

Əyrini deyil, əyri göstərən ayna

Televiziya “silahımız” özümüdə, gələcəyimizə tuşlanıb

Niyə efirlərimizdə daha çox sənətkarlar, ziyalılar, elm adamları deyil, müğənnilər, meyxanaçılar, ya da eyni fikirləri əzbərləyib deyən “politoloqlar”dır?..

Bir bələmiz də budur. İstənilən mövzuda eyni - “seçilmiş” adamlar fikir söyləyir. Bir adam neçə hərşeyşünas olar...

Niyə Qarabağı azad edən qazılərdən, onların qəhrəmanlıqlarından deyil, kriminal avtoritetlərdən veriləşlər hazırlanıb yayımlanıb?

Bütün bunlar yalnız baş qatmağa xidmət edir. Bu, dünyanın reallığı ola bilərdi. Dünn medianı kurasıya edənlər belə istəmişdi (tamaşaçı yox). Bu günün reallığı isə başqadır. Bu günün qəhrəmanları fərqlidir. Bu günün tamaşaçısı da dunnəki deyil...

Peşəkarlar sıradan çıxarıldı, media qurumlarının rəhbərliyinə idarə etməyi bacaranlar deyil, idarəolunanlar gətirildi!

Onlar da özləri kimi idarəolunanları göturdülər işə, “otur desəm otursun, dur desəm dursun” prinsipi ilə...



Bu gün öz silahımızla özümüdə vururuq...

Öyrədici, maarifləndirici heç bir layihə yoxdur! Kim-sə deyə bilər ki, “televiziyanın missiyası maarifləndirmək, öyrətmək deyil”, - tam yanılır!

Televiziya kütləvi informasiya vasitəsidir və birbaşa missiyası yönləndirmək-

dir, maarifləndirməkdir!

Televiziya bir kəlməsi ilə kütləni arxasınca apara bilən qüvvədir!

Televiziya sosial çıxarlarla insanların şüuruna əsaslı şəkildə təsir göstərə bilər. Televiziya sənədli televiziya filmləri ilə tamaşaçanı maarifləndirə, oxuyub öyrənə bilmədiklərini aşılaya bilər.

Televiziya bir millətə özünü - tarixini, ədəbiyyatını, keçmişini öyrədib gələcəyinə işıqlı yol açə bilər. Əgər istəyərsə, tərəri çatarsa...

Bunun üçün ona rəhbərlik edən kəslerin pulu sevdiklərinin yarısı qədər Azərbaycanı sevmələri yetər...

Əyrini deyil, əyri göstərən ayna

Televiziya “silahımız” özümüzə, gələcəyimizə tuşlanıb

Azərbaycanda mətbuat azadlığı var. Jurnalistlər azad düşünür, düşündüklərini də rahat şəkildə izhar edə bilirlər. Bunu qanun deyir. Ancaq deyəsən qanunun da diktə etdiyi bu azadlığı bizim bəzi peşə sahibləri düzgün qavramır...

Evimizə qədər soxulan mənəviyyatsızlıq

Jurnalistə ona görə azadlıq verilir ki, cəmiyyətdəki “pisi pis, əyrini əyri, düzü hamar” görüb olduğu kimi də ictimaiyyətə çatdırsın. Daha bu o demək deyil ki, pis bir az da pis gündə, əyrini olduğundan betər görəsən, düzü isə görməzdən gələsən...

Jurnalist deyirik, amma əslində bu gün televiziya və internet portallarda, yeni bir-başə evimizə daxil olan “hörmətli qonaqlar” axı heç jurnalistlər də deyil. Artıq uzun illərdir ki, şou-əyləncənin primitiv versiyası ənənəvi jurnalistikanı üstələyib. Daha doğrusu, hansısa qüvvələr üstünlüyü yüngül şou yarıdanlara verməklə jurnalistikanı küncə sıxıb.

Jurnalistika yalnız xəbər proqramlarında qalır, təəssüf ki, onlar da kütləvi şəkildə şoulaşmış formaya keçirlər. Bu gün xəbər tamaşaçıya xəbər kimi deyil, şou kimi təqdim edilir. Məsələn, “Filankəs filankəsi (ər arvadını, yaxud əksinə, ata qızını, qardaş bacısını və sair) xüsusi amansızlıqla qətlə yetirdi”. Fikrimizi hələ çox yumşaldılmış formada ifadə etdik ki, irad tutduqlarımızdan olmayaq...

Yaxud hər hansı yol qəzasından məlumatı hökmən ən dəhşətli formada ifadə edirlər. Lap məşhur “Uşaqlığın son gecəsi” filmində olduğu kimi:

- *“Bu andıra qalmış pilləkənlərdən uşaqlar yıxılıb ölürlər.*

- *Bəlkə, pilləkənlərdən yıxılıb əzilirlər - yazaq?*

- *Yox-ölürlər yaxşıdır”.*

“Bozbaş” şoular mənəviyyatımızda “gastrid” yaradır

Gün ərzində insan nə qədər bəd xəbər eşidər. Cəmiyyət psixoz olub artıq, intihar, qətl, qəza, bıçaqlanma, ölüm xəbərləri eşitməkdən... Həm də hər biri üfürülüb şişirdilmiş formada. Bəd xəbər elə bil xüsusi zövqlə təqdim olunan çay-şirniyyatmış kimi sınıdə “süfrəyə verilir”.

Bədxəbərlərdən sonra efirə gedən hər hansı şou-əyləncəli proqram bayaqdan verilən xəbərlərdən daha betər əsəb və gərginlik yaradır.

Bəs əyləncə, şou necə olmalıdır?

Əyləndirici və düşündürücü.

Yeni normal cəmiyyətlər belə əyləncələrə meyil göstərir. Əyləncə, şou, komediya insanın öz əyər-əskiyni ona göstərib özünə nizam verməsini tənzimləyən amildir. Əyləncə, şou mənasız və məzmunuz, şit gülüş yaratmaq deyil.

Mətbəximizdən bozbaşə sağlamlıq naminə azaldığımız bir vaxtda telekanallarımız “Bozbaş-pikçers” yaradır. Əti, kartofu bir yerdə yağlı suda yemək orqanizmə nə qədər zərərdirsə, şit “bozbaş” verilişlər də mənəviyyatımıza o dərəcədə ziyandır.

Bu gün qazana tökdüklərimiz sabah qaşığımızı çıxacaq

Efirlərimizdə əyləncəli intellektual oyunlar da var. Onların da sualları öyrətməyə deyil, öyrətməkdən çəkəndirməyə xidmət edir.

Elə bil kiməsə televiziyaşımıza tapşırıq verib ki, nə bədə bu millətə nə isə səviyyəli veriliş, mənalı, məzmunlu əyləncə təqdim edəsiniz...

Birdən millət düşünər, öyrənər - qəti olmaz...

Bu cür əyləncəli verilişlər yalnız onlardan qazanan kəsləri “əyləndirir”. Onlardan itirən isə millətimiz olur! Daha burda qazancla itkinin miqyası nə qədərdir və hara qədərdir, qalır televiziya rəhbərlərinin vicdanına və milli düşüncələrinə...

Doğrudanmı biz cibimizdən o yanarı düşünə bilmirik? Düşünə bilmirik ki, bu cür səviyyəsiz şoularla tərbiyə etdiyimiz gənclik bizi sabahımızdır.

O sabah ki orda bizim övladlarımız yaşayacaq. Bu gün qazana tökdüklərimiz sabah qaşığımızı çıxacaq. Dünən tökdüklərimizi bu gün “yedikimiz” kimi...

Çox bəsit bazar düşüncəsi var - bu gün müştərini nə qədər bacarıram aldadım, cibimi doldurum. O məqsədlə 3 manatlıq eşyanı 5 manata satıb qıymışan sahibkar, yaxud alverçi daha dərinə düşünə bilmir ki, anlaşı, bu gün aldatdığı alıcı sabah səndən heç nə almayacaq. Sən bu gün ola bilər qazandı, amma o, bugünlük oldu, sabahı itirdin. Düzgün qiymətə və keyfiyyətə satsaydın, sabah da müştərin və qazancın olardı.

Televiziyalarda da vəziyyət təxmini belədir. Hər gün tamaşaçı itirə-itirə hara qədər bu gedişlə gedəcəksiniz?..

Babalı niyə həmişə tamaşaçının boynuna?!

Söhbət düşəndə “tamaşaçının istədiyini veririk”, “şouya baxırlar” deyər babalı atırlar tamaşaçının boynuna. Ola bilər 10 il bundan əvvəl elə idi, amma bugünün tamaşaçısı artıq düənəki deyil axı...

Tibbə aid verilişlər hər efirimiz “yaraşığdır”. Bir standart var: həkim dəvət olunur, aparıcı sual verir, o, cavablandırır. Təbii ki, efirdən müalicə etməyəcək (amma əksinə olur, xəstələndirir). Məqsəd yalnız pasiyent yıqmaqdır. Bu cür verilişlər reklam xarakterlidir.

O cümlədən müğənnilərin oxuduqları, qonaq olduqları şou-əyləncə proqramları onların “toy tutmaları” üçündür. Ordan qazanıb televiziyaşaya da görüm-baxım edəcəklər.



Reklam üçün aparıcı da öz payına düşəni alacaq.

Bir sözlə, qazanan qazananındır. Hər şey onun üçün düşünülüb. Bircə millətə düşünən olmayıb...

Ketrin Kollison “Televiziyanın prodüser işi” kitabında yazır: “Teletamaşaçı yaxşını pisdən ayıran və daimi olmayan publikadır. Onların maraqları hər mövsümdə dəyişir. Bu gün kafedə belə qızgın söhbəti danışılan verilişi ola bilər ki, sabah heç kim xatırlamasın və yenisini müzakirə etsinlər.”

Bu o deməkdir ki, televiziya verilişləri tez-tez dəyişilməli, yenilənməli, zamanla ayaqlaşmalı və inkişaf etməlidir. Bizim telekanallar inkişaf barədə deyil, yalnız qazanc haqda düşünürlər.

Hər halda efir siyasətləri bundan xəbər verir. Düzgün proqram siyasəti olsa, əsl qazanc da olar - hər iki mənada...

Həm televiziya qazanar, həm də Azərbaycan cəmiyyəti...

Yaxşı məhsul intellektli beyinlərdən ixrac olunur

Bu cür şou və əyləncə, tibbi və kütləvi proqramlar tamaşaçıya heç nə vəd etmir, vaxt itkisindən qeyri. Bəzən əksinə, gəncləri və yeniyetmələri yanlış istiqamətləndirir. Gənclər yalnız ölüm, qan xəbərləri eşidir, görür, oxuyur. Şüuraltı bunu qavrayır, adiləşir onlar üçün... Öz üzərində işləməyən televiziya aparıcılarının küçə, bazar səviyyəsində danışığını və göstərisini eşidib görür, elə düşünür ki, yaxşısı da budur.

Olmazmı hər kanal gündə beş dəfə xəbərlərdə kiminsə intiharını bəyan edəndə, ardınca 2 dəqiqəlik intiharları pisləyən, şüuraltıya “bunu etmə” deyən sosial çarx təqdim etsin. Əlbəttə, olar.

Yaxud erkən nigahlarla, zərərli vərdişlərlə bağlı... Qəhrəmanlığı, vətənpərvərliyi təbliğ edən qısa sjetlər, filmlər, sosial çarxlar üstünlük təşkil etsə, bu, kimə ziyan gətirər. Onların arasında yenə reklam, şou olsun, amma şou da tamaşaçının zövqünü oxşayan, mənəviyyatının və intellektinin inkişafına xidmət edən olsun.

Demək asandır, amma onu yaradıb təqdim etmək hər kəsin beyninin məhsulu deyil! Hə, demək o zaman beyni yaxşı məhsul ixrac edənləri işə dəvət etmək lazımdır...

Efirdə aparıcı dəvət etdiyi qonağı aşağılamağa, “qaşdığı yerdən qan çıxartmağa” çalışır. Yazıq qonaq da özünü müdafiyyə keçir. Efir çevrilir rinqə!

Çünki aparıcının qabındakı odur, bacardıqı, yaxşı bildiyi nədirsə, onu bürüzə verir...

“Tutuquşuların” söhbəti

Hansı televiziya aparıcısının klassik ədəbiyyatdan, satiriklərdən sitat gətirib tamaşaçını güldürməsinə girdünüz? Elə vaxtlar vardı. O zamanlar efirləri peşəkarlar, intellektli kəslər idarə edirdi.

Dövrən dəyişib, indi mənəviyyatı da biznes təfəkkürü olan iş adamları formalaşdırır...

Əslində, biznesin də qaydalarında əvvəlcə mənəviyyatdır, o olarsa, maddiyyat da olur...

Yanlışı istiqamətdəyik, hansı yolla olursa olsun, tək maddiyyat olsun. Mənəviyyatı keçirmişik hansısa arxa cərgələrə, büzüdüürüb oturtmuşuq...

Niyə efirlərimizdə daha çox sənətkarlar, ziyalılar, elm adamları deyil, müğənnilər, meyxanaçılar, ya da eyni fikirləri əzbərləyib deyən “politoloqlar”dır?..

Bir beləməz də budur. İstənilən mövzuda eyni - “seçilmiş” adamlar fikir söyləyir. Bir adam necə hərşeyşünas olar...

Niyə Qarabağı azad edən qazılərdən, onların qəhrəmanlıqlarından deyil, kriminal avtoritetlərdən verilişlər hazırlanıb yayımlanır?

Bütün bunlar yalnız baş qatmağa xidmət edir. Bu, dünün reallığı ola bilər. Dünən medianı kurasiya edənlər belə istəmişdi (tamaşaçı yox). Bugünün reallığı isə başqadır. Bugünün qəhrəmanları fərqlidir. Bugünün tamaşaçısı da dününəki deyil...

Televiziyaşaların birinci problemi bəlkə də elə rəhbərləridir...

Sovət dönəminin bizə zidd olan xüsusiyyətlərini bilirlik, amma bəzən onların da yaxşı cəhətlərindən bəhrələnmək olar. Ənənəvi jurnalistikada yalnız dürüst və ictimai yükü olan xəbər vardı. Jurnalistlər öz inkişafı üçün daha çox oxuyur, öyrənir və təcrübə qazanırdılar. Bu gün o, jurnalistikaya böyük ehtiyac var ki, zaman-zaman onun kökünü balalayıb bugünkü vəziyyəti “qazandıq”...

Peşəkarlar sıradan çıxarıldı, media qurumlarının rəhbərliyinə idarə etməyi bacaranlar deyil, idarəolunanlar gətirildi!

Onlar da özləri kimi idarəolunanları götürdülər işə, “otur desəm otursun, dur desəm dursun” prinsipi ilə...

“Jurnalist peşəkarlığı, azad düşüncəsi, bacarığı olmasın, yoxsa dönüb “sən deyən düzgün deyil” - deyər bilər...

Bu da acı nəticə...

Bu gün öz silahımızla özümüzü vururuq... Öyrədici, maarifləndirici heç bir layihə yoxdur! Kimsə deyər bilər ki, “televiziyanın missiyası maarifləndirmək, öyrətmək deyil”, - tam yanılır!

Televiziya kütləvi informasiya vasitəsidir və birbaşə missiyası yönləndirməkdir, maarifləndirməkdir!

Televiziya bir kəlməsi ilə kütləni arxasınca apara bilən qüvvədir!

Televiziya sosial çarxlarla insanların şüuruna əsaslı şəkildə təsir göstərə bilər. Televiziya sənədli televiziya filmləri ilə tamaşaçını maarifləndirər, oxuyub öyrənə bilmədiklərini aşılıya bilər.

Televiziya bir millətə özünü - tarixini, ədəbiyyatını, keçmişini öyrədib gələcəyinə işıqlı yol açar bilər. Əgər istəyərse, tərəri çatarsa...

Bunun üçün ona rəhbərlik edən kəslərin pulu sevdiklərinin yarısı qədər Azərbaycanı sevmələri yeter...

Reyting azarı

Hər şey reytinglə ölçülür. Niyəsi bir başqa sualdır...

Bəs görəsən o reytingi kim və necə müəyyən edir? Heç düşünən olubmu ki, bu reyting aşıqlıyı düzəlməsi çətin olan hansı problemlərə yol açır?

Reyting müəyyən edən mexanizm necə qurulub?

Düzgün qurulubmu?

Hansı televiziya rəhbəri yaxın xarici ölkələrdə təcrübə keçməklə dünya təcrübəsini öyrənmək üçün cəhd göstərib? Heç biri! Hələ işçiləri...

Dünya televiziyaşalarındakı yeniliklərin Azərbaycana gətirilməsi, xarici həmkarları ilə iş təcrübələrinin bölüşdürülməsi məsələsi bizim telekanalların gündəmində deyil. Biz yalnız başımızı aşağı salıb işləyirik. Söhbət başqa ölkələrin telelayihələrinin plagiatını hazırlamaqdan getmir ha, təcrübədən yararlanmaqdan və inkişaf etməkdən gedir...

Televiziyaşalarda reklam bəlası isə bir başqa söhbətin mövzusuudur.

MTRŞ - cəsərtli ol, heç olmasa bir az...

Milli Televiziya və Radio Şurası televiziyaşaların azadlığı və müstəqilliyini əlində bayaq edib yalnız tövsiyə verməklə kifayətlənir...

2020-ci ilin hesabatında da o cür tövsiyələr verib. Reklam haqqında qanunu xatırladı: “Reklam haqqında” Azərbaycan Respublikası Qanununun 13.2-ci maddəsi (televiziya və radioda verilən sponsor reklamında bu məlumatların ümumi həcmi hər bir proqramda (verilişdə) 2 dəqiqədən çox olmamalıdır); Ümumilikdə, aparılmış monitorinqlər göstərmişdir ki, şura tərəfindən həyata keçirilmiş müvafiq tədbirlər nəticəsində 2020-ci ilin ikinci yarısında televiziya və radio yayımı haqqında qanunvericiliyin tələblərinə yayımçıları tərəfindən riayət olunması istiqamətində müsbət dinamika müşahidə edilmişdir. Dövlət büdcəsindən maliyyələşən yayımçıları efirlərinin izlənilməsi zamanı bəzi çatışmazlıqlar da aşkarlanmışdır. Belə ki, “Televiziya və radio yayımı haqqında” qanunun 32.0.10-cu maddəsinə görə, dövlət və ictimai teleradio yayımçıları tərəfindən insanın immun çatışmazlığı virusu infeksiyasının profilaktikası barədə maarifləndirici verilişlərin, sosial reklam çarxlarının nümayişi üçün ayda 20 dəqiqədən az olmayan efir vaxtı ayrılmalı və həmin verilişlərin daha əlverişli vaxtda yayımı təmin edilməlidir. Monitorinqlər zamanı yayımçıların qanunun bu tələbinə tam şəkildə riayət etdikləri müşahidə edilmir”.

Göründüyü kimi, televiziyaşada istər şou, əyləncə proqramlarının, istər tibbi proqramlarının, reklam xarakterli çarxların və s. ümumilikdə proqram siyasətində köklü dəyişikliyə - yeniliyə ehtiyac var. Həm də o yeniliklər Azərbaycana, milli və siyasi, dövlət maraqlarına xidmət etməlidir.

Mətbuat, söz və yayım azadlığından millətin gələcəyi üçün yararlınaq...

Cibimizi yox, mənəviyyatımızı düşünek...

Bir millətin varlığının sütunu olan dəyərlərdən yapışaq...

O zaman qazanc daha böyük olar...

Ramilə QURBANLI,
“Azərbaycan”