

Malik TALIBLI

TELEVİZIYA XƏBƏRİNİN İŞLƏNMƏSİ

РЕЗЮМЕ

Даже 90 секундная новость информирует зрителей, вместе с тем аудиовизуальный ряд должен соответствовать контенту. В подготовке теленовостей репортеры должны основываться на три главных ключевых элементов (содержание, изображение и звук). В статье, интерпретируется подготовка новостей на примере телевизионных блоков турецких каналов.

Ключевые слова: новости, телевизионные новости, продолжительность новостей, монтаж, монтажные эффекты.

SUMMARY

Approximately, 90-second news must inform viewers, both in terms of audiovisual content to be incorporated. The three key elements in the preparation of television news reporters (content, image and sound) every time you have to think together.

The article in which the phases of the leading Turkish news channel selected examples of television news is interpreted.

Keywords: news, TV News, the duration of news, montage, montage effects

Televiziya xəbərinin ağır əmək tələb edən iş olmasının əsas səbəbi, heç şübhəsiz, toplanan informasiyanın xəbər halına salınması və işlənməsidir. Bir qəzetdə yazılan xəbər mətni uyğun səhifələrə necə yerləşdirilirsə, xəbərlə bağlı şəkillər bəlli prinsiplər çərçivəsində necə hazırlanırsa televiziya da xəbər eyni şəkildə müəyyən bir bülletenə yerləşdirilir və bülletenə uyğunlaşdırılması üçün müxtəlif mərhələlərdən keçir. Bu müddət bir xəbərin izləyiciyə təqdim olunmasına qədər keçən yolun necə ağır əmək tələb etdiyini göstərir. "Təxminən, 90 saniyəlik xəbər belə izləyicini həm məlumatlandırmalı, həm də audiovizual baxımdan məzmunla uyğunluq təşkil etməlidir. Bu cəhətdən televiziya xəbərçiləri xəbər hazırlayarkən bu üç təməl ünsürü (məzmun, görüntü və səs) hər zaman birlikdə düşünmək məcburiyyətindədir". (Hakan Cem Işıklar. "Professional TV Xəbərçiliyi", səh:97).

I. Televiziya xəbərinin yazılması. Seçilmiş, yaxud tapılmış xəbərə növbəti mərhələ məzmunun düzənlənməsidir. Televiziya xəbərçisi xəbəri yuxarıda qeyd edilən üç ünsürdən faydalanaraq yazmalıdır. İdealdə isə keçilməsi lazım olan mərhələ aşağıdakı kimidir:

- Müxbir xəbər olacaq olayla əlaqəli bilgilərini geniş qeydlər halında dəftərinə qeyd edir.

-Bu məlumatlardan təsdiq edilməsi zəruri olanları varsa mərkəzə çatdıqda müxtəlif vasitələrdən istifadə etməklə bu informasiyaları təsdiq etməlidir. Ancaq, ən doğrusu bu məlumatları olay yerində təsdiqləməkdir. Bu həm zaman qazandırır, həm də informasiyanın doğru olma ehtimalını yüksəldir.

-Televiziyanın qızıl qaydalarından biri xəbərə olayın ən maraqlı görüntüləri ilə başlamadır. Bu görüntü ilə diqqət cəlb edilir, ardından isə informasiya növbə ilə izləyiciyə təqdim edilir. Buna görə də, müxbir xəbərə olayın əsas fikrini verə biləcəyi görüntü ilə başlamalıdır.

-Olayın nə olduğu, harada və nə vaxt baş verdiyi ilk məlumatlar kimi verilir. Bu giriş məlumatları ilə birlikdə nəyin, harada və mümkünsə nə zaman olduğunu bildiren görüntülərin istifadə olunması gərəkdir.

-Necə və nə üçün suallarının cavabı da xəbərin inkişaf bölümündə görüntü və səslərin məntiqli şəkildə əlaqələndirilməsi ilə verilir. Bu bölümə olayla əlaqəsi olan detallara da yer verilir.

-Hazırlanacaq xəbərin son bölümündə olaydan nə anlaşıldığına diqqət çəkilir. Burada xəbərçinin və yayım quruluşunun fərdi və təşkilati baxışları yer alır.

- Əlbəttə ki, xəbərin hazırlanması bununla tamamlanmır. Aparıcı bu xəbəri izləyiciyə təqdim edəcəkdir. Aparıcının xəbəri izləyiciyə gözəl bir şəkildə təqdim etməsi xəbərin baxımılığını artıran əsas faktorlardandır. Buna görə də, müxbir aparıcı üçün də maraqlı və diqqət çəkən məlumatlandırma mətni hazırlamalıdır.

- Bu mərhələdən sonra ekranda xəbərle bağlı qrafiklərin içi doldurulmalıdır. Televiziya xəbərinin təməl ünsürləri müxtəlif formalarda hazırlanaraq izləyicinin ixtiyarına verilir.

II. Televiziya xəbərinin müddəti. Qəzetlərdə satirlərin, televiziyalarda isə saniyələrin hesabı aparılır. Buna görə də televiziya yayımlanan hər bir görüntünün müddəti böyük əhəmiyyət daşıyır. Eyni fikirləri televiziya xəbərinə də aid etmək olar. İzləyicinin münasibət və davranışları xəbər müddəti ilə birbaşa bağlıdır. (Hakan Cem Işıklar "Professional TV xəbərçiliyi" səh:109). İzləyicini nə təkrarlarla yorma, nə də az bilgi verməklə kanaldan qaçırmaq lazımdır. Hazırda bu mövzuda detallı araşdırmalar aparılmasa da, xəbərçilik sektorunda bəzi təməl prinsiplər mövcuddur. Bu çərçivədə bir xəbərin, ya da aparıcının xəbər oxuma müddəti qəlibləşmişdir:

A. Təqdimat müddəti xəbər aparıcısının xəbərin təqdim edildiyi müddəti ifadə edir. Aparıcının xəbər oxuma, yaxud anlatma müddəti önəmli bir detal kimi meydana çıxır. Xəbər yayımında aparıcının mümkün olan ən qısa zamanda xəbəri təqdim etməsi vacib amillərdən biridir. Təqdimat müddəti kanaldan kanala dəyişdiyi kimi, aparıcının fərdi bacarıqları da bu müddətin uzun və ya qısa olmasına təsir göstərir.

Türkiyənin tanınmış telexəbər mütəxəssislərindən olan Hakan Cem Işıkların "Professional TV xəbərçiliyi" kitabında aralarında kommersiya və ixtisaslaşmış kanalların da olduğu 7 ayrı kanaldan müxtəlif formalarda hazırlanmış ümumikdə 45 xəbər verilmişdir. Bu xəbərlərin həm təqdimat həm də xəbər müddətləri hesablanmış və ortaq nəticə alınmışdır. Xəbər toplanan kanallar və bu kanalların təqdimat və xəbər müddətləri ilə bağlı rəqəmlər aşağıdakı kimidir:

Telekanal	Xəbər sayı	Təqdimat müddəti	Xəbər müddəti
ATV	6	19	1.57
CNN Türk	5	23	1.57
Kanal 24	15	17	1.33
Kanal A	3	12	2.00
NTV	7	24	1.32
TRT Haber	4	19	1.08
EURONEWS	5	Yoxdur	1.04

(Hakan Cem Işıklar "Professional TV xəbərçiliyi", səh:110)

Şərhisiz xəbər yayımlayan EURONEWS kanalından başqa, ümumi 40 xəbərə ortalama təqdimat müddəti 19 saniyə müəyyən edilmişdir. Xəbər sektorundakı tendensiyaya görə bu müddət orta uzunluqda bir təqdimat müddətidir. 1-15 saniyə arasında qısa, 16-25 saniyə arasında orta və 26 saniyədən daha artıq olan təqdimat müddətləri isə uzun olaraq qəbul edilir.

B. Xəbər müddəti televiziya xəbərlərinin ənənəvi və vacib məqamlarından biridir. Hazır xəbərin müddəti haqqında müxtəlif fikirlər mövcuddur. Kommersiya kanallarında müddəti normadan daha artıq olan xəbərlərə rast gəlinir. Xəbər kanallarında isə bu müddət daha balanslı tətbiq edilir. Bu mövzuda da dəqiq müəyyənləşdirilmiş xəbər müddəti yoxdur. Bununla belə, inkişaf etmiş ölkələrin bir çox xəbər kanallarında bir xəbərin müddəti 1 dəqiqə civarında qəbul edilir. "CNN International"da isə bir televiziya xəbərinin ideal müddəti 50 saniyə kimi göstərilir. Türkiyədə isə xəbər müddəti qısa, orta və uzunmüddətli xəbərlər şəklində qruplaşdırılır. 1 dəqiqəyə qədər olan xəbərlər qısa, 1 dəqiqədən 2 dəqiqəyə qədər olan xəbərlər orta, 2 dəqiqədən artıq olan xəbərlər isə uzunmüddətli xəbərlər kimi qəbul olunur.

Televiziya xəbərinin ənənəvi cəhətlərindən biri qısa zamanda dəqiq informasiyaların izləyiciyə çatdırılmasıdır. Görüntü ilə bircə təqdim edilən xəbərin informasiya vermə müddəti də qısa olmalıdır. Bununla yanaşı, xəbərin müddətinə ciddi təsir göstərən başqa cəhətlər də vardır. Xəbərin mövzusu, dəyəri, formatı, tipi, növü, görüntünün

dəqiqiyyəti, xəbərin yeri, xəbər və görüntü qaynağı, montaj texnikləri, xəbərin səsləndirilməsi və hətta təşkilatı yanaşmaları da xəbər müddətinə təsir edən faktorlardan sayılmalıdır.

III. Televiziya xəbərində görüntü. Xəbərlərdə istifadə edilən görüntülər bəlkə də bir televiziya xəbərinin taleyini tam olaraq müəyyənləşdirir. Televiziyada görüntünün olmadığı xəbər düşünmək mümkün deyil. Amma hər zaman gerçək görüntü əldə etmək mümkün olmur. Buna görə də müxtəlif alternativ variantlardan istifadə etmək lazım gəlir. Bu baxımdan xəbərlərdə istifadə edilən görüntülərin qruplara ayrılması zəruridir.

A. Gerçək olay hadisə yerində kameranın yadaşına yazılan görüntülərdir. Xəbərlər bir çox hallarda bu görüntülərdən istifadə edilməklə hazırlanır. Buna görə də gerçək olay görüntüsü xəbərin əsas təməl ünsürlərindən hesab olunur. Xəbər montajının əsas qaydası da olayın gerçək görüntüsünün istifadə olunmasıdır. Xəbərdə görüntü qədər səs yazısı da vacib amillərdəndir. Buna görə də, kameraman səs mütəxəssisi qədər səs bilgilərinə sahib olmalıdır. Olayla bağlı səslər lazım olan formada yazılmalıdır. Sadəcə mikrofon səsinin deyil, təbii səslərin (interküy) də qeyd edilməsi diqqətdə saxlanılmalıdır. “Olay yerində nə çəkilsə-çəkilsin, mikrofonun açıq saxlanması və beləcə, olayın küyünün yazılması vacib şərtir. Bu halda montaj zamanı bir kanalda reportyor və müsahiblərin səsinə, digərində isə interküyü saxlamaq lazımdır”. (Zeynal Məmmədli: “TV Proqramlarının hazırlanması”, səh:112). Gerçək olay görüntüsünün gələcəkdə arxiv görüntüsü olaraq istifadə edilməsi də diqqətdən qaçmamalıdır.

B. Arxiv görüntüləri xəbərə mövzu olan olayların gerçək görüntüsünün tapılmadığı hallarda istifadə olunur. Bir çox televiziya kanallarının arxivində önəmli olaylar, açıqlamalar, tez-tez müraciət olunan qurumların görüntüləri yer alır. Bu görüntülərin saxlanması da vacib məsələlərdən biridir. Yeni nəsil texnologiyaların inkişafı bu görüntülərin kompüter vasitəsilə təhlükəsiz saxlanılmasına şərait yaradır. Bununla da lent yazıları dövründən qalmış görüntü korlanması kimi risklər aradan qalxır. Buna qarşılıq olaraq isə virus və sistem çökmələri kimi təhlükələr də meydana çıxır. Arxiv görüntülərindən istifadə edilməsi bir çox məsuliyyətlər də yaradır. Belə ki, bu görüntülərin arxiv materialı olduğu izləyiciyə bildirilməlidir.

C. Qrafik görüntülər xəbərlə bağlı görüntü materialları olmadıqda istifadə olunur. Bu tip qrafik görüntülərdə qəza, zəlzələ və digər olaylarla bağlı öncədən hazırlanmış sxemlərdən, rəqəmlərdən istifadə olunur. Bu görüntülərin əldə edilməsində ən önəmli vasitələr qrafik proqramlar və rəqəmsal montaj sistemləridir.

D. Xəritə hadisə baş verdiyi məkanı göstərmək, yaxud da görüntünün olmadığı hallarda ekranı doldurmaq üçün istifadə olunan vasitələrdən biridir. Bu tip görüntülərə rəqəmsal montaj sistemləri vasitəsilə müxtəlif hərəkətlər verilərək izləyicilərə təqdim olunur.

IV. Televiziya xəbərində montaj. Televiziya xəbəri hazırlanmasının ən önəmli mərhələlərindən biri də montajdır. “Videomontaj mətn redaktəsinə bənzəyir və elə gerçəkləşdirilməlidir ki, seyrci çəşməsin. Görüntü və səs sırası olayın məntiqi ardıcılığını pozmamalıdır”. (Zeynal Məmmədli: “A-dan Z-yə Telexəbər”, səh:120). Olayı izləyici üçün hazırlayan montaj operatoru həm kameramanların, həm də müxbirlərin əməyini ortaya çıxarır. Montaj prosesi bir çox hallarda televiziya xəbərinin izləyiciyə təqdim olunmasından əvvəl son nəzarət mexanizmi kimi dəyərləndirilir. Xəbər görüntülərini mövcud səslərlə uyğunlaşdıranda montajçı çox həssas vəzifəni yerinə yetirir. Ona görə də bir çox xəbər mərkəzlərində bu məsuliyyət təkcə montajçılara həvalə edilmir. Bu prosesdə müxbirlə yanaşı kameramanın da iştirakı vacib sayılır. Televiziya xəbərində montajın aşağıdakı növləri vardır:

A. Montaj keçidləri. Xəbərdə görüntülər arasında keçidlər televiziya xəbərçiliyi üçün önəmlidir. Ən çox tövsiyə olunan üsul “cut” olsa da, bəzən “mix”, yəni görüntülərin iç-çə

keçirilərk yumşaldıldığı keçidlərdən də istifadə olunur. Bir çox xəbər mərkəzlərində “flash” keçidlərdən istifadə edilməsinə məhdudiyətlər qoyulur. Bunun əvəzində isə iki oxşar görüntü üzərinə mövzu ilə bağlı detallı görüntülər yerləşdirilir. Aşağıdakı araşdırmada Türkiyənin 3 xəbər kanalında istifadə edilən montaj keçidlərinin statistikasını vermişdir:

Kanallar	MIX	CUT	FLASH
Habertürk	29	32	3
	69,0%	76,2%	7,3%
NTV	10	57	0
	15,9%	90,5%	0,0%
CNN Türk	43	75	1
	50,6%	89,3%	1,2%
ÜMUMİ	82	164	4
	43,2%	86,8%	2,1%

(Hakan Cem İşıklar.(2011).age., s.158.

B. Montaj Effektləri. Müasir dövrümüzdə montaj proqramlarından istifadə etməklə görüntü üzərində bir çox dəyişikliklər etmək mümkündür. Televiziya xəbərlərində isə ən çox istifadə edilən montaj effektləri bunlardır:

Yavaşılma: Bir görüntünün orijinal halının yavaşlandırılmış formasıdır.

Sürətləndirmə: Bir görüntünün orijinal halının sürətləndirilmiş formasıdır.

Mozaik-blür bir görüntünün açıq yayımlanmasının mümkün olmadığı hallarda istifadə edilir. Bu müəyyən bir bölgənin gizlədilməsi üçün tətbiq edilir. Aparılmış qısa bir araşdırmada Türkiyədəki televiziya xəbərlərində hansı montaj effektlərindən istifadə edildiği göstərilmişdir:

	Yayımlanması			Toplam
	Habertürk	NTV	CNN Türk	
Yavaşılma	3	1	3	7
	7,1%	1,6	3,5%	3,7%
Sürətləndirmə	0	2	2	4
	0%	3,2	2,4%	2,1%
Qrafik Görüntü	5	5	17	27
	11,9%	7,9%	20,0%	14,2%
Yazılı qrafik	6	10	15	31
	14,3%	15,9%	17,6%	16,3%
Mozaik-blür	2	1	1	4
	4,8%	1,6%	1,2%	2,1%
Digər	5	5	11	22
	14,3%	7,9%	12,9%	11,6%
Toplam	42	63	85	190

	100,0	100,0	100,0	100,0
--	-------	-------	-------	-------

Hazırlanan 160 paket xəbərində 88 montaj effekti istifadə olunub. Aparılan araşdırmada bu tətbiqetmələrin bir çox hallarda paket xəbərlərində istifadə edildiyi görünür. Eyni zamanda bu effektlərin mədəniyyət, siyasi, sosial və xarici xəbərlərdə daha çox istifadə edilir.

ƏDƏBİYYAT

1. Hakan Cem İşıklar “Professional TV Xəbərçiliyi”
2. Məmmədli Z. “A-dan Z-yə Telexəbər”
3. Məmmədli Z. “TV Proqramlarının Hazırlanması”

Elmi rəhbər: prof.A.Dadaşov