

Akif BABAYEV

YENİ MEDİANIN VƏ VEB –TEKNOLOGİYALARIN JURNALİSTİKAYA TƏSİRİ

РЕЗЮМЕ

В статье освещается влияние новой меди и веб-технологий на журналистику. Раскрываются технологические средства для журналистов работающих в новых медиа, также уточняется перечень областей относящихся к новой меди.

Ключевые слова: новая медиа, веб-технологии, мобильная технология, традиционная медиа

SUMMARY

The article highlights the impact of new media and web technologies on journalism. Technological means for journalists working in new media are disclosed, as well as a list of areas related to the new media.

Keywords: new media, web technologies, mobile technology, traditional media

Müasir jurnalistika son 10 il ərzində yeni keyfiyyət mərhələsinə qədəm qoymuşdur, bu da informasiyanın maksimum opeativliyinə şərait yaradan yeni texnologiyanın inkişafı ilə bağlıdır. Jurnalistika yeni texnologiya və vasitələrlə zənginləşmiş və yeni anlayışlar, həmçinin yeni jurnalistika alətləri ilə üz-
lənmişdir.

Yeni media inkişaf edən kompüter, İnternet və mobil texnologiyası ilə ortaya çıxan, istifadəçilərin zamandan və məkandan asılı olmayaraq azad bir şəkildə interaktiv olaraq ünsiyyətdə olduqları bir media ortamıdır.

“Yeni media” dedikdə ilk ağıla gələn bu kommunikasiya ortamının məhz İnternet üzərində var olmasıdır. Halbuki yeni media daha geniş anlayışdır və İnternet məkanı xaricində də, offline gerçəkləşə bilər. Yeni media jurnalistikası da beləcə sadəcə İnternet, onlayn jurnalistika deyil. Bir media orqanı bu gün özünə İnternet səhifə açırsa, bu, o demək deyil ki, onun artıq bir yeni media strategiyası tamamlanmışdır.

Çox vaxt yeni medianı sosial media ilə qarışıq salırlar və bu iki anlayışı birləşdirirlər. Əslində, bilmək lazımdır ki, yeni media daha geniş anlayışdır və sosial media da onun ən populyar və gündəmdə olan qoludur desək, yanılmırıq. Sosial medianın da içərisində daha çox sosial şəbəkələr müzakirə olunur ki, ağıla ilk gələn Facebook şəbəkəsidir. Bundan başqa, yüzlərlə sosial şəbəkə və mikrobloq xarakterli platformalar var ki, jurnalistlər öz işlərində bunlardan yararlanırlar.

Yeni medianı anlamaq üçün öncə yeni media mühitinin nə olduğunu anlamaq gərəkdir. Əvvəlcə, hər şey çox qarışıq görünür. Adama elə gəlir ki, istifadəçilərin yaratdığı kaosda bir düzən, qayda axtarmaq mənasızdır. Elə buna görə də bu mühidə cərəyan edən məlumatlar iftira da ola bilər, yalan da. Onlara güvənməzdən öncə məlumatlara tənqidi yanaşmaq, onları incələmək məsləhət görülür.

Yeni etik öhdəliklərlə yanaşı, göründüyü kimi dəyişməz öhdəliklər var olmaqdadır. Yəni yeni media mühiti ilk növbədə seçimdir. Bu mühidə iftiradan nifrətə, nifrətdən güvənsizliyə doğru da yol getmək olar və əksinə. Yeni medianın açdığı fürsətdən yararlanaraq təşəbbüs irəli sürərək sosiallaşmaq olar.

Yeni media mühiti jurnalistikanın mobilləşməsinə kömək olur, bu da jurnalistlərin media şirkətlərindən müstəqil, zaman-məkana asılılığı olmadan fəaliyyət göstərməsinə şərait yaradır. Yeni mediada artan yeni biznes modelləri sayəsində müstəqil jurnalistlərin sayı artacaq. Bu ya onların peşəkar işdən müstəqil fəaliyyətə keçidi ilə, ya da vətəndaşların jurnalist fəaliyyəti ilə gerçəkləşəcək.

Texnoloji inkişaf günümüzün əsas məsələsinə çevrilib: kommunikasiya vasitələri zamanla təkmilləşir və biz kabeldən kabelsiz cihazlara, telefondan televiziya əsrinə keçidin şahidi olduğumuz kimi, indi də kiber dünyadakı dəyişim içindəyik. Rəqəmsal media ekspert Nic Newman medianın növbəti nəhəng texnoloji dəyişimə doğru sürətlə getdiyini proqnozlaşdırır. Buna səbəb mobil cihazların və sosial media alətlərinin sürətlə dəyişməsidir.

Mobil cihazların həyatımızın ayrılmaz bir hissəsi olduğu bir faktıdır. Bu gün nəhəng media qurumları öz xəbər istehsalı siyasətlərində mobil cihazları önə çəkir. Artıq mobil telefon ekranları xəbər manşetlərini əvəzləyir.

Bu yeni mühit kontenti və onu çatdırmaq yollarını xeyli dəyişib. Bu gün “mətn” yerinə “hipermətn” kəlməsi işlədirik. Yəni oxuduğumuz material statik hərfərdən ibarət deyil, biz asanlıqla mətn daxilində keçidlər (link) verməklə

həm materialı yığcam edirik, həm də oxucunu daha ətraflı məlumatlandırırıq. Ənənəvi mediada, məsələn, qəzetlərdə bunu etmək mümkün deyildi. Yəni bir hadisə barədə yazan jurnalist olay haqqında ətraflı məlumatı ön tarixçədə yazmaq məcburiyyətində idi, bu da yazını yükləmiş olurdu, insan gözünü yorurdu. İnternet səhifəsində yerləşdirilən hipermətnlər sayəsində oxucuya seçim vermiş oluruq. İstəsə, ətraflı bilgi üçün keçidə klik edib oxumağa davam edəcək.

Norveçdə çap olunan "Aftenposten" qəzetinin redaktoru Rolf Lie inanır ki, jurnalistikanın gələcəyi kağız, yoxsa elektronda deyil, məhz informasiyanın özündədir. Bu günün jurnalisti belə deməlidir: "Mən qəzetdə işləmirəm, mən xəbərdə işləyirəm," (Quinn, 2006). Halbuki gələnəksəl jurnalistlər arasında hələ də qorxu var. Robinson qeyd edir ki, redaktorlar nə qədər öz statusları, gələnəksəl standartlarla bağlı narahat olsalar da, xəbər özlüyündə institutlaşmadan platformaya keçəcəkdir.

Beləcə media sahəsində olan bürokratiya daha sərbəst mühitlə əvəzlənəcək, jurnalistlər bir materialı hazırlamaq üçün ofis mühitindən kənarında fəaliyyət göstərməyin daha effektiv olduğunu anlayacaq. Bu gün biz açıq mənbə kimi yeni trendlərdən danışırıq. Bu yeniliklərin sayəsində biz materialımızı onlayn yerləşdirərkən oxucuların da fikirlərini interaktiv olaraq yazıya daxil edə bilirik. Kontent hər an dəyişə bilir.

Yeni media dönəmində biz operativlik və dolğunluq haqqında ciddi düşünməliyik, çünki informasiya axınının sürəti artdıqca oxucu tələbatına yetişmək lazımdır. Bu da yalnız ən son yeni media alətlərini bilməklə və onlardan yararlanmaqla mümkündür. Kontent bu gün qəzet və radio-TV yayımında olduğu kimi, məhdudiyyətlərdən uzaq yerləşdirilə bilir və informasiya sayı da azaddır.

Ənənəvi medianın yeni mediaya inteqrasiya etməsinin ən bəsit yolu mövcud kontenti olduğu kimi götürüb veb səhifədə yerləşdirməkdir (Grant, Wilkinson, 2009). Əlbəttə ki, belədə daha az xərcin çıxır və vaxtın da az gedir. Yaxşı bəs bu yeni media jurnalistikasıdır mı? Təbii ki, yox, bu sadəcə, sizin çap nəşri üçün yazdığınız yazının ikinci ünvanıdır. Bir daha vurğulamaq istəyirəm ki, yeni media jurnalistikasının təməlində multimedia əsaslı kontent hazırlamaq durur. Belədə hər kontentin yerləşdirildiyi platformaya uyğun tələbləri vardır.

Yoxsa elə başa düşülər ki, əgər İnternet səhifəm varsa, demək, mən yeni media jurnalistikası ilə məşğulam, əslində isə, köhnə mediadan heç bir fərqin olmur. Anlamaq lazımdır ki, artıq xəbəri istehsal edənlə onu oxuyan arasındakı sərhədlər dağılır. Artıq hər kəs öz kontentini özü yaradır, ya da birbaşa xəbərə müdaxilə edə bilir.

Yeni mediaya nə aid ola bilər? Bu barədə mütəxəssislər hələ dəqiq bir təsnifat vermirlər, əksəriyyətə görə isə aşağıdakı kateqoriyalar etibarlı şəkildə yeni mediaya daxil ola bilərlər:

- bloglar;
- intranetlər;
- podkastlar;

— video materialları nəşr etmək və paylaşmaq üçün xidmətlər (YouTube);

— foto materialların dərc edilməsi və mübadiləsi xidmətləri (Instagram);

— sosial şəbəkələr (Facebook, MySpace və s.);

— yazılı məlumatların toplanması və strukturu üçün hipertext şəraiti (Vikipediya);

— oyun saytları;

— mikrobloq (Twitter);

— videokonferensiya;

— ani mesajlaşma sistemləri (ICQ, AOL Messenger);

— hadisələr haqqında məlumatların yayımlanması və mübadiləsi sistemi ("sosial təqvimlər");

— linklərin saxlanması və mübadiləsi sistemi və "bookmark" (Digg, StumbleUpon,);

— toplayıcılar.

Yeni media mühitinin formalaşması ilə informasiyanın əldə olunması metodlarının dəyişməsi, redaksiya müstəqilliyi, redaksiya nəzarətindən uzaq olmaq, interaktivlik, sürət kimi imkanlar müəllif hüquqlarının pozulması, mənbəyə etibarsızlıq, rəqəmsal manipulyasiya, nifrətə söykənən və aqressiv məzmun və s. kimi problemləri də bərabərində gətirmişdir. Əslində bunların əksəriyyəti ənənəvi jurnalistikada da yaşanan problemlərlə üst-üstə düşür.

Kiberməkan dediyimiz bu yeni media mühitində işimizi asanlaşdıran kiber alətlər mövcuddur. Kiber alətləri aşağıdakı kimi çeşidləyə bilərik:

— Masaüstülər (desktop)

— Notebook/Netbooklar

— Mobil telefonlar/Ağıllı telefonlar

— Tablet/planşetlər

— Kameralar

— E-oxucular- Kindle kimi elektron oxucu alətlərdə istədiyimiz məkanda istədiyimiz kitabları oxuya bilirik. Ən əsası isə bir yərə səfər edərkən yüklənmirik. Bir alətdə minlərlə kitab götürə bilirik, bir növ rəqəmsal arxivimizi yaratmış oluruq.

1. Oyun konsolları

2. Naviqasiya alətləri

3. Musiqi dinləmək üçün alətlər

4. RFID etiketləri-Radio Tezlikli Tanımlama.

5. Özündə hər hansı bir nəsə haqqında məlumat daşıyan etiket, mikroçipdən söhbət gedir. Hazırda dünyada bir sıra böyük marketlərdə məhsulların üzərində bənzər barkodlar olur, müştəri mobil cihazındakı barkod oxuyucu ilə almaq istədiyi məhsul haqqında detallı məlumat əldə edə bilir, hətta yerindəcə ödənişi tamamlaya bilir.

6. Maşın üçün alətlər

7. Kiber alətlər mobilizasiya imkanı verir ki, bu da mobil telefonların gəlişməsi ilə bağlıdır. Artıq ağıllı telefonlar bizim şəxsi köməkçimizə çevrilib. Bir telefonda daha çox funksiyası ilə cibimizdəki kompüterlər deyə bilərik onlara. Multi toxunuşlu ekranları sayəsində biz hər hansı işimizi asanlıqla telefonda icra edə bilirik. Video çəkirik, onu elə telefondaca montaj edib birbaşa yayımlayırıq.

Yeni media mühitində ənənəvi media nümunələrinin seçilməsi, oxucu qazanması və tirajı qoruyub saxlaması ciddi problemə çevrilib. Bu səbəbdən ənənəvi media sosial şəbəkə və bloqlarla əməkdaşlıq etmək, işləmək məcburiyyətində qalır. Bu isə ənənəvi media üçün vacib hesab edilən peşə etikası qaydalarının ciddi deformasiyaya məruz qalmasına səbəb olur. Bunun nəticəsində xəbər portallarında yoxlanılmayan məlumatlar, bloq xəbərlərindən istifadə, sosial şəbəkələrdə şayiə və mənbəyi bilinməyən xəbərlər baş alıb gedir. Üstəlik xəbərlərə yazılan “oxucu statusları” vəziyyəti lap qəlizləşdirir. Bu statuslar isə jurnalistlər üçün heç də ürəkaçan olmur.

Yeni media şəraitinə keçid prosesində veb-saytlarda fəaliyyətdən əlavə, mobil tətbiqlər də unudulmamalıdır. Təhlilçilərə görə, mobil versiya çox keçmədən digər versiyaları sıradan çıxara bilər. Buna gedən yolda isə media qurumları inteqrə edilmiş variant üzərində durmalıdır. Yəni bir mövzunu üç versiya – qəzet, sayt və mobil üçün işləmək. Sayt və mobillik jurnalistləri daha operativ olmağa məcbur edir. Operativlik üçün isə onlayn versiyalarda gün boyu baş verən qaynar xəbərləri işıqlandıracaq yeni format – live blog (canlı bloq) var.

Beləliklə, yeni media və veb-texnologiyalar jurnalistikanın inkişafı üçün geniş üfüqlər açaraq, jurnalistlər qarşısında yeni tələblər qoyur.

ƏDƏBİYYAT

1. Yeni media Jurnalistikası - Avropa Şurası, 2017-ci il
2. Амзин А. и др. - Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.
3. Mark Briqs – Jurnalistika 2.0 - Multimedia Informasiya Sistemləri - Bakı - 2010
4. MediaStorm: mediastorm.org
5. MultimediaShooter: www.multimediashooter.com
6. <http://www.icann.org>