

ALLAHVERDİYEVA AYTƏN MUSA QIZI  
Azərbaycan Dillər Universitetinin dosenti, fil.f.d.  
aytan@ymail.com

## TELEVİZYİA NİTQİ PUBLİSİTİK FUNKSIONAL ÜSLUBUN JANRI KİMİ

### Küləsa

Məqalədə publisistik üslubun ayrıca janrı olan televiziya nitqinin, ilk növbədə, kütləvi ünsiyyətin ictimai-siyasi və mədəniyyət sahələrinə xidmət etdiyi, cəmiyyətin cari həyatının aktual problemlərini və hadisələrini işıqlandırdığı və ictimai rəy formalaşdırdığı qeyd edilir. Bundan irəli gələrək, televiziya nitqinin həm onu təcəssüm etdirib yaradanlardan, həm də yönləndirildiyi şəxslərdən daim asılı olan linqvistik-üslubi xüsusiyyətlərə malik olması qeyd edilir. Burada televiziya vasitəsilə səsləndirilən informasiyanın adekvat qəbulu və dərk zamanı bir sıra linqvistik maneələrlə bərabər, ekstralingvistik və psixoloji çətinlikləri aradan qaldırmaq üçün fərdin dünyanın dil xəritəsinə inteqrasiyası məqsədlə müəyyən sosial-mədəni fon bilikləri ehtiyatına malik olması və audio-video-nitq situasiyalarını eyni zamanda əlaqələndirə bilməsi üçün onda multimodal pragmatik bacarıqların formalaşmasının zəruri olması fikri irəli sürülür.

Bundan başqa, televiziya səs-lənən nitq ədəbi dilin xüsusilə sintaktik və leksik xüsusiyyətlərini ehtiva etdiyi qeyd edilir və hər səviyyə ayrıca təhlilə edilir. Nəticədə hər iki sahənin televiziya səs-lənən nitqin həm ötürülməsində, həm də nəzərdə tutulan mesajın tamaşaçı tərəfindən adekvat (yaxud, qeyri-adekvat) qəbulunda olduqca əhəmiyyətli rola malik olduğu qənaəti əldə edilir.

Nəticədə XXI əsrdə bütün cəmiyyətlərin dilinə, nitqinə təsir edən ən güclü amillərdən birinin məhz televiziya, daha dəqiq ifadə etsək, televiziya nitqi olduğu vurğulanır. Məhz bu səbəbdən mütəxəssislərin bu nitqi getdikcə daha çox ayrıca nitq növü kimi fərqləndirməyə meyil etməsi və üslubiyyət sahəsində bu nitq növünün publisistik funksional üslubun dəqiq sərhədlərə malik olan bir variantı kimi təsnif edilməsi fikri hasil edilir.

*Açar sözlər:* publisistik üslub, kütləvi kommunikasiya, televiziya nitqi, televiziya informasiya janrı, televiziya xəbər mətnləri.

**Giriş.** Cəmiyyətdə baş verən hər bir ictimai-siyasi sarsıntı mütləq dildə öz izlərini buraxır. Hər bir dövr həyatın yeni sahələrinin yaranması, duyğuların, fikirlərin, ifadələrin yeni ifadə formalarının meydana çıxması ilə xarakterizə olunur və bu hallar mövcud dildə öz koloritini əks etdirir, onun söz ehtiyatı zənginləşir, bəzən dilin söz fondu xeyli dəyişikliyə məruz qalır. Hər bir dövrün dildə “düzəlişlər” etməsi məlum fakt olsa da, qeyd edilməlidir ki, bütövlükdə dilin sistemi dəyişməz olaraq qalır.

Dilçilik təbii insan dili və dünyanın bütün dilləri haqqında, insan dilinin quruluşu və fəaliyyətinin ümumi qanunları bərsində elm sahəsidir. Dili tədqiq etməyin aspektləri baxımından, şərti olaraq, daxili və xarici dilçilik fərqləndirilir.

• Daxili dilçiliyi ümumi dilçilik (ümumi dil kateqoriyalarını öyrənir), müqayisəli-tarixi və müqayisəli-tipoloji dilçilik (müxtəlif dillər arasında genetik və tipoloji əlaqələri araşdırır), dil sisteminin müxtəlif səviyyələrini öyrənən dilçilik sahələri (fonetika, fonologiya, qrammatika (morfolojiya, söz yaradıcılığı, sintaksis), leksikologiya, frazeologiya) daxildir. Dil sisteminin formalaşma tarixi dilin tarixi (tarixi fonetika, fonologiya və s.) və etimologiyası; xüsusi adlar onomastika, o cümlədən toponimika və antroponimika tərəfindən tədqiq edilir.

• Xarici dilçilik (paralinqvistika, etnolinqvistika, sosiolinqvistika, psixolinqvistika və s.) dilin danışanın cəmiyyətdəki fəaliyyəti ilə bilavasitə bağlı olan təsirlərini öyrənir. Buraya dilin ərazi variasiyasını öyrənən dialektologiya və linqvistik coğrafiya da daxildir.

Dövlətın və xalqın ictimai çıxışlarla bağlı təcrübəsindəki dəyişikliklərlə əlaqədar olaraq nitq mədəniyyəti cəmiyyətdə əhəmiyyətli dərəcədə ictimai təsirlərə məruz qalır. Bu təsirlərə misal olaraq nitq mədəniyyətinin və mətbuatın, radio və televiziyanın kütləvi informasiya və təbliğat vasitəsi kimi bu günə qədər misli görünməmiş inkişafını göstərmək olar. Son zamanlar “media dili” termini ilə tez-tez rastlaşırıq. Bu termin bütün kütləvi informasiya vasitələri - dövrü mətbuat, radio, televiziya, internet şərtləri üçün xarakterik olan dil, bəzən də nitq kimi qəbul edilir. Bu dil mütləq “media dili”nin tanınmasını şərtləndirən xüsusi üslubi çalara malikdir. Əslində, bu “dil” özündə qurultaylarda, mitinqlərdə, yığıncaqlarda bu üsluba müraciət edən siyasətçilərin, ictimai xadimlərin çıxışını əks etdirməyən publisistik üslublu nitqdır. Publisistikamı cəmiyyətin ən mühüm problemlərini – siyasi, sosial, məişət, fəlsəfi, iqtisadi, etik-əxlaqi problemləri əhatə etdiyi üçün “müasirliyin salnaməsi” adlandırmaq olar.

x x x  
Müasir televiziya sadəcə kütləvi informasiya vasitəsi deyil, bir mədəniyyət hadisəsidir, bütövlükdə cəmiyyətin inikasidir. Televiziya bir tərəfdən qloballaşmanın təsiri altındadır, digər tərəfdən spesifik psixoloji xüsusiyyətlərə malikdir. Bəzən müasirliklə konservativliyin daban-dabana gəlməsi televiziyanın xaoslu panoramasının yaranmasına səbəb olur. Televiziya vasitəsilə yalnız informasiya qəbul etmərik, sadəcə əylənmirik, eyni zamanda düşüncəmiz və nitq təfəkkürümüz təsirlərə, hətta, bəzən təzyiqlərə məruz qalır. Bunlar onu qeyd etməyə əsas verir ki, televiziya fenomenin öz forma və növləri mövcuddur və onlar fərqli funksiyalar yerinə yetirir.

Tele-informasiyanın ekstralinqvistik xarakteri nitqin tema və motivləri, kommunikasiya aktu iştirakçılarının və auditoriyanın xarakteri, eləcə də, nitq mühiti vasitəsi ilə səciiyələnilir [1]. İstənilən mövzu, istənilən təsəvvür müvafiq dilin qanunauyğunluqları çərçivəsində informasiya şəklində salına bilər. İstənilən

situasiyada istənilən nitq aktının təşkili zamanı nitq axınının daxili düzülüşünü səciyələndirən vasitələr kontekstin linqvistik və ekstralingvistik aspektləri arasında mövcud olan sıx və qarşılıqlı əlaqəni göstərir. Danışan (yazan) üçün ekstralingvistik kontekst nitq aktını şərtləndirən obyektiv gerçəklikdir. Linqvistik kontekstə isə nitq aktı prosesində ayrı-ayrı məqamlarda fərdə təsir göstərən linqvistik amillər məcmusu kimi baxmaq olar. Nitq aktının istər xarakteri, istərsə də strukturu onda təzahür edən ekstralingvistik hadisələrin kompleks məcmusundan asılıdır. İstənilən tele-nitq aktının linqvistik strukturu mövzu və məzmun, janr, konkret ünsiyyət situasiyası, auditoriyanın xarakteri, həmsöhbətlərin fərdi xüsusiyyətləri kimi faktorların təsirinə məruzdur. Çox dinamik bir KİV vasitəsi kimi televiziya nitqinin bu qeyd olunan xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla – funksional baxımdan araşdırılması bu gün dialoji tendensiya əldə etmiş bu mediya janrının dilinin tam linqvistik təsvirinə nail olmaq üçün vacibdir.

Televiziyanın müxtəlif növləri və formaları olduğu kimi, onun tədqiqinə müxtəlif aspektlər və yanaşmalar mövcuddur. Xüsusilə, televiziya səsələnən nitqlərin təhlilləri zamanı bir çox spesifik cəhətlər aşkar edilir. Bu cəhətlərdən biri də televiziya nitqinin həm onun təcəssüm etdirib yaranarlardan, həm də yönləndirildiyi şəxslərdən daim asılı olan linqvistik-üslubi xüsusiyyətləridir.

Öz auditoriyası uğrunda mübarizə aparan müəllif, yaxud tele-kanal obyektivlik illüziyasını əsas götürür. Televiziya mətnlərində əks olunan informasiyanın özü gerçəkliyin şərhini təqdim etdiyi halda, onun subyektiv şərhində yayınmaq mümkün deyil. Tərtibat zamanı mətnlərin şərhə istiqamətləndirilir, nizamlanır, yeni məna çalarları yaranır. Öz növbəsində, tamaşaçı qəbul etdiyi xəbəri şərh edir, nəticə etibarilə, şərh olunanın bilavasitə şərhə baş verir və bu baxımdan televiziya mətnlərini “gerçəkliyin şərhə vasitəsi” adlandırmaq olar. Televiziya xəbər mətnləri özündə bir sıra xarici dayaqlı elementlərinə malik gerçəkliyin interpretasiyasını və subyektiv müəllif şərhini ehtiva edir ki, bu amil informasiyanın şərhinin obyektivlik-subyektivlik balansını yaradır. Televiziya xəbər mətnlərində verilən informasiyanın adekvat (və ya qeyri-adekvat) qəbulunda koqnitiv amillərin rolu danılmazdır və onların verbal və ya qeyri-verbal ifadə vasitələri mövcuddur.

Bu mətnlər vasitəsilə səsləndirilən informasiyanın adekvat qəbulu və dərkə zamanı bir sıra linqvistik maneələrlə bərabər meydana çıxan ekstralingvistik və psixoloji çətinlikləri aradan qaldırmaq üçün fərdin dünyanın dil xəritəsinə inteqrasiyası məqsədlilə müəyyən sosial-mədəni fon bilikləri ehtiyatına malik olması və audio-video-nitq situasiyalarını eyni zamanda əlaqələndirə bilməsi üçün onda multimodal pragmatik bacarıqların formalaşması da zəruridir. Məsələn, ingilisdilli televiziya xəbər mətnlərinin müasir gündəlik həyat tərzinə gətirilməsi ingilis dili və mədəniyyəti ilə tanış olan fərdin şəxsiyyətinin yeni bir cəmiyyətə uyğun olaraq sosiallaşmasının uğurlu əsasını qoyur və effektiv mədəniyyətlərəarası kommunikasiya üçün onda lazımi bacarıqları inkişaf etdirir.

Televiziya nitqində informasiya proqramlarının xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla, dil sisteminin müxtəlif səviyyələri təqdim olunur və videocərgə ilə müşayiət olunur; bu, səsli nitqdır və kütləvi istehlaka yönəlmişdir.

Televiziya nitqi dedikdə ilk növbədə informasiya proqramlarında, xəbərlər buraxılışlarında təqdim edilən nitq nəzərdə tutulur. Zənnimizcə, televiziya informasiya proqramlarında reallaşan nitqin öyrənilməsinə kommunikativ, sistemli, funksional və mədəni aspektlərdən yanaşmaq mümkündür.

Kommunikativ yanaşma nitqi insanın kommunikativ fəaliyyətinin növlərindən biri kimi qəbul edilir. Nitqin təbiəti dil ictimaiyyətinin digər üzvləri ilə ünsiyyət yaratmaq üçün dildən istifadəyə əsaslanır. Bu, həm danışmaq prosesidir - nitq fəaliyyətidir, həm də onun nəticəsidir - yaddaş və ya yazı vasitəsi ilə təsbit edilmiş nitq əsərləridir. Televiziya nitqi - verilişlərin aparıcılarının və jurnalistlərin, televiziya verilişlərinin qəhrəmanlarının televiziya ekranlarından söylədiyi nitqdır. Bu səbəbdən televiziya mütəxəssislərinin nitqi ilə proqram qəhrəmanlarının (qeyri-peşəkarların) nitqinin təməllərini tərkibindən müxtəlif cür qəbul edildiyini nəzərə alaraq, bu iki növ nitqi bütün aspektlərdə müqayisə etmək qeyri-məqsədəuyğundur.

M.P.Senkeviç klassik ritorika əsərlərinə əsaslanaraq nitqin aşağıdakı kommunikativ keyfiyyətlərini göstərir [4, s.36]:

- 1) Düzgünlük - müasir ədəbi dil normalarına uyğunluq.
- 2) Dəqiqlik - sözlərin referent obyektlərə, real hadisələrə ciddi şəkildə adekvat olması.
- 3) Məntiqilik - nitqdə dil vahidləri arasında mövcud semantik əlaqələr ilə obyektiv gerçəklikdəki predmet və hadisələr arasındakı əlaqə və münasibətlərin bir-birinə adekvatlığı.
- 4) Səflilik - ədəbi dilə yad elementlərin (söz və ifadələrin), habelə etik normalara zidd leksik elementlərin olmaması.
- 5) İfadəlilik - dinləyicilərin/tamaşaçıların marağını dəstəkləyən keyfiyyətlərin mövcudluğu.
- 6) Zənginlik - müxtəliflik.
- 7) Aktualıq - ünsiyyətin məqsəd və şərtlərinə uyğun olaraq dil vasitələrinin üslubi, kontekstual, situativ, fərdi-psixoloji seçimi əsasında nitqin təşkili.

Sistemli yanaşmanın mahiyyəti isə ondan ibarətdir ki, dil özü uzunmüddətli sabitliyə malik olan sistemdir. Dil və nitq ilə təfəkkür - insan idrakının ən yüksək pilləsi ilə obyektiv reallığın əks olunması prosesi arasında sıx bağlılıq mövcuddur. Bu səbəbdən onlar həmişə bir bəşəri və ümummillə mədəniyyət sisteminin daxilində mövcuddurlar. Eyni zamanda, televiziya nitqi publisistik nitq üslubunun tərkib hissəsi kimi funksional üslublar sistemində daxildir. Televiziya nitqi həm də söz, görüntü və səsli özümdə birləşdirən unikal bir sistemdir. Televiziya nitqinin üslubi xüsusiyyətləri, ilk növbədə, onun çoxsaylı auditoriyaya ünvanlanan səsli nitq olması ilə bağlıdır. Bu xüsusiyyət televiziya səsli nitqin anlaşılıqlı olmasına diqqət, kitab dilini danışmaq dilinə yaxınlaşdırmaq meylini izah edir. Bundan əlavə, televiziya

nitqini öyrənərkən onun texniki vasitələrlə ötürülməsi faktını da nəzərə almaq lazımdır. Onu bəzən musiqi, inter-səslər, küylər və ən əsası, videoardıcılıq müşayiət edir. Bu komponentlərin bir-biri ilə eyni vaxtda əlaqəsi dil vasitələrinin orijinallığına zəmin yuvaradır.

Televiziya səs-lənən nitq ədəbi dilin qrammatik-sintaktik və qrammatik-morfoloji xüsusiyyətlərini ehtiva edir.

Sintaksis dil sisteminin ekstralinvestik təsirlərə nisbətən dsaha az təsirə məruz qalması ilə xarakterizə olunan bir pilləsidir. Lakin demək olmaz ki, bu dəyişikliklər tamamilə daxili qanunların hərəkətindən irəli gəlir və heç bir halda kənar təsirlərə məruz qalmır. Dil sisteminin xüsusi səviyyəsi kimi sintaksisdəki dəyişikliklər spesifikliyi ilə seçilir: bir tərəfdən qrammatikanın bir bölməsi kimi sintaksis son dərəcə sabitliyə malikdir, digər tərəfdən, məsələn, morfologiyadan fərqli olaraq, daha dəyişkən və variativdir. Bundan başqa, leksik vahidlər cümlə və ifadələrin tərkibində təzahür etdiyi üçün dil sisteminin bu mobil sahəsində fəal şəkildə baş verən bir çox semantik proseslər məhz sintaksis sayəsində həyata keçirilir.

Sintaktik cəhətdən televiziya nitqi publisistik üslubun tələblərinə cavab verir - televiziya nitqi şifahi nitq olduğundan onun sintaktik quruluşu əhəmiyyətlidir. Tamaşaçının geriye dönüb ona deyilənlərə bir daha qulaq asmaq şansı yoxdur. Bu səbəbdən, televiziya mətnlərindəki cümlələr əl qurulur ki, mümkün qədər geniş tamaşaçı kütləsi üçün anlaşılın və aydın olsun. Bu cümlələr çox uzun olmur; onlarda sifət və zərflərdən çox az istifadə edilir. Yəni təsviri mətnlər üçün səciyyəvi olan sintaksis arxa plana keçir, təsvir videocərgə ilə əvəz edilir. Tamaşaçının diqqətini yayındırmamaq üçün televiziya mətnləri sintaktik olaraq əl qurulur ki, bu mətnlərin emosionallığı itməsin - sual işarələri, nida işarələri, nöqtələr aparıclar və jurnalistlər tərəfindən adekvat intonasiya vasitəsilə vurğulanır.

Xəbərlərdə dilin sintaktik quruluşu kifayət qədər müxtəlifdir: yarımcıq cümlələr (*Budur, qaliblər ekranda.*); məchul növdə olan konstruksiyalara üstünlük verilməsi meyli (*Ev tikmək üçün icazə alındı; Müəyyən edilmiş yerlər yoxlandı.*); proqramların sonunda hər yerdə feilsiz nominativ cümlələr (*Ac insanlar. Bayram əhval-ruhiyyəsi.*); mürəkkəb feilin köməyi ilə təfərrüatlı mürəkkəb konstruksiyalar (*Bu günün əsas vəzifəsi ölkəni böhrandan çıxarmaqdır.*) və s. üstünlük təşkil edir.

Dilin varlığını onun ən mobil hissəsi olan lüğət fondunun daim zənginləşməsi, inkişafı olmadan təsəvvür etmək mümkün deyil. Xüsusilə sosial dəyişikliklər dövründə dilə yeni sözlərin daxil olması prosesi daha da sürətlənir. Bu zaman lüğət fonduna yeni sözlər əlavə olur, bəziləri isə qeyri-fəal lüğətdən fəal yarısa keçir. Müasir dövrün yeni lüğət fondu cəmiyyətin bütün sahələrini əhatə edir:

- siyasət, dövlət quruculuğu, ideologiya (*dövlət quruluşu, avtoritarizm, andiçmə, planlaşdırma*);
- iqtisadiyyat (*barter, biznes mərkəzi, kvazipul, kvota, konvertasiya*);
- tibb (*immün çatışmazlığı, iridologiya, hospis*);
- din (*islamlaşma, karma, çakra*);

- elm və texnologiya (*klon, kilobayt, klan, fayl, disk, internet, kartric*);
- məişət (*yoqurt, keys, hamburger*).

Bununla belə, lüğət fondunda qarşılıqlı əvəzləmə halları da baş verir. Bir çox sözlər məişət leksikasını tərk edir. Bunlara, əsasən, keçmiş siyasi sistemlə bağlı olan sözlər daxildir, məsələn, post-sovet respublikalarının leksikonunda sovet reallığını səciyyələndirən *vilayət komitəsi (обком), komsomol (комсомол), fəal (активист), plandan əlavə (сверхплановый)* və s. söz və ifadələri nümunə göstərmək olar. SSRİ-nin süqutundan sonra ittifaq respublikaları müstəqillik statusu qazandı və millətlər bir çox keçmiş dəyərləri yenidən qayıtdı. Hər bir ittifaq respublikası milli adət-ənənələrini qoruyub saxlamağı və inkişaf etdirməyi özünə borc bildi, ayrılan respublikalar iqtisadiyyatını bərpa etmək üçün özünəməxsus vasitələrdən bəhrələndi.

Beləliklə, hər iki sahə (sintaksis və lüğət fondu) televiziya səs-lənən nitqin həm ötürülməsində, həm də nəzərdə tutulan mesajın təməşəçi tərəfindən adekvat (yaxud, qeyri-adekvat) qəbulunda olduqca əhəmiyyətli rola malikdir.

Əgər dilin bir sistem olduğunu qəbul etsək, o zaman nitqin aydın funksional səciyyə daşdığını müşahidə edirik. Xüsusilə, televiziya xəbər proqramları əsasında nitqin tədqiqinə funksional yanaşma məhz bu postulata əsaslanır. Aşkar funksional səciyyəyə malik olan nitq öz daxilində müəyyən bir mədəni struktura malikdir. Əksər tədqiqatçılar nitqin daim hərəkətdə olması fikrini qəbul edirlər. Nitqin ən mobil forması gündəlik, məişət nitqidir. O, müxtəlif üslubların elementlərini özündə cəmləyərək, onlara yeni semantik çarələr verir və morfoloji, orfoepik variantlar əlavə edir.

Çağdaş dövrümüz xəbər televiziyasının öyrənilməsi üçün ən zəngin material təqdim edir. Əvvəla, ona görə ki, son iyirmi ildə qlobal reallıq kifayət qədər dəyişmişdir, bununla yanaşı telekanalların siyasəti, ekran mədəniyyəti artıq bir neçə dəfə dəyişikliyə məruz qalmışdır. Hətta əyalət səhərlərində belə yerli telekanallar öz işinə xəbərlərlə başlayır. Əksər hallarda xəbər proqramı rəsmi proqram kimi ciddi telekanallarda ilk olaraq yayımlanır. Bəzi hallarda xəbərlər reklamlarla və musiqili təbriklərlə müşayiət olunur. Məhz xəbərlər kanalın siyasətini müəyyən edir; yaşından, təhsilindən, sosial vəziyyətindən asılı olmayaraq əhəlinin əsas hissəsi xəbərləri izləyir.

Müasir elektron jurnalistikanə kütləvi kommunikasiyanın ən effektiv vasitəsi, yəni milyonlar insanın eyni vaxtda bir-birilə qarşılıqlı əlaqəsi və bir-birinə təsiri üsulu adlandırmaq olar. Təkcə onu qeyd etmək kifayətdir ki, orta amerikalı həyatının 12 ilini, bir ingilis 11 ilini, hər fransız və italyan isə 9 ilini televiziya baxmağa sərf edir. Rusiyada, demək olar ki, əhəlinin 90 %-i ölkədəki vəziyyət barədə məlumatı məhz televiziya xəbər buraxılışlarından alır. Sovet İttifaqı dövründə televiziya xəbərləri dövlət rüporu (carçısı) kimi xarakterizə olunurdu. Bu gün xəbər heç də az əhəmiyyət kəsb etmir - ciddi reytingə güvənən istənilən təşəkirət işinə xəbərlərlə başlayır və əsas diqqətini ona yönəldir.

Bir tərəfdən, xəbərlər cəmiyyətdə baş verən prosesləri əks etdirmək üçün nəzərdə tutulmuşdur. Öz informasiya xidmətinin yaradılması televiziya şirkətinin yetkinliyinin göstəricisidir və bu xidmətin səmərəli fəaliyyəti tele-auditoriya qarşısında televiziya təşkilatının uğurunun rəhnidir. Müasir tele-auditoriya üçün çox geniş seçim bu sahədə kəskin rəqabət situasiyası yaratmışdır. Amma istənilən rəqabət şəraitinin müsbət tərəfləri vardır. Bu yanaşma tele-informasiyanın rəqabət qabiliyyətini artırmaq üçün jurnalistikanın forma və metodlarını kristallaşdırır. Bu və ya digər tele-şirkətin, mülkiyyət formasından asılı olmayaraq, yayımladığı xəbər proqramları həmişə sosial əhəmiyyətli proqramlardır - bütün demografik qruplar, cəmiyyətin bütün sektorları, əhalinin bütün kateqoriyaları üçün nəzərdə tutulmuş proqramlardan ibarətdir. *“Tamaşaçıların əksəriyyətinin maraqlarını ifadə etməyən kütləvi informasiya proqramı cəfəngiyyətdir. Televiziya təşkilatının başında kim dayanırsa-dayansın, bu “kapitan” kimin fikrini əsas götürürsə-götürsün, özünü müəllifi hesab etmədiyi fikirləri, informasiya proqramını bütün cəmiyyətə ünvanlayır və informasiya istehlakçılarının maksimum sayına böyük ehtiyac duyur”*, – Valeriy Tsvik yazır [5, s.68]. Müəllif “Televiziya jurnalistikası” («Телевизионная журналистика») dərsliyində informasiya (xəbərlər) proqramına aşağıdakı kimi təyinat verir: *“Cari hadisələr haqqında 8-14, bəzən 20 epizoddan ibarət müntəzəm hesabat (“süjetlər”, reportajlar, şifahi hesabatlar). Xəbərlər toplusu universal (siyasətdən havaya qədər) və qeyri-universal (yalnız idman, şəxsi problemlər, avtomobil, biznes, kənd təsərrüfatı və s. mövzulara həsr olunmuş məsələlər) xəbərlərdən ibarət ola bilər. Günün və ya həftənin sonunda informasiya-analitik verilişlər yayımlanır, burada yalnız faktlar deyil, eyni zamanda ekspertlərin və aparıcının rəyləri, ümumiləşdirmələri yer alır. Xəbər proqramları istənilən televiziya şirkətinin “siması”, yayım gününün istinad nöqtəsidir”* [5, s.68].

Valeri Saruxanov “Televiziyanın ABC” («Азбука телевидения») kitabında televiziya xəbər buraxılışlarına aşağıdakı tərifləri verir:

1. *“Xəbər buraxılışı günün mövzusu ilə bağlı aktual xəbərləri özündə cəmləyən, ölkədə və xaricdə həyatın bütün sahələrində baş verən fakt və hadisələrə, proseslərə tamaşaçıları operativ şəkildə yönləndirməyə qadir olan informasiya proqramıdır”*.
2. *“Xəbər buraxılışı bir növ “tematik bloklar”da qruplaşdırılmış xəbərlər toplusudur. Hər blokun öz mənası, çəkisi, buraxılışda daimi yeri var. Bu gün yayılmış xəbər buraxılışlarından biri yeni faktların və hadisələrin ətrafı şərh edildiyi dövrü və davamlı yayımdır”* [3, s.30].

Göründüyü kimi, televiziya nitqini formalaşdıran bir neçə faktor mövcuddur. Bütövlükdə, televiziya nitqi, televiziyanın özü kimi, davamlı olaraq dəyişikliyə məruz qalır. Ekranı bəzi söz və ifadələr fəallaşır, digərləri aktuallığını itirdiyindən qeyri-ışlək xassə əldə edir, cümlələr daha da qısa quruluş alır, televiziyanın nitq mədəniyyəti dəyişir. Bundan başqa, televiziya da nosil dəyişikliyi baş verir ki, bu da özlüyündə əhval-ruhiyyənin, mühakimələrin, nitq tərzinin dəyişməsinə səbəb olur. Bununla belə, zaman televiziya təqdim olunan bütün janrlar içərisində informasiya

janrlarına, o cümlədən xəbər proqramlarına daha çox təsir edir. Sənədli-bədii janrda yayımlanan verilişlər ən az təsirə məruz qalır; ilk növbədə ona görə ki, onların daxilində yalnız televiziyanın qanunları deyil, eyni zamanda sənət qanunları təzahür edir. Televiziya tamaşası, sənədli film, tele-esse janrları onların əsasını təşkil edən dramaturgiya qanunlarına müvafiq olaraq qurulur. Bütün qeyd edilənlər bu qisim proqramların lügətdən istifadə, cümlələrin qurulması, üslub seçimi və s. nüanslarda özünəməxsus şəkildə təsirlərə məruz qalmasını göstərir.

Mavi ekranda zamanın təsiri, eyni zamanda analitik janrlarda təqdim olunan nitqlərdə nəzərə çarpır. Şərh və rəylərdə müəyyən dil vahidlərindən istifadə üslubu zamana uyğunlaşır, zamanla dəyişir. Televiziya proqramlarının hazırlanması prosesində yayım şəbəkəsi onlardan asılı olaraq qurulur və kanalın siyasəti də məhz bununla müəyyən olunur. Bundan irəli gələrək, xəbərlər istənilən telekanalın siması olduğundan, xəbər verilişlərinə daha çox diqqət yetirilir. Odur ki, televiziya nitqinin formalaşma amili kimi tarixi və ictimai-siyasi dəyişikliklər faktorunu informasiya proqramlarının təqdim etdiyi nitqlərdə izləmək mümkündür.

R.A.Boretsky və Q.V.Kuznetsov televiziya informasiya janrlarına operativ (şifahi) xəbərləri, videosüjetləri, qısa müsahibə və reportajları; analitik janrlara video-yazışmaları, söhbətləri, şərhləri, icmalları, müzakirələri, mətbuat konfranslarını, tok-şouları; sənədli-bədii janrlara oçerkləri, esseləri, felyetonları, broşürləri aid edirlər. Həmmüəlliflər qeyd edirlər ki, *"İnformasiya bolluğu, reportajın üstünlüyü söz azadlığının göstəriciləridir"* [2, s.76]. Məlum olduğu kimi, informasiyanın obyektivi vahid faktdan, konkret hadisədən ibarətdir, metodu isə bu faktın təsdiqidir.

**Nəticə.** Son iyirmi ildə bütün cəmiyyətlərin dilinə, nitqinə təsir edən ən güclü amillərdən biri məhz televiziya, daha dəqiq ifadə etsək, televiziya nitqidir. Məhz bu səbəbdən mütəxəssislər bu nitqi getdikcə daha çox ayrıca nitq növü kimi fərqləndirməyə meyil edirlər. Nəticədə, üslubiyyat sahəsində televiziya nitqi publisistik funksional üslubun dəqiq sərhədlərə malik olan bir variantı kimi təsnif edilir.

Televiziya nitqi demək olar ki, televiziya ilə yayımlanan ilk verilişdən dərhal sonra formalaşmağa başladı. Əgər ilk əvvəl radioda və ya səhnədə səsləndirilən nitq tamamilə təqliddən ibarət idisə, son iyirmi ildə o, nəinki televiziya nitqi kimi tanınmışdır, eyni zamanda leksik-qrammatik, üslubi vahidlərin istifadəsində konkret norma və qaydaların təsbit olunmasına zəmin yaratmışdır. Buradan çıxış edərək, televiziya nitqini dövrə uyğun - müasir media janrı adlandıra bilərik.

#### ƏDƏBİYYAT

1. Allahverdiyeva A.M. Televiziya xəbər diskursunun ekstralingvistik və lingvistik təsviri. Bakı – Mütərcim, 2021, 152 s.
2. Борейский Р.А., Кузнецов Г.В. Журналист ТВ: За кадром и в кадре. Основы профессионального мастерства. - М., 1990.- 152 с.



3. Саруханов В.А. Азбука телевидения. Учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2003, - 223 с.
4. Сенкевич М.П. Культура радио- и телевизионной речи: Учебное пособие для вузов. М.: Высшая школа, 1997. – 96 с.
5. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика: История, теория, практика: Учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 382 с.

**А.ЛАХВЕРДИЕВА АЙТАН МУСА**  
**ТЕЛЕВИЗИОННАЯ РЕЧЬ КАК ЖАНР ФУНКЦИОНАЛЬНОГО**  
**ПУБЛИЦИСТСКОГО СТИЛЯ**

**Резюме**

В статье отмечается, что телевизионная речь, являясь отдельным жанром публицистического стиля, в первую очередь обслуживает общественно-политическую и культурную сферы массовой коммуникации, освещает актуальные проблемы и события текущей жизни общества, формирует общественное мнение. На основании этого отмечается, что телевизионная речь имеет языковые и стилистические особенности, всегда находящиеся в зависимости как от тех, кто ее воплощал и создавал, так и от тех, на кого она была направлена. Здесь для преодоления экстралингвистических и психологических трудностей, наряду с рядом языковых барьеров при адекватном восприятии и понимании транслируемой по телевидению информации, индивид должен обладать определенным объемом социокультурных фоновых знаний и уметь подключать звуковые - видеоречевых ситуаций одновременно с целью интеграции их в языковую карту мира, то предполагается, что необходимо формирование полимодальных прагматических умений.

Кроме того, отмечается, что речь, услышанная по телевидению, содержит особенности синтаксических и лексических особенностей литературного языка, и каждый уровень анализируется отдельно. В результате делается вывод, что обоим направлениям отводится очень важная роль как в передаче речи на телевидении, так и в адекватном (или неадекватном) восприятии предполагаемого сообщения аудиторией.

В результате подчеркивается, что одним из сильнейших факторов, влияющих на язык и речь всех обществ в XXI веке, является телевидение, точнее, телевизионная речь. Именно по этой причине специалисты все чаще склоняются к выделению этой речи в отдельный вид речи, а в области стилистики вырабатывается представление об отнесении этого вида речи к варианту публицистического функционального стиля с четкими границами.

**Ключевые слова:** публицистический стиль, массовая коммуникация, телевизионная речь, телевизионный информационный жанр, теленовостные тексты.

**ALLAHVERDIYEVA AYTAN MUSA**

## **TV SPEECH AS A GENRE OF PUBLICISTIC FUNCTIONAL STYLE**

### **Summary**

In the article it is mentioned that TV speech, which is a separate genre of publicistic style, primarily serves the socio-political and cultural spheres of mass communication, illuminates current problems and events of social life and forms public opinion. Based on this, it is noted that television speech has linguostylistic features that are always dependent on both - who embodies and creates it, as well as to whom it is directed. Here, it is also suggested that the formation of multimodal pragmatic skills is necessary in order to overcome extralinguistic and psychological difficulties, along with a number of linguistic barriers during the adequate reception and understanding of the information broadcasted on TV. Moreover, an individual should have a certain amount of socio-cultural background knowledge and be able to connect audio-video-oral situations at the same time in order to integrate them into the language map of the world.

In addition, it is noted that the speech given on TV reflects especially syntactic and lexical features of literary language, and each level is analyzed separately in the article. It is concluded that both fields have a very important role in both the transmission of the speech on TV and the adequate (or inadequate) acceptance of the intended message by the audience.

As a result, it is emphasized that TV is one of the strongest factors affecting language and speech of all societies in the XXI century, to be more precise, TV speeches. It is for this reason that specialists increasingly tend to distinguish this speech as a separate type of speech, and in the field of stylistics, the idea of classifying this type of speech as a variant of publicistic functional style with clear boundaries is yielded.

**Key words:** *journalistic style, mass communication, TV speech, TV information genre, TV news texts.*

**Redaksiyaya daxil olma tarixi: 07.12.2022**

**Çapa qəbul olunma tarixi: 28.12.2022**

**Rəyçi: filologiya elmləri doktoru Könül Əbdürrəhmanova  
tərəfindən çapa tövsiyə olunmuşdur**