

ÜMUMİ DİLCİLİK**AYTƏN ALLAHVERDİYEVA***Azərbaycan Dillər Universitetinin dosenti, fil.ü.f.d.**aytan@ymail.com*

UOT – 811.512

**TELEVİZİYA İNFORMASIYA JANRLARININ ÜMUMİ
LİNQVİSTİK VƏ EKSTRALİNQVİSTİK SƏCİYYƏSİ****Xülasə**

Məlum olduğu kimi, informasiya janrları müvafiq məlumatların operativ emalı vasitəsidir. Bu janrlardan biri olan televiziya informasiya janrında söz, səs və görüntünün qarşılıqlı əlaqəsi problemi telejurnalistika nəzəriyyəsinə fundamental problemlərdən biridir. Televiziya mesajı görmə və eşitməyə eyni vaxtda təsir etməklə, insanın qavrayışını maksimum dərəcədə artırmaqla, Televiziyanın informasiya potensialını reallaşdırmaq vəzifəsi tədqiqatçılar üçün həmişə aktual olmuşdur. Onun həlli isə əsasən materialın televiziya ekranında təqdim edildiyi formadan asılıdır. Forma, xüsusən də informasiyanın adekvat/qeyri-adekvat qəbulunda vacib rol oynayan söz və təsvirlərin əsas informasiya daşıyıcısı kimi birləşməsi məsələləri həm televiziya nəzəriyyəçilərini, həm də təc rübbəçilərini maraqlandırır.

Məqalədə televiziya informasiya janrının məlumatlandırmaq, təsir etmək, inandırmaq, təbliğ etmək, təşviq etmək, bəzən isə manipulyasiya etmək kimi funksiyaları yerinə yetirməsində linqvistik və ekstralinqvistik amillərin rolu nəzərdən keçirilir. Bu məqsədlə kontent-təhlil və kontekstual təhlil metodlarından istifadə edilmişdir.

Təhlillər üçün seçilmiş proqramlar informasiya-publisistik janra, mürəkkəbliyin dərəcəsinə görə isə informasiya-biznes proqramlarına aid edilir. Qeyd edilir ki, bu proqramların ilkin leksik xüsusiyyəti klišelərdən, topla ifadələrdən, terminlərdən və beynəlxalq sözlərdən istifadədən ibarətdir. Növbəti xüsusiyyətin burada yayımlanan proqramların kompozisiya baxımından həcminin olmasıdır. Bu kompozisiya koqnitiv-praqmatik səciyyəyə malikdir və qavrayış ritminin, proqnozlaşdırma xəttinin əsasını qoyur. Xəbərin məzmununun leksik baxımdan müxtəlifliyinə və gözlənilməz olması, həmçinin, onun digər janrlar üzərindəki üstünlüyünün göstəricisidir. Tele-xəbərin səs və görüntü strukturlarının müxtəlif kombinasiyalar ehtiva etməsi audio-vizual informasiyanın nisbətini iki – semantik və temporal aspektlərdə nəzərdən keçirməyə əsas verir.

Burada teleinformasiyanın dəyərinin bir sıra ekstralinqvistik amillərlə – xəbərin doğruluq dərəcəsi, aktuallığı, məkan və ya psixoloji baxımdan tamaşaçıya yaxın informasiya ehtiva etməsi, təsir əhəmiyyəti, kütləvi auditoriya üçün mümkün təsir nəticələri, insan maraqları faktoru, münasibəyəratma dərəcəsi və s. müəyyən edildiyi də qeyd edilir.

Açar sözlər: *televiziya janrları, informasiya-publisistik janr, semantik aspekt, temporal aspekt, telexəbərin sosiolinqvistik strukturu, telexəbərin informasiya strukturu.*

Giriş.

Televiziya ekranında səslənən nitq aktları onların necə yarandığını, onların hansı ekstralinqvistik komponentlərdən ibarət olduğunu, linqvistik və kommunikativ fonların qarşılıqlı əlaqəsi zəminində hansı leksik vahidlərə müraciət olunduğunu müşahidə etməyə imkan verir. Fikir bildirmək, öz mövqeyini müdafiə etmək, niyyətini izhar etmək, müzakirə olunan məsələ ilə bağlı həmsöhbətlərin nöqtəyi-nəzərlərini qəbul etmək, mövcud vəziyyətə aydınlıq gətirmək kimi praqmatik niyyətlər peşəkar kommunikativ fəaliyyətin praktiki əksidir.

Televiziya ekranında diktorun görünməsi, onun tamaşaçıya müraciət etməsi, fakt və hadisələri onlara çatdırmaqla yanaşı, tamaşaçıların marağını oyatmağa, onların diqqətini artırmağa yönəlmişdir. Həmçinin, reallıq, informasiyanın doğruluğu və peşəkar oriyentasiya auditoriya üçün motivasiya-

edici amillərdir. Televiziya vasitəsilə xəbərlərin çatdırılması zamanı şifahi təqdimatın məntiqi ardıcılığı tamaşaçıya məlumatın qavranılması və dərk edilməsində dəstək kimi çıxış edən müvafiq vizual planla tamamlanır.

Məqalədə vəzifə olaraq ingilisdilli televiziya xəbərlərinin linqvistik və ekstralingvistik xüsusiyyətlərinin nəzərdən keçirilməsi seçildiyindən, bu vəzifəni yerinə yetirmək məqsədilə illüstrativ mənbələr qismində aparıcı ingilisdilli *HighTech (NBC)*, *Story Board (CNBC)*, *World Business Report (BBC)* kimi televiziya proqramlarında yayımlanan biznes xəbərlər mətnlərindən istifadə edilmişdir. Ətraflı təhlil üçün, ilk növbədə, bu televiziya verilişlərinin janrını müəyyənləşdirmək zəruridir.

Televiziya janrları dedikdə, müəyyən müddət ərzində nümayiş etdirilən verilişlərin tamaşaçılara təqdim edilməsi formaları – real həyat faktları və hadisələri haqqında məlumatlar nəzərdə tutulur. Bu verilişləri şərti olaraq iki qrupa bölmək olar: sənədli-publisistik və ədəbi-bədii-əyləncəli. Birinci qrup jurnalistikanın elminin, ikinci qrup isə sənətsünaslıq elminin tədqiqat obyektidir.

Telekommunikatorun (jurnalist, rejissor, operator və digər sənət işçilərinin) əsas vəzifəsi tamaşaçıları audiovizual informasiya ilə təmin etmək, yəni televiziyanın imkanlarından peşəkərliklə istifadə edərək onları real, sosial əhəmiyyətli hadisələrlə tanış etməkdir.

Müasir televiziya nəzəriyyəçiləri 1950-ci illərin sovet ənənəsini davam etdirir və janrları üç qrupa ayırırlar:

- 1) informasiya-publisistik janrlar;
- 2) analitik-publisistik janrlar;
- 3) bədii-publisistik janrlar.

Birinci qrupa təşviqat (videosüjetlər), hesabat, çıxış, müsahibə, reportaj; ikinciyə şərh, xülasə, söhbət; üçüncüyə isə oçerk, eskiz, felyeton və pamfletlər daxildir. Televiziya verilişlərini yalnız janr qruplarına görə deyil, hadisələrin mürəkkəblilik dərəcəsinə və onlara jurnalistin münasibətinə əsasən də bölmək olar:

- 1) informasiya proqramları (operativlik tələb edən sadə hadisələr),
- 2) analitik proqramlar (təhlil tələb edən orta mürəkkəblilik dərəcəsinə malik olan hadisələr);
- 3) araşdırma proqramları (axtarış və dəqiqləşdirmə tələb edən mürəkkəb hadisələr).

Televiziya informasiya janrlarında şərh və araşdırmalara yol verilməməlidir. Televiziya tamaşaçılarına real hadisələr haqqında real vaxt rejimində reportajlar təqdim edilməlidir. Bu işdə reportajçılar və operatorlar aparıcı şəxslərdir və onlar hadisənin vizual görüntüsü ilə yanaşı, baş verənlər haqqında tam təsvir yarada biləcək və öncədən təxmin edilən, tamaşaçıların beynində baş qaldiracaq bir sıra vacib sualları cavablandırmaq məqsədilə qısa şifahi məlumatlar təqdim edirlər. Beynəlxalq təcrübədə bu suallar “*5Wh*” (“5 sual”) düsturu ilə ifadə olunur - ingiliscə, sual sözləri olan *what* (nə), *where* (harada), *when* (nə vaxt), *who* (kim), *why* (nə üçün) nəzərdə tutulur: “*Bu verilişlərdə televiziya şəffaf şişə kimi hadisə ilə tamaşaçı arasında birbaşa əlaqə vardır*” (Stempleski, Tomalin, 2001: 36).

Seçilmiş proqramları informasiya-publisistik janra, mürəkkəblilik dərəcəsinə görə isə informasiya-biznes proqramlarına aid etmək olar.

İnformasiya-biznes proqramlarının ilkin leksik xüsusiyyəti müəyyən klişelərdən, toplu ifadələrdən, terminlərdən və beynəlxalq sözlərdən istifadədən ibarətdir. İkinci xüsusiyyət isə burada yayımlanan proqramların kompozisiya baxımından həmcins olmasından ibarətdir. Onların hər biri təqdimat (giriş), əsas hissə və nəticədən ibarət məntiqi ardıcıl bölmələrdən təşkil olunur. Əlbəttə, biznes proqramının əvvəlində biz video-ardıcılıqla müşayiət olunan mövzuların qısa xülasəsinə (daycest), süjet seqmentlərinin arasında isə semantik körpülərə rast gəlirik. Bu kompozisiya koqnitiv-praqmatik səciyyəyə malikdir və müəyyən qavrayış ritminin, proqnozlaşdırma xəttinin əsasını qoyur ki, bu da tamaşaçıların diqqətini cəmləməsinə və təqdim edilənləri anlamasına xidmət edir. Bundan başqa, xəbərin məzmununun leksik baxımdan müxtəlifcinsli və gözlənilməz olması onun digər janrlar üzərindəki üstünlüyünün göstəricisidir.

Xəbərin səs və görüntü strukturları müxtəlif kombinasiyalar ehtiva edir. Audio-vizual informasiyanın nisbəti tipologiyasını iki – semantik və temporal aspektlərdə nəzərdən keçirmək olar

(Новоградська-Морська, 2003). Onların hər birində təsvir və söz – eşitmə və görmə diapazonları çox çevikdir, bir fraqmentdə onlar arasında mövcud olan müxtəlif nisbətləri müşahidə edə bilərik. Bunlardan ən çox yayılmış olanları semantik (kəmiyyət) aspekt – söz üstünlük təşkil etdikdə görünüşün əhəmiyyəti azalır (məsələn, televiziya xəbərlərində diktorun çıxışı) və temporal aspektdir – səsli məlumatın vizual məlumatla üst-üstə düşməsi (hadisə eyni zamanda nümayiş və şərh edilir).

Qeyd etmək lazımdır ki, bu aspektlər sırasından ən mürəkkəbi daha çox dil vahidlərinin semantizasiyası ilə bağlı jurnalistdən ardıcıl iş tələb edən birinci (semantik) plandır – bu səbəbdən, fonda təqdim edilən videoməlumatların kiçik hissələrlə nümayiş etdirilməsi məqsədəuyğundur. İkinci aspekt (temporal) dinləmə prosesini asanlaşdıran müəyyən paralingvistik məlumatlar ehtiva edir. Bu, tamaşaçıların marağını, onların informasiyanı anlamasını və ona qarşı olan inamını stimullaşdırır.

Televiziya xəbərlərinin yayımı zamanı audio-vizual məlumatların qavranılmasında tamaşaçıların emosional vəziyyətinin adekvat olması çox vacibdir. Bu adekvat vəziyyət isə müxtəlif vasitələrin – fon musiqisi, aydın kadrılar, televiziya aparıcılarının xoş siması, nikbin mövzular və izləmədən əvvəl zehni fəaliyyətin aktivləşdirilməsinin yardımı ilə formalaşır.

Televiziya xəbərlərinin informasiya strukturunu təşkil edən verbal komponent bədii filmlərin informasiya strukturunu təşkil edən verbal komponent qədər rəngarəng deyil və implisit səciyyəyə daşıyan elementlər ehtiva etmir. Kino söyləmi üçün ambigüativlik və məcazilik səciyyəvi olduğu halda, xəbər söyləmi daha aydın sərhədlərə, daha konkret semantik məzmununa malikdir. Televiziya biznes proqramlarında mətnin təqdim edilməsinin müxtəlif yolları mövcuddur: teleaparıcılarla söhbət, müsahibələr, şərhçinin çıxışı, fərdi söyləmlər, tamaşaçıya müraciət, şərhçinin ekranda səslənən fon səsi, sənədli reportaj və s.

Qeyd edilənlərə əsasən, tele-xəbərin sosio-linqvistik strukturunun aşağıdakı komponentlərdən ibarət olması qınaətini hasil edirik:

- İxtisasıyönümlük.
- Psixolinqvistik.
- Linqvistik.
- Ekstralinqvistik.

Bu komponentlərin aşağıdakı kimi təhlil etmək olar.

İxtisasıyönümlü komponent xəbərin əsas tematikasını – ixtisasıyönümlü məlumatı, xəbər mənbələrinin etibarlılığını, xəbərin peşəkar emalı ehtiva edir. Psixolinqvistik komponent nitqin temp, tembr, intonasiya, üslub, kadrdakı davranış, əhval-ruhiyyə və sair bəzi xüsusiyyətlərini əks etdirir. Linqvistik komponent nitqin düzgün və ardıcıl təşkilini, ifadə vasitələrindən, sadə və mürəkkəb cümlələrdən istifadəni ehtiva edir. Ekstralinqvistik komponent isə kadrdakı şəkilləri, proqram aparıcılarının görünüşünü, aşkarlığı, musiqini, işıqlandırma effektlərini və obyektlərin müxtəlifliyini ehtiva edir.

Cədvəl 1-də biz televiziya xəbərlərinin sosiolinqvistik strukturunu ("High Tech 2000" televiziya proqramı, NBC kanalı) müəyyən edirik (Cədvəl 1).

Cədvəl 1. Televiziya xəbərlərinin sosiolinqvistik strukturu

<i>İxtisasıyönümlü komponent</i>	<i>Psixolinqvistik komponent</i>	<i>Linqvistik komponent</i>	<i>Ekstralinqvistik komponent</i>
Mənbə: NBC (ABŞ televiziya kanalı). • Mövz u: Elm və texnikanın ən son nailiyyətləri.	Proqram iştirakçılarının nitqinin, manera və davranışlarının əsas xüsusiyyətləri: • Temp – 1 dəqiqədə 130 söz. • İntonasiya: xəbər-	• Peşəkar terminologiya, beynəlxalq sözlər, coğrafi adlar, şirkət adları və abreviaturlarla zəngin olan mətn.	• Parlaq dinamik kadrlar, təsvirlər. • Xoş musiqi. • Proqram aparıcılarının xoşgəlimli görünüşü.

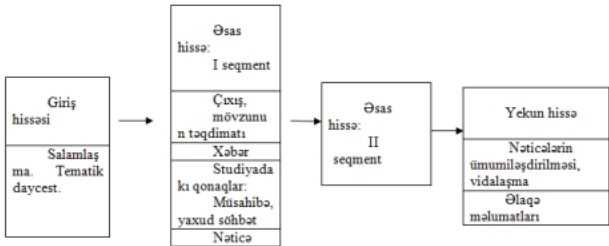
<ul style="list-style-type: none"> • Peşəkar dəyər: Yüksək texnologiyalı marketing, gigiyenik məhsullar. 	<p>ların ən vacib məqamlarının səli göstəricisi olan məntiqi vurğular; sintaqmanın sonunda pauzalar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Üslub: informasiya janrı publisistik üslubun tərkib hissəsi kimi. • Kədr davranışı: təmkinlilik. • Jestlərin sayı: minimal. • Atmosfer: rəğbətləndirici. 	<ul style="list-style-type: none"> • Düzgün qurulmuş nitq. • Əsasən sadə cümlələrdən istifadə. Ekspressiv nitq vasitələri. • İzahat səciyyəli şərhlər. 	şü.
---	--	---	-----

Q.Q.Levçenko və E.N.Liskovaya əsasən, metodik (maarifləndirmə) məqsədlərlə istifadə zamanı texniki vasitə kimi videofonoqramı bir neçə hissəyə - alt mövzulara bölmək olar. Audiovizual material semantik sahələr toplusunu ehtiva edir və tələb olunan məqamda videolentin dayandırılması ilə bölünə bilər. Televiziya verilişinin bu şəkildə mənə baxımından daha dolğun fraqmentlərə bölünməsi təlim prosesinin tələbələrini şüurunda semantik zonaların formalaşmasına və onların yaddaşında möhkəmlənməsinə yönəldilməsindən irəli gəlir (Левченко, Лисковская, 2011).

Tədris prosesində bunların həyata keçirilməsi, ilk növbədə, dinləmə mövzusunun müəyyən etmək, ikincisi, xəbərin həcmi məhdudlaşdırmaq (məsələn, 3-5 dəqiqə), üçüncüsü, tələbələrini diqqətini peşəkar yönümlü problemin həllinə yönəltmək baxımından zəruridir.

Tam model ehtiva edən televiziya biznes-proqramının informasiya strukturunu nəzərdən keçirək (Cədvəl 2).

Cədvəl 2. Televiziya biznes-proqramının kompozisiya modeli



Qeyd: "Model" olaraq əsas sistemin müəyyən mühüm keyfiyyətlərini əks etdirən obyektlər birliyi nəzərdə tutulur.

Televiziya ekranından edilən çıxış dialoq və monoloq formalarında mövcud olan şifahi ünsiyyətdən ibarətdir. O, bir fərdə, eyni zamanda çoxlu tamaşaçıya yönəldilir. Ekranından edilən çıxış, həyatda olduğu kimi, müəyyən motivlərə malikdir və nəticin, teleqaracının və ya proqramın iştirakçısının kommunikativ niyyətini, sözlərin konkret məqsədini müəyyənləşdirir, nitqin müəyyən tərtibata (suallar, bəyanatlar, müraciətlər, qınama, bəyənmə, məsləhət, tələb və s.) malik olma-

sını tələb edir. Ekrandan edilən çıxışın kommunikativ nitq formulları müxtəlifdir (Cədvəl 3). Onlardan biznes proqramlarına aid olanları təqdim edirik:

Cədvəl 3. Televiziya biznes proqramlarında iştirakçıların nitq formulları

Söyləmin məqsədi	Nitqin tərtibatı
Diqqətin cəlb edilməsi.	<i>Good evening to every business and economics fan.</i>
Mövzunun müəyyənləşdirilməsi.	<i>In this edition I'll be reviewing the major themes of 2022.</i>
Aydınlaşdırma.	<i>What is the major difference between this model and the traditional television? The big event of the past year that was shaping the economy of the world for decades to come was the cop 26 Climate Conference in Glasgow in September.</i>
Dərketmə.	<i>I'd like to explain the background... It's clear. I've got it. I see. Understand.</i>
Növbəti suala keçid.	<i>I offer to move on to the next question. Will you let me explain what's happened?</i>
Problemin əsas səbəbinin aydınlaşdırılması.	<i>The reason of this is...</i>
Zaman məhdudiyəti.	<i>Our time is finishing unfortunately. Sorry to mention that we are short of time...</i>
Yekun. Nəticələr.	<i>To summarize the main problems discussed today... Join us again next time.</i>

Proqramın giriş hissəsi dinamikmi, ifadə sürəti və yüksək ifadəliliyi ilə seçilir. Verilişin ən maraqlı anlarını əks etdirən süjetlərin qısa təsviri izləyicilərə təqdim olunur. Nəticədə veriliş izləmək və dinləmək üçün tamaşaçıda motivasiya yaranır və ehtimal olunan proqnozlaşdırma mexanizmi işə salınır.

Ümumiyyətlə, girişin vəzifəsi tamaşaçını maraqlandırmaq və onu hadisələrin gedişatına cəlb etməkdən ibarətdir. Bu zaman qısa ifadə və cümlələrdən, əsasən cümlələrdən istifadə olunur. Yekun hissə isə qısalığı, yığcamlığı və yüksək ifadəlilik dərəcəsi ilə xarakterizə olunur.

Ümumiyyətlə, televiziya verilişinin əsas hissəsinin məzmununun funksional və üslubi xüsusiyyətlərini araşdırarkən, mediada dil üslubu probleminə toxunmadan keçmək mümkündür. Elmi ədəbiyyatda bu janra "kütləvi ünsiyyət və təbliğat üslubu", "informasiya üslubu", "kütləvi ünsiyyət tərz", "kütləvi siyasi və işgüzar informasiya üslubu" kimi adlarla xitab edilir.

Hər bir üslub növü KİV mətnlərinin əsas xarakteristikasında inikas olunan yaxın funksiyalara malikdir. Buraya operativlik, informasiyanın yeniliyi, faktikilik, sənədlilik, informasiyanın məzmun dolğunluğu, mətnin sıxlaşdırılması, nitq vasitələrinin auditoriyanın diqqətini cəlb etməyə istiqamət-

ləndirilməsi üsulları daxildir. Bu xüsusiyyətlər tele-informasiya üslublu nitqlər üçün tam xarakterikdir və onu şəfahi media janrında jurnalist üslubu kimi dəyərləndirmək olar.

Artıq qeyd etdiyimiz kimi, publisistik üsluba, öz növbəsində, informasiya, analitik və bədii-publisistik kimi janr üslubları da daxildir. *High-Tech 2000 (NBC)*, *World Business Report (BBC)* və *Story Board (CNBC)* kimi televiziya proqramlarında edilən çıxışlar informasiya, qısa xəbər xronikası, xəbər elanlarına xas olan informasiya janr üslubuna aiddir.

İngilisdilli televiziya xəbər mətni vasitəsilə ötürülən informasiyanı qəbul edən zaman ingilis dili ana dili olmayan insan onu öz mədəniyyətinə aid obraz və anlayışlarla interpretasiya edir. Məhz buradan yad mədəniyyətin təzahürlərinin başa düşülməsi və ya başa düşülməməsinin dərəcəsi məsələsi ortaya çıxır. Onu da qeyd etmək gərəkdir ki, son zamanlar dünyanın hər yerində miqrasiya artımı çoxmədəniyyətliliyə və bəzən qarışıqlığa səbəb olur. Bu səbəbdən də, koqnitiv dilçilik müxtəlif mədəniyyət nümayəndələrinin qarşılıqlı anlaşmasının təminatı məsələsinin həllinə böyük töhfələr verə bilər. Məhz koqnitiv dilçilik konseptual biliklərin emalı məsələlərini araşdırır.

Dildə biliklərin konseptual təşkili bir sıra bacarıqlar tələb edir. Bu məqamda bir sıra suallar təzahür edir və onlardan bəziləri də biliklərin mahiyyəti, onların özünəməxsus xüsusiyyətləri, onların növləri və təsnifatı üçün meyarlar, optimal istifadə üçün insanın yaddaşında biliklərin təqdimatı formaları və təşkili, biliklərin saxlanması xassələri, son biliklərin iqtibası, nitq təfəkkürü prosesində biliklərin rolu ilə bağlıdır.

Məlum olduğu kimi, koqnitiv dilçilikdə biliklər dil və qeyri-dil növlərinə bölünür. Bir sıra müəlliflər bu təsnifatı aparmasalar da, bu və ya digər alt qrupun nəyi ehtiva etdiyini dəqiqləşdirməyə cəhd göstərirlər (Encyclopedia of Language & Linguistics 2006). Məsələn, dil bilikləri, əsasən, aşağıdakı qruplara ayrılır:

- qrammatik, fonetik və fonoloji biliklər;
- kompozisional və leksik-semantik biliklər;
- dildən istifadə haqqında biliklər;
- nitq ünsiyyəti prinsipləri haqqında biliklər.

Qeyri-dil biliklərinə isə situasiya, kontekst və fon bilikləri aid edilir. Fon biliklərinin olmaması yalnız situasiyanın qeyri-düzgün qavranılmasına səbəb olur; bu fakt həm də şablon mülahizələrin yaranma mənbəyi ola bilər. Bununla bərabər, tədqiqatçılar düzgün olaraq heç bir növün aparıcı olmadığını qeyd edirlər (Carpenter, Miyake, Just, 1995: 34).

Bu biliklərin təqdimatı formasının müəyyənləşdirilməsi müasir koqnitiv dilçilikdə xüsusi maraq doğuran məsələlərdəndir. Ehtimal ki, biliklərin təşkili zamanı dil ilə birbaşa bağlı olan və ya dilin yardımı ilə təqdim olunan, yaxud, tam əksinə olaraq, dil ilə birbaşa əlaqəsi olmayan struktur səhədlər fərqləndirilməlidir. Əlbəttə, insan əqlində prinsip etibarilə digər vasitələrlə əks olunan bilik strukturlarının öz aralarında necə əlaqələnməsi məsələsi hələlik həllini tapmamışdır.

Koqnitiv dilçilik, ilk növbədə, bu və ya digər şəkildə dil ilə bağlı olan təqdimat formaları haqqında məsələ qaldırır. Koqnitivist üçün "Biliyin mental təqdimatı necə olmalıdır?" və yaxud: "Bilik koqnitiv şəkildə necə emal olunur?" – suallarına cavab tapmaq vacibdir (Новоградська-Морська, 2003).

Telediskursun kontekstual təhlilində onun həm linqvistik, həm də ekstralingvistik xarakteri nəzərə alınmalıdır. Qonşu məntiq, psixologiya və sair kimi elmlərin tədqiqat obyektləri içərisində ekstralingvistik amillərin yaranmasına təsir edən ləbəli şərtlərin öyrənilməsi məsələsi də mövcuddur. Psixoloqların diqqət obyektinə olan nitqin törəmə prosesi dilçilər tərəfindən real nitq aktının tədqiqi zamanı araşdırılır. Əslində, hər şeydən öncə, psixoloq üçün onun tədqiq etdiyi nitq fəaliyyətinin psixofizioloji mexanizmi maraqlıdır. Dilçini isə əsasən nitq formaları, konkret dil vasitələrinin situasiyadan asılı olaraq necə dəyişməsi, bir-birini necə əvəzləməsi, onların uyğunluq dərəcəsi, bir sözlə, dil vahidlərinin seçimi, onların fəaliyyət qanunauyğunluqları, onların ifadə olunan fikrə (məzmunu) münasibəti prinsipləri və s. maraqlandırır.

Bundan başqa, nitq aktı prosesində dilçilər tərəfindən hər bir nitq aktı prosesində informasiyanı ötürücüsü və qəbuledicisi qismində çıxış edən danışan və dinləyənin səciyyəvi xüsusiyyətləri – diskursun pragmatik və koqnitiv aspektləri mütləq nəzərə alınır. Nitqin məzmununu ünsiyyət situasiyasından nə dərəcədə asılılığı məsələsi dilçi kimi psixoloqu da maraqlandırır. Onu da qeyd et-

mək vacibdir ki, televiziya diskursunun real situasiyası koqnitiv imkanlarına görə daha çox komponentlərdən ibarətdir – informasiyanı ötürən, tamaşaçı, hadisələrin zamanı, məkanı, nitq aktının əsasını təşkil edən rollararası münasibətlər, ünsiyyət iştirakçılarının fiziki vəziyyəti, aktın davamlılıq səviyyəsi və sair.

Nəticə etibarilə isə, məhz dil vasitəsilə ünsiyyət baş verir.

Telexformasiyanın ötürülməsi prosesində cəmiyyəti və onun ayrı-ayrı nümayəndələrini idarə edən müxtəlif (hətta bütün) sosial institutlar arasında informasiya mübadiləsi gerçəkləşir. Bu prosesdə informasiyanın gerçəkliyi əks etdirmə dərəcəsi də önəm daşıyır. Teleünsiyyətin sosial funksiyaları yalnız müxtəlif növ informasiyanın ötürülməsi və qəbulunu izah etmir. İnformasiyanın email prosesi ünsiyyətin hər iki qütübündə – adresat və adresant səviyyəsində baş verir. Bununla belə, əsl jurnalist üçün yalnız auditoriyaya təsir edə biləcək xəbər deyil, auditoriyanın xəbəri necə qəbul edəcəyi də əhəmiyyət daşıyır. Auditoriyanın xarakteri – siyasi, iqtisadi, dini, ideoloji maraqlar, tələbləri, yaşı, cinsi və sair, bu və ya digər informasiyaya reaksiyası haqqında biliklərə malik olmayan jurnalistin fəaliyyəti “havadan asılı qalacaq”: *“Televiziya vasitəsilə verilən canlı informasiyanın ötürülməsi və dərk prosesində mətn əlaqələri və presuppozisiyanın, fon biliklərinin yardımı ilə kəmiyyət və keyfiyyətin həcm və miqyas nisbəti konkretləşir. Buna adresatın ifadə aktının malik olduğu dil sistemi, bilik və təcrübəsi, psixoloji fəallığı imkan verdiyi kimi, adresantın dərk etmə aktında mətnin reallaşdırdığı xüsusi invariant – linqvistik obrazın yaddaşda canlanması, bilavasitə informasiya ilə yanaşı bilvasitə inforamsiyaların bir araya gəlməsi, ani qavrama mexanizmi şərait yaradır”* (Allahverdiyeva, 2021: 14).

Televiziya məkanı üçün ədəbi danışq dilinin mühüm əlamətlərindən biri də etnolinqvistik aspektdə meydana çıxır. Hətta xəbərlərin canlı təqdimatı özü belə paralingvistik vasitələrlə müşayiət olunur. Bəzən qəbul edilməyə də, telejurnalistikada jest və mimikalardan yerində istifadə mühüm ritorik təsir mənbəyidir. Tamaşaçını istiqamətləndirmək, onu səfərbər etmək, müəyyən fikri gücləndirmək, emosional və ekspressiv ovqat yaratmaq baxımından tele-jurnalist televiziya mətninin qavranılmasına nail olmaq üçün bu kinetik vasitələrdən məqsəduyğun şəkildə bəhrələnməyi bacarmalıdır (Robinson, Jerskey, Fulwiller, 2021).

Nəticə.

Beləliklə, deyə bilərik ki, televiziya xəbər janrı filoloqlar və koqnitivistlər üçün araşdırma və təhlil üçün maraqlı materialdır. Televiziya xəbər proqramlarında yayımlanan informasiya kontekstində televiziya nitqinin xüsusiyyətlərindən peşəkar dinləyib-anlamanın tədrisində necə istifadə etməyin yollarının araşdırılması bu gün xarici dilin tədrisi sahəsində də həllini gözləyən məsələlərdəndir. Bu istiqamətdə aparılan gələcək tədqiqatlar televiziya xəbər diskursunun leksik-qrammatik və sintaktik xüsusiyyətlərinə və onun kompozisiya-nitq formasının araşdırılmasına da yönəldilməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Allahverdiyeva, A.M. (2021). Televiziya xəbər diskursunun ekstralingvistik və linqvistik təsviri. Bakı: Mütərcim.
2. Carpenter, P.A., Miyake, A., Just, M.A. (1995). Language comprehension: sentence and discourse processing // *Annual Review of Psychology*, 46. (6)
3. *Encyclopedia of Language & Linguistics*. Reference Work. (2006). Elsevier Science, 2nd edition. (5)
4. Robinson, M., Jerskey, M., Fulwiller, T. (2021). *Writing Guide with Handbook*. USA, Xan-Edu Publishing Inc. (4)
5. Stempleski, S., Tomalin B. (2001). *Plenary: Teachers versus Television: A Shot History of Visual Media in ELT // IATEFL 35: International Annual Conference*. UK: Brighton. (4)
6. Левченко, Г.Г., Лисковская, Е.Н. (2011). Характеристика телевизионного учебного материала для обучения устойчивой монологической речи с использованием вузовской замкнутой телевизионной системы // *Наукові праці ДонНТУ. Серія: педагогіка, психологія і соціологія*. №10. (10)

7. Новоградська-Морська, Н.А. (2003). Лінгвістичні й екстралінгвістичні характеристики професійно спрямованих англomовних відеофonomатеріалів як умова навчання аудіювання // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. №2. (12)

Айтан Аллахвердиева

Общая лингвистическая и экстралингвистическая характеристика жанров телевизионной информации

Резюме

Как известно, информационные жанры являются средством оперативной обработки актуальной информации. Проблема взаимодействия слова, звука и изображения в одном из таких жанров, телеинформационном, является одной из фундаментальных проблем теории тележурналистики. Телевизионное сообщение может максимизировать восприятие человека, воздействуя одновременно на зрение и слух.

Задача реализации информационного потенциала телевидения всегда была актуальна для исследователей. Ее решение в основном зависит от того, в какой форме представлен материал на телеэкране. Форма, особенно сочетание слов и образов, как основного носителя информации, играющие важную роль в адекватном/неадекватном восприятии информации, представляют интерес как для теоретиков, так и для практиков телевидения.

В статье исследуется роль лингвистических и экстралингвистических факторов в выполнении телеинформационного жанра по информированию, влиянию, убеждению, продвижению, поощрению, а иногда и манипулированию. Для этого использовались методы контент-анализа и контекстуального анализа.

Выбранные для анализа программы относятся к информационно-публицистическому жанру, а по степени сложности – к информационно-деловым программам. Отмечается, что основной лексической особенностью этих программ является использование клише, собирательных выражений, терминов и интернациональных слов.

Следующая особенность заключается в том, что программы, транслируемые здесь, неоднородны по составу. Эта композиция имеет познавательно-прагматический характер и закладывает основу ритма восприятия, линии предсказания. Лексически разнообразное и неожиданное содержание новости также является показателем ее превосходства над другими жанрами.

Тот факт, что теленовости содержат различные сочетания звуковых и изобразительных структур, дает основание рассматривать соотношение аудиовизуальной информации в двух аспектах – семантическом и темпоральном.

Здесь ценность телеинформации определяется рядом экстралингвистических факторов – степенью правдивости новости, ее актуальностью, тем, что она содержит информацию, близкую аудитории с пространственной или психологической точки зрения, значимостью воздействия, возможные результаты воздействия на массовую аудиторию, фактор интересов человека, степень создания конфликта и др. также отмечается, что он детерминирован.

Ключевые слова: телевизионные жанры, информационно-публицистический жанр, смысловой аспект, темпоральный аспект, социолингвистическая структура теленовостей, информационная структура теленовостей.

**General linguistic and extralinguistic characteristics
of tv information genres****Summary**

It is known that information genres are a means of operative processing of relevant information. The problem of interaction of word, sound and image in one of these genres – TV information genre, is one of the fundamental problems in the theory of TV journalism. A TV message can maximize a man's perception by affecting vision and audio simultaneously. The task of realizing the informative potential of TV has always been relevant for researchers. Its solution mainly depends on the form in which the material is presented on TV screen. Form, especially the combination of words and images as the main means of information, which plays an important role in the adequate/inadequate reception of information, is of interest to both television theorists and practitioners.

The article examines the role of linguistic and extralinguistic factors in the performance of the TV information genre to inform, influence, persuade, promote, encourage, and sometimes manipulate. For this purpose, content analysis and contextual analysis methods have been used in the article.

The programs selected for analysis belong to the information-journalistic genre, and according to the degree of complexity, to information-business programs. It is noted that the primary lexical feature of these programs is the use of clichés, collective expressions, terms and international words. The next feature is that the programs broadcast here are not homogeneous in terms of composition. This composition has a cognitive-pragmatic character and lays the foundation of the rhythm of perception, the line of prediction.

The fact that the content of the news is lexically diverse and unexpected is also an indicator of its superiority over other genres. The fact that tele-news contains different combinations of sound and image structures gives reason to consider the ratio of audio-visual information in two aspects – semantic and temporal.

Here, the value of tele-information determined by a number of extralinguistic factors – the degree of truth of the news, its relevance, the fact that it contains information close to the audience from a spatial or psychological point of view, the significance of the impact, possible impact results for the mass audience, the factor of human interests, the degree of creating conflict, etc. it is also mentioned.

Keywords: *TV genres, information-journalistic genre, semantic aspect, temporal aspect, socio-linguistic structure of TV news, informational structure of TV news.*

Rəyçi: *Filologiya elmləri doktoru Könül Əbdürrəhmanova.*

Məqalənin verildiyi tarix: *14.11.22.*