiq seçin (mövzu nə qədər dəqiq olarsa, müzakirə bir o qədər aydın xətlə aparılır);
- proqramın uğuru debatın əsas çıxışçılarından çox asılıdır. Ona görə bu adamları seçərkən çox diqqətli olun;
- intellektual diskussiya həmişə ağıllı və savadlı aparıcı tələb edir;
- çıxış edənlərlə efiqabağı (və ya videoyazı zamanı) mövzunu geniş müzakirə etməyin;
- verilişin əvvəli üçün xüsusi önəm daşıyan yığcam və cəlbedici giriş hazırlayın;
- diskussiyayı pultda izləyin və qeydlər aparın, iştirakçılara və aparıcıya sözlünüz varsa, bunu operatorların vasitəsilə çatdırın.

Bütün bu proseslərin gerçəkləşməsində teledebatın *prodüseri* önəmli rol oynayır. Müasir televiziya istehsal prodüserlərin çiyindədir. Vaxtilə BBC teleraudio şirkətində yaranmış «prodüser» peşəsi müxtəlif vaxtlarda fərqli statuslara malik olub. Bir çox sınaqlardan keçən bu vəzifə özündə təşkilatçılıq və yaradıcılıq funksiyalarını birləşdirir. Bu gün ölkəmizdəki özəl televiziyaaların əksəriyyəti prodüserlik sistemi ilə çalışır.

Kompüter və digər yeni texnologiyalar insan əməyini nə qədər əvəz etsə də, prodüserin vəzifələri dəyişmir. Prodüserlər cəmiyyəti, mühiti, insanları yaxşı tanıyan, geniş əlaqələrə malik şəxslərdir. Onlar cəmiyyətdə məşhur, nüfuzlu və ən başlıcası, maraqlı insanlarla çox ünsiyyətdə olurlar. Prodüserlər adamları (o cümlədən, mikrofondan çəki.ənləri) verilişə çıxıb söz deməyə razı salmaq qabiliyyətlərini tez-tez nümayiş etdirməli olurlar.

Geniş və çevik əlaqələr qurmaq, adamlarla dil tapmaq yaxşı prodüser üçün lazım olan xüsusiyyətlərin yalnız bir hissəsidir. Hər hansı jurnalist və ya ağıllı bir televiziya tamaşaçısı kimi, prodüserin də geniş dünya-görüşü, hadisələr və insanlar barəsində dolğun məlumatı, dərin biliyi və hər şeydən əvvəl marağı olmalıdır.

Yaradıcı adamın, o cümlədən prodüserin fantaziyası hüdudsuzdur, fikir istehsalının sonu yoxdur, qıt olan yalnız vaxt və puldur. Getdikcə veriliş istehsalı vaxt və pulun balanslaşdırılması problemi ilə üz-üzə qalır. Prodüser, həm də bir mühasib bacarığına malik olmalıdır ki, dəqiq hesablamalar apara bilsin, gəlir-çıxar barədə aydın təsəvvür yaratsın.

Bir ideya meydana gəlibsə və onu gerçəkləşdirmək üçün xərclər dəqiq hesablanıbsa, prodüser bunu bütöv bir sistem kimi nəzərdə saxlamalıdır. Debatın hazırlanması plana və dəqiq təqvimə uyğun olmalıdır. Əslində televiziyaların hamısında verilişlərin konkret planı mövcuddur, o cümlədən debatın da nə vaxta planlaşdırılması ən azı bir ay (növbədən-kənar, zəruri debatlar istisnadır) əvvəlcədən bəlli olur. Debat ideyasının yarandığı vaxtdan onun efirə verildiyi

günədək keçdiyi bütün proses adətən prodüser üçün üç mərhələdən ibarət olur:

- mövzunun tapılması, ideyanın irəli sürülməsi, onun işlənməsi və debat iştirakçıları ilə əlaqədar olan istehsal öncəsi mərhələ;
- ideyanın gerçəkləşdirilməsi – istehsal hazırlığı mərhələsi;
- verilişin hazırlanıb qurtarmasından (debat canlı deyil, yazılırsa) sonrakı mərhələ.

*Birinci mərhələ* verilişin istehsalından əvvəlki müddəti əhatə edir. Bu mərhələdə prodüser «niyə bu mövzuda debat hazırlayırıq» sualını əsaslandırmağa çalışır, ideyanın gerçəkləşməsi üçün yaradıcılıq, təşkilati və maliyyə problemlərini həll edir, qaynaqlardan məlumat toplanmasını təşkil edir. Bunlar hələ işin başlanğıcıdır, qarşıda «debatın aparıcısı kim olacaq, kimlər çıxış edəcək, ekspertlər kim olacaq» kimi suallar var və onlar da həll edilməlidir. Təşkilati proses debatin yaradıcı qrupunu formalaşdırmaqdan başlayır. Rejissor, baş operator və aparıcı kimlər olacaq? Rejissor və operator məsələsi adətən daha asan həll olunur. Aparıcı ilə bağlı çox düşünmək lazım gəlir. Çox zaman xüsusi verilişlər üçün televiziyanın öz aparıcıları olur. Amma bu adamlar başqa verilişlərdə «işləndiyindən» və təşviqata meyilli olduqlarından auditoriyada yaxşı qarşılanmırlar. Ona görə də debat üçün aparıcı müəyyənləşdirərkən, intellekti ilə yanaşı, qərəzsizliyi və neytral imici ilə seçilən jurnalistlərə (politoloq və şərhçilərə) üstünlük verilməlidir. Belə adamları təcrübəli şəxslər və ya işə yeni başlamış istedadlar sırasından seçmək mümkündür. Bir qədər qərribə görünsə də, siyasətçilər, politoloqlar, ictimai

təşkilatların nümayəndələri, müstəqil ekspertlər də veriliş aparıcıları qismində nəzərdən keçirilə bilər.

Prodüser aparıcını və çıxışçıları necə tapmalıdır? Burada, məsələn, «tanınmış adların» siyahısını tutub, onu köməkçiyə vermək hələ iş görmək deyil. Xüsusilə, özünə qarşı çox tələbkar və ya media-a qarşı inamsız olan adamları aparıcı qismində debatlara cəlb etmək, onlarda inam yaratmaq, onlarla dil tapmaq çətin, amma vacibdir. Mütləq qonorar ödəniləcəyini də incə formada nəzərə çatdırın. Belə prinsipial və özünə hörmət edən adamlar bir qayda olaraq, halal puldan imtina etmirlər. Təbii ki, debatda iştiraka razılaşıdıqdan sonra bu adamlar verilişin içindəkilərini: buraya daha kimlərin qatılacağını, onların öz işinin nədən ibarət olacağını, canlı, yoxsa videoyazı ilə efirə çıxacaqlarını və s. bilmək istəyəcəklər. Prodüser debatda çəkişəcək mütəxəssislərlə (politoloq, sosioloq, iqtisadçı, filosof, tarixçi və s.) də görüşür, onları verilişdə iştiraka razı salır. Bu adamların debatda iştirak təcrübəsi olmalıdır. Əgər yoxdursa, mütləq studiya şəraiti, debata aid ssenari və debat şərtləri ilə onları tanış etmək gərəkdir.

Siz aparıcı və iştirakçılarla bağlı problemləri həll etdikdən sonra işin *ikinci mərhələsi* gəlir. Bu mərhələdə verilişə intellektual, yaradıcı və təşkilati hazırlıq görülür. Diskussiya edən tərəflər mövzunu öyrənir, mülahizə, arqument, izah və sübutları üzərində işləyir, materillər toplayırlar. Bu prosesin məhsuldarlığı və səmərəsi daha çox iştirakçıların hazırlıq səviyyəsindən, onların təhlil bacarığından və intellektual imkanlarından asılı olur. Aparıcı da debata öz hazırlığını görür, mövzunu öyrənir, onun əsas

parametrlərini araşdırır. Rejissor qrupu isə bu mərhələdə gələcək debatın strukturu üzərində işləyir, qrafik elementlər, maraqlı keçidlər və başqa «dadlandırıcı» vasitələr hazırlanır.

Verilişin hansı strukturda, hansı kompozisiya elementləri və hansı ardıcılıqla davam edəcəyi də məhz bu mərhələdə müəyyənləşdirilir. Teledebatlar bu və ya digər elementləri ilə bir-birlərindən fərqlənə bilərlər. Lakin təxminən 1 saatlıq teledebatları dünya televiziya bir qayda olaraq aşağıdakı təxmini ssenari – plan əsasında qururlar:

Ardıcılıq	Ayrılan vaxt
Aparıcı mövzunu elan edir, problemin mahiyyəti ilə bağlı qısa məlumat verir və debatın keçirilmə qaydalarını, həmçinin reqlamenti izah edir	– 3 dəqiqə
Tərəflər əvvəldə mövzunun aktuallığı və problemin mahiyyəti ilə bağlı izahat verir və öz mövqelərini bildirirlər	– hərəsi 5 dəqiqə (cəmi 10 dəq.)
Aparıcı mövqelərini əsaslandırmaq üçün bağlı tərəflərə müraciət edir	– 2 dəqiqə
İştirakçılar problemin mahiyyəti və öz mövqeləri ilə bağlı əsas argumentlərini tamaşaçılara çatdırırlar	– hərəsi 5 dəqiqə (cəmi 10 dəq.)
İştirakçılar bir-birlərinin argumentlərini təkzib edirlər, yaxud münasibət bildirirlər	– 10 dəqiqə
Aparıcı «çarpaz suallar» raundunun başladığını bildirir, tərəflər bir-birlərinə qarşılıqlı suallar verir və suallar cavablandırılır	– 10 dəqiqə



<p>Aparıcı studiyadakı qonaqlara müraciət edir və onlardan iştirakçılara sual vermələrini xahiş edir, verilmiş iştirakçıları tərəflərə suallar verir</p>	<p>– hərəyə 5 dəqiqə (cəmi 10 dəq.)</p>
<p>Aparıcı iştirakçılara yekun çıxış üçün söz verir.</p>	<p>– 2 dəqiqə</p>
<p>Debat iştirakçıları öz mövqeləri və problemə münasibətlərini bildirirlər</p>	<p>- hərəsi 5 dəq. (cəmi 10 dəq.)</p>
<p>Aparıcı kimin arqumentinin daha güclü və əsaslı olması ilə bağlı studiyadakı iştirakçılar arasında açıq səsvermə keçirir. Daha çox səs toplayan iştirakçı qalib sayılır</p>	<p>- 3 dəq.</p>

*Yadınızda saxlayın:* Bir proqram tipi kimi televiziya debatinin strukturu mürəkkəbləşdikcə, səhv etmək riski də artır. Ona görə də əgər verilmiş canlı yayımla birbaşa nümayiş etdiriləcəksə, efir qrupu aparıcı ilə birlikdə (iştirakçılarsız) texniki heyətlə «məşq» etməlidir. Rejissorun, prodüserin və aparıcının intuisiyası nə qədər güclü olursa-olsun, materialın yararlılığını, düzümü və əlaqələndirmə hissələrini yoxlamağa ehtiyac var. Bu proses lazım olan sonuncu düzəlişləri etmək imkanı verəcək.

*Üçüncü mərhələ* verilişin efirə canlı verilməsi və ya videoya yazılmasıdır. Əgər hazırlıq prosesi yaxşı aparılıbsa, efirə canlı çıxmaq daha effektivdir. Adətən, televiziya seçki debatları istisna olmaqla, digər diskussiyaları çəkiliş zamanı qalmaqla yarana biləcəyindən ehtiyatlandıqları üçün efirə videoyazı ilə verirlər. Canlı efirdə iştirakçıların debati hay-küylü

keçirsə, tamaşaçılar bu dialoqdan heç bir şey anlamır, yalnız təəssüflənirlər. Belə situasiyalarda aparıcı çəkişən tərəflərin məqsədsiz, əhəmiyyətsiz hərəkətlərinin, qərəzli, tendensiyalı fikirlərinin, uzun-uzadı danışıqının qarşısını ehtiyatla və nəzakətlə almaq bacarığına yiyələnməlidir. Debatda nəsə öyrənmək, öyrətmək, yeni biliklərə yiyələnmək, yeniləşmək məqsədləri öndə olmalıdır.

### **Diqqət!**

Debatın gerçəkləşməsi prosesində dialoqun səmərəli keçməsi üçün aşağıdakılar mütləq nəzərə alınmalıdır:

- debata çıxarılan məsələnin mahiyyəti tamaşaçıya aydın, dəqiq çatdırılmalıdır;
- təsdiq, təkzib və ya müdafiə olunacaq mövqe və ideyalar dəqiq müəyyənləşdirilməlidir;
- debat zamanı bütün mümkün məlumat mənbələrinə (ilkin mənbələr, statistik məlumatlar və s.) istinad olunmalıdır;
- fərqli fikirlər ortaya qoyan tərəflər öz mövqelərinin müdafiəsi üçün yalnız dəlillər və sübutlarla danışmalıdırlar. Əsaslandırma dəqiq faktlar üzərində qurulmalıdır, eynilə dəqiq və aydın faktlar ən yaxşı təkzib üsuludur;
- opponentini diqqətlə dinləmək (onun sözünü kəsməmək), sonra öz fikrini söyləmək mədəniyyəti gözlənilməlidir;
- adamlar deyil, yalnız onların ideyaları, baxışları, fikirləri tənqid olunmalıdır;
- tənqid zamanı təhqir və istehzaya yol verilməməlidir;
- diskussiyaların məqsədi qalibi müəyyən etmək deyil, tamaşaçıya problemin mahiyyətini anlatmaq,

izah etmək və bilgi verməkdir.

Teledebatın videoya yazılması aparıcını və iştirakçıları arxayın salmamalıdır. Onlar canlı efir ab-havasını saxlamalı, reqlamentə və debat etikasına dəqiq əməl etməlidirlər. Yadda saxlayın: verilişi lentə yazarkən proqramın ssenarisi, o olmadıqda isə mütləq verilişin planı rejissor pultunda olmalıdır! Prodüser pultda əyləşib verilişin yazılışını izləməli, lazım olan hallarda yaradıcı tövsiyələr verməlidir.

Prodüser işi baxımından videoyazı ilə canlı veriliş arasında ən başlıca fərq özünü vaxt bölgüsü və studiya (aparıcı) ilə ünsiyyət sahəsində büruzə verir. Çünki canlı yayım müəyyən bir vaxtda qurtarmalıdır və verilişi vaxtında bitirmək üçün aparıcının güvəndiyi yeganə şəxs prodüserdir. Prodüser peşəsinin sahibi isə televiziya işini incəliyində bilməklə yanaşı, heç vaxt, heç yerdə öyrədilməyən bir keyfiyyətə – insanlarla yüksək dərəcədə ünsiyyət qurmaq bacarığına malik olmalıdır. O, hər yerdə və hər vəziyyətdə insanlarla necə davranmaq, onlarla necə əlaqə saxlamağın incəliklərini, sözün əsl mənasında, gözəl bilməlidir. Dünyanın bir çox televiziyaçıları sakit, ünsiyyətçil və xoş xasiyyətli prodüserlərin hesabına uğur qazanırlar. Studiya qonaqları üçün prodüser telekanalın təmsilçisi, bir növ ev sahibidir. Qonağın özünü necə hiss etməsi isə ev sahibinin özünü necə aparmasından çox asılıdır.

Nəhayət, sonuncu mərhələ, veriliş yazıldıqdan sonra onu efirə hazırlama prosesi – *montaj* başlayır. Bu, ciddi yaradıcılıq işidir. Lakin debat proqramının

montaj özəlliği ondadır ki, sual-cavabla bağlı hissələri, tərəflərin müzakirəyə çıxarılmış məsələnin mahiyyətilə bağlı çıxışlarını ixtisar edə bilməzsiniz. Əgər verilmiş reklamentə uyğun ardıcılıqla yazılıbsa, montaj prosesində yalnız texniki qüsurlar götürülür və incə «bəzək» işləri aparılır, keçidlər, təqdimatlar və s. dinamik elementlər əlavə olunur.

Prodüser montaj işləri bitən kimi *verilişin anonsunu* hazırlamalıdır. Bu anonslar tamaşaçıni cəlb edən, onu yerindən oynadan dadlandırıcı reklamlardır və çox əhəmiyyətlidir. Ekranə baxan tamaşaçıların sayını artırmaq üçün müxtəlif formalar düşünüb tapmaq prodüserin vəzifəsidir. Əksər prodüserlər öz vəzifələrinin təkə verilmiş hazırlamaqdan ibarət olduğunu düşünürlər, halbuki verilişin auditoriyaya yüksək səviyyədə təqdim edilməsi də prodüserin qayğılarından biridir. Digər tərəfdən, bu anonsların həm də bütün telekanalların can atdığı reytingə «işlədiyini» yaddan çıxarmaq olmaz. Yaxşı hazırlanmış debat proqramı isə televiziya kanalına həmişə yüksək reyting gətirir.



## GƏRƏKLİ YADDAŞ

### *“Debat jurnalisti” necə yazmalı və necə danışmalıdır?*

- Aydın yaza bilmək və danışmaq üçün öncə haqqında söz açdığın olayı anlamağa çalış. Özün anlamadan, başqalarına necə anladacaqsan?
- Olayı ardıcıl anlatmağı öyrən, çünki olayın sonundan əvvəlinə, əvvəlindən ortasına adlasan, oxucunu-seyrçini-dinləyicini çaşdırıb bilərsən (məqsədin elə budursa, onda işində ol...). Məntiqi seyrçidən yox, özündən um!
- Nə baş verdiyini anlamaqda auditoriyaya yardım et! İnsanlar heç də hər şeyi xatırlamır və ya hər şeyi bilmirlər. İndi diqqət yetirdiyin problem əvvəllər baş vermiş olayı yada salmadan anlaşıqsız görünəcəksə, ərinmə - qısaca xatırlat!
- Jarqonlara çox meyl etmə, amma onlardan yararlanmaqdan da çəkinmə (bir şərtlə ki, bu zaman jarqonları ədəbi dildə açıqlamaq yadından çıxmasın)! Bu işdə saç ağartmış jurnalistlərin fikrincə, “elmi-texniki, bürokratik və ya hər hansı başqa jarqondan qaçmağı məsləhət görənlər yanılırlar. Bir az jarqon həтта faydalıdır və auditoriyaya əvvəllər onlar üçün qapalı olan sahəyə baş vurmaq, mütəxəssislərin, məsələn, siyasətçilərin dilini daha yaxşı bilmək imkanı

yaradır". Üstəlik, jarqonlardan istifadə, özəlliklə TV-də jurnalistə nəyi və ya kimisə acılamaqdan həzz alan teleseyrçilərin də ruhunu oxşamaq şansı verir. Bu baxımdan bəzən jarqonlardan faydalanmaq olar, sadəcə, onların mənasını adi danışiq dilində açıqlamaq vacibdir.

*Bu yerdə Rusiyanın tanınmış hüquq müdafiəçisi Valeri Abramkinin başına gələn bir əhvalat çox ibrətverici görünür: o, həbsxanada öz kamera yoldaşlarına ölkə Konstitusiyasının müdafiəsinə qalxdığına görə həbsə atıldığını heç cür anlada bilmirmiş. Ana qanunun maddələri məhbuslara o qədər anlaşqsızmış ki, dustaqlardan kimsə "demək, səni həqiqət axtardığın üçün bura salıblar" deməşəymiş, heç kəs Abramkinin nədən "yatdığını" anlamayacaqmış.*

- Evfemizmlərdən qaç! Jarqonlar, slenqlər səni asanlıqla olayın gerçək təsvirindən uzaqlaşdırı bilər. Düzdür, evfemizm ədəbsiz sözləri əvəzləməyə qadir kimi görünür. Misal üçün, "alt paltarı" ifadəsini işlədərkən, məhz nəyi nəzərdə tutduğunu bilirsən. "Təbii ehtiyaclar", "insanların hər gün getdiyi yer", "uşaqların anası", "aciz nökriniz", "məlum vəziyyətdəki qadın" və s. deyimlər də "mədəni sözlük"dən götürülüb. Jurnalistlər, özəlliklə efir reportyorları evfemizmlərdən nə qədər uzaq olsalar, o qədər yaxşıdır. Uzaqbaşı, "acı gülüş" effekti yaratmaq gərəkəndə, belə "mədəniləşdirilmiş" sözlərdən yararlanmaq mümkündür. Eyni zamanda, turalım, "alt paltarı" nı detallaşdırmaq, çoxlarının gözündə ədəbsiz görünmək də yersizdir. Xəbərlər və debatlar çox geniş auditoriyaya üz tutduğundan nə nəzakət aclarının, nə də açıq-saçıqlıq-

dan bayılanların və söyüş hərislərinin nazını çəkməyə dəyər. Ölçü-biçili və toxtaq sözlər hələ heç bir jurnalistə üzqarası gətirməyib.

- “Əlahəzrət fakt”, yəni təsdiqlənmiş bilgiler hansı yolu göstərsə, o yola çıxmaq lazımdır. Dəqiqlik - xəstəlik dərəcəsində xırdaçılığa yol vermək mənasına gəlmir (Azərbaycan TV-ləində kriminaldan bəhs edən xəbərlər həm görüntü, həm də sözlük baxımından ifrat ayrıntılarla doludur). İstər duyğulara qapılmaq, istərsə duyğusuzluğa yuvarlanmaq eyni dərəcədə yanlış sayıla bilər. Hər hansı qəddar davranışı diqqətə yetirmək üçün əldə əsas olmalıdır. Bunsuz, xəbərlədiyin olayın mahiyyətini anlamaq, “nə baş verir?” sualını cavablamaq çətinləşir, bəlkə də mümkünsüz olur.
- Yararlandığın ifadə və deyimlərin tam aydın olub-olmamasını yoxla. Özəlliklə TV-də çalışan jurnalist çox canlı danışmalı və üstəlik, sanki seyrçini gözlədiyi yerə aparıb onun gözləmədiyini göstərməlidir. Bu üsuldən kortəbii faydalanma, çünki jurnalist hər şeyin bilincində olmalıdır.
- Öz aqlını və zəngin söz ehtiyatını göstərmə, ibarətli danışma. Unutma ki, sənin işin olayı xəbərləmək, olub-bitənlərə insanların qərar verməsinə şərait yaratmaqdır. Deyimlərinin “dildaxili” tərcüməyə ehtiyacı qalmamalıdır.
- Sadə yazmaq və aydın danışmaq bayağılıqdan uzaqlaşmaq demək deyil. “Elə deməyəndə seyrçi anlamır” sayaq bəhanələr öz auditoriyanı “cahil” adlandırmaq mənasına gəlir. Məhdud sözlük və bəsit dil heç də sadəlik deyil.
- Hər problemə fərqli yanaş və onun xarakterinə uyğun sözlərdən yararlan.

- Qəlibləşmiş sözləri işlətmə. Qəlib sözlər deyərkən, həmişə qulaqları döyən, çox işlənməyi ucbatından diqqəti yayındıran və sanki anlamsızlaşan sözlər nəzərdə tutulur. Misal üçün, “qeyd etdi” əvəzinə (yerinə görə) “vurguladı” və ya “dilə gətirdi” sözlərini işlətsən, daha faydalıdır (ta o vaxtacan ki, həmin sözlər də “nimdaşlaşmasın”). Qəlib sözləri sezib-seçmək üçün “bu söz çox işlənmir?” sualına “hə” cavabı verməniz yetərlidir.
- Alınma sözlərə diqqət yetir. Köhnəlmiş və ya anlaşılması çətinlik yarada biləcək sözləri Azərbaycan türkcəsinin öz sözləri ilə əvəzləməkdən çəkinmə. “Nöqtəyi-nəzər” əvəzinə “baxış”, yaxud “baxış bucağı”, “alternativ” əvəzinə “seçənək”, “seytnot” (söhbət şahmatdan getmirsə) əvəzinə “darmacal”, “miraj” əvəzinə “ilğım” yazmaqla nəsə itirməkdən çox, nəsə qazanırsan.
- Sifətlərdən və sanki öz axarında işlənən deyimlərdən qaç (“böyük” layihə, “nəfəskəsən” sərgi, “Qəddar cinayət”, “dəhşətli yol qəzası”, “göydələn bina”, “uğurlu şirkət”, “ağıllalmaz hesabat” və s.).
- Göz önündə olan, əksər insanların bildiyi “məlum həqiqət”ləri təkrarlamaqdan çəkin. Bakıdan söhbət düşəndə Qız Qalasına və ya Nizaminin heykəlinə diqqət yetirməsəniz də olar. Parisin Eyfel qülləsi və ya qadın geyimləri, Londonun dumanlı havası və ya Biq Ben saati, İstanbulun Aya Sofiyası və ya Bosfor körpüsü haqqında gəlişigözəl və yıpranmış deyimlərə nə ehtiyac var? Birbaşa olaya keç.
- Dəb sözlərdən, gəzərgi deyimlərdən qaç. “Rəğmən” və ya “bahəm” sözlərini niyə tez-tez işlədir-sən? Bir Britaniya qəzetinin “Üslub Soraqçası”nda



deyiləni sən də unutma: “Bir sözdən bərk yapışmağınız dəbdə olan bütün müəlliflərin həmin sözə meyindən irəli gəlsə, ya o sözü dəyişin, ya oxu dairənizi, ya da işinizi”. Sən işini dəyişmək istəyirsən?

- Və bütün durumlarda özünü doğruldan məsləhət: yeni suallar yaratmağı yox, köhnə suallara yeni cavablar tapmağa can at. Məsələn, “çox faydalı layihə” və ya “üstün zövqlü insanlar” deyərkən, nəyi nəzərdə tutursan? Layihənin “çox” və ya “az faydalı” olmasını kim müəyyənləşdirir? İnsanları “üstün” və “aşağı” zövqlülərə ayırmağın hansı meyarları var? Ən yaxşısı, konkret misallar gətir ki, kimin necə olduğuna seyrçilər qərar versin. Tutalım, “müsahibim ağıllı adamdır”ın yerinə “o, siyasətşünaslıq namizədidir” demək yetərlidir. “Bu ucaboy konstruktor”un yerinə “boyu 1 m 80 sm-i keçən konstruktor” söyləmək qat-qat dəqiq olar və yanlış qiymətləndirmələrə əsas verməz.
- İnsanı diksindirib-hürküdən və ya çimçəşdirən olaylardan söhbət gədirsə, öz nitqində sərt təsvirlərə yol vermə. Nəyin necə baş verdiyini qoy görüntü və olayın təbii səsləri açıqlasın.
- Komik məqamlarda yaşanan faciəli olaydan söz açsan, qoy bu barədə görüntü və olayın axarı məlumat versin. Sən nə güldür, nə də ağlat!..

*Vətəndaş Jurnalistikasının debat moderatoruna  
hansı faydaları ola bilər?*

**Vətəndaş Jurnalistikasının 20 faydası:**

1. Bu jurnalistika mediaya inamı təzələyib-qoruyur;
2. Önemli və mübahisəli (kritik) mövzuları diqqətdə saxlamağı öyrədir;
3. İfrat (aşırı) dərəcədə qütbləşməkdən çəkindirir;
4. Adi problemləri diqqətçəkici biçimə salır;
5. Xəbərləri vətəndaşların baxışlarına görə mənalandırmaq mümkün olur;
6. Baxış bucaqları və görülənlər genişlənir;
7. İzlənən və cəlbedici TV xəbərləri tapılır;
8. Olayın bütün tərəfləri bir araya gətirilir;
9. Oxucu-dinləyici-seyrçi ilə konkret və canlı əlaqə qurulur;
10. Oxucu-dinləyici-seyrçi auditoriyası ilə yaxşıca qaynayıb-qarışmaq mümkün olur;
11. Olaya, xəbərə fərqli gözlə baxmağı öyrədir;
12. Özəl xəbəri necə seçib-çatdırmağı qavradır;
13. Yeni texnologiyadan necə yararlanmağı öyrədir;
14. Vətəndaşların məhz öz problemləri ilə maraqlanmalarını təmin edir;
15. Vətəndaşların problemlərini necə dinləməyi öyrədir;
16. Vətəndaş cəmiyyətinin bir parçası olduqlarını jurnalistlərə də göstərib-qavradır;
17. Vətəndaşların öz problemləri ilə bağlı etirazlarını bildirmələrinə (məsələn, piketlərə) yardımçı olur;
18. Vətəndaşların ehtiyaclarının necə qarşılanaçağını görüb-anladır;
19. Vətəndaşların problemlərinə önəm verməyi öyrədir;
20. Öncəlikləri sıralamağı öyrədir

**«Elm və Təhsil» nəşriyyatının direktoru:  
professor Nadir MƏMMƏDLİ**

*Kompüter dizayneri:*

*Texniki redaktor:*

*Səhifələyici:*

*Montajçı:*

*Operator-çapçı:*

**Tural Əhmədov**

**Rövşanə Nizamiqızı**

**Vüsalə Mirzəyeva**

**Rasim Hacıyev**

**Əhad Hacıyev**

Yığılmağa verilib **21.09.2009**.  
Çapa imzalanıb **28.10.2009**.  
Şerti çap vərəqi **4,2**. Sifariş № **596**.  
Kağız formatı **84x108 1/16**. Tiraj **1000**.

---

Kitab «**Elm və Təhsil**» nəşriyyat-poliqrafiya  
müəssisəsində səhifələnilib və çap olunub.

**E-mail: elm ve tehsil@box.az**

Tel: 497-16-32; 050-311-41-89

Ünvan: Bakı, İçərişəhər, 3-cü Maqomayev döngəsi 8/4.