

YENİ MEDIADA YENİ İXTİSASLAR

РЕЗЮМЕ

Мультимедийность, объединяет разные модальности восприятия информации и способы регенерации смыслов в разных знаковых системах. Мультимедийная история в интернет-СМИ становится барьером на пути роботизации и автоматического генерирования новостных сообщений (чем опасен, например, компонентный авторинг), которые выхолащивают суть и смысл журналистской деятельности. При этом выбор жанра, стиля и языка публикаций в Интернет находится в зоне ответственности редакции издания и является частью реакционной политики, однако в открытом интернете сам вопрос о наличии редакции и осуществления редактирования решается далеко не однозначно.

Любая публикация в интернете может быть отнесена к массовой информации, а ее автор может быть назван журналистом.

Трудно также говорить о полноценной редакторской работе в авторских журналистских проектах, где сам автор на собственном сайте определяет политику публикаций, своих и своих единомышленников.

Ключевые слова: Интернет-журналистика, Новая медиа, авторинг, мультимедиа, лонгрид, сторителлинг

SUMMARY

Multimedia, for example, combines different modalities of perception of information and ways of regeneration of meanings in different sign systems. A multimedia story in online media becomes a barrier to robotization and automatic generation of news messages (which is what constitutes component authoring, for example), which erase the essence and meaning of journalistic activity. In this case, the choice of genre, style and language of publications on the Internet is in the area of responsibility of the editorial board and is part of the reactionary policy, but on the open Internet, the question of the availability of editorial and editing is far from clear.

Any publication on the Internet can be referred to the mass media, and its author can be called a journalist.

It is also difficult to talk about a full-fledged editorial work in authoring journalistic projects, where the author himself on his own site determines the policy of publications, his and his associates.

Keywords: longread; long-form journalism, storitelling, to tell

Səlahiyyətli avtorinq, multimedia hadisəsi, lonqrid, storitelling

Məlum olduğu kimi, xəbər jurnalistikasının ən geniş yayılmış janrı sərhdirdir. O, hadisənin mahiyyətə qısa açıqlanması imkanlarını birləşdirir, xəbər jurnalistikasının özünü isə bütövlükdə jurnalistikanın özəyi saymaq olar. Qeydin faktikilik imperativi jurnalist təcrübəsinə səlahiyyətli avtorinq texnologiyalarının tətbiqinin genişləndirilməsini, yəni kompüter sistemlərinin köməyi ilə nə baş vermişdir?, harada?, nə vaxt? və kim iştirak etmişdir? suallarına qiymətləndirməmiş cavablar formalaşdırılmasının tələb olduğu qeydlər formalaşdırılmasını doğurur. Jurnalistə (yaxud aotiq redaktora) yalnız toplanan faktlardan hansının açıqlanmağa layiq olduğunu, yəni gündəliyə uyğunluğunu müəyyənləşdirmək və onlardan günün ümumi mənzərəsini tərtib etmək qalır.

Bələklə, efirə aşkar yalanların düşməsi rəsiq, həqiqətən, azalır. Əlbəttə, belə bir vəzifə əvvəldən qoyulursa.

Qeydin auditoriya üçün üstünlükləri göz önündədir: son zamanlar dəyişənlərlə tez və ətraflı tanışlıq. İnternet-jurnalistikada xəbər axınına təkə öz məqsədli auditoriyalarının deyil, istifadəçilərin fərdi profillərinə uyğun şəkildə qurmaq imkanları da yaranır. Başqa sözlə, hər kəs yalnız ona maraqlı olan informasiyanı izləmək imkanı qazanır. Bununla belə, informasiya qeydi yalnız ona maraqlı olan informasiyanı izləmək imkanı qazanır. Bununla belə, informasiya qeydi yalnız ona maraqlı olan informasiyanı izləmək imkanı qazanır. Bununla belə, informasiya qeydi yalnız ona maraqlı olan informasiyanı izləmək imkanı qazanır.

Lakin yeni texnoloji imkanlar informasiya qeydinə bütün bunları, o cümlədən analitikani, dəyərlandırmanı, normalaşdırmanı, tövsiyə edilənliyi, proqnozlaşdırmanı mənimsəməyə imkan verir. Doğrudur, bu artıq heç də tam informasiya qeydi deyil, storitelling¹, lonqrid² və ya «multimedia hadisəsi» adlandırılmalı bilən olacaq.

Başqa sözlə, informasiya qeydlərinin diskursiv çevrələrinə paradoksal şəkildə narrativ (təhkiyələr, hadisələr) daxil edilir. Həm də oxucuya seçim imkanı verilir: ya bir qayda olaraq, iri şriftlə fərqləndirilmiş əsas informativ məlumatları ötəri (diaqonal üzrə) nəzərdən keçirmək, ya da onun multimedia genişlənmələrinin öyrənilməsinə baş vurmaq. Bələklə, istənilən xəbər istifadəçinin özü tərəfindən teleqraf lenti formatında sıxlaşdırıla, ya da tammetrajlı sənədli, yaxud bədii film miqyasına qədər genişləndirilə bilər. Hesab edilir ki, ilk multimedia hadisəsi The New York Times «Snow Fall» («Qar uçqunu») komandasının 2012-ci ildə işıq üzü görün layihəsi olmuşdur. 16 xizəkçi Vaşinqton yaxınlığında Kaskad dağlarında qar uçqununa düşmüşdülər. Bu hadisə haqqında nəşr fotoskillər, video və interaktiv qrafikadan istifadə etmişdi ki, bu, hadisənin uğurla qavranılmasını «iştirak effektinin» yaranmasına, yəni onun şəxsi olay kimi yaşanmasına qədər əhəmiyyətli dərəcədə gücləndirmişdir.

A. Qradyuşkonun fikrinə, «getdikcə daha çox yayılaraq, vizual informasiya müasir media sahəsində mətnin informasiyanı ötürmək üzərində monopoliyasını pozur»³. Multimedik hadisə jurnalistikanın ümumi prinsipini – hadisələrlə zənginliyin təmin edilməsini, baş verənlərlə əlaqəli olmanı gerçəkləşdirir, jurnalistikanın arsenalında isə auditoriya təsirini yeni yüksək texnologiyalı təsvir və ifadə vasitələri meydana çıxır. Bu zaman informasiya texnologiyaları xəbərlərin yeni jurnalist formalarının artışı təşəbbüsünü davam etdirir, jurnalist mətnində məzmun dəyişikliklərinə və janr palitrasının zənginləşməsinə əks təsir göstərir.

Multimedialıq, məsələn, müxtəlif işarə sistemlərində informasiyanın qavranılmasının müxtəlif modalıqlarını və mənalarnın regenerasiyası üsullarını birləşdirir. İnternet-KİV-də multimedik hadisə xəbər məlumatlarının jurnalist fəaliyyətinin mahiyyəti və mənasını bayağılaşdıraraq robotlaşdırma və avtomatik qenerasiya qarşısında (məsələn, komponent avtorinqi bununla təhlükəlidir) maneəyə çevrilir.

Müəllifin özünün öz saytında şəxsi və həmfikirələrinə məxsus nəşrlərin siyasətini müəyyənləşdirirdiyi jurnalistik müəllif layihələrində də dolğun redaktor işindən danışmaq çətindir.

İstənilən internet-nəşri kütləvi informasiya vasitələrinə aid etmək olarmı? Ya da bir qədər başqa cür – redaksiyanın mövcudluğu KİV-in imperatividirmi? Fikrimizcə, bu və ya digər internet-resursu KİV-lərə aid edərək başqa meyarlara əldə rəhbər tutmaq lazımdır. Odur ki, şəbəkə KİV-ində redaksiyanın olması arzu ediləndir, lakin heç də məcburi deyil. Redaksiyanın olmaması redaktor funksiyalarının icrası zərurətinin olmamasına dəlalət etmir. Onlar, sadəcə, müəlliflərin və ya nəşrlərin üzərinə qoyulur, yəni hətta olmayan redaksiyanın funksiyaları da de-fakto qalır.

Nəşriyyat sözlük-sorğu kitabında⁴ redaktə aşağıdakı kimi müəyyənləşdirilir:

1. Əsas məqsədi nəşr üçün nəzərdə tutulmuş əsərin təhlili əsasında onun ictimai dəyər dərəcəsinin, yəni məzmun və formasının ictimai, sosial-funksional təyinatına və oxucu ünvanına uyğunluq dərəcəsinin müəyyənləşdirilməsi olan proses.

2. dövrü və ya davamlı nəşrin hazırlanması və buraxılışına rəhbərlik.

Bu prosesin təşkilatçısı, əlaqələndiricisi kimi, redaksiya kütləvi informasiya fəaliyyətinin kommunikativ funksiyasının həyata keçirilməsini təmin edir. Bu prosesdə, qarşılıqlı şəkildə qovuşaraq, funksiyaların bir neçə əsas qrupu iştirak edir.

Birinci qrup funksiyalar xəbər. Analitik və bədii-publisistik jurnalistikaya məxsusdur. Funksiyaların ikinci qrupu redaksiya fəaliyyəti hüduqlarında, informasiyanın toplanması, seçimi, emalı, qruplaşdırılması, montajı proseslərində həyata keçirilir (elmi, ədəbi, bədii, texniki redaktə).

Təbii ki, bütün bunlar yalnız redaksiyalarn fəaliyyətin müxtəlif sahələrinin informasiya mənbələri, bilik istehsalçısı və informasiya məhsullarının istehlakçıları qismində çıxış edən təmsilçiləri (oxucular, televiziya tamaşaçıları, radio dinləyiciləri və kütləvi informasiyanın başqa istifadəçiləri) ilə geniş əməkdaşlığı şəraitində mümkündür.

Üçüncü qrup redaksiyanın işinin təşkilini, onun menecment və marketinqini təmin edir.

Birgə yaradıcılıq fəaliyyətinin gedişində redaksiya çevrəsi idraki, dəyərləndirmə-yönləmə və təşkilati proseslərin bir çox iştirakçısını birləşdirir.

Bütövlükdə demək olar ki, redaksiya fəaliyyətinin obyektləri informasiya-kommunikasiya məhsullarıdır: biliklər, rəylər, praktik təcrübə, dəyər sistemləri, siyasi, iqtisadi və digər təşkilatların sənədləri və s. Bunlar informasiya məhsullarının – qəzet, jurnal, televiziya və radio verilişləri, kitab məhsulları, internet-saytlar və i.a. istehsalı üçün təməldir. Redaktənin elmi, ədəbi, bədii, texniki növləri fərqləndirilir. Redaktə həmçinin nəşrlərin, televiziya və radio proqramlarının, internet-nəşrlərin hazırlanması və buraxılışına da nəzərdə tutur.

Veb-səhifələmə və veb-masterinq redaktəyə aiddirmi?

Bir tərəfdən, informasiyanın dizayn və interaktiv elementlərini ehtiva edən veb-obrazı, əmin olduğumuz kimi, kontentin önəmli tərkib hissəsidir, yeni nəşrin anlamına önəmli təsir göstərir və deməli, onun formalaşdırılması elmi və ya ədəbi redaktorun səlahiyyətinə aiddir. Digər tərəfdən, bu elə bədii və texniki redaktorların məsuliyyət dairəsidir. Üçüncü tərəfdən, veb özünəməxsus özəlliyə malikdir. Bələklə, de-fakto redaktənin daha bir növü meydana çıxır: veb-redaktə. Veb-səhifələrin çapa hazırlanması üzrə əsas funksiyalar da elə onun üzərinə qoyulacaqdır.

İnternetin meydana çıxması ilə bunu aşağıdakı şərtlərlə tamamlamaq lazımdır.

1. Kütləvi informasiyanın istehsalı artıq müstəsna olaraq peşəkar jurnalist birliyinin hüququ deyil.

2. Kütləvi informasiya ikikomponentli törəmə kimi meydana çıxır: 1) informativ yayım komponenti; 2) kommunikasiya komponenti. Deməli, kütləvi informasiya kütləvi kommunikasiya kateqoriyasına keçir.

3. Xəbərlər hipermətn strukturu kəsb edir. Xəbər gerçəkliyin əksi olduğundan, KİV-lər hipermətn gerçəkliyin poliontoloji mahiyyətini görməyə yardımçı olur. Bu zaman onlar özləri də təbii etibarilə hipertmətni olan kütləvi kommunikasiya sistemina çevrilir.

Kütləvi kommunikasiya sistemində redaksiya yarım sistemlərini fərqləndirmək mümkündür: qəzet, jurnal, kitab, radioyayım, teeviziya və İnternet redaktə sistemi.

Veb-redaktə sisteminin funksiyası hipermətn informasiya resursları yaratmaq, dəstəkləmək və onları yeniləməklə onların başqa resurslar və onların istehlakçıları ilə əlaqələrini telekommunikasiya texnologiyalarının müasir səviyyəsinə istiqamətlənmək təmin etmək.

Veb-nəşrin vəzifələrindən asılı olaraq, veb-redaksiya müxtər qurum və ya mediaholdingin yarımstrukturuna ola bilər. Məsələn, adi qəzetin vəzifəsi nəşr olunan materialların kalkalaşdırılması ilə məhdudlaşan veb-saytın bu şəkildə işləməsi mümkündür. Redaksiya üçün ənənəvi mütəxəssislərdən başqa, veb-saytın qərarqahı veb-dizayn sahəsində mütəxəssislər, proqramçılar (vəb-proqramlaşdırma dilləri və məlumat bazaları ilə işlə tanış olan), saytın informasiya təhlükəsizliyini təmin edən əməkdaşlarla, saytın təbliğinin həvalə edildiyi əməkdaşlarla, saytın ziyarətçiləri ilə yazışmaya məsul olan əməkdaşlarla, texniki dəstək xidməti əməkdaşları ilə, saytın daimi ziyarətçiləri ilə (jurnalistlər və oxucular) və i.a. təmin edilir. Baş redaktordan başqa, resurslardan istifadəyə resursun işinin iş qabiliyyətli olmasını və texnoloji xarakteristikalarının müvafiqliyini təmin edən administratoru da cavabdehdir.

Bundan başqa, redaksiyalarda (yalnız veb-nəşrlərin deyil) tamamilə yeni mütəxəssislərə tələbat yaranır. Belə ki, məsələn, Center for Sustainable Journalism qeyri-kommersiya təşkilatının fikrinə, on yaxın vaxtlarda istənilən KİV-in peşə landsaftı aşağıdakı mütəxəssislərlə tamamlanacaq: