

Səbinə Vəqif qızı İzzətli
Türkiyənin Kadir Has Universitetinin
Yeni media proqramı üzrə magistrantı
E-mail: sabina.izzatli@gmail.com

UDC 070

KONVERGENT JURNALISTIKA PARADİQMALARI

Xülasə: Bu məqalə yeni media dövründə konvergensiya prosesi ilə bağlı bir sıra təriflərə nəzər salmaq məqsədi daşıyır. "Yeni media, yoxsa ənənəvi media?" deyə dünya mediasında xeyli vaxtdır müzakirələr başlayıb. Burada "yeni" kəlməsi, əsasən, yeni imkanları tanımaq üçün istifadə olunur, yeni məsələ yeni mediaçı və ya ənənəvi mediaçı olmaqdan gəlir. Məsələ dəyişmək, uyğunlaşmaq və ayaqda qalmaqdan gəlir, yeni konvergensiya. Artıq jurnalistlərin iş prinsipləri dəyişib. Sosial media sayəsində "mən yazıram, sən oxuyursan!" kimi hökmlər geridə qalıb. Xəbər istehsal edənlərlə onu alanlar arasındakı sərhəd çoxdan incəlib. Bu dəyişiklik özü təfəkkürlərə bir etiraz notu da gətirib. "İllərin jurnalistləri" ayların jurnalistləri"ni qəbul etmək istəmirlər. Çünki ikincilər sosial medianın gücünə inanırlar, onlar bir az dəcəldirlər, tələsirlər və standartlara çox zaman uymurlar və s. Bir sözlə, yeni media jurnalisti olmaq, düşüncə tərzini dəyişmək, jurnalistikaya baxış bucağını genişləndirmək deməkdir.

Açar sözlər: yeni media, sosial media, sinerjiya, konvergensiya, rəqəmsal yerli, rəqəmsal immiqrant.

Sabina Vagif gizi İzzatli

Convergence journalism paradigms

Summary: This article aims to look at a number of definitions of the convergence process in the new media era. "New media or traditional media?" the debate has been going on in the world media for a long time. Here, the word "new" is mainly used to identify new opportunities, it is not a question of being a new media or traditional media journalist. It is a matter of change, adaptation, and convergence. The working principles of journalists have already changed. Thanks to social media, "I write, you read!" such judgments are left behind. The line between news producers and recipients has long been blurred. This change itself has brought a note of protest to the minds. "Journalists of the years" do not want to accept "journalists of the months". Because the latter believe in the power of social media, they are a little bit naughty, in a hurry and often do not meet the standards, and so on. In short, to become a new media journalist means to change the way of thinking, to expand the perspective of journalism.

Keywords: new media, social media, synergy, convergence, digital natives, digital immigrants.

Сабина Вагиф кызы Иззатли
Парадигмы конвергентный журналистики

Резюме: Эта статья направлена на рассмотрение ряда определений процесса конвергенции в эпоху новые медиа. «Новые медиа или традиционные медиа?» дискуссия в мировых СМИ идет уже давно. Здесь слово «новый» в основном используется для обозначения новых возможностей, и речь не идет о том, чтобы быть журналистом новые или традиционные СМИ. Это вопрос изменения, адаптации и конвергенции. Принципы работы журналистов уже изменились. Благодаря социальным сетям «Я пишу, вы читаете!» такие суждения остались позади. Граница между производителями новостей и их получателями уже давно размыта. Само это изменение вызвало в умах ноту протеста. «Журналисты года» не хотят принимать «журналистов месяца». Поскольку последние верят в силу социальных сетей, они немного непослушны, торопятся и часто не соответствуют стандартам и так далее. Короче говоря, стать журналистом новые медиа означает изменить способ мышления, расширить перспективу журналистики.

Ключевые слова: новые медиа, социальные медиа, синергия, конвергенция, цифровые аборигены, цифровые иммигранты.

Giriş

Yeni medianı müxtəlif cür izah edənlər vardır. Bəziləri bunu yalnız texnikanın inkişafı ilə bağlayırlar, digərləri isə daha yaradıcı mühitlə. Əslində, medianın yenidən adlandırılmasına bunların hər ikisi təsir edir. Texnologiya sürətlə inkişaf edir, insanlar bir-birilə fərqli məcrələrdə, fərqli biçimdə ünsiyyətə girir və bu, əlbəttə ki, medianı da yenidən şəkilləndirir. Mövcud dəyişiklik hər ölkədə fərqli cür təzahür edə bilir, bunun səbəbi də mədəniyyətlərin müxtəlifliyidir. İstənilən halda yeni bir çağda yaşayırıq və bu çağın insanı üçün aşağıdakı cəhətlər xarakterikdir:

- Texnologiyadan yaxşı baş çıxarmaq
- Rəqəmsallıq
- Interaktivlik: yaratmaq, paylaşmaq, fikir bildirmək
- Zamansızlıq və məkənsizlik.

Bu hər zaman hər yerdə olan insana ad qoyublar: "rəqəmsal yerli". "Rəqəmsal yerlilər"dən fərqli olaraq, bu əxəlliklər sonradan qavrayanlar da var. Onlar yerli deyil, gəlmələr, yeni "rəqəmsal immiqrantlar"dır. Bir də var, bu dəyişimləri, texnoloji yenilikləri qəbul etməyən mühafizəkarlar.

Öncəliklə, kommunikasiyanın tarixinə nəzər salaq. Əvvəllər bir-bir ünsiyyət qurulurdu, bu şifahi, ağızdan ağıza keçirdi, daha sonra kitab çapının ixtirası ilə yazılı ünsiyyət yaygınlaşdı. Daha sonra telefon və televiziya ilə bu ünsiyyət daha da audiovizuallaşdı. Günümüzə isə Internetin və kompüterin verdiyi imkanlarla kommunikasiya virtuallaşdı. Bu virtual məkan informasiya, kontent və media arasındakı əlaqəni daha da sıxlaşdırdı. İndi rəqəmsallıq, zaman-məkan sərhədsizliyi, interaktivliyin olduğu bir virtual məkandan bəhs edirik. Bu üç element, əslində, elə yeni medianın bel sütunudur. Yeni media

qavramı, əslində, yeni yaşamda individual, sosial, hüquqi, iqtisadi, etik və s. sahələri incələyən akademik anlayışlardır [11].

Yeni medianı tanımağın daha bir yolu da var. Terry Flew buna "3K" deyir. 3K = Kompüter/Informasiya Texnologiyaları (IT) + Kommunikasiya şəbəkələri + Kontent. Bu üç anlayış indi bir-birinə o qədər yaxınlaşıb ki, artıq bunların birləşdiyi nöqtədən – konvergensiya danışıq (Flew, 2008). Media və kommunikasiya nəzəriyyəçisi Trevor Barr da bu üç sahə arasında heç bir sərhəd qalmadığını deyir. Məhz bu sahələrin bir-birinə konvergensiyası nəticəsində yeni media mühiti formalaşmış ki, bu gün həmin mühitin trendlərindən danışırıq. Trevor Barr verdiyi müsahibələrin birində də qeyd edir ki, 20 il bundan öncə TELECOM-un kontentlə heç bir işi, əlaqəsi yox idi. Bu gün isə var [12].

Bu məqamda yeni medianı anlamaq üçün sinerjiya, konvergensiya və transformasiya kimi yeni terminləri izah edək.

Sinerjiya, konvergensiya və transformasiya

Sinerjiya İnternet Texnologiyaları (IT), telekommunikasiya (Telco) və media sənayələrinin qarşılıqlı birləşimi deməkdir. IT və Telco-nun qarşılıqlı sinerjiyası kontenti interaktiv edib. IT və media sənayələri arasındakı qarşılıqlı sinerjiya kontenti rəqəmsal edib və media sənayələri ilə Telco arasındakı sinerjiya kontentə zaman və məkan azadlığı verib. Sinerjiya ilə media konvergensiya arasında gördüyünüz kimi bənzərlik çoxdur. Sadəcə, bu məqamda əsas fərqi bilməyimizdə fayda var. Sinerjiya media ilə əlaqəli olmaya bilər. Burada əsas şərt eyni vaxtda bir neçə məhsulun fərqli formatlarda üzə çıxmasıdır, bu da əslində, həmin məhsulların satışına xidmət edir. Bir sözlə, sinerjiya zamanı bir neçə sənaye birləşib ümumi gəliri artırmaq üçün say göstərir. Məsələn: Film/Soundtrack/Mobil/Oyun... Məşhur "Indiana Jones" məhsulu aşağıdakı formada sinerjiyaya uğrayıb:

- 4 film
- Seriya kitablar
- TV seriallar
- Video oyunlar
- Çoxsaylı oyuncaqlar və s.

Bu məhsullar bir-birini təkrarlamır, hətta tamamilə fərqli formada və içərikdə kütləyə təqdim olunur. Konvergensiya isə sırf mediadaxili çevrilişdir. Bir məhsul (deyək ki, çap olunan qəzet) özünü bir neçə platformada yayımlayır (vəb sahifə, mobil versiya və.s.). Bu mənada film sənayesi belə konvergensiya olur: kinoteatrlarda və ya TV-lərdə baxdığımız filmlər, həm də yüklənən formata çevrilir və biz istədiyimiz yerdə onları yükləyib və ya müxtəlif cihazlarda online seyr edə bilirik. Jurnalistikada bu, o deməkdir ki, jurnalist hazırlayacağı materialı təkcə bir platforma üçün deyil, bir neçəsi üçün hazırlamağın yollarını fikirləşir və ortaya multimedia bacarıqlara söykənən məhsul çıxır. İnsanlar eyni məhsulun həm yazı, həm səs, görüntü, həm də digər vizual elementlərini də əldə edə bilər.

Sinerjiyada söhbət müxtəlif sənayələrin birləşməsindən, bir deyil, bir neçə məhsulun bir marka, brend olaraq satılmasından, populyarlaşmasından gedir [1].

Konvergensiya

IT, Telco və media sənayələrinin üçlü sinerjiyasıdır ki, bu birləşim kiberməkan adlandırdığımız yeni medium yaradıb. Bu məkanda yaradılan kontent rəqəmsal, interaktiv və zaman-məkan azadlığı özəlliyini daşıyır. Konvergensiya prosesi sayəsində kontent daha da interaktivləşib, rəqəmsaldır və zaman-məkan özgürlüyünə sahibdir. İnformasiya (və ya xəbər) əvvəllər olduğu kimi statik deyil. Oxucular/izləyicilərin müdaxilələri (əməkdaşlıqlar, tənqidlər, sorğulamaq və.s.) sayəsində kontent daha da inkişaf edir və daha da şəxslənir. Zaman-məkan azadlığı kontenti hər zaman və hər yerdə ələ çatılan edib və ən nəhayət, rəqəmsallığın sayəsində kontent şəxsləndirilib və virtuallaşdırıla bilər ki, bunun da yayılan kontentin doğruluğuna müsbət və mənfi təsirləri vardır. Jurnalistikada konvergensiya hər hansı rəqəmsal format üçün materialın hazırlanması təcrübəsidir. Konvergent xəbər otaqlarında çapla rəqəmsal istehsalat birlikdə gerçəkləşdirilir.

Transformasiya

Jurnalistikanın yeni mediaa keçməsi üçün yollar və metodologiyaları özündə əks etdirir. Bu sadəcə, çap mediasının planşetə inteqrasiyası deyil, bu həm də ən yeni media formaları sayılan bloqçuluq, viki, axtarış saytları, mobil tətbiqlər, sosial media platformaları və hələ bilmədiyimiz, üzə çıxmayan bir çox platformaların bir-birinə inteqrasiyası deməkdir.

Nəticə

Yeni media dönməsində texnologiyanın sürətlə inkişafı bir çox sahələrə təsir etdiyi kimi jurnalistikadan da yan keçmir. Bu yeniliklər daha çox yeni medianın ən yaygın qolu sayılan sosial mediada özünü büruzə verir. Yeni dönmənin jurnalistləri bu sosial media məcralarını yaxşı tanımalı və bu kanallarda yayılan məlumatların jurnalistikanın yenidən şəkillənməsinə necə təsir etdiyini bilməlidirlər. Bu proses konvergensiya adlanır və dəyişim qaçınılmazdır. Jurnalistikanın istər yazılı, istərsə də audio və vizual məcraları yeni trendlərə ayaq uydurmaya, gələcəyi sual altındadır. Bu gün auditoriyanın tələbləri artıb, artıq interaktiv oxucudan, izləyicidən bəhs olunur. Bu kütlə köhnə məcralardan rahatlıqla qopa bilib və yeni, daha sürətli, əyləncəli, eləcə də sərhədsiz texnologiyaların axınına yönəlib. Odur ki, media sənayesi, jurnalistlər yenilikləri qəbul edib bu transformasiyaya ayaq uydurmağa məhkumdurlar. Artıq "mən yazıram, sən oxuyursan!" dönməsi geridə qaldı.

ƏDƏBİYYAT

1. Aynur Başırli, Xanım Cavadova, Səbinə İzzətli, 2017. "Yeni media jurnalistikası." Avropa Şurası.
2. August E. Grant, Jeffrey S. Wilkinson, 2009. "Understanding Media Convergence: The State of the Field." Oxford University Press.
3. Amy Schmitz Weiss and Vanessa de Macedo Higgins Joyce, 2009. "Compressed dimensions in digital media occupations: Journalists in transformation." <http://jou.sagepub.com> Yayınlanıb: Sentyabr 16, 2009. <http://jour.sagepub.com/content/10/5/587>
4. Ivar John Erdal, 2011. "Coming to Terms with Convergence Journalism: Cross-Media as a Theoretical and Analytical Concept." <http://con.sagepub.com> Yayınlanıb: May 19, 2011. <http://con.sagepub.com/content/17/2/213>
5. Janet Staiger, Sabine Hake, 2009. "Convergence Media History." Routledge.
6. Jason Bainbridge, Nicola Goc, Liz Tynan, 2011. "Media & Journalism: New Approaches to Theory and Practices." Oxford University Press.
7. Jim Macnamara, 2010. "The 21st Century Media (R)evolution." Peter Lang.
8. Robert K. Logan, 2010. "Understanding New Media Extending Marshall McLuhan." Peter Lang Publication.
9. Terry Flew, 2008. "New Media: an introduction." Oxford University Press. (page: 1-4)
10. Trevor Barr-in YouTube kanalında müsahibəsi, Convergence and New media <http://www.youtube.com/watch?v=QzQmDMCgk34>
11. www.slideshare.net/ismailpolat/konradaudenuer-stiftung-tgc-seminer-antalya
12. www.youtube.com/watch?v=QzQmDMCgk34

Rəyçi:

Xatirə Hüseynova,

BDU-nun Yeni media və kommunikasiya nəzəriyyəsi
kafedrasının müdiri, filologiya üzrə fəlsəfə doktoru, dosent