



FOTOJURNALISTIKA

ავლეთ პარტნიორობა Parteneriatul Estic წარც თარადაწმუ Partenariat Oriental არსს
სხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთ პარტნიორობა Parteneriat
riat Oriental არსსსუას ჳირბრწსსეროქოუს სხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partnership
ტნიორობა Parteneriatul Estic წარც თარადაწმუ Partenariat Oriental არსსსუას ჳირბრ
ო Eastern Partnership აღმოსავლეთ პარტნიორობა Parteneriatul Estic თარადაწმუ Pa
ჳირბრწსსეროქოუს სხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთ პარტნი
წარც თარადაწმუ Partenariat Oriental არსსსუას ჳირბრწსსეროქოუს სხიძნე პარტნერს
აღმოსავლეთ პარტნიორობა Parteneriatul Estic თარადაწმუ Partenariat Oriental არ
სსხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთ პარტნიორობა Parteneriatu
tenariat Oriental არსსსუას ჳირბრწსსეროქოუს სხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partne
ტნიორობა Parteneriatul Estic თარადაწმუ Partenariat Oriental არსსსუას ჳირბრწსსერ
ავლეთ პარტნიორობა Parteneriatul Estic წარც თარადაწმუ Partenariat Oriental არსს
სსხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთ პარტნიორობა Parteneriat
riat Oriental არსსსუას ჳირბრწსსეროქოუს სხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partnership
ტნიორობა Parteneriatul Estic წარც თარადაწმუ Partenariat Oriental არსსსუას ჳირბრ
ო Eastern Partnership აღმოსავლეთ პარტნიორობა Parteneriatul Estic თარადაწმუ Pa
ჳირბრწსსეროქოუს სხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთ პარტნი
წარც თარადაწმუ Partenariat Oriental არსსსუას ჳირბრწსსეროქოუს სხიძნე პარტნერს
აღმოსავლეთ პარტნიორობა Parteneriatul Estic თარადაწმუ Partenariat Oriental არ
სსხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partnership აღმოსავლეთ პარტნიორობა Parteneriatu
tenariat Oriental არსსსუას ჳირბრწსსეროქოუს სხიძნე პარტნერსტვო Eastern Partne
ტნიორობა Parteneriatul Estic თარადაწმუ Partenariat Oriental არსსსუას ჳირბრწსსერ
ავლეთ პარტნიორობა Parteneriatul Estic წარც თარადაწმუ Partenariat Oriental არსს

Con Petter Evensen
İbrahimpaşa Babayev
Aynur Bəşirli
Ələkbər Muradov

<http://eap-pcf-eu.coe.int>

Programmatic Cooperation Framework for Armenia, Azerbaijan, Georgia, Republic of Moldova, Ukraine and Belarus

Funded
by the European Union
and the Council of Europe



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Implemented
by the Council of Europe

Programmatic Cooperation Framework for Armenia, Azerbaijan, Georgia, Republic of Moldova, Ukraine and Belarus

Funded
by the European Union
and the Council of Europe



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Implemented
by the Council of Europe

Müəlliflər:

Con Petter Evensen
İbrahimpaşa Babayev
Aynur Bəşirli
Ələkbər Muradov

Tərcüməçilər

Maral Abbasova
Nasir Mustafayev

Redaktor

Aynur Kərimova

Bu nəşr Avropa İttifaqı və Avropa Şurasının birgə "Azərbaycanda ifadə azadlığı və media azadlığı" layihəsinin vəsaitilə ərsəyə gəlmişdir. Burada ifadə olunan fikirlər heç bir halda Avropa İttifaqının və ya Avropa Şurasının rəsmi mövqeyi kimi qəbul edilə bilməz.

Bu nəşrin tam və ya bəzi hissələrinin təkrar nəşri və ya tərcüməsi ilə əlaqədar müraciətlər Kommunikasiyalar İdarəsinə ünvanlanmalıdır, publishing@coe.int.

Bu nəşr ilə bağlı hər hansı digər yazışma Media İdarəsinə ünvanlanmalıdır.

Üz qabığının dizaynı: Tabasko Branding Bureau
Layout: Tabasko Branding Bureau

MÜNDƏRİCAT

ÖN SÖZ GİRİŞ

I BÖLÜM FOTOJURNALİSTİKA NƏDİR?

Fotoqrafiyanın qısa tarixi
Peşəkarlığın inkişafı
Fotojurnalistin rolu
Üsullar, mövzular və janrlar
Üsullara giriş

- Portret
- Reportaj

Mövzu
Janrlar
Fotoportret

- İri planda fotosəkil – yalnız eyniləşdirmə
- Xəbər portreti
- Fiçer portreti

Xəbərlər
Fotoreportaj

- Fotoreportajın ideyası
- Fiçer və xəbər reportajı
- Sənədli fotoqrafiya
- Tranzit: tapşırıq və ideya

II BÖLÜM ALƏTLƏR VƏ TEXNİKA

Rəqəmsal güzgülü fotoaparətin (DSLR) əsas xüsusiyyətləri

- İnsan gözünün fotoaparətlə müqayisəsi
 - Fotoaparətin seçilməsi
 - Ekspozisiya
 - Ekspozisiya üçbucağı
 - ISO – işığa həssaslığı
 - Pərdə sürəti
 - Diafraqma
 - Eksponometr
 - Çəkiliş rejimləri
 - Ekspozisiya, hərəkət və fokus dərinliyi
- Fokus
Rəng balansı
Fotoışığı
- Linzadan keçən işığın intensivliyinin ölçülməsi
 - Avtomatik
 - Manual

- Videoçəkiliş üçün işıqlandırıcı cihaz
- Obyektivlər
- Fokus məsafəsi
 - Fokus məsafəsi və görünüş sahəsi
- DSLR fotoaparətdə videokameranın qurulması
- Əsas səs ayarları
Kompozisiya qaydaları
- "Qızıl bölgü" qaydası
 - Diaqonallar
 - Perspektiv
 - Üçbucaq kompozisiya
 - Çarpaz kompozisiya
 - Cərgəli kompozisiya
- Təsvir, video və səs montajı
- Montajöncəsi
 - Montaj
 - Yaddan çıxarmayın!

III BÖLÜM FOTOHEKAYƏ VƏ MONTAJ

Hekayənin tarixindən
Hekayənin quruluşu
Müasir hekayətmə
Hekayənin tapılması
Sənədli fotoqrafiyada vizual müxtəliflik üçün
"Life" düsturu
Video
Səsin önəmi. Gözəl fotoçəkilişi nə məhv edə bilər?
Montaj
Hekayənin hissələrinin bir yerə yığılması
Vizual materialların montajı
Səsin montajı və səs landşaftının tərtibatı

IV BÖLÜM YENİ MEDIADA FOTOJURNALİSTİKA

Köhnə media nədir? Yeni media nədir?
Multimedia
Veb-portret və Veb-reportaj
Təcrübəli multimedia prodüserindən qeydlər

1. İnternet səhifəsində sənədli hekayənin planlaşdırılması... Və çəkilişi
2. Montaj vərəqi
3. Çəkiliş
4. Audio
5. Səs landşaftı
6. Səs landşaftının tərtibatı

7. Yazmaq üçün sizə lazım olan səs
 8. Kameranın qurulması
 9. Prosesə ideal yol: real üsul; vaxt azdırsa
 10. Montaja necə yanaşmalı
 11. Çəkilməmiş materialın montajı
- İnternet səhifəsində interaktiv sənədli hekayə
Sosial şəbəkələrin inteqrasiyası
Ünsiyyətçil olun!
- Sosial şəbəkələrin müxtəlif növləri
Sosial şəbəkələrin daha geniş şəkildə inteqrasiyası
İnternetdə saxta fotosəkillərin yayılması
Fotosəkil çəkmək üçün yaranan inanılmaz əlverişli fürsət
- Etik yoxlama siyahısı
Yazmaq üçün sizə lazım olan səs
Kameranın qurulması
Prosesə ideal yol: real üsul; vaxt azdırsa
Montaja necə yanaşmalı
Çəkilməmiş materialın montajı
İnternet səhifəsində interaktiv sənədli hekayə
Sosial şəbəkələrin inteqrasiyası

V BÖLÜM

ETİKA, QANUNVERİCİLİK, QAYDALAR, MÜƏLLİFLİK HÜQUQU

FOTOQRAFIYA TERMİNLƏRİ LÜĞƏTİ

BİBLİOQRAFIYA

ÖN SÖZ

Sürətli iqtisadi və texnoloji inkişaf nədəniylə kütləvi informasiya vasitələrində böyük dəyişikliklərin yaşandığı bir dövrdə “Fotojurnalistika” dərslərinə “Ön söz” yazanda “KİV orakullarının öncəgörmələrini xatırlamamaq olmur. Onlar belə təxmin edirlər ki, bu dəyişikliklər ənənəvi qəzetlərin ölümünə gətirib çıxaracaq. Bir fotojurnalist kimi bu proqnozlara qulaq asdıqca oxucuların ənənəvi kütləvi informasiya vasitələrindən rəqəmsal informasiya vasitələrinə üz tutduqlarını görüb asanlıqla bədbinliyə qapılmaq olar. Bu bir faktdır ki, ənənəvi qəzetlərin bir çoxu öz rəqəmsal kanallarını yaratmasalar, ya bağlanmalı və ya ştatlarında olan əməkdaşlarının sayını və fəaliyyətlərini azaltmalı olurlar. Lakin bu da bir faktdır ki, əvvəllər heç vaxt indiki qədər jurnalist və fotojurnalist bu qədər sayda kanalda və müxtəlif formatlarda bugünkü kimi aşağı qiymətlərdə bu qədər çox məzmun yaymamışdılar. 20 il bundan qabaq indiki qədər oxucu kütləsi qazanmaq üçün ya BBC Dünya Xidmətinin və ya CNN-in əməkdaşı olmaq gərəkdir.

Əvvəllər çox az insanın az qala birhəftəlik, ya biraylıq ömrü olan yeni rəqəmsal jurnalistika alətlərini təcürbədən keçirmək imkanı vardı. Bu günün gənc fotojurnalistlərinin isə bloqlar, mobil tətbiqlər, video, fotosəkillər, tvitlər və hələ arda gələn yeni kanallar və formatlar vasitəsilə media sənayesinin təbiətini dəyişmək imkanları vardır. Gündəlik nəşr edilən yaxşı keyfiyyətli şəkillərin və videoların sayı da heç zaman belə çox olmayıb. Bu cür nəşrləri hesablamaq mümkünsüzdür və indi siz bu sətirləri oxuduğunuz zaman belə, onların sayı sürətlə durmadan artır. Bəşər tarixi üçün bu, unikal bir kommunikasiya prosesidir.

Bütün bu faktların mahiyyətini və təsirini başa düşməyə cəhd etmək üçün öncə bizə təsir edən və bizdə informasiya resurslarının bu cür istehlak səviyyəsindən “asililik” yaradan bəzi irsi xüsusiyyətlərə nəzər salmaq yaxşı olardı. Amerikalı psixoloq Pamela Şumeyker insanları xəbər, məlumat almağa proqramlaşdırılmış məxluqlar kimi təsvir edir. Onun fikrincə, bizi əhatə edən dünyanı izləmək, müşahidə etmək tək-cə jurnalistlərə deyil, bütün insanlara səciyyəvi olan xüsusiyyətdir. Ətraf mühitdə mövcud olan təhlükələri aşkarlamaq, dünyadan xəbərdar olmaq, real və ya potensial olub-olmamasından asılı olmayaraq, bu cür təhlükələri dəf etmək üçün üsullar axtarıb tapmaq insanların anadangəlmə fitri istəyidir. Hadisələr haqqında məlumat almaq istəyimiz bizə qədim əcdadlarımızdan keçmiş və genetik səviyyədə kodlaşdırılmışdır. O vaxtlar əcdadlarımız üçün əsas məsələ sağ qalmaq üçün onları əhatə edən təhdid və

ya təhlükələr barədə məlumatları öyrənmək idi. Bu gün isə əsas məsələ arda-arası kəsilməyən informasiya axınında məlumatların daim yenilənməsidir. İnsanlar hadisələr haqqında xəbər almaq istəyirlər - yaxşı vizual və aidiyyəti olan xəbərlər. Bu, təqdim etdiyimiz kitabın əsasını və ən ümdə məqsədini təşkil edir. Şərqi fotojurnalistika nəzəriyyəsini Qərbin ən qabaqcıl təcürbəsi ilə birləşdirən bu kitabın məqsədi tələbələrə öz qabiliyyətlərini beynəlxalq fotojurnalistlər icmasının standartları ilə bir arada inkişaf etdirə bilmək üçün baza yaratmağa kömək etməkdir.

Müasir dünyada yaxşı fotoqrafların və yaxşı şəkillərin sayı çoxdur. Şəkillərin çoxu texniki baxımdan yüksək keyfiyyətlidir. Qrafik baxımdan onlar bizim nəzərimizi cəlb edir və maraq doğurur. Onlardan bəziləri maraqlı əhval-ruhiyyəni və ya mənzərəni diqqətimizə çatdırır. Elə şəkillər də var ki, diqqətimizi heç yarım saniyə belə çəkmir. Smartfonla çəkilmiş şəkillərdə dünyanı, dostları, ailələri, nahar yeməyini, təzə alınan paltarları və s. bu kimi səhnələri göstərən, gündəlik həyatımızdan xəbər verən məlumatlar əks olunur. Daha dar görünüş sahəsini göstərməyə imkan verən “selfie” (və ya “cellfie”, avtoportret) fotolar ildırım sürətilə yayılmaqdadır. İnsanlar öz gündəlik həyat anlarını qol boyu məsafədən çəkərək diqqəti özlərinə yönəltmək istəyirlər. Yalnız ailə və dostlar üçün maraqlı ola biləcək, ailə albomu üçün çəkilmiş ani fotosəkillər dünyanın şəkil serverlərini doldurmaqdadır. Bəs bu cür nəhəng şəkil axınında çatışmayan şey nədir? Əlbəttə ki, çatışmayan düşünməyə, yeni baxışın, humanizm və rəğbət hissinin yaranmasına kömək edən hadisələr haqqında fotohekayələr, fotoxəbərlərdir. Ümid edirik ki, bu kitab sizdə hadisəni sadəcə qeydə almaqdan, insanların diqqətini daha böyük maraq kəsb edən mövzulara, hadisələrə və ya xəbərlərə cəlb etmək üçün fotoqrafiyadan və fotojurnalistikadan istifadə perspektivlərini öyrənməyə və dəyişdirməyə kömək edəcəkdir.

Bu kitab dörd müəllifin – Con Petter Evensenin, İbrahimpaşa Babayevin, Aynur Bəşirinin və Ələkbər Muradovun birgə əməkdaşlığının məhsuludur. O, 5 bölümdən ibarətdir. Bütün bölümlərin konsepsiyasında əsas məqsəd diqqətinizi sürətlə dəyişən fotoaparət modelləri, videokameralar, şəkil və videoların ötürülməsi, paylaşılması, dərc edilməsi üçün istifadə olunan texnologiyalar deyil, fotojurnalistikanın dəyişməyən təməl prinsipləri üzərində cəmləşdirmək cəhdi durur.

I bölümdə fotojurnalistikanın təməl prinsipləri izah edilir. Burada jurnalistika sahəsində rolların

GİRİŞ

İnformasiyanın saxlamasına və uzun məsafələrə ötürülməsinə olan ehtiyac müxtəlif zaman kəsiklərində müxtəlif üsullarla gerçəkləşdirilib.

Təbiətin insana bəxş etdiyi və bəşər tarixinin ilk çağlarından məlumatın ötürülməsində ən təbii və əsas vasitə olan şifahi nitq insanın informasiya mübadiləsinə artan ehtiyaclarını artıq qarşılaya bilmirdi. O, kütləvi ünsiyyət vasitəsi kimi səmərəli deyildi. Onun vasitəsilə informasiya yalnız qısa məsafələrə ötürülür və uzun zaman təsbit edilə bilmirdi. Məsələn, qədim zamanlarda insanlara mühüm bir xəbəri çatdırmaq üçün gur səslə xüsusi adamlar tapmaq lazım gəlirdi. “Carçı”, ya “qasid” adlandırılan bu şəxslər fərmanları, mühüm yerli xəbərləri izdihamlı yerlərdə təkrar-təkrar elan edərək yayırdılar.

İnsanlar məlumatı ötürmək üçün səsdən əlavə digər rabitə vasitələrinin daim axtarışında idilər. Əminliklə demək olar ki, hətta ibtidai insan belə, öz qəbilə üzvlərinin hərəkət etdiyi istiqaməti göstərmək və ya onları təhlükədən xəbərdar etmək üçün keçmiş zamanda baş verən bir hadisəni sınımış ağac budağı və ya daşın üzərində cızıqlarla canlandırmaq üçün müxtəlif əşyalardan və işarələrdən istifadə etmişdir. Üsulların müxtəlifliyinə baxmayaraq, onların içərisində YAZI məlumatın ötürülməsi üçün insanın icad etdiyi bütün üsullardan ən heyrətamiz və ən funksionalı olaraq qalmaqdadır. Yazılı nitq məlumatın yayılmasında səsli nitqdən sonra ikinci ən mühüm ünsiyyət vasitəsidir.

Hərflərin meydana gəlməsi və yayılması ilə hər şey dəyişdi. Yazılı mətnlər istənilən müddətə qədər saxlanıla və istənilən məsafəyə ötürülə bildirdi. Elə bu səbəbdən informasiyanın yazılı şəkildə ötürülməsi onun yayılmasında aparıcı rol oynamağa başladı. Lakin həm şifahi, həm də yazılı nitqin ümumi bir çatışmayan cəhəti var: ünsiyyətdə olan bütün iştirakçılar eyni dildə danışmalıdırlar.

Rəsmlərə gəldikdə isə onlar bu “xətə”dan uzaqdırlar, hamı ilə tərcüməçisiz “danışa” bilirlər. Tarixə məlumatların ötürülməsində və saxlanmasında istifadə olunmuş rəsmlərdən bir çox nümunələr məlumdur. Daş üzərində həkk olunmuş qayaüstü rəsmlərin on minillərlə yaşı var. Bu, informasiyanı ötürən və saxlayan insanın ehtiyaclarını təsvirlərin vasitəsilə müəyyən dərəcədə ifadə edən qədim bir yazı üsuludur. Buna baxmayaraq, rəsm informasiyanın ötürülməsində istifadə olunan bir üsul kimi xeyli müddət sonradan meydana gəlmiş fotoqrafiya qədər yer ala bilməzdi.

Məktublaşma kimi fotoqrafiya da informasiyanın ötürülməsində və saxlanmasında ən universal üsula çevrildi. Amma məktubun və fotosəkilin öz üstünlükləri və çatışmayan cəhətləri var. Məsələn, məktubla

ünsiyyət qurmaq üçün bir neçə il təhsil almaq, oxumağı və yazmağı öyrənmək tələb olunur. Bundan əlavə, yuxarıda qeyd olunduğu kimi, ünsiyyətin qurulduğu dili bilmək lazımdır. Fotosəkil isə özü “danışır”, ətrafdakı reallığı olduğu kimi göstərir. Fotosəkil reallığın bir anını əks etdirən təsvirdir. Şəkil heç bir ünsiyyət dilinə bağlı deyil. Sizin fotoqalereyanızda saxlanan və ya qəzet, ya jurnalda çap edilmiş portret, mənzərə, ailə, hər hansı bir yerdə çəkilmiş fotosəkillər kişi və ya qadın, böyük və ya kiçik, azərbaycanlı və ya norveçli olmasından asılı olmayaraq, hamı tərəfindən başa düşülür. Lakin bu cür şəkillər, əsasən, ailə üzvləri və ya yaxın qohumlar üçün maraqlıdır. Daha çox insanda maraq doğurması üçün fotosəkil sosial məzmunla malik olmalıdır.

Kütləvi informasiya vasitələrində geniş yayılmış əhəmiyyətli sosial məna daşıyan məlumatı əks etdirən, eləcə də şərhlərlə müşayiət olunan fotosəkil jurnalistikanın ən mühüm alətidir. Fotojurnalistika haqqında bir çox dərslilər az deyil. Bu dərslilərin hər biri onların yazıldığı zaman kütləvi informasiya vasitələrinin vəziyyəti ilə bağlı olub. Çünki fotojurnalistika istifadə olunan avadanlıq baxımından həmişə texnoloji tərəqqidən asılı olub.

Biz rəqəmsal dövrdə yaşayırıq. Rəqəmsal texnologiyalar fotoqrafiyaya öz təsirini göstərir. Hal-hazırda, hamı hər şeyin fotosəkilini çəkir. Fotoaparatu olmayan bir şəxsi təsəvvür etmək belə çətinidir. Heç vaxt fotoaparatu əldə etmək indiki qədər asan olmayıb. İndi hətta mobil telefonlar fotokameralarla təchiz olunub. İyirmi il bundan əvvəl isə bunu təsəvvür etmək belə çətin idi. İnternetin və sosial şəbəkələrin inkişafı fotosəkilləri dərc etmək üçün peşəkar olmağa lüzum qoymadı. Hər kəs onlayn rejimdə şəkil çəkiş göndərə bilər. Əvvəllər çəkilən fotosəkilləri aydınlaşdırmaq üçün qaranlıq otaq və kimyəvi maddələr lazım idi, indi isə rəqəmsal fotoaparatu, videokamera ilə çəkilən şəkilləri birbaşa kompüterə və ya tableta köçürmək, anındaca İnternet səhifəsində və ya sosial şəbəkələrdə yerləşdirmək mümkündür.

Şübhəsiz ki, müasir texnologiyaların inkişafı fotojurnalistikaya da təsirsiz ötüşməyib. Bu, fotoqrafiya avadanlığından daha çox, ilk növbədə və ən əsası məlumatların ötürülmə sürətində özünü biruzə verir. Dünyanın istənilən nöqtəsindən fotosəkilləri, eləcə də istənilən növ informasiyanı saniyələr ərzində ötürmək mümkündür.

Biz vizual dövrdə yaşayırıq. Arzu edən hər kəs fotoaparatu əldə edə və özünü fotoqraf kimi hiss edə bilər. Bu gün dünyada 2,5 milyard insanın rəqəmsal fotoaparata sahib olduğu təxmin edilir (Castella, 2012).

və peşəkarlığın başa düşülməsinə kömək edən məsləhətlər, fotojurnalistikanın mahiyyəti, əsas fotojurnalistika üsulları, fotojurnalistikanın janrları haqqında məlumat verilir. II bölümdə fotojurnalistikada istifadə olunan əsas fotoaparatu və videokamera avadanlığı və onların iş prinsiplərindən danışılır. III bölüm fotohekayə hazırlanması və montaj prosesinə girişdir. IV bölümə isə yeni media məkanında fotojurnalistikanın inkişaf yolları və media sənayesində gedən mütərəqqi dəyişikliklərin ona təsiri açıqlanır. V bölümə fotojurnalistlərin fəaliyyətinə təsir edən Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi və normativ hüquqi aktları, habelə dünyanın müxtəlif ölkələrində və beynəlxalq media təşkilatlarında istifadə olunan müxtəlif etik davranış qaydaları barədə məlumat verilir.

Bu kitab yazılarkən bir çox mənbələr tədqiq edilmiş, kitablar və məqalələr oxunmuş və mütəxəssislərdən müsahibələr alınmışdır. Elmi fənn və istiqamət kimi fotojurnalistika çox gənc bir sahədir. Daha çox təşəkkül tapmış elm sahələri ilə müqayisədə, fotojurnalistikaya həsr olunmuş tədqiqat işlərinin və doktorluq dissertasiyalarının sayı olduqca azdır. Qeyd etmək lazımdır ki, yuxarıda göstərilən mənbələrin əsasında baş verə bilən hər hansı anlaşılmaqlara, yanlış təsəvvürlərə və ya düzgün olmayan nəticələrə görə əsas mənbələrin müəllifləri günahlandırılmamalıdır. Bu kitabın müəllifləri belə hallara görə məsuliyyəti tam olaraq öz üzərlərinə götürürlər.

Bu kitabın hazırlanmasında fotojurnalistlər Espen Rasmussen, Andrea Gjestvang, Daniel Sannum Lauten, Kyrre Lien, Reza Deqati, Rafiq Bağirov, Vüqar Əmrullayev, Fərid Xayrulin, İlqar Cəfərov, Rəna Əfəndi, Əhməd Muxtar və Ceyhun Abdullanın əməyi danılmazdır. Fotojurnalistikaya həsr olunmuş maraqlı və maarifləndirici söhbətlərdə iştirak edən universitet tələbələrinin və əməkdaşlarının qatqısı az deyil. Onlar olmasa idilər, bu kitab da olmazdı.

Çox sağ olun!

FOTOJURNALİSTİKA NƏDİR?

Fotojurnalistikanın inkişafı ilə paralel olaraq fotoşəkillər jurnalistikada informasiya mübadiləsinin önəmli bir hissəsinə çevrilib. Fotojurnalistika artıq hər hansı bir adamın necə göründüyünü göstərmək məqsədilə çəkilən ənənəvi xəbər fotoşəkilləri və ya portretlərlə məhdudlaşmır. Fotojurnalistika jurnalistikanın digər formaları ilə eyni səviyyədə istifadə olunmaq, müzakirə edilmək və qiymətləndirilmək statusuna malikdir.

Søren Pagter, Fotojurnalistika proqramının rəhbəri, Danimarka Jurnalistika Məktəbi

Nələri öyrənirik?

Fotojurnalistikanın rolunu

Fotojurnalistin kim olduğunu

Qaya üstündə rəsm çəkən ilk rəssamlarla müasir fotoqrafları birləşdirən ümumi cəhəti

Fotoqrafiyanın qısa tarixini

Janrları

Fotojurnalistika, ənənəvi olaraq, çap olunan qəzetlər və jurnallar üçün fotoaparattan istifadə edərək yaradılan şəkillərin vasitəsilə vizual nəql etmənin bir formasıdır. Şəkilləri, video, mətn və səs materiallarını birləşdirən müasir dövrün fotojurnalistləri rəqəmsal güzgü videoaparatin (DSLR)video çəkmə funksiyasından və videomontaj alətlərindən istifadə edərək multimedia və sənədli film yaradıcılarına çevriliblər. İndi İnternet və mobil qurğuların vasitəsilə vizual hekayələr auditoriyalara çox rahat bir şəkildə çatdırıla bilir ki, bunu əvvəllər heç təsəvvür etmək belə mümkün deyildi.

Fotojurnalist xəbərlərin işıqlandırılmasından başlamış müasir sənədli hekayələrin yaradılmasına qədər müxtəlif səviyyələrdə işləyir. Fotoqrafiya zamanı elə bir şəkildə fiksə edib dondurur ki, çox az vasitələrlə bunu etmək mümkündür. Susan Sontaq bu xüsusiyyəti belə təsvir edir: “Xatırlatmaq üçün fotoşəkil daha güclü qüvvəyə malikdir. Fotoşəkil yaddaş stop-kadridir. Onun əsas ölçü vahidi tək bir təsvirdir. İnformasiya yükünün həddən artıq olduğu dövrdə fotoşəkil “nəyisə tez anlamaq üçün bir üsulu və onu yadda saxlamaq üçün yiğcam bir formanı” təmin edir” (Sontaq, 2002).

“VII Foto Agentliyi”nin fotoqrafı Ed Kaşi fotojurnalistikanın mahiyyətini belə izah edir: “Fotojurnalistika zamanəmizin problemlərini digər vasitələrdən fərqli olaraq, qat-qat dərinləndirən işıqlandırmağa və aydınlaşdırmağa kömək edir” (Kashi, 2011).

Buna 1 milyard fəal smartfon istifadəçilərini də əlavə etsək (Dover, 2012), dünya miqyasında ümumi hesabla təqribən 3,5 milyard ədəd fotoşəkil çəkən cihazın yayıldığını görürük və bu, son dərəcə heyətləndirici bir rəqəmdir. Başqa sözlə desək, potensial olaraq dünya əhalisinin yarısı əyləncə və ya iş məqsədləri üçün fotoşəkil çəkən alətlərdən istifadə etmək imkanına malik ola bilər. “Sontaq” şirkətinin fikrincə, “fotoşəkilləri toplamaq dünyanı toplamaq deməkdir” (2002, s. 3).

İnternet məkanında şəkil və video tipli məzmunlar saysız-hesabsızdır. “Vimeo”, “YouTube”, “Flickr”, “Facebook”, “Instagram” və s. bu kimi İnternet səhifələri müxtəlif insanların həyatından anları əks etdirən fotoaparət və ya smartfonla çəkilmiş şəkillərlə doludur. Durmadan çoxalan bu şəkil axınına gündəlik kütləvi informasiya vasitələrini də əlavə etsək, görüntülü məlumat axınının həcmi daha da artacaqdır.

İnternetdə və “ənənəvi” kütləvi informasiya vasitələri adlandırdığımız məkanda gündəlik dərc olunan şəkillərin və videoların sayını hesablamaq olduqca çətinidir. Nəşr olunan şəkillərin ümumi sayını təsvir etmək, demək olar ki, qeyri-mümkündür.

2011-ci ilin sonlarında aparılmış rəsmi hesablamalara görə, bizim hər saat çəkdiyimiz fotoşəkillərin sayı 1800-cü illərdə bütün bəşəriyyətin çəkdiyi şəkillərin sayından on dəfə çox olub (Good, 2013). Təxmin edilir ki, o dövrdə, yəni 1826-cı ildə ilk fotoşəkil çəkildiyi vaxtdan 1901-ci ildə ilk fotoaparət – Kodak Brownie ixtira olunanadək ən azı bir neçə milyon fotoşəkil çəkilmişdir.

2015-ci ilin iyununda Photoworld.com insanların sosial media şəbəkələrindən fotoları bölüşmək üçün necə istifadə etdiklərini göstərmək məqsədilə Snapchat, Whatsapp, Facebook, Instagram, və Flickr-i müqayisə edib. O həm də bu şirkətlərin hər biri üzərindən gün ərzində yayılan fotoların sayını, istifadəçilərin sayını və yaşını müqayisə edib. Müqayisə üçün ən son paratmetr kimi isə, bir saniyədə yerləşdirilən fotoların sayı olub.

200 milyon istifadəçisi olan ən gənc Snapchat şirkətində bir saniyədə 8796 şəkil paylaşılıb.

700 milyon istifadəçisi olan Whatsapp foto paylaşımında ikinci yeri tutub, saniyədə 8102 şəkil. Whatsapp-ın şəbəkəsi Snapchat-la müqayisədə qat-qat genişdir. Whatsapp istifadəçilərinin sayı Snapchat-dan çox olsa da, Snapchat-in istifadəçiləri daha fəaldırlar.

1,39 milyard istifadəçisi olan Facebook bu siyahıda sonda gedir. Onun istifadəçiləri gündə 350 milyon, saniyədə 4,501 foto yerləşdirirlər. Facebook-un 2012-ci ildə aldığı Instagram populyarlığına baxmayaraq, sının sonunda sürünür. Onun 300 milyon istifadəçisi

gündə 70 milyon, saniyədə isə 810 foto yerləşdirir. Bu az rəqəm olmasa da, Snapchat və Whatsapp-dan geridədir.

11 ildən çox fotoların onlayn məkanı olan Flickr də müqayisədə yaxşı nəticə göstərməyib. Bu şirkətin press-relizinə əsasən, onun istifadəçiləri bir saniyədə yalnız 41 foto bölüşürlər.

Şəkillərin sayı isə hal-hazırda siz bu dərsliyi oxuduğunuz anlarda da artmaqda davam edir.

Bundan əlavə, biz İnternet üzərindən istifadə olunan videoları da da nəzərə almalıyıq. Məsələn, insanlar hər gün öz mobil cihazlarından 1 milyard YouTube videosunu izləyirlər. 2015-ci ilin yanvarında bu sayın hər gün ən azından 4 milyard ziyarətçisi vardı. 2014-cü ilin məlumatına əsasən, YouTube-dan hər dəqiqədə 300 saatlıq video yüklənirdi.

Bütün digər İnternet səhifələrini və paylaşım kanallarını, gündəlik nəşr edilən şəkillərin və videoların ümumi sayını və saatlarını da üst-üstə gəlsək, rəqəmləri saymaq artıq mümkünsüz olur. Onlayn şəkillərsə hesaba gəlmir (Butet-Roch, 2013).

Bir fotojurnalist kimi sizin qarşınızda duran başlıca problem bu şəkil və video bombardmanını yarım keçərək oxucuların diqqətini cəlb etmək və özünüzdə saxlamaqdır. Həmişə yerindən operativ xəbərlərdən tutmuş, sənədli materiallara qədər, müxtəlif səpkili şəkilləri çəkərkən siz unutmamalısınız ki, görüntülü xəbərləri yayan müxbir – fotojurnalist müasir media təşkilatında mühüm bir komanda üzvüdür. Çünki şəkillər oxucunu ayaq saxlamağa və diqqət kəsilməyə vadar edən ən mühüm elementlərdəndir. Amerika yazıçısı Susan Sontaq bizim kollektiv yaddaşımızda fotoqrafiyanın oynadığı rolu belə açıqlayır: “Məsələ onda deyil ki, insanlar fotoşəkillərin vasitəsilə xatırlayırlar, iş ondadır ki, onlar yalnız fotoşəkillərin vasitəsilə xatırlayırlar” (Sontaq, 2002).

Həm foto, həm də video təsvirlər oxucunun hisslər aləminə açılan bir qapıdır. Bu, hadisəni oxucunun diqqətinə çatdırıb, onun yaddaşına həkk etmək üçün ən səmərəli vasitədir. Fikirlərimizi yekunlaşdırmaq üçün 1930-cu illərdə yaşamış qabaqcıl redaktorlar və fotoqrafların görüşlərini xatırlamaq yerinə düşərdi: “Fotoqrafiyanın ən önəmli xidməti insanlar arasında münasibətləri qeyd etməklə yanaşı, insanı insana və insanı özünə tanıtmadır” (Rosenbaum, 1997, s. 483).

Bu dərsliyin müəllifləri fotojurnalistikanın mahiyyətini, onun üzvləşdiyi problemləri və rəqəmsal texnologiyalar dövründə qazandığı imkanları göstərməyə cəhd ediblər.

Məşhur fotoqraf, xeyriyyəçi Reza Deqati “Fotojurnalist kimdir?” sualına belə cavab verir:

“Fotojurnalistika iki sözdən ibarətdir: foto və jurnalistika. Fotojurnalist ilk növbədə, yaxşı fotoqraf olmalıdır. Yaxşı fotoqraf rəssam kimi kompozisiya və qaydaları bilməklə yanaşı, həm də rənglərin, çalarların, dənəvərliyin, ağ və qaranın fərqi duymalıdır. Bir sözlə, o, çərçivəyə yerləşdirəcəyi şəkil barədə hər şeyi bilməlidir. Fotoqrafın bilməli olduğu növbəti məsələ alətlər və texnika, müxtəlif obyektivlər arasındakı fərqlərdir. Bu, məsələnin texniki tərəfidir, onu mənimsəmək daha asandır...”

“Fotojurnalistika” sözünün ikinci hissəsi jurnalistikadır. Jurnalistikanın öz qaydaları var. Bu qaydalar araşdırma, faktları yoxlama, hekayəni anlamaqdır. Jurnalistikanın təməl prinsiplərinə xələl gətirməmək üçün jurnalistika ilə kommunikasiya arasında fərqi bilmək lazımdır. Bilmək lazımdır ki, jurnalistika həqiqət və informasiya üçündür, kommunikasiya isə reklam və təbliğat üçün. İnformasiyanın və alətlərin nəzarətdə saxlanılıqları rejimlərdə jurnalist kommunikator kimi çıxış edir, yəni hökumətin təbliğat elementinə çevrilir. Elə buna görə də jurnalistika ilə kommunikasiya arasındakı fərqi bilmək önəmlidir.

Tarixə nəzər salsaq, görürük ki, fotojurnalist gündəlik həyatı təsvir edən adamdır. Mənim fikrimcə, fotojurnalist geniş anlamda sosial məsələlər vasitəsilə gündəlik həyatı əks etdirəndir. 45 min il əvvəl Fransanın Cənubunda Şauve mağarasında yaşayan, divarlarda şəkil çəkən insanlar da eyni mentalitetin sahib idilər. Həmin insanlara – rəssamlara gündəlik həyatı, yaxud da böyük mərasimləri çəkən ilk fotojurnalistlər də demək olar. Tarixin sonrakı mərhələlərində biz bu cür rəsmlərə Azərbaycanda Qobustanda, Nigeriyada Saharada rast gəlirik.



Şauve (Chauvet) mağarası, divar rəsmi. Fransa

Dünyanın bir çox yerlərində qayalara gündəlik həyatdan, ya da böyük törənlərdən səhnələr həkk olunub. Beləliklə, deyə bilərik ki, qədim dövrlərdə də fotojurnalist mentalitetinə malik insanlar fotojurnalistik ediblər. Sadəcə, onların alətləri müxtəlif olub. Bu alətlər qayalar və onları çizmaq üçün daşlar olub.

Daha sonralar e.ə. 3 minillikdə Misir fironlarının ehramlarının ətrafında insanların, fironların, hərbiçilərin divarlara çəkilmiş, gündəlik həyatlarından bəhs edən şəkillərinə rast gəlinir. Bu da fotojurnalist mentalitetinin bir başqa cür təzahürüdür.



Sahara mağarası, rəsmlər. Nigeriya

Tarixin sonrakı dövrlərində rəssamlar binaların üzərində gündəlik həyatı və ya vacib törənləri əks etdirən şəkillər çəkiblər. Azərbaycanda biz həm də Şəki Xan Sarayının divarlarına çəkilmiş şəkillərdən söhbət açə bilərik. Bu rəsmlərdə xanlar və saray həyatı əks olunub. Bu rəssamlar, əslində, öz dövrlərinin fotojurnalistləri idilər, çünki gündəlik həyatı ya da hansısa bir mərasimi çəkirdilər.

150 il bundan əvvəl fotokamera ixtira olundu. Gündəlik həyatı çəkmək istəyən insanlar bu aləti – kameranı götürərək ya münaqişə bölgələrinə yollandılar, ya da heç yerə getməyib öz gündəlik həyatlarını çəkməyə başladılar.

Beləliklə, biz görürük ki, gündəlik həyat və ya ömür boyu baş verənləri əks etdirmək konsepsiyası həmişə insanlıqla birlikdə olub. Bu günümüzün aləti kameradır. Bəlkə də, 50 ilə, bəlkə də, 5 ya da 2 ilə bu alət dəyişəcək, yenisi ixtira olunacaq və biz yeni bir alətlə gerçəkliyi müxtəlif üsulla əks etdirə biləcəyik. Amma bütün bu dəyişikliklərə rəğmən, biz – fotojurnalistlər ən azından 45 min il öncə bu işlə məşğul olan insanların gördükləri işi davam etdirənlər olaraq qalacağıq”.



Qobustan, qayaüstü rəsmlər. Azərbaycan



Şəki Xan Sarayı, divar rəsmi. Azərbaycan

FOTOQRAFİYANIN QISA TARİXİ

Divarda açılmış kiçik bir dəlikdən keçən işıq şüası əşyanın səthindən əks olunaraq həmin əşyanın təsvirini yaradır. Işıq şüasının qaranlıq otaqda əşyanın səthindən əks olunaraq onun baş-ayaq çevrilmiş təsvirini proyeksiya etməsi qabiliyyətindən hələ eramızdan əvvəl IV əsrdə yaşamış Çin filosofu Mo Dinin ardıcilları məlumat vermişdilər (Kamera-obskura. Wikimedia Foundation. 2010).

Bu fenomenə Aristotelin əsərlərində də yazılıb [1].

Hər hansı bir əşyanın optik təsvirini əldə etmək üçün istifadə olunan qaranlıq otaq və ya qurğu "kamera obskura" adlanırdı. Bu, latın dilindən tərcümədə "qaranlıq otaq" deməkdir [2].

Kiçik dəlikli kameraların (pinhol camera) iş prinsipi X əsrdə ərəb riyaziyyatçısı İbn əl-Haytəm əl-Bəsri tərəfindən təsvir edilmişdir [3].

Orta əsrlərdə rəssamlar naturadan rəsmlər çəkərkən kamera obskuranı istifadə etməyə başladılar və Leonardo da Vinçini özünün "Rəngkarlıq haqqında traktat" əsərində kamera-obskuranı təsvir etdi [4].

Kamera-obskuranın ən böyük çatışmazlığı çəkilən təsvirin fiksə edilə bilməməsi idi. Bunu yalnız 1826-cı ildə ilk dəfə fransız tədqiqatçısı Jozef Nisefor Nyeps [5] edə bildi. O, üzəri asfalt məhlul təbəqəsi ilə örtülmüş şüşə lövhədən istifadə etmişdi. Təsvir kimyevi məhlulla aydınlaşdırıldıqdan sonra bərkidilirdi. Lakin təsvirin bu cür həkk olunması üsulunun çatışmazlıqları çox idi.

1835-ci ildə Lui Jak Mande Daqer (Louis Jacques Mande Daguerre) təsvirin gümüş suyu ilə örtülmüş mis lövhənin üzərində həkk olunması üsulunu kəşf etdi. Bu, fotoqrafiya texnologiyasının inkişafına təkan vermiş çox əhəmiyyətli bir ixtira idi. 1834-cü ildə ingilis tədqiqatçısı Uilyam Henri Foks Talbot (William Henry Fox Talbot) işığa qarşı həssas kağızı və neqativləri yaratdı ki, bunun nəticəsində də fotoşəkillərin sürətinin çıxarılması mümkün oldu [6].

Con Frederik Uilyam Herşel fotoqrafiyaya böyük töhfə vermişdir. Təsvirin natrium hiposulfit məhlulu ilə "bərkidilməsi" onun ideyası idi [7].

Hətta bu kəşflərin və ya ixtiraların heç biri olmasaydı belə, onun adını fotoqrafiyanın tarixindən silmək mümkün olmayacaqdı. "Fotoqrafiya", "neqativ" və "fotoşəkil" kimi sözləri yaratmaqla o, fotoqrafiya sözlüyünü zənginləşdirmişdir.

Böyük ingilis fiziki Ceyms Maksvell [8]. 1861-ci il may ayının 17-də qırmızı, yaşıl və mavi rəngləri ekrana eyni zamanda proyeksiya etməklə ilk rəngli təsviri yaratdıqdan sonra fotoqrafiya sənayesi sürətlə inkişaf etməyə başladı. Bu, üç komponentdən ibarət rəngli görmə nəzəriyyəsinin sübutu və rəngli fotoqrafiyanın yaradılması istiqamətində atılan ilk addımlar idi.

Fotoqrafiyanın tarixi bir neçə müxtəlif istiqamətdə inkişaf edirdi. Birincisi, təsvirin ekspozisiya müddətini azaltmaq lazım idi. Bunun üçün fotohəssas materialın yaradılması tələb olunurdu. Belə bir materialı Frederik Skott Arçer icad etdi. Bu ixtiradan sonra ekspozisiya müddəti saniyənin hissələrinə qədər azaldıla bildi. Bundan sonra fotoqrafiyanın rahat əldə edilə bilən və ucuz olmasını təmin etmək lazım idi. Buna nail olmaq üçün fotoqrafik lövhələrin əvəz olunması ilə yanaşı, fotoaparatin da daha kiçik ölçülərdə olması lazım idi. Bu məqsədlərə ilk dəfə ABŞ-ın məşhur "Kodak" şirkəti nail ola bildi. XIX əsrin sonlarında "Kodak" şirkəti sellüoid neqativ fotolentlərin istehsalına başladı. 1888-ci ildə "Kodak" şirkətinin istehsalı olan qutu fotoaparatar bazara çıxarıldı.

Bu fotoaparatar zavodda doldurulan 100 kadrlıq lentlə satılırdı. Fotoaparatarın qiyməti 25 dollar idi.



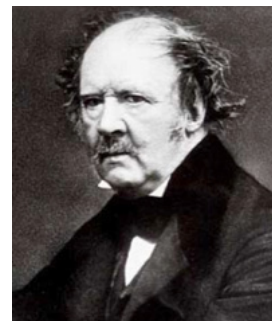
Kamera-obskura



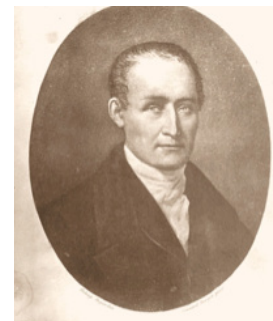
"Kodak" fotoaparati

İSTİNADLAR

- [1] www.3dnews.ru/573318
- [2] dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/4902
- [3] dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/640213
- [4] www.vinci.ru
- [5] www.niepce.com/pagus/pagus-bio.html
- [6] www.uh.edu/engines/epi1839.htm
- [7] www-history.mcs.st-and.ac.uk/Biographies/Herschel.html
- [8] www-history.mcs.st-and.ac.uk/Biographies/Maxwell.html



Uilyam Henri Foks Talbot



Jozef Nisefor Nyeps

Lentin aydınlaşdırılması cəmi 10 dollara başa gəlirdi. Ölkənin hər yerində çoxlu sayda "Kodak" mini laboratoriyaları yaradıldı və fotoqrafiya əvvəllər heç vaxt olmadığı kimi hamı üçün əlçatan oldu. XX əsrin 30-cu illərində "Kodak" rəngli fotoqrafiya üçün lent yaratdı. Rəngli fotolenti aydınlaşdırma prosesinin mürəkkəb olmasına baxmayaraq, fotoqrafiyaya həvəs göstərən insanların sayı durmadan artırdı. Amma elm və texnika da inkişaf etməkdə davam edirdi və 1975-ci ildə "Kodak" şirkətinin mühəndislərindən biri olan Stiv Sesson tərəfindən ilk rəqəmsal fotoaparatar yaradıldı. O vaxtlar təsvirin ölçüsü cəmi 100x100 piksel idi.

Bu gün rəqəmsal fotoqrafiya üstünlük təşkil edir və lentli fotoqrafiyanı xatırlayanlar yalnız köhnə peşəkarlardır. Buna baxmayaraq, indinin özündə də hər bir evdə lentlə çəkilmiş xeyli fotoşəkil var.



Köhnə Bakı, dükən

Fotojurnalistlər rəqəmsal fotoqrafiya ilə keyfiyyətdən tutmuş fotoşəkillərin dünyanın istənilən nöqtəsindən ötürülmə sürətinə qədər hədsiz imkanlara malikdirlər.

Azərbaycanda fotoqrafiya XIX əsrin ikinci yarısında meydana çıxdı. O vaxt Bakıda olmuş səyyahlar və jurnalistlər sürətlə inkişaf edən neft şəhərinin çoxlu fotoşəkillərini çəkmiş və dərc etmişlər.



Köhnə Bakı, neft mədəni

Müasir dövrdə fotoqrafiyanın həm peşəkar, həm də vətəndaş jurnalistin əlində ölkənin və ya bütün regionun həyatında böyük dəyişikliklərə səbəb ola bilən bir vasitə olduğunu sübut edən çox misallar göstərmək olar. Fotojurnalistikanın mahiyyəti halları və hadisələri elə bir şəkildə "dondurmaq"dır ki, insanlar fotoşəkillərə baxarkən yaşadıkları cəmiyyət haqqında daha dərin anlayış, daha obyektiv və düzgün məlumat ala bilsinlər və bu da əhalinin geniş təbəqələri arasında azad və açıq müzakirələrə yol açsın. "Spesifik mədəniyyətlər haqqında dərin bilgilə malik olan həm daxili, həm də kənar peşəkar foto-öçerkçilərə indi həmişəkindən daha çox ehtiyac var. Onların gördükləri iş qeyri-peşəkar vətəndaş jurnalistlərin gördükləri operativ işlərlə birlikdə mövcud olacaq və müəyyən kontekstə uyğun olaraq uzlaşdırılacaqdır" (Heifermann, 2013).



Bakı, "Torqovaya" bazarı

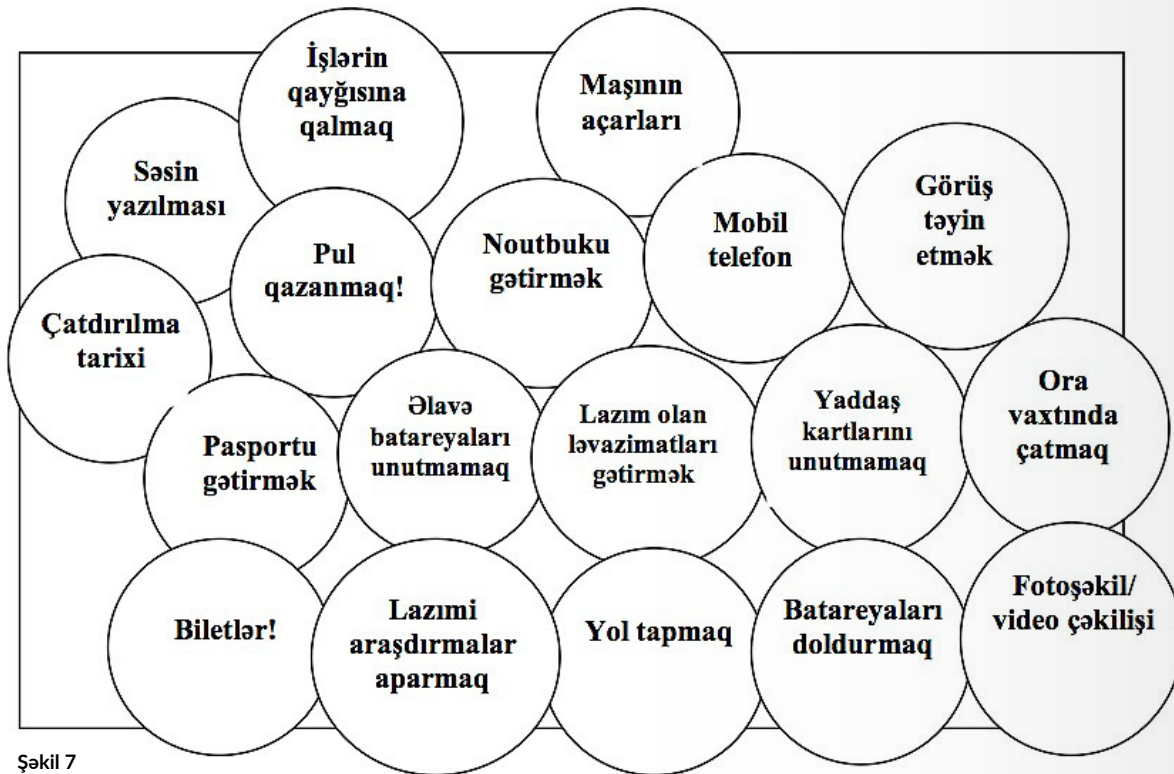
PEŞƏKARLIĞIN İNKİŞAFI

Fotojurnalist sənətinə yiyələnmə prosesinin ilk mərhələsində sizə müxtəlif bacarıqları və üsulları inkişaf etdirmək lazım olacaqdır.

Karyeranızın başlanğıcında siz, yəqin ki, görəcəksiniz ki, fotoşəkillərin və ya videofilmlərin çəkilişi aldığınız tapşırıqların öhdəsindən gəlmək üçün görəcəyiniz işlərin kiçik bir hissəsini təşkil edir. Öz peşə fəaliyyətiniz haqqında (Şəkil 7-də) göstərilmiş düzbucaqlı çərçivənin daxilindəki şeylərin məcmusu kimi düşünsəniz, siz hiss edəcəksiniz ki, təzə bir işçi kimi hər hansı bir tapşırığı yerinə yetirməyi bacarmaq üçün diqqət yetirməli olduğunuz çoxlu müxtəlif praktiki məsələlər var – batareyaları doldurmaq, mobil telefonu götürməyi unutmaq, lazımı araşdırmalar aparmaq, yaddaş kartlarını unutmaq və s. v. i..

Böyük ehtimalla bunu da görəcəksiniz ki, fotoşəkil/video çəkilişi faktiki olaraq sizin bütün işlərə sərf etdiyiniz vaxtın ən çoxu 5 faizini və ya daha az hissəsini təşkil edir.

Tədricən inkişaf edən bacarıqlar və çərçivəyə salınmış qaydada görülən işin əsnasında əldə olunan müxtəlif səriştələr sizin görüntülü materiallara, filmlərə, fotoşəkillərin çəkilişinə və hekayə etməyə daha çox diqqət yetirməyinizə imkan verən bir vərdişə çevriləcəkdir (Şəkil 8).



Şəkil 7



Şəkil 8

Fotojurnalist olmaq istəyənlərə Ceyhun Abdulladan məsləhətlər

1. Fotojurnalist olmaq istəyirsənsə, boş vaxtlarında dayanmadan şəkil çək.
2. İnternetdə fotojurnalistika nümunələrinə bax, axtarış ver, biliyini bu yolla artır.
3. Yeni texnologiyalarından və imkanlardan bəhrələ.
4. Fotoreportaj hazırlamaqdan öncə həmin yer və vəziyyət barədə ilkin məlumat topla.
5. İşlədiyən texnikanın incəliklərini bələd ol.

6. Özünə həmişə ehtiyat batareya, fotokamera və yaddaş kartı götür.

7. Münaqişə zonasında işlərkən sakit və soyuqqanlı ol. Unutma ki, belə yerlərdə hamı aqressivdir.

8. Emosiyalarla deyil, soyuq ağılla hərəkət et.

9. Fotoreportaj hazırlayarkən foto üçün ən yaxşı nöqtəni seçəndə ehtiyatı əldən vermə, özünü və kameranı unutma.

10. Fotolarını və özünü təqdim etmək üçün sosial mediadan yararlan.

FOTOJURNALİSTİN ROLU

Bizim keçmiş həmkarımız bir dəfə belə demişdi: “Yazan jurnalist hekayələri danışmaq üçün çoxlu sözlərdən istifadə edir. Fotojurnalist isə eyni şeyi etmək üçün yalnız “fellərin” fotosəklini çəkir”. Bu fikir fotojurnalistlərin və yazan jurnalistlərin istifadə etdikləri metodu bir-birindən fərqləndirən əsas məqamı çox gözəl ifadə edir.

Jurnalistlər faktlarla, rəqəmlərlə, məlumatlarla, mövzularla və s. ilə işləməlidirlər. Jurnalistika kontentinin bu mühüm hissəsi şifahi yolla və ya mətnlə verilməlidir, maraqlı şəkillər və ya yaxşı fotojurnalistika bunu heç vaxt əvəz edə bilməz. Mücərrəd statistik rəqəmlər və ya tibbi tədqiqatlara dair hesabatlar heç vaxt fotosəkil çəkmək üçün əlverişli fürsət sayıla bilməz.

Fotojurnalist diqqətini əldə olunmuş faktların və ya rəqəmlərin konkret nəticəsi üzərində cəmləşdirməlidir. Məsələn, yeni tədqiqatlar xəstələrin müalicəsinə necə təsir edir? Şəhəratrafı ərazidə ətraf mühitin çirkləndirilməsinin getdikcə artdığını göstərən rəqəmlər insanların həyatına necə təsir göstərir?

Fotojurnalistlər həqiqi işlər görən canlı insanlardan fotosəkillər və ya filmlər çəkərək hekayə etməlidirlər! Onlar əməliyyat otağına cərrahla birlikdə gəlməli, xəstənin əməliyyatdan sonra gözlərini açdığını hamıdan tez görməlidirlər. Onların kameraları ətraf mühitin artan çirklənməsinin problemləri ilə məşğul olan şəxsləri də göstərməlidir, özlərini və ailə üzvlərini qorumaq üçün təhlükəsiz yerə köçməli olan insanları da.

Reportaj sözünün mənşəyi latın dilində reportərə sözündən gəlir və keçmiş yada salmaq deməkdir (Steensen, 2009, s.53). Fotojurnalist kimi ezam olunarkən siz “keçmiş yada salan” və oxucuya hadisəni sadəcə qeyd edən deyil, onun daha dərinə başa düşülməsinə kömək edən şəkilləri çəkən bir reportyora çevrilməlisiniz. Siz oxucuların iştirakçıları olmadığı bir mövzuya ya hadisə barədə öz fikirlərini formalaşdırmağa kömək etməlisiniz. Fotojurnalist həmişə hadisələri gerçəklikdə baş verdiyi kimi müşahidə etməyə və əks etdirməyə çalışmalıdır.

Fotojurnalist kimi siz bir reportyor, hadisə yerinə yaxın şahid kimi iştirak edirsiniz. Siz çox işləməli və işinizi elə planlaşdırmalısınız ki, uğurlu görüntülər üçün mümkün qədər çox mövqe tuta bilərsiniz. Sizin işiniz hadisə yerində olmaq, hadisənin və hekayənin mahiyyətini tutmaq və onu reportajınızda oxucuların dərk edəcəyi obyektiv və balanslı şəkildə təqdim etməkdir.

Sizin məqsədiniz şəkillərin və ya videoyazıların həm məzmun, həm də ifadə üslubu baxımından obyektiv və balanslı məlumat daşımalarını təmin etməkdir (Kobre, 2008, s. 380). Şəkillər xəbərin digər elementləri ilə birlikdə faktları sosial və mədəni səviyyədə tamaşaçı və ya oxucuya çatdırmalıdır.

Bu məqsədə nail olmaq üçün siz fotoqrafiya sahəsində məharətinizi tədricən inkişaf etdirməklə yanaşı, peşəkar fəaliyyətinizin təməl daşları olacaq fotojurnalistikanın üç əsas peşə sərəştəsinə – jurnalistika üsullarına, etik analizə və texniki biliklərə diqqət yetirməlisiniz (Sxem 3).

Bu dərslərdə bu təməl daşlarına ayrı-ayrılıqda nəzər salınacaqdır.

Peşəkar bir fotojurnalist kimi fəaliyyət göstərmək üçün jurnalistika sahəsinə dair lazımı biliklərin genişləndirilməsinə başlamaq üçün əvvəlcə jurnalistika üsullarına diqqət yetirək.



Sxem 3. Fotojurnalistikanın 3 təməli



Fotojurnalist tələbələr fotostudiyada
Foto: Ellen Lande Gossneri

Fərid Xayrulin:

“Kazan Universitetinin riyazi linqvistikla ilə məşğul olan mütəxəssisləri belə bir nəticəyə gəliblər ki, şer misrası nərsdən fərqli olaraq, özündə daha çox informasiya daşıyır. Məsələn, “danışan gözlər” birləşməsinin daşdığı mənanı nəsrlə ifadə etmək üçün daha çox söz gərəkdir. Mənim fikrimcə, kino ilə fotoqrafiyanın arasındakı fərq şerlə nəsrlə arasındakı fərq kimidir. Televiziya təsviri nəsrlə kimi çoxsözlü, foto isə şer misrası kimi lakonikdir”.



Bakı Rembosu. Foto Fərid Xayrulinindir.

Fərid Xayrulinin fotojurnalistin gerçəkliyə münasibətini belə açıqlayır: “Fotojurnalist hadisənin baş verdiyi anı duymalı, ona müdaxilə etmədən işini görməlidir. Məsələn, “Bakı Rembosu” adlandırdığım bu şəkildəki kimi. Mən Azad qadın heykəlinin arxasındakı binadan çıxdım. Bu zaman iki oğlanın heykəlin yanında dalaşdıqlarının şahidi oldum. Əslində, buna dalaşmaq demək olmazdı. Onlardan biri özünü o zamanlar – 90-cı illərdə dəbdə olan Remboya bənzətmişdi, o biri isə qorxub geri çəkildi. Bu şəkildə klassik obrazlar var – qəhrəman, qorxaq və bir də “çörək və tamaşa” prinsipi ilə yaşayan tamaşaçı. Mən vaxt itirmədən sürətlə fotoaparatomu çıxarıb bir neçə kadr çəkdim. Həmişə olduğu kimi, ilk kadr daha güclü alındı”.

ÜSULLAR, MÖVZULAR VƏ JANRLAR

Fotojurnalistikadan yazan Danimarka fotojurnalisti və müəllimi Søren Paqterə əsaslanaraq biz jurnalistika üsulları, mövzuları və janrları ilə işləyə bilməsi üçün fotojurnalistə müvafiq bir yol təklif etmək istərdik. Təklif isə odur ki, əvvəlcə fotojurnalistika üsuluna diqqət yetirək.

Bu üsul belə müəyyən edilə bilər: “Nəyisə yerinə yetirmək və ya nəyəyə nail olmaq üçün xüsusi bir prosedura olaraq... fikrin və ya davranışın

strukturlaşdırılmış yolu, hərəkətin sistemli şəkildə planlaşdırılması, biliyin və üsulun birləşməsi ola bilər” (Oxford Dictionaries, 2013).

Üsulun və janrın bir-birindən tamamilə ayrılmasını dilə gətirmək, əlbəttə ki, mübahisəli məsələdir, lakin bu, fotojurnalistikanın hələ də yazılı və ya şifahi jurnalistika üçün vizual yardımçı vasitələr kimi başa düşüldüyünü və istifadə olunduğunu göstərən faktı nəzərdən keçirmək də məqsədəuyğun ola bilər. Paqterin fikrincə (2003), fotojurnalistika janrını çox vaxt yazılı mətnin janrı müəyyən edir.

ÜSULLARA GİRİŞ:

Fotojurnalistin alətlər dəsti əsas iki üsuldən ibarətdir:

Reportaj

Fotojurnalist hadisə yerini və vəziyyəti olduğu kimi müşahidə edir, əks etdirir və sənədləşdirir. Onun məqsədi tamaşaçı üçün mənalı, rəhbərlik, maraqlı və obyektiv bir hekayə yaratmaqdır. Hadisə barədə xəbərin mətnini müşayiət edən tək bir şəkil və ya bir neçə şəkildən ibarət olan reportaj (xəbər və ya fiçer məqalə) kimi dərc edilir. Bu üsullar xəbərlər, idman, biznes, mədəniyyət və s. bu kimi müxtəlif jurnalistika mövzularına tətbiq edilir.

İdman hadisəsini işıqlandıran fotojurnalist müvafiq mövzunu işıqlandırmaq üçün idman meydançasında hərəkətləri əhatə edən reportaj hazırlaya və ya hadisədən sonra qarışıq zonada müvafiq oyunçuların portret fotoşəkillərini çəkə bilər.

Çəkiliş zamanı fotojurnalistin tətbiq etdiyi çəkiliş üslubu və görünüş bucağı fotojurnalistika janrını

müəyyən edir (Paqter, 2003).

Aydınlaşdırmaq üçün bunları qeyd edək:

- Xəbər reportajı faktlara və identifikasiyaya əsaslanmalı, obyektiv və balanslı şəkildə verilməlidir.

- Fiçer canlı, fərdə yönəli və emosionala, həyəcana hesablanmış şəkildə olmalıdır.

Portret

İki nəfər - fotojurnalist və şəxs arasında görüş. Bu görüşdə fotojurnalistin məqsədi şəxsi tanına bilən və müvafiq şəkildə əks etdirib göstərməklə tamaşaçı üçün məna kəsb edən bir portret yaratmaqdır (bu bölümde daha sonra portretə bir janr kimi daha ətraflı danışılacaqdır).



Azərbaycan Respublikasının Prezidenti İlham Əliyevin və xanımı Mehriban Əliyevanın Roma Papası Fransisk ilə görüşü, 2 oktyabr, 2016. Foto Vüqar Əmrullayevindir.

MÖVZU

Hekayənin ideyası çox vaxt peşəkar yaxud şəxsi maraqlardan irəli gələn bir mövzudan və ya davam edən müvafiq xəbər məlumatlarının nəticəsi olaraq yaranır. Jurnalistin rolu çox vaxt cəmiyyətin güclü institutlarından və ya şəxslərini izləyən müstəqil müşahidəçi qismində xidmət göstərmək öhdəliyi kimi başa düşülür. Bu, jurnalistlərin mövzuları və ya informasiyanı niyə yüksək səviyyəli dövlət məmurlarından, informasiya şöbəsindən və ya üçüncü tərəfin və ya təşkilatın adından çıxış edən bir səviyyədən axtarıb tapmağa meyilli olduqlarını izah edir.

Bu mücərrəd səviyyədə fotojurnalist üçün fotosəkil (və ya film) çəkməyə elə bir imkan yoxdur. Bir az əvvəl qeyd olunduğu kimi, bu səviyyədə siz, adətən, mücərrəd və fotosəkilin çəkilməsi faydasız olan faktlarla, rəqəmlərlə, hesabatlarla və s. ilə işləyirsiniz.

Bu səviyyədə verilən məlumatı əsas götürərək fotojurnalist publisistik mövzunu aktual və maraqlı bir fotoreportaja çevirə bilən müəyyən vizual fikrin yaradılması prosesinə başlamalıdır.

İdman, mədəniyyət, biznes və s. bu kimi mücərrəd və ya ümumi mövzulara uyğun olan vizual fikirləri yarada bilmək üçün sistemli şəkildə istifadə edilə bilən bir neçə sadə suala cavab verilməlidir:

1. Bu hekayənin məqsədi nədir?
2. Siz nə demək istəyirsiniz?
3. Bu hekayə üçün maraqlı şəkillər çəkmək mümkündürmü, yoxsa bu yalnız mətnli hekayədir?
4. İnsanların, fəaliyyətin, hissələrin və s. şəkillərini çəkmək mümkündürmü?
5. Hekayədə münaqişə varmı?
6. Şəkillərin oxucuya nə cür faydası olacaq?

Əgər siz bu sualları yaxşı cavablandıra bilsəniz, onda hekayənin hazırlığına başlaya bilərsiniz. Bunun üçün hekayənin əsas element ola biləcək personajların, mühitin və ya hadisələrin axtarışını davam etdirməlisiniz.

JANRLAR

Fotojurnalistika janrı səciyyəvi üslub meyarlarına əsaslanan bir kateqoriyadır. Fotojurnalistika janrları jurnalistika janrları ilə sıx bağlıdır. “Hər bir janrın ənənələri dəyişir, yeni janrlar və alt-janrlar əmələ gəlir, digərləri isə daha istifadə olunmur” (Chandler, 2000, s. 3).

Janr	Jurnalistika	Meyarlar	Üsul	Format	Baxış bucağı
Xəbər	Xəbər bərkənd-qaynaq informasiya	Zamanlılıq Sensasiyalılıq İdentifikasiya Əhəmiyyətlik	İstinad Təhlil	“Çevrilmiş piramida”	Müəllif
Reportaj	Xəbər bərkənd-qaynaq informasiya Fiçer	Zamanlılıq Sensasiyalılıq İdentifikasiya Əhəmiyyətlik	Müsahibə Müşahidə Təhlil	“Hekayə” “Çevrilmiş piramida”	Müəllif Şəxsi “Mən”
Portret	Fiçer	İdentifikasiya	Müsahibə Müşahidə	“Hekayə”	“Mən”

Fotojurnalistin əlindən tutan 3 jurnalistika janrına nəzər salaq. Bunlar xəbər, reportaj və portret janr növləridir (Roksvold, 2002).

Janrların fotojurnalistin fəaliyyətində önəmini anlamaq üçün böyük informasiya agentliklərinin bu məsələyə yanaşmalarını və reportyorlarının vəzifə təlimatlarında onlara necə yer ayırdıqlarını öyrənmək faydalıdır.

“Reuters”-in əməliyyatlara dair dərslində agentliyin jurnalist heyətinə bu iki janr, xəbərlər və fiçer (oçerk, məqalə), belə təsvir olunur:

“Hadisə yerindən çatdırılan isti XƏBƏR “Reuters” faylının təməl daşını təşkil edir. Onu tez, aydın və sadə şəkildə yazın. Tərcümə olunması asan olan dildə nə baş verdiyini və bizim bunu nə üçün xəbər verdiyimizi deyın. Xəbəri sitatlarla, rənglərlə və arxa planla bir kontekstdə verin. “Reuters”-in əsas dəyərləri olan dəqiqlik, sürət və obyektivlik prinsiplərini unutmayın və informasiya mənbəyinin seçimində dəqiq olun.

FİÇƏ (soyuq xəbər) janrında olan hekayənin məqsədi hər hansı bir məsələnin, problemin və ya şəxsin mahiyyətinə varmaqdır. O, şəkil, qrafika, video və ya fakt qutusu (haşiyə) kimi illüstrativ materialla müşayiət olunmalıdır. Bu janrda toxunulan mövzularda aktual və

ya həll edilə bilməyən mürəkkəb məsələlərə toxunulur. Oxucuya həmin problem və ya şəxs haqqında daha geniş kontekstdə məlumat verilir. Fiçer janrında olan məqalədə problemi aydınlaşdırmaq üçün xüsusi nümunələrdən istifadə olunur və onlar sosial, iqtisadi, korporativ və ya siyasi məsələlərin nəticələrinin milli və ya global səviyyədə qabardılmasına imkan verən geniş çərçivədə açıqlanır. Əmin olun ki, siz oxuculara artıq məlum olan bir şeydən danışmırsınız. Maraqlı bir mövzu axtarın. Çalışın ki, məqalənin birinci abzası diqqəti cəlb edən olsun” (Reuters, 2013).

Siz bu janr növlərini gözdən keçirəndə görə bilərsiniz ki, hər iki janrda eyni əsas üsuldan istifadə olunur – reportyor (jurnalist və fotojurnalist) hadisə yerində olmalı və oxucu üçün vacib olan məsələləri bloknota qeyd etməli və ya bir fotojurnalist kimi kameradan istifadə edərək müvafiq informasiyanı lentə yazmalıdır.

Fotojurnalistin çəkdiyi şəkillərlə (portret və ya reportaj) çatdırdığı məlumat məzmun və ton baxımından obyektiv və dəqiq olmalıdır. Fotojurnalist hadisələr haqqında xəbəri və müvafiq mənbələri həmişə düzüb-qoşmadan, təbiətən baş verdiyi kimi müşahidə etməli və əks etdirməlidir. Xəbər olduğu kimi işıqlandırılmalıdır!

Fotojurnalistin işi ənənəvi janrlardan bəhrələndirən bəzən müxtəlif janrları bir-biri ilə kombinasiya etməkdir. Fotojurnalist eyni iki əsas fotoqrafiya üsulundan (portret və reportaj) istifadə edərək xəbərlər, idman, mədəniyyət, biznes, siyasət, həyat tərz, əyləncə və s. kimi müxtəlif mövzuları işıqlandıra bilər.

Fərid Xayrulin: "Mən 20 Yanvar faciəsini, Qarabağ müharibəsini çəkmişəm. Bir fotoqraf kimi çıxardığım peşəkar dərs budur – çəkmək, dayanmadan çəkmək lazımdır. Amma bu avtomatik çəkiliş olmamalıdır. Fotoqraf nəyi və niyə çəkdiyini bilməlidir.

Mənim Zəngilanda "30-cu sahə" adlandırılan yerdən çəkdiyim şəkillər faciənin dərinliyini, illər keçsə də, dəqiqliklə ifadə edə bilir".

"Yazı janrı kimi fiçer bir növ müvafiq "xəbər qarmağına" malik olması ilə tanınır. Eyni zamanda, fiçer janrında məqalələr yazan reportyorun (jurnalistin və ya fotojurnalistin) işi oxucusuna qəhrəmanın keçirdiyi hissləri bir daha yaşatmaqdır" (Reuters, 2013).



Zəngilan. 30-cu sahə, 1993-cü il. Foto Fərid Xayrulinindir.

Eyni fotoqrafiya üsulları (portret və reportaj) mövzuları fiçer, soyuq xəbər janrında olan bir məqalə və ya sənədli film kimi işıqlandıranda da istifadə olunmalıdır. Bu zaman sənədli fotoqrafiya ilə fotojurnalistikanın və incəsənətin sərhədləri kəşifdir. Həm fiçer janrı, həm də sənədli fotoqrafiya fotojurnalistlər tərəfindən çox vaxt daha canlı, parlaq vizual ifadə, daha güclü zamansızlıq hissi və həyəcan yaradan bir vasitə kimi qiymətləndirilir.

İsti xəbərdən fərqli olaraq, fiçerdə - soyuq xəbərdə jurnalistin qarşısında duran məsələ artıq baş vermiş, ya da oxucunun az bildiyi, diqqətindən kənar qalmış bir hadisə haqqında elə danışmaq, onu elə canlı sərgiləməkdir ki, soyuq xəbər oxucunu yandıra bilsin, onun hisslərini, duyğularını təlatümə gətirsin. Fiçer üsulunu bir sözlə belə ifadə etmək olar – danışma, göstər!

İsti xəbərlə fiçer janrında yazılan məqalənin arasındakı əsas fərqi hekayənin aktuallığı, baxış bucağı və zamanlılıqdır.



Zəngilan. 30-cu sahə, 1993-cü il. Foto Fərid Xayrulinindir.



Zəngilan. 30-cu sahə, 1993-cü il. Foto Fərid Xayrulinindir.

FOTOPORTRET

Tamaşaçılar üçün portreti mənalı edən nədir?

"Mövzunun tanınan və ya indiki zamanda baş verən hadisələrlə əlaqəli olması. Diqqəti cəlb edən gözəllik; güclü ifadəlilik. Yenilikçi və ya sövqedic formal kompozisiya. Dondurulmuş bir jestdə və ya baxışda ifadə edilmiş gözə çarpan həyat hissi və gerçəklik. Bu elementlərin hər birinə yaxşı bələd olan gözəl portret fotoqrafı onlardan faydalanmaq və onları çəkdiyi canlı, həyəcanlandırıcı bir təsvirə hopdurmaq üçün bütün bacarıqlarından istifadə edəcəkdir."

Keti Rayan, "New York Times Magazine" jurnalının fotoqrafiya direktoru (Ryan and Marzorati, 2011, s.15).

Fotoportret janrının mənasını açmaq üçün jurnalistikada portretin əsas funksiyasına diqqət yetirmək lazımdır. Bu, hər hansı bir şəxsin hal-hazırda baş verən hadisə və ya aktual hekayə ilə əlaqəli olaraq eyniləşdirilməsidir.

Bu janr fotoqrafiyanın yarandığı erkən dövrlərdə meydana gəlmiş və müxtəlif variantlarda istifadə edilmişdir. Lap əvvəllər portret şəkil çəkdirmək istəyənlər üçün fotoportret boya ilə çəkilən portretlə müqayisədə qat-qat ucuz başa gəlirdi. "İncəliklər daha dəqiq köçürüldüyünə və istehsal xərcinin çox olmadığına, alışı qiymətinin elə də baha olmadığına görə fotoportretlər əllə hazırlanan məhsulları əvəz etdilər" (Rosenbaum, 1997, s. 16). Fotoqrafiya texnikası inkişaf etdikcə fotoqraflar "yola çıxarkən" öz fotoaparatlarını götürür və müəyyən hadisələrin iştirakçıları və ya insanların şəklini çəkmək üçün səyahət edirdilər.

Vizual jurnalistikada ən çox istifadə edilən portretləri kateqoriyalara bölmək tələb olunarsa, bu janrı üç kateqoriyaya və ya alt-janra bölmək olar:

- iri planda fotoportret/identifikasiya portreti
- xəbər portreti
- səhnələşdirilmiş portret



Amerikalı mafioz Al Kaponeni 1931-ci ildə ABŞ-ın Ədliyyə Nazirliyində çəkilmiş iri planda fotosəkil

İri planda fotosəkil – yalnız identifikasiya

Gəlin, əsas portret formatı olan və oxuculara müvafiq şəxsi tanımaq məqsədi daşıyan iri planda fotosəkildən və ya identifikasiya portretindən başlayaq. Bu cür portretlərin çəkilişi çox vaxt formal, əsasən, sadə üsullarla qurulur.

Polis tərəfindən həbs olunmuş şəxslərin identifikasiyası məqsədilə çəkilən şəkillər ingilis dilində "mug shot" termini ilə adlandırılır. Bədi keyfiyyətləri cüzi və ya ümumiyyətlə olmayan belə şəkillər hər hansı bir şəxsi identifikasiya etmək, tanımaq üçün çəkilir. Hal-hazırda eyniləşdirmə şəkilləri, bir qayda olaraq, əsas informasiya mənbəyini eyniləşdirmək üçün daha kiçik tərtibatlı şəkillər formasında istifadə olunur.



"Apple" şirkətinin keçmiş Baş İcraçı Direktoru Stiv Cobsun şəkli

XƏBƏR PORTRETI

Bu kateqoriyaya aid olan portretlər baş verən hadisəyə aidıyyatı olan şəxsi balanslı və qərəzsiz tonda təqdim etmək məqsədi daşmalıdır. Belə portretlər çox vaxt hadisə baş verdiyi zaman çəkilir.

Xəbər portreti olduğu kimi çəkilməlidir, yəni fotojurnalist çəkiliş zamanı yaradıcı və ya formal kompozisiyadan istifadə edərək müvafiq məzmunun maraqlı və vizual baxımdan cəlbedici şəkildə ifadə olunmasını təmin etmək üçün peşəkar bir sənətkar kimi bütün texniki və formal bacarıqlarını istifadə etməlidir ki, şəxsin kim olduğunu və cari hadisənin kontekstini bildirsən.

Bu kateqoriyaya aid olan portretlər baş verən hadisəyə aidıyyatı olan şəxsi balanslı və qərəzsiz tonda təqdim etmək məqsədi daşmalıdır. Belə portretlər çox vaxt hadisə baş verdiyi zaman çəkilir.

Xəbər portreti olduğu kimi çəkilməlidir, yəni fotojurnalist çəkiliş zamanı yaradıcı və ya formal kompozisiyadan istifadə edərək müvafiq məzmunun maraqlı və vizual baxımdan cəlbedici şəkildə ifadə olunmasını təmin etmək üçün peşəkar bir sənətkar kimi bütün texniki və formal bacarıqlarını istifadə etməlidir ki, şəxsin kim olduğunu və cari hadisənin kontekstini bildirsən.

Fotojurnalist Əhməd Muxtarın çəkdiyi əsəbi taksı sürücüsünün portreti dediklərimizə əyani misaldır. Bu fotoda maşınların korpuslarının iti bucaq altında bir-birilə "görüşməsi" fonunda əsas qəhrəmanın şəkli minimum çərçivədə verilsə də, taksı sürücüsünün portretinin rəngi və tonu onu əsas qəhrəmana çevirir. Maşının sarı rəngi onun taksı olduğuna işarədir. Sınımış güzgü, sürücünün sifətinin hirsli ifadəsi isə əsəbdən və gərginlikdən xəbər verir.



Tıxaclar, stress, təhlükəsizlik taksı sürücülərini əsəbi edir. Foto Əhməd Muxtarındır.

2016-cı il dekabrın 19-da Rusiyanın Ankaradakı səfiri qətlə yetiriləndə AP-nın fotoqrafı Bürhan Özbilici hadisə yerində idi. O, sərgiyə gəlsə də, sui-qəsdin şahidi oldu. Bürhan Özbilicinin hadisə ilə bağlı yazısı "Fotojurnalist kimdir?" sualına ən dolğun cavablardan biridir.

"Kalinqraddan Kamçatkaya qədər səyahətçilərin gözü ilə" adlanan sərgiyə getməyə ona görə qərar vermişdim ki, sərgi keçirilən yer evə qayıdarkən yolumun üstündə idi.

Mən içəri daxil olanda çıxışlar hələ yenicə başlamışdı. Bir az sonra Rusiyanın səfiri Andrey Karlova sözə verildi. Mən onun şəklini çəkmək üçün yaxınlaşdım, fikirləşdim ki, bu şəkli Rusiya-Türkiyə münasibətlərinə aid yazılarda gərəqli ola bilər. O, sakit bir tövrlə, mənim eşitdiyim dərəcədə, öz vətənidən məhəbbətlə danışırdı. Tərcüməçiyə şərait yaratmaq üçün tez-tez nitqinə ara verirdi...

Atəş səsləri eşidiləndə hamı çaşdı. Səfir məndən bir neçə metr aralıda yerə sərələnməmişdi. Mən qan görmədim. Fikirləşdim ki, onu arxadan vurublar.

Mənim nə baş verdiyini anlamağım bir neçə saniyə çəkdi. Gözlərim önündə insan öldürülmüş, həyatını itirmişdi.

Mən arxaya və sola doğru çəkildim. Bu zaman əli silahlı şəxs, sonralar polis nəfəri olduğu açıqlanan Müvlut Mert Altıntaş, əlindəki tapança ilə otağın sağına cəmlənən insanları hədələyirdi... O, səfirin ətrafında gəzişir, divarlardakı fotoları əzib yerə atırdı.

Mən, əlbəttə ki, qorxu içində idim və bildirdim ki, silahlının mənə sarı dönməsi təhlükəlidir. Amma buna baxmayaraq, bir az irəli keçdim, çaşqın insanları və onlara hədə-qorxu gələn silahlıni çəkdim.

Mən hətta bu illər ərzində münaqişə zonalarında həlak olan dostlarımı və həmkarlarımı xatırladım.

Mənim fikirlərim durulduqca insanlara hədə-qorxu gələn bu insanın özündə olmadığını gördüm. O qışqıraraq camaata deyirdi ki, geri çəkilsinlər.

Mühafizəçilər bizə salondan çıxmağı əmr etdilər və biz oranı tərk etdik...

Mən öz ofisimdə şəkilləri redaktə edərkən atəş açan insanın səfirin arxasında dayandığını görüb şoka düşdüm. O, səfir danışarkən onun arxasında dost, cəngüdəni kimi durmuşdu".

Mən o zaman belə düşünürdüm: "Mən buradayam. Mən vurulsam, yaralansam, hətta öldürülsəm belə, mən jurnalistəm. Mən öz işimi görməliyəm. Mən buradan şəkli çəkməyib qaça bilərəm. Amma o zaman məndən: "Sən nə üçün şəkli çəkməmişən?" soruşan insanlara deməyə sözümlə olmayacaq".



Bu şəkil 2017-ci ildə "World Press Photo"-nun birinci mükafatını aldı. Foto Bürhan Özbilicininidir.

FİÇER PORTRETİ

Bu kateqoriya çox vaxt qəzetlərin həftəsonu nömrələrinə əlavə olunan səhifələrin məqalə bölməsində və ya jurnallarda fiçer yazılarda istifadə olunur. Fiçer janrında portretlərin çəkilişi, adətən, səhnələşdirilmiş və ya göstərişli olur ki, fotojurnalist hər hansı bir səciyyəvi xüsusiyyəti və ya şəxsi keyfiyyəti üzə çıxardıb əks etdirə bilsin.

Fotojurnalist fiçer janrında çəkdiyi portretin ifadəlilik və əlaqə baxımından çox vaxt estetik, cəlbedici formada olmasına və müstəsna keyfiyyətinə nail olmağa çalışır.

Əhməd Muxtarın təqdim etdiyimiz hər iki portreti dediklərimizə bariz nümunədir. Birinci portretde işıq konsentrasiya olunaraq şəklin sağında nazik zolaq kimi yol açır.



93 yaşlı İbrahim Yarməmmədov Azərbaycanın ən uca dağ kəndi Xinalıqda yaşayır. Foto Əhməd Muxtarındır.



Foto Əhməd Muxtarındır.

Güzgüdə əks olunmuş ikiyə bölünmüş insan şəkli haçalanmış insan şəxsiyyətindən xəbər verir. Şamaxıdakı ruhi xəstələr üçün olan xəstəxanadan çəkilmiş bu fotoda şəklin məcazi mənası ilə gerçəklik bir-birini tamamlayır, hekayənin fokusuna xidmət edir. Bu şəkil xəstənin həyatı barədə ən doğru hekayədir.

Bu üsul həm də böyük həcmli sənədli film layihələrində istifadə olunur. Fotojurnalist Rəna Əfəndi bunun zəruriliyini belə izah edir: "Bəzi portretlərdə daha formal yanaşmanın lazım olduğunu hesab etdiyim zaman mən özüm tez-tez insanların mövqeyini müəyyən edir, çəkiliş apardığım otaqda ən yaxşı yeri, işığın düşdüyü ən yaxşı nöqtəni seçir, əgər lazımdırsa, şəklini çəkdiyim şəxsin əlindən tutub onu şəkildə görmək istədiyim yerə aparıram. "Məhəllə" seriyasından çəkdiyim bu şəkildəki kimi."



Sökülmüş məhəllənin sakini. Foto Rəna Əfəndinindir.

Məqsəd insanın cari hadisənin aktuallığı ilə əlaqəsini göstərən xüsusiyyətlərini "açmaq" olmalıdır. Fiçer portreti, aşağıdakı portretlər kimi, insanın yalnız baş hissəsi təsvir olunan, orta planda çəkilmiş və ya müvafiq bir mühitdə və ya müxtəlif perspektivlərlə bir yerdə çəkilmiş şəkil ola bilər.



Norveç yazıçısı Karl Ove Knausqardın yalnız baş hissəsi təsvir olunmuş portreti.
Foto Simen Grytoyrundur.

Portret çəkmək fotojurnalistin işinə xas olan sevinclərdən biridir. Şəklini çəkmək üçün başqa bir insanla görüşmək imkanına malik olmaq həm stimullaşdırıcı, həm də çətin və məsuliyyətli bir işdir. Bu işi yerinə yetirməyə hazırlaşarkən sizə lazım olan əsas şey həmin şəxs haqqında mümkün qədər çox bilgiyə malik olmanızdır, bunun üçün müvafiq araşdırmalar aparmamızdır. Bacardıqca çox məlumat almaq üçün bütün mümkün mənbələrdən istifadə edin.

Hazırlıq mərhələsinin əsas məqamlarından biri fotosəkilin çəkilişi üçün münasib yer axtarışdır. Bunun üçün siz arxa planı, çevrəni, işıqlandırma şəraitini, tematik uyğunluğu və s. nəzərə almalısınız. Uyğun yeri tapdıqdan sonra oradan istifadə etmək üçün icazənin alınmasıdır.

Hazırlıq işləri başa çatdıqdan sonra siz şəklini çəkəcəyiniz şəxslə düzgün ünsiyyət qurmalısınız.

Davranış tərzinizi düşünün. Nəzakətli olun – yaxşı ədalət, ədəb qaydalarına riayət, kübarlıq və möhkəm əl sıxma uğurun açarı ola bilər. Danışmaqdan daha çox qəhrəmanınızı diqqətlə dinləyin.

Unutmayın ki, əgər qeyri-adi bir portret çəkmək istəyirsinizsə, siz özünüzün də müəyyən şəxsi keyfiyyətlərinizi göstərməlisiniz. Qəhrəmanınız sizə inanmalı, etibar etməli, sizin yanınızda sıxılmamalıdır. Canlı, keyfiyyətli və gerçək bir portret çəkməyin yeganə yolu düzgün ünsiyyət qurmağı və rahat ab-hava yaratmağı bacarmaqdır.



Avtomobilini idarə edən yazıçının orta planda çəkilmiş şəkl.
Foto Simen Grytoyrundur.



Əlyazmanın üzərində işləyən Knausqardın studiyada çəkilmiş şəkl.
Foto Simen Grytoyrundur.

Məşhur parapsixoloq Tofiq Dadaşovun portretini fotojurnalist Fərid Xayrulin məhz həmsöhbəti ilə dostlaşdıqdan sonra çəkib: "Tofiq Dadaşovla söhbətimiz elə ilk dəqiqələrdən tutdu. Mən onun ofisinə getmişdim. İki saata yaxın söhbətdən sonra bizə elə gəldi ki, bir-birimizi uzun illərdir ki, tanıyırdıq. Mən hiss edirdim ki, indi onun portretini çəkə bilərəm. Bunun üçün ondan tünd rəngli sviter geyinməsinə xahiş etdim. İstəyirdim ki, portretin vurğusu onun sifətinə düşsün, tamaşaçının diqqətini yayındıran əlavə detal olmasın. Bir sözlə, parapsixoloqun sirli portreti yaransın. Çoxları elə bilir ki, bu, studiya fotosudur. Əslində, bu portret Tofiq Dadaşovun ofisində çəkilib. O, iş otağının qapısında dayanıb. Arxada onun otağıdır, irəlində - işıq gələn yerdə isə qəbul otağıdır. Bu, klassik anfas-profil portretidir. Tofiq Dadaşovun nüfuzedici baxışları insanın içinə işləyir".



Parapsixoloq Tofiq Dadaşovun portreti. Foto Fərid Xayrulinindir.



Saatlıda qaçqın düşərgəsi. 1997-ci il.
Foto Fərid Xayrulinindir.

XƏBƏRLƏR

Xəbərlər üçün şəkil aktual və çox vaxt yaranan vəziyyət və ya xəbərlə sıx bağlı olur. Kobrenin fikrinə: "Xəbərlər fotoqrafı idarə edir və... faciəni lentə almaq üçün onun iştirakını məhdudlaşdırır" (2004, s. 67).

Fotojurnalistin iş üsulunu nəzarət altında saxlamağa meyilli olan xəbərlərin dinamikasına baxmayaraq, fotojurnalist bu həlledici anı obyektiv və düzgün tonda tutmaq üçün həmişə səylə işləməlidir ki, şəkil həqiqətə uyğun və aydın dərk edilsin.

"Xəbər şəkilləri, adətən, vəziyyəti reportajın bütün əsas elementləri ilə bir fotosəkilə yekunlaşdıran bir kadr kimi çəkilir – çox vaxt həlledici an adlandırılır" (Cartier-Bresson, (1952) 1999, s. 20).

Myanmanın (Birma) Mandalay şəhərində keçirilən Aung San Suu Kyinin seçkiqabağı kampaniyasını işıqlandırdığı zaman fotojurnalist Kyrre Lien belə bir anı lentə ala bilmişdi.

O, Suu Kyinin tərəfdarları ilə birlikdə körpünün altında saatlarla gözləyərək Suu Kyinin podiumdan aşağıya düşdüyü anları çəkmək üçün özünə əlverişli bir mövqe seçmişdi. Bu şəkildə o, demək olar ki, məsləkdaşlarına kömək etmək üçün yuxarıdan düşüb gələn bir xilaskara bənzəyir. Şəkildə həm reportajın əsas elementləri, həm də cari vəziyyətin xülasəsi verilir. Tərəfdaşlarının güclü dəstəyinə və siyasi ambisiyalarına baxmayaraq, Suu Kyi yalnız parlamentin üzvü seçilə bilmişdi.



Myanmalı Aung San Suu Kyi 2012-ci ilin martında, Mandalay şəhərində nitqindən sonra podiumdan düşərkən. Həmin ilin martında o, 20 ildən artıq bir dövr ərzində ölkədə ilk dəfə olaraq keçirilən demokratik parlament seçkilərində tarixi qələbəsini qazandı.

Xəbər fotoqrafiyasında söhbət tək-cə faktlarla bağlı edilən istinadlardan getmir. Xəbər şəkilləri hadisə ilə bağlı rezonans yaradıb onu şərh edə də bilər, hadisəyə elə aydınlıq gətirə bilər ki, o, bir nömrəli xəbərə çevrilər.

Bəzi fotojurnalistlər çəkdiyi şəkilləri məşhur edən xüsusiyyətləri o dəqiqə dərk etmirlər. Pekinin Tyananmen meydanında hərəkət edən tankların qabağını kəsən adamı təsvir edən Stüart Franklinin çəkdiyi şəkil buna misal göstərmək olar. Bu hadisə hərbiçilər tərəfindən 2600 nəfərdən çox insanın öldürüldüyü 1989-cu il 4 iyun qırğınından bir gün sonra baş vermişdi.

Şiddətli toqquşmalardan sonra tətbiq olunan gücləndirilmiş təhlükəsizlik tədbirlərinə görə qaldığı mehmanxanadan çıxıb bilməyən Franklin bu səhnəni öz nömrəsinin eyvanından teleobyektiv vasitəsilə çəkmişdi. Sonradan plynka bir fransız tələbənin çay qutusunda gizləncə Parisə gətirilmişdi. Şəkil "Time" və "Life" jurnallarında dərc olunaraq məşhurlaşdı və "Amnesty International" təşkilatının plakata çevrildi.

"Düzünü desəm, mən düşünmürdüm ki, bu şəkil o dərəcədə maraqlıdır. Amma "Vanity Fair" jurnalında işləyən bu oğlan deyirdi ki, bu, məşhur bir andır, elə bir an ki, tarixdə qalacaq. Mən isə inanmırdım.

Bəzi xəbərlər o dərəcədə müdhiş və dəhşətli ola bilər ki, aydın və əyani şəkildə çəkilmiş səhnə oxucuda ani və güclü emosional reaksiya yarada bilər. Fotojurnalist Kyrre Lienin Osloda Norveç hökumətinin binalarında 2011-ci ilin 22 iyulunda törədilmiş terror aktlarını əks etdirən şəkilləri buna parlaq misaldır.



Təkbəşinə hərəkət edən terrorçu Anders Berinq Breyvik 2011-ci ilin 22 iyulunda əldəüzəltmə bombanı partlatdıqdan bir neçə dəqiqə sonra Osloda hökumət binaları yerləşən məhəllə müharibə meydanını xatırladırdı. Foto Kyrre Lienindir.

Doğrudanmı, belə şey ola bilər? Mən bunu heç cürə başa düşmürdüm", - Stuart Franklin olanları belə xatırlayırdı" (Benedictus, 2009).

Bu cür şəkillər çox vaxt siyasi qərarlara və ictimai rəyə təsir edə və tarixi dəyişdirməyə töhfə verə bilən şəkillər kimi qəbul edilir.

Amerikalı media tədqiqatçısı Deyvid Perlmutter isə bu fikirlə razı deyil. Şəkil tətik kimi işləyir və "...təcrübə göstərir ki, artıq insanların daxilində olan aqli, ruhi kateqoriyalar onların "yeni" informasiyanı, həvəs və maraqlandıran amilləri necə dərk etməsinə, saxlamasına, xatırlamasına və sonradan istifadə etməsinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir" (Domke, Perlmutter və Spratt, 2002, səh. 134). Başqa sözlə desək, xəbər şəkilləri məşhurlaşdırıcı keyfiyyətə malik ola bilər və məhz bu cür keyfiyyətin sayəsində onlar insanların yaddaşını tətikləyərək yeni ideyaları onlara dərk etdirir, inkişafa və dəyişikliyə öz töhfəsini verir.

Xəbər şəklini güclü edən oxucunun avtomatik emosional cavabıdır. Sizi narahat etdiyinə görə daha şəkllə baxmaq istəmirsinizsə, siz gözlərinizi yumacaq və ya səhifəni çevirəcəksiniz. Hətta belə etsəniz də, siz artıq şəkilə görmüsünüz və istər hissləriniz, istərsə də ağılınız həmin şəkilin yanında olacaq.

Reza Deqati Xocalı qətləmə barədə:

"Əgər mən "Xocalı" albomundan faciənin rəmzi olacaq bir şəkil seçməli olsam, kəsinliklə bu qadının şəklini seçərəm. Qadınlar ölünənə çevrilən Ağdam məscidinin həyatında gecə-gündüz keşik çəkir, xəbər gözləyirdilər. Qızımızı Xaç Təşkilatının əməkdaşları meyitləri buraya daşıyırdılar. Bu qadın işgəncə ilə öldürülmüş oğlunun və ərinin meyitlərini indicə orada tapmışdı".



Azərbaycan. Qarabağ. Ağdam, fevral 1992. Foto Reza Deqatinindir.

Xocalı qətləməsindən sonra Beynəlxalq Qırmızı Xaç Təşkilatı öldürülmüş azərbaycanlıların nəşlərinin gətirilməsi üçün atəşkəs yaratmışdı. Xocalıda qalan 2500 insan (müharibədən əvvəl əhalinin sayı 23757 idi) işıqsız, qazsız, susuz və yeməksiz idi. Onların təhlükəsiz yolla çıxarılcaqlarına söz verilsə də, əvəzində xocalılar erməni silahlı qüvvələri ilə Sovetlərin 366-cı motoatıcı alayının birgə hücumuna məruz qaldılar. Qətləmədə 613 insan öldürüldü, 487-i nəfər ağır yaralandı. Atəşdən sağ çıxan yaralılar ancaq dağ yollarına üz tuta bildilər. Burada çoxları soyuqdan dünyasını dəyişdi. 1275 insan əsir götürüldü. Sağ qalanlar qohum-qardaşlarının meyitlərini tapmaq üçün ölünən kimi istifadə olunan Ağdam məscidinə gəlirdilər.

FOTOREPORTAJ

“Fotoqrafı hər hansı bir sənədli hekayə hazırlamaq üçün ezam edərkən siz bir şahid göndərsiniz. Əgər siz fotoqrafı böhran və ya döyüş vəziyyətində olan bir yerə ezam edirsinizsə, sizin göndərdiyiniz şəxs bu tapşırığı yerinə yetirə biləcək qədər ürəkli və cəsəətli bir adam olmalıdır. Bəzən siz fotoqrafın coşqunluğuna və qəzəb hissəsinə ümid bəsləyirsiniz. Bəzən isə siz onun bədii fikirləri, səhnəni canlandırma və ona metaforik bir təsvir verə biləcək adam olmasını istəyirsiniz. Siz həmişə oxucunu maraqla saxlamaq və onun diqqətini çəkmək üçün yollar axtarırsınız. Siz zamanı dondurun və tamaşaçını gözünü təsvirdən çəkməməyə məcbur edən şəkillər əldə edəcəyinizə ümid bəsləyirsiniz”.

Keti Rayan, “New York Times Magazine” jurnalının fotoqrafiya direktoru (Ryan və Marzorati, 2011, s.12).

Reportaj janrının mənasını açmaq üçün jurnalistikada reportajın əsas funksiyasına fikir vermək lazımdır. Bir fotojurnalist kimi reportaj hazırlayarkən siz oxuculara hadisəni sadəcə qeyd etmək üçün deyil (bunu etməyə meyilli olan yeni şəkillər kimi), daha dərinə başa düşməyə kömək edən şəkillər göstərməlisiniz. Siz başa düşməlisiniz ki, şəkil gücündən istifadə edərək əhəmiyyətli hekayələr danışmaq mümkündür.

Yarandığı ilk illərdə reportaj fotoqrafiyasının inkişafında mühüm amil “Almaniyada ixtira edilmiş və 1925-ci ildə satışa çıxarılmış kiçik, yüngül avadanlıq, xüsusilə 35 mm-lik rulon pilyonkalı “Leica” fotoaparatu idi” (Rosenbaum, 1997, s.465). “Leica” fotoaparatu ilə fotoqraflar şəklini çəkmək istədikləri obyektə yaxınlaşa və bir-birinin ardınca bir neçə fotosəkilli tez və asanlıqla çəkə bildirdilər. Bu üsul fotojurnalistlərə ardıcıl və güclü hekayət quruluşu ilə şəkil kadrları və kolleksiyaları yaratmağa imkan verirdi.

2008-ci ildə satışa çıxarılmış video yazı imkanlarına malik olan ilk professional rəqəmsal güzgülü (DSLR) Canon EOS 5D Mark II fotoaparətindən başlayaraq, bu gün biz yeni fotoaparət texnologiyalarının inkişafında daha bir dönüş nöqtəsinin şahidi oluruq.

Müasir fotojurnalistika inkişaf edərək sənədli film yaradıcılığına çevrilməkdədir. Eyni yenilikçilik ruhu bu işin bütün sahələrində hiss olunur. Klassik fotoreportaj formatının çoxlu sayda yeni variantları yaranmaqdadır. Məsələn, “Bombay Flying Club” multimedia kollektivinin tərəfdaşı fotojurnalist Uve H. Martinin White Gold layihəsi və ya “New York Times” mükafatının qalibi olan klassik formatları texnoloji inkişafın yaratdığı imkanlarla birləşdirən One in 8 Millions layihəsi.

Fotoreportajın ideyası

Reportajın (“klassik” və ya “yeni”) təməl daşı ideyadır. Parlaq ifadəli və dərin mühakiməli bir hekayəni danışmaq istəyərkən siz reportajı ilk olaraq yoxlamalısınız. Sizin ideyanız vizual cəhətdən baxımlıdır, maraqlı yarada bilirmi, aktual və münasibdir? Yeni bir baxış bucağı verirmi? Hekayə bir neçə təsvirlə çatdırıla bilirmi? Həqiqi işlər görünən canlı insanların olduğu mühitə daxil olmaq mümkündürmü? Bu suallara “bəli” cavabını verə bilərsinizsə, siz davam etməlisiniz. Əks halda, ideyanın işlənilməsi və inkişaf etdirilməsi yollarını yenidən götür-qoy edin.

Fotoreportaj, başqa sözlə desək, hər hansı bir mövzuya, insanlara və ya ətraf mühitə dair ardıcıl və məntiqi bir hekayədən bəhs edən təkrarlanan təsvirlərdir. Rəna Əfəndinin Transilvaniyada çəkdiyi və “National Geographic” jurnalının 2013-cü il iyul nömrəsində nəşr edilmiş şəkilləri şəxsi müdaxilə olmadan çəkilmiş gözəl iş kimi qiymətləndirilə bilər. Bu hekayə “2014 World Press Photo” müsabiqəsində “Observed portraits, stories” (müşahidə edilmiş, yəni səhnələşdirilməyən portretlər, hekayələr) nominasiyası üzrə 3-cü yeri tutmuş, eləcə də “The New York Times” qəzetinin fotoqrafiya, video və vizual jurnalistika haqqında bloqunda təqdim olunmuşdur.

Müəllif sosial məsələləri sənədləşdirməyin vacib olduğunu deyir: “Məni əhatə edən dünyanı çilgünlü sevirəm və mən faciəli şəraitdə yaşayan insanlara qarşı, hətta aramızda mədəni və sosial ayrılıqlar olsa belə, biganə deyiləm. Mən öz işimlə dünyanın hər yerində icmalarla əlaqə yaradır və onların çox müxtəlif, beynəlxalq auditoriya ilə körpü qurmalarına çalışıram”.

“The Hay. Beautiful” (Quru ot. Gözəllik) Transilvaniyanın kiçik Breb kəndində yaşayan fermerlərin gündəlik həyat mübarizəsindən bəhs edən bir hekayədir. Kəndin sakinləri əsrlər boyu öz ot biçənlərini qoruyub saxlamış, mal-qara ilə məşğul olmuş və dayanıqlı təsərrüfatlarını idarə etmişlər. Onlar hər yay ot tayaları ilə gözəl mədəni landşaft yaratmaq ənənəsi ilə məşhurdurlar. Ölkədə Çauşeskunun başçılıq etdiyi kommunist rejiminin kollektivləşmə siyasətini yaşamış bu kövrək kənd mühiti Rumıniyanın 2007-ci ildə Avropa İttifaqına daxil olması nəticəsində indi sənayeləşmənin və qloballaşmanın yaratdığı müasir təhlükələrlə üzləşməkdədir. Hekayə tematik dekorasiya kimi bu şəkildən istifadə olunaraq “National Geographic” jurnalının birinci iki səhifəsində təqdim olunmuşdur.



Breb kəndində yaşayan Borca ailəsi hər yay biçib vurduları 40 ot tayasından birini tamamlamaq üzrədir. Maramures, Rumıniya, iyun 2012-ci il. Foto Rəna Əfəndininidir.



Gənc ovçu quşun suya qonmasını gözləyir. Foto Əhməd Muxtarındır.

Fiçer və xəbər reportajı

Fiçer və xəbər reportajını bir-birindən fərqləndirən aydın bir sərhəd yoxdur, çünki hər iki alt-janrdə eyni iş üsullarından istifadə olunur, eyni həqiqətə uyğun yanaşma və yayılma tələb olunur.

Fərq şəkilin aktuallığında və baxış bucağında gizlənir. Xəbər reportajı hər hansı bir hadisə haqqında verilən xəbərdir və müvafiq mənbələr onu həyatda baş verdiyi kimi səhnələşdirmədən əks etdirirlər. Xəbər reportajı işıqlandırılan hadisənin gedişatını olduğu kimi göstərən ardıcıl və həqiqətə uyğun şəkillər toplusudur.

Digər tərəfdən, fiçer reportajı az aktual ola bilər, habelə fiçer janrında çəkilmiş şəkillər sırasının ənənəvi jurnalistikanın hər hansı bir xəbər meyarına uyğun olması mütləq deyil. Fiçer metodiki ideyanın əsasında müvafiq mövzunu konkretləşdirir və ya mövzu haqqında ümumi xarakterli məlumat verə bilər – danışma, göstər!

Əhməd Muxtar Ağzıbirçala gölündə işləyən ovçuların həyatından hazırladığı fotoreportaj bu prinsipə əsaslanıb. Güzəranlarını təmin etmək üçün ovçular hər gün səhər saat 5-dən axşama qədər tor qurur, qayıqda

keşik çəkirlər. Gölün əsrarəngiz gözəlliyi, ovçuların ağır iş şəraiti, bir-birilə təzad yaradan səhnələr oxucuya gerçəkliyin müxtəlif qatlarını görməyə, qəhrəmanların xarakterlərini açmağa kömək edir.



Gölün yaxınlığında yerləşən qəsəbənin sakinlərinin dolanışığı ovçuluqdan çıxır. Foto Əhməd Muxtarındır.



Təcrübəli ovçular qamışlıqların arasında gizlənirlər. Foto Əhməd Muxtarındır.



Quşlar kasad olanda ovçular bir-biriləri ilə söhbət edib, vaxt keçirirlər. Foto Əhməd Muxtarındır.

Fiçer reportajı fotojurnalistə, "New York Magazine" jurnalının fotoqrafiya direktoru Ketİ Rayanın dediyi kimi, "səhnəni canlandırma və ona metaforik bir təsvirə çevirə biləcək bir adam" olmaq imkanını təklif edir (Rayan və Mazarati, 2011, s. 12).

Reza Deqati “danışma, göstər” prinsipinə nail olmaq üçün çox maraqlı bir yol seçib. Facebook-da “Reza Nomad” kimi qeydiyyatdan keçən fotoqraf “Nomad” (mənası köçəri deməkdir) təxəllüsünün təsadüfi olmadığını deyir. Rezanın fikrincə, bir fotoqraf kimi ömrünün son 40 ilində köçəri həyat tərzini seçərək dünyanın 160-dan çox ölkəsinə səyahət etməsi, bu ölkələrin tarixlərində baş verən ən önəmli hadisələrin şahidi olması ona cəmiyyəti və tarixi daha dərinlən anlamağa kömək edib.

Köçərilik – fotojurnalist üçün ideal həyat tərzini

Mətn və şəkillər Reza Deqatinindir.



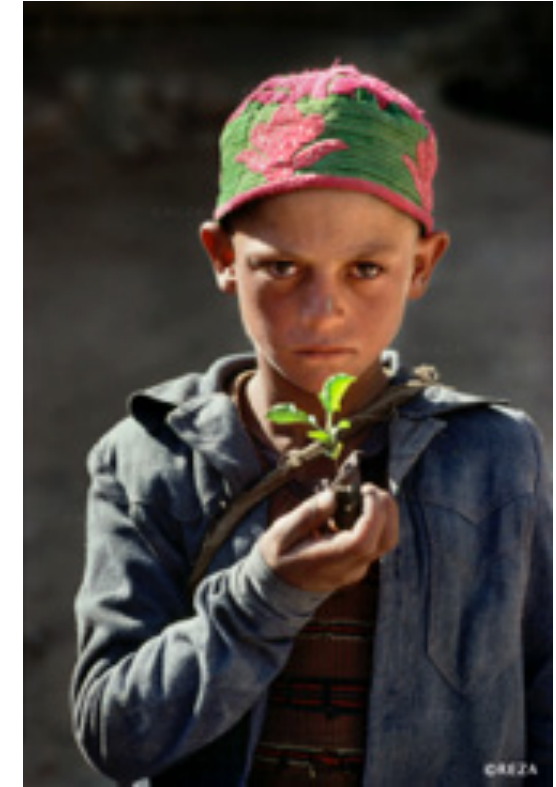
Məsumluq

- Bəs mənim gözlərim?
- Onu yollarda saxla.
- Bəs mənim həvəsim?
- Onu heç söndürmə.
- Bəs mənim ürəyim?
- İçində nə var?
- Ağrı var, dərd var.
- Onunla da qal.

Rumi (1203-1273)

Reza Deqati: “Ölkələri gəzdikcə, hadisələrin şahidi olduqca görürsən ki, universitetlər, media və hökumətlər tərəfindən kitablarda yazılanlar səhv ola bilər. Çünki hekayələri və tarixi insanlar özləri deyil, hələ də administrasiyalar və hökumətlər yazırlar. Belədə köçəri olmaq mənə dünyanı görmək üçün fərqli bir imkan verir”.

1990-cı ildə Birləşmiş Millətlər üçün Bədəxşan, Taxar, Baqlan və Qunduz əyalətlərində işlədiyim zamanlar idi. Günlərin birində yolları, su kanallarını və xəstəxanaları inşa edən insanlara buğda paylayarkən uşaq gülüşləri eşitdim. Arxaya çevrildim və əlində bitki, məktəbdən qayıdan balaca bir oğlan gördüm. Ona məktəbdə bitkiyə qulluq etməyi öyrətmişdilər. O, toxum əkilmiş torpağı sulamış və zoğ cücərtmişdi. Müəllimi də ona bitkini evə aparmağa icazə vermişdi. Balacanın gözləri fəxrlə parlayırdı. Şəklini çəkərkən ondan: “Sən bu bitki ilə nə edəcəksən?” deyər soruşdum. Onun cavabı, çox güman ki, indiyə qədər həyatın mənə veridiyi ən yaxşı dərslərdən biri oldu. O: “Ağac böyüdəcəyəm,”- dedi.



Ayna oğlan. Əfqanıstan. 1990



Qəhvə plantasiyalarına gedən yolda. Mirador de Los Cuchumatanes yaxınlığında, Qvatemala, 18 Dekabr 2012

Qvatemalada uzaqdan baxanda adama elə gəlir ki, dolanbac yollar dağlara dirənərək itir. Mənə həmişə əlçatmaz görünən geniş vadilərə və qəhvə plantasiyalarına gedən yolları, bir sözlə, bu sayəhəti illərlə gözləmişdim. Nəhayət, vaxt yetişdi və mən macərəmin ağuşuna atıldım.

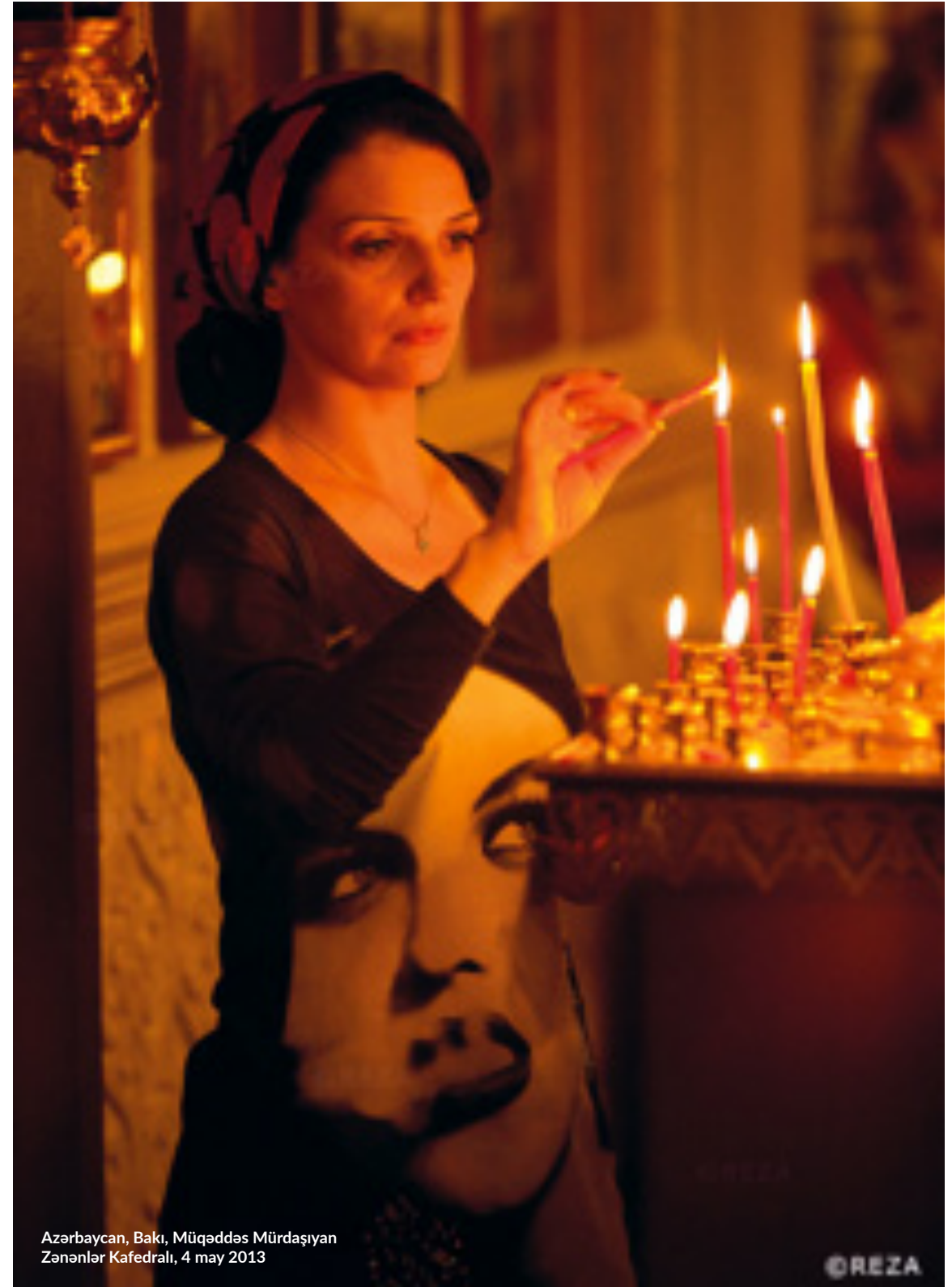
Qəhvə sahələrinə yaxınlaşdıqca əvvəllər yalnız uzaqdan gördüyüm, məhsulu - qırmızı qəhvə gilələrini yalın əlləri ilə toplayan insanlarla üz-üzə gəlmək istəyim coşurdu. Otuz beş ildir ki, mən hər b il sülh arasında dünyanın qatmaqarıışıq zamanlarında bəşəriyyətin şəklini çəkirəm. Bu dəfə isə bir neçə həftəlik araşdırmadan sonra dünya qəhvə istehsalının uzun zəncirinin mənbəyini tapmışdım. Həmin gün mən sadə fermerlərin – Nespresso-nun davamlı inkişaf proqramının bir hissəsinə çevrilmiş kişi və qadınların gündəlik həyatlarından fotolar çəkərək onlardan söhbət açmaq istəyirdim.

Biz ən uca zirvəyə yaxın idik və oradan Qvatemalanın ən yüksək vulkanını görə bildik. Duman mənzərəni örtürdü və mən bu anı çəkmək istəyirdim. Elə bu vaxt gözlənilmədən O - Mayaların üzü işıq saçan yadigarı göründü. Və bir kəlmə belə demədən arxayın bir təbəssümlə mənə gül dəstəsi bağışladı.



Sürgün düşüncələri. Əfqanıstan.1990

Sürgünə gedən ilk addım öz yurdunu bəzən həyatını riskə qoyaraq tərk etməkdir. Bu addımdan sonra nisbətən daha asan olan bir mərhələ başlayır – həyata yenidən başlamaq cəhdi. Sən sürgündə sığınacaq tapırsan. Pənah gətirdiyin ölkədə fiziki təhlükəsizliyin və intellektual azadlığın qorunur. Lakin burada da qəriblik səni ruhən sərgərdan edir. İndi də buna öyrəşmək gərəkdir. Dağılmış vətəninin xatirələri və Vəd olunmuş torpağın xəyal qırılığı qəlbinə hakim kəsilir. Azad olmağın sevincindən daha çox, doğma torpağının qəmini yaşayırsan. Tanış qoxu, tanış dad sənə evini xatırladır, kəndlər uşaqlığını göz önündə canlandırır, kimsə doğma dilində danışanda ana dilin musiqi kimi qulaqlarına süzülür. Sürgündə bu günün sevinci keçmişin xatirələri ilə doludur.



Azərbaycan, Bakı, Müqəddəs Mürdəşyan Zənənlər Kafedralı, 4 may 2013

Qadın Pasxa gecəsi Rus Ortadoks Kilsəsində şam yandıraraq dua edir. Ortadoks kilsəsində şənbə gecəsindən bazar günü günəş doğana qədər Pasxa Gecəsi keçirilir. Pasxa şamı müqəddəsdir və hamı tuta bilsin deyə əldən-ələ ötürülür. 2000-ci ildə bu kilsə azərbaycanlı sahibkar Aydın Qurbanovun maliyyə yardımı ilə bütövlüklə bərpa edilib. Bir il sonra isə kafedral olub.

İlqar Cəfərov: fotojurnalist üçün 6 məqam

“Mən idman jurnalistiyəm. Bu mənim xarakterimə daha yaxındır. Mən hadisələri izləməyi, qəhrəmanımı seçməyi, lazım olan anı saatlar, bəzən günlərlə gözləməyi həm bacarıram, həm də sevirəm. İdmanda gərginlik, emisoyaların tufanı, gözlənilməzlik, bəxtin ani gətirməyi, ya da fortunanın üz çevirməyi var. Fotojurnalist bu mühitdən zövq almaqla yanaşı, nə etdiyini, kimi və nəyi axtardığını, haradan və necə çəkdiyini, kimin üçün çəkdiyini dəqiq bilməlidir. Mənim üçün fotojurnalistikanın 6 mühüm məqamı var.



Stolüstü tennis. Tennis üzrə dünya çempionatı, 2015.
Foto İlqar Cəfərovundur.

1. Qəhrəmanı seçə bilmək. 2015-cü ilin aprelində Bakıda stolüstü tennis üzrə dünya çempionatı keçirildi. Həmişə olduğu kimi, mən AzərTAc üçün şəkilləri çəkib göndərəndən sonra “ova” çıxdım. Gözüm iki idmançını tutmuşdu. Onları mərhələdən-mərhələyə keçdikcə izləyirdim. Tennisçinin şəkli belə yarandı. Bu şəkli çəkmək üçün mən yarışı 3 gün hər dəfə 8 saat izləmişəm.

2. Anı qaçırmamaq. Bəzənsə söhbət bir andan gedir. Çüdoçu şəklinə olduğu kimi.

Çüdoçu. FIAP-ın (International Federation of Photography) və PSA-nın (Photographic Society of America) mükafatını alıb. Foto İlqar Cəfərovundur.



3. Eyni zamanda hər şeyi izləyə bilmək, təkə yarış meydançasını deyil. İdman yarışları üçün önəmli olan bir məqam var. Fotoqraf öz obyektinə nə qədər aludə olsa da, onu nə qədər izləsə də, onun gözü həmişə hər şeyi görməlidir. Məsələn, futbol meydançası özlüyündə nə qədər maraqlı olsa da, meydana kənarda insanların, xüsusilə məşqçilərin reaksiyası bəzən daha güclü olur.

Kanadanın qadınlardan ibarət yığma xokkey komandası sonuncu dəqiqələrdə qələbəni əldən verəndə mənim obyektivim məşqçinin üzünə tuşlanmışdı.



Məşqçi. 2016-cı ildə Honq Konqda Beynəlxalq Fotoqraflar Birliyinin qızıl medalına layiq görülüb. Foto İlqar Cəfərovundur.

4. Çəkdiyən idman növünə bələd olmaq. Fotoqraf çəkdiyi idman növünü yaxşı bilməlidir. Bu, ona kadri əvvəlcədən görməkdə kömək edir. 2016-cı ildə Rio-de-Janeyroda keçirilən Yay Olimpiya Oyunlarında mən velosipedçiləri çəkmək istəyirdim. Məqsədim kadrda bir velosipedçini çəkmək idi. Elə etmək lazım idi ki, arxa plan, məşqçilər, trasa çıxan velosipedçilər kadra düşməsinlər. Fotoqraflara çəkiliş üçün 3 nöqtə verilmişdi. Mən ən optimal nöqtəni seçdim. Kameranı xüsusi rejimə qoydum ki, velosipedçidən başqa, kimsə görünməsin.



Velotrekdə. Slovakiya Fotoqraflar Federasiyasının 2-ci mükafatı, 2016. Foto İlqar Cəfərovundur.

5. Çəkiliş üçün uğurlu nöqtəni tapmaq. İdman fotoqrafları, adətən, onlar üçün ayrılan yerdən çəkiliş edirlər. Pekində Paralimpiya Oyunlarının bağlanış mərasimindən çəkilən bu şəklın uğuruna səbəb çəkiliş nöqtəsidir. Mən onu fotoqraflar üçün ayrılan nöqtədən deyil, Azərbaycan nümayəndə heyətinin əyləşdiyi yerdən çəkmişəm.



Çin rəqsi. Pekin Paralimpiya Oyunlarının bağlanış mərasimi, 2015. Foto 2016-cı ildə PSA-nın (Photographic Society of America) gümüş medalına layiq görülüb. Foto İlqar Cəfərovundur.

6. Təkcə idman meydançasını çəkməmək. Yaxşı idman reportajı fotojurnalistdən hekayəni oxucuya dolğun, müxtəlif çalarla vermək bacarığı tələb edir.

Paralimpiyaçının məhəbbəti. Foto İlqar Cəfərovundur.



Sənədlı reportaj

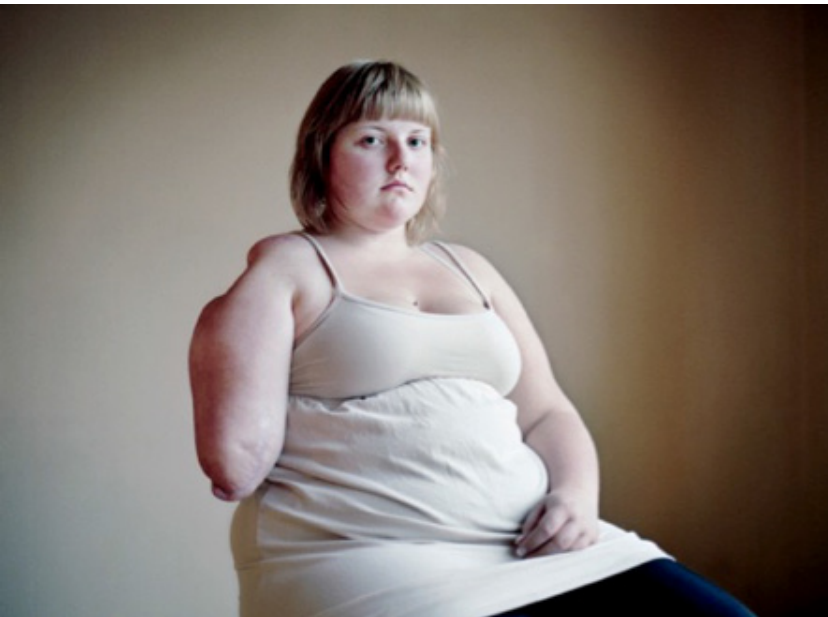
Sənədlı reportaj xəbər və fiçer reportajından nə ilə fərqlənir? Sadəcə, həcmcə daha böyük olmaqla. Çox vaxt elə olur ki, sənədlı reportaj tədricən tək bir xəbər və ya fiçer reportajından yaranır, çünki fotojurnalist mövzunu araşdırmaqda və ya mövzuca əlaqəli olan hekayələrə qayıtmaqda davam edir.

Osloda və Utoya adasında törədilmiş 22 iyul qəddar terror aktından sonra norveçlilər şok və çaşqınlıq içində idilər. Tək hərəkət edən bir terrorçunun belə bir amansız hücumu həyata keçirə bilməsinin necə mümkün olduğu cəmiyyətdə aylarla müzakirə olunub araşdırılırdı.

Fotojurnalist Andrea Gjestvang Utoya adasındakı terror hücumundan sonra yaşadıkları dəhşətin sağ qalmış gənclərin həyatına necə iz buraxdığını araşdırmağa başladı. O, öz fotoaparətini gzlənib

TARİXDƏ BİR GÜN

22 iyul 2011-ci il Norveçdə hamının və hər kəsin yaddaşında əbədi həkk oldu. O gün avtomobildə quraşdırılmış bombanın partlaması nəticəsində səkkiz nəfər həlak oldu və Osloda icra hakimiyyəti orqanlarının yerləşdiyi binalar ciddi zədələndi. Bu hadisədən bir neçə saat sonra Utoya adasındakı yay



qaçaraq canlarını qurtara bilmiş və ya azğın terrorçunun ölüm saçan güllələrindən sağ qalmış gənclərə tərəf çevirdi. Andrea bu cür fiziki və psixi zədələr almış gənclərin normal həyata necə dönə bildiklərini sənədləşdirmək istəyirdi. Sənədlı şəkillər bütün dünyada dərc edilmiş və Norveçdə 2013-cü ilin Ən Yaxşı Şəkli mükafatı, Milli Mətbuat Fotoqrafları Assosiasiyasının (NPPA) Fotojurnalistikada Ən Yaxşı İş nominasiyası üzrə 1-ci mükafatı ilə təltif edilmiş, L'Iris d'Or – ilin Fotoqrafı Sony, Dünya Fotoqrafiya Mükafatları və məşhur Fərdi Fotoqrafiya layihəsi nominasiyası üzrə FotoVisura Qrantının qalibi olmuşdur. Andrea Gjestvang One Day In History (Tarixdə Bir Gün) layihəsini öz İnternet səhifəsində, <http://andragjestvang.com/photography-2/one-day-in-history/> belə təqdim edir:

düşərgəsində 69 nəfər gənc qətlə yetirildi. Düşərgə hakimiyyətdə olan Norveç Əmək Partiyasının gənclər təşkilatı tərəfindən təşkil edilmişdi.

Bu qətləmədən təxminən 500 nəfər sağ çıxa bilib, onlardan əksəriyyəti çox ağır yaralar almış insanlardır. Sağ qalanlardan yarıdan çoxu 18 yaşınadək olan uşaqlar və gənclər idi. İndi onlar normal həyata qayıdıblar. Onlar məktəbə gedir, dostları ilə vaxt keçirir və sevib-sevilirlər. Onlar da hamı kimidirlər. Fəqət hər səhər oyananda güzgüyə baxanda heç kimin görmədiyi bir fərqi duyurlar. Nə isə dəyişmişdir. Həyat əvvəllər olduqdan fərqlidir. Qırğından sağ çıxan gənclər həm gözə görünən, həm də görünməyən ruhi və çoxu ola bilsin ki, heç vaxt tam sağala bilməyən yaraları ilə yaşayacaqlar (andragjestvang.com).

Sarpsborq şəhərindən olan Sesili Herlovsen (17) ən yaxşı dostu Andrine ilə birlikdə adanın cənub hissəsində gizlənmişdilər. Sesili sağ qolundan, çiyindən və çənəsindən güllə yarası almışdı. Çənəsindən keçən sonuncu güllə onun dişinə dəydiyinə görə o, sağ qala bilmişdi. Sesilin sağ qolu amputasiya edildi. Ən yaxşı dostu Andrine isə həyatını itirdi. Foto Andrea Gjestvangındır, Moment Agency.



Tromso şəhərindən olan Ylva Schwenke (15) Kjærlighetsstien (Sevgi Yolu) adlı cığırın yanındakı sıldırım qayanın üstündə gizlənmişdi. O, çiyindən, qarnından və hər iki ombasından yaralanmışdı. Foto Andrea Gjestvangındır, Moment Agency.



Gronqdan olan İselin Rose Borch (15) adadakı nasos stansiyasının yaxınlığındakı qaya daşının arxasında gizlənmişdi. O, suyun içində dayanaraq gizlənmiş və iki saatdan sonra qayıqla üzən bir turist onu xilas etmişdi. Utoyadan sonra o, qorxudan gecələr yuxuya gedə bilmirdi, buna görə də anası ona bir it vermişdi. Foto Andrea Gjestvanqındır, Moment Agency.



Eydsvoll şəhərindən olan Aina Helqheim (19) sahilin yaxınlığındakı qayaların arasında gizlənmişdi. O, demək olar ki, iki saata qədər gizləndiyi yerdən çıxmağa cürət etməmişdi. Foto Andrea Gjestvanqındır, Moment Agency.



Başlıq I hælene på Jens
(Yensi yaxından izləyərkən).
Norveçin Baş naziri Jens Stoltenberg öz iqamətgahından
çıxaraq piyada 15 dəqiqəlik məsafədə olan iş yerinə gedir.



Norveçdə 2009-cu ilin parlament seçkiləri ərəfəsində Jens
Stoltenberg seçkiqabağı kampaniya çərçivəsində
Norveçin bütün bölgələrinə səyahət etmişdi.

Sannum Lautenin Baş nazirə çıxışı Baş nazirin işçi heyəti ilə bu fotojurnalistin arasında bağlanmış qarşılıqlı anlaşmaya əsaslanırdı. Bu anlaşmaya əsasən:

A. Fotojurnalist milli təhlükəsizliklə bağlı səbəblərə
görə əldə edilməsi məhdudlaşdırılan məlumatları
açıqlamamalı idi.

B. Əldə edilməsi məhdudlaşdırılan heç bir məlumatın
açıqlanmamasını təmin etmək üçün Baş nazirin
əməkdaşlarına bütün şəkil fayllarına baxmağa icazə
verilmişdi.

2009-cu ildə Norveç parlamentinə seçkilərdən bir il
əvvəl fotojurnalist Daniel Sannum Lauten seçkiqabağı
dövrədə Baş nazirin işi və həyatı barədə sənədli
şəkillərin çəkilməsinə icazə almaq üçün Baş nazirin
idarəsinə müraciət etmişdi. Bu sənədli fotosəkillər
layihəsinin ideyası ABŞ-da "Ağ Ev"də işləyən və Lindon
B. Consondan başlayaraq Barak Obamaya qədər bütün
ABŞ prezidentlərinin işini və həyatını sənədləşdirən
fotoqrafların işindən qaynaqlanmışdır.

Baş nazirin idarəsi həm də fotoqrafın hansı hallarda və
nə vaxt Baş nazirin və onun əməkdaşlarının yanında
olmasına tam nəzarət edirdi. Fotojurnalistin işi üçün
mümkün qədər çox imkan yaratmaq məqsədi ilə Baş
nazirin işçiləri və Sannum Lauten layihə müddətində
sıx əlaqə saxlayırdılar. Bu reportajın son variantı
Norveçin "VG" qəzetinin həftəsonu "VG Helg"
əlavəsində nəşr olunduğu kimi aşağıdakı səhifələrdə
göstərilmişdir.



Şahzadə Çarlz, Angela Merkel, Nikolya Sarkozi,
Hillari Klinton və Silvio Berlusconi ilə görüşmək üçün
Londona uçan Baş nazir təyyarədə qalstukunu düzəldir.



Baş nazir həyat yoldaşı İnqrid Şulerud ilə meyvə-tərəvəz
bazarlığına çıxıb. Baş nazirin həyatından digər səhnələr.

Prezidentin portretini necə çəkməli? Prezident fotoqrafının söhbəti

Rafiq Bağırov 10 il Ulu Öndər Heydər Əliyevin şəxsi fotoqrafı işləyib. İxtisasca filoloq olan Rafiq Bağırovun fikrincə, onun peşəkar fotojurnalistə çevrilməsində prezidentin xüsusi əməyi olub.

1993-cü ildə Heydər Əliyev prezident seçkilərinə gedəndə onun portretlərini çəkən bir neçə fotoqraf arasında mən də vardım. Mən o zamanlar Azərbaycan Televiziyasında kino lentlərinin aşkarlanması və montaj sexinin müdiri işləyirdim. Fotoqrafiyaya həvəsi məndə uzun illər "Elm və həyat" jurnalının baş redaktoru işləmiş atam Hidayət Bağırov yaratmışdı. Peşəkar fotoqraf olmadığım üçün mənimlə birlikdə Heydər Əliyevin portretini çəkməyə gedən peşəkarlardan fərqli olaraq, çəkilişə özümlə bir fotoaparat götürmüşdüm. Amma iş elə gətirdi ki, Ulu Öndər mənim çəkdiyim şəkilləri bəyəndi, gözləmədiyim anda qərar verdi: "Sən bundan sonra mənimlə işləyəcəksən". Və mən onunla düz 10 il istirahət, məzuniyyət bilmədən işlədim...

Heydər Əliyev fotonu çox sevirdi, yaxşı foto ilə pis fotonun fərqini nəinki bilirdi, hətta mənə ustad dərsləri də keçirdi. O hər dəfə çəkdiyim şəkilləri təhlil edir, mənə daha yaxşı baxış bucağını, rakursu göstərirdi, məsləhətlər verirdi. Bu illər ərzində mən onun zövqünə, tələblərinə bələd oldum...

O zaman rəqəmsal texnika yox idi. Fotoplyonkanın 36 kadrından səmərəli istifadə etmək lazım gəlirdi. Mən əvvəllər görüşdən 10-15 kadr çəkib işimi bitmiş hesab edirdim. Heydər Əliyev mənə mümkün qədər çox şəkil çəkməyi tapşırırdı. Çünki rəsmi görüş bir dəfə olur, hansısa məqamı qaçırsan, sonra onu geri qayratmaq mümkün olmur. Mən həmişə görüşün sonu üçün 5-6 kadr ehtiyat saxlayırdım...

Heydər Əliyev iri planda şəkilləri sevirdi. Üzünün cizgilərinin necə varsa, eləcə qalmasını xoşlayırdı. Özü olduqca fotogenik bir insan idi. Mənə icazə verirdi ki, üstündə nə isə səliqəsiz olsa, deyim. Düzü, buna ehtiyac qalmırdı. O, çox səliqəli insan idi, üstü-başı həmişə ideal dərəcədə qaydada olurdu...

Prezident 1998-ci ildə məndən soruşdu ki, hər şeymi qaydasındadır? Dedim ki, onun gözəl portretləri yoxdur. Maraqlandı ki, bunun üçün nə lazımdır? Cavab verdim: "Vaxt". Prezident bir gün düz 8 saat portretlər üçün vaxt ayırdı. Mən onu smokinqdə və kostyumda çəkdim.



Heydər Əliyev, 1993-cü il prezident seçkiləri üçün çəkilmiş portret. Foto Rafiq Bağırovundur.



Prezident Heydər Əliyev smokinqdə və kostyumda, 1998-ci il. Fotolar Rafiq Bağırovundur.



Prezident Heydər Əliyevin "Bakinskiy rabochiy" qəzetində dərc olunmuş şəkli. Foto Rafiq Bağırovundur.

Günlərin birində "Bakinskiy rabochiy" qəzetinin baş redaktoru İradə Vəkilova mənə əsl jurnalist tapşırığı verdi. Dedi ki, prezidentin rəsmilikdən uzaq, dövlət başçısı kimi deyil, siravi bir insan kimi portretini istəyir. Arxivə baxdım, iki şəkil seçib göndərdim.

Üstündən iki həftə keçəndən sonra prezidentin köməkçisi mənə zəng vurub dedi ki, təcili Heydər Əliyevin yanına qalxım. Düzü, qorxdum, fikirləşdim ki, görəsən, nə olub. İradə xanıma verdiyim şəkilləri tamamilə unutmuşdum. Mən içəri girəndə prezident əlində "Bakinskiy rabochiy" qəzetini tutmuşdu. Yaxınlaşdım, səhifənin yarısı mənim verdiyim şəkil idi – prezidentin əli belində, gülən yerdə şəkli. Soruşdu: "Bunu sən çəkmişən?" Sonra dedi ki, belə şəkillərdən çox çəkmək lazımdır.

**Layihə: "Həqiqət kimi sadə"
Prezidentin qeyri-rəsmi şəkillərini necə çəkməli?**

2001-ci ildə Heydər Əliyev məndən soruşdu ki, niyə onun qeyri-rəsmi şəkillərindən seçib mətbuata vermərəm. Bu, mənim üçün çox maraqlı bir layihənin başlanğıcı oldu. Prezidentin həyatının özəl anlarını əks



Zuğulba, Abşeron, avgust 1999



ABŞ, Ki-Uest, aprel, 1999



Bakı, "Gənclik", 10 may, 2001



Zuğulba, Abşeron, avgust 1999

etdirən 400 şəkillik "Həqiqət kimi sadə" kitab- albomu belə yarandı. Ulu Öndər bu albomun ancaq ottisklərini görə bildi və çox bəyəndi....



"Mənim ən çox sevdiyim şəkillərdən biri də prezidentin qartopu atan zaman şəkli. Mən ondan xahiş etdim ki, əlinə qap götürsün. O isə qartopu düzəldib mənə atdı..."

TRANZİT: TAPŞIRIQ VƏ İDEYADAN DOĞULANLAR – KİTAB, SƏRĞİ VƏ İNTERNET SƏHİFƏSİ

Mətn və fotosəkillər Espen Rasmussenindir.

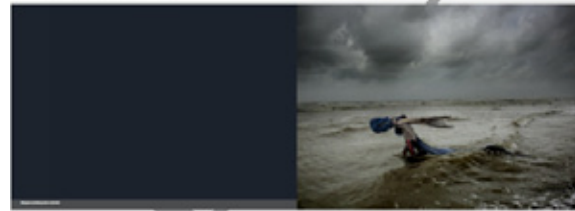
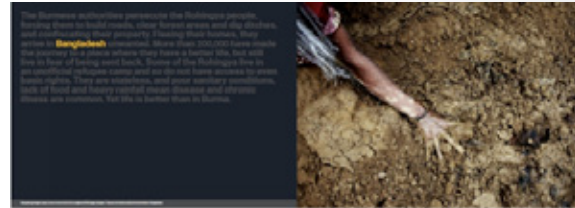
Yeddi illik yaradıcılıq prosesindən sonra mənim kitabım – “Tranzit” indi masanın üstündə, mənim qarşımdadır. Bu kitabın səhifələrində qaçqınlar, öz ölkəsində məcburi köçkün vəziyyətinə düşmüş və öz ölkəsini tərk etmək məcburiyyətində qalan insanlar haqqında hekayələr yer alıb. Çəkdiyim fotosəkillər insanların yaşam uğrunda necə mübarizə apardıklarını və onların üzləşdikləri saysız-hesabsız problemləri əks etdirir. Onların sifətləri – bəzən isə elə tək bədənləri – onların dözərək tab gətirdikləri qorxularını, yaşadıkları sevincli anları və gələcəyə bəslədikləri ümidlərini ifadə edir.

“Tranzit”in yaranışı bir kitab kimi başlanmamışdı. Mən onu 2004-cü ildə, Sudanın müharibə şəraitində yaşayan Darfur bölgəsi ilə həmsərhəd olan Çada ilk səfərim zamanı başlamışdım. Mən müstəqil fotojurnalist kimi işləyərək Norveçin “VG” qəzetinə qaçqınlar haqqında məlumatlar göndərirdim.

Aşağıdakı səhifələrdə təcavüzə və zülmə məruz qoyularaq öz ölkələri Burmadan (indiki Myanmar) qaçmağa məcbur olan Rohingya xalqı haqqında hekayədir. Pənah gətirdikləri Banqladəşdə də vətəndaş kimi qəbul edilməyən bu xalq çox ağır və dözülməz şəraitdə həyat mübarizəsini davam etdirir. Xüsusilə daşqın mövsümündə onların onsuz da dözülməz olan yaşayışı lap ağırlaşır. Bu şəkillər kitabın orijinal tərtibatından götürülmüş qoşa səhifələrdir.



“Tranzit” kitabı



Çada gələndə yerlərindən didərgin düşmüş insanların keçirdikləri hisslərə onsuz da böyük olan marağım orada olduğum müddətdə daha da gücləndi. Mən bu ölkədəki qaçqınlar kimi özgə yerlərdə məskunlaşmaq üçün səyahət edən insanlardan bəhs edən bir neçə hadisə görmüsdüm. Mən insanların çox vaxt münaqişələrin getdiyi və ümitsizliyə qarılıqları bir şəraitdə öz evlərini tərk edib başqa bir yərə gəlmələrinin, sonra isə onların yad bir yerdə özlərini unudulmuş kimi hiss etmələrinin nə demək olduğunu göstərmək istəyirdim.

Çada ilk səfərimdən başlayaraq, mən əvvəlcə Parisdə müstəqil fotoqraf və müxbir kimi, sonra isə “VG Helg” (həftəsonu əlavə) qəzetinin ştatda olan fotoredaktoru kimi “VG” qəzeti ilə sıx əməkdaşlıq etmişəm.

Mən “VG” qəzetinin tapşırığı ilə bir neçə dəfə səfərdə olmuşam və qaçqın düşən insanlar haqqında böyük məqalələr yazmışam. Bu ezamiyyətlərdə olarkən mən öz bayram və məzuniyyət günlərimdən istifadə edərək, burada daha uzun müddətə qalmaq istəmişəm ki, hekayənin məğzini daha dərinləndirərkən dərk edə bilim. “Tranzit” üçün etdiyim səfərlərin böyük əksəriyyəti iki və ya üç həftə davam edib, mən bu səfərlərə, ödənilməz məzuniyyət götürərək öz təşəbbüsləmlə çıxırdım.

Vizual kitab

Dörd səfərdən sonra mən başa düşdüm ki, bir kitab yaratmaq istəyirəm. Beləliklə, dəstək almaq üçün Oslodakı “Söz Azadlığı” Fonduna müraciət etdiyim zaman mən onlara bildirdim ki, bütün bu səfərlər haqqında məlumatı tək bir kitabda deyil, həm də sərgidə və İnternet səhifəsində çatdırmaq istəyirəm, çünki kitabın uğur qazanması üçün bütün bu vasitələrin önəmi olduğuna inanıram. Mən fondan 60 000 ABŞ dolları aldım. Bu mənə səylərimi gücləndirməyə imkan verdi. Səfərlərimi maliyyələşdirmək üçün mən bu reportajlarımın hissələrini öz qəzetimə satırdım. Bir müxbir və fotoqraf kimi təcrübəmə əsaslanaraq, mən, adətən, təkbaşına səyahət edirəm. Xərcləri azaltmaq və şəklini çəkdiyim adamlara mümkün qədər daha yaxın olmağım üçün bu, mənə daha faydalıdır.

Bu qrantı alan kimi mən fikrimi insanların səyahətlərini kitabın səhifələrində rəhbərlik şəkildə görüntüləmək üçün lazım ola biləcək elementlərin üzərində cəmləşdirməyə başladım. Mən təkrarlanan təsvirlərdən istifadə etməyi və ya şəkillər sırası düzəltməyi nəzərdən keçirir, habelə portretlərin və qısa fiçer janrlı hekayələrin işə necə yaraya biləcəyi barədə düşünürdüm. İş əsnasında mən bəzi ideyalardan, məsələn, qaçqınların iri planda portretlərinin göstərilməsindən imtina etdim.

Belə qərarların qəbul edilməsi kitabın ayrı-ayrı məlumatlar toplusu deyil, daha gözəl yazılmış və təsirli bir əsər olmasına əmin olmaq üçün vacibdir. Mən təsvirlərin bir araya necə sığışdırılmasının və sözlərlə fotosəkillər arasında əlaqənin necə qurulmasının yollarını kitabın ümumi dizaynı ilə tam olan bir tərzdə axtarıb tapmalı idim.

Kitabı hazırladığım müddətdə mən bir sıra çətinliklərlə üzləşirdim. Bunların əksəriyyəti onunla bağlı idi ki, mən bir fotojurnalist kimi öz layihəm üzərində işləyə-ışləyə, eyni zamanda qəzetin ştatında olan fotoredaktor kimi çalışırdım. “Tranzit”in üzərində işləmək üçün vaxt tapmaqda çətinlik çəkirdim.

Mən öz səfərlərimi əvvəlcədən elə planlaşdırmağa çalışırdım ki, “VG” mənim səyahət cədvəlimi bilsin və mənim yerimə müvəqqəti əvəzləyici işçi tapmaq vaxtı olsun. Bəzən mən, Gürcüstandakı müharibəni işıqlandırmağa getdiyim kimi, təcili səfərə çıxırdım. Elə vaxtlar da olurdu ki, mən qəzetdəki işimi qoyub gedə bilmədiyimə görə, səfər etmək istədiyim bölgələrə gedə bilmirdim.

Müasir dövrümüzdə fotoqrafiya kitabı, adətən, sərgi ilə birləşir. “VG” üçün şəkillər çəkdiyim zaman, mən öz-özlüyündə sanballı olan hekayələr axtarırdım. “Tranzit” haqqında fikirləşəndə, mənim perspektivlərim genişləndirəndə və mən bu hekayələri danışmaq üçün müxtəlif yollar axtara bilirdim. Bu əlavə iş çox vaxt tələb edirdi, çünki mən daha çox şəxsi hekayələr, habelə qaçqınları və onların vəziyyətini, keçmişini, bu gününü və gələcəyini əks etdirirdim təsvirləri daha da genişləndirən və dərinləşdirən icmalar haqqında hekayələr axtarıb tapmalı idim.

Kitabı və sərgini yaratmaq üçün diqqəti bir neçə həftə ərzində eyni hekayənin üzərində cəmləşdirmək lazım idi. Amma qəzetdəki işim və ailəmlə bağlı olaraq – həyat yoldaşım və iki azyaşlı uşağım var – mən hər reportaj səfərim üçün maksimum üç həftə müddət ayıra bilirdim. Bu, məni intensiv işləməyə məcbur edirdi. Mən nisbətən qısa müddət ərzində hekayələrin dərinliyinə varmaq üçün yollar axtarıb tapırdım. Bu işi tamamlamaq üçün mən hər dəfə yola çıxmazdan qabaq hazırlıqlar edirdim.

Bütün vaxtımı “Tranzit” layihəsinə həsr etmək üçün mən 2008-ci ildə qəzetdəki işimdən bir illik məzuniyyətə çıxdım. Bu müddət ərzində də mən müxtəlif qəzetlərdə və jurnallarda müstəqil fotoqraf kimi çalışırdım, amma, istər işlədiyim idarədə, istərsə də, göndəriləyən sahədə diqqətimi “Tranzit”in üzərində cəmləmək üçün daha çox vaxt imkanım var idi. İndi mən, adətən, “VG” qəzetində işlədiyim vaxtlar etdiyimdən daha çox səyahət edirdim.

Bir ildən sonra, mən layihəmin bir hissəsini Oslodakı Nobel Sülh Mərkəzinə təqdim etdikdən sonra mənim kitab və sərgi üçün planlarım daha ciddi şəkildə. Mərkəz böyük bir sərgi təşkil etməyə qərar verdi və bunun baş tutması üçün maliyyə dəstəyini təklif etdi. Bu isə o demək idi ki, mənim kitabımın nəşr olunması ideyası daha da gerçəkləşdi, xüsusilə də ona görə ki, mən hələ “Söz Azadlığı” Fondundan aldığım pulların müəyyən hissəsini qənaət etmişdim. 2010-cu ilə mən kitabı nə cür görmək istədiyimi göstərmək üçün onun maketlərini bir yerdə topladım və “Dewi Lewis” nəşriyyatı onu nəşr etməyə öz razılığını verdi.

Lakin kitabın redaktə olunması və sərginin təşkili üçün xeyli vaxt tələb olunurdu. Son dörd il ərzində mən topladığım materiallardan istifadə edərək

kitabın bir neçə maketini hazırladım. Bu işi gördükcə mən nələrin çatışmadığını görə bilir və hekayələrin formasını müəyyən etmək üçün faydalı olan müxtəlif süjet-tematik üsullarını yoxlamağa imkan tapırdım. İşin tamamlanması üçün təyin olunmuş son müddət yaxınlaşdıqca mən “VG” qəzetində gündəlik iş vaxtımdan sonra tapa bildiyim vaxtlarda minlərlə fotoşəkillərdən lazım olanları baxıb seçməli, montaj etməli və sərlövhələr yazmalı idim.

Mən öz iş təcrübəmdə istifadə etdiyim videokamera ilə çəkdiyim bütün materialları montaj edərək dörd film yaratdım. Sərgimin bir hissəsi olan bu filmlərə indi dizayn agentliyi tərəfindən aşağı qiymətə yaradılmış interaktiv internet səhifəsində baxmaq olar. İnternet səhifəsinin olması vacibdir, çünki mən bu layihəni mümkün qədər çox insanın görməsini və oradakı hekayələri mənimsəməsini istəyirəm. Mən İnternet səhifəsində kitabda və ya sərgidə olduğundan daha çox şəkil (181) yerləşdirməyi qərara aldım. Mən, həmçinin, “Tranzit” layihəsi barədə olan yenilikləri yerləşdirmək üçün Facebook-da səhifə açdım.

Mənim işlədiyim qəzet, adətən, məni bu layihə üzərində işləmək üçün lazım olan otaqla təmin edirdi. Elə vaxtlar da olurdu ki, otaq tapmaq üçün mübarizə aparmalı olurdu, lakin “Tranzit” layihəsi qəzetdəki işimin təbii bir hissəsinə çevrildəndən sonra hər şey qaydasına düşdü. Bu kitabın yaradılması ilə eyni zamanda sərginin təşkil olunması, İnternet və Facebook səhifələrinin açılması həddən artıq zəhmət tələb edirdi. Lakin fotoqrafiya kitabını hamının diqqətinə çatdırmaq üçün bu işlərin hamısı vacib idi.

Bu kitab öz hesabıma çıxdığım məzuniyyətlərin, xeyirxah müdirlərimin və əlbəttə ki, sarsılmaz fədakarlığın və təşəbbüsün sayəsində, nəhayət, işi üzü gördü.

(<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/102724/Transit-An-Assignment-and-an-IdeaNow-a-Book-Exhibit-and-Website.aspx>).

İSTİNADLAR

- Cartier-Bresson, H., (1999), The mind's eye, New York: Aperture.
- Kashi, E., (2011). What is photojournalism? [Online]. URL <http://edkashi.com/blog/what-is-photojournalism/> (Accessed on 23 MAY 2013)
- Kobre, K., (2004), Photojournalism, the professionals' approach, 6th ed. London: Focal Press.
- Rosenbaum, N., (1997), A world history of photography, New York: Abbeville Press.
- Sontag, S., (1972) (2002), On Photography, London: Penguin Classics. (Original work published 1972)
- Камера-объектив [Online] URL <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/4902>

Norveç fotojurnalisti və “VG Helg” jurnalının fotoredaktoru Espen Rasmussenin həyata keçirdiyi, qəzetlərdə, İnternetdə, multimedia vasitələrində, bir sıra sərgilərdə yayımlanmış və kitab kimi nəşr olunmuş fotoşəkillərdən, video və səsli materiallardan ibarət bu mürəkkəb sənədli layihəni aşağıdakı linkdə izləyə bilərsiniz. Fotojurnalistin səhifəsi: <http://espenrasmussen.com>.

TRANZİT layihəsinin internet səhifəsi: <http://www.transit-project.com>

TRANZİT layihəsinin Facebook səhifəsi: <http://www.facebook.com/pages/Transit-project/197110930306500?ref=profile>

Öyrəndiklərimizi yoxlayaq

- Fotojurnalistika çap olunan qəzetlər və jurnallar üçün fotoaparattan istifadə edərək yaradılan şəkillərin vasitəsilə vizual hekayətmənin bir formasıdır. Şəkilləri, video, mətn və səs materiallarını birləşdirən müasir dövrün fotojurnalistləri rəqəmsal güzgülü fotoaparattın (DSLR) video çəkmə funksiyasından və videomontaj alətlərindən istifadə edərək multimedia və sənədli film yaradıcılarına çevriləblər.
- Fotojurnalist, əsasən, iki əsas üsuldən istifadə edir – reportaj və portret.
- Fotojurnalist hadisələri olduğu kimi, səhnələşdirmədən işıqlandırır – **həqiqi işlər görən canlı insanlar!**
- Hekayə obyektiv və düzgün şəkildə olaraq vizual formada təqdim olunmalıdır.
- Fotojurnalistikanın, əsasən, beş fərqli janrı var: portret, hadisə yerindən xəbər, reportaj, fiçer və sənədli material. Müxtəlif janrlar arasındakı əsas fərq mövzunun xəbər və ya zaman xaricində olan bir hekayə olub-olmamasındadır.
- Fotojurnalistin işi insanlarda fikir yaradan və cari vəziyyəti və ya hadisələrin gedişatını onlara anladan və ya onların haqqında nəyisə öyrədən anı əks etdirməkdir.

RƏQƏMSAL GÜZGÜLÜ FOTOAPARATIN (DSLR) ƏSAS XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Nələri öyrənirik?

Fotoqrafiya üsullarını

Ekspozisiya vaxtının və diafraqma qurmalarının düzgün təyin edilməsini, fokuslaşdırma texnikasını

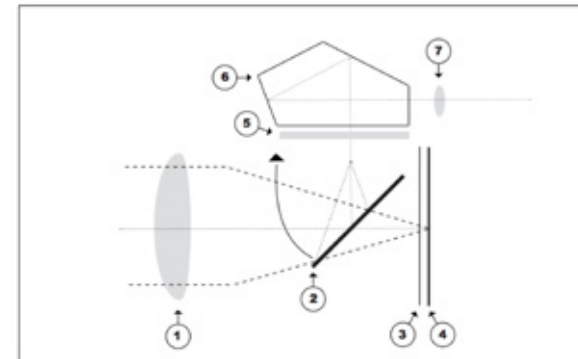
Obyektivlərin müxtəlif növlərini və onlardan istifadə qaydalarını

Video yazmaq üçün rəqəmsal güzgülü fotoaparattın qurulmasını

Səsin yazılmasını

Kadrın kompozisiyasını

Şəkillərin, video və səs yazılarının montajı üçün istifadə olunan əsas üsullar və alətləri Vizual materiallar əsasında multimedia yaratmağı



1. Obyektiv; 2. Güzgü; 3. Çəftə; 4. Matrisa;
5. Donuq fokuslayıcı ekran; 6. Pentaprizma / güzgü; 7. Vizor

Fotoqrafiya sözünün mənası foto (qədim yunan dilində: φῶς- photo) işıqla, qrafiya (qədim yunan dilində: γράφω - graphy) yazmaq, çəkmək deməkdir. Bir fotojurnalist kimi işıqla çəkməyi bacarmaq və vizual hekayətçi bacarıqlarınızı inkişaf etdirmək üçün siz alətləri və texnikanı öyrənməlisiniz. Bunun üçün fotoqrafiyanın ilk pionerlərdən müasir alətlərə və üsullara qədər keçdiyi inkişaf yoluna nəzər salaq.

DSLR FOTOAPARAT HAQQINDA ƏSAS MƏLUMAT

Rəqəmsal biroyektivli güzgülü fotoaparattar (DSLR) biroyektivli güzgülü fotoaparattın mexanizmlərini və optik sistemini rəqəmsal işıqəhəssas matrisa ilə özündə birləşdirir. Dizayn etibarilə işıq fotoaparattın obyektivindən keçərək güzgü ilə donuq fokuslayıcı ekrana ötürülür və sonra pentaprizmanın vasitəsilə vizorda (görünüş axtarıcısında) və eyni zamanda matrisanın üzərinə düşəcək həqiqi təsvir kimi formalaşır. (Şəkil 34). DSLR fotoaparattarını mikro-üçdörd (güzgüsüz) standartlı və s. bu kimi digər rəqəmsal fotoaparattardan fərqləndirən əsas xüsusiyyət bu cür əks olunma sxemidir.

DSLR fotoaparattı peşəkar fotoqraflar üçün ən optimal seçimdir. Ona görə ki DSLR fotoaparattı fotoşəkil çəkilən zaman hansı ekspozisiya parametrlərinin və obyektiv növlərinin istifadə olunması baxımından fotoqrafa daha çox seçim imkanı verir. Daha çox seçim imkanı daha çox nəzarət deməkdir, nəzarətin çox olması isə fotoqrafın çəkdiyi fotoşəkillərində və fotohekayədə yaradıcılıq imkanlarına yol açır.

DSLR fotoaparattının quruluşunu və funksiyasını daha yaxşı başa düşmək üçün onu insan gözü ilə müqayisə etmək məqsədəuyğun ola bilər.

Funksiya	Göz	Fotoaparatt
Ön hissədən işığı keçirir	Göz bəbəyi	Obyektiv
İşığın miqdarını tənzimləyir	Gözün qüzehli qışası	Diafraqma
Fokus	Göz bülluru	Obyektiv
İşığı aşkar edir	Gözün tor qışası	Rəqəmsal işıqəhəssas matrisa və ya lent
Prossora elektron siqnallar verir	Beyinə gedən optik siniri	Təsvir prossoruna birləşən məftillər

FOTOAPARATIN SEÇİLMƏSİ

Yüksək keyfiyyətli şəkillərin və ya videoyazıların yaradılmasında sizin ilk addımınız məqsədinizə uyğun fotoaparata seçilməsidir. Bunun üçün bir çox variantlar nəzərdən keçirilə bilər, məsələn, yığcam kameradan, DSLR fotoaparata, kamkorderdən (videokamera) və ya uyğun mobil telefondan istifadə etmək olar. Düzgün seçilmiş alət sizə lazım olan keyfiyyəti və tənzimləməni verməklə, istədiyiniz şəkilləri və videoları çəkməyə imkan yaradır. Gəlin müxtəlif alətlər arasındakı əsas fərqləri nəzərdən keçirək:

TƏSVİRİN KEYFİYYƏTİ: Yarımpeşəkar və ya peşəkar tamkadrli DSLR fotoaparata yüksək ISO həssaslığında çox yaxşı nəticələrlə fotosəkil çəkməyə imkan verən matrisanın ölçüsü, şəkillərin işlənməsi sisteminin sayəsində ən yüksək məhsuldarlığı, bütün parametrlərin tənzimlənməsi imkanını və geniş çeşiddə yüksək keyfiyyətli obyektivlərdən və əlavə avadanlıqdan istifadə etmə imkanını təmin edir.

VIDEO KEYFİYYƏTİ: Çəkdiyiniz videoların yaxşı alınması üçün kinooperator, çox güman ki, sizə yüksək keyfiyyətli kamkorderdən (videokameradan) istifadə etməyi məsləhət görəcəkdir. Videokameranın müsbət tərəfləri onun elə videokamera kimi yaradılmasıdır. O, videonun, səsin və fokuslaşmanın keyfiyyətini asanlıqla idarə və nəzarət etməyə imkan verən bir çox funksiyalara malikdir. Videosignal çıxışı DSLR fotoaparata müqayisə edilə biləcək dərəcədə, şəkil emalı yaxşı olan videokamera HD (High Definition) yüksək keyfiyyətli video çəkməyə imkan verir. DSLR fotoaparata yaxşı keyfiyyətli şəkil və HD keyfiyyətli video çəkməyə imkan verir. Onu videokamera kimi idarə etmək üçün siz, çox güman ki, səs yazma və fokusun tənzimlənməsi üçün lazım olan əlavə avadanlıq almalısınız.

SƏS: Rəqəmsal videoyazı ilə birlikdə qoşma mikrofondan istifadə etmək yüksək keyfiyyətli səs yazısı üçün ən yaxşı çözümdür. Mobil telefonun və ya DSLR fotoaparata içində quraşdırılmış mikrofon videoyazının səs müşayiəti üçün yalnız müəyyən dərəcədə adekvat olacaqdır.

YIĞCAMLIQ: Günün çox hissəsini, əsasən, cibinizdə gəzdirdiyiniz fotosəkil çəkən cihaza gəlinə, yığcamlıq baxımından mobil telefonun, çox güman ki, tayı-bərabəri yoxdur. Mobil telefonda hər bir parametri tənzimləmə imkanı olmasa da, ondan istifadə etməklə əksər hallarda olduqca yaxşı nəticələr əldə etmək olar. Çətin və ya həssas mühitdə özünüza diqqəti çox cəlb etmədən daha mütərəqqi fotojurnalistika əsəri yaratmaq istəyirsinizsə, yarımpeşəkar yığcam kamera daha əlverişli və işə yararlı olacaqdır.

MOBİL YÜKLƏMƏ: Mobil yükləmələrə gəldikdə mobil telefon ən uyğun və əlverişli cihazdır. DSLR fotoaparata və ya kamkorder ilə bu əməliyyatı yerinə yetirmək üçün iPad, telefon və ya WiFi kartları kimi əlavə avadanlıq tələb olunur.

TÖVSIYƏ: Bir fotojurnalist kimi, siz lazım olduqda yuxarıda sadalanan kameraların bütün növlərini işlətməyi və birləşdirməyi mümkün qədər bacarmalısınız. Tam mükəmməl olmasa da, hazırda DSLR fotoaparata müasir fotojurnalist üçün bir çox funksiyaları özündə birləşdirən universal bir alətə ən yaxın olan cihazdır. Bu avadanlığı məharətlə idarə etməyi və əsas texniki üsulları öyrəndikdən sonra siz obyektivlər dəsti, professional fotoışiq, qoşma mikrofon və mobil yükləmə üçün əlavə bir avadanlıq/alət kimi istifadə olunan smartfon ilə yüksək texniki səviyyəli fotojurnalistika işlərini yaratmağı bacaracaqsınız.

EKSPOZİSİYA

Fotoqrafiya (və kinematografiya) sənətinə yiyələnmək o deməkdir ki, siz fotokameranızı "əl" rejimində işlədərkən ekspozisiyanın düzgün dərəcəsini almağı bacarırsınız.

Ekspozisiya fotokameranın cəftəsini açan düymə basıldığı an matrisanın üzərinə düşən işığın miqdarı və sürətliliyidir. Fotokameranın ekspozisiya dərəcəsinin ayarları fotonun normal standartlara uyğun olaraq düzgün (daha tünd və ya daha işıqlı) çəkiləcəyini müəyyən edir.

Ekspozisiya dərəcəsinin düzgün seçilməsi üçün sizin bilməyiniz və idarə etməyi öyrənməyiniz lazım olan bu üç parametərə çox vaxt fotoqrafiya üçbucağı deyilir.



1. ISO = matrisanın işığa həssaslığını,
2. Diafraqma = obyektivdən keçən işığın miqdarını,
3. Pərdə sürəti = fotokameranın matrisasının üzərinə düşən işığın müddətini tənzimləyir.

Bu parametrlərdən hər hansı birində edilən tənzimləmələr ekspozisiya dərəcəsinə və şəklin keyfiyyətinə təsir edəcəkdir. Parametrlərin birində biraddımlıq tənzimlənməyə, adətən, bir ekspozisiya addımı deyilir. Unutmayın ki, bu parametrlərin üçü də bir-biri ilə daim əlaqəlidir. Yalnız bir parametrlə tənzimlənməsi nəticəsində təsvirin ekspozisiya şəkil aşağı və ya yuxarı ola bilər.



Foto Jon Petter Evensenindir

ISO - İŞİĞA HƏSSASLIQ

Rəqəmsal fotoaparata matrisanın işığa həssaslığı işıqlandırma şəraitinə uyğun gələn ISO parametrini seçməklə tənzimlənir.

İşıqlanmanın parlaqlığı yüksək olan şəraitdə həssaslıq dərəcəsinə aşağı seçmək lazımdır: ISO 50/100/200/400.

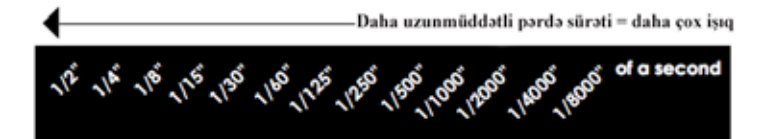
İşıqlandırma məhdud olduqda yüksək həssaslıq dərəcəsi seçilməlidir: ISO 800/1600/3200.

Yüksək həssaslıq dərəcəsinə istifadə etdikdə siz, yaqın ki, çəkdiyiniz şəkillərin qaranlıq yerlərində "şumun" və ya "dənəvərliklərin" aşağı həssaslıq dərəcəsinə çəkilən şəkillərlə müqayisədə daha çox olduğunu görəcəksiniz.



PƏRDƏ SÜRƏTİ

Standart pərdə sürəti fotoaparata matrisasına düşən işığın miqdarını ya ikiqat artırır, ya da yarıya qədər azaldır. Pərdə matrisanın işığa məruz qalma müddətini tənzimləyir. Pərdə sürətinin tənzimlənməsi çəkilən fotosəkillərin keyfiyyətinə olduqca güclü təsir göstərə bilər. Standart pərdə sürəti saniyənin hissələri ilə ölçülür.



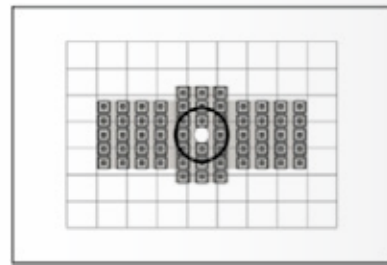
1/30" saniyə tənzimindən istifadə etdikdə işığın miqdarı 1/60" saniyə tənzimi ilə müqayisədə ikiqat artacaq, çünki 1/30" saniyə tənzimi aşağı pərdə sürətidir. Pərdə sürətinin hər hansı istiqamətdə bir tam və ya natamam addım dəyişdirilməsi diafraqma ayarının eyni istiqamətdə bir tam və ya natamam şkala bölgüsü qədər dəyişilməsinə bərabərdir.

1/30" saniyə və 1/15" saniyə pərdə sürətini seçərək fotoaparata əldə tutub şəkil çəkmək çox çətin, çünki fotoaparata titrəməsi nəticəsində çəkilən şəkillərdə yaygınlıq əmələ gəlir. Əldə tutulan fotoaparata şəkil çəkərkən fotoaparata "titrəyişini" aradan qaldırmağa kömək etmək üçün 1/125" saniyə pərdə sürətini seçmək lazımdır. Fotoaparata həmişə sabit və sakit vəziyyətdə saxlamağı unutmayın!

DİAFRAQMA

Diafraqma obyektivin içində olan tənzimlənən dəlikdir. Eynilə gözün qüzhəli qışası göz bəbəyini genişləndirib daraltdığı kimi, diafraqmanın yarpaqları işığın miqdarını çoxaldıb azaltmaq üçün dəliyin ölçüsünü böyüdür və ya kiçildir. Fotoaparata ekzpozometrində olan rəqəm $f/1$ -dən $f/22$ -ə qədər diapazonda dəyişir və diafraqma dəyərləri (f-stops) adlanır. Standart diafraqma dəyərləri bunlardır: 1, 1.4, 2, 2.8, 4, 5.6, 8, 11, 16, 22.

Diafraqma dəyərini $f/2,0$ seçdikdə, obyektivdən keçən işığın miqdarı böyük olur. $F/22$ diafraqma dəyəri isə obyektivdən kiçik miqdarda işığın keçməsinə imkan verən dəliyin çox kiçik ölçüsüdür.



Qiymətləndirilmiş (boz), mərkəzi yönəlmis və ya qismən ölçmə (qara daire) və nöqtəli ölçmə (ağ daire)

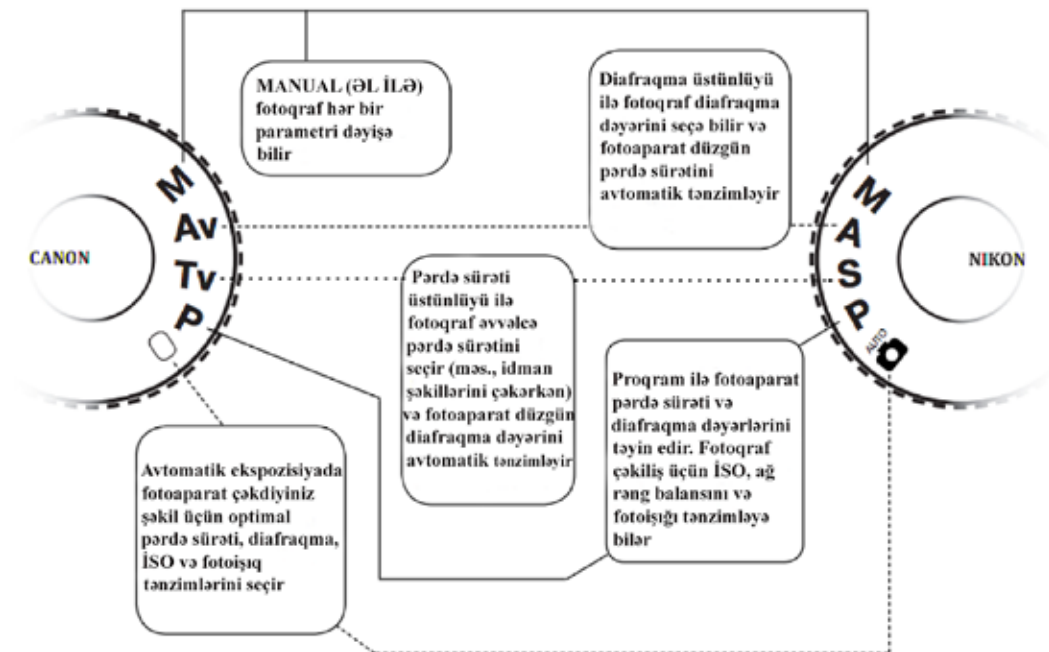
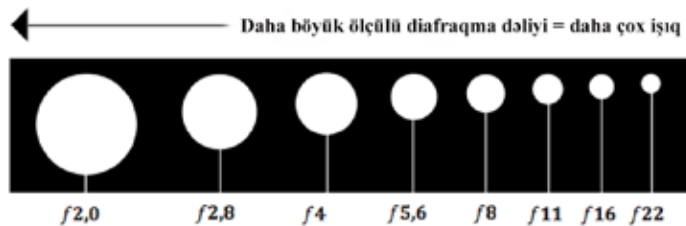
Çətin və mürəkkəb işıqlandırma şəraitində bu rejimlərin birindən digərinə keçməyin böyük köməyi olur. Nöqtəli ölçmənin faydalı ola biləcəyi vəziyyətlərdən biri səhnədə proyektorun işığı altında dayanıb, qara arxa fonun qarşısında çıxış edən müğənninin şəklini çəkmək istədiyiniz vəziyyətdir. Nöqtəli ölçmə seçildiyi halda fotoaparata ölçməni yalnız vizorun ortasındakı kiçik sahənin üzərində (şəkil 37-də ağ nöqtə ilə nişanlanmış sahə) müğənninin üzündə yerinə yetirmək komandası verilir ki, işığın parlaqlığı dəqiqliklə ölçülsün.

Bərabər işıqlandırılmış mənzərə çəkilişlərində siz ekzpozisiya dərəcəsi hesablandığı zaman daha çox informasiyanın nəzərə alınmasına imkan verən qiymətləndirilmiş ölçmə rejimini seçməlisiniz. Qiymətləndirilmiş ölçmə rejimi tipik çəkiliş vəziyyətlərinin əksəriyyətini idarə etməyə imkan verəcəkdir. Lakin elə vəziyyətlər də ola bilər ki, işıqlanma şəraiti çətin olduğuna görə siz yuxarıda göstərilmiş ölçmə rejimlərindən birini seçməli olacaqsınız.

EKSPONOMETR

Ekzpozisiya dərəcəsinə düzgün seçə bilməyiniz üçün siz rəqəmsal fotoaparata quraşdırılmış ekzpozometrə istifadə etməlisiniz. Ekzpozometr fotoaparata quraşdırılmış və şəklini çəkmək istədiyiniz obyektə əks olunan işığın intensivliyini ölçmək üçün nəzərdə tutulmuş kiçik sensordur. Ekzpozometr haqqında sadəcə onu bilməlisiniz ki, bu qurğu işığı 18 faizlik boz rəngli səthə istinadən ölçmə üçün nəzərdə tutulub. Bu, o deməkdir ki, ekzpozometr əks olunan işığı həmişə boz rəngli səthdən əks olunan işıq kimi ölçür. Ekzpozometr verdiyi nəticəyə əməl edərək ağ kağızdan və ya qara parçadan əks olunan işığı ölçdükdə tam olaraq eyni fotoqrafik nəticə əldə olunmalıdır – 18 faizlik boz rəngli səth. Bu, ekzpozometri tam başa düşməyiniz və istifadə etməyiniz üçün sizin bilməli olduğunuz bir faktır.

DSLR fotoaparata əksəriyyətində ekzpozometr üç müxtəlif rejimdə işləyir: qiymətləndirilmiş ölçmə, mərkəzə yönəlmis ölçmə və ya qismən ölçmə və nöqtəli ölçmə. Canon 5D Mark III fotoaparata daha yaxşı dəqiqlik olması üçün sistemdə ölçmə üçün aktiv fokus nöqtəsi də nəzərdə tutulmuşdur.



Çəkiliş rejimləri

Bütün fotoaparata sistemlərinə bir-birinə oxşar bir sıra əsas çəkiliş rejimləri var. Bundan əlavə, bir çox fotoaparata istehsalçıları tərəfindən müxtəlif yaradıcı çəkiliş rejimləri işlənilib hazırlanır və ümumi sistemə daxil edilir. Peşəkar fotojurnalistin işi üçün ən uyğun seçim idarəetmə və tənzimləməyə daha yaxşı imkan yaradan manual (əl ilə) rejim, diafraqma və ya pərdə sürəti üstünlüyü kimi müəyyən standart rejimlərdən

istifadə etməkdir. Proqramlaşdırılmış və ya avtomatik iş rejimi hadisələrin birdən-birə baş verdiyi və işıqlandırma şərtlərinin sürətlə dəyişdiyi vəziyyətlərdə faydalı ola bilər. Unutmayın ki, bu zaman sizin fotoaparata parametrlərinə və çəkilişin nəticəsinə nəzarət imkanlarınız az olacaqdır. Siz tam nəzarətə yalnız fotoaparata manual (əl) rejimində istifadə etdikdə nail ola bilərsiniz.

EKSPOZİSİYA, HƏRƏKƏT VƏ DƏQİQLİK DƏRİNLİYİ

EKSPOZİSİYA Müddət/diafraqma	HƏRƏKƏT	DƏQİQLİK DƏRİNLİYİ
1/1000 - f2.0	Hərəkət edən maşını dondurur	
1/500 - f2.8	Hərəkətdə olan idmançını dondurur	
1/250 - f4	Piyada gedən insanları dondurur	
1/125 - f5.6	Hərəkət edən insanların şəkli yayğınlaşır	
1/60 - f8	Hərəkət edən insanların şəkli yayğınlaşır	
1/30 - f11	Hərəkət edən hər şey yayğınlaşır	

FOKUS

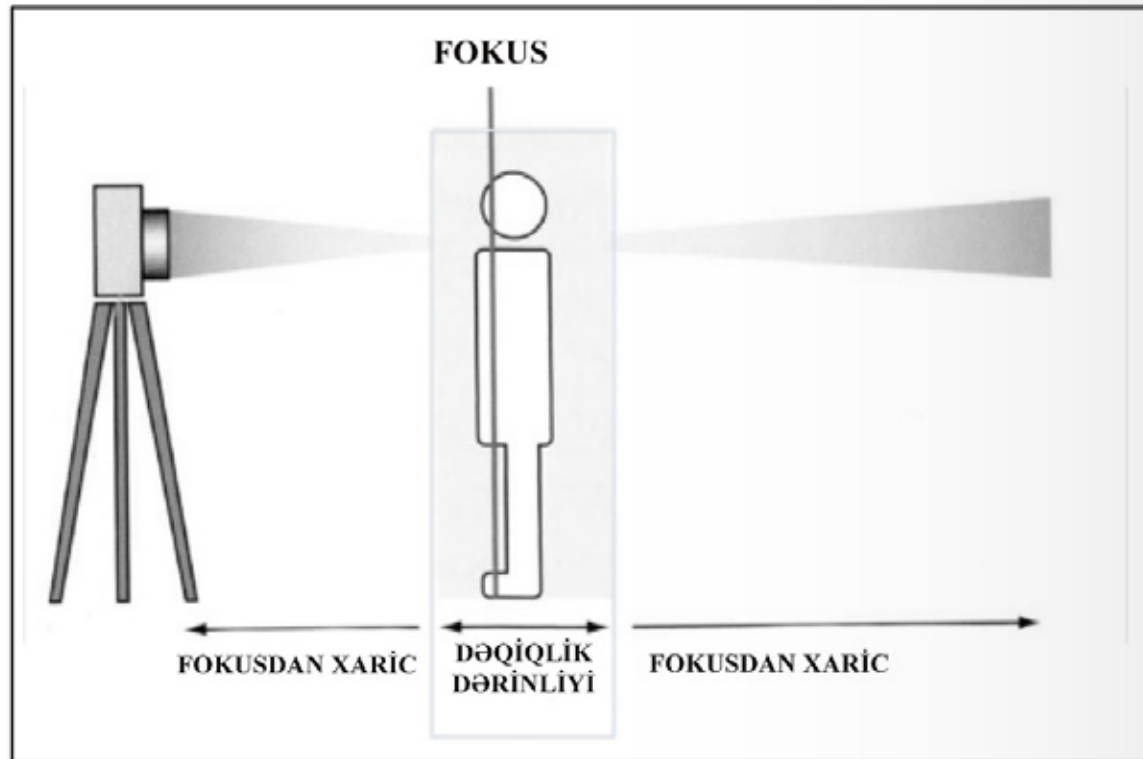
Siz ekspozisiya dərəcəsinin düzgün seçilməsi ilə yanaşı, fokuslaşdırma sisteminin necə tənzimləndiyini də öyrənməlisiniz.

Avtofokuslaşdırma sistemi

Müasir fotoaparatlardan və onların obyektivlərinin əksəriyyəti əsas çəkiliş obyektində avtomatik fokuslaşdırma (AF) sistemi ilə təchiz olunub. Bu sistem hərəkət edən obyektlərin fotosəkillərini çəkənlərə çox kömək edir. Avtofokuslaşdırma sistemi, əsasən, kadrın mərkəzi hissəsində görünən obyekti çəkir. Əsas obyekt mərkəzdə görünməyəndə problem yaranır. Fotoaparatlardan əksəriyyətində avtomatik fokuslaşdırma bloklaşdırma funksiyası var: fotoaparat obyektə yönəldilir, fokusa düşən obyekt “yadda saxlanır” və yenidən kompozisiya yaradılır. Lakin bu cür sistemlər torun, şüşənin arxasında və s. məkanlarda yerləşən obyektləri fokuslaşdırmaqda çətinliklərlə üzləşir. Belə ki, sistem fokusa alınması tələb olunan obyekti ayırd edə bilmir. Bu halda fokuslaşdırma əl rejiminə keçirilməlidir.

Fokus dərinliyi

Fokus dərinliyi terminini öyrənmək lazımdır. Bir fotojurnalist kimi siz çəkdiyiniz şəkillərdə mühüm elementlərin seçilməsi üçün fokuslaşdırma tənzimləməyə və dayaz fokus dərinliyindən istifadə edə bilərsiniz. Fokus dərinliyi fokusda görünən fokus nöqtəsinin qarşısında və/və ya arxasında olan sahəyə deyilir. Fotoqrafiyada fokus dərinliyini müəyyən edən üç əsas amil var: diafraqma kəsiyinin ölçüsü, fotoaparatın obyektivindən çəkiliş obyektinə olan məsafə və fokus məsafəsi. F/2.8 diafraqma dəyərindən istifadə edərək, çəkiliş obyektinə yaxın məsafədə dayanan 135 mm-lik teleobyektivlə çəkilən şəkillərdə, f/8 dəyərindən və 35 mm-lik genişbucaqlı obyektivdən istifadə edərək, eyni məsafədə yerləşən eyni obyektin çəkildiyi şəkillə müqayisədə, daha dayaz fokus dərinliyi olacaq.



RƏNG BALANSI

Fotoqrafiyada və təsvirlərin emalında rəng balansını təsvirdə rənglərin intensivliyinin tənzimlənməsinə deyilir. Bu tənzimləmənin əsas məqsədi neytral rəngləri yenidən düzgün hasil etməkdir. Bu üsul bəzən boz rəngə nəzərən balanslaşdırma, neytral rəng balansını və ya ağ rəng balansını adlanır.

Rəng balansını bizə ona görə lazımdır ki, müxtəlif işıq mənbələri görünən işığın müxtəlif xüsusiyyətlərini verir və bu xüsusiyyətlərin işıqlandırma, fotoqrafiya, videoqrafiya, nəşriyyat və sair sahələrdə əhəmiyyətli tətbiqləri var. Işıq mənbəsinin rəng temperaturu işıq mənbəyi ilə müqayisə olunan çalardə işıq saçan mütətləq qara cisim şüalandırıcının temperaturudur. Rəng temperaturu şərti olaraq mütətləq temperaturun ölçü vahidi, Kelvin ilə ifadə olunur və K ilə işarə olunur.

Rəng balansını şəkilin ümumi rəng tərkibini dəyişir və çox vaxt rənglərin korreksiyası üçün istifadə olunur ki, şəkildəki rənglər ekranda və ya kağızda çəkildiyi kimi görünsün. Şəkilin rəng balansının tənzimlənməsinin səbəbi də ondan ibarətdir ki, fotoaparatın sensoru insan gözünün və beyinin rəng korreksiyası və ya rənglərə uyğunlaşma qabiliyyəti ilə müqayisə oluna bilməz. Sensorun əldə etdiyi rəqəmli təsvir informasiyasının dəyəri ekranda və ya kağız üzərində düzgün əks etdirilməsi üçün uyğun olan yeni bir dəyərə çevrilməlidir.

DSLR fotoaparatdan istifadə edərkən siz şəkil çəkdiyiniz zaman fotoaparatınızda hal-hazırda istifadə etdiyiniz işıq mənbəsinin rəng xüsusiyyətlərinə uyğun gələn düzgün “ağın balansını” ayarından istifadə etməklə rəng korreksiyasını edə bilərsiniz.

Rəqəmsal fotoaparatlardan əksəriyyətində (və RAW formatında təsvirlərin emalı üçün proqram təminatlarında) xüsusi dəyərləri modelləşdirən (günəşli, buludlu, közərmə lampası və s.) qabaqcadan qoyulmuş ayarlar təmin edilir, digərləri isə ağın balansının Kelvin ilə ifadə olunan dəyərlərini birbaşa olaraq daxil etməyə imkan verir. Bu ayarlar rəng dəyərlərini mavi – sarı ox boyunca dəyişir. Bir çox fotoqraflar rəng balansını idarə etmək üçün fotoaparatın avtomatik Ağın Balansı (AWB) ayarına arxalanırlar. İstifadə etmək üçün çəkdiyiniz şəkillərdə sizə ən yaxşı son nəticəni verən üsula üstünlük verilməlidir.

Biz çox vaxt təsvirlərdəki rəng çalarlarını rəng temperaturu 5 000 K-dən yüksək olan rəngləri soyuq rənglər (maviyə çalan – ağ), aşağı temperaturu (2 700-3 000 K) rəngləri isə isti rənglər (sarımtıl ağdan qırmızıyaqəd) kimi terminlərlə fərqləndiririk.



Budda rahibləri Dalay Lamanın monastırını və iqamətgahını ziyarət edirlər. Dharamsala, Hindistan. Foto Con Petter Evensenindir.

Rəng temperaturu	İşıq mənbəyi
1700 K	Kibritin alovu
1850 K	Şam işığının şöləsi, qürub/şəfəq
2700 – 3300 K	Közərmə lampaları
3000 K	Yumşaq (və ya mülayim) ağ işıqlı yığcam lüminessensiya lampaları
3200 K	Kino üçün işıqlandırma cihazları, fotolampalar və s.
3350 K	Kino üçün “CP” işıqlandırma cihazı
4100 – 4150 K	Ay işığı
5000 K	Üfüqi günəş işığı
5000 K	Boru şəkilli lüminessensiya lampaları və ya soyuq/gündüz işığı verən yığcam lüminessensiya lampaları (YLL)
5500 – 6000 K	Şaquli gün işığı, elektron impuls lampası
6500 K	Gün işığı, tutqun, buludlu
6500 – 10500 K	Maye kristal (LCD) və ya elektron-şüa boru (CRT) ekranı
15000 – 27000 K	Qütb istiqamətində aydın mavi səma

Göstərilən temperaturlar səciyyəvidir və dəyişikliklər ola bilər.

Rənglərin bu yolla xarakterizə edilməsi çalarların psixoloji təsviridir. Bunun əksi olaraq, Vinin yerdəyişmə qanununda nəzərdə tutulan fiziki təsvir bu fenomeni spektral pikin daha qısa dalğa uzunluqlarına keçməsi və bunun da yüksək temperaturlar üçün daha çox maviyə çalan ağ rənglə nəticələnməsi ilə izah edir.

FOTOİŞIQ

Fotojurnalist təbii işıq mənbələrinə əlavə olaraq, elektron impuls lampaları kimi süni işıqlandırma mənbələrindən istifadə edə bilər. Yarımpeşəkar və istehlakçı modellərin əksəriyyətində fotoışığı quraşdırılıb. Bu cür fotoışıklar pəşəkar fotojurnalist üçün çox da faydalı deyil. Ən yaxşısı, fotoaparətdə quraşdırılmış bu cür fotoışıkları istifadə etməkdən vaz keçməkdir. Şəkilləri daha yüksək ISO dərəcəsində çəkin və ya sisteminiz üçün xüsusi fotoışığın alınmasına müəyyən məbləğdə pul xərcləyin.



Quraşdırılmış fotoışığı olan Canon EOS 7D fotoaparəti

Xüsusi fotoışiq

Seçmək üçün müxtəlif fotoışiq modelləri və istehsalçıları mövcuddur. Bütün tanınmış fotoaparət sistemlərində DSLR fotoaparət sistemləri ilə tam qarşılıqlı əlaqədə işləyə bilən xüsusi fotoışiq sistemlərinin istifadəsi nəzərdə tutulub. Xüsusi fotoışiq sistemindən istifadə etməyə başlayarkən bu sistemin və eksponometrik ölçmənin necə işlədiyi barədə qısa anlayışa malik olmaq lazımdır. Əsasən, üç fotoışiq rejimi mövcuddur:



Canon EOS 5D Mark III fotoaparətinə quraşdırılmış çıxarılıb-taxılan Canon 600 EX-RT fotoışığı

TTL fotoışiq rejimi

DSLR sistemi ilə birlikdə ən çox istifadə olunan fotoışiq ekspozisiya ölçmə üsulu TTL rejimidir (TTL ingiliscə "Through the lens" ("obyektivdən keçən") sözlərinin qısaltmasıdır). Bu, əsasən, fotoaparətin içində quraşdırılmış və ya "isti başmaq" tipli altlığa quraşdırılan xüsusi xarici fotoışığı olan fotoaparətlərdə istifadə olunan standart ekspozisiya ölçmə rejimidir. Ekspozisiya ani işıqlandırmaya əsaslanır. Fotoışığın verdiyi işığın miqdarı DSLR fotoaparətin korpusunda quraşdırılmış sensorun (matrisanın) vasitəsilə obyektivdən tənzimlənir.

TTL rejimində fotoışiq ekspozisiyanı səhnədən və ya çəkiliş obyektindən əks olunan işıqdan ölçərək hesablayır və səhnənin ekspozisiya dərəcəsi düzgün olduğu an fotoaparətin içindəki sensor fotoışığı söndürür. TTL rejimindən istifadə edərkən fotoışığın gücü və müddəti fotoaparətin ISO həssaslığına və diafraqma kəsiyinin dəyərinə əsaslanır. Fotoaparətlərin əksəriyyətində obyektivdən keçən fotoışığın ekspozisiya dərəcəsi sizin fokus nöqtənin olduğu eyni sahədən götürülür. TTL fotoışiq rejimində heç bir ilkin fotoışiq olmur. Müxtəlif fotoaparət istehsalçıları TTL rejiminin əsas prinsiplərinə əsaslanan müxtəlif variantlarda sistemlər istehsal edirlər. Sizin fotoqrafiya ehtiyaclarınıza ən uyğun olan variantı müəyyən etmək üçün istifadəçi təlimatını oxuyun.

Fotoışıqla çəkilən şəkillərdə ekspozisiya dərəcəsi həddən artıq çox olduğu halda (çox işıqlı şəkil), fotoışiqda və ya fotoaparətdə ekspozisiyanın kompensasiya parametrlərini aşağı salmaqla fotoışığın gücü azaldılmalıdır (sizin sistemdə ən yaxşı olan üsulu tapmaq üçün istifadəçi təlimatına baxın).

Avtomatik (A) – bu rejimdə, xarici fotoışığın sensoru fotoışığın ekspozisiya dərəcəsini idarə edir.

Ekspozisiyanın düzgün olmasını təmin etmək üçün avtomatik rejimdə işləyərkən fotoışiqda seçilən diafraqma və ISO həssaslığının parametrləri fotoaparətdə istifadə olunan parametrlərlə eyni olmalıdır. Fotoaparət fotoışığı işə salır, fotoışiqdakı sensor çəkiliş obyektindən əks olunan işığı ölçür və fotoışiqda verilmiş diafraqma və ISO həssaslığının parametrlərinə əsasən çəkiliş obyektinin ekspozisiya dərəcəsi düzgün olduğu an enerji verilişini kəsir. Unutmayın ki, fotoışığın ölçməsi və fotoaparətin eksponometri bir-birindən müstəqil işləyir.

Manual (əl ilə) (M) rejim ənənəvi olaraq fotoışığın istifadə olunduğu əsas üsuldur. M-rejimi fotoışığın ekspozisiyası ilə bağlı hər şeyə tam nəzarət etmək

imkanı verir. Bu zaman ISO həssaslığı, sinxronizasiya sürəti, diafraqma parametri seçilir və fotoışiqdan çəkiliş obyektinədək olan məsafə əl ilə hesablanır. Fotokameradan istifadə etdikdə yalnız fotoışiq maksimal dərəcədə enerjinin verilməsi ilə işə salınır. Sinxronizasiya sürətini düzgün seçmək vacibdir. Mümkün olan ən yüksək sinxronizasiya sürətini müəyyən etmək üçün fotoaparətin istifadəçi təlimatına baxın (adətən, 1/60-dən 1/250 saniyəyədək). Fotoışiqdan və sinxronizasiya sürətindən daha aşağı olan pərdə sürətindən istifadə etmək mümkündür.

Diafraqmanın ölçüsü çox böyük və ya fotoışiqdan çəkiliş obyektinədək olan məsafə çox qısa olduğu halda, şəklın ekspozisiya dərəcəsi həddən artıq ola bilər və əksinə, diafraqma çox kiçik ölçülü və ya fotoışiqdan çəkiliş obyektinədək olan məsafə çox böyük olduğu halda, şəklın ekspozisiya dərəcəsi az ola bilər. Fotoışığı əl rejimində istifadə edərkən siz nə etdiyinizi bilməlisiniz, çünki siz fotoışığı tam olaraq idarə edirsiniz. İşığın miqdarını düzgün ölçmək və ekspozisiya dərəcəsinin düzgün olmasını təmin etmək üçün flaşmetrdən istifadə etmək çox faydalı ola bilər.

Fotoışiq əl ilə rejimində istifadə olunduğu zaman düzgün ekspozisiya dərəcəsinin hesablanması üçün bu əsas qaydadan istifadə olunur: fotoışiqdan çəkiliş obyektinədək olan məsafə (futlarla) fotoışığın aparıcı rəqəminə bölünür: (fotoışığın aparıcı rəqəmi ÷ fotoışiqdan çəkiliş obyektinədək olan məsafə = diafraqma dəyəri (f-stop)).

Videoçəkiliş üçün işıqlandırıcı cihaz

DSLR fotoaparətlə video çəkilişi zamanı təbii işıqlanma şəraitində çəkiliş üçün işıqlandırmanın çox zəif olduğu hallarda siz, çox güman ki, LED (ışıq şüalandıran diod) əsaslı video işıqlandırıcı cihazdan istifadə etməlisiniz. Geniş çeşiddə müxtəlif məhsullar arasından seçim etmək olar. Ən əsas odur ki, bu LED əsaslı cihaz:

- işıq çıxışının miqdarını tənzimləməyə imkan versin,
- sabit rəng temperaturu və müxtəlif rəng temperaturlarına tənzimlənmək üçün filtr dəsti olsun,
- fotoaparət çantasına qoyub daşınıla bilsin.



ALZO 749 LED əsaslı video işıqlandırıcı cihaz

Unutmayın!

- Fotoışiqdan istifadə edərkən maksimal (ən tez) pərdə sürəti sizin fotoaparətinizin sinxronizasiya sürətidir (fotoaparətinizin sinxronizasiya sürətini yoxlamaq üçün fotoaparətinizin istifadəçi təlimatına baxın, fotoaparətlərin əksəriyyətində bu, 1/200 və ya 1/250 saniyədir).

- Fotoışiq yüksək sürətli sinxronizasiyanı dəstəkləmirsə, daha tez pərdə sürətlərindən heç vaxt istifadə olunmamalıdır. Pərdə sürəti sinxronizasiya sürəti və ya daha yavaş sürət həddində qurulduğuna görə, fotoaparət fotoışığı avtomatik olaraq sinxronizasiya sürəti həddində tənzimləyəcəkdir.

- Manual (M) rejimdə pərdə sürəti sinxronizasiya sürətinə və ya daha yavaş sürətə qurulmalıdır, əks halda, çəkilən şəkildə qara zolaqlar olacaq. Bu ona görə baş verir ki, fotoışiq sensoru tam olaraq ekspozisiya etməyə macal tapmamış, pərdə bağlanmağa başlayır.

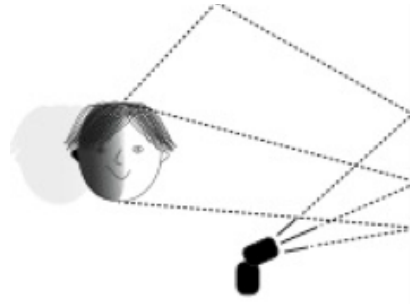


Foto Con Petter Evensenindir.

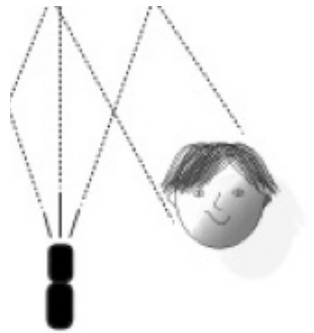
Fotoışiqdan ən yaxşı tərzdə istifadə edilməsi

Fotoışıqla çəkilən şəkillərdə əla keyfiyyətli işıqlandırmanın alınmasının bir neçə üsulu var. Norveçli müəllif Jostein Gaarderin yuxarıdakı şəkildə fotoışığın düşmə bucağı sağ tərəfə istiqamətlənir və işıq, növbəti səhifənin yuxarı sol tərəfindəki şəkildə göstəriləndiyi kimi, ağ divardan əks olunur.

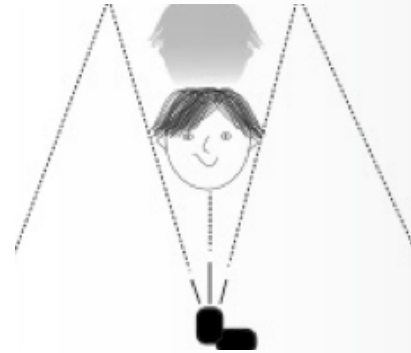
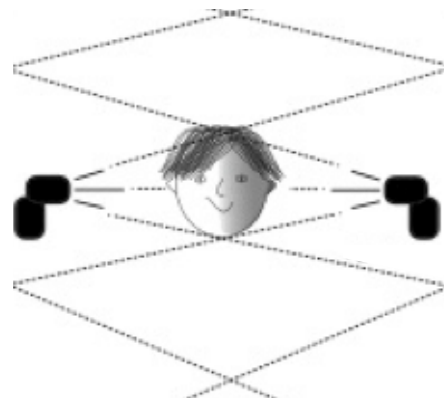
Kompozisiyada çəkiliş obyektinin balanslaşdırılmasına diqqət yetirin. Üz və qol azacıq sağ tərəfə dönrək təsvirin sağ tərəfindəki neqativ fəzanı balanslaşdırır.



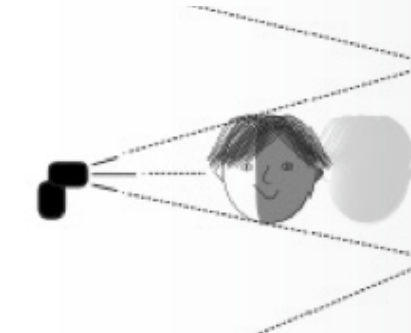
İşığın divardan əks olunması (əgər divar neytral rəngdədirsə) işığın intensivliyini azaldır və təsvirdəki şəxsin üzünün digər tərəfində yumşaq kölgə yaradaraq portretə (və ya səhnəyə) daha səciyyəvi işıq verir.



Fotoişığın başlığını düz yuxarı qaldırmaqla və ya başlığı 10-150 arxaya əyməklə işığın tavadan əks olunması işığın intensivliyini azaldır və portretə və ya səhnəyə bərabər işıq verir.



Ön tərəfdən yönəldilmiş birbaşa fotoişıq portretə və ya səhnəyə sərt, rəvan işıq, lakin şəxs divara çox yaxındırsa, tünd kölgələr verir.



Bir tərəfdən yönəldilmiş birbaşa fotoişıq yaxınlıqdakı portretə (və ya səhnəyə) sərt, rəvan işıq və şəxsin üzünün digər tərəfində qatı kölgələr verir.

İki tərəfdən yönəldilmiş birbaşa fotoişıq ilə yaxınlıqdakı portretə (və ya səhnəyə) sərt, rəvan işıq və şəxsin üzünün ekspozisiyanın kompensasiya parametri – 2 addım qoyulmuş fotoişığa baxan digər tərəfində isə daha yumşaq işıq verir.

OBYEKTİVLƏR

DSLR fotoaparətların əksəriyyətində əvəz edilən obyektivlər olur, yığcam rəqəmsal fotoaparətların əksəriyyəti isə zum-obyektivlə təchiz olunur. Bu seçimlər fotoqrafiyanın funksionallığını əhəmiyyətli dərəcədə zənginləşdirir.

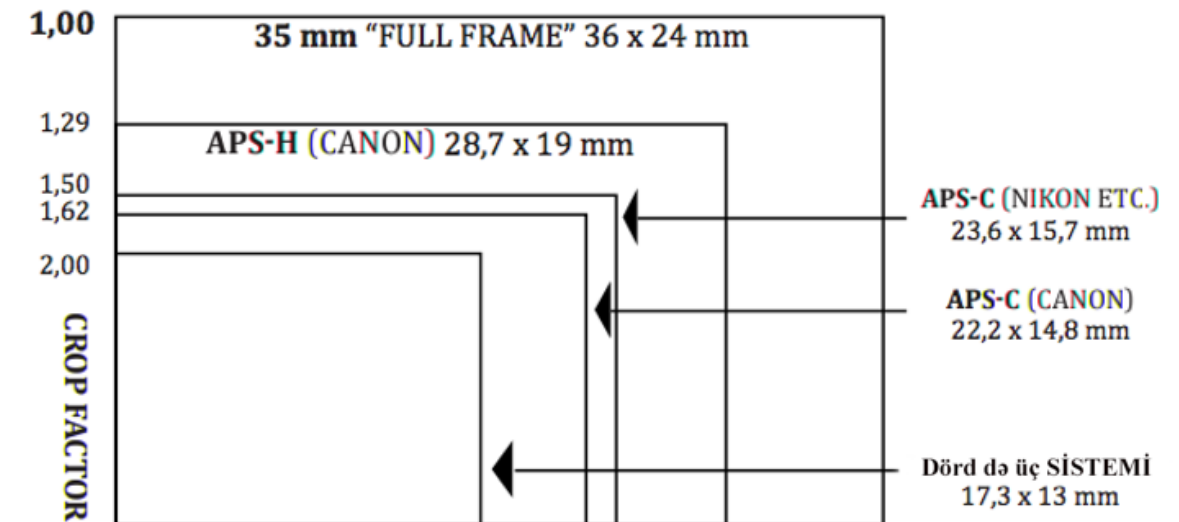
Məsələn, müəyyən formatlı plyonka üçün istifadə edilən standart obyektiv çəkiliş zamanı insan gözünün görmə sahəsinə təxminən bərabər olan eyni görünüş sahəsinə əhatə edir. Obyektiv dəyişməklə kameranın yerini dəyişmədən görünüşü genişləndirmək və ya daraltmaq olar.

FOKUS MƏSAFƏSİ

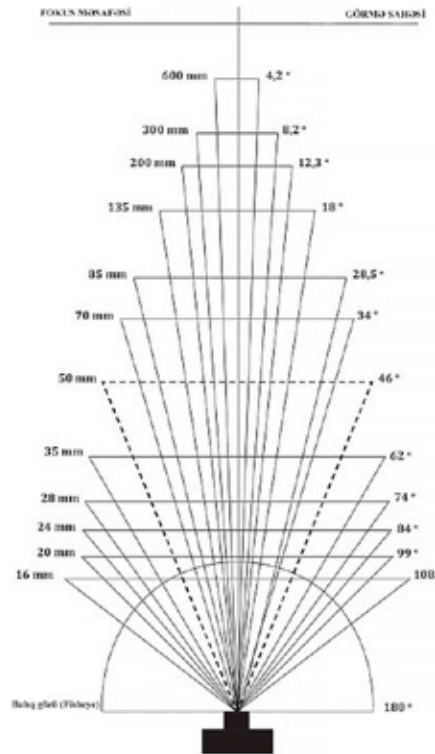
Fokus məsafəsi paralel işıq şüaları obyektivə düşdüğü zaman lınzanın tam mərkəzi hissəsi və işığahəssas matrisanın səthi arasındakı məsafədir. Fokus məsafəsi millimətlə ölçülür. Fokus məsafəsinin qiyməti matrisanın diaqonal uzunluğundan asılı olaraq dəyişir.

Məsələn, ənənəvi 35 mm-lik plyonka formatına bərabər olan matrisa üçün obyektivin fokus məsafəsi 50 mm təşkil edir. Fokus məsafəsi 50 mm-dən qısa olan obyektivlərə genişbucaqlı obyektivlər deyilir. Uzun fokus məsafəli obyektivlər, teleobyektivlər və ya uzun fokuslu obyektivlər adlanır.

Rəqəmsal fotoaparətin matrisa formatı fotoaparətdə istifadə olunan müəyyən bir obyektivin görmə bucağını müəyyən edir (şəkil 44). Xüsusilə, rəqəmsal güzgülü fotoaparətlərdə matrisanın ölçüsü 35 mm-lik tamformatlı kameraların 24 mm × 36 mm-lik kadr sahəsinin ölçüsündən daha kiçik olur və buna görə də daha ensiz görmə bucağına səbəb olur. 35 mm-lik plyonkalı fotoaparətlər üçün istehsal edilən obyektivlər rəqəmsal fotoaparətlərə taxılıb istifadə oluna bilər, lakin 35 mm-lik fotoaparət obyektivinin daha iri təsvir sahəsi fotoaparətin daxilinə arzuolunmayan işığın keçməsinə səbəb olur və matrisanın 35 mm-lik plyonka formatı ilə müqayisədə daha kiçik ölçüsü təsvirin kəsilməsi ilə nəticələnir. Bu effekt görmə sahəsinin kəsilməsi və ya krop-amil kimi tanınır. Kadr ölçüsünün nisbəti (35 mm-lik plyonka formatına nəzərən) görmə sahəsinin krop-amili, krop-amil, obyektiv amili, fokus məsafəsinin dəyişmə əmsalı, fokus məsafəsinin böyümə əmsalı və ya obyektivin böyütmə əmsalı kimi tanınır.



Yarımpəşəkar və pəşəkar fotoaparət sistemlərində istifadə ənənəvi matrisa ölçüləri



Müxtəlif obyektivlərin görmə sahəsinə uyğunluğunun ümumi təsviri

Çoxməqsədli obyektivlər

Adi foto çəkilişlər üçün sizə 16-35 mm diapazonunda genişbucaqlı obyektivdən, normal 50 mm-lik obyektivdən və 70-200 mm diapazonunda teleobyektivdən ibarət olan obyektivlər dəsti lazımdır. Fotojurnalistlərin yuxarıda göstərilən obyektivlərin çeşidini özündə birləşdirən zum-obyektivlərdən istifadə etməsi kifayət qədər geniş yayılan haldır. Bu, müxtəlif diapazonlu fokus məsafələrinin yalnız bir obyektivdə təmin olunmasını imkanlaşdırır. Bəzi peşəkarlar sabit fokus məsafəli obyektivlərdən istifadə etməyə üstünlük verirlər.

Standart (normal) və ya 50 mm-lik obyektiv

Fokus məsafəsi 50 mm olan standart və ya normal obyektivin matrisə ölçüsü ənənəvi 35 mm-lik pilyonka formatına bərabərdir. 50 mm-lik obyektiv mənzərə portretlərinin, fotoreportajların və ya təhrif olunmuş perspektivlərin olmaması istənilən şəkillərin çəkilişi üçün uygundur.



Canon EF 50 mm f/1.2 USM

Genişbucaqlı obyektivlər

35 mm-lik pilyonkalar üçün tipik genişbucaqlı obyektivlər 15 mm-lik, 24 mm-lik, 28 mm-lik və 35 mm-lik obyektivlərdir. Reportaj hazırlamaq və hadisə yerindən xəbərləri işıqlandırmaq üçün səhnəni, bir qrup insanı əks etdirmək və ya giriş və ya ümumi təsvir çəkilişləri etmək üçün uygundur.



Canon EF 24 mm f/1.4 USM

Teleobyektivlər

Teleobyektivlər 135 mm-lik, 200 mm-lik, 300 mm-lik və 500 mm-lik obyektivlərdir. Zum-obyektivlərlə müqayisədə, sabit fokus məsafəli obyektivlər daha təkmilləşdirilmiş optik sistemə malikdirlər. Canon 300 mm f/2.8 kimi teleobyektivlər fotoqraftan uzaq məsafədə olan obyektlərin şəklini çəkmək üçün uygundur, məsələn, futbol meydançasında oynayan futbolçu.



Canon EF 300 mm f/2.8 USM IS

Zum-obyektivlər

Belə obyektivlərin fokus məsafəsi lazım olan kadri tutmaq üçün dəyişdirilə bilər. Fokus məsafəsi, adətən, 16-35, 35-70 mm və 70-200 mm diapazonunda dəyişir.



Canon EF 50 mm f/1.2 USM

Təbiət fotoşəkillərini çəkmək üçün zum-obyektivdən istifadə etmək çox rahatdır, belə ki, zum-obyektiv bir sıra adi obyektivləri çox əla əvəz edir. Zum-obyektiv yalnız lazım olan obyektə kadra salmağa imkan verir. Uzunmüddətli ekspozisiya zamanı miqyası böyüdü-b-küçüldürkən belə obyektivlər qeyri-adi effektlər yarada bilər. Onların əsas çatışmazlığı fokus məsafəsi yuxarıda göstərilmiş zum-obyektiv üçün mümkün olan ən yüksək fokus məsafəsi ilə eyni olan obyektivin ağırlığına bərabər çəkisidir. Adi 200 mm-lik obyektiv nisbətən kiçik və yüngüldür, 70-200 mm-lik zum-obyektivin çəkisi isə, 200 mm-lik obyektivin çəkisi qədər olacaqdır.



Canon EF 70-200 mm f/2.8 USM

Digər obyektiv növləri

Sadəcə, müəyyən hallarda istifadə etməyə rahat olan bəzi obyektivlərdən fərqli olaraq, çoxməqsədli obyektivlərin tətbiq sahəsi daha genişdir.

Makro obyektivlər

Belə obyektivlər yaxın məsafədən şəkil çəkmək üçün nəzərdə tutulub. Makro obyektivlərin fokus məsafəsi normal olaraq 55 mm, 105 mm və 200 mm təşkil edir. Zum-obyektivlərin əksəriyyəti makro obyektivlər kimi istifadə edilə bilər. Obyektivlərin böyük məsafədən çəkilişi zamanı makro obyektivdən standart obyektiv kimi istifadə edilə bilər. Belə obyektivlər adi obyektivlərə nisbətən daha bahalıdır, lakin əgər sizə

müntəzəm olaraq obyektivlərin iri planda şəkillərini çəkmək lazımdırsa, onlara qoyduğunuz xərc özünü doğruldacaqdır.

Perspektivin təhrifini tənzimləyən obyektiv və ya Şift-obyektiv (optik oxu dəyişən obyektiv)

Əksər hallarda bu, linzanın yeri pilyonkaya və ya matrisəyə nəzərən şaquli və ya üfüqi istiqamətdə dəyişə bilən genişbucaqlı obyektivlərdir (28 mm və ya 35 mm). Bu xüsusiyyət texniki fotoqrafiyada istifadə olunan fotoaparatlarda imkanları ilə oxşardır və obyektivlərin və ya hündür binaların fotoşəkillərini şaquli xətlərin kəşiməsi olmadan çəkməyə imkan verir. Bəzi obyektivlər də dəqiqliyin nizamlanması funksional imkanına malik olurlar. Bunlar çox bahalı obyektivlərdir və onların tətbiqi olduqca məhduddur.

"Balıq gözü" (Fisheye) obyektivlər

Bu, çox qısa fokus məsafəli (6,8 mm və ya 10 mm) obyektivlərdir. Buna görə də onların görünüş bucağı çox genişdir. Belə obyektivlər ən qısa fokus məsafəsi ilə (6 mm) 220°-yə bərabər olan görünüş bucağını əks etdirir, yəni arxasında görünən hər şeyi əhatə edir. Bu obyektivlərin bəziləri təsviri matrisanın bütün səthinə köçürür, digərləri isə, matrisanın üzərində dairəvi formalı təsvir əks etdirir. Onların qiyməti baha, tətbiqi isə məhduddur.

DSLR FOTOAPARATDA VİDEOKAMERANIN QURULMASI

Video çəkmək üçün DSLR fotoaparattan istifadə edərkən əsas quraşdırmaların düzgün edilməsi vacibdir. Azərbaycanca video standartı olaraq PAL sistemindən istifadə olunur. Bu, dünyanın 120 ölkəsində analoq televiziya yayımı üçün istifadə edilən rəng kodlaşdırma sistemidir.

- Video standartı üçün PAL sistemini seçin.
- Mümkün olan ən yaxşı təsvir keyfiyyətini almaq üçün keyfiyyətin ən böyük ölçüsü seçilməlidir. Bu, ya 1920 x 1080, ya da ki, 1280 x 720 olacaqdır.
- Kadrların tezliyi saniyədə 25 kadr seçilməlidir.
- Mümkün qədər neytral təsvir üslubunu seçin.

ƏSAS SƏS AYARLARI

Səsi veb-sayt üçün 44.100 Hz/stereo və ya yayım üçün 48.000 Hz/stereo, 24 bit/WAV (və ya hər hansı digər sıxılmamış formatda, məsələn, AIFF kimi), eləcə də sərt diskə yazan videoyazıcı ilə birlikdə qoşma mikrofondan istifadə edərək yazın.

Həmişə qulaqlıqdan istifadə edin və səs ölçülərinə/səviyyələrinə nəzarət edin, onlar 6 və 12 db arasında olmalıdır. Müsahibə yazısında səs 12 db-dən bir qədər yüksək olmalıdır.

Videonun əsl film kimi görüntülü olması üçün çəkiliş zamanı kadr tezliyindən iki dəfə artıq pərdə sürətindən istifadə edilməlidir. Saniyədə 25 kadr tezliyindən (25fps) istifadə etdikdə çəkiliş 1/50 saniyə pərdə sürəti ilə aparılmalıdır. Düzgün ekspozisiya dərəcəsini almaq üçün müvafiq diafraqma dəliyi və avtomatik ISO seçilməlidir.

Bəzi hallarda istifadə etmək istədiyiniz diafraqma ayarı üçün sizə işığın miqdarını azaldan neytral filtrlər (ND) lazım ola bilər.

KOMPOZİSİYA QAYDALARI

“Fotoşəkil çəkməzdən əvvəl kompozisiya qaydaları haqqında düşünmək gəzməyə çıxmadan əvvəl ağırlıq qanunları haqqında düşünmək kimi bir şeydir”.

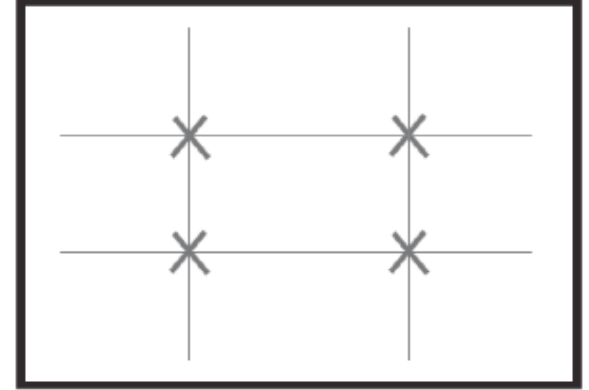
Edvard Ueston, fotoqraf

Bir fotojurnalist kimi kompozisiya qaydalarına məhəl qoymamaq qeyri-mümkündür. Edvard Uestonun ifadə etdiyi kimi, oxucunun məhz siz istədiyiniz kimi dərk etməsini və hiss etməsini təmin etmək üçün, kadr çərçivəsi daxilində elementlərin quruluş tərtibatını başa düşmək olduqca vacibdir. Kompozisiya qaydalarına qarşı çıxmaq və ya onları pozmaq üçün sizdə güclü səbəb varsa, onda elə bunun üçün siz bu qaydaları yaxşı bilməlisiniz.

Fotoşəkilin kompozisiyasında ən başlıca amil elementlərin kadr çərçivəsində yerləşdirilməsidir. Təcrübəsiz fotoqraflar seçdikləri çəkiliş obyektini diqqət mərkəzində saxlamaq üçün onu çox vaxt kadrın düz mərkəzində yerləşdirirlər. Belə fotoşəkillər, əsasən, darıxdırıcı və maraqsız olur. Dəyirmi formalar, məsələn, kadrın mərkəzində yerləşdirilmiş güllər, şəklə qeyri-adi effekt verir. Arxa plan elementlərinə də diqqət yetirilməlidir.

“Qızıl bölgü” qaydası

Kompozisiyaların hazırlanmasında bir çox fotoqraflar kadr daxil olan təsviri doqquz bərabər hissəyə bölərək, “qızıl bölgü” qaydası deyilən üsuldən istifadə edirlər. Bunu etmək üçün kənarlarda bir-birindən bərabər məsafədə yerləşən iki xəyali şaquli xətt, sonra isə eyni qaydada iki üfüqi xətt çəkilməlidir. Çəkiliş obyektinin əsas hissəsi xəyali xətlərin kəsişməsindən alınan dörd nöqtədən birinin üzərinə yerləşdirilir. İlk baxışdan, kompozisiya bir qədər balanssız görünə bilər, lakin təsvirin qalan 2/3 hissəsini dolduran elementlərin vasitəsilə çəkiliş obyektini balanslı olacaqdır. Aydın üfüqi xətləri olan obyektin fotoşəkillərini çəkirsinizsə, məsələn, görünüşə daxil olan üfüq, onu kadrın ortasında deyil, “üçdə bir hissələrin” birində yerləşdirməyə çalışın. Bu, kompozisiyaya dinamiklik verəcəkdir. Eynilə, diaqonalları, əgər mümkündürsə, kadrın ortasından deyil, “üçdə bir hissələrin” üstündən çəkmək daha yaxşı olar.



Qızıl bölgü qaydası



Foto Con Petter Evensenindir.



Foto Con Petter Evensenindir.

Diaqonallar

Formatda dinamika və hərəkət təəssüratı yaradır. Güclü kompozisiya yaratmaq üçün şəklın mühüm elementlərini diaqonal boyunca yerləşdirmək lazımdır.

Perspektiv

Perspektiv - yerindən, uzaqlığından və sair amillərdən asılı olaraq çəkiliş obyektlərinin arasında olan vizual əlaqədir. Fotoşəkildə perspektivin ən çox nəzərəçarpan effekti odur ki, arxa planda olan obyektlər ön planda olan obyektlərə nisbətən daha kiçik görünür. Perspektiv effekti paralel xətlər (yollar, dəmir yolları) uzaqlaşdıqca üfəqdə bir-birinə qovuşanda və nəzərlər ön plandan arxa plana yönələn zaman yaranır. Xətlərin birləşdiyi xəyali nöqtəyə "konvergeniya nöqtəsi" deyilir. Eyni effekti hündür bir binaya baxarkən görmək olar – onun divarları bu xəyali nöqtədə birləşəcəkdir. Bu fenomen **xətti perspektiv** kimi tanınır. Çəkiliş nöqtəsini, yəni fotoaparatin mövqeyini dəyişərək siz kadrda perspektivi idarə edə bilərsiniz.

Belə bir fikir geniş yayılmışdır ki, teleobyektivlərlə çəkilən şəkillərdə perspektiv nizama salınır, genişbucaqlı obyektlərdə isə o, təhrif olunur. Bu fikir sabit nöqtədən edilən çəkilişlər üçün doğrudur. Əgər siz kadr çərçivəsində obyektin ölçüsünü dəyişmədən çəkiliş nöqtəsini dəyişsəniz (yəni teleobyektivdən istifadə edərkən çəkiliş obyektindən uzaqlaşsanız və genişbucaqlı obyektdən istifadə edərkən ona yaxınlaşsanız), hər iki şəkildə perspektiv eyni olacaq. Müxtəlif obyektləri təcrübədən keçirəndən sonra siz obyektin və çəkiliş nöqtəsinin dəyişilməsinin perspektivə necə təsir göstərdiyini öyrənəcəksiniz.

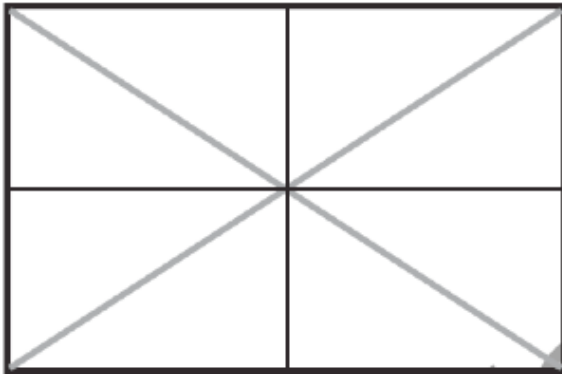


Foto Con Petter Evensenindir.

Çarpaz kompozisiya

Üfüqi və şaquli xətlərin kəsişməsi xaç formasında şəkil əmələ gətirir. Adətən, bir qədər durğun, hərəkətsiz və aydın istiqamətli görünüş yaranır.



Foto Con Petter Evensenindir.

Üçbucaq kompozisiya

Baza xətti üzərində yerləşdirildikdə əsaslı və həmahəng təsir bağışlayır. Başaşağı çevrilmiş vəziyyətdə üçbucaq tarazlaşdırılmamış görünür. Üçbucaqlar kompozisiyada istiqamət göstərən aydın işarələr kimi rol oynaya bilər.



Foto Jon Petter Evensenindir

Cərgəli kompozisiya

Cərgəli kompozisiya sxemi qədim tarixə malikdir. Bu sxemi hələ qədim misirlilər istifadə ediblər. Onlar üfüqi və ya şaquli xətlər boyunca müxtəlif rəsmlər çəkərək kitab səhifələri kimi oxuna bilən tam sətir kompleksləri yaratmışdılar. Fotoqrafiya sənətində bu kompozisiya sxemi şəkildəki müəyyən əsas elementləri və ya strukturları təkrarlamaq üçün faydalıdır.



Foto Con Petter Evensenindir.

TƏSVİR, VIDEO VƏ SƏSİN MONTAJI

EHTİYAT NÜSXƏLƏR YARADIN!!!

• Xarici sərt diskdə çəkdiyiniz səs, şəkil və video faylların ehtiyat nüsxələrini saxlayın.

• Redaktə prosesində kompüterin xarab olması və ya digər səbəbdən faylları təsadüfən itirdiyiniz halda, ehtiyat nüsxələrin olması sizi pis vəziyyətdən çıxara bilər.

Redaktə zəhmətli iş olsa da, redaktə proqramının əsas xüsusiyyətlərini öyrəndikdən sonra bu, çox maraqlı bir məşğuliyət ola bilər. Müxtəlif redaktə proqramları bir-birindən tərtibatı və istifadəçi interfeysi ilə fərqlənirlər, lakin onların hamısı idarə etmək üçün öyrənilməsi tələb olunan eyni əsas xüsusiyyətlərə malikdir.

Montaj öncəsi

Fotokameradan kompüterə

Əvvəlcə siz şəkilləri, səs yazılarını və ya video klipləri redaktə etmək üçün fotokameradan kömpüterə köçürməlisiniz. Bunun üçün: fotokameranı kompüterə birləşdirin və ya sadəcə yaddaş kartını kompüterin kart oxuyucusuna yerləşdirin.

• **Video kliplər:** Videoklipləri sərt disk toplayıcısının video bölümündəki video qovluğuna idxal edin. Əsas qovluğu layihənin adı ilə adlandırın. Faylları bir neçə ayrı-ayrı disklərdə və ya kompüterlərdə saxlamayın!!! Bu, videoyazının redaktə prosesində qarmaqarıışıqlıq yaradacaqdır.

• **Şəkil faylları:** Şəkil fayllarını sərt disk toplayıcısında şəkil qovluğuna idxal edin. Əsas qovluğu layihənin adı ilə adlandırın. “İşlənmemiş” və “redaktə edilmiş” adlı iki altqovluq yaradın.

• **Səs faylları:** Səs fayllarını sərt disk toplayıcısında səs qovluğuna daxil edin. Əsas qovluğu layihənin adı ilə adlandırın. “İşlənmemiş” və “redaktə edilmiş” adlı iki altqovluq yaradın.

Multimedia layihələri

Bütün şəkillər işləndikdən, səs klipləri redaktə edildikdən sonra bütün fayllar video faylları ilə birlikdə sərt disk toplayıcısının video bölümündəki video qovluğuna idxal edilməlidir. Əsas qovluğu layihənin adı ilə adlandırın. Qovluğu video, səs və şəkil qovluqlarına bölün və müxtəlif elementləri bir-birindən ayrı müvafiq qovluqlarda saxlayın. Şəkillər şəkil qovluğunda, videolar video qovluğunda və səs yazıları səs qovluğunda olmalıdır.

Materialın yerbəyer edilməsi

• Çəkdiyiniz bütün klipləri çeşidlədikdən sonra onları qovluqlara ayırıb yerbəyer etmək lazımdır. Əsas qovluğa ümumi layihəyə aid olan yaddaqalan bir ad qoyun.

• Əsas video, səs və şəkil qovluqlarınızda hazırladığınız materialı əlavə olaraq tarixə, yerə, hadisəyə və ya materialın təşkil olunmuş qaydada saxlanmasına kömək edən hər hansı digər amillərə görə hissələrə bölə bilərsiniz.

Redaktəyə başlama

Şəkil redaktə proqramının ümumi tərtibatı

Photoshop və ya Lightroom kimi şəkil redaktə proqramlarından istifadə etmək ilk vaxtlarda sizin üçün müəyyən qədər çətin görünə bilər. Bütün şəkil redaktə proqramları eyni əsas funksiyaların əsasında tərtib olunmuşdur.

• Faylları proqrama idxal etmək üçün nəzərdə tutulan idxal bölməsi.

• Səviyyələrin, ekspozisiya dərəcəsinin, rənglərin, kontrastın, dolğunluğun və s. nizama salınması kimi şəkillərin müxtəlif cür işlənməsi üçün faydalı alətlər dəstinə malik olan tərtibatçı.

• Müvafiq ixrac ayarlarını və formatını seçmək üçün nəzərdə tutulan ixrac bölməsi.

Videoredaktə proqramının ümumi tərtibatı

Multimedia materialını yaradarkən siz video redaktə proqramının vasitəsilə videocərgələri, şəkilləri və müxtəlif səs elementlərini birləşdirərək hekayənizi redaktə edirsiniz. Demək olar ki, bütün video redaktə proqramları eyni əsas quruluşa malikdir.

• Proqramda bunker (bin) adlanan sahə var. Videomaterialda istifadə etmək istədiyiniz bütün videoyazılar, audio kliplər və hətta şəkillər istinad etmək üçün burada saxlanılır.

• Bundan əlavə, proqramda müddət şkalası (timeline) var. Müddət şkalasının vasitəsilə siz klipləri istədiyiniz ardıcılıqla təşkil edə və bütün kəsinti əməliyyatlarını yerinə yetirə bilərsiniz.

• Nəhayət, proqramda ilkin baxış pəncərəsi var ki, burada siz müddət şkalasında cari olaraq seçdiyiniz materiallara baxa bilərsiniz.

Haşiyyə

• Hər bir klip (şəkil, səs və ya video) bunkerdən müddət şkalasına sürükləyin. Hər bir klipin yalnız ən mühüm hissələrini istifadə etmək üçün müddət şkalasında siz videoların artıq hissələrini kəsib ata bilərsiniz.

• Hər bir klipin harada başlanacağı və qurtaracağı yerləri seçdikdən sonra biçmə alətindən istifadə edin.

• Müxtəlif kombinasiyaları və həlləri sınaqdan keçirməkdən qorxmayın. Eksperiment aparın!

Keçidlər

Veb-saytlarda yerləşdirilən bir çox sənədli filmlərin redaktə edilməsində keçidlərdən çox az istifadə edilir. Fotojurnalistikada siz təmiz kəsintidən istifadə etməyə çalışmalısınız – heç bir keçid olmamalıdır. Bununla

belə, əgər siz hər hansı səbəbdən keçidlərdən istifadə etmək istəsəniz, onları tətbiq etmək olduqca asandır.

• İstifadə etmək istədiyiniz klip seçin və sonra onu videonuzla əlavə etmək üçün sürükləyib müddət şkalasında keçidli olmasını istədiyiniz iki klipin arasında yerləşdirin.

• Bu, sizin hekayənizin hissəsinə kəskin təsir göstərə bilər, ona görə də bir neçə müxtəlif növləri sınaqdan çıxarın və redaktə etmənin potensial problemini həll etmək üçün hekayənizi ən yaxşı şəkildə danışmağa kömək edən keçidin lazım olub-olmadığını və hansı növünün lazım olduğunu müəyyən edin.

Mətn

Mətn əlavə edilməsi multimedia layihəyə başlıqların, titrlərin və istinadların əlavə edilməsi üçün lazımdır.

• Mətn əlavə etmək üçün redaktə proqramında mətn alətini seçin və onu klipdə görmək istədiyiniz yerin üzərinə sürükləyin.

• Altbaşlıqlar üçün müvafiq ölçünü seçin və kadrda bir-birinin ardınca həddən artıq mətn istifadə etməməyə çalışın.

• Unutmayın ki, altyazı sətirlərini oxumaq üçün baxıcıya 6 saniyə lazımdır.

Səs

Unutmayın ki, səs sizin videonuzun bağlıdığı təəssüratı tamamilə dəyişə bilər. Bu, müsahibədən götürülmüş audio yazı, ətraf mühit səsi və ya yaratmaq istədiyiniz əhval-ruhiyyəyə həqiqətən uyğun olan bir musiqi ola bilər.

• Videonuzda istifadə edilmiş audioyazını redaktə etmək üçün müddət şkalasında seçdiyiniz audio zolaqları düzəltmək üçün nəzərdə tutulmuş xüsusi audio idarəetmə parametrlərindən istifadə edin.

• Audioyazıları kəsmək, səsi tədricən yüksəltmək və zəiflətmək, ümumi səs həddini tənzimləmək üçün xüsusi alətlərdən istifadə edin.

• Bəzi hallarda səs-küyü azaltmaq və ya səsə bağlı digər növ problemləri düzəltmək üçün sizə ekvalayzərdən istifadə etmək lazım ola bilər.

İxrac

Yuxarıda göstərilən bütün addımları atdıqdan sonra videonuzu paylaşmaq və ya Youtube, Vimeo və s. bu kimi İnternet səhifələrinə yükləmək üçün siz redaktə etdiyiniz bütün materialları bir videofayla toplamalısınız. Bu proses göstərmə, sıxılma və ixrac adlanır. Seçilmiş yayım kanalı üçün mümkün olan ən yaxşı keyfiyyəti (və paylanmanı) təmin etməkdə parametrlərin düzgün seçilməsi olduqca vacibdir.

Öyrəndiklərimizi yoxlayaq

• Bu bölümə siz fotoqrafiyanın əsas üsullarını;

• Müxtəlif çəkiliş şəraitlərində ekspozisiyanın əsas prinsiplərini, fotoaparattızdakı eksponometrəndən istifadə etməyi, ISO parametrlərini, ekspozisiya (açıqqalma) müddətini və diafraqma ayarını düzgün seçməyi, eləcə də fokusa alma üsullarını;

• Fotoobyektivlərin müxtəlif növlərini, onlardan necə və nə vaxt istifadə etməyi;

• Video çəkmək üçün DSLR fotoaparattın necə qurulmasını;

• Səs yazmaq üçün tələb olunan əsas quruluş parametrlərini və səsin necə yazılmasını;

• Şəkil kompozisiyasının əsas anlayışını, şəkillərin, videonun və səsin redaktə edilməsi üçün istifadə olunan əsas proqramları və alətləri, vizual materialların əsasında multimedia layihələrinin yaradılmasını öyrəndiniz.

YADDAN ÇIXARMAYIN!

Saatlarla üzərində işləyib redaktə etdiyiniz materialı bir səhv üzündən bir an içində itirməkdən üzücü bir şey yoxdur.

• Redaktə işinə başladığınız zaman siz layihəyə ad qoymalı və layihə faylını kompüterinizdə saxlamaq üçün bir yer təyin etməlisiniz. Bunun üçün xüsusi videodiskdən və ya kompüterin sərt diskinin video bölümündən istifadə etmək məsləhət görülür. Layihəyə müvafiq hesab etdiyiniz bir ad qoyun

• Çalışın ki, işlədikcə və ya ən azı hər saatda bir neçə dəfə materialı yaddaşda saxlamağa vərdis edəsiniz.

• Bu, layihədə əhəmiyyətli redaktələr etdikdən sonra xüsusilə vacibdir.

Tez-tez xatırlayın!

HEKAYƏNİN TARİXİNDƏN

Hekayələr bizim düşüncə və fikirlərimizin təzahürüdür. Onlar bizim həyatın mənasını necə başa düşdüyümüzü göstərir. Hekayələri müxtəlif cür adlandırmaq olar – sxemlər, ssenarilər, koqnitiv xəritələr, təfəkkür modelləri, metaforalar və ya rəvayətlər. Dünyada baş verənləri necə izah etməyimiz, qərarları necə qəbul etməyimiz, qərarlarımızı necə əsaslandırmağımız, insanları necə inandırmağımız, dünyada öz yerimizi necə dərk etməyimiz, öz şəxsiyyətimizi necə formalaşdırmağımız və ictimai dəyərləri necə müəyyən edib öyrətməyimiz hekayələrdə öz əksini tapır (Rutledge, 2011).

Nələri öyrənirik?

Hekayətmənin əsas nəzəriyyələri

Montaj prosesinin quruluşunu

Hekayənin montaj qaydalarını

Şifahi hekayətmənin istər erkən dövrlərində (qədim yunan mifləri və əsatirləri, İntibah dövrünün pyesləri), istərsə də müasir zamanda (İnternet şəbəkəsində təqdim olunan müasir interaktiv sənədlə materiallarda) hekayənin dramatik quruluşu auditoriyanı cəlb etmək və onun diqqətini özündə saxlamaq üçün əsas şərtidir.

İstedadlı hekayəçilər çox vaxt mühüm bir keyfiyyətə malik olurlar – onlar hekayəni maraqlı etmək üçün nəyi danışmaq, nəyi dinləmək lazım olduğunu bilirlər. Bu zaman onlar təhkiyə ilə dramatik quruluşun vəhdətinə nail olurlar.

Yunan filosofu və mütəfəkkiri Aristotel özünün məşhur “Poetika” əsərində dramatik ideyanı “başlangıcı, ortası və sonu olan bütöv bir tam kimi” təsvir edərək, üç hissədən ibarət olan süjet quruluşunu təklif edirdi. Qədim Roma teatr tənqidçisi Horatsi “Poeziya sənəti” (“Ars poetica”) əsərində beşpərdəli quruluşu təbliğ edərək yazırdı: “Pyes beş səhnədən nə qısa, nə də uzun olmamalıdır. Beşpərdəli quruluş sonralar həm üç, həm də dördpərdəli dram əsərləri yaratmış görkəmli norveç yazıçısı Henrik İbsenin yaradıcılığında yenidən canlandırıldı. Alman dramaturqu Qustav Freytaq 1863-cü ildə yazdığı beşpərdəli dramatik quruluşun tədqiqinə həsr edilmiş “Die Technik des Dramas” adlı əsərində Freytaq piramidası kimi tanınan quruluşun mahiyyətini izah etdi (Kobre, 2012, s.6). Hekayənin süjeti beş hissədən ibarət olmalıdır: ekspozisiya, düyün, kulminasiya, çözümləmə və fəlakət.



Freytaq piramidası (“Technik des Dramas”, 1863).

Kulminasiya, adətən, üçüncü pərdədə yer tutur. Kulminasiya gərginliyin, qeyri-müəyyənliyin, dramın və ya auditoriyanın cəlb olunmasının maksimal həddə çatdığı andır.

Klassik faciədə dönüş baş qəhrəmanın taleyinin kəsinliklə pisləşdiyi andır.

Çözüm hissəsində faciənin qəhrəmanı öz faciəvi səhvinə dərk edir və ya sözlə ifadə edir. Və bu zaman qəhrəmanın taleyi məhv olur. Bu, sonuncu fəlakət anında kulminasiya nöqtəsinə çatır və dinləyiciləri və ya tamaşaçıları emosional və mənəvi təmizlənməyə - katarsisə çağırır.

Narahatlıq bitdikdən sonra Çözüm əvvəlki gərginliyi aradan qaldırır və əsərə son nöqtəni vurmağa kömək edir.

1920-ci illərdə rus folklorçusu Vladimir Propp dramatik quruluşda bənzərlikləri tədqiq etmək məqsədilə xeyli hekayə və nağıl təhlil edərək maraqlı nəticələrə gəlmişdi (Steensen, 2009, s. 96). Bütün nağılların dramatik quruluşunda bir oxşarlıq vardı və personajlar ortağ xüsusiyyətlərə malik idilər. Nağılların hamısında bir qəhrəman, bir yaramaz, bir vasitəçi, həll olunmalı bir məsələ və s. rast gəlinirdi. Bütün nağıllar əvvəlcə qəhrəmanın, sonra isə yaramazın təqdimi ilə başlayır, sonra isə qəhrəman yaramazın həyata keçirmək istədiyi planın (və mümkün fəlakətin) qarşısını almağa başlayır. Nağılların sonunda qəhrəman bu mübarizədən qalib çıxır və öz mükafatını alır (gözlə şahzadə qız, səltənətin yarısı və s.).

Sid Fildin 1976-cı ildə yazdığı “Ssenari” adlı kitabı çox vaxt Hollivud ssenaristlərinin “İncil”i adlandırılır. Fild Aristotelin təsvir etdiyi dramatik quruluşu uyğun aşkar bənzərlikləri olan üçpərdəli dramatik quruluşun və Proppun personaj tiplərinin hərtərəfli təsvirini

təqdim edir. Fildin üçpərdəli dramatik quruluşunda Freytaqın beşpərdəli quruluşu gərginliyin tədricən artırılmasını təmin etmək üçün təkrar olunur. Növbəti səhnəyə keçmək və gərginliyi daha da artırmaq üçün dinləyicilər və tamaşaçılar (eləcə də baş qəhrəmanı) intizarda qoyulur.

HEKAYƏNİN QURULUŞU

Süjet xətti müxtəlif mərhələləri, girişi, təqdimatı, inkişafı, mürəkkəbliyi, kulminasiyası və çözümlü olan üç hissədən ibarət olan hekayələr üçün ümumi sxemdir. Süjet xəttinin quruluşu gərginliyin tədricən artırılmasını təmin etmək üçün bütün hekayə boyu yüksəlir və enir.

Süjet xətti

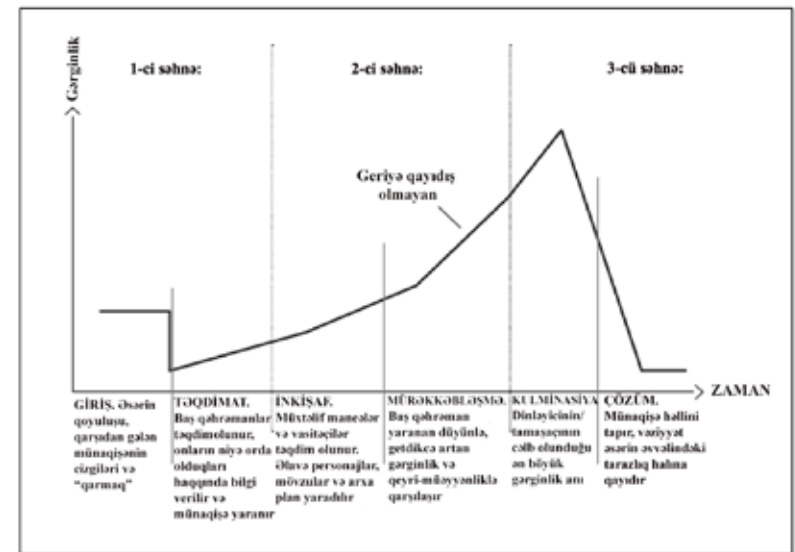
Hekayənizi planlaşdırarkən siz təkcə dramatik quruluşu arxayın ola bilməzsiniz. Bir fotojurnalist kimi sizə yaxşı bir fikir, vizuallaşa bilən hekayə gərəkdir. Siz, həmçinin, hekayənizə qüvvə və enerji verə biləcək yaxşı bir hekayəçi – baş qəhrəman tapmalısınız.

Sid Fildə görə, personaj hekayənin qəlb və ruhudur. Jurnalistikada personajlar hekayənin həqiqətə uyğun və əyani şəkildə necə inkişaf edəcəyini oxuculara göstərməyi bacarmalıdır. Fotojurnalistə tamaşaçı üçün cəlbədiçi və ilginclənəcək bir personaj lazımdır. Siz personajlarınızı seçdikdən, oxucuları onlarla tanış edib problemi açıqladıqdan sonra hekayə inkişaf edəcəkdir. Hollivudda bir çox film və tamaşaların ssenarilərində sınaqdan keçirilmiş bu metod bir çox fotojurnalistin İnternetdə dərc etdikləri hekayələrin quruluşunda da izlənilir.

Amma bəzi ssenaristlər Fildin üsulu ilə razılaşmır, onun problemlili olduğunu iddia edirlər. Onların fikrincə, bu, baş qəhrəmanda özbaşınalığın, inadçılığın yaranmasıdır (McKee, 1999). Doğrusu, bu, jurnalistika üçün problem deyil. Hər hansı bir personajın iradəsinin gücü ilə başqalarını seçilməsi təbiidir. Gerçəklikdə siz xüsusi bir mövzudan işıqlandırmaq üçün çox vaxt hekayənin ideyasını maraqlı bir insanı axtararaq onun üzərində qurmaqla başlayırsınız.

Ssenari ekspertlərinin heç də hamısı o fikirlə razılaşmır ki, yazıçı əsəri baş qəhrəmanın axtarışı ilə başlamalıdır. “Hekayə” adlı kitabın müəllifi Robert Makki (Robert McKee) bütün hekayələrin bir orijinal arxetipik ideyaya əsaslandığını iddia edən fikri dəstəkləyir. Arxetip auditoriyaya ümumi və hamıya tanış olan bir məsələni təqdim edir. Hekayənin ideyasında da buna uyğun bir ideya durur (McKee, 1999).

Sid Fildin təsvir etdiyi təhkiyə üsulu və dramatik quruluş multimediyaya kimi “yeni” formatların yaradılması prosesinə təsir göstərir. Bugünkü fotojurnalistlər təhkiyə, dramatik quruluş və auditoriyanın cəlb olunması məsələsində Hollivudun kino xadimlərindən və ssenaristlərindən çox şeyi öyrənməlidirlər.



Sizin hekayənin ideyasına uyğun olaraq qəhrəman tapıb, hekayəni qəhrəmandan keçirərək auditoriyaya çatdırma bilməyiniz çox vacibdir. Burada əsas məsələ qəhrəmanın düzgün seçimidir.

Arxetipik hekayənin ideyası sınaqdan keçirilmiş və “həqiqi” bir quruluşu əsaslanır. Arxetipik münaqişəli hekayənin quruluşu belədir: insan çətinliklə və ya dramatik bir vəziyyətlə üzləşir; o mübarizə aparır; o, çətinliyə qalib gəlir; əvvəlki tarazlıq bərpa olunur (və ya bunun başqa bir variantı).

Fotojurnalist üçün hekayətmənin – təhkiyənin yuxarıda izah etdiyimiz hər iki nəzəriyyəsiindən bəhrələnmək yaxşı strategiya ola bilər. Bunun üçün iki addım atmaq lazımdır:

1. Diqqətin güclü personajın üzərində cəmləşdirilməsi (daha geniş auditoriyanın diqqətini özünüzdə saxlamağı bacarmaq, Fildin üsulu).

2. Diqqətin arxetipik (uyğun) hekayənin üzərində cəmləşdirilməsi (problemin qəhrəmandan keçirərək təqdimatı, Makkinin üsulu).

MÜASİR HEKAYƏETMƏ

“Müasir hekayəetmə daha geniş aspektdə başa düşülməlidir. Hekayəetmə tarixi mövzulardan şəxsi hekayələrə, siyasətin “yaradılmasından” siyasi şərhələrə, maarifləndirmə məqsədli yazılardan mədəni normaların inkişafına kömək edən yazılara qədər uzun və maraqlı bir yol keçib. Yeni media isə insanların hekayələrini ifadə və istifadə etməsi üçün yeni imkanlar yaradır. Hekayənin həm auditoriya üçün, həm də auditoriyanın iştirakı ilə yaradıldığı və bir neçə müxtəlif media kanallarının vasitəsilə təqdim olunduğu transmedia hekayəetmə texnikası reportaj vermənin yeni bir yoludur. Rəqəmsal platformalar auditoriyaya imkan verir ki, qarşılıqlı əlaqələr, tvitlər, şərhlər və kontentlər (məzmunlar) vasitəsilə xəbər inkişaf etdirilməsinə öz töhfəsini versin” (Rutledge, 2011).

Yeni media müasir hekayəetmədə insanların hekayənin fəal iştirakçılarına və həmmüəlliflərinə çevrilməsi üçün misilsiz imkanlar açır. Bu imkanlardan bəhrələnmə bilən media orqanı auditoriyasını prosesə cəlb etməklə həm onu əldə saxlayır, həm də daha maraqlı məhsul əldə edə bilir.

2011-ci ildə Norveç Milli Teleradio Yayımaları Şirkəti (NRK) dünyanın ən uzun canlı TV proqramı kimi nəzərdə tutulan “Hurtigruten: dəqiqəbədəqiqə” proqramını planlaşdırmağa başlayarkən bu yanaşmaya əsaslanmışdı. (URL: <http://nrkbeta.no/2011/06/16/hurtigruten-eng/>)

Bu proqramda Norveçin qərb sahilində yerləşən Bergendən şimalındakı Kirkenes liman şəhərinə səyahət canlı yayımlanmalı idi. Səyahətçilər 2920 km məsafəni 134 saata qət etmişdilər (Hofseth, 2011).

2011-ci ilin yanvarda, planlaşdırma prosesinin erkən mərhələsində, NRK öz tamaşaçılarından bu layihəni maraqlı etmək üçün təkliflərini göndərmələrini xahiş etdi və cavab olaraq 286 şərh aldı. Tamaşaçılar layihənin çəkilişinə və montajına, gəmilərin mövqeyini təyin etmək üçün GPS məlumatlarının tətbiq edilməsinə, gəmidə olan müxtəlif kameraların çəkdiyi videomaterialların verilişinə, İnternet səhifəsinə, tvitlərə, gəmiyə minən və gəmidən düşən sərnişinlər haqqında statistik məlumatlara və s. dair təkliflər vermişdilər. Proqramın başlanmasına hələ 6 ay qalmış auditoriya ilə xeyli qarşılıqlı əlaqə qurulmuş, informasiya mübadiləsi baş tutmuşdu...

Televiziya canlı yayımlanan bu 134 saatlıq proqramın əsas statistik göstəricilərinə nəzər salaq:

- Tamaşaçıların sayı - 3 milyon
- Dünyanın multimedia vasitələrində canlandırılmaların sayı - 2,9 milyon
- Facebookda bəyənilmələrin (like) sayı - 64 000
- Facebook səhifəsində yazılmış unikal ismarıqların sayı - 10 000
- Tvitlərin sayı - 33 568

Ən maraqlısı o idi ki, sahil boyunca tədbirə qatılmaq üçün çalışan insanlar görünməyə başladılar. Layihəyə böyük tamaşaçı kütləsi qatılmış, o, uğurlu transmedia nümunəsi kimi başa çatmışdı. Bu misal fotoreportyorun gündəlik həyatından uzaq olsa da, auditoriyanı layihəyə cəlb etməyin necə mümkün olduğunu göstərmək üçün yaxşı nümunədir.

İndi isə hekayəetmənin əsas elementlərini ümumiləşdirək:

- Hekayə auditoriyaya uyğun olmalıdır.
- Baş qəhrəman mövzuya müraciət etməli və onu dəqiq aydınlaşdırmalıdır.
- Hekayənin münəqişəsi, baş qəhrəmanın üzərinə çətin və maraqlı bir “missiya” qoyan güclü tərəfi və ya həlledici ideyası olmalıdır.
- Hekayə intriqadan toqquşmaya, sonra isə çözümə keçən dramatik quruluştan istifadə etməklə təqdim olunmalıdır.

HEKAYƏNİN TAPILMASI

Yaxşı hekayənin güclü personajı, (dramatik) ideyası və dramatik quruluşu olmalıdır. Bəs belə bir hekayəni haradan axtarıb tapasan?

Yəqin ki, siz, yaxşı bir hekayə yazmaq üçün lazım olan fikirləri istədiyiniz zaman, “sifarişlə” tapmağın necə çətin olduğunu hiss etmişiniz. Bunu da hiss etmişiniz ki, ən yaxşı fikirlər adətən gözləmədiyiniz zaman ağılınıza gəlir: duş qəbul edərkən, gəzməyə çıxarkən, maşın sürərkən, idman edərkən. Bu, sizin öz beyninizi, fikirlərinizi “sərbəst üzməyə” buraxdığınız vəziyyətlərdir. Jurnalist kimi siz, əlbəttə ki, gündəlik iş prosesinin bir hissəsi kimi ideyanı bilmək və inkişaf etdirmək bacarığına malik olmaq istəyirsiniz. Maraqlı vizual hekayələrə çevrilə biləcək maraqlı ideyalar yaratma qabiliyyətini inkişaf etdirməyin yollarını öyrənmək fotojurnalist üçün olduqca vacibdir.

Məqsədə çatmaq üçün ən yaxşı yol budur - geniş görüşlü, açıq fikirli, obyektiv olun. Beyninizdə yaranan fikir, ideya qılgıcını tutmağa, onu hekayəyə çevirməyə cəhd göstərin. Bunun üçün, fikir yaranandan millisaniyələr sonra beyninizdə baş qaldıran ani özünüsensura hissini dəf etməyə çalışmalıyıq. Bu refleks beyin anatomiyasının və funksiyalarının bir hissəsidir. Keçirdiyimiz hiss beynimizin bədii, spontan və yaradıcı sağ yarımkürəsi ilə daha məntiqli, idarəedici və mühakiməli sol yarımkürəsi arasında olan “mübarizədir”. Bizim beynimizin bu funksiyası şəxsi həyat təcrübəsi və təhsil illəri boyu inkişaf edib güclənərək məntiqi və tənqidi təfəkkürümüzü formalaşdırmışdır. Beynimizin sağ yarımkürəsi qışqırır: “BUNU ET!” Bu zaman sol yarımkürə dərhal işə qarışır və pıçıldayır: “Səncə, ağıllı adamlar bunu edərmi?”

Yaradıcılıq təlimlərində mən sağ-sol yarımkürələrin “münəqişəsini” azaltmağın çox sadə və faydalı bir yolunu kəşf etmişəm. Əsas elementlər “BƏLİ” və “VƏ” sözləridir. Həmkarlarınızın ideyalarına “BƏLİ” cavabını vermək vərdişini təcrübədən keçirin. “Bəli, bu, maraqlı fikirdir, “Və” bunu daha da inkişaf etdirmək üçün mənim bir təklifim var...” Siz hiss edəcəksiniz ki, həmkarınızın fikrini dərhal tənqid etmək və ya öz fikirlərinizə qarşı sərt özünüsensuranı həyata keçirmək həvəsiniz yavaş-yavaş “yoxa çıxır”... lki sadə, əsas sözdən istifadə etməklə siz yaradıcılıq prosesinin irəli aparacaqsınız.

Fotojurnalist kimi biz, adətən, bu yaradıcılıq prosesində həm şəxsi, həm də peşəkar maraqlarımızı birləşdiririk. Maraqlı hesab etdiyimiz elementləri öz marağımız və hər şeyi bilməyə olan “ehtiyacımızla peşəkar səviyyədə birləşdirməyə çalışırıq. Reklam agentliyinin

yaradıcı əməkdaşı Ceyms Vebb Yanqın 1939-cu ildə yazdığı “İdeyaların yaradılması üsulu” adlı kitabında təsvir olunan ideyalarla işin metodiki üsulu bu gün də aktualdır. Yanqın əsas prinsipi “müxtəlif elementlər arasında əlaqələri görə bilməklə” yeni ideyalar yaratmaq qabiliyyətidir (Young, 2003). O, yaradıcılıq prosesində fotojurnalist üçün faydalı olan beş addımı təsvir etmişdir.

1-ci addım: İlk materialların toplanması Maraqlı materiallar axtarın və fotoşəkillər çəkin.

Yanqın fikrincə, real şəraitdə ilkin materialın toplanması göründüyü kimi, sadə iş deyil (2003, s. 21). Sistemli şəkildə işləyib ilkin material toplamaqdansa, biz boş-boşuna oturub gözləyirik ki, ilham özü bizə gələcək”. İlham sizə gəlmir! İlhamlanmaq üçün siz özünüz maraqlanmalı, axtarırlar aparmalı və məlumat toplamalısınız. Daha çox axtarıb tapdıqca siz daha çox şey öyrənir və bilmək istəyirsiniz. Bax, ilham budur. Maraqlı bir şey tapdığınız zaman məqaləni kəsib götürün, smartfonunuzda qeydlər aparın və ya qeydləri e-poçtla öz ünvanınıza göndərin. İlk xam materialları toplayın, heç vaxt bilmək olmaz ki, sonradan sizə nə cür material lazım ola bilər.

2-ci addım: Materialların mənimsənilməsi Topladığınız zaman-zaman qayıdın, onlara yeni gözlə baxın.

Yanqa görə (2003), prosesin bu hissəsini konkret olaraq təsvir etmək daha çətin, çünki o, tamamilə sizin beyninizin içində gedir. O, məsləhət görür ki, siz zaman-zaman yığdığınız qeydlərə nəzər salasınız. Səbəb isə ondan ibarətdir ki, köhnə məqalələr və qeydlər dəyişilmiş kontekstdə və ya yeni məlumatlarla bir müstəvidə gözlənilmədən yeni bir şəkildə rezonans doğura bilər.

3-cü addım: Şüuraltı işləmə Aktiv yaradıcılıq prosesinə fasilə verin. Təxəyyülünüzü və emosiyalarınızı stimullaşdıran bir məşğuliyət tapıb dincəlin.

Yanq deyir: “Musiqiyə qulaq asın, teatra və ya kinoya gedin, poeziya aləminə baş vurun və ya detektiv roman oxuyun” (2003, s. 33). Növbəti addıma keçmək üçün siz yaradıcılıq prosesinə bir qədər fasilə verməlisiniz.

4-cü addım: Aha! Tapdım!**Fikir gözlənilmədən ağılnıza gələcəkdir. İdeyanı havada tutun!**

Yanq deyir: “O, sizin başınıza gözləmədiyiniz zaman gələcək” (2003, s. 34). İdeyanı tutmağa hazır olun! 1-ci addımdakı üsullardan istifadə edin. Qeydlər, smartfon, e-poçt, fikri tutub saxlamaq üçün uyğun gördüyünüz hər cür vasitədən istifadə edin.

5-ci addım: İdeya reallıqla qarşılaşır. İdeyanızı paylaşın!

Yanq bu addımı belə təsvir edir: ideyanı həmkarlarınıza danışın, onu başqaları ilə paylaşdıqca, siz görəcəksiniz ki, yaxşı fikir öz-özünə dolğunlaşır, püxtələşir. Belə bir fikri eşidənlər şövqə gəlir, nə isə əlavə etməyə başlayırlar. Beləliklə, sizin nəzərdən qaçırdığınız imkanlar üzə çıxacaqdır (2003, s. 39). Siz fikirlərinizi başqaları ilə paylaşdığınız zaman sadə bir fikir böyük bir ideyaya çevrilə bilər.

Yanqın beş addımı onun reklam işçisi kimi işlədiyi illər ərzində topladığı təcrübə əsasında hazırlanıb və reklam şirkətində yaradıcılıq prosesinin təşkil olunması üçün bir alətdir. Bu prosesi redaksiyanın fəaliyyətində faydalı olması və ya özəl fotojurnalistika müəssisəsində bir alətə çevrilməsi üçün 6-cı addım əlavə edilməlidir – fotojurnalistin gerçəkliyi yoxlaması.

6-cı addım: Fotojurnalistin gerçəkliyi yoxlaması

Bu addımda Siz bu zaman ideyanı reportaja çevirməyin bir addımlığındasınız. Bunun üçün siz aşağıdakı beş sualı cavablandıraraq fotojurnalistin gerçəkliyi yoxlamasını yerinə yetirməlisiniz:

1. Hekayəm nədir?
2. Bu hekayə nə cür əyanidir?
3. Bu hekayə maraqlıdır mı?
4. Baş qəhrəmanınıza necə yol tapmağı planlaşdırırsınız?
5. Bu hekayəni necə danışmağı planlaşdırırsınız?

İdeyadan maraqlı baş qəhrəmanı olan əyani bir hekayə yaratmaq, həqiqətən, çətin bir iş ola bilər. Xoşbəxtlikdən, yuxarıda göstərilən alətlər və üsullar bunun həyata keçirilməsini mümkün edir. Unutmayın ki, bu nöqtədə siz hələ nə bir fotosəkil, nə bir videosıras çəkmiş, nə də səs yazmışsınız. Sizin etdiyiniz hekayənin məqsədini aydınlaşdırmaqdır. Bu məqsədə nail olmaq üçün sizin artıq fotojurnalistika və hekayəetmə haqqında bildiklərinizə əsaslanaraq əlavə amillər nəzərə alınmalıdır. Dramatik quruluşlu və vizual variasiyalı bir materialı montaj etmək üçün siz hansı mətni və ya səsi daxil etmək istədiyinizi (müsaibə, realıq, musiqi və s.), lazım olan şəkil növünü (fotosəkil və video) planlaşdırməlisiniz.

Gəlin vizual materiallardan başlayaq. Mən “Life” jurnalının redaktorunun vizual variasiya üçün yaratdığı düsturun çox faydalı olduğunu hesab edirəm, çünki o, 1936-cı ildə kinematografçıların təqdim etdiyi kateqoriyalar əsasında yaradılıb.

Bu gün ənənəvi fotojurnalistika inkişaf edərək multimedia vasitələrinə və interaktiv rejimdə sənədli filmlərin yaradılmasına keçmişdir. Bu isə kinematografçılardan ilhamlanan fotojurnalistləri və fotoredaktorları bir zamanlar onları birləşdirən nöqtəyə bir də qayıtmağa məcbur edir. Bu nöqtədə fotojurnalistika kinematografiya ilə yenidən birləşir. Bu isə o deməkdir ki, bu gün fotojurnalistlər hər üç formatı – İnternet şəbəkəsində şəkilləri, videonu və səsi (mətn) birləşdirməyi bacarmalıdırlar.

SƏNƏDLİ FILMDƏ VİZUAL MÜXTƏLİFLİK ÜÇÜN “LIFE” DÜSTURU

Köhnə “Life” jurnalında redaktorlar reportajın vəziyyəti tam əhatə etməsini və maket üçün kifayət qədər yaxşı şəkillərin əldə olmasını təmin etmək tapşırığı alan fotoqraflardan ən azı səkkiz əsas fotosəkil növünü çəkmələrini tələb edirdilər (Kobre, 2000, səh. 146).

Giriş və ya ümumi görünüş: Səhnəni göstərmək üçün, adətən, geniş bucaq altında və ya yuxarıdan (panoram) çəkilib.

Orta plan: Bir fəaliyyətin və ya bir qrupun fokusa alınması.

İri plan: Bir element nişan alınır, məsələn, adamın əli və ya binanın mürəkkəb bir detalı.

Portret: Adətən, insanın başını təsvir edən təsirli, yaxından çəkilmiş şəkil və ya insanı öz ətraf mühiti fonunda göstərən şəkil.

Qarşılıqlı əlaqə: Söhbət edən və ya fəaliyyətdə olan insanlar.

Siqnatura (şapka): Vəziyyəti bütün əsas elementlərlə bir şəkildə yekunlaşdırır – çox vaxt “həlləddici an” adlandırılır.

Sıra: Təlimat, əvvəl və sonra və ya əvvəli, ortası və sonu olan sıra (sıra oçerkə hərəkət hissini verir).

Klinçer (pərçim): Hekayəni tamamlayan sonuc.

Hekayə üçün fotosəkillərin bütün səkkiz növünü çəkmiş “Life” jurnalının fotoqrafları nəşrə layiq şəkilləri yüksək ehtimalla təqdim edə bilirdilər. Çünki bu düstur vizual müxtəlifliyi təmin edərək tərtibatçı maket üçün çoxlu material verirdi.

Amma unutmayın ki, “Life” düsturuna əməl olunması süjetli-tematik hekayənin yaradılmasına 100 faiz zəmanət vermir. Bu düstur fotoqrafın çəkdiyi şəkillərin yalnız portret və ya orta planda çəkilmiş şəkillər olmamasına kömək edir. Bu düstur fotoqrafa hekayənin məzmununa və ya quruluşuna dair heç bir istiqamət vermir.

VIDEO

Video çəkdiyiniz zaman “Life” düsturundan istifadə etməklə siz, yəqin ki, hərəkətsiz şəkilləri, videoları birləşdirməyə imkan verən vizual variasiyalı video sıralarını toplamağı və vizual baxımdan həm cəlbedici, həm də maraqlı olan son montajı yerinə yetirməyi bacaracaqsınız.

Video çəkmək fotoqraf üçün asan iş deyil, çünki bu zaman o, daha uzun sıralar yazmalıdır. Statik təsvirli (stop-kadr) vəziyyətləri başqa şəkllə salmağı, vəziyyətin daha uzun sıralarını lentə yazmağı bacarmaq üçün siz məşq etməlisiniz. Ən maraqlı fəaliyyətin nə zaman və harada baş verəcəyini qabaqcadan xəbər verməyə cəhd etməkdən başqa, siz həm də fiziki yerdəyişmə və kameranın yerdəyişməsi baxımından özünüzü “hadisə yerinə” necə çatdıracağınızı planlaşdırməlisiniz. Hadisə yerində çəkilib aparan fotojurnalist çəkilişin və xəbərin planını bütün fəaliyyətin ortasında hazırlamalıdır.

İnteraktiv rejimdə düşünmək imkanı sənədli filmin yaradılması çəkilib və xəbər üçün planın ümumi təsvirini verməkdə fotojurnalistə hekayəni qabaqcadan bütünlüklə ətraflı şəkildə düşünmək imkanı yaradır.

Unutmayın ki, sizə son montajda olan həcmdən daha çox videomaterial lazımdır. “Sənədli film üçün çəkilib nisbəti ən azı 10:1, əksər hallarda isə bundan daha çoxdur. Sizin çəkdiyiniz sıraların müddəti ən azı 30 saniyə olmalıdır!” (Kastenskov, 2012).

SƏSİN ÖNƏMİ BARƏDƏ. GÖZƏL FOTOÇƏKİLİŞİ NƏ MƏHV EDƏ BİLƏR?

Fotojurnalistlər veb-portret və ya veb sənədli filmi hazırlamağı planlaşdırarkən, adətən, səsini əhəmiyyətini lazımınca qiymətləndirmirlər. Maraqlı səs landşaftını yaratma “sənətinə” yiyələnmək üçün lazım olan alətlər artıq sizin alətlər qutunuzdadır. Hazırladığınız multimedia üçün sinxronların toplanmasına gəlincə, siz bir fotojurnalist kimi düşünməkdə davam etməlisiniz. Buna baxmayaraq, siz yenə də “Life” düsturundan metodiki göstəriş kimi uğurla istifadə edə bilərsiniz. Səsi yazarkən siz mikrofonunuzdan kameranızdan istifadə etdiyiniz kimi yararlanmalısınız. Əgər siz giriş və ya ümumi görünüş üçün hərəkətsiz şəkillər və ya video sırası çəkirsinizsə, onda siz otağın və ya ətraf mühitin səsini də yazmalısınız – səs müşayiəti sizin auditoriyanızda “məkan hissi” yaradır (Kastenskov, 2012). Ətraflı iri plan çəkilişində siz səsi yazmaq üçün mikrofonu çəkdiyiniz obyektə yaxınlaşdırmalısınız. Portretə siz yaxşı keyfiyyətli və aydın müsahibə səsini verməlisiniz. Bu bir səs parçasını siz düzgün

yazmalısınız! Arxa plandakı xoşagəlməz, narahat edən fon səsi (avtomobillərin səsi və s.) auditoriyanızı sizdən (və sizin reportajınızdan) döndərə bilər.

Əla səs landşaftını yaratma “sənətinin” mahiyyəti səs mənbəyinə mümkün qədər yaxın olmaq, səsini aydın və yaxşı keyfiyyətli olması üçün səs səviyyəsinə nəzarət etməkdir. Siz mikrofonla kamera ilə işlədiyiniz kimi işləməlisiniz, çəkdiyiniz hərəkətsiz şəkillər və ya video sırasına uyğun olan müxtəlif növ səsləri seçib toplamalısınız. Videoda olduğu kimi, yazdığınız sinxronlar da çox qısa olmamalıdır. Unutmayın ki, sizə çəkdiyiniz bütün materialı tam əhatə edən səs müşayiəti lazımdır. Müsahibə pərdənin müddəti qədər olmalıdır. Bütün digər səs fraqmentləri ən azı 30 saniyəlik sıralarla yazılmalıdır. Səsyazmaya dair əlavə məsləhətlər “Yeni media fotojurnalistikası” fəsilində təqdim olunmuşdur.

MONTAJ HEKAYƏNİN HİSSƏLƏRİNİN BİR YERƏ YIĞILMASI

“Montaj fotojurnalistika prosesinin çox mühüm hissəsidir. Montaj materialın həm məzmununu, həm də keyfiyyətini dəyişdirə bilər” (Pagter, 2008).

Montaja materialın ideyası ilə başlamağı unutmayın. Siz bu prosesi həmişə özünüə bir sual verərək başlamalısınız: “Bu hekayənin məqsədi nədir?” Hekayənin məqsədini bilmədən onu montaj edə bilməzsiniz. Məqsədini müəyyənləşdirdən sonra siz onun nəşrini hansı kanalda və formatda planlaşdıracağınız barədə bir qərara gəlməlisiniz.

Onu da bilməlisiniz ki, montaj prosesi seçəcəyiniz kanaldan asılı olacaqdır. Material onlayn rejimdə yayılacaqsa, müvafiq enerji növünü yaratmaq üçün sizə videocərgələr, fotoşəkillər və müəyyən ritmdə axan səs lazım ola bilər. Kitab formatında isə siz bir-birini tamamlayan və ya bir-birilə təzad təşkil edən şəkillərlə işləmək istəyə bilərsiniz. Qəzetdə inandırıcı bir hekayə yaratmaq üçün siz mətn, qrafik elementlər və müxtəlif ölçülü və formatlı şəkillərlə işləmək istəyə bilərsiniz. Hissələri bir yerə yığarkən siz kanalı nəzərə almalı və “gözünüzü hədəfdən çəkməməlisiniz”. Bu hədəf sizin hekayənin məqsədidir.

Pazl

Onlayn rejimdə sənədli filmi, multimedia və ya qəzetdə dərc olunan reportajı tam bir hekayə kimi yığmaq üçün onun müxtəlif hissələrini düzgün qaydada birləşdirmək lazımdır. Bu, pazla bənzəyir. Belə bir pazlı həll etmək üçün sizdə informasiyanın müvafiq və mühüm hissələri barədə ümumi təsəvvür olmalıdır.

Montajın bu mərhələsində siz bütün şəkillərinizi nəzərdən keçirilməli, bütün səs yazılarınızı plynokaya köçürməli (zaman kodunu tətbiq etməyə imkan verən audio transkripsiya proqram təminatından istifadə edin) və bütün video kliplərinizi (layihə qovluğunuzun təmiz və səliqəli saxlanması karınıza gələcək) yazmalısınız.

Tədqiqatlar göstərir ki, oxucuları həm qəzetdə, həm televiziya, həm İnternetdə, həm də tabletdə ən çox şəkillər və əsas vizual materiallar cəlb edir (Adam və Quinn, 2008). Şəkil və ya video sırası oxucuya dərhal təsir göstərir və hekayənin məzmunu barədə məlumatlandırmaya gəldikdə təsvirlər həm səsi, həm də mətni üstələyir. Bizim montaj prosesini vizual materialların montajından başlamağımızın səbəbi də elə budur.

VİZUAL MATERİALLARIN MONTAJI

“Mən montaj üçün hər hansı bir reseptdən istifadə etmirəm. Mən oxucuların ağılında suallar yaradan “dizaynlar”, motivlər axtarıram”,- “VG Helg” jurnalının fotoredaktoru Espen Rasmussen belə deyir (Evensen & Simonsen, 2010, səh. 69).

Şəkillərin montajı, təbii ki, fotoqrafiya və hekayənin daşdığı məqsədin aydın görülməsi ilə başlayır. “Şəkil montajının dəqiq qaydaları yoxdur, burada söhbət daha çox vizual hekayənin əhəmiyyətindən gedir” (Pagter, 2008). Videomontaj sizin materialınızın bir hissəsi olacaq əsas görüntü sıralarının (videokadrların) müəyyən edilməsindən başlayır. Materialın verilməsi üçün uyğun olan vizual üslubun tapılması ilkin şərtədir. Bəzi fotoredaktorlar oxucunun diqqətini cəlb etmək üçün onda suallar yaradacaq şəkillərdən yararlanmaq istəyir, digərləri isə daha konkret olmaq, materiala daha aydın baxış bucağı və quruluş vermək istəyirlər. Son məhsulu həm video, həm mətn, həm də materialın rəqəmsal ötürülməsindən ibarət olan bəzi prodüserlər kompleks yanaşmaya üstünlük verirlər.

Fotojurnalistika materialını montaj edərkən (hərəkətsiz şəkillər və ya video olmasından asılı olmayaraq), sizin başlanğıc nöqtəniz həmişə sənədli fotoşəkillərin həqiqiliyi, qərəzsizliyi və aldadıcı sadəliyi olmalıdır: şəkillər gerçək fəaliyyətdə bulunan gerçək insanları göstərir. Fotojurnalistin məqsədi də hadisələri müşahidə edərək onları olduğu kimi əks etdirməkdir. Montajın uğurunu təmin etmək üçün montaj prosesini addım-ddım strukturlaşdırmaq.

1-ci addım

Şəkillərin montajı fotomaterialın əsas xüsusiyyətlərinin müəyyən edilməsindən başlayır. Siz vizual üslubun, texniki keyfiyyətin, güclü personajın, emosiyaların, müəyyən perspektivin, yaxınlıq hissinin və s. axtarışından başlamalısınız. Konkret olmayan və ya asanlıqla qiymətləndirilə bilməyən xüsusiyyətlər sizin şəxsi təcrübənizə və ya zövqünüzə əsaslanaraq daha çox hiss edilir və ya başa düşülür.

“The Washington Post” qəzetinin keçmiş fotoredaktoru Co Elbert faydalı bir üsul yaratmışdır. Onun təklif etdiyi montaj iyerarxiyasına görə, montaj prosesinin başlanğıcında sizin əsas alətiniz “duyğu hissinizdir”. Siz materialı gözdən keçirərkən şəkillərə hansı duyğular və emosiyalarla yanaşdığınızı bilməlisiniz. Şəkilləri məhz bu hakim emosiyaların təsiri altında toplamalısınız (Kobre, 2000, səh. 194).

Co Elbertin iyerarxiyası

- Yaxınlıq. Unutmayın bu hiss, ümumiyyətlə, özəl anlar insanlarda güclü identifikasiya təsiri yaradır.
- Emosiyalar. Hekayədəki insanlar üçün güclü hisslər yaradır.
- Kompozisiya. Güclü silahdır. Elə buna görə də təkmilləşdirməyə yer var, o daha güclü ola bilər.
- İnformasiya. Fakt əgər həyəcanlandırmırsa, demək, yaxşı seçim deyil.

2-ci addım

Özünüzdən soruşun: Bu, nə cür hekayədir? Danışmaq istədiyim bu hekayədirmi? Əgər təsdiq cavabı verirsinizsə, onda davam edin. Əks halda, fikrinizi dəyişin. Unutmayın ki, montaj zamanı siz daim hekayənin məqsədini əsas götürməlisiniz. Məqsədsiz montaj edə bilməzsiniz.

3-cü addım

Montajın bu mərhələsində siz materialınızı müxtəlif kateqoriyalar üzrə düzməyə başlamalısınız. Prosesin bu hissəsində təsiri və yaxşı iş üsulu “Postscript” keyfiyyətli çapdan istifadə edilməsi, habelə təsvirlərin mexaniki yolla kateqoriyalara bölünməsi və masanın üstündə düzülməsidir. Kadrlama lövhəsini yaradın, “Life” düsturunun kateqoriyalarından istifadə edərək bütün təsvirləri çeşidləyin. Fotoreportajınızda vizual elementlərin ümumi xülasəsini almaq üçün bütün giriş və ya ümumi görünüşlü təsvirləri, portretləri, iri planlı təsvirləri və s. bir yerə yığıb, hər bir kateqoriyanın başlığı altında sıralarla düzün. Əgər onlayn rejimdə sənədli filmin üzərində işləyirsinizsə, siz həm də müsahibələri, səs və küyü, sinxronları əlavə etməlisiniz.

Giriş və ya ümumi görünüş	Orta plan	İri plan	Portret	Qarşılıqlı əlaqə	Siqnatura (şapka)	Sıra	Kliçer (pərçim)
Səhnəni göstərmək üçün adətən geniş bucaq altında və ya yuxarıdan (panoram) çəkiliş	Bir fəaliyyətin və ya bir qrupun fokusa alınması	Bir element nişənilir, məsələn, adamın əli və ya binanın mürəkkəb bir detali	Adətən, insanın başını təsvir edən təsirli, yaxından çəkilmiş şəkil və ya insanı ətraf mühit fonunda göstərən şəkil. İnsanlar	Söhbət edən və ya fəaliyyətdə olan insanlar. Hərəkət hissini verir.	Vəziyyəti bütün əsas elementlərlə bir şəkildə yekunlaşdırır – çox vaxt həlledici an adlandırılır	Təlimat, əvvəl və sonra, və ya əvvəli, ortası və sonu olan sıra. Oçerkə hərəkət hissini verir.	Hekayəni tamamlayan sonuc.



Nəşr olunan "D2" jurnalının fotoredaktoru Laara Matsen Oslo və Akershus Universitet Kollecinə fotojurnalistika fakültəsinin 3-cü kurs tələbələri ilə birlikdə montaj prosesində.

4-cü addım

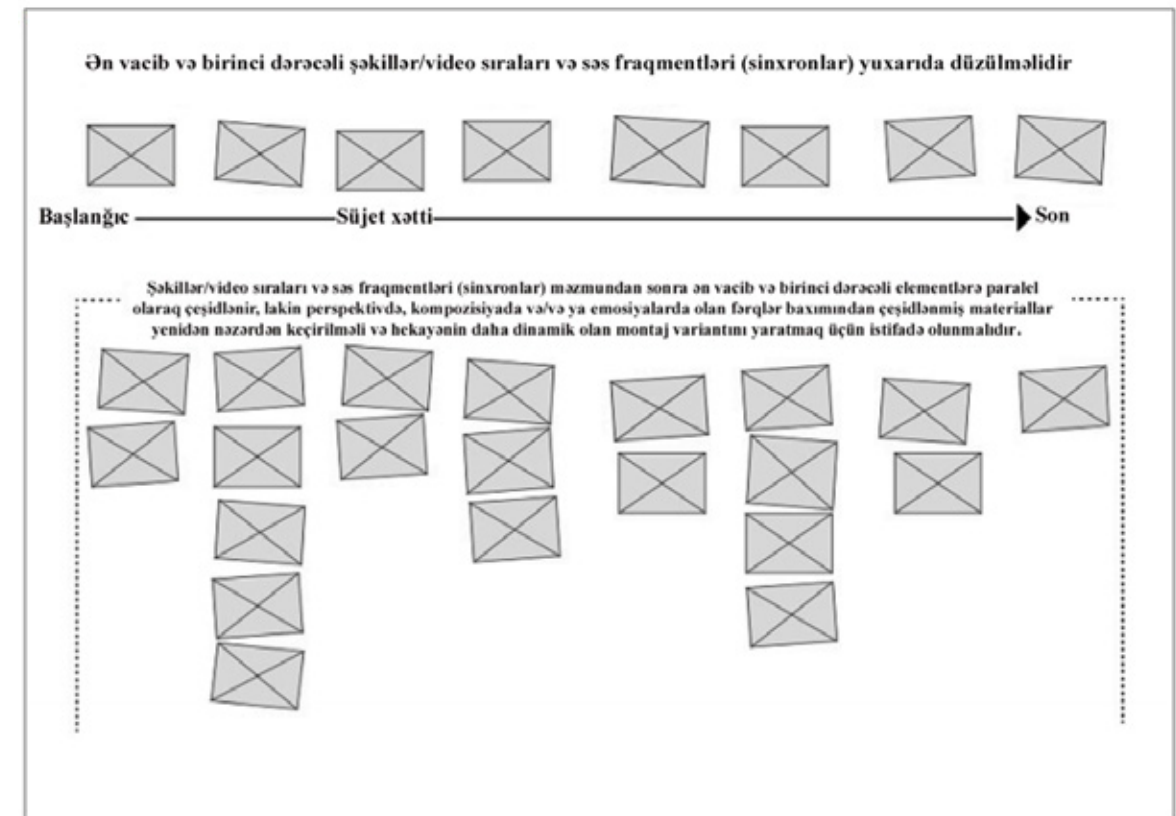
Materialınızdakı şəkillərin və ya sıraların sayını azaltmaq üçün 1, 2 və 3-cü addımları təkrarlayın. Unutmayın ki, son montajda görmək istədiyiniz şəkillər oxucuda onun iştirak etmədiyi bir mövzu və ya hadisə barədə müəyyən fikir, təsəvvür yaratmalı, ona məna verməlidir. Bu məqamda vizual hekayənin ardıcılığını təmin etmək üçün montaj prosesinə bir həmkarınızı cəlb etməlisiniz. Pagterin fikrincə (2008), siz heç vaxt təkbəşinə montaj etməməlisiniz.

Montajı kiminsə köməyi ilə etmək həmişə yaxşı fikirdir. Sizə materialı, sıraları izah edə biləcəyiniz bir adam lazımdır Bu məqamda sizin fikir mübadiləsinə ehtiyacınız var. Oxucuya hansı informasiyanın lazım

olduğunu özünüzdən soruşun. Oxucunun diqqətini bu hissədən haraya yönəltmək istəyirsiniz? Bu şəkildən sonra hansı şəkil gələcək? və s. (Pagter, 2008).

Bu son addımı yekunlaşdırarkən siz montaj vasitəsilə hekayənin əsas məqsədinə nail olmalısınız – oxuculara cəlbedici, diqqət çəkici, onları mövzunun dərinliyinə baş vurmağa həvəsləndirən bir vizual material təqdim olunmalıdır.

Materialın yaxşı alınması üçün yenə də "Postscript" çap üsulundan istifadə etmək və onları sinxronlarla birlikdə süjet xəttinə uyğun olaraq, sıra ilə düzmək məsləhət görülür.



SƏSİN MONTAJI VƏ SƏS LANDŞAFTININ TƏRTİBATI

Veb montajını yekunlaşdırdığınız zaman siz materialınız üçün düzgün səs seçməlisiniz. Səslər bir-birini əvəzləməli, hekayəyə xidmət etməlidir. Səsi müsahibə, dublaj (kadrarxası birsəslə tərcümə ya şərh), səs müşayiəti, detalın səsləri/effektleri və musiqi kateqoriyaları kimi düşünün. Hər bir hekayə üçün ikonik (hamının tanıdığı) səsi tapın. Bu, mühərrik səsi, məşhur bir musiqi və ya kinorejissor Dart Veyderin fantastik filmlərindən götürülmüş ifşaedici fıçıltı səsi də ola bilər. Gözlərinizi yumun və hekayənizin necə səsləndiyini təsəvvürünüza gətirin. Sizin hekayənizi, videosıralarsız belə, tanıdan ikonik səs nədir?

Materialı ayrı-ayrı elementlərə bölməyə cəhd edin. Məsələn üçün, əyləncə parkı... Orada səslər necə ola bilər? Uşaqların gülüşü, kişilərin səs-küylü danışıq, musiqi səsi, izdiham səsi, maşınların səsi? Bütün bu elementlər ayrı-ayrı yazılmalıdır ki, səs landşaftını rahat dizayn edə bilərsiniz. Səsləri ayrı-ayrı cığırlara yazdıqdan sonra onları birləşdirmək, bir-birinin üstünə yazmaq, beləliklə, hekayənin ümumi ab-havasını vermək mümkündür.

Səsi yazarkən və montaj edərkən HƏMİŞƏ qulaqlıqlardan istifadə edin – bunu HEÇ VAXT unutmayın!!! (Kastenskov, 2012).

Öyrəndiklərimizi yoxlayaq

- Bu bölümdə siz hekayə etmənin əsas nəzəriyyələrini;
- Sid Fildin təsvir etdiyi hekayənin quruluşunu;
- “Life” jurnalının redaktorları tərəfindən hazırlanmış şəkil (sıralar) kateqoriyalarını;
- Montaj prosesinin mərhələlərini;
- Şəkilləri, video və səs yazıları ilə olan hekayənin montaj edilməsi qaydasını öyrəndiniz.

İSTİNADLAR

1. Evensen J. P. və Simonsen A. H., 2010. Se! Lærebok i visuell journalistikk, Kristiansand: IJ - forlaget.
2. Fild S., 2006. The Screenwriter’s Workbook. Exercises and step-by-step instructions for creating a successful screenplay. New York: Delta.
3. Kastenskov, H., 2012. Advanced multimedia storytelling. Bombay Flying Club, unpublished.
4. Kobre, K., 2012. Videojournalism Multimedia Storytelling. London: Focal Press.
5. Jenkins, H., 2003. (June 2013). Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling. Retrieved from <http://www.technologyreview.com/biotech/13052>

YENİ MEDIADA FOTOJURNALİSTİKA

Yeni media iqtisadiyyatından faydalanmaq üçün vizual hekayətçi bir sıra praktik addımları atmağı bacarmalıdır. O, hekayənin və özünün təqdimatından başlamış, bu hekayəni uğurlu edə biləcək hər şeyə – təlimlərə, hesabatlarla, innovasiyalara, iş birliyinə və tərəfdaşlığa imza atmalıdır.

David Campbell

Nələri öyrənirik?

Sürətlə dəyişən yeni media mühitində fotojurnalist kimi necə işləməli?

Yeni mediada nəqlətmənin prinsiplərini

Auditoriyaya hekayəni ən yaxşı çatdırma bilmək üçün kanal, format və ya hər ikisinin kombinasiyasını seçə bilməyi

Əlaqə mülhizələri yerindəcə yürütməyi, xəbəri əhatə etməyi və dərhal bütün dünyaya yayınlamağı

Sürətlə dəyişən yeni media mühitində mümkün biznes imkanlarını gerçəkləşdirməyi

Bu gün ənənəvi qəzet və jurnalların bütün dünyada dövryyəsi azaldığı halda, onlayn platformlar və rəqəmsal formatlar inkişaf edib artır. İqtisadi və texniki dəyişikliyin media sənayesinə təsirini proqnozlaşdırmaq çətinidir. Bildiyimiz tək bir şey var – dəyişikliklər davam edəcək. Bu da o deməkdir ki, fotojurnalistlərin yeni nəslə diqqətlərini yeni media fotojurnalistikasına yönəltməlidirlər.

KÖHNƏ MEDIA NƏDİR? YENİ MEDIA NƏDİR?

“Yeni media” ifadəsini alimlər, təlimçilər, praktikantlar, tədqiqatçılar və cəmiyyətin ayrı-ayrı nümayəndələri geniş şəkildə işlədirlər. Yeni media dəqiq olaraq nədir? Bəs köhnə media nədən bəhs edir?

Yeni media media sənayesinin Veb 2.0-dən sonrakı inkişafına deyilir. Veb 2.0 əvvəlki veb saytların statik səhifələrdən interaktiv saytlara keçidini xarakterizə edən termdir. Bu termini ilk dəfə 1999-cu ildə Darcy DiNucci “**Fraqmentləşdirilmiş gələcək**” adlı məqaləsində işlətməmişdir. O yazırdı: “Bizim bildiyimiz Veb, əsasən, brauzer pəncərəsinə yüklənən statik səhifələrdir və bu hələ gələcək Veb-in sadəcə olaraq, rüşeymidir. Veb 2.0-in ilk işartları meydana çıxmağa başlayır və biz hələ o rüşeymin necə inkişaf edə biləcəyini təzə-təzə görürük. Veb artıq ekrandolu mətnlər və təsvirlər kimi yox, interaktivliyin mümkün olduğu rabitə mexanizmi kimi qavranılacaq. O, sizin kompüter ekranınızda, televizorunuzda, alətlər panelinizdə, mobil telefonunuzda, balaca oyun cihazlarınızda və hətta, bəlkə də, mikrodalğalı sobalarınızda peyda olacaq”. (DiNucci, 1999, səh., 32).

Beş ildən sonra - 2004-cü ilin sonlarında O’Reilly Media şirkətinin keçirdiyi **Veb 2.0 konfransında** Tim O’Reilly bu termini məşurlaşdırır. İlk cümləsindən O’Reilly iddia edirdi ki, yeni tətbiqi proqramın, mətnin, videoların və ya şəkillərin yaradılması üçün ideyalar irəli sürən istifadəçi fəaliyyəti dəyər yaratmaq üçün zəmin formalaşdırıla bilər.

Bu gün vikilərin, bloqların, məzmun icmalarının, sosial şəbəkələrin inkişafı və s. DiNucci və O’Reilly-in proqnozlarını təsdiqləyir.

Media istifadəçiləri üçün məzmun istənilən vaxt, istənilən yerdə, əlimizin altında olan istənilən rəqəmsal cihazda əlçatandır. Biz yeni mediada məzmunun yaradıcısı kimi çıxış edə, real zamanda yeni, tənzimlənəyən informasiya yaya, bu sənayenin ənənəvi oyunçularına münasibət bildirməklə onlara öz düzəliş və nəticələrimizi təklif edə bilərik. Yeni media termini bizim kommunikasiya və məzmun (materialdan) faydalanma üsullarımızın inkişafının təsviridir. Bu məzmun (yəni material) bizə ənənəvi və ya köhnə mediadan jurnalistika materialı kimi tanışdır.

Tədqiqatçı David Campbell World Press Photo təşkilatı üçün yazdığı hesabatda fotojurnalistlər üçün yeni inkişaf postindustrial jurnalistika dövründə vizual hekayəçilik kimi təsvir edir. O, belə nəticəyə gəlir ki, bugünün fotojurnalisti öz işini necə təqdim etməli olduğunu, formatı, innovasiyaları, əməkdaşlıq yollarını bir daha düşünməlidir.

Ənənəvi media sənayesində peşə rolları bir-birilə sıx əlaqədə idilər. Bu rol jurnalistin çalışdığı təşkilatın spesifikasiyası və onların özlərinin sənətkarlıq xüsusiyyətləri, peşə vərdisləri ilə müəyyən olunurdu. Jurnalistlərin rolları kifayət qədər aydın idi və media qurumları tərəfindən müəyyənləşdirilərək bir-birindən ayrılırdı.

Rəqəmsal media texnologiyasının meydana çıxması ilə həm media istehsalında, həm də kontentin yaradılmasında köklü dəyişikliklər baş verdi. Bloqer və vətəndaş jurnalistləri peşəkar jurnalistlərə meydan oxumağa başladılar.

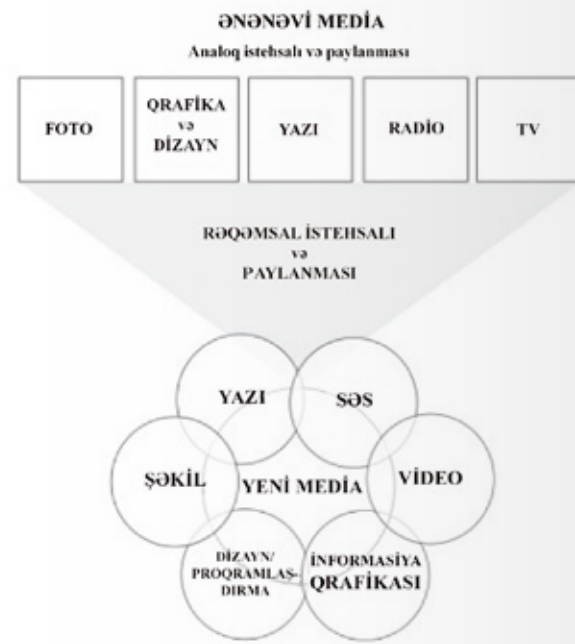
Menecerlər media məzmununun istehsalını bir məcraya yönəltməyə başladılar. Nəticədə, yeni media mühitində fotojurnalistin rolu dəyişdi və belə bir ideya əsas götürüldü ki, hamı hər şey edə bilər. Bunun nəticəsidir ki, ənənəvi mediada jurnalist rolları arasında olan ənənəvi bölgü aradan çıxdı, sərhədlər silindi. Bugünün jurnalisti müxtəlif peşə bacarıqlarını və ixtisasları özündə birləşdirən bir insandır.

MULTIMEDIA

Multimedia nədir? “Multimedia” frazası ilə bağlı müzakirələr, əsasən, bu ifadənin fərqliliyi və onun müxtəlif nəqlətmə texnikalarını, bundan əlavə, planşetdə və ələ sığan başqa cihazlarda onlayn yaradılmış və istifadə edilən format kombinasiyalarını (şəkil, video, səs və mətn kimi) təyin etmək üçün düzgün olub-olmaması ilə bağlıdır. Bəziləri bu ifadənin dəqiq tərifinin yeni jurnalistikada onların hesab etdikləri mənaya uyğun gəlmədiyini deyirlər.

Multimedia, hər şeydən öncə, ənənəvi jurnalistika formatlarının onlayn nəşr olunaraq yeni üsullarla kombinasiyasıdır. David Campellin World Press Photo tədqiqatında təklif etdiyi kimi: “Multimediaya ciddi şəkildə tərif verməyə çalışdıqca o, genişlənmək əvəzinə, daralacaqdır. Bu janra məhdudlaşdırıcı tərif verməyə ehtiyac yoxdur. Əksinə, bizim ehtiyacında olduğumuz bir şey varsa, o da anlayışların daha geniş mənada daşdıqlarını anlamaqdır. Məsələn, biz “fotoqrafik” sözünün daha geniş mənada sabit və hərəkət edən şəkillərin uzunmüddətli və mürəkkəb əlaqəsi olduğunu dərk etməliyik” (ibid.səh.12).

“Multimedia” ifadəsi və formatının inkişafı bütün



Ənənəvi media və rəqəmsal istehsal

dünyada media təşkilatları tərəfindən tanınıb. Ciddi tərif axtarmağa ehtiyac yoxdur.

Fotojurnalistikada multimedia fotoqrafiyanın onlayn təqdim olunmuş başqa tipli məzmunla kombinasiyası kimi, yəni “fotojurnalistika üstəgəl başqa şeylər” kimi qavranılır (ibid, səh., 10). Şəkillər, mətn, başlıqların kombinasiyası, audio slaydşou və yalnızca videolar. Bu gün inkişaf formatın qeyri-xətti interaktiv Veb sənədi filmlərinə və yaxud yayın məhsullarına çevrilməsi istiqamətində gedir.

Gələcək istifadəçi, məzmun və transmedia reportyorluğu (transmedial reporting) arasındakı münasibətlər haqqındadır. Birbaşa yolla oxucu bir vətəndaş jurnalist kimi jurnalistikanı vizual materiallar, rəylər, linklər və s. ilə zənginləşdirir, eyni zamanda hekayəni fərqli media platformalarda hadisələr inkişaf etdikcə izləyib araşdırır. Qəzetləri Facebook, Twitter, Instagram və s. kimi Veb buraxılışları ilə birləşdirərək, bacardıqca geniş auditoriyaya çatmaq, onları cəlb etmək və işin içinə daxil etmək. Bu inkişafda əsas və dəyişməyəcək element, kitabın əvvəlində deyilən kimi, fundamental hekayətmə alətləridir.

VEB PORTRETİ VƏ VEB REPORTAJI

Portret, və reportajın I bölmədəki tərifinə əsaslanıb “Fotojurnalistika nədir?” sualına cavab tapmaq olar. Gəlin çap mediasının sadə metod və janrlarından Vebə keçidə daha yaxından nəzər salaq.

Vebdə biz, adətən, qısa formatlarla işləyirik. Burada hekayə mətnli slaydşoularla, səsli slaydlarla və ya adi video ilə 2-5 dəqiqə müddətində təqdim olunur. Vebdə bir hekayə təkcə bir şəklə və ya bir mətnə əsaslanıb bilməz. Sən hekayələri çoxlu şəkil və/ya video, mətn, səs və qrafik təsvirlə birlikdə nəql etmək (reportajdakı kimi) bacarığı formalaşdırmalısan.

Belə kiçik Veb formatda oxucunun diqqətini cəkmək və saxlamaq çətinidir. Bizim bildiyimiz hərəkətsiz şəkillərdən istifadə oxucuda ani emosional cavaba səbəb olur. Hekayəni Veb formatına salmaq və Veb portretdəki açılış kadrlarını təqdim edə bilmək də eyni effekt yaradır, amma bir az daha mürəkkəb effekt.

Danimarka multimedia təsisatçısı Henrik Kastenkov deyir: “Hekayənin ilk 10-20 saniyəsi əsasdır” (Kastenkov, 2012). Bu müddətdə izləyicilər əsas xarakter və hekayələrə qısa və maraqlı girişlə qarşılaşmalıdırlar.

Henrik Hansenin müəllifi olduğu Chabottes Engineering (<http://vimeo.com/13159991#at=2>) şəkillərdən və səsdən əsas xarakterə, səhnəyə və mövzuya maraq oyandıran girişə gözəl misaldır. Son tədqiqatlar göstərir ki, yaponiyalı motosiklet rəssamı Shinya Kimura haqqında bu sənədi filmin ilk 16 saniyəsi izləyicini cəlb etmək üçün şəkillərdən və səsdən istifadənin əsl dərslik nümunəsidir. Hoemə (2013) əsasən, “bu, şəkillər və səsə ecazkar qarşılıqlı əlaqəsindən yaranan effektiv, kompakt və həyəcanlandıran bir hekayədir”.

Aşağıdakı təqdimatda bir çox ölçülər detallı verilib. Belə bir təqdimat forması bizə hekayəni xətti dramaturgiyaya bənzətməyə imkan verir.

İlk 16 saniyə bizə Kimura haqqında çox şey dedi. Bizə ən azı iki məkan təqdim olundu - motosiklet yolu və emalatxana. Biz sənətkarı və əl əməyinin nəticələrini gördük. Artıq biz Kimuranın hekayəsinin bir hissəsini və onun motosiklet düzəltməyə və sürməyə olan həvəsini bilirik.

Hekayənin qalanını təxmin etmək olar. Bu 16 saniyə özü ayrıca bir qısa film ola bilərdi. Kastenkova əsasən (2012), qısa formatlarda vizual nəqlətmə zamanı hekayənin əsas məğzini ortaya çıxarmaq üçün kadrların, səhnələrin və informasiyanın miqdarını azaltmaq lazımdır. Aydın və mərkəzləşmiş ideyadan

çəkiliş və montaj prosesinə kimi bütün diqqət hekayənin əsas məğzinə yönəldilməlidir.

Bunu edə bilmək üçün Chabottes Engineering kimi bir çox nümunəyə dəfələrlə baxmalı və fotojurnalistin görüntüləri, səsi və montajı necə hadisənin mahiyyətini açmağa doğru yönəltdiyini diqqətlə nəzərdən keçirərək öyrənməlisiniz. Məqsəd Veb üçün vizual nəqlətmədə bu nümunədəki kimi ustalaşmaqdır. O səviyyəyə çatmaq üçün siz tədricən fotojurnalist bacarıqlarınızı inkişaf etdirməli, addım-addım müxtəlif texnika və hekayə elementləri ilə işləməyi öyrənməlisiniz. Henrik Hansenin Veb portreti kimi məhsulları təhlil etmək üçün aşağıdakı analiz sxemindən istifadə edə bilərsiniz:

1) İlk təəssürat üçün portretə bir dəfə baxın. Qısa qeydlər aparın!

2) Daha sonra videonun səsini alaraq və hekayənin vizual tərifinə diqqəti yönəldərək, bir daha portretə baxın.

3) İndi isə gözlərinizi yumun, qulaqcıqları taxın və hekayəyə yalnızca qulaq asın.

• Hansı növ səslərdən istifadə olunub?

• İntervyu, küylər, effektlər və musiqi necədir?

• Səs landşaftı necə planlaşdırılıb və təşkil olunub?

4) Portretə bir daha baxın və bu dəfə onu III bölmədəki hekayənin struktur cədvəlinə əsasən, təhlil etməyə çalışın. Bu sualları cavablayın:

• İlk 15-20 saniyə (giriş və təqdimat) təsvir, səs və struktur cəhətdən necə planlaşdırılıb?

• Məhsulun orta hissəsi (seçilmə və yığılma) necə hazırlanıb?

• Nəhayət, sonluğun (kulminasiya və düşünün açılması) səs və görüntü baxımından necə strukturlaşdırılıb?

5) Veb portretə bir daha baxıb montaj və strukturda dəyişdirmək istədiyiniz hissələr olub-olmadığını yoxla. Özün-özünə “Niyə?” sualı verib onu cavablandırmağa cəhd et. Öz məsulunu hazırlayanda özünün strukturla bağlı ideyalarını əlavə et. Onların hekayəyə və məhz strukturun özünə necə təsir etdiyini müşahidə et.

Bu analiz sxemindən yararlanaraq, maraqlı və öz məhsuluna bənzər nümunələrə baxaraq, çox güman ki, sən bir müşahidəçi və hekayəçi kimi qabiliyyət və vərdislərini inkişaf etdirə biləcəksən.

(İlk 16 saniyədəki şəkillərin və səsə aşağıdakı qısa təsvirlərini oxu və diqqətlə bu ilk 16 saniyəni nəzərdən keçir url: <http://vimeo.com/13159991#at=21>.)

0 sec	Biz kəlinin zəif pıçılığını eşidə bilərik		Kəlinə motosiklet əynəli şərqiyə bənəyən bir adamın yaxın görüntüsü
1 sec	Biz bu toraçı dəzgahının səsini eşidirik. Səs öncə yüksəkdir və aydın eşidilən keçid təşkil edir və daha sonra susdurulur		Biz metal toraçı dəzgahının gürültük
4 sec	Dəzgahın səsi hələ də bızınadır. Bununla da biz adamın metalu işlədiyini eşidirik		Biz kəlinin üz gürültük və arxa fonun rəngləri, işıqları fokusdan kənarıdır
7 sec	Audio tərəfində adam danışmağa başlayır. Dəzgahın səsi hələ də arxa fonda eşidilir və keçidləri birtəkdir		Biz arxa fonda divar gürültük və adamın kəpəyi öndə bulanaq gürültük. Divarda motosiklet şəkili var
9 sec	Adamın səsi gəlməkdə davam edir və dəzgahın səsi kəsilir		Divarın detallı görüntüyü: təqvim, posterlər, "Bike Week Daytona beach 2005" (Daytona çimərliyi motosiklet həftəsi 2005)
10 sec	Səs kəsilir. Biz arxa fonda təyin edilə bilməyən çox güman ki, növbəti kadrın məqsəd səs eşidirik		Biz adamın danışdığı gürültük. İndiyədək artıq 10 saniyə keçib və bu birinci kadr ki, biz bütün şəklin yarısını gürültük. Bu vaxta kimi yavaş-yavaş daha geniş hissələrə keçən çox yaxından çekilən görüntülər var idi
13 sec	Adamın danışdığı müddətdə əvvəlki kadrda başlayan səslər davam edir. Filmin proyeksiyanın sonunda biz bunu eşidirik		Biz qapıya yaxınlaşdıqdan sonra dəstəyini çəkməyə gələn adamın gürültük. O, sarı plakatda "Shinya Kimura-Chabottes cəngəlcik" yazısını oxuyur. Bütün bunlar məqsəd içindən gəlir, pıncərəsindən gürültük
16 sec	Kadrların əni keçidi ilə əvvəlki səs bir anda kəsilir. Səs səviyyəsi ani olaraq artır. Biz ancaq sifətlə hərəkət edən motosikletin səsini eşidirik		Adamın qapı dəstəyindən tutmaq kadrları birdən-birə soldan sifətlə gələn motosiklet kadrları əvəz olunur. Bu kadr 1 saniyə də olsa, filmin dramatik kulminasiyasını gətirir. Yolda gedən motosiklet

KADRLAR

TƏCRÜBƏLİ MULTİMƏDİA PRODÜSERİNİN MÜŞAHİDƏLƏRİ!

Bombey Uçuş klubunun kollektivindən (BFC – Bombay Flying Club) olan danimarkalı multimedia prodüseri Henrik Karsentov öz təcrübələrinə əsasən, Veb portret hazırlamağa dair faydalı təlimatlar müəyyənləşdirib.

BFC istehsalı olan hekayələrdəki mürəkkəblik ideyasını və Henrikin təlimatlarını anlamaq üçün BFC-in Veb sənədli filmlərinə baxın.

BFC-in sənədli filmləri:

1. Postcard From Paradise (Cənnətdən məktub) (<http://bombayfc.com/portfolio/postcard-from-paradise/>). Bu film, əslində, France 5 üçün çəkildiyindən, ona fransız dilində də qulaq asa bilərsiniz.

2. A Matter of Decency (Şərəf məsələsi) (<http://bombayfc.com/portfolio/a-matter-of-decency/>).

Veb sənədli filmini planlaşdırmaq və çəkmək

- Hər şey ideya ilə başlayır.
- Mövzular, situasiyalar və xarakterlər haqqında ilkin tədqiqat aparılır.
- Bu hekayə nə üçün dinlənilməyə və baxılmağa dəyər?
- Sən hekayəni bir abzasda təqdim edə bilərsinizmi? Əgər təsdiq cavabı verirsinizsə, deməli, doğru yoldasınız.

Əlaqələr. Əlaqələrini tap, onları araşdır. Onlar kimdirlər və sənənin hekayədəki rolları nədən ibarətdir?

Məkan. Sən hekayəni harada filmə alacaqsan? Sən həmin yeri, mühiti vizual cəhətdən maraqlı etmək üçün necə təqdim edə bilərsiniz? Məkan sənənin səhnədir və onu ən yaradıcı və informativ surətdə göstərməlisən.

Ardıcillıq. Əgər hərəkətsiz şəkillər çəkirsənsə, gərək lap əvvəldən onların ardıcillığını planlaşdırasan. Uzaqdan > Orta məsafədən > Yaxından çəkilişlər (İzləyicini əlinlə öz arxanıza apar).

Vaxt çərçivəsi – Sənənin videonun dəqiq "x" qədər vaxtı olmalıdır. Ona görə də bu "x" vaxtını aşmamaq üçün vaxtı yaxşı planlaşdırmaq lazımdır.

Unutma ki, sən montajı tez başlamaq üçün əvvəlcə planlaşdırmısan!

(Kastenkov, 2012).

Çəkiliş siyahısı

- Hansı tipli hadisələr çəkiləcək?
- Çəkilişlər harada baş tutacaq?

- Kim və hansı tipli insanlar daxil olunacaq?
- Necə davranış gözləyirsiniz?
- Arxa plan üçün və şəkilləri yerləşdirmək üçün nəyə ehtiyacın var?
- Sizə nə kimi görüntülər, intervüdən hansı kadrlar filmin ideyasını daha yaxşı təqdim etməyə kömək edər?

Çəkiliş

- Son versiyada istifadə oluna biləcək çoxlu görüntü olmalıdır. Sənədli film üçün nisbət ən aşağısı 10:1-dir, amma adətən, bundan da çox olur.
- Əgər qrupla işləyirsinizsə, aranızda iş bölgüsü aparın.
- Müntəzəm olaraq görüşərək filmi və tərəqqini müzakirə edin.
- Sizin hansı surət/səslərə ehtiyacınız var?
- İntervü əsasdır. Biriniz intervü götürməli və sualları əvvəlcədən hazırlamalısınız. Açıq suallar soruşmaqla daha detallı cavablar ala bilərsiniz. Ancaq danışan adamlar sıxıcıdır (!) Ona görə də sizin B-roll görüntünüz də (hekayənin/hadisənin baş verdiyi yerdəki videosu) olmalıdır.
- Çəkilişləriniz uzun olsun. Audio faylınız ən az 30 saniyə olmalıdır. Əgər səhnə üçün küylər yazırınsız, bu, ən azı 2 dəqiqə olmalıdır. Nə qədər çox, o qədər yaxşı.
- Geniş ekran üçün şəkillər çək (16:9).
- Səs səviyyəsini yoxla. Həmişə qulaqcıq taxın!

Audio

- Pis səs fotoqrafiyanı korlayır!
- Səs sənənin veb sənədinin ən əhəmiyyətli hissəsidir!
- Pis səs sənənin hekayəni korlayacaq və auditoriyanı hekayəni yarı yola qoymağa məcbur edəcək.
- Hekayənin ilk 10-20 saniyəsi əsasdır!

Səs tipləri

- İntervü sənənin foto-essendəki "portretə" çox yaxındır. Səsdə ən kiçik bir problem belə olmamalıdır. Bezdirici səs sizin auditoriyanızı sizə və sizin hekayənizə qarşı çevirəcək.
- Küylər – izləyicilərdə həmin yerdə olduqları hissini yaradacaq.
- Effect/interküylər – yaxın plandan və detallı çəkilişləri uyğunlaşdır, bu fotoreportajda fərqlilik üçün əsasdır.
- Musiqi əhval-ruhiyyə üçündür, amma zəhmət olmasa, seçimlərinizdə orijinal olun!!!

SƏS LANDŞAFTI İLK ADDIMLAR: TANIMA

Gözlərinizi 30 saniyə yumun və içində olduğunuz otağa qulaq verin. Səsi necədir? Böyükdür? Hündürlüyü nə qədərdir? Divarları qırmızıdır? (Şən, doğrudan da, rəngləri eşidə bilərsən? Yunanlar eşidə biləcəyini deyir!) Biz hardayıq? Şəhərdə, yoxsa şəhər kənarında?

HƏR otağın/yerin öz səsi var! Səs landşaftı sənin vizual vasitələrini üzərində yerləşdirdiyin qobelendir. O hər yerdə, hər zaman olur və olmalıdır. Olmasa, düzgün olmaz və auditoriya bunu uğursuz bir iş kimi qəbul edər. Redaktanı asanlaşdırmaq üçün iki audiociğir götür və səsləri yaz.

SƏS LANDŞAFTININ DİZAYNI

Siz biri digərinin üzərində olan qatlarla, cığırlarla işləyirsiniz. Bu qatlar daim hərəkətdədir və birlikdə irəliləyir. Bunlar intervü, küylər, səs effektləri və musiqidir.

Hər hekayənin xarakterik səsinə tapın. Gözlərini yum və təsəvvürünə hekayənin səslərini gətir. Görüntüsüz hekayəni xarakterizə edən ikonik səs hansıdır? Çalışın təsvirin səslərini ayrı-ayrı elementlərə ayırasınız.

Məsələn: Lunaparkda... səs necə ola bilər? Uşaqların gülüşü, adamların davası, musiqi, izdiham, maşınlar və attraksionların səsi?

Səs landşaftını istədiyiniz şəkildə montaj etmək üçün bütün bu elementlər ayrılıqda yazılmalıdır.

YAZILMALI SƏSLƏR

İntervü

- Hekayə hər zaman başlaya bilər. Onu əldən verməyin. Ola bilsin ki, ikinci bir şansınız olmasın.
- Səmimi olun! Nə üçün orada olduğunuzu deyən, bir çox insan üçün bu qururvericidir. Bundan istifadə edin.
- Çalışın ortamı idarə edəsiniz. İntervü götürərkən mümkün qədər sərt dördkunc otaqlardan qaçın.
- Əgər alınmırsa, o zaman otağın küncünün düz qarşısında dayanın, beləliklə, səsiniz iki divar arasında gedib gələrək daha yaxşı səslənəcəkdir.
- **Ultrayaxın** – bu zaman mikrofonu kiminsə üzünə çox yaxın tutursan. (təxminən ağızdan 5 sm məsafədə). Beləliklə, xırıldayan və yaxın bir səs əldə edirsiniz, amma bundan əlavə dodaqların şappıltısını və burunun axmasını eşidə bilərsiniz. Ultrayaxın intervü səsi emosional hekayələr üçün məqsədəuyğundur.
- **Yaxın səslər** ultrayaxın səslərdən səsin səmimiliyinə və dramatiklikliyinə görə daha zəifdir və mütləq istifadə olunmalıdır. Bu səs ümumi intervülər üçün

çox yaxşıdır. Məsələn, professor texniki və rəsmi məsələləri izah edəndə və ya polis qaranlıq gecədə yolda baş verənlər haqqında danışanda. Yaxın səslər təxminən mikrofonu insanın ağızından 15 sm məsafədə tutmaqla yazılır.

- **Mühit səsi, interküylər:** Əgər bu səsi fona “sərə” bilsən, o başqa bütün səslərin altında qalan “xalça” olacaq. Təbiət səsi, küy sabit qalmır, həmişə dəyişir və heç vaxt kəsilmir!!!

Səs fonu özü informasiya daşıyır və bizə görmədiyimiz nüanslardan xəbər verir. Məsələn, otağın içindəyik, yoxsa çöldündə? Otaq balacadır, yoxsa böyük? Yaxınlıq və məsafə təhlükəsizlik baxımından necədir?

Bu səs bütün vaxtı gəlir, lakin bu, o demək deyil ki, siz hər zaman eyni yerdəsiniz. Səslər yerə uyğun olaraq dəyişir.

Mühit səsinə qeydə alarkən hər zaman stereo-mikrofonlardan istifadə edin. Səsyazandakı mikrofon bir çox hallarda bəs edir. Ən azı 2 dəqiqəlik səs yazmaq lazımdır. Bir az çox olsa, daha yaxşı olar.

Unutma: Burada səssizlik anlayışı yoxdur...

- **Detal/foley:** Bunlar ekranda sinxronlaşan, müşayiət edən səslərdir və qaydası ilə yazılmalıdır. Addım səsləri, səhnə əşyalarının hərəkəti (məs., stəkan və nəlbəkinin), parçanın xışıltısı ən bariz müşayiətedici səs nümunələridir. Bu tip səslər multimedia məhsullarında izləyicini “həmin yerdə” hiss etdirmək üçün əladır. Bu səsləri, mümkündürsə, sözü gedən yerdə yazın. Bu həm də bir etika məsələsidir. ABŞ-da Milli İctimai Radio (NPR, National Public Radio) saxta səslərin istifadəsini qadağan edir. Dürüst ol və hazırladığın fotoreportaja bu etik qaydanı təbiq et. Bu o deməkdir ki, mövzunu yalnız təqdim edəcək saxta səslərdən istifadə etməməlisən. Onlardan istifadə etməklə sən bütün hallarda auditoriyayı aldırırsan.

- **Musiqi:** Həm düzgün, həm də səhv istifadə oluna bilər (ağlayan skripkalar və tənha piano haqqında düşünün). Lakin, əlbəttə, bu sizin hekayənizə emosiyalar əlavə edə, gərginlik yarada və/ya hadisələrin sürətini azalda bilər. Bəziləri sənədli filmlərdə musiqinin etikanı pozduğunu iddia edir. Bəziləri isə, televiziya da daim deyildiyi kimi, problemin olmadığını, öz intuisiyanla hərəkət etməyin lazım olduğunu deyir. Bir çox saytlarda təkrar olunan səsləri və ya lisenziyasız musiqiləri pulsuz, ya da çox cüzi qiymətlə endirmək mümkündür. Onlardan istifadə edərkən diqqətli olun. Hər şeyin səbəbi var.

- **Səsi yaxşılaşdırmaq üçün mikrofonun funksiyalarından istifadə:**

- Mühit səsi üçün hərtərəfli mikrofon - stereo
- İntervü üçün dinamik mikrofon

- Detallar üçün biryönlü kameraüstü mikrofon (Shortgun)

Mikrofonun səs səviyyəsini yoxla. 6 – 12 db(desibel) arası olmalıdır.

Audio-nu Veb üçün 44.100 Hz/stereo- da qeydə al, 48.000 Hz/stereo efir üçün/ 24 bit/WAV (və ya məsələn, AIFF kimi başqa sıxılmamış formatlar (ibid.))

KAMERANIN AYARLANMASI

1) 25fps, PAL, 1920x1080 pixels, 1/50 saniyə.

2) Ən yaxşı mənbə materialı üçün düz məruz (flat exposure): Neytral profil, kəskinliyi söndürün (sharpness off), kontrast aşağı 2 (contrast down 2), tündlük aşağı 2 (saturation down 2) (ibid.)

İdeal üsulla proses:

İdeya > Tədqiqat > Çəkiliş siyahısı > Xam eskiz (Storyboard)> Foto -- Audio --Video >Eskiz (Storyboard) > Redaktə 1 > Yenidən çəkiliş (lazımdırsa, hətta hamısını) > Redaktə 2 > proqramlaşdırma> Təqdimat

Real üsul (əgər vaxt azdırsa):

İdeya > Tədqiqat > Çəkiliş siyahısı >Foto - Audio - Video > Eskiz> Redaktə> Təqdimat (ibid.)

Redaktəyə necə yanaşmaq lazımdır:

- Materialı təsnif edin və fərqli qovluqlarda sürətini saxlayın.
- İntervünü və ya intervülərinizi yazın.
- Eskizi qurun və yaxşı aforizmləri kəsin.
- Thumbnailləri (şəkillərin kiçik versiyalarını), etiketləri və aforizmləri çap edin.
- Puzzle-a (eskizə) yaxınlaşın.
- Redaktəyə başlayın (ibid.)

İstehsaldan sonrakı mərhələ

1. Öz materiallarınızı düzgün qovluqlarda saxlayın və qoyun orada da qalsın. Onları bir neçə diske və ya kompüterə səpələməyin. Daha sonra faylları məzmununa uyğun olaraq adlandırın.

2. İntervüləri yazın və zaman prinsipindən istifadə edin. Qayçı götürün və intervünün bütün hissələrini kəsin. Bu hissələri mövzulara, ya da fəsillərə bölün.

3. Şəkillərinin thumbnaillərini (kiçik versiyalarını) və videonu çap edin. Bu sizə bizim materialımızın vizual icmalını verəcək. Səs hissələrini kiçik bir kağıza yazın və faylları belə də adlandırın.

4. Eskizi qurun və redaktə etməyə başlayın (ibid.).

Daha bir bacarıqlı sənədli film yaradıcısı amerikalı fotojurnalist Masie Crow-dur. Onun Half Lives (Yarımqıç həyatlar) hekayəsi Pripyatdakı Çernobil işçilərinin 1986-cı il qəzasından sonrakı həyatları barədə gözəl sənədli filmidir

(<http://www.worldmätbuatphoto.org/video/half-lives--chernobyl--workers--now>).

İNTERAKTİV VEB SƏNƏDLİ FİLMLƏRİ

Oxucunun sizin hekayənizə baxması, mövzu ilə daha dərinlən maraqlanması fotojurnalistin əsas məqsədidir. Veb-in inkişafı bizə oxucunu əldə saxlamaq üçün yeni alətlər və imkanlar verir. Konfutsi deyirdi: "Mənə de və mən unudacağam, mənə göstər, mən xatırlayacağam, mənə işə cəlb et və mən anlayacağam". Onun bu sözləri interaktivliyin məğzini çox yaxşı izah edir. İzləyici işə nə qədər cəlb olunursa, o qədər də dərinlən də qavrayır.

İnteraktivlik media biznesində bir vaxtlar dəbdə olan bir söz idi. İnteraktiv sözünün bir çox kontekstdə işlənməyi terminin qavranılmasını tamamilə qeyri-dəqiq edir. "Nəyinsə interaktiv və reaktiv adlandırılması üçün əsas şərt istifadəçilərin kompüterə yerləşdirdiklərinə kompüterin də eyni şəkildə mənalı cavab verməyidir" (Hoem, 2013).

Misal üçün, Veb səhifədə xətti hekayə təqdim edib oxucunun play-ə basmasını gözləmək interaktivliyin ən sadə formasıdır. Linki tıklamaq oxucunun seçimi olub sistemdən cavab gəlməsinə səbəb olur.

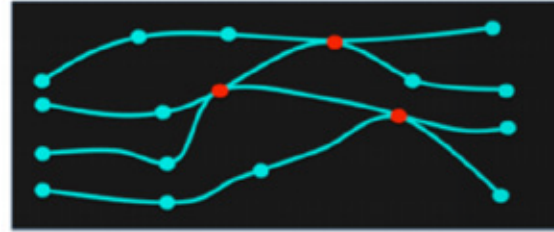
Əgər cavab əvvəlcədən müəyyən olunmuş tək bir variantdırsa, bunu adətən, reaktiv sistem adlandırırlar, çünki bu variant məzmunun özünə təsir etmir, yalnız hekayənin təqdim olunma formasıdır.

İnteraktiv sistem oxucuya bir neçə variant arasında seçim təklif edir. Bu da təqdim etmə və məzmunu çox təsir edir. Veb sənədlə filmləri oxucunun cavabını almaq üçün maraqlı nəqlətmə alətidir. Storyplanet (<https://www.storyplanet.com/index>) öz bloqlarında onlayn nəqlətmə aləti ilə oxucuları cəlb etməklə onların bir düşüncələrini paylaşır:

"İnternet bizə hekayətmənin təbii üsullarını qaytardı.

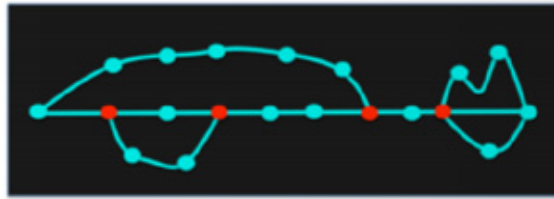
Söhbət interaktivlikdən, hekayənin süjet xəttini onun xarici ilə əlaqələndirməkdən, sizin mənim hekayəmə necə rəy bildirməyinizdən və sizin mənim növbəti hərəkətimə təsirinizdən gedir" (Storyplanet.blog, 2013).

Storyplanet interaktivliyi fotojurnalist və oxucu arasında söhbət kimi təsvir edir. Bu söhbəti inkişaf etdirmək üçün siz öz xətti hekayəniz ətrafında struktur qurmalısınız. Bu struktur oxucuya onu hekayəyə çatdıran fərqli yollar arasında seçim etməyə imkan verir. Storyplanetin təqdimatında naviqasiyanın 4 istiqaməti eksperimentdən keçirilib: növbəti/geri və aşağı/yuxarı/. Bunlardan başqa, interaktivliyi və oxucu iştirakını təmin etmək üçün hekayəni strukturlaşdırmanın beş fərqli modeli də təqdim olunub. Bu modellərlə tanış olaq.



Hörüklü Süjet

- Çoxobrazlı hekayə,
- Hər obrazın öz hekayəsi var,
- Müəyyən bir nöqtədə bu hekayələr kəsişir,
- Onlayn formatda istifadəçi istənilən obraz olmağı seçə bilər.



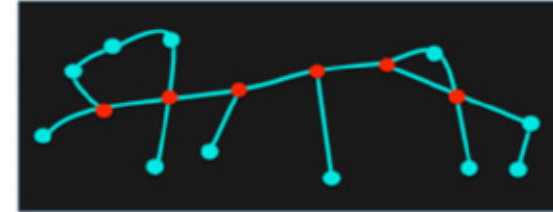
İstiqamətlənmiş şəbəkə

- İstifadəçi bir çox fərqli yollar seçə bilər,
- Lakin hekayəçi əsl istiqaməti öz nəzarəti altında saxlayır,
- İstifadəçinin nə seçməsindən asılı olmayaraq, hekayə eyni yerdə başlaya və bitə bilər,
- Lakin başlanğıc və son arasındakı cığır dəyişə bilər.



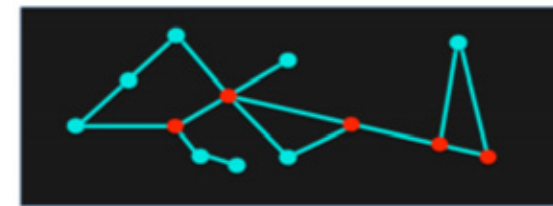
Kənar budaqlı vektor

- İstifadəçiyə kənar budaqlarda "gəzməyə" imkan verən klassik xətti hekayə,
- Bu budaqlar məqalələr, videolar, info-qrafiklər ola bilər.



Gizlədilmiş Hekayə

- İstifadəçi müəyyən informasiyanı almaq və hekayəyə keçmək üçün bir sıra tapşırıqları həll etməlidir,
- Hekayəçi süjetin idarəsini əlinə alır,
- Növbəti hissə açılarda istifadəçi müxtəlif informasiyanı, fəsiləri və s. tıklamaqda sərbəstdir.



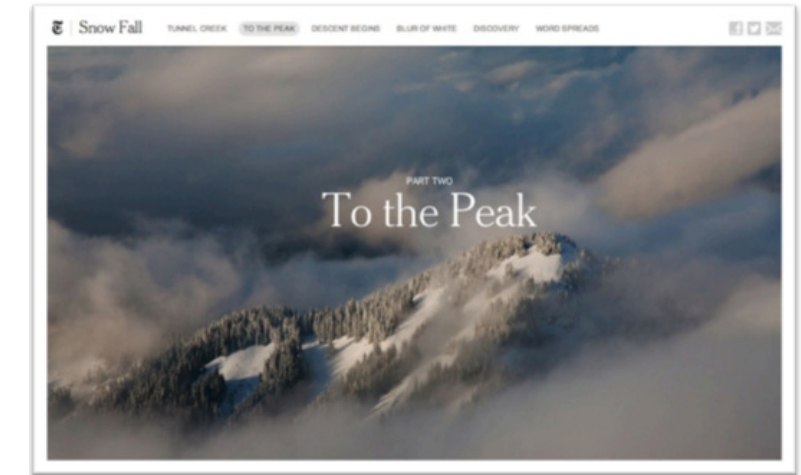
Labirint

- Hekayə strukturu qırılmış hekayə,
- Hekayənin necə çözülməsi istifadəçinin ixtiyarındadır (Storyplanet, 2012).

Müşahidəsi güclü olan oxucu, yəqin ki, bu modellərin beşində də bir ortaq açar element sezmişdir: xətti hekayənin və mövzunun dəyişməsi. Hörüklü süjet strukturun təsvirinə uyğun ola bilər. Məsələn, "The New York Times", 8 milyonda bir. Bu paketdə çoxlu obrazlar müxtəlif hekayələr danışır, amma onların bir ortaq cəhəti var ki, onlar hamısı Nyu Yorkdadır (<http://www.nytimes.com/packages/html/nyregion/1--in--8--million/index.html>). Dizayn oxucuya imkan verir ki, o bütün portretlər arasında seçim edə bilsin və ən maraqlı hesab etdiyini seçsin. Sən, çox güman ki, başqa oxucunun ilk portret üçün seçdiyi obrazdan fərqli bir seçim edib, hekayəyə fərqli bir giriş verəcəksən. Beləliklə, siz oxucuya 54 fərqli giriş verməklə, müxtəlif hekayə kombinasiyalarının yaranmasını təmin edirsiniz.

Kənar panelləri olan bir çox vektor başqa bir "The Nyu York Times" layihəsində müşahidə olunur: Qar yağışı: Tunel dərəsində qar uçunu. 2012-ci ilin sonlarında "The Nyu York Times" daha bir iddialı, güclü təsir bağışlayan interaktiv sənədlə film çəkdi. (<http://www.nytimes.com/2012/12/22/sports/q--a-->

the--avalanche--at--tunnecreek.html?_r=0) Bu filmi çəkməkdən məqsəd texniki bacarıqları və ya qeyri-adi dizayn qabiliyyətlərini göstərmək yox, qar uçqunundan sonra adi sual-cavab formasında ənənəvi dərin reportaj aparmaq idi.



Bu interaktiv filmi nəzərdən keçirməklə sən bir daha altı fəsil xətti hekayənin əsas strukturunu görərsən və hər fəsil hekayəyə yeni bir baxış/perspektiv təklif edəcək. Əsas mətnə verilən hər fəsilin üstündən keçərkən mətnə qarşı tənqidi məqamları özündə əks etdirən çoxlu qısa hekayələr (video, foto, qrafikalar) olacaq. Bu hekayələr oxucuya fərqli istiqamətlərə çıxmağa kömək edəcək. Kənar budaqlarından birini araşdırdıqdan sonra sən əsas səhifəyə qaytarılacaqsan.

Əgər siz bu güclü təsir bağışlayan əsəri nəzərdən keçirənsə, fərqli bir elementin oxunun təcrübənizi necə dəstəklədiyini və inkişaf etdirdiyini analiz edə biləcəksiniz. Digital Design şirkətinin direktor müavini Andrew Kueneman-ə əsasən, məqsəd dəstəkləyici hissəciklərin işlənməsini balanslaşdıraraq, "John (Branch)"-in mətnə əsasını qoyduğu sürət və hekayədən oxucunun geri qalmasının qarşısını almaqdır." (Duenes et al., 2013).

20 dekabr 2012-ci ildə, yayımlandıqdan 6 gün sonra Qar Uçqunu 3.5 milyon səhifə izlənmə sayı və 2.9 milyon ziyarətçi sayına çatdı ki, onların üçdə biri The New York saytının yeni ziyarətçiləri idi. (ibid.)

Yuxarıdakı iki nümunə fərqli veb formatların xətti hekayə əsasında necə inkişaf etdirilə biləcəklərini göstərir. Hekayəni əsas element kimi götürməyən oxucunun diqqətini çəkmək və saxlamaq çətindir.

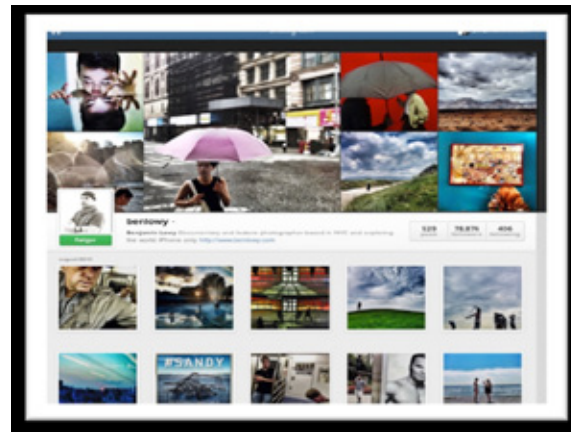
SOSIAL MEDIANIN İNTEQRASIYASI

Biz bu kitabın girişində müasir dünyada insanların fotoaparət və fotoqrafik cihazlardan yararlanaraq, sosial media vasitəsilə vizual məzmunu böyük qatqılar verərək fotoqraflara çevrildiklərini iddia etmişdik. Bu, peşəkar fotojurnalistlər üçün sınaqdır. Bu gün foto biznesində iki maraqlı trend var.

Ritchinə əsasən, fotojurnalistikanın insanların sosial media axınına inteqrasiyasının yeni yolları yüksək keyfiyyətli fotojurnalistikanın inkişafını dəstəkləyən yeni biznes modeli ola bilər.

Ritchinin ideyasının ənənəvi redaktə düşüncəsiylə bir çox orta qəhətləri var. Bu, oxuculara ucsuz-bucaqsız informasiya dənizindən lazım olanları tapmaq və ona uyğun kanallara abunə olmaq üçün redaktə zamanı professional kömək təklif edir.

ABŞ Sərhədsiz Həkimlər Təşkilatının kommunikasiya üzrə direktoru Jason Cone texnoloji inkişafı qəbul edən professional fotojurnalistlər üçün başqa bir imkan olduğunu deyir. Onun fikrincə, vizual surətin hər yerdə əmtəə olduğu, həvəskarların öz fotolarını smartfonlar, Instagram kimi müxtəlif sosial tətbiq



Ben Lovey-in Instagram səhifəsini göstərən ekran şəkli

proqramları vasitəsilə yaydıqları bir dövrdə peşəkar fotoqrafın vizual estetikası, təsviri, üslubu, eləcə də peşəkar mühitlə əlaqələri onu eyni texnikadan istifadə etdikdə belə kütlədən ayırır (Cone 2013).

Əfqanıstan və Liviyada müharibə dövründə fotojurnalistlər hadisələri çatdırmaq üçün smartfonlardan və Instagramdan istifadə etməyə başladılar. Fotojurnalist Benjamin Lovey smartfon və Instagram istifadəsində yeni deyildi. Onu "The New York Times"-da nəşr olunan "Pis və daha pis adamlar"

hekayəsinin şəkillərini çəkərkən iPhone və Hipstamatic tətbiqindən (app) istifadə etməsi tanıtılmışdı. (<http://www.nytimes.com/2011/10/23/magazine/bad-guys-vs-worse-guys-in-afghanistan.html>)

Bu gün o, fiçer və xəbər hekayələrini çatdırmaq üçün iPhone-la dünyanı gəzir. O, DSRL fotoaparətini evdə qoyur. Bunun səbəbi isə şəkilləri çəkərkən və yayarkən telefonun daha rahat olmasıdır. Lowy-in 78876 izləyicisi onu öz veb sayt trafikinin aktivliyini artırmaq istəyən müştərilər üçün cəlbedici edirdi.

"Time" jurnalının fotoqrafiya müdiri Kira Pollackın Sandy qasırgasının Amerikanın şərq sahillərinə təsirini göstərmək üçün, yalnız öz smartfonlarından istifadə etmək şərti ilə, 5 tanınmış fotojurnalistlə müqavilə bağlaması mediada ciddi əks-səda verdi. Fotojurnalistlərə "Time"-in Instagram səhifəsində birbaşa paylaşım imkanı verərək o, yeni izləyicilərin sayını yüz minlərə çatdıra bildi. Bu qərar fotojurnalistlərin Instagram izləyiciləri ilə jurnalın veb sayt trafikinin aktivliyini artırdı. "Time" fotoqrafiya bloqu, Lightbox, (<http://lightbox.time.com/2012/10/30/in-the-eye-of-the-storm-capturing-sandys-wrath/#1>) həmin həftə ərzində bütün saytın trafikinin 13%-ə cavabdeh idi. Jurnalın Instagram səhifəsinə 48 saat müddətində 12000 yeni izləyici abunə oldu. Peşəkar jurnalistlərin smartfon kimi sadə bir alətin fərqli tətbiq proqramlarından yararlanaraq bacarıqlarını inkişaf etdirmələri, auditoriya və media şirkətləri ilə münasibətlərini yenidən qurmaları çox maraqlıdır.

Berkeley Universitetinin jurnalistika və mobil-fotoqrafiya mütəxəssisi, professor köməkçisi Richard Koci Hernandezin fikrincə, qısa bir müddət ərzində bu cür münasibətlər adılacaq (Marshall, 2013). Belə də oldu. 2013-cü ildə Android əməliyyat sistemli, antenalı Samsung Galaxy Camera və Wi-Fi-i olan Canon 6D meydana çıxdı (ibid.).

Fotojurnalistin brend olması, şəbəkədə qalmaq bacarığı, auditoriya və müştərilərlə əlaqə qurması yeni fotojurnalistika alətlərinin və biznes modellərinin inkişafındakı əsas faktorlardır.

2013-cü il boyu bir neçə şirkət media təşkilatlarının Twitter və Instagramda yayımlanan şəkilləri izləmək üçün sosial media monitoring alətləri və tətbiqlərinin əsasını qoyur və inkişaf etdirir. Foap (<http://foap.com>) fotoqrafın öz şəkillərini satış üçün lisenziyalaşdırma biləcəyi paylayıcı kanalla əlaqəli iPhone istifadəçiləri üçün nəzərdə tutulmuş tətbiqdır. CrowdMedia (<https://www.crowdmedia.co>) Twitterdə yayımlanan xəbər şəkillərini izləmək və satmaq fikri ilə yaradılıb.

Onlar Twitter istifadəçilərinə öz şəkillərini 20 dollara media təşkilatlarına satmaq imkanı verirlər.

Şirkətin xidməti işə başlayandan 15 dəqiqə sonra 2013-cü ilin iyun ayının 7-də faciəli bir olay bu biznes modelinin potensialını təsdiq etdi. Santa Monikada silahlı şəxs John Zawahri öz atasını və qardaşını universitetin yaxınlığındakı digər üç nəfərdən əvvəl qətlə yetirdi. CrowdMedia hadisə zamanı universitetin içindən yeganə şəkli çəkmək üçün lisenziya ala bildi. Şəkil bir sıra media təşkilatları tərəfindən seçilib dərc olundu.

An evacuee named Daniel Kraft tweeted a photo of an unidentified body on campus grounds shortly after the shootings. Kraft told CNN that he believes he took a photo of the gunman.



Daniel Kraft adında təxliyə olunmuş bir adam hadisədən dərhal sonra Twitterdə kampus ərazisində naməlum bir insanın şəklini paylaşır. Kraft CNN-ə onun silahlı şəxsin şəklini olduğunu deyir.

News Breaker

Qrafik şəkil: Evakuasiya olunmuş @Daniel_Kraft Santa Monica Kollecinin yol kənarındakı cəsədin şəklini paylaşır. Şəkil silahlı şəxsə aid olduğu hələ təsdiq edilməyib. pic.twitter.com/zwDF2tSHew Figure 2 http://www.huffingtonpost.com/2013/06/07/santa-monica-college-shooting_n_3404689.html#slide=2547055.

Hazırda bu platforma, geolokasiya informasiyasından

və açar sözlərdən istifadə etməklə, 150 milyon sosial fotoqrafın şəkillərini tədqiq edir. Bu şəkillərin yalnız 0.03 faizi xəbər əhəmiyyətli və media təşkilatları üçün gərəklidir.

Bu inkişaf bazarda qiymətlərə təsir edir və fotosəkil agentliklərinin oturuşmuş oyunçuları bununla üzvləşirlər. Associated Press (AP) kimi agentliklərdə olduğu kimi, sosial medianın ənənəvi mediaya inteqrasiyası inkişaf etdirilməlidir, lakin agentliyin işləri ilə paralel yeni formatları eksperimentdən keçirən bəzi fərdi fotojurnalistlər də vardır. AP-nin Asiya üzrə baş fotoqrafı David Guttenfelder Instagram, Facebook, (<https://www.facebook.com/dgutenfelder>), blogging (<http://davidgutenfelder.com>), Twitter (@dgutenfelder) və iPhone fotoqrafiyasını təcrübədən keçirir. Agentliyin brauzerindən <http://bigstory.ap.org/tags/david-gutenfelder> və oxucu, müştərilərin diqqətini cəlb edən Guttenfeldin öz Instagram hesabından paylaşılan şəkilləri müqayisə etmək maraqlıdır, <http://bigstory.ap.org/tags/david-gutenfelder>.

Bu departamentlər, əsasən, Campellin (2013) təcrübədən keçirdiyinin nəticəsidir: "Bu sənayenin içindəki insanlar bütün potensial multimediaların nə təklif etdiyini və kreativ sərhədlərin harada olduğunu dərk edirlər".

Fotojurnalistlər yeni imkanlardan faydalanmalı, inkişafın bir parçası olmalı və öz vizual yarışlarını gözləri önünə gətirməlidirlər. Kütləvi mediada sosial medianın inkişafından sonra təməl "qayda" və imkanlar təzə-təzə dərk olunmağa başlayır.

Sosial mediadan istifadənin ən son maraqlı inkişafı Instagramda vizual əsaslı xəbərlər xidmətinin əsasının iki media qurumu: NowThisNews (<http://instagram.com/nowthisnews>)

və BBC Instafax ilə (<http://instagram.com/bbcnews>) qoyulmasıdır. Hər iki xidmət 15 saniyəlik video formatı eksperimentdən keçirir.

"VICE" jurnalının onlayn versiyasının beynəlxalq xəbər bürosunu dünyanın hər yerindən 50-dən çox müxbirdən ibarət olan komanda təşkil edir. Qlobal xəbər sənayesinin böyük oyunçuları ilə müqayisədə, nisbətən balaca və "yüngül" sayılan bu əməliyyatın əsası Veb sahibkarlığı ruhunda qoyulub.

(http://www.youtube.com/watch?v=dm_A_1xp_Vo&feature=youtu.be)

http://www.youtube.com/channel/UCZaT_X_mc0BI-djXOIhfqWQ.

Şəkildən istifadə üçün 20 dollarlıq adi lisenziya fotojurnalistin agentlik vasitəsilə şəkil yayarkən aldığından qat-qat aşağı məbləğdir.

SOSIAL OL! AKTİV, MARAQLI, TƏVAZÖKAR VƏ DÜRÜST OL

Kaplan və Haenleinə (2009) əsasən, bunlar sosial mediaya qatılarkən dost və izləyici qazanmağa və paylaşdığının geniş yayılmasına ümid etdiyiniz zaman vacib olan əsas beş cəhətdir. Niyə? Çünki həyatın özündəki sosial ünsiyyətin təməl qaydası öz əksini eynən bizim sosial mediadakı davranışlarımızda da tapır. Əgər kiminləsə dostluq və münasibət qurmaq istəməyiniz, sosial və söhbətcillə danışmaq, utancaq və sakit adamları danışmaqdan daha maraqlıdır. Fəallar daha çox diqqət çəkirlər.

Vizual məzmun diqqət cəlb edir. İnsanların səni izləmək və səninlə ünsiyyət qurmaq istəyəcəkləri şəkilləri paylaşaraq maraqlı ol. Fotojurnalist kimi siz istəməyiniz ki, insanlar sizinlə hər gün profil şəklinizi dəyişdirdiyiniz üçün ünsiyyətdə olsunlar. Siz istəyirsiniz ki, onlar sizi bir fotojurnalist kimi qiymətləndirsinlər. Yərinizdə saxlayın ki, siz potensial müştəriləri cəlb etməlisiniz.

Təvazökar ol, çünki ola bilsin ki, sənin ünsiyyətdə ustalaşmadığın məqamlar var. Əgər yeni kanaldan istifadə etməyə başlayarsınızsa, insanların necə ünsiyyət qurduqlarını nəzərdən keçir və öyrənməyə çalış.

Təkcə professionalıq və şəxsiyyət (və ya şarm) sizi brend kimi satmaz. Siz ünsiyyətdə şəxsi və peşəkar keyfiyyətləriniz arasında balans tapmaqla potensial müştəriyə göstərməlisiniz ki, siz dürüst insansınız. Bu məsələdə də peşəkarların təcrübəsindən yararlanın.

İnandırıcılıq fotojurnalistin ən əhəmiyyətli cəhətidir. Bu cəhəti unutmayın. Sosial mediadakı ünsiyyətinizdə dürüst və inandırıcı olun. İzləyiciləri və dostları cəlb edən balans tapın.

SOSIAL MEDIANIN MÜXTƏLİF NÖVLƏRİ

Bu gün bir çox insanlar istifadəçilərə şəxsi profillərini yaradaraq, dost və həmkarlarını dəvət edərək öz şəbəkələrini yaratmağa imkan verən Facebook, MySpace, LinkedIn və s. kimi sosial şəbəkələrlə tanışdırlar. Bu şəbəkələrdə istifadəçilər məzmun paylaşa, bir-birilərinə mesaj göndərə və söhbət edə bilirlər.

Yeni media mənzərəsində professional fotojurnalist üçün kəşf etməli hətta daha maraqlı bir sıra başqa fürsətlər də var. Fotojurnalistika biznesinizi brendə çevirməyiniz əsas yolu Facebook profilinizin əsasən, professional istiqamətli qurmağınızdır. Brend düzəltmək ideyanızı sosial şəbəkələrdən istifadə ilə dəstəkləmək üçün (Benjamin Lovey və David Guttenfelder kimi) bu hesabı Twitter və Instagram hesabınızla birləşdirin.

Yeni media fəaliyyətinə keyfiyyət və inandırıcılıq qatmaq üçün işlərinizi sərgiləyə biləcək ənənəvi veb sayt və ya xronoloji ardıcılıqla professional bir gündəlik kimi xidmət göstərən Mediastorm komandasının (<http://mediastorm.com/blog/>) bloqunda, Philip Bloom bloqunda (<http://philipbloom.net/blog/>) təqdim edə bilərsiniz. Bloq kiber mühitdə

işə başlamağın çox asan yoludur. Bu sizin tərəfinizdən idarə olunur (buna görə də sizə yaradıcı müstəqillik verir) və oxucuya rəy bildirmək imkanı verir. Bloqçuluq ona görə də oxucularla ünsiyyət qurmağın və professional profil inşa etməyinizə əla üsuldur.

İşinizi yaymaq üçün siz Flickr, Vimeo və s. kimi işinizi necə və kimə göstərməyi seçməyinizə icazə verən məzmun cəmiyyətlərinə qoşulmalısınız. Bu məzmun cəmiyyətləri sizə şəkil və videolarınızı satmağa və vizual məzmunu başqa media platformalarında yaymağa imkan verəcək (məsələn; bloqun daxilindəki videolar kimi və ya Flickr-dən istifadə edərək şəkilləri bloqunda və Facebook səhifəndə avtomatik olaraq paylaşmaq).

Ortaq layihələr sizə brendinizi və fotojurnalist bacarıqlarınızı inkişaf etdirən daha böyük kollektiv layihəyə qoşulmağa imkan verir. Kollektiv cəhdlə beynəlxalq mətbuat (media) tərəfindən asanlıqla unudulan mövzulara diqqəti yönəltmək olar. Buna misal olaraq Amerika fotoqraflarının Facing Change (<http://facingchange.org>) və İtaliya fotoqraflarının Terra Project (<http://www.terraproject.net/en/home>) layihələrini misal göstərmək olar.

Kütlə maliyyəsi, mikroödəmə platformları və ya qrantlar layihənizi gerçəkləşdirməyinizə başqa bir yoludur.

Aşağıdakı kütlə maliyyələşdirməsi saytlarından maliyyə yardımı ala bilərsiniz:

- Emphasis: <http://emphas.is/>
- Kick Starter: <http://www.kickstarter.com/>
- Spot Us: <http://spot.us/>
- Rocket Hub: <http://www.rockethub.com/>
- Pozible: <http://www.pozible.com>
- Indie Go Go: <http://www.indiegogo.com/>
- Kachingle: <http://www.kachingle.com/>
- Flattr: <http://flattr.com/>

Fotojurnalistləri maliyyələşdirən, onlara qrantlar verən təşkilat və agentliklər bunlardır:

- TheMagnum Foundations Emergency Fund (<http://magnumfoundation.org/emergencyfund/index.php>)
- Getty Images Grants for Editorial Photography (http://imagery.gettyimages.com/getty_images_grants/Editorial.html)

Bir qədər axtarsanız, siz fotojurnalistləri qrantlarla maliyyələşdirən başqa təşkilatlar da tapacaqsınız.

SOSIAL MEDIANIN DAHA GENİŞ MƏNADA İNTEQRASIYASI

Bu bölümdə biz yüksək keyfiyyətli yeni media jurnalistikasının inkişafını və onun fəaliyyətinə aid nümunələri, eləcə də yeni biznes modellərini və imkanlarını nəzərdən keçirdik.

Fotojurnalistlərin peşəkarlıqlarını yüksəltmək üçün imkanlar artdıqca, onlayn məkanı pulsuz məzmunla təmin etmək istəyən sosial media konüllülərin də sayı artır. İstifadəçi tərəfindən yaradılan məzmun (User Generated Content - UGC) jurnalistikanın əsas elementləri olan mənbələrlə işi, keyfiyyəti, etibarlılığı heç edir.

İNTERNET FIRILDAQLARI ÇOX ARTIB

Gəlin 11 sentyabr hadisəsindən bir qədər sonra dünyadakı bütün veb-saytlara və xəbər redaktorlarına mail-lə göndərilən bu şəkil nümunəsinə baxaq. Şəkil fotojurnalistikanın bütün fundamental ana elementləri ilə birgə, mənəvi, etik və mühakimə normalarını da ayaq altına atır.

Əvvəlcə turist bir oğlanın şəkli İnternetdə peyda oldu və ardınca bu oğlanın şəklinin Dünya Ticarət Mərkəzinin (World Trade Center) qalıqlarının içindən tapılan fotoaparətdən çıxdığı barədə şayiə yayıldı. Şəkildə yun papaqlı, qalın gödəkçəli və ağır çantalı bir adam Dünya Ticarət Mərkəzinin müşahidə bürosunda dayanmış fotoqrafa baxırdı. Fonda aşağı tərəfdə binaya istiqamətlənmiş jet təyyarəsi görünürdü. Şəkil təyyarə qülləyə dəymədən saniyələr öncə çəkilmiş bənzəyirdi.



Turist

Redaktorlar araşdırmalar və şəkli bütövlüklə analiz etməklə onun saxta olduğunu tezliklə müəyyənləşdirdilər.

Şəkil saxta olduğunu sübut edən arqumentlər bunlardır:

- Sentyabrın 11-də səhər havanın hərələri 18-20 dərəcə olardı. Şəkildəki adam niyə qalın qış paltarları geyinib?
- Ön plandakı ağ rəngin balansı təyyarənininkindən fərqlidir.
- Təyyarə təxminən 850 km. saat sürətlə hərəkət etsə idi, bu qədər kəskin görünməzdi.
- Təyyarənin yaxınlaşdığını görəndə fotoqrafın çəkilişi davam etdirməyi inandırıcı deyil.
- Fotoaparətin əzilmədən o hadisəyə tab gətirməsi, demək olar ki, mümkün deyil.

Sübutların siyahısı uzadıla bilərdi. Şəkli düzəldən 25 yaşlı macar Péter Guzil idi. O, şəkil 1997-ci ildən qalan

köhnə bir şəkilin əsasında yaratmışdı. Məqsəd bu şit zarafatı dostları arasında yaymaq idi. Daha sonra o, öz çıxışında şəkilin İnternetdə bu qədər tez yayıla biləcəyini ağılına belə gətirmədiyini bildirmişdi.

Şəkil saxta olduğu tezliklə aşkarlandı və o, xəbər saytlarının heç birində yayımlanmadı. Biz istifadəçi məzmununun mənbə və inandırıcılığına ehtiyatla və tənqidi yanaşmalıyıq.

BAĞDAD (AP) 10 il bundan əvvəl Bağdadın Firdos meydanında bir heykəl uçurulur. Şad iraqılıqlar Amerika tankının köməyi ilə diktatorlarının bürünc heykəlini yıxırlar. Bütün dünyaya canlı yayımlanan bu səhnə müharibənin Səddam Hüseyin üzərindəki son qələbəsinin rəmzi olur.

DIA HADID və QASIM ABDUL-ZAHRA 9 Aprel, 2003 14:58

(<http://news.yahoo.com/10-anniversary-baghdad-fall-us-forces-185830950.html>)

Bu, Associated PRESS-in ABŞ Dənizçiləri Psixoloji Əməliyyatları (PSYOP) tərəfindən səhnələşdirilən fotosəkil yayması barədədir. Fotosəkilin PSYOP tərəfindən qurğu olması faktı AP-in 10 illik hesabatında qeyd edilmədi. PSYOP Səddam Hüseyin heykəlinin aşması şəkillərinin bu cür simvolik vizual hesabat kimi təxribat dəyərini bilən komandadır. Firdos Meydanındakı heykəl beynəlxalq media nümayəndələrinin çoxunun qaldığı Bağdaddakı Fələstin otelindən 150 metrlik məsafədə idi. Bu da heykəlin aşırılmasının medianın maksimum diqqətinə səbəb olacağı yer idi. Televiziya və xəbər agentlikləri vasitəsilə şəkillər bütün dünyaya yayıldı və 2003-cü il aprel ayının 9-u Bağdadın süqutu kimi qeydə alındı.

Bu hadisədə maraqlı olan Information Clearing House, (<http://www.informationclearinghouse.info/article2842.htm>) saytını idarə edən müstəqil bir bloqqer xəbər dünyaya yayılardan sonra 5 gün sonra tədqiqat apararaq PSYOP əməliyyatı haqqında məlumatın üstünü açdı. İfşa xəbər qurumlarında media şərhçiləri və tədqiqatçıları arasında böyük müzakirəyə səbəb oldu. Heykəlin aşmasının əsl səbəbi başqa media təşkilatları və Bağdadda Firdos meydanındakı PSYOP-un verdiyi hesabatda təsdiqləndi.

Bu nümunədə isə istifadəçi tərəfindən təmin olunan məzmun münaqişələr zamanı ABŞ ordusunun necə fəaliyyət göstərdiyini bildirən əhəmiyyətli məlumatın üstünü açır. Bloqqer bizim "adətən" inandırıcı və etibarlı qəbul etdiyimiz kanal və xəbər agentliklərindəki səhvləri düzəltmək üçün öz töhfəsini verir.

ETİK YOXLAMA SİYAHISI

Nümunələrdən göründüyü kimi, İnternetdə geniş istifadəçi və müştəri əlaqələri olan fotojurnalist və ya foto-redaktor öz fotojurnalistinin də, istifadəçinin də təklif etdiyi məzmunu jurnalistikanın etik kodeksinə əsasən, qiymətləndirməyi bacarmalıdır.

Yuxarıdakı nümunələr material barədə hökm yürüdərkən və ya onu təmin edən motivasiyasını anlamağın necə müxtəlif formalı çətinliklər törədə biləcəyini göstərir. Göndərən kimdir? Biz şəkilin foto məqsədilə səhnələşdirmə olmadığını, əsl hadisə olduğunu necə bilək?

Platformaların və peşələri jurnalist olmayan məzmun təminatçıların müxtəlifliyi ilə bütün təminatçı-platforma kombinasiyalarına tətbiq edilə biləcək, həmişə fəaliyyət göstərəcək media etikasını yaratmağın mümkünüyü sual olaraq qalır. Müxtəlif media platformaları üçün müxtəlif normaların tətbiqi ehtimalı varmı? Professional jurnalist öz reportajında bütün bunlardan istifadə edəndə nə olur? Oxucu UGC (istifadəçi məzmunu) ilə jurnalist materialını ayırd edə bilirmi? Bu sualları cavablandırmaq çətinlikdir.

Platformalardakı fərqliliyi və daim yenilərinin inkişaf etdiyini nəzərə alsaq, hər platformaya ayrı xüsusi etik qaydaların tətbiqi mümkün deyil, çünki siz həmişə geridə qala bilərsiniz. Bütün yeni təminatçı-platforma kombinasiyalarına konstruktiv etik yanaşma jurnalist etikasının ana elementlərinə önəm verməyə əsaslanmalıdır. Doğruluq, dəqiqlik, obyektivlik, tərəfsizlik, ədalət, ictimai məsuliyyət bütün jurnalistlərin, fotojurnalistlərin, redaktorların qorunmalı olduqları dəyərlərdir.

Yuxarıdakı bütün sualların cavabı birdir – jurnalist-istifadəçi-oxucu əməkdaşlığında peşəkarlar etik standartların gözlənilməsi və qorunmasının məsuliyyətini öz üzərlərinə götürməlidirlər.

Hazırda Suriyada davam edən münaqişə buna bariz nümunəsidir. Bu münaqişədə istər rəsmi, istərsə müstəqil xəbər agentlikləri, frilans jurnalistlər, beynəlxalq mətbuat, vətəndaş fotojurnalistlər, aktivistlər, humanitar, dini, siyasi təşkilatlar, QHT-lər, müxtəlif üsyançı qruplar, silahlı qüvvələr, informasiya və global kommunikasiyalar hər kanalda (həm ənənəvi, həm yeni mediadan) istifadə edərək ölkə haqqında xəbərləri işıqlandırırırlar. Tələb edilən - hədsiz informasiya axınının bir neçə filtdən keçirilərək təqdim edilməsidir. Filtrləmə yeni və ənənəvi media kanalları tərəfindən ötürülən hər bir informasiyaya tətbiq olunmalıdır.

Bir jurnalist, fotojurnalist, redaktor kimi siz tənqidi

olmalı, informasiyanın təmin olunduğu mənbələri sorğulamalıdır. Siz tənqidi rəylər olmadan aşağıdakı filtdən keçə bilməyən material və mənbələrin istifadəsindən qaçmalıdır.

Mənbə tapma

• İnformasiyanın mənbəyini müəyyən etmək mümkündürmü?

• Bu mənbə tərəfindən verilən informasiya, şəkil və ya videonun etibarlılığına dair 3 fərqli mənbənin təsdiqini almaq mümkündürmü?

• Anonim mənbələrə, eksklüzivlik və ya ödəmə qarşılığında məlumat təklif edən mənbələrlə ehtiyatlı olun. Mətbuat məlumat əldə etmək üçün mənbəyə pul ödəməməlidir.

• Ehtiyatlı ol və mənbənin informasiyanı təmin etmək üçün gizli kamera, mikrofon və saxta kimlikdən istifadə etmədiyinə əmin ol. (Yalnız xüsusi hallarda istifadə oluna bilər. Əgər bu, cəmiyyət üçün həyati əhəmiyyət daşıyan məsələlərin üstünü açmağın yeganə yoludursa, o zaman istifadə etmək olar).

• Orijinal mənbə tərəfindən şəkillər və ya video təmin edilirmi?

• Şəkil və ya videonun rəqəmsal emal olunduğunu nədənsə bilmək olarmı?

Müəlliflik hüququ

• Məlumatın, şəkillərin və ya videoların mənbənin orijinal işləri olduğuna, təminatçının müəlliflik hüququna malik olduğuna əmin olun.

• Əgər müəllif bəlli deyilsə, materialı dərc etməyə icazə almaq üçün etibarlı müəllif hüququ sənədini axtar və ya başqa yollarla müəllifin kim olduğunu öyrən və materialın nəşri üçün icazə al.

Nəşr

Materialı mənbədən nəşr etməklə siz bunlara nail ola biləcəksinizmi?

• Hadisənin, situasiyanın dəqiq, balanslı, ədalətli təsvirinə,

• Məzmun və tonu balanslı və ədalətli verməklə reallığı əks etdirməyə,

• Mövzuların təsvirində dəqiq və hərtərəfli olmağa,

• Fərdləri və qrupları stereotipləşdirməkdən qaçmağa,

• Mövzuya hörmət və ləyaqətlə yanaşmağa,

• Həssas mövzularda, cinayət və faciə qurbanlarına qarşı diqqətli olmağa.

Mənbə axtarışı və müəlliflik hüququ sənədləri ilə dəqiq ol.

Bundan sonra özün qiymətləndir – təqdim olunan materialı vermək olar, yoxsa yox?

Bəs Google, Facebook və Twitter?

Fotojurnalist kimi siz, bir qayda olaraq, Google şəkil axtarışından, Facebook, Twitter və ya başqa media kanallarından istifadə edə bilməzsiniz. Fotojurnalistin, hər şeydən əvvəl, işi öz şəkillərini çəkmək və onları KİV-də (ənənəvi və yeni mediada) çap etdirməkdir.

Yuxarıda adı keçən sosial media kanallarından yalnız o zaman istifadə etmək olar ki, bu, cəmiyyət üçün həyatı əhəmiyyət daşıyan məsələlərin üstünü açmağın yeganə yolu olsun. Əgər siz şəkil redaktoru kimi davranır və sosial media kanallarından şəkillər yığırsınızsa, siz yenə də yuxarıda sıralanmış etik prinsiplərə əməl etməlisiniz.

İSTİNADLAR

1. Butet-Roch, L., 2013. (August 2013). Meta-narrative: Fred Ritchin on the future of photojournalism. Retrieved from <http://www.bjp-online.com/british-journal-of-photography/interview/2286634/metanarrative-fred-ritchins-on-the-future-of-photojournalism>
2. Campbell, D., 2013. Visual Storytelling in the Age of Post-Industrialist Journalism. World Press Photo
3. Cone, J., 2013. (July 2013). Wanted: The networked photojournalist. Retrieved from http://www.bjp-online.com/british-journal-of-photography/opinion/2284469/wanted-the-networked-photojournalist?utm_content=buffer04103&utm_source=buffer&utm_medium=twitter&utm_campaign=Buffer
4. Duenes et al., 2013. (August 2013). How we made Snow Fall. Retrieved from <http://source.mozillaopennews.org/en-US/articles/how-we-made-snow-fall/>
5. Hoem, J. 2013. (June 2013). Fortelle med lyd og bilder. Retrieved from <https://sites.google.com/site/multimediejournalistikk/fagst/etterbehandling/fortelle-med-lyd-og-bilder>

FOTOJURNALİSTİKA SAHƏSİNDƏ QANUN VƏ ETİKA

Nələri öyrənirik?

Azərbaycan Respublikasının kütləvi informasiya vasitələri sahəsində mövcud qanunvericiliyi.

Milli və beynəlxalq jurnalist federasiyalarının peşə etikası kodekslərini.

Müəlliflik hüququnun mahiyyətini və onun beynəlxalq təcrübədə tətbiqini.

Fotojurnalistin gündəlik işində üzlədiyi etik dilemmalar və onların həlli yollarını.

Fotojurnalist cəmiyyətin gözleridir. Onun vəzifəsi foto hadisələri fotokamera ilə çəkib kütləvi informasiya vasitələrində ictimaiyyətin diqqətinə balanslı və düzgün şəkildə çatdırmaqdır.

Fotoqrafiya çəkilən obyektə əks olunan işığın elektromaqnit şüalarının işıqəhəssas materiallarda – fotolentdə və ya xüsusi elektron cihazda obyektin təsvirini yaradan mexaniki prosesin nəticəsidir. Fotoqrafiya bizi əhatə edən dünyanın sadəcə kiçik bir fraqmentini özündə əks etdirir. Buna görə də o, bir insanın – fotoqrafın interpretasiyasının, təcrübəsinin və ya motivasiyasının nəticəsidir. Hər bir jurnalistin, eləcə də fotojurnalistin məqsədi və istəyi informasiyanı qanunvericiliklə müəyyən edilmiş çərçivədə, tarazlaşdırılmış və doğru-dürüst şəkildə çatdırmaqdır.

Azərbaycanda kütləvi informasiya vasitələri ilə cəmiyyət, o cümlədən, dövlət orqanları arasında münasibətlər Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası və “Kütləvi informasiya vasitələri haqqında” Qanunu ilə tənzimlənir.

Qeyd olunan qanunun elə birinci maddəsində kütləvi informasiya vasitələrinin ifadə azadlığına təminat verilmiş, üçüncü maddədə isə senzuranın yolverilməzliyi göstərilmişdir:

Maddə 1. Kütləvi informasiya azadlığı

Vətəndaşların Azərbaycan Respublikası Konstitusiyasında təminat verilən söz və mətbuat azadlığı öz fikir və əqidələrini hər şəkildə, o cümlədən kütləvi informasiya vasitələrində ifadə etmək, məlumat axtarmaq, almaq, hazırlamaq və yaymaq hüququ deməkdir.

Azərbaycan Respublikasında kütləvi informasiyanın axtarılması, alınması, seçilməsi, hazırlanması və yayılması;

- kütləvi informasiya vasitələrinin təsis olunması;

Biz ona çalışmamalıyıq ki, bizi hər kəs başa düşsün, biz ona çalışmalıyıq ki, bizi başa düşməmək mümkün olmasın.

Vergili

Fotoqrafiyanın tamamilə obyektiv ola biləcəyini düşünmək mənasızdır. Fotoqrafiya həqiqət, gerçəklik deyil. O, insan tərəfindən onu əhatə edən dünyanın ikiölçülü interpretasiyasıdır.

Anastasia Taylor-Lind, VII fotoqraf

- kütləvi informasiya vasitələrinə sahiblik, onlardan istifadə və onların barəsində sərəncam;

- kütləvi informasiya vasitələri məhsulunun istehsalı və yayılması üçün lazım olan texniki qurğuların və avadanlığın, xammal və materialların alınması, hazırlanması, saxlanması və istismarı;

Bu Qanunda müəyyən edilmiş qaydalar istisna olmaqla, məhdudlaşdırılmır.

Kütləvi informasiyanın inhisarlaşdırılmasına yol verilmir.

Maddə 3. Senzuranın yolverilməzliyi

Kütləvi informasiya vasitələri üzərində senzuraya – vəzifəli şəxslərin, dövlət orqanlarının, müəssisələrin, təşkilatların, idarələrin, yaxud partiyaların, digər ictimai birliklərin kütləvi informasiya vasitəsi redaksiyasından hər hansı xəbər və materialı (vəzifəli şəxsin müəllif olduğu, yaxud müsahibə verdiyi hallardan başqa) onlarla əvvəlcədən razılaşdırmaq tələblərinə yol verilmir” (1).

Bu qanun kütləvi informasiya vasitələrinin müxtəlif sahələrdə, o cümlədən, fotojurnalistika sahəsində də fəaliyyəti üçün normativ-hüquqi bazanı təmin edir. Təbii ki, fotojurnalistika sahəsində fəaliyyətin mənavi aspektlərini tənzimləyən mexanizmlər bu qanunda nəzərdə tutulmur və heç nəzərdə tutulmamalıdır da, buna görə də o, fotojurnalistikanın məzmun hissəsinə deyil, formal hissəsinə toxunur.

Bu qanun Avropa Şurası Parlament Assambleyasının jurnalistlər və redaksiyalar tərəfindən aşağıdakı normalara riayət olunmasının vacibliyini bəyan edən tövsiyələrinə tam uyğundur:

1. Müasir cəmiyyətin və demokratiyanın inkişafında kütləvi informasiya vasitələrinin rolunun artdığı bir şəraitdə onların etik məsuliyyətinin təsdiq edilməsi;
2. Hüquq və vəzifələrin, azadlıq və məsuliyyətin aydın

başla düşülməsinin zəruriliyinin jurnalistikanın peşə meyarlarına daxil edilməsi;

3. Xəbərlərlə şəxsi fikirlər, rəylər, mülahizələr arasında fərq qoyulması, bu anlayışların qarışdırılmasının yolverilməzliyi;

4. Xəbərlər təqdim olunan məlumatların həqiqiliyinə əsaslanmalı, yoxlanılmış və sübut olunmuş, qərəzsiz olmalıdır, başlıqlar faktların mahiyyətini mümkün qədər daha dəqiq və aydın ifadə etməlidir;

5. Rəylərdə real hadisələr haqqında fikirlər və qeydlər ola bilər, onlar vicdanlı və etik şəkildə ifadə olunmalıdır;

6. Hadisələrin şərh kimi verilən rəylərdə real faktlar gizlədilməməlidir;

7. KİV-nin vəzifəsi – informasiya azadlığı hüququna malik olan vətəndaşları məlumatlandırmaqdır;

8. İnformasiya azadlığı Transsərhəd Televiziya haqqında Avropa Konvensiyasının 10-cu maddəsi və bütün demokratik konstitusionalarda təsdiq edilmiş fundamental hüquqdur;

9. Hakimiyyət orqanları KİV-də plüralizmi və ifadə azadlığının, informasiya hüququnun həyata keçirilməsini təmin etməli və senzuranın qarşısını almalıdırlar;

10. Azadlığın qorunması təkcə KİV üçün deyil, həm də onların daxilində olmalıdır, çünki KİV-in korporativ strukturuna arasında fərqlər olan nəşirlər, sahibkarlar və jurnalistlər daxildir” (2).

Avropa Şurası Parlament Assambleyasının tövsiyələrinə uyğun olaraq, “jurnalistlər təqsirsizlik prezumpsiyası prinsipinə hörmətlə yanaşmağa, şəxsi sirləri qorumağa, informasiyanı şəxsi nüfuzu və təsiri üçün öz hüquqlarından istifadə etmək cəhdlərindən çəkinərək, qanuni və etik baxımdan yol verilən vasitələrlə əldə etməyə borcludurlar. Terrorçuluq, milli azlıqların diskriminasiyası, ksenofobiya və ya müharibələrlə bağlı münaqişəli vəziyyətlərin gərginləşdiyi bir şəraitdə KİV insanların şəxsiyyətinə və ləyaqətinə hörmət, problemlərin dinc vasitələrlə həlli, zorakılığa, qarşılıqlı qorumağa yol verilməməsi üzrə mənəvi öhdəliklərə riayət etməli, mədəniyyət, cinsiyyət və ya din əsasında ayrı-seçkililiyin bütün formalarını qəbul etməməlidir. Bütün bunlara uşaqlar və gənclər üçün televiziya proqramlarında əməl edib, onları zorakılıq, seks və istehlakçılığın təşviqindən qorumaq xüsusilə vacibdir ”.

Ümumiyyətlə, fotojurnalistikada etik və ya qeyri-etik davranış məsələləri cəmiyyətdə qəbul edilmiş əxlaqi-mənəvi meyarlarla müəyyən edilir. Əxlaqi baxımdan cəmiyyətin bir hissəsi tərəfindən qəbul edilə bilən şeylər, digər hissəsi tərəfindən rədd edilə bilər.

Azərbaycan mədəniyyətinə əxlaq qaydalarına uyğunluğun müxtəlif cür şərhələrinə yol verən bir çox milli, dini və sosial submədəniyyətlər daxildir.

Fotojurnalistika tənzimlənməsi çox mürəkkəb olan yaradıcı peşə sahəsidir. O, cəmiyyətdə qəbul edilmiş hüquq normalarına uyğunlaşdırılmalı və peşəkar etika standartlarına istiqamətlənməlidir. Fotojurnalistikada nə etik, nə qeyri-etikdir? Təəssüf ki, bu məsələyə yalnız qanunun birbaşa pozulduğu hallarda diqqət yetirilir.

Biz kütləvi informasiya vasitələrinin rolu çox məsuliyyətli və yüksək olan bir informasiya cəmiyyəti şəraitində yaşayırıq. Buna görə də indiki şəraitdə, fotojurnalistlərin öz yaradıcılığına görə çox böyük məsuliyyət daşdığı müasir dövrdə, fotojurnalistikanın etik və hüquqi aspektlərinə həm jurnalistlərin özləri, həm də cəmiyyət və dövlət tərəfindən daha diqqətlə yanaşılmalıdır.

Cəmiyyətin bütün üzvləri kimi, jurnalistlər də müəyyən mənəvi prinsiplərin daşıyıcısıdırlar və şübhəsiz ki, onlar da cəmiyyətin əxlaqi-mənəvi münasibətlərinə onların subyekt kimi daxil edilmişlər. Jurnalistikanın predmetini əxlaq qaydaları və insanlar arasındakı qarşılıqlı mənəvi münasibətlər təşkil edir. Buna görə də, jurnalistikanı əxlaq vasitəsi hesab etmək olar. Jurnalist nəinki öz fəaliyyətində cəmiyyətdə qəbul edilmiş etik normalara riayət etməli, həm də öz fəaliyyəti ilə cəmiyyətdə formalaşmış etik normalara təsir göstərməlidir. Bu isə ya müsbət, ya da mənfi təsir ola bilər.

Fotojurnalist etikasını anlayışı nə deməkdir? Fotojurnalistin peşə etikasını dedikdə peşə sahəsində, yəni fotojurnalistikada hüquqi baxımdan təsbit edilməmiş, lakin jurnalistlər arasında qəbul edilmiş və ictimai rəyə uyğun olan etik davranış prinsipləri, normaları və qaydaları başa düşülməlidir. Fotojurnalistin peşə etikasının əsasını peşə vəzifələrinin mənəvi-əxlaqi baxımdan ən yüksək səviyyədə yerinə yetirilməsi haqqında postulat və eyni zamanda, cəmiyyətdə əxlaq və əxlaqsızlıq haqqında qəbul olunmuş təsəvvürlərin həddlərini aşmamaq öhdəliyi təşkil edir, yəni onun fəaliyyəti həqiqət, dəqiqlik, obyektivlik, qərəzsizlik, ədalətlik və cəmiyyət qarşısında hesabatlılıq çərçivələrindən kənara çıxmamalıdır.

Jurnalistikada etik normalara riayət olunmasına həm jurnalistlərin özləri, həm cəmiyyət nəzarət etməlidir. Birinci halda etik normalara əməl olunmasına nəzarət jurnalistin öz vicdanına, ikinci halda isə cəmiyyətin müxtəlif sosial təbəqələrindən olan insanların fikirlərinə əsaslanır. Peşə etikasının qayda və normalarının məcmusunu təşkil edən jurnalist etikasını bir çox ölkələrdə öz ifadəsini müxtəlif xartiyalarda, kodekslərdə, bəyannamələrdə, konvensiyalarda, memorandumlarda tapırıq.

Artıq qeyd olunduğu kimi, fotojurnalistika fotoqrafiyadan əsas ifadə vasitəsi kimi istifadə olunan jurnalistikanın xüsusi bir sahəsidir (3). Məndə olmayan nadir əlamətlərə malik fotoqrafiya auditoriyanı məlumatlandırmaq və onun rəyinə təsir edən mühüm bir vasitədir. Təcrübəli fotojurnalistlər müxbirin hərtərəfli yoxlanılmamış mənbələrdən əldə etdiyi faktlardan istifadə etməklə yaratdığı qərəzli fikrin oxucuya necə təsir göstərə biləcəyini anlaşırlar. Buna görə də, fotojurnalistikada qəsdən yalan və ya yoxlanılmamış şəkillərin dərc olunmasının qarşısının alınması kimi prinsiplərə riayət olunması ön planda durur. Jurnalist səhvinin nəticələri çəkiliş obyektinə zərər vuraraq, həm jurnalistə, həm də nəşriyyata qarşı inamsızlıq yaradır.

Nəzəri olaraq fotojurnalist müəyyən keyfiyyətlərə malik olmalıdır ki, bunlardan da ən əsası peşəkarlıq, prinsiplilik, qətiyyət, hər şeyi öyrənmək həvəsi, yaradıcı fəallıq, ədalət, tolerantlıq, ədəb, nəzakət, başqasını anlamaq arzusu, hədd-hüdd bilmə, sağlam düşüncə və reallıq hissidir.

Fotojurnalistikada etik standartların ən səciyyəvi pozuntuları insanın şərafət və ləyaqətinə hörmətsizlik nümayiş etdirərək, onu açıq-aşkar ləkələyən şəkildə təsvir edən, insanın və ya onun doğmaları və yaxınlarının icazəsi olmadan insanın şəxsi həyatına qarışan, zorakılıq və qəddarlığı nümayiş etdirən fotoşəkillərin nəşr edilməsidir.

Fotojurnalist çox vaxt belə bir dilemma ilə üzləşir: rəqəmsal fotoqrafiyanın texniki imkanları ilə nə dərəcədə manipulyasiya etmək mümkündür? Nəşr olunan fotoşəkildə nəyi dəyişmək olar, nəyi yox? Bu, əsasən, nəşrin janrından asılıdır: xəbərlər və sənədli fotoqrafiyada fotoşəkillərin texniki keyfiyyətinə müəyyən müdaxilələrin edilməsinə icazə verilə bilər, məsələn, ekspozisiyanın, parlaqlıq və ya təzadın yaxşılaşdırılması və ya yüngül rəng korreksiyası.

Eyni zamanda, xəbərlər fotoqrafiyasına və ya sənədli fotoqrafiyaya elementlərin əlavə edilməsi, kəsilib götürülməsi və ya təsvirin mənasına təsir edən hər hansı dəyişikliyin edilməsi qəti qəbul edilməzdir, çünki bu, ictimaiyyətdə yanlış təsəvvür yarada bilər. Digər tərəfdən, əgər fotoqrafiya bir sənət əsəri kimi nəşr olunursa, bir illüstrasiyadırsa və ya hər hansı bir konseptual fikri ifadə edirsə, onda ona müəllifin yaradıcı planlarına uyğun olan müəyyən dəyişikliklər daxil etmək olar, o şərtlə ki, nəşrin şərhində fotoqrafiyanın redaktə olunduğu aydın şəkildə bildirilməlidir.

Bu, eyni ilə səhnə fotoqrafiyasına da aiddir. Xəbərlər, sənədli, informasiya nəşrlərində səhnə fotoqrafiyasından istifadə olunması qəbul edilməzdir. Səhnə fotoqrafiyası reallığı təhrif edir, çünki

fotomüxbir süni səhnə yaradaraq, hadisələrin həqiqi gedişatına müdaxilə edir. Fotojurnalist çəkdiyi fotoqrafiyanın yaxşı, təsirli alınmasına çalışaraq, sadəcə, öz məqsədinə nail olmaq üçün kimdənsə nə isə etməsinə xahiş etməməlidir. Səhnə fotoqrafiyası moda jurnalları, reklam nəşrləri və s. bu kimi kommersiya nəşrlərində istifadə oluna bilər və geniş istifadə olunur da.

Fotojurnalistin əməl etməli olduğu əsas qayda budur: “Özünü şəklini çəkdiyin adamın yerinə qoy”. Həmişə özünüzdən soruşun, heç istəmədiyiniz zaman sizin şəklinizi çəksəydilər, özünüzü necə hiss edərdiniz? Siz bunu qəbul edərdinizmi? Güclü emosional sarsıntı keçirən insanların şəklini çəkərkən drammatizminə görə nadir fotoqrafiyalar alınsa da, belə şəkillər eyni zamanda onların şəxsi həyatına müdaxilə kimi başa düşülə bilər. Xüsusi bir şəxsin və ya ictimai xadimin xəbəri və ya razılığı olmadan şəklinin çəkilməsi əxlaqi nöqtəyi-nəzərdən mübahisəli məsələdir. Vaxtaşırı xəbərlərdə göstərilən məşhur adamlar, siyasətçilər, ictimai xadimlər də şəxsi həyatlarını gizli saxlamaq üçün eyni hüquqlara malikdirlərmi, yoxsa cəmiyyət onların necə yaşadıklarını, nə etdiklərini bilməlidir? Fotojurnalist üçün daha vacib olan nədir – şəklini çəkdiyi insanın şəxsiyyətinə olan ictimai maraq, yoxsa onun şəxsi həyatının toxunulmazlığı?

Çətin vəziyyətlə üzləşən fotojurnalisti birinci düşündürən əsas məsələ bu olmalıdır: belə bir vəziyyətdə o, şəkil çəkməlidirmi? Siz çəkdiyiniz şəkillərdə gerçək həyatda baş verən əhəmiyyətli, həqiqi hekayədən bəhs etmək istəyirsiniz, yoxsa sizin məqsədiniz yalnız sensasiya yaradan bir şəkil çəkməkdir? Əxlaqi mənada ikili vəziyyətə düşməmək üçün fotojurnalist özünün şəxsi etik qaydalarını müəyyən etməli (qanun və ümumi etika və əxlaq normaları çərçivəsində) və öz fəaliyyətində onları rəhbər tutmalıdır. Qanunlara və cəmiyyətdə mövcud olan əxlaq normalarına riayət etməsi qərarlar qəbul etməkdə fotojurnalistə kömək edəcəkdir.

Etika normalarından biri də onu nəzərdə tutur ki, fotojurnalist şəkil çəkərkən, onun daha çox fayda və ya zərər gətirə bilmə ehtimalını, hətta şəklın nəşr olunmasının şəklini çəkdiyi şəxsin hüquqlarına toxunduğunu bilsə də, onu nəşr etməyin zəruri olub-olmadığını götür-qoy etməlidir. Məsələn, siz başa düşürsünüz ki, yol qəzası qurbanının şəklini çəkib nəşr etsəniz, bu, onun yaxınlarını pis edə, onların ruhi sarsıntı keçirməsinə səbəb ola bilər, lakin eyni zamanda siz əminsiniz ki, belə bir faktın nümayiş etdirilməsi digər sürücüləri yollarda daha məsuliyyətli hərəkət etməyə vadar edəcək və beləliklə də, yol qəzalarının sayının azalmasına səbəb olacaqdır. Belə bir vəziyyətdə şəklın nəşr edilməsi, sizcə, mümkündürmü?

Mövcud qaydaya əsaslanmış etika normalarından birinə uyğun olaraq, ölümlərin üzlərini və ya onların iztirablı anlar yaşayan ailə üzvlərinin üzlərini göstərmək yolverilməzdir. Bu cür şəkillər heç bir halda çəkilməməlidir, çünki onlar çəkiliş obyektinə çox böyük zərər vurur.

Daha bir etika normasına görə istənilən vəziyyətdən asılı olmayaraq, fiziki şəxsin şəklini onun buna razılığı olmadan istifadə etmək qətiyyəən yolverilməzdir.

Nəhayət, çətin vəziyyətdə fotojurnalist özündən bu əsas sualı soruşmalıdır: "Mən ona görə buradayam ki, jurnalistika nöqtəyi-nəzərindən əsaslandırılmış, danışılan hekayə üçün əhəmiyyətli olan şəkil çəkim, yoxsa ancaq ona görə buradayam ki, yeganə dəyəri qalmaqallı olmasında olan sensasiya yaradan bir şəkil çəkim?"(5).

Müəlliflik hüququ. Hər bir fotojurnalist qanunvericilik, etik davranış qaydaları ilə və redaksiya tərəfindən müəyyən edilən vəzifələri ilə yanaşı, öz hüquqlarını da bilməlidir. O, birinci növbədə, öz müəlliflik hüquqlarını bilməlidir.

Fotoqrafiya müəlliflik hüquqları haqqında qanunlarla qorunan əsərlərin siyahısına daxildir.

Azərbaycan "Ədəbi-bədii əsərlərin qorunması haqqında" Bern konvensiyasına (9 sentyabr 1886-cı ildə Berndə, İsveçrədə qəbul edilmiş, bir neçə dəfə yenidən baxılmış və yalnız 28 sentyabr 1979-cu ildə son Paris Akti qəbul edilmişdir) və Ümumdünya Əqli Mülkiyyət Təşkilatının "Müəlliflik hüququna dair Müqavilə"sinə (Cenevrə, 20.12.1996) qoşulmuşdur.

5 iyun 1996-cı ildə Azərbaycan Respublikasının Prezidenti Heydər Əliyev tərəfindən bütün beynəlxalq standartlara uyğun olan "Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında" Qanun imzalanmışdır. Qanunda Müəlliflik hüququnun obyektinə belə müəyyən olunur:

1. Müəlliflik hüquqi təyinatından, dəyərindən və məzmunundan, habelə ifadə formasından və üsulundan asılı olmayaraq, yaradıcılıq fəaliyyətinin nəticəsi olan həm açıqlanmış, həm də açıqlanmamış, obyektiv formada mövcud olan elm, ədəbiyyat və incəsənət əsərlərinə şamil edilir.

Müəlliflik hüququnun yaranması və həyata keçirilməsi üçün əsərin qeydiyyatı alınması, yaxud hər hansı başqa üsullarla rəsmiləşdirilməsi tələb olunmur.

2. Müəlliflik hüququnun şamil edildiyi həm açıqlanmış, həm də açıqlanmamış əsərlər aşağıdakı obyektiv formalarda mövcud ola bilər:

1. yazılı (əlyazması, makina yazısı, not yazısı və s.);

2. şifahi (kültəvi çıxış, kültəvi ifadə və s.);

3. səs, yaxud videoyazılma (mexaniki, maqnit, rəqəmli,

optik və s.);

4. təsviri (rəsm, eskiz, şəkil, plan, cizgi, kino-, tele-, video-, yaxud fotokadr və s.);

5. həcmli – fəzavi (heykəl, model, maket, tikili və s.);

6. digər formalar.

Əsərin hissələri (adı, personajı və s.) bu maddənin 1-ci bəndində göstərilən əlamətlərə malik olduğu və müstəqil istifadə oluna bildiyi halda müəlliflik hüququnun obyektinə sayılır.

3. Müəlliflik hüququ öz-özlüyündə ideyalara, metodlara, proseslərə, sistemlərə, üsullara, konsepsiyalara, kəşflərə, riyazi anlayışlara və ya faktlara şamil edilmir.

4. Əsərə müəlliflik hüququ onun ifadə edildiyi maddi obyektə olan mülkiyyət hüququ ilə bağlı deyil.

Maddi obyektə mülkiyyət hüququnun və ya maddi obyektə sahiblik hüququnun verilməsi qanunda xüsusi göstərilən hallardan başqa öz-özlüyündə bu obyektə ifadə edilmiş əsərə müəlliflik hüququnun verilməsinə səbəb olmur.

Maddə 6. Müəlliflik hüququnun obyektinə olan əsərlər

1. Müəlliflik hüququnun obyektləri aşağıdakılardır:

- ədəbi əsərlər (kitablar, broşürələr, məqalələr, mühazirələr və çıxışlar, kompüter proqramları və s.);

- dram, musiqili-dram və başqa səhnə əsərləri;

- xoreoqrafiya əsərləri və pantomimlər;

- mətnli və ya mətnsiz musiqi əsərləri;

- audiovizual əsərlər (kino-, tele-, və videofilm, slaydfilm, diafilm və başqa kino və teleəsərlər);

- heykəltəraşlıq, rəngkarlıq, qrafika, dizayn, litoqrafiya əsərləri, qrafik hekayələr, komikslər və digər təsviri sənət əsərləri;

- dekorativ tətbiqi və səhnə tərtibatı sənəti əsərləri;

- memarlıq, şəhərsalma və bağ-park sənəti əsərləri;

- fotoqrafiya əsərləri və ona oxşar üsulla yaradılmış əsərlər;

- coğrafiyaya, topoqrafiyaya və digər elmlərə aid olan xəritələr, planlar, eskizlər, illüstrasiyalar və plastik əsərlər;

- törəmə əsərlər (tərcümələr, dəyişdirmələr, iqtibaslar, annotasiyalar, referatlar, xülasələr, icmallar, səhnələşdirmələr, aranjemanlar, elm, ədəbiyyat və incəsənət əsərlərinin yenidən işlənməsi);

- toplular (ensiklopediyalar, antologiyalar, məlumat bazaları və materialın seçilməsinə və ya düzəlməsinə

görə yaradıcılıq fəaliyyətinin nəticəsi olan digər məcmuələr);

Törəmə əsərlərə və toplulara müəlliflik hüququ onların əsaslandığı və ya onlara daxil edilən əsərlərin müəlliflik hüququ obyektləri olmasından asılı olmayaraq qorunur.

- teleradio verilişlərinin proqramları, kataloqlar, bukletlər, fotoalbomlar, mündəricatlar, multimedia məhsulları (əsərləri) və digər əsərlər.

2. Kompüter proqramları ədəbi əsərlər kimi qorunur. Kompüter proqramlarının qorunması, ilkin mətn və obyekt kodu da daxil olmaqla, istənilən dildə və formada ifadə edilən proqramların bütün növlərinə, o cümlədən, əməliyyat sistemlərinə şamil edilir."

Beləliklə, fotojurnalistin yaratdığı əsərlər "Müəlliflik hüquqları və əlaqəli hüquqlar haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu və beynəlxalq konvensiyalarla qorunur.

İSTİNADLAR

1. "Kültəvi informasiya vasitələri haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı şəhəri, 7 dekabr 1999-cu il. № 769-IQ

2. Avropa Assambleyasının 1993-cü ildə qəbul etdiyi "Jurnalist etikasına haqqında" 1003 nömrəli qətnaməsi. 1 iyul 1993-cü ildə Assambleyanın müzakirəsi (42-ci iclas) (bax: Sənəd 6854, Mədəniyyət və Təhsil Komitəsinin məruzəsi, Məruzəçi: Cənab Núñez Encabo).

3. 1 iyul 1993-cü ildə Assambleyanın müzakirəsi (42-ci iclas) (bax: Sənəd 6854, Mədəniyyət və Təhsil Komitəsinin məruzəsi, Məruzəçi: Cənab Núñez Encabo). Mətn Assambleya tərəfindən 1 iyul 1993-cü ildə qəbul olunub (42-ci iclas).

4. Beryozin V.M. Fotojurnalistika. M., 2006. s.5

5. İngiltərəli fotojurnalist Pol Lounun (Paul Lowe) Bakı Slavyan Universitetində 16.11.2009-cu ildə verdiyi mühazirədən.

6. "Müəlliflik hüququ və əlaqəli hüquqlar haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanunu. Bakı şəhəri, 5 iyun 1996-cı il

7. Missouri School of Journalism, 2006. (August 2013). United States of America Press Councils. Retrieved from <http://www.rjionline.org/MAS-Press-Councils-USA>

8. Reuter, 2013. (May 2013). Handbook of Journalism. <http://handbook.reuters.com>

9. Larry, G., Katz, J. S. and Ruby, J., 2003. Image Ethics in the Digital Age. Minnesota: University of Minnesota Press.

10. National Pressphotographer Association, (August 2013). Code of Ethics.

https://nppa.org/code_of_ethics

A**Analoq fotoqrafiya**

Optik təsvirin foto lent kimi fiziki işıqahəssas fotoqrafiya materiallarının üzərinə yazılması.

Avtoışartı (fləş, qığılcım)

Qığılcımın iş rejimidir. Bu rejimdə fotoaparət şəkli çəkilən süjetin işıqlandırılma şəraitindən asılı olaraq qığılcımı işə salıb-salmamağı özü müəyyən edir. Yiğcam tipli kameraların əksəriyyətində bu rejim susmaya görə rejimdir.

Avtofokus (AF) – müasir obyektivlərdə quraşdırılmış avtomatik fokuslama sistemidir.

Avtomatik ekspozisiya quraşdırma – fotoaparətdə obyektivin diafraqmasını və plyonkanın üzərinə düşən işığın miqdarını müəyyən etmək üçün nəzərdə tutulan pərdənin işə düşmə sürətini avtomatik tənzimləmə sistemidir.

Ayır detmə dəqiqliyi, ayır detmə qabiliyyəti.

Fotoşəkillərin dəqiqlik dərəcəsini səciyyələndirən texniki termdir. Müasir rəqəmsal fotokameralarda ftohəssas elementlərin matrisi yaradan təsvirlərin ayır detmə qabiliyyəti hələ ki, fotoplyonkaların emulsiyasının ayır detmə qabiliyyətindən aşağıdır.

Avtomatik çəkmə rejimi

Çəkmə düyməsini basdıqdan sonra fotoaparətin pərdəni işə salma anını gecikdirdiyi rejimdir.

B**“Balıq gözü” (Fish-eye)**

Çox qısa fokus məsafəli (6.8 mm və ya 10 mm) obyektivlərdir. Buna görə də onların görünüş bucağı çox genişdir. Belə obyektivlər ən qısa fokus məsafəsi ilə (6 mm) 220°-yə bərabər olan görünüş bucağını əks etdirir.

Bild-redaktə (bədii redaktə)

Dövri və ya kitab nəşrinin bədii redaktoru tərəfindən yerinə yetirilən prosesdir; fotoqrafiyaların, habelə illüstrasiyaların nümunə ottisklərinin (basmalarının) və tərtibat elementlərinin təhlilini və qiymətləndirilməsini daxil edir.

Bədii redaktə (montaj)

Dövri və ya kitab nəşrinin bədii redaktoru tərəfindən həyata keçirilən proses olub, bu cür tərtibatın eskizlərinin, maketlərinin və əsillərinin (orijinallarının), habelə illüstrasiyalardan nümunə basmaların və tərtibat elementlərinin bədii və poliqrafik nöqtəyi-nəzərdən təhlilini və qiymətləndirilməsini daxil edir.

Ç**Çap**

Rəqəmsal təsvirin fotokağıza köçürülməsi və ya çəkilmiş fotoplyonkanın işlənmə (aydınlaşdırma) və neqativlərin hazır şəkillərə çevrilməsi (çap) prosesi və ya onların digər vizualizasiya üsulları üçün işlənməsi (slydlar, kompüterdə baxma və s.).

Çəkiliş nöqtəsi

Çəkiliş anında fotoaparət obyektivinin yerləşdiyi nöqtə. Onun koordinatları bunlardır: obyektədən uzaqlıq, fotoaparətin yerləşdiyi yüksəklik, çəkiliş istiqaməti. Adi çəkiliş nöqtəsi – insanın göz səviyyəsindədir. Digər nöqtələr – yuxarı, aşağı – fotoşəkil çəkərkən təsvirdə əlavə effektlər yaradır.

Çıxarılıb taxılan obyektiv

Çəkiliş planına uyğun olaraq dəyişdirilə bilən bayonet və ya yivli birləşməli obyektivlər.

D**Daqerrotipiya, daqerrotip**

1. İşığın təsiri ilə təsvirin gümüş suyuna çəkilmiş lövhənin üzərində bərkidilməsi üsuludur. 1839-cu ildə C.N. Nyeps və L.J. Dager tərəfindən ixtira edilmişdir.

2. Gümüş lövhənin üzərində bərkidilmiş təsvir.

Dağınq işıq

Bütün məkanı dolduran yumşaq işıq. Bu, buludlarla yarıörtülü günəş işığı və yaxud müxtəlif yarışəffaf materiallardan keçən süni yaradılmış dağınq işıq ola bilər.

Dəyişkən fokus məsafəsi

Əksər hallarda bu, linzasının mövqeyi plyonkaya nəzərən şaquli istiqamətdə dəyişə bilən genişbucaqlı obyektivlərdir (28 mm və ya 35 mm).

Düzgün ekspozisiya

Keyfiyyətin mümkün qədər maksimal dərəcədə təmin olunması üçün fotoplyonkanın üzərinə düşməli olan işığın optimal miqdarıdır.

E**Ekspozisiya**

Kadrın ekspozisiya müddətində fotoplyonkaya düşən işığın ümumi miqdarı.

Ekspozisiya vermə

İşıqahəssas təbəqənin obyektivdən keçən işıqla işıqlandırılması. Ekspozisiya vermə pərdənin obyektivin açıq qalma müddəti adlanan müddətdə işləməsi nəticəsində baş verir.

Eksponometr

İşığın miqdarını ölçən və ekspozisiyanı düzgün müəyyən etməyə imkan verən muxtar və ya fotoaparətin içərisində quraşdırılmış qurğudur.

Ə**Əks işıq**

İşıq mənbəyi obyektin arxasında qurulub. Əgər obyektin arxasında qurulmuş işıq mənbəyi əsas işıqlandırma mənbəyidirsə, onda deyirlər ki, obyekt əks işıqla işıqlandırılıb.

F**Fəlakət**

Hekayə etmənin çözümü təsvir edən mərhələsidir, əvvəlki faciə qüvvəsinin təsiri nəticəsində qəhrəmanın taleyi dağılır. Bu, sonuncu fəlakət anında kulminasiya nöqtəsinə çatır və dinləyiciləri/tamaşaçıları emosional və mənavi təmizlənməyə çağırır.

Fiçer

Konkret mövzuda ətraflı təsvirdən ibarət qəzet-jurnal məqaləsi, televiziya verilişi, yaxud onun hissəsi.

Fiksə edilmiş fokuslama

Bu termin avtomatik fokuslama funksiyasına malik olmayan “tuşla və çək” tipli fotoaparətlərə aiddir. Belə modellərdə fokus məsafəsi qabaqcadan ortaffr kəmiyyətə qurulur və bu zaman çəkiliş obyektindən bir metrədən çox uzaq məsafədə yerləşən bütün əşyalar şəkildə kifayət qədər aydın alınır.

Fiksə edilmiş fokus məsafəsi

Bu termin sabit fokus məsafəli obyektivləri səciyyələndirir. Fokus məsafəsi dəyişməz qaldığına görə fotoaparət şəkli çəkilən obyektə yaxınlaşdırıb- uzaqlaşdıraraq onun ölçülərinə müstəqil surətdə nəzarət etmək lazımdır.

Fokus məsafəsinin dəyişmə diapazonu

Müasir zum-obyektivlərin fokus məsafəsinin dəyişməsidir. Zum-obyektivlər üçün qiymət diapazonu kiçikdən böyüyə göstərilir, məsələn, 38 – 90 mm.

Fokuslaşdırma zonası (kəskinliyin əldə olunması)

Avtofokuslama sistemi ilə təchiz edilmiş “tuşla və çək” tipli fotoaparətin görünüş axtarıcısında (nişanlayıcısında) kəskinliyə tuşlama indikatorlarının rolunu oynayan kiçik mötərizələr, xətlər və ya dairəcik.

Fotoşəklin dənəvərliyi

Fotoşəklin strukturunda aydınlaşdırma prosesində əmələ gələn gümüş zərrəciklərdən ibarət olan qeyri-yekinslik. Plyonkanın işıqə həssaslığı nə qədər

yüksəkdirsə, dənəvərlik də bir o qədər çox gözə çarpır.

Fotoişıq (qığılcım)

Seçilmiş süjet çəkildiyi an alışıra q obyektə işıqlandıran fotoaparətdə quraşdırılmış kiçik işıq mənbəyi. Demək olar ki, bütün rəqəmsal fotoaparətlərdə fotoişıq quraşdırılıb, lakin fotoişıq şəkillərin keyfiyyətinə mənfi təsir göstərə bilər. Parlaq işıq dəstəsi obyektin öz rəngini çox dəyişir, məsələn, fotoqrafiyada adamın üzünü yüngülcə göyərə bilər.

Fotoplyonkanın emalı

Çəkilmiş fotoplyonkanın işlənmə (aydınlaşdırma) və neqativlərin hazır şəkillərə çevrilməsi (çap) prosesi və ya onların digər vizualizasiya üsulları üçün işlənməsi (slydlar, kompüterdə baxılış və s.).

Fotoplyonkanın işıqə həssaslığı (ISO)

Fotoplyonkanın işıqə həssas təbəqəsinin və ya rəqəmsal fotoaparətin matrisinin işığın təsirinə qaralma ilə reaksiya göstərmə qabiliyyəti. ISO (Beynəlxalq Standartlaşdırma Təşkilatı) vahidləri ilə ölçülür – məsələn, ISO 400. Rəqəm nə qədər böyükdürsə, fotoplyonkanın işıqə həssaslığı da bir o qədər yüksəkdir.

Fokus məsafəsi

Obyektivin optik mərkəzindən plyonkanın səthinə qədər kəskin təsvir almağa imkan verən ən az məsafədir. Görünüş axtarıcısının görünüş sahəsində təsvirin müşahidə oluna bildiyi görünüş bucağını (böyük və ya kiçik) səciyyələndirir; görünüş axtarıcısının görünüş sahəsindəki təsvirin miqyasını müəyyən edir.

Fotoalbom

İçindəki təsviri material fotoşəkillərin reproduksiyalarından ibarət olan albom şəklində çap nəşridir.

Fotoaparət (fotokamera)

Maddi obyektlərin təsvirlərini işığın köməyi ilə fotoplyonkanın və ya rəqəmsal matrisin üzərində əks etdirib fiksə etmək üçün qurğu.

Fotoqrafika

Mahiyyəti yarımton təsvirin fotoüsulla ştrixli təsvirə çevrilməsindən ibarət olan qrafika növü və üsuludur.

Fotoinformasiya

1. İstənilən dəyişikliklərin optik və ya fiziki-kimyəvi üsulla təkmilləşdirilmiş vizual ötürülmə üsuludur.

2. Fototəsvirin vasitəsilə ətraf mühətdə baş verən dəyişikliklər haqqında məlumat verən fotojurnalistika

janrıdır. Fotoinformasiyanın əsasını ayrı-ayrı faktlar və ya məlumat təşkil edir. Adətən, qısa şifahi mətnlə müşayiət olunur.

Fotoillüstrasiya

Fotoüsulla hazırlanmış illüstrasiya, mətni illüstrasiya edən reproduksiya edilmiş fotoqrafiya.

Fotokitab

Müəllifi fotoqrafiya vasitələri ilə təsviri hekayə təqdim edən, fotoşəkillərdən bütöv və dolğun təsviri əsər yaradan fotoalbom növüdür.

Fotoşərh

Bu və ya digər hadisənin, problemin həllinin söz və fototəsvirin köməyi ilə şərh, izah edilməsi. Gözlə görülə bilən arqumentlərin sayəsində materialda foto üstün ola bilər.

Fotomüxbirlik

Bir-iki fotoşəkil və kiçik mətnin vasitəsi ilə fakt, hadisə, problem haqqında məlumatın verilməsi.

Fotolitoqrafiya

Qrafik incəsənət növü. Fotoqrafiyadan istifadə olunan litoqrafiya çap üsuluna əsaslanır ki, bu zaman ilkin təsviri almaq üçün daşın səthi işığa həssas təbəqə ilə örtülür. 1839-cı ildə fotoqrafiyanın kəşfindən sonra və XIX əsrin 80-ci illərində sinkoqrafiya icad olunana qədər geniş yayılmışdır. İkinci mənası – fotolitoqrafiya çap formasından alınan ottisk (basma).

Fotoçerək

İnsan, kollektiv, insanların həll etdiyi problemlər, onların hissləri və hərəkətləri haqqında bir neçə fotoşəkildə və ya fotoşəkil sırasında əks etdirilmiş epik, dramatik və ya lirik hekayə. Oçerkin bədii-publisistik səviyyəsi sözün və təsvirin sintezi ilə əldə edilir.

Fotoreportaj

Baş verən və ya yaxınlarda baş vermiş hadisənin, yeni bir problemin və ya fenomenin operativ çəkilmiş fotoşəkillər və onları müşayiət edən mətn vasitəsilə aktual nümayişi. Bəzi hallarda mətn çox minimal ola bilər. Epik, dramatik və lirik səviyyələr qəhrəmanları, reportajın mövzusunun seçməklə, onların çəxtərəfli cəhətlərini vizual və şifahi açıqlamaqla əldə edilə bilər.

Fotoreproduksiya prosesləri

Poliqrafiyada sonradan forma lövhələrində surətlərini çıxarmaq üçün izo- və/və ya mətn əsillərindən (orijinallarından) fotoformaların hazırlanması proseslərinin məcmusudur.

Fototipiya

Fotoqrafik üsulla üzərinə çəxaldılan təsvirin çəkildiyi işğahəssas təbəqə ilə örtülmüş şüşə və ya metal

dənəvər lövhədən yastı çap üsulu. Çap zamanı yalnız çap elementləri rənglə isladılır. İkinci mənası – bu cür lövhədən alınmış ottisk (basma).

Frontal kompozisiya

Kadrda obyektlərin və əşyaların frontal (ön tərəfdən) mövqə tutaraq tamaşaçıya yalnız bir tərəfdən göründüyü yerləşməsidir.

G

Genişbucaqlı obyektiv (qısafokuslu obyektiv)

Şəkli çəkilən səhnənin nisbətən böyük sahəsini “tutmağa” imkan verən qısa fokus məsafəli obyektiv. “Tuşla və çək” tipli fotoaparatlarda əksəriyyətində dəyişən fokus məsafəli obyektivlərin (zum-obyektivlər) ən kiçik fokus məsafəsi 38 və ya 28 mm təşkil edir. Sabit fokus məsafəli fotoaparatlarda genişbucaqlı obyektivlərin fokus məsafəsi 35 və 32 mm təşkil edir.

Görüntü axtarıcısı (nişanlayıcı, vizir)

Sərhədləri çərçivəsində çəkilən şəkil üçün süjetin baxıldığı və tərtib edildiyi düzbucaqlı görünüş sahəsidir.

Görünüş bucağı (obyektivin)

Çəkdiyiniz səhnəni obyektivdən gördüyünüz və obyektivin fokus məsafəsindən asılı olan bucaq. Kiçik fokus məsafəsi görünüş bucağını artırmağa və şəkil üçün daha çox məkanı tutmağa imkan verir. Böyük fokus məsafəsi isə müvafiq olaraq görünüş bucağını daraldır.

H

Hələddici an

Vəziyyəti reportajın bütün əsas elementləri ilə bir fotoşəkildə xülasə edən bir təsvirdir, çox vaxt hələddici an adlandırılır (Cartier-Bresson, 1999, səh. 20).

X

Xəbərlər fotoqrafiyası

Aktual və çox vaxt meydana çıxan vəziyyət və ya xəbər hadisəsi ilə sıx əlaqəli olan şəkil. Hələddici an obyektiv və düzgün tonda tutulan andır.

Xətti kompozisiya

Şəklın əsas xətti quruluşu, onun həndəsəsi, əsas kompozisiya xətlərinin gedişi və ritmi, o cümlədən, işıq-kölgənin cizgi və formaları, təsvirin perspektivi.

I

İllüstrasiya

Kitabda və ya dövrü nəşrlərdə mətni izah edən, əyani təsviri forması sayəsində oxucunun və tamaşaçının

onu daha yaxşı başa düşməsinə kömək edən təsvirdir. İllüstrasiya mətni tamamlaya, eləcə də mətn formasında ötürülməsi ümumiyyətlə mümkün olmayan yaxud ötürülməsi daha mürəkkəb, belə bir verbal kommunikasiyanın başa düşülməsi isə, olduqca çətin olan məzmunu ifadə edə bilər.

İllüstrasiya səhifəsi

Bütünlüklə bir və ya bir neçə illüstrasiyadan ibarət olan dövrü nəşr və ya kitab səhifəsi.

İllüstrasiyaların səhifələnməsi

Nəşrin səhifələrində fotoşəkillərin, illüstrasiyaların yerləşdirilməsi.

İllüstrasiyalı nəşr

İllüstrasiyalı ədəbi-bədii, elmi-kütləvi və ya ictimai-publisistik nəşrlər, yalnız söz-mətn ünsiyyət formasından istifadə edən bu cür nəşrlərə qarşı.

İndeks əksi

Fotoplyonkada bütün çəkilmiş kadrların miniatur pozitiv təsvirlərindən ibarət olan bir fotokağız vərəqində bütün kadrların rəqəmsal skanetmə üsulu ilə köçürülmüş əksi (adi şəkil ölçüsündə). Yenidən çap etmək üçün kadrların saxlanması, eyniləşdirilməsi və axtarışı məqsədi ilə istifadə olunur.

İnteraktiv sistem

Oxucunun təqdimata və məzmunu daha çox təsir edən müxtəlif cavab variantları arasında seçim etməsinə imkan yaradır.

İşıq mənbəyi

Şəkli çəkilən obyektlərin üzərinə düşən birbaşa işıq mənbəyi, məsələn, günəş və ya otağın pəncərəsi.

İşıqlandırma

Şəkillərin keyfiyyətinə birbaşa təsir edən ən əhəmiyyətli və faydalı amildir. Ən yaxşı işıq – təbii gün işığıdır. Çəkiliş zamanı günəş ən yüksək zenit nöqtəsində olmamalıdır. Şəkli səhər, axşam vaxtlarında və yaxud birbaşa günəş şüalarını dağda bilən kiçik buludu gözləyib çəkmək lazımdır. Dağınıq gün işığında çəkilən mənzərə şəkilləri daha gözəl, ifadəli alınır, portretlərdə dəri daha təbii görünür. Süni işıqlandırılma kadri ya yaxşı, ya da pis tərəfə çox kəskin şəkildə dəyişdirə bilər – bu, fotoqrafın məharətindən asılıdır. Yadda saxlamaq lazımdır ki, bir səhnədə müxtəlif növ işıq mənbələrini (közərmə və lüminessensiya lampası) qarışdırmaq olmaz – kameranın avtomatikası onları ayırd edə bilməyəcək və nəticədə şəkil keyfiyyətsiz alınacaq.

J

Janr

Fotojurnalistikada oxucunun fotojurnalist tərəfindən istifadə olunan xüsusi stilistik meyarlar dəstini qəbul etməsinə əsaslanan normalar və şərtlərlə formalaşır, jurnalistika janrı ilə sıx əlaqəlidir.

K

Kadr (fransızca: up cadre)

Hərfi tərcümədə “çərçivə”, məcazi – “sərhəd”, “ətraf, mühit” mənasını verir. 1. Əks olunan fəzanın, çəkiliş obyektinin görüntü axtarıcısının çərçivəsində görünən fraqmenti. 2. Plyonkanın ayrıca neqativi, ayrıca çap vasitəsilə neqativdən alınan şəkil. 3. Kinematografiyada – çəkilmiş kino plyonkasının montaj calaqları olmayan fraqmenti.

Kadrlama

1. Fotoaparatu çəkiliş obyektinə tuşlayıb onu görüntü axtarıcısının çərçivəsində ayırmaq.

2. Foto-çap prosesində fotoçəkiliş obyektinə tələb olunan görünüşün verilməsi üçün onun ayrı-ayrı hissələrinin maskalanması və ya konturunun dəyişdirilməsi.

Kadr çərçivəsi

Kadrın tərtib edilməsi üçün istifadə olunan görünüş axtarıcısında müşahidə olunan düzbucaqlı görünüş sahəsidir.

Kamera-obskura (hərfi mənası: “qaranlıq otaq”)

Kiçik dəlikli qapalı qutudur, əks olunan işıq şüaları bu kiçik dəlikdən keçərək qutunun arxa divarında işıqlandırılan obyektin tərsinə çevrilmiş təsvirini yaradır. XV əsrdən başlayaraq, rəssamlar və səyyahlar tərəfindən geniş istifadə olunmağa başlamışdı. Daha sonralar – səyyar kamera-lusida, müasir fotokameranın proobrazı.

Kəskinlik (dəqiqlik) dərinliyi

Fokusda görünən fokus nöqtəsinin qarşısında və/və ya arxasında olan sahəyə deyilir.

Kəskinliyə dəqiq tuşlama indikatoru

Görüntü axtarıcısı (nişanlayıcı, vizir) pəncərəsinin arxasında yerləşən xırda lampa (ışıq-diod). Obyektiv fokuslamadığı zaman indikatorun işığı sayrışır, fokuslama düzgün qurulanda isə işıq sabit yanmağa başlayır.

Kommunikasiya

İnsanlar arasında bütün çoxobrazlı qarşılıqlı əlaqələrin həyata keçirilməsinə və inkişaf etdirilməsinə kömək

edən prosesdir; simvollar və işarələr, habelə onların məkanda ötürülməsi və zaman etibarilə saxlanması üçün vasitələrdir.

Kompozisiya

Təsvirin ayrı-ayrı hissələri arasında qarşılıqlı əlaqəni və ahəngdarlığı təmin edərək, vahid bütövlük halında birləşdirməklə təsvirin qurulmasıdır.

Kontekst

Mətnin, şəklın və ya videonun daxil olduğu və onların funksiyasını və/və ya (mədəni) mənasını başa düşmək üçün əhəmiyyətli ipucları verə bilən məkan, şərait və ya ətraf mühit.

Kontrast (təzad)

Obyektə xas olan və həm də işıqlandırma keyfiyyətindən asılı olan işıq və kölgə, rəng və kölgə funksiyası olaraq, obyektin ayrı-ayrı hissələrinin müxtəlif parlaqlıq dərəcələrinin nisbəti.

Kulminasiya

Hekayə etmənin mərhələsi və gərginliyin və ya auditoriyanın hekayədə baş verənlərə cəlb olunmasının maksimal həddə çatdığı andır.

Kütləvi informasiya vasitələri (KİV) (media)

Birbaşa latın dilindən götürülmüş "medium" sözünün cəm formasıdır. Tək forması (medium) əvvəllər "müdaxilə edən təşkilat, vasitələr və ya alət" mənasını daşıyırdı. Media sözü ilk dəfə iki əsr bundan əvvəl qəzetlərə tətbiq edilmişdir. 1920-ci illərdə media tək halda kollektiv isim kimi istifadə olunmağa başladı.

Q

Qığılçım indikatoru

Görüntü axtarıcısı (nişanlayıcı, vizir) pəncərəsinin arxasında və ya görüntü axtarıcısı çərçivəsinin yanında yerləşən xırda lampa (ışıq-diod). Qığılçım yüklənərkən indikatorun işığı sayrışır, qığılçım işə hazır olan kimi isə işıq sabit yanmağa başlayır. İndikatorun işığı, adətən, qırmızı və ya narıncı rəngdə olur.

Qısafokuslu obyektiv (genişbucaqlı obyektiv)

Şəkli çəkilən səhnənin nisbətən böyük sahəsini "tutmağa" imkan verən qısa fokus məsafəli obyektiv. Fotoaparatlarda əksəriyyətində dəyişən fokus məsafəli obyektivlərin (zum-obyektivlər) ən kiçik fokus məsafəsi 38 və ya 28 mm təşkil edir. Sabit fokus məsafəli fotoaparatlarda genişbucaqlı obyektivlərin fokus məsafəsi 35 və 32 mm təşkil edir.

Qravür (fr. gravure)

Qrafika sənətinin bir növüdür. Qravürdə təsvir plastinanın ("lövhə") üzərində müxtəlif oyma və ya

həkk etmə üsulları ilə hazırlanan qabarıq və ya batıq rəsmın çap basmasıdır. İkinci mənası – plastinanın özü və ya ondan çıxarılan basma şəkilidir. Çox vaxt litoqrafiyanı ("yastı" qravür) da qravürə aid edirlər.

L

Litoqrafiya (yunan. lithos – daş)

Qrafik incəsənət növü. 1798-ci ildə xüsusi çap üsulu icad olduğu vaxtdan istifadə edilir. Rəsm yağlı maddə ilə xüsusi daşın (əhəngdaşının) hamar səthinə çəkilir, boş sahələr isə nəmləndirilir və beləliklə, boya həmin sahələri örtə bilmir.

M

Makro obyektiv

Belə obyektivlər yaxın məsafədən şəkil çəkmək üçün nəzərdə tutulub. Makro obyektivlərin fokus məsafəsi 55 mm, 105 mm, 200 mm və s. təşkil edə bilər.

Metod

Nəyəsə nail olmaq və ya yanaşmaq üçün istifadə olunan xüsusi üsul, yol. Bu, strukturlaşdırılmış düşüncə və ya davranış üsulu, hərəkətlərin sistemli planlaşdırılmasıdır.

Multimedia

Şəkillər, video, səs və mətn materialları kimi onlayn, planşetdə və ya digər əl cihazlarında işlənilib hazırlanmış və istifadə olunan müxtəlif cür hekayə etmə üsulları və format kombinasiyalarıdır. Yeni üsullarla birləşdirilmiş və onlayn dərc edilən məşhur jurnalistika formatlarının kombinasiyası.

N

Neqativ

Çəkilmiş fotoplyonka aydınlaşdırıldıqdan sonra alınır və rənglərin əks paylaşdırılması ilə olan fotoqrafiya təsviridir (rəngli fopoplyonkada). Neqativ sonrakı çap prosesi üçün istifadə olunur və bundan sonra çap edilən fotoşəkillərdə rənglər onların ilkin təbii görünüşündə canlandırılır.

Normal fokus məsafəsi

Normal fokus məsafəsi 35 mm-lik plyonkalı fotoaparatlarda üçün, adətən, təxminən 50 mm təşkil edir. Normal fokus məsafəsi şəkli çəkilən obyektivlərin təbii ölçülərinin nisbətini təmin edir.

Nisbi dəlik

Obyektivin hərəkətli dəliyinə diametrinin fokus məsafəsinə nisbətidir. Avtomatik kökləmə ekspozisiyanı düzgün seçməyə imkan verir.

O

Obyektiv

Fotoaparatin ön panelində şüşədən və ya optik plastik kütlədən hazırlanmış silindrik qurğu, çəkiliş obyektinin təsvirini fotoplyonkanın üzərinə proyeksiya edir.

Obyektə (kameranı) "yaxınlaşdırma"

Fokus məsafəsinin böyük kəmiyyətlərdə qurulması, şəkilə obyektivlərin ölçülərini böyüdür.

Obyektivin fokuslanması (kəskinliyə tuşlama)

Şəkli çəkilən obyektin maksimal dərəcədə aydın və dəqiq təsvirini almaq üçün obyektivin fokus məsafəsinin dəyişdirilməsi.

Obyektivin diafraqması (apertura)

Obyektivin içində olan və fotolentin üzərinə düşən işığın miqdarını tənzimləyən dəlikdir. Yığcam tipli fotoaparatlarda işləyən dəliyin böyüklüyü avtomatik tənzimlənir, yəni obyektivin nisbi dəliyinin böyüklüyü avtomatik qurulur.

Orijinal illüstrasiya

Xüsusi olaraq müəyyən nəşr üçün yaradılmış və yenidən işlənmiş də olsa, artıq çap olunmuş bir təsvirin sürəti deyil, orijinal, yeni bir təsvir olan illüstrasiyadır.

P

Parallaks

Görünüş axtarıcısından müşahidə olunan kadrın sərhədləri ilə obyektivin fotoplyonkanın üzərində yaratdığı kadrın üst-üstə düşməməsi effekti. Görünüş axtarıcısının optik oxu ilə obyektivin optik oxunun üst-üstə düşməməsi ilə şərtləndirilir. Fokus məsafəsi artdığı və yaxın məsafədə yerləşən əşyaların çəkilişi zamanı xüsusilə nəzərə çarpır.

Pərdə sürəti

Pərdənin açıq qalaraq, işığı diafraqmadan keçirib fotolentin səthinə saldığı vaxt intervalıdır.

Pərdə

Obyektivdən keçərək fotokameraya daxil olan işığın yolunu açıb bağlayan mexanizmdir.

Pərdə düyməsi

Şəkil çəkərkən fotoaparatin pərdəsini hərəkətə gətirən düymə.

Piksel

"Picture element" (rəsm elementi) sözlərinin ixtisarıdır. Piksellər – rəqəmsal fotokamerada informasiyanı saxlayan kiçik nöqtələrdir. Meqapiksel – bir milyon pikseldir. Piksellərin sayı nə qədər çoxdursa, ayırdetmə dəqiqliyi bir o qədər yüksəkdir. Ayırdetmə dəqiqliyi nə

qədər yüksəkdirsə, şəkillərin keyfiyyəti də bir o qədər yüksəkdir. Yüksək keyfiyyətli şəkillər yaddaş kartında daha çox yer tutur, lakin onlardan çap edilən şəkillər daha keyfiyyətli olur. Müasir peşəkar fotokameraların ayırdetmə dəqiqliyi 20 meqapikseldən yüksəkdir.

R

Rakurs

Fransız dilindən tərcüməsi – qısaltdılmış. Obyektivlərin, şəkli çəkilən əşyaların təbii proporsiyalarını təhrif edərək, qeyri-adi, yuxarıdan, aşağıdan və ya əyilmiş (çəp) vəziyyətdə əks olunması. Təsviri incəsənətdə, xüsusən, fotoqrafiya sənətində ekspressiv təsvir və ifadə üsulu kimi istifadə edilir

Rastr

Qeyri-şəffaf kəşişən xətləri olan xüsusi şəbəkəli şəffaf lövhə, rastrdan keçərək fotoreproduksiya zamanı mikrostrix elementlərin üzərində yarımtonlu təsvir salır. Bu, sinkoqrafiya üsulundan istifadə edərək, yüksək çap vasitəsilə kütləvi tirajla fotoreproduksiyalar hazırlamağa imkan verir. Rastrlama elektron qurğulardan istifadə edərək elektron formatda da yerinə yetirilə bilər.

Rəngin dolğunluğu (rəng dolğunluğu)

Plyonkanın (və ya şəklın) çəkiliş obyektindəki rəngləri canlandırdığı nisbi parlaqlıq.

Rəsmi şəkil

Müəyyən fonda quraşdırılmış işıqlandırılma ilə qarşılıqlı razılaşmaya əsasən, çəkilmiş insan və ya insan qrupunun fotosəkli.

Redaktə etmə

Seçdiyiniz mövzuya dair ardıcıl və həqiqətə uyğun bir hekayə nəql etmək üçün əlinizdə olan xam materialdan ən uyğun olan şəkillərin, videocərgələrin, səs və mətn parçalarının seçilib toplanması prosesidir.

Rəqəmsal

Diskret (kəsilən) kəmiyyətlərdən istifadə etməklə verilən məlumat (verilənlər). (Rəqəmsal elektron qurğuda 0 və 1-dən ibarət olan sıradan və ya sıralar birləşməsindən ibarət kodla saxlanılır).

Rəqəmsal fotoqrafiya

Rəqəmsal işığa həssas sensoru və təsviri rəqəmsal fayl kimi saxlamaq üçün prosessoru olan rəqəmsal kameradan (DSLR) istifadə edərək elektromaqnit şüalarının yazılması.

S

Sənədli fotoqrafiya

Fotojurnalistika işinin daha böyük və daha mürəkkəb

tərkib hissəsidir. Adətən, ayrı-ayrı xəbərlər və fiçers reportajlarından istifadə olunan sonrakı yaradıcılıq işinin məhsuludur.

Sərt işıq

Xüsusilə birbaşa günəş işığı altında şəkli çəkilən obyektin üzərində kəskin təzadlı kölgələr yaranan işıqdır.

Süni işıqlandırma

Közərmə lampasının (volfram telli) köməyi ilə süni işıqlandırma. Variant: halogen lampa.

Skan etmə

Kompüterə yükləmək məqsədi ilə fototəsvirlərin (neqativlərin və ya çap edilmiş şəkillərin) elektron (rəqəmsal) formaya çevrilməsi prosesi.

Sosial şəbəkə

Sosial aktorlar, adamlar və ya təşkilatlar qrupundan və bu aktorları bir-birinə bağlayan qarşılıqlı əlaqələrdən ibarət olan sosial strukturdur.

Ş

Şəkil

Ani olaraq və ya fürsət anında çəkilmiş fotoqrafiyanın təsviridir. Nəyinsə görüntüsü, zamanın bir anında çəkilmiş kiminsə portreti, ani, planlaşdırılmamış və ya gözlənilməz kadr.

T

Talbotipiya

Kamera-obskurada işığa həssas təbəqə ilə hopdurulmuş kağızın üzərində təsvirin alınması üsuludur. İngilis ixtiraçısı F. Talbot tərəfindən icad edilmişdir. Kağız neqativdən, eləcə də kağız üzərində təsvirin pozitivi çap edilirdi.

TTL (Through The Lens metering)

Ekspozisiyanın obyektiv vasitəsilə ölçülməsi.

Təbii çəkiliş

Bir nəfərin və ya bir qrup insanın qabaqcadan hazırlaşmadan, təbii pozalarda və şəraitdə şəklinin çəkilməsi (variant: gizli kamera ilə çəkiliş).

U

Uzunfokuslu obyektiv (Teleobyektiv)

Fokus məsafəsi 60 mm (APS formatı üçün) və ya 70 mm (35 mm format üçün) və daha çox olan obyektivdir. Bu cür obyektivlərlə çəkilən şəkillərdə əşyaların miqyası artır (kadrda əşya böyüdülmüş alınır).

Y

Yumşaq işıq

Əşyanın kəskin kölgələrini yox edən yumşaq, səpələnmiş işıq.

Z

Zum-obyektiv

Fokus məsafəsini dəyişməyə imkan verən obyektiv.



Con Petter Evensen (1968) - Oslo və Akershus Təbii Elmlər Universitetində (Norveç) professor yardımçısı. Ukrayna, Belarus, Litva və Çində fotojurnalistika kursları aparır. Evensen BBC Media Action, İREX Avropa təşkilatları ilə çalışır. Avropa Şurasının "Azərbaycanda jurnalistika tədrisinin inkişafına dəstək" layihəsi çərçivəsində BSU və BDU-da fotojurnalistika üzrə kurikulum hazırlamış, təlimçilərə təlimlər keçmişdir. 15 illik fotojurnalistlik fəaliyyətinin 10 ili Norveçin aparıcı media qurumlarından olan "Aftenposten"lə bağlıdır. O, 2017-ci ildə World Press Photo-nun Rəqəmsal Hekayətmə müsabiqəsinin münisflər heyətinin üzvü olub.



İbrahimpaşa Babayev (1947) - f.ü.f.d., pedaqoq, təhsil meneceri. Hindistan Respublikası Naqpur Universitetində rus dili müəllimi kimi çalışıb (1974-1977). "Xəzər" fotoklubunun üzvü olub (1978-1986), bir sıra fotosərgilər və fotomüsabiqələrdə iştirak edib. Azərbaycan Respublikası TN-nin "Təhsil sektorunun inkişafı" layihəsində milli məsləhətçi, ERASMUS – İANUS layihəsinin iştirakçısı olub. 2006-2014-cü illərdə BSU-da Filologiya fakültəsinin dekanı vəzifəsində çalışıb. Avropa Şurasının "Azərbaycanda jurnalistika tədrisinin inkişafına dəstək" layihəsi çərçivəsində Böyük Britaniya və Norveçdə konfranslarda və seminarlarda iştirak edib. İlk fotojurnalistika modulunun yazılmasında, BSU-da ilk tədris fotolaboratoriyasının qurulmasında fəal əməyi olub. 2016-cı ildə Azərbaycan Respublikasının "Tərəqqi" medalına layiq görülüb. Hazırda BSU-da çalışır.



Aynur Bəşirli (1972) - 25 ildən çoxdur ki, mediada çalışır, tədqiqatçı-jurnalist, media eksperti, pedaqoq, s.ü.f.d. 1996-2002-ci illərdə Azərbaycan Prezidenti Heydər Əliyevi müşayiət edən jurnalist heyətinin üzvü olub. ABŞ-ın İndiana Universitetində (2002, 2005-ci illər) uzunmüddətli elmi ezamiyyət keçib. "New York Times" Azərbaycandan. Nə? Nə zaman? Necə?" monoqrafiyasının müəllifidir. 2011-ci ildə Bakı Slavyan Universitetində Jurnalistika və Azərbaycan ədəbiyyatı fakültəsinin qurulmasında böyük əməyi olub, 2012-2017-ci illərdə yaradıcısı olduğu Yeni media və kommunikasiya texnologiyaları kafedrasına rəhbərlik edib. 2006-2014-cü illərdə jurnalistika sahəsində bir çox layihələri yürüdüb, Avropa Şurasının "Azərbaycanda jurnalistika tədrisinin inkişafına dəstək" layihəsinin meneceri olub. Həsən bəy Zərdabi, "Media Ulduzu" mükafatlarına layiq görülüb. AMEA-nın A.A.Bakıxanov adına Tarix İnstitutunun Ümumi tarix şöbəsinin Amerikaşünaslıq bölməsinin rəhbəridir.



Ələkbər Muradov (1948 – 2013) - kinooperator, rejissor, rəssam, pedaqoq, Əməkdar incəsənət xadimi, Rusiya və Azərbaycan Kinematografçılar Konfederasiyasının, Azərbaycan Rəssamlar İttifaqının üzvü. M.Əzizbəyov adına Azərbaycan Neft və Kimya İnstitutunun geoloji –kəşfiyyat fakültəsinin və Ümumiittifaq Dövlət Kinematografiya İnstitutunu (Moskva) bitirib. Quruluşçu kinooperator kimi 11, quruluşçu rejissor kimi 2 bədii filmin, 70-ə yaxın bədii sənədli filmlərin müəllifi olub. BSU-da Yeni media və kommunikasiya texnologiyaları kafedrasında çalışıb, fotojurnalistika tədrisinin əsasını qoyub, burada Azərbaycanda ilk "Foto, kino, radio və televiziya tarixi" muzeyini yaradıb.

Berlinə (2003), İranda (2008) fərdi sərgiləri keçirilib. Rəsm əsərləri Bakı, Moskva, Berlin, London, İsveçrə, İran və Türkiyədə şəxsi kolleksiyalarda saxlanılır.

“Fotojurnalistika” kitabı Avropa Şurasının Norveç Xarici İşlər Nazirliyinin maliyyə dəstəyi ilə həyata keçirdiyi “Azərbaycanda jurnalistika tədrisinin inkişafına dəstək” layihəsinin II mərhələsində yazılmış 4 dərslərdən biridir. Yerli və xarici mütəxəssislərin iştirakı ilə hazırlanmış bu kitab Azərbaycan dilində nəşr olunan ilk fotojurnalistika dərslidir. Kitab jurnalistika ixtisası üzrə təhsil alan ali məktəb tələbələri, media professionalları və jurnalistlər üçün nəzərdə tutulub.

AZE

Avropa Şurası qitənin insan hüquqlarını müdafiə edən aparıcı təşkilatdır. Onun 47 üzv dövlətindən 28-i eyni zamanda Avropa İttifaqının üzvüdür. Avropa Şurasının bütün üzv dövlətləri insan hüquqları, demokratiya və qanunun aliliyini qorumağı nəzərdə tutan müqaviləni - İnsan Hüquqlarının və Əsas Azadlıqlarının Müdafiəsi haqqında Avropa Konvensiyasını imzalayıblar. Avropa İnsan Hüquqları Məhkəməsi üzv dövlətlərdə konvensiyanın tətbiq edilməsinə nəzarət edir.

www.coe.int

Avropa İttifaqı 28 demokratik Avropa dövləti arasında yeganə iqtisadi və siyasi əməkdaşlıqdır. Onun məqsədləri 500 milyon vətəndaşı üçün daha ədalətli və təhlükəsiz dünyada sülh, firavanlıq və azadlıqdır. Buna nail olmaq üçün Aİ ölkələri onun fəaliyyətini təmin edən qurumlar yaradıblar. Onlardan ən əsası Avropa İttifaqı (Avropa xalqını təmsil edən), Avropa İttifaqı Şurası (milli hökumətləri təmsil edən) və Avropa Komissiyasıdır (ümumi Aİ maraqlarını təmsil edən).

<http://europa.eu>

Programmatic Cooperation Framework for Armenia, Azerbaijan, Georgia, Republic of Moldova, Ukraine and Belarus

Funded
by the European Union
and the Council of Europe



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Implemented
by the Council of Europe