Zaur BABAYEV

İNFORMASİYA CƏMİYYƏTİNİN FORMALAŞMASINDA YENİ MEDIANIN ROLU

РЕЗЮМЕ

Формирование информационного общества напрямую зависит от деятельности СМИ, в частности от деятельности он-лайновых новых медиа, которые также формируют и новый пласт СМИ- гражданскую журналистику.Именно этому новому процессу посвящена данная статья.

Ключевые слова: Информационное общество, интернет-журналистика, гражданская журналистика, социальные медиа

SUMMARY

Individual activity ceases to be utilitarianly motivated and is directed to the dematerialized components of the products produced. Packaging, form, image, publicity, opinion and other non-material entities become more real and

meaningful than the reality that stands behind them. Information society is the society of the industry of images: knowledge.

Let us consider how the features of the postindustrial (information) society affect the target setting of journalistic activity.

• The reorientation of the economy from commodity production to service moves the information service, which can be referred to journalism, to the basic sectors of the economy. Target setting of journalism: management of information and communication sectors of the market.

20 əsrin II yarısında İnternetin meydana gəlməsi, informasiya texnologiyalarının inkişafı, dünyada vüsət alması ilə dünya informasiya cəmiyyəti erasına qədəm qoydu. Bu isə öz növbəsində, istənilən fəaliyyət sahəsində qabaqcıl informasiya texnologiyalarından geniş istifadə, İKT infrastrukturunun formalaşması tələbini qarşıya qoydu. Məhz həmin dövrdən etibarən dünyada informasiya cəmiyyətinin təşəkkülü və bərqərar olması prinsipləri vüsət almağa başladı. Həmin dövrdən başlayaraq dünyanın müxtəlif ölkələrində olduğu kimi, Azərbaycanda da informasiya cəmiyyəti tələblərinin həyata keçirilməsi, İKT-nin tətbiqinin dünya standartları səviyyəsinə çatdırılması dövlətin bu sahədə siyasətinin əsas istiqamətlərindən, strateji hədəflərindən birinə çevrildi. Qloballaşan dünyada cəmiyyətin informasiyalaşdırılması prosesinin getdiyi, insan resurslarının, elm və texnologiyaların iqtisadi inkişafda həlledici rol oynadığı bir dövrdə ölkəmizdə İKT siyasəti çərçivəsində bu sahənin maddi-texniki təminatının müasir tələblərə uyğunlaşdırılması, Azərbaycan İnternet seqmentinin inkişafı, milli kadr hazırlığının təşkili istiqamətində mühüm addımlar atılmağa başladı. (10,5)

Bu gün Azərbaycanda İKT sahəsində əldə olunmuş uğurlar bilavasitə ümummilli lider Heydər Əliyevin bu sahəyə olan qayğısı və müdrik siyasətinin nəticəsində əldə olunub. 1970-ci ildən başlayaraq məhz ulu öndərin rəhbərliyi altında Azərbaycanda elektrotexnika, radiocihazqayırma, hesablama texnikası, rabitə sənayesinin əsası qoyulmuşdur. Dünyada gedən qloballaşma proseslərini uzaqgörənliklə təhlil edən Heydər Əliyevin İKT-nin strateji əhəmiyyətini düzgün qiymətləndirməsi, bu sahənin inkişafına xüsusi önəm və diqqət yetirməsi sayəsində Azərbaycan Respublikasının qloballaşma prosesində iştirakının təməli qoyulmuş, hazırda ölkəmizdə İKT sektoru möhkəm təməl və təcrübə əsasında formalaşmışdır.

Müstəqillik qazanmış Azərbaycan Respublikasının ilk dövrlərində mövcud vəziyyət hər bir sahədə olduğu kimi İKT sektorunun da inkişafına təsirsiz ötüşməmişdir. 1993-cü ildə Heydər Əliyevin xalqın çağırışı ilə yenidən hakimiyyətə qayıdışı ölkəmizdə digər sahələrlə yanaşı İT sferasında da yeni inkişaf dövrünün başlanğıcını qoydu. 1994-cü ildə İnternetin milli infrastrukturunun yaradılması nəticəsində Azərbaycanda mövcud olan informasiya blokadası aradan qaldırıldı. İnformasiya cəmiyyətinin formalaşması və İKT-nin tətbiqi üçün qanunvericilik bazasının əsası qoyuldu, xalqımızın

yüksək elmi tutumlu texnologiyalara malik olması istiqamətində mühüm tədbirlər həyata keçirilməyə başladı.

H.Əliyev tərəfindən 2003-cü il fevralın 17-də qəbul edilmiş sözügedən Strategiyada, bu siyasətin davamı olaraq Azərbaycan Respublikasının Prezidenti cənab İlham Əliyev tərəfindən imzalanmış "Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2005-2008-ci illər üçün Dövlət Proqramı (Elektron Azərbaycan)" və "Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2010-2012-ci illər üçün Dövlət Proqramı (Elektron Azərbaycan)"nda qlobal informasiya cəmiyyətinə inteqrasiya, biliklər iqtisadiyatının formalaşması, İT-nin geniş tətbiqi, innovativ təfəkkürə malik peşəkar İT kadrların hazırlanması qarşıya başlıca hədəf kimi qoyulmuşdur.

Prezident İlham Əliyevin ilk xarici səfəri kimi 2003-cü il dekabrın 12-də Cenevrədə informasiya cəmiyyəti məsələləri üzrə Dünya Sammitində iştirakı Azərbaycan dövlətinin bu sahəyə diqqətini beynəlxalq aləmə bir daha nümayiş etdirdi. Prezident sammitdə çıxış edərək Azərbaycanın İKT-ni inkişaf etdirməkdə maraqlı olduğunu bəyan etdi. Dövlət başçısı xüsusi qeyd etdi ki, Azərbaycan dövləti informasiya cəmiyyətinin qurulması istiqamətində bütün imkanlardan istifadə edəcək. Prezident İlham Əliyev bu istiqamətdə dövlət siyasətini həyata keçirmək məqsədi ilə 2004-cü il fevralın 20-də Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyinin yaradılması haqqında qərar qəbul etdi.

2005-ci ilin noyabr ayında informasiya cəmiyyəti üzrə Ümumdünya Sammitinin Tunis mərhələsində Azərbaycanın nümayəndə heyətinin iştirakı da ölkəmizin beynəlxalq əlaqələrinin genişləndirilməsinə, həmçinin ölkədə İKT sahəsində inkişaf barədə geniş ictimaiyyətə məlumat yayılmasına imkan yaratdı.

27 mart 2006-cı ildə BMT-nin Baş Assambleyasının 17 may tarixini Ümumdünya İnformasiya Cəmiyyəti günü elan etməsi isə dünyada böyük rəğbətlə qarşılandı. Bu əlamətdar hadisə minilliyin ideologiyası prinsiplərinin təbliği və bərqərar olması, İT sahəsində bilik və təcrübə mübadiləsinin aparılması, alim və mütəxəssislərin iştirakı ilə müxtəlif tədbirlərin, hesabat xarakterli görüş və toplantıların, konfransların keçirilməsi baxımından böyük əhəmiyyət kəsb edirdi.

Bu tarixin seçilməsi isə təsadüfi deyildir. Məhz həmin gün 1865-ci ildə Parisdə 20 Avropa ölkəsinin nümayəndələri tərəfindən Beynəlxalq Teleqraf İttifaqının (International Telegraph Union- ITU) yaradılması haqqında müqavilə imzalanıb. Belə bir İttifaqın yaradılmasının əsas məqsədi həmin dövrə məxsus teleqraf əlaqələri üçün vahid standartları müəyyən etmək idi. Bu gün Ümumdünya İnformasiya Cəmiyyəti günü dünyanın digər tərəqqipərvər və demokratik dövlətləri ilə bərabər ölkəmizdə də yüksək səviyyədə qeyd olunur. Azərbaycanda 2007-ci ildən etibarən qeyd olunan bu əlamətdar hadisə istənilən fəaliyyət sahəsində mütərəqqi informasiya texnologiyalarını tətbiq etməklə innovativ inkişafa nail olmaq, dünyada gedən bu prosesləri yaxından izləmək, təcrübə mübadiləsi aparmaq, nəhayət, bu cəmiyyətin tamhüquqlu üzvü kimi

beynəlxalq aləmə inteqrasiya olunmaq nöqteyi-nəzərindən böyük əhəmiyyət kəsb edir.

İnformasiya cəmiyyətinin qurulmasının əsas vəzifələrinə İC-nin hüquqi əsaslarının yaradılması, vətəndaşların məlumat almaq, onu yaymaq və istifadə etmək hüquqlarının təmini, insan amilinin inkişafı, şəffaf dövlət və yerli özünüidarəetmənin, elektron hökumətin formalaşması və inkişafı, ölkənin iqtisadi, sosial və intellektual potensialının möhkəmləndirilməsi, informasiya və biliklərə əsaslanan rəqabətədavamlı iqtisadiyyatın qurulması, müasir İKT infrastrukturunun yaradılması, informasiya təhlükəsizliyinin təmini, milli İKT məhsullarının istehsalı və digər vacib məsələlər daxildir.

Qloballaşan dünyada baş verən bir çox proseslər kompüter və şəbəkələrə təkcə texniki nailiyyətlər və insanların həyatının asanlaşdırılması vasitəsi kimi deyil, həm də bəşəriyyət qarşısında yeni, virtual dünyaya qapı açan və bənzəri olmayan vasitə kimi yanaşmağa sövq edir. Qeyd etmək lazımdır ki, müasir dövrdə informasiya cəmiyyəti ilə yanaşı noosferik sivilizasiya, informasiya məkanı, kiberməkan, informasiya mühiti, virtual reallıq kimi sözlər yalnız elmi və populyar nəşrlərin səhifələrində deyil, həm də gündəlik nitqdə artıq vərdiş halını alıb.

Məlum olduğu kimi, informasiya cəmiyyətinin təşəkkülü yeni imkanlarla yanaşı yeni fəaliyyət sahələrinin də yaranmasına səbəb olub. 1969-cu ildə İnternetin yaranması sivilizasiyanın inkişafı tarixində yeni inqilabi proseslərə təkan verdi. İnformasiya-kommunikasiya və İnternet-texnologiyalarının tətbiqi bütün sahələrə nüfuz etməyə başladı. Bu proseslər jurnalistika sahəsindən də yan ötmədi, yeni medianın, başqa sözlə, İnternet-medianın yaranmasına gətirib çıxardı.

45 illik tarixi olan İnternetin misilsiz imkanları media dünyasında köklü dəyişikliklərə səbəb oldu. Daha dəqiq desək, İnternet media biznesində inqilab yaratdı. Şəbəkə kütləvi informasiya vasitələrinin yayım məkanındakı məhdudiyyətlərini aradan qaldırdı, informasiyanın hazırlanması və yayılması xərclərini minimuma endirdi, informasiyanın minimal vaxtda yenilənməsi və çatdırılmasına sərf edilən müddəti azaltdı, istənilən həcmdə informasiyanın yerləşdirilməsi imkanlarını yaratmaqla media bazarında əhəmiyyətli yer tutdu. Bununla İnternet təkcə yeni KİV yaratmadı, həm də ənənəvi KİV-i dəyişməyə sövq etdi. Bu gün İnternet-media yeni cəmiyyətin təşəkkülü və bərqərar olmasında mühüm hədəflərdən olan cəmiyyətin informasiyalaşdırılması, informasiya və bilik bazarının yaradılması, azərbaycandilli İnternet resurslarının zənginləşdirilməsi, milli-mənəvi irsimiz və mədəniyyətimizlə bağlı materialların virtual məkanda daha dolğun şəkildə yerləşdirilməsi, həmçinin elektron KİV-in, sosial medianın vüsət alması, vahid milli elektron informasiya məkanının formalaşdırılması və qlobal informasiya fəzasına inteqrasiya proseslərinin həyata keçirilməsində mühüm rol oynayır.

İnternet-media yeni cəmiyyətin tələblərinin vüsət alması, geniş auditoriyaya çatdırılması, həyat səviyyəsinin yaxşılaşdırılmasında İKT-nin rolu

və s. ilə bağlı insanların maarifləndirilməsi sahəsində güclü təbliğat və təşviqat vasitələrindən biridir. Ümumiyyətlə, istənilən cəmiyyətdə gedən proseslərdə, cərəyan edən hadisələrdə, bir sözlə, müasir cəmiyyətin inkişafında İnternet-medianın rolu durmadan artmaqdadır.

Onlayn-media informasiya cəmiyyəti şəraitində xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, biliklərin rolunun, informasiya sektorunda çalışanların sayının, ümumdaxili məhsulun tərkibində informasiya sektorunun payının artması həm də İnternetin, elektron mətbuatın təsiri nəticəsində cəmiyyətin informasiyalaşması ilə xarakterizə olunur. Bu baxımdan, ümumiyyətlə KİV müasir cəmiyyətdə ilkin informasiya istehsalçısı kimi mühüm yer tutmaqla, informasiya cəmiyyətinin formalaşması və inkişafında xüsusi rol oynayır.

Müasir dövrdə dünyanın informasiya mənzərəsini dəyişən elektron informasiya agentlikləri, e-qəzetlər, e-xəbər saytları və portalları, İnternet-TV, İnternet-radio mükəmməl imkanlara malikdirlər. Məhz İnternet-medianın imkanları sayəsində artıq dünyada cərəyan edən hadisələri, siyasi arenada gedən münaqişələri, ən yeni xəbərləri izləmək olduqca asan bir prosesə çevrilib. Əgər əvvəlki dövrlərə nəzər salsaq, görərik ki, yarım əsr bundan öncə beynəlxalq hadisələri, xəbərləri işıqlandırmaq indiki kimi asan deyildi. Müxtəlif ölkələrlə əlaqələr saxlamaq çox vaxt fiziki cəhətdən iştirakı tələb edirdi. Hadisələrdən xəbər tutmaq üçün jurnalist sözün hərfi mənasında bu hadisələrin içində olmalı, informasiyanı qəzetə ötürmək üçün isə əksər hallarda redaksiyaya qayıtmalı idi. Lakin o illər artıq arxada qalıb. Jurnalistikanın siması yetrəli qədər dəyişib. İnformasiya texnologiyaları sahəsində ixtiralar, inqilabi çevrilişlər xəbərlərdən məsafədən xəbər tutmaq imkanı yaradıb.

Bu gün jurnalist cəmi bir neçə dəqiqəyə "ümumdünya hörümçək toru"nda axtarış aparmaqla elə bir informasiyanı aşkar edə bilər ki, halbuki 10 illər bundan əvvəl bu informasiyanı əldə etmək ondan baha başa gələn şəhərlərarası və beynəlxalq danışıqlar aparmağı, həmçinin digər prosesləri tələb edə bilərdi. Bundan əlavə, qlobal şəbəkə istənilən insandan real danışıq aparmadan "qiyabi" (red. - virtual) müsahibə götürmək, xəbər mənbəyi ilə bu və ya digər səbəbdən telefonla danışmaq mümkün olmadığı təqdirdə isə e-poçt vasitəsilə əlaqə saxlamaq imkanı yaradıb.

"Ümumdünya hörümçək toru"nun imkanlarından müxtəlif siyasi, ictimai, iqtisadi və s. proseslərin açıq-aşkar işıqlandırılması üçün də istifadə edilə bilər. Məsələn, Cənubi Koreyanın "OhmyNews" şəbəkə informasiya agentliyi 2002-ci ildə prezident seçkilərinə aktiv şəkildə qoşularaq onun gedişatına da təsir etdi. Həmçinin Yuqoslaviya prezidenti Slobodan Miloşeviçin hakimiyyətdən uzaqlaşmasına gətrib çıxaran siyasi çevriliş zamanı "B-92" müstəqil teleradioşirkətin radio və televiziya studiyasını hakimiyyət ələ keçirəndən sonra da şirkət yayımını davam etdirmək üçün İnternetdə "B2-92" adı ilə öz veb-səhifəsini açdı [24].

İnternet mühitində təkcə jurnalist deyil, auditoriya da informasiya istehsalı və mübadiləsində iştirak edir. Qeyd etmək lazımdır ki, İnternet

medianın yeni, universal sahəsi kimi informasiyanı növ, forma və janr baxımından daha rəngarəng və maraqlı edir. Multimedia və hipermətn özəlliyinə malik olan İnternet informasiyanı təqdimat-təsvir baxımından daha zəngin, əhatəli və dolğun formaya salır.

Qərb mütəxəssislərinin təbirincə desək, rəqəmsal əsr jurnalistlər üçün tamamilə yeni mühit yaradıb. Jurnalistlər radio və televiziya ilk dəfə meydana gəldiyi dövrdə olduğu kimi yeni iş şərtlərini, kibernəkanda informasiyanın, faktların axtarışı və təqdim edilməsi vasitələrini daha dərindən öyrənirlər. "Artıq elə bir dövr yetişib ki, hər gün öz üzərində işləmədən, yeni media texnologiyalarını mənimsəmədən irəli getmək, rəqabətə davam gətirmək mümkün deyil. Ümumiyyətlə, informasiya cəmiyyəti ənənəvi jurnalistika və İnternetin, kommunikasiyaların və distant texnologiyaların inteqrasiyasını tələb edir" [9, 14].

Bu gün əksər media müəssisələri İnternetdə saytların yaradılmasını müasir bazar strategiyasının mütləq elementi hesab edirlər. İri KİV-lərin əksəriyyətinin öz saytları vardır ki, burada qəzet və jurnalların onlyn-versiyaları, ayrıca məqalələr, nömrələrin materiallarının və ya proqramların anonsları, xəbərlərin və redaksiya materiallarının müzakirəsi üçün forumlar, KİV, jurnalistlər, proqramlar və s. haqqında informasiya yerləşdirilib. Telekanallar saytda xəbər süjetlərini yerləşdirirlər. Bəzi telekanal və radiostansiyalar öz tamaşaçı və dinləyicilərinə İnternet-yayımın imkanlarını təqdim edirlər. Bu gün bir çox milli radiostansiyaları dünyanın istənilən nöqtəsində İnternet vasitəsilə dinləmək, televiziya kanallarının İnternet-translyasiyasına baxmaq olar. Öz saytlarını İnternetdə KİV-in bütün növləri üzrə mediamüəssisələr – telekanal, radiokanal, qəzet və jurnallar yaradırlar.

İnternetdə KİV-i 2 növə ayırmaq olar – klassik offlayn-KİV-in onlayn analoqu və müstəqil İnternet-KİV. İnternetin inkişafının ilk dövrlərində onlayn-KİV-in əksəriyyəti sadəcə olaraq offlayn-medianın versiyalarını (telekanallar, qəzetlər və s.) təqdim edirdi. Lakin bu gün media məhsulu olan müstəqil İnternet-KİV-lər daha çox yayılır. Əgər əvvəllər offlayn-KİV-in təqdim etdiyi informasiya onlayn versiyalarda təkrar edilirdisə, bu gün offlayn-KİV daha çox İnternet-nəşrlərdə olan materiallardan istifadə edir. Onlayn-KİV ənənəvi KİV-lə müqayisədə bir çox üstünlüklərə malikdir. Onlayn-KİV-in ilk üstünlüyü onun hipermətnliyindədir. Bu üstünlük imkan verir ki, praktiki olaraq dərhal bir KİV-dən digərlərinə keçəsən. Misal üçün, onlayn-qəzetdən onlayn-radio və ya TV-yə.

İkinci üstünlüyü – hərtərəfli axtarış imkanıdır. Kağız nəşrdən və ya telexəbərlər buraxılışından KİV-in bizə bir gün və ya bir həftə bundan öncə nə təklif etdiyini bilə bilmərik. Serverdə arxivin mövcudluğu isə istifadəçiyə vəsait xərcləri və vaxt itkisi olmadan əlavə informasiya almağa imkan verir.

Üçüncü üstünlüyü – istehsal dövrünün olmamasıdır ki, bunun da sayəsində məzmun məhsulunun yaradılması ilə onun bazara çıxarılması arasında ləngimə yoxdur. Qəzet istehsalında nəşrin maketi tipoqrafiyaya göndərildikdən sonra redaksiyaya daxil olan xəbərin çap olunması minimum bir günə başa

gələcək. Televiziya təcrübəsində xəbərlərin fövqəladə buraxılışı üçün proqramın dayandırılması nadir hallarda baş verir. Onlayn-qəzet üçün isə yeni informasiyaya dərhal reaksiyanın verilməsində heç bir maneə yoxdur. Növbətçi redaktor saytı istənilən vaxtda və istənilən yerdə yeniləyə bilər. Bununla belə, onlayn-KİV-in funksional üstünlüyü həm də onun qənaətindədir. Praktiki olaraq bir nəfər məzmunun yenilənməsinə nəzarət edə bilər, KİV-in özü isə tipoqrafiya və ya yayımçılara əlavə xərc çəkməməlidir, yayımın ardıcıllığını pozmamalıdır.

Bazar iqtisadiyyatı şəraitində KİV-in digər funksiyalarının sırasına kommersiya funksiyası da əlavə olunur. Bu şəraitdə informasiya istehsalında digər dəyərlərlə (mənəvi, ideoloji və s.) yanaşı iqtisadi dəyərlər də önə çıxır. İnternet mühitində informasiya istehsalının maya dəyərinə daxil olan yığım, korrektə, yayım və s. kimi xərcləri xeyli ucuzlaşır. Həmişə olduğu kimi informasiyanın ilkin istehsalı baha olur, sonradan onun surətinin çıxarılması, yayılması çox ucuz başa gəlir. İnternet-mediada kontentləri yadda saxlamaq mümkün olduğuna görə onları arzu edən insanlara həm ənənəvi, həm də elektron kommersiya texnologiyasının köməyi ilə onlayn rejimdə satıb gəlir əldə etmək olar. Bu isə həmin kontentlərin meydana gəlməsində zəhməti olmuş müəlliflərin, yaradıcı və texniki dəstək qrupunun əmək haqqının ödənilməsi və maddi baxımdan həvəsləndirilməsi üçün çox əhəmiyyətli iqtisadi mexanizm kimi İnternet-mediaya mühüm imkanlar yaradır [5;22].

İnternet-medianın daha bir gəlir sahəsi veb-saytlarda əlavə xidmətlərin yerləşdirilməsi ilə bağlıdır. Məsələn, İnternet-media öz biznes strategiyasını əlavə gəlir mənbələrinin əldə edilməsinə, diversifikasiya fəaliyyətinə yönəldə bilər. Bu, həm də informasiya cəmiyyətində KİV-in transformasiyasının bir istiqamətini təşkil edir. Məsələn, İnternet-mediada yüksək ixtisaslı proqramçılar cəmləşir və onlar digər firmalar üçün proqram təminatı ilə bağlı xidmətlər göstərə bilərlər. Eləcə də, yüksək səviyyəli jurnalist-analitiklər kontent-analiz fəaliyyəti ilə məşğul olaraq marketinq, konsultasiya xidmətləri təşkil edə bilərlər. Həmçinin veb-nəşrin arxivi, loq-faylları, oxucu şərhləri müxtəlif təyinatlı marketinq tədqiqatları üçün çox dəyərli material kimi tələbat olan tərəflərə satıla bilər.

İnternet-media reklam fəaliyyəti sahəsində də ənənəvi analoqlarından daha üstün mövqeyə malikdir. Reklam, kontent satışı, həmçinin müştərilərin verilənlər bazasının satışı onlayn-KİV-in əsas gəlir mənbəyidir. Müasir dövrdə İnternet-media reklamverənlər üçün daha cəlbedici olmağa başlayıb. Çünki İnternet-medianın auditoriyası daha genişdir, əsasən, böyük istehlakçı potensialına malik olan, iri şəhərlərdə yaşayan, təhsil alan gənclərdən ibarətdir. Bundan başqa, İnternet-media ənənəvi analoqları ilə müqayisədə daha əlyetərlidir və daha az xərc tələb edir. Həm də nəzərə almaq lazımdır ki, İnternet istifadəçilərinin sayı çox yüksək sürətlə artır, mobil telefon və digər elektron qurğular vasitəsi ilə İnternetə daxil olmaq imkanları genişlənir. Bütün bunların müqabilində dünyanın hər yerində İnternet trafikinin qiyməti sürətlə aşağı

düşür. Reklamverənlər üçün İnternetin ən cəlbedici tərəfi isə bu virtual məkanda reklam xidmətlərinin qiymətinin daha ucuz olmasıdır.

Məsələn, müasir innovativ texnologiyaların dinamik inkişaf etdiyi Yaponiya reklam biznesi sahəsində dünyada aparıcı ölkələrdən biridir [21]. Bu bizneslə ümumilikdə 65 mindən artıq işçisi olan 4 minə yaxın reklam agentliyi, 100-dən artıq qəzet və 3 min jurnal, 80 radiostansiya, həmçinin reklam xarakterli informasiyanı yayan 100-dən artıq kabel televiziyası məşğul olur. Yaponiyada qəzet, jurnal, televiziya və radio reklamından başqa reklamın bir çox digər növləri də mövcuddur: dayrekt meyl - (ing. direct – birbaşa, mail – poçt/məktub – birbaşa poçt reklamı) reklam üsullarından biridir: reklam materiallarının konkret potensial alıcılara, sifarişçilərə poçt vasitəsilə birbaşa göndərilməsi, reklam vərəqələri, küçə reklamı, nəqliyyatda reklam, telefon soraq kitabçası, satış yerlərində reklam.

Qeyd etmək lazımdır ki, Yaponiya mətbuatında bütün reklam elanları Qəzet Reklamı Kodeksi və qəzetlərin reklam fəaliyyətinin etik kodeksi ilə nizamlanır.

İnternetdə reklamın üstünlükləri:

Hipermətnlilik reklamverənlərə məhsul və ya xidmət haqqında istənilən qədər informasiyanın yerləşdirilməsinə imkan verərək qeyri-məhdud sayda imkanlar təqdim edir;

qeyri-məhdud sayda vasitələrdən – mətn, qrafik, audio, videodan istifadə imkanı;

reklam xarakterli informasiyanın tez və xərc itirmədən yenilənməsi.

Kontent (məzmun) satışı. Onlayn-KİV üçün bu gəlir əldə etmək üsulu zaman ötdükcə mühüm əhəmiyyət kəsb etməyə başlayır. İnternet-istifadəçilərinin böyük əksəriyyəti – korporasiyalar və sıravi istifadəçilər etibarlı, operativ və çoxtərəfli informasiya mənbələrinə çıxış əldə etmək üçün ödəniş etməyə hazırdılar. Jurnalların İnternet-versiyalarının əksəriyyəti öz istifadəçilərinə nömrədəki məqalələrin yalnız anonsunu təklif edir və yalnız bir neçə məqaləyə açıq çıxış imkanı verir. Yerdə qalan digər məqalələrə çıxışa görə isə oxucu pul ödəməlidir. Arzu edənlər həmçinin pulu ödəməklə nəşrlərin elektron arxivinə də çıxış əldə edə, nəşrin istənilən sayından istənilən məqaləni sifariş edə bilərlər. Bəzi İnternet-nəşrlər informasiya agentliyi rolunda çıxış edərək informasiyanı offlayn-KİV-ə satırlar. Məzmunların hazırlanması üzrə ixtisaslaşan veb-saytlar öz gəlirlərinin 25%-ni kontent satışından əldə edirlər. Bu kimi saytlara misal olaraq onlayn-KİV, informasiya portalları və nəşr saytlarını göstərmək olar. Kontent geniş publikaya, xüsusi seçilmiş hədəf qruplarına satılır. Müəyyən kontentə çıxış əldə etmək üçün pul ödəməyə hazır olan insanların sayı isə keçdikcə daha da artır. Bu zaman ödəniş imkanları da artır – plastik kart sahiblərinin sayı çoxalır, yeni elektron ödəmə və e-pul sistemləri yaranır.

Bu gün İnternet-KİV-lər kommersiya cəhətdən sərfəli layihələrə çevrilirlər. Bir çox biznes-strukturlar İnterneti səmərəli vəsait yatırımı kimi nəzərdən keçirirlər. Analitiklərin proqnozuna görə, İnternetə qoyulan mayanın həcmi getdikcə digər

mətbu vasitələrə qoyulan mayanı ötəcək. İnternet gündəlik həyatımızda daha çox yer tutduqca, bir o qədər də kommersiya strukturlarında böyük maraq yaradacaq.

Göründüyü kimi, zaman, məkan anlayışını aradan qaldıran, informasiyanın operativ ötürülməsində misilsiz imkanlara malik olan yeni media bu gün cəmiyyət həyatında mühüm yer tutur, demokratik dövlət və vətəndaş cəmiyyəti quruculuğunun inkişafını şərtləndirən əsas amil kimi söz, məlumat və özünüifadə azadlığının təminatında vacib rol oynayır.

ƏDƏBİYYAT

Azərbaycan dilində

1. "Azərbaycan Respublikasında rabitə və informasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə 2010-2012-ci illər üçün Dövlət Proqramı (Elektron Azərbaycan)"
2. "Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya"
3. Babayev Z., Vəliyev Ş. "Azərbaycanda İnternet jurnalistikası: tarixi və perspektivləri", B., 2007, 197 s.
4. "Bakıda internet medianın informasiya təhlükəsizliyi məsələləri müzakirə olunub". "Yeni Azərbaycan" qəzeti, 5 fevral 2014.
5. Əliquliyev R., Valehov C. və Mahmudov R. "İnternet-jurnalistikanın formalaşmasının bəzi aspektləri". Ekspres-informasiya. Bakı 2008., 32 s.
6. Gündüz O. "Jurnalistlər üçün informasiya texnologiyaları".Bakı,2009.101 s.
7. **Həsənov Ə. "Azərbaycan Respublikasında informasiya fəaliyyəti və təhlükəsizliyi siyasəti". "Geostrategiya" jurnalı.** Bakı, 2014. № 1.
8. Məmmədli C."Jurnalistikanın nəzəriyyəsi və təcrübəsi", Bakı 2012, 614 s.
9. Məhərrəmli Q.M. "Kütləvi kommunikasiya və dil". Dərs vəsaiti. Bakı, 2008. 208 s.

Rus dilində

10. ЗасурскийЯ.Н."Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации",Журнал "Информационное общество",2001,вып. 2.
11. Лукина М.М., Фомучева И.Д. "СМИ в пространстве Интернета", учебное пособие, М. 2005, 87 с.
12. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева, М., 2003. 464 с.
13. Машкова С.Г. Интернет-журналистика. Учебное пособие. Тамбов, 2006, 80 с.
14. Михайлов С.А. "Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы". М., 2002, 446 с.

İngilis dilində

15. Deniz Bokesoy. "E-newspapers: Revolution or Evolution?", "Open Journal Systems Help", 2008, p. 158
16. Ken Doctor. "Newsonomics: Twelve New Trends That Will Shape The News You Get", 2010, p. 240

İnternet resursları

17. www.hypermedia.univ-paris8.fr
18. www.bashinform.ru
19. www.gtmarket.ru
20. www.emag.iis.ru
21. www.read.virmk.ru
22. www.mediasprut.ru
23. minsvyaz.ru
24. www.immigrantclub.net
25. www.takegrandprix.ru