

Sosial media: sərlovhə mətbuatı

Dünyada artıq qəzet oxunmur, deyirlər. Və belə əsaslandırılır ki, artıq qəzet dövrü başa çatıb. Onu sosial media əvəz etmək qüdrətinə sahibdir. Yəni insanlar kütləvi şəkildə sosial şəbəkələrdə olduğundan elə mətbuatı da oradan izləyir, maariflənirlər. Bu platformalarda isə bütün media subyektlərinin yaxşı jurnalistləri də var, yaxşı olmayan da. Yaxşı olanlar az, yaxşı olmayanlar çox olduğundan isə peşəkarlıq kölgə altında qalır. Və ortalığa çıxan məhsullar heç də oxucu zövqünü oxşamır. Ən əsası isə sosial media əsasən xəbər janrına üstünlük verir. Digər qəzet janrları isə qəzet kimi, deyəsən, arxivə yollanmaqdadır. Yəni onların da dövrü başa çatıb. Xəbər janrı isə ümumilikdə yeni bir mətbuat növü ortaya çıxarıb: sərlovhə mətbuatı. Bu barədə danışaq. Görək nədir səhlövə mətbuatı...

Yalnız sərlovhə...

Qəzet oxumamaqdan söhbət gedirsə, guya sosial mediada oxuyanlar çoxdur? Müasir dövrdə insanlar özlərini oxumaq hissindən, zövqündən məhrum ediblər. Bu, istər ənənəvi mətbuat, istərsə də internet mətbuatı olsun, fərq etmir. İndi insanlar məlumatı videolardan görüntülü və səsli almağı sevir.

Bu gün əksər sosial media izləyicisi yalnız sərlovhələri oxuyub keçir. Ona görə də burada da jurnalist peşəkarlığı mətbuat adınının karına gələ bilər. Belə ki, elə sərlovhə seçməyi bacarmısan ki, oxucunu maraqlandırsın və yazının iyerisinə daxil olub oxusun və bəyənsin. Bundan istifadə edən bəzi adını jurnalist qoyanlar isə artıq sərlovhəni "xüsusi bacarıqla" seçməyi qarşılarına məqsəd qoyur ki, bəli, eləsini seçmək lazımdır ki, oxucunu maraqlandırsın və o, yazının iyerisinə təşrif buyursun, bəlkə "like" qazana bilsin. Belə olan halda isə sərlovhə ilə yazı ayrı-ayrı bulaqların suyu olur. Sərlovhədə bəhs olunan məsələdən yazının iyerisində əsər-əlamət olmur. Oxucu sərlovhəyə aldandığı yazıya keçir və orada bu anlaşılmaz vəziyyətlə qarşılaşaraq çıxır, müəllifi yaxşıca söyür və bir də həmin media subyektinə daxil olmamağa özünə söz verir.

Beləliklə, hər gün bir-bir çoxalan xəbər agentlik, sayt və portallarının işi yalnız onların necə işləməsindən asılı olur. Əksər oxucu isə sadəcə sərlovhəni oxuyub keçməklə kifayətlənir. Çünki hər xəbərə görə videolar çəkilir, internet televiziyaları hadisələri səs-



ləndirir və şərh edir. Bu da oxucuları oxumaq əziyyətindən xilas edir və onlar dinləməyi daha müvafiq hesab edirlər. Lakin bu gün qəzet ümumiyyətlə, oxunmur fikrində olanlar bir qədər yanılır. Çünki...

Az da olsa, hələ də qəzet oxuyanlar var...

Bəzən sual veririk ki, qəzet oxuyursunuz? Çoxları cavab verir ki, əlbəttə. Lakin "indi qəzet oxuyan var?" deyənlər də az deyil. Bəli, əvvəlki illərlə müqayisədə qəzet oxumaq defələrlə azalıb insanlar arasında. Nəinki qəzet, həm də kitab oxuyanlar. Elə bu səbəbdəndir ki, ölkədə fəaliyyət göstərən yüzlərlə kitabxana qapısından ayda bir dəfə oxucu içeri keçir, ya keçmir.

Lakin istər qəzet, istər kitab olsun, az da olsa, hələ də oxuyan var. Qəzet oxumaq həm bir alışqanlıq, həm hobb, həm maraqlı dairəsi, əsasən də ziyalıdır deməkdir. Qəzet oxumaq əksər insanlarda həm də bir aclıq



hissidir. Bu mənəvi aclığı onlar yalnız qəzet oxumaqla dəf edə bilirlər.

Texnologiyanın inkişafına, internet mediasının çap mediasından qabaqda olmasına baxmayaraq yazılı mətbuat bəzi insanlar tərəfindən hər zaman əl-əl axtarılır və oxunur. Lakin biz etiraf edək ki, dünyada yaxşıları deyil, pisləri əxz etməkdə birincilik. Bunu geyimimizlə, saçımızla, estetik əməliyyatlarımızla, davranışımızla, yeniliklərə can atmağımızla hər zaman isbatlayırıq.

Dünyada isə hələ də qəzet oxuyanlar var. Həm də inkişaf etmiş ölkələrdə. Məsələn, hesabatlara görə dünyada ən çox qəzet satılan iki ölkə Norveç və Yaponiyadır... Norveçdə hər min nəfərdən 684-ü, Yaponiyada isə hər min adamdan 646-sı hər gün qəzet alıb oxuyur. Tiraj baxımından dünyanın 100 ən böyük qəzetindən 20-si Yaponiyadadır. Onu 18 qəzetlə ABŞ, hər biri 16 qəzetlə Çin və Hindistan izləyir. Maraqlıdır ki, Avropa ölkələri tiraj sıralamasında Hindistandan belə geri qalır... Qlobal tiraj rəqəmlərinə nəzər saldıqda dünyada qəzet oxucularının sayının bir milyardı ötdüyü görünür...

Qonşu Türkiyədə də qəzet oxuyanların sayı az deyil. Bizdə də qəzet oxuyanlar var, həm də tək paytaxtda deyil, regionlarda belə. Redaksiyamıza gələn zənglərə əsasən bunu deyirəm. Hə, regionlardan söz düşmüşkən, biz çap məhsullarımızı regionlara çatdırırıq? Əslində bu işi görə bilsək, onda görürük ki, həqiqətən də çap mediasına maraqlıyıq. Çünki insanlar xəbərle yanaşı, digər janrlarda olan yazıları, təhlil, araşdırmaları da oxumaq istəyirlər. Baxmayaraq ki, internet mediasından sonra qəzet janrlarını da o dünyaya göndərmişik, lakin hələ də əsl jurnalist olanları yaşatmaqdadır. Az olsalar da...

İnternet-xəbər mediası

Bu gün "internet mediası nədir?,"- deyəndə hamının ağına gələn tək xəbərdir. Hər gün agentlik və saytlarda, sosial şəbəkələrdə qarşımıza çıxan minlərlə xəbər var. Bir-birinin təkrarı, bəzən istinadlı, bəzən istinadsız xəbərlər. Bəlkə də bir xəbərle gün ərzində ayrı-ayrı saytlar, sosial şəbəkələrin təqdimatı ilə 10 dəfə qarşılaşırıq. Çünki indi

özü xəbər istehsal edən agentlik və saytlar çox az saydadır. İnsanlara xəbər ötürən "jurnalistlər" özlərinə əziyyət verib yeni xəbər axtarışına çıxmır, oradan-buradan oğurlamaqla xəbər yaradırlar.

Bax, elə tək xəbər əhatə olunduğuna görə də müasir dövrün internet mediasının adı xəbər və sərlovhə mətbuatından savayı heç nə deyil. Yalnız xəbər. Hələ elə xəbərlərlə qarşılaşırıq ki, sadəcə çağırış və reklam xarakterli sərlovhədən və iki aydın olmayan cümlədən ibarət olur. Beləliklə, biz dünyada və ölkədə baş verən hadisələrin yalnız adını bilir. Nə üçün, nə səbəbdən,



hansı əsasla baş verməsindən isə tamamilə xəbərsizik. Beləliklə, bu qənaətə gəlmək olur ki, sosial media xəbərə və sərlovhəyə xidmət edir və izləyicilərə çatdırdığı ən çox budur.

Bunu başqası yox, biz mətbuat işçiləri bu günə salmışıq. Ənənəvi mətbuatda olduğu kimi, internet mətbuatında da çoxsaylı peşəkar olmayan jurnalistlər artıq məsələni bu həddə gətirib çıxarıblar. Deməli, sosial medianı da ənənənin ardınca göndərmək üçün nə isə etmək lazımdır. Çünki aydın görünür ki, bu gün ölkəmizdə sosial mediada yalanlar doğruları üstələyir, reklam həqiqətdən çoxdur və ya hər kəs jurnalist ola bilər.

Belə isə gələcəkdə jurnalistika fakültələrinə ehtiyac qalacaqmı?..

İndi ki hər bir sahənin adamı jurnalist ola bilər, özünə istədiyi an bir sayt, portal, səhifə açıb orada jurnalistlik fəaliyyəti ilə məşğul ola bilirsə, deməli, ali təhsil ocaqlarımızdakı jurnalistika fakültələrinin hər il yüzlərlə jurnalist hazırlaması məsələsinə də baxılmalıdır. Yəni bu gün onlar üçün yaxşı iş şəraiti, əmək haqqı olarsa, ənənəvi mətbuatın korifeylərindən dərs alan jurnalistlər başqa sahələrə üz tutmaz, mətbuatda qalar, çalışar. Belə olan təqdirdə isə "çörəyi ver çörəkçiyə" məsələ isə sosial medianın gözləntiləri tamamilə başqa cür olar. Xüsusilə hər yoldan ötən medianın qapısından keçə bilməz.

Lakin hazırda həmin oxunaqsız, çağırışçı media nümunələri təhsilli jurnalistlərdən çox qeyri-ixtisaslı, ən pisi isə jurnalistikadan

xəbəri olmayan istedadsız və savadsız adamlarla dolub. Belə olan təqdirdə isə hər gün onlarla eyni xəbər, bəzən eyni, bəzən sə bir qədər dəyişdirilmiş sərlovhələrlə qarşılaşırıq. Oxuyanda isə xəbər ya 2-3 cümlədən ibarət olduğunu, ya da xəbər janrının tələblərinə uyğun gəlmədiyinin şahidi olursan. Hələ Azərbaycan dilinin qrammatikasına, üslubuna vurulan zərbələrdən, yoxa çıxan, təxirə salınan durğu işarələrindən danışmıram.

Deyirlər, yaxşı elə yaxşıdır, pis olandan danımaq lazımdır ki, bəlkə o da yaxşıya doğru istiqamətlənər. Məhz elə buna görə də bu gün media aləmindəki çatışmazlıqlardan danışmaq istədim ki, bəlkə qarşıda yaxşıya doğru bir irəliləyiş görə bilirik.

Yaxşılarsa yaxşı olaraq qalır. Ölkəmizdə hazırda həm ənənəvi, həm də sosial media fəaliyyət göstərir və hər ikisində peşəkar jurnalistlər var. Oxuduqca mənəvi dünyamıza işıq saçan yazılarla onlar hər zaman oxucularla görüşüdədir.

İnternet və çap mediası: hər ikisi, yoxsa tək sosial?..

Bu gün bütün dünyada sosial media çap mediasını üstələyib. Nəyi ilə? Xeyr, xüsusi özəl olanları ilə deyil, insanlara sürətli əlçatanlığı, onların seçimini dəstəkləməsi ilə. Oxumaqdan uzaqlaşan insanların oxumadan məlumat əldə etməsi ilə.

Müasir dövrdə hər iki növ mətbuata ehtiyac var. Bunların ayrı-ayrı üstün cəhədləri mövcuddur. Odur ki, mən bir jurnalist kimi hər ikisinin fəaliyyət göstərməsinin tərəfindəyəm. Biri dünənimiz, biri bu günümüzdür. Bəs gələcəyimiz daha çox onların hansı ilə var ola bilər?..

Beləliklə, bu qənaətə gəlmək olar ki, dünyada yazılı mətbuat aktuallığını birde-fəlik itirə bilməz. Yəqin o məqama çatdıqda oturub papaqlarını qarşılarına qoyub fikirləşənlər olacaq. Və onlar da bu qənaətə gələcəklər ki, yazılı mətbuatın üzərindən xətt çəkmək tarixin üzərindən xətt çəkmək deməkdir. Ölkənin ictimai-siyasi, mədəni həyatında baş verən hadisələrin arxivini və rəq-vərəq cırıb küləyə vermək deməkdir.

İnternet mətbuatına arxayın olub yazılı mətbuatı itirmək xalqın tarixinin itməsinə səbəb ola bilər. Çünki heç kim internet mediasına belə bağlaya bilməz. Sabah nə olacağını heç birimiz bilmirik. Yəni də vurğulayaq ki, bir anın içində bu gün saatlarla qopa bilmədiyimiz internetin, sosial şəbəkələrin yaddaşı silinib gedə bilər. Bəs bu zaman əldə nə qalar? Bu barədə düşünən olubmu?..

Beləliklə, internet, yoxsa çap mediası?.. Əslində hər ikisi. Hər ikisi də vacibdir. Hər



ikisi günümüzdür, lakin çap mediası dünənimiz kimi, həm də sabahımızdır. Sosial media necə, sabahımız ola biləcəkmiz?

Sərlovhə, reklam, "like" qazanmaq sosiallığı üstələyən internet mediasına xüsusi nəzərət gərəkdir. Necə ki, uzun illər boyu ənənəvi media haqqında qanun olub, həmin qanun əsasında işləmişik, sosial media haqqında da qanun hazırlanıb qəbul edilmişdir. Fəaliyyət də bu qanuna əsaslanmalıdır. Yoxsa, illər sonra bu gün ənənəvi media haqqında danışdığımız gözəl fikirlərin birini belə sosial media haqqında söyləyə bilməyəcəyik.

Mətanət Məmmədova