

Nəzrin HƏSƏNOVA

REALİTİ ŞOULARDA APARICI PROBLEMİ PEZİOME

В данной статье указывается значение телеведущего, как важного элемента на ТВ. Представлены определения трех типов ведущих. Большая часть исследований связаны с ведущими ток-шоу. Большая часть шоуменов не является журналистами. Потому что, кроме журналистских навыков, подобные программы требуют также актерского мастерства. Шоумен должен вести себя соответственно: внимательно слушать собеседника, искренне удивляться, обладать чувством эмпатии, превращать любую тему в интересную для зрителей. Кроме этого, он также должен обладать чувством юмора.

Ключевые слова: телеведущий, реалити шоу, шоумен

SUMMARY

This article draws attention to the television presenter as an important element. There are three types of presenter analyzes here. The more extensive research is about the show presenter. Most time, show presenters are not journalists, because in this type of program presenter should have artistism as well as journalistic abilities. The show presenter should be able to listen with attention and curiosity, amaze sincerely, empathic feelings, sympathy and make every subject interesting. Along with these, he/she also should also have a sense of humor. The shows serve to entertain the audience.

Key words: television presenter, reality show, reality show presenter

Realiti şou - ssenarisi olmayan, gerçək həyatdan götürülmüş, dramatik vəziyyətləri ekranda əks etdirən və xarakter olaraq professional aktyorların əvəzinə adi insanlardan istifadə edilən televiziya proqramıdır. Hər bir televiziya proqramının ərsəyə gəlməsi üçün böyük yaradıcı kollektivin əməyi sərf olunur. Əgər tamaşaçı teleproqram boyu təkcə aparıcını izləyirsə, bu

televiziya digər yaradıcı peşəkarların işinə kölgə salmamalıdır. Realiti şounun önəmli fiqurlarından biri aparıcıdır.

Ümumiyyətlə, televiziya aparıcısı özü çox vacib elementdir. Belə ki, evlərin qonağı olan aparıcını auditoriya qəbul edib və sevməlidir. Aparıcı televiziyanın simasıdır. Televiziyanın çoxproqramlı olduğunu nəzərə alsaq, bu fikrə gələrik ki, aparıcılar da müxtəlifdir. Araşdırmalara görə, televiziyanın üç mühüm funksiyasını nəzərə alaraq, 3 tip aparıcını qeyd etmək lazımdır: 1) xəbər aparıcısı; 2) analitik proqramların aparıcısı; 3) əyləncəli, yəni şou aparıcısı. İnkişaf etmiş ölkələrdə bu peşəni "spiker" adlandırırlar. İngilis dilindən çevirəndə "danışan, söyləyən" mənasına gələn "spiker" gördüyü işin özəlliklərinə görə fərqli adlar daşıyır. Məsələn, xəbər spikeri (newscaster), idman spikeri (sports caster), müsahibəalan (interviewer), şou aparıcısı (showman) və s. Azərbaycan dilində isə "spiker" in qarşılığı kimi "aparıcı" sözü işlənir.

Televiziya aparıcısı dedikdə, ağla ilk gələn xarici görünüşdür. "Bir televiziya aparıcısı necə olmalıdır?" sualı ilə auditoriyaya müraciət etsək, əksəriyyət aparıcının kişidirsə yaraşlıq, qadınırsa gözəl olmasını söyləyəcək. Lakin televiziya aparıcısında lazımlı olan başqa xüsusiyyətlər də auditoriya üçün vacib olmalıdır. Ən başda ağla (təmasaşının ağılına) gələn xüsusiyyət olan gözəllik faktoruna sahib olmayan bir adam da müvəffəqiyyətli televiziya aparıcısı ola bilər. TV aparıcısına əbas yerə "Spiker" deyilmir. İngilis dilində başqa bir mənası da "natiq" deməkdir. Ümumiyyətlə, istənilən dildə aparıcılıq edənlər, o dildə ən yaxşı danışan kəslərdir. Auditoriya ədəbi dili radio- televiziya aparıcılarından eşitməlidir. Çünki natiqin (spikerin) vəzifəsi hər şeydən əvvəl öz ana dilində səhsiz və gözəl danışmaq, bu mövzuda xalqa liderlik etməkdir. Danışığın gözəl, səhsiz, səliqəli olması üçün, əvvəla, ana dilini mükəmməl bilmək lazımdır. İkinci olaraq isə, səliqəli danışmaq üçün səs, ağız və qulaq qabiliyyəti olmalıdır. Bundan başqa, aparıcı demokrat, özünü inamlı olmalıdır və dəqiq diksiyası və ifadəli intonasiyaya sahib olmalıdır.

Məqalənin əvvəlində televiziya aparıcılarının şərti bölgüsünə əsasən hər birini ayrılıqda dəyərləndirmək lazımdır. Belə ki, xəbər aparıcısı çox vaxt kanalın siması, "vizit kartı" sayılır. Bu səbəbdən də aparıcı seçimində bir çox telekanalların öz strategiyası var. Xəbər aparıcısı təmasaşılarda daha çox inandırıcılıq hissi yarada bilər və daha etibarlı xəbər mənbəyi hesab olunur. Xəbər bülleteninin uğurunun yarısı aparıcıdan asılıdır. Onun əsas vəzifəsi baş verən hadisələri və faktları sadə danışmaq dilində, aydın səlis və obyektiv formada izləyiciyə çatdırmaqdır. Aparıcı belə demək mümkündürsə, xəbər proqramının vitrinidir, məhz buna görə də bəzi qaydalara uyğun gəlməlidir.

Analitik proqramların aparıcılarının yükü daha ağırdır. Belə ki, araşdırmaçı jurnalist olmaq üçün çox çalışmaq lazımdır. Bir mövzu üzərində

işləmək, araşdırmaq və auditoriyaya çatdırmaq asan iş deyil. Analitik aparıcılar geniş dünyagörüşü, zəka və hazırcavablıq, təmkin, dinləmək mədəniyyəti, intuisiya, ciddiilik və ən əsası özünə inam xüsusiyyətlərinə sahib olmalıdırlar. Həmçinin sadə və aydın danışığı ilə auditoriyada inam yaratmalıdır.

Şou aparıcıları çox vaxt jurnalistlər olmur. Çünki bu tipli proqramlarda jurnalist qabiliyyətləri ilə yanaşı artisizm də olmalıdır. Şouların çoxu ssenari əsasında qurulduğundan aparıcının da davranış qaydaları əvvəldən müəyyənləşir. Lakin şouların da canlı və ya öncədən çəkilmiş olması aparıcılarda fərq yaradır. Canlı efirdə aparıcının məsuliyyəti daha çoxdur. Şou aparıcısı diqqət və maraqla dinləməyi, səmimi şəkildə heyrlənməyi, empatik hisslərə rəğbət hissləri keçirməyi, hər cür mövzunu maraqlı etməyi bacarmalıdır. Bunlarla yanaşı, həmçinin yumor hissi olmalıdır. Şoular auditoriyaya əyləndirməyə xidmət edir. Aparıcı da lider olduğu üçün yumoristik danışığı, davranışı ilə seçilməlidir. Həmçinin idarəetmə funksiyasına malik olmalıdır. Xüsusilə realiti şoular yarış tipli olduqda, müxtəlif insanları eyni zamanda idarə etmək çətinləşir. Güclü təxəyyül, improvizə qabiliyyəti, qeyri-standart fikirlər, tez reaksiya vermək qabiliyyəti-bütün bunlar şou aparıcısı üçün əhəmiyyətli xüsusiyyətlərdir. Uğurlu şou aparıcısı olmaq üçün bu xüsusiyyətləri özündə birləşdirmək lazımdır. Lakin şoular da müxtəlifdir. Realiti-şouların sənədi, məşhur şəxsləri mövzu alan, müsabiqə, talk-şoular və gizli kamera kimi növləri var. Realiti şoular sürətli bir temp, sensasiya doğurmaq təcəssümü, dramatik qarşıdurmanın artması kimi xüsusiyyətlərə də sahibdir.

Professor Qulu Məhərrəmlinin də bu mövzu ilə fikirləri maraqlıdır. "Aparıcı həm də müəyyən mənada televiziyanı təmsil edir. Bu təmsilçilik onda məsuliyyət yaratmalıdır. Aparıcılar iki yerə bölünür: şou verilişinin aparıcıları - bunlar əsasən mənsiz verilişlərdir və yüngül janrlardır. Bir də var ki, ciddi jurnalistika məhsulu olan verilişlər. Bax, bunların aparıcılarına xüsusi tələblər yanaşmaq lazımdır. Məsələn, şou aparıcıları var ki, onları jurnalist adlandırmaq düzgün deyil. Çünki onların məqsədi izləyicini maarifləndirmək deyil, əyləndirməkdir. Amma bütövlükdə aparıcı anlayışı, yəni məlumatlandırma ilə bağlı olan sahə çox ciddi məsuliyyət tələb edir. Bunlar televiziyanın yaradıcılığını bözən yanlış anlayışlar və özlərini istədikləri kimi aparırlar. Onlar özlərini efrin sahibi hiss edir və elə bilirlər ki, istədikləri kimi danışa bilərlər, məsuliyyətdən uzaqdırlar" (4).

Azərbaycan televiziyasında realiti şoularının sayı azdır. Bu realiti şoularda əksərən layihə rəhbərləri aparıcılıq edir. Ölkə tələməkanında ən uğurlu layihələr MGP (M Group Production) nin adı ilə bağlıdır. MGP-nin ilk layihəsi olan "Mərc şou" "Lider" televiziyasında yayımlanıb. Aparıcısı Murad Dadaşov olub. 2003-2005-ci illər tələməkanı üçün uğurlu aparıcı sayıla bilər. Nəzərə alsaq ki, Azərbaycan televiziyasında ilk realiti şoudur, bu səbəbdən çatışmayan cəhətlər də çox ola bilər. Şouda musiqi, əyləncə,

yarış, hədiyyə, ulduzların iştirakı və s. kimi komponentlər vardı. Murad Dadaşov auditoriyayı əyləndirmək üçün müxtəlif zarafatlardan istifadə edirdi. Onun bir zamanlar aktyor kimi fəaliyyət göstərməsi bu işdə kömək olurdu. Öz istedadını, xüsusi qabiliyyətini insanlara nümayiş etdirməyə gələn qəhrəman üçün aparıcı auditoriyadan iki nəfər seçirdi. Bu iki nəfər arasında mərc olurdu. Zəngin auditoriyadan aparıcı marağını çəkən iki şəxsi seçirdi. Çünki uduzan tərəf cəzalandırılırdı. Bu da insanları əyləndirilməli idi. Murad Dadaşov belə şəxsləri güclü psixologiyası sayəsində seçirdi.

Uzun illər davam edən, daimi auditoriyası olan “Maşın” realiti-şousu da MGP-nin ən yaddaqalan layihəsidir. “Maşın” realiti şousunun da müəllif və aparıcısı Murad Dadaşovdur. 2005-ci ilin oktyabrında ilk efir həyəcanını yaşayan realiti şou bu günə qədər ən baxımlı veriliş statusunu saxlayıb. Bunun səbəbində aparıcının da rolu az deyil. İlk 3 buraxılışda siravi vətəndaşlar iştirak etsə də, 4-cü şoudan başlayaraq, maşın ətrafında yalnız tanınmış simalar cəm olunub. Adi vətəndaşlar olan buraxılışlarda aparıcının idarəetməsi asan idi. İlk dövrlər canlı efirə çıxan vətəndaşlar etik qaydalara riayət edirdilər. Və biri-birlərini tanımadıqları üçün mübahisələrə az təsadüf olunurdu. Tanınmış simalarda isə bunun tam əksi idi. Biri –birini bəyənməyən, aralarında mübahisə olan ulduzlar maşın ətrafında da yola getmirdilər. Onları idarə etmək üçün aparıcının üzərinə daha çox məsuliyyət düşürdü. Layihənin canlı yayımlandığını nəzərə alsaq, aparıcının məsuliyyətini dərk etmək olar. Murad Dadaşov bu layihədə də uğurlu sayılır. “Maşın” realiti şousununun 14-cü buraxılışında iki tanınmış qadın arasında gərginliyin yüksəlməsini aparıcı sakitləşdirməyə çalışdı. Səs rejissorlarının köməyi ilə nalayiq ifadələr efirə verilmədi. Maşın ətrafındakıların hər birinə söz vermək, onların fikirlərini təməşçülərə aydınlatmaq asan iş deyil. Aparıcı, şoumen Murad Dadaşov efirlərinin birində bunu etiraf edib ki, şouda şəkil atılmasının məqsədini ulduzlar dəyişib. Layihənin ssenarində göndərilmək istəyən şəxsin şəkili atılmalı idi. Lakin ulduzlar qruplaşma yaradaraq, səs çoxluğu olan, fanatlarına güvənən şəxsin şəklini ataraq, digər qrupdan say azalmasına çalışırdılar. Həmçinin qruplaşmanın rəhbəri olur. Murad Dadaşov bəzən çox çalışsa da, “boss-kardinal”ın kim olduğunu təməşçülərə aydınlada bilmir. Etiraf edir ki, bir çox buraxılışlarda özü də müəyyənleşdirə bilmir. Heç şübhəsiz ki, proqramın populyarlaşmasında aparıcı Murad Dadaşov amili – onun istedadı, çevik düşüncə tərz, savadı, xüsusən belə realiti-şoular üçün zəruri olan intriqanı qurmaq bacarığı önəmli yer oynayırdı.

Ekranların unudulmaz layihələrindən biri və ən çox tənqidə məruz qalan “Qəfəs” realiti şousu olub. Emin Musəvinin təqdimatında yayımlanan bu şounun real auditoriyası olub. Layihədən fərqli olaraq, aparıcı tənqidlərə məruz qalmayıb. Aparıcının şounu idarəetməyi düzgün olsa da, layihə cəmiyyət üçün yararlı deyildi. Emin Musəvinin iştirakçıları həm yaşadıkları

evdə, həm də canlı yayımda, yəni studiyada idarə etməyi normal qəbul olunub. Lakin aparıcının realiti şounu baxımlı etmək üçün çalışması da danılmazdır. Belə ki, gün boyu kameralarla çəkilən evdəki iştirakçıların yalnız mübahisə doğuran kadrları montajla yayımlanırdı. Və bu zaman canlı yayımda münaqişə düşürdü. Aparıcı iştirakçıları sakitləşdirməyə çalışırdı. Bir müddət sonra bəzi qaydalar tətbiq olundu. Belə ki, qaydaları pozanlardan gün ərzində gələn sms çıxılmağa başladı. Təbii ki bu da iştirakçılara təsir edirdi. Canlı yayımda aparıcı hansı pozuntulara görə smslərin çıxmasını dilə gətirirdi.

Hər bir aparıcının təqdim etdiyi proqram onun şəxsi keyfiyyətləri ilə tamamlanır və hər bir aparıcının özünəməxsus ekran imici formalaşır. Amma xoşagələn xarici görünüş, səs və düzgün intonasiya qabiliyyəti kimi əsas göstəricilərdən başqa bütün teleaparıcılar birləşdirən əsas özəlliklər də mövcuddur: geniş dünyagörüşü, zəka və hazırcavablıq, yumor hissi, təmkin, dinləmək mədəniyyəti, intuisiya, ciddilik və ən əsası özünə inam. Şou aparıcıları efirdə öz-lərini daha çox sərbəst ifadə edirlər. Çünki onların məqsədi auditoriyayı əyləndirmək və proqramı reytinglərdə ilk sıralara çəkməkdir.

ƏDƏBİYYAT:

1. Məhərrəmli Qulu, Məmmədli Zeynal, Əliyev Arif. Mediada debatlar. Bakı, Yeni Nəsil, 2009
2. Məmmədli Zeynal. TV proqramlarının hazırlanması. Bakı, 2010
3. H. Handan Öztürk Sunuş atölyesi. İstanbul, 2009
4. http://musavat.com/news/media/televiziya-aparicisi-nece-olmalidir_244219.html
5. <http://www.youthportal.az/az/news/detail.php?ID=61349>
6. [https://az.wikipedia.org/wiki/MGP_\(M_Group_Production\)](https://az.wikipedia.org/wiki/MGP_(M_Group_Production))
7. https://az.wikipedia.org/wiki/Ma%C5%9F%C4%B1n_realiti_%C5%9Fu
8. <http://apa.az/xeber-az/media-xeber/m-group-production-un-rehberi-murad-dadasov-media-akademiyasinda-telim-kecib-foto.html>

Elmi rəhbər: f.ü.f.n Aynur Nəsirova