



## 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:

Bülent Çaplı  
Nüşabə Hüseynli  
Xatirə Hüseynova  
Aynur Kərimova  
Zeynal Məmmədli  
Lamiyə Vəzirova

### Elmi redaktor

Aynur Bəşirli

### Məsləhətçi

Bülent Çaplı

### Fotolar

Əhməd Muxtar

Bu nəşr Avropa İttifaqı və Avropa Şurasının birgə "Azərbaycanda ifadə azadlığı və media azadlığı" layihəsinin vəsaitindən istifadə olunaraq 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](mailto:publishing@coe.int).

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

Üz qabığı dizaynı: Tabasko Branding Bureau  
Layout: Tabasko Branding Bureau

# MÜNDƏRİCAT

## I BÖLÜM TV-NİN ÖZƏLLİKLƏRİ

Kino+Radio=Televiziya?  
“Göstərir Bakı”  
Addım-addım irəliyə!..  
“Qutu”ya dil verənlər – telejurnalistlər  
TV öyrədir, yoxsa?..  
Tapşırıqlar  
Ədəbiyyat

## II BÖLÜM TELEXƏBƏRİN VƏ XƏBƏR MƏRKƏZİNİN ÖZƏLLİKLƏRİ

Xəbər nədir?  
Xəbər mərkəzi  
Xəbərin toplanması  
Xəbərin qiymətləndirilməsi  
Televiziya xəbər çeşidləri  
Şifahi xəbərlər  
Təbii küy fonlu lal xəbər  
Videoxəbər  
Birbaşa xəbərlər  
Müsahibə-xəbər  
Tapşırıqlar  
Ədəbiyyat

## III BÖLÜM TELEXƏBƏRÇİLİYİN TEXNİKİ ELEMENTLƏRİ. GÖRÜNTÜ. SƏS. İŞIQ

Video. Kadr anlayışı  
Televiziya avadanlığının texniki imkanları  
Telekameranı istifadənin təməl qaydaları  
Görüntü planlarının seçilməsi  
Görüntü planlarının məzmun çeşidləri  
Videomodul  
Videometafora  
Səs. Səsin önəmi  
Səs tipləri  
Səs avadanlığının texniki imkanları  
Mikrofon çeşidləri  
Audiorekorder  
Televiziya mikrofonlarından istifadə qaydaları  
İşıqlatma. İşıqlatmanın önəmi  
İşıq avadanlığının texniki imkanları  
İşıqlatma yönləri  
Qapalı yer və otaqlarda ümumi işıqlandırma qaydaları  
Təbii işıqlatma zamanı çəkilişin özəllikləri. Praktiki məsləhətlər

Tapşırıqlar  
Ədəbiyyat

## IV BÖLÜM TELEXƏBƏRİN HAZIRLANMASI

Hansı mövzu diqqəti daha çox çəkir?  
Olaylılıq  
Olayın elementləri  
Tamamlayıcı bilgiler və ya məlumata “əlavə”  
“Dörd doğru” qaydası  
Xəbər hazırlama üsulları  
Nədən xəbər hazırlamaq olar?  
Medianın olay seçiminə təsir göstərən amillər  
Reportyor işinin 10 standartı  
Təsirli telexəbər hazırlamağın 8 qızıl qaydası  
Müsahibə  
Məzmun baxımından xəbər çeşidləri  
Mürəkkəb mövzudan sadə yazmaq üsulu  
Hamıya əlçatımlı kontentdən (UGC) digər yararlanma üsulları...  
Telexəbərdə inam, balans və ədalətin qorunması  
Ssenari, ssenarinin yazılması  
Ssenari texnikası  
Ssenarini yazmaq qaydası  
Stəndap nədir?  
Qrafik  
Montaj  
Montaj zamanı çəkilən görüntüləri dəyərləndirmə ölçüləri  
İnterküydən (təbii səslərdən) istifadənin 10 qaydası  
Mətn  
TV-də xəbər mətni  
Xəbər mətnini yazmaq qaydaları  
Kadrarxası mətn  
Xəbərlərin redaktə dəyərləri  
Tapşırıqlar  
Ədəbiyyat

## V BÖLÜM TELEXƏBƏR PROQRAMININ MENECMENTİ

Xəbər buraxılışı nədir?  
Xəbər proqramlarının formatları  
Ana xəbər bülleteni nədir?  
Xəbər bülleteni  
Xüsusi bülletenlər  
Xəbər buraxılışları  
Xəbər buraxılışı hazırlığının prinsipləri  
Xəbərlərin düzümü  
Xəbər buraxılışının tempi

Xəbər buraxılışının yığılması  
Xəbər buraxılışının başlanğıcı  
Xəbər buraxılışının başlıqları  
Qapanış materialları  
Qapanış başlıqları  
Musiqi frazaları, steb və stinqlər  
Xəbər buraxılışı necə hazırlanır? Addım-addım menecment  
Materialların proqramdaxili reytingi  
Redaksiya toplantısı  
Xəbər buraxılışının xəritəsi  
Əsas xəbər  
İmprovizələr (ad-libs), keçid-sözlər (bumps, teases) və  
ötürmələr (tosses)  
Xəbər buraxılışı hazırlığının texniki elementləri  
Buraxılışı təqdim edənlər  
Xəbər oxunuşu texnikaları  
Tapşırıqlar  
Ədəbiyyat

## **VI BÖLÜM**

### **TELEXƏBƏRÇİLİKDƏ ETİKA**

Ümumi prinsiplər  
Televiziya xəbərçiliyində etik problemlər: Tabloid  
xəbərçilik  
Televiziya xəbərçiliyində etik problemlər: özəl yaşam  
Özəl yaşam dairəsinin hüdudları  
Kimin özəl yaşamından söhbət gedir?  
Hansı bilgilərdən söhbət gedir?  
Televiziya xəbərçiliyində etik problemlər: xəbər  
qaynağıyla maddi münasibətlər  
Televiziya xəbərçiliyində etik problemlər: böhran  
xəbərçiliyi  
Televiziya xəbərçiliyində etik problemlər: ayrı-seçkilik  
Media niyə cəmiyyətin hər kəsini təmsil etməyə  
məcburdur?  
Televiziya xəbərçiliyində ayrı-seçkilikdən qaynaqlanan  
problemlər  
I qrup: Yox sayılan və ya çox az yer verilənlər  
II qrup: Bəd xəbər mövzusunda çevrilənlər  
III qrup: Ayrı-seçkilik salan keyfiyyətlərlə birlikdə  
xatırlananlar  
IV qrup: Nifrətli çıxışları inkişaf etdirənlər  
Televiziya xəbərçiliyində etik problemlər: Secki kam-  
paniyaları  
Tapşırıqlar  
Ədəbiyyat

# ÖN SÖZ

Əziz tələbə! Çox şadam ki, sən varsan, jurnalist olmaq istəyirsən və bu dərslik də o üzdən sənə ixtiyarındadır. “Sən” müraciətinə diksinmə, axı biz böyük ehtimalla, həmkar olacağıq. Bu kitabdən başlanan tanışlığımız, çox güman, teleməkan dəhlizlərində, konfranslarda, böyük tarixi toplantılarda davam edəcək. Bəlkə, bir-birimizlə tanış olmağa, bir-birmizin əlini sıxmağa macal tapmayacağıq. Amma bir şeyə inanmaq istərdik ki, hər dəfə iş başında olarkən, öz videoxəbərini, proqramını hazırlarkən, xəbərləyəcəyini yeniliyin cövhərini axtararkən ixtiyarsız bu kitabı da xatırlayacaq, peşəkarlığa aparan yolda sənə bələdçilik etmək niyyəti güdən bu dərslikdən öyrəndiklərini tətbiq etməyə köklənəcəksən.

Gəl şərtimizi indidən kəsək. Jurnalist olmaq gerçəkdən içindən gəlirsə, jurnalistikani özündə deyil, özünü jurnalistikada görürsənsə və ən başlıcası, peşəkarlığa bağlı qalacaqsansa, xoş gəlmisən. Yox, bu, sənəin təsadüfi seçimdirsə, ucuz sensasiya və ucuz şöhrət axtarırsansa, niyyətin nəyin bahasına olursa olsun, məşhurlaşmaq və ulduz olmaqdırsa, vaxtını bu dərsliklə almaq istəməzdik.

Bəri başdan bildirək ki, heç bir dərslik insanı jurnalista çevirmir. Peşəkar telejurnalist olmaq istəyən hər gün işləməli, gözünü, qulaqlarını və qəlbini açıq saxlamalıdır. Unutma ki, həyat gerçəklərini xəbərə çevirəcəksən. Bizdən, bizlərdən bunun yollarını öyrənəcəksən. Beləliklə, yol açıq, şərtlər də bəlli.

Bu dərslik çağdaş televiziya jurnalistinə gərəkli bir çox nəsnələrdən söz açacaq. Televiziyanın necə yaranmasından, onun inkişaf aşamalarından, ayrı-ayrı dövrlərdə, müxtəlif vəziyyət və rejimlərdəki fəaliyyətindən, texnologiyanın bu sahəyə gətirdiyi dəyişikliklərdən, teleməkanın yaradıcı ortamından, telexəbərlərin necə hazırlanmasından “TV-nin özəllikləri” bölümündə xəbərdar olacaqsan.

“Telexəbərin və xəbər mərkəzinin özəllikləri” adlanan bölümə sənə olayı xəbərə çevirən dəyərlər, telexəbərin çeşidləri, özəllikləri, xəbər mərkəzinin iş prinsipləri barədə gərəkli bilgiler verilir. İllər öncə yarı hənək, yarı gerçək deyilirdi ki, it insanı dişləyirsə, xəbər sayılmaz, amma insanın iti dişləməsi xəbərdir.

Bəlkə də, sənəin bəxtindən, indi bu deyim qüvvədən düşmüş sayılır. Axı insanın iti dişləməsi barədə xəbər daha heç kimi maraqlandırmır. Demək, xəbərin cəmiyyətə gərəkli xəbər olduğuna əmin olmaq üçün daha peşəkar olmalısən. Həmin bölümə olayı xəbərə necə çevirəcəyindən danışılır. Sən xəbərin izinə necə düşmək, qaynaqları müəyyənləşdirmək, çeşidləmək və onlarla etibarlı əməkdaşlıq qurmaq barədə bilgi qazanacaqsən. Bölümü başa vuranda xəbər bolluğunda özünü itirməməyi, onları saf-çürük edib arıtlamağı, hər birini ayrılıqda və müqayisədə dəyərləndirməyi bacaracaqsən. Bunları bilməsən, uğurlu, olğun-dolğun və parlaq xəbər bülleteni hazırlamaqda payın azalacaq.

Reportyor kimi qaynaqdan tutmuş efirədək neyləməli olduğunu biləndən sonra “Televiziya xəbərçiliyinin texniki elementləri” bölməsinə baş vuracaqsən. Kadr nədir, plan nədir? Bunu bilmək sənə nə üçün lazımdır? Xəbər hazırlayan zaman, işin hansı hissəsi istehsal meydanında sənəin ən yaxın tərəfdaşın olan kameramandan, hansı hissəsi sənədən asılıdır? Bunları öyrənəcəksən. Birgə işin uğuru üçün nələr lazım olduğunu biləcəksən. Biləcəksən ki, televiziya avadanlığının imkanlarından doğru-düzgün yararlanmaqla tamaşaçını, virtual da olsa, xəbərin müəllifinə çevirir, onunla yaradıcı dialoq qurursan. Biləcəksən ki, görüntü duruluğu, səs keyfiyyəti, işığın və işıq avadanlığının görüntüdəki rolu düşündüyündən çox-çox önəmlidir...

“Telexəbərin hazırlanması” bölümündə telexəbər hazırlanmağın mərhələləri incələndikcə incələcək. Bitkin, mükəmməl telexəbərə gəlib çatmaq üçün keçməli olduğun yol – araşdırmadan başlayaraq, ssenarinin yazılması, stəndap, arxivlə işə qədər bir-bir araşdırılacaq. Mətn necə yazılmalıdır, hansı prinsiplər əsas tutulmalıdır, montaj zamanı nələrə diqqət yetirilməlidir və nəhayət, vaxtın və zəhmətin hesabına başa gəlmiş xəbəri sənəin üzləşdiyən çətinliklərdən xəbərsiz olan və ümumiyyətlə, bunun marağında olmayan tamaşaçıya təqdim etməyi öyrənəcəksən.

Telexəbəri hazırlamağın sirlərinə bələd olduqdan sonra xəbər proqramı hazırlamağa, onun çeşidlərini öyrənməyə ehtiyac duyacaqsən. Bir reportyor

kimi yetişməklə kifayətlənməyib, artıq menecer keyfiyyətlərinə yiyələnməyə can atacaqsan. “Telexəbər proqramının menecmenti” adlanan bölümdə, adından bəlli olduğu kimi, buraxılış hazırlamağın əlifbasından tutmuş, onun bitkin formasınadək keçilən mərhələlərdən, bu işin həm yaradıcı, həm də texniki tərəflərindən söz açılacaq. Xəbərlərin düzümü – sıralanması, təqdimatı, xəbər başlığının müəyyənləşdirilməsi, xəbər işində improvizə imkanı, uğurlu keçidlər, canlı bağlantılar, proqram biçimləri barədə bilgi qazanacaqsan. Bir daha əmin olacaqsan ki, xəbər teleməkanının canı, dadı-duzu, xəbərçi isə onun əsas simasıdır. “Telexəbərdə etika” bölümü sənə etik dilemmalarla üz-üzə qoyacaq, düşündürəcək. Sən bir daha əmin olacaqsan ki, əsl peşəkarlıq məhz bu dilemmaların həllindədir.

Beləcə bu dərsliklə səndə ümumilikdə televiziyanın işi barədə təsəvvür yaratmağa çalışacağıq. İstəyirik ki, sonucda televiziya adı tamaşaçı kimi deyil, onun yaradıcısı kimi yanaşasan.

Və bir məqamı da gərək unutmayasan: nə yazacaqsansa, nə göstərəcəksənsə, o, işə sevgidən, seyrçiyə sayğıdan doğmalıdır. Sağlam, peşəkar jurnalistikada qərəzə, nifrətə, tamaşaçıya yuxarıdan aşağı münasibətə yer yoxdur. Bunlar xəbərçinin mənəvi məsuliyyət daşdığı və cavabdeh olduğu məqamlardır.

Beləliklə, uğurlar, əziz dost və təbii ki, gələcək həmkar! Hələ görüşəcəyik!..

## KİNO + RADİO = TELEVİZİYA?

Televiziyanın hansı xarakterik özəllikləri var?

Televiziya necə yarandı? Televiziya ilə kinonu nə birləşdirir?

Televiziyanın auditoriyaya təsiri necə xarakterizə edilir?

Azərbaycan televiziyasının inkişaf mərhələləri hansılardır?

**Bugünkü televiziya çoxsaylı və müxtəlif peşəli insanların birgə əməyindən yoğrulub. Vaxtilə nağıllarda və fantastik əsərlərdə bir xəyal kimi təsvir edilən mənzərə ilə bu gün üz-üzəyik. Hər birimiz öz mənzilimizdə və ya iş masamızın arxasında əyləşərək planetin dörd bir tərəfində baş verən hadisələri çox rahat bir şəkildə izləyə bilirik. Daha bir texnoloji möcüzə sayılan İnternetdən öncə, yəni XX yüzilin sonlarındakı bizə bu imkanı məhz televiziya verib.**

Televiziyanın yaranma tarixinə göz yetirsək, bu texniki nailiyyətin məhz ondan daha öncə mövcud kino və radionun birləşməsindən yarandığını görürük – bundan ötrü kino və radionun, yəni görüntü və səsə qovuşması gərəkdir. Bu barədə geniş və dolğun məlumata lüzum olmasa da, bir cümlə ilə xatırladaq ki, kinonun da, radionun da tarixi 1895-ci ildən başlanır. Müxtəlif rakurs və yanaşma bucağından həm jurnalistlərin, həm də sənətsünəslərin ən ciddi müzakirə mövzusu olan kinonun kəşfi arxasında fransız Lümer qardaşları dayanırsa, təbliğata ac bir siyasətçinin deyimiylə “kağızsız və məsafəsiz qəzet” adlandırılan radionun kəşfi alman alimi Henriks Hers, italyan Gulielmo Markioni və nəhayət, rus fiziki Aleksandr Popovla bağlıdır. Beləcə, 1895-ci il tarixə radio və kinonun kəşfi kimi düşdü.

Televiziya çap mediası və radio ilə eyni hədəfə köklənsə də, daha çox uzun illər estetik sənət sahəsi sayılan kinoya bənzəyir və daha çox bu sahə ilə müqayisə edilə bilər. Təsədüfi deyil ki, əksər ölkələrin ali məktəblərində telejurnalistika ayrıca bir fakültə deyil, o, kino ilə qarışıq tədris edilir.

Onların ən başlıca oxşarlığı, təbii ki, vizuallıq amilidir. Kino da, televiziya da ikiölçülü ekrana və səsle müşayiət olunan təsvirə - görüntüyə dayanır. Hər iki sənət sahəsi bizi əhatə edən aləmin həqiqi ekran obrazını yarada bilir.

Televiziya ona qədərki təcrübə əsasında yaransa da, öz üstün məqamlarını kino və radioya səxavətlə paylayıb. Məsələn, müasir əyləncə kinosunun üslubundakı improvizasiyalıq, sənədlilik, “ləng” nəqlə maraq, xırdalanmış montajdan imtina və digər geniş yayılmış keyfiyyətlər məhz televiziyanın təsiri ilə meydana çıxıb.

Televiziyanın təşəkkülü ilə daha geniş, universal audiovizual vasitə yarandı. İnformasiyanın baş verdiyi anda, yerində çətdirilməsi və qavranılması sənaye, nəqliyyat, rəhbərlik, ticarət və s. kimi sahələrdə də televiziyanın geniş tətbiqinə yol açdı. Mədəni dəyərlərin nümayiş və tirajlanmasında kino ilə müqayisədə TV-nin xeyli üstün özəllikləri var: daha geniş auditoriya toplayır, hər kəsin evində ola bilər və rəngarəng proqram seçimi nümayiş etdirir.

Televiziya ilə kinonun ortaq özəlliklərindən danışarkən mütləq o da qeyd edilməlidir ki, həm televiziya, həm də kinoda görüntünü müxtəlif ölçülərdə vermək mümkündür. Hər iki vasitədə görüntü və onun elementlərindən (kadr, plan, montaj, rakurs və s.), eləcə də musiqi və nitqdən istifadə olunur. Adətən, teletamaşaçı qrupu çox yığcam, təxminən, iki-üç yaxud dördnəfərlik kiçik auditoriyalardan ibarətdir. Televiziya hər bir baxış verilişlə, onun iştirakçıları ilə, televiziya tamaşası ilə, televiziya materialları ilə fərdi görüş deməkdir. Bu, insanın cəmiyyətdə davranışının şərtliliklərindən azad olduğu bir şəraitdə baş verən görüşdür. Bu şərtliliklərdən kənar olan, teleqəbuledici qarşısındakı insan – öz evindədir. Kinofilm isə əksinə, həmişə (studiya baxışı istisna edilməklə) sayca xeyli çox insan kollektivində baxılır. Bu, elə bir ictimai tamaşadır ki, auditoriyanın “nəbz”, onun ekranda baş verənlərə reaksiyası önəm daşıyır. Filmin yaranmasının sonuncu yeri kinoteatrdir. Televiziya kinonun malik olduğu tamaşa təsirindən məhrumdur. Çünki televiziya sırf tamaşa sənəti deyil və kinematoqrafdan da, ilk növbədə, məhz bununla fərqlənir. Deməli, televiziya proqramlarına baxış ictimai xarakter daşımır və ev şəraitində baş verir. Bu, televiziyanı kinematoqrafdan fərqləndirən mühüm özəllikdir.

Fərqlərdən biri kimi kinoda hərəkətin, televiziya isə sözün, danışıqın aparıcı rol oynaması da vurğulanır. Bununla yanaşı, televiziyanın özəllikləri sırasında sinkretikliyin, hadisənin baş verdiyi andaca auditoriyaya çatdırılması və bu kommunikasiya vasitəsinin daha üstün kütləvilikə malik olması ön plana çəkilir. “Televiziya tamaşaçısı ilə olay arasında ən kəsə yoldur” ifadəsi də məhz bu fikirdən doğur.

Qeyd etdiyimiz kimi, bu iki kəşf - kino və radionun vəhdətindən yaranmalı olan “sehrli qutu”nun araya-ərsəyə gəlməsi bir nəfər və bir məkanla bağlı olmayıb. Həm eyni, həm də ayrı-ayrı zamanlarda müxtəlif ölkələrdə paralel şəkildə alimlər bu ideya üzərində çox vaxt da kollektiv şəkildə işləyiblər. Az qala, dünyanın səmtini dəyişən, bir mövzu ətrafına, bir ünvana bircə anın içində yüz milyonlarla insanın diqqətini yönəltməyi bacaran, gündəmin hədəfini təyin etmək gücündə olan bu “sehrli qutu”nun mahiyyəti, əslində, olduqca sadədir.

Qədim yunancadan (tele-uzaq) və latıncadan (visio-gör) götürülmüş televisio – televiziya - uzaqgörmə səs və hərəkət edən təsvirin müəyyən məsafəyə ötürülməsi və qəbulu üçün rabitə sistemidir. İlk televiziya sistemləri mexaniki idi və yalnız təsviri göstərirdi.

Təsvirin məsafəyə ötürülməsi ideyası alman mühəndisi Paul Nipkova məxsusdur. İlk dəfə Nipkov bu ideyanın mümkünliyünü nəzəri olaraq irəli sürüb və 1866-cı ildə ideyasını patentləşdirib. Lakin o vaxt insanların düşüncə səviyyəsi belə bir ideyanın qəbuluna hələ tam hazır deyildi. 1873-cü ildə Smit tərəfindən icad edilən fotoeffekt televiziyanın kəşfi yolunda növbəti uğurlu addım oldu. Bu kəşfdən ruhlanan Nipkov ideyasını gerçəyə çevirmək üçün daha bir addım atdı. O, 1884-cü ildə skanlaşdırılan disk ixtira etdi. 1906-cı ildə M. Dikman, K.Ferdinanda və Q.Olage təsvirin ötürülməsi üçün Braunun kəşf etdiyi enerji mərkəzini – ekranı təkmilləşdirdilər.

Əksər mənbələrdə elektron televizor patentinin məhz Boris Rozinqə məxsus olduğu qeyd olunur. İlk hərəkətsiz təsvir yayımı məhz 1911-ci ildə bu alimin adı ilə bağlansa da, əsas ixtiraçı kimi şotland mühəndisi Con Logi Berd göstərilir. Bu isə təsadüfi deyildi. Lap uşaq yaşlarında evlərinin arxasında neftlə işləyən generator quraşdıraraq Şotlandiyanın Helesburq şəhərində gecə işığı yanan ilk evin sakini məhz Berd olmuşdu.

1898-ci ildə anadan olan gələcək ixtiraçı 12 yaşında ikən evdə balaca bir “telefon stansiyası” qurmuşdu ki, bu da ona evdən kənarında dostlarıyla telefonla danışmaq imkanı verirdi. Berdin növbəti fantaziyası, axır ki, ilk televizorun gerçək simasını müəyyən etdi: 1925-ci ildə o, biskvit qutusu ilə ikinci bir karton qutunu adi tikiz iynəsi ilə birləşdirib, içərisinə avadanlığını yerləşdirdi və uzaq məsafəyə ötürülən sifət görünüşünü “tutmağı” bacardı. Gənc ixtiraçı, beləliklə, 1925-ci il iyunun 25-də bu kəşfini patentləşdirdi. Qutusuna “televizor” adını qoymaqla, əslində, Berd tarixdə öz yerini bir qədər də möhkəmləndirdi.

1929-cu ildə o, ilk televiziya stansiyasını qurdu. Eyni zamanda BBC ilə razılığa əsasında televiziya verilişlərinin hazırlanmasına start verdi. Tezliklə televiziya bütün dünyaya yayıldı.

Bu qutunun Azərbaycana çatmağına, təbii ki, hələ çox vardı. İngiltərədə 1937-ci ildə elektron şüa borulu televizorun kəşfi mexaniki televizoru üstələdi və istehsal sürətli inkişafa başladı. BBC 1936-1939-cu illərdə yayımlarını vaxtaşırı davam etdirirdi. ABŞ bu texniki nailiyyətə 1939-cu ildən qapı etdirirdi. 50-ci illərdə, demək olar ki, əksər amerikalı artq televiziya tamaşaçısı idi. Beləliklə, İkinci Dünya Savaşıdan sonra ABŞ və Qərbi Avropa ölkələrində televiziya erası başladı. Dünyanın ən güclü ikinci ölkəsi sayılan SSRİ (keçmiş Sovetlər Birliyi) isə bu texniki nailiyyəti 1931-ci il aprelin 30-da Moskvada gerçəkləşdirilən ilk sınaq verilişində tətbiq etdi. Həmin ilin oktyabrından vaxtaşırı verilişlərin yayımına da start verildi.



## "GÖSTƏRİR BAKI"



Azərbaycan tamaşaçısının ekrandan gördüyü ilk sima – aktrisa Nəcibə Məlikova.

Mütəxəssislərin hesablamalarına görə, İkinci Dünya Savaşı baş verməsəydi, Azərbaycanda artıq 40-cı illərin sonlarında televiziya yayımının təşəkkülü reallaşa bilərdi. Bir qədər gec olsa da, zaman öz sözünü dedi. 1954-cü il sentyabrın 2-də Bakı televiziya studiyasının təməl daşı qoyuldu. Studiya ilyarına tikildi və beləliklə, 1956-cı il fevralın 14-ü Azərbaycan televiziyasının yaranma tarixinə çevrildi. İlk veriliş günü ekranda əvvəlcə sınaq cədvəli göstərildi, sonra o vaxt çox gənc olan gözəl aktrिसamız Nəcibə Məlikova kadrda görünərək: "Diqqət! Göstərir Bakı", - dedi və Azərbaycanda aramsız yayımın başlanması münasibətilə tamaşaçıları təbrik etdi. Bunun necə bir şərəfli tarixi an olduğunu Nəcibə xanım illər sonra mətbuata verdiyi müsahibələrində xatırlayacaqdı. İnsanların dünyagörüşündə, təsəvvüründə yeni bir mərhələnin ilk siması kimi əbədiləşmək, "televiziya" müjdəsini gətirən qaranqış olmaq hər kəsə nəsib olan şans deyil.

Nəcibə xanımın tarixi təbrikindən sonra kibrit qutusunda bir az böyük olan ekranda "Bəxtiyar" filmi yayımlandı. Milli televiziya tariximizin ilk günündə kamera arxasında Sərvər Quliyev, rejissor pultu arxasında Kamil Rüstəmbəyov olub. Bu, Güney Qafqaz və Orta Asiya Respublikaları arasında ilk televiziya studiyası idi.

Bütövlükdə götürsək, Azərbaycanda teleyayım bir çox ölkələrlə müqayisədə daha tez yaranıb (məsələn, Türkiyədən 12 il öncə). Maraqlı faktdır ki, həmin gün teleqüllənin inşası hələ tamamlanmamışdı, ona görə də 14 fevral 1956-cı ildə yayım 44 metrlik neft buruğuna bağlanmış studiya ötürücüsü ilə başladı. Məhz bu səbəbdən ilk teletamaşaçılar həmin gün "Bəxtiyar" filmi, unudulmaz sənətkarımız Rəşid Behbudovu, sadəcə, seyr etmiş, dinləyə bilməmişdilər. Film səssiz yayımlanmışdı. O gündən milli televiziya 2 saat olmaqla, həftədə iki dəfə tamaşaçılarla görüşə gəldi.

Bir ildən sonra hündürlüyü 180 metr olan teleqüllə işə başladı. Bununla da yayımın keyfiyyəti və həftəlik efir müddəti artdı: 70-ci illərdən 10, daha sonra 18 saat, 2005-ci ildənsə fasiləsiz yayıma keçildi.

## ADDIM-ADDIM İRƏLİYƏ!..

Müstəqillik dövründə bir sıra özəl televiziya (BM-Tİ, ANS, Space, Lider və s.) yaranmasını da bu mərhələnin əlamətdar xüsusiyyəti kimi səciyyələndirmək olar.

2005-ci il avqustun 29-da Azərbaycanda İctimai Televiziya (İTV) yayıma başladı. 2007-ci il oktyabrın 1-də isə Xəzər Televiziyası efrin çıxdı.

Hazırda Azərbaycan Televiziyası (AzTV) texniki-iqtisadi imkanlarına görə Cənubi Qafqazın ən inkişaf etmiş yayım şəbəkəsi sayılır. 2003-cü ilin yanvarından fasiləsiz - 24 saatlıq yayıma başlayan bu televiziya İnternet şəbəkəsi ilə bütün dünyaya, peyk rabitəsi vasitəsilə Avropanın əksər ölkələrinə yayımlanır.

2013-cü il fevralın 7-də Azərbaycan süni peykə sahib ölkələr sırasına da qoşuldu.

Televiziya yayımının inkişaf mərhələləri haqqında müxtəlif təsnifatlar olsa da, biz iki istiqaməti əsas götürməliyik: birinci, bütövlükdə dünya televiziyanın texniki-yaradıcı inkişafı; ikinci, Azərbaycan televiziyanın təşəkkülü, inkişaf yolu və müasir dövrdə onun əsas yaradıcılıq meyilləri. Adətən, tədqiqatçılar ölkəmizdə televiziyanın inkişaf tarixini bir sıra mühüm əlamətlərə görə fərqləndirirlər:

- 1) Lazımı texniki səviyyənin yaradılması, kütləvi verilişlərə başlamaq və yayımın təkmilləşdirilməsi;
- 2) Kütləvi kommunikasiyanın xüsusi növü kimi televiziya sisteminin idarə olunmasının və fəaliyyətinin təşkili, ekran yaradıcılığının spesifik sahəyə çevrilməsi və telepublisistikanın formalaşması;
- 3) Televiziyanın cəmiyyət həyatına təsirinin güclənməsi və jurnalistikanın təməl prinsiplərinin ön plana çəkilməsi.

Məhz bu prinsiplər əlamətlərə görə, Azərbaycan televiziyanın inkişaf tarixini üç dövrə bölmək olar:

- Başlanğıc dövr, 1953–1960-cı illər.

Azərbaycanda televiziya yaradılması üçün konkret addımların atılması, studiya inşası, yayımın başlanması və efriddə ilk eksperimentlərin aparılması ilə xarakterizə olunan bu dövr o qədər də böyük mərhələ təşkil etmir.

- Kütləvi verilişlər dövrü, 1960–1980-ci illər.

Bu dövr verilişlərin ümumi həcmünün artması, televiziya janrlarının və telepublisistikanın təşəkkülü və tədrisən formalaşması, televiziya texnikasının təkmilləşməsi, videoyazının və studiyadankənar çəkilişlərdə sinxron (simultan) kameraların tətbiqi və televiziyanın bir sistem kimi idarə olunmasının təşkili ilə əlaqədardır.

- Mass medianın ictimai həyata nüfuzunun güclənməsi dövrü, 1980-1991-ci illər.

Bu dövr üçün telejurnalistikanın keyfiyyətə yeni inkişaf mərhələsinə qədəm qoyması, ekranın spesifik yaradıcılıq sahəsi kimi qəbul edilməsi, verilişlərin həyata daha çox yaxınlaşması, milli oyanış əlamətlərinin nəzərə çarpması, xüsusən informasiya proqramlarında təşviqat-təbliğatdan gerçək xəbərçiliyə keçmək meyillərinin artması, televiziyanın ictimai həyata geniş nüfuz etməsi, onun statusunun dəyişməsi və s. xüsusiyyətlər daha səciyyəvidir.

- Rəqabətli inkişaf dövrü, 1991-ci ildən indiyədək.

Bu zaman kəsiyində ölkənin müstəqillik əldə etməsindən sonra özəl telekanalların fəaliyyətə

başlanması, təkkanallıq mərhələsinin başa çatması və rəqabətli telemühitdə keyfiyyət göstəricilərinin artması nəzərdə tutulur. Bu mərhələdə dünya televiziya təcrübəsindən yararlanmalar daha çox özünü göstərir. Yeni televiziya formatları yaranır, telejurnalistika janrlarının sintezi baş verir.

Əlbəttə, bütün təsnifatlar kimi, göstərdiyimiz bu bölgü də şərtidir və burada hər bir dövrün özü də bir neçə mərhələyə bölünə bilər.

Birinci mərhələ – başlanğıc dövrü özlüyündə iki təbii mərhələyə bölünür:

a) efrin qədərki dövr, 1953 – 1955;

b) efrin formalaşma dövrü, 1956 – 1960.

Bu dövr televiziyanın ictimai və mədəni həyata qədəm qoyması, onun yeni sənət və informasiya vasitəsi kimi özünü göstərməsi, telestehsalın və proqram düzümünün formalaşması ilə əlamətdardır.

İkinci mərhələni səciyyələndirən bunlardır: televiziyanın daha şox maddi-texniki bazasının möhkəmlənməsi, rəngli televiziya, videoyazının işə düşməsi (1970-ci illərin ortaları), səyyar televiziya stansiyalarının sayca artması, yeni studiya komplekslərinin işə düşməsi və s.

Üçüncü mərhələni Azərbaycan televiziyası üçün keyfiyyət mərhələsi adlandırmaq olar. Bu dövrdə həm informasiya, həm də bədii, əyləncəli və kütləvi verilişlərin peşə standartlarına uyğunluğu diqqəti cəlb edir. Həmin dövrdə televiziya publisistikası, əsasən, təbliğat-təşviqat çərçivəsinə salınsa da, bu sahədə maraqlı verilişlər diqqəti cəlb edirdi. “Xəbərlər” proqramı operativliyi, süjetlərin zənginliyi, reportyor işinin qabarıq şəkildə üzə çıxması, forma və məzmunca maraqlı olması ilə tamaşaçıları razı salırdı. Bundan başqa, 80-ci illərdə “Dalğa” bədii-publisistik proqramının, “Ozan” folklor toplusunun, “Körpü”, “Azərbaycan dili”, “Karvan”, “Azərbaycan dünya meridianlarında” və s. kimi proqramların meydana çıxması milli süurun oyanması işinə televiziyanın böyük töhfəsi idi.

Azərbaycanın müstəqillik qazanması ilə bağlı televiziyanın yeni- dördüncü mərhələyə qədəm qoyması tarixi bir prosesə çevrildi. Sovetlər dövründə əyalət strukturu statusunda olan respublika televiziyası indi müstəqil bir ölkəni təmsil etməyə başladı. Verilişlərdə Azərbaycanın müstəqilliyi ideyası, ölkəmizin dünya birliyinə inteqrasiyası, yeni dövlət quruculuğu və s. məsələlər əsas mövzuya çevrildi.

## “QUTU”YA DİL VERƏNLƏR – TELEJURNALİSTLƏR

Teletamaşaçının televiziyağa bağlılığı nə qədər azalsa da, ingilis yazıçısı, alim, futuroloq və ixtiraçı Artur Çarlz Klarkın vaxtilə dediyi sözlər hələ də aktuallığını qoruyub: “Nə vaxtsa bizim nəsil haqqında işıqlı hərflərlə yazacaqlar: “Allahlar məhv etmək istədiklərinə əvvəlcə televizor bağışlayacaqlar. Biz qurub-yaradan deyil, seyrçi nəslə çevrilirik”. Televizyanın yarandığı ilk illərdə onun səmərəli, eyni zamanda zərərli olması haqqında paradoksal fikirlər tənqidçi və nəzəriyyəçilərin diqqət mərkəzində idi. Tənqidçilərin televiziyanın ünvanına söylədiyi ən böyük ittihamlardan biri, təxminən, belə idi: insanları asanlıqla, heç bir əngəlsiz ən müxtəlif və ən kütləvi olayların şahidinə çevirən televiziya onları fəal iştirakçıdan tənbəl seyrçiyə döndərir. Axsamalar küçələr canlandığı halda, televiziya yaranandan sonra, əksinə, boşalır. Hamı evə, sehrli ekranın qarşısına tələsir. Əvvəllər marağ üçün pəncərə qarşısına qaçanlar indi televiziya önünə keçir. Və bu yeni «pəncərə» köhnəsindən kiçik olsa da, sadəcə, küçəyə deyil, geniş dünyaya açılır. Bununla belə, pəncərədən baxan insan hadisələrdə iştirak etmək üçün bayıra can atırsa, televizor qarşısında oturan, əksinə, oturduğu yerdən qalxa bilmir. Fransız sosioloqu Mayonun fikrincə, Bastiliya qalası alınan zaman televiziya olsaydı, bu tarixi hadisə, yəqin ki, baş verməzdi, çünki insanlar olaylara qatılmaqdan əvvəl evdə oturub bütün bunları izləməyi üstün tutardılar. Bu sözlərlə razılaşanlar da vardı, kinayəli yanaşanlar da. Deyilənlərin haqlı və ya haqsız olduğunu zaman özü sərgilədi. Bu yöndə təzadlı mülahizələri, qızgın müzakirələri bir tərəfə qoyaq və həmin yanaşmanın bu günün mənzərəsində nə dərəcədə özünü doğrultduğuna nəzər salaq. Durum, təxminən, belədir: sosioloqlar, psixoloqlar bu fikri bir az da və daha əhatəli şəkildə inkişaf etdirərək bir ağzıdan deyirlər ki, televiziya getdikcə insanlarda bir çox mənəvi məqamların aşınmasına gətirib çıxarır. Bu fikrin iddiaçıları onları haqlı çıxaracaq dəlilləri cəmiyyətin özündə axtarırlar. Onlar sosiiumda baş verən neqativ halları, insanların məişətində müşahidə edilən və təəccüblü deyil ki, ümumilikdə, eyniyyət təşkil edən qeyri-ənənəvi hadisələri sübut kimi göstərir. Yəni buyurun, televiziyanın formalaşdırdığı, bizə təklif etdiyi, bəzən də zorla sırıdığı yaşam tərzini, münasibətlər toplusu, yanaşma modelləri budur. “Qutunun içindəkilər”in həyatımıza bu dərəcədə nüfuz etməsini, yaxşı halda, onların sırf peşəyə və tamaşaçıya münasibəti ilə izah etmək olar. Lakin ən pisi budur ki, hərdən elə təsəvvür yaranır ki, sanki bunlar bilərəkdən və planlı şəkildə edilir.

Bəli, televiziyanın yalnız texniki nailiyyət olmadığını, onun siyasət, mədəniyyət, mənəviyyət, təhsil,



tərbiyə, qisası, insan həyatı və fəaliyyəti ilə bağlı bütün sferalarda yetərinə ciddi və güclü bir statusa layiq olduğunu sübut etmək üçün “telejurnalistlər” adlanan bütöv bir ordu iş başında idi. “Qutunun içindəkilər” – bu gün bizim tanıdığımız telejurnalistika indiki səviyyəsini əldə etmək, hər birimizin can atdığı peşəkar standartları müəyyənləşdirmək üçün xeyli yol gəlib.

Bu işin peşəkar və ya qeyri-peşəkar, nə dərəcədə etik və zövqlə yerinə yetirilməsi bir ayrı söhbətin mövzudur. Bu məqamların üstündən keçsək, belə bir qənaət yaranar ki, jurnalistika həmişə taxtındadır, işinin öhdəsindən gəlir və ictimai institut kimi cəmiyyətdə xəbərləmə funksiyasını yerinə yetirməklə yanaşı, bir növ nəzarətçi, nizamlayıcı, toplumun rəy və qərarlarına təsir gücünə malik bir mövqedədir. Bu mənada mətbuat, radio və televiziya ictimai maraqların keşikçisi kimi xarakterizə olunur.

Televiziya, daha təsirli bir media olaraq, cəmiyyəti daha kəskin problemlər, ortaq maraqlar ətrafında birləşdirir, məişətimizin, asudə vaxtımızın, işgüzar həyatımızın fonunu yaradır. Ekran bizi mövcud sosial problemlərin müzakirəsinə cəlb edir, çoxmilyonlu auditoriya ilə operativ əks-əlaqə yaradır, bu əlaqələr isə ictimai düşüncəni formalaşdırır, cəmiyyətin hərtərəfli və ahəngdar inkişafına kömək edir, yaşadığımız dövrlə, zəmanə ilə mənəvi əlaqə duyğusu oyadır.

Təbii ki, bu sadaladıqlarımızın hamısı ekrana çıxan müxtəlif səpkili verilislərdə təzahür edir.

Şübhəsiz ki, televiziyanın uzun illər “sehrli” qalmasında onun məhz audiovizuallığının və ən başlıcası, operativliyinin böyük payı var. Yeni əsr, yeni era və onlarla birgə gələn yeni texnologiya jurnalistikanın daha çevik, daha sürətli və daha ilgiçkəkər növlərini ortaya çıxarsa da, audiovizual dil TV-nin rəqabət gücünü qorumaqdadır.

## TV: ÖYRƏDİR, YOXSAX?..

Mütəxəssislər bu fikirdədirlər ki, televiziyanın auditoriyaya mənfi təsiri daha çox televiziyanın zəngin imkanlarından düzgün faydalanmamaqdan irəli gəlir. Bütün suç televiziyanın spesifikasiyasında deyil, proqramların məzmun və xarakterindədir. Bildiyimiz kimi, televiziyanın ən çəkici özəlliyi, ən böyük cazibəsi onun əsl həyatı göstərə bilmək imkanındadır. Jurnalistin şərhı deyil, tamaşaçının gözü qarşısında baş verən olay, hadisənin özü maraqlıdır. Və bu, televiziyanın ən birinci, eyni zamanda ən dəyərlı keyfiyyətidir.

Televiziyanın vizuallığı, onun ekranlılığı, hər şeydən əvvəl, qavrayış şəraitinin və xarakterinin müəyyənləşməsinə öz təsirini göstərdi. Məsələn, qəzet oxucu ilə qarşılıqlı münasibətdə ona daha çox müstəqillik verir. Bu, ilk növbədə, özünü qavrayış sürətində və informasiya seçmək sərbəstliyində göstərir. Yəni oxucu, lazım gələrsə, eyni mətnin üzərinə bir neçə dəfə qayıda bilər. Televiziya isə qavrayış qaydasını və sürətini tamaşaçıya özü diqətə edir. Bu da faktıdır ki, televiziya tamaşaçı diqqətinin həmişə bütünlüklə ona yönəldilməsini tələb etmir. Bir sıra hallarda tamaşaçılar ekrana əsas məşğulıyyətləri və ya söhbətləri fonunda baxırlar.

Gerçəkliyi əks etdirmək üsuluna və ifadə vasitələrinə görə başqa media kanallarından fərqlənən televiziya ətraf ələmi görüntü, nitq, təbii səs və yarpa-qurama səslərin - musiqi səs effektlərinin köməyi ilə ekranda canlandırır. Bu vasitələrin hər birinin konkret funksiyası var. Söylənən sözlə görüntünün uyurlığına əsaslanan televiziya dilində kadr, plan, rakurs, montaj kimi elementlər ayrıca yer tutur. Deməli, televiziyanın dili, ilk növbədə, görüntünün dilidir.

Beləliklə, biz televiziyanın mahiyyəti, onun həm müstəqil sənət, həm də jurnalist yaradıcılığının spesifik sahəsi olması fikrini aydınlaşdırmağa çalışdıq. TV-yə xas özəllikləri belə qruplaşdırmaq olar:

Hüduzsuzluq – hər yerə yayılmaq və geniş əhatə dairəsinə malik olmaq.

Ekranlılıq – yəni məlumatı (gerçəkliyi) hərəkətdə, həm də səsli görüntülər şəklində vermək.

Simultanlıq – hadisəni baş verdiyi anda müşahidə etmək və göstərmək (və ya həmin anda yazıb sonra göstərmək).

Audiovizuallıq – tamaşaçının eyni vaxtda həm görmə, həm də eşitmə üzvlərinə təsir göstərmək.

Birtərəflilik - qavrama şəraitinin intimliyi, tamaşaçı ilə əlaqənin birtərəfliliyi.



Əlbəttə, televiziyanın spesifikasiyasını şərtləndirən başqa özəlliklərdən də danışmaq olar. Amma TV-nin təbiətinə, onun ifadə vasitələrinə, gerçəkliyi əks etdirmə üsullarına və audiovizual dilinə bələd olmaq bir jurnalist üçün yetərlidir.

Deməli, kütləvi informasiya vasitəsi olan televiziyanın spesifik cəhətləri dedikdə:

- a) real hərəkətin və bu hərəkətin ekranda "canlı" göstərilməsinin simultanlığı (zaman eyniliyi);*
- b) ekranın olması, yəni gerçəkliyin hərəkətli eşitmə-görmə obrazları formasında əks olunması;*
- c) məkan hüduzsuzluğu, yəni televiziya verilişinin eyni zamanda qeyri-məhdud sayda teleekranda və konkret televiziya stansiya proqramlarının qəbuletmə zonasında olan görünmə qabiliyyəti nəzərdə tutulur.*

Elə buradaca qeyd etməliyik ki, proqramların qavranılmasının televiziyanın məkan hüduzsuzluğu ilə müəyyənləşdirilən xüsusi şəraiti və auditoriyanın kütləvi xarakteri həm bütövlükdə verilişlərin strukturuna (rubrikalar, silsilələr, çoxseriyallıq və i. a.), həm də ayrıca proqramın strukturuna (söylənən sözün, iri planın, kadrdaxili montajın spesifik rolu) təsir göstərən əsas amillərdir. Kiçik ekranın spesifikasiyindən danışarkən televiziya fenomenini də vurğulamaq lazım gəlir. Ekranda verilən informasiyanın özənlənməsi (personifikasiyası) jurnalistikanın digər boylarından televiziyanın mahiyyətcə fərqidir. Televiziyanın spesifik xüsusiyyəti kimi özünü göstərən simultanlıq isə televiziya məlumatının tam dürüstlüyünün psixoloji əsasıdır.

## TAPŞIRIQLAR

1. Müasir televiziyanın auditoriyaya təsiri ilə bağlı sadə vətəndaşlar arasında sorğu keçirin.

2. Televiziyanın inkişaf tarixi və mərhələləri ilə bağlı son dövrlərdə aparılan araşdırmalarla tanış olun və müqayisələr aparın.

3. Azərbaycanın ayrı-ayrı televiziya kanallarında yayımlanan verilişlərin tamaşaçı tərkibinin təqribi müəyyən edilməsi məqsədilə monitorinq aparın.

## ƏDƏBİYYAT

1. Bəşirli A., Kərimova A., Vəkilova D. Xəbərçilik. Bakı, Oskar, 2007.
2. Əlizadə Y.M., Məhərrəmli Q.M. Azərbaycan efiri. Tarix və müasirlik. Bakı, Nurlan, 2006.
3. Quliyev E., Televiziya: nəzəriyyə, inkişaf meyilləri. Bakı, 2004.
4. Məhərrəmli Q. Televiziya haqqında etüdlər. Bakı, Azərənəşr, 1996.
5. Məmmədli Z. A-dan Z-yə telexəbər. Bakı, Yeni nəsil, 2009.
6. Məmmədli Z. TV proqramlarının hazırlanması. Bakı, 2012.
7. Mustafa Ruhi Şirin. Televizyon çocuk ve aile. İstanbul, 1998.

## XƏBƏR NƏDİR?

- Televiziya xəbəri nədir?
- Hansı əlamətlər olayı xəbərə çevirir?
- Olayın fakt olduğu necə təsdiqlənir?

- $4N+1KH$  formülünü xəbərin əsası kimi necə dəyərləndirmək olar?
- Televiziya xəbərlərinin hansı çeşidləri var?
- Xəbər mərkəzi necə qurulur?

Xəbərləşmə bir sosial ehtiyac olaraq insanın təbiətinə xas əzəli keyfiyyətdir. Zaman-zaman, xəbərləşmə fərdi çərçivədən çıxaraq kütləvi müstəviyə keçib. Qloballaşma çağına qədəm qoymuş bəşəriyyət artıq informasiyalı cəmiyyətin əsas cizgilərini müəyyənləşdirərək bu prosesdə elektron medianı ön plana çəkir. Hazırda bir tərəfdən kütləvi kommunikasiya vasitələrinin, digər tərəfdən cəmiyyətə ünvanlanan informasiyanın xüsusi çəkisi sürətlə artır və elektron media, ilk növbədə, televiziya çoxşaxəli məlumat kanalına çevrilir. İndi televiziyanın misilsiz imkanları sayəsində bütün yer kürəsi Maklünün “elektron kənd”ini xatırladır. Bütün kütləvi informasiya vasitələri kimi televiziyanın da ilkin və başlıca funksiyası əhaliyə sosial-ictimai önəmli bilgilər verməkdir. Bu mənada televiziya hər bir fərdin, cəmiyyətin və dövlətin informasiya ehtiyaclarını təmin edəcək çevik vasitədir. Televiziyanın hər hansı informasiyanı öz səlflərinə

nisbətən daha operativ, güvənilən, dolğun, emosional və inandırıcı şəkildə yaymaq imkanı var. Əlbəttə, bu zaman “informasiya” anlayışını onun rəngarəng açıqlamalarını nəzərə almadan, ən konkret mənada işlədirik: tamaşaçıları ölkədə və dünyada baş verən hadisələrdən xəbərdar etmək, cəmiyyətdə gedən prosesləri izləmək, yenilikləri göstərmək mənalıdır.

Bəs hansı hadisəni xəbər kimi dəyərləndirmək olar? Hər bir hadisə xəbərdirmi? Bu və bənzər sualları cavablamağa çalışaq.

### Hadisəni yeniliyə çevirən bir sıra amillər var:

1. Təsirlilik. Hadisənin sonucları geniş insan kütləsini maraqlandırarsa, onun gündəlik həyatına təsir edərsə, bu, xəbərdir. Məsələn: dövlətin sosial siyasətində müəyyən dəyişiklik olarsa, bu, əhalinin bütün təbəqələrinə təsir göstərir.

2 Tanınmışlar. Hadisə iştirakçıları tanınmış şəxslər olarsa, bu, xəbərdir. İnsanlar tanınmış şəxslərin həyatı, hətta məişəti ilə maraqlanırlar. Sıradan bir şəxsin qatıldığı, ilk baxışda maraq doğurmayan bir hadisə tanınmış fiqurun varlığı ilə daha çəkici ola bilər.

3. Qeyri-adilik. Qeyri-adi olay həmişə maraq doğurur.

Bəzi faktorlar mövcuddur ki, onlar hadisələri daha maraqlı edir və mediada xəbər kimi yayımlanmasına təminat verir. Bunlar münaqişə, məkan və zaman yaxınlığıdır.

**Münaqişə.** Bizim həyatımız münaqişələrdən ibarətdir: böyük və ya kiçik, daxili və ya xarici münaqişələr, eləcə də dostlarla, tanışlarla və ya yadlarla olan münaqişələr. Bu sərəya silahlı və ya sülh yolu ilə həll olunan beynəlxalq və lokal münaqişələri də əlavə etmək olar. Münaqişələr hər yerdə var – məhsulların keyfiyyətsizliyində, onların baha olmasında, avtomobil qəzalarında, idman yarışlarında və hətta teatr tamaşalarında.

**Məkan yaxınlığı.** İnsanlar üçün onların ətrafında nə baş verdiyini bilmək həmişə maraqlıdır. Məsələn, prezidentlərin hansısa xarici ölkədə görüşündənsə, qonşu küçədə yaranmış çala haqqında məlumat almaq onlara daha maraqlı gələ bilər. Və yaxud hər hansı qəza baş verəndə bizi zərərçəkənlər arasında həmyerlilərimizin olub-olmaması da maraqlandırır.

Həmyerlilərimizi yarış qalibləri və məşhur sənət adamları arasında da axtarıyıq.

**Zaman yaxınlığı.** Hamımız ən son xəbərləri bilmək istəyirik. Xəbərin ömrü çox qısaadır. Ən çoxu bir-iki gün. Bu gün baş verən, dünən baş verəndən daha vacib və maraqlıdır. Jurnalistlər çalışırlar ki, xəbəri öz rəqiblərindən daha tez ictimaiyyətə çatdırsınlar. Axı xəbərin operativliyi sizin telekanalın tamaşaçı auditoriyasını və etibarınızı artıracaq.

Bir xəbərə göz ataq. Bu xəbərin sadalanan parametrləri və amillərə nə dərəcədə uyğun olub-olmadığını araşdıraq:

***Azərbaycan Prezidenti İlham Əliyev məcburi köçkün ailələrinin mənzil-məişət şəraitinin yaxşılaşdırılmasına dair əlavə tədbirlər haqqında sərəncam imzalayıb.***

Sərəncamda deyilir ki, Bakı şəhəri ərazisində qəzalı vəziyyətdə olan binalarda müvəqqəti məskunlaşmış məcburi köçkün ailələrini hazır mənzil alınması yolu ilə yeni mənzillərlə təmin etmək üçün Azərbaycan Respublikasının 2016-cı il dövlət büdcəsində nəzərdə tutulmuş Azərbaycan Respublikası Prezidentinin ehtiyat fondundan Azərbaycan Respublikasının Qaçqınların və Məcburi Köçkünlərin İşləri üzrə Dövlət Komitəsinə 2,5 milyon manat ayrılınsın. Sənədə əsasən, Maliyyə Nazirliyi bu Sərəncamın 1-ci hissəsində göstərilən məbləğdə maliyyələşməni təmin edəcək.

Parametrlər və amillər	Uyğunluq	-, yaxud +
Təsirlilik	Geniş kütləyə təsir edir	+
Tanınmışlar	Sərəncam Prezidentə aiddir	+
Qeyri- adilik	Yoxdur	-
Münaqişə	Yoxdur	-
Məkan yaxınlığı	Hadisə sizə yaxındır	+
Zaman yaxınlığı	Xəbər efr vaxtına görə yenidir	+

Fakt xəbərdir. Amma hansısa məlumatı almağınız onun hələ fakt olması demək deyil. Bəs məlumatın fakt olub-olmadığını necə müəyyənləşdirmək olar? Çağdaş təcrübədə «minimum iki qaynaq» qaydasından istifadə edilir. Bu qayda təxminən belə səslənir: hər hansı məlumatın fakt olmasını təyin etmək üçün onu azı, iki müxtəlif müstəqil mənbə təsdiqləməlidir. Bu, o

deməkdir ki,

1. A mənbəsi məlumatı B-dən almayıb.
  2. A və B məlumatı eyni bir C mənbəsindən almayıb.
- Yəni A və B hər ikisi birinci əl qaynaq sayılır.

Media gəlişib irəlilədikcə xəbər dəyərini təyin edən

ölçülər dəyişir. Xəbər dəyərlərini iki qismə ayırmaq olar:

- Xəbərin önəmini göstərən ilk dəyər onun izləyicinin yaşamaına birbaşa və ya dolayı təsir dərəcəsidir;

- İkinci və heç də birincidən az əhəmiyyətli olmayan dəyər xəbərin məzmununun önəm dərəcəsidir, yəni xəbərin təsir dairəsi nə qədər böyük olarsa, dəyəri bir o qədər artır.

Xəbər anlayışına təkcə olaylar deyil, problemlər də daxildir. Xəbər seçimində prodüser və redaktorların

auditoriyaya nəyin göstərib-göstərməmək qərarı deyil, xalqın nəyi bilməsinin vacibliyi əsas götürülməlidir. Bu isə o deməkdir ki, informasiya blokunu hazırlayanlar günün xəbər axını içərisində seçim edərkən daha ciddi və məsuliyyətli olmalıdırlar.

Unutmayın ki, xəbərdə sizin fikr və mülahizələrinizə yer yoxdur. Telexəbər hazırlayan jurnalist faktın dəqiq və dolğun çatdırılması ilə işini bitmiş saymalıdır. Amma praktikada fakt jurnalitsikası ilə yanaşı, rəy jurnalistikasından da yararlanırıq. Bunların prinsiplial fərqlərini bilməkdən ötrü aşağıdakı cədvələ diqqət yetirək:

Parametrlər və amillər	Uyğunluq
Fakt şərhədən önəmlidir, auditoriya özü nəticə çıxara bilər.	Geniş kütləyə təsir edir.
Jurnalist faktları fiksasiya edir.	Sərəncam Prezidentə aiddir.
Audtorianın ağılına yönəlir.	Yoxdur.
Jurnalist neytral qalır, tərəfli olmur.	Yoxdur.

Televiziya xəbəri qəzet xəbərindən öz audiovizuallığı ilə fərqlənir. Telexəbər hazırlayan jurnalist bilməlidir ki, onun sözü eşidiləcək, oxunmayacaq. Telejurnalist göz və qulaq üçün material hazırlayır. Bu üzdən telexəbər sadə və anlaşıqlı, danışq dilinə yaxın yazılmalıdır. Bununla bağlı əsas 4 qaydanı xatırladaq:

- Sözlər** – mümkün qədər qısaları ilə əvəz olunmalıdır;
- Cümlə** – nə qədər qısa və sadə olsa, o qədər yaxşıdır;
- Zaman** – indiki zaman felləri daha çox işlənməlidir;
- Məchul növ** – mümkün qədər felin məchul növündən imtina edilməlidir.

Telejurnalist hər cür təfsilatdan kənar adi danışq dilində danışmalıdır. Auditoriyaya uzun-uzadı nəyisə anlatmaq gərək deyil. Məna tamlığını qorumaq şərtiylə, bəzi uzun və çətin tələffüz olunan sözlər qısaları ilə əvəzlənməlidir. **Məsələn: müvəffəqiyyət və ya nailiyyət yox, uğur; mənfəət yox, gəlir, çıxar; əhvali-ruhiyyə yox, ovqat.**

Telexəbərdə işlənen hər cümlənin bir qrammatik əsasının olması arzulandır. Televiziyada uzun tabeli və ya tabesiz mürəkkəb cümlələrin səslənməsi, adətən, anlaşılmaqlığa, cümlənin sonuna çatınca, tamaşaçının cümlənin əvvəlini unutmasına səbəb olur. Yadda

saxlamaq lazımdır ki, telexəbərlərdə qayda belədir:

**Bir cümlə = bir fikir**

**Bir abzas = bir cümlə**

Oxucu anlaşılma cümləni təkrar-təkrar oxumaq imkanındadır, tamaşaçınınsa belə bir şans yoxdur.

İndiki zaman felləri xəbərin aktuallığını və operativliyini vurğulayır. Tamaşaçı hər saat, bütün gün boyunca xəbərə baxmaq imkanındadır, ona ən yeni, son xəbər maraqlıdır. Hadisə dünən baş veribsə, demək, daha yenilik deyil. İndiki zaman felləri hadisənin elə indicə, tamaşaçının gözü önündə baş verməsi effektini yarada bilər. Amma indiki zaman fellərinin keçmiş hadisələrdə işlənməsi yersiz və nöqsanlı təsir bağışlayır.

Xəbərlərdə felin məchul növündən aşırı istifadə təkcə peşə tənbelliyi deyil, ciddi qeyri-peşəkarlıq və pozuntu sayılır. Jurnalistin məlumatı detallarınadək dəqiqləşdirmədən olayı törədənin, təşkilatçının və məlumatı verənin kimliyini öyrənmədən felin məchul növündən yararlanması yolverilməzdir.

**Məsələn: *Qalmaqallı keçən iclasın təxirə salınması təklif olundu.***

Təklifi kimin və nə səbəbə verdiyi tamaşaçıda maraq doğursa da, yarımçıq xəbər seyrçini çaşdırır.



İstisna hallarda məchul növdən yararlanmaq olar.  
Məsələn: *Uzun zaman ürək-damar xəstəliyindən əziyyət çəkən millət vəkili N xəstəxanaya çatdırıldı.*

Bu cümlədə hadisə icraçıdan önəmlidir və xəbəri «*Təcili yardımın işçiləri ürək-damar xəstəliyindən uzun zaman əziyyət çəkən millət vəkili N-i xəstəxanaya çatdırdılar*» şəklinə salmağa ehtiyac yoxdur.

**Hər hansı informasiya çatdırılarkən xəbərin doğru, dolğun, dəqiq olması üçün jurnalist 6 vacib sualı cavablandırmalıdır.**

**Kim? Nə? Nə vaxt? Harada? Niyə? Necə?**

İngilis dilində bu sualların beşi **W**, biri isə **H** hərfi ilə başladığından bu prinsip "**5W&1H**" qaydası adlanır. Biz bu prinsipi "**4N+1KH**" qaydası adlandırma bilərik.

- Bu gün (**nə vaxt?**) səhiyyə işçiləri (**kim?**) peşə bayramı münasibətilə (**niyə?**) şəhər mərkəzində (**harada?**) tədbir keçiriblər.
- Bu gecə saat 3 radələrində (**nə vaxt?**) Bakı-Şamaxı yolunda (**harada?**) 4 nəfərin ölümü ilə nəticələnən (**necə?**) yol qəzası (**nə?**) baş verib.

## XƏBƏR MƏRKƏZİ

Ən mühüm hadisələr barədə operativ reportaj və şifahi xəbərlərdən ibarət xəbər buraxılışları çağdaş televiziyaaların daha çox tamaşaçı toplayan verilişləridir. Xəbərlər buraxılışının efrədə ənənəvi yeri var və onu dəyişmək fəvqəladə hadisə sayılır. Axı alışıb-öyrəndiyi vaxtda informasiya almaq artıq tamaşaçının şərti refleksinə çevrilir.

Televiziya xəbər mərkəzləri, bir qayda olaraq, həmin buraxılışlarda cəmiyyətin ictimai-siyasi, iqtisadi və mədəni həyatından, eləcə də idmana dair önəmli bilgilər verir. Belə proqramlar həyatın normal axarından kəskin fərqlənən olaylar, cəmiyyət və insan həyatını dəyişə bilən (mənfi və ya müsbət mənada) proseslər, təbii fəlakətlər, qəzalar və s. barədə son yenilikləri də diqqətə çatdırır.

Televiziya xəbər proqramlarının hazırlanmasında yaradıcı və texniki heyətin - müxbir, redaktor, prodüser, kameraman, montajçı, rejissor, işıqçı və başqalarının böyük əməyi var. Xəbər mərkəzi xəbər otağı (news-room), studiya, aparat otağı və texniki heyət otağından ibarətdir.

Xəbər otağı, adətən, müxbir, redaktor və prodüserlərə ayrılan və bir-biri ilə vahid şəbəkədə birləşən çox sayda bilgisayarların olduğu otaqdır. Çəkilişdən gələn müxbir burada xəbəri yazır, materialını efrə hazırlayır.

Xəbər studiyası dekorasiyaların qurulduğu, işıq, suflyor qurğularının, kameraların quraşdırıldığı, aparıcının gündəlik xəbərləri təqdim etdiyi otaqdır. Studiyadan xəbərlər canlı olaraq efrə verilir. Bəzən idman xəbərləri, iqtisadi xəbərlər və hava haqqında məlumat üçün fərqli dekorasiyalı studiyalar hazırlanır.

Aparat otağı rejissorun videomaterialları müəyyən ardıcılıqla efrə verdiyi, studiyadakı səsi, kadri, planı, rəkursu dəqiqləşdirdiyi və lazım gəldikdə dəyişdiyi pult və texniki cihazların yerləşdirildiyi otaqdır.

Nyusurmda - xəbər otağında iş günü bölgüdən başlanır. Gündəlik toplantılarda hansı müxbirin hansı çəkilişə gedəcəyi, hansı olay və ya tədbirdən xəbər gətirəcəyi müəyyənləşdirilir. Hər müxbir öz bilgi və ixtisaslaşdığı dairəyə uyğun obyektə təyin olunur. Müxbirlərin özləri də mövzu təklif edirlər. Olayların dinamikasına görə, xəbər gündəmində dəyişikliklər



olur. Günboyu baş verən ən müxtəlif olaylar – qəza, yağın və aksiyalar xəbərçilərin diqqətindən yayınmır və hadisə yerinə təcili reportyor göndərilir (olayın miqyasından asılı olaraq, birbaşa yayım da aparıla bilər. Bu halda nisbətən çoxsaylı çəkiliş qrupuna ehtiyac yaranır). Xəbər mərkəzinə bir neçə informasiya agentliyindən məlumat daxil olur. Xəbər komandası günboyu həmin məlumatları toplamağa, tutuşdurub-əlaqələndirməyə, ilk qaynaqla bağlantı quraraq, ən dürüst, tam və dolğun məlumatı izləyiciyə çatdırmağa borcludur. Hər hansı şübhə doğuran xəbər bloka salınmır.

**Xəbər mərkəzi hər bir televiziya kanalının çevik və ən qaynar bölməsidir. Burada günün bütün önəmli hadisələri ilə bağlı xəbərlər:**

- a) toplanır; b) dəyərləndirilir; c) yayıma hazırlanır; d) auditoriyaya ötürülür.

### Təcrübə

#### Vaqif Aydınoglu. ATV Xəbər baş redaktoru Xəbər mərkəzinin iş günü

Əbəs yerə Xəbərlər Departamentini televiziya daxilində ayrıca bir televiziya hesab etmirlər. Bu xəbər işinin mürəkkəbliyindən və özünəməxsus olmasından irəli gəlir. Xəbərlər sanki “canlı orqanizmdir” və əslində, xəbərlərdə “iş nə vaxt başlayır?” sualına cavab vermək də asan deyil. Çünki xəbər fasiləsiz informasiya istehsalıdır. Bunu qısaca belə xarakterizə etmək olar: “ATV Xəbər”in gündəlik iş rejimi səhər saat 9.30-da keçirilən dəyirmi masa ilə başlayır. Bu planlaşdırma iclaslarına baş redaktorun rəhbərliyi ilə redaktorlar, rejissorlar və müxbir heyəti qatılır. Texniki heyət də (baş operator, rejissor və montajçılar) gündəlik səhər iclaslarına qatıla bilər. Bu, müzakirələrin effektivliyini bir qədər də artırır. Yəni mümkün nəticəni əldə etmək asanlaşır və yerindəcə verilən qərarlar xəbər istehsalında irəliləyiş vəd edir. İclasda ötən günün efir analizi aparılır, yayımlanan reportajlar hərtərəfli təhlil olunur. Əlbəttə ki, səhvlər, çatışmayan məqamlar gizlədilmir, əksinə, qabardılır. Xəbər jurnalistləri demişkən, pis pis kimi, yaxşı yaxşı kimi qiymətini alır. Çünki bu sahədə çalışanlar üçün irad eşitmək adi hal olmalıdır. Xəbər jurnalistləri “sən çox yaxşı işlədin”, “nə gözəl reportaj hazırlamışdın” kimi ifadələrə öyrəşməməlidirlər. Proses günün əsas planının tərtibatı ilə davam edir. Toxunulacaq mövzular, ona yanaşma aspektləri nəzərdən keçirilir. Xəbər aparıcıları, xəbər və xəbər buraxılışlarının hazırlanmasına məsul olan redaktorlar, rejissorlar isə həftəlik olaraq bölgü əsasında işini qurur. Bir sözlə, həftəlik olaraq hər kəs

öz iş saatını və görəcəyi işin qrafikini əvvəlcədən bilir. Burada gecə növbəsinin işi də unudulmamalıdır. Növbəli olaraq xarici və daxili xəbərlərin toplanılması üçün fasiləsiz hər gecə 2 qrup fəaliyyət göstərir. Onların topladığı materallar isə səhər xəbərinin əsasını təşkil edir. Xəbər axınına uyğun olaraq gün ərzində xəbər prioriteti bir neçə dəfə dəyişə bilər. Bu prosesi redaktor heyəti izləyir və tənzimləyir. Xəbər sahəsində uğura nail olmağın başlıca prinsipi operativlik və dəqiqlikdir. Təbii ki, bu işdə başlıca güc müxbir heyətinin üzərinə düşür. Çünki xəbəri istehsal edən, onu tamaşaçının tələbatına çevirən müxbirdir. Hər bir xəbər dəyəri müxbirin hazırlıq səviyyəsi ilə ölçülür. Müxbir daim öz üzərində işləməli və prosesləri fasiləsiz olaraq izləməlidir ki, xəbər yarada bilsin. Hazırlanan xəbər isə yalnız bir dəfə ekranlaşdırılma şansı var. Xəbər hazırlamaq kollektiv iş prosesidir. Burada sürücü, operator, montajçı, rejissor, müxbir, redaktor, aparıcı, bir sözlə, hər kəs öz işinin peşəkarı olmalıdır. Adını çəkdiyim sahələrdən birində ani geriləmə və ya buraxılan səhv bir günün zəhmətini heçə endirə bilər. Bu isə birbaşa tamaşaçı etimadına təsir göstərir. Ona görə də xəbər fasiləsiz olaraq silsilə nəzarətdən keçməklə baş redaktorun yekun rəyindən sonra tamaşaçıya təqdim olunur.



## XƏBƏRİN TOPLANMASI

Xəbər anlayışının çərçivəsi çox genişdir və xəbərə verilmiş dəqiq bir tərif mövcud deyil. Nəzəriyyəçilər və praktikalr xəbərə müxtəlif təriflər verirlər: “İnsanların bilmək istədiyi hər şey xəbərdir”, yaxud “xəbər bir şəxs və ya bir hadisə haqqında bilgidir”.

Əslində, xəbər gündəlik həyatımızda dəyişiklik doğuracaq hadisələr zənciridir. Xəbər insanların çevrə və dünya ilə günlük və uzun dönməli məlumat bağlantısını təmin edir.

Auditoriyaya çatdırılmaq üçün xəbərlər, ilkin olaraq, saysız-hesabsız informasiya axınından seçilib toplanmalıdır.

Telejurnalistin işi xəbərin toplanması ilə başlanır. Məlumat toplamağın bir çox üsulları var. İnformasiya qaynağı nə qədər mötəbər və güvənli olarsa, xəbər bir o qədər etibarlı olacaq. Qaynaq olayın baş verib-vernədiyini deyir, olayla bağlı bilgilərini bölüşür, eləcə də olaya münasibətini dilə gətirir.

### Yaxşı bir qaynaq:

- Mövzuya hakim və ya bu sahənin bilicisi olmalıdır;
- İnformasiya yükü olan, dəyərli açıqlamalar verməlidir;
- Ələcatımlı olmalıdır;
- Dəqiq və dürüst məlumat verməlidir;
- Ən müxtəlif mövzulu suallara da anlaşılan, sadə danışıq dilində cavab verməlidir;
- Xəbərdə qaynağın verdiyi informasiya artıq-əskiksiz çatdırılmalıdır.

İnformasiya qaynaqları olaya yaxınlığı, aidlik və önəm dərəcəsi baxımından birinci və ikinci əl qaynaqlara bölünür.

### Birinci əl qaynaqlar hadisə yerindən jurnalistin bilvasitə topladığı məlumatlardır.

Önemli xəbərlərin çoxu hadisə yerindən toplanır. Jurnalist olayı izləyir, səbəblərini anlayır. Yerindən xəbər toplamaq baxımından ixtisaslaşma, bir qayda olaraq, jurnalistlər arasında müsbət nəticələr verir. Belə müxbirlər artıq vaxtaşırı kontaktlara görə xəbəri daha tez toplaya, hadisənin yaxın keçmişini (background) – ön tarixçəsini daha dəqiq əlaqələndirə bilir.

### İkinci əl qaynaqlar həm xəbəri yaradan xammaldır, həm də jurnalistin daha öncə topladıklarını genişləndirib faydalana biləcəyi önəmli materialdır.

**Xəbəri auditoriyaya çatdırarkən qaynağa istinad vacibdir!** Mənbə həmişə dəqiq və dürüst göstərilməlidir. Amma bəzən sosial önəm daşıyan xəbəri açıq toplamaq və təsdiqləmək mümkün olmayınca anonim xəbərə üz tutmaq lazım gəlir. Anonim xəbər də faktlara dayanmalı, ictimai baxımdan dəyərli olmalıdır. Bəzən jurnalist özü bilərəkdən olayı anonimləşdirir – cinayət, təcavüz, insan alveri qurbanları, zora məruz qalmış insanların şəxsiyyəti bəzən gizli saxlanılır.

### İnformasiya toplanmasının bir sıra yollarını sadələndirmək olar:

- \* müşahidə
- \* sənədlər, eləcə də digər media vasitələri
- \* mətbuat konfransları
- \* eksperiment və ya jurnalist araşdırması
- \* müsahibə

### Müşahidə

Reportyorun birbaşa özünün topladığı faktlar ən inandırıcı faktlardır. Jurnalist fakt dalınca cürbəcür nümayişlərə, tədbirlərə, etiraz aksiyalarına gedir, yanğına, hətta döyüş bölgələrinə yollanmaqdan belə çəkinmir. Peşəkar jurnalist bir çox hadisələri məhz öz gözləri ilə görmək, canlı izləmək istəyir. Bu da xəbərin iştirak effektini artırır, hadisəni əsas detallarınadək çatdırmağa imkan yaradır. Hər il neçə-neçə jurnalist münəqışə zonalarında ya öldürülür, ya əsir düşür. Jurnalist hadisəni sadəcə seyr etmə, izləyir. Müşahidə qabiliyyətinə yiyələnmək üçün çalışmaq lazımdır. Hər hansı bir məmurun iş otağında rəfdəki kitabların düzülüşü, ya da onların heç olmaması, bəzi fotolar, bəzək əşyaları belə onun kimliyindən xəbər verə bilər. Obyektə gedərkən müşahidə etdiyiniz detalları qısaca qeydə almaq yaxşıdır. Müşahidə içəridən və kənardan ola bilər. Birinci halda jurnalist hadisənin iştirakçısına çevrilir (təbii ki, bunun ayrıca etik və peşəkar nüansları olduğunu unutmamalıyıq), hansısa ekspedisiyanın tərkibinə qatılır. İkinci halda isə olayı kənardan izləyir. Jurnalistin məqsədindən asılı olaraq müşahidə açıq və ya gizli də ola bilər.

### Sənədlər

İnformasiya toplanmasında sənədlərdən istifadə daha klassik qaydadır. Müxtəlif rəsmi sənədlər, arxiv materialları, qəzetlər bura daxildir. Texnologiyanın inkişafı ilə həyatımızın bütün sahələrinə İnternetin daxil olması sənədlərdən və digər vacib qaynaqlardan istifadəni xeyli asanlaşdırıb.

Axtarış saytlarından bir çox şəxs və olay barədə məlumat əldə etmək mümkündür. Bundan başqa, dövlət orqanlarının rəsmi saytlarından da faydalanmaq olar.

### Mətbuat konfransı

Mətbuat konfransı informasiya qaynağının – siyasətçilərin, iş adamlarının, sənətçilərin, hüquq işçilərinin və ya mədəniyyət xadimlərinin eyni zamanda bir çox jurnalistə nə isə vacib bir olay barədə məlumat verməsi və onların suallarını cavablandırması ilə keçən tədbirdir. Mətbuat konfransları günümüzün vacib informasiya qaynağına çevrilib. Sual-cavab özəlliyi ilə müsahibəni xatırladan mətbuat konfransı jurnalistlərin say çoxluğu ilə fərqlənir. Deməli, hər bir jurnalistin yalnız bir-iki sual vermək şansı ola bilər. Mətbuat konfransında sual vermək o qədər də vacib deyil. Konfrans zamanı, sadəcə, həmkarlarının ünvanladığı sualların cavablarını qeydə alan jurnalist, bəzən konfrans bitəndən sonra, qaynağa yaxınlaşa və ona suallarını təklidə də verə bilər. Adətən, bu metod «eksklüziv», yəni məxsusi, özəl, digərlərində olmayan yeni informasiya və ya şərhin alınması üçündür. Brifinqlər mətbuat konfransından bir qədər qısa olur.

### Eksperiment

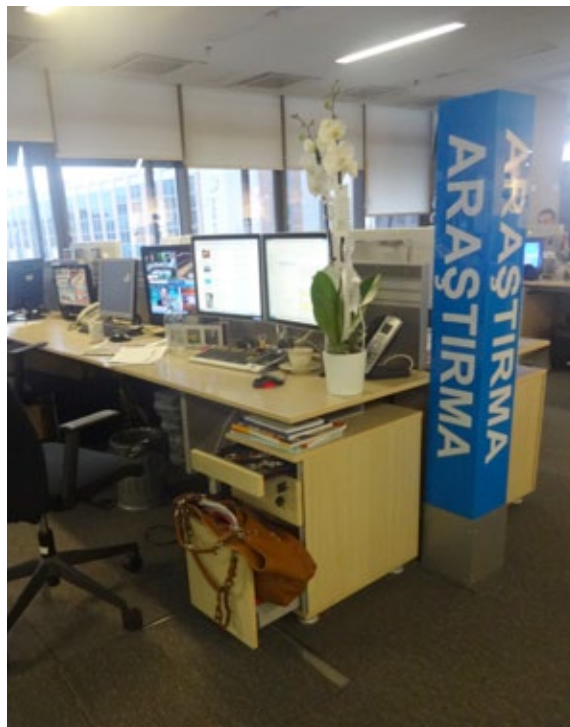
Eksperiment, çox vaxt, reportaja hazırlıq zamanı və ya jurnalist araşdırmalarında gərəklidir. Bu metodun əsas mahiyyəti ondadır ki, jurnalist öz peşəsini gizli saxlayaraq, problemi «daxildən» öyrənməyə çalışır. Məsələn, jurnalistin rol oyunundan yararlanaraq dilənçi geyimində eksperiment keçirməsi, sonra dülənçilərin həyatının detalları barədə material hazırlaması buna nümunədir. Eksperiment yolu ilə informasiya toplayan jurnalist, adətən, elan üzrə iş axtarır, şikayət üçün MİS-ə gedir, hətta «şaxta baba» qiyaafəsinə də girir. Bu metoddan yararlanarkən bir sıra etik problemlər üzə çıxır. Jurnalistin rol oyununa – yalan söyləməsinə yalnız onda haqq qazandırılır ki, xüsusi ictimai önəmi olan informasiya əldə olunsun və eksperimentin gedişində zərərçəkən olmasın.

### Müsahibə

Müsahibənin uğuru sizə lazım olan cavabları almaq üçün düzgün və dəqiq sual tərtibatından asılıdır. Müsahibə həm jurnalistika janrı, həm də informasiya toplamaq metodudur. Bu bölmədə ondan yalnız informasiya toplamaq metodu kimi danışacağıq.

Hadisənin təfsilatını öyrənmək istəyən reportyor, olay yerindəcə müsahibə götürə bilər. Bu halda, müsahibin şəxsiyyəti deyil, məhz olay qabardılır. Bu qəbildən olan müsahibələr qısa olur, durumu dəqiqləşdirmək və olay yerindən reportajı dolğunlaşdırmaq üçün əlavə material kimi istifadə edilir. Belə müsahibədən bir-iki cümləlik sitat kimi yararlanılır. İnformasiyanı toplayarkən hər hansı mövzuya dair söhbətsə daha geniş ola bilər. Beləliklə, müsahibə metodu iki əsas qrupa bölünür: kim? və nə? Birinci halda məhz kimin məlumatı verdiyi önəmlidir. Bu tipli müsahibələr tanınmışlarla aparılır. İkinci halda isə, əsasən, müsahibin nə dediyi, yəni olay daha çox maraqlıdır.

İnformasiya toplamaq üçün televiziya da daha çox vox-poplardan (latıncadan tərcüməsi xalqın səsi deməkdir) – sadə adamlarla aparılan təsadüfi sorğulardan - istifadə edilir.



## XƏBƏRİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Günboyu toplanan xəbərlər dəyərləndirilir, üstün diqqət yetirilən – öncəlikli mövzular seçilir və xəbər bülleteninə daxil edilir.

Xəbəri dəyərləndirərkən bu məqamlara ayrıca diqqət yetirilməlidir:

- bilgilərin əskik olmamasına;
- olayın aktuallığına;
- olayın ön tarixçəsi varsa, arxiv və İnternet araşdırması aparılmasına;
- ehtiyac olarsa, telefonla son dəqiqləşdirmələrə;
- xəbərdə səslənən insan və yer adlarının və tarixlərin təkrar yoxlanmasına;
- xəbər parametrlərinə cavab vermə meyarlarına;
- xəbəri izləyəcək videosıranın yetərlik dərəcəsinə;
- zəruri hallarda tam ekran qrafiklərindən düzgün istifadə olunmasına.

### Xəbərləri efiə verib-verməməyin 5 meyarı:

1. Xəbər seyrci üçün əməli fayda daşımali və o bu xəbərdən aldığı bilgilər hesabına öz sonrakı davranışlarını dəqiqləşdirmək imkanı qazanmalıdır. Tutaım, havaya görə necə geyinməkdən tutmuş, manatın xarici valyutalara nisbətdə məzənnəsinə, yol tıxaclarından ünlü ifaçıların konsert təqvimlərinə cən ən müxtəlif xəbərlər;
2. Xəbər bu xəbəri yayanın hörmətini artırmalıdır. Misal üçün, həmin məlumatı eşidən adam: “Bax, bunu tanışlarıma danışaram!” və ya “Bunu bilməyim nə yaxşı oldu!” – deyə düşünməlidir;
3. Xəbər seyrcidə yanımcıllıq, dərdə şəriklik hissi oyatmalıdır, yəni bu xəbərə baxanları xeyir-xah əməllərə, başı dərdə düşənlərə əl tutmağa səsləməlidir;
4. Xəbər olaya qatılmaq həvəsi doğurmalıdır. Tutaım, bu xəbəri bilən adam “görəsən, o durumda mən özümü necə aparardım?” sualına cavab axtarmalıdır;
5. Xəbər estetik dəyər daşımalıdır, yəni bu xəbərə baxan gözəlliyə, incəliyə meyllənməli, yaşayıb-yaratmaq həzzinə qapılmalıdır (qaynaq göstərilir).

### Xəbərin yayıma hazırlanması

Müxbir əvvəlcə çəkilməmiş xam materiala baxır, materialı nədən, hansı görüntüdən başlayacağını müəyyənləşdirir, yayıma hazırlanan xəbərin kadrarxası mətnini yazır, materialda veriləcək müsahibələri müəyyənləşdirir. Beləcə, ilkin ssenari hazır olur. Redaktədən sonra xammal montaj olunur. Seyrcinin görəcəyi kadrlarla eşidəcəyi mətn bir-birini tamamlayır.

## TELEVİZİYADA XƏBƏR ÇEŞİDLƏRİ

Televiziya xəbər bülleteni struktur etibarilə studiyadan aparıcının səsləndirdiyi şifahi xəbər və videolardan ibarətdir.

Proqrama daxil bütün xəbərləri iki yöndən – efrə hazırlanma biçimi və mövzu yönündən çeşidləmək olar.

Efrə hazırlanma biçiminə görə xəbərləri şifahi xəbərə, yalnız interküyü - təbii küy fonlu lal xəbərə, videoxəbərə, birbaşa xəbərə, müsahibə - xəbərə ayırmaq mümkündür.

Tematik baxımdan isə siyasi, iqtisadi, sosial, kriminal, xarici, idman, mədəniyyət xəbərləri, meteoroloji və s. məlumatı fərqləndirmək olar.

### 1. Şifahi xəbərlər

Şifahi xəbərlər, bir qayda olaraq, olayın görüntüsü olmadan, aparıcının suflıyordan kameraya oxuduğu xəbərlərdir. Buraya görüntüsüz ictimai önəmli olay, yaxud da operativliyi qorumaq üçün çatdırılan son dəqiqə xəbərləri daxildir. Televiziyada görüntü daha önəmlidir deyə, şifahi xəbər çəkisinin azaldılması məqsəduyğundur. Şifahi xəbərlər bəzən foto, xəritə kimi təsvirlərin, yaxud da tam ekran qrafiklərinin müşayiəti ilə verilir. Bu görüntü elementləri xəbəri daha anlaşılıqlı və yadda qalan edir. Hər bir videomaterialın təqdimatını da şifahi xəbər kimi dəyərləndirmək olar.

Şifahi xəbərin elementləri:

- Studiya mətni;
- Foto, xəritə və ya qrafik

Bəzən hazırlanan şifahi xəbər çox informasiya yükü daşdığından qavranılması və yadda saxlanması çətinləşir. Rəqəm, xüsusi və coğrafi adlarla zəngin şifahi xəbərlərdə çox vaxt qrafik təsvirlərdən istifadə edilir. Tam ekran qrafikləri iki hissədən ibarət olur:

- Qrafik fon (1)
- Fonda yerləşdirilmiş mətn (2).

Qrafik fon, adətən, berrəngli olur. Fonda hərəkətsiz görüntü verilir. Hərəkətli görüntüdən istifadə tamaşaçının diqqətini yayındıra bilər. Göz yaddaşı daha güclü olduğundan ekran qrafikləri şifahi xəbərin daha effektiv qavranılmasına imkan yaradır. Ekran qrafikləri şifahi xəbərin dinamikliyini qorumağa, görüntü çatışmazlığının yerini doldurmağa da xidmət edir. Qrafiklər fotosəkil, stop-kadr və xəritələr, eləcə də hərəkətli kompüter qrafikləri şəklində diqqətə yetirilə bilər. Tam ekran qrafiklərindən daha çox iqtisadi və

informasiya tutumu çox olan şifahi xəbərlərdə istifadə edilir.

### 2. Təbii küy fonlu lal xəbərlər

Bu tip xəbərləri canlı yayımın gedində studiyadan aparıcı səsləndirir. Amma videogörüntülər, şifahi xəbərdən fərqli olaraq, öncədən montaj edilir. Tamaşaçı olayın görüntüsünü oradakı təbii küylə (hadisə yerində kameraya düşən səslə) birgə görüb- eşidir. Amma aparıcının səsi təbii küy fonunda ön planda eşidilir. Seyrçi təbii küy fonlu lal xəbərlərdə öncədən montaj olunmuş videogörüntüləri aparıcının studiyadan oxuduğu mətnin müşayiətilə izləyir. Təbii küy fonlu lal xəbərlər daha çox mükəmməl montaja zaman qalmayanda efrə verilir. Belə xəbərlərdə görüntü ilə xəbər mətninin üst-üstə düşməməsi riski də var. Gördüyü və eşitdiyi arasında fərq seyrçi qavrayışına pis təsir edə, proqrama inamı azalda da bilər. Belə anlaşılmazlığın qarşısını almaq üçün aparıcının tempi, oxuduğu mətnin uzunluğu ilə görüntünün ekranda qalma müddəti, yəni zamanlama düzgün qurulmalıdır. Aparıcının təqdimatından sonra öncədən hazırlanmış videogörüntü verilir, aparıcı mətni oxumaqda davam edir, görüntü bitir, 2-3 saniyə sonra aparıcı mətni də yekunlaşır.

Təbii küy fonlu lal xəbərin elementləri:

- İnterküylə verilən videocərgə;
- Studiya mətni.

### 3. Videoxəbər

Videoxəbər yayımdan öncə kadrarxası mətni və təsviri bir-birini tamamlayaraq montaj olunmuş hazır materialdır.

**Videoxəbərin elementləri:**

- təqdimat (studiyadan giriş sözü);
- videosıra;
- sərbəst interküy;
- simultan müsahibə;
- stəndap
- kadrarxası mətn

**2-3 dəqiqəlik bu "film" aparıcının təqdimatından sonra efrə verilir.**

Olay yerinə yollanan reportyor komandası:

- a) lazımı çəkilişləri gerçəkləşdirir;
- b) informasiya qaynaqlarından önəmli bilgilər alır;
- c) gələcək videoxəbər üçün gərəkli görüntülər götürür;
- d) toplanan informasiya dəqiqləşdirilir;
- e) "news-room"a qayıdan reportyor çəkilməmiş videogörüntülərə baxaraq zaman açarını yazır;
- f) önəmli görüntüləri sezdirməklə xəbərin ssenarisi hazırlanır. Ssenaridə seyrçinin ekranda görəcəyi təsvir və eşidəcəyi mətn tam əksini tapır.

Montaj prosesində kadrarxası mətn – reportyorun səsi yazılır, xəbəri daha da inandırıcı edəcək interküydən istifadə olunur, olay iştirakçısı və ya şahidlərinin verdiyi informasiya – simultan (sinxron) mətnə qoşulur. Sonra bu səs materialı görüntü ilə zənginləşdirilir. Reportyor hansı görüntü ilə hansı səsin verdiyini öncədən müəyyənləşdirir. Xəbər qaynağının verdiyi informasiya incələnməklə gərəkli cümlələr seçilir və "iştirak effektini" artırmaq üçün videoxəbərə daxil edilir. Videoxəbərin əsas üstünlüyü onun qabaqcadan hazırlanması, yayımdan öncə görüntü və səsin tam uyğunlaşdırılmasıdır. Yayım sırasında videoxəbərin efrə verilməsi aparıcının da 1-2 dəqiqəlik "dincəlməsinə" şərait yaradır.

#### 4. Birbaşa xəbərlər

**Birbaşa xəbərlər reportyorun olay yerindən canlı çatdırdığı xəbərlərdir. Birbaşa xəbərlərdə hadisə baş verən andaca baş verdiyi ardıcılıqla seyrçiyə çatdırılır.**

Birbaşa xəbərlərdə, adından da göründüyü kimi, reportyor gördüklərini və topladığı informasiyanı birbaşa olay yerindən çatdırır. Bu üsul xəbərin daha inandırıcı olmasına, bu səbəbdən də daha çox izlənməsinə yol açır. Çünki televiziya yalnız söz eşidilmir, həm də danışan görünür. Psixoloqların fikrincə, informasiyanın 40%-ə qədərini intonasiya çatdırıla bilər. Bura mimika, jest, danışanın xarici görünüşünü də əlavə etsək, birbaşa xəbərlərin nə qədər önəmli və inandırıcı olduğunu demək mümkündür. Televiziya xəbərinin ən operativ növü hadisə yerindən «birbaşa bağlantılar»dır.

Olayın görüntüsü fonunda dayanan reportyor, görünən kadrlar özü özlüyündə böyük informasiya yükü daşıyır. Reportyor ən önəmli faktları qısa və anlaşılqı cümlələrlə çatdırır, təfərrüata varmır, çünki arxa plan birbaşa qavrayış tamlığını qorumağa xidmət edir. Birbaşa xəbərlər, adətən, efrə canlı verilir. Seyrçi izlədiyi andaca olay yerində baş verənləri görür və olayın şahidinə çevrilir. Texniki imkanların genişlənməsi, seyrçi tələbatı və kanallar arasındakı

rəqabət canlı bağlantıların sayını artırmaqdadır.

Canlı bağlantı reportyordan xüsusi hazırlıq, cəldlik və çevik reaksiya tələb edir. Təmkini qoruya bilməyən, hadisələrin axınına hədsiz emosional münasibət sərgiləyən reportyorun davranışları yayıma da öz damğasını vurur.

Reportyor birbaşa xəbərlərdə də hadisə iştirakçısından müsahibə ala bilər. Belə xəbərləri informasiya qaynağına görə iki qrupa bölmək olar:

- a) reportyor xəbəri;
- b) müsahibəli reportyor xəbəri.

Reportyor xəbərində reportyor, birinci əl qaynaq olaraq olay yerində gördüklərini təbii axarı ilə seyrçilərə çatdırır.

Müsahibəli reportyor xəbərində isə jurnalist əsas informasiyanı verəndən sonra mikrofonu olay yerində olan və daha ətraflı bilgiyə sahib qaynağa uzadır.

Olay haqqında bilgi sahibi olan şəxs - şahid, iştirakçı və ya rəsmi nümayəndə detallar barədə ətraflı məlumat verə bilər. Müsahibəli birbaşa xəbərlərdə reportyor ətraflı bilgi toplasa, ünvanlayacağı suallar da olayın dəqiq mənzərəsini verə bilər. Bəzən birbaşa xəbərləri videoyazı kimi də təqdim etmək olur.

#### 5. Müsahibə - xəbər

**Müsahibə-xəbər informasiya daşıyıcısının hansısa önəmli məsələ və ya olayla bağlı verdiyi xəbərdir. Öncədən görüntülənmiş, 1-2 sualı əhatə edən müsahibə aparıcı təqdimatından sonra efrə verilir.**

Müsahibədən, demək olar, bir çox teleformatlarda istifadə olunur. Müsahibə-xəbərdən danışarkən, biz müsahibə janrından deyil, xəbər toplama metodundan danışacağıq. Müsahibə-xəbərdə olay haqqında informasiya daşıyıcısından məlumat alınır. Xəbər buraxılışında belə müsahibə 20-30 saniyə çəkir. Simultan müsahibədən xəbərin daha təsirli və informativ olması üçün istifadə edilir. Məlumat qaynağının verdiyi informasiyanı sitatla göstərmək arzuolunan deyil. Məlumatı olay şahidinin və ya iştirakçısının dilindən eşitmək onun inandırıcılıq dərəcəsini yüksəldir.

Tamaşaçını simultan müsahibəyə hazırlamaq önəmli məsələdir. Danışanın kimliyini aparıcı bildirir. Müsahibə danışarkən, kimlik subtitrlə - altıyazı ilə də diqqətə yetirilir. Belə müsahibə kadrarxası mətnsiz, sadəcə, aparıcı təqdimatından sonra efrə verilir. Bu zaman seyrçiyə yalnız birinci əl qaynağın məlumatını çatdırmaq məqsədi əsas götürülür.

Müsahibə-xəbərdən o zaman istifadə olunur ki, müsahib jurnalistdən daha artıq informasiya verə bilsin, mövzuya bağlı hansısa şirkəti, idarəni təmsil etsin və müsahibin fikirlərini bir qrup təsdiqləsin. Şərti olaraq müsahiblər 3 kateqoriyaya bölünür:

1. Dövlət və siyasi xadimlər, hər hansı konkret sahənin bilicisi, mütəxəssislər, ekspertlər – adətən, onlardan konkret mövzu ilə bağlı dəqiq bilgi almaq üçün müsahibə götürürlər;
2. Tanınmışlar, ünlülər – adətən, onlar haqqında bilgi almaq üçün müsahibə götürürlər;
3. Sırası vətəndaşlar – adətən, müəyyən məsələdə ictimai rəyi öyrənmək üçün müsahibə götürürlər (vox-pop)

#### 6. Paket

Paket xəbər bülletenində özünəməxsus yeri olan, eyni bir mövzunu müxtəlif rəqurslardan işıqlandıran bir və ya bir neçə videomaterialdan ibarət xəbər çeşididir. Adətən paket kvadrat üsulu ilə hazırlanır. Eyni bir olay və ya mövzu haqqında eynidəyərli müxtəlif məlumatlar toplanaraq bir videomaterialda və ya ardıcıl sıralanan 2-3 materialda efrə verilə bilər. Belə halda hər material 40-50 saniyə çəkir. Daha çox informasiya yükü olan paket 3 dəqiqəyə qədər davam edə bilər. Uğurlu paketdə olayı canlandıran bütün elementlər var – yaxşı kadrlar, maraqlı sinxronlar, dəqiq yazılmış ssenari.

Əgər bu elementlərdən hansısa zəifdirsə, material aşağı qiymətləndiriləcək. Başqa sözlə desək, kadrların və yazılmış səslərin keyfiyyəti paketin yaddaqalma dərəcəsini müəyyən edir. Paketin əsas məqsədi mövzunu müxtəlif aspektlərdən işıqlandırmaqdır.

**Tematik çeşidləmə** siyasi, iqtisadi, sosial, kriminal, xarici, idman, mədəniyyət xəbərləri, meteoroloji məlumatları fərqləndirir. Siyasi xəbərlər ölkənin siyasi həyatında baş verən yenilikləri, iqtisadi xəbərlər iqtisadiyyat sahəsində baş verənləri, birja məlumatlarını, sosial xəbərlər sosial gündəmi, kriminal xəbərlər qəza və cinayət hadisələrini, xarici xəbərlər beynəlxalq aləmdə baş verənləri tamaşaçılara çatdırır. İdman və mədəniyyət xəbərləri bu sahələrdəki yeniliklərlə, meteoroloji məlumat isə hava haqqında proqnozlarla tamaşaçıları tanış edir. Adətən, tematik xəbərlərin hər birini bu sahədə ixtisaslaşmış müxbirlər hazırlayırlar.

Xəbər, əsasən, olayla bağlı olur. Amma təcrübədə bəzən hansısa ictimai önəmli mövzu ilə bağlı xəbərlərə də rast gəlinir. Bu baxımdan, televiziya xəbərini hadisə əsaslı xəbərlər və mövzu əsaslı xəbərlərə də bölmək olar.

**Televiziya xəbərini əsasında hadisə dayanırsa, bu, hadisə əsaslı xəbərdir.**

**Televiziya xəbərini əsasında mövzu dayanırsa, bu, mövzu əsaslı xəbərdir.**

Hadisə əsaslı xəbərlər birbaşa baş vermiş hər hansı hadisənin tamaşaçıya aydın və anlaşılıqlı dildə çatdırılmasıdır.

Mövzu əsaslı xəbərlərdə xəbər əsasını gündəm üçün maraqlı olacaq mövzunun detalları təşkil edir. Burada hadisə deyil, ictimai önəmli problem araşdırılır, mütəxəssis mövqeyi və vətəndaşın qoyulan mövzuya dair fikri çatdırılır. Məsələn, şagird çantasının ağırlığı və ya məktəb ləvazimatlarının qiyməti ilə bağlı işlənən xəbərlər bu qəbildəndir.

Bundan başqa, xəbərləri önəmlik dərəcəsinə görə cari və özəl xəbərlərə də bölmək olar.

**Cari xəbərlər** gündəlik həyatda baş verən sıradan olaylarla bağlı olur.

**Özəl – eksklüziv xəbər** reportyorun uzun araşdırmalar nəticəsində hazırladığı xəbərdir.

Özəl xəbərə ən parlaq misal jurnalist araşdırmasıdır. Xəbər yaradan olay və ya olayları bir neçə reportyor da araşdırı bilər. Araşdırma jurnalistikası ilə fərqi əvvəlcədən obyektin seçilməsi ilə bağlıdır. Özəl xəbər başlıca özəllikləri:

- Qaynaq daha önəmlidir, çünki özəl xəbərdəki informasiya az adama məlumdur. Xəbər inandırıcılığı qaynağın mötəbərlik dərəcəsi ilə düz mütənasibdir;
- Səslənən bütün iddialar sənəd və faktlarla təsdiqlənir. Olaya aid məhkəmə qərarları, yazışma və fotolardan da faydalanmaq olar.

## TAPŞIRIQLAR

1. Televiziya xəbərlərini izləyin və hər bir materialın çeşidini müəyyənləşdirməyə çalışın.
2. Qəzət materialı əsasında bir neçə şifahi xəbər hazırlayın.
3. Kiçik qruplar yaradın, şifahi xəbəri lal xəbərlərə çevirin, videogörüntüləri sıralayın və müzakirə edin.
4. Təqdim olunan səsiz videomateriala kadrarxası mətn yazın. Qrupda müzakirə edin.
5. Verilmiş xəbər mətninə videocərgəni yazın. Planları, sinxron titrlərini, açar və qıfıl planları dəqiq göstərin.
6. Hadisə əsaslı və mövzu əsaslı iki xəbər hazırlayın. Fərqləri müzakirə edin.
7. Hadisə yeridən birbaşa xəbərləri izləyin. Müzakirə edin.

## ƏDƏBİYYAT

1. Bəşirli A., Kərimova A., Vəkilova D. Xəbərçilik. Bakı. 2007
2. Məhərrəmli Q. Televiziya haqqında etüdlər. Bakı. Azərneşr. 1996
3. Məmmədli Zeynal. A-dan Z-yə telexəbər. Bakı, Yeni nəsil, 2009
4. Məmmədli Z. TV proqramlarının hazırlanması. B., 2012
5. Atilla Girgin. Haber Yazma Teknikleri. İstanbul, 1998
6. Erol Mutlu. Televizyonu Anlamak. Ankara, Gündoğan Yayıncılık. 1991
7. Televizyon haber yazımı. Ankara. 2008.
8. Виктория Маккаллах Кэрролл. Новости на ТВ. Москва, «Мир», 2000



## VIDEO. "KADR" ANLAYIŞI

- "Kadr" və "plan" anlayışları bir-birindən nə ilə fərqlənir?
- Hərəkətliliyinə görə kadrları necə fərqləndirirlər?
- Obyektlərin quruluşuna görə kadrlar hansı planlara bölünür?
- Videomodul nə deməkdir?
- TV-də hansı səs növləri vardır?
- "Səs situasinya" nə deməkdir?
- Mikrofonların üstün və çatışmayan özəllikləri hansıdır?
- İşıqlatmanın çeşidləri hansıdır?
- Hansı işıq qaynaqları var?

Kadr informativ video və ya kino daşıyıcıların qeyd olunmuş təsviridir. Kadrların ardıcılığı videocərgə və ya videosıra adlanır.

Radio səsiz fəaliyyət göstərə bilmədiyi kimi, televiziya da videosıralama olmadan fəaliyyət göstərə bilməz. Televiziyanın mövcud olduğu illərdən bəri müxtəlif ölkələrdə telemateriallar jurnalst şərhli olmadan (məsələn, "Evronews"da məşhur "No Comment" [ru.euronews.com/nocomment/](http://ru.euronews.com/nocomment/), [gagauzinfo.md/index.php?newsid=26079](http://gagauzinfo.md/index.php?newsid=26079)), videokadrlar hansısa səslə müşayət edilmədən, lakin interküy adlanan təbii səsrlərlə (məsələn, köhnə arxiv kadrları, xronika efrə verilmişdir

Lakin televiziya istənilən material "görüntü" ilə müşayət olunur: istər hərəkətli (videocərgə), istərsə də hərəkətsiz (foto, qrafika, diaqramma) olsun.

Görüntüyə kameraman cavabdehlik daşısı da, jurnalst yadda saxlamalıdır ki, kameramanın vəzifəsi keyfiyyətli videosıra təqdim etməkdirsə, videosıranı – görüntüləri tamamlayan mətnə onun özü cavabdehdir. Bu isə o deməkdir ki, çəkiliş meydançasında jurnalst rəhbər hesab olunur. Burada məhz jurnalst əvvəlcə kameramanı materialın mövzusu, qəhrəmanı, vəzifəsi, eləcə də verilişin təxmini xronometraji ilə təlimatlandırılmalıdır. Burası da aydındır ki, çəkiliş meydançasında istifadə edilən müasir avadanlığın texniki imkanları barədə ümumi anlayışı olmayan jurnalst kameramana dəqiq tapşırıq verə bilməz.

Kameraman materiala vizual sıralama seçməkdə jurnalstın başlıca yardımçı və tərəfdaşdır. Prinsip baxımından hansı kadrların gərəkli olduğunu kameramanlar yaxşı bilirlər. Amma jurnalst də unutmamalıdır ki, çəkiliş yerində baş verənlər barədə tamaşaçılarda tam vizual təsəvvür yaratmaq üçün hadisələri məhz onun özü izləməlidir.

## TELEVİZYAYA AVADANLIĞININ TEXNİKİ İMKANLARI

Boston televiziyasının baş kameramanı Con Premakın fikrincə, “kamera – təsviri və səsi yazan qara qutu deyil, bir tarixçəni göstərib-danışmaq qurğusudur”.

Əslində, hər kəs videokameradan istifadəni öyrənə, eləcə də görüntü və səsi qeydə ala bilər. Ancaq bir tarixçəni göstərib-danışmaq istəyənlər videokameradan yararlanmaq üçün texniki üsullara yiyələnməli, çoxlu çalışmalı və diqqətli olmalıdırlar. Videokamera vasitəsilə təsvir və səs elə yazılmalıdır ki, tamaşaçılar özlərini sanki hadisə yerində imiş kimi hiss etsinlər.

Videotəsvir ünsiyyətdir. Dili pis bilən və sözləri yalnız tələffüz edən şərhçinin danışığını qəbul etmək nə qədər çətindir, pis çəkilmiş və uğursuz montaj olunmuş süjetlərə baxmaq da bir o qədər çətindir. Videotəsviri danışığıla müqayisə etmək mümkün olduğu kimi, kadri da vahid təsvir kimi, sözlə müqayisə edirlər. Demək, hər sözün danışıda yeri olduğu kimi, hər kadri da öz yeri və mənası var.

Jurnalist yadda saxlamalıdır ki, müasir tamaşaçı yüksək keyfiyyətli televiziya materialı sarıdan qıtlıq çəkmədiyi üçün o, öz vaxtını zəif təsvirlərə və uğursuz kompozisiyalı kadrlara baxmağa sərf etməyəcək. Ona görə də çəkiliş şəraiti məkana görə dəyişdiyi üçün jurnalist çəkiliş aparmaq üçün hansı kameradan istifadə etməyi bilməlidir. Bu işə jurnalistdən müasir videoavadanlıq barədə məlumatlı olmağı tələb edir. Reportyor kameramanı texniki baxımdan imkansız rəqiblərə - çəkiliş bucaqlarından çəkilişə məcbur edə bilməz. Kameramandan bənzər kadrlar tələb etməmək üçün o, kameranın texniki özəlliklərini nəzərə almalı və bu barədə kameramanla məsləhətləşməlidir.

Televiziya jurnalisti istənilən kameraman üçün vacib olan bir sıra təməl qaydaları bilməlidir.

## TELEKAMERADAN İSTİFADƏNİN TƏMƏL QAYDALARI

1. Müsahibi və ya çəkiləcək istənilən obyektı günəş şüası düşən pəncərə yanında yerləşdirmək olmaz. Bu halda təsvirin keyfiyyəti çox aşağı düşür və video-görüntü yararsız alınır. Buna bir halda icazə verilir - məqsəd müsahibin tanınmamasıdır. İstisna hallarda müsahibin həyatına, işinə təhlükə yaranacağı hallarda və ya hansısa predmeti sahibinin tanınmaması üçün bənzər “defekt”lərdən “effekt” kimi yararlanmaq olar.

2. Müsahibə zamanı kameranın obyektiv müsaibin gözləri səviyyəsində olmalıdır. Tutalım, müsahib əyləşib və ya müsahib uşağırsa, kameranın “gözü” onların səviyyəsinə endirilməlidir.

3. Kameraya bir metrədən yaxın olan obyektı çəkmək məsləhətdir, çünki kameranın texniki imkanları doğru görüntü almağa yetməyəcək və təsvir təhrif olunacaq. Əgər kameramanın kameranı çəkiləcək obyektə tərəf çevirməyə imkanı yoxdursa, onda reportyor həmin obyektin yerini kameraman üçün rahat olan tərəfə dəyişməli və ya başqa bir obyekt seçməlidir.

4. Mövcud kameranın texniki imkanına cavab verməyən, çəkiliş üçün çox qaranlıq olan, yaxud işığı yetərsiz məkanda əlavə işıqlardan yararlanmaq gərəkdir. Əgər gərəklı işıq avadanlığı yoxdursa, çəkilişdən imtina etmək lazımdır.

5. Təbii şəraitdə parlaq günəş işığı altında çəkilən obyektin bir tərəfindən işıqlanmanı eyni səviyyədə etmək üçün xüsusi işıqlandırıcı və ya işığı əks etdirən ekranlardan istifadə etmək lazımdır. Belə avadanlığın olmadığı halda çəkiliş bucağını (rakusunu) dəyişmək və ya müəyyən qədər kölgəyə tərəf çevirmək lazımdır.

6. Həssaslığı yüksək kameraları soyuq havadan gətirdikdən sonra onların bir qədər otaq temperaturuna uyğunlaşmasını gözləmək lazımdır. Bu səbəbdən reportyor kameramandan təcili çəkilişə başlamasını tələb etməməli və ona bir neçə dəqiqə vaxt verməlidir. Həmin vaxtdan səmərəli yararlanaraq çəkilməli əsas obyektləri müəyyənləşdirmək olar.

7. Müxtəlif məkanlarda çəkiliş zamanı fərqli işıqlandırmaya görə kameramana kameranın diafraqmasını tənzimləmək üçün vaxt lazım olur. Bu halda çəkilişi qısa müddət saxlamaq qaçılmazdır.

8. Məktəbəqədər yaşda olan uşaqların və heyvanların çəkilişi əlavə vaxt tələb etdiyindən reportyor bunu nəzərə almalıdır.

9. Süjetin açar elementləri barədə kameramanı mütləq xəbərdar etmək və ona bu elementləri müxtəlif görüntü planlarında kadrbakadr əks etdirmək üçün vaxt vermək lazımdır.

10. Jurnalist və kameraman yadda saxlamalıdır ki, bütün gəzişmə (trəviling) planlar statik, yəni hərəkətsiz “stop” planla başlamalı və hərəkətsiz də bitməlidir. Təcrübəli kameraman uzun ZUM-lar, yəni önəçək və geriçək planlar və panoram zamanı hərəkəti bir neçə dəfə dayandırır ki, montaj zamanı reportyorun gəzişmə planını qısaltmaq imkanı olsun.

11. Həm jurnalist, həm də kameraman çəkiliş yerində kompozisiya qaydalarına daim əməl etməlidir. Çəkilişin əsas obyektı kadrdə – kadrdin üçdə biri ölçüsündə üst tərəfdən və ya üçdə bir ölçüsündə sol tərəfdən olmalıdır.

Operativ xəbər çəkilişlərində istifadə edilən kiçikölçülü, yüngül və yığcam videokameraları əldə hərəkətsiz vəziyyətdə saxlamaq çox çətinədir. Bu halda transfokatorla hətta kiçik bir önəçəkmə planı gerçəkləşdirərkən kadrların titrədiyini görürsən. Ştativdən yararlanmaqla bunu aradan qaldırmaq olar. Ancaq bəzi hallarda ştativdən istifadə texniki baxımdan mümkün deyil. Bu zaman “dirsəkaltı” dayaq kara gəlir. Söhbət dayaq rolunu oynayacaq hər hansı masadan, stulun söykənəçək yerindən, hasardan, divardan, ağac və s.-dən gedir. Kameramanın yeri çəkiliş üçün əlverişli olmalıdır – ayaq üstə durmaqdan və hətta nəyəsə söykənməkdənsə oturmaq daha yaxşıdır.

Uzun müsahibələri çəkərkən montajı asanlaşdırmaq üçün jurnalist əvvəlcədən kameramandan xahiş etməlidir ki, o, bir neçə dəqiqədən bir portret planını ağ plana – süd planına, ya da qurşağa qədər plana dəyişdirsin. Bu müsahibəni tam şəkildə efirə vermək planlaşdırılırsa, həmin üsul görüntünü canlandıracaq.

Adətən, kameraman çəkilişi avtomat rejimdə aparır. Görüntü duruluğunun avtomatik tənzimi, bir qayda olaraq, yaxşı nəticə versə də, daha sonra fokus pozula bilər. Bu hallarda əllə tənzimləmək lazım gələcək məqamlar bunlardır:

1. Obyektin yetərsiz işıqlandırılması və ya hədsiz parlaq fon (əks işıqda çəkiliş);

2. Obyekt az sezilən və kontrastsızdır (tutalım, hamar divardır), aşırı işıqlı və ya parıltılıdır;

3. Kameradan fərqli məsafədəki kadrdə bir neçə predmet var və ya çəkiliş pəncərədən, barmaqlıq arxasından aparılır və s.;

4. Kamera ilə obyektin arasına gözlənilmədən kənar görüntü, predmet düşə bilər (tutalım, yoldan keçən adam);

5. Kadrdə üfütqi xətlər daha çoxdur.

## GÖRÜNTÜ PLANLARININ SEÇİLMƏSİ

Plan ayrıca kadrda diqqətə yetirilən təsvirin məzmunudur. Planlar böyüklüyünə və quruluşuna görə fərqlənir.

İstənilən kadrın ən vacib özəlliyi, lap az da olsa, hərəkətli olmasıdır. Kadr canlı olmalıdır, yoxsa cansız rəsmi xatırladardır. Hətta adi yarpağı küləkdən titrəyərkən çəkmək, donuq durumda çəkməkdən daha yaxşıdır. Kadrda hərəkətilikdən çıxış edərək çəkiliş planını dörd yerə ayırırlar:

**1) Statik (hərəkətsiz) plan.** Bu planda hərəkət yoxdur. Belə görüntülərə yalnız xüsusi hallarda telexəbərlərdə icazə verilə bilər, əgər bu kadr tamaşaçıya özlüyündə vacib bir bilginə çatdırırsa. Məsələn, hansısa binanın girişində asılan lövhə və ya yazı. Yəni bəzən hərəkətsiz kadr uyğun psixoloji durumu diqqətə çatdırır. Məsələn, təbii fəlakətdən sonra evləri dağılan boş küçə faciənin miqyasını göstərir,

[www.fotolia.com/id/101241713](http://www.fotolia.com/id/101241713)

**2) Çevik (dinamik) plan.** Bu plan da statik kamera ilə çəkilir, amma bəzi təbii hərəkətləri də diqqətə yetirir. Məsələn, dağılmış küçədə özünə yem axtaran ev heyvanını və ya qohumları tərəfindən unudulmuş hansısa tənha qocanı görmək olar. Reportaj janrında çevik planlara daha çox yer verilir,

[www.youtube.com/watch?v=BYAmNHjYK18](http://www.youtube.com/watch?v=BYAmNHjYK18)

**3) Qurama çevik plan.** Burada hərəkətin effekti kameranın hərəkəti nəticəsində (panoram) və ya obyektivin fokus məsafəsinin dəyişdirilməsi ilə (ZUM-la, yəni geriçək-önəçək planlarla) yaradılır. Reportajda qısa panorama nisbətən çox rast gəlinir və məhz qısa gəzişmə-planlar qəbul edilən sayılır. Panoram tam bitməlidir: kamera xəbərin məzmununa uyğun şəkildə, hərəkəti hansısa bir obyektə başlayıb digər bənzər obyektin üzərində dayandırılmalıdır.

Məsələn, danışan adamdan başlayıb, dinləyən adamda bitirməlidir,

[www.youtube.com/watch?v=Oewlg1-6tsk](http://www.youtube.com/watch?v=Oewlg1-6tsk)

**4) Kombinasiyalı çevik plan.** Bu zaman hərəkətin təbii və süni kombinasiyası nəzərdə tutulur (şaqlı və üfqi gəzişmə). Məsələn, ən adi misal: kamera hərəkətdə olan obyektə izləyir. Yəni kamera da hərəkətdədir. O, hərəkətdə olan obyektə paralel hərəkət edir və "gördüklərini" görüntüləyir,

[www.youtube.com/watch?v=QPK8OtwvdOM](http://www.youtube.com/watch?v=QPK8OtwvdOM)

**Planlar böyüklüyünə görə bir neçə yerə bölünür:**

**LİP (lap iri plan və ya detal plan, ayrıntının görüntüsü).**

Hansısa kiçik bir detala diqqət yetirməkdən ötrü istifadə olunur. Məsələn, müsahibin qaçan gözləri, sualı cavablandırmaqdan yayınmasını əks etdirən üz cizgiləri və ya ağır bir faciəni yaşamış qadının yanaqlarından süzülən göz yaşları.

**İri plan (portret plan).** Bu plan, adətən, müsahibədə istifadə olunur. Tamaşaçının diqqətini cəlb etmək üçün hansısa görüntünü ümumi fonda ayırmaq üçün də iri plandan yararlanırlar.

**Birinci orta plan** (orta, iri və ya ağ). Bu plan bir kadrda iki obyektə və ya bir obyektə elə nümayiş etdirir ki, ətraf fonda, eləcə də yaxınlıqda olan kiçik obyektlər də görünsün.

**İkinci orta plan** (orta və ya qurşağa qədər). Bu plan bir kadrda iki və ya üç obyektə nümayiş etdirir və insan bədəninin qurşağa qədər hissələrini göstərir.

**Orta ümumi plan.** Bu plan bir kadrda iki və ya üç obyektə elə nümayiş etdirir ki, ətraf fonda, eləcə də yaxınlıqda olan kiçik obyektlər də görünsün.

**Ümumi plan.** Bu plan insanı ətraf fonda və ya hərəkət yerində boyu uzununu göstərir.

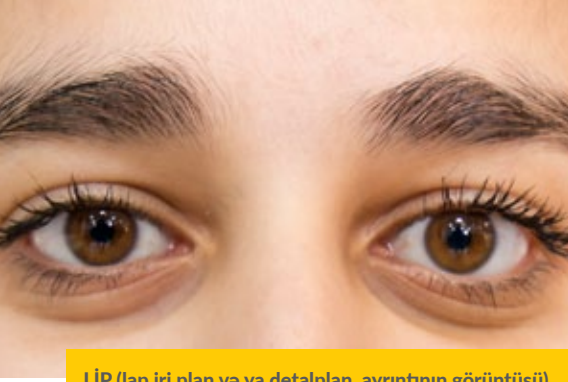
**Ümumi uzaq plan.** Bu planda obyekt ya uzaqdan, ya da yüksək bir nöqtədən çəkilir. Bu plan çoxsaylı obyektləri göstərmək üçündür. Uzaq plandan, adətən, nümayiş və mitinqlərdə insanların sayını və ya məkanın miqyasını göstərmək üçün istifadə olunur.

Planlar quruluşuna görə yaxın, orta və uzaq növlərinə bölünür. Bu hallarda obyektin kadrda quruluşu da öndə, ortada və kadrın arxa fonunda olur.

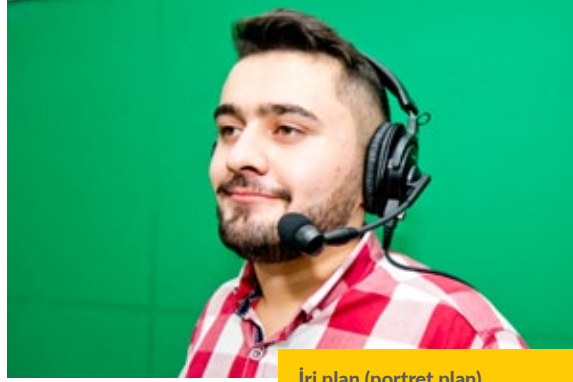
[eot-su.livejournal.com/251387.html](http://eot-su.livejournal.com/251387.html)



Ümumi plan



LİP (lap iri plan və ya detalplan, ayrıntının görüntüsü).



İri plan (portret plan).



Birinci orta plan



İkinci orta plan



Orta ümumi plan



Ümumi uzaq plan

**YADDAŞ**

- Detal, ayrıntı, (LİP). Ən iri plan görüntünün bir detallını ayırır.
- Üz, çox iri plan, (ÇİP). Alının ortasından çənənin ortasınadək üz görünür.
- Baş, portret planı, (PP). Kadrda bütövlükdə baş görünür.
- İri plan, (İP). Kadrda baş və çiyinlər görünür.
- Orta-iri plan, (OİP). Kadrda insan fiquru sinənin üst yarısınadək görünür.
- Birinci plan, (1P). Kadrda insan fiquru qurşağadək görünür.
- Orta plan, (OP və ya ½ plan). İnsan fiquru dizlərinədək görünür.
- Orta-ümumi plan, (OÜP). Kadrda yuxarısında və aşağısında azacıq boşluq olmaqla, insan fiquru bütövlükdə görünür.
- Ümumi plan, (ÜP). Kadrda insan fiquru ekranın hündürlüyünün 3/4-dən 1/2-dək məsafəsində görünür.
- Uzaq plan, (UP). İnsan fiquru ekranın hündürlüyünün yarısından az ölçüdə yer tutur.

## GÖRÜNTÜ PLANLARININ MƏZMUN ÇEŞİDLƏRİ

**Birinci plan, köklənti planı.** Bu plandan məqsəd ilk növbədə tamaşaçının diqqətini çəkmək, adından göründüyü kimi, onu hadisəyə kökləməkdir. Tamaşaçıların əksəriyyəti televiziyaya (özəlliklə telexəbər proqramlarına) adi otaq işığında, səs-küylü qonaq otağında və ya mətbəxdə baxır. Onların diqqətini çəkmək üçün süjetiniz canlı, maraqlı və rəngarəng görüntüylə başlanmalıdır. Özəlliklə isti xəbərin ilk görüntüsü köklənti planından başlanır.

Köklənti planı deyərəkən olay yerində çəkilmiş dəqiq və statik görüntü planı nəzərdə tutulur. Bu plan hadisənin harada baş verməsini anladır, hadisə yerindəki fərqli obyektlər arasında qarşılıqlı əlaqəni aydınlaşdırmaqda və hadisənin miqyası barədə təsəvvür yaratmaqda tamaşaçıya yardım edir. Həmin plan reportyorun vaxt itirmədən birbaşa hadisədən söz açmasına da imkan yaradır. Adətən köklənti planı ümumi planda çəkilir. Məsələn, süjet aviaqəzadan bəhs edirsə, onda belə plana qəzaya uğramış təyyarənin özü, eləcə də hadisə yerinin görüntüsü daxil olmalıdır. Köklənti planı olay yerindən hazırlanan hər reportajda əksini tapmaya da bilər, amma o, bir qayda olaraq, montajı asanlaşdırır.

Köklənti plan üçün kameraman azı 10 saniyə sürən bir kadr çəkməlidir. Süjet olay yerində stəndapdan başlayırsa, stəndapın birinci planı da köklənti planı sayıldığından o, eyni funksiyanı yerinə yetirməlidir.

**Önemli açar planlar.** Söhbət, sadəcə, diqqət çəkmək üçün reportajın başlanğıcında istifadə edilən plandan deyil, olay barədə təsəvvür yaradan görüntü planından gedir. Bu plan televiziya tamaşaçılarında dərin təəssürat oyatmalı, onlar verilişə baxandan sonra da həmin planı yadda saxlamalıdır. Açar kadrlar, qaydaya görə, iri planda çəkilir. Tutaım, çayın quruyub-dayazlaşması haqqında reportaj hazırlanırsa, çayda çimənlərin ayaqları suda iri planda – topuğadək göstərilir. Reportaj bir yanğın haqqındadırsa, o zaman yanan binanın pəncərəsindən çıxan və iri planda göstərilən alov dilimləri açar plan sayılacaq. Baş verən olayı izləyən şahidlərin həyəcan dolu üzlərinin iri planda verilməsi insanlarda həmişə dərin təsir buraxır. Yanğın şahidlərinin gərgin simalarının iri planda diqqətə yetirilməsi montajın gedışində olayın ciddiliyini ayrıca vurğulamağa imkan yaradır.

Jurnalist hadisə yerində əsas məqamları dəqiq müəyyənləşdirməli, tamaşaçının diqqətini çəkmək üçün hansı görüntünü seçib-götürəcəyini bilməli və kameramandan o görüntüləri iri planda çəkməsini xahiş etməlidir.

**Ara plan.** Bu plandan vaxta qənaət məqsədilə istifadə olunur. Aramsız və ya uzun-uzadı görüntülər tamaşaçıyı çox yorur. Montaj üçün görüntüləri qısaltmaq, fərqli plan və rəkursda çəkilən kadrlar lazımdır. Bir misal: tutaım, küçəni keçən insanı göstərmək gərəkdir. Bu prosesin fasiləsiz çəkilişi və göstərilməsi 30 saniyə vaxt apara bilər. Ancaq ara planlardan istifadə olunarsa, bu 10 saniyəyə çəkilə bilər. Birinci kadrda insanın küçə keçməyə başladığı anı veririk -4 san. İkinci kadrda işıqforun iri planından faydalanırıq -3 san. Nəhayət, 3-cü kadrda insanın küçəni keçib qurtardığını, ayağını qarşı səkiyə qoymasını göstərmək olar - 3 san. Beləcə, fasiləsiz çəkiliş zamanı yarım dəqiqəyə başa gələn küçəkeçmə prosesini 10 saniyədə göstərə biləcəyik. Bu prosesi sanki kəsən, iri planda verilən işıqfor görüntüsü ara planıdır. Küçəni keçən insanın iri planda göstərilən ayaqları da ara planıdır. Düzdür, bu zaman hərəkəti eyni ardıcılıqda vermək – sinxronlaşdırmaq elə də asan deyil. Məsələn, birinci kadrın sonunda insanın sağ ayağını səkiyə necə qoyduğunu görürüksə, onda ikinci kadrda onun sol ayağının da eyni vəziyyətini görməliyik ki, hərəkətin aramsızlığı qorunsun. Deməli, hərəkətin fasiləsizliyini təmin etmək üçün çəkiliş zamanı reportyor diqqət yetirməlidir ki, kameraman bir neçə ara plan çəksin.

**Hadisə yeri barədə təsəvvür yaradan detallar (ayrıntılar).** Hadisə yerindən iri və orta planda çəkilən bəzi görüntülər olayın baş verdiyi məkan barədə təsəvvür yarada və hətta hər hansı dəyərli məlumatı çatdırıla bilər. Divara vurulmuş lövhələrdə küçə və təşkilatların adı özü-özlüyündə şərhə ehtiyac qoymur. Önemli görüntü kimi, olay yerini açıqlayan panoramadan – gəzişmə planından da yararlanmaq olar. Məsələn, qasırganın törətdiyi fəlakəti göstərmək gərəkdirsə, gəzişmə planı bunun öhdəsindən uğurla gəlir. Düzdür, bu zaman xəbərin ritminə və zamanına ayrıca diqqət yetirmək, gəzişmə planının uzunluğunu nəzarətdə saxlamaq lazım gələcək. Belə planın

seçilib-seçilməməsinə kameramanla reportyorun birgə məsləhətləşməsi əsasında qərar verilir. Yadda saxlamaq lazımdır ki, panoraman məntiqi başlanğıcı olmalı, hərəkətsiz görüntüdən başlamalı və hərəkətə son verən görüntüylə də bitməlidir.

**Qıfıl plan (və ya yekun kadr)** Əgər birinci kadr tamaşaçını nə görəcəyinə hazırlayır, kökləyirsə, sonuncu kadr onu süjetin məna və əhəmiyyətinə varmağa daha bir imkan yaradır. Buna görə də yekun kadr və ya qıfıl plan tamaşaçının yaddaşında qalmalıdır. Jurnalist bu kadrı çəkiliş zamanı tapmalı və kameramana bildirməlidir ki, bu yeri ən azı 15-20 saniyə çəksin. Bu ondan ötrüdür ki, reportyor süjetin yekun sözünü deyər və müəllifin adını çəkə bilsin. Əks təqdirdə o, montaj zamanı çəkilmiş materialların içərisində əlverişli yekun kadr axtarışına çoxlu vaxt itirəcək.

Süjet mükəmməl çəkiliş və məntiqli montaja söykənmiş kadrlardan qurulmalıdır. Çəkilişin ənənəvi ardıcılığına – uzaq (ümumi), orta, yaxın (iri) planlara diqqət süjetin quruluşunu asanlaşdırır.

Çəkiliş tamamlanınca reportyor və kameraman daha bir suala cavab tapmalıdırlar: görüntülər süjeti bütövlükdə təsəvvür edilən kimi qurmağa imkan verirmi?

Bu zaman CBS kanalının sabiq prezidenti Pol Uaytın bir tövsiyəsi sizə yardımçı ola bilər. O deyirdi: “Öncə nə söyləyəcəksinizsə, onu deyən, ardından nə söyləmək istəyirsinizsə onu, sonda da məhz nəyi söylədinizsə, onu deyən”.

Özünüə sual verin: “Deyə bildikmi?”

## VİDEOMODUL

Çəkilişə başlamazdan öncə jurnalistin ona hansı videogörüntülərin gərək olduğu barədə, heç olmasa, təxmini təsəvvürü olmalıdır. O, bundan ötrü çəkilişdək süjetin videocərgəsini beynində bir neçə açar elementə ayırmalı, yəni göstərilməsi vacib olan başlıca faktları müəyyənləşdirməli və ya bütün materialı müxtəlif obyektlərə bölməlidir.

Bəna kərpici kərpicin üstünə qoyaraq ev tikdiyi kimi jurnalist də beynində müxtəlif görüntüləri birləşdirir. Jurnalistin bənnaya bənzədilməsinin üstün cəhəti odur ki, videogörüntülər qrupu kərpic kimi yığılır. Hər kadr (və ya kadrlar qrupu) ayrı-ayrı kərpicə bənzər videomoduludur. Bu videomodullar müəyyənləşdirilən süjetə uyğun məntiqi ardıcılıqla toplanır və nəticədə videosıra alınır. Videomodulun hər kərpicini uyğun şərh elementi tamamlayır.

Bu, hər hansı epizod üçün gərəkli görüntü seçməyə və həmin görüntüləri kərpicdən hörülmüş vahid ikilaylı divarda birləşdirməyə kömək edir. Həmin “divar”ın təməli videomodulun “kərpicləridir”. Jurnalist mətninin kərpicləri məhz həmin təmələ söykənir. Belə yanaşma yetərinə çevik yanaşma sayıla bilər, çünki hər dəfə hər şeyi yenidən başlamadan, səs və videogörüntü sıralarını ardıcıl dəyişmə imkanı yaradır. Yəni bir “kərpici” digəri ilə dəyişmək imkanı yaranır, yaxud bütün videosıraya xələl yetirmədən onların məntiqi ardıcılığını əvəzləmək olur. Belə yanaşma ilkin montajı da asanlaşdırır, çünki jurnalist konkret videomodullarla – görüntü “kərpicləri” və konkret mətn parçaları ilə işləyir. Sonrakı montaj da (lazım gələrsə) asanlaşır. Axı bir neçə kərpicin yerini dəyişmək və ya sayını artırmaq divarı hər dəfə yenidən tikməkdən daha asandır.

## VİDEOMETAFORA

Videosıra mövzusunə və jurnalist mətninə görə, adətən, konkret və mücərrəd görüntülərə ayrılır. Konkret videosıra deyərəkən hansısa konkret anlayışdan söhbət gedir. Məsələn, “meşə”, “uşaq”, “royal”, “kitab” və s. Mücərrəd və ya abstrakt videosıra deyərəkən “inflyasiya”, “sevgi”, “kişilik” və s. kimi anlayışların görüntüyə gətirilməsi nəzərdə tutulur. Bu anlayışları hərə bir cür yozur. Mücərrəd anlayışlara subyektiv münasibət və yozum onların vizuallaşdırılmasını – görüntüyə gətirilməsini xeyli dərəcədə çətinləşdirir. Bu zaman vizual simvollar – rəmzi görüntülər köməyə gəlir. Məsələn, “inflyasiya” anlayışını pul əskinasları, ərzağın qiymətinin bahalığı və boş rəfləri diqqət çəkən dükanlarla çatdırmaq olar.

Belə videogörüntüləri bir neçə planda və fərqli baxış bucaqlarından çəkərək kadrəkadr yerləşdirmək və sonra bundan ardıcıl şəkildə montajda yararlanmaq

lazımdır. Beləcə, sadalanan görüntülərdən bənzətmələr əldə edilir və azsaylı kadrların köməyi ilə mücərrəd hal və ya anlayış barədə təsəvvür yaradılır.

Videometaforalardan istifadə zamanı bir incəliyi də yadda saxlamaq lazımdır: sözlə çatdırılan informasiya görüntünün çatdırdığı informasiyanı tamamlamalı, bir uzlaşma yaranmalıdır. Turalım, sevincli və qayğısız təsir bağışlayan insan görüntülərinin fonunda inflyasiya haqqında danışmaq tamaşaçılara inandırıcı gəlməyəcək. Təsadüfi, keyfiyyətsiz, kompozisiya baxımından uğursuz və çəşdirici kadrlar tamaşaçını yalnız özündən uzaqlaşdırır.

Belə videoreportajlar çəkilərəkən jurnalist hər bir kadru dəqiq düşünməlidir. Axı sühət yalnız mətnə görə deyil, həm də və daha çox gözəl videosıraya görə məntiqi inkişafını tapır. Jurnalistin başlıca vəzifəsi hər kadrla bağlı kameramana dəqiq tapşırıq verməkdir.

### Yadda saxlayın

Çəkiliş yerini tərk etməzdən öncə bütün montaj prosesini göz önünə gətirməli və özünüə bu sualları verməlisiniz:

- *filan önəmli və açar məqama necə yanaşmalıyam və ondan növbəti danışığa necə keçməliyəm?*
- *hansı düşündürücü ara planlardan daha çox yararlanmaq olar?*
- *əlimdəki görüntülər çəkiliş yerində baş verənləri göstərməyə yetərlidirmi?*
- *bu sühətdən bir başqasına məntiqi keçid üçün videogörüntülərim varmı?*

Bu sualların hamısına yetərli cavabınız olarsa, onda yaxşı reportaj hazırlaya bilərsiniz.



## SƏS. SƏSİN ÖNƏMİ

Televiziya siqnalı görüntü və səsini vəhdətindən ibarətdir. Elmin səsə verdiyi açıqlama belə səsləndir: "Havanın dalğavari basqısı". Biz səsi ona görə eşidirik ki, qulağımız səs dalğalarına – hava sıxlığının dəyişgənliyinə həssasdır. Tamaşaçı üçün telexəbər iki ayrılmaz elementin - görüntü və səsini birgəliyi deməkdir. Onların hansının daha həlledici olması barədə kinematoqrafın ilk günlərindən yaranan mübahisələr hələ də kəsilməyib. Bir şey aydındır: səs sırası olmadan çağdaş TV-dən danışmağın mənası yoxdur. Ara-sıra efrə verilən səssiz görüntüləri, təbii ki, gözdə tutmürük. Amma bunu da unutmuruq ki, həmin görüntülər "səssiz kino" çağının yadigarıdır.

Söhbət indidən gedirsə, səssiz TV-ni ağla gətirmək mümkün deyil. Bu səhnə, yəqin ki, hamımıza tanışdır – televizor boş otaqda işləyir, amma siz digər otaqlarda olursunuz və onun səsini qulaq asabilirsiniz. Maraqlı bir şey eşidəndə də televizor olan otağa qaçırırsınız ki, görüntüyə də baxasınız.

Bəzən də elə olur ki, tamaşaçı televizorun önündə oturur, amma planşet və ya smartfona başı qarışır və yenə yalnız maraqlı bir şey eşidəndə başını qaldırır ekrana baxır. Bir sözlə, obrazlı desək, çağdaş tamaşaçı televizora səsdən "baxır". Beləcə, tamaşaçı diqqətini özünə çəkməkdə səs əsas yer tutur.

## SƏS TIPLƏRİ

**Səslər iki yerə bölünür:**

1. Nitq
2. İnterküy

İnterküy də həm təbii, həm də süni səslərdən ibarət ola bilər. Çəkiliş zamanı birinci səs çıxırına nitq, ikinci səs çıxırına isə interküy simultan olaraq yazılır. Simultan, yəni eyni zamanda. Buna "sinxron" da deyilir, nitq və səsini görüntü ilə zaman eyniliyi anlamını daşıyır. Hər iki səs televiziya məhsulunun önəmli elementləridir. Belə səslərin çatışmazlığı kobud səhv və texniki pozuntu sayılır. Özündə əlavə dəyərli bilgi daşıyan səs, bir qayda olaraq, birinci çıxırına yazılır. Məsələn, olay yerindəki hər hansı dialoq və ya çıxış, ya da olayın səs-küyü. Danışan şəxsin söylədiklərini yazarkən səs eyni anda iki mikrofonla qeydə alınır – biri kameranın üstündə olan, digəri isə kameraya əlavə qoşulan mikrofonda. Adətən, müsahibə halları istisna olmaqla, birinci çıxır boş qalır. Təbii ki, kameraman həmin çıxırna təbii səsləri-interküyü yazmırsa. Buna da diqqət yetirmək lazımdır ki, 1-ci çıxırna yazılan səs montaj zamanı əlavə çətinlik yaratmasın.

Efrədə telexəbərlərin beş "səs situasiyası" nı fərqləndirirlər:

1. Birinci çıxırda müxbirin kadrarxası səsi yazılır və ikinci çıxırda onu interküy izləyir. Birbaşa telefon bağlantısı və ya telefonla yazılan reportajda müsahibədə "interküy" danışığın səs keyfiyyətini aşağı sala bilər. Səsli tərcümə situasiyasında da eyni halın şahidi ola bilərik.

2. Kadrda müxbirin və ya müsahibin səsi eşidilir. Reportajın bu hissəsi mətni reportyor səsləndirirsə, stəndap müsahib danışır, "simultan müsahibə" və ya "sinxron" adlanır.

3. Reperand və ya səsli-danışıklı parça (istər birinci, istərsə ikinci çıxırna yazıla bilər). Bu zaman videoyazılmanın aktuallığına və yetərliyinə görə kadrarxası mətnə ehtiyac qalmır. Məsələn, "Evronews"dəki məşhur "No Comment".

4. "Uzlaşdırılmış" reportaj. Əgər süjet peyk və ya radiorele xətti ilə göndərilirsə, materialı göndərən şəxs onu qəbul edən tərəfin səsləndirmə səviyyəsi üçün məqbul sayılan hər iki çıxırna yerləşdirir. Bir qayda olaraq, qəbul edən tərəfin yalnız bir "uzlaşdırma kanal"ını birinci çıxırna yazmaq imkanı olur. "Miks" olunmuş – qarışdırılmış kadrarxası mətni və "interküy"ü sonradan bir-birindən ayırmaq olmur. Onlar bir çıxırna yazılmış bütöv bir material kimi təqdim olunur.

5. Səssiz görüntü. Videocıxırna cizgi filmi, xəritə və ya sxem yazılarda belə olur. Bənzər görüntüləri, adətən, buraxılışın aparıcısı canlı efrədə şərh edir. Onun səsi, hər hansı əlavə yazı olmadan, mikrofondan "canlı" gedir.

Audiocıxırınların çoxluğu montaj zamanı kadrarxası mətnin birinci çıxırda yazılmasına imkan verir. Burada səs operatoru kənar səsləri və küyləri ikinci çıxırda, musiqini, müsahibələri isə üçüncü çıxırda yazır. Televiziya xəbər programı təcrübəsində əlavə səs və ya musiqinin müşayiətinə ehtiyac duyulmur və yalnız birinci iki səs çıxırından istifadə olunur.

Həm çəkilişdə, həm də montajda birinci çıxırna əsas informasiya mətni yazılır (reportyor mətni və məlumat yükü daşıyan müsahibələr). İkinci çıxırna səs fonu - interküy yazılır. Tərcümə olunan müsahibədə interküydən istifadənin xüsusiyyətlərinə xüsusi diqqət yetirmək gərəkdir. Tamaşaçı müsahibənin əvvəlində orijinal səsi eşitsin deyər müsahibin ikinci səs çıxırına yazılmış xarici dildəki nitqinin səs səviyyəsi bir neçə saniyəlik yüksəldilir. Sonra ikinci çıxırna səviyyəsi azaldılır və birinci çıxırna yazılan "səsli tərcümə" başlanır. Buna "səs situasiyası" deyilir.

## SƏS AVADANLIĞININ TEXNİKİ İMKANLARI

Kameramanın iş aləti videoavadanlıqdırsa, jurnalistinki mikrofondur. Elə buna görə də jurnalist özü çəkiliş yerinə və şəraitinə görə mikrofon seçməyi bacarmalıdır. Bunun üçün o, mikrofonların növlərinə

görə onların texniki imkanlarına mütləq bələd olmalıdır. Reportyor seçim edərkən kameramanla məsləhətləşməlidir. Onun seçiminə kameramanın şübhəsi yaranarsa, qərarını əsaslandırmalıdır.

## MİKROFON ÇEŞİDLƏRİ

Mikrofonun düzgün seçimi çox önəmlidir. Çağdaş TV-lərdə, özəlliklə xəbərlər hazırlanarkən istifadə edilən mikrofonlara göz gəzdirək:

**Kameraıçı mikrofon.** Kameranın içərisində quraşdırılan bu mikrofon tuşlanan səsyazıcı qurğu sayılır. Bənzər mikrofonlar fotokameralarda da olur. Videokameraların iç mikrofonu fotokameralarda olan mikrofondan daha yaxşı işləsə də, tez-tez çoxlu kənar səsi, o cümlədən kameranın öz küyünü də yazır. Keyfiyyətli iç mikrofonuna tək-tək rast gəlmək olur.

**Kameraüstü mikrofon.** Bu, tuşlanan mikrofon çeşididir. Daha çox kamera ilə bir dəstdə, ya da ayrıca satılır. Çəkiliş vaxtı hər dəqiqə hansısa dəyişiklik gözlənilirsə, o zaman belə mikrofonla reportaj çəkmək özünü doğruldu. Kameranın öz küyünü yazmaması üçün bu mikrofon kameranın üzərində - ayrıca sancaqla bərkidilir. Həmin mikrofonu ayrıca qarmağa keçirib çəkiliş obyektinin üstündən də asmaq olar. Bəzi televiziya verilişlərində tez-tez belə davranırlar.

**Əl mikrofonu (və ya daşınan mikrofon).** Qaynağın (danışan adamın və ya təbii səsin) yaxınlığındadırsa, daşınan mikrofonlar səsi təmiz yazır. Belə mikrofondan operativ çəkilişlərdə – sorğu, müsahibə və reportajlarda istifadə olunur. Bu mikrofon naqillə birbaşa kameraya birləşdirilir. Kameraya birləşdirilməyən əl mikrofonları da var. Bu zaman həmin mikrofon kameraya birləşdirilən qəbulediciyə siqnal göndərir. Daşınan mikrofonu, yəni əl mikrofonunu da ayrıca qarmağa bərkidib çəkiliş obyektinin üzərindən asmaq olar.

Mikrofonun kadrda görünməsi lazım bilinmirsə, bu mikrofondan özəlliklə dialoq yazarkən rahatca yararlanmaq mümkündür.

**Yaxa mikrofonu** (buna sancaqlı və ya ilgəklı mikrofon da deyilir). Bu mikrofon öz funksiyasına görə əl mikrofonuna çox bənzəyir. Fərq yalnız ondan ibarətdir ki, yaxa mikrofonu xeyli kiçikdir və paltara bərkidilir. Çoxmüsahibli verilişləri, özəlliklə uzun portret müsahibələri çəkərkən danışığı yazılanların psixoloji baxımdan rahatlığını maksimum təmin etmək üçün yaxa mikrofonları əvəzsizdir. Belə mikrofonlar radioda da olur. Bu mikrofonun yeganə mənfı cəhəti müsahibin paltarına keçirməyə müəyyən vaxt tələb etməsi, yəni vaxt itkisidir. Yaxa mikrofonundan sürəklı müsahibələrdə istifadə o baxımdan əlverişlidir ki, materialın operativliyi deyil, onun eksklüzivliyi – məxsusiliyi ön planda dayanır.

**Baş mikrofonu.** Belə mikrofonlardan daha çox musiqi verilişlərinin çəkilişində istifadə olunur. Başa taxılan bu mikrofon keyfiyyətli səs yazır. Tək çatışmazlığı yaxa mikrofonunda olduğu kimi, yalnız bir adamın səsini yazmasıdır.

**Studiya mikrofonu.** Belə mikrofonlardan, adətən, canlı xəbər proqramlarında və videoyazılarda, eləcə də öncədən studiyada çəkilmiş verilişlərin səsləndirilməsində istifadə olunur. Bu mikrofonlar studiyadankənar şəraitdə əlverişli deyil.

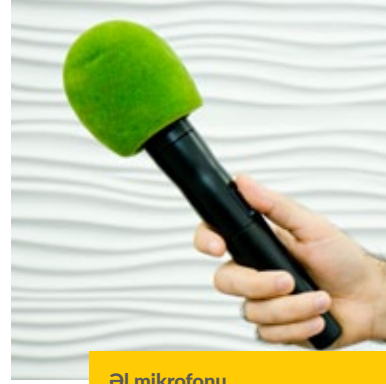
Studiya mikrofonu istər aparıcı masasının üstünə yerləşdirilə, istərsə onun başı üzərindən asıla bilər.



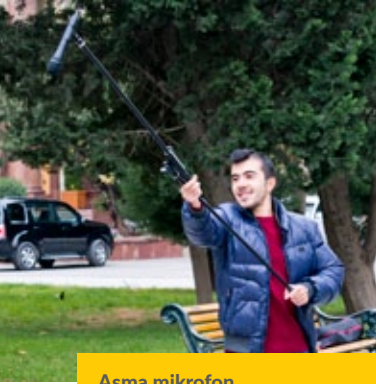
Kameraıçı mikrofon



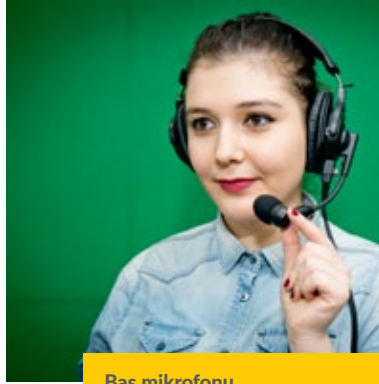
Kameraüstü mikrofon



Əl mikrofonu



Asma mikrofon



Baş mikrofonu



Studiya mikrofonu



Yaxa mikrofonu

## AUDİOREKORDER

Son zamanlar DSLR – kameraların meydana gəlməsi ilə bir çox videokameranlar audiorekorder səs yazısına keçirlər. Bu diktofonlar səsi çox keyfiyyətli yazır. Onlar kameranın üstünə bərkidilə və ya daşınan mikrofon kimi istifadə edilə bilər. Bundan əlavə, audiorekorderi qarmağa bərkidərək də səs yazmaq mümkündür. Bu mikrofon çeşidinin yeganə çatışmazlığı – səsi görüntüdən ayrı yazmasıdır. Montaj zamanı həmin səsi video ilə sinxronlaşdırmaq lazım gəlir.



## TELEVİZİYA MİKROFONLARINDAN İSTİFADƏ QAYDALARI

- Əl və yaxa mikrofonları çox həssas qurğulardır. Səs yazılarkən mikrofonu əlində və ya yaxasında gəzdirən reportyor ona və mikrofon naqilinə toxunmamağa çalışmalıdır;
- Əl mikrofonunu həmişə jurnalistin özü tutmalıdır. Onu heç bir halda respondentə ötürmək olmaz; (Foto 1)
- Jurnalist müsahibə alarkən mikrofonu qolu yarım bükülü halda və tərpənmədən saxlamalıdır. Hər hansı tərpəniş mikrofonu yazılan səsi təhrif edir.
- Stəndap jurnalistin kadrda çıxışını çəkərkən yaxa mikrofonundan istifadə optimal variant sayılır. Amma hadisə yerində stəndapı daha çox əl mikrofonu ilə - dinamik mikrofonla yazırlar. Operativ çəkilişlərdə əl mikrofonlarından istifadə daha rahatdır. Bu hallarda jurnalist mikrofonu yalnız mərkəzdə yerləşdirməlidir. (Foto 2)
- Özəlliklə güclü küy fonu varsa (yük avtomobilləri, təyyarə və kondisionerin yaratdığı və bənzər başqa səslər nəzərdə tutulur), keyfiyyətli səsyazısı üçün mikrofonu səs qaynağına yetərinə yaxın tutmaq lazımdır. Bununla belə, danışmaq yazarkən mikrofonu həddindən artıq yaxın tutmaq da olmaz. Çünki bu halda müsahibin nəfəsi eşidildiyindən fonda xışıltı yaranacaq.
- Jurnalist əl mikrofonundan istifadə edərkən optimal görüntü üçün - əlini aşağı, yoxsa yuxarı tutmaq - kameramanla məsləhətləşməlidir;
- Müsahibə və stəndap olay məkanında çəkilməlidir ki, montaj zamanı kadrarxası mətn üçün çəkilən görüntülərin interküyü ilə onların səs fonu arasında uyğunsuzluq yaranmasın;
- Yaxa mikrofonundan yararlanarkən onu respondentin paltarının elə yerinə keçirmək lazımdır ki, diqqəti yayındırmasın və o, tam sərbəst olsun. Bunun ümumi işə köməyi dəyir, çünki reportyor müsahibədən bir qədər aralı dayana bilir və çəkiliş zamanı kameramanın maneəvi imkanını çoxalır; (Foto 3)
- Asma mikrofonlardan yararlanarkən çəkilişdə yardımçıya ehtiyac doğur. Axı bu mikrofondan istifadə edən jurnalist müsahib(lər)indən uzaqda dayanmaq məcburiyyətində qalırsa, demək, müsahibəni gərəkli səviyyədə aparmaq üçün kimsə ona kömək etməli, asma mikrofonu lazımı səmtə yönəltməlidir; (Foto 4)
- Jurnalist həmişə kameramana xatırlatmalıdır ki, səsi qulaqcıqla dinləsin. Əks halda, səsyazma mexanizminin düzgün çalışmaması gözdən qaça bilər; (Foto 5)
- Əlverişsiz hava şəraitində əl mikrofonuna geydirilən ayrıca xəz başlıqlardan yararlanmaq və ya yaxa mikrofonundan faydalanmaq daha yaxşıdır;
- Videoçəkiliş zamanı yazılan səs yalnız danışığı verməyə deyil, həm də iştirak effekti yaratmağa, baş verən olayın səs ortamını sərgiləməyə hesablanır. Ancaq kameraya da elə yer seçmək lazımdır ki, kənar səslər (avtomobil mühərrikinin səsi, kameramanın nəfəsinin hənəri və ya transfokator mexanizminin küyü və s. və i.a.), olayın önəmli səslərini boğmasın;
- Montajda problem yaşanmasın deyərək çəkiliş zamanı yaxından eşidilən musiqi səsinə də diqqət yetirilməlidir. Bu üzdən çəkilişə yaxın məsafədəki televizorun, musiqi mərkəzinin və ya başqa səs

sala biləcək avadanlığın səsini maksimum azaltmaq lazımdır. Ən pis halda, yəni musiqi səsi qonşu mənzildən və ya küçədən gəlicə, onda mahnının sözlərini çıxarmaq gərəkdir;

• Müsahibə və stəndap çəkildəndən sonra istər jurnal-ist, istərsə kameraman səsyazmanın keyfiyyətini yoxlamalıdır;



Foto 1



Foto 3



Foto 2



Foto 4



Foto 5

### YADDAŞ

Reportyor çəkiliş yerini tərk etməzdən öncə bütün montaj prosesini göz önünə gətirməli və özünə bu sualları verməlidir:

- Çəkiliş yerininin səs özəlliklərini verə bilmişəmmi?
- Gərək duyduğum sualların hamısına cavab almışammi?
- Montajda yararlanmaq üçün əlavə interküy yazmağa ehtiyac qalıbmı?

Bu suallara "hə" cavabı verirsənsə, demək, yaxşı reportaj hazırlamaq olar.

## İŞIQLATMANIN ÖNƏMİ

İşıqsız və işıqlatmasız televiziya ola bilməz. İşıq yoxdursa, deməli, kadr və görüntü də yoxdur. İstənilən predmeti kadrda göstərmək üçün ona işıq salmaq lazımdır. Düzdür, yanlış işıq görüntü kadrını korlaya da bilər. İnsan gözünün qavradığı parlaqlıq diapazonu hər hansı kameranın işığı həssaslıq diapazonundan qat-qat çoxdur və bu baxımdan videogörüntülər adi gözlə görüləndən önəmli dərəcədə fərqlənə bilər. Bu səbəbdən çəkiliş yerini, özəlliklə insanları görüntüləyərkən onları eyni dərəcədə işıqlatmaq lazımdır. Televiziyada işıq iki vəzifə daşıyır: texniki və bədii. Texniki vəzifə deyərəkən çəkiliş yerlərinin standart işıqlandırılması nəzərdə tutulur ki, kamera oranı görüntülərkən təhrifə yol verməsin.

Bədii vəzifə deyərəkən xəyali və ya təsəvvür edilən tələblərin ödənilməyi üçün zəruri olan işıqlandırılma nəzərdə tutulur.

Texniki baxımdan nə baş verdiyini bilməkdən ötrü işıq avadanlığının imkanlarını və hansı halda hansı qurğudan faydalanacağını mütləq öyrənməlisən. İşıqla “yazmaq” və ya işıqla “görmək”sə sırf yaradıcı məsələdir. İşığın bədii özəlliklərini formalaşdırmaq çox mürəkkəbdır və hərtərəfli texniki biliyə yiyələnəndən bunu mənimsəmək mümkün deyil.

## İŞIQ AVADANLIĞININ TEXNİKİ İMKANLARI

İşığın üç növü var:

1. Təbii işıq (gün işığı, ay işığı)
2. Süni, yəni qurama işıq (məsələn, lampa işığı)
3. Qarışıq işıq. Bu işıq həm təbii, həm də qurama işıqdan yararır.

Bədii kinematoqraf hər səhnə mizanının çəkilməsi üçün ən əlverişli şəraitin yaradılmasını tələb edir. Bu baxımdan televiziya, özəlliklə telejurnalistika – xəbər televiziyası kinematoqrafıdan çox fərqlənir, çünki TV-də işıq bəlli kompromisə - güzəştə əsaslanır.

TV-də aramsız hərəkət var, adətən, yenidən çəkiliş imkanı yoxdur, əşya və predmetlər həm özünəməxsus, həm də öz yerindədir və yerdəyişmə gerçəkliyi təhrif etmək anlamına gəlir. İşıqlatma bir tərəfdən kameranın texniki iş şəraitinə uyğun olmalı, yalançı kölgələrin yaranmasını önleməli, digər tərəfdən studiyada və ya çəkiliş yerində işi çətinə salmamalıdır. Çəkilişin harada olmasından asılı olmayaraq işıq elə düşməlidir ki, olayın ab-havası düzgün verilsin və onun heç bir özəlliyi gözədən qaçmasın.

İşıq hər yerdə var və çəkiliş zamanı ondan hər hansı şəkildə yararlanmaq mümkündür.

Təbii işıq bu və ya digər dərəcədə naturada – təbiət qoynunda, küçədə, havada – çəkilişlər zamanı olur. Söhbət günəş, ay, hətta ulduz işığından gedir. Süni, yəni qurama işıq deyərəkən təbii işıqdan təcrid olunmuş, qapalı studiya və çəkiliş pavilyonlarındakı işıq nəzərdə tutulur.

Qarışıq işıq deyərəkən çəkilişin həm pəncərə, baca, qarıdan düşən təbii işıqda, həm də süni işıqda aparılması nəzərdə tutulur.

Çəkiliş yerində istifadə edilən əsas işıq cihazları bunlardır:

- yönləndirən və yayan isti işıq lampaları (sarı və çəhrayı) ;
- yönləndirən və yayan soyuq işıq lampaları (mavi və ağ)
- rəng taxmaları;
- işığı əks etdirən, yayan və udan xüsusi ekranlar.



## İŞIQLATMA YÖNLƏRİ:

**Ön və ya frontal işıq** - kamera tərəfdən onun səviyyəsində quraşdırılmış qaynaqdan düşən düz işıq. İşıq obyektivin oxu boyunca yönəldəndə kölgələr predmetin arxasına düşür. Ön işıq kölgələri götürür, predmetlərin fakturası, demək olar, görünür. Predmetin fakturası gözə az çarpır və özü hamar görünür. Qırışıqları ört-basdır etmək və gərəksiz kölgələri aradan qaldırmaq istərkən statik ön işıqdan yararlanmaq olar. Ön işığın qaynağı işıqlandırılan obyektə çox kiçikdirsə, işıqlı, hamar və girdə səthlərin qıraqları qaralır. Ön işıq ayrıntıları, detalları gözə çarpdırmaq istəməyəndə uzaq planlarda yararlıdır.



Ön və frontal işıq

**Yan işıq** - çəkiliş obyektinə onun sağında ya solunda yerləşən qaynaqdan düşən işıq. Yan işıq səthin cizgi və fakturasını nəzərə çarpdırır. O, tünd kölgə yaratmaqla predmetlərin həcmi və səthlərin fakturasını sezdirir. Əyri xətlili forması olan obyektlərin kölgəsi rəvan alınır. Yan işıq mənzərə çəkilişlərində də faydalıdır.



Yan işıq

**Əks işıq** - arxa işıq və ya cizgi işığı da deyil, çəkiliş obyektinin arxasındakı qaynaqdan düşən işıq. Düzünə əks işıq, təbii ki, obyektin arxasında qaldığından çox səmərəsiz olur. Amma ortadan qırağa çəkilən əks işıq obyektin bir qırağını (və ya qıraqlarını) işıqlatdığı üçün onun həmin nöqtədən baxanda cizgilərini qabardır. Bu, obyektin fonu ayırmağa və dolğunluq effekti – stereoskopik effekt yaratmağa kömək edir.



Əks işıq

**Üst işıq** - çəkiliş obyektinin düz başı üzərindəki qaynaqdan düşən işıq. Üst işıq qısa kölgələr yaradır və bürkü duyğusu doğurur. Nadir hallarda ayrıca istifadə edilir. Üst işıqdan istifadə zamanı bir qayda olaraq ən azından ön tərəfdən frontal əlavə işıqlandırma tələb olunur. Başlıca işıq qaynağının yönü görüntünün kontrastına təsir edir. Predmetlərin həcm və forma baxımından qavranması da bəlli dərəcədə kölgənin hansı tərəfə düşməsindən asılıdır.

### Klassik işıq qaynağı dəsti

Studiya çəkilişlərində onlarca işıq cihazından istifadə edilə bilər. Çəkiliş meydançasında işıqlatmanı işıq texnikləri yönəldirlər. Açıq havada təbii işıq qaynaqlarına hərdən qurama işıqlar da artırılır. Bu halda işığa kameraman cavabdehdir. Açıq havadakı çəkilişlərdə əlavə qurama işıq qaynaqları olmayan hallarda belə kameraman ən optimal görüntü nöqtəsi seçməyə borcludur. Başlıca işıq qaynaqları çəkilişin minimum şərtlərini təmin edir.



Üst işıq

## QAPALI YER VƏ OTAQLARDA ÜMUMİ İŞIQLANDIRMA QAYDALARI

- Çəkilişə başlamazdan öncə kameraman ağ rəngin balansını kökləməlidir ki, rənglər təhrif olunmasın. Jurnalistin vəzifəsi prosesi asanlaşdırmaq və tezləşdirmək üçün kameramana yardım göstərməkdir.
- Köklənmiş balans kamera söndürüldəndən sonra da saxlanılır. Bu üzdən yeni yerdəki ilk çəkiliş həmişə balans qoyulmasından başlanmalıdır. Bəzi kameralarda işıqlatma tipini öncədən müəyyənləşdirmək olur. Məsələn, “günəşli hava” (küçədə aydın havada çəkiliş), “buludlu hava” (küçədə tutqun havada çəkiliş), “közərmə lampaları” (yanan közərmə lampaları ilə qapalı yerdə, otaqda çəkiliş), “gün işığı lampaları” (otaqda gün işığı lampalarından istifadə edilən çəkiliş).
- Bir neçə obyektin bərabər işıqlandırılması üçün və bir kölgə digərinin üzərinə düşməsin deyə qapalı iri yerlərdəki çəkilişlərdə qayıdan işıqdan və ya çox yayılan seyrək işıqdan yararlanmaq daha yaxşıdır.
- İri planla çəkiliş üçün, özəlliklə müsahibə çəkərkən kameraya quraşdırılan lampa əlverişlidir. Onun işığından yararlanıb adamın üzündən gərəksiz kölgələr yığılmaq mümkündür. Belə kölgələr üst və əks işıqdan istifadə zamanı törənir. Bəzi hallarda həmin işıq görüntülənən şəxsi qıcıqlandıra bilər. Bu zaman jurnalistin vəzifəsi əlavə işığın nədən qaçılmaz olduğunu həmin şəxsə açıqlamaqdır. Bəzən bu lampanı zəif işıqla da əvəzləmək olar. (Foto 6)

- Qapalı məkanın qarışıq işığı (təbii gün işığı ilə süni “sarı” işığın qarışması) görüntünü pisləşdirə bilər: bəzi kadrlarda isti işıq, digərlərində soyuq işıq gözə çarpacaq. Bənzər görüntü qüsurlarından qaçmaq üçün kameraman belə davranmalıdır:

1. Pəncərələrə qalın pərdə tutmaqla təbii işıq qaynağını qapadır;
2. Süni işığı söndürür və təbii işıqla yetərlənməyə çalışır;
3. Hər iki işığın qarışdığı yeri seçir və mümkündürsə, çəkilişi həmin yerdə aparır.



## TƏBİİ İŞIQLATMA ZAMANI ÇƏKİLİŞİN ÖZƏLLİKLƏRİ. PRAKTİK MƏSLƏHƏTLƏR

- Aydın havada günəş və səma (göy üzü) əsas işıq qaynaqlarıdır. Daha çox göyüzünün işıqlatdığı kölgələr gün işığı düşən kölgələrə nisbətən soyuq rəngdə görünür. Mavi kölgə və sarımtıl işıqlar görüntünün kontrastını bir az da artırır. Bu, arzuolunmazdırsa, gün işığını udan ekranlardan yararlanmaq lazımdır. Gündüzün tutqun havasında və günəşli, amma duman və ya tüstülü havada işıqla kölgənin rəngləri arasındakı fərq az gözə çarpır.
- Günəş 30-60° bucaq altında işıq saçarsa, universal işıq alınır. Bu zaman üfüqi və şaquli səthlərin işıqlanma səviyyəsi təxminən eyni olur və işıqlanan sahələrin rəngləri də daha yaxşı sezilir. Belədə istər insanları,

istərsə də təbiət mənzərələrini çəkmək olar.

- Təbiətdə təbii əksediricilərə – güzgüleyicilərə rast gəlinir və bunu yaddan çıxarmaq olmaz. Söhbət qar örtüyündən, ağ qumdan, sututarlardan, işıqlı bina divarlarından gedir. Belə işıqqaytarıcılar əlavə və yumşaq alt və yan işıqlar yaradaraq üzərlərinə düşən ensiz işıq selini yayıb-seyrəldir.

- Günəş istər doğanda, istərsə də batarkən kəskin işıq kölgə kontrastı törədir. Bu zaman predmetlərin yalnız şaquli səthləri aydın görünür. Bu, təbiəti çəkməyin ən uyğun vaxtı olsa da, adamları yaxından – iri planda çəkməkdən ötrü belə işıq yararsız sayılır. Aşırı kontrastta görə, özəlliklə yan işıqdan istifadə edilə bilməz.



- Tutqun hava adamları iri planda çəkmək üçün uygundur. Ancaq bu zaman tuşlanmış yan işığa ehtiyac var. Özəlliklə hamar sifətlərə rəng kontrastları lazımdır.
- Yayda və yazda uzaq planları axşamçağı deyil, səhər işığında çəkmək daha uygundur. Nəzərə almaq lazımdır ki, çox isti havadan sonra şəffaflyq azalır.
- Günorta günəşi daha çox üfüqi səthləri işıqlatdığından çəkilişə yararsızdır. Ancaq meşə talalarında, dərin karxanalarda, quyuyabənzər həyətlərdə məhz belə təbii işıq olur. Bu zaman işıqaytarıcı ekranlardan istifadə edərək alt işıqdan faydalanmaq lazımdır.

- Günəşli havada ağacların altında çoxlu işıq ləkəsi və parıltı yaranır. Bu səbəbdən park və ya meşədə çəkilişləri tutqun havada aparmaq daha yaxşıdır. Çəkiliş yeri kimi talanı seçmək daha uygundur, çünki bu halda, az da olsa, göyüzü görünür.
- Yüksəkdəki parlaq günəş aşırı dərəcədə sərt kontrast törətdiyindən küçənin kölgəli səmtində çəkiliş aparmaq daha yaxşıdır.

Çəkiliş yerini tərk etməzdən öncə, jurnalist kameramandan xahiş etməlidir ki, videogörüntülərə sürətli rejimdə baxsın və işığı yetərsiz təsir bağışlayan görüntülərə diqqət yetirərək bu sualı cavablasın: çəkilən görüntülər işığa verilən əsas tələbləri ödəyir, ya yox?

## TAPŞIRIQLAR

1. Olay yerinə cevik və statik plan çəkin.
2. Eyni obyektin böyüklüyünə görə bir neçə planını çəkin.
3. Eyni obyektin kadrda yerini dəyişdirərək bir neçə planını çəkin.
4. Hadisə yerində çəkilən planları məzmununa görə ayırın: köklənti planı, önəmli açar planlar, ara planlar, hadisə yeri barədə təsəvvür yaradan detallar, qıfıl plan.
5. Verilən mövzuya əsasən olay yerində stəndapın çəkilişi üçün ən optimal yeri seçin və stəndap çəkin.
6. Müsahibə çəkilişi üçün ən optimal plan seçin və çəkin.
7. Əvvəlcədən yazılmış reportaj üçün videosıra çəkin.
8. Videometaforalarla zəngin reportaj üçün videosıra çəkin.
9. Şəraitdən və vəziyyətdən asılı olaraq müxtəlif mikrofonlardan istifadə edərək bir neçə müsahibə çəkin.
10. Xarici dildə müsahibə çəkin və montaj zamanı həmin müsahibənin tərcüməsini birinci cığırda verin.
11. İnterküsyiz çəkilən reportaj üçün əlavə səs ya da musiqi seçin.
12. Qaranlıq qapalı məkanda işıqlandırıcılardan istifadə edərək çəkiliş aparın.
13. Açıq havada işığı əks etdirən, yayan xüsusi ekranlardan istifadə edərək çəkiliş aparın.
14. Eyni obyekti işıqlandırmanı dəyişərək (ön işıq, yan işıq, əks işıq, üst işıq) çəkin.
15. Çəkiliş məkanlarını dəyişərək (təbii işıqlanan qapalı məkan, süni işıqlanan qapalı məkan, günəşli hava, buludlu hava) çəkin.

## ƏDƏBİYYAT

1. Zeynal Məmmədli. A-dan Z-yə telexəbər. B., 2000
2. Пол Стейнли. Университет Майами. Телевизионный репортаж. Практическое пособие для профессионалов. Издательство "Аспик Д", М. 1997 (<http://goldenrose.narod.ru/siemka/reportaj/index.htm>)
3. Телевизионная журналистика. 4-е издание. Издание Московского Университета "Высшая школа" 2002 Глава 6. [http://evartist.narod.ru/text6/30.htm#\\_top](http://evartist.narod.ru/text6/30.htm#_top)
4. Brody E.W. Communication Tomorrow.: N.Y., Webster, 1990 г.
5. Stan Le Roy Wilson. Mass Media / Mass Culture.: N.Y., McGraw-Hill, Inc., 1992 г.

## TELEXƏBƏRİN HAZIRLANMASI

- Hansı mövzu daha çox diqqət çəkir?
- Xəbərlə olay arasında niyə bərabərlik işarəsi qoymaq olmaz?
- “Dörd doğru qaydası” nədir və hansı xəbər hazırlama üsulları var?
- Telexəbər hazırlarkən hansı tələblər ödənməlidir?
- Telexəbərdə inam, balans və ədalət necə qorunur?
- Telexəbər ssenarisi necə yazılır?
- Kadrda çıxışdan, interküy və xəbər qrafiklərindən necə yararlanmaq olar?
- Telexəbərin montaj və redaktəsi zamanı nələr nəzərə alınmalıdır?

Harada göstərilə də - özəl, yaxud ictimai TV-lərdə - xəbərlər ictimai yayım sayılır və bu üzdən, yəni cəmiyyət həyatına təsir gücü böyük olduğundan xəbərçilik fəaliyyətinin bir çox məqamları (plüralizmin qorunması, özəl yaşama müdaxilə və s. incəliklər) qanunlarla tənzimlənir. Elə həmin səbəbdən xəbər mövzularının seçilməsi də bəzi şərtlərə bağlıdır.

## HANSI MÖVZU DIQQƏTİ DAHA ÇOX ÇƏKİR?

Öncəki bölümlərdən bildiyiniz bəzi anlayışları bir daha gözdən keçirək. Həm bildiklərinizi təkrarlar, həm də bəzi anlayışları daha dolğun qavramaq imkanı qazanarsınız.

Telexəbər mövzusunu seçərkən, təbii ki, “yazmaq”, “eşitdirmək” elementlərindən daha çox göstərmək elementinə köklənməlisən. Olayı görüntüləyib göstərə bilməyəcəksənsə, onu 3 biçimdə vermək olar:

- şifahi xəbər (diktör xəbəri);
- telekörpü və ya telefon bağlantısı (reportyor birbaşa efirə qoşularaq olayı xəbərləyir);
- fotoxəbər (yeganə görüntü kadrının üzərində xəbər spikerinin – aparıcının səsi ilə).

Sözgedən biçimlər daha çox olayla bağlı ayrıntıları – incəlikləri bilmək, artıq göstərilmiş xəbərə ilkin münasibəti açıqlamaq baxımından keçərli sayıla bilər. Deməli, hər hansı mövzunun görüntülənmə-görüntüyəyətma-görüntüyəgəlmə dərəcəsi, istər-istəməz, mövzu seçiminə təsir göstərir.

Tutalım, “cinayət” olayı barədə xəbər ekrana daşınırsa, məhz hansı cinayət əməlinə söhbət getdiyini aydınlaşdırmaq lazımdır, çünki qətl, dolandırıcılıq-dələduzluq-fırıldaqçılıq, oğurluq-talan-soyğun-çarpqın-qarət, uyuşdurucu maddə istehsalı və satışı, şantaj, zorlama, təhqir və s-in hamısı cinayət anlayışına daxildir. Sözügdən əməllərin hər biri seyrçi diqqətini çəkə bilər, ancaq qətl olayı təhqirdən, adam oğurluğu adı soyğundan daha çox diqqət çəkəcək. Nədən? O səbəbdən ki, tutalım, qətl hadisəsi tək-tək hallarda baş verir, amma təhqirlə, ən azı məişət səviyyəsində, qat-qat çox rastlaşırsan...

Hər cəmiyyətin öz seyrçi özəlliyini diqqətə almaqla yanaşı, daha bir danılmaz gerçək də var: mövzunu olaya çevirməsən və ya olayı görüntüləyə bilməsən, bütün əməyin batacaq.

## OLAYLILIQ

Mövzunu olaylaşdırmadan xəbər sənəti xəttini qurmaq, yəni xəbər görüntülənməsini və anlaşılıqlı olmasını təmin edən tarixçəni və ya əhvalatı müəyyənləşdirmək (çünki TV həтта olay göz önündə olanda, məsələn, yangın baş verəndə də olub-bitənləri insandan keçirməyə və sanki “qaynar” və ya “isti” xəbəri “soyutmağa” məhkumdur) mümkün deyil. Bu baxımdan mövzu və olay arasındakı prinsipial fərqi unutmamaq lazımdır. Çap mediasında verilən xəbəri tam görüntüləmək istəsək, məlum olacaq ki, oxuyanda hadisə təsiri bağışlayan və ya hadisə olması şübhə doğurmayan xəbər TV-də yalnız söz yığını kimi görünəcək. Başqa sözlə, qəzet (dərgi) xəbəri mövzunu olaya çevirmək üçün konkret insana ehtiyac duymursa və uyğun baxış bucağı tapmaqla mövzunu aktuallaşdırma və xəbərə çevirə bilirsə, TV-də həmin xəbər yenidən mövzuya dönüşərək olaylıqdan çıxır. Eyni proses radio-xəbərlə də baş verə bilər. Sırf radio xəbərini TV-yə qohumlaşdırmaq ən danılmaz özəllik məxsusi müsahibələrdən daha çox təbii səslər—interküydür. Deyilənlərin işığında “olay” və ya “olaylılıq” anlayışlarına aydınlıq gətirməyə çalışaq.

Media təcrübəsinə göz atarkən olay (hadisə) anlayışının bəlli bir təkamül yolu keçməsi və cəmiyyətin təkamülü ilə uzlaşması şübhə doğurmayaacaq. Bu anlayış “müxtəlif faktların bəlli bir məkan və zaman içində oluşması” (1; səh.209), “mübahisəyə zəmin hazırlayan məlumat” (2; səh. 197) və nəhayət, “jurnalistlərin izləmək imkanında olmadığı faktlar” (3; səh 123) şəklində yozulub (təbii ki, çoxsaylı başqa yozumlar da var).

Bəs xəbərlə olay (hadisə) arasında hansı bağlılıqlar var? “Xəbər bir olay deyildir, baş verəndən sonra qavrana biləcək faktdır. Xəbər olayın ekvivalenti deyil, ancaq olayın əsas çərçivəsi içində təkrar qurula bilər. Bu, xəbər hədəfidir” (3; səh.124). İstər-istəməz, başqa sual ortaya çıxır: xəbərlə gerçək arasında hansı əlaqələr var?

Burası danılmazdır ki, olay xəbər xammalıdır. Olayı olay edən faktlar, yəni doğrulanmış bilgilər gerçəyə söykənir. Xəbərlə olay arasında bərabərlik işarəsi qoymaq mümkün olmadığından, daha bir nəticəyə varırıq: hər hansı xəbərdə gerçəyin payı dəyişkəndir. “Gerçək qalıcı, xəbər uçucudur” (1; səh. 209).

### Çox önəmli 5 xatırlatma:

- Olay xəbər xammalıdır;
- Olayı olay edən faktlar, yəni doğrulanmış bilgilər gerçəyə söykənir;
- Xəbərlə olay arasında bərabərlik işarəsi qoymaq mümkün deyil;
- Hər hansı xəbərdə gerçəyin payı dəyişkəndir;
- Gerçək qalıcı, xəbər uçucudur

Hələ TV təcrübəsinin yaşanmadığı dövənlərdə Uolter Lipman vurğulayıb ki, xəbərlə gerçək arasında bərabərlik işarəsi qoymaq olmaz. Xəbər missiyası hər hansı olayı çatdırmaqdır, gerçəyin missiyası isə açıqlanmayan faktları gün işığına çıxarmaq, həmin faktlar arasında bağlantı qurmaqla gerçəyin rəsmini çəkmək və insanların diqqətinə yetirməkdir (12; səh. 213).

Xəbər canı və qanı – bəlli mövzu daxilindəki dəyişikliklər zənciri, yəni olaydır. Bunu jurnalistika uydura bilməz. Bənzər cəhdlərlə uğraşan jurnalistika xəbərciliklə - bilgiləndirməklə deyil, yönləndirməklə məşğuldur.

### DIQQƏT!

Olay deyərəkən bəlli mövzu daxilindəki qarşılıqlı bağlı dəyişikliklər nəzərdə tutulur.

“Olaylılıq” deyərəkən sözügedən dəyişikliklərin seyrçilərdən asılı olmayan bir özəlliyi – azrastlanma nəzərdə tutula bilər. Bunu qeyri-ədilik və ya adiyəsiğməzlik da adlandırmaq mümkündür. Xəbər “ovuna” çıxan reportyor anlayır ki, məhz azrastlanan və ya alışılmış gerçəklərin hüdudlarını aşan olayı işıqlandırarsa, həm prodüseri, həm də seyrçiləri razı salacaq.

### DIQQƏT!

“Olaylılıq” deyərəkən sözügedən dəyişikliklərin seyrçilərdən asılı olmayan bir özəlliyi – azrastlanma və ya adiyəsiğməzlik nəzərdə tutula bilər

## OLAYIN ELEMENTLƏRİ

Azı üç elementin adını çəkmək olar:

- Qaynaq;
- Yetiklik (bilməklilik də demək mümkündür);
- Zaman.

**Qaynaq.** Qaynağın necəliyi olaya dəyər qazandıra və ya onun dəyərini azalda bilər. Universitet professoru benzinin qiymətinin tezliklə artacağını deyirsə, bu, sadəcə ehtimaldır, ancaq mütəxəssis söylədiyi üçün əsaslı ehtimaldır. Eyni fikri hökumət başçısı və ya yanaq naziri deyirsə, seyriçilərdən ötrü həmin məlumat dəyərini artıracaq, çünki sözügüdən məlumatın doğrulanma ehtimalı çox yüksək olacaq.

Hər hansı qaynağın öz arqumenti var. Peşəkar reportyor həmin arqumentləri diqqətlə dinləyir və yetirdiyi xəbərin etibarlılıq dərəcəsini yüksəldir.

**Yetiklik.** Olayla bağlı bilgilər nə qədər az adama məlumdursa, bu olayın xəbər potensialı o qədər yüksək olacaq. Jurnalistlər arasında gəzərgi bir deyim var: kiminsə sənə nəşə demək istəməsi xəbər deyil, kiminsə səndən nəşə gizlətmək istəməsi xəbərdir. Bu zaman önəmli olan maraq doğuran hadisələrin necə gəlişdiyini nə qədər insanın bilib-bilməməsidir, yəni olayın ən dəyərli özəlliyi odur ki, yalnız məlumat qaynağına, uzağı, onun həmkarlarına və az sayda adama məlum olan hadisə xəbərlənsin. Digər TV, radio və qəzetlərin xəbərlədiyi hadisənin dəyəri, təbii ki, azalacaq və sözügedən hadisəni anlamaq baxımından hər hansı önəmli məlumat əlavə etməsən, həmin xəbəri proqrama daxil etməyin mənası yoxdur.

**Zaman.** Xəbərə “tez xarab olan məhsul” adını qoyanlar və ya onu şərəblə müqayisə edənlər həm doğru danışır, həm də yanılırlar. Aydın məsələdir ki, xəbəri zamanında çatdırmaq lazımdır, ancaq bu heç də o demək deyil ki, daha öncələr baş verən, amma gizli qalan olayı xəbərləmək olmaz. Digər tərəfdən o da düzdür ki, xəbər qaldıqca və köhnəldikcə dəyərini artırmır və bu baxımdan onu şərəba bənzətmək yalnız bir halda özünü doğrulda bilər ki, əvvəllər məlum olmayan bilgiləri insanlara yetirəndə onlar bundan təsirlənir və sanki şərəbin təsirinə uğrayırlar.

Ümumiyyətlə, xəbərlə zaman arasındakı bağlantılardan söz açarkən deməliyik ki:

- Öncədən haqqında məlumat olmayan hər hansı önəmli olay baş verdiyi anda deyil, üzə çıxdığı anda diqqəti çəkir;
- Zaman rəqib media quruluşları ilə rəqabət baxımından önəmlidir: vacib bir olay barədə bildiyin xəbəri sən çatdırmasan, həm rəqiblərinə uduzacaqsan, həm də səni olayı bilərəkdən gizlətməkdə təqsirləndirə bilərlər.

## TAMAMLAYICI BİLGİLƏR VƏ YA MƏLUMATA “ƏLAVƏ”

Belə qaynaqlar 3 çeşiddə telexəbərə yol açır:

1. Çevrilən olay: qısa məlumat sonra ayrıca diqqət oyadan daha önəmli olaya çevrilir. Təhlil, tikinti sektorunda vergi güzəştlərinin tətbiqi barədə qərar verilir və sonradan məlum olur ki, bu qərar inşaat işləri bir şirkətin əlində cəmləşəndən sonra qəbul edilib.

2. Çoxbölümlü olay: indi baş verən olayın necə bitməsi, mərhələ-mərhələ, sanki seyrçinin gözü önündə izlənir. Məsələn, “ölkənin futbol yığmasına yeni baş məşqçi (filankəs) hansı pullarla gətirilir?” sualı 3 sükətdə cavablanır: 1-ci xəbərdə yığma komandada yeni baş məşqçiyə tələb, niyə məhz çoxməsrəfli əcnəbi mütəxəssisin gətirilməsi; 2-ci xəbərdə bu barədə xarici mətbuatda əksini tapan məlumat və faktlar; 3-cü xəbərdə isə “kommersiya sirtinin arxasında nələrin gizlənməsi” və baş məşqçiyə ödənəcək pulların “büdcədən kənar məşəyi” barədə bilgilər vurğulanır.

3. Ertələnən olay: sanki olayın xəbərənəsi sonraya saxlanılır və öz vaxtını gözləyir. Məsələn, ilk baxışda əhəmiyyətsiz olay araşdırmaların gedişində çoxmiqyaslı bir cinayətin üzə çıxarılması ilə nəticələnir. ABŞ-da baş vermiş məşhur “Uotorgeyt məsələsi” – Prezident Niksonun istefası ilə bitən olay çox adi bir tapşırıqdan başlamışdı: “Washington Post” qəzeti 2 reportyorunu ötən gecə Demokrat Partiyası qarargahında baş verən soyğun barədə əlavə məlumat toplamaqdan ötrü polis idarəsinə göndərmişdi. “Yəqin ki, onlar bu tapşırığı darıxdırıcı iş saymışdılar, ancaq ilyarım keçəndən sonra bu iki müxbir prezidenti aşırıraq bütün dünyanın ən məşhur jurnalistlərinə çevrildilər” (4).

Beləliklə, yadda saxlayaq!

Tamamlayıcı və əlavə bilgilər 3 çeşid olay barədə telexəbərə yol açır:

**1. Çevrilən olay:** qısa məlumat sonra ayrıca diqqət oyadan daha önəmli olaya çevrilir;

**2. Çoxbölümlü olay:** indi baş verən olayın necə bitməsi, mərhələ-mərhələ, sanki seyrçinin gözü önündə izlənir;

**3. Ertələnən olay:** sanki olayın xəbərənəsi sonraya saxlanılır və öz vaxtını gözləyir

### Şəxsi müşahidə

Təkcə görməyi deyil, gördüklərinizi sezməyi və təkcə eşitdiklərinizi deyil, eşitdiklərinizi dinləməyi bacarmalısınız. Əslində, məsələ daha çətindir: sanki qulağınızla sezməyi və gözlərinizlə dinləməyi öyrənmək lazım gəlir. Olayı uydurmaq mümkündür və həttə bir-iki dəfə sizə uğur da gətirə bilər. Ancaq gec ya tez, bunu biləcək və istedadınızı bədi sahələrdə sınağa məsləhət görəcəklər (Təbii ki, bu zarafata aldanmağa dəyməz. Sırf peşəkarlarla çalışırınsınızsa, hər şeyin bilincində olub həmkarlarınızı və ən önəmlisi, seyrçilərinizi aldatmısınızsa, sizi, sadəcə, işdən çıxaracaqlar). Ən yaxşısı, çevrənizə göz gəzdirin, həyatın düz içinə boylanmaqdan çəkinməyin. Dan ağarar-ağarmaz, əlindəki son qəpiyini verib qəzet alan və bundan sonra düz bir çörəyə yetəcək qədər para dilənib, böyük şəhərin kiçik döngələrində gözdən itən qarını izləmək, bəlkə də, sizə həyatınızın reportajını hazırladacaq?!

### ÖNƏMLİ XATIRLATMA!

“Kim? Nə? Niyə?” suallarını ən müxtəlif durumlarda və ən müxtəlif adamlara ünvanlasanız, siz xəbəri tapmasanız da, **xəbər sizi tapacaq!**

## "DÖRD DOĞRU" QAYDASI NƏDİR?

Media təcrübəsindən irəli gələn "4 doğru" qaydası, təbii ki, TV-də də önəmini tam qoruyur.

Reportyor hər hansı olay barədə bilgi toplamaq üçün sual verməyə məcburdur. "Dörd doğru" qaydasına əməl etməyəndə sözügedən olayı əsl xəbərə çevirmək mümkün deyil. Həmin qaydanın açıqlaması budur ki, doğru cavab almaqdan ötrü sualı düzgün qurmalı, həmin sualla kimə və nə vaxt üz tutmağın dəqiqləşdirməlisən.

"Dörd doğru" və ya "4D" qaydası

# 4D

1. Doğru sual;
2. Doğru adam;
3. Doğru zaman;
4. Doğru biçim.

Bu 4 şərtin birləşməsindən yaranan "4 doğru" qaydasını belə ifadə etmək olar:

Doğru sualı doğru adama doğru zamanda və doğru biçimdə soruşmaq gərəkdir!

## XƏBƏR HAZIRLAMA ÜSULLARI

Telexəbər hazırlama üsulu, təbii ki, bir qəzet və ya radio xəbərindən xeyli fərqlənir, amma bütövlükdə ortaq özəlliklər var.

**Mass Media təcrübəsində xəbər hazırlamanın 4 üsulundan söz açmaq olar:**

1. Çevrilmiş piramida üsulu;
2. Düz piramida üsulu;
3. Kvadrat üsulu;
4. Danışq dili üsulu

**Çevrilmiş piramida üsulu.** Bu, ən köhnə və indiyədək ən çox istifadə olunan xəbər hazırlama texnikasıdır. "Çevrilmiş piramida"ya görə, oxucu (seyrçi, dinləyici) marağı əsas götürülür və xəbərlə bağlı ən önəmli, ən diqqətçəkən elementlər ön plana çıxarılır.

**Cevrilmiş piramida üsulunun başlıca özəlliyi:**

- hədəf auditoriyasının marağı əsas götürülür;
- ilk olaraq xəbər qısa məzmunu verilir

**Cevrilmiş piramida üsulunun üstünlükləri:**

- qısa məzmun xəbər sonrakı hissələrini oxumağa həvəsləndirir;
- xəbərdə əksini tapan bilgiler ən önəmlidən nisbətən az önəmliyə doğru sıralanır;
- hər hansı təkrarın qarşısı alınır;
- xəbəri qısaltmaq və ya uzatmaq asanlaşır;
- xəbər daha asan və sürətlə hazırlanır

**Bir örnək:** İngiltərənin paytaxtı Londonda baş nazirlik və bəzi nazirlik binaları təxminən 11 ay sonra yenə İRA yaraqlılarının əl bombasından zərər gördü.

Xəbər giriş hissəsində xəbəryazma düsturunun bu sualları cavablanır:

Harada? Bomba haraya qoyulmuşdu? (İngiltərənin paytaxtı Londonda)

Kim? Bombanı kim qoymuşdu? (İRA yaraqlıları)

Nə? Bir bombalama olayı.

Xəbər gövdə hissəsi: İngiltərənin baş naziri Con Meycorun iqamətgahından 100 m uzaqda – Müdafiə Nazirliyinin binası önündə səhər erkən saatlarında partlayan və təxminən 17 km məsafədən səsi eşidilən əl bombasından ölən və yaralanan olmayıb.

Harada? – Olay harada baş verib? (İngiltərənin baş naziri Con Meycorun iqamətgahından 100 m uzaqda – Müdafiə Nazirliyinin binası önündə)

Nə zaman? – Olay nə zaman baş verib? (Səhər erkən saatlarında)

Necə? – Olay necə baş verib? (Əl bombasının atılması nəticəsində)

Xəbər gövdə hissəsinin davamı və sonluq: Partlayışdan sonra İngiltərə Fəhlə Partiyası, Sosialistlər partiyası və Con Meycor olayı nifrətlə qınadıqlarını bildiriblər. "Tək sevincimiz – ölən və yaralananların olmamasıdır," – deyən baş nazir bənzər olayları mütləq əngəlləyəcəklərini də dilə gətirib (daha sonra partlayış və bu olaya münasibətlə bağlı açıqlamalar, əks-sədalər diqqətə yetirilir).

**Düz piramida üsulu.** Adından bilindiği kimi, Cevrilmiş piramida üsulunun tam əksi nəzərdə tutulur: xəbər öncə olayla bağlı incəlikləri – detalları (ayrıntılarını) və daha sonra əsas məlumatı diqqətə yetirir.

**Düz piramida üsulunun başlıca özəllikləri:**

- olay sanki bir hekayə kimi anladılır;
- olayla bağlı az önəmli elementlər önə çəkilir;
- əsas xəbər yükü daha sonra bildirilir.

**Düz piramida üsulunun digər özəllikləri:**

- təsviri bir girişlə başlamaq üçün giriş cümlələrində subyektiv mülahizəyə yer verilir;
- qəzet xəbərçiliyindən daha çox jurnal (dərgi), TV və radio xəbərçiliyinə uyğun gəlir

**Bir örnək:**

- *Türkiyə Nazirlər Şurasında Bülent Ecevitin istəyi ilə 7-ci dəfə quru lobyaya yeyildi. "Hüsrev lokantası" adı ilə məşhur yeməxananın sahibi Abdullah Hüsrev: "Nazirlər lobyaya yeyəndə daha yaxşı çalışırlar" - dedi.*
- *Nazirlər Şurası quru lobyası ilə tanınan "Hüsrev lokantası"nın müdavimi oldu. Quru lobyayı çox sevdiyi bilinən baş nazir Bülent Ecevitin istəyinə görə, bugüncədə 46-cı dəfə toplaşan Nazirlər Şurasında 7-ci dəfə quru lobyaya yeyildi.*
- *Baş Nazirlik Dəftərxanası müdirinin bir gün öncə sifariş verdiyi quru lobyaya Nazirlər Şurası üzvləri üçün özəl hazırlandı. Nazirlər Şurasına göndərilən 60 adamlıq yemək menüsündə quru lobyadan başqa plov, turşu və ocaqda bişən südəşi vardı. 300 milyon lirəlik hesabı da Baş Nazirlik Dəftərxanası ödədi (daha sonra "Hüsrev lokantası" sahibinin fikirləri, Ecevitin həyatında quru lobyanın yeri, quru lobyanın hazırlanma özəllikləri və olayın digər önəmli ayrıntıları diqqətə yetirilir).*

**Kvadrat üsulu**

Xəbər düsturuna daxil edilən bütün sualları (4N+1HK) cavablandırmaq zərurəti doğanda istifadə edilir. Olayın ayrıntılarına – xırdalıqlarına daha az yer ayrılır və onun əsas xəbər yükünə diqqət çəkilir.

**Kvadrat üsulunun başlıca özəllikləri:**

- olayın əsas xəbər yükü verilir;
- "niyə?" sualının cavabı xəbərin giriş hissəsində verilir;
- ayrıntılar get-gedə azalan sıra ilə verilir;
- mövzu açıqlayıcı səciyyəyə daşıyan eyndəyərli abzaslarda anladılır.

**Kvadrat üsulunun digər özəllikləri:**

- xəbərin hər abzası eyndəyərli olduğundan bütün abzaslarla tanış olmaq lazım gəlir;
- çətin anlaşılan olaylarda istifadə olunur;
- subyektiv mülahizələrə, şərhlərə önəm verildiyindən daha çox dərgi jurnalistikasında əksini tapır;
- xəbər blok-blok, yaxud ayrıca kvadratlar biçimində yazılır

**Kvadrat üsulunda yazılan xəbərə örnək:**

(Xəbərin giriş hissəsi)

• "23 Nisan" (Türkiyə Cümhuriyyəti Parlamentinin – Böyük Millət Məclisinin ilk toplantısının keçirildiyi gün) törənləri, "Maykl Ceksonun konserti", "Cümhuriyyət bayramı" deyərəkən, havaya rəngli fişənglər atmaq artıq milli əyləncəmiz oldu. Festival açılışlarından təməl atma törənlərinə, idman qarşılaşmalarından tanıtma mərasimlərinə, partiya mitinqlərindən toy mərasimlərinədək hər cür tədbirin bir nömrəli atraksionu göy üzündə fişəng partlatmaqdır!

(Xəbərin gövdəsi)

- İlk dəfə 1988-ci ildə -- 2-ci Boğaz Körpüsünün açılışında görmüşdük bayram atəşfəşanlığını. İstanbulla gələn yaponlar göyüzünü rəngarəng işıqlarla boyamışdılar. Oxuyar-əşidər-görərdik ki, amerikalılar Birləşmiş Ştatların quruluş ildönümlərini küçələrə axışdırıb havaya atılan fişənglərin al-əlvən sayrışması və monoton gurultusu altında qeyd edirlər. Beləcə, atəşfəşanlığa alışdıq!
- (...) Beləcə, səmadakı bu işıq sayrışmaları insanların gözlərini oxşamağa davam etdikcə və hər kəsin ovqatına uyğun mahnı, marş səsləndikcə, bu atəşfəşanlıq bayramlardan təntənəli açılışlara, futbol qarşılaşmalarından partiya mitinqlərinə və nəhayət, toy-nişan mərasimlərinədək hər cür bayramın bir parçası olaraq qalacaq...

Daha sonra digər ayrıntılar, önəmli məqamlar verilir və xəbər tamamlanır.

**Danışıq dili üsulu.** Bu üsul “isti xəbər”lərdən daha çox faydalanan TV və radio jurnalistləri arasında yayılıb. “Niyə?” sualına da ehtiyac qalmır, çünki ekran və efir jurnalistikası məhz danışıq dilinə meyllidir.

**Danışıq dili üsulunun əsas özəllikləri:**

- insanların danışdığı dildə yazılır;
- danışığa əsaslandığı üçün daha tez anlaşılır;
- sanki qarşıdakı müsahib(lər)ə ünvanlanır;
- xəbəri informasiya buraxılışının aparıcısı və ya reportyor səsləndirir.

**Danışıq dili üsulunun digər özəllikləri:**

- reportyor məhz indi nə baş verdiyini və məhz indi gördüyünü anladır;
- sadə və qısa cümlələrdən istifadə edilir;
- daha az sayda sözdən istifadə olunur;
- daha çox bilgi verməyə can atılır;
- açıqlamalara və keçmişdə baş verən bənzər olaylar barədə məlumata daha az yer verilir və ya heç yer verilmir

**Bir neçə örnək:**

• *İndicə aldığımız xəbərə görə, Şəkiddə (Harada?) 100 ədəd saxta 50 manatlıq banknot (Nə?) ələ keçirilib. Olayla bağlı 2 nəfər yaxalanıb. Daha bir nəfərin də axtarıldığı bildirilir.*

• *Daha bir xəbər. İsmayılı rayonunun Qoşakənd civarındakı meşəlikdə (Harada?) yanğın (Nə?) başlayıb. Şiddətli külək yanğını bütün meşəliyə yaysa 10 hektar yaşıllıq sıradan çıxıb. Fövqəladə Hallar Nazirliyindən verilən bilgilərə görə, yanğınsöndürənlərin ilk dəstəsi indi Qoşakəndə çatmaq üzrədir.*

• *İçərisində 250 sərnişin olan və İtaliya Hava Yollarına aid təyyarə (Nə?) Romadan Honkonqa uçarkən (Nə zaman?) “bomba var!” xəbərdarlığı üzündən (Niyə?) İstanbul Atatürk Hava Limanına (Haraya?) məcburən (Necə?) endirilib. MD-11 tipli təyyarə (Nə?) Türkiyə hava sahəsində – Siirt üzərində olarkən Roma polisində çatdırılan bomba xəbərdarlığı ucbatından (Niyə?) uçuş yönünü dəyişərək İstanbula (Haraya?) üz tutmağa məcbur qalıb. Təyyarədəki sərnişinlər boşaldıldıqdan sonra aparılan axtarışlarda hər hansı partlayıcı maddə tapılmayıb.*

## NƏDƏN XƏBƏR HAZIRLAMAQ OLAR?

Reportyor hər hansı olay, fikir və ya müsahibə ilə qarşılaşanda, istər-istəməz, öz-özündən soruşur: görəsən, bundan xəbər hazırlamaq olar (hələlik, olayın görüntü və səs sırasını hesaba qatmayaraq)? Həmin suala cavab axtarışı reportyoru yeni sullarla üzləşdirəcək.

**“Nədən xəbər hazırlamaq olar?” sualının doğurduğu suallar:**

- bu məlumat xəbər dəyərlərinə nə dərəcədə uyğundur?
- nə qədər insana və nə dərəcədə maraqlıdır?
- insanların şəxsi işləri, iş yerləri, müdirləri və cəmiyyətlə əlaqələri baxımından maraqlıdır mı?
- bu barədə xəbərin önəmli nəticə doğurma ehtimalı nə qədərdir?

Medianın olay seçiminə birbaşa təsir göstərən şərtlərlə tanış olaq.



## MƏDİANIN OLAY SEÇİMİNƏ TƏSİR GÖSTƏRƏN AMİLLƏR:

- zamanlama – söhbət olayın vaxtında sezilməsindən, yəni konkret KİV-in maraq dairəsində olduğu zaman baş verməsindən gedir. Təxmin, 1-2 saat və ya daha az zaman içərisində gerçəkləşən olay TV və radio xəbərlərinə, eləcə də gündəlik qəzetlərə daha uyğundur;
- böyük maraq – olay doğrudan da çox dəyərlidirsə və daha çox adamın diqqətini çəkəcəksə, demək, xəbər ola bilər;
- açıqlıq/danılmazlıq – olayın xəbər olmağa uyğunluğu şübhə doğurmur;
- mədəni uyğunluq – cəmiyyətin mədəni səviyyəsinə və ya hədəf auditoriyasının maraq dairəsinə daha yaxın olan olaylar daha çox izlənilir;
- uyğunluq – haqqında bəhs ediləcək olay gözləntilərə nə qədər uyğun gələrsə, o qədər asan xəbər ola bilər;
- bir anda baş verən olaylar – sakit axarlı olaylar arasında ən gözlənilməz və adi təsəvvürə uyğun gəlməyən olaylar xəbər olmağa ən çox uyğun gəlir;
- davamlılıq – xəbər olmağa layiq bilinən olayla bağlı bəzi gəlişmələr və ya başqa olaylar da diqqətə yetirilərsə, sözügedən olaydan xəbər hazırlana bilər;
- kompozisiya – haqqında xəbər hazırlanacaq olaylar buraxılışda (və ya qəzetdə) balansın qorunmasına, əks və fərqli baxışların diqqətə yetirilməsinə yardımçı ola bilər (bax: 6).

## REPORTYOR İŞİNİN 10 QAYDASI

ABŞ araşdırıcıları Johan Galtunga və C. Vincent Richarda görə, hədəf auditoriyasının, yaxud konkret media kanalından yararlanın sosial-mədəni dəyərləri də xəbərin seçilməsinə təsir göstərən amillər sırasına daxil edilməlidir (6; səh.67).

Qiyətləndirmələr zamanı, bir qayda olaraq, beş ciddi meyar əsas götürülür. Bu meyarların ən azı biri ödənilərsə, həmin xəbər buraxılışa daxil edilə bilər (hərçənd, xəbər prodüserlərinin fərqli xasiyyət və davranışlarını da unutmağa dəyməz).

Xəbərləri efrə verib-verməməyin 5 meyarı:

1. Xəbər seyrçi üçün əməli fayda daşımali və o bu xəbərdən aldığı bilgilər hesabına öz sonrakı davranışlarını dəqiqləşdirmək imkanı qazanmalıdır. Təxmin, havaya görə necə geyinməkdən tutmuş, manatın xarici valyutalara nisbətə məzənnəsinə, yol tıxaclarından ünlü ifaçıların konsert təqvimlərinə cən ən müxtəlif xəbərlər;

2. Xəbər bu xəbəri yayanın hörmətini artırmalıdır. Məsəl üçün, həmin məlumatı eşidən adam “bax, bunu tanışlarıma danışaram!” və ya “bunu bilməyim nə yaxşı oldu!” – deyə düşünməlidir;

3. Xəbər seyrçidə yanıcılıq, dərde şərliklik hissi oyatmalıdır, yəni bu xəbərə baxanları xey-irxah əməllərə, başı dərde düşənlərə əl tutmağa səsləməlidir;

4. Xəbər olaya qatılmaq həvəsi doğurmalıdır. Təxmin, bu xəbəri bilən adam: “Görəsən, o durumda mən özümü necə aparardım?”- sualına cavab axtarmalıdır;

5. Xəbər estetik dəyər daşımali, yəni bu xəbərə baxan gözəlliyə, incəliyə meyllənməli, yaşayib-yaratmaq həzzinə qapılmalıdır (7).

Sözügedən meyarlar həm xəbərləri planlayarkən, həm də onların düzümü zamanı çox faydalı ola bilər. Özəlliklə operativ buraxılışları hazırlarkən həmin meyarlara önəm verməklə diri və canlı, həm də gərəklili bir proqram ortaya çıxarmaq olar.

Deyək ki, hökumət nümayəndəsinin fikrincə, mühüm bir müşavirədən reportaj hazırlamalısınız. Buraxılışın prodüseri də, tapşırığı yerinə yetirəcək reportyor da “filan qərarın qəbulu insanların həyatına necə təsir göstərəcək? Bu qərar kimləri sevindirir, kimlərə problem yarada bilər?” qəbiləndən sualları da düşünməli, sanki seyrçinin suallarını cavablaşmağa çalışmalıdırlar. Sözügedən halda müşavirənin pərdəarxası məqamlarına diqqət yetirmək, bu bərdə haradan və kimdən etibarlı məlumat toplana biləcəyini götür-qoy etmək vacib şərtdir. Müşavirədə yalnız bir mövqə ortaya qoyulduğu hallarda həmin şərt çox ciddi tələb kimi qarşılanmalıdır. Əks halda, həmin müşavirənin qərarlarının yanlış, ya doğru olması, bu qərarların sadə insanların yaşamını nə dərəcədə dəyişdirib-dəyişdirməyəcəyi necə bəlli olacaq. Və ən başlıcası,

seyrçi bu olaya necə qatılacaq və ya həmin olayla bağlı mövqeyini necə müəyyənləşdirəcək? Telexəbər xidmətinin əməkdaşları bütün bu olasılıqları ciddi düşünməli, işıqlandırılan olayın seyrçilərə nə verib-verməyəcəyini yaxşı-yaxşı götür-qoy etməlidirlər.

Mürəkkəb materialın tezəcə qavranması və süjetin operativ hazırlanması telereportyora üzağlığı gətirir. Xəbər süjetinin ideyası prodüserdən də gələ bilər, reportyorun özündən, kameramandan, rejissor və ya xəbər xidmətinin digər əməkdaşlarından, hətta seyrçilərdən də. Amma bütün hallarda, söhbət ciddi xəbərçilikdən gedirsə, belə süjetlərin ideyasını həyat doğurmalıdır.

### Araşdırma

Xəbərin çıxış nöqtəsi bir fikir, bir məlumatdır. Bunlar hər hansı qaynaqdan da xəbər mərkəzinə - redaksiyaya gələ bilər, prodüserin də tapşırması mümkündür. Təbii ki, reportyorun-müxbirin özü də çox da üzdə olmayan bilgiləri araşdırıb ortaya bir xəbər çıxara bilər.

Gündəmdə olan və ya gündəmə gətirilən belə bilgilər gələndən sonra reportyorun ilk işi bir araşdırma aparmaqdır:

- Mövzunun hansı önəmli nöqtələri var?
- Bu mövzuda hansı sənədlərə üz tutmaq olar?
- Movzuya bağlı hansı əks baxışlardan, düşüncə və davranışlardan söz açmaq olar?
- Hansı qaynaqlardan (qurum və insanlardan) məlumat almaq olar?
- Araşdırma zamanı görüşmək lazım olan adamlarla əlaqə qurmağa kimlər yardım edə bilər?
- Mövzu və ya olayın hansı tarixçəsi var?

### Arxiv araşdırması

- Yazılı qaynaqların öyrənilməsi;
- Görüntülü qaynaqların öyrənilməsi.

### Önəmli tələblər:

**Birinci tələb:** Heç vaxt seyrçini çaşdırmaq olmaz! Telexəbər prodüserlərinin (ümumən teleprodüserlərin) ortaq bir fikri var: "TV-də tək qayda odur ki, heç bir qayda yoxdur". Burası öz yerində, amma elə davranış və şərtliklər var ki, şifahi və vizual şəkildə verilən, yəni söylənən və göstərilən məlumatı daha anlaşlıqlı, daha maraqlı və daha yığcam formaya salmaq imkanı yaradır. Bu baxımdan 1-ci tələbi belə ifadə etmək

olar: Heç vaxt seyrçini çaşdırmayın (əlbəttə, seyrçini çaşdırmaq məqsədiniz deyilsə).

**İkinci tələb:** Komanda işinin önəmini unutmaq olmaz! Reportyor hansı görüntülərin çəkilib-çəkilməyəcəyini kameramanla öncədən götür-qoy etməli, məsləhətləşməlidir. Olay göz önündə deyilsə, məhz TV-nin özəllikləri gözə alınaraq, reportajın "əhvalatı" müəyyənləşdirilməli, zəruri kadrlar çəkilməlidir. Kameramanla öncədən ünsiyyət məxsusi avadanlığın, turalım, radio-mikrofonun gərəkiib-gərəkməyəcəyini də üzə çıxaracaq.

### Çəkilişöncəsi dönm 3 mərhələdən ibarətdir:

#### 1. Araşdırma;

#### 2. Strukturlaşdırma – "əhvalat"laşdırma;

#### 3. "Vizuallaşdırma, başqa sözlə görüntülənmə –

- süjet ardınca bir neçə vaqonu dartan parovoz kimi təsəvvür edilir;
- parovoz süjetin ideya və hərəkət istiqamətini göstərir;
- vaqonlar görüntü planlarını, müsahibələri, qrafika və mətni, eləcə də montaj keçidlərini əks etdirir;
- bütövlükdə süjet (reportaj), olsa-olsa, saysız-hesabsız sözü bəzəyən videoları deyil, bir tərəfdən görüntü, digər tərəfdənsə səs+söz+nitqin "evliliyi" nə bənzəyir.

**Üçüncü tələb:** Çəkilişöncəsi hazırlığı gözardı etmək olmaz! Çəkilişöncəsi hazırlığa nə qədər çox vaxt ayrılırsa, çəkilişin özü və çəkilişsonrası mərhələ o qədər ağrısız və qısa sürər.

**Dördüncü tələb:** Reportyor bütün çəkilişə və reportajın efrə hazırlanmasına cavabdehdir!

### Çəkilişdən öncə reportyor 2 cür qeyd aparmalı, yəni:

1. Gərəki saydığı görüntülərin təxmini siyahısını hazırlamalı;
2. Müsahibələrə ünvanlandırmaq istədiyi sualları yazmalıdır.

Kameramanın nə etdiyini reportyor hər an bilməyə çalışmalıdır. Süjetin montaj mərhələsində heç cür uyuşmayan və baş verən olayı açıqlaya bilməyən görüntülərə görə kameraman deyil, reportyor məsuliyyət daşıyır.

Peşəkar reportyor öz işinə həmişə tələbkar yanaşır. Çəkiliş üçün lazım olan bütün bilgiləri yalnız superpeşəkarlar yadda saxlaya bilər (o da bir şərtlə ki, həmin keyfiyyətlə heç vaxt öyünməyəsən. Bir peşəkardan daha peşəkar olan başqa biri həmişə tapılır).

**Beşinci tələb:** Videosıranın – görüntü planlarının incəliklərinə bələd olun! Bir memar harada hansı daşdan, hansı kərpicdən və ya hansı mərmərdən yararlanacağını gözdə tutmalı, reportyor da məhz hansı görüntüdə nə vaxt, necə, nə qədər və harada faydalanacağını fərqləndirməlidir.

**Altıncı tələb:** Həmişə ştativdən faydalanmaq lazımdır! Bəzən çəkilişin xarakteri ştativdən istifadəni mümkün etsə də (tutalım, hər hansı nümayişi və ya yanğını çəkərkən, olayın axarı ştativdən istifadəni mənasızlaşdırma bilər), bütövlükdə dayanıqlı görüntü almaq üçün peşəkar kameraman ştativdən yararlanmağa məcburdur. Tutalım, önəçək planı çəkirsənsə və bu planın sonunda görüntüdəki insanın iri planını vermək istəyirsənsə, ştativsiz çəkiliş necə mümkündür? Sözügedən görüntünün, elə ilk cəhddən, dayanıqlı alınması kameramandan nə qədər əlavə fiziki güc və diqqət səfərbərliyi tələb edəcək!.. Çəkilişə bunca zaman xərcləməyə dəyərmidi?.. Unutmaq olmaz ki, ştativdən istifadə vaxta qənaət etməyə və çəkilişin keyfiyyətini nəzarətdə saxlamağa imkan yaradır.

Özəlliklə xanım reportyor üçün bir önəmli xəbərləmə: ştativi daşımaq reportyorun borcudur!

**Yeddinci tələb:** Müsahib çıxıb-gətməyə nə qədər görüntü və səsdə problem olub-olmadığı yoxlanılmalıdır! Ən adi unudulan qaydalar ki, çox təcrübəli çəkiliş qrupunu da pis vəziyyətə salır. Özəlliklə olaylı xəbərlərdə – yanğın, sel, zəlzələ, mitinq və s. baş verərkən, yəni yumşaq desək, qeyri-ideal çəkiliş şəraitində görüntü və səslərin yazılışında ağırlı sürprizlərlə üzləşmək mümkündür. Bu baxımdan işi ehtiyatlı tutmaq – çəkilişin əvvəlində və sonunda hər şeyin qaydada olub-olmadığını yoxlamaq adi vərdişə çevrilməlidir.

**Səkkizinci tələb:** İlk görüntü mütləq diqqət çəkməli, seyrcini reportajın qalan hissəsinə baxmağa həvəsləndirməlidir! Qəzətdə maraqlı lid nədirsə, TV-də ilk görüntü, başqa sözlə, açar plan odur. Seyrcini aldatmaq çətinidir. O, adama heç nə deməyən, diqqət çəkməyən və hansı səbəbdən göstərildiyini heç cür əsaslandırmaq mümkün olmayan görüntüləri fərqləndirir (indi deyilsə, bir başqa vaxt mütləq fərqləndirir). Bu üzdən açar planın nəyi hədəf

götürdüyünü yaddan çıxarmaq olmaz. Həmin plan sanki seyrcilərə üz tutub – “mənə baxmasan, çox şey itirəcəksən!” – söyləməli, bütövlükdə xəbəri olmasa da, ən azı xəbərin başlanğıcını onlara “sata” bilməlidir. Açar plan xəbər reportajında yeganə yerdir ki, jurnalistin subyektiv seçiminə və “isti xəbər”dən söhbət gətirməyə, məlumata birbaşa dəxli olmayan, ancaq məxsusi çəkilmiş parlaq görüntüsü və özəl səs sıralı kadrlara yol açılır.

**Doqquzuncu tələb:** Olayı reportyor deyil, olay iştirakçıları və olayın görüntüləri açıqlamalıdır! Bütövlükdə TV-nin danılmaz bir özəlliyi – əsas məlumat yükünü videosıranın çətdirməsi nəzərdə tutulur. Başqa sözlə, olayı, ilk növbədə, məhz bu olaydan görüntülər və məhz bu olayla bağlı insanlar – həmin olayın başlıca fiqurları, iştirakçıları, şahidləri açıqlamalıdır. Reportyor mətninə gəlincə, bu mətn bir bələdçi, gözəgirməyən yardımçı rolunu oynamalıdır. Sözügedən tələb jurnalistin subyektivlik və qərəzinin minimuma endirilməsi baxımından da önəmlidir.

**Onuncu tələb:** Rəmzi planları – “vizual metafora”ları çəkilişdən öncə düşünmək, çəkiliş vaxtı dəqiqləşdirmək gərəkdir! Söhbət barış, sevgi, nifrət və ümumiyyətlə, mücərrəd anlayışları hansı görüntü obrazlarında teleekrana gətirməkdən gedir. Söhbət elə planlardan gedir ki, cəmi 3 saniyə sürən kadrda reportyorun yarım dəqiqəlik mətnində söylədiyi qədər bilgi verilsin. Təbii ki, hər hansı incə vurğu, eyham da nəzərdə tutula bilər. Məsələn üçün, təsirli planda verilən ağ göyərçin sülhü rəmzləşdirdiyi kimi, qalın mağaza vitrinində güllənin açdığı oyuqdan görünən heykəl də həm qanlı silahlı toqquşmanı, həm də tarixin ən böyük tiranlarından Stalinin simvollar dili ilə ifadə edə bilər (Türkiyənin NTV kanalı Rusiya qoşunları tərəfindən Gürcüstanın Qori şəhərinin işğalını məhz həmin vizual metaforada əks etdirmişdi: vitrin şüşəsindəki güllə oyuğundan Qorinin mərkəzi meydanında Stalinə ucaldılmış heykəl görünürdü).

Telejurnalistika təcrübəsi açıq-aydın göstərir ki, yerli miqyaslı süjet ölkə miqyaslı tarixin də əks-sadasına çevrilə bilər. Olur ki, operativ bir telereportaj cəmiyyətin məsuliyyəti və ya dövlət qurumlarının taleyi haqqında dərin və polemik düşüncələr doğurur. Digər KİV-lərdə yayımlanmış materiallar da aktual və maraqlı bir telexəbər yaranmasına təkən verə bilər.

Məlumat və təşəbbüs hər kimdən gəlsə-gəlsin, reportyor həqiqəti axtarmaqdan yorulmamalı, mümkün olduğu qədər axtarış aparmalıdır. Bu, çəkilişə hazırlıq mərhələsinin başlıca şərtidir. Peşəkar jurnalistlər

belə bir ortaq fikri bölüşürlər ki, həmin mərhələ bütövlükdə teleməhsulun keyfiyyət səviyyəsini öncədən müəyyənləşdirəcək qədər tutumludur. Məhz bu mərhələdə “görüntülərlə” xəbərləmək tələbi önə keçməli, “təxmini vaqonlar” və “təxmini yüklər” planlaşdırılmalıdır. İmkan varsa, xəbər süjetinin potensial personajları ilə məhz çəkilişqədərki mərhələdə görüşmək və bəzi qəti qərarlar vermək (söhbət həm yaradıcı, həm də texniki xarakterli qərarlardan gedir) lazımdır.

Telexəbər hazırlayan reportyor bir önəmli gerçəyi unutmamalıdır ki, olayı göstərmək və olaydan söz açmaq ayrı-ayrı anlayışlardır və “görüntülərlə göstərmək” tələbi olayın ssenariləşdirilməsini şərtləndirir. Söz və şərh bütün hallarda yardımçı elementlər olduğundan və “nə?” sualını deyil, daha çox “niyə?” sualını cavablandırdığından məhz görüntülər, yəni məhz videosıra (və olayın özünə bağlı səslər) nə baş verdiyini seyrçilərə açıqlamalıdır.

#### **Telereportyor işinin 10 standartı**

1. Seyrçilərinin kimlər olduğunu araşdır;
2. Faktları xəbərlə. Güman və fərziyyələrə yol vermə;
3. Nəsə bir yenilik tapmağa çalış;
4. Gerçəklik Sənin axtarış-tapdığından xeyli fərqli və müxtəlifdirsə, reportajını dəyişdirməkdən çəkinmə;
5. Gerçəkliyə güzəştə getməyi bacar;
6. Həqiqəti tapmağa can atırsansa, önyarğıdan (ilkin əminlikdən) qaç;
7. İnstinktlərini (iç duyğularını) qulaqardına vurma;
8. Yaradıcı ol;
9. İnsan ləyaqətinə sayqılı olduğunu sezdir;
10. 4N+1HK-dan doğan sualları cavablamağı unutma.

Olay indi baş verirsə, onun ssenarisini (tarixçəsini, əhvalatını) həyat özü yazır. Bu baxımdan “isti xəbər”lərlə bağlı “tarixçə” tələbi aktual olmur. Ancaq hər hansı bir olayın hansı dəyişikliklər yaratması, bu olaydan kimlərin faydalanması və kimlərin ziyan çəkməsi məsələsi gündəmə gələndə, “tarixçələşdirmə” tələbindən yayınmaq layihəsiz bina tikməyə bənzəyir.

#### **DİQQƏT! DAİM YADDA SAXLA Kİ:**

Olayı göstərmək və olaydan söz açmaq ayrı-ayrı anlayışlardır və “görüntülərlə göstərmək” tələbi olayın ssenariləşdirilməsini şərtləndirir.

## TƏSİRLİ TELEXƏBƏR HAZIRLAMAĞIN 8 QIZIL QAYDASI

1. Topladığın faktları dərindən araşdır və seçdiyin mövzunu dolğun əks etdirdiyinə əmin ol;
3. Xəbərin biçimində cürbəcür dəyişikliklərdən çəkinmə;
4. Öz ritmini tap (ritminlə yaşa), sanki mahnı bəstələdiyini göz önünə gətir;
5. Danışığı dilində yaz və elə də danış (sanki olayı öz dostuna açıqlayırsan);
6. Deyimlərinin aydın və anlaşılıq olmasına diqqət yetir;
7. Kadrarxası mətni qısa yaz, müsahibə və təbii səslərin olayı açıqlamasına imkan ver;
8. Rəsmi-dəftərxana dilindən, jarqonlardan və qəlib sözlərdən yararlanma;
9. Dinləyicilərə birbaşa üz tut.

**Yanlı variant:** Artıq qət edilib ki, benzinin qiyməti gələnləftə artacaq.

**Doğru variant:** Maşın sürürsünüzsə, daha çox pul xərcləməyə hazır olun; gələnləftədən benzin bahalanır...

Reportyor kameramanla iş birliyinə məhkumdur. O, bir memar kimi, bənnaya (kameramana) binanın bütün özəlliklərini öncədən bildirməlidir (mərtəbələrin sayı, otaqların sahəsi, istifadə olunan inşaat materiallarının növləri, bəzək elementləri, tikinti üslubu və s. və i.a. nəzərdə tutulur). Başqa sözlə, olay barədə toplanmış bilgilər kameramanın diqqətinə çatdırılmalı, olay yerinin özəllikləri, başlıca müsahiblər, olaya dair detallar və s. gözdə tutulmalıdır.

Görüntü planlarından diqqətlə yararlanmaq lazımdır:

- Panoram, önəçək və geriçək planlarından necə gəldi istifadə etmək olmaz! Belə planlar yalnız və yalnız yerinə düşəndə məlumatlandırır, maraq və ovqat yaradır. Məsələn üçün: görüntülədiyiniz binanın geriçək planı tikanlı məftilləri göstərə və beləcə, həmin binanın həbsxana olduğunu diqqətə yetirə bilər;
- Ayrı-ayrı hərəkətli kadrları eyni videosırada ard-arda vermək olmaz! Məsələn, panoramdan sonra geriçək və ya önəçək planı göstərmək seyrcini çaşdırır və onun diqqətini olayın mahiyyətindən yayındırır. Həmişə hərəkətin sonunu – bitiş anını çəkmək lazımdır;
- Subyektiv və obyektiv planları qarışdırmaq olmaz! Turalım, iri plan daha subyektivdir, yaxud hərəkətli kadr hərəkətsiz kadra nisbətə daha subyektiv görünür;
- Vizual ardıcılığı pozmaq olmaz! Məsələn üçün qapını açmadan necə içəri girmək olar? Demək, nə qədər vaxt aparsa da, sırf mexaniki hərəkətləri təkrarlatmaq lazım gələ bilər (“qapını açmağınızı çəkmə bilmədik, lütfən, o hərəkəti təkrarlayın”);
- Çəkiliş bucağının özəlliklərini yaddan çıxarmaq olmaz!

Məsələn: kamera insandan yüksəkdə yerləşirsə, demək, o insanın görüntüsü kiçiləcək. Yox əgər, kamera altdan yuxarı insana yönəldilibsə, demək, həmin insanın görüntüsü iriləşəcək (adətən, kamera həmsöhbətin gözü və ya ondan azca aşağı səviyyədə qurulur və turalım, uşaqdan müsahibə alınarkən, kameramana çömbəlmək, yaxud oturmaq lazım gəlir). Reportajda bir neçə müsahibə varsa, onları fərqli yerdən çəkməsən, hamısı eyni səmtə baxar və bu seyrcini yormaqla bərabər, üstəlik, onun diqqətini yayındırır;

- Kadrların kompozisiyasına necə gəldi yanaşmaq olmaz! Müsahibə çəkərkən, müsahibə yerinin necəliyini – müsahibənin məzmunu ilə uyğun – uyğunlaşdırmağa, diqqətyayıdırıcı xırdaqların olub-olmamasına, kadrların kompozisiyasına (müsahibin başı “kəsilmir” ki? Müsahibə sanki statuslu göstərib önəmli şəxsə çevirən “kabinet hava”sı yoxdur ki?..), perspektivinə, işıq-kölgə nisbətində önəm verilməsi nəzərdə tutulur;

- Çəkiliş oxunu pozmaq olmaz!

Çəkiliş və montaj zamanı, imkan daxilində, çəkiliş oxlarını kəşidirməkdən qaçmaq lazımdır (bu, önəmlidirsə, onu iri planda və ya “ox” istiqamətində iki kadrla ayırmaq olar). “Çəkiliş oxu” deyərkən, iki insanı, iki nəsnəni birləşdirən və ya hərəkətin əsas istiqamətini müəyyənləşdirən xəyali xətt nəzərdə tutulur. Məsələn, müsahibə zamanı “çəkiliş oxu” 2 insanın (müsahibin və reportyorun) burunlarından keçir. Futbola baxarkən bu “ox” meydanın mərkəzindən keçməklə bir qapıdan o birinədək uzanır;

- Sırf texniki məqsədlə ara planlardan yararlanmaq olmaz! Videogörüntüləri, müsahiblərin söylədiklərini qısaltmaq lazım gələndə qoşma (məsələn, xəbər qrafikləri) və ara planlardan faydalanmaq qaçılmaz olur. Ara planlar diqqətə yetirilən məlumatın xarakterinə uyğun gəlməli və hətta audiovizual məlumatın önəmli xırdaqlarını diqqətə yetirməlidir. Həkimdən müsahibə alınarsa, masanın üzərindəki futbolçu rəsmi və ya hər hansı vəzifəli şəxsin portretini göstərmək yersiz və diqqətyayıdırıcı deyilmi? Amma tibbə aid kitab, yaxud bilinməsi şərti ilə, Nobel mükafatçısı bir təbibin fotosu ara görüntü kimi istifadə edilə bilər;

- Anlamsız və heç bir məna ifadə etməyən görüntülərdən istifadə etmək olmaz! Qıdanın keyfiyyətindən söz açmayan xəbərdə masanın üzərində və ya tullantı qutusunda göstərilən yarıyeyilmiş dönar nə deməkdir? Seyrci bu sualın cavabını tapa bilirmi? Niyə seyrciyə nəzərdə tutulmayan sual ünvanlayırsınız?

# MÜSAHİBƏ

## MÜSAHİBƏYƏ DAİR YADDAŞ

- Müsahibəyə fikir mübadiləsidir, sual-cavabdır, iki və ya daha çox insanın söhbətidir.
- Müsahibə zamanı bu kadrı çəkmək zəruridir.
- Müsahib kadrda. Qurşağacan və ya daha iri planda. Reportyor mümkün qədər kameraya yaxın durur. Açıq kompozisiya müsahibin də kadrda görünməsinə nəzərdə tutur.

## MÜSAHİBƏNİN FONU:

- İnformativ olmalı, müsahibə, onun yaşamına, peşəsinə dəxli olmamalıdır.
- Nizamlı - sahmanlı olmalıdır. Müsahibə verənlərin arxasında kabellərin, elektrik açarlarının görünməsinə imkan vermə, diqqət yetir ki, onların görüntüsündə əyər-əskik olmasın.

Müsahibənin əsas hissəsi çəkiləndən sonra reportyoru çəkiliş üçün daha əlverişli yerdə lentə ala bilərsiniz. İkinci plan, səs və işıq əsas hissə ilə uzlaşmalıdır.

## REPORTYOR KADRDA BUNLARA DİQQƏT YETİRMƏLİDİR:

- Sualların uzlaşdırılaraq yenidən çəkilməsi;
- Baş tərpətmələri
- Kompozisiya əvvəlki planın güzgülü əksidir.
- İstər müsahibəverənin, istərsə də reportyorun görüntüləri eyni ölçüdə olmalıdır. İrəlşdirilən plan – nəyinsə vurğulanması və seyrçidə “Diqqətli ol” komandasıdır. Nisbətən ümumi plana keçid sanki “Diqqəti azalda” bilərsən komandasını bildirir.

Müsahibəverəni çəkərkən görüntünün ölçüsünü dəyişməmək məsləhətdir. Planı irəlşdirilib-xırdalatmaq istəyənsə, bunu aparıcı sual verərkən edin, çünki bu zaman “zum”u kəsib atmaq və ya başqa görüntülərdə qapamaq mümkündür.

## ARA PLANLAR

- Arxadan – kürəkdən çəkilən 2 plan. Arxadan çəkilən adam danışır. Kadrın kompozisiyası qapalıdır. Adamın him-cimlərinə, əl hərəkətlərinə, masa üzərindəki əşyalara diqqət yetirin.
- Orta və ya iri plan, 2 adam görünür və hər ikisi danışır. Him-cimlərə, əl hərəkətlərinə göz qoyun. Şəraitin xırdalıklarını görüntüləmək ara plan çəkməyin ən asan yoludur, çünki:

- Montajdan sonra sözlə açıqlamanın sürətini azaldır;
  - Müsahibin imicinin yaranmasına “işləyir” (diqqətli ol);
- Detalları çəkərkən onları ümumi planda göstərməyə çalışın (ümumidən təkəyə doğru)

## KÖKLƏNTİ PLANI (EPİZOD):

- Müsahibə verən iş prosesindədir (telefon edir, yazır, oxuyur, otağa girib-çıxır). Görüntünün sıçramaması üçün köklənti planı müsahibəverən şəxsin sifətinin təsviri ilə bitməməlidir (hər hansı detaldan, arxadan görüntüyə irəli «zum»dan – önçək plandan faydalanın).

## ÜMUMİ QAYDALAR:

- Xətti keçməyin;
- Mikrofon kadrda görünməsin;
- Cavabı çəkərkən planların ölçüsünü dəyişməyin;
- Müsahibə verənlə reportyorun plan ölçüləri uzlaşmalıdır;
- Müsahibəyə qatılanların pal-paltarına, saç düzümünə göz qoyulmalıdır;

Çəkilişi həm bir, həm iki mikrofonla aparmaq olar.

Telexəbərlərdə müsahibələrdən bacardıqca səmərəli istifadə də ayrıca peşəkarlıq tələb edir. Müsahibələrdə seyrçinin artıq bildiyi deyil, keyfiyyətə yeni məlumat əksini tapmalıdır.

Müsahibin ən azından müsahibənin mövzusunu bilməyə haqqı var və buna görə müsahibə güzəştə getmək, ona bir neçə sualı öncədən göndərmək daha doğru yoldur. Bu, təbii ki, müsahibə zamanı sizin başqa sual vermək imkanınızı əlinizdən almır. Kobudluq etsəniz və ya müsahibəni aqressiv aparsanız, müsahibiniz ya cavab verməkdən boyun qaçıracaq, ya da əks hücumla keçəcək.

Sizə nə lazımdır: öz qəzəbinizi bildirmək, yoxsa verilən suala cavab almaq? Yaxşı nəticə o vaxt olur ki, siz həm inadkarlığınızı qoruyursunuz, həm də sayqı və nəzakətinizi. Bu heç də o demək deyil ki, qəliz suallar verə bilməzsiniz. Sualları inamla, sərt şəkildə, ancaq ifrat duyğulara qapılmadan verin və unutmayın ki, “arvadınızı döyməkdən nə vaxt əl çəkəcəksiniz?” qəbiləndən qızıqdırıcı suallar tamamilə yersizdir.

**Jurnalistlər unutmasınlar ki:**

- onlar müstəntiq deyillər və müsahibin onların sualına cavab verməmək hüququ var;
- kobud, kinayəli və sərt suallardan qaçmaq lazımdır;
- abstrakt, “həyata bir də gəlsəydiniz, yenə bu peşəni seçərdinizmi?” sayaq mənasız və köhnəlmiş suallar da peşəkarlıqdan uzaq təsir bağışlayır;
- bir neçə sualı özündə birləşdirən və mürəkkəb cümlə şəklində salınan suallar həm müsahibi çaşdırır, həm də anlaşıqlı olmur;
- cavabı özündə ehtiva edən suallar yersiz sayılır;
- əvvəlki suala cavab almadan növbəti sualı vermək olmaz;
- suallarda xaotikliyə, yəni qarma-qarışıqlığa yer verilməməli, hər bir sual özündən öncəkinin ya davamı, ya da növbəti sualla bağlı olmalıdır;
- sual nə dərəcədə konkretdirsə, cavab da bir o qədər mətləbəyaxın və dolğun olur;
- qeyri-konkret suala cavab olaraq respondent fantaziyaları və ekspromt fikirlər baş alıb gedir;
- cavabı “bəli” və ya “xeyr”lə bitən suallar yararsız sayılır;
- respondentinizlə bağlı cəmiyyətdə olan mövqeyi bölüşmədiyinizi göstərmək üçün sualı -“Rəqiblərinizin (tənqidçilərinizin) fikrinə”- ifadəsi ilə başlamaq lazımdır;
- müsahibə boyunca müsahibinizlə göz bağlantısı qurmaq çox önəmlidir, çünki sual verdiyiniz şəxs ona qulaq asdığınızı hiss etməlidir;
- müsahibinizin cavablarını diktofona yazmaq üçün icazə almaq gərəkdir;
- diktofonla yanaşı, müsahibə zamanı bloknotdan da yararlanın və əsas fikirləri ora qeyd edin.

Önemli bilgiləri reportyorun yox, olaya qatılan şəxslərin bildirməsi xəbərin təsir gücünü yüksəldir. Uçan binanın qarşısında stəndap edən reportyorun: “Adamlar mənzil-istismar sahəsi müdirinin biganəliyindən gileylidirlər”, – deməsindənə, sakinlərdən bir-ikisinin düz kameranın obyektivinə baxaraq: “MİS müdiri baxsın da gözümlün içinə!” və ya “O müdir indən belə hansı üzle işləyəcək?” – söyləmələri daha inandırıcıdır. Seyrçi məlumatın qaynağını öz gözləri ilə görməlidir. Altyazı (subtitr) müsahibə verənlərin kimliyini də auditoriyanın diqqətinə yetirəcək.

**Müsahibə alan reportyor bilməlidir ki:**

Keyfiyyət baxımından yeni məlumatı müsahiblərin bildirməsi telexəbəri daha inandırıcı edir!

Səs qoşmalarından (müsahibədən və sanki müsahibə fraqmenti təsiri bağışlayan ayrıca interküydən) istifadənin elə məqamları da var ki, məlumatın keyfiyyəti ilə deyil, sırf kəmiyyəti ilə bağlıdır. Belə hallarda səs qoşmalarından istifadənin səmərəsi minimuma enir. Bu durumda qısa və anlaşıqlı variantlara üstünlük vermək lazımdır.

**Yanlış örnək** (tutalım, yol polisinin əməkdaşı belə söyləyir): “Tərəfimizdən aydınlaşdırılmışdır ki, BD 666 nömrə nişanlı minik avtomobili sürət üçün tərəfimizdən qoyulmuş 50 km-lik məhdudiyət həddini keçərək yolun əks istiqamətindən gələn yük maşını ilə toqquşmuşdur”.

**Doğru örnək** (reportyor bu müsahibə parçasının yerinə olayın ayrıntılarını göstərən videosıraya kadrarxası şərh verərək deyir): “sürətlə irəliləyən maşın əks hərəkət zolağına keçdiyindən üz bəzədən gələn avtomobillə toqquşub”.

**Müsahibə alan reportyor bilməlidir ki:**

- müsahibə reportajın ən önəmli və yaddaqalan hissəsidir;
- kəmiyyət (müsahibənin uzun-qısalığı) baxımından yeni məlumatı reportyorun bildirməsi telexəbərin tempini azaltmır və onu daha anlaşıqlı edir!

## MƏZMUN BAXIMINDAN XƏBƏR ÇEŞİDLƏRİ

Nisbətən sərt bölgü aparsaq, telexəbərləri məzmunca 2 qismə ayırmaq olar:

### 1. Ağır xəbərlər; 2. Yüngül xəbərlər.

Ağır xəbər deyərkən, yenicə baş verən və ya gerçəkləşmək arəfəsində olan toqquşmalar, savaqlar, münaqişələr, cinayətlər, məhkəmə araşdırmaları və c. bənzər xarakterli olaylar nəzərdə tutulur. Belə xəbərləri çatdırarkən olayın başvermə səbəbini, ictimai önəmini, bu barədə görünlü məlumatın teleseyrcilərə təsir gücünü ciddi götür-qoy etmək vacibdir. Bu xəbərlər dramatik görüntülərlə zəngin olduğu, telesəhnələşdirmə (olayı postfaktum canlandırma) imkanları yaradaraq parlaq kadrlar əldə etməyi asanlaşdırdığı və bu üzədən böyük seyrci marağı doğurduğu üçün özəlliklə kommersiya TV-lərinin maraqlı dairəsindədir.

Yüngül xəbər deyərkən xoş sürprizlər, yeniliklər, sadəcə, məlumat və əyləncə amaçlı olaylar nəzərdə tutulur. Söhbət üçbaşlı çəpirdən də gedə bilər, qəfildən milyonçuya çevrilən tələbədən, hətta 80 yaşında nüfuzlu bir universitetə daxil olmuş ucqar kənd sakinindən də. Xoşsonluqlu belə xəbərlər bir yandan informasiya buraxılışına "hava vermək", o biri yandan da seyrciləri növbəti dramatik olaya hazırlamaq məqsədi güdə bilər.

Sözgedən sərt bölgüdə boyun qaçırsaq, bütövlükdə siyasət, iqtisadiyyat, mədəniyyət, idman və məişət xəbərlərindən söz açmalı olacağıq. Telexəbər təcrübəsində "rəsmi xəbərlər", "hökumət xəbərləri", "yerli xəbərlər", "beynəlxalq xəbərlər", "məhkəmə xəbərləri", "biznes xəbərləri" və s. bölgülərdən də yararlanılır.

## MÜRƏKKƏB MÖVZUDAN SADƏ YAZMAQ ÜSULU

Söhbət anlaşılması çətin olaylardan oxucularınızın, dinləyicilərinizin, tamaşaçılarınızın gündəlik yaşama ilə səsleşən məqalə və ya reportajların necə hazırlanmasından gedir. İndi həmin üsuldan reklamlarda tez-tez yararlanırlar.

Bir qeyri-kommersiya təşkilatının radioda efirə verilməsi bu reklam mətnini dəyərləndirməyə çalışsaq:

"Bu reklam çarxı çox da uzun deyil. Ancaq sona çatınca düz beş uşaq öz yaşamını itirəcək. Axı dünyada hər beş saniyədə bir uşaq acından ölür. Ona yardım əlinizi uzada bilərsiniz. Hər gün, vur-tut, 15 sent versəniz, onun həyatını qurtararsınız. Bunu düşünün".

Bu reklamda haqqında söz açdığımız üsuldan iki dəfə yararlanıblar. Hər il aclıqdan altı milyon uşağın öldüyünü söyləmək yerinə, reklamı hazırlayanlar ayrıca hesablayaraq, insan şüuru üçün az anlaşılıqlı görünən rəqəmi hər bir adama anlaşılıqlı biçimə salıblar. Üstəlik, ildə adambaşı 50 avrodan deyil, günə bir neçə sentdən söz açırlar.

Həmin reklam əksər insanların sarı siminə toxuna biləcəyindən ayrıca təsir gücü qazanır. Bir çox jurnalist materialını da, beləcə – mürəkkəb olaylar haqqında sadə danışmaqla, qat-qat maraqlı etmək

olar. Bu üsuldan istifadə sizdən yaradıcı qüvvənizi əsirgəməməyi tələb edir. Rəqəmlərin, sadəcə, yenidən hesablanması, örnək gətirilən reklamdakı kimi, heç də həmişə arzulanan sonuca aparmır. Çox vaxt birçə rəqəmi belə yansıtmayan hansısa dolaşq siyasət olayından söz açmalı olacaqsınız. Deməli, bənzər tarixçələri auditoriyanızın anladığı dilə "çevirmək" bütönlüklə sizin kreativliyinizdən – işə yaradıcı yanaşma bacarığınızdan asılıdır.

Bir çox ağılatmaz qərarlar çox vaxt geniş kütlələrin həyatına birbaşa dəxli olan sonuclara gətirib-çıxarır. Zaman ötdükcə, həmin sonuclar qəzet səhifələrində yer tutacaq qədər önəm qazana bilər. Bunları öncədən – hansısa əndrəbadi qərar barədə bilginin hamıya çatdırıldığı zaman sezməkdən ötrü sizin yetənəyə və inadçılığa ehtiyacınız var.

Mümkün "hiylə"lərdən biri – növbəti əcaib olaya gözlənilməz bucaqdan göz gəzdirməkdir. Adətən, qərar verən şəxs duruma öz baxış bucağından yanaşır və o, öz bilincaltında elə düşünür ki, guya hamı məsələyə onun kimi baxır. Sizin vəzifəniz – məsələyə başqa tərəfdən baxmaqdır. Məsələn, taksilər sürücülərinə aid yeni qanun qəbul edilərsə, bu barədə yazanda,



yalnız şəxsi məşinində müştəri daşımaqla pul qazanan insanların baxışlarını əsas götürün. Problemə kənar bir insanın baxışlarını da əsas götürə bilərsiniz. Məsələn, söhbət restoran və barlarda siqaret çəkilməsini qadağan edən qanundan gedirsə, ilk ağla gələn tütün hərislərinin və ya gəlirlərinin bir hissəsini itirməkdən qorxan pivəxana sahiblərinin problemlərindən söz açmaqdır. Qat-qat gözlənilməz gediş – işi xeyli artan dalandarlar, yaxud çoxlu siqaret kütüyünün küçələri daha da çirkəndirməsi haqqında yazmaqdır.

Materialınızın mövzusu mənzil xərclərinin artmasıdırsa,

əlbəttə, bu məsələyə aidiyyəti olan bir məmura üz tuta bilərsiniz. Amma indən belə öz şəxsi mənzillərində yaşamağa imkanı çatmayacaq yaşlı insanlardan da söz açmaq mümkündür. Bir başqa yol – insanları mənzillərindən çıxaran vəzifəli şəxslərdən müsahibə götürməkdir.

Problemə özgün yanaşmağın ən yaxşı yolu – bu barədə əhali ilə danışmaq, daha sonra həmin məsələni öz həmkarlarınızla müzakirə etməkdir. Duruma müxtəlif baxış bucaqlarından yanaşarkən, sıfırla başlayıb qızilla bitirmək olar.

## HAMIYA ƏLÇATIMLI KONTENTDƏN (UGC) DIGƏR YARARLANMA ÜSULLARI...

Oxucularınızla, seyrci və dinləyicilərinizlə birgə yaradıcılıq və əməkdaşlığın, eləcə də adi vətəndaşlardan bilgi qaynağı kimi yararlanmağın bir çox başqa yolları da var. User Generated Content (UGC) – sıradan insanların yaratdığı və hamıya əlçatımlı müxtəlif məzmun deməkdir. Bəzi UGC-lərdən istifadə imkanlarına qısaca toxunaq. Uyğun tələbat yarananda onlardan yararlanmaq şansınızı qaçırmayın.

Redaksiyaya məktub. Əslinə baxsan, hər qəzetdə oxucu məktubları ilə işləyən şöbə olsa da, jurnalistlərin çoxu həmin şöbəni ciddiyyə almır. Məktubları özünü oxuyun. Oxucu məktublarından çox tez-tez jurnalist materialları üçün yeni mövzular tapmaq olar. Yadda saxlayın ki, əksər insanlar yalnız doğrudan da dara düşəndə redaksiyaya məktub yazmaq qərarına gəlirlər. Bu deyilənlər telekanal və radiostansiyalara telefon açan tamaşaçı və dinləyicilərə də aiddir.

İnternet forumları. İnsanlara sizin nəşrlə əməkdaşlıq təklif edin. Onların fikrinin sizdən ötrü çox önəmli olduğunu açıqlayın.

İnternet bloqları. Bir çoxlarının bloqu varsa, siz nədən öz bloqunuzu yaratmayasınız? Bu barədə düşünməyə dəyər.

İnternet tematik qrupları. Maraqları sizin ixtisasla örtüşən tematik qrupa qatılın və ona üzv olun. İşinizə

yarayan ekspertləri də məhz həmin qrupda tapa biləcəksiniz.

İnternet sosial şəbəkələri. İndi sosial şəbəkələr ildırım sürəti ilə çoxalır və bu baxımdan sizə faydası dəyəcək şəbəkəni tapmaq asan məsələ deyil. Onlardan bəzilərinə – “Одноклассники”-ni, “ВКонтакте”-ni, “Facebook”-u və s.-i sadalamaq olar. Bilgi qaynaqları axtarmaq və ictimaiyyətlə şəxsi bağlantılar qurmaq baxımından sosial şəbəkələrlə iş sizə yarar saxlayacaq. Ən başlıcası odur ki, sosial şəbəkələrə qatılarkən hansı işdə çalışdığınızı unutmayasınız.

İnternet-çətlər. Avropa teleqramlarının əksər prodüserləri aparıcı, reportyor, ekspert və başqaları ilə hər gün İnternet-görüşlər keçirirlər. Tamaşaçılar bənzər sessiyalara, adətən, böyük maraq göstərirlər.

Öz fəaliyyətinizi lokallaşdırın. Oxucularınızı daha çox öz həyət və küçələrində və ya qonşuluqda baş verənlərlə ilgiləndirin. Sizin materiallar onlardan ötrü önəmli məsələlərə toxunacaqsa, belə hesab edin ki, artıq öz auditoriyanızla bağlantı qurmusunuz.

Oxucu, dinləyici və tamaşaçılarınızın ürəyinə necə yol tapılmasına aid, vur-tut, bir neçə nüsxə verdik. Bir çox digər üsullar da var və həmin üsulları yaxşı-yaxşı araşdırıb, məhz sizin KİV-ə ən çox uyğun gələnini tapa bilərsiniz.

## TELEXƏBƏRDƏ İNAM, BALANS VƏ ƏDALƏTİN QORUNMASI

Açıq və demokratik cəmiyyətdə (toplumda) güvən məsələsi jurnalist fəaliyyətinin önəmli və danılmaz atributudur. Hər hansı TV-yə və orada çalışan jurnalistə inam dərəcəsini bir-birindən ayırmaq olmaz. Telereportyor öz materialını dəqiq və doğru-dürüst hazırlasa da, onun kimlərlə ünsiyyətdə olub-olmaması həmin materialın qərəzsizlik dərəcəsindən şübhələnməyə əsas verə bilər. Günün olaylarını işıqlandıran əməkdaşların kimliyi çox önəmli məsələdir. Xəbər buraxılışının prodüseri yaradıcı-texniki heyəti işə götürərkən, gələcək əməkdaşların siyasi baxışları, hansı təşkilatlara üzv olub-olmamaları barədə də bilgilil olmalıdır. Söhbət konkret məhdudiyyət və yasaqlardan getmir. Sadəcə, xəbər komandasının hər hansı qüvvədən asılılığını və qərəzli davranışlarını önləmək, cəmiyyət həyatını ədalətli və balanslı xəbərləmək vəzifəsi bunu tələb edir. Xəbər buraxılışında çalışanlara – canlı efirdə olanlara, redaktorlara, texniki heyətə və menecerlərə inamın itməməsi üçün bütün bunlar qaçılmaz addımlardır. Telexəbər komandası mübahisəli məsələlər barədə qərəzli açıqlama və davranışlardan çəkinməlidir.

Teleseyrçilər baş verən olaylar haqqında öz baxışlarını formalaşdırmaq üçün zəruri məlumat almalıdırlar. Reportyor və ya hər hansı TV jurnalisti öz şəxsi fikrini deyil, bir peşəkar kimi mülahizələrini seyrcilərlə bölüşə bilər.

### DİQQƏT!

- xəbər buraxılışı auditoriyasını bilgiləndirir, amma yönəlmir;
- bu bilgiler əsasında teleseyrçilərin şəxsi baxışları və həmin baxışlar əsasında ictimai rəy formalaşır;
- reportyorlar, müxbirlər, şərhçi və icmalçılar olaylara şəxsi baxışlarını deyil,

peşəkar jurnalist kimi münasibətlərini bildirməlidirlər və bu münasibət dəqiq və qərəzsiz olmalıdır;

- seyrcilər olaya jurnalist baxışını onun şəxsi fikri kimi qavramamalıdırlar.

Burası danılmazdır ki, jurnalistin də bir vətəndaş kimi şəxsi fikri olur. Ancaq peşəkar jurnalist olmaq onun boynuna mütləq bir öhdəlik qoyur.

### DİQQƏT!

Peşəkar jurnalist yadda saxlamalıdır ki, peşəkar olmaq öz fikrinin olmaması demək deyil, əksinə, bunun fərqi varmaq və diqqətə yetirdiyi məlumatın aydın və qərəzsiz olmasına can atmaqdır.

Bütün bu incəliklər hər hansı telexəbər proqramının bəlli jurnalist prinsiplərinə cavab verməsini şərtləndirir. Hansı prinsiplərdən söhbət getdiyini yadda saxlayaq.

### Telexəbər proqramında bu jurnalist prinsiplərinə əməl edilir:

1. Dəqiqlik: xəbərdə balans gözlənilməli və heç bir halda seyrciləri çaşdıracaq və ya onlarda yanlış rəy formalaşdıracaq səs və görüntülərə yer verilməməlidir. Bu, olayın ehtiyatla və dolğun dəyərləndirilməsini, söz və çəkiliş texnikasından dəqiq yararlanmağı tələb edir;
2. Bütövlük: xəbər gerçəkliyi əks etdirməli və hər hansı öncədən məlum qənaətə tabe tutulmamalıdır. Jurnalistlər şəxsi qərəzlərini büruzə verə bilməzlər;
3. Ədalət: seyrcilərə bütün fakt və baxışlar barədə məlumat verilir. Bu, ədalət və etika prinsipləri nəzərə alınmaqla, insanlara, təşkilatlara, problem və olaylara aiddir.

### Telexəbərlərdə balansın gözlənməsi

Ölçü-biçili və ədalətli yayım ən geniş və ən müxtəlif baxış diapazonunun əks etdirilməsini şərtləndirir. Kütləvi auditoriyanın istəkləri xəbər buraxılışının mövzu və problem seçimini məhdudlaşdırma bilməz. Vətəndaşların bilmək hüququ olduğu və bilməyə məcbur qaldıqları məsələlər gözdə tutulmalıdır. Yayılmış bir mövqeni bəyənməyənlərin də fikirləri xəbər proqramlarında səslənməli, heç bir problem yeganə çözümlə variantında təqdim ediləcək dərəcədə basitləşdirilməməlidir.

### Balans belə saxlanılır:

- telexəbər proqramı olayların dərinliyinə varır. Heç bir problemə tək baxış bucağından baxılmaz;
- jurnalist olayı bütövlükdə cəmiyyətin fonunda işıqlandırır. Ümummilliy, bölgə və yerli maraqlar arasında tarazlıq gözlənilir. Təbii ki, hər hansı bölgənin mövqeyinə öncəlik tanımaq olmaz;
- siyasi və ya istehsalat ziddiyyətləri zamanı toqquşan başlıca fikirlər diqqətə yetirilir. Problem sürəkli işıqlandırma tələb edirsə, növbəti buraxılışlarda da ona yer ayrılır;

- ictimai xarakterli mübahisəli məsələlərdə diskussiyanın bütün yönləri əksini tapır. Baxış müxtəlifliyinə eyni buraxılışda yer ayırmaq mümkün olmadıqda, əgəlabatan zaman dilimi əsas götürülür və problem bir neçə buraxılışda işıqlandırılır;

- Tərəflərdən hər hansı birinin mövqeyini bildirəcək şəxsin süjetə (proqram) qatılmaq imkanı olmayanda jurnalist və ya prodüser bu baxış bucağını açıqlayacaq uyğun adamın tapılması üçün var qüvvəsini əsirgəmir. Belə bir adam tapılmasa, onun səsləndirəcəyi fikir mütləq seyrçilərin diqqətinə yetirilir.

Olaya bütün baxışları diqqətə yetirməyə can atan jurnalistlər, olur ki, bir çox seyrçini incik sala biləcək müsahibələrə də yer ayırırlar. Bənzər müsahibələri efiərə verən prodüser və redaktorlar buna ciddi əsasların və ictimai marağın olub-olmadığını dərindən götür-qoy etməyə borcludurlar. Əks halda, onlar jurnalistin niyə belə davrandığını heç cür doğrulda bilməyəcək, qanun və etika komissiyası (və ya öz vicdanları) önündə cavab verməli olacaqlar.

**Sual:** Balanslı xəbər hazırlamaq istəyən jurnalist necə davranmalıdır?

**Cavab:** Peşəkarlığa can atan hər bir jurnalist balanslı qorumaq üçün –

- bütün tərəflərə sual verməli və bütün baxışların açıqlanmasına imkan yaratmalıdır;
- alternativ baxışların yanlış ifadə edilməsinə əmin olmalıdır;
- mütləq ayrıca xəbər və ya silsilə xəbər şəklində qərəzsizliyə can atmalı və bunu seyrçilərə tam açıqlamalıdır;
- qərəzsiz olduğunun alternativ üsulları kimi, telefon sorğularından, videobağlantılardan və digər elementlərdən faydalanaraq, diskussiyalar planlaşdırmalıdır.

## SSENARİNİN YAZILMASI

Ssenari yazmaq bir məktub və ya hekayə yazmaq və ya kitab hazırlamaq deyil. TV üçün ssenari yazırsansa, seyrçinin nə görəəcəyi, nə eşidəcəyi, nə yaşayacağı çox önəmlidir. Hər şey anlaşılıqlı, sadə və təsirli olmalıdır (təbii ki, məqsədin seyrçini çaşdırmaq, yanıltmaq, yormaqla deyilsə).

**Beləliklə, telessenari üzərində düşünərkən 2 incəliyi yaddan çıxarmamalısən:**

1. Ssenari kiminsə səsləndirəcəyi mətn və ya kimlərinsə ifasında canlandırılacaq dialoqla yazmaq demək deyil;
2. Seyrçi səsləndirilən mətni elə ilk dəfədən anlamalıdır (yenidən qulaqlamaq üçün texniki imkan varmı? Hətta olsa belə, buna neçə seyrçi həvəs göstərəcək?).

## SSENARİ TEXNİKASI

TV üçün ssenari yazan həvəskar adam sözə önəm verəcək, amma peşəkar görüntüyə. Nədən? Çünki TV hər şeydən öncə görüntü deməkdir və sözsüz TV ola bilər, görüntüsüz TV yox! Demək, TV yazarı olayı vizuallaşdırmağı bacarmalı və söz seçərkən bu məqamı gözədən qaçırmamalıdır.

### DİQQƏT!

#### Telessenarist mətni işlərkən:

- görüntüləri;
- söylənən sözləri;
- interküyü -- dinlənən təbii və yapma səsləri bir araya gətirməyi bacarmalıdır.

Təbii ki, proqramın formatı (biçimi), xronometrajı (sürəklilik müddəti), ayrı-ayrı elementləri (avtonom hissələri və ya əvvəli, ortası, sonluğu), yayımlanma şəkli (canlı, yoxsa videoyazı olması), temporitmi

(proqram axarının sürəti) də düşünüləlidir. Danışqı dilinə yaxın üslubu, yığcamlığı gözdən keçirmək olmaz. Uzun-uzadıqlıq təkcə reklam menecerini əsəbiləşdirmir, seyriçiləri usandırır və onların diqqətini kəçəldir. Bütövlükdə telemətn saniyədə 2 söz olmaqla səsləndirilir, yəni bir dəqiqədə 120 söz eşitmək orta temporitmə uyğun gəlir.

Teleekranda söylənəcək sözləri ucadan oxumaq yolu ilə bu suallara cavab tapa bilərsiniz:

- Asan oxunur, yoxsa çətin?
- Yetərinə anlaşılırdımı?
- Hansı sözü ilk dəfədən anlamaq çətinidir?

### DİQQƏT!

Az söz işlətmək və bacardıqca sadə yazmaq ssenaristliyin qızıl qaydası sayıla bilər.

## SSENARİNİ YAZMAQ QAYDASI

Ssenarilərin çoxu 2 paralel sütunda yazılır. Sol sütun ekranda görəcəklərimizi – görüntünü, sağ sütun

Örnək (televeriliş ssenarisindən bir fraqment)

eşidəcəklərimizi – səs və nitqi əks etdirir. Paralel sütunlar təcrübədə, uyğun olaraq, videosıra və audiosıra da adlandırılır.

#### Görüntü (gördüklərimiz)

- Yeddi yaşlarında, əynində mayka olan oğlan uşağı üzünə ətir vura-vura güzgüyə baxır. Onun qondarma bıığı var!
- Altı yaşlarında bir qız çıxaraq əlindəki köynəyi stuldan asır. Gözünün altında "fənər" var – döyülməkdən qaralıb. Qızın üzgün və xoflu sifəti diqqəti cəlb edir. Bu qız köynəyi stula asandan sonra otaqdan çıxır.

#### Səs (eşidməklərimiz)

...Ara-sıra eşidilən və gərginlik ovqatı yaradan səs effektləri (sanki nəfəslə çalınan musiqi alətinin gah peyda olub, gah da itən səsi)

...(Kadr arxasından qızın səsi) *Daha bu qədər olmaz!.. Paltarını vaxtında yuyub-ütüləyirəm, yeməyini bişirib-verirəm, hər cür nazını çəkirim... Sağolu da bu – gözümün göyü!.. Gözünə görünmədən çıxsam, yaxşıdır. Allah bilir yenə ağlından nə keçir...*

Ssenari fraqmentində görüntülər sıralanıb. Hər rəqəm çəkiləcək bir və ya bir neçə yeni epizodu bildirir. Bənzər sıralanma çəkiliş aparılarkən çox önəmlidir. Rejissor hansı görüntünün çəkilməyini və həmin görüntünü hansı səs (musiqi) və ya yazının (titr və ya subtitrin) izləyəcəyini dəqiqləşdirir. Məsələn üçün, yuxarıdakı fraqmentdə 2 saylı görüntü gözünün altı döyülməkdən qaralmış qızığızla onun öz-özünə danışığının (kadr arxasından söylədiklərinin) çəkilib-yazılmasıdır. Bitmiş proqramda diqqətə yetirilən epizod ailəçi söz-söhbətin uşaq tərbiyəsinə ziyanını, uşaqları məişət zorakılığına alışdırdığını üzə çıxaracaq.

#### **Görüntü və sözlərin ssenaridə yazılma ardıcılığı.**

Bu, vərdəşdən asılıdır. Yeni öncə görüntünü bildirib sonra sözləri də yazmaq olar və ya öncə sözləri yazıb, sonra o sözlərə uyğun görüntüləri düşünmək də mümkündür. Düzdür, daha yaxşı yol – video və audiosıranın eyni zamanda yazılmasıdır. Bunun niyəsini aydınlaşdırmaq:

1. Hər görüntü dilimində nə görüb, nə eşitdiyinizi daha dəqiq təsəvvür edə bilərsiniz;
2. Hər görüntü diliminin necə qavranması və özəlliklə təsir gücü barədə fikriniz dəqiqləşər;
3. Görüntü və səsin sinxronluğu – eynizamandalığı cansıxıcı və seyrçiləri bilgiləndirməkdən çox yönləndirən bir proqram hazırlanması riskini də azaldar.

## **DIQQƏT!**

### **Ssenari yazarkən bunları unutma:**

- Gerçəkləri araşdır, sitat və rəqəmləri yoxla;
- Hər şeyi görüntünün özü deyirsə, sən söyləmə;
- Görüntüdən bilinməyənləri sözlə açqla;
- Xəbər və xəbərdəntörəmə proqramlarda sifətlərdən istifadə etmə (tutalım, sənə ucaboy kimi görünən bir adam bir başqasına adi və ya bəstəboy təsiri bağışlaya bilər);
- Mətnin danışiq dilində olmasına ayrıca diqqət yetir (məsələn, “fəqət” və ya “lakin” yerinə “amma” və ya “ancaq” yaz);
- Sadə yaz;
- Kadrarxası mətnin qısa və aydın olmasına çalış.

Kadrarxası mətni yazarkən də başlıca çətinlik bu sözlərin hansı görüntünü izləyəcəyini hesablamaqdır. Görüntü azdırsa, təbii ki, söz də az olmalıdır. Ümumiyyətlə isə, ssenarinin necə yazılmasına hazırlanan proqramın sırf jurnalist proqramı, yəni xəbərə və ya xəbərdəntörəmə olaya dayanan proqram olub-olmaması önəmli təsir göstərir. Belə proqramlarda görüntü və səs həyat gerçəklərinə, real insanlara, sənədə sadıq qalmalı və ssenarist heç bir halda xəyal gücünün əsirinə çevrilməməlidir.

### **Telexəbərin önəmli elementləri bunlardır:**

- həyatdan götürülən gerçək insan (“qəhrəman”) üz tutulan tarixçənin (olayın, əhvalatın) çıxış nöqtəsidir;
- ekspert (problemin bilicisi, açıq-aşkar siyasi və iqtisadi, yaxud hər cür korporativ maraqlardan uzaq adam) problemin ön tarixçəsini açıqlayır;
- vəzifəli şəxs sözügedən problemin indiyədək niyə çözülmədiyinə aydınlıq gətirir;
- sorğu və müsahibələr problemlə bağlı hansı baxışların olduğunu, olaydan kimlərin ziyan çəkdiyini və kimlərin faydalandığını göstərir;
- gerçək insan üz tutulan olayın həm də son nöqtəsidir (problemin “qəhrəmandan” keçirilməsi onun açıqlanmasını da asanlaşdırır )

Ssenarini yazarkən hər konkret məqamda nə göstərildiyini düşünmək çox önəmlidir. Telexəbərin kadrarxası mətnini dəqiqləşdirmək üçün öncə ssenarini başdan-başa oxumaqda, ayrıca hər fakt və rəqəmə yenidən diqqət yetirməkdə fayda var. Hər bir faktı təkrar-təkrar yoxlamaq lazımdır. İlk baxışda nə qədər maraqlı gəlsə də, gümanlara qapılmaq, öz xəyalındakını gerçək kimi qəbul etmək heç bir peşəkara yaraşmaz. Hamının bildiyini də xəbərləməyə dəyməz.

### **Reportyora yaddaş:**

- hər fakt yoxlanılmalı;
- hər bir fikir qaynağa söykənməli;
- reportyorun fikri kadrarxası mətnə və ya hər hansı şərhə yer almamalı;
- müsahibələrin kimliyi və vəzifəsi dəqiq göstərməli;
- mübahisəli məqamlar barədə hüquqşünas məsləhət alınmalıdır

Telexəbərin ssenarisini bitirərkən belə onu hər an dəyişmək zərurəti yarana bilər. Mətn görüntü ilə uzlaşmırsa, onu elə montaj otağında dəyişmək lazımdır. Ən parlaq mətn də videoxəbəri dağıda bilər.

Təbii səslərin (interküyün) və yeri gələrsə, sadəcə, sükutun – tam səssizliyin unudulması da telexəbərin məlumatlandırma və təsir gücünü zəiflətməyə qadirdir. Videosıradan açıq görünən məqamları da reportyor mətnində təkrar xatırlatmaq yersizdir.

#### Telexəbər ssenarisinə örnək

Video (görüntü)	Audio (səs)
K-1 00:10:11 Qayıqlar yüklənir və çaya salınır.	Kadrxası mətn ...Səhərin gözü açılmamış – saat dörd olar-olmaz, Mayıs oğlu Turalı da götürüb ova yollanır...
00:10:25 Tural motorun üstündəki avarları götürüb birini atasına verir.	
00:10: 50 Ata və bala avar çəkirlər.	...Motoru işə salmaq üçün pul olmadığından əlac avarlara qalib...  ...Öndə yarım saatlıq yol var. Motorlu qayıq, uzağı, 10 dəqiqəyə balıqlı yerə çatardı...
00:11:15 Kür çayının axarı və başqa bənzər qayıqlar görünür.	...Buralarda yaşayanlar hər gün bu yolu gedirlər... Amma hər gün bol balıq olmur...
00:11:40 Balıqlara tor atılır.	Reperand (ayrıca interküy – ata-oğul arasında dialoqdan fraqment) - O tərəfdən torun ipini aç! - Darıxma, ata, indi!..
00:12:20 Mayıs kişi – ata iri planda danışır.	Müsaibə (sinxron) “Əvvəllər hər dəfə buraya gələndə, yalan olmasın, 30-40 kilo balıq tutardıq. İndi 10-12 kilo tutsaq, sevinirik”...
00:12:45 Qayığın içində bir neçə balıq görünür.	Reperand (ayrıca interküy – motor səsi və oğulun sualı: - ata, bu balıqdan nə qazanacağıq?)  Kadrxası mətn ...Bu dəfəki ovdan 7 manaq qazanmaq mümkün oldu.
00:13:15 Ata-oğul balıqları mağazaya aparırlar.	Reperand (Mayıs: - Bu pul 1-2 pivəyə ancaq yetər!)
00:13:25 Ata mağazadan çıxarkən həmkəndliləri ilə salamlaşır və nəşə danışır.	Kadrxası mətn ...Bu kənddə yaşayan 70 ailədən hansının evinə getsəniz, indi yalnız balıq şorbasına qonaq ola bilərsiniz...

00:13:50 Kəndin ümumi görünüşü. Bacalardan tüstü çıxır... Kənd evinin içərisi... Şorba gətirən qadın	
00:14:20 At arabası keçir...Yolun bir qırağında çay axır.	...Həyat 100 il öncə neçəydisə, indi də elədir. Bu yolda maşın sürmək mümkün deyil. Kənd sakinləri deyirlər ki, yol da bu çaydır, çörək ağacı da!..  ...Gənclərin topladığı tək yer buradır. Hamısı kəndi tərk etməyə hazırlaşır...
00:14:35	Müsahibə “Ekoloqlar bu balıqçılığı da bizə çox görür, hər şeyi yığıdırmaq istəyirlər. Burada başqa nə iş görə bilərik ki? Çıxıb gedəcəyəm!”..
Kənd çayxanasında və ətrafında yeniyetmələr görünür.	
00:14: 55 Kəndli gənc danışır.	Kadrxası mətn ...Zaman keçir...Bu çay insanları doyurmaqda acizləşir. Amma insanlar çayı suçlamırlar. Onlara “balıq oğrusu” kimi baxan, di gəl, durumu dəyişmək üçün əlini ağdan-qaraya vurmayan qərar sahiblərini günahkar görürlər...(13)
00:15:30 Günəşin batışı və çay mənzərəsi.	

**Sözügədən telexəbər ssenarisinin şərh və bəzi dəqiqləşdirmələr. Bu ssenari örnəyini tam ssenari saymaq olmaz, çünki:**

- konkret videogörüntülərin yalnız başlanğıc zamanı göstərilib;
- hansı görüntünün neçə saniyə göstəriləcəyi ssenaridə əksini tapmayıb;
- adi təbii səslərin – interküynün xarakteri ilə bağlı qeydlər yoxdur;
- süjetin lap əvvəlində hansı reperaunddan – ayrıca interküy və görüntüdə, həm də neçə saniyə istifadə olunacağı bilinmir;

- videoplanların növü qeyd edilməyib (məsələn, iri plan, orta plan, ümumi plan, ZUM və ya panoramın olub-olmaması);

- son reperaund bilinmir;

- və s.

Yadda saxlamaq lazımdır ki, tam ssenaridə xəbər buraxılışı aparıcısı üçün bağlayıcı mətnlər – giriş sözü və yekun cümlələr də yazılır. Sözügədən ssenari variantı “Çarəsiz balıqçılar”, “Kəndlər niyə boşalırlar?”, “Kənd yerlərində hansı iş yerləri açmaq olar?” və s. mövzularda telefon və ya videobağlantılarından, studiya müsahibələrindən və ya adi sorğulardan (vox-poplardan) yararlanmağa da imkan verir.

## STƏNDAP (STAND-UP) NƏDİR?

Stəndap TV jurnalistinin danışan görüntüsüdür və ingilis dilinin “stand-up” sözündən götürülüb. Lüğəti tərcüməsi “dik durmaq”, “ayaqüstə dayanmaq”, “duruş” mənasına gəlir. Bizi maraqlandıran mənada reportyorun olay yerində görünüb nəyi isə xatırlatması, seyrcilərdən ötrü dəqiqləşdirməsi, olayla bağlı önəmli ayrıntıya diqqət çəkməsidir.

Reportyoru da əlavə etsək, ingiliscədən Azərbaycan türkcəsinə “reportyor duruşu” kimi çevrilə biləcək stəndap hazırlanan süjetin ən təsirli elementi ola bilər. Teleekranda reportyoru görəndə seyrci çox vaxt onun verdiyi məlumata daha diqqətlə yanaşır, çünki hər hansı olaya diqqət çəkməyin ən sadə yolu – insan amilindən faydalanmaqdır. Xəbərlədiyiniz olayı insandan “keçirəndə” məlumat daha çanayaxın olur. Bu baxımdan reportyor da istisna deyil.

“Ən sadə yol” ifadəsini elə-belə işlətmədik. Məsələn orasındadır ki, olaya bir anlıq diqqət yaratmaq asandır, ancaq kadra çıxan reportyor hıqqana-hıqqana və mətləbdənuzaq danışır, yaxud xəbərlədiyi faciənin fonunda çox biganə və naqqal adam təsiri bağışlayır, ya sadəcə, özünü gözə soxmaq istəyirsə, diqqət olaydan yayınacaq və ya teleekran önünə toplaşanlar nə baş verdiyini doğru-dürüst anlaya bilməyəcəklər.

Ortaya təbii sual çıxır: **Stəndap nə vaxt yararlıdır?**

İlk baxışda adama çox bəsit sual təsiri bağışlasa da, güman ki, bütün hallarda özünü doğruldacaq tərifi tapmaq imkansızdır. Vəziyyətdən ən yaxşı çıxış yolu – təcrübəyə üz tutmaqdır. Bir qayda olaraq, bu hallarda jurnalistin – reportyorun kadrda görünüb danışmasına ehtiyac yaranır:

- məhz olay yerində olduğunu auditoriyaya göstərmək, baş verənləri öz gözü ilə gördüyünü və ya şəxsən olayın izinə düşdüyünü doğrulamaq istəyəndə. Məsələn üçün, yanğın, nümayiş və s. zamanı;
- maraqlı və birbaşa olaya aid görüntülər yetərli olmayanda. Bu halda gələcək üçün dərs çıxarmağa da ehtiyac yaranır: “Necə oldu ki, filan görüntüləri çəkilmədi?”, “Daha nələr çəkilə bilərdi?” və s. və i.a.
- reportyor süjetin danılmaz və önəmli elementi olanda. Məsələn, uçulub dağılan yeni binanı öz gözü ilə görmək üçün reportyor olay yerinə yollanır və onun bu addımı süjetin mahiyyəti sayılır;
- reportajın müxtəlif hissələrinə “körpü” atanda. Məsələn üçün, “Bakıda vəziyyət belədir, ancaq Gəncədəki durum tamamilə fərqlidir...”. Unutmaq olmaz ki, “körpü” təkcə ayrı-ayrı yerləri deyil, müxtəlif arqumentləri də

birləşdirə, başqa sözlə, 2 ayrıca elementi bir-birinə bağlaya və eyni reportaj daxilində teleseyrciyə “olayın o biri tərəfinə baxmaq” imkanı yarada bilər;

- süjetin önəmli hissəsini, məsələn, baş verən olayın əvvəlini və sonunu vurğulayanda. Məsələn üçün, reportyor reportaja başlarkən olay yerini göstərmək və ya süjeti bitirərkən xəbəri toparlamaq, yaxud olayın sonrakı inkişafına baş vurmaq istəyəndə;

- haqqında söz açılan məsələyə diqqət çəkmək üçün. Bu halda reportyor kadra çıxma və hansı problemin vurğulandığını seyrcilərə şəxsən çatdırma bilər.

Stəndapa ehtiyac yoxsa, ondan istifadə etməyə dəyməz. Yersiz stəndaplar, adətən, şöhrətpərəstlik duyğularından və bir də tənbəllikdən irəli gəlir. Reportyor kadra çıxarkən, söyləyəcəyi sözləri diqqətlə götür-qoy etməli, “bizə ümid etmək qalır ki...”, “əlaqədar təşkilatlar bundan nəticə çıxarmalıdır” və s. qəlib ifadə və cümlələrdən qaçmalıdır.

Sual: Çəkiliş zamanı kadra çıxmaq istəyəndə (stəndap etmək fikrinə düşəndə) jurnalist necə davranmalıdır?

Cavab: Stəndap etmək istəyəndə jurnalist ən əvvəl olayın videogörüntü sırasında yer aldığına fərqi olmalı və yaddan çıxarmamalıdır ki:

- stəndap üçün uyğun yer seçməli;
- yer seçərkən fonun necəliyinə diqqət yetirməli (yanlış fon seyrci diqqətini kadrda deyilən sözlərdən yayındırır kimi, doğru fon söylənilənləri faydalı məlumatla tamamlaya bilər);
- necə göründüyünü yoxlamaq üçün güzgü yoxdursa, kameranın obyektivindəki əksinə baxmalı və ya kameramandan necə göründüyünü soruşmalı;
- çıxışa başlarkən və çıxışı bitirərkən susub ara verməli;
- birbaşa kameraya baxmalı;
- dəqiq və anlaşıqlı danışmalı;
- diribaş olmalı;
- reportyorun və ya kameranın hərəkəti hesabına daha canlı kadr almağın mümkünlüyü və bunun məqsədəuyğunluq dərəcəsi barədə düşünməli;
- kadrda çıxış uzun alınbsa, onu bir neçə yerə bölməyin mümkün olub-olmamasını götür-qoy etməlidir.



**Stəndap nə zaman yararlı olmur?**

Öncə yada salmağa dəyər ki, redaksiyaçı “Rəhbər qaydalar” xəbər reportyorunun kadra çıxışını normalaşdırı və yalnız ayrıca bildirilən hallarda stəndapdan istifadəyə yaşıl işıq yandıra bilər. Bu səbəbdən sanki kadrda çıxışın yersiz sayılacağı halları sadalamağa ehtiyac qalmır. Digər yandan “Rəhbər qaydalar”ın bəlli ümumi normalara söykənməsi danılmazdırsa, deməli, indi açıqlayacağımız şərtlərdə stəndapdan istifadəyə yol verilməsi reportyorların əslində qeyri-peşəkar qaydalarla çalışmasına yol açardı. Bir sözlə, stəndapdan yararlanmanın özünü doğrultmadığı halları öncədən bilməmək peşəkar reportyora heç vaxt yaraşmaz. Beləliklə, “stəndap nə zaman yararlı olmur?” sualını cavablamağa çalışaq.

**Sual: Reportyorun kadrda çıxışı – stəndap nə zaman yararlı olmaz?****Cavab: Ən azı, bu halları yadda saxlamağa dəyər:**

- hər hansı səbəbdən olayı “redaktə etmək” lazım gələndə;
- reportyor, sadəcə, öz sifətini teleekranda görmək istəyəndə;
- məhz montaj otağında çox vaxt keçirməmək üçün stəndapdan yararlananda;
- olay yerində çəkilmiş videogörüntülərin “zaman açarları”na (taym-kodlara) baş qoşmayanda;
- olayı xəbərleyən yaxşı videogörüntüləri axtarmaq əvəzinə kadrda çıxışdan istifadə edəndə.

**Stəndapdan yararlanmanın qaçılmaz şərtləri**

Bütün bunlardan sonra hazırladığınız telexəbərdə stəndapdan istifadəyə yenə önəm verirsinizsə, mütləq yadda saxlayın ki:

- arxa plan (fon) haqqında bəhs etdiyiniz məsələ ilə uzlaşmalıdır;
- fon çox gözə girməməli və diqqəti söylənən sözlərdən yayındırmamalıdır;
- bütün incəlikləri kameramanla götür-qoy edin və gərək bilirsinizsə, onunla yerinizi dəyişib videoarayıda sözügedən kadri gözdən keçirin;
- üz-gözünüzün, üst-başınızın qaydasında olub-olmamasını yoxlayın. Lazım gəlsə, kamera obyektivindəki əksinizə və ya özünüzlə götürdüyünüz güzgüyə baxın. Kameramana üz tutub “necə görünürəm?” – deyər soruşmaqla yetərlənməyin. Yadda

saxlayın ki, görünüşünüzdə nə əyər-əskik varsa, seyrçinin diqqəti məhz oraya yönələcək;

- stəndapınızı təkrar çəkdirin və 2-3 dubl etməkdən çəkinməyin (bu, seçiminizi genişlədir və hər hansı gözlənilməz xətanın öhdəsindən gəlməyə imkan açır);
- montajda əziyyət çəkməmək üçün danışığınızın önündə və sonunda susub ara verin;
- sözə başlarkən özünüzlə güvəniniz, məlumatı dəqiq söyləyin, ağır-batman görünməyə çalışın;
- istər özünüzlə, istərsə kameranın yerini dəyişmək imkanları (və qaçılmazlığı) barədə düşünün;
- kadrda çıxışın qısa, sadə və anlaşıqlı olmasına can atın;
- sadəcə, “danışan baş” kimi görünməkdən çəkinin.

**XƏBƏR REPORTYORLARINA YADDAŞ**

Reportyor duruşundan bu hallarda yararlanmaq olar:

- Reportajı toparlayıb yekunlaşdıranda;
- Kadrda nəyi isə göstərib vurğulayanda;
- Mücərrəd (abstrakt) məlumatı və ya olayın mahiyyətini diqqətə yetirəndə;
- Olay yerində olduğunuzu göstərib-doğrulayanda;
- Reportajın ayrı-ayrı hissələrini bir-birinə bağlayanda;
- Dramatik effekt yaratmaq, ilgi çəkən nəyi isə göstərmək lazım gələndə;
- Reportyora inamı artırmağa ehtiyac duyanda;
- Heç və ya yetərinə görüntü olmayanda;
- Sözlərinizə sanbal vermək istəyəndə.

## QRAFİK

Telexəbərdə qrafik elementlərdən istifadə ehtiyacı, adətən, videogörüntü olmayan hallarda yaranır. Bu halda müxtəlif sxem və diaqramlardan, xəritə və rəsmlərdən yararlanmaqla olayın məzmun və miqyasını az, ya çox dərəcədə "canlandırmaq" mümkündür.

**Sual: Qrafiklər telexəbər buraxılışına nə qazandırır?**

**Cavab: Xəbər qrafikləri videogörüntüsüz məlumatı daha təsirli edir:**

- olay sanki canlanır;
- maraqla baxılır;
- süjet vizual rəngarənglik qazanır.

*Tutaq ki, etibarlı qaynaq indicə filan yerdə yanğın baş verdiyini xəbərləyir. Bu barədə süjet hazırlamaq üçün videogörüntü tapmalısınız. Çəkiliş qrupunu olay yerinə yollamaq imkanınız yoxdur. Bu imkan olsa belə, təbii ki, sözügedən olay barədə məlumatı rəqib TV-lərdən öncə bildirmək istəyirsiniz. Nə etmək lazımdır? Birdən ağılıza gəlir ki, yaşadığınız yerin xəritəsindən faydalana və həmin xəritədə yanan binanın təxmini ünvanını göstərə bilərsiniz. Belə sadə qrafikdən istifadə yanğının yeri və miqyası barədə təsəvvür yaratmaq imkanı verir. Bu üsulun, heç olmasa, o üstünlüyü var ki, seyrciləriniz uzun müddət eyni adamın – telexəbər aparıcısının üzünü görməkdən yorulmurlar.*

**Sual: Xəbər qrafiklərindən nə vaxt istifadə olunur?**

**Cavab:**

- mürəkkəb mövzulara aydınlıq gətirmək istəyəndə;
- uzun sitatların (söz alıntılarının) qısa məzmununu verəndə;
- olayın başqa görüntüsü olmayanda;
- "danışan baş"dan boyun qaçıranda;
- seyrcilərə olay yerini təsəvvür etmək imkanı yaradanda;
- vizual müqayisə aparanda;
- bəlli zaman boyunca baş verən dəyişikliyi göstərəndə

**(daha geniş bilgi üçün bax: 9, səh.57-81).**

Musiqi deyərkən bəlli hallar nəzərdə tutulmalıdır, çünki telexəbər buraxılışında, yeri gəldi-gəlmədi, musiqidən faydalanmaq olmaz. Olaylı xəbərdə musiqidən istifadə seyrcinin məlumatlandırılmasına deyil, onun yönləndirilməsinə, deməli, nəyə isə təşviq olunmasına xidmət edə bilər.

**Sual: Telexəbər buraxılışında musiqidən nə vaxt istifadə olunur?**

**Cavab:**

- olayın özündə musiqi səslənəndə;
- görüntünün xarakteri bunu tələb edəndə (portret səciyyəli süjetlərdə);
- buraxılışın "açar planı"nda ("çağırıtı"da, yəni proqram başlarkən);
- buraxılışın "qıfıl planı"nda (proqram bitərkən);
- hər mövzu blokuna başlarkən (rubrikalarda);
- "promo"larda, yəni buraxılışın "tanıtma çarxları"nda;
- anons və "iştahlandırma"larda;
- "reklam ara"sının əvvəlində və sonunda.

## MONTAJ

Aydın məsələdir ki, haqqında telexəbər hazırladığımız olayı başdan-ayağa göstərmək imkanımız yoxdur. İstər-istəməz, ən önəmli görüntünü seçməyə və vaxt sığmağa məcbur qalırıq. “Niyə?” sualının çox sadə cavabı var: xəbər buraxılışları saatlarca sürmür.

Videomontaj mətn redaktəsinə bənzəyir və elə gerçəkləşdirilməlidir ki, seyrci çaşmasın. Görüntü və səs sırası olayın məntiqi ardıcılığını pozmamalıdır. Bütün hallarda seyrcilərin olay barədə dolğun bilgilənməsinə can atmaq lazımdır. Bundan ötrü olayla bağlı faktlar, müsahibələr yenidən sıralana və yenidən qruplaşdırıla bilər.

Reportyor montaj vaxtı nəyi yadda saxlamalıdır? TV təcrübəsinə dayanaraq həmin sualı belə cavablaşdırmaq olar:

### Telexəbər Reportyoruna Yaddaş

- reportyor bütün seyrciləri təmsil edir;
- olayı olduğu kimi, amma qısa şəkildə çatdırmaq vacib şərtidir;
- videogörüntülər və səs sırası olayı dəqiq əks etdirmirsə, çatışmazlıqlar aradan qaldırılmalıdır;
- darmacalda operativ çalışmaq peşəkarlıq göstəricisidir;
- telexəbər əfırə hazır deyilsə, bu barədə məlumatı əfır saatından xeyli öncə prodüserə çatdırmaq lazımdır (əks halda materialı əvəz etməyə vaxt qalmaz).

Öncə videomaterialın, heç olmasa, təxmini siyahısını hazırlayın. Görüntüləri göz önündə canlandırın, beyninizdə bəlli bir planı dolaşdırın və yalnız bundan sonra videomaterialı seçməyə başlayın.

İkinci addım kimi, xəbərləmək istədiyiniz olayın önəmli elementlərini müəyyənləşdirin, “hansı başlıca fakt və açıqlamaları diqqətə yetirmək istəyirəm?” sualını cavablaşdırmağa çalışın. Daha sonra xəyalən və ya daha yaxşı olar ki, kağız üzərində bütün önəmli elementləri sıraya düzün. Bu baxımdan TV təcrübəsində, adətən, “Vaqonların yüklənməsi və sıralanması” adlanan üsul çox faydalıdır.

### Montajöncəsi yaddaş:

#### “vaqonların yüklənməsi və sıralanması”

- görüntülü xəbərinizi yük vaqonları kimi düşünün – hər vaqon ayrılıqda önəm daşıyır;
- montaj etdiyiniz görüntülər, ayrı-ayrı kadr qrupları ayrıca yüklər rolunu oynayır;
- hər kadr (yaxud kadrlar qrupu) yük qatarının bənzər vaqonunun videomoduludur;
- göz önündən keçən vaqonlardan yalnız birini təsəvvür edin;
- o vaqona yığdığınız bütün yüklər, yəni görüntülər önəmli bir elementi tam əhatə edir;
- vaqonlar olayın məntiqi ardıcılığına görə ard-arda düzülür;
- beləcə, videosıra yaranır;
- bu ardıcılığa uyğun reportyor mətni yazılır.

Yük qatarına bənzətməni davam etdirərkən reportyor – şərhinin – kadrarxası mətnin ayrı-ayrı məqamları ilə videosıranın ayrı-ayrı məqamlarının təbii uzlaşması üzə çıxacaq. Bu uzlaşma hər hansı epizod üçün gərəkli görüntünü seçməyə yardım edir və ya videogörüntülərin sözlərlə uzlaşıb-uzlaşmadığını bildirir. Digər tərəfdən görüntü və səs sırasını (video- və audiosıra) yenidən formalaşdırmağa da ehtiyac qalmır. Təbii, sözlə açıqlamanın məntiqi ardıcılığı pozulubsa və yaxud nə isə yaddan çıxıbsa, elə əldə olanı da yetərli saymaq mümkündür, yəni elementlərin müəyyən miqdarı da bəs edəcək (başqa sözlə, yüklü vaqonların bəzisini “qatara” – xəbər süjetinə qoşmayacaqsınız və bununla da iş bitəcək). Belə yanaşma təkrar montajı da asanlaşdırır (düzdür, bilgisayar montajı ortaya çıxandan bəri təkrar montaj əvvəlki zəhməni itirib, çünki “təkrar montaj” xofunu analoq montajın hər şeyi yenidən başlamaq zərurəti doğururdu). Bir neçə vaqonun yerini dəyişmək və ya sayını artırmaq yük qatarını təzədən formalaşdırmaqdan və bütün vaqonların yerini dəyişməkdən qat-qat asandır.

## MONTAJ ZAMANI ÇƏKİLƏN GÖRÜNTÜLƏRİ DƏYƏRLƏNDİRMƏ ÖLÇÜLƏRİ:

- olayın baş verdiyi yer dolğun əksini tapıbmı?
- müxtəlif insanlar çəkilibmi?
- olayın həm adı, həm də qeyri-adi görüntüləri əks etdirilibmi?
- olay məkanının ovqatı duyulurmu?
- olayın zaman axarı necə duyulur?
- görüntü fraqmenti olayı necə açıqlayır?
- təbii səslər, özəlliklə "reperaund"lar (ayrıca interküy) olayın dolğun açıqlanmasına necə yardım edir?

Olay yerində nə çəkilsə-çəkilsin, mikrofonun açıq saxlanması və beləcə, olayın küyünün yazılması vacib şərtidir. Bu halda montaj zamanı bir kanalda reportyor və müsahiblərin səsini, digərində isə interküyü saxlayırsınız. Tutaım, reportyorun sözlərini təbii səslərdən 10 dəfə yuxarı səviyyədə saxlasanız, bu səslər onun söylədiklərini eşitməyə əngəl törətməz, eyni zamanda olayın interküyü görüntü və nitqə təbii dad qatar. Dinib-danışan və dəyişən "lal" görüntüdənsə səslə görüntü, sözyox, daha çox diqqət çəkəcək və ən əsası, olay barədə daha çox bilgi verəcək. Təkcə reportyor oxusundan deyil, "diktör oxusu"ndan yararlandığınız hallarda da görüntünün təbii küyünü qorumaq və seyrçilərə eşitdirmək olay barədə seyrçi təsəvvürlərinin artırılmasına xidmət edir.

## İTERKÜYDƏN (TƏBİİ SƏSLƏRDƏN) İSTİFADƏNİN 10 QAYDASI

1. Olduğunuz yerə göz gəzdirin və fon səsini yazın. Sizə gərəkli səsi əldə etmək üçün kameramanla məsləhətləşin və onunla əməkdaşlıqdan çəkinməyin;
  2. Tamamlanmış xəbər süjetində fon səsindən istifadə çox önəmlidir. Fon səsi üçün çəkiliş məkanı ilə bağlı səsləri – tutaım, insanların danışığı və atmacalarını, kütlə uğultusunu, külək viyılısını, yarpaq xışıltısını, motor tırıltısını, su şırıltısını və s.-i yazın;
  3. Təbii səsləri azı 3 saniyə ayrıca (əsas səs kimi) eşitdirin. Bundan az eşitdirmək seyrçidə təəssürat yaratmaz;
  4. Təbii səs telexəbərən önəmli bilgi yükünü daşıyarkən, daha sürəkli interküy aralarından (məsələn, 5 saniyədən 10 saniyəyədək reperaunddan) yararlanın;
  5. Bir dəqiqə 45 saniyədən 2 dəqiqəyədək sürən süjetlərdə azı 3-5 interküy arasından faydalanın;
  6. Həmişə kadrarxası mətndən (reportyor oxusundan) öncə interküy verin;
  7. Həmişə müsahibədən sonra interküyə yer ayırın;
  8. Həmişə kadrarxası mətnin keçidləri arasında interküyü eşitdirin;
  9. Süjetinizdə məkan dəyişərkən həmişə interküydən istifadə edin;
  10. Xəbər süjetini tamamlamaq, ona daha bitkin, daha ritmik və sanki musiqili biçim vermək üçün həmişə interküydən yararlanın.
- Daha ətraflı bilgi üçün bax:8.

## MƏTN

Uyğun mövzuya toxunan media mütəxəssisləri də, jurnalistlər də: “Xəbər apaydın və sadə dillə yazılmalıdır”, – deyə öyüd verirlər. Burası məlum, amma darımaçaldı buna həmişə əməl etmək yalnız yüksək peşəkarların əlindən gəlir. Reportyor istər kadrarxası mətni, istərsə stəndapı – kadrda çıxışını hazırlarkən özünü sanki başqasının qulağı ilə dinləməyi bacarmalı, bunu vərdisə çevirməlidir. Qaynar olayı xəbərləyən TV jurnalisti stəndap mətnini yazmasa, sadəcə, bu olayın içindən səslənsə, yetər. Kadrda çıxış edərkən, tam oturuşmuş, yerli-yataqlı və ən yaxşı ədəbi dil ölçülərində danışmağa ehtiyac qalmır və bəlkə, belə dil seyrçinin diqqətini olayın gedisindən, onun önəmli ayrıntılarından yayındıra da bilər.

Öz xəbərini – özəl hazırladığı xəbəri çatdıran reportyor dil normalarına daha tələbkar yanaşmalı, kadrda çıxışını qısa və dəqiq, eyni zamanda mümkün qədər anlaşılıqlı və ən başlıcası, olayın xarakterinə uyğun dildə qurmalıdır. Hər bir telereportyor üçün əsas məsələ odur ki, o, haqqında söz açdığı olay barədə seyrçilərə məhz bilgi verdiyini bir an da unutmaz.

### Yenə xatırlatmaqda fayda var!

Reportyor düşündüyünü deyil, görüb-bildiyini, tapıb-üzə çıxardığını xəbərləyir. TV reportyorunun həmişə diqqət yetirəcəyi bir başqa incəlik – ekranda görünüb-bilinənləri deyil, görüntüdə anlaşılmayanları, heç cür görüntüyə gəlməyənləri dilə gətirməsidir.

## TV-DƏ XƏBƏR MƏTNİ

Telexəbər mətni, təbii ki, çap mediasının və radionun mətnindən fərqlənir. Qəzetdə oxu sürətini oxucu müəyyənləsə də, TV-də bu iş reportyorun üzərinə düşür. Bu baxımdan radioya bənzərlik var, amma TV-də görüntü olduğundan sözlərin səsləndirilməsində

eniş-yoxuşlar radiodan çoxdur. Deyilənlərin tezəcə anlaşılması üçün danışq dilindən və qısa cümlələrdən yararlanmaq lazım gəlir. Televiziya xəbərlərində görüntü və söz bir-birini tamamlamalı, eyni zamanda söz görüntünü sıxışdırmamalıdır.

## XƏBƏR MƏTNİNİ YAZMAQ QAYDALARI

- Səhifə ikiye bölünür: sol tərəfdə görüntü, sağ tərəfdə səs/danışq yazılır (və ya əksinə). Zaman açarı (time code) və xronometraj (zaman axışı) göstərilir ki, montaj da mümkün olsun.
- Öncə xəbərini mesajı dəqiqləşdirilməli və yazılanlar ucadan oxunmalıdır ki, danışq dilinə uyğun gəlməyən söz və cümlələr düzəldilsin.
- Mətn qısa olmalıdır – ideal halda xəbər düsturunun hər sualını cavablayan bir cümlə.
- Az rəqəmdən istifadə edilməlidir. Totalım, 1060 manat 50 qəpik əvəzinə “min manatdan çox” deyilməlidir. Rəqəmlər asanca anlaşılmalıdır.
- Sadə, həm də düzgün məntiq işləməlidir. Televiziya çox geniş seyrçi kütləsinə ünvanlandığı üçün dil sadəliyi ayrıca önəm qazanır.
- Danışqı çox yer ayırmaq seyrçiləri yora, çaşdırır və istəmədən yönləndirə bilər. Bu üzədən olayı sözdən çox görüntü açıqlamalıdır.
- Mətni səsləndirməyə çox diqqətli yanaşmaq şərtədir. Nə oxumaq qədər necə oxumaq da önəmlidir. Darıxdırıcı bir səs tonu xəbəri öldürür. Vurğulara diqqət edilməli, mətni, sanki dostuna danışırsanmış kimi, oxumalısın.
- Xəbəri bitirərkən deyəcəklərin yadda qalmalı, seyrçiləri bu mövzunu düşünməyə həvəsləndirməlidir.

## KADRARXASI MƏTN

Söhbət o haldan gedir ki, videolarada reportyor görünür, amma onun səsi eşidilir. Yəni reportyorun səsi ilə verilən informasiya videosıranın verdiyi informasiyanı tamamlayır. “Nə olub?” sualını seyrçilərə açıqlamaq üçün telexəbər kadrarxası şərhə hazırlanma üsulu çox əlverişlidir, çünki qulağa hesablanmış sözlərlə yanaşı, videosıranı da izləmək mümkündür. Xəbər süjetinin ən asan başa gələn hissəsi məhz kadrarxası mətdir. Bir başqa adla reportyor şərhı deyilən bu hissə, təəssüf ki, Azərbaycan TV təcrübəsində yanlış olaraq videosüjetin təməli də sayılır.

Adətən, kadrarxası səs studiyada yazılır və sonra onun üzərinə görüntü montaj edilir (1-ci səs cığırına kadrarxası mətn yazılırsa, 2-ci cığırda təbii səslər – interküy əks etdirilir). Artıq xatırladığımız kimi, Azərbaycan telexəbər təcrübəsində də yayılmış bu üsulun ən zəif, bəlkə də, ziyanlı tərəfi odur ki, görüntü reportyor sözünə tabe etdirilir. Jurnalist TV-nin özəlliyini diqqətə almadan həmin mətni yazıb-səsləndirəcəksə, deməli, həm videosıra olayın mahiyyətini açıqlamaya bilər, həm də reportyor şərhinin teleseyrçiləri yönləndirmə ehtimalı artar. Bu baxımdan məhz montaj edilmiş videosıranın üzərinə mətn yazmaq istər peşəkarlara, istərsə mediaya inamı itirmək istəməyənlərə – auditoriyanı məlumatlandırmaqla onu yönəltmək arasındakı prinsipial fərqi anlayanlara daha çox yaraşır.

### Kadrarxası mətnə – reportyor şərhinə verilən tələblər:

- videosıranı müəyyənləşdirmədən, yəni görüntüləri dəqiqləşdirmədən k/a mətn yazmaq lazım deyil, çünki söz və görüntü uyurluğu pozulacaq;
- əsas informasiyanı mətn yox, görüntü çatdırır;
- mətn görüntüdən bəlli olmayanları və ya heç cür görüntüyə gəlməyənləri açıqlamalıdır (tutalım, kadrda ağlayan insan görüntüsü varsa, bunun səbəbi seyrçiye çatdırılmalıdır);
- k/a mətn qulağa hesablanmalı, danışıq dilini əsas götürməlidir;
- mətnin başlanğıcında nədən bəhs olunacağı bildirilir;
- mətnin orta hissəsində bəhs olunacaq məsələ diqqətə yetirilir;
- mətnin son hissəsində göstərilib-danışılanlara yekun vurulur;

- reportyor mətnində adı çəkilən adam həmin an ekranda görünməlidir;
- k/a mətnlə videosıranın bəsit uyarılığında çəkinmək lazımdır (kadrda görünənlərin bəsit sadalanması nəzərdə tutulur);
- reportyor mətni bütövlükdə xəbər süjetinə ayrılan zamanın 1/3-ni keçməməlidir;
- parlaq və ifadəli kadrlar göstərilərkən reportyor pauza (ara) verməlidir;

Səs (söz) və görüntü nə bir-birindən haçalanmalı, nə də bir-birini təkrarlamaqdır. Söhbət bir-birini tamam-lamaqdan – uzlaşma və uyarılıqdan gedir. Bu baxımdan reportyor bəzi çox önəmli prinsipləri gözdə tutmalıdır.

### Kadrarxası mətn yazan telexəbər reportyoru bunları bilməlidir:

- videosıra və mətnin mütləq üst-üstə düşəcəyi halları;
- videosıra və mətnin üst-üstə düşməyəcəyi halları;
- videosırası olmayan mətnin verilmə formalarını;
- k/a mətdənsə sinxron və ya interküydən yararlanma hallarını

Reportyor mətninin keyfiyyətinə onun peşəkar səviyyəsi, iş təcrübəsi, haqqında söz açdığı məsələyə bələdlik dərəcəsi, təbii ki, təsir göstərir. Kadrarxası mətn dəqiq, aydın və yığcam yazılmalı və o cür də səsləndirilməlidir. Bu mətn ümumədəbi normaları danışıq dili normaları ilə uzlaşdırmağı bacarmalıdır.

Kadrarxası mətn yazan jurnalist xəbər süjetinin bütün görüntü+səs+nitq mənzərəsini göz önünə gətirməli, reportyor şərhı boyunca olaya qatılanların ayrı-ayrı deyim, atmaca və dialoqlarından, olayın interküyündən, özəlliklə ayrıca təbii səsdən – reperaunddan faydalanmağı unutmamalıdır.

**Kadrarxası mətdə reperaunddan (ayrıca interküydən) yararlanma.** Belə yararlanmalar reperaundda əksini tapan məlumatın xəbər süjetinin kontekstinə istər kompozisiya və məzmun, istərsə üslub baxımından tam uzlaşdırılmasını tələb edir.

## DIQQƏT!

Reperaund – reportyor şərhı fonunda deyil, ayrıca səsələnən interküy daha çox birbaşa informasiyanın çatdırılmasına yox, reportyorun öncə və sonra söylədiyi sözlərin inandırıcı alınmasına xidmət edir!

Reperaundun müxtəlif formaları var, yəni ayrıca interküyün sözlü və səsli şəkilləri var (müsaibə fraqmenti, kiminsə atmacası, şüar, xışiltı, gurultu, tappılı və s.). Çəkilmış videomateriali gözdən keçirən jurnalist (reportyor) istifadə edəcəyi görüntülərin zaman açarını yazır və süjetdə yer alacaq sinxron parçalarını müəyyənləşdirəndən sonra montaja hazır duruma gəlir. İndi artıq kadrarxası mətni hazırlamaq və həmin mətnə reperaund üçün pauaları nəzərdə tutmaq olar. Montaj zamanı reperaundun səs səviyyəsi reportyorun səs səviyyəsində verilir (başqa sözlə, 2-ci səs cığırının səviyyəsi 1-ci cığırın səviyyəsinə yüksəldilir və bu səs səviyyəsi reperaunda ayrılan zaman boyu, turalım, 5-8 saniyə davam edir).

### Xəbər aparıcısı üçün bağlayıcı mətnlərin yazılması.

Belə mətn tiplərini, adətən, xəbər proqramını efrə verən buraxılış qrupu hazırlasa da, bu zaman reportyorun da üzərinə bəlli öhdəliklər düşür. Hansı təcrübənin əsas götürülməsinə baxmayaraq, xəbər reportyoru öz süjetinin bağlayıcı mətnlərini – aparıcı üçün “giriş sözü” və “son sözü” hazırlamağı özünə borc bilməlidir. Bu, olay və ya problemin mahiyyətə açıqlanmasına və bütün xəbər xidməti əməkdaşlarının baş verənlərdən xəbərdar olmasına yarar saxlayır.

Aparıcı üçün bağlayıcı mətnləri məhz reportyorun hazırlamasını başqa səbəblər də doğruldur. İş burasındadır ki, telexəbər xidməti hər hansı olay barədə ilkin məlumatı, adətən, informasiya agentliklərindən alır. Azərbaycan reallığını əsas götürsək, bir gerçəyi gözdə tutmaq lazımdır: xəbər agentliklərində çalışanlar olay barədə məlumatı, çox vaxt, telefonla və ya uyğun rəsmi qurumlardan alırlar. Belə məlumatlar ya çox ümumi sözlərlə yazılır, ya heç də həmişə dəqiq olmur. TV reportyoru isə xəbər agentliyinin məlumatına dayanaraq olayın izinə düşür, olay yerinə baş çəkir və olayın anlaşılması üçün çox önəmli əlavə bilgiler əldə edir. Ən başlıcası isə, görüntülü xəbər hazırlanır və olaya qatılanların gözü ilə həmin olayı dəyərləndirmək mümkün olur.

### Reportyorun xəbər aparıcısı üçün yazdığı bağlayıcı mətnin üstün özəllikləri:

- xəbər süjeti bütövlükdə buraxılışa daha üzvi bağlanı və onun təbii parçasına çevrilir;
- üslubi tamlıq qorunur;
- xronometraj baxımından süjetdən çıxarılan məlumat bağlayıcı mətnə əksini tapır;
- olayın mahiyyəti daha dolğun açıqlanır.

Xəbər süjetindən öncə səsələnən bağlayıcı mətnə örnəklər:

Pis örnək: *Milli Məclis “Təhsil haqqında Qanun” layihəsinin müzakirəsini davam etdirir...*

Yaxşı örnək: *Milli Məclis “Təhsil haqqında Qanun” layihəsinin 2-ci oxunuşuna başlayıb. Bugünkü müzakirə təhsildə aspirantura pilləsinin qalıb-qalmamasına aydınlıq gətirdi...*

Xəbər süjetindən sonra səsələnən bağlayıcı mətnə örnəklər:

Pis örnək: *Bir il öncə bu qanun layihəsi ilk dəfə müzakirəyə çıxarılmışdı...*

Yaxşı örnək: *Azərbaycan təhsildə Avropa standartlarının tətbiqinə başladı. Bu gedişlə ilk addım – aspiranturanın ləğvi ola bilər...*

**Kadrarxası mətnə sitat gətirilməsi.** Öncəliklə yadda saxlamağa dəyər ki, telesüjetdə sitat gətirməkdən və ya sitat səsəndirməkdən, imkan olduqca, qaçmaq lazımdır. Olaya aydınlıq gətirmək və ya olaya baxışlar arasında balans yaratmaq üçün sitat gətirmək qaçılmaz olanda, mətn qrafiklərindən faydalanmaq daha məqsədəuyğundur. Bu zaman sitat müəllifinin fotosunu, kimliyini göstərmək və sitat mətnini yazıb səsəndirmək işə peşəkar yanaşmaq örnəyi sayıla bilər.

*Turalım, korrupsiya ilə mübarizə komissiyasının sədri Nadir Kamalov (misal şərtidir) jurnalistlərə müsahibəsində: “Hərdən mənə elə təsəvvür yaranır ki, yalnız maymaq, bir də tənbel məmurlar rüşvət alırlar,” – fikrini dilə gətirib. Kadrarxası mətnə bu sitata yer ayırmaq üçün ekranın sol tərəfində Nadir Kamalovun fotosu verilir (yaxşı olar ki, müsahibə anında çəkilmış foto olsun). Həmin fononun altında sitat müəllifinin adı və soyadı, eləcə də vəzifəsi yazılır. Sağ tərəfdə isə sözügedən müsahibə parçası titrlərlə göstərilir və reportyor yox, başqa bir adam bu sitatı səsəndirir.*

“Hər hansı sitatı reportyorun özü səsləndirə bilərmə?” sualının, çox güman, tək cavabı var: reportyor stəndapında belə səsləndirmə mümkündür və həmin fraqmenti təxminən bu şəkildə gerçəkləşdirmək olar:

**Reportyor kadrda:** *“Korrupsiya ilə Mübarizə Komissiyasının sədri Nadir Kamalov səhər qəzetlərində yer alan müsahibəsində bildirib ki... olduğu kimi oxuyuram... “Hərdən məndə elə təsəvvür yaranır ki, yalnız maymaq, bir də tənbel məmurlar rüşvət almırlar”. Sitatın sonu”.*

#### **Kadrarxası mətnə şəxs sonluqlarından istifadə.**

Önemli incəliklərdən biri də kadrarxası mətni yazarkən reportyorun həmin mətnə “biz”, “fikrimizcə”, “əminik”, “düşünürük” və s. sözləri işlədib-ışlətməməsi məsələsidir. Bənzər sözlərdən yararlanmaq olmaz, çünki baş verən olayla bu olaya münasibəti qarışdırmaq peşəkar reportyora yaraşmaz. Sadaladığınız sözlər jurnalistin (reportyorun) qərəzli münasibəti kimi qavrana və deyilənlərin identifikasiyasına – dəqiq eyniləşdirilməsinə imkan verməyə bilər. “Biz” deyərəkən kimi nəzərdə tutursunuz və bu halda “siz” kimdir? “Əminik” deyərəkən məhz kimlərin əminliyindən söhbət gedir və bu halda “əmin olmayanlar” kimlərdir? və s. və i.a. Sadaladığınız sözlərdən bütövlükdə TV və ya konkret proqramın rəhbərliyi adından və bəlkə də, jurnalistin özəl – “bunu da bilmək maraqlı olardı” qəbilindən reportajında yaralanmaq olar, ancaq bu hallarda da daha peşəkar davranış həmin sözlərin yerinə proqramın və ya çalışdığı TV-nin adını çəkməkdir (“Xəbərlər” proqramı bu qənaətdədir ki”, “Cənub TV” o fikri bölüşür ki” və ya “Sizin reportyor düşünür ki”). Bu məsələləri iş yerinizin “Üslub soraqçası”nda tənzimlənməyə çalışın.

**Kadrarxası mətnə rəqəmlərin verilməsi.** Müxtəlif rəqəmləri eşidib yadda saxlamaq həmişə çətinlik yaradır. Özəlliklə TV-yə baxan adamın fikri görüntülərdə olduğundan reportyorun səsləndirdiyi rəqəmlər, adətən, diqqətdən kənarda qalır. Buradan o nəticəyə gələ bilər ki, k/a mətnə, imkan daxilində, rəqəmlərə yer vermək lazım deyil. Düzdür, tətullım, manatın məzənnəsi barədə süjet hazırlayanda və milli valyutani avro və ya dolların kursu ilə müqayisə edəndə, rəqəmləri söyləmək mümkündür. Ancaq bu halda da söylənən mətni uyğun görüntülərlə uzlaşdırmaq şərtidir. Başqa sözlə, manatın məzənnəsi barədə konkret rəqəmləri səsləndirərkən uyğun valyuta kurslarını əks etdirən tabloları göstərmək məqsədəuyğundur.

Jurnalist mətnində mürəkkəb sayları işlətməkdən qaçmaq üçün rəqəmlərin yuvarlaqlaşdırılması üsulundan faydalanmaq olar. *Tutalım, Bakının 200 min sakini ən müxtəlif səbəblərdən yaşayış yerini dəyişib.* “Paytaxtın on minlərlə sakini yeni ünvanlara köçüb” deməklə olayın miqyası barədə nisbətən dəqiq təsəvvür yaratmaq mümkün olmayacaq. Ancaq evlərinin dəyişənlərinin şəhər sakinlərinin ümumi sayına nisbətini faizlə ifadə etsək, kadrarxası mətn teleseyrçiləri daha dəqiq məlumatlandırır. Bundan ötrü statistikaya üz tutur və Bakıda yaşayan əhəlinin ümumi sayını öyrənirik. *Tutalım, söhbət 2 milyon sakinəndən gedir. Adi hesablamaya aparsaq, paytaxt sakinlərindən 10 faizinin yeni ünvanlara köçdüyünü müəyyənləşdirəcək və bu məlumatı k/a mətnə belə səsləndirəcəyik:* “Paytaxt sakinlərinin on faizi yeni ünvanlara köçüb”. Yuvarlaqlaşdırma üsulunun başqa variantından da yararlanıla bilər. Məsələn, *Bakı sakinlərinin toplam sayını – 2 milyonu 200 minə bölsək, 10 rəqəmini alacağıq. Bu, həm 10%, həm də “hər on adamdan biri” deməkdir. Beləliklə, ünvanını dəyişən 200 min nəfər haqqında “Bakının hər on sakinindən biri yeni ünvanla köçüb” məlumatını işlədə bilərik. Diqqət yetirdinizsə, k/a mətnə rəqəmləri sözlə ifadə etdik. Bu, ona görə vacibdir ki, rəqəmlər reportyoru, redaktoru, aparıcını yanıltmasın.*

#### **DIQQƏT!**

##### **Kadrarxası mətnə rəqəmlərdən istifadə edərkən bunları unutma:**

- hər hansı səhvədən qorunmaq üçün bütün rəqəmləri sözlə yaz, məsələn: dörd milyon;
- mürəkkəb rəqəmləri yuvarlaqlaşdır, məsələn: 2,1 milyon yerinə “azı iki milyon”;
- rəqəmlərin verdiyi informasiyanı daha anlaşılıqlı biçimə sal, məsələn: “insanların 10 faizi” əvəzinə, “hər on adamdan biri” yaz;
- süjetdə eyni tarixi təkrar-təkrar işlədərkən həmin tarixi ilk dəfə tam söylə və daha sonra yalnız son rəqəmləri de, məsələn: “min doqquz yüz doxsanıncı” tarixini mətnin əvvəlində olduğu kimi, amma daha sonrakı oxunuşlarda “doxsanıncı il” şəklində söylə.



**Kadrarxası mətnə şəxs adlarının verilməsi.**

“Telexəbərdə naməlum ad və soyadlarından necə yararlanmaq olar?” sualının birmənalı cavabı yoxdur. Ancaq təcrübə göstərir ki, nəinki heç tanış olmayan və ya o qədər də tanınmayan adları, hətta məşhur şəxsləri də təkrar tanımaq daha doğru yoldur. Məsələ orasındadır ki, kimliyindən asılı olmayaraq, hər bir müsahibi seyrçilərə tanımaq lazımdır. Özünüz deyən, önəmli bir məlumatın qaynağı olan insanı təkrar tanımağın kimə nə ziyanı var? Üstəlik, həmin şəxs süjetin əsas personajıdırsa, hər müsahibə fraqmentində onun subtitrini vermək normaya çevrilməlidir.

Bir çox hallar da var ki, tam tərsinə, şəxs adlarının verilməsinə heç ehtiyac qalmır. Tutaq ki, yüksək vəzifəli dövlət məmurlarının görüş və ya toplantısından xəbər hazırlayırsınızsa, onların adlarını göstərməyin nə faydası var? Belə hallarda yalnız vəzifə adlarının sadalanması yetərlidir, çünki ad və soyadları önəmli bilgi daşıyır. Daha dəqiq təsəvvür üçün 2 variantı müqayisə edək.

Yanlış variant	Düzgün variant
Rusiya Federal Sərhəd Xidmətinin direktoru general-polkovnik Konstantin Tot-ski Bişkekə səfərinin gedişində Qırğızistan Respublikasının Prezidenti Əskər Akayevlə, baş nazir Cumabəy İbrahimovla, müdafiə naziri general-polkovnik Mırzakan Subanovla, milli təhlükəsizlik naziri general-mayor Misir Aşırkulovla və Müdafiə Nazirliyi Sərhəd Qoşunları İdarəsinin rəisi, polkovnik Talaybəy Şatemirovla görüşüb.	Rusiya Federal Sərhəd Xidmətinin direktoru Konstantin Tot-ski Bişkekə səfərinin gedişində Qırğızistan Respublikasının Prezidenti Əskər Akayevlə, baş nazirlə, müdafiə və milli təhlükəsizlik nazirləri ilə və Müdafiə Nazirliyi Sərhəd Qoşunları İdarəsinin rəisi ilə görüşüb.

Adlar və hərbi rütbələr seyrçiyə nə verir ki? Bunlarla maraqlanan şəxsə həmin bilgiler məlumdur. “Düzgün variant”ın daha bir üstünlüyü onun qısalığı, teleseyrçilərə daha anlaşılıqlı olmasıdır. Üstəlik, efir vaxtına da qənaət edilib.

**Kadrarxası mətnə yer adlarının verilməsi.**

Telexəbərin məzmunu, özəlliklə “harada?” sualının cavablanması baxımından az tanınan coğrafi adlardan da yararlanmaq lazım gəlir. K/a mətnlərdə belə adları necə vermək, təbii ki, maraq doğurur. Necə edəsən ki, həmin yer barədə seyrçidə bəlli təsəvvür yaradasan? Necə edəsən ki, çətin yadda qalan adlarla seyrçini yormayasan? və s. və i.a.

**K/a mətnə yer adlarını vermək üsulları:**

- yer adı bəlli informasiya daşıyarsa, bir neçə dəfə xatırlatmaq lazımdır;
- az tanınmış yer adlarını daha tanınmış coğrafi məkanlara bağlamaq məsləhətdir, məsələn, “Nağaraxana kəndi” deyil, “Şamaxı və Pirqulu arasında yerləşən Nağaraxana kəndi” yazmaq olar;
- sözügedən yer adı videogörüntüdəki “ünvan planı”nda da göstərməlidir (bu halda seyrçi yer adını öz gözləri ilə oxuyur);
- xüsusi gərəklər duyulan hallarda yer adının əks olunduğu xəritəni görüntüləyərək videosüjetə daxil etmək olar;
- yer adı dəyişibsə, bir müddət onun köhnə adını da xatırlatmaq lazımdır (məsələn, “Şirvan şəhərində, keçmiş Əli Bayramlıda” və ya “Saxa Respublikasında – əvvəlki adı ilə Yakutiya”);
- yer adı ədəbsiz səslənirsə, bu adı “ünvan planı”nda göstərin və bu yetərli deyilsə, həmin adı müsahiblərin dilində saxlayın;
- yer adlarının yazılış və deyiliş qaydalarını öyrənin;
- yanlış adların yayıcısına çevrilməyin (məsələn, “İran körfəzi” yerinə “Fars körfəzi” söyləməyin).

**Kadrarxası mətnədə etnik kimliyi bildirən sözlərdən**

**istifadə.** Belə sözləri işlədərkən, özəlliklə ölkəiçi xalqlardan bəhs edərkən bəlli etik prinsiplərə dayanmaq özünü doğruldur. Məsələn, Briitaniya Mətbuatından Şikayətlər Komissiyası ayrı-seçkiliyə qarşı ayrıca maddə müəyyənləşdirib: “Mətbuat irqi mənsubiyyətə, dərinin rənginə, dinə, cinsə, seksual yönümə və ya hər hansı psixi çatışmazlığa və natamamlığa qərəzli, yaxud alçaldıcı münasibətə yol verməməlidir. İşıqlandırılan olaylara birbaşa dəxli yoxsa, irqi mənsubiyyətə, dərinin rənginə, dinə, seksual yönümə, fiziki və ya psixi çatışmazlığa, yaxud əlilliyə aid xırdalıqlardan qaçmaq lazımdır” (Daha geniş bilgi üçün bax: 73).

Bu o deməkdir ki, hər hansı cinayət barədə xəbər hazırlayan jurnalist təqsirləndirilən şəxsin irqi və ya milli mənsubiyyəti barədə bilgiləri verərkən yalnız və yalnız polisən açıqlamalarına dayanmalıdır. Tutalım, polis “ağdərili kişini” və ya “qafqazlı görünüşlü qadını” axtarırsa, jurnalist məhz polisə istinad edərək həmin ifadələri işlədə bilər. Bu prinsipi pozanlar kəskin tənqid edilməli və onların adları ictimaiyyətə açıqlanmalıdır.

**Kadrarxası mətnədə qısaltma sözlərdən istifadə.**

Qısalığı baxımından xəbər mətninə çox uyğun olsa da, abbreviaturdan – qısaltma sözlərdən az yararlanmaqda fayda var. Türk dillərinə elə xas olmasa da, Azərbaycan jurnalistlərinin bol-bol işlətdiyi və auditoriyanın çətinliksiz anladığı abbreviaturlar çoxdur. Məsələn üçün: ABŞ, NATO, ATƏT, BMT, YUNESKO, AZAL və s. Bununla belə, “hər şey seyrçi üçün!” şüarını əsas tutsaq, onlardan yararlanarkən bəzi qaydaları gözləməyə dəyər.

**DIQQƏT!****Qısaltma sözlərdən istifadə zamanı bunları yadda saxla:**

- “ABŞ” və “NATO” kimi çox yayılmış və işlək qısaltmalardan çəkinmə;
- nisbətən az yayılmış qısaltmaları işlədərkən öncə bütöv və qısaltma adları yanaşı söylə və daha sonra yalnız qısa variantdan yararlan (məsələn, süjetin əvvəlində “İslam Konfransı Təşkilatı” və “iKaTe” sözlərinin hər ikisini de, ancaq daha sonra yalnız “iKaTe” söylə);
- yalnız bəlli bölgədə işlənən və ya peşə sahiblərinin işlətdiyi qısaltmalardan qaç (məsələn, hidroelektrik stansiyası yaxınlığında yaşayanlar “GESin yanında yaşayıram” və ya “GESin yanına get” deyərkən məhz nəyi nəzərdə tutduqlarını bilirlər. Eləcə də, tutalım, kameramanlar “ZUM” deyərkən “önəçək” və “geriçək” planlarından istifadəni bildirmək istəyirlər). Bənzər qısaltmalar geniş teleseyrçi auditoriyasını çaşdırma bilər;
- qısaltma sözün anlaşılacağından şübhən varsa, onu işlətmə (tutalım, “FeHeeN”in “Fövqəladə Hallar Nazirliyi” kimi anlaşılacağına bilirsənsə, yalnız tam variantdan yararlan);
- qısaltma sözlərdən faydalanarkən hədəf auditoriyasını əsas götür və bu sözləri necə işlədəcəyinə qərar ver;
- bənzər sözlərdən istifadə qaydalarının Xəbər Xidmətinin “Üslub soraqçası”nda əks etdirilməsinə və bütün həmkarlarının bilməsinə çalış!

## XƏBƏRLƏRİN REDAKTƏ DƏYƏRLƏRİ

Hansı KİV-də verilməsindən asılı olmayaraq, xəbərləri redaktə edərkən bu dəyərlər əsas götürülməlidir:

### Redaktə zamanı diqqətdə saxlanmalı dəyərlər

**Faktlı** olmaq xəbərləri yazarkən, fikirlərə deyil, faktlara üstünlük vermək deməkdir. Bu, həm də jurnalistin dəqiq, səliqəli və autentik, yəni əslinə uyğun olmaq, faktları öz qaydasında almaqla yanaşı, məhz gərəkli faktları əldə etmək məcburiyyətidir.

**Vicdanlı** olmaq yalan və uydurmaya yol verməmək deməkdir. Heç bir halda faktları yanlış göstərmək olmaz və səhvlər həmişə düzəldilməlidir.

**Qərəzsiz** olmaq öz maraqlarını, inanclarını, yaxud meyllərini anlamaq və nəzərdə saxlamaq deməkdir. Xəbərləri işıqlandıran zaman heç vaxt qərəzli münasibətə yol vermək olmaz.

**Dolğun** olmaq çalarları, deyiliş tərzini, təcrübə və duyğuları nəzərə almaqla ilkin tarixçəni, konteksti, balansı və perspektivi əks etdirmək deməkdir.

**Balanslı yaşmaq** hakim baxış bildirilən zaman bütün əks, fərqli və ya tamamlayıcı fikirlərin də xatırladılmasıdır.

**Ardıcıl** olmaq jurnalist peşəsinin normalarına həmişə sadıq qalmaq deməkdir. Yayım rəhbərləri, prodüser və reportyorlar, proqram aparıcıları öz baxışları ilə üst-üstə düşməməsindən asılı olmayaraq, daim faktlı və vicdanlı, qərəzsiz və dolğun, həm də balanslı məlumatlandırmaya dəstək verməlidirlər. Üstəlik, gerçək mənada peşəkarlıq bütün bu qaydaların ardıcılı tətbiq edilməsini şərtləndirir (11; səh.)

Telexəbər redaktəsi onun son montaj forması deməkdir. Görüntü və səs, sözlük və danışq tərzinin ayrıca gözdən keçirilməsi, etik meyarlar da daxil olmaqla, peşəkarlıq tələblərinin qorunması seyrcilərlə ünsiyyətin saxlanmasında önəmli rol oynayır. Redaktə və montaj zamanı öncədən müəyyənləşdirilmiş və bəyənilmiş qaydalara ciddi əməl edilməsi peşəkarlığın danılmaz göstəricilərindən sayılır. Bu baxımdan TV təcrübəsinə dayanaraq hazırlanmış bəzi "Rəhbər qaydalar"la tanışlıqda fayda var.

Jurnalist necə yazmalı və necə danışmalıdır?

• Aydın yaza bilmək və danışmaq üçün öncə haqqında söz açdığı olayı anlamağa çalış. Özün anlamadan, başqalarına necə anladacaqsan?

• Olayı ardıcıl anlatmağı öyrən, çünki olayın sonundan əvvəlinə, əvvəldən ortasına adlasan, oxucunu-seyrcini-dinləyicini çaşdırı bilərsən (məqsədin elə budursa, onda işində ol...). Məntiqi seyrcidən yox, özündən um!

• Nə baş verdiyini anlamaqda auditoriyaya yardım et! İnsanlar heç də hər şeyi xatırlamır və ya hər şeyi bilmirlər. İndi diqqət yetirdiyin problem əvvəllər baş vermiş olayı yada salmadan anlaşıqsız görünəcəksə, ərinmə — qısaca xatırlat!

• Jarqonlara çox meyl etmə, amma onlardan yararlanmaqdan da çəkinmə (bir şərtlə ki, bu zaman jarqonları ədəbi dildə açıqlamaq yadından çıxmasın)! Bu işdə saç ağartmış jurnalistlərin fikrincə, "elmi-texniki, bürokratik və ya hər hansı başqa jarqondan qaçmağı məsləhət görənlər yanılırlar. Bir az jarqon hətta faydalıdır və auditoriyaya əvvəllər onlar üçün qapalı olan sahəyə baş vurmaq, mütəxəssislərin, məsələnin, siyasətçilərin dilini daha yaxşı bilmək imkanı yaradır". Üstəlik, jarqonlardan istifadə, özəlliklə TV-də jurnalistə nəyi və ya kimisə acılamaqdan həzz alan teleseyrcilərin də ruhunu oxşamaq şansı verir. Bu baxımdan bəzən jarqonlardan faydalanmaq olar, sadəcə, onların mənasını adi danışq dilində açıqlamaq vacibdir.

Bu yerdə Rusiyanın tanınmış hüquq müdafiəçisi Valeri Abramkinin başına gələn bir əhvalat çox ibrətverici görünür: o, həbsxanada öz kamera yoldaşlarına ölkə Konstitusiyasının müdafiəsinə qalxdığına görə həbsə atıldığını heç cür anlada bilmirmiş. Ana qanunun maddələri məhbəslərə o qədər anlaşıqsız ki, dustaqlardan kimsə: "Demək, səni həqiqət axtardığın üçün bura salıblar, -" deməsəymiş, heç kəs Abramkinin nədən "yatdığı" anlamayacaqmış.

• Evfemizmlərdən qaç! Jarqonlar, slenqlər səni asanlıqla olayın gerçək təsvirindən uzaqlaşdırı bilər. Düzdür, evfemizm ədəbsiz sözləri əvəzləməyə qadir kimi görünür. Misal üçün, "alt paltar" ifadəsini işlədərkən məhz nəyi nəzərdə tutduğunu bilirsen. "Təbii ehtiyaclar", "insanların hər gün getdiyi yer", "uşaqların anası", "aciz nökariniz", "məlum vəziyyətdəki qadın" və s. deyimlər də "mədəni sözlük"dən götürülüb. Jurnalistlər, özəlliklə danışq dilinə meylli olmağa məhkum efir reportyorları evfemizmlərdən nə qədər uzaq olsalar, o qədər yaxşıdır. Uzaqbaşı, "acı gülüş"effekti yaratmaq gərəyəndə belə "mədəniləşdirilmiş" sözlərdən yararlanmaq mümkündür. Eyni zamanda, tutalım, "alt paltar"ı detallaşdırmaq, çoxlarının gözündə ədəbsiz

görünmək də yersizdir. Xəbərlər və debatlar çox geniş auditoriyaya üz tutduğundan nə nəzakət aclarının, nə də açıq-saçıqlıqdan bayılanların və söyüş hərislərinin nazını çəkməyə dəyər. Ölçü-biçili və toxtaq sözlər hələ heç bir jurnalistə üzqarası gətirməyib.

- “Əlahəzrət fakt”, yəni təsdiqlənmiş bilgiler hansı yolu göstərsə, o yola çıxmaq lazımdır. Dəqiqlik – xəstəlik dərəcəsində xırdaçılığa yol vermək mənasına gəlmir (Azərbaycan TV-lərində kriminaldan bəhs edən xəbərlər həm görüntü, həm də sözlük baxımından ifrat ayrıntılarla doludur). İstər duyğulara qapılmaq, istərsə duyğusuzluğa yuvarlanmaq eyni dərəcədə yanlış sayıla bilər. Hər hansı qəddar davranışı diqqətə yetirmək üçün əldə əsas olmalıdır. Bunsuz, xəbərlədiyin olayın mahiyyətini anlamaq, “nə baş verir?” sualını cavablaşdırmaq çətinləşməli, bəlkə də, mümkünsüz sayılmalıdır.
- Yararlandığın ifadə və deyimlərin tam aydın olub-olmamasını yoxla. Özəlliklə TV-də çalışan jurnalist çox canlı danışmalı və üstəlik, sanki seyrçini gözlədiyi yerə aparıb onun gözləmədiyini göstərməlidir. Bu üsuldan kortəbii faydalanma, çünki jurnalist hər şeyin bilincində olmalıdır.
- Öz ağılı və zəngin söz ehtiyatını göstərmə, ibarəli danışma. Unutma ki, sənənin işin olayı xəbərləmək, olub-bitənlərə insanların qərar verməsinə şərait yaratmaqdır. Deyimlərinin “dildaxili” tərcüməyə ehtiyacı qalmamalıdır.
- Sadə yazmaq və aydın danışmaq bayağılığa yuvarlanmaq demək deyil. “Elə deməyəndə seyrçi anlamır” sayaq bəhanələr öz auditoriyanı “cahil” adlandırmaq mənasına gəlir. Məhdud sözlük və bəsit dil heç də sadəlik deyil.
- Hər problemə fərqli yanaş və onun xarakterinə uyğun sözlərdən yararlan.
- Qəlibləşmiş sözləri işlətmə. Qəlib sözlər deyərəkən, həmişə qulaqları döyən, çox işlənməyi ucbatından diqqəti yayındıran və sanki anlamsızlaşan sözlər nəzərdə tutulur. Misal üçün, “qeyd etdi” əvəzinə (yerinə görə) “vurğuladı” və ya “dilə gətirdi” sözlərini işlətsən, daha faydalıdır (ta o vaxtacı ki, həmin sözlər də “nimdaşlaşmasın”). Qəlib sözləri seziş-seçmək üçün “bu söz çox işlənmir?” sualına “hə” cavabı verməniç yetərlidir.
- Alınma sözlərə diqqət yetir. Köhnəlmiş və ya

anlaşılmazı çətinlik yarada biləcək sözləri Azərbaycan türkcəsinin öz sözləri ilə əvəzləməkdən çəkinmə. “Nöqtəyi-nəzər” əvəzinə “baxış, yaxud “baxış bucağı”, “alternativ” əvəzinə “seçənək”, “seytnot” (söhbət şahmatdan getmirsə) əvəzinə “darmacal”, “miraj” əvəzinə “ilğim” yazmaq nəsə itirməkdən çox, nəsə qazanırsan.

- Sifətlərdən və sanki öz axarında işlənən deyimlərdən qaç (“böyük” layihə, “nəfəskəsən” sərgi, “qəddar cinayət”, “dəhşətli yol qəzası”, “göydələ bina”, “uğurlu şirkət”, “ağıllmaz hesabat” və s.).
- Göz önündə olan, əksər insanların bildiyi “məlum həqiqət”ləri təkrarlamaqdan çəkin. Bakıdan söhbət düşəndə Qız Qalası və ya Nizaminin heykəlinə diqqət yetirməsəniz də, olar. Parisin Eyfel qülləsi və ya qadın geyimləri, Londonun dumanlı havası və ya Biq Ben saati, İstanbulun Aya Sofiyası və ya Bosfor körpüsü haqqında gəlişgözlə və yıpranmış deyimlərə nə ehtiyac var? Birbaşa olaya keç.
- Dəb sözlərdən, gəzərgi deyimlərdən qaç. “Rəğmən” və ya “bahəm” sözlərini niyə işlədirən? Bir Britaniya qəzetinin “Üslub soraqçası”nda deyilən sən də unutma: “Bir sözdən bərk yapışmağınız dəbdə olan bütün müəlliflərin həmin sözə meyindən irəli gəlsə, ya o sözü dəyişin, ya oxu dairənizi, ya da işinizi”. Sən işini dəyişmək istəyirsən?
- Və bütün durumlarda özünü doğruldan məsləhət: yeni suallar yaratmağı yox, köhnə suallara yeni cavablar tapmağa can at. Məsələn, “çox faydalı layihə” və ya “üstün zövqlü insanlar” deyərəkən nəyi nəzərdə tutursan? Layihənin “çox” və ya “az faydalı” olmasını kim müəyyənləşdirir? İnsanları “üstün” və “aşağı” zövqlülərə ayırmağın hansı meyarları var? Ən yaxşısı, konkret misallar gətir ki, kimin necə olduğuna seyrçilər qərar versin. Tutaq ki, “müsaibim ağıllı adamdır”ın yerinə, “o, siyasətşünaslıq namizədidir” demək yetərlidir. “Bu ucaboy konstruktor”un yerinə “boyu 1 m 80 sm-i keçən konstruktor” söyləmək qat-qat dəqiq olar və yanlış qiymətləndirmələrə əsas verməz.
- İnsanı diksindirib-hürküdən və ya çimçəşdirən olaylardan söhbət gədirsə, öz nitqində sərt təsvirlərə yol vermə. Nəyin necə baş verdiyini qoy görüntü və olayın təbii səsləri açıqlasın.
- Komik məqamlar da yaşanan faciəli olaydan söz açsan, qoy bu barədə görüntü və olayın axarı məlumat versin. Sən nə güldür, nə də ağlat!..

## TELEXƏBƏRÇİYƏ YADDAŞ

1. Bu xəbərlər Fakt-xəbər sayılır və öncədən hazırlanaraq səhər-səhər müzakirəyə çıxarılır:

- olayların təqvimini;
- rəsmi məlumatlar;
- press-revizlər;
- qəzet və dərgilər;
- rəqiblər (digər KİV);
- «embarqo» reportajlar (əfırə verilməsinə bəlli zaman yasağı qoyulan reportajlar);
- xəbər agentlikləri, xəbər xidmətləri;
- informatorlar (xəbər «çuğulçuları»);
- seyrçi zəngləri;
- çalışdığı TV-nin son xəbərləri.

2. Mövzu planlayıcılarına, jurnalistlərə olayların nədən qaynaqlandığını bilmək üçün qəzet və dərgi kəsiklərinə, teleradioproqramlarının arxiv qovluqlarına, fonotekaya, ekspertlərlə ünsiyyətə ehtiyac var.

3. Hamının gördüyü, bütün əməkdaşların sezdiyi, üstəlik, müzakirələrdə doğulan ideyaları unutma. Bəlli günə bağlı olmayan «gələcək xəbər»lərin də faylı yaratmaq mümkündür.

4. Xəbərləri işləmək, heyəti yönəltmək lazım gəlir. Bu prosesə buraxılış redaktoru rəhbərlik edir. Həftəlik görüşlərdə prodüserlər, planlaşdırıcılar, «araşdırıcılar», əlaqələndiricilər (koordinatör), buraxılışa məsul redaktör birgə müzakirələr keçirirlər.

5. Xəbər şöbəsinin redaktoru yaşca ən böyük jurnal-istdir, heyətə başçılıq edir və redaktor işini görməklə yanaşı, TV-nin siyasətini gerçəkləşdirir.

6. Reportyor bütünlükdə reportaja, özəlliklə də reportajın mətninə cavabdehdir.

7. Səs mühəndisi, əsasən, səsin keyfiyyəti, təbii küyün koloritiylə məşğuldur, uyğun mikrofonların seçimini də o təmin edir.

8. Digər yardım heyəti yerli qanunvericiliyi mükəmməl bilən və seyrçilər sırasından olan hüquqçuların varlığı, informatorların, TV-nin dostlarının, buraxılış barədə vaxtaşırı rəy söyləyən adi seyrçi və mütəxəssis rəylərinin olması deməkdir.

9. Xəbər otağında çalışanlar (newsroom heyəti) cürbəcür önəmli işləri görə biləcək yardımçılardır (minimum sayda).

10. Aparıcılar çox önəmli adamlardır! Onlar reportaj da hazırlaya, montaj bacara, mətn də yazı bilirlər.

## TAPŞIRIQLAR

### TAPŞIRIQ 1:

*İctimai önəminə və hesabladığınız auditoriyanın – izləyicilərinizin marağına görə, bu mövzuları öndən-sona sırala:*

- Üçqulaq buzov doğulub;
- Türkiyədə hakimiyyəti devirməyə cəhd göstərilib;
- Yuxunun dərinlik dərəcəsini ölçən “ağıllı” qurğu yaradılıb;
- Tıxacdan qurtulmaq üçün Ödənişli körpü istifadəyə verilib;
- Minimum əməkhaqqı artıb;
- Azərbaycanda sərbəst iqtisadi zona açılıb;
- Milli Məclisə seçkilər başlanıb;
- “Qarabağ” Avropanı heyratə salıb.

### TAPŞIRIQ 2:

*Nadir şahın Muğanda keçirdiyi qurultay ekoloji araşdırmalarda ciddi mübahisə mövzusunə çevrilib. Olayla xəbər arasındakı fərqlər baxımından əsaslandır.*

### TAPŞIRIQ 3:

- a) yerli və xarici telexəbərlərdə “4 doğru qaydası”nın pozulduğuna dair 4 misal tap;
- b) hər xəbər hazırlama üsuluna 2 misal hazırla.

### TAPŞIRIQ 4:

- a) telexəbər standartlarını pozan 5 misal göstər;
- b) telexəbər standartlarını ödəyən 5 misal göstər.

### TAPŞIRIQ 5:

**Test 1:** *Böyük bir olay baş verib. Xəbər otağında bu informasiyanı birinci vermək üçün bir çaxnaşma var. Bacardığınız bütün bilgiləri toplayır, rəqib media qurumlarının da həmin olayı işıqlandırmağa çalışdığını unutmursunuz. Amma topladığınız bilgiləri hələ də təsdiqləyə bilməmişiniz. Necə davranardınız?*

- a) nəyinsə baş verməsinə dair şayiələrdən bəhs edər, Twitter və Facebook-da, eləcə də sizinlə rəqabət aparan jurnalistlər arasında dolaşan informasiyaları da gözədən qaçırmazdınız;
- b) olayın gerçəkədən də baş verdiyini azı iki müstəqil və ilkin qaynaqdan doğrulayana, gələn bilgiləri təsdiqləmək imkanı qazananadək xəbəri verməzdiniz;
- c) fürsətdən faydalanıb, başqalarının da həmin olayın baş verdiyini söyləməsinə dayanaraq, xəbəri diqqətə

yetirər və hər an bu xəbəri təkzib etməyə – yalanlamağa da hazır olardınız.

**Test 2:** Tərəflərdən birinin haqsız olduğunu duyduğunuz mövzunu işıqlandırarsınız. Həmin tərəflərin dilə gətirdiyi fikirlərinin etiraz doğurduğunu və alçaldıcı olduğunu da bilirsiniz. Ancaq jurnal olaraq davranış kodeksinə əməl etməlisiniz. Bu fikirlərdən hansı həmin mövqeyi dəstəkləyir?

- a) olayda toxunulan məsələ və mövqelərin balansını yaratmaq;
- b) auditoriyanı alçaldıcı və faydasız şərtlərdən qorumaq;
- c) fikir müxtəlifliyini əks etdirmək;
- d) ziddiyyətli mövqeləri araşdırmaq;
- e) hər bir önəmli fikir çalarının dolğun diqqətə yetirilməsini təmin etmək.

### TAPŞIRIQ 6:

İkibövlümlü tapşırıqdır. Öncə testi çözüür, sonra ssenari hazırlayırsan.

1) Test: İki binanın ziyan gördüyü yanğın ərazisindəsiniz. Sakinlər tüstülənən binaların yan-yörəsində bacardıqları şeyləri toplamağa çalışır, yanğınsöndürənlərsə alovu söndürürlər. Olaydan sarsıntı keçirən, ağlayaraq öz-özünə danışan bir qadını da görürsünüz. Ona yaxınlaşanda sizə hər şeyini itirdiyini, indi evsiz qalıb nə edəcəyini bilmədiyini söyləyir. Qadın başını itirib, fikri özündə deyil, ancaq kameramandan onunla söhbətinizi çəkməyi xahiş edirsiniz. Çəkiliş bitəndən sonra bir yanğınsöndürən və tibb işçisi sizə deyir ki, qadının uşağının itkin düşməsi barədə dediklərindən istifadə etməyəsəniz. Onların fikrincə, qadın müsahibə vermək halında deyilmiş. Amma müsahibə əla alındığından ondan yararlanmaq istəyirsiniz. Bu halda nə edəcəksiniz?

- a) fəvqəladə xidmət işçilərinin rahatsızlığını anlayıb deyəcəksiniz ki, onların söylədiklərini nəzərə alacaq, ancaq müsahibəni efirə verəcəksiniz;
- b) qadının psixoloji baxımdan zədələndiyini anlayıb, onun kədər və çaşqınlığına sayğılı yanaşacaq, sözügedən görüntülərdən yararlanmamağa qərar verəcəksiniz;
- c) videogörüntülərdən yararlanacaq, ancaq izah edəcəksiniz ki, bu müsahibə olay baş verən zaman – təhlükəsizlik xidmətləri qadının itkin uşağını hələ də axtarmaqda olarkən çəkilib.

**TAPŞIRIQ 7:**

İkibövlümlü tapşırıqdır. Öncə testi çözü, sonra verilən tələblərə dayanıb ssenari yazmalısən.

**1) Test:** Jurnalistləriniz uzunmüddətli araşdırma ilə məşğuldur. Onlar topladıqları bilgi və dəlilləri yoxlayıb, azı iki müstəqil qaynaqdan təsdiqləyərək informasiyanın düzgünlüyünə əmin olublar. Növbəti addım nöqsanlara yol verdiyi iddia edilən şəxslərin özəl yaşamına müdaxilə ittihamlarının önünü kəsməkdir. Danılmaz dəliliniz varsa, bunu polis və başqa rəsmi qurumlar təsdiqləyirsə, hansı halda şəxsin özəl yaşamına qarışmaq əsaslandırılı bilər?

Həmin şəxs:

- a) cinayət əməlinə yol veribsə;
- b) korrupsiyaya cəlb olunubsa;
- c) səriştəsizlik və etinasızlıqda suçlanıbsa;

- d) ictimai sağlamlıq və güvənliyə qorxu yaradıbsa;
- e) ictimaiyyəti çaşdıran açıqlamalar edibsə;
- f) hökumət rəsmilərinin nüfuzuna zərbə vuran siyasi bəyanatlar veribsə;
- g) yerli biznesə zərbə vuran bəyanatlar veribsə;
- h) yuxarıdakıların hamısı.

2) İndi bu mövzunu konkret əhvalat əsasında, üstəlik, stendap, interküy və xəbər qrafikindən yararlanaraq ssenari hazırla və dərsdə müzakirəyə çıxar.

**TAPŞIRIQ 8:**

Qəliz bir mövzu seçib, həmin mövzunu açmaqdan ötrü özgün baxış bucağı tapmağa çalışın. Öz mövqeyinizi sizinlə birgə çalışın daha təcrübəli həmkarlarınızla müzakirə və müdafiə etməyə can atın. Xəbərini daha da dolğunlaşdırmağa, hətta baxış bucağınızı dəyişməyə hazır olun. Müzakirədən sonra material üzərində işə başlayın.

**ƏDƏBİYYAT**

1. Oya Tokgöz. Temel gazetecilik.6-cı baskı.Ankara, 2006
2. Erkan Yüksel, Halil İbrahim Gürcan. Habercinin el rehberi. Eskişehir, 2001
3. Erik Meyin seminarları; www.internews.az
4. Məmmədli Z., Əliyev İ., Hacı R. Media hüququ. Bakı, 2005
5. Məmmədli Z. A-dan Z-yə telexəbər. Bakı, "Yeni Nəsil", 2009
6. Repkova T., Demokratik cəmiyyətdə peşəkar qəzet buraxmaq yolları. Bakı, "Qanun", 2006
7. Девид Рендалл. Универсальный журналист. Москва, 2003
8. Справочник по свободе массовой информации в Интернете. Москва, 2007
9. Виктория Маккаллах Кэрролл. Новости на ТВ. Москва, «Мир», 2000
10. Johan Galtung, C. Vincent Richard. Global Glasnost: Toward a New Information and Communication Order? Hampton Press, 1992
11. Jan Shaffer. Civic journalism: Redefining News. Engaging Readers. Making a Difference. Bax: www. Pewcenter.org/doingcj/speeches/s\_kobe.html(232001)
12. Wilbur Schramm. Messages and Media: A Look at Human Communication. Harper and Row. New York, 1973

## XƏBƏR BURAXILIŞI NƏDİR?

- Xəbər buraxılışı nədir?
- Xəbər proqramları formatları hansılardır?
- Ana xəbər bülleteni nədir?

Yayım jurnalisti kimi bizim fəaliyyətin sonucu – yaratdığımız televiziya məhsulunu seyrçiyə başdan sona izlətməkdir. Bu gündəlik xəbərlər, yaxud informasiya buraxılışı ola bilər. Jurnalist və telexəbərçilər komandası öz efir vaxtından maksimum effektiv yararlanmağa çalışmalıdır.

- Xəbər buraxılışı necə hazırlanır?
- Xəbər buraxılışı hazırlığının texniki elementləri nədir?
- Xəbərin oxunuş sürətini necə ölçməli?

Bu bölümdə siz televiziya xəbər buraxılışının istehsalının əsas prinsiplərini öyrənəcəksiniz. Ümumi qaydalara və prinsiplərə bələd olduqdan sonra bunları işlədiyiniz və ya gələcəkdə işləyəcəyiniz redaksiyanın fəaliyyətinə uyğunlaşdırmaq asandır.

## XƏBƏR PROQRAMLARI FORMATLARI

- Ana xəbər və ara xəbərlər
- Xəbər bülleteni
- Fləş xəbərlər
- Həftəsonu bülleteni
- Xəbər buraxılışları
- 24 saatlıq xəbərlər

Xəbər jurnalistikasının əsas hədəfi öz xəbərlərini izləyiciyə ən uyğun və rahat formada çatdırmaqdır. Çünki televiziya xəbərləri illər öncəki kimi yeganə, tək və təkrarolunmaz lider mövqeyində deyil. Artıq izləyicinin aldığı ilk xəbər qaynağı televiziya xəbərləri olmaya da bilər. Buna görə də televiziya xəbərçiləri yeniliklərin çatdırılma üsullarını bir də gözdən keçirməli, yenidən dəyərləndirməlidir.

İlk baxışda heç nə dəyişməyib – yaxşı, savadlı, diqqətlə tərtib olunmuş vizual materiala maraq, çatımlı tərzdə

yazılmış kadrarxası və kadrda səslənən mətnlərə ehtiyac aradan qalxmayıb. Ona görə də yayımçılar, televiziya jurnalistləri bu müsbət cəhətləri öz güclü tərəflərinə çevirməyi bacarmalıdırlar. Və təbii ki, dünya televiziya jurnalistikasında, daha az isə bizim yerli televiziyaçıılıqda xəbərlərin çatdırılmasının çoxlu forma və ölçüləri var. Bura çox dinamik, qısa xəbər başlıqlarından tutmuş, dayanmadan informasiya verən 24 saatlıq xəbər kanallarına qədər müxtəlif formatlar daxildir.

Xəbər buraxılışları formatları çeşidləməsində iki kateqoriya müəyyənləşdirilir - ana xəbər və ara xəbər. Bu çeşidlənmə zamanı iki prinsip əsas götürülür

1. Buraxılışın vaxtı (buraxılışın hansı zaman kəsiyində yayımlanacağı)
2. Buraxılışın hədəf auditoriyası (buraxılışın kimlərə ünvanlanması)



## ANA XƏBƏR BÜLLETENİ NƏDİR?

Televiziya xəbərçiliyində “prime-time”ın (ən çox televiziya izləyicisinin ekran başında olduğu zaman kəsimi - 20.00- 23.00 arası) başlanğıcında yayımlanan axşam xəbər bülleteninə ana xəbər bülleteni deyilir. Ən çox izlənən seqment olaraq televiziya kanalının izləyicilərinə təsiri, inamı və gücü ana xəbər bülleteni ilə ölçülür. Buna görə də: “Ana xəbər telekanalın nüfuzudur”, - deyə bilər.

- Ana xəbər kanalın TV xəbər xidməti (və ya xəbər mərkəzi) tərəfindən hazırlanır. Ana xəbəri, əsasən, məşhur bir xəbər aparıcısı, yaxud ankorman, ya da xəbər mərkəzinin xəbəri təhlil edərək çatdırıla biləcək rəhbərlərindən olan professional jurnalist aparır.

- **Unutmayın: ana xəbər bülleteninə xəbərləri, kontenti bütünlükdə telekanalın yayım siyasəti çərçivəsinə uyğun olaraq seçilir.**

- Ana xəbər bülleteninə həcmi də telekanalın yayım siyasəti və yayım tərzinə uyğun olaraq, **45- 60 dəqiqə müddətində** olur. Bir ana xəbər bülletenində təxminən 20-25 xəbər olur.

- Ana xəbər bülleteni öncədən hazırlanmış xəbər süljetləri (televiziyaçıların slenqində bu material, reportaj, yayım bantı və s. kimi də adlandırıla bilər) və süljetlərdən öncə aparıcı, xəbər spikeri və ya ankormanın xəbərlə əlaqədar qısa təqdimatından ibarət olur. Ana xəbər bülletenində canlı bağlantılar, studiyaya xüsusi dəvət olunmuş və canlı yayıma çıxan qonaqlar da ola bilər.

- Ana xəbər bülleteninə sırası öncədən hazırlanır; olay yerindən çəkilən kadrların üzərinə mətn oxunur, olayın təbii səsi və xəbərlə əlaqəsi olan insanlardan alınan müsahibələr daxil edilir, bütün bunlar məntiqli bir formada əlaqələndirilərək bant, süljet halında VTR (Video Tape Recoder)-dən yayımlanır. Onlar öncədən müəyyən olunmuş sıra ilə xəbər spikerinin lakonik təqdimatı ilə efrə verilir.

- Xəbər spikeri təqdimatında yardımçı alət kimi xəbər masası üzərindəki yazılı mətn və ya telesuflyora yerləşdirilmiş mətndən yararlanır.

Bu sadə və çatımlı prinsipi anladıqdan sonra dünya jurnalistikasında xəbər buraxılışının digər formatlarını gözdən keçirək.

## XƏBƏR BÜLLETENİ

**Xəbər bülleteni** gün ərzində baş vermiş olayların kiçik, yığcam, 1-5 dəqiqəlik buraxılışlarıdır. Onun daxilindəki süljetlər, xəbərlərin hər biri təqribən 10-30 saniyəlik zaman kəsində çatdırılmalıdır. Bülletenlər müntəzəm efrə verilir. Amma xəbər bülletenlərinin daha bir formatı da var, bunlar xüsusi bülletenlər adlanır.

**QEYD.** Böyük Britaniyada xəbərlərin yığcam icmalına bülleten deyilir. ABŞ-da isə bülleten Britaniyada nyusfləş adlandırılan, bir olaya həsr olunmuş kiçik xəbər buraxılışına deyilir (BJ, səh. 137) Yəni xəbərçilik terminologiyası müxtəlif ölkələrdə fərqli ola bilər.

## XÜSUSİ BÜLLETENLƏR

### • Fləş xəbərlər (news flashes)

Bu efir kəsilməz hansısa böyük qəza və yaxud siyasi həyatda gözlənilməz dəyişiklik tipli vacib xəbərin aparıcı tərəfindən oxunulmasıdır. Fləşdən yalnız çox önəmli, həyati vacib xəbəri çatdırmaq üçün istifadə edirlər.

Studiyada xəbər buraxılışı efirə gedərkən çatdırılan fləş - təcili xəbəri isə buraxılışın ən uyğun, hansısa fasilə kəsində oxumaq olar, ən yaxşısı isə, buraxılışın sonunda, qapanış başlıqlarından öncə oxumaqdır. Əgər sona yüngül, əyləncəli xəbər salınıbsa, onda dəyişiklik etmək lazım gələcək - fləş xəbər oxunduqdan sonra bu xəbər verilməməlidir.

Adi verilişi də yarıda kəsmək mümkündür, amma siz studiyadakı jurnalistlərə fləş xəbərlə gələcəyinizi deməlisiniz. Belə proqramı kəsməyin ən yaxşı yolu, proqram aparıcısının: "İndi biz proqramımıza daxil olan təcili xəbərləri çatdırmaq üçün dayandırır və sözü ..... veririk", - deməkdir.

Bundan sonra xəbər aparıcısı özünün adi tonu ilə, aydın və detalları təkrarlayaraq xəbəri oxumalıdır. Əgər xəbər cəmi bir cümlədirsə, izləyicinin nə baş verdiyini anlaması üçün onu iki dəfə oxumaq olar. Xəbəri belə bir cümlə ilə yekunlaşdırma bilərsiniz: "Bu an studiyamıza daxil olan məlumat bu qədər, təfərrüatı ilə xəbərlərin saat 6 buraxılışında tanış olacaqsınız".

### • Həftəsonu bülleteni

Ola bilsin ki, bu tip bülletenlərin hazırlanmasına adi gündəlik bülletenlər kimi yanaşa bilməyəsiz, çünki

həftə sonu yetərinə material toplamaq olmur. Digər günlərdə ola bilsin ki, xəbər hesab etmədiyiniz materiallara yeni gözlə baxa bilərsiniz - bəlkə, uyğun nəşə var? İzləyicilər fərqli yanaşmanı anlayıb qiymətləndirə bilərlər; gerçəkdən hərdən ölüm, qəza, siyasət haqqında xəbərlərə ara verməkdə bir məna var...

### Xəbər buraxılışları

Xəbər bülletenindən fərqli olaraq, xəbər buraxılışı, adətən, 20-60 dəqiqəlik zaman kəsində çatdırılır. Materiallar xəbər bülleteninə nisbətən daha uzun, çatdırılma texnikası daha mürəkkəb olur, burada artıq daha zəngin vizual materialdan, qrafik materiallardan və s. istifadə olunur.

### • 24 saatlıq xəbərlər

"Əlbəttə, xəbərin yekun formatı 24 saatlıq xəbərlərdir. Ted Turnerin yaratdığı Cable News Network (CNN) 1980-ci ildə ilk dəfə olaraq bu formatda xəbərlər yayımlamağa başladı (1, s. 141). CNN-nin uğurunu sonradan demək olar ki, dünyanın hər yerində yaranan 24 saatlıq xəbər kanalları davam etdirdi. Böyük Britaniyada bu "BBC News 24", "Sky News", başqa yerlərdə "France 24" və "Al Jazeera" oldu.

24 saatlıq yayım formatı yeni, müxtəlif, fərqli üslublar yaratdı: məsələn, gün ərzində müəyyən proqram və ya şəxsləri təqdim edən məqazın yanaşma tərzini, yaxud dövrü xəbər seqmentləri. Burada hər dəfə xəbərlər yenilənərək təkrarlanır, genişləndirilir, sonda 20 dəqiqədən 1 saata yekun proqram verilir (məsələn, CNN-nin "Headline News" proqramı).

## XƏBƏR BURAXILIŞI HAZIRLIĞININ PRİNSİPLƏRİ

Öncəki bölümlərdə biz televiziya xəbərləri, xəbər mətnləri hazırlamağı, olayın vizual mediada çatdırmaq tərzlərini və özəlliklərini nəzərdən keçirdik. Lakin jurnalist xəbərləmək, çəkmək, montaj etmək, proqramı aparmaqla yanaşı, proqramın istehsal prosesini də dəqiq təsəvvür etməli, bilməlidir. Reportyor tək öz materialını hazırladığı halda, verilişin buraxılış məsul redaktorları, icraçı prodüserlər bütün buraxılış formalaşdırırlar. Xəbər proqramının istehsal prosesini təşkil və təmin etmək, onu efirə vermək həddən artıq çətin, mürəkkəb sənətdir. Zamanın, daha

doğrusu, zamansızlığın ağır mənəşəsi telexəbərçilər komandasına güclü təzyiq göstərir. 30 dəqiqəlik xəbər buraxılışını götürsək, onun 8 dəqiqəsi reklama çıxışlardır, xəbərin özünə cəmi 22 dəqiqə qalır. Bundan da 3 dəqiqəni hava məlumatı (19 dəqiqəmiz qalır), daha 4 dəqiqəni idman xəbərləri (indi xəbərlər üçün 15 dəqiqə qalır), bir dəqiqəni də bəndlər, açılış və bağlanış üçün çıxacaq. Demək, sizin yarım saatlıq buraxılışınızın faktik olaraq yalnız 14 dəqiqəsi xəbərlərdir. Xəbər buraxılışında efirə adətən müxtəlif tip material verilir, telereportajlar (TV paket), aparıcının səsləndirdiyi sadə vizual material (VO), videositatlar (sound beate),

şifahi materiallar (reader), müsahibələr (SOT), canlı bağlantılar, studiya qonaqları və s.

Əgər xəbərçiliyin əsas – təməl prinsiplərini bilirsinizsə, xəbər buraxılışını hazırlamaq çətin deyil.

Özünü üçün bir də xatırlayın: seçdiyiniz xəbər gerçəkdən yeni, qeyri-adi, maraqlı, əhəmiyyətli və insanlar barədədirmi?

Bu meyarların hər biri sizə 10, 15, 20 dəqiqəlik buraxılışınıza hansı xəbərləri və hansı ardıcılıqda yerləşdirməyə yardımçı olacaq. Sadə formul belədir

- adətən ən vacib xəbəri birinci, az əhəmiyyətli isə sonuncu yerləşdirirsiniz. İlk dəfə xəbər buraxılışı yığırınsınızsa, bu prinsipi əsas tutun.

Xəbər buraxılışının yığılmasında həmişə və hökmən diqqətdə saxlamalı olacağınız daha iki əsas cəhət bunlardır:

- xəbər buraxılışında xəbərlərin əhəmiyyətinə görə seçilməsinin balansı
- xəbər buraxılışının sıralanmasının tempi

## XƏBƏRLƏRİN DÜZÜMÜ

Xəbər buraxılışını biri-birindən tam ayrı, əlaqəsi olmayan reportajların, sadəcə, ardarda düzülməsi kimi qəbul etmək doğru deyil. Məsələn, bir-birinin ardınca bülleteninizin əvvəlində çox vacib olsa belə iqtisadi xəbərləri yerləşdirirsinizsə, oxşar xəbərlərinizin ilk saniyəsindən izləyicilərinizin müəyyən hissəsinin marağını itirmiş olursunuz. Buna görə də yaxşı balanslaşdırılma uğurlu xəbər göstəricisinin qarantıdır.

İzləyiciniz sizdən bir az ağır, bir az yüngül elementlərin, bir az ölkənin əsas siyasi olaylarının, bir az da adi insanların həyatından xəbərlərin balansını istəyirlər. Təbii, bu detal və elementlərin qarışdırılması, tonallığı və tempi müəyyən mənada və faktiki olaraq işlədiyiniz televiziya kanalının formatından asılıdır: ciddi milli telekanallar daha ciddi və önəmli xəbərlərə üstünlük verir, amma, məsələn, gənc auditoriyaya yönəlmiş musiqi kanalı populyar mədəniyyət haqqında daha yüngül və daha parlaq xəbərlər verə bilər.

Materiallarınızı yerinə, coğrafiyasına və ya əhəmiyyətinə görə qruplaşdırma bilərsiniz. Amma bir tərəfdən də xəbərləri belə seqmentləşdirmə səmərəsiz də ola bilər. Bütün kriminal xəbərləri bir blokda birləşdirməklə onların təsirini azaltmış olursunuz, yaxud daha pisi, belə bir təsəvvür yaradırsınız ki, ətraf qatillər və cinayətkarlarla doludur. Bundansa belə xəbərləri proqram boyu müəyyən intervallarla verin. Eyni qayda etiraz mitinqləri və izdihamlı nümayişlərin də ardarda verilməsində gözlənilməlidir. Yaxud çoxlu “danışan başlar” – quru, maraqsız ekspert rəylərinin verilməsi də izləyicinizi yorur, diqqətini azaldır.

Telekanalınızın formatından asılı olmayaraq, xəbər buraxılışı daxilində xəbərləri “reytinginə” görə düzümünüzün izləyicinizə hər bir materialı necə

dəyərləndirməyiniz barədə müəyyən fikirlər verir. Lakin buraxılış daxilində xəbərlərin düzümünü dəyişərək bütövlükdə bülletenə rəngarənglik gətirmək və balansa nail olmağınızda müəyyən sərbəstliyiniz, azadlığınız var. Əslində, bütün bunlar müəyyən mənada zövq məsələsidir. Ola bilsin ki, sizin üçün üç nəfərin həlak olduğu yol qəzası xəbərindən sonra, İrlandiya rəqqaslarının ölkəyə qastrolları haqqında reportaj vermək normal sayılsın, amma inanın ki, izləyiciniz belə düşünməyə bilər. Belə ağır və faciəli xəbərdən sonra rəqqasların səfəri haqqında reportaj qeyri-korrekt yanaşmadır.

İzləyiciniz üçün daim aydın bələdçilərlə işləməlisiniz: verilmiş nə istiqamətdə gedir, bölümlər dəqiqliklə vizual, qrafik və şifahi formada bəzirlənməlidir.

“İndi isə beynəlxalq xəbərlər...”

“Ölkəmizə qayıdırıq...”

“İndi X bölgəsinin sakinləri üçün yaxşı xəbərlərimiz var...”

“İqtisadi xəbərlərlə...”

“Fond birjasında...”

Keçidlər, dəqiq düşünülmüş uqurlu bağlantılar (materiallar arasında əlaqələndirmələr) sizin buraxılışın ümumi üslubunu və identifikasiyasını yaradır.

Bütünlükdə materialların yerləşdirilməsində balansı əsas ideyası – yüngül və ağır, sürətli və ləng, hərəkətli və statik materialların növbələşdirilməsi ilə materialların çatdırılmasını cəlbedici, maraqlı etməkdir.

## XƏBƏR BURAXILIŞININ TEMPI

Xəbər buraxılışında materialların düzümündə doğru tempi seçməlisiniz. Temp deyərək izləyicinizə təqdim etdiyiniz materialın xronometraji, uzunluğu və çatdırılma tonu nəzərdə tutulur.

Bəzi materialların məzmunundan irəli gələn sürətli tempi var. Məsələn, yanğın haqqında reportaj adətən qısa cümlələrlə yazılmalı, sadə fikirləri çatdırmaq üçün dəqiq, sürətli aydın sözlər işlənməlidir. Təbii ki, bu materialın tempi sürətli olacaq. Müqayisə üçün, hansısa siyasi qarşılıqla bağlı material götürək. Burada daha mürəkkəb ideyaları çatdırmaq üçün daha uzun cümlələr, daha mürəkkəb sözlər tələb olunur və reportajın tempə özü də daha çox vaxt tələb edir. Olayın özü daha ağır templərlə və daha uzun zaman kəsimində çatdırılma tələb edir.

Uzun, mürəkkəb materiallar buraxılışın tempini ləngidir, bununla da izləyici marağını "kütəşdirir". Əksinə, çoxlu qısa, kəskin izləməyə macal tapmayan seyrçini çaşdırır.

İdeal xəbər buraxılışında izləyicinin marağını özündə saxlaya bilmək üçün temp variasiyalarla çatdırılmalıdır,

yeni dəyişən sürətlər bir-birini əvəz etməlidir. Sürətli, ağır materiallardan sonra tamaşaçıya imkan vermək lazımdır ki, nəfəsini dərsin.

Praktikada uğurlu balans və tempə nail olmaq üçün nə etməliyik? **Siz materiallarınızı vaciblik dərəcəsinə görə qiymətləndirərək düzməlisiniz.** Bundan sonra materialları yenidən gözdən keçirərək əmin olmalısınız ki, balans və temp siz istədiyiniz səviyyədədir.

Məsələn, siz qərarlaşdırma bilirsiniz ki, bu buraxılış üçün üç ciddi siyasi mövzuda – vergilər, sığorta, partiyadaxili konflikt barədə vacib materialınız var. Özünüə sual verin: "Mənim seyrçilərim buraxılışın başlanğıcında bu materialları izlədikləri ilk üç dəqiqədə nə düşünəcəklər?" Əgər fikirləşirsinizsə, onlar darıxacaqlar, bu bölüme bir qədər temp vermək üçün bir küçə savaşı haqqında reportaj əlavə etmək necə olar? Düzdür, siz partiyadaxili konflikti dördüncü verəcəksiniz, amma ondan öncə savaş haqqında dinamik material yerləşdirərək tempi dəyişməklə bu reportaja yeni həyat vermiş olacaqsınız.

## XƏBƏR BURAXILIŞININ YİĞILMASI

Buraxılışın düzümünün təməl prinsiplərini bildikdən sonra, siz buraxılışda materialların və proqramın xəbər başlıqları və reportaj kimi komponentlərinin düzülüşü haqqında fikirləşə bilərsiniz. Xəbər buraxılışları müəyyən mənada qəzet səhifələrinin yayım ekvivalenti

sayıla bilər. Fərq odur ki, televiziya vaxt daha məhduddur, bütün elementlər zaman xətti, vektoru üzərində yerləşdirilməlidir. Buna görə də siz ən effektiv düzümü seçməlisiniz.

## XƏBƏR BURAXILIŞININ BAŞLANĞICI

Başlanğıc, ilk kadrlar hər bir xəbər buraxılışının vacib hissəsidir. O, izləyicinin sizə baxıb-baxmayacağını müəyyən edir. Giriş reportajın önəmli hissəsi olduğu kimi, başlanğıc elementləri də xəbər buraxılışının çox vacib hissəsidir. Əgər bu hissə izləyicinizə darıxdırıcı gələcəksə, onun davamını izləməyə sadəcə səbr çatmayacaq. Əgər siz buraxılışınızın başlığı üçün iki eyni güclü reportajdan birini seçmək dilemması ilə üz-üzə qalmınsınızsa, daha dramatik olanını seçin. İlk reportajınız kifayət qədər cansıxıcıdır, cəlbedici

deylsə, siz ona yeni nəfəs verin. Cümlələrinizi qısa və lakonik, çatdıracağınız ideyaları isə aydın və sadə yazın.

Hərçənd siz hər bir materialınızı yaxşı işləməlisiniz, amma ilk xəbərinizə, birinci veriləcək materialınıza xüsusi diqqət ayırmalısınız. Çünki izləyicinizin buraxılış haqqında təəssüratı ondan asılıdır.

## XƏBƏR BURAXILIŞININ BAŞLIQLARI

Süjetlərinizin ardıcılığını təyin etdikdən sonra bülleteniniz üçün başlıqlar yazmaq gərəkdir. Xəbər başlıqları sizin buraxılışın menyusu, həm də vacib struktur elementidir. Başlıqlar izləyiciyə nələri göstərəcəyini və bəzən də onun marağını çəkmək üçün intriqaedici, cırnadıcı informasiyanı çatdırır. Bu, izləyicinin nəyi baxıb, nəyi eşidəcəyi haqqında aparıcının təqdimatı olan ümumi bir xəbərçilik üslubudur. Bunun müxtəlif televiziya kanallarında müxtəlif cür gerçəkləşdirilməsinə baxmayaraq, bütün dünyada başlıqlarla bağlı təməl qayda belədir – **başlıq jurnalistin izləyiciyə nəyə baxacağı haqqında məsləhəti, “təlimat”ıdır.**

Jurnalistika nə qədər də dinamik fəaliyyət olsa da, başlıqların yazılmasına verilən tələblər uzun illərdir ki, dəyişməzdir – yaxşı başlıq ya cırnatmalı, ya şirnikləndirməli, ya vəd verməlidir. Başlıqlar elə bil ki, kitabdakı fəsilin adıdır. **YAXŞI TELEBAŞLIQ QIŞQIRIB BAĞIRARAQ DEMƏLİDİR: “BUNA BAX VƏ BUNU DİNLƏ! QAÇIRSAN, BİR DAHA GÖRƏ BİLMƏYƏCƏKSƏN”.**

Adətən buraxılışınızın ən önəmli materialları üçün başlıqlar yazmalısınız. Bu, uç dəqiqəlik qısa buraxılış üçün lazım deyil, amma daha uzun buraxılışlar üçün başlıqlar vacibdir, çünki izləyici nə tip xəbərlərlə tanış olacağını bilmək istəyəcək.

Seyrçi başlıqlara əsasən, qərara alacaq ki, bu xəbər buraxılışına baxacaq, ya yox. Demək, başlıqlar materialınızı seyrçiyə “satmaq” üçün ən güclü alətdir.

Öndə gələn ən vacib iki-üç və daha sonra gələn bir ya iki dramatik süjet üçün başlıqlar hazırlamaq yaxşı praktikadır. Bəzi televiziya kanalları son material üçün də başlıq hazırlayırlar. Burada da kanalın məqsədi dəyişmir: izləyicini sona kimi ekran qarşısında saxlamaq.

Nəzərə alın ki, dramatik olay haqqında elə başlıq yazmalısınız ki, detallara girmədən olay barədə, sadəcə, eyham çatdırasınız. Hər şeyi başlıqda versəniz, izləyici materialın özünə baxmaya da bilər. Eyham vurmaq, informasiyanı tam verməmək yumoristik olaydan xəbər verəndə ən yaxşı üsuldur. İngiliscə belə başlıqla “teasers” deyirlər, yəni “cırnadan” başlıqlar. Bizim praktikada buna xəbər anonsları, “proqram öncəsi anons (məsələn, bugünkü proqramda biləcəksiniz ki...+ görüntülü-səsli xəbər lidləri)” ( 1, səh. 171) da deyilir.

Məsələn, yanacağın qiyməti qalxırsa, heç vaxt yazmayın ki, benzini qiyməti daha 20 qəpik qalxdı, bunu eşidən izləyici ya kanalı dəyişəcək, ya da gedəcək öz iş-gücünün dalınca, çünki artıq başlıqda siz lazım olan bütün informasiyanı vermişsiniz. Amma yazsanız ki, “Avtomobil sahibləri benzindoldurma məntəqələrinə gələrkən bir zərbə ilə qarşılaşacaqlar!!!” izləyici xəbərlərinizi izləmək istəyəcək: əcəba, nə zərbə?

Təsvir	Mətn
1. Ekranda meydanın görüntüləri	1. Bu gün Kiyevdə Ali Radaya seçkilər günü təyin olunub. Bu, Radanın önündə artıq ikinci gündür nümayiş edən vətəndaşlardır, onların tələbləri nədir?
2. Bakıxanov körpüsünün görüntüləri	2. Bakıxanov körpüsündə baş vermiş avtomobil qəzası səbəbilə burada artıq iki saatdır uzun tıxac yaranıb.
3. Ekranda İsfar Sarabski	3. Ünlü cazmen İsfar Sarabski Fransada ona təqdim olunan mükafatı alarkən Azərbaycan musiqisindən danışdı.

## QAPANIŞ MATERIALLARI

Qapanış materialları da lid qədər önəmlidir. Bu material izləyicinin ən sonda görəcəyi, eşidəcəyi və yadında saxlayacağı reportajdır. Elə buna görə də onu çox diqqətlə seçməlisiniz.

**Bununla belə bir nuansı da unutmayın – izləyici bütün buraxılış boyu diqqətini məhz sizin proqrama cəmləyə bilmir, ona görə də ən yaxşı materiallarınızı da sona saxlamaqla risk etməyin.**

Yüngül, yaxud əyləncəli materiallar ən yaxşı qapanış materiallarıdır. Onlar buraxılışa asudəlik, hava, nəfəs gətirməklə ağır, ləng bülletenlərin tempini dəyişir. Bu cür materiallar digərlərindən fərqli olaraq, daha sərbəst, qeyri-rəsmi üslubda yazılmalıdır. İzləyicilərin qiymətləndirəcəyi söz oyunları belədə dadınıza çata bilər. Amma ehtiyatlı olun, buraxılışda hansısa bir irimiqyaslı faciədən danışılıbsa, onda buraxılışın ruhuna köklənmək lazım gələcək.

## QAPANIŞ BAŞLIQLARI

Uzun buraxılışlarda bu başlıqları sona 10 dəqiqə qalmış verə bilərsiniz. Giriş başlıqlarından fərqli olaraq, qapanış başlıqları gec qoşulan izləyicilərin rahatlığı üçün, sadəcə, asan bir “xidmətdir”. Hər qapanış lidi bir cümlə ilə materialınızın əsas mahiyyətini əks etdirməlidir. Daha uzun yazsanız, materialda

dediklərinizi bir də təkrarlamış olarsınız. Başlığı və materialınızın ilk cümlələrini qapanış lidi kimi təkrarlamanız isə tənbəllikdir. Cırnadan anonsları da qapanış lidi kimi verməyin, əvəzində detallar verin. Qapanış lidini adətən “Yekunlaşdıraraq...” sözləri ilə başlaya bilərsiniz.

## MUSİQİ FRAZALARI, STEB VƏ STİŇQLƏR

Xəbər buraxılışlarında musiqini materialların fon səsi kimi istifadə etmək YASAQDİR. Bu diqqəti yayındırır və bülleten daxili temp dəyişikliklərini dağıdır. Sadəcə, bülletenin özünün təqdimatı və onun müxtəlif segmentlərinin ayrılmasını göstərmək üçün kiçik musiqi frazalarından yararlanmaq olar. Belə kiçik musiqi frazalarına beynəlxalq praktikada steb (stabs), yaxud stinq (stings) adlandırırlar.

Açılış üçün musiqi frazası qısa və dramatik olmalıdır. O ya aparıcı mətni oxumağa başlarkən yekunlaşmalı, ya da aparıcının ilk sözlərində “öləziməlidir”. Buraxılış

daxilində hər steb yeni materialın əvvəlində səslənərək bir zəncir kimi materialları birləşdirir. Amma həddən artıq steb versəniz, izləyicini qıcıqlandıra bilər, həm də çatdırmaq istədiyiniz xəbərlərin vaxtından almış olarsınız.

Buraxılışınızın sonunda da musiqidən istifadə edə bilərsiniz, yalnız bu öndə verilən mövzu ilə eyni yox, bir qədər fərqli olmalıdır, çünki izləyici buraxılışın başladığı ilə sonunu qarışıq salmamalıdır. Ən yaxşısı, musiqinin ilk hissəsindən başlanğıcda, finalından isə sonda yararlanmaqdır.

## XƏBƏR BURAXILIŞI NECƏ HAZIRLANIR: ADDIM-ADDIM MENECMENT

Xəbər buraxılışını daha peşəkar və daha asan hazırlamağın bir sıra praktik üsulları var. Bu usullardan yararlanmaqla siz təcrübəsiz və gənc jurnalistlərin qarşılaşdığı bir sıra çətinlikləri aradan qaldıracaqsınız.

## MATERIALLARIN PROQRAMDAXİLİ REYTINGİ

Əsas problemlərdən biri materialları doğru düzümdə sıralamaqdır. Bunun üçün bir neçə sadə addım atırsınız. Əlinizdə olan bütün materialları nəzərdən keçirirsiniz. Onları üç yerə, üç kateqoriyaya bölürsünüz.

### **DİQQƏT!**

**Öncə birinci kateqoriyaya aid materialları seçin və onların nə qədər vaxt aparacağını təqribən hesablayın. Təxminən, 4 belə xəbəriniz var. Onların hərəsi 40 saniyə çəkir, deməkdir, 2 dəqiqə 40 saniyə vaxt aparacaq.**

1. Hökmən verilməli olan birinci dərəcəli vacib materiallar
2. İstifadə ediləcək ikinci dərəcəli materiallar
3. İstifadə edilməyəcək materiallar.

Bundan sonra ikinci kateqoriyadan olan materialları seçin, onların əsas xəbərlərlə birlikdə ardıcılığını müəyyənləşdirin. Təbii ki, bu zaman siz hər bir materialın vacibliyini, zaman sürəsini və tempini nəzərə almalısınız.

Siz oxşar tematikalı materialları kombine edə bilərsiniz, onları bir-birinə bağlaya da bilərsiniz. Amma buna həddən artıq aludə olmayın, əks halda izləyicinin gözü önündə formasız bir kütlə alına bilər, buraxılışın tempi “ölər”.

## REDAKSIYA TOPLANTISI

Xəbər buraxılışını biz efirdən izlədiyimiz son variantına gətirmək üçün xəbər buraxılışına məsul yaradıcı qrupun – **baş redaktor, buraxılış redaktoru, prodüser** və bütün əməkdaşların iştirakı ilə toplantı keçirilir.

### Kiçik xatırlatma – bu xəbər bülletenini idarə edən üç peşə sahibi nə ilə məşğuldur?

**Baş redaktor.** Xəbərlərin baş redaktoru, xəbər şefi də adlanır. Telekanalda efirə gedən bütün xəbər bülletenlərinə məsul, xəbər axışını təmin və təşkil edən, toplanmış xəbərləri yönəldən məsul yaradıcı işçidir.

**Buraxılış redaktoru.** Efirə gedən xəbər bülleteninin bütün yaradıcı, etik və s. elementlərinə cavabdeh, yaradıcı və texniki heyətin işini əlaqələndirən, koordinasiya edən redaktordur. Adətən hər xəbər buraxılışına redaksiyanın xəbər redaktorlarından biri məsul buraxılış redaktoru təyin edilir.

**Prodüser.** Proqramın “ıcrası ilə əlaqədar bütün məsələlərə - quruluşa, çəkilişə, yaradıcı və maliyyə-təşkilati problemlərin həllinə nəzarəti həyata keçirən əlahiyyətli nümayəndə (3, səh. 192).

Sonuncu toplantıda isə xəbər gününə yekun vurulur, buraxılış müzakirə olunur və əgər varsa, gecə efirə gedəcək bülletenə nələrin daxil ediləcəyi bir daha nəzərdən keçirilir. Unutmayın ki, toplantı buraxılışla bağlı yaxşı ideyaları müzakirə etmək üsuludur, bura xəbər gününün savaşı planını hazırlayan hərbi qərargah deyil. Komandanızın hər bir üzvü ümumi işə öz payını verməli və malik olduğu informasiya ilə bölüşməlidir. Yaxşı xəbər redaktoru və prodüseri komanda üzvlərinə diqqətlə qulaq asmağı bacarmalıdır. Onlar bilməlidirlər ki, iş yalnız baş redaktorun qiymətləndirdiyi materiallarla bitmir, yerdə qalan informasiyalara da diqqət etmək lazımdır, onlardan da nə vaxtsa yararlanmaq olar.

Buraxılış boyu proqramda gedəcək hər material müzakirə olunur. Qərar qəbul edildikdən sonra efir rejissoru buraxılışın – materiallarının sadə siyahısını tərtib edir. Buna ingiliscə rundown (lineup) deyilir, bəzə buraxılışın xəritəsi adlandırılır. Hər bir materialı hazırlayacaq reportyor və texniki heyət təyin edilir. Gün ərzində çoxlu olaylar, yeniliklər baş verdiyindən buraxılışın son düzümü ilkin variantdan bəzən əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənir.

Dünya praktikasında bu toplantı gün boyu üç dəfə keçirilir:

1. Səhər
2. Efir öncəsi
3. Efir sonrası (nəticələri müzakirə etmək üçün)

Azərbaycan televiziya kanallarında da adətən üç belə iclas keçirilir. Məsələn, yerli Lider Televiziyasında 09:30 və 16:00, Space 09:00, Region TV kanalında 9:30, 14:00, 18:00.

### Redaksiya toplantısında nələr müzakirə olunur:

- Aparıcı, əsas xəbər hansı olacaq?
- Buraxılışa hansı materiallar daxil ediləcək?
- Daxil edilən hər bir materialı konkret hansı jurnalist və operator hazırlayacaq?

Səhər toplantısı zamanı qəbul olunan qərarlar gün boyu baş verən olaylara əsasən, korrektə oluna və dəyişilə bilər. Efiröncəsi toplantılarda son dəyişikliklər bir daha nəzərdən keçirilir, yoxlanılır.



## XƏBƏR BURAXILIŞININ XƏRİTƏSİ

Buraxılış xəritəsi yaradıcı heyətin redaksiya toplantısından sonra ortaya çıxan bir sənəddir. Səhər toplantısında qəbul olunan qərarlar əsasında, gün ərzində yayımlanacaq xəbər buraxılışlarının, başlıcası isə Ana xəbər buraxılışında gedəcək xəbərlərin xəritəsi cızılır. Unutmayaq ki, gün öz sözünü dedikcə, səhər xəritəsindəki cizgilər dəyişə, bəzənsə hansısa qaynar xəbər xəritəmizi tanınmaz hala sala bilər. Ana xəbər buraxılışından sonra keçirilən sonuncu efir sonrası toplantıda gecə xəbərlərinin – gecə bülleteninə hansı xəbərlərin düşəcəyi qərara alınır. Buraya gün ərzindəki xəbərlərlə yanaşı, təzə informasiya da əlavə oluna bilər.

Xəbər xəritəsi bunları müəyyənləşdirir :

- Buraxılışa daxil olacaq xəbərləri,
- Buraxılışın aparıcısının kimliyini,
- Materialların zaman sürəsini, tipini,
- Texniki heyət üçün nəzərdə tutulmuş qeydlər (aparıcını çəkəcək kamera, konkret hər bir sühjetə lazım olacaq qrafikanın sayı və s. ).

Bunlar o qədər mürəkkəb və çətin proseslərdir ki, bəzən buraxılışa məsul redaktor, efir rejissorları, prodüserlər hər şeyi atıb getmək istəyirlər. Amma izləyiciniz üçün xəbərləri maraqlı və aydın etmək üçün bütün bu elementlər vacibdir, bunun üçün düşünmək, yaradıcı olmaq lazımdır.

Qeyd etdiyimiz kimi, randounla bağlı iki eyni cür düşünən prodüser və buraxılış redaktoru tapmaq geyri-mümkündür. Yaxşısı budur, onların işinin bir-birini necə tamamlaya biləcəyini yazaq.

Xəbər buraxılışının düzümündə - bir xəbərdən o birisinə rahat, keçidlərlə axması, izləyicini cəlb etməsi, eyni zamanda da gün boyu baş verən ən vacib xəbərləri əhatə etməsi əsl peşəkarlıqdır.

Bu bölümün sonunda verilən misallarda görə bilərsiniz ki, buraxılışa məsul heyət hər gün necə mürəkkəb janqlyorluq məharəti göstərir.

*Qeyd. Televiziya kanallarından alınmış nümunələr korrektə və redaktə olunmadan, orijinaldakı kimi təqdim olunur.*

### Nümunə 1

Rejon TV –  
22.06.16  
20.30

### SƏLMİNƏ ƏLƏKBƏRLİ

### SALAMLAŞMA

### ANONS

\* \* \*

- Azərbaycan Silahlı Qüvvələri düşmən hədəflərini darmadağın etməyə qadirdi...**İNTERŞUM SİNX...01.01.27-01.35.01.36.** Müasir silahlar sınaqdan keçirildi...

- Prezidentlərin Sankt Peterburq görüşündə əldə olunan razılığın detalları açıqlandı. 00.22.00.27

-Sarqsyan 4 günün acısını aylardı soyuda bilmir.... Baş itirən işğalçı ölkə rəhbəri çıxış yolunu kütləvi ixtisarlarda gördü...

- Hindistanda ildırım 100 nəfəri canından etdi....**Təbiət hadisəsi zamanı yaralananlar da var**

-00.14.00.00.19... Ancaq bir əmması var...**Çağırılmamış qonaq əkin sahələrinə qənim kəsildi...**

-01.31.01.38 Bəs qarşı tərəf fermerlərin istəyinə niyə müsbət cavab vermir?

-Şəkərli diabet də yaş sərhədlərini aşdı...**SİNX.. ( uşaqlar arasında 1 yaşında olan şəkərli diabet xəstəmiz də var. İndi isə xəstəlikdə cavanlaşma gedir) Genefondumuza təhlükə var...**

-00.38.00.44.. Yuxusunu 30 saniyəyə gerçəkləşdirən Tovuz sakininin ixtirasını sizə "Bu gün" göstərəcək

\* \* \*

**SALAMLAŞMA.** Sankt-Peterburq görüşünün səsi deyəsən indi çıxmağa başlayıb. İşğalçı ölkənin rəhbəri başı alovlu Azərbaycan torpağına-Qarabağa gedir. **Dağıstanda terrorçular məktəbi yandırdılar. Şimali Koreya** iki orta mənzilli ballistik raketin buraxılışını həyata keçirdi. TTV bu və ya digər xəbərlərlə dünya gündəmini təqdim etdi. Bizim xəbərlər anonslardan bəlli olacaq. Axşamınız xeyir

\* \* \*

**TƏQDİMAT** Azərbaycan Silahlı qüvvələrinin birlik, birləşmə və hərbi hissələrin iştirakı ilə operativ-taktiki təlimlər keçirilib. Prosesi şəxsən izləyən Müdafiə Naziri Zakir Həsənov qoşun növlərinin qarşıya qoyulan tapşırıqların öhdəsindən layiqincə gəlməsini, hədəflərin ilk atışda dəqiqliklə vurulmasını yüksək qiymətləndirib.

\*\*\*

## SUJET TƏLİMLƏR 2.40

### ZAKİR HƏSƏNOV AZƏRBAYCANIN MÜDAFİƏ NAZİRİ (2)

\*\*\*

**TƏQDİMAT** Prezidentlərin Sankt Peterburq görüşündə mərhələli həll variantı əsas götürülüb. Razılığın detallarını Prezident administrasiyası rəhbərinin müavini Novruz Məmmədov açıqlayıb. Görüşdə əvvəl 5, daha sonra iki rayonunun qaytarılması, ardınca dəhlizin və Dağlıq Qarabağın statusunun müəyyən edilməsi məsələsində razılıq əldə edilib.

## SUJET-RAZILIQ 3.10 BAKI

### TİTR: NOVRUZ MƏMMƏDOV PREZİDENT ADMINİSTRASIYASI RƏHBƏRİNİN MÜAVİNİ

### TİTR: HİKMƏT HACIYEV, XİN-İN MƏTBUAT KATİBİ

\*\*\*

**KADR MONİTORİNG** ATƏT-in fəaliyyətdə olan sədrinin şəxsi nümayəndəsinin mandatına uyğun olaraq bu gün Tovuzun Ağdam kəndi yaxınlığındakı qarşıdurma xəttində keçirilən

monitorinq insidentsiz başa çatıb. Prosesi qrupun fəaliyyətdə olan sədrinin şəxsi nümayəndəsinin səhra köməkçiləri izləyib. Monitorinqdən əvvəl ATƏT nümayəndələri sərhədyanı kəndlərdə atəşkəsin pozulması, dinc sakinlərin və əkin-biçin işlərinə cəb edilən texnikanın hədəfə alınması barədə məlumatlandırılıb. **TOVUZ**

\*\*\*

**TƏQDİMAT** Aprel məğlubiyyətini həzm edə bilməyən Sarqsyana çıxış yolunu ixtisarlarda görüb. İşğalçı ölkədə növbəti məmur vəzifəsindən uzaqlaşdırılıb. Yüksək rütbəli zabıtların kütləvi həbsləri və bəzilərinin işdən çıxarılması sonda Sarqsyana müdafiə naziri Seyran Ohanyan arasında narazılığa gətirib çıxarıb.

## SUJET ERMƏNİSTAN 2.40 ARXİV ERMƏNİSTAN

**KADR SERJ SƏFƏR** Ermənistan prezidenti Serj Sarqsyana Azərbaycanın işğal altında olan Dağlıq Qarabağ bölgəsinə gəlib. Rusiya mətbuatının məlumatına görə, Sarqsyanın Xankəndi separatçılarına rəhbərliyi ilə görüşəcəyi və bəzi rayonlara baş çəkəcəyi gözlənilir. **ARXİV**

\*\*\*

**(KADR TÜRKİYƏ)** Türkiyənin İğdır rayonunun Tuzluca qəsəbəsinin girişi və çıxışında erməni dilindəki tablo sökülüb. Buna İğdırın Azərbaycan əsilli sakinlərinin etirazı səbəb olub. Ermənistanla həmsərhəd olan Tuzluca qəsəbəsində bələdiyyə türk, ingilis, kürd və erməni dillərində "Xoş gəldiniz, gülə gülə" yazıları yazdırıb. Yerli əhali yalnız erməni dilində yazılan sözlərə öz etirazlarını bildırıblər. Narazılığın böyüdüyünü görə qəsəbə bələdiyyəsi tablonun üzərində erməni dilindəki yazıların silinməsi ilə bağlı qərar qəbul edib. **TÜRKİYƏ**

## 13.10

### PƏRDƏ

\*\*\*

**KADR FƏRMAN** Prezident İlham Əliyev ipoteka kreditləşməsinin bəzi məsələləri haqqında fərman imzalayıb. Fərmana əsasən, "Azərbaycan İpoteka Fondu" Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin Nizamnaməsi təsdiqlənib. Nazirlər Kabinetinə "Azərbaycan İpoteka Fondu" Açıq Səhmdar Cəmiyyətinin vəsaiti hesabına ipoteka kreditinin, o cümlədən "Elektron hökumət" portalında "Elektron ipoteka" sistemini yaratmaq və gələn il yanvarın 1-dən tətbiq etmək tapşırılıb. Bundan əlavə fərmana əsasən, Azərbaycanda yeni tikilən, ancaq Şəhərsalma və Tikinti Məcəlləsinə uyğun istismarına icazə verilməsi gecikən çoxmənzilli binalardakı mənzillərin alınması üçün də ipoteka krediti veriləcək.

\*\*\*

**KADR SƏRƏNCAM** Prezident İlham Əliyev Dövlət qulluqçularının təltif edilməsi haqqında sərəncam imzalayıb. Sərəncama əsasən, dövlət qulluğunda səmərəli fəaliyyət göstərən bir qrup şəxs 3-cü dərəcəli "Vətəna xidmətə görə" ordeni ilə, "Dövlət qulluğunda fərqlənməyə görə" və "Tərəqqi" medalları ilə təltif olunub. Daha bir sərəncamla Natiq Əzizova "Əməkdar dövlət qulluqçusu" fəxri adı verilib.

\*\*\*

**TƏQDİMAT** Bu gün Bakının Xəzər rayonunda Zira Cümə məscidi kompleksi istifadəyə verilib. Həmçinin

rayonda Heydər Əliyev Fondunun təşəbbüsü ilə inşa olunan "Dalğa" yay düşərgəsinin açılışı olub.

## SUJET XANIM AÇILIŞLAR 2 BAKI

### PƏRDƏ

\*\*\*

**KADR SURİYA Rusiya ordusuna məxsus döyüş təyyarələri Hələbdə müxaliflərin nəzarətindəki ərazilərə fosfor bombaları atıb. Türk mətbuatının məlumatına görə, intensiv hücumların ardından on minlərlə insan təhlükəsiz bölgələrə köçürülüb.** İSİD-in nəzarətində olan Rakka şəhəri də hava hücumuna məruz qalıb. Nəticədə 6-si uşaq olmaqla 25 mülki vətəndaş həyatını itirib. Suriya insan haqqları təşkilatı əməliyyatı Bəşər Əsədə sadıq qüvvələrin həyata keçirdiyini açıqlayıb. Suriya prezidenti yeni hökumətin qurulması üçün də tapşırıq verib. Bu işlə ölkənin Energetika Naziri İmad Muhammed Diyb Hamis məşğul olacaq. 5 ildir müharibə şəraitində olan Suriya hökumətinə 2012-ci ildən baş nazir Vail Nadir El Halki rəhbərlik edir. **SURİYA**

\*\*

**KADR İRAN QƏZA.** İranda cənubunda avtobusun qəzaya düşməsi nəticəsində 19 nəfər ölüb, 35-i yaralanıb. Avtobus Sircan - Neyriz mağistralı ilə gecə hərəkət edərkən dərəcə yuvarlandı. İlk ehtimallara görə, sürücü idarəetməni itirib və bu da qəzaya səbəb olub. Xəstəxanaya çatdırılan yaralıların vəziyyəti ağırdır. **İRAN**

\*\*

**KADR HİNDİSTAN.** Hindistanda ildırım vurması nəticəsində ölənlərin sayı 100 nəfərə çatıb. 10-dan çox yaralı var. Ölənlərin sayı arta bilər. Çünki ştatda ölənlər və leysan yağışların vurduğu ziyan barədə məlumatlar regional hakimiyyət orqanlarına gec daxil olur. Yağıntılı hava şəraitinin hələ bir neçə gün davam edəcəyi bildirilir. **HİNDİSTAN**

\*\*

**KADR YANGIN** Xaçmazda yanğın olub. Hadisələrdən biri rayonun Mürsüdobad kəndində vətəndaşa məxsus ümumi sahəsi 220 kv.m olan ikimərtəbəli 6 otaq və 2 aynabənddən ibarət evdə baş verib. Nəticədə evin 1 mərtəbəsində mətbəxin tavanı 16 kv.m sahədə və 1 ədəd soyuducu yanıb. Evin qalan hissəsi yanğından mühafizə olunub. Digər hadisə Çarxı kəndində qeydə alınıb. Dəyanət Ağasıyeva məxsus 35 ha biçilmiş əkin sahəsinin 1 hektara qədər ərazisi yanıb, təsərrüfatçının

fındıq qələmləri də məhv olub. Alovun ətrafdakı əkin sahələrinə və yaxınlıqdakı fermaya keçməsinin qarşısı alınıb. **XAÇMAZ**

\*\*\*

**TƏQDİMAT.** Əkin sahələrinə hücum çəkən çəyirtkələrin də qarşısını vaxtında almaq lazımdır. Bu il ard-arda yağın yağışlar təsərrüfatçıların kefinə əməlli-başlı soğan doğrayıb. Havaların isinməsinə, yağışların kəsməsinə ümid edən fermerlərin bu arzusu çin olsa da ardınca başqa problemlər ortaya çıxıb. Çəyirtkə təhlükəsi İndi şimal-qərb bölgəsi fermerlərinin başı bu həşəratla mübarizəyə qarışıb.

### SUJET-ÇƏYİRTKƏ - 2.30 QAX

**TİTR: İSLAM MƏMMƏDOV - FERMER**

**TİTR. TƏLƏT MEHDİYEV - ŞƏKİ RAYON BİTKİ-MÜHAFİZƏ MƏRKƏZİNİN RƏİSİ**

\*\*\*

**TƏQDİMAT.** Fermerlərin, istehsalçıların elə bu cür çətinliklərlə üzləşməsi sığorta məsələsinə də aktual edir. Təbii ki, təsərrüfatçı itirdiyi gəlirini bərpa etmək istəyər. Dövlətin də köməyi bir yerə qədərdir. Xarici təcrübə də onu göstərir ki, bu kimi hallarda sığorta mütləqdir. Ancaq sığorta şirkətlərinin qoyduğu öhdəliklər nəticədə fermeri bu işdən \*\* uzaqlaşdırır.

### SUJET-SIĞORTA - 4.10 ŞƏKİ İSMAYILLI

\*\*\*

**TİTR: AĞALAR QƏDİROV - FERMER (3) - ŞƏKİ**

**TİTR: ZƏFƏR HACİYEV - FERMER**

**TİTR: ETİBAR HACİYEV - FERMER**

**TİTR: MƏMMƏD MƏMMƏDOV - SIĞORTA MÜTƏXƏSSİSİ (2)**

**TİTR: MEHMAN YUSİFOV - ŞƏKİ KƏND TƏSƏRRÜFATI İDARƏSİNİN RƏİSİ**

\*\*\*

### PƏRDƏ

\*\*\*

**TƏQDİMAT** – Hər il dünyada şəkərli diabetə tutulma halları təxminən 15 faiz artır. Hazırda Azərbaycanda isə 204 mindən artıq şəkərli diabet xəstəsi qeydiyyatdadır. Təkcə Bakıda 62 min nəfər şəkərli diabetdən əziyyət çəkir. Bu xəstəliyin qarşısını almaq üçün isə plan hazırlanıb, effektiv mübarizə üsulları formalaşdırılıb.

**SUJET-DİABET - 2.30 BAKI****TİTR-YUSİF İSMİYEV - RESPUBLİKA  
ENDOKRİNOLOJİ MƏRKƏZİNİN****TİTR-İLHAMƏ QURBANQIZI - ŞƏKƏRLİ DİABET  
XƏSTƏSİ**

\* \* \*

**TƏQDİMAT** İndi sizə dünyanın heç bir yerində rastlanmayan musiqi alətindən söhbət açacağıq. Barmaq boyda olan yeni ixtirarı Tovuz rayon Hacıhəsənli kənd sakini Süleyman Hüseynov hazırlayıb. Özü balaca olsa da ölçüsündən dəfələrlə böyük səs çıxarır.

**SUJET MUSIQI ALET - 2.30 TOVUZ****SÜLEYMAN HÜSEYNOV KƏND SAKİNİ (3)****QULU ƏSƏDOV KƏND SAKİNİ****SÜLEYMAN HÜSEYNOV KƏND SAKİNİ**

\* \* \*

**KADR RONALDO.** Sonda sizə bu gün sosial şəbəkələrin ən çox müzakirə olunan kadrlarından birini təqdim edəcəyik. Real"ın və Portuqaliya millisinin hücumçusu Kriştiano Ronaldo növbəti dəfə **qalmaqal yaradıb.** Ulduz futbolçu jurnalistə qarşı hörmətsizlik edib. Belə ki, AÇ-2016-nın F qrupunun son matçında Macarıstanla oyun ərəfəsində jurnalistlərdən biri futbolçudan müsahibə götürmək istəyib. Jurnalistin bu hərəkəti Ronaldonu əsəbiləşdirib və o, telekanal işçisinin mikrofonunu əlindən alaraq suya atıb.

\* \* \*

**TƏQDİMAT.** Şöhrət heç bir halda hörmətsizliyə əsas vermir. Əksinə ağAc nə qədər bar verərsə başını aşağı diksə yaxşıdı.

\* \* \*

**SON****Nümunə 2****Region TV 29.06.16  
20.30****SƏLMİNƏ ƏLƏKBƏRLİ****SALAMLAŞMA****ANONS**

\* \* \*

- **Türkiyə tarixinin ən qanlı hava limanı hücumuna məruz qaldı..İNTERŞUM..Türkiyəni matəmə qərq edən terror nəyə hesablandı**

**SİNX 02.40-02.46**

-**Erməni terrorunun qurbanları Moskvada əbədiləşdirilə bilər...sinx(kuznetsov axırıncı cümlə )**

-**Gəncədəki təbii fəlakətdən təsirlənənlərə prezidentdən dəstək gəldi...Ziyanın aradan qaldırılması üçün vəsait ayrıldı...**

-**Ağdaş sakinlərini təlatümdə saxlayan naməlum məxluqdan xəbər var...SİNX...01.16-01.20**

- **SİNX 00.24-00.28** Min bir dərdin dərmanı olan üzüm indi özü dərdə düşüb

-**Ehtiyatsızlıq yaylağa köç edən sürünü həyatdan da köçürdü...SİNX...00.54.Xaçmazda isə çaqqal sürüsü 77 yaşlı qadını xəstəxanalıq etdi...**

- **Ləğv olunan Dövlət Sosial Təminat Xidmətinin işçilərinin taleyinə aydınlıq gətirildi...Səlim Müslümov söz verdi..**

\* \* \*

**SALAMLAŞMA.** Siyasi kursunda əsaslı dönüş edən Türkiyəyə bu istəyi 41 can bahasına başa gəldi. Dünyaya barış mesajı verən ölkə indi matəm içindədir. Başın sağ olsun Türkiyə.Şotlandlar müstəqilliyin bir addımlığındadırlar.İkinci referendum keçirilə bilər. Qazaxıstan BMT Təhlükəsizlik Şurasının qeyri daimi üzvləri sırasına daxil oldu.Bu və digər xəbərlər barədə ətraflı məlumatı gün ərzində hər yarım saatdan bir xəbər buraxılışı təqdim edən TTV-dən ala bilərsiniz. Bizim efrdə isə "Ana-xəbər" vaxtıdır. Axşamınız xeyir! Əvvəlcə anonslara nəzər salaq!

\*\*

**TƏQDİMAT** Türkiyə növbəti dəfə dəhşətli terrorla sarsıldı. Bu dəfəki ünvan Istanbuldakı Atatürk hava limanı oldu. Qanlı olayda 41 nəfər həlak oldu, 239 yaralı var. Həlak olanlardan 10-u xarici, 3-ü isə

ikili vətəndaşlığı olan şəxsdir. Ekspertlər bildirir ki, terror aktının məhz Türkiyə-İsrail, Türkiyə-Rusiya münasibətlərinin düzəlməsi ərəfəsində olması təsadüfi deyil. Türkiyənin köhnə dostları ilə gərginliyin aradan qaldırılması istiqamətində atdığı addım deyəsən bəzi qüvvələri ciddi narahat edib.

\*\*\*

#### SUJET-İSTANBUL, - 4.30

\*\*\*

**KADR BAŞSAĞLIĞI** Prezident İlham Əliyev hadisə ilə bağlı Türkiyəli həmkarı Rəcəb Tayyib Ərdoğan başsağlığı məktubu göndərib. Terror aktı nəticəsində çox sayda insanın həlak olması və yaralanması xəbərindən sarsıldığı bildirən dövlət başçısı deyib ki, bu qanlı hadisədən son dərəcə hiddətlənir, bütün dünyaya üçün dəhşətli bir bəlaya çevrilən terrorizmə qarşı mübarizə sahəsində qüvvələrin səfərbər olunmasını, birgə və qətiyyətli səylər göstərilməsini vacib və zəruri hesab edir. Prezident İlham Əliyev həlak olanların ailələrinə və yaxınlarına, qardaş Türkiyə xalqına dərin hüznə başsağlığı verib, yaralananlara şəfa diləyib.

\*\*\*

**KADR ƏRDOĞAN PUTİN** İstanbul teraktına görə Türkiyə prezidenti Rəcəb Tayyib Ərdoğan başsağlığı verənlər arasında Rusiyalı həmkarı Vladimir Putin də var. Liderlər arasında 40 dəqiqəlik telefon danışıqı da olub. Türkiyə Prezident Administrasiyasının məlumatına görə, prezidentlər birgə görüş barədə razılığa gəliblər. Görüş sentyabrın 4-5-də Çində keçiriləcək. Rusiya prezidentinin mətbuat katibi Dmitri Peskov da danışıqların məhsuldar nəticələrə səbəb olacağını açıqlayıb. Peskov bildirib ki, Kreml rəhbəri Nazirlər Kabinetinə Türkiyə ilə ikitərəfli iqtisadi-ticarəti əməkdaşlığın bərpası istiqamətində danışıqlara başlamağı tapşırıb. Bununla yanaşı hökumətə Türkiyəyə qarşı qoyulan sanksiyaların aradan qaldırılmasına dair göstəriş verilib.

\*\*\*

**KADR NYU YORK** İstanbul terrorundan sonra hava limanlarında təhlükəsizlik tədbirləri gücləndirilib. Ən xırda detal belə diqqətdə saxlanılır. Nyu-York aeroportu terror təhlükəsi ilə əlaqədar boşaldılıb. Con Kennedi hava limanının terminalarından birində şübhəli paket aşkarlanıb. Hava limanının giriş və çıxışları qapadılıb, nəqliyyatın hərəkəti dayandırılıb. Çanta kənardan idarə edilən qurğu vasitəsilə partladılıb.

\*\*

#### PƏRDƏ

**KADR SƏRƏNCAM** Prezident İlham Əliyev Gəncəyə yağın yağışlar nəticəsində əhaliyə dəyən ziyanın aradan qaldırılması ilə bağlı tədbirlər haqqında sərəncam imzalayıb. Bu məqsədlə Gəncə Şəhər İcra Hakimiyyətinə Prezidentin ehtiyat fondundan beş milyon manat ayrılıb.

**TƏQDİMAT.** Moskvada erməni terrorizminin qurbanlarına heykəl ucaldıla bilər. Bu məqsədlə Moskva meri Sobyenin adına imzatoqlama aksiyası keçiriləcək. Bu barədə Erməni tarixi ilə bağlı saxtakarlıqları üzə çıxaran çoxlu sayda elmi araşdırmanın müəllifi, tarixçi alim Oleq Kuznetsov açıqlama verib. Kuznetsov bildirib ki, "20-ci yüzillikdə transmilli erməni terrorunun tarixi" adlı kitabı artıq İsveçdə ingilis dilində çapdan çıxıb. Alim kitabın hazırlanma prosesində bir çox manelərlə üzləşib.

\*\*\*

#### SİNXRON -KUZNETSOV- 1.20

\*\*\*

**KADR ERMƏNİ TERRORU.** Erməni terrorunun tədqiqatçıları Qubada olub. ABŞ-ın Tennesi Texnologiyalar Universitetinin sosiologiya və siyasi elmlər fakültəsinin professoru Maykl Günter, fransalı tədqiqatçı İv Benar və digər elm adamları əvvəlcə Quba Soyqırım Memorial Kompleksi ilə tanış olublar. Daha sonra ziyarətçilər Quba kütləvi məzarlığı barədə ətraflı məlumatlandırılıb. Bildirilib ki, 2007-ci ilin apreliyində aşkarlanan kütləvi məzarlıqda əksəriyyəti uşaq, qadın və qocalar olan 400-dən çox insanın sümükləri tapılıb.

\*\*\*

#### SİNXRON- ERMƏNİ TERRORU - 1 QUBA

\*\*\*

**KADR SƏFİR** Azərbaycan ABŞ-ın Ermənistanı keçmiş səfiri Con Evansın adını arzuolunmaz şəxsə salacağına salacaq. Buna səfirin Ermənistanın işğal etdiyi Dağlıq Qarabağ ərazisinə qanunsuz səfəri səbəb olub. Xarici işlər nazirliyinin mətbuat katibi Hikmət Hacıyev bildirib ki, bu, növbəti tərxiat əməlidir". Nazirlik rəsmisinin sözlərinə görə, Con Evans ABŞ erməni lobbisinin diktəsi altında və müəyyən maliyyə maraqları müqabilində bu qərəzli addımı ilə xüsusilə indiki həssas durumda qəsdən vəziyyətin gərginləşdirilməsinə cəhd göstərir. Səfir olarkən vəzifəsindən sui-istifadə edən bu şəxs qatı

ermənipərəst və irqçi mövqeyi ilə seçilib, təmsil etdiyi ölkənin deyil, daha çox erməni lobbisinin maraqlarından çıxış edib. Qeyri-peşəkarlığa və yol verdiyi xidməti qüsurlara görə vaxtından əvvəl səfir vəzifəsindən geri çağırılıb.

\*\*\*

## 15

### PƏRDƏ

\*\*\*

**KADR QƏTL** Kürdəmirdə qətl hadisəsi baş verib. Hadisə rayonun İslam Məmmədov küçəsindəki ev 53-də qeydə alınıb. Kürdəmir sakini 33 yaşlı Mətləb Nizamov aralarında yaranan ailə münaqişəsi zəmnində atası 61 yaşlı Əflatun Nizamova bıçaqla xəsarət yetirib. Yaralı Kürdəmir rayon Mərkəzi Xəstəxanasına çatdırılıb da onun həyatını xilas etmək mümkün olmayıb. Yaralı xeyli qan itirdiyindən dünyasını dəyişib. Bıçaqlanan Əflatun Nizamov münaqişə zamanı içkili vəziyyətdə olub. Faktla bağlı araşdırma aparılır.

\*\*\*

**KADR ÇAQQALLAR** Xaçmazda günün günorta çağında çaqqallar kənd sakininə hücum edib. Hadisə rayonun Niyazabad kəndində qeydə alınıb. 77 yaşlı Qızbəst İmaməliyeva günorta saatlarında həyətdə cücələri yemləyərkən yırtıcıların hücumuna məruz qalıb. Zərərçəkən təcili Xaçmaz Rayon Mərkəzi Xəstəxanasına çatdırılıb.

\*\*\*

### SİNXRON-ÇAQQALLAR- 1

\*\*\*

**TƏQDİMAT.** İsmayılı sakininin sürüsü isə yırtıcıların yox, avtomobillərin hücumuna məruz qalıb. Yaylağa köç edən qoyunları avtomobil vurub. 100-ə yaxın xırdabuynuzlu heyvan tələf olub.

### SUJET-QƏZA- 2

\*\*\*

**TƏQDİMAT.** Bir neçə gündür ölkə gündəmindən düşməyən Ağdaşdakı naməlum varlıqlarla bağlı araşdırma hələ ki nəticəsiz qalıb. Yuxuları ərşə çəkilən sakinlər təşviş içindədilər.

\*\*\*

### SUJET-NAMƏLUM VARLIQ- 2.20

**TƏQDİMAT.** Şamaxılı fermerlərin gözləntilərini isə təbiət puça çıxarıb. Bu il Şamaxıda 1632 hektar ərazidə üzüm əkilib. Amma yığım zamanı çatanda fermerlər başqa mənzərə ilə qarşılaşıblar. Əziyyətlə əkilən becərdikləri məhsul zay olub. Min bir dərdin dərmanı olan üzüm indi özü dərdə düşüb.

\*\*\*

### SUJET-ÜZÜM- 2.30

\*\*\*

## 11.30

### PƏRDƏ

\*\*\*

**TƏQDİMAT** - Ümumdünya Səhiyyə Təşkilatının məlumatına əsasən, müxtəlif ölkələrdə hər 1 milyon-dan 1000 nəfərində xroniki böyrək çatışmazlığı var. Azərbaycanda isə 3044 hemodializ müalicəsi alan xəstə var. Bu xəstələr 35 hemodializ mərkəzində dövlət vəsaiti hesabına müalicə alırlar.

\*\*\*

### SUJET-DİALİZ- 1.40

\*\*\*

**TƏQDİMAT:** Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Naziri Səlim Müslümov əmin edir: Ləğv olunan Dövlət Sosial Təminat Xidmətinin işçiləri məşğulluq orqanlarında yerləşdiriləcək. Dövlət Sosial Təminat Xidmətindən çıxacaq işçi qüvvəsinin böyük əksəriyyəti məşğulluq orqanlarında işlərini davam etdirə biləcəklər.

### SİNXRON-SƏLİM- 50

\*\*\*

**TƏQDİMAT:** Onlar da bu gün iş tapmaq ümidi ilə sərgiyə gəldilər. Bakı Biznes Universitetində "Kariyera-da ilk addım" şüarı ilə keçirilən əmək yarmarkasında məzunlara iş imkanları yaradılıb. 50 müəssisədən 240 vakansiyanın təqdim edildiyi təhsil sərgisi gənclərin işlə təmin olunmasına və uğurlu karyera qurmağına hesablanıb.

### SUJET-SƏRGI- 2.10

\*\*\*

**TƏQDİMAT.** Uzun müddət fasilədən sonra nəşri dayandırılan "Elm və həyat" jurnalı yenidən fəaliyyətə başlayıb. Nəşrə başladığı ilk vaxtdan elmi biliklərin təbliğində, Azərbaycan elminin tanıtılmasında böyük

rol oynayan jurnalda müxtəlif sahələrə aid məqalələr yer alır.

### SUJET-ELM TƏHSİL- 3 BAKI

\*\*\*

**SAGOLLAŞMA...**Sonda bir daha Atatürk hava limanındakı dəhşətli terrora qayıtmaq istərdik. Bu kadrlar həmin terrorun ,acının sadəcə lentə alınan bir hissəsidir.Puç olan xəyallar,yarımçıq qalan ümidlər və bir ömür boyu göynədəcək yaralar. Bəli ,bu, öz cənnətləri üçün dünyanı cəhənnəmə çevirənlərin, böyük güclərin intriqasının nəticəsidir. **BİR DƏ KADRI VERƏK**

\*\*\*

**TƏQDİMAT.** Nə qədər ağırlı olsa da, böyük hüznə qeyd etməliyik ki, terror insanların həyatının bir parçasına , biz xəbərçilərin isə gündəminə çevrilib. Mənsubiyyətindən asılı olmayaraq hədəf kim seçilirsə -seçilsin terror bir dəhşətdir. Biz bu dəhşətə **YOX** deyirik. Başın sağ olsun **TÜRK XALQI!!!**

\*\*\*

SON

Nümunə 3  
Region TV  
20.30

### SƏLMİNƏ ƏLƏKBƏRLİ

#### SALAMLAŞMA

#### ANONS

\*\*\*

**-15 iyun Azərbaycanın yeni tarixinin başladığı gündür...Ölkədə Milli Qurtuluş Günü qeyd olundu...**

**00.31.00.36.Bu sevinci bu gün 350 ailə yaşadı...Amnistiya aktının icrasına başlanıldı...**

**-Prezidentlərin Sankt -Peterburq görüşü nələri vəd edir...02.10.02.15...Ekspertlər "Bu gün"ə danışdılar...**

**-Fransızlar təşviş içindədir....Böyük Britaniya Parisə polis göndərir..**

**-00.18.00.21 Eyni bulaqlıların bulaq dərdi nəinki saata heç sutkaya da sığmır...**

**-Valideynlər məktəbli forması üçün ayırdığınız pulu artırırsınız...1Cİ SİNXX.**

**- Formula Leyla ST-up-axırıncı**

\*\*\*

**SALAMLAŞMA.** Azərbaycan xalqı artıq 23 ildir ki,qurtuluş sevincini yaşayır. Bu gün 350 nəfər isə ikiqat qurtuluş sevinci yaşadı. Türkiyədə polis bölməsi növbəti dəfə hədəf alındı.Vaxtında terrorun kökünü kəsə bilməyən Avropa indi həyəcan içərisindədir. Belçika mətbuatı bir qrup İŞİD üzvünün Avropada silahlı terror hücumu törətmək üçün yola çıxdığını yazır.TTV bu və ya digər xəbərlərlə dünya gündəmini izlədi. Bizim seçdiklərimiz anonslardan bəlli olacaq. Axşamınız xeyir...

\*\*\*

**TƏQDİMAT - 28 May – Respublika Günü** münasibətilə qəbul edilən "Amnistiya elan edilməsi haqqında" qərar layihəsinin icrasına başlanılıb. Həbsxanalardan bu gün çıxan məhkumların ümumi sayı 350-yə yaxındır. Millət vəkili, Heydər Əliyev Fondunun prezidenti Mehriban Əliyevanın təşəbbüskarı olduğu layihə ümumilikdə 10 minə qədər insanı əhatə edir.

\*\*\*

### SUJET-AMNİSTİYA- 2.20 BAKI

\*\*\*

**KADR ƏFV ŞƏKİ** Şəkidə də amnistiya aktı icra olunub. Şəki Penitensiar müəssisəsindən 5 nəfər məhkum azadlığa buraxılıb. Bu münasibətlə keçirilən mərasimə çıxış edənlər azadlığa çıxanları təbrik edib və onlara bundan sonrakı fəaliyyətlərində uğurlar arzulayıblar.

\*\*\*

### SİNXRON-ƏFV- 50 ŞƏKİ

\*\*\*

**TƏQDİMAT:** Azərbaycan xalqının taleyində böyük əhəmiyyət kəsb edən elə günlər var ki, həmin tarixdə onun gələcək həyatını müəyyənləşdirən böyük başlanğıcların əsası qoyulub.Bunlardan ən önəmli 15 iyundur.Tariximizə Milli Qurtuluş Günü kimi daxil olan bu gün onu qiymətləndirənlər, dərindən dərk edənlər üçün çox əzizdir.

\*\*\*

### SUJET QURTULUŞ

4.20

**KADR PREZİDENT QƏBUL** Ermənistan-Azərbaycan, Dağlıq Qarabağ münaqişəsinin hazırkı vəziyyəti Prezident İlham Əliyevin Avropa Şurası Parlament Assambleyasının Monitorinq Komitəsinin həmməruzəçiləri Sezar Florin Predan və Stefan Şennak ilə keçirdiyi görüşdə müzakirə olunub. İki tərəfli əməkdaşlıqdan söz açan qonaqlar “Məhkum olunmuş bir sıra şəxslərin əfv olunması haqqında” Azərbaycan Prezidentinin Sərəncamının və Amnistiya aktı haqqında Qanunun qəbul edilməsinin Avropa Şurası tərəfindən alqışlandığını deyiblər. Ölkəmiz ilə Avropa Şurası arasında uzun illər səmərəli və konstruktiv əməkdaşlığın həyata keçirildiyini bildirən Prezident İlham Əliyev Azərbaycanın bu təşkilatın ən fəal üzvlərindən biri olduğunu diqqətə çatdırıb.

\*\*\*

**TƏQDİMAT** Bizi yaxın vaxtlarda sülhün, yoxsa müharibənin gözlədiyini Sankt Peterburq görüşündə müəyyənləşdirmək mümkün olacaq. Rusiya, Azərbaycan və Ermənistan prezidentlərinin iyunun 20-də gözlənilən görüşünü şərh edən politoloqlar hesab edir ki, Sarqsyana daha vaxt udmaq üçün bəhanə gətirə bilməyəcək. İndi vasitəçiliyi üzərinə götürən Rusiya da görür ki, konstruktivlik əldə edilməsə, böyük bir müharibə baş verə bilər. Ətraflı Nicat Qafuroğlunun sülhündə.

\*\*\*

### SUJET-PREZİDENTLƏRİN GÖRÜŞÜ- 3.10 BAKI

\*\*\*

**KADR MDB RUSİYA** MDB-yə üzv dövlətlərin Müdafiə Nazirləri bu gün Rusiya paytaxtında bir araya gəldi. Moskvada quruma üzv dövlətlərin Müdafiə Nazirləri Şurasının 70-ci yubiley iclası keçirilib. Toplantıda quruma üzv dövlətlərin 2020-ci ilə kimi hərbi əməkdaşlıq Konsepsiyasının həyata keçirilməsi, hava-kosmik müdafiəsi Konsepsiyası layihəsinin işlənilməsi və “Beynəlxalq Hərbi Oyunlar 2016”-nin keçirilməsi məsələlərinə baxılıb. İclasda çıxış edən Rusiyanın müdafiə naziri Sergey Şoyqu bildirib ki, bu gün insanlıq üçün başlıca təhlükə beynəlxalq terrorçuluqdur. MDB ölkələrinin əsas vəzifəsi də beynəlxalq terrorçuluğun öz ərazilərində yayılmasının qarşısını almaqdır. Nazir deyib ki, bunun üçün qurum üzvləri səylərini birləşdirməlidir. Yubiley iclasında Azərbaycanı müdafiə naziri, general-polkovnik Zakir Həsənov təmsil edib.

**KADR PESKOV.** Rusiyadan Türkiyəyə cavab gəldi. Rəcəb Tayyib Ərdoğanın Putinə məktubunu şərh edən Rusiya prezidentinin mətbuat katibi Dmitri

Peskov bildirib ki, bu, əənəvi protokol göndərişidir. Bu məktuba cavab vermək tələb olunmur”. Rusiya rəsmisinin sözlərinə görə, ölkələr arasındakı mürəkkəb diplomatik münasibətlər heç vaxt məktub mübadiləsinin kəsilməsi üçün bəhanə olmur. Bu arada, Rusiya səfirinin Türkiyənin dövlət başçısı Rəcəb Tayyib Ərdoğanın bu axşam Prezident iqamətgahında verəcəyi iftar mərasiminə qatılacağı gözlənilir.

\*\*\*

**KADR NAZİR** Fransızların başı əməli-başlı qarışıb. Bu ölkənin baş nazir Manuel Vals Fransada yaxın vaxtlarda yeni terror aktlarının törədilə biləcəyini açıqlayıb. Hökumət başçısı deyib ki, Rəsmi Paris öz fəaliyyətini bu ölkəyə yaymağa çalışan İŞİD terror təşkilatına qarşı mübarizə aparmalıdır. Bir yandan terror təhlükəsi digər tərəfdən Avropa Çempionatı zamanı azarkeşlərin davası Fransa rəhbərliyini çaş-baş salıb. Çempionatda iştirak edən İngiltərə Uelslə oyun ərəfəsində Fransaya əlavə polis qüvvəsi göndərəcəyini açıqlayıb. Bununla bağlı İngiltərə hökuməti qərar qəbul edib. Rəsmi London hər hansı insidentin baş verməməsi üçün bir qrup polisin Lansa səfərbər olunacağını bildirib. Böyük Britaniya Xarici İşlər Nazirliyindən bildirilib ki, lazım gələrsə bu ölkənin Fransadakı səfirliyinin əməkdaşları da polisə kömək edə bilərlər. Bu, arada Fransanın Rusiyadakı səfiri Jan-Moris Riper bu ölkənin Xarici İşlər Nazirliyinə çağırılıb. “Bildirilib ki, Avro-2016-da Rusiya yığıması ətrafında mənfi əhval-ruhiyyənin gərginləşməsi Rusiya-Fransa münasibətlərinə pis təsir edə bilər.

\*\*\*

**KADR UKRAYNA DAVA.** Ukrayna Ali Radasında deputatlar əlbəyğə olublar. Davaya millət vəkili Vladimir Parasyukun “Müxalifət blok”unun üzvü Dmitriy Kolesnikovun çıxışının qarşısının güc hesabına alması səbəb olub. Kolesnikovun məruzəsi Lvov şəhəri merinin fəaliyyətinə həsr edilib. O, şəhərdəki anti-sanitar mühitdən və sakinlərin etiraz aksiyalarından söz açıb. Parasyuk isə bu çıxışı təmsil etdiyi regionun daxili işlərinə müdaxilə kimi qiymətləndirib. Ali Radanın spikeri Andrey Parubiy isə Kolesnikovun çıxışını tənqid edərək, onu “Rusiya təbliğati” adlandırıb. **İNTERŞUM**

\*\*\*

**18  
PƏRDƏ**

**13**

\*\*



**KADR GÖYÇAY FƏSAD** Göyçayın sel suyu altında qalan kəndlərində bərpa işləri aparılır. Rayonun Yekəxana, Qaraməryəm kəndlərində suyun uçurub dağıtdığı piyada körpüləri bərpa olunur. Yollara çınqıl döşənərək, düzəldilir. Artıq yaşayış məntəqələrinə elektrik enerjisinin, təbii qazın verilişi bərpa olunub. Göyçayda sakinlərə məxsus ev quşları, meyvə ağacları, xırda buynuzlu heyvanları sel aparıb.

\* \* \*

**TƏQDİMAT.** Bəzən isə , insanların laqeydliyi təbii fəlakətə yol açır. Elə Tovuzda olduğu kimi. Üstəlik aidiyyatı qurumların biganəliyi vəziyyəti daha acınacaqlı edir.

\* \* \*

#### SUJET- KANALLAR 3.10 TOVUZ

\* \* \*

**TƏQDİMAT.** Siyəzən sakinlərinin də aidiyyatı qurumların diqqətinə ehtiyacı var. Baxmayaraq ki onların dərdinə dərman olmaq istəyənlər tapılıb. Ancaq bu, Eynibulaq kəndinin bulaq yangısını söndürməyə yetməyib.

\* \* \*

#### SUJET-EYNİBULAQ- 2.30 SİYƏZƏN

\* \* \*

**TƏQDİMAT:** Bir vaxtlar məktəblərdə şagirdləri vahid formada görməyin həsrətini çəkənlər vardı. Amma son bir neçə ildə məsələ həllini tapdı. Valideynlər indi deyəcəyimiz xəbər ürəyinizcə olmaya bilər. Amma diqqətiniz bizdə olsun

#### SUJET-MƏKTƏBLİ FORMASI- 2.10

**KADR QONAQLAR-Formula1** Bakı qran prisinə hazırlıqlar son mərhələsinə qədəm qoyub. Təşkilat komitəsindən bildiriblər ki, Bakı qran prisində ən böyük sürət həddi də qeydə alınmışdır. Artıq nümayəndə heyətləri, pilotların bir hissəsi paytaxtımıza gəlib. Xarici kütləvi informasiya vasitələrinin nümayəndələri də Bakıdadır.

#### SİNXRON- QONAQLAR - 1.10

\*\*

**TƏQDİMAT** - Formula 1 Avropa qran prisi yaxınlaşdıqca həyəcan da artır. Yarışlar ərəfəsində sıxlığın qarşısını almaq və piyadaların rahat gediş-gəlişini təmin etmək üçün bəzi avtobuslar xətdən çıxarılıb, bir neçəsinin isə istiqaməti dəyişdirilib.

#### SUJET-FORMULA- 3.10 BAKI

\*\*

**31  
SON**

## ƏSAS XƏBƏR

Gəlin təsəvvür edək ki, yerli xəbər buraxılışlarında 4 blok var. Bloklar bir- birindən reklamlarla ayrılır; beləliklə, buraxılışın axışı A bloku, reklam, B bloku, reklam, C bloku (adətən idman), reklam və sonuncu D bloku. İdmanı hesablamasaq, cəmi üç blokumuz qalır – A,B,D. Birinci blok əsas xəbərlə başlanır. Bu xəbərin formatı telepaket, canlı bağlantı, yaxud mətn ola bilər. Bu xəbərin öndə gəlməsi öz-özlüyündə izləyiciyə onun daha vacib olduğunu deyir.

Auditoriya üçün hansı xəbərin daha vacib olduğunu qərara almaq asan deyil, bəzən bir necə materialda, birinci sıraya layiq “qışqıran” – cəlbədicilər, xəbərlər olur.

Lid xəbəri seçdikdən sonra adətən bir çox redaktorlar yerdə qalan xəbərləri bloklara uyğun sıralayırlar. Məsələn, bütün səhiyyə ilə bağlı xəbərləri B blokuna atmaq olar, amma region əhəmiyyətli üç qısa oxu xəbəri A blokunun sonunda – “Regionda” adı ilə qruplaşdırmaq olar.

Bu və ya digər materialın olum ya ölüm qərarı məhz bu planlama mərhələsində qəbul olunur. Tutaq ki, hansısa təhsil haqqında materialın vaxtından kəsb o qiymətli 20 saniyəni böyük yol qəzası materialının vaxtına əlavə etmək ya etməmək? Hava haqqında məlumatı da B blokunun sonuna əlavə etmək olar, amma bu zaman ondan öncəki material diqqətlə seçilməlidir. Məsələn, uşaqlara qarşı zorakılıq barədə məlumatdansa, kənd təsərrüfatı ilə bağlı rəqəmlərlə yüklənməmiş bir material daha yerinə düşər.

A və B bloklarından fərqli olaraq, D blokunun ələ bir sətir xəbər kontenti yoxdur. Bunun əvəzinə, D blokunda əyləncəli xəbərlər, uşaqlarla bağlı və auditoriyaya yaxşı təsir edəcək emosional parçalar, keçiriləcək ictimai tədbirlərin, məsələn, hansısa festivalın anonsu və s. materiallar yerləşdirmək olar. D blokunun belə kontentinin iki sadə səbəbi var: birincisi bu tip materiallar operativ material deyil və onlardan hər hansı birisini buraxılışın ümumi görünüşünə təsir etmədən proqramdan çıxartmaq olar. İkincisi, bu xəbərlər aparıcıya imkan verir ki, proqramı yüngül notlarla yekunlaşdırsın.

### Dünya təcrübəsindən

Zirvələr-vadilər prinsipi (Peaks and Valleys)

Xəbər industriyasında çox istifadə olunan bir format da belə adlanır: P&V.

Bu ad illərdir ki, mövcud olsa da, xəbərcilərin

əksəriyyəti bu termini eşitməyələr də, özlərindən xəbərsiz ondan yaxşıca bəhrələnilirlər.

Bu formatda hər bir seqment, yaxud blok ayrıca mini-xəbər buraxılışı kimi yıqılır. Amma bu o demək deyil ki, hər bölümün özünün hava, idman və iqtisadiyyat bölümü var, bu formatda hər seqmentdə digər daha az əhəmiyyətli xəbərlərdən əlavə bir yaxşı və güclü reportaj və ya paket yerləşdirilir. Hər seqmentin reklama qədər hissəsində də bir güclü material yerləşdirilir.

Zirvələr-vadilər formatının konsepsiyası odur ki, önəmli materialları müxtəlif seqmentlərə səpələməklə siz auditoriyanın marağını mümkün qədər çox saxlamış olursunuz. Əgər siz bütün vacib materiallarınızı öndə yerləşdirirsinizsə, proqramın ortasına doğru buraxılışınız öz auditoriyasını itirə bilər, daha pisi isə auditoriyanız kanalı dəyişə bilər. Buna görə önəmli materiallarınızı bütün proqram boyu “səpələməlisiniz”.

Həm də bir vacib məqamı da unutmayın ki, hava haqqında məlumat xəbər buraxılışının diqqətcəkici hissəsidir. İzləyicilərin çoxu boynuna alır ki, yerli xəbərləri daha çox sonda verilən hava məlumatına görə izləyirlər.

Zirvələr-vadilər formatının tərəfdarlarının əsas prinsipi budur: reklama qədərki vaxtda yalnız hava məlumatı yerləşdirməklə deyil, daha güclü material verməklə izləyicini bu proqramı sonadək izləməyə sövq etmək! İdeya budur: əgər birinci seqmentdə izləyicini cəlb etmək alınmırsa, o biri seqmentdə cəlb edə bilərsiniz!

Əgər bunu etməyi bacarırsınızsa, siz buraxılışınızın hər seqmentində güclü materialla zirvəyə qalxmış, reklam hissəsində isə vadiyə enmiş olursunuz, beləcə buraxılış boyu zirvələr vadiləri, vadilər zirvələri əvəz edir.

Bu nəzəriyyə digər klassik yanaşmadan fərqlənir. Radiodakı klassik nəzəriyyəyə əsasən, auditoriyaya ən yaxşı və aktual xəbərləri buraxılışın əvvəlində, daha az vacib və daha az maraqlı xəbərləri isə sona yaxın vermək lazımdır. Bu erkən xəbər buraxılışları üçün önəmlidir, adətən reklam daxil bu buraxılışlar 15 dəqiqə davam edir. Çevrilmiş piramida üsulu kiçik həcmərdə effektivdir, çünki hər gecə bir güclü xəbər tapmaq çətindir.

Xəbər prodüserləri hələ də izləyicini ənənəvi yayım tərzii ilə ekran önündə saxlamağa çalışsalar da, nəzərə almaq lazımdır ki, hər icmanın özünün maraqlı olduğu mövzular var. Amma istənilən halda, kiçik informasiya bazarlarında bu formatla eksperiment etməyə dəyər. Yaradıcı yanaşma həmişə maraqlıdır.

## İMPROVİZƏLƏR (AD-LIBS), KEÇİD-SÖZLƏR (BUMPS, TEASES) VƏ ÖTÜRMƏLƏR (TOSSES)

1980-ci illərdə beynəlxalq televiziya təcrübəsində "xoşbəxt söhbət" adlanan bir fenomen yayılmışdı. Aparıcılar (əsas və hava-idman aparıcıları) arasında "şirin" dialoqlar bəzən xəbərlərin özündən çox olurdu. Bu cür bağlayıcı keçidlər aparıcıları izləyiciyə daha da yaxınlaşdırmaq məqsədi daşıyırdı.

İndi bağlayıcı-keçidlər üçün daha lakonik formalardan – improvizələrdən, keçid-sözlərdən, az sonralar və ötürmələrdəndən yararlanırlar. Bir sıra redaksiyalarda bunlar bir-birinin oxşar, bir-birini əvəz edə bilən anlayışlar olsa da, onları arasında müəyyən fərqlər var.

**İmprovizələr (ab-libs)** - dən vaxt limiti çox qısa, hardasa 20 saniyə olduqda, istifadə edirlər. Xəbərin sonuna doğru efir rejissoru son oxu materialının əvəzinə, aparıcıdan improvizə verməyi tələb edir.

**Azsonralar (bumps və ya teases)** demək olar ki, improvizələrlə eynidir, incə bir nüans fərqi var - məsələn, aparıcıya deyilir: "A blokunu bitir, reklama keç ümumi bir bump". Aparıcı səsləndirir: "Az sonra studiyaya qayıdırıq. Bizimlə qalın".

Aparıcı sonrakı blokun hansı xəbərlə başladığını, yaxud oxunan xəbərin son qaynar xəbər olduğunu və yaxud daha sonra bağlantı olacağını bilmirsə, bu, ən rahat keçiddir, belə situasiyalarda "az sonra" ən optimal çıxış yoludur.

**Proqramıçı anonslar**, tizerlər (teases) daha güclüdür. Tizer izləyiciyə daha sonrakı blokda olacaqlara nəzər atmağa, daha sonra efirə gedəcək xəbər haqqında məlumat almağa imkan yaradır. Bu keçidlərin hər biri qısa "Bizimlə qalın"dan yaxşıdır. Yaxşı düşünülmüş tizerlər reklamdan sonra izləyicinin proqrama

dönməyinin qarantıdır, bu ssenari planında müxtəlif yerlərdə yerləşdirilmiş dadlı "tikələr"dir (özü də bu tizerlər artıq xəbər xəritəsində qeyd olunmalıdır ki, prodüser hansı materiallara tizer verəcəyini öncədən bilsin). Tizer xəbər istehsalının önəmli və lazımlı elementidir.

**Ötürmələr**, tosslar daha sadədir. İdman, yaxud hava durumu aparıcısı öz seqmentinə keçdikdə istifadə olunur, onlar ssenarisizdir, yəni öncədən yazılmır. Telesulfyorda sadəcə, qeyd olunur – İDMANA KEÇİD. Aparıcı xəbəri oxuyub bitirir, telesulfyorda KEÇİD qeydini görür və idman şərhçisinə tərəf dönərək proqramı ona ötürür. Reklam pauzasında idman, yaxud hava durumu aparıcıları əsas aparıcıya onların blokuna keçmək üçün ideyalar verə bilirlər. Bu, sadəcə, improvizəyə oxşasa da, toss aparıcılar arasında keçid üçündür. İmprovizələr daha çox efir vaxtını doldurmaq üçün nəzərdə tutulur.

Bir də həmişə diqqətdə saxlamaq lazımdır ki, hər iki seqment xəbər buraxılışı efirə getməzdən az öncə tam formalaşır və həmin gün baş verən olaylardan asılı olaraq blokun vaxtı kəskin azala və ya arta bilər. Məsələn, vacib bir olay baş verən gün hər iki blok birdən-birə 30- 45 saniyə qısala bilər.

Daha sakit günlərdə isə, bu bloklara daha çox vaxt ayrıla bilər. Onda proqramın aparıcısı idman və hava durumu blokunun aparıcıları ilə daha uzun və daha sərbəst söhbət, improvizə edə bilər.

## XƏBƏR BURAXILIŞI HAZIRLIĞININ TEXNİKİ ELEMENTLƏRİ

- Xəbər proqramı aparıcılarının efridə görünmə balansı
- Fon kadrları (Still pictures)
- Canlı bağlantılar (Live shots)
- Gerisayımlar (Back timing)

Təsəvvür edin ki, xəbər aparıcıları və daha iki digər hava və idman aparıcıları həftənin beş gününü bizim gözlərimiz önündədirlər. Televiziya kanalının menecərləri öz kanallarına auditoriyanın inamını qazanmaq, nüfuz gətirmək və proqramın “üzünü” yaratmaq məqsədilə yaxşı, peşəkar aparıcılar dəvət edirlər. Bu aparıcıların şəkilləri bilbordlarda yerləşdirilir, ictimai yerlərdə adamlar onları tanıyaraq yaxınlaşırlar. Yeni aparıcılara televiziya kanalı maddi yatırımla yanaşı, həm də emosional sərmayə də qoyur. Buna görə də efridə, məsələn, iki aparıcı xəbər proqramındırsa, verilişin xəbər meneceri, redaktorları hər iki aparıcının bərabər olaraq efridə görünmələrinin qayğısına qalmalıdırlar. Bunun üçün cavabdeh əməkdaşlar xəbər xəritəsini lazımdırsa, iki dəfə yoxlamalıdırlar. Elə alınmamalıdır ki, aparıcının biri yeddi, o birisi iki xəbər səsləndirsin. Bir nüansı da nəzərə almalısınız ki, tərkibində çoxlu mürəkkəb tələffüzlü xarici sözlər və adlar olan mətn daha təcrübəli aparıcının “payına” düşməlidir. Bütünlükdə siz xəbər meneceri olaraq, aparıcıların bərabər, balanslı olaraq efridə görünməsinə nəzarətdə saxlamalısınız.

### Fon kadrları

Bir çox xəbər menecərləri fon kadrlarından qaçırlar, amma onlardan yerində və ardıcılığı gözləyərək istifadə olunsa, effekt elə video materialların doğurduğu qədər güclü ola bilər. Xəritə və qrafiklər səslənən mətni zənginləşdirir. Əgər siz çox da məlum olmayan bir ərazidə qatarın qəzaya uğradığı yerin xəritəsini verir və qəza yerini ulduzla işarəliyorsanız, bu izləyiciyə olayın yeri haqqında əlavə məlumat verir. Bu xəritədə sizin auditoriyanıza yaxın olan, heç olmasa, bir coğrafi obyektin, şəhərin, qəsəbənin adı olmalıdır. Əgər kanalınızın qrafik dizayner, yaxud rəssamı varsa, belə bir kadri yaratmaq asandır, sadəcə, ona tapşırığı e-maillə yollayırsınız və xəbər buraxılışı efridə gedənədək artıq qrafika sizdə olur. Belə qrafiklərdə əldə etməyin digər yolu isə bu tipli informasiyanı, xəritələri hansısa milli, yaxud beynəlxalq Internet resurslardan yükləməkdir (təbii ki, müəllif hüququ qorunan və pulsuz qaynaqları nəzərdə tuturuq). Məsələn, Google Earth belə xəritələri yükləmək və onları fon kadri kimi istifadə etmək üçün yaxşı resursdur.

### Canlı bağlantılar

Texniki baxımdan televiziya kanallarının olay yerinə

canlı bağlanmaq imkanları yaranandan sonra xəbərçilərin qarşısında belə bir dilemma durur: hansı hallarda canlı yayım önəmlidir və hər imkanda canlı bağlantı yaratmaq lazımdır? Məsələn, Bakı-Sumqayıt yolunda davamlı olaraq axşam 18:00-dan 21:00-dək yaranan uzun yol tıxacını canlı bağlantı ilə göstərmək nə dərəcədə vacibdir? Yaxud bizim yerli kanallardan birinin hava məlumatı aparıcısının hər buraxılışda elə o televiziya kanalının damından canlı bağlantıya girməsi xəbər buraxılışına nə rəng qatır? Bu aparıcı öz-özünə sual verimi ki, mənim burada nə işim var? Canlı bağlantı – hansısa yeni bir şeyi izləyiciyə göstərmək ehtiyacından yaranmalıdır. Digər tərəfdən xəbər menecərləri əmin olmalıdırlar ki, onların olay yerindəki jurnalistləri bu bağlantıyı gerçəkdən maraqlı və lazımlı edə biləcəklər. “Ekranada gördüyünüz kimi biz Parisin Eysel külləsinin önündəyik”, yaxud yerli kanalın gənc jurnalistinin Bakıda keçirilmiş Formula-2016 yarışlarından şəhər evvanlarından birindən apardığı səriştəsiz (bax. [www.youtube.com/watch?v=DnXyN5T7-t4](http://www.youtube.com/watch?v=DnXyN5T7-t4)) bağlantılar yumşaq desək, aktual deyil. Ona görə də xəbər meneceri olaraq bir neçə şeydən tam əmin olduqdan sonra canlı bağlantıya qərar verin.

### Canlı bağlantıya o zaman ehtiyac olur ki, JURNALİSTİN iştirakı əlavə

1. **İnformasiya verilir,**
2. **Xəbərə emosional rəng qatılır,**
3. **Olayın təkrarsız atmosferi izləyiciyə ötürülür,**
4. **Hansısa tarixi bir an əbədiləşdirilir.**

**UNUTMAYIN:** Canlı bağlantıya gedən jurnalistin peşəkarlığına əmin olmalısınız. Jurnalist situasiyaya hakim olmalıdır, situasiya jurnalistə deyil.

### Gerisayımlar

Texniki baxımdan buraxılışın efridə getməyinin vacib anlarından biri də düz vaxtında efridə olmaqdır. Bu həm veriliş başlayıb-qurtararkən, həm də reklamdan efridə qayıtma zamanı önəmlidir. Çünki texnologiyaların inkişafı ilə efridə axışını xüsusi bilgisayarlar nəzarətdə saxlayır, ona görə də tam təyin edilmiş vaxtda efridə

daxil olub, efirdən çıxmaq, reklam bloklarına girib-çıxmaq dəqiq olmalıdır. Əks halda sizin reklam bloknuz yarıda kəsilsə, aparıcı sözünü bitirməzsə, proqram axışı xaosla bitər.

Belə problemlərlə üzləşməmək üçün xəbər meneceri zaman limitini diqqətlə izləməlidir. Çünki aparıcılar bəzi yerlərdə yanıla, bəzi girişləri daha uzun və ya daha qısa edə bilər, ona görə də xəbər buraxılışının menecmenti, istehsalı çətinidir. Əgər üstəlik buraxılışda material azdırsa, zamanı doldurmaq da lazım olur. Yaxud buraxılış çox uzundursa, arada nəyi isə ixtisara salaraq dəqiq vaxt çərçivəsində qalmaq lazım gəlir. Bax belə situasiyalarda – veriliş vaxtında bitirmək üçün redaksiyanın bilgisayar sistemində gerisayma deyilən vaxt ölçməsi tətbiq olunur.

Redaksiya bilgisayarını avtomatik olaraq hər blokun sonuna nə qədər qaldığını dəqiq göstərir, mənfi işarəsi isə onu göstərir ki, veriliş lazım olandan uzun gedir. Dəqiq vaxtı hesablamaq üçün belə edin. Proqramın ümumi vaxtını götürün və buradan reklam bloklarının vaxtını çıxın. Yerdə qalan zaman sizin bütün materiallarınıza verilən vaxtdır. Əksər hallarda bu təqribən 12, 15 dəqiqə olur. Hər materialın vaxtı + aparıcının girişlərini də hesablayın. Beləliklə, dəqiq vaxtı öyrənərək bu çərçivədən çıxmağa çalışın.

- Xəbər spikeri
- Ankorman, aparıcı

Jurnalistlərin, reportyorların, prodüserlər və yaradıcı qrupun digər üzvlərinin ağır və gərgin işinə baxmayaraq, telekanalın xəbər xidmətinin reputasiyası çox böyük ehtimalla buraxılışın ön xəttində olan aparıcısından asılı olur. Yaxşı xəbər aparıcısı kanalın reytingini qaldıra bilər, pis aparıcı isə çəkilən zəhmət və xərclərə baxmayaraq, reytingi sala bilər... Ona görə də xəbər kanalları həmişə İSTEDADLI VƏ XARİZMALI aparıcı axtarışındadır.

Nəzərə almaq lazımdır ki, xəbər buraxılışları ilə digər proqramların arasında çatdırılma üslubunda böyük fərqlər var. Xəbər bir qayda olaraq, digər proqramlardan daha rəsmi tonu ilə seçilsə də, indi telejurnalistikada xəbərlərin başqa proqramlar kimi, daha çox insana yönəli olması tendensiyası izlənilir.

Qeyd olunduğu kimi, xəbər buraxılışını təqdim etməyin iki üslubu var.

Birincisi xəbərin, sadəcə, aparıcı (spiker, newsreader, presenters) tərəfindən, ikincisi isə xəbərin ankorman (anchorman, anchorperson) tərəfindən çatdırılması.

Anchorman şəxsi nüfuzu və xarakteri ilə tanınan,

olaylara **şərh verməyə mənəvi haqqı olan**, xarizmalı bir jurnalistdir. Onun dedikləri və bölüşdükləri də izləyici üçün maraqlı olmalı, onu inandırmalıdır.

Newsreaderin məqsədi, fokusu yalnız və yalnız xəbərlərdir, onun şəxsiyyəti və şəxsi keyfiyyətləri isə arxa plandadır.

“Anchorman” termini Amerika jurnalisti Uolter Kronkayt (Walter Cronkite) adı ilə bağlıdır. Britaniyada isə daha çox newsreader, newscaster terminlərinə üstünlük verilir. Bu okeanın o tayındakı, bütün dünyanın yamsıladığı, aparıcı üslubu ilə fərqi göstərir. Daha sadə desək, britaniyalı aparıcılar daha ciddi və özünü bir qədər aralı tutan, soyuq, olaylara öz şəxsi fikirlərini heç vaxt qatmayan kimi görünülər, onların amerikalı həmkarları isə ciddi olsalar da, dostcasına durur və təqdim etdiyi xəbərləri şərh edirlər.

Azərbaycan gerçəkliyində uzun bir zaman kəsimi xəbər bülletenləri adətən diktorlar (Sovet dönmindən qalmış bir ifadədir, hazır mətni efirdə səsləndirən adam anlamına gəlir) oxuyurdular. Diktorlar mətnə və bütünlükdə kontentə heç bir halda müdaxilə edə bilməzdilər. Adətən xəbər aparıcıları kanalın daxili siyasətindən asılı olaraq mətni tərtib edə, süjetlərə təqdimatı yazıb hazırlaya, düzümü ilə bağlı fikirlərini redaktorla bölüşə bilərlər. Azərbaycan teleməkanı bülletenlərini xəbər aparıcıları, xəbər spikerləri ilə izləyicisinə təqdim edir. Burada əsas problem telexəbər arenasında yaddaqalan, ictimai fikirdə xüsusi nüfuzlu aparıcıların olmamasıdır. Müstəqillik dönmə televiziya məkanı aparıcı kimi gənc jurnalistləri izləyiciyə təqdim edirdi (bu həm də maddi baxımdan kanallar üçün daha ucuz idi), ilk mərhələlərdə auditoriyada ciddi qavrayış diskomfortu yaradırdı. İzləyici 20-25 yaş arası xəbər spikerinə inam hiss etmirdi. Tam anlaşılındır – bu yaşda jurnalistin auditoriyasına nələrisə deməyə, hansısa vacib mesajları ötürməyə, sadəcə, mənəvi haqqı olmaya bilər. Zaman keçdikcə bu gənclər orta yaş dönməsinə girdilər, efr təcrübəsi qazandılar, daha peşəkar görünməyə başladılar. Amma təəssüf ki, auditoriyanın sevgisini qazanan, hər sözü inam və hörmət doğuran ankormanlar yetişmədi. Amma gəlin baxaq görək, bütün bu keyfiyyətləri bir yerə cəmləyərək yaxşı ankorman qazanmaq olarmı?

Super ankormanın fotorobotunu yaratmaq qeyri-mümkündür. Sən yaxşı reportyor ola bilərsən, gözəl mətnlər yazsa, onları isti bir səslə oxuya da bilərsən. Hətta gözəgəlimli də ola bilərsən. Amma bu hələ o demək deyil ki, izləyici səni ankorman kimi qəbul edəcək. Ankorman olmaq üçün səndə müəmmalı, sirlili bir X-faktor olmalıdır.

#### Ankormana verilən tələblər

- Mənəvi haqq
- Şəxsiyyət, individuallıq
- İnam
- Peşəkarlıq
- Aydın ifadə üslubu
- Xoş, ürəyəyatan səs
- Səmimilik, istilik,
- Yaxşı xarici görünüş



**Lamiya Vəzirova**

CBC kanalında analitik verilişlərin müəllifi, aparıcısı

## XƏBƏR OXUNUŞU TEXNİKALARI

Öz oxu sürətini, yaxud buraxılışın aparıcısının oxu sürətini bilmək çox vacibdir.

Bir sətiri necə saniyəyə oxuduğunuzu bilməklə siz buraxılışın mətninə nə qədər vaxt lazım gələcəyini hesablaya bilərsiniz.

Oxu sürəti saniyədə/söz-lə ölçülür, aşağı tempi niq üçün 2 s/söz, bəzi dillərdə 3.5 s/sözdür.

### Oxunuş sürəti

Həmkarlarınızdan xahiş edin sizə oxu sürətinizi ölçməkdə kömək etsinlər. Bunun üçün 10 müxtəlif mətn secirsiniz və hər mətndən yalnız 60 saniyə oxuyursunuz. Hər dəfə bir dəqiqə bitən zaman mətni oxumağı da bitirirsiniz və bu müddət ərzində oxuduğunuz sözləri sayıb qeyd edirsiniz. Beləcə, on mətn oxuduğunuz üçün 10 nəticə əldə edəcəksiniz. Orta sürətinizi tapmaq üçün bu 10 nəticəni üst-üstə gəlib əvvəl 10-a, sonra isə 60-s bölün. Alınan rəqəm sizin bir saniyədə oxu sürətinizi göstərəcək. Tutaq ki, 10 oxuduğunuz mətndə 125, 126, 119, 123, 118, 120, 122, 126, 118 və 117 nəticələrinə almısınız. Toplayırıq, alınır 1214. 10-a bölürük, 121 alınır, onu da 60-a bölməklə orta oxu sürətinizi alırıq – 2 s/söz.

Artıq bir dəfə oxu sürətinizi bildikdən sonra hər mətni nə qədər vaxta oxuyacağınızı ölçə biləcəksiniz. Təbii ki, siz hər mətndə neçə söz olduğunu hesablamaq çox uzundur, sətirləri saymaq daha rahatdır. Yaxşısı budur ki, mətndəki sözləri kompüterdə “Söz hesabı” əməliyyatı vasitəsilə hesablayasınız. Yox, əgər mətnin elektron variantı yoxdursa, onda aşağıdakı üsul köməyinizə çata bilər.

Öncə standart ssenari planının 50 sətirində neçə söz olduğunu hesablayın. Və onu 50-ə bölün. Bu sizə hər sətirdə təqribən nə qədər söz olduğunu verəcək. Məsələn, ssenarinizin 50 sətirində deyək ki, 600 söz var, demək, hər sətirə təqribən 12 söz düşür. İndi siz hər sətiri oxumağa nə qədər vaxt sərf etdiyinizi hesablaya bilərsiniz. Məsələn, əgər sizin oxu sürətiniz 2 s/saniyədirsə, ssenarinizin hər sətirində təqribən 12 söz varsa, siz bir sətiri 6 saniyəyə oxuyacaqsınız (12-ni 2-yə vurursunuz). Hər ssenaridəki sətirlərin sayını bilməklə, həmin mətni oxumağa nə qədər vaxt lazım olduğunu dəqiq biləcəksiniz. Məsələn, 8 sətirlik materialı 48 saniyəyə oxuyacaqsınız. (8 vurulsun bir sətiri oxuma sürətinizə, yəni 6-ya). Bu hesabladığınız rəqəmi vərəqin sağ küncünə qeyd edin. Sonda bütün bu rəqəmləri toplayaraq, hər material üçün aradakı fasiləyə daha 2 san. əlavə etməklə, bütövlükdə materialın oxunuşuna nə qədər vaxt sərf edəcəyinizi dəqiq hesablamış olursunuz. Kiçik bir məsləhət – son cümlələr əgər yarıdan azdırsa, onları saymayın. Yalnız yarıdan çox və ya bitmiş cümlələri hesablayın. Təbii ki, hesablamaq üçün sizə kalkulyator lazım olacaq, amma zəhmət çəkməyə dəyər. Siz öz oxu sürətinizi dəqiq bildikdən sonra buraxılış neçə dəqiqəyə oxuyacağınızı rahat öyrənəcəksiniz. İllər keçdikcə və təcrübəniz artdıqca səhifəyə nəzər salmaq onu nə qədər vaxta oxuyacağınızı anında təyin edə biləcəksiniz.

### Nəfəs

Xəbər aparıcıları, yaxşı üzgüçülər kimi, nəfəslərinə nəzarət edə bilməlidirlər. Düzgün nəfəs alma səssə zənginlik və məxmərlik verir.

### Düzgün nəfəs alma üçün yadda saxla!

- Tam şaquli vəziyyətdə, ya da yüngülcə irəli meyillənmiş vəziyyətdə əyləşin
- Döş qəfəsiniz qabarıq olmalıdır
- Ayaqlarınızı çarpazlaşdırmayın
- Qısa-qısa, kəsik-kəsik, ağıcyərlərin ucu ilə yox, dərindən, qarın boşluğundan nəfəs alın
- Oxumağa bazlamazdan əvvəl dərindən nəfəs alın
- Studiyada o yan-bu yana qaçmayın! Təngnəfəslik sizə mane ola bilər!
- Mətni oxumazdan əvvəl ssenariyə baxıb, uzun cümlələri, fasilələri özünüz üçün qeyd edin.

### Telesuflyor

Telesuflyor aparıcıya göz təmasını pozmadan mətni oxumağa imkan verir. Bu cihaz (ona “autocue” və ya “prompter” də deyilir) kameranın önünə quraşdırılan bir başlıqdan ibarətdir. Kameraman başlığın arasından çəkiliş apardığı zaman aparıcı yuxarıdan aşağı hərəkət edən mətni oxumaq imkanı qazanır. Mətnin “axışı” aparıcının istəyinə və danışıq sürətinə uyğunlaşdırılır. Başlıq birbaşa obyektivə taxıldığından elə təsəvvür yaranır ki, aparıcı sanki seyrcilərin gözüne baxıb danışır (4, səh. 69)

### Telesuflyordan yararlanarkən bunları unutmayın:

- Gözlərinizi ekranın ortasına zilləyin;
- Sözləri oxuyarkən gözlərinizi soldan sağa və daha sonra da geriye gəzdirməyin;
- Mətni öz sürətinizlə oxuyun. Subtitrlər (altyazı) operatoru aparıcının oxu tempinə uyğun olaraq mətnin “axışını” tezləndirib-yavaşladacaq;
- Mətnin “axışını” nəzarətdə saxlamaq üçün aparıcının texniki imkanı var;
- Mətni öncədən həm kağızda, həm də disk şəklində altyazı operatoruna verin və hansı formatda çalışacağına göz qoyun;
- Mətni diskə yazıb altyazı operatoruna verərəkən söyləyəcəyiniz sözlərin başqa bütün qeydləri silin

## TAPŞIRIQLAR

1. Bir gün ərzində İnternetdən dünya siyasi arenasında baş verən önəmli xəbərləri izləyin, bunların içərisindən beynəlxalq xəbərlər bloku üçün 3 xəbər seçin və onlara başlıqlar hazırlayın.
2. Bir xəbər saytıdan xəbər buraxılışınız üçün materiallar seçin və onları sıralayın.
3. Bir telexəbər buraxılışını əvvəldən sonadək izləyin, qeydlər götürün və qeydlərinizin əsasında bir buraxılışın xəbər xəritəsini tərtib edin.
4. Xronometrajı 45 saniyə olan görüntüsüz telexəbər mətni tərtib edin.
5. Müəllimin verdiyi xəbərlər əsasında xəbər buraxılışınız üçün başlıqlar yazın.

### Yekun tapşırıq. Layihə

Öncə qeyd olunduğu kimi, xəbərləri eyni cür seçib-sıralayan iki eyni xəbər meneceri ola bilməz. Eyni gün və eyni vaxt efirə gedən müxtəlif xəbər buraxılışlarını izləsəniz, buna əmin ola bilərsiniz. Əgər dominant olay yoxdursa, xəbərlər və onların düzümü kanaldan kanala çox fərqlənir.

Bu tapşırığı yerinə yetirmək üçün təsəvvür edin ki, siz avqust ayının ortası, 6-da efirə gedəcək xəbərlərin menecersiniz.

Səhər saat 9-da keçirilən redaksiya toplantısı zamanı verilən xəbərləri A, B və D bloklarında yerləşdirəməlisiniz. Nəzərə alın ki, B blokunun sonunda idman və D blokunun sonunda isə hava məlumatlarını verməlisiniz. Bundan əlavə, xəbərlərin hamısından da istifadə etməyə borclu deyilsiniz, hansısa xəbərləri buraxılışa salmaya bilərsiniz. Beləliklə, xəbərləriniz bunlardır.

1. Səhiyyə üzrə ixtisaslaşmış jurnalistdən – 1.15 saniyəlik piylənmə haqqında material.
2. Fiçə fayllarınızdan – Bələdiyyədə saat 7-də yeni məktəb binasına yer ayrılmaqla bağlı müzakirələr keçirilir. Bununla bağlı müəyyən arxiv kadrlarınız var, həmçinin şıfahi xəbər, ya VO, ya VOSOT, ya paket, ya canlı bağlantı verə bilərsiniz.
3. Xəbər agentliyindən – Statistika Komitəsinin açıqlamalarına əsasən, sizin bölgənin əhalisinin gəlirləri 9 % artıb, ölkə üzrə əhalinin gəlirlərini artımı keçən il ərzində 4% olub.
4. Xəbər agentliyindən – Bütün ölkə üzrə ev tikintisinin sayı aşağı düşüb. Sizin bölgə və ya şəhər bu güzğüdə.
5. Operatorunuzdan – Səhər tezdən baş vermiş yanğının

görüntüləri, bütün ev yanıb, dağıntı var, yaralanan və ölənlər yoxdur.

6. Digər bir operatorunuzdan – Yeniyetmə kibrit çöplərindən böyük bir ev modeli hazırlayıb və bu model yerli ticarət mərkəzinin sərgi salonunda nümayiş etdirilib. Nümayişdən əldə olunan pullar uşaq evinə verəcək.

7. Fiçə fayllarınızdan – Saat 3-də hava limanı rəsmiləri uçuş zolağının genişləndirilməsi ilə bağlı müzakirələr keçirəcək. Siz olayı işıqlandırmaq üçün oraya çəkiliş komandası göndərə bilərsiniz.

8. Redaksiyaya edilən zəng – təqribən 20 nəfərdən ibarət yerli fəal yaxınlıqdakı parkın sökülməsi ilə bağlı etiraz aksiyası keçirməyi planlaşdırır.

9. Xəbər agentliyindən – İsti temperatur hələ də qalır. Ötən həftə boyu sürən istilər nəticəsində bölgədə 120 nəfər xəstəxanaya yerləşdirilib. İstilərə görə son 6 həftə ərzində 9 adam dünyasını dəyişib.

10. Bir reportyorunuzdan – Qəbul imtahanları yekunlaşıb, 1.05 saniyəlik reportaj.

11. Digər bir reportyorunuzdan – 15 nəfər universitet tələbəsi Britaniyaya yay məktəbinə yola düşür.

12. Fiçə fayllarınızdan – Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi yerli fermerlərə kömək məqsədilə bölgədə açıq qapı günləri keçirir.

13. Polis hesabatından – ötən gecə bir gənc qız itkin düşüb, qızın valideynləri polisə müraciət ediblər.

14. Xəbər agentliyindən – Əhalinin Sağlamlıq və Reabilitasiya Mərkəzi isti havada sağlamlığı qorumaqla bağlı vərəqələr yayır.

15. Faksdan – “Azərsu” sakinlərdən isti havalarla əlaqədar bağları suvararkən suya qənaət etməyi xahiş edir.

## ƏDƏBİYYAT

1. Broadcast Journalism Techniques of Radio and Television News, 6th Edition. By Peter Stewart, Ray Alexander. Focal Press, 2008
2. Məhərrəmli Q., Şıxlı E., Jurnalistika terminləri lüğəti. Bakı, Altun Kitab, 2016
3. Məmmədli Z. A-dan Z-ya xəbər. Bakı, 2009
4. Məmmədli Z. Televiziya proqramlarının hazırlanması. Bakı, 2012

## ÜMUMİ PRİNSİPLƏR

- Mediaetikanın ümumi prinsipləri hansılardır?
- Özəl yaşam dairəsinə nələr daxildir?
- Özəl yaşam dairəsinin hüduqları zamana və məkana görə necə dəyişə bilər?
- Xəbər qaynağı ilə maddi münasibətlər mümkünürmü?

Mediada çalışan insanlar, özəlliklə jurnalistlər, TV və radio proqramı hazırlayanlar gündəlik işlərində daha çox əxlaqi dilemmayla – ikiləşməylə üzləşirlər. Bu dilemmalar, adətən, o vaxt qarşıya çıxır ki, jurnalist düşdüğü durumda “fılan şeyi edim, ya etməyim?” deyərək öz sualına cavab axtarır. Məsələn, qəzetdə şübhəli şəxslərlə suçluların tam adını vermək olarmı? Qurbanların, şahidlərin və pozuntu və ya cinayəti xəbərleyənlərin adını yazmaq olar, ya yox? Həmin insanlar adlarının getməsinə istəmərlərsə, onda necə? İşin içində tanınmış insanlar da varsa, hansı davranış düzgün sayılır?

İnsanları nə zaman, hansı durumlarda qorumalısınız? Məsələn, onlarla görüşərkən, yaxud teleşouda bunu necə edəcəksiniz?

Bir jurnalist kimi özünüzü hər yerdə və hər zaman tanıtmalısınız? Nə vaxt gizli kameradan yararlanıla bilərsiniz?

Jurnalistlər və teleproqram hazırlayanlar bilgi qaynaqlarının kimliyini nə dərəcədə gizləyə və ya hansı hallarda sənədləri istintaq orqanlarına verməkdən boyun qaçıra bilərlər?

Diqqətlə seçilən bir qrup müxbirin hərbi əməliyyatlardan xəbər hazırlaya bilmələri üçün bəzi ordu hissələrinin içinə yerləşdirilməsi anlamına gələn “qoşulmuş jurnalistika” (ingiliscəsi “embedded journalism”)dir. Türkiyədə eyni mənanı daşıyan “iləştirilmiş gazetecilik”, Rusiyada “встроенная

- Böhran xəbərçiliyində hansı etik aspektlər gözənilməlidir?
- Media niyə cəmiyyətin hər kəsimini təmsil etməyə məcburdur?
- Ayrı-seçkilikdən qaynaqlanan problemlər hansılardır?

журналистика” ifadəsindən yararlanırlar – red.) şərtlərinə əməl etmək nə dərəcədə ağılabatandır? Belə müxbirlərin görüb-bildikləri hər şeyi açıqlamağa ixtiyarı yoxdur. Bu halda həmin jurnalistika nə dərəcədə azad və müstəqil sayıla bilər? Bütövlükdə isə bir başqa sual da ağıla gəlir: tutalım, idmandan, turizmdən, modadan və s.-dən yazan jurnalistlər hansı dərəcədə azad və müstəqil çalışa bilərlər?

Tutalım, baş məqalədə İnternet bağlantılarından və ya reklam bannerindən yararlanarkən onlayn jurnalistika yeni əxlaqi dilemmalar doğurmazmı? Və yaxud dərc edilmiş yazıların arxivlənməsi yeni problemlərlə yanaşı, həm də jurnalistikanın hüduqlarına dair yeni suallar ortaya çıxarmazmı? Vətəndaş jurnalistikası da jurnalistika sayıla bilərmi? Bloqqlər də jurnalistdirəlmə? Hər kəs jurnalistdirmi? Bəs yaxşı, tutalım, xəbər qaynaqlarını qorumaq kimi peşə tələbləri necə olsun? İnternetdə keçərli meyarlar adı qəzetlər üçün də keçərli sayıla bilərmi? Və ya bunun tam tərsi – ənənəvi medianın etik qaydaları onlayn bir qəzet, ya da bir TV, yaxud radionun veb (web) sahifəsi üçün də keçərli ola bilərmi?

Media etikası bu və buna bənzər problemlərlə üzləşir. Bütün bunlar – etik qaydaların məcburi sayıldığı media məkanı və Kütləvi Kommunikasiya Vasitələrinin fəaliyyəti ilə bağlı sistemli düşüncə biçiminin ortaya qoyulmasını qaçılmaz edir. Kütləvi Kommunikasiya Vasitələriylə yayılan informasiya da ortaya çıxan problemləri çözməyə imkan verən belə, amma daha özəl etik qaydaların hazırlanmasına tələbat yaradır.



## “Media etikası” hər şeydən önce jurnalistlərin, kommunikasiya mütəxəssislərinin, reklam müdirlərinin və başqa uyğun peşə sahiblərinin etik qaydalarını əhatə edir.

İş və niyyətləri nə qədər fərqli və müxtəlif olsa da, jurnalistlər, radio və televiziya prodüserləri, reklam müdirləri və kommunikasiya mütəxəssislərinin ən azından bir ortaq nöqtəsi var: hər gün media yoluyla geniş bir auditoriyaya məlumat çatdırırlar.

Burası da var ki, mediayla bağlı əxlaqi problemlər yalnız bu sahədə çalışanları deyil, demokratik bir cəmiyyətin bütün vətəndaşlarını maraqlandırır. Ortaya çıxan etik problemlər də yalnız qaynağın perspektiviyə bağlı deyil, media istifadəçisinin perspektivi də gözdə tutulmalıdır. Bundan başqa, totalizm, demokratik bir cəmiyyətdə mediada plüralizmin normativ yönəli kimi, medianın necəliyindən qaynaqlanan makro-etik problemlərdən də söz açmaq lazımdır. Əsl vurğu həmişə göndəriciyə (bu halda jurnalistə, mediaya – red.) edilsə də, tutumlu bir media etikası həm göndərənə, həm də alıcının (auditoriya nəzərdə tutulur – red.) vəzifə və məsuliyyətləri ilə medianın tip və sistemlərinin etikayla bağlı yönələrinə həssas yanaşmalıdır.

## Hər məsuliyyət biçiminin şəxsi olduğu qədər də kollektiv bir yönü var: bütün redaktorların və bütün heyətin, şirkətin və ya peşə təşkilatının məsulliyəti. Burada dörd prinsiptən bəhs edə bilərik:

**Şəxsi prinsiplər:** Belə prinsiplər hər bir adamın çevrəsi, yetişdirilmə şəklə, inanc sistemləri, tərbiyə və ya təcrübəsiylə gəldiyi əxlaqi qənaətlərlə bağlıdır. Bunlar bir davranışın doğru, yoxsa yanlış olması barədə suala cavab verərkən müəyyənləşdirici və yönləndirici olur.

**Təşkilat prinsipləri:** Hər şirkətin yazılı, ya da (çox vaxt) yazılı olmayan, təşkilat mədəniyyətinin parçasına çevrilən və yeni iş başlayanlara “burada işlər belə görülür” demənin bir yolu olaraq qəbul etdirilən prinsipləri var. Şirkətin içindəki və kənarındakı insanlar bu şirkət mədəniyyətindən xəbərdardır. Onlar şirkətdən nə gözləyəcəklərini və təşkilatın hansı imici olduğunu bilirlər: “Bəlkə, başqa yerdə icazə verə bilərlər, amma burada buna biz dözmərik!”. Bu cür prinsiplər konflikt və mübahisəli durumlarda, yaxud rəhbərlik kadr siyasəti və işçi qəbulu məsələlərində bir seçimlə üz-üzə qalarkən ortaya çıxır. Burada bütövlükdə iş etikası adlandırılan bir sahəyə girmiş olur.

**Peşə prinsipləri:** Bunlar peşə təşkilatının içində keçərlili olan və işin necə görüldüyünü yoxlayan bütöv bir yazılı və yazılı olmayan əxlaqi prinsiplər sistemidir. Söhbət yazılı prinsiplərdən gedirsə, bunlar bütövlükdə peşə davranış qaydalarının içərisində yer alır.

**Cəmiyyət prinsipləri:** Bütövlükdə cəmiyyət içində işləyən əxlaqi prinsiplər var. Bunlar açıq tərifli verilən və dəyişməz prinsiplər deyil, bir-birinə təsir göstərən müxtəlif prinsip və dəyər sistemlərinin sürəkli dəyişən “etik arxa planı”dır.

## TELEVİZİYA XƏBƏRÇİLİYİNDƏ ETİK PROBLEMLƏR: TABLOİD XƏBƏRÇİLİK

Ünlü adamların özəl yaşamları haqqında dedi-qodular, qısa zamanda varlanmaq, məşhurlaşmaq tarixçələri, çarpıcı fəlakət xəbərləri, hansısa insanın suç hekayətləri tabloid qəzetlərdə ortaya çıxan, amma bu gün, başda televiziya olmaqla müxtəlif kommunikasiya mühitlərinə sızan xəbərçilik biçiminə çevrilir.

Belə xəbərlər silsiləsi yayılıb və hardasa bütün dünyada bəyənilən hala gəlib. Bu üzdən “tabloid mətbuat” sözündən çox “tabloid formatlar”dan söz açmaq daha anlamlı və əhatəli bir yanaşma sayılır.

Tabloid mətbuatla birgə inkişaf edən, ancaq bu gün tabloidləşən digər formatların/növlərin içinə sızan xəbərçilik anlayışı, yuxarıda da vurğulandığı kimi, izləyicini bir başqasının yaşamına boylan kimi səciyyələndirir. İzləyici və “maqazin” müxbirləri, izləyici və qadınlara yönəlik gündüz proqramlarının aparıcıları, izləyici və cinayət olaylarını araşdıran müxbirlər başqasının həyatına boylanlar ordusunun eyni suç ortaqlarıdır. Tabloid xəbərçiliyin önə çıxardığı “bəd olayların (negativity) xəbər dəyəri var” anlayışı belə olayları izləyici və xəbərçi/proqramçıların dəyərləndirmələrindən qaynaqlanır. Yəni yuxarıda göstəriləndiyi kimi, izləyici-seyrçi-tamaşaçı özünün günlük yaşamında “başqaları”nın özəl yaşamındakı bəd məqamlarla maraqlanır və günlük ünsiyyət ortamlarında bu olayları taparaq yenidən istehsal edər.

O, bu yenidən istehsal prosesində olayı yozaraq dəyər və ideologiyasının süzgəcindən keçirir və iştirakçıları ittiham edir. Tabloid media və uyğun dəyərlərin içinə sızdığı digər proqramlar da bənzər biçimdə “şəxsi” olanı, “özəl yaşama dair” olanı açıb-ağdardır və bu zaman yayılmış dəyər ittihamlarını yenidən istehsal edir. Məşhurların yaşamına tamaşa özəlliyi gətiriləndə, izləyici bir yandan onları yamsılayır, digər yandan bəzi olaylara görə onları ittiham edir və ya qınayır. Beləcə, tabloid xəbər dəyərləri ictimai olaya şəxsi özəllik verir.

Tabloidləşmə faktını qavramaqdan ötrü medianın funksiyalarına dair suala ehtiyac qalır mı? Media insanları, sadəcə, əyləndirməli, yoxsa düşündürməlidir? Ya da, ən azı, onları əyləndirərkən bir yandan da düşündürməlidirmi? Tabloid formatlar əylənmək, xoş zaman keçirmək, ən çoxu başına “pis hadisə”, “şəxsi fəlakət” gələn adamların halına acımaq, onlara üzülərək baxmaq üçündür. Olayların ictimai xarakterdən çıxarılaraq özəlləşdirilməsi izləyicini düşündürməz. İzləyici rahat və güvənli evində həyata baxar və öz halına “şükür edər”. O, başqalarını ittiham edərkən seyr etdiyi olayların siyasi, iqtisadi və mədəni mühiti haqqında düşünməz. Tamaşaçı seyr etdiyi neqativ olayların arxasında özünün də bir payı, məsuliyyəti olduğunu ağına gətirməz.

Tabloidləşmə faktı ilə birlikdə izləyici yabançılaşır, siyasi bir duruş formalaşdırma qayğısına qalır və yuxulu vəziyyətə yuvarlanır. Başqalarının yaşamını izləyərək onlara ittiham irəli sürmək, başqalarının yaşamına məsuliyyət daşımaqdan qat-qat asan və daha rahatdır.

## TELEVİZİYA XƏBƏRÇİLİYİNDƏ ETİK PROBLEMLƏR: ÖZƏL YASAM

“Özəl yaşam” anlayışı telexəbərçilik etikasının ən çox dartsılan mövzularından biridir. Bunun ən birinci səbəbi kommunikasiya texnologiyasının inkişafıyla ayrıca önəm qazanan bu anlayışın qarışıqlığı və sərhədlərinin qeyri-müəyyənliyidir. Məsələn, bu suallara tez-cavab almaq mümkün deyil: Qorunan “özəl yaşam” sahəsi haradan başlayıb harada bitir? Bu anlayış dilimizdə və mədəniyyətimizdə kökləri çox-çox qədimlərə gedən “məhrəmlik”lə hansı dərəcədə üst-üstə düşür? “Özəl yaşama müdaxilə olar” adıyla bir sıra bilginin verilməməsi senzura sayılmazmı?

Özəl yaşam anlayışı tarixilik baxımından çox yeni qəbul edilən “muxtar fərd” (“avtonom individ”) ehtimalını əsas götürür. Bu ehtimala görə, insan “muxtar fərd” olaraq o qədər tək və bənzərsiz ictimai varlıqdır ki, ləyaqətinə həmişə sayğı göstərilməlidir. İnsanın bir növ toxunulmazlığı var. Bu toxunulmazlıq insanın fiziki varlığını təcavüzlərdən qoruduğu kimi, haqqındakı bəzi bilgilərin, ya da onun şərafət və ləyaqətinin də qorunmasını əhatə edir. Fərd həmin sahəyə aid məlumatı başqaları və media ilə yalnız özü istərsə, paylaşır. İstəməzsə, dəniz ilbizi kimi qapalı qala bilir və kimsə onu açma bilməz.

Artıq sezirsiniz ki, özəl yaşam anlayışına bu şəkildə tərif verilməsi televiziya xəbərçisinin çox önəmli bəzi etik vəzifələri ilə potensial da olsa, ziddiyyət yaradır: televiziya xəbərçisi xalqın gerçəkləri öyrənmə hüququ çərçivəsində doğruları doğru biçimdə ictimai rəyə açıqlanmasına məsuliyyət daşıyır. Bəs televiziya xəbərçisinin xalqa anlatmağa borclu olduğu doğrular özəl yaşam dairəsinə girirsə, onda necə olacaq? Yaxud, tutalım, içkiyə aşırı alışıqlığına görə, ərindən və ya xanımından ayrılan adam tanınmış bir siyasətçi, ya da kino ulduzu isə? “Özəl yaşam dairəsindədir” deyərək üstündən keçiləcək? Yox, əgər bəzi motivlərlə - bəzi gərəklərlə bu xəbər yenə də yayımda yer alacaqsa, bu, o siyasətçinin və ya kino ulduzunun “içki dostu” olan adı vətəndaşın özəl yaşam dairəsinə də girmək, onun görüntülərindən də yararlanmaq anlamına gələcəkmidir?

Bu örnəkdən də anlayacağınız kimi, özəl yaşam haqqının (bəzi Qərb hüquqçuları bunu “rahatsız edilməmə” haqqı şəklində də tanıyır) hüdudları tətbiq edildiyi adama görə dəyişir. Bu da ilk baxışda adamı çaşdıran bir durumdur. Axı vətən bilgisi kitabları təməl haqlardan insanların eyni dərəcədə yararlandığını vurğulayır. Təməl haqq və azadlıqlar baxımından xeyli anlayış vətəndaşlara eyni ölçülərdə tətbiq edilsə də, burada durum fərqlidir: “Bəzilərinin özəl yaşam dairəsi digərlərindən xeyli dardır”. Bu ilgincliyi “sıradan insanların yaşamında ünlülərdən və güclülərdən daha böyük olan şey nədir?” şəklində tapmacaya çevirə bilərsiniz. Bütün bərabərsizliklər kimi, bu bərabərsizliyin də açıqlanması və əsaslandırılıb haqlı göstərilməsi lazımdır.

Özəl yaşam haqqının çağdaş bir anlayış olduğunu bildirdik. Ancaq bundan belə bir anlayışın daha öncə heç olmadığı qənaətini çıxara bilmərik. İnsanların yadelli istismalarına qapalı bir muxtariyyət sahəsi tapıla biləcəyi düşüncəsi, nüvə halında da olsa, həmişə olub. Feodal toplumlarda, qorunan fərdin yerinə ailə, ya da qəbiləni qoya bilərik. Əksər hallarda qoruyan da onlardır. Bu dairənin hüdudlarını, adətən, din və ya adətlər müəyyənləşdirib. Hüdudlarla bağlı qaydalar bəzən çox ayrıntılıdır. Qaydalar pozularsa, cəzalar da çox sərt ola bilər. Kim ailənin və ya ayrı-ayrı üzvlərin harasını görə bilər, yaxud onların haqqında nələri bilər? İslam hüququnda bu kimi sualların cavabları “məhrəmlik” mövzusunə aiddir. “Məhrəm” sözü ərəbcədən çevirəndə yasaq, qadağa mənası verən “haram” sözündən törəmədir. Onun pozulması “günah” sayılıb və dini cəzalar verilib. Feodal və ilkin şəhər həyatında özəl yaşamın qorunmasında “məhəllə” çox önəmli rol oynayır. “Məhəllə namusu” anlayışı yaxın zamanlaradək təsirini sürdürüb, qəsəbə kimi yerlərdə hələ də sürdürməkdədir. Günümüzdə isə, özəlliklə böyük şəhərlərdə, məhəllənin yerini media və özəlliklə televiziyanın tutduğunu söyləmək olar. Televiziya özəl yaşam baxımından həm ən böyük pozucu, həm də özəl yaşam hüququnu pozanları açıqlayan bir çeşid cəzavərən durumundadır.

## ÖZƏL YAŞAM DAİRƏSİNİN HÜDUDLARI

Mövzuyla dərinəndən maraqlananlar, ənənəvi, bu sualların cavablanmasını zəruri sayırlar:

- Özəl yaşama dairəsinə dair bilgilərə çatarkən hansı məqsəd güdülmür?
- Bu məqsəd haqlı və önəmlidirmi?
- Özəl yaşama çərçivəsini aşaraq əldə ediləcək bilgi o məqsədə yetişməyə imkan verirmi?
- Özəl yaşama hüduklarının aşılması bu amacın gerçəkləşməsi üçün yeganə və ya ən yaxşı yoldurmu?
- Özəl yaşama çərçivəsinə aid bilgilərə çatma üsullarına dair hansı məhdudiyətlər var?
- Bu bilgilər əldə edildikdən sonra nə olacaq? Onlar nə qədər zaman və necə qorunacaq?

Əslinə qalsa, bütün olaylarda özəl yaşama dairəsiylə bağlı son qərara təsir göstərəcək iki təməl meyardan danışa bilərik:

- 1) Sözügedən adamın kimliyi ilə bağlı meyar;
- 2) Sözügedən bilginin ictimai nəticələri ilə bağlı meyar.

Bir şəxsin icazəsiz girilməyəcək, oxunmayacaq, sərgilənməyəcək, alış-veriş predmetinə çevrilməyəcək özəl yaşama dairəsinə nələr daxildir? Ölkədən-ölkəyə bəzi fərqlərlə yanaşı, demokratik ölkələrin hamısında həmin dairəyə bunların daxil olduğunu sadalaya bilərik:

- şəxsin özəl qeydləri;
- fotosəkilləri;
- film və videoları;
- məktubları;
- telefon danışıqları;
- gündəlikləri;
- cinsi həyatı;
- sağlamlığına dair bilgilər;
- özəl yaşama keçirdiyi məkanlar;
- ailə münasibətləri.

Bir başqa deyimlə, bir adamın maraqlananlara haqlı olaraq: "Sənə nə! Orası yalnız mənə aid məsələdir!", - deyə biləcəyi hər mövzu.

Təbii, bəzi vəziyyətlərdə "sənə nə?" sualına veriləcək haqlı cavablar ola və özəl yaşama dairəsinin hüdukları daha da daraldılaraq yenidən müəyyənləşdirilə bilər. Yuxarıda sadaladığımızın mütləq toxunulmazlığı olsaydı, qəzetlərimizin bir çox səhifəsi boş qalar, televiziya xəbərlərində və özəlliklə maqazin programlarında böyük boşluqlar diqqət çəkərdi.

"Özəl yaşama bağlı qoruma hansı durumlarda keçərlilə sayılmaz?" sualına detallı-ayrıntılı bir cavab vermədən daha öncə də qısaca söz açdığımız bir şeyi xatırlayaq: Demokratiyalarda özəl yaşama qorunması kimi ən təməl haqqın digər haqlarla ziddiyyət yaratdığı durumlar ola bilər. Bu ziddiyyətə dair ən çox xatırladılan misal xalqın gerçəkləri öyrənmə haqqı ilə cəzalandırılacaq vətəndaşların ədalətli mühakimə hüququ arasındakı potensial ziddiyyətdir.

Televiziya gedən xəbərlər məhkəmə araşdırması prosesinə təsir göstərsə, ortaya bəzi geridönməz sonuclar çıxma bilər. O üzdən, bir çox yerdə ikinci haqq daha önəmli sayılıb, məhkəməyə aid xəbərlərdə media azadlığına zidd təsir bağışlayan ayrı-ayrı məhdudiyətlər qoyulub. Kameraların məhkəmə salonlarına alınmaması, suçlananların bəlli mərhələyədək tam adlarının verilməməsi və bizdə çox əməl olunmasa da, ibtidai istintaqın gizliliği bu məhdudiyətlərdən bəziləridir.

Bu mövzuyla bağlı mübahisələr heç bir ölkədə bitməyib, axı xalqın özünü daha yaxşı idarə edə bilməsi üçün aramsız və dolğun bilgiləndirilməsi demokratiyanın vazkeçilməz şərtlərindən biridir. Bu səbəbdən televiziya xəbərciləri media azadlığı dairəsinin mümkün qədər genişlənməsini istəyir və məhdudiyətlərlə razılaşırlar. Azadlıq dairəsinin mümkün qədər genişlənməsinə səy göstərmək demokratik ölkələrdə xəbərcilərin etik öhdəliklərindən biridir, çünki birbaşa işlərini yaxşı görüb-görməməklə bağlıdır. Media axtaracaq, araşdıracaq, görüntüləyəcək və ictimai rəyi bilgiləndirəcək. Bu, onun vəzifəsidir.

Amma-ancaq-lakin... Bəs medianın xalqa bildirməsi gərəkdən mövzu özəl yaşama dairəsinə girirsə, onda necə?

Yeri gəlmişkən, sağlamlıqla bağlı məlumat adı hallarda özəl yaşama çərçivəsində qorunduğuna görə, önəmli bir siyasətçinin ölümcül xəstəliyi tutulduğunu da yazmaq olmaz? Bəs bu siyasətçi önəmli biri deyilsə, o zaman necə? Yaxud bu adam siyasətçi yox, kino aktyordursa? Və ya siyasətçinin yaxın adamıdırsa? Ya da bu adam xəstəliyinin bilinməsinə özü və özəlliklə istəyirsə, onda nə olacaq?

Özəl yaşama aid qanun və peşə prinsiplərinin tələbləri olsa da, hər olayı öz özəllikləri kontekstində ayrıca dəyərləndirmək ən doğru yol kimi görünür. "Özəl yaşama", arqumentini keçərsiz sayıb xəbərə yayımda yer vermək qərarı alarkən nələrə baxılmalıdır? Baş verən olayla bağlı hansı suallara mütləq cavab tapılmalıdır?

## KİMİN ÖZƏL YAŞAMINDAN SÖHBƏT GEDİR?

İlk meyara görə, daha öncə də bildirdiyimiz kimi, ictimai şəxslərin özəl yaşam çərçivəsi adi vətəndaşlardan daha dardır. Şəxsin məşhurluğu ilə özəl yaşam dairəsinin genişliyi arasında tərs mütənasiblikdən də söhbət gedə bilər. Adi vətəndaşın şəxsi qüsurlarını açıqlamaq özəl yaşam hüququnun pozulması sayılsa da, vəzifə sahibinin və ya məşhur birinin qüsurlarını açıqlamaq olar. Əslində, “Media Çağı”nda xalqın qavraması baxımından önəmli şəxsləri ünlü şəxslərdən fərqləndirmək çətinləşib. “Celebrity” deyilən və dolanışığını hər hansı sahədə üstün bacarığıyla deyil, özəl yaşamıyla qazanan Paris Hiltonun adıyla simvollaşmış bir fakt var. Başqa kateqoriyalı ünlülərin də buna yaxın kimliyi ola bilər. Özəlliklə səhnə-kino-musiqi dünyasındakı məşhurların çoxu özəl yaşamlarını media vasitəsilə kütlələrə açmaq məcburiyyətində qalırlar. Burada bütövlükdə bir danışılmış döyüşdən, “al gülüm, ver gülüm”, oyunundan söhbət gedir.

Təbii ki, bu oyunu oynayanların, ya da oynadığı düşüncülərin özəl yaşam hüququna etirazdan yararlanmaq haqqı qalmır. Sıradan vətəndaşa rəva görülməyən “ifşa” burada məşhurluğun bədəli sayılacaq. İstər-istəməz, sual ortaya çıxır: Ünlü və önəmli şəxslərin özəl yaşam sahəsi tamam yox olurmu? Məntiqə görə bunun bir hüdudu var. Özəlliklə onların yaxınları, turalım, uşaqları üçün həssas məqamları gözdə tutmaq mümkün deyil.

İctimai kimlikləri üzündən özəl yaşam çərçivəsi xeyli daralanların başında, heç şübhəsiz, siyasət adamları gəlir. Media ağırlıqlı demokratiyalarda belələrinin etiraz haqqı yoxdur: onlar olduqları mövqeyə öz istəkləriylə gəlirlər və bundan ötrü ödəyəcəkləri bir bədəlin də özəl yaşam olacağına fərqi nə varmağa məcburdurlar. Belə adamların gücünün ictimai ərəkə dayanması və xərcədikləri pulun ictimai vəsait olması ictimaiyyətin “gerçəkləri” öyrənmə hüququnu daha keçərli edir. Başqalarına necə yaşamaları barədə nitqlər söyləyən bir siyasət adamı xalqın gözündən düşməmək üçün sınaqlara sinə gərməlidir. Cəmiyyət onlara – seçib başa keçirdiyi insanlara adi insani zəifliklərsiz – üstün varlıqlar kimi yanaşır. Siyasət adamlarını nəzarətdə saxlamaq öhdəliyi olan media boş yerə onların hər bir nöqsanını üzə çıxarmır və bunun üzərində dayanmır ki?!

## HANSI BİLGİLƏRDƏN SÖHBƏT GEDİR?

Özəl yaşamın müəyyənləşdirilməsində buna aid bilginin ictimai nəticələri ilə bağlı meyarla gəlinəcə... Burada belə bir düşüncə keçərlidir: demokratik sistemlərdə bəzi şeylərin bilinməsi sistemin işləməsi baxımından yararlıdır. Əgər təməl etik meyarlardan biri gerçəkləşdirilən yayımın kimlərə həqsiz yerə zərər verməsədirsə, bunun tam tərsindən də söhbət gedə bilər. Yəni bir şeyin bilinməməsi cəmiyyət baxımından zərərli ola bilər. "İctimai yarar", ya da "ictimai mənafe" anlayışları məhz bu kontekstdə qarşımıza çıxır.

Bəzi bilgilər ilk baxışda özəl yaşam çərçivəsinə aid kimi görünə bilər, yuxarıdakı düşüncəyə görə yayımlana bilər. Məsələn, bilginin yayımlanmaması ədalətin öz yerini tutmasını əngəlləyirsə, cəmiyyət düzəni zədələyir. Məlumatı yaymamaq suçluların cəzadan qaçmasına və ya günahsız insanların cəzalandırılmasına yol açır, medianın vəzifəsi bu məlumatı açıqlayıb-yaymaqdır. Hətta ictimai sağlamlıq baxımından təhlükə yaradanda da belə davranmaq doğrudur. Donuz qripinə tutulmuş bir xəstəyə bağlı bilgilər sağlamlığa dair adi bilgilərdən fərqlidir, eynən başqa yoluxucu xəstəliklərdə olduğu kimi. Təbii ki, bənzər bilgilərin necə verilməyi də həssaslıq tələb edən bir mövzudur.

"Özəl yaşam" kimi "ictimai fayda" anlayışının da hüdudlarını müəyyənləşdirmək çətinidir və bunu hər olayda ayrıca dəyərləndirmək lazımdır. Bu anlayışın da hüdudları məkana və zamana görə dəyişə bilər. Hər necə olsa da, bəlli durumların bu kateqoriyaya aid olunduğu bütövlükdə qəbul edilir.

Məsələn, "BBC yayım prinsipləri bələdçisi" özəl yaşam çərçivəsinə bunları aid edir:

- "bir suçun ifşası, ya da ortaya çıxarılması;
- ciddi antisosial davranışların ifşası;
- sui-istifadə və ya ədalətsizliyin ifşası;
- ciddi yetərsizlik, yaxud pozuntunun açıqlanması;
- xalqın sağlamlıq və güvənliyinin qorunması;
- hər hansı fərd, ya da qurum tərəfindən edilən açıqlama, ya da hərəkətin xalqı yanıltmasının önənməsi;
- ictimai rəyi maraqlandıran mövzularda insanların daha şüurlü qərar verməsinə yararlı olan bilgilərin açıqlanması" (BBC, 2005).

### Buna bir misal göstərək:

- birinin bir qohumunu adam öldürməyə yönləndirəcək məktubu, başqa baxımlardan çox özəl olsa da, qoruna bilməz;
  - uşaqlarına qarşı aşırı şiddət işlədən atanın zorakılığı evin içində baş versə də, ictimaiyyətin bunu bilmək hüququ var;
  - tibb elminin qəbul etmədiyi müalicə üsullarının qapalı qapılar arxasında belə təklif olunması, ya da təbii xəbərdir;
  - önəmli bir vəzifəyə namizədliyini irəli sürən şəxsin suçları ilə (və təbii ki, məhkumluğu ilə) bağlı bilgilər onun kimliyini öyrənməyə ehtiyac duyan ictimaiyyət üçün artıq özəl yaşam çərçivəsinə aid edilə bilməz.
- Bir başqa deyimlə, ictimai fayda və ya ictimai yarar anlayışı media etikasının təməlini oluşturan "doğruları doğru biçimdə söyləmək" və "azadlıqları qorumaq"la "başqalarına zərər verməmək" anlayışları arasında bir balans yaratmağı hədəfləyir. Bu balansın yaranıb-yaranmadığını hər olayda ayrıca dəqiqləşdirmək gərəkdir.

## TELEVİZYİA XƏBƏRÇİLİYİNDƏ ETİK PROBLEMLƏR: XƏBƏR QAYNAGIYLA MADDİ MÜNASİBƏTLƏR

Xəbərçinin pul, ya da hər hansı hədiyyə qarşısında bilgi satın alması, yaxud xəbər hazırlaması doğru sayılırmı? Reportyor peşəsini gerçəkləşdirərkən ayrı-ayrı şəxs və ya qurumlarla qurulan maddi münasibətlərin hansı hüdudu olmalıdır? Bu hüddud qanunla müəyyənləşdirilməlidir, yoxsa öz qərarın yetərlidir?

Bənzər suallar, əslində, ictimai sonucları baxımından bir-birinə bağlı, amma xəbərçilik peşəsinə xas proseslər baxımından haçalanan iki ayrı durumun dərəcələşməsinə gərəkdir. Birinci durumda xəbərçi xəbərə mövzu və ya tərəf olan adamların maddi qarşılıqlı bir mənafe güdməsinə yol açırsa, ikinci durumda hazırlanan xəbərin qarşılığında xəbərçinin özünün bir çıxar güdməsindən söhbət gedir.

Xəbərçilərin xəbər hazırlamaq üçün tərəf və ya şahidlərə pul təklif etmələri xəbərçilik peşəsi baxımından problem yaratmasının təməl səbəbi buna "xəbərin doğruluğu" prinsipinə zərər verəcək bir fəaliyyət kimi baxılmasıdır. Sözügedən olayın şahid və ya tərəfləri öz hekayətlərini mediaya daha yüksək qiymətə "satmaq" üçün olub-bitən barədə yanlış məlumat verə, yaxud olayı şişirdə bilərlər. Bənzər hallar olayla bağlı başadılacaq və ya davam etməkdə olan məhkəmə çəkişməsinə mənfi təsir göstərəcək.

## TELEVİZYA XƏBƏRÇİLİYİNDƏ ETİK PROBLEMLƏR: BÖHRAN XƏBƏRÇİLİYİ

Böhran durumlarında fikri öyrənilən öncəlikli qaynaqlardan biri də mütəxəssislərdir. Ancaq bəzən mütəxəssis fikri də sensasiyalı bir tərzdə diqqətə yetirilir. Bu zaman xəbərdə böhranla bağlı informasiya ehtiyacını ödəmək əvəzinə qorxu, sarsıntı və təlaş artıran bir üslub hakim olur.

Six rastlaşılan problemlərdən biri də mövzuya fərqli yanaşan mütəxəssislərin canlı yayımda qarşı-qarşıya gətirilməsi və bu zaman mübahisə və baxış haçalanmasına dayanan bir dartsma ortamına zəmin hazırlanmasıdır.

Buradakı ziyanlı məqam heç də mütəxəssislərin fərqli baxışları deyil. Onlar, əlbəttə, müxtəlif baxış, fikir və təklifləri dəstəkləyə və bunları qarşılıqlı dartsma bilər. Ancaq xəbərçilər unutmaları ki, mütəxəssis sözü ictimai rəyde çəşqınlıq yaratmağı deyil, əksinə, fakt və olayları aydınlaşdırmağı hədəfləyir.

“Böhran” anlayışı gözlənilməz və ani bir biçimdə inkişaf edən, müxtəlif şəkildə həyatın gündəlik axarını kəsintiyyə uğratma və mövcud cəmiyyət düzənini pozma potensialı daşıyan bir olay, ya da olaylar silsiləsi mənasına gəlir. Savaş, terror, basqın, xəstəlik, iqtisadi darboğaz, siyasi çaxnaşma, təbii fəlakət və qəza kimi böhran durumları fərqli ictimai, iqtisadi, siyasi və mənavi faktlar çəşidli biçimlərdə iç-içə keçərkən görünür.

Məsələyə xəbərçilik təcrübəsi və hakim xəbər dəyərləri çərcivəsindən baxanda böhran durumlarının hər zaman güclü bir ticari potensial daşdığı gözə çarpacaq. Milli və beynəlxalq siyasətdəki savaş, terror, basqın, girovgötürmə kimi böhran durumları tamaşaçı marağını kövrükləmək, şiddət və aksiya görüntüleriyle bəzənmiş baxınalıq bir hekayət yaratmağa uyğun bir xəbər materialıdır. Bənzər şəkildə sel, zəlzələ, qasırğa kimi təbii fəlakətlər xəbərçilərə fərdi dramlar hazırlamaqla izləyicini yönləndirməyə, səfalət, itki və zavallılıq dolu diqqətçəkici əhvalatlar hazırlamağa imkan verir. Panikanı - özünüitirmə duyğusunu kövrükləyən xəbərçilər yoluxucu xəstəliklərin törətdiyi təlaş və qorxunu artırır. Dünya, ya da milli iqtisadi böhranlarından elə yazmaq olar ki, maliyyə bazarında qiymətlər bir anda yüksəlsin. Bundan ötrü, sadəcə, iqtisadiyyatda insan amilini gözardı etmək yetər. Bu baxımdan böhran xəbərçiliyi sanki medianın toplum qarşısında məsuliyyətinə bağlanan gərilmisə sapdır. Sapı gərildən bir tərəfdə böhran durumunu açıqlamaq və gələcəklə bağlı qeyri-müəyyənlik duyğusunu ortadan qaldırmaq üçün gərəkli bilgi, yorum-yozum və analizə duyulan ictimai ehtiyac, digər tərəfdənsə böhranı kommersiya xəbəri hazırlamaqdan ötrü fürsət bilənlərdir. Medianın öz ictimai borcunu yerinə yetirməsinə, bəlkə də, daha çox ehtiyac duyulan bu şərait, bu ortam xəbərin ictimai funksiyalarını iflic durumuna sala bilər.

Böhran xəbərçiliyi ilə bağlı problemlərin xəbər mediasının kommersiya marağı və gözləntilərindən qaynaqlandığını söyləmək olar. Amma bu, xəbərçilik etikasının imkan və hüdudlarını dartsmaq baxımından yetərli deyil. Böhran (1) ictimai fayda və insani dəyərlər baxımından ictimai qurumlardan da hiss olunacaq təşəbbüslər, (2) xəbərçilərə gərəkli bilgi axınının doğru biçimdə yönəldilməsini, (3) ictimaiyyətlə mümkün qədər kəsintisiz ünsiyyət üçün prosesə qatılanların qarşılıqlı təsirini tələb edir. Belə yanaşma özəlliklə terror və basqın kimi birbaşa məqsədi ictimai qarışıqlıq yaratmaq olan durumlarda daha böyük önəm daşıyır.

Bir nəticə olaraq, böhran durumlarında xəbərçilərin necə davranmaları gərəkdiyinə dair bəzi məqamların üzərində dayanmağa dəyər. Özəlliklə terror, basqın və girovgötürmə kimi durumlarda güvənlik güclərinin əməliyyatlarını təhlükəyə atacaq detalların verilməməsinə xüsusi diqqət yetirilməli, xəbər üçün bilgi toplarkən güvənlik güclərinin və təcili yardım heyətlərinin işinə maneçilik törədilməməlidir. Olay yerindən gələn hər bilgi bəlli bir dəyərləndirmə süzğəcindən keçirilməli, gizli məlumatların mümkün təsir və nəticələri gözdən qaçırılmamalıdır. Məsələn, əməliyyatlar sırasında güvənlik güclərinin sınırsız xəbərçiləşməsindən əldə edilən bilgilərdən yararlanmaq və ya sınırsız danışmaları yayına vermək, şahidlərin anlatdıqlarını təsdiqləmədən yaymaq, olay qurbanlarına dair təsdiqlənməmiş bilgi və gizli məlumata dayanaraq xəbər hazırlamaq, olayı törədənlərin kimlik, məqsəd və tələbləri barədə gümanlar da nəticə etibarilə təhlükə doğura bilər. Canlı yayımda xəbərə diqqət çəkmək üçün terrorçularla canlı telefon bağlantısı qurub, olayın parçası halına gəlməkdən də qaçmaq lazımdır. Belə böhranlı durumlarda, gərəkərsə, yayımı dayandırmaq səlahiyyətindən yararlanacaq yetkili şəxslərin vəzifə başında olması vacibdir. Arxiv materiallarından istifadə edərkən bunun bilinməsinə və anlaşılmasına nail olmaq, tamaşaçı diqqətindən sui-istifadə etməmək, arxiv materiallarının aşırı şiddət və fəlakət görüntülərindən arınmasına ayrıca diqqət yetirmək lazımdır.

Olay yerində çalışan xəbərçilər böhran qurbanları, zərərçəkənlər və onların yaxınlarıyla söhbətlərinə də ayrıca diqqət yetirməlidirlər, çünki bu da problemli məqamlardan biridir. Fəciəli olayı yaşamış, şahidlik etmiş, ya da yaxınları belə duruma üz-üzə qalmış adamlara sual verərkən dərdlərinə sayğı duymaq və yaşadıkları olay ucbatından onların çox tez inciyə biləcəkləri gerçəyini unutmamaq lazımdır. Eyni şəkildə münasibət bildirmək istəməyənlərin də fikrinə sayğı duyulmalı, belələri danışmağa məcbur edilməməlidir. Xəbərçilər olaya baxışlarını bildirməyə razılaşanlara öz məqsəd və kimliklərini açıq bir şəkildə anlatmalıdır.



## TELEVİZYAYA XƏBƏRÇİLİYİNDƏ ETİK PROBLEMLƏR: AYRI-SEÇKİLİK

Ən sadə tərifi üz tutsaq, ayrı-seçkilik deyərək hər hansı ictimai fayda və ya məntiqli bir əsas olmadan, bir adamı bənzər durum və şərtlərdəki başqa şəxslərdən fərqləndirmək, ona üstün diqqət yetirmək nəzərdə tutulur. İnsanlıq tarixi ayrı-seçkilikdən qaynaqlanan böyük fəlakətlərlə doludur. Təkcə ötən yüzildə “biz” və “o biriləri” arasındakı ayrıcalıq, çox vaxt heç bir səbəbsiz, milyonlarca insanı dərddə salıb. Beynəlxalq ictimaiyyətin duyurluğu artsa da, XX əsrdə ələçatımlı olan çox böyük bilgi ehtiyatı toplansa da, ayrı-seçkilik davam etməkdədir. Etnik kimlik, din, dil, dünyagörüşü, yaxud cinsiyət təməlli ayrımcılığın acı sonuçları tarixin utanc səhifələrini çoxaltmaqdadır. “Başqasına” yaşamaq haqqı tanımamaq tarix boyunca, bəlli bir irq və ya dinin mənsublarını, toplumun bəlli kəsimlərini, fərqli dünyagörüşünə, ideologiyaya, ya da cinsi meyllərə sahib şəxs və ya qrupları hədəf götürüb. Bu anlamda ayrı-seçkiliyin çox qədim tarixi var. Araşdırmalar ayrı-seçkiliyin ən qorxunc formalarından birinin - irqçiliyin, tarixi baxımdan, 3 ən qaba növünü ortaya çıxarıb:

1. Amerika köləliyi;
2. Müstəmləkəçilik (aparteid, irqi ayrı-seçkilik də daxil);
3. Yəhudi soyqırımı (Holocaust).

Hər üç örnəkdə də ayrımcı, irqçi siyasətlər hədəf götürdükləri qrupları bayağılaşdırma, alçaltma və fərqli olduqlarını vurğulamaqla çıxdıq və ya yox etməyə dayanan bir məntiq izləyib.

Mövzunu ayrı-seçkiliyin konkret ifadəsi olan “nifrətli çıxış” (hate speech) üzərindən açıqlamaq yetərli sayıla bilər. Axı medianın yol verə biləcəyi ayrı-seçkiliyin sərhədi var. Nifrətli çıxış da bu sərhəd çərçivəsində mediada yenidən “istehsal edilən” ayrı-seçkiliklər içində nəticələri baxımından ən ziyanlısıdır. Axı nifrətli çıxış bu günü bir qırağa atan və gələcəyin öncədən görülməsini əngəlləyib uzaqlaşdıran, toplumun hər bir üzvünə zərər potensialına sahib bir ayrı-seçkilik “istehsalıdır”. Nifrət “istehsalçıları” auditoriyasını genişləndirmək üçün mediaya ehtiyac duyurlar. Ən çox telexəbər və dartışma proqramlarında olmaqla, media nifrətli çıxışlara çox əlverişli zəmin yarada bilər. Nifrətli çıxış “irqi, cinsi, yaşı, milli mənsubiyyəti, vətəndaşlığı, cinsi orientasiyası, əlilliyi, əxlaqi və ya siyasi baxışları, sosial kimliyi, peşəsi və ya görünüşü (boyu, çəkisi, yaxud saç rəngi və s.), ağıl səviyyəsi və bənzər hər hansı başqa özəlliyi səbəbiylə tək və ya bir qrup adamın alçaldılmasına, onlara hədə-qorxu gəlinməsinə və onlara qarşı şiddətə əl atılmasına və ya önyargı

formalaşdırılmasını hədəfləyən çıxışları” ifadə etmək üçün istifadə olunur.

Mediada əksini tapan ayrı-seçkilik mahiyyəti baxımından həyatdakı ayrı-seçkiliyə bənzəyir. Ancaq mediadakı ayrı-seçkiliyin hüdudu olsa da, paradoksal şəkildə - həyatın bütün digər sahələrindəki ayrı-seçkiliyə şükür oxutduracaq dərəcədə ziyanvurma potensialı var. Bu ayrı-seçkilik, əsasən, təmsil səviyyəsindədir. Sözlü və görüntülü təqdimatlar və təşkil edilən çıxışlar sayəsində bəzi adam və ya kəsimlər gözdərdi edilir, yox sayılır və bu yolla ayrı-seçkilik salınır. Xəbərdən dram əsərinədək bütün televiziya proqramlarında görülə biləcək ayrı-seçkiliyin ilk baxışda “biz” və “onlar” biçimindəki bir seçimi beyinlərə yerləşdirmək və ya yaymaqdan başqa bir ziyanı toxunmur. Sözügedən qəzet, televiziya və İnternet səhifəsi hər hansı bir şəxs, ya da bir qrupun üzvlərini dərisinin rənginə, inancına və ya bir başqa səbəbə görə aç saxlaya, döyə, yaxud öldürə bilməz. Medianın “gerçəkliliklə” münasibəti onu yozaraq rəmzi şəkildə yenidən “istehsal etmək”lə məhdudlaşır. Başqa deyimlə, mediada yer alan ayrı-seçkilik biçimləri bir rəmzi yenidənistehsal olaraq, ifadə, “görüntü”, interpretasiya və yozumlardan ibarətdir.

Ancaq məsələnin təzadı – paradoksu da bundan sonra özünü göstərir; media bəlli kəsimə aid insanların inanc və ya başqa səbəbdən öldürülmələrinə və fiziki, yaxud duyğu baxımından yaralanmalarına birbaşa yol açmasa da, buna vasitəçilik edə, yaxud zəmin yarada bilər. Dünyada yaşanan bir çox sui-qəsd və ya zorakılıq cəhdinin arxasında məhz medianın yaydığı bölücü təhrikin, nifrətli çıxış və sanki barmaqla hədəf göstərmənin dayandığını düşünmək üçün yetərinə sübut var. Məhz mediada yer alan şərh və ifadələrin çox sürətli və aramsız şəkildə dövrüyyəyə girməsi ayrı-seçkiliyin daha geniş kütlələr arasında yayılması yol açır. Mediada yer alan ayrı-seçkilik heç də şiddət olaylarına araçılıq edən ayırıcılıq deyil. Burada üzə çıxan ayrı-seçkilik, çox vaxt, hansı kəsiminsə təmsilçisinin olmamasından, uyğun nümayəndələrin seçilməməsindən, ya da, sadəcə, stereotiplərdən - qəlib təsəvvürlərdən qaynaqlanır. Media ayrı-seçkiliyə belə yol verir:

- cəmiyyətin daha çox ayrı-seçkiliyə məruz qalan kəsimlərini gözdərdi edir;
- onlara yer ayırmır, ya da çox az yer verir;
- başda milli azlıqlar olmaqla, ayrı-seçkiliyə məruz qalan kəsimləri önyarğı və qəlib təsəvvürlərlə stereotipləşdirir.

Üstəlik, sadəcə, media materiallarının deyil, media qurumlarını formalaşdıran və kütləvi kommunikasiyanı düzənləyən hüquq çərçivənin də sözügedən kəsimləri gözdərdilməsi diqqətdən qaçmamalıdır.

Məsələn, Türkiyədə siyasi, etnik və ya dini icmaların radio və TV-ləri başqa məruz qalmaqdan tez-tez gələnlərdir.

Avropa İttifaqına üzvlük prosesinin tələblərini gerçəkləşdirmək bu kəsimlərin mədəni inkişafı çərçivəsində dəyərləndirilən yayıncılığın da önünü açmaq məcburiyyətini gündəmə gətirib. Toplumların çoxmədəniyyətli həyatlarını bir zənginlik olaraq görən belə yanaşma sayəsində son bir neçə ildən bəri Türkiyədə də önəmli addımlar atılıb və media qurumlarının ayrı-seçkilikçi, kənarlaşdırıcı görünüşü, çox məhdud şəkildə də olsa, dəyişməyə başlayıb.

## MEDIA NİYƏ CƏMIYYƏTİN HƏR KƏSİMİNİ TƏMSİL ETMƏYƏ MƏCBURDUR?

### Mediadan toplumun müxtəlif kəsimlərini, fərqli aidiyyət biçimlərini, ən ümumi anlamıyla “fərq”i təmsil etməsini gözləməyin səbəbləri çox da qarışıq deyil.

Başda televiziya olmaqla kütləvi kommunikasiyanın istər dövlətin əliylə yürüdülmən ictimai yayımlarda, istərsə özəl kəsimlərin gerçəkləşdirdiyi özəl yayımlarda ayrı-seçkiliyi müzakirə mövzusunda çevirməsi təbiidir. Bu zaman həmin mövzuyla bağlı problemlərin dartılması mediadan cəmiyyətin hər kəsiminə eyni məsafədə durmasını tələb edir və bunun haqlı səbəbləri danılmazdır. Televiziya və ya digər medianı, sadəcə, “ticari fəaliyyət” kimi anlayaraq bu fəaliyyətdən doğan problemlərin etik məsuliyyətdən kənar qalacağını düşünmək mümkün deyil. Üstəlik, bəsit ticari fəaliyyətdə də kimlərsə kənarlaşdırıb incidən ayrı-seçkiliyə yer yoxdur. Bu, hər şeydən öncə, media qurumlarının cəmiyyətə açıqladığı öhdəliklərdə də əksini tapır. Məsələn, söhbət “xəbər”dən gedirsə, media qurumları hər kəsimə bərabər məsafədəki ən doğru və ən dolğun xəbərçiliyi özlərinin

gerçəkləşdirdiyini iddia edir və buna uyğun izləyici marağı umur. Belə vəd, öhdəlik və iddia “hər kəsimə bərabər məsafə” təməlinə söykənən bir haqq axtarışını da mümkün saydırır və nəticədə, bunların “həqiqiliyini” izləyicilərin sorğulamasına imkan yaradır.

Bununla birlikdə, mediadan eyni münasibət ummaqla bağlı gözlənti və legitimlik axtarışları hüquqi anlamda da bir haqq doğmasını ifadə etmir. Çünki vəd, yaradılan gözlənti və bunun sonucunda qarşıya çıxan xəyal qırığı avtomatik şəkildə hüquq çərçivəsinə girə bilməz. Mediada təmsil olunmaqdan gözlənilən bərabər münasibət və bərabər məsafə yayımçılıq sahəsini tənzimləyən qanunlarla bağlı digər qanunlarda özünə dəlil tapır. Sözügedən izləyici gözləntiləri isə yalnız qanuni tənzimləmələrin gerçəkləşdirilməsini gərəkdirən insani, vicdani və etik təməl kimi anlaşılmalıdır.

## TELEVİZYİYA XƏBƏRÇİLİYİNDƏ AYRI-SEÇKİLİKDƏN QAYNAQLANAN PROBLEMLƏR

Televiziya xəbərləri müxtəlif sosial-iqtisadi və sosial-mədəni təbəqəyə məxsus izləyicilərin yaşadıkları toplumdən və bütövlükdə dünyadan xəbərdar olmaq üçün yararlılıqları ən təməl qaynaqlardan biridir. Üstəlik, bu qaynaqdan yararlanmaq nə zəhmət, nə də pul istəyir. Belə üstünlükləri səbəbindən televiziya xəbərləri çap mediası və ya digər xəbər qaynaqlarına nisbətən daha təsirlidir. Telexəbərlər bütün dünya barədə təsəvvür yaradır və ya mövcud təsəvvürləri dərinləşdirir. Demək, televiziya xəbərçiliyində yol verilən ayrı-seçkilik qat-qat böyük auditoriyanı əhatə etdiyindən bir haqq pozuntusuna yol açır və bu pozuntunun zərərli nəticələri demokratik bir cəmiyyət həyatı baxımından daha güclü və daha geniş şəkildə üzə çıxacaq. Bu səbəblərdən televiziya verilişlərində yer alan ayrı-seçkilik formalarına qarşı hansı etik məhdudiyətlərin qoyulması gərəkdiyini düşünərkən ilk öncə televiziya xəbərçiliyinə diqqət yetirmək qaçılmazdır. Televiziya verilişlərinin cəmiyyətin gözdə edilən kəsimlərinə yönəlik çox tipik bəzi ayrı-seçkilik formaları var. Bunları, ən ümumi şəkildə, dörd qrupa bölə bilərik:

### I qrup: Yox sayılan və ya çox az yer verilənlər

Televiziya xəbərləri bu halda cəmiyyətin bəlli kəsimlərini, yaxud bəlli keyfiyyətləri olan adamları gözdən keçirərək onları yox sayır. Böyük yayım quruluşlarının xəbərçilik fəaliyyətinin lap üzəndən araşdırılması da göstərir ki, ayrı-seçkiliyə məruz qalmaq baxımından "incik" durumlardakı şəxs və qruplar ya xəbərlərdən tam kənar tutulur, ya da onlara çox məhdud və əksər hallarda ayrı-seçkiliyi qoruyacaq şəkildə yer verilir. Məsələn, televiziya xəbərçiliyi daxili və xarici siyasət baxımından bir ölkədəki "azlıq"ların yaşadıkları problemləri ya görmədən gəlir, ya da bu problemlərə nadir hallarda, həm də üzəndən toxunur.

### II qrup: Bəd xəbər mövzusunda çevrilənlər

Ayrı-seçkiliyə uğramaq baxımından üstün mövqə tutmayan adam və ya qruplar televiziya xəbərlərində işıqlandırılarkən, əsasən, mənfi təsir bağışlayacaq biçimdə görünürlər. Məsələn, "Travestitlər Taksimdə dincliyi pozurlar", "Homoseksual müəllim "çatlaş",dığı hər iki gəncə əlaqəyə girdi", "Əsassız soyqırım iddialarını puça çıxaran veb (web) səhifəsindən rahatsız olan ermənilər pornoqrafik və söyüşlü elektron məktublarla bu səhifəyə qarşı çirkin hücumu keçdilər", "Cənub-şərqli xırda-xuruş oğrusunun atası da vaxtilə məhkum edilibmiş" kimi giriş cümlələri bütövlükdə xəbərə neqativ məzmun hopdurur. Əlbəttə, burada

problem belə mövzularda xəbər hazırlamaqda deyil, problem odur ki, sözügedən şəxs və qruplar xəbərlərdə, adətən, yalnız mənfi yönələri ilə yer alırlar. Başqa sözlə, televiziya xəbərlərində bacarıqlı və sayğıoyadan homoseksuallara, travestitlərə, və qadınlara çox az hallarda yer verilir. Bu kəsimləri mənfiləşdirən və daim qanun pozanlar kimi qələmə verən xəbərlərin önə çəkilməsi çox yayılmış bir meylə çevrilir.

### III qrup: Ayrı-seçkilik salan keyfiyyətlərlə birlikdə xatırlananlar

Pis qələmə verilən qrupların xəbər predmetinə çevirmə biçimlərinin ayrı-seçkiliyə uğramalarına səbəb olan durumla heç bir bağlılığı yoxdur. Di gəl, həmin xəbərlərdə həmişə o qrupa mənsubluq vurğulanır. Məsələn: "Kredit borcu üzəndən ruhu sarsılan yəhudi işadımı, yoldaşının iki yaşındakı qızını girov götürüb əvəzində böyük miqdarda pul istədi". Yəhudiliyin belə davranışa nə dəxli var? Təbi ki, yoxdur, ancaq xəbərdə istifadə edilən dil gerçək həyatda ayrı-seçkiliyə uğrama olasılığı daha yüksək olan yəhudilərlə bağlı mənfi stereotipləri qabardır, belə təsəvvürləri daha da möhkəmləndirir.

### IV qrup: Nifrətli çıxışları inkişaf etdirənlər

Nifrətli çıxışlar, daha öncə detallı şəkildə toxunduğumuz kimi, həm bütövlükdə mediada, həm də özəlliklə televiziya xəbərçiliyində zaman-zaman təkrarlanan etikadankənar və məsuliyyətsiz bir xəbərçilik növüdür. Nifrətli çıxışları körükləyən xəbərlər, çox vaxt, ölkə gündəminə ani olaraq girən və sensasiya özəlliyi də olan xəbərlərdir. Bir anda bütün bülletenlərə yol tapan belə xəbərlər ictimaiyyət arasında da qızğın dartsma və qütbləşmə doğurur. Ən çox ehtiyac duyulan bir zamanda medianın soyuqqanlı dəyərləndirmələri və məsafəli yanaşmaları unutmamasına yol açan nifrətli çıxışın linç, talan və şiddətlə müşayiət edilən etiraz aksiyaları və qarşıdurma şəraitilə sonuqlanması çox vaxt qüvvə tətbiqinə də səbəb olur.

## TELEVİZYİA XƏBƏRÇİLİYİNDƏ ETİK PROBLEMLƏR: SEÇKİ KAMPANIYALARI

### Seçki kampaniyaları gedişində xəbər mediasının kampaniyaya qatılan partiyalara yer vermə biçimləri xəbərçilik etikasından müxtəlif dartsımalarda önəmli yer tutur.

Bu proseslə bağlı detallı-ayrıntılı bir dartsıma girmədən öncə plüralist-liberal demokratiyalarda medianın və özəlliklə xəbər mediasının siyasi, iqtisadi və mədəni formalaşmadakı yer və rolunu qavramaq gərəkdir. Kampaniya prosesi bu böyük məsələnin bir bölümü olsa da, etik dartsımalar baxımından önəmli prosesdir. "Söhbət hansı önəmdən gedir?" sualını belə cavablaşdırmaq olar: bu dövrdə siyasət və media münasibətlərində, daha dəqiq söylənsə, birlikdəliyində qarşılaşdığımız təməl problemlər doyum nöqtəsinə çatır və tam üzə çıxır.

Seçki kampaniyalarının əhatə etdiyi proses bəlli siyasi rejimlərdə bir-birindən fərqlənsə də, zamanca məhdudlaşdırılmış prosesdir. Müəyyənləşdirilən zaman həddlərində mediadan gözlənilən odur ki, seçkiyə qatılan tərəfləri, mümkün qədər, balanslı və tərəfsiz bir biçimdə işıqlandırsın. İdeal variant odur ki, bir-biriylə yarışan partiyaları seçkilərə tanidasan, onları gələcək layihələr barədə bilgiləndirəsən. Beləcə, seçkilərin öz çıxarları baxımından doğru qərar vermələrinə yardımçı olmaq mümkündür.

Kampaniya dövründə siyasi partiyalar və namizədlər seçkilərdə özləri haqqında əlverişli təsəvvür yaratmağı hədəfləyən bir yarışa baş vururlar. Bu zaman aşağıdakı vasitələrdən faydalanırlar:

- reklam lövhələrindən;
- qəzetlərə verilən reklam elanlarından;
- bayraq və şüarlarla bəzənmiş açıq mitinqlərdə gerçəkləşdirilən nitq və çıxışlardan və bunların xəbər proqramlarında yer almasından;
- televiziya kanallarında partiya üzvləri və alim, jurnalist kimi simvolik seçkin şəxslərin qatıldığı dartsıma proqramlarından;
- İnternet mühitində tanidilmədən.

Kampaniya dövrü hüquqca bərabərlərin yarışını kimi görünərsə də, maliyyə qaynaqları, bu qaynaqları toplamaq, yönləndirmək və onlardan istifadə imkanları baxımından qeyri-bərabərlərin yarışındır. Azlıqların mənafeyini qoruyan və təmsil edən partiyalar bu yarışda ən əlverişsiz durumda olanlardır. Belə əlverişsiz vəziyyətdə xəbər mediası onların yardımına gəlməlidir. Di gəl, yaşanan təcrübə və xəbər hazırlama biçimlərini gözdən keçirəndə məlum olur ki, xəbər mediası iqtidarda olan, parlamentdə yer tutan və üzvləri icra orqanlarında vəzifə daşıyan partiyalara daha çox zaman ayırır, parlamentə düşməyən partiyaları isə sanki görmədən gəlir.

Seçki kampaniyalarını işıqlandıran və ictimai müzakirələri formalaşdıran kanallar dedikdə media, kütləvi kommunikasiya vasitələri, məlumat və şərhləri tirajlandırır və xalqa çatdırır kommunikasiya mühiti ağla gəlir. Ən çox satılan qəzet və dərgilər, ən çox baxılan televiziya kanalları seçki kampaniyalarında dartsımaların qurulduğu, biçimləndiyi, əks arqumentlərin səsləndiyi, təməl qırılma nöqtələrinin üzə çıxdığı yerlərdir. Seçkinin səsvərmə zamanı necə davranacağını, adətən, belə dartsımalar müəyyənləşdirir. Günümüzdə siyasi quruluş mediaya bağlıdır. İctimai dartsımaların daşıyıcısı olan media siyasi quruluş və siyasi mədəniyyət içində siyasi çıxışların söylənilib yayıldığı yerdir. Bu qarşılıqlı bağlılıq münasibətləri, zaman-zaman, siyasi prosesə görə, medianı bir muxtariyyət və direktiv, qanun və əsasnamələrlə birbaşa yönləndirmək durumuna salsada, bəzi durumlarda medianın özü nisbi müstəqillik mövqeyindən siyasi quruluşu istiqamətləndirə bilər. Birinci hala antiterror qanununu, ikincisinə işığı yandırmaq-söndürmə aksiyalarını yönləndirərək dövrün koalisiya hökumətinə təsir göstərmə formasını misal göstərə bilərik.

Beləcə, ənənəvi etika anlayışının dayandığı son prinsipi sorgulamağa yol açılır. Söhbət balanslılıq prinsipindən gedir. Balans güdən xəbərçilik tərzini medianın gündəmə gətirdiyi hər hansı bir problem və mövzu haqqında fərqli tərəflərin baxışını diqqətə yetirmək deməkdir. Bu prinsip obyektivlik və tərəfsizliyə ehtiyac duyan problemləri aradan qaldırmağa yönəlir – yol göstəricisinə, yol nişanına bənzər bir prinsip kimi yozulmalıdır. Məqsəd müxtəlif baxışları daha geniş əhatə və təmsil etməkdir. Ancaq

siyasəti xəbərləşdirmə prosesinə hakim olan, xəbər qaynaqlarına xəbər hazırlamaq haqqı tanıyan və jurnalisti qismən təsir altına salan anlayış və təcrübələr balanslı xəbərçiliyi qəbul etmir. Bu gün hansı kanalın xəbər bülletenini açsanız, ya da hansı qəzetin ilk səhifəsinə göz gəzdirsəniz, balanslılıq prinsipinə sadıq bir xəbər tapmaq mümkün deyil.

Mövzu/problemi hədəfləyən xəbərçilik balanslılıq prinsipiylə bütünləşsə, demək, demokratik mədəniyyət içində ictimai müzakirəyə zəmin hazırlayan bir anlayışın önə çıxarılmasından söz açə bilərik. Ancaq burada vurğulanması gərəkən önəmli bir mövzu “balanslılıq” prinsipinin hansı mənada anlaşılmasıdır. Problemləri əks qütblər içində ələ alan, cəmiyyətdəki qarşıdurmaları körləyən, demokratik dialoqu çıxmaza salan bir anlayış olması gərəkən “balanslılıq” anlayışı deyil. Ələ alınan,

xəbərənən problemlə bağlı mümkün qədər bütün müxtəlif tərəflərin baxışlarını diqqətə yetirən bir anlayış mənimsənməlidir. İdealda hələ partiya kimi təşkilatlanmayanların, vətəndaş cəmiyyəti quruluşlarının və xəbərdə toxunulan problemdən birbaşa təsirlənənlərin (fəhlələrin, ev xanımlarının, şagird və tələbələrin, işsizlərin və b.) düşüncələrini də əks etdirilməlidir.

Balanslı xəbərçilik olay/fakt xəbərçiliyi deyil, mövzu/problem (ingiliscəsi “issue”) xəbərçiliyidir. Jurnalist araşdırar, önəmli problemi vurğulayıb diqqətə yetirər, fərqli çözümlər təkliflərinə yer ayırır və baxışları təmsil olunanların sırasını genişləndirməyə can atar. Bu tərz xəbərçilik biçimi öz auditoriyasını ictimai, iqtisadi, siyasi problemlər haqqında bilgiləndirir və çözümlər barədə düşündürür.

## TAPŞIRIQLAR

1. Media etikasında neçə əsas səviyyə var?
2. Media insanları sadəcə əyləndirməlidir, yoxsa düşündürməlidir?
3. “Şəxsi həyat” anlayışı harada başlayır və harada bitir?
4. Xəbərçilik peşəsini gerçəkləşdirən insan və qurumlarla qurulan maddi əlaqələrin sərhədi nə olmalıdır?
5. Media niyə bütün kəsimləri təmsil etməlidir?
6. Seçkilər zamanı mediadan necə bir xəbərçilik gözlənilir?

## ƏDƏBİYYAT

1. Çaplı, B. Medya ve Etik, Ankara: İmge Yayınevi, 2002
2. Çaplı, B. ve H. Tuncel (der.) Televizyon Haberciliğinde Etik. Ankara: Fersa, 2009
3. Taş, Oğuzhan. Gazetecilik Etiğinin Mesleki Sınırları: Profesionellik, Piyasa ve Sorumluluk. İstanbul: İletişim Yayınları, 2012



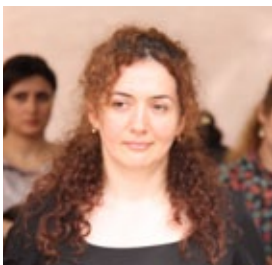
Bülent Çaplı (1958) Adana İqtisadi Ticari Elmlər Akademiyasının Jurnalistika və İctimaiyyətlə Əlaqələr Məktəbinin məzunudur. Magistratura təhsilini Utah Dövlət Universitetində alıb. Elmlər doktorudur. Fulbright və Chevening proqramlarının təqaüddçüsüdür. Dr. Çaplı Mançester və Florida Universitetlərində araşdırmalar aparıb. Bir tədqiqatçı və müəllim kimi maraq dairəsi yayım mediası, media siyasəti, medianın siyasi iqtisadiyyəti, media etikası və sənədli filmlərdir. B. Çaplı sadalanan mövzularda xeyli sayda kitab müəllifi, sənədli filmlərin rejissorudur. O, Türkiyədə çoxsaylı mükafatlara layiq görülüb. Prof. Çaplı Türkiyə siyasi tarixinə həsr olunmuş, mükafat qazanmış "Halef", "İsmet Paşa", "12 Mart" and "Demir Kırat" kimi sənədli televiziya filmlərinin həmprodüseri və rejissorudur. Bilkent Universitetinin professorudur.



Nüşabə Hüseynli (1973) f.ü.f.d, Əməkdar jurnalistdir. 20 illik jurnalistik fəaliyyəti çap və televiziya jurnalistikası ilə bağlıdır. Bir çox beynəlxalq simpozium, qurultay və konfransların məruzəçisi və iştirakçısı olub. BSU-da (2009-2016) Yeni media və kommunikasiya texnologiyaları kafedrasında baş müəllim kimi çalışıb. "Space" televiziyasında redaktordur.



Xatirə Hüseynova (1977) bakalavr və magistr dərəcələrini BDU-nun jurnalistika fakültəsində alıb, f.ü.f.d., dosentdir. BDU (2001-2011) və BSU-da (2011-2016) televiziya və radio jurnalistikəsindən dərs deyib. Bir dərs vəsaitinin, 3 proqram və 20-dək elmi məqalənin müəllifidir. Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Bilik Fondunda İnformasiya təminatı sektorunun müdürüdür.



Aynur Kərimova (1970) BDU-nun jurnalistika fakültəsini bitirib, f.ü.f.d., dosentdir. Fəaliyyət sahələri yayım jurnalistikası, media analiz, media menecmentdir. Azərbaycan Televiziyasında xəbər aparıcısı, mətbuatda köşə yazarı kimi işləyib. İyirmi ildir Bakı Dövlət Universitetində televiziya jurnalistikasını tədris edir. BDU-nun Jurnalistika fakültəsində 2016-cı ildə ilk dəfə olaraq onlayn radionu və müasir televiziya studiyasını qurub. 2012-ci ildən BDU-nun Jurnalistika fakültəsinin Televiziya və radio jurnalistikası kafedrasına rəhbərlik edir.



Zeynal Məmmədli (1953) ixtisasca jurnalistdir, BDU və MDU-da təhsil alıb. AzTV-də (1976-81), BDU-nun Televiziya və radio jurnalistikası kafedrasında (1981-2012) işləyib. Bir sıra efir və çap mediasının formalaşmasında menecer, məsləhətçi, redaktor və prodüser kimi çalışıb. Media, onun peşəkar, hüquqi və etik problemləri haqqında 20-dən çox müəllif və tərcümə kitabının müəllifidir. "Qızıl qələm" və Zərdabi mükafatlarının daşıyıcısıdır. Hazırda media eksperti kimi müstəqil fəaliyyət göstərir.



Lamiyə Vəzirova (1974) Bakıda 8 sayılı məktəbi qızıl, BDU-nun Filologiya fakültəsini qırmızı diplomla bitirib. AzTV-də (1995-2008), "Mir" Dövlətlərarası Teleradio Şirkətində (2009-2013), BSU-nin Jurnaistika fakültəsində (2006-2016) illərdə çalışıb. Televiziya jurnalistikasına dair bir çox elmi məqalələrin müəllifidir. 2016-cı ildə milli "Uğur" mükafatına layiq görülüb. CBC kanalında analitik verilişlərin müəllifi və aparıcısıdır.

“Televiziya jurnalistikası” kitabı Avropa Şurasının Norveç Xarici İşlər Nazirliyinin maliyyə dəstəyi ilə “Azərbaycanda jurnalistika tədrisinin inkişafına dəstək” layihəsinin II mərhələsində yazılmış 4 dərsləkdən biridir. Yerli və xarici mütəxəssislərin iştirakı ilə hazırlanmış bu kitab dünyanın çağdaş telejurnalistika təcrübəsini dolğun şəkildə əks etdirməklə yanaşı, vacib praktik bilgiler verir. Kitab jurnalistika ixtisası üzrə təhsil alan ali məktəb tələbələri, media professionalları və jurnalistlər üçün nəzərdə tutulmuşdur.

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](http://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 həyata keçirməsi və qanunvericiliyini qəbul etməsi üçün 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