

XƏZƏR UNIVERSİTETİ

Fakültə: Humanitar və sosial elmlər

Departament: Jurnalistika

İxtisas: Beynəlxalq jurnalistika

MAGİSTR TEZİSİ

Mövzu:

İNFOMASİYALI CƏMIYYƏTDƏ İNTERNET –
JURNALİSTİKANIN ROLU

Magistrant Günay Adıgözəlova

Elmi rəhbər Cəbir Məmmədli

Bakı-2011

MÜNDƏRİCAT

Giriş	6
KİV və onun yaranma tarixçəsi	15
İnternet və İnternet kompüter şəbəkəsinin yaranması	29
İnternet jurnalistika və əsas xüsusiyyətləri	Error! Bookmark not defined. 1
Azərbaycanda İnternetdən istifadə	Error! Bookmark not defined. 4
Nəticə	73

Referat

İnformasiya inqilabının üç nəhəngini telefon, televizor və kompüter təşkil edir. Onlar üç texnoloji yenilik sayəsində mühüm dəyişiklər mühərrikinə çevrildi. Müstəqil ekspertlər tərəfindən keçirilən yeni bir sorğu onu göstərmişdir ki, kompüter insanın müasir həyatının təsəvvür edilə bilmədiyi elektrik avadanlıqları içində üçüncü yerdə durur. O zaman internetin bəşəriyyət üçün nə məna kəsb etdiyini deməyə ehtiyac yoxdur. Cəmi bir neçə saniyə ərzində dünyanın hər hansı bir güşəsilə əlaqə saxlamaq, insanı peyk vasitəsilə görmək və başqa milyonlarla gərəkli əməliyyatlar həyata keçirmək bacarığı. Bəziləri interneti narkotik adlandırır və onların fikirlərində hardasa keçəklik də var, ancaq şübhəsiz ki internetin faydalarını inkar etmək olmaz. İnternet –informasiyanı və hesab resurslarını ötürən və qoruyan qlobal şəbəkədir. İnternet qarşısı alınmadan inkişaf edən bir qüvvədir.

Kütləvi informasiya vasitələri –jurnalistlərin çalışdıqları informasiya orqanıdır. Ənənəvi olaraq, KİV-nə qəzet, jurnal daxil omaqda mətbuatı, televiziyanı və radionu aid etdik. İnternetin meydana gəlməsi həyatımızın bütün sahələrinə təsir etdiyi kimi jurnalistikadan da yan keçməyib. Çünki müasir cəmiyyət ən yeni texnologiyalardan istifadəni şərtləndirir.

İnternet jurnalistika sahəsinə də artıq nüfuz edib. Belə ki, internetin yaranması və nəzarətsiz şəkildə sürətli inkişafı ilə media aləminə “Şəbəkə jurnalistikası” termini ayaq açdı. Həmin termin özündə yeni termin jurnalistikanın mövcudluğunu ehtiva edir. Bu jurnalistika kompüter sahəsində yeni texnologiyaların tətbiqi ilə bilavasitə bağlıdır.

Təqdim olunan magistr işinin aktuallığı məhz bu qlobal şəbəkənin ayrılıqda hər bir insan, ümumilikdə bütün bəşəriyyət üçün necə böyük məna daşdığı üzərində

cəmlənir. Tezisin məqsədi qloballaşan dünyada yeni tipli jurnalistika-İnternet jurnalistikanı öyrənməkdən ibarətdir.

Əsas anlayışları təyin edərək bunları ayırırıq:

Analitik işin obyektı:

İnternetdə kütləvi kommunikasiya.

Analitik işin predmeti:

İnternet və jurnalistika.

Analitik işin məqsədi:

İnternetin yeni bir Kütləvi İnformasiya Vasitəsi kimi istifadəsinin xüsusiyyətini təhlil etmək.

Qarşıma qoyulan məqsədi həyata keçirmək üçün aşağıdakı vəzifələri qeyd edək:

1. İnternet terminini və onun xüsusiyyətlərini öyrənmək;
2. Jurnalistika vəzifəsi və onun gələcək inkişafını proqnozlaşdırmaq;
3. İnternet KİV nədir?
4. Azərbaycanda İnternetdən istifadə.

Qeyd olunan vəzifələri həyata keçirmək üçün tezis **Giriş** və **dörd fəsil** üzrə planlaşdırılıb. **Nəticə** də daxil olmaqla, tezisin strukturu tamamlanmış hesab edilə bilər. Tezisdə əsas anlayışlar və fikirlər izah edilməyə çalışılıb.

Nəticə olaraq isə İnternetin faydaları, üstünlükləri ilə eyni zamanda zərərləri, çatışmazlıqları haqqında da danışmaq olar. İnternetdən asılılıq bu günün gəncliyini elə ağışuna alıb ki, onlar real həyatda deyil, sanki virtual dünyada yaşayırlar.

Ancaq müasir dövrün gətirdiyi yenilikləri bir kənara atıb, yalnız İnternetin ziyanlarını önə çəkmək olmaz. Bütün bunalara baxmayaraq texnikanın inkişafı təqdirəlayiq bir haldır və istəsək də, ondan uzaqda qalmaq mümkün deyil. Eləcə də, bütün jurnalistlər İnternet aləmini dərindən bilməli, bu sahədəki ən son yeniliklərə yiyələnməlidirlər. Çünki indi İnterneti bilməyən jurnalistə rast gəlmək qeyri-adi hal alıb. İnternet aləmi informasiya ilə zəngindir və həvəskar jurnalistin professional şəkildə çalışması üçün sonsuz imkanlar təqdim edir.

İnternet jurnalistikanın sürətli inkişafı son illərdə aydın şəkildə yeni cizgilər yaradıb. Ümumdünya şəbəkəsində təmsil olunan təxminən iki minə yaxın gündəlik qəzet və jurnalların sırasına audiovizual KİV (televiziya və radio) də qoşuldu. İnternetdə informasiyanın ötürülməsi və tərtibatını müxtəlif texniki vasitələrlə həyata keçirən fərqli “jurnalist mədəniyyətləri” görüşür və qarşılıqlı təsirdə olur.

Beləliklə, təsdiq olunub ki, İnternet jurnalistikaya əsas vəzifəsi informasiyanı, fikirləri və rəyləri KİV vasitəsilə, informasiya texnologiyalarının köməyi ilə yayımlar daxil edilir.

İnternet istifadəçilərinin sayının sürətlə artdığı zamanda İnternet-jurnalistikanın auditoriyası da artır, şəbəkə KİV-nə tələbat yüksəlir. Beləliklə, internet-jurnalistika perspektivi gündən-günə artan bir ixtisasa çevrilib, onun ənənəvi KİV-i isə sıxışdırıb çıxaraçağı isə hələ zamanla bilinəcək. Bu sahədə fikrimizcə, dəqiq bir söz demək olmaz.

GİRİŞ

Bəşəriyyətin qədəm qoyduğu XXI əsrin ən əlamətdar xüsusiyyəti kütləvi kommunikasiya (KK) şəbəkəsinin genişlənməsi və informasiya texnologiyalarının sürətlə dəyişməsi sayılır. Onların təsir dairəsi dövlət strukturlarını və vətəndaş cəmiyyəti institutlarını, iqtisadi və sosial sahələri, elm və təhsili, mədəniyyəti və bütövlükdə insanların həyat tərzini əhatə etmişdir. Bir çox inkişaf etmiş və inkişaf etməkdə olan ölkələr informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının üstünlüklərdən faydalanır. Müasir dünyanın inkişaf mənzərəsini müəyyənləşdirən üç mühüm proses-qloballaşma, informasiyalı cəmiyyətə keçid və açıq cəmiyyət ideyasının tədricən gerçəkləşməsi, məhz KİV sistemi ilə bağlıdır. İndi ən yeni texnoloji möcüzələr də informasiyanın toplanması, işlənməsi və müxtəlif kanallarla ötürülməsi sahəsində baş verir. Qlobal kommunikasiya sisteminin yarandığı, hadisələrin baş verdiyi məqamda milyonlarla insanın ondan xəbər tutduğu hazırki dövrdə kütləvi informasiya fəaliyyəti günümüzün fenomeni sayılır.

Amerika sosioloqu, postsənaye konsepsiyasının müəlliflərindən Olvin Toffler özünün “Üçüncü dalğa” kitabında bəşəriyyətin qədəm qoyduğu üç dövrü xarakterizə edir. Birinci dalğa kənd təsərrüfatı idi və onun əsas istehsal vasitəsi olan torpaqla əlaqədar işləri nizamlamaq üçün qanun tələb olunurdu. İkinci dalğanın əsas qüvvəsi sənaye istehsalı olub və kapital, işçi qüvvəsi və istehsal vasitələrinin qorunması üçün də qanuna ehtiyac vardı. Bizim qədəm qoyduğumuz üçüncü dalğada isə torpaq, kapital və istehsal vasitəsi informasiya ilə əvəz olundu və o, daha qeyri-sabit və dəyişkən bir mühiti yaratdı. Üçüncü dalğa hüququn məqsəd və vasitələrini dəyişmək gücündədir və onun təsir qüvvəsini heç də hər zaman hüquqi aktla məhdudlaşdırmaq olmaz.

Açıq cəmiyyət ideyası insan haqlarının ölkədə və dünyada baş vermiş hər şey haqqında tam informasiya almasını və bu hüququn istənilən istisnasının izah edilməsi və qanuni aktlarla təmin edilməsini nəzərdə tutur.

İnformasiyalı olmaq informasiya və fikirlərin sərbəst yayılmasını tələb edir. Xəbər və informasiyanın yayılmasına münasibətdə məhdudiyətlər beynəlxalq anlayışlara ziddir, insan haqlarının Ümumdünya deklarasiyalarını, YUNESKO-nun nizamnaməsini, ATƏT və MDB-nin nizamnamələrini pozur. İnsanların kütləvi informasiya vasitələri və digər rəsmi və qeyri-rəsmi informasiya mənbələrinə sərbəst çıxışı təmin edilməlidir.

İctimai əhəmiyyətli informasiya – vətəndaşların ictimai prosesləri bilməkdə və başa düşməkdə tələblərini qarşılayan informasiyadır. İctimai əhəmiyyətli informasiya xalqın maariflənməsinə kömək edir, inkişafı sürətləndirir və qarşımızda duran çətin iqtisadi, elmi və sosial problemləri həll etməkdə bizə kömək edir. Bu informasiya xalqa məxsusdur və qanunda nəzərə alınmış məhdudiyətlər istisna olmaqla ona çıxış haqqı var. İnformasiyaya ictimai tələb ictimai maraqdan irəli gəlir ki, onu da yerinə gətirmək üçün xüsusi informasiya institutları var.

İctimaiyyətin informasiyaya çıxış hüququ var. İctimai əhəmiyyətli informasiyaya açıq və maneəsiz çıxış ədalətli idarəetmənin və azad cəmiyyətin əsasıdır. Bunu dövlət təsisatları təmin etməlidir. Vətəndaşlara informasiyaya çıxış saxlanma formasından asılı olmayaraq, xüsusi hazırlıqsız və təcrübəsiz təqdim edilməlidir. Hökumət orqanları informasiya əldə edilməsi hüququnun təmin edilməsi üçün müvafiq tədbirlər görməlidir. Onlar həm şəxsi, həm də hökumət informasiya mənbələrinə çıxışı təmin etməli və informasiya xidmətlərinin yüksək haqqı vətəndaşların informasiya əldə etmək hüququna mane olmasının qarşısını almalıdır. İnformasiya güc atributudur, informasiya qəbul edilməsi üçün nə qədər mükəmməl texnologiya varsa, o qədər potensial güc var.

İnformasiyalı cəmiyyət, sivilizasiyalı dünya, informasiya məkanı, kiberməkan, informasiya mühiti, virtual realıq –bu sözlər yalnız elmi və populyar nəşrlərin səhifələrində deyil, məişət nitqində də artıq çox eşitdiyimiz sözlərdən olub. Kütlə şüuru bu terminləri kompüter və telekommunikasiya ilə sıx əlaqələndirir.

Kompüter və şəbəkəyə yalnız texniki imkanlar kimi baxmaq azdır, ona həmçinin müasir insanın həyatını asanlaşdıran vasitə kimi yanaşmaq olar.

Kompüter yeni bir məkana girməyə, nəinki girmək, onu dəyişməyə, yeni bir dünya –virtual dünya yaratmağa imkan yaradır.

Kompüter şəbəkələrinin yaranması və onun cəmiyyətdə hərtərəfli tətbiqi cəmiyyətin sürətli inkişafından, yeni cəmiyyətin yaranmasına olan zəmindən xəbər verir ki, bunlar da informasiyanın yaranması və tətbiqinin hər sahədə sürətli templərlə inkişaf etdiyinin göstəricisidir. Alimlər belə cəmiyyəti informasiyalı cəmiyyət adlandırırlar. XXI əsrin cəmiyyətini bütövlükdə informasiyalı cəmiyyət adlandırmaq tamamilə düzgün olardı. Bu əsrin insanların informasiyaya olan böyük təlabatı yəqin ki, cəmiyyətdə ona olan böyük ehtiyacdən doğur. İnformasiyalı cəmiyyət ideal cəmiyyətə bir addımdır. İdeal cəmiyyət informasiyalı olmaqla bərabər, həm də ədalətli cəmiyyətdir. Ədalətli cəmiyyət isə kamil insanlar cəmiyyəti deməkdir. Kamil insan bol informasiyalı insandır. İnformasiyalı cəmiyyətə keçid XX əsrin sonlarından başlayaraq demək olar ki, 40 illik bir müddəti əhatə edir.

İnformasiyalı cəmiyyət –dünya ictimai həyatının sivilizasiyalı, qlobal iqtisadi-siyasi və texnoloji layihəsidir ki, burada əsas rolu kütləvi kommunikasiya vasitəsi (KKV) oynayır.

İnformasiyalı cəmiyyət anlayışı ilk dəfə Tokia Texnologiya İnstitutunun professoru Y.Xayaşi tədərindən işlənib. İnformasiyalı cəmiyyətin əsas əlamətləri bunlardır:

- qlobal informasiya mühitinin yaradılması;
- informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından kütləvi istifadə edilməsi, sosial və iqtisadi fəaliyyətin yeni formalarının yaranması;
- informasiyanın əmtəyə çevrilməsi, informasiya və bilik bazarının yaradılması və inkişafı;
- təhsil sisteminin təkmilləşməsi, beynəlxalq, milli və regional səviyyədə informasiya mübadiləsi sistemlərinin imkanlarının genişlənməsi hesabına peşə və ümumi mədəniyyət səviyyəsinin artması;

- demokratik inkişafın vacib şərti sayılan vətəndaşların və sosial institutların məlumat almaq, onu yaymaq və istifadə etmək kimi hüquqlarını təmin edən mühitin yaradılması.

İnformasiyalı cəmiyyət anlayışı postsənaye cəmiyyətinin xarakter və xüsusiyyətlərini müəyyən etdiyi üçün onu bəzi hallarda sinonim kimi qəbul edirlər. Bu sırada bu terminlər də durur: posttərəqqi cəmiyyəti, postburjuaziya cəmiyyəti, postekonomik cəmiyyət, postmodern və s. hətta “postinsani” termini də meydana çıxıb.

Bu cəmiyyətin bəzi mərhələlərini ayıraq:

1) şifahi yolla informasiya mübadiləsi;

2) mətbuat yolu ilə yazılı mübadilə;

3) elektron mübadilə. Bu üsul informasiyanı iqtisadi və ontoloji səviyyəyə qaldırır və informasiyalı cəmiyyətə mükəmməllik əlamətini verir.

Kommunikasiyanın köməyi ilə transmədəni dəyərlərin ötürülməsi milli mədəniyyətlərin unifikasiyasına (bir araya gətirilməsinə) gətirib çıxara bilər. Hökumət öz sərhədlərini, dilini, özünəxas (unikal) mədəniyyətini, öz milli maraqlarını itirir. İnformasiya texnologiyalarının sıxlığı prinsipi üzərində qurulan dünyanın informasiya xəritəsi nə fiziki-coğrafi, nə də iqtisadi-siyasi xəritə ilə üst-üstə düşmür, o, qlobal informasiya bərabərsizliyi prinsipi ilə mövcud olur və güclənir. Şəxsiyyət səviyyəsində informasiya bərabərsizliyi –belə deyək ki, rəqəmsal parçalanmadır (*digital divide*). O, yalnız iqtisadi və sosial faktorlardan deyil, intellektual bacarıqlardakı fərqdən də asılıdır. Buna görə də informasiya cəmiyyətini bərabər imkanlar cəmiyyəti adlandırmaq olmur.

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinin səviyyəsi hər bir ölkənin intellektual və elmi potensialının, dövlət idarəçiliyində şəffaflığın və demokratiyanın inkişafının əsas göstəricilərindəndir. Dünya bazarında elektron ticarətin rolunun artdığı müşahidə olunur və ümumiyyətlə, gələcəkdə ölkələrin rəqabət aparmaq qabiliyyəti onların informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından səmərəli istifadəsindən asılı olacaqdır.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından geniş istifadə olunması ölkənin hərtərəfli inkişafına xidmət edir və məhz bu texnologiyalar əhalinin sosial-iqtisadi vəziyyətində mövcud olan problemlərin həll olunması və yoxsulluğun azaldılması üçün tutarlı vasitələrdəndir.

Beləliklə, informasiyalı cəmiyyət –bilik və elm sənayesi cəmiyyətidir və onun xüsusiyyətləri bütövlükdə jurnalistika fəaliyyətinin təşkilinə təsir edir. Jurnalistika sosial mühitin formalaşdırılmasında məsuliyyətlidir . Sosial mühit informasiyanın ötürülməsi və translyasiyası mexanizmi ilə kommunikativ məkan kimi formalaşır və aktuallaşır. Kommunikativ məkanın ən vacib funksional komponentləri isə kütləvi informasiya vasitələri və ya mass-media sayılır.

Müasir mass media –ənənəvi kütləvi informasiya vasitələrini, qlobal telekommunikasiya vasitələrini (şəbəkə), kütləvi auditoriya ilə iş texnologiyalarının cəmini – siyasi texnologiyalar, reklam və digərlərini, başqa sözlərlə informasiya məkanının virtual reallığını yaradan kütləvi kommunikasiya vasitələrini birləşdirən sistemdir.

SSRİ zamanında dövlət institutları mövcud idi ki, dövlətin öz siyasəti ilə xalqın düşüncəsinə informasiya ötürürdü. Başqa sözlə, söhbət kütləvi informasiya vasitələrinin birtərəfli təbliğati-təşkilati işindən gedir. Bu halda əsas diqqət informasiyanın ötürülməsi və onun ideoloji vəzifəsinə verilirdi. Kütlə şüuruna yalnız “süzgəcdən keçmiş” faktlar deyil, həmçinin faktiki olaraq əvvəlcədən formalaşdırılmış fikir yeridilirdi. Bununla belə, KİV-in ideoloji rəqiblərinə qarşı etiraz edən qüvvələr (dissidentlər) var idi ki, eyni texnologiyadan istifadə edirdi.

Bu gün vəziyyət dəyişib və kütləvi informasiya vasitələri avtonom mərkəzləşmiş institut tərəfindən ləğv olunub. İstənilən nəşrin əsas iş prinsiplərindən biri kimi mass mediada interaktivlik tətbiq edilməyə başlandı.

Əlbəttə, bu prosesə ciddi töhfəni İnternet verdi. Mövcudluğunun ilk illərində internet kiçik bir qrup mütəxəssislərin aləti idi. İnternet öz gəlişi ilə KİV-i kökündən dəyişdi.

İnternet və eyni zamanda mass mediaya əsil sivilizasiyalı inkişaf və mədəniyyət fenomeni kimi baxmaq olar. İnternet –mədəniyyət (və ya kibermədəniyyət) şəbəkə özünə yeni mədəniyyət formaları birləşdirəndə və onu bizim gündəlik həyatımıza ötürəndə başlayır.

Kompüter istehsalının sürətlənməsinin ən əhəmiyyətli səbəblərindən biri isə yeni tipli qlobal informasiya vasitəsinin yaranması oldu. Bu İNTERNET idi.

İnternet və kütləvi informasiya vasitələrini, yaxud KİV-i bir-birindən ayrı təsəvvür etmək olmaz. İnternet vasitəsilə hər zaman radio və teleproqramlarda rast gəlmədiyimiz ən yeni xəbərləri öyrənmək olar. Qlobal şəbəkə olan İnternetin inkişafıyla internet KİV meydana gəldi. Ənənəvi KİV-ə nisbətən onun auditoriyasının hələki xeyli az olmasına baxmayaraq, internet KİV daha tez populyarlıq qazandı. Demək olar ki, bütün KİV-in internetdə öz saytı var, onların əksəriyyəti ya həmin materialları verməklə, yaxud da ödənişli çıxışla daim yeniləşən informasiyalar təqdim edirlər. Adətən internet KİV-in əsas gəliri reklamdır, ancaq o, həm də hər hansı təşkilatın orqanı da ola bilər. KİV-i nahaq yerə üçüncü hakimiyyət adlandırmırlar və Amerika, Avropa kimi ölkələrdə KİV qəti şəkildə öz mövqeyini tutub.

İnternet KİV özünün əsas üstünlüyü –dünyanın istənilən nöqtəsində əlçatımlılığına görə artan populyarlığa malikdir. Bu gün bütün jurnalistlər, xüsusən də şəbəkə daxilində fəaliyyət göstərənlər İnternetdə bütün iş texnologiyalarını dərinləndirilməlidir. Şəbəkə jurnalistləri, həmçinin Web-dizayn qabiliyyətinə, yeni Web-saytların hazırlanması və tərtibi qabiliyyətinə malik olmalıdırlar.

Jurnalistika dünya informasiya sistemi adlanan İnternetlə bağlı özünün yeni dövrə, yeni eraya keçid mərhələsini yaşayır. “Qlobal planda dünya jurnalistikası yeni keyfiyyətə keçir ki, bu da bir neçə faktla bağlıdır: Əvvəla, jurnalistin fəaliyyəti ilə, informasiyanın maksimum operativliyinə şərait yaradan yeni texnologiyanın inkişafı ilə, ikincisi, qloballaşma ilə”.¹

¹ Zasurski E.N. Jurnalistika v perexodnyy period. Vestnik MQU, seriya «Jurnalistika», №5, str. 3.

Peyk texnologiyası informasiyanın yer kürəsinin istənilən nöqtəsində istehlakçıya çatdırılmasına şərait yaradır. Beləliklə, müasir kütləvi kommunikasiya vasitələrinin tədqiqatçıları indi qloballaşma, texnologiya anlayışları üzərində daha çox dayanırlar.

Yaxın zamanlarda ortaya çıxan və qloballaşma adlanan bir fenomeni anlama və dəyərləndirə bilmək üçün öncə bu hadisəni zaman axarı içərisində xüsusiyyətləri, səbəbləri və nəticələri ilə birlikdə qavramaq lazımdır. Əslində, qloballaşma tarixi anlam olaraq yeni bir anlayış deyildir. Qloballaşma adlanan bu proses XX əsrin əvvəllərindən başlayaraq işlənməkdə olan bir termdir. XX əsrin son onilliklərində beynəlxalq münasibətlər dəyişməklə birlikdə iki əsrdə davam edən sənaye münasibətləri sistemi də yeni bir inkişaf trendinə üz tutmuşdur. Bu prosesin içərisində olan ölkələr çox ciddi transformasiyalar yaşamaqdadır. Qloballaşmanın əsas müstəvilərindən biri xüsusən, SSRİ-nin və eyni zamanda sosialist lagerin dağılması ilə daha da ön plana çıxan siyasi faktorlardır.

Öz təməl dinamikasından irəli gələn qloballaşma, iqtisadi platformada əmtəə və istehsal faktorlarının sərbəst axını üçün əlverişli şərait yaradaraq insan və cəmiyyət rifahlarının yüksəlməsində ən yaxşı vasitədir. Əməyin beynəlxalq mobilliyi, xüsusən də, onun yeni forması olan bilgi işçisi timsalında, qloballaşmanın bir komponenti kimi qarşımıza çıxmaqda və bir çox amilin yanında məhz bu element sayəsində də global istehsal strukturunun optimallaşdırılmasına və müəyyən saylı dövlətlərin qloballaşmadan xüsusi faydalar götürməsinə səbəb olmaqdadır. Qloballaşmanın bu prosesə qoşulan ölkələrdəki təsirlərini biznes sektorunda, siyasətdə, texnoloji və iqtisadi strukturda müşahidə etmək mümkündür.

Kompüter texnikasının insanın həyat tərzinə necə və nə qədər nüfuz etdiyini daha konkret olaraq dərk etmək üçün hansı sahələri və necə keçdiyini araşdırmaq lazımdır. İnternetin meydana gəlməsi Kütləvi İnformasiya Vasitələri aləmində, doğrudan da, inqilab yaratdı. Şəbəkə, yaxud da İnternet jurnalistikasının meydana gəlməsi “kağızsız texnologiyalar” (“paperless”) ümumi tendensiyasının real əksi

oldu. Şəbəkə və şəbəkədə jurnalist fəaliyyəti çətin bir prosesdir ki, ona qlobal sivilizasiya və mədəni proses kimi baxmaq lazımdır.

Jurnalistika və İnternet anlamını iki səpkidən nəzərdən keçirmək olar: İnternet nəhəng məlumat bazası kimi jurnalistlərin fəaliyyətində yardımçı vasitə və İnternet bilavasitə kütləvi istifadəçilər üçün yeni qlobal informasiya və kommunikasiya vasitəsi kimi.

Hər iki variant çox geniş yayılıb. Doğrudan da, hər səhər redaksiyada iş müxtəlif internet səhifələrinin nəzərdən keçirilməsindən başlayır. Ötən gün dünyada nə kimi hadisələrin baş verdiyini öyrənmək üçün o, çox cəld və rahat üsuldur. Jurnalistlər məqalə yazarkən, yaxud da veriliş hazırlayarkən çox vaxt internetdən əldə etdikləri məlumatlardan istifadə edirlər. Bu vaxt mütləq mənbəyə istinad etmək lazımdır, müəllif hüquqları pozulmasın.

O ki qaldı İnternetin yeni qlobal informasiya vasitəsi olmasına, buna sübut kimi hal-hazırda on minlərlə elektron qəzet və jurnalın, *on line* rejimində fəaliyyət göstərən yüzlərlə radio və televiziya kanallarının mövcud olmasını demək kifayətdir. Bütün bu İnternet saytlar hər saatdan bir oxucularına operativ informasiya təqdim etmək iqtidarındadır. Çünki onun strukturu, fəaliyyət mexanizmi və texniki imkanları buna imkan verir. O, operativlik baxımından qəzet, radio və televiziyanı arxada qoyub. Artıq bu gün cəmiyyətin sosial strukturunda, eləcə də estetik və mənəvi sərvətlər sistemində özünəməxsus yer tutan İnternet milyonlarla tamaşaçıya təsir edə bilən qüdrətli informasiya vasitəsinə çevrilmişdir.

İnternetin bir informasiya vasitəsi kimi, digər KİV ilə müqayisədə yaşı azdır. Lakin onun sürətlə milyonlarla insanın həyatına nüfuz etməsi sübut edir ki, bir müddətdən sonra qəzet, radio və TV öz əvvəlki aktuallığını itirəcək. Bütün bunlara isə vaxt lazımdır.

İnternet daim yenilənir və onunla işləyən hər bir kəsdən onu daim öyrənməyi tələb edir. Hər dəfə naviqasiya metodlarını öyrənmək gərəkdir, belə ki, internetin bütöv xəritəsi yalnız prinsiplərdən ibarət deyil. Elmdəki bu texnoloji dəyişiklikləri daim izləmək, özlüyündə onları təsdiqləmək və mənimsəmək hər bir internet

istifadəçisi üçün gərəklidir. Yeni proqramlarla müstəqil şəkildə işləməyi öyrənmək gərəkdir. Yalnız o zaman internet-texnologiyanın inkişaf səviyyəsi ilə adekvat qalmaq olar.

I FƏSİL

KİV VƏ ONUN YARANMA TARİXÇƏSİ

“Jurnalistika” sözü fransızcadakı “journal” sözündən olub, tərcüməsi “gündəlik” deməkdir. Jurnalistika anlayışı almanca daha əvvəl günün konkret aktual xəbərləri, onların hazırlanması və qəzet yolu ilə nəşrinin yayılmasını müəyyən edirdi. Bu işi yerinə yetirənləri isə “jurnalistlər” adlandırmağa başladılar. İndi Almaniyada onları “redaktorlar” adlandırırlar, daha əvvəl isə unudulmuş söz olan “Zeitungsschreiber” (qəzetçi) adlandırırdılar. Hazırda jurnalistika daha əvvəl ifadə etdiyi mətbuatda professional yazı fəaliyyəti mənası ilə yekunlaşmır, həmçinin radio və televiziya analitik işi də ifadə edir.

Biz yazılı mətbuatı, televiziya kanalları, radiostansiyaları, interneti birlikdə “kütləvi informasiya vasitələri” və ya Qərb tərzində “mass media” adlandırırıq. “media” termini vasitə kimi tərcümə edilir.

“Kütləvi kommunikasiya vasitələri və propaqanda” sözü sovet dövründə bu sözün köhnə variantı idi. “Kütləvi kommunikasiya vasitələri” sözü isə sosioloq və psixoloqların tədqiqatlarında işlənir.

“İnformasiya” termini “informatio” latın sözündən olub, məlumat, şərh, məlumatların cəmi deməkdir. İnformasiya jurnalist və auditoriya arasında vasitəçidir. Jurnalistikanın əsl mahiyyəti informasiyanın axtarılması, toplanması, hazırlanması və yayılmasındadır. İnformasiya – “çox çeşidli həqiqətlərin əksidir, o, tələb olunan bir məlumatdır”.

Real total müharibə informasiya müharibəsidir. Bu zaman sanki “soyuq müharibə” gedir və onun əsas tərəflərini də informasiya vasitələri təşkil edir. “Soyuq müharibə” reallıqda hərbi cəbhədir və onun əsas aləti silahdır. İnformasiya məkanında davam edən müharibənin əsas silahı isə təbliğatdır. Təbliğat dialoqlar başlayanda bitir.

Jurnalistika “kütləvi informasiya” ilə işdir. Jurnalistika virtual dünyanı əhatə edərək informasiyalı cəmiyyətin əsas faktorlarından birinə çevrilib. Kütləvi informasiya fəaliyyətinin strukturu:

- İnformasiyanın toplanması;
- İnformasiyanın hazırlanması;
- İnformasiyanın tərtibatı;
- İnformasiyanın ötürülməsi;
- İnformasiyanın qəbul edilməsi;
- İnformasiyanın saxlanılması;
- İnformasiyanın istifadəsi.

Jurnalistka alətinin niyə kütləvi informasiya olduğunu başa düşmək, “kütləvi” təyininə hansı mənanın olmasını anlamaq lazımdır. Burada bir haşiyəyə çıxmaq. Hələ XX əsrin 30-cu illərində kommunikativliyin yaranması ərəfəsində “kütlə”ni KİV də daxil olmaqla müəyyən təşkilat yaradılmasını tələb edən “öz-özünə yaranan kollektiv qruplaşma” adlandırırdılar. (Q.Bulmer). İctimaiyyət dedikdə, fərdlərin cəmi nəzərdə tutulurdu və bu kütlədən fərqli bir anlayışdır. Beləki, birincisi öz maraqlarını dərk edir, onların həyata keçirmə prosesində aktiv iştirak edir və öz hisslərini fikirləri ilə ifadə edirlər. Elə buradan da ingiliscə “public opinion” sözü meydana çıxmışdır ki, onu çox zaman “ictimai fikir” adlandırıraq.

Kütləvi kommunikasiya anlayışı “kommunikasiya” və “kütlə” anlayışlarının mənalərini cəmləyir ki, bu da daha əvvəl qeyd etdiyimiz kimi psixoloq və sosioloqların tədqiqat predmetidir.

Kommunikasiya anlayışını izah edən araşdırmaçı Q.Lassvell kommunikasiya aktının ardıcılıqla bu saullara cavab verdiyini qeyd edir: “KİM, NƏYİ məlumat verib, hansı KANALLA, KİMƏ, HANSI TƏSİRLƏ”. (Lasswell, 1948).

Lassvellin bu strukturuna müvafiq olaraq, kommunikasiyanın növbəti əsas bölmələri ayrılır:

- 1) kütləvi kommunikasiya proseslərinin idarə edilməsinin təhlili;
- 2) ötürülən mass media məlumatlarının məzmununun təhlili (kontent təhlil);

- 3) mass medianın özünün işinin təhlili;
- 4) onun auditoriyasının təhlili;
- 5) kütləvi kommunikativ təsirin nəticələrinin (effektlərinin) təhlili.

Q.Blumerə görə kütlə (Blumer, 1953) –"elementar şəkildə öz-özünə meydana çıxan kollektiv qruplaşmadır".

Kütləvi informasiya xüsusi informasiyadan fərqli olaraq, "ümumi əhəmiyyətli və əlverişlidir", o, müxtəlif sosial birliklərin nümayəndələri arasında mühüm mənəvi körpü rolunu oynayır.

Jurnalistika sisteminə müxtəlif qüvvələr təsir edir.

1. *Təsisatçı* – bura dövlət və ictimai təşkilatlar, vətəndaş qrupları, ayrı-ayrı şəxslər daxildir. Təsisatçıların qəzet və jurnal orqanları, tele və radiokompaniyalar, informasiya və reklam agentlikləri yaratmaq hüquqları var. Onlar yaratdıqları KİV orqanında rəhbərlik və idarə etmə hüququna da malikdirlər.

2. *Rəhbər orqanlar* – konstitusiya normalarına uyğun olaraq KİV fəaliyyətinə aid olan qanunlar qəbul etmək, dəyişmək və ləğv etmək, onların icrasına nəzarət etmək və KİV orqanlarının lisenziyalaşdırma məsələləri ilə məşğul olmağa səlahiyyətləri çatan dövlət təsisatları.

3. *Jurnalistlər* – müəllif, redaktor və kütləvi informasiyanın toplanması, hazırlanması və çatdırılması kimi təşkilatçılıq işlərini həyata keçirən, ştatda olan və ştatdankənar redaksiya işçiləri.

4. *Mətn* – KİV-də nəşr edilən jurnalist məhsulu, reklam və digər informasiya materialları, agentliklərin məlumatları. Mətn anlayışı yalnız mətbuatdakı nəşrləri deyil, həmçinin tele və radio verilişləri də ifadə edir. Müasir KİV-in mətni çox çətinləşib. İnternetdə hipertekst üzərində yaradılan sətəratura anlayışı yaranıb ki, burada çoxlu müəllif ola bilər. İnternet və televiziya makrotekst anlayışı var. Burada vizual, akustik və qrafik məlumatlarla birləşir. Jurnalist mətninin müxtəlif formalarının olmasına baxmayaraq, onların hamısının eyni əlamətləri var: sosial reallığı və jurnalistin "mən"ini əks etdirir, özündə informasiya mənbəyinin yerini birləşdirir, müəllifin çalışdığı kollektivin professional tələblərinə tabe olur.

5. *Jurnalist mətninin ünvanına çatdırılmasında istifadə olunan kanallar* – mətbuat, televiziya, radio və yaxın zamanlarda onlara qoşulan internet.

6. *Kütləvi auditoriya* – cəmiyyətin bu və ya digər nəşrə və ya proqrama istiqamətlənmiş hissəsi. Qeyd edək ki, jurnalistlər və auditoriya bir-biriləri ilə əlaqədədir. Auditoriyanın müəyyən bir hissəsi jurnalist mətni yarada bilər (məsələn, redaksiyaya məktub), jurnalistlərin özləri isə digər KİV-ə münasibətdə auditoriya qismində çıxış edirlər.

7. *Sosial institutlar* – qəbul edilmiş qərarlarına təsir etmək məqsədilə fəaliyyəti KİV-də müzakirə edilən hökumət orqanları, müxtəlif partiyalar, birliklər.

Jurnalistika –bir mənalı, ancaq çox aspektli bir anlayışdır. Jurnalistika sözü deyəndə biz kütləvi informasiya vasitələri sistemini, sosial institutu, fəaliyyət növünü, ixtisasların cəmini və istehsal sistemini nəzərdə tuturuq.

Jurnalistika kütləvi informasiya vasitəsi sistemi kimi çox geniş strukturu bildirir. Hər bir informasiya ötürmə kanalı olan KİV –mətbuat, radio və televiziya və internet özündə çoxlu sayda müxtəlif tipli –nəşriyyat, radiostansiya və telekompaniyaları birləşdirir. Onların təsnifatı ərazi mənsubiyyətinə, sahiblik formasına, konkret mövzuya və auditoriyanın meyllərinə uyğun aparılır.

Jurnalistika sosial institut kimi məhz jurnalist təsisatlarını bildirir: qəzet və jurnal redaksiyaları, tele və radiokompaniyalar, informasiya agentlikləri, mətbuat mərkəzləri, həmçinin onlara xidmət edən müəssisələri: əlaqə xidmətini, poliqrafik kombinatları, yayım və təhsil mərkəzlərini.

Jurnalist fəaliyyəti növünə daxildir:

–yaradıcı fəaliyyət (mətn hazırlamaqda jurnalist əməyi);

–təşkilati fəaliyyət (redaksiya kollektivini və onun idarə heyətini təşkil etmək, elmi araşdırmalar aparmaq, kadr hazırlığı).

Jurnalistika ixtisas növü kimi bir çox sayda jurnalist ixtisaslarını birləşdirir (reportyor, şərhçi, icmalçı, resenzent, oçerkçi, felyetonçu). Müasir KİV eyni zamanda menecmet, reklam, hüquq, proqrammist, mühəndis-texnoloq sahəsində çalışan mütəxəssislərə ehtiyac duyur.

Jurnalistika istehsal növü kimi yalnız nəşr olunmuş mətndən ibarət deyil, həmçinin redaksiyadaxili materiallar (ssenarist və rejissor planı və s.), və müxtəlif sosial institutlara müraciətdir (informasiya və izahat üçün sorğu, akkreditasiya haqqında ərizə və s.).

Jurnalistika –kütləvi informasiya vasitələri (KİV) işçilərinin fəaliyyət sahəsidir. Müasir dövrü jurnalistikasız təsəvvür etmək çətindir. Jurnalistlər ictimai həyatın bütün sferalarını əhatə edən informasiyaya, geniş kütləyə təsir etmək, onları maarifləndirmək gücünə malikdir. Bunun üçün isə jurnalist öz sahəsini mükəmməl şəkildə bilməlidir.

Jurnalistika qədim tarixi təzahürlərə malik peşə sahəsi olmaqla daim inkişaf edir və dəyişir. Kütləvi informasiya vasitələri – müasir sivilizasiyanın ən xarakterik cəhətlərindən biridir. Kütləvi informasiya vasitələrinin köməyi ilə insanlar qlobal bir toplumda birləşmişlər. Kütləvi informasiya vasitələrinin köməyi ilə insanlar qısa bir zamanda dünyada baş verənlər haqqında məlumat ala bilirlər. Kütləvi informasiya vasitələri özündə əsasən qəzetləri, jurnalları, radio, televiziyanı və ən sonda interneti cəmləşdirir.

Ən yaşlı kütləvi informasiya vasitəsi qəzetlərdir. Onlar xəbər təqdim edən və dərc edən bir nəşrdir. Qəzetlər ictimai fikrin formalaşmasında və baş verən hadisələr barəsində insanların məlumatlandırılmasında mühüm rol oynayır. İlk qəzetlər əl ilə yazılmış vərəqələrdən ibarət idi və onları ictimai yerlərdən asırdılar. Ən birinci gündəlik qəzet Romada b.e.ə. 59-cu ildə nəşr olunmağa başlanmış və “Günün hadisələri” adlanan vərəq idi. İlk çap nəşri isə VIII əsrdə dərc edilmiş Çində buraxılan “Dibao” (“Ti-pao”) nəşri olmuşdur. Bu nəşr, müəyyən ölçülü taxta lövhələrdən hazırlanmışdı.

Qəzetlər digər kütləvi informasiya vasitələri – jurnal, televiziya və radio ilə müqayisədə müəyyən üstünlüklərə malikdir. Qəzet daha çox məlumatı və daha müfəssəl şəkildə işıqlandıra bilir, radio və televiziya gedən xəbərlər isə xülasə xarakteri daşıyır. Jurnallar əsasən müəyyən bir zaman kəsimində ölkədə və xaricdə baş vermiş mühüm hadisələrin işıqlandırılması və şərhini ilə məşğul olur. Qəzetlər

də həmçinin, yerli xəbərlərin işıqlandırılması yönündə çalışır və bundan da başqa, informasiyanı jurnallara nisbətən daha operativ sürətdə təqdim edir və şərh verir.

Qəzetlər əsasən gündəlik və həftəlik olur. Gündəlik qəzetlər ümumdünya, milli və yerli xəbərləri çap edir. Gündəlik qəzetlərin çoxu səhər qəzetləri, bir hissəsi isə axşam qəzetləri olur. Gündəlik qəzetlərin həftə sonu buraxılışları həcmcə adətən adi qəzetlərdən böyük olur. Bu qəzetlərin tərtibatında xüsusi bölmələr nəzərdə tutulur: iqtisadiyyat, əyləncə, maliyyə, səyahət, bazar günü əlavəsi, verilişlərin proqramı və rəngli komikslər və b.

Kütləvi informasiya vasitələri arasında ən cəlbedicisi və ən çox əyləncə təqdim edəni televiziyaadır. Televiziya görüntünü və səsi birbaşa insanların evlərinə çatdırır. Belə ki, televiziyanın vasitəsilə kürsüdən ayrılmadan dünyanın müxtəlif nöqtələrində baş verən hadisələri seyr etmək mümkündür.

Radionun geniş yayılma səbəbi onun yığcamlığı və mobilliyidir. Bu o deməkdir ki, radionu çox rahatlıqla özünə daşıya bilərsiniz. İstər istirahət vaxtı, istər sükan arxasında, istərsə də küçədə gəzərkən radioya qulaq asmaq insanlar üçün xoş olur. Radioda əsas əyləncə növü musiqidir.

Radio və televiziyaada gedən xəbərlər xülasə xarakterlidir fərqli, qəzetlər isə baş vermiş hadisələr haqqında daha ətraflı və dolğun informasiya təqdim etmək imkanına malikdir. Bundan da başqa qəzetlər, daha çox hadisə və xəbərləri əhatə etmək iqtidarındadır.

Jurnal professional jurnalistikanın hələ ikinci etasında meydana gəlmiş anlayışdır. Qəzətdən fərqli olaraq, ona daha az operativlik, daha çox analitiklik xasdır. Jurnallar əsasən gündəlik baş verən və tez-tez dəyişən hadisələrin işıqlandırılması ilə məşğul olmur. Onlar həftə, ay kimi müəyyən bir dövrü əhatə edən zaman ərzində baş vermiş hadisələri dərinlən təhlil edir. Jurnallar uzun müddətli istifadə üçün nəzərdə tutulur, bu səbəbdən də onlar daha qalın cildə malik olur və daha keyfiyyətli kağızda çap edilir. Yenicə yaranan jurnal sosial-mədəni və estetik-siyasi ideyaların mərkəzi halına gəldi.

Hazırda jurnalisikanın rolu böyüyür və yeni texniki vasitələrin: internet, mobil telefon və s. hesabına o, həyatımıza daha çox nüfuz edib. Uzun müddətdir ki, jurnalistika sahəsində kompüter texnologiyalarından geniş istifadə olunur. Kompüter qəzet istehsalını xeyli yüngülləşdirib.

Çap texnikası xalqı formalaşdırdı, elektron texnika isə kütləni. Xalq dünyaya öz baxışları ilə yanaşan ayr-ayrı fərdlərdən təşkil olunub. Yeni texnika bizdən natamam baxışlardan imtina etməyi tələb edir. İndi çətin bir zamanda yaşayırıq, çünki, biz iki böyük texniki eranın sarsıdıcı toqquşmasının şahidiyik. İnsanlar yeni eraya bəzən psixoloji cəhətdən mənfi rəy, reaksiya ilə yaxınlaşırlar. Tarixə nəzər salsaq görürük ki, bütün keçid dövrlərində bu cür toqquşmalar baş verib.

Televiziya insan dünyasının hisslərlə qavramaq dövrünü tamamlayır. Səs və görüntünün vəhdəti yazını məhv etməyə başladı. Televiziya təsviri bizi bütövlükdə əhatə etməyə başladı. Sanki ekrana xidmət edirik.

Müasir mass medianın daha başqa xüsusiyyətlərini gözədən keçirək.

KİV reallığın aynası və eyni zamanda reallığın xüsusi formasıdır. KİV kimi internetin inkişafı üç istiqamətdə gedir:

- 1) proqram və texniki vasitələrin inkişafı və modernləşdirilməsi;
- 2) istifadəçi sayının artması;
- 3) müxtəlif informasiya və biliklərin elektron internet formasına köçürülməsi.

Bu proseslər ona gətirib çıxarır ki, internet yalnız insan biliklərinin deyil, həmçinin münasibətlərinin anbarıdır, yalnız ekranda dünyanı birləşdirmir, həmçinin yeni bir şeylər yaradır, yalnız fəaliyyəti modelləşdirmir, həmçinin özü fəaliyyətin professional sferası halına gəlib. Elə bu səbəbdən də internet-reallıq və gerçəklik haqqında metaforik deyil, əksinə, praktik mənada danışmaq olar.

İnternetin meydana gəlməsi Kütləvi İnformasiya Vasitələri aləmində, doğrudan da, inqilab yaratdı. Şəbəkə, yaxud da İnternet jurnalistikasının meydana gəlməsi “kağızsız texnologiyalar” (“paperless”) ümumi tendensiyasının real əksi oldu.

İnternet jurnalistika yazılı mətbuatdan onunla fərqlənir ki, o, bir qayda olaraq, yalnız bütöv bir redaksiyanın deyil, ayrıca bir jurnalistin və ya jurnalist qrupunun

baxışını əks etdirir. Ancaq internetdə öz məzmunu saxlayan ənənəvi KİV, radio və teleproqramlar da böyük rol oynayır.

Qeyd edək ki, onlayn jurnalistin yaxşı oflayn jurnalist olması vacib deyil, başqa sözlə, veb-jurnalistikaya qoşulmamışdan öncə jurnalist bunların özündə olmasına əmin olmalıdır:

- siz interneti bilirsiniz;
- siz bütün tapşırıqları yerinə yetirmək üçün ondan tam istifadə edə bilərsiniz ;
- siz kompüter və şəbəkədə vacib iş vərdişlərinə yiyələnmişsiniz.

Qeyd edək ki, internet nəşrlərin öz xüsusiyyətləri yarandı. İnternet aktual qalmağa, hadisələrə operativ reaksiya verməyə başladı. Və əsası, xəbər çox tez bir şəkildə hazır analitik xülasə şəklində hazır ola bilir ki, hipertekst vasitəsilə onu digər materiallarla əlaqələndirmək olar. Bu yolla xəbər avtomatik şəkildə öz məzmununu dəyişir. Reportaj və oçerk, xəbər və analitik məqalələr arasındakı janr fərqlilikləri silinir, ancaq bu, internet jurnalistikanın hələ bütün əlamətləri deyil.

Yazılı mətbuat üçün internet jurnalistika mövzusunda yazmaq hər zaman maraqlı olub. Şəbəkə nəşr müəlliflərinin çoxu bir növ yazılı KİV-dən gəlib, hətta son illərdə qəzetlər özləri öz veb-nümayəndəliklərini təmin ediblər. İnformasiya materiallarının şəbəkədə görünməsi qəzetlərdə sanki adət halını alıb. Şəbəkədə yaradıcı jurnalist texniklər də öz növbəsində xidmətinə üz tuturlar.

Maraqlısı budur ki, internet nəşrlərin özləri yaxın üç ildə onların nəşrlərinin aqibəti necə olacaq bilmir. Məsələ burasındadır ki, şəbəkə mətbuatı digər hər hansı mediadan çox texnologiyanın inkişafından asılıdır. Bu gün onlar bizə kağızabənzər KİV yaratmaq imkanı verir. Gələcəkdə yalnız mükəmməl perspektivli KİV rəqabətə dayana bilər və onun auditoriyası minimum on minlərlə ölçüləcək. Maraqlıdır o zaman KİV-i nə ilə müqayisə edə biləcəyik? Bəlkə də artıq onda yeni jurnalist peşəsi – *high-tech* jurnalistika haqqında danışmaq olar.

Xəbər fərqli mühitlərdə dəyişik formalara bürünsə də, məqsədi hər vaxt üçün məlumat verməkdir. Ancaq İnternetin xəbərin verilməsində fərqlilikləri və onun texniki baxımdan xəbərçiliyə gətirdiyi yenilikləri nəzərə almaq lazımdır. Qəzet,

TV və radio xəbərlərinin həm texniki, həm də təqdim etmə baxımından fərqlilikləri vardır. Bu, TV və radionun səsdən faydalanması və geniş kütlələrə xitab etmələri səbəbiylə qısa cümlələr ilə sadə, aydın sözlər istifadə etmələrindən irəli gəlməkdədir. Edəcəyimiz müqayisədə bu bənzərliyi nəzərə alaraq, TV və radio xəbərçiliyini eyni məzmununda qiymətləndiriləcəyik. Qəzet və internet xəbərçiliyi isə -internetin hələ yazılı bir xüsusiyyətə sahib olduğu, yenə TV və radio kimi isə eyni kateqoriyada qiymətləndiriləcək. Hər nə qədər bu anlayışlar ayrıdır, bir o qədər ortaq yönələri var. İnternet xəbərçiliyi, yalnız İnternet üzərindən xəbər nəşr edilməsi mənasını verən bir media terminidir.

Mediada xəbərlərin toplanmasının bir neçə yolu vardır. Hamının bildiyi kimi, informasiyalar xəbər mərkəzlərinə, müxbirlər, agentliklər başqa ölkələrdə olan təmsilçiliklər vasitəsilə daxil olur. Daxil olan xəbərlərə nəzər yetirilir və onlardan istifadə olunaraq gündəm meydana gətirilir.

Prezident aparatı, baş nazirlik, nazirliklər, parlament, siyasi partiyalar və təmsilçiləri, universitetlər, polis təşkilatları, məhkəmələr, xəstəxanalar, təhsil ocaqları və s. Media quruluşları müxbirlər vasitəsilə bu obyektlərdən xəbər toplayırlar.

Günümüzdə qəzet çap etmək üçün imkanlar daha da genişləniib. Belə ki, müxbirlərin mərkəzi ofisdə bir araya gəlmələrinə ehtiyac yoxdur. Çünki onlar kompüter vasitəsilə bir-birilə çox rahat bir şəkildə əlaqə saxlaya bilirlər. Beləliklə də, qəzetlər daha yüksək keyfiyyətlə nəşr olunur. Çünki işçilər geniş əraziyə yayılaraq müxtəlif xəbər toplama imkanı əldə edirlər.

Artıq 1990-cı illərin ortalarından başlayaraq dünya şəbəkəsində elektron nəşrlərin sayı minə çatmışdır. 1996-cı ilin birinci yarısında şəbəkəyə qoşulan qəzet və jurnalların siyahısında “The New York Times”, “The Washington Post”, “The Boston Globe”, “İzvestiya”-nın adlarını görmək olardı.

Kağız nəşri kimi oxucular arasında populyarlığı çox böyük olub. Jurnallarda operativliyə olan tələbat qəzetlərə nisbətən çox azdır, buna baxmayaraq, jurnallarda dərc olunan materiallar mütləq günün tələbləri ilə ayaqlaşmalı və aktual olmalıdır. Əks halda onlar oxunmaz. Oxucunu maraqlandıran mövzu üzrə məqalə

tapmaq üçün məhz elektron jurnallar köməyə gəlir. İstifadəçi jurnalın arxivinə daxil olaraq axtarış sistemi vasitəsilə lazım olan mövzu üzrə material tapa bilər.

İnformasiya vasitələri məkanında ənənəvi oyunçular olan nəşriyyat, radio və televiziya stansiyaları sahiblərinə elektron kommunikasiya və peyk televiziyası sahələri, kompüter industriyasının proqram təminatı və avadanlıqlarının istehsalçıları, maliyyə xidmətləri sektoru şirkətlərindən olan qüdrətli rəqiblər də qoşuldu. Avropalı kitab nəşirləri yeni qazanclar üçün ümumdünya kompüter şəbəkəsinə atıldı. “Editor and Publisher” jurnalında olan məlumatlara görə, hazırda təqribən 1786 qəzet və jurnal kompüter variantında “on line” rejimində mövcuddur. Bunların çoxu ABŞ və Qərbi Avropa ölkələrinin payına düşür. Rusiyada və Mərkəzi Avropada “on line” rejimində olan gündəlik qəzetlərin sayı 40-a qədərdir. Şərqi Avropa və Asiyanın bir çox ölkələrində İnternet qəzetçilik hələ ilk addımlarını atmaqdadır.

Bu gün İnternet kimi bütövlükdə rəqəmsal texnologiya ilə istehsal edilən və istehsalçı ilə istehlakçı arasında yeni bir əlaqə yaradan mediaya “yeni media” və ya “rəqəmsal çağ” adı verərkən qəzet, radio, televiziya kimi kütləvi kommunikasiya vasitələrinə “köhnə” və ya “ənənəvi jurnalistika” adı verməyə başladıq. Buna içində yaşadığımız rəqəmsal çağın digər sahələrə olduğu kimi, KİV-ə də üsul və quruluş baxımından təsirinin olduğunu bildirmək lazımdır. Qəzet, radio, jurnal və TV-hamısı informasiya məhsulunun kütləyə birdən-çoxa doğru çatdırılması şəklində işləyir. Kütlənin seçimi isə mühitin və xəbər məhsulunun seçimi ilə məhdudlaşır. Əlaqə vasitəsinə seçdikdən sonra mühit onlara nə təqdim edərsə, onu qəbul etməyə məcburdurlar.

Səs, hərəkətli görüntü, mətn, rəsm kimi imkanları ilə İnternet tərkibində qəzet, jurnal, məktub, telefon və ağılımıza gələ biləcək bütün əlaqə vasitələrini birləşdirir. İndi ən yeni kompüter proqramlarının köməyi ilə tez bir zamanda informasiya saytı yaradaraq onu provayder vasitəsilə ümumdünya şəbəkəsində yerləşdirmək olar. İnternet jurnalistlərə yeni, geniş yaradıcılıq sahəsi təqdim edir. İnternetdə hər gün yeni-yeni saytlar yaradılır. Buna görə də onların dəqiq sayı məlum deyil. İndi hər

orta səviyyəli nəslin İnternetdə öz nümayəndəliyi var. Qəzet və jurnalların çoxunun elektron versiyası mövcuddur. Lakin şəbəkə jurnalistikası ənənəvi jurnalistikada analoqu olmadan sərbəst şəkildə də fəaliyyət göstərə bilər.

Ənənəvi qəzetləri dövrilik baxımından elektron qəzetlər ilə müqayisə edərkən hansının daha üstün olması barədə qəti fikir söyləmək mümkün deyil. Yenilənmə intensivliyi və operativlik baxımından elektron qəzetlər digərlərindən çox irəlidir. İndi gündəlik elektron qəzetlərin sayı gündəlik kağız qəzetlərinin sayından xeyli çoxdur.

Nə qəzet, nə televiziya, nə də radio operativlikdə internetlə rəqabət apara bilməz. Çünki internetin iş mexanizmi artıq elə şəkildə qurulub ki, informasiya hər 10-20 dəqiqədən bir yenilənir. İstifadəçi sayt səhifəsini açaraq real vaxt rejimində dünyanın uzaq bir nöqtəsində baş vermiş istənilən hadisə haqqında məlumat əldə edir.

Buradan İnternetin digər xüsusiyyəti meydana çıxır –onun **sərhədsizliyi**. Hər bir radio və televiziya kanalının öz yayım sərhəddi var. Digər ölkələrdə fəaliyyət göstərən bir sıra kanalları seyr etmək üçün xüsusi peyk antenləri quraşdırmaq lazım gəlir. Qəzetlər barədə isə danışmağa dəyməz. Onların yayım dairəsi çox məhduddur. İnternetlə isə belə problem yoxdur. İnternet sərhəd tanımır. Bakıda şəbəkəyə buraxılmış hər hansı Azərbaycan saytını həm ABŞ, həm Avstraliya, həm də Afrikada seyr etmək eyni dərəcədə mümkündür. Bu baxımdan xarici ölkələrdə yaşayan azərbaycanlılar uyğun saytın ünvanını daxil edərək doğma dillərində Bakıdan ən yeni informasiyaya sahib ola bilərlər.

İndi İnternet vasitəsilə, hətta, radio verilişlərini dinləmək, telekanallara tamaşa etmək mümkün olub. Buna internetin **multimedia** imkanları aiddir. Multimedia mətn, təsvir, səs, animasiya və video təsvir kimi informasiya ötürücü vasitələrinin toplusudur. Başqa sözlə desək, İnternet həm qəzet, həm radio, həm də televiziyanın imkanlarını özündə birləşdirir. Belə imkanlarına görə İnterneti əvəz edə biləcək ikinci informasiya vasitəsi hələ ki mövcud deyil.

Yeni və alternativ media olaraq, İnternetin ən böyük üstünlüyü azad məlumat əldə etməyə qapılar açmasıdır. İnternet mühitində istənilən məlumata anında çatdığımız kimi, istədiyimiz məlumatı da daha çox insana daha qısa bir zamanda çatdırıla bilər. İnternetdə tək tərəfli ünsiyyət mövcud deyil. İstifadəçi oxuduğu xəbərlə əlaqədar düşüncələrini dilə gətirə bilər, şərh edə bilər.

Texnologiyanın inkişafı durmadan davam edir. Radio və televiziyanın həyatımıza girməsilə qəzetin aradan qalxmadığı kimi, bu yeni vasitənin də ənənəvi KİV-i sıxışdırıb çıxaracağını söyləmək olmaz. Ancaq bu yeni KİV-in əsasən qəzetlərə mənfi təsirini və bunun irəlidə də davam edəcəyini görməməzlikdən gəlmək olmaz. İngiltərədə mövcud olan “The Economist” qəzetinin analizinə görə, insanlar xəbəri artıq İnternetdən izlədiyi və xüsusən gənc nəslin qəzetləri daha az oxuduğu üçün qəzet tirajı ildən-ilə azalır. Reklamların *on line* saytlara axmasıyla əlaqədar da qəzetlərin reklamlardan aldığı pay gedərək azalır.

Ənənəvi qeyd etdiyimiz mətbuatda mesajımızı ictimaiyyətə çatdırmaq üçün əvvəlcə sərmayə tapmaq, daha sonra mətbəə qurmaq, jurnalistləri cəlb etmək gərəkdir. “İnternet xəbərçiliyi” deyilən bu tip jurnalistikanın isə fərqlilikləri var. Burada istənilən mövzuya dərhal çatmaq mümkündür. Sürətli olduğundan gündəlik qəzetləri ehtiva etməkdə, son dəqiqə xəbərlərini vermək gücündədir.

İnternetin auditoriyası ildən-ilə genişlənir. Bu auditoriya televiziya, qəzet auditoriyasından bir qədər fərqlənir. Çünki əsasən əhalinin gənc və orta yaş təbəqəsindən ibarətdir. Lakin getdikcə İnternetin həyatın müxtəlif sahələrinə və cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrinə nüfuz etməsilə onun auditoriyası da genişlənəcək. Buna kompüter xərclərinin və İnternet xidmətlərinin getdikcə aşağı düşməsi də səbəb olacaq.

İnternet istifadəçilərinin sayının artması günümüzün reallığıdır. Artıq bu gün internetin sərvətləri o dərəcədə genişdir ki, bir çox istifadəçilər üçün o informasiya mənbəyinə çevrilib. İnternetlə tanışlığı olan şəxs üçün İnternet səhifəsini açıb xəbərləri oxumaq köşkdən qəzet alıb oxumadan daha sərfəli və asandır. Buna görə də bir çox KİV üçün “elektron-versiya”nın açılışı artıq aktual məsələyə çevrilib.

İnternetdəki orijinal texnologiya və İnternet-qəzetdəki dəyişikliklərə imkan verən “İnterfaje” (interfeys) redaktorlara kiçik zaman müddətində xəbərləri yerləşdirmələrini imkan verir.

Elektron qəzet – özündə qlobal şəbəkə internet yolu ilə periodik qəzet və jurnalların nəşrini nəzərdə tutur. Ancaq o, özünün ənənəvi tipi olan çap variantdakı qəzet və jurnallardan daha az populyarlıqla istifadə olunur. Əlverişli və asan olmasına baxmayaraq bu gün dünyada çox az adam var ki internetlə ona lazım olan qəzeti oxuyur. Onlarla “sarı mətbuatı” hesaba almasaq, demək olar ki, hər bir mötəbər redaksiyanın, qəzet və jurnalın internetdə öz saytı var.

Aydındır ki, jurnalistin işlədiyi konkret media sferasından (mətbuat, radio, televiziya və s.) asılı olmayaraq, İnternet onun üçün ən vacib əmək vasitəsidir (ən azı olmalıdır). Necə ki, informasiya ilə peşəkar sürətdə işləyən hər bir kəs üçün.

Bəzi proqnozlara görə, yaxın zamanlarda bütün jurnalistlər üç kateqoriyaya bölünəcəkdir;

- Ümumiyyətlə İnternetlə işləməyənlər;
- İnternetə yalnız “giriş kanalı”, informasiya mənbəyi kimi baxaraq, sonradan ənənəvi çap, tele və radio texnologiyalar çərçivəsində emal edən passiv istifadəçilər;
- öz informasiya məhsulunu Dünya Şəbəkəsində yayaraq, İnternetdən “çıxış kanalı” kimi istifadə edən web-jurnalistlər.

İnternetin bu üç kateqoriyadan hər birinə təsiri əlbəttə müxtəlif olacaqdır.

İnternet –internet nəşrlər, köşklər –qəzet və jurnal, televizor isə televiziya üçün nəzərdə tutlub. İstifadəçi ona rahat olan informasiya mənbəyindən istifadə edir. İşə gedərkən yolda radioya qulaq asır və ya qəzet oxuyur, operativ informasiya almaq üçün şəbəkəyə daxil olur, axşam isə televizorda maraqlı reportaja baxır.

Qısa bir zamanda digər KİV-ə təsirini göstərən İnternet ucuz, senzuradan uzaq olması, alternativ istifadə imkanları olmasından əlavə, yeni qavrayışlar gətirməsi onu daha təsirli etmişdir. Demokratiyanın yerləşməsinə, düşüncələrin paylaşmasına və məlumatın yayılmasına zəmin yaradan İnternet məkan və sərhəd tanımır.

İnternet jurnalistikasının KİV aləminə sürətlə nüfuz etməsinə baxmayaraq, onun ənənəvi KİV-i bütövlükdə sıxışdırıb çıxaracağını demək düzgün olmaz. Lakin əhalinin məhz zamanla ayaqlaşmağa çalışan progressiv təbəqəsinin ondan ən çox istifadə etdiyi şübhəsizdir.

II FƏSİL

İnternet və internet kompüter şəbəkəsinin yaranması

İnformatika –informasiyanın toplanması, saxlanması, ötürülməsi və istifadə olunması üsulları haqqında elmdir. İnternet bu elmin ayrılmaz bir hissəsidir.

Müstəqil ekspertlər tərəfindən keçirilən yeni bir sorğu onu göstərmişdir ki, kompüter insanın müasir həyatının təsəvvür edilə bilmədiyi elektrik avadanlıqları içində üçüncü yerdə durur. O zaman internetin bəşəriyyət üçün nə məna kəsb etdiyini deməyə ehtiyac yoxdur. Cəmi bir neçə saniyə ərzində dünyanın hər hansı bir güşəsilə əlaqə saxlamaq, insanı peyk vasitəsilə görmək və başqa milyonlarla gərəkli əməliyyatlar həyata keçirmək bacarığı. Bəziləri interneti narkotik adlandırır və onların fikirlərində hardasa geçəklik də var, ancaq şübhəsiz ki, internetin faydalarını inkar etmək olmaz.

Ötən əsr tarixdə çoxsaylı elmi-texniki nailiyyətlər əsri kimi qaldı. Bu texniki nailiyyətlər ilk növbədə informasiya sahəsinə toxunaraq cəmiyyətin kütləvi şəkildə maariflənməsinə gətirib çıxardı. Əvvəlcə qəzetlər və jurnallar mövcud idi, sonra radio və televiziya yarandı. Nəhayət, 20-ci əsrin ikinci yarısında İnternet adlanan Ümumdünya Şəbəkəsinin yaranması ilə elektron hesablayıcı maşınlar, yaxud sadəcə olaraq kompüterlər ancaq peşəkar mütəxəssislərin yox, adi vətəndaşların kütləvi istifadə vasitəsinə çevrildi. Pentaqonun ixtirası olan və ilk əvvəl yalnız hərbi məqsədlə üçün nəzərdə tutulan İnternet bu gün minlərlə kompüterə vahid şəbəkədə birləşdirir.

İki və ya bir neçə kompüter verilənlər mübadiləsi məqsədi ilə bir birinə qoşulduqda kompüter şəbəkəsi yaranır.

Bir təşkilatın kompüterlərini birləşdirən şəbəkəyə Lokal şəbəkə və ya LAN (Local Area Network) deyilir. Bundan əlavə, lokal şəbəkələri və fərdi istifadəçiləri birləşdirən şəbəkə Qlobal şəbəkə və ya WAN (Wide Area Network) adlanır.

Lokal şəbəkəni (LAN) qlobal şəbəkə (WAN) ilə birləşdirən kompüter və bu kompüterdəki proqram təminatı şlyuz (*Gateway*) adlanır. Qlobal şəbəkələri birləşdirən daha yüksək səviyyəli şəbəkə də mövcuddur. Bu şəbəkə İnternet adlanır. İnternet bütün dünya üzrə müxtəlif kompüterlər arasında ünsiyyət üçün imkan yaradan və informasiya mübadiləsini təmin edən şəbəkələr şəbəkəsidir. İnternet –bütün şəbəkələrin qarşılıqlı təsiri və bir yerdə mövcud olma vasitəsidir. Hərfi mənada bu, inter şəbəkədir.

İnternet dünya ölkələrinin əksəriyyətinin şəbəkələrini birləşdirir. Bu gün İnternet demək olar ki, dünyanın bütün ölkələrini əhatə edir və onun istifadəçilərinin sayı getdikcə artır. İnternetə qoşulma ayrılmış kanal vasitəsi ilə və ya zəng etmə yolu ilə, yəni telefon xətti ilə həyata keçirilir. İnternetdə vahid idarəetmə mərkəzi, yaxud vahid müdiriyyət yoxdur. Buna baxmayaraq, şəbəkənin belə təşkili əslində dərinlən düşünölmüş struktur deməkdir. Bu struktur 1969-cu ildə ABŞ Təhlükəsizlik nazirliyi tərəfindən işlənmiş ARPAnet layihəsi çərçivəsində qurulmuş və on minlərlə dünya proqramçılarının kollektiv şüuru ilə getdikcə inkişaf etdirilmiş və mükəmməlləşdirilmişdir.

Əvvəllər sadəcə bir neçə elmi mərkəz və universitetləri birləşdirən bu şəbəkə hazırda istifadəçilərinə müxtəlif informasiyalar –xəbərlər, oyunlar, musiqi, sorğu məlumatları təqdim edərək bütün dünyada on milyonlarla kompüteri əhatə edir. Burada eyni zamanda min kilometrərlə uzaqda olan insanların bir-birlərilə sərbəst şəkildə əlaqə saxlaması, poçt, məlumat, foto və xəbər mübadiləsi yaratmağına kömək edən əlavə xidmətlərindən də yararlanmaq olar.

İnternet-informasiyanı və hesab resurslarını ötürən və qoruyan qlobal şəbəkədir. Ümumdünya kompüter şəbəkəsi olan İnternet fərdi kompüterlərlə birgə “Ümumdünya informasiya cəmiyyəti” adlanan beynəlxalq konsepsiyanın inkişafının texnoloji əsasını təşkil edir.

İnternetin əsas xidmətləri;

Elektron poçt (e-mail);

Telekonfranslar;

WWW –informasiya-sorgu verilənlər bazaları;

Hökumət sənədləri, kitabxana kataloqları və sair kimi çoxsaylı müxtəlif; sənədlərdən ibarət olan hipermetn mühiti;

Kompüter şəbəkələri və şəbəkə protokolları.

İdeal və tam kompüter avadanlığı sxemi aşağıdakı konfigurasiyadan ibarət ola bilər:

- 1) İnternetə çıxışı olan stolüstü kompüter;
- 2) Stolüstü periferik avadanlıqlar: printer və skayner;
- 3) İnternetə çıxışı olan noutbook, həmçinin rəqəmli kamera və diktofon;
- 4) Cib kompüteri (internetə çıxışı ilə birgə).

Bütün bu cihazların sözsüz ki, bir-biriləri ilə informasiya mübadiləsi yaratmaq imkanı olmalıdır.

İnternet dünya kompüterlərinin birləşmə nöqtəsi olub, bütün dünyadakı kompüterlərin bir-birilə xəbərləşməsinə imkan verən elektron dil və mənbələr seriyasıdır. Bir çox ortaq nöqtələri olmaqla bərabər, hər biri-elektron poçt, xəbər qrupları, forumlar, söhbət otaqları, web-saytlar, FTP saytlar və digərləri əlaqə və məqsədləri baxımından fərqlənir.

İnternet ABŞ Müdafiə Nazirliyinin başlatdığı təcrübə nəticəsində meydana çıxdı. Nazirlik Sovetlər İttifaqında yaradılan nüvə partlayışı ilə əlaqədar kommunikativ idarəetmənin əsas sisteminin itirilməsi şəraitində problemlərlə məşğul olurdu. Nazirliyin məqsədi –nüvə partlayışından sonra funksiyası pozulmadan davam edəcək bir kompüter şəbəkəsi yaratmaq idi. Əgər şəbəkənin bir hissəsi zədələnmiş və ya çalışmaz hala gəlmişsə, sistemin digər tərəflərinin çalışması gözlənilirdi. Bu şəbəkənin adı ARPANET idi və bu şəbəkə ABŞ-dakı elmi dairəni və araşdırmaçıları bir-birilərinə bağlayırdı. ARPANET bugünkü İnternetin təməli sayılır. ARPA bu problemin həllinə milli şəbəkəni inkişafı və axtarılması ilə son qoydu. Mahiyyət etibarilə bu proqram təminatının yardımı üçün problem oldu: böyük bir şəbəkədə bir və ya bir neçə kompüterin itirilməsi şəraitində məhv olmuş

kompyuterlərin işini davam etdirməsi üçün kompyuterləri milli şəbəkəyə necə birləşdirmək lazımdır.

İnternetin tarixinə qısaca nəzər salaq:

–1969-cu ildə Amerika Federal Müdafiə Nazirliyi müxtəlif kompyuter elmlərini və müdafiə birliyini dəstəkləyən ARPANET adında şəbəkə yaratmağa başladı. Bu şəbəkə ABŞ-dakı elmi mərkəz və universitetlərin müxtəlif tipli kompyuterlərini də birləşdirərək böyüdü.

–1972-ci ilin oktyabrında reallaşdırılan Beynəlxalq Kompyuter Ünsiyyəti Konfransında (İCC) ARPANET-in NCP ilə demonstrasiyası gerçəkləşdi. Eyni ildə ARPANET içində elektron poçt (E-mail) istifadə olunmağa başladı.

–1983-cü ildə bu gün üçün də geniş yayılmış məşhur Transmission Control Protokol və İnternet Protokol – TCP/IP ailəsi peyda oldu.

–ABŞ-da qlobal internet şəbəkəsinin başlanğıç tarixi 1986-cı il olaraq müəyyənləşdirilmişdir. NSF (milli elm forumu) NASA ilə birlikdə TCP/IP-nin bazasında elmi kompyuter şəbəkəsi yaratdı və onu ARPANET-lə birləşdirdi. Üç ildən sonra təşkil olunmuş formada administrativ və koordinasiya diaqram şəbəkəsi Avropada interneti inkişaf etdirdi.

–1990-cı ildə ARPANET ləğv olundu və İnternet adı altında əvvəlcə ABŞ universitetlərinin istifadəsinə, daha sonra isə ümumi istifadəçilərə verildi.

–1991-ci ildə Minnesota Universiteti tərəfindən İnternet qaynaqlarını tapmaqda köməklik göstərən GOPHER istifadəyə başladı. Bu, İnternet üzərindən müxtəlif mövzularda axtarış etməyə kömək edən bir proqramdır. Təmin etdiyi ən əhəmiyyətli üstünlük internet qaynaqlarını menyular halında təqdim etməsi və istifadəçinin istədiyi qaynaq menyudan seçilincə o qaynağa çatmaq imkanının təmin edilməsidir.

–1992-ci ildə ABŞ şirkəti olan CERN tərəfindən World Wide Web yaradıldı.

WWW hipertekst texnologiyasından istifadə edərək İnternet qaynaqlarına müraciəti təmin edən başqa bir imkan idi.

–1994-cü ildə Web üzərindən əməliyyat edən Mosaic proqramı bazara çıxarıldı. E-mail yoluyla satışı çıxarma və reklam kəşf olundu.

–1994-cü ilin iyulunda CERN W3 Organization adlı qrup yaratdı.

–1995-ci ilin əvvəlində bu qrup *The World Wide Web Consortium* (<http://www.w3.org>)-a transformasiya edildi və WWW-nun aparıcı işlərindən biri oldu.

–1995-ci ildə **Web** üzərindən əməliyyat edən Netscape proqramı istifadə olunmağa başladı. Yahoo!-da ilk axtarış edildi.

İnternetin əsas xüsusiyyətləri:

–İnternet getdikcə ucuzlaşan bir texnologiyadır.

–İnternet senzura edilməsi çətin bir texnologiyadır.

–Həm eyni anda, həm də müxtəlif anlarda istifadə edilə bilər.

–Sahibçilik mövqeyini aradan qaldırır.

–Alternativ istifadə imkanları vardır.

İnternetin bu xüsusiyyətlərindən əlavə olaraq, bu texnologiyanın üç əsas tərtibatçısını ayıraq:

- informasiyanın yerləşdiyi server;
- onu gözdən keçirən müştəri ;
- onları birləşdirən mübadilə protokolu.

Tərkibində mətn, qrafika, musiqi birləşdirən sənəd və digər informasiya formaları kompüter serverdə yerləşirlər, kompüterin köməyiylə müştəri tərəfindən gözdən keçirilirlər və birindən digərinə HTTP (*Hyper Text Transfer Protocol* – hipertekst ötürmələri üçün protokol) protokolu vasitəsilə ötürülür. Baxmayaraq ki, bu, internetdə istənilən əməliyyat üçün vacibdir, əsas istifadəçilərin informasiya ilə işləmək üçün bu protokol haqqında bilməklərinə elə də ehtiyacı yoxdur.

Müştəri (insan tərəfindən istifadə edilən kompüter və ya işçi stansiya) sənədi görmək istədikdə URL formasında serverə sorğu göndərərək şəbəkədə HTTP protokolundan istifadə edir.

Veb-serverlərdə informasiya sənədlər toplusu formasında saxlanılır. Hər bir sənəddə hipertekst mənbəyi varki, istifadəçi onun köməyi ilə verilmiş mövzuda digər sənədlərdə olan informasiyaya müraciət edə bilər. Bu yolla, istifadəçilər sənəddə ayrılmış sözü, şəkli və qrafik elementi seçərək ona maraqlı olan sənəddə (bu, sənədin harada olmasından asılı deyil) istədiyi istiqamətə keçə bilər. Bu cür texnologiya mətnlə bərabər veb-sənəddə qrafika, səs və ya videotəsvir işlədə bilər.

Serverdə sənədlər həm hazır formada ola bilər, həmçinin dinamik şəkildə müştərinin sığusuna əsasən yaradıla bilər. Dinamik sənədin ən sadə forması əksər sahifələrdə rast gəldiyimiz istifadəçilərin saygacıdır.

İnternet vasitəsilə planetin müxtəlif nöqtələrində yerləşən insanlar real vaxt rejimində bir-biri ilə əlaqə yarada bilər. Bu cür əlaqələr həyatın müxtəlif sferalarına yayılıb və inkişaf edir. Təcrübə göstərdi ki, ticarət və biznes sahəsində İnternet artıq birincilik qazanmışdır. İstifadəçilər üçün internet yalnız sərbəst ünsiyyət, informasiya axtarışı demək deyil, həmçinin pul qazanmaq imkanındır.

Hər gün milyonlarla insan müxtəlif məqsədlər üçün İnternetdən istifadə edir. Bunlardan ən geniş yayılanı elektron poçtdur ki, onunla sərhəddən kənar istənilən şəxslə əlaqə saxlamaq olar. Eyni zamanda böhran vaxtı internet xəbərlər üçün daimi informasiya mənbəyidir, çünki onu birdəfəlik qadağan etmək mümkün deyil.

İnternet müxtəlif məqsədlərlə istifadə olunduğu halda daha çox ən rahat məsafəsiz ünsiyyət vasitəsi kimi populyarlıq qazanıb. İndividual (şəxsi) aktivlik internetdə vasitəli və ya vasitəsiz əlaqəni şərtləndirir. İnternetdə ünsiyyətin bəzi psixoloji xüsusiyyətləri var: anonim ünsiyyət, könüllü və arzu edilən ünsiyyət, qeyri-ti-pik və qeyri-normal rəftar.

İnsanlar elektron poçtu, elektron elanlar lövhəsi, yaxud xəbər qrupları vasitəsilə bir-birilə informasiya mübadiləsi aparır, müxtəlif problemlər müzakirə edir və yaxud da, sadəcə olaraq söhbət edir. Bu zaman forum, söhbət iştirakçısı, elektron poçt istifadəçiləri İnternet məkanının bilavasitə iştirakçılarna çevrilirlər. İnsanlar internetlə səyahət edirlər və orada yaşayırlar. Kompüterlər evimizə girdi və dərhal

orada mərkəzi yeri tutdu. Kosmosun güclü yolları gündəlik həyatda baş verən hər bir şeyi ekranın monitoruna köçürdü. Evimizin daha əvvəlki mərkəzləri-nahar stolu, kitab rəfi, televizor, telefon informasiya axınının gəlişi ilə öz əhəmiyyətini itirməyə başladı. Fəaliyyət sahəsi, əyləncə sahəsi və əlaqə sahəsi ekrana aparıldı.

Beləliklə, insanın internetdəki aktivliyi bu təlabatların ödənilməsi prosesində reallaşır:

1) kommunikativ (elektron poçt, çat, konfrans, qonaq kitabçaları, forumlar, qruplar və digər interaktiv vasitələrlə təmin edilir);

2) idrak (şəbəkədə hərəkət, xəbər və analitik şərhlər oxumaq, konkret informasiya axtarışı, öz-özünə təhsil alma və başqa vasitələrlə təmin edilir);

3) oyun (çoxlu sayda oyun növləri ilə təmin edilir –tetrinin ən sadə növündən ən çətin ssenarili interaktiv quruluşlaradək).

İnternetə yeni zaman anlayışı daxil oldu.Təyin edilmiş ciddi saatlardan fərqli olaraq, müştəri internetdən ona lazım gələndə istifadə edə bilər. Zaman qovşaqları və dövlət sərhədləri öz əhəmiyyətini itirməyə başladı. İnternetdə məsafə, ölçü və sürət anlayışlarının da əhəmiyyəti itməyə başlayıb. Xidmətin keyfiyyəti uğurun həlledici faktoruna çevrildi. İnternet yolu ilə hər kəs maksimal sürətli xidmətlər təklif edə bilər.

Hazırda internet elmi və fərdi istifadədə olan, sürətlə inkişaf edən və kommersiya firmalarının, qeyri-kommersiya təşkilatlarının, müstəqil qəzet, digər KİV və hüququn əsas beynəlxalq əlaqə vasitəsinə çevrilib. Belə güman edilir ki, bu gün dünyada 15-dən 30 milyonadək insan internetə bağlıdır. Onlar bunu telefon xətti, ötürücü kabellər, peyk ötürücüləri və ya hər üçünün kombinasiya edilmiş formasında edirlər.

İnternetin üç əsas dəyəri bunlardır:

a) *İnternet heç kimə mənsub deyil.* O, heç kəsə aid ola bilməz, məlumatların ötürüldüyü kanalın kompaniyasına da, bizə internetə girmək imkanı verən provayderə də, bizim serveri icarəyə götürdüyümüz hosting-operatora da, hətta heç bir hakimiyət orqanına da;

b) *İnternetdən hər kəs istifadə edə bilər.* Daha əvvəl qeyd etdiyimiz kimi, internet artıq ümumi istifadədə olan həm əlaqə, həm informasiya, hətta pul qazanmaq vasitəsidir.

c) *İnterneti hər kəs təkmilləşdirə bilər.* Şəbəkəni təkmilləşdirməyin iki yolu var. Birincisi, internetdən kənarında bütün arzu edənlər üçün servis təşkil etmək. İkincisi, bu, daha vacibidir: yeni xidmət və imkanlar icad edin və yeni razılaşma təşkil edin. Bu yolla elektron poçt və xəbərlər qrupu, hətta **WWW** meydana gəlib.

İnternetdə mövcud olan və aktiv istifadə olunan müxtəlif kommunikasiya formalarını şərti olaraq qruplara ayıraq:

1. İnternet-peycerlər;
2. İnternet telefoniya, telekonfranslar;
3. Sosial şəbəkələr;
4. Bloqosfer;
5. Forumlar, çatlar, elektron poçt və digərləri...

Ayrıca olaraq bloq haqqında bəzi məlumatları qeyd edək. **Bloq** (ing. blog, web log-dən, “elektron jurnal və ya hadisələrin gündəliyi”) –bu, müntəzəm şəkildə qeydlər, şəkil və multimedianın toplandığı veb-saytdır. Veb bloq –informasiya ilə zəngin müəllif layihələrinin bu və ya başqa formasıdır. Bloqlar üçün dövrü xarakterli, çox da uzun olmayan qeydlər xarakterikdir. Bloqları idarə edən şəxslərə bloq-qerlər deyilir. Bloqqerlər adətən, başlarına gələnləri yazır, bu və ya digər siyasi və mədəni hadisələr haqqında fikir yürüdür, şərtləri hiperötürmələrlə mənbələrlə əlaqələndirirlər. Şəbəkədə olan bütün bloqların cəmi **BLOQOSFER** adlanır.

İnternet jurnalistikada da geniş tətbiq olunur. Hazırda yeni kütləvi informasiya vasitəsi yaranıb –İnternet-KİV, şəbəkədə çıxan qəzet və jurnallar. İnternet vasitəsilə dinlənməsi mümkün olan bir çox radiostansiyalar mövcuddur. Xüsusən də, son illərdə hər hansı informasiyanın əldə edilməsi, yayılması, qısaca onun imkanları və verdiyi asanlıqlar bu yeni texnologiyanı jurnalistika sahəsi üçün də təkrar olunmaz bir vasitə halına gətirmişdir. İnternet texnologiyası jurnalistikanı yeni keyfiyyətli səviyyəyə qaldırıb, öz auditoriyasını informasiya obrazının formalaşması prosesinə

cəlb edir. Şəbəkə jurnalistikasının hipermətnlilik prinsipi internetin başlıca üsürlərindən biri kimi xüsusi qeyd olunmalıdır. Hiperötürmələr – verilmiş tematika üzrə İnternetdə olan başqa mətnlərlə əlaqə yaradır və beləliklə uyğun mövzunu genişləndirir və oxuculara əlavə məlumat tapmağa kömək edir.

İlk İnternet KİV-i informasiya konveyeri kimi çalışırdı, televiziyadan daha operativ və əlverişli olduğu üçün cəlb edilirdi. Onlar informasiya tələbatını ödəyirdi, ancaq informasiyaya qarşı məsuliyyətsizlik sezilirdi və müəllif materiallarında dərin defisit vardı.

Digərləri isə öz yazılı mətbuatının bu sxemlə elektron versiyasını yaratmağa çalışırdı: ictimai əsaslarla bir nəfər təyin edilirdi ki, qəzetin cari versiyasını götürüb vizual hipermətn redaktorunun da köməyi ilə onu HTML-ə köçürür və sayta yerləşdirirdi. Bu zaman həmin müəssisənin nə məqsədəuyğunluğu, nə bütöv auditoriyası, nə də iqtisadi modeli haqda suala ehtiyac yox idi. Nəticədə bütün elektron versiyalar tezliklə öz tərtibatçılarını və auditoriyasını məyus etdi, belə ki, onların normal işləmək üçün materialın strukturunu yeniləmək, dizayn və dilini dəyişmək, axtarış və hiperötürmələrlə təmin etmək lazım gəlirdi.

İnternetdə yayılmış mətnlərin əksəriyyəti HTML –*Hypertext Markup Language* formatının köməyi ilə kodlaşdırılıb. Hipermətn sözünün ən sadə tərifini demək ola ki, bütün veb-dizayn dərslərində tapmaq olar. Hipermətn – digər mətnlərlə ötürmələrlə əlaqələnən mətndir. Baxmayaraq ki, HTML-i dil adlandırılır, bu heç də dil deyil, daha dəqiqi heç də proqramlaşma dili deyil. Bu, sadəcə mətn və qrafik informasiyanın düzülüş qaydasıdır, brauzerin (baxış proqramı) mətni ekranda düşündüyümüz kimi əks etdirməsidir. Bu qaydaların öyrənilməsi internetdə nə isə yerləşdirmək istəyən hər kəs üçün vacibdir.

HTML-in tarixi 1969-cu ildən GML (*Generalized Markup Language*) texniki sənədlərin birinci dil nişanının meydana gəlməsindən başlayır. Onun yaradıcısı IBM kompaniyasında çalışan Çarlz Qoldfarb sayılır. 1986-cı ildə bu dil beynəlxalq standart statusu və SGML (*Standard Generalized Markup Language*) adını qazandı.

Bu gün HTML həm parlaq jurnal cildi kimi, həm qəzet səhifəsi kimi, həm də televizor ekranı kimi tərtib edilə bilər, bir tək fərq var ki, ekrandakı təsviri idarə etmək üçün əlavə imkanlar var. Başqa sözlə, veb-dizayn digər kütləvi informasiya vasitələrinin dizaynından daha böyük imkanlara malikdir. Bundan əlavə, veb-dizayn interaktivdir.

İnternet və onunla birgə onlayn-jurnalistika individual xəbər prezentasiyası yaratmağa imkan verir. İstifadəçi müəyyən kateqoriya və rubrikaya abunə yazılaraq ona lazım olan informasiya ilə “şəxsi qəzeti”ni –*Daily me* (gündəlik mən) yarada bilər. O, qəzetin dövriliyini də, gündəlik, saatbaşı və ya fasiləsiz olmasını da təyin edə bilər.

İnternetə və onunla birgə KİV-ə sivilizasiyalı inkişaf və mədəniyyət fenomeni kimi baxmaq olar. Ancaq internetdə sivilizasiyalı və mədəni baxış bir-birindən fərqlənir, necə ki sivilizasiya və mədəniyyət anlayışları fərqlidir.

İnternet sivilizasiya münasibətlərində –sadəcə insanlarla təşkilatlar (iqtisadi, siyasi, elmi və s.) arasındakı münasibətləri təkmilləşdirən və qloballaşdıran yeni bir kommunikativ texnologiyadır. İnternetdən yalnız bu münasibətlərin yeni global formalarının təşklini gözləmək olar.

İnternetə mədəniyyət fenomeni kimi baxdıqda isə xeyli çətin mənzərə alırıq. Fotoqrafiya, kinomatoqrafiya, televiziya öz yaranışları ilə tədricən rəssamlığın, teatrın yerini tutdu. Narazılıqlar əsassız oldu –yeni incəsənət növləri mədəniyyətdə öz yerini tutdu. İnternetdə isə həqiqətən də hər şey var: kitab, şəkil, heykəltəraşlıq, film, qəzet, teatr, rəqs vəs.

İnternet mədəniyyət (və ya kibermədəniyyət) şəbəkə özündə yeni mədəniyyət formaları birləşdirəndə və onu bizim gündəlik həyatımıza ötürəndə başlayır.

Şəbəkə dünyanı və reallığı söz və dil ilə qurur. İnternetdə “çap dili” anlayışı öz əvvəlki məzmununu itirib. İnternetdə heç bir şeyi çap etmək olmur, ancaq yalnız yerləşdirmək və dərc etmək olur.

İnternetdə dil faktorunu xüsusi qeyd etmək lazımdır. Biznes sahəsində olduğu kimi, İnternetdə də saytların sayına görə ingilis dili liderdir. Lakin İnternetdə başqa

dillərdə də çoxlu sayda sayt var. Məlumatın dili sadəcə adi dil deyil, həm kodlaşmadır ki, onun köməyilə məlumat oxucu üçün əlçatan olur, həm saytın məlumatlar yerləşdirildiyi struktur xüsusiyyətləridir, həm saytın özünün yerləşdiyi şəbəkədir, şəbəkələrin, texnologiyaların cəmidir ki, onun köməyilə bu məlumatlar təhlil edilir.

Jurnalistlər üçün internetin imkanlarının qiymətləndirilməsinin ən yaxşı yolu şəbəkəyə qoşulmaq, maraqlarına cavab vermək və müxtəlif səhifələri tədqiq etməkdir. Bu üsul internetin öyrənilməsinin ən səmərəli metodudur. İnternetə bəzən böyük kitabxana kimi baxırlar, sanki kitablar rəflərdən götürülür və rəflərdə yerləşdirilir. Əslində isə internet bu misaldakı kimi sərhədli deyil. Son illərdə mütəxəssislər yeni bir proqram tərtib ediblər ki, informasiyanı təşkil edir və hətta internetdə müxtəlif kompüterlərdə yerləşən fayllar arasında “hyperlinks” yaradır. İnternetdə müəyyən mövzular əsasında sistemli axtarış mexanizmləri də işlənib hazırlanıb.

Sürətlə inkişaf edən internetdə milyonlarla sayt və onlarda da yüz milyonlara elektron sənəd var. Bu sənədlərin çoxunda informasiya mətn şəklində yerləşdirilib. İnternetdə insanlar tərəfindən nə vaxtsa qeydə alınmış bütün fikirlər, ideyalar, mühakimələr, rəylər cəmlənib və ya tezliklə cəmlənəcək. Vacib olan hər hansı bir məlumatı tapmaq üçün xüsusi axtarış sistemləri var. Axtarış sistemləri vacib informasiyanı tapmağa imkan yaradır və onun şəbəkədə nə dərəcədə təqdim edilməsini qiymətləndirir. Bu yolla, söz və anlayış rəqəmlə əlaqələndirilir. İstənilən axtarışın əsasında “hörümçək toru” proqramı durur ki, internetin geniş fəzasında irəliləyir və tapdığı bütün sənədləri öz informasiya serverinə gətirir. Axtarış serverində internetin bütün sənədlərinə keçid və istinad yerləşdirilib. Nəticədə, sistem internet adresi və orada rast gəlinən bütün sözləri yadda saxlayır. Axtarış serverində sorğu apararkən bəzi açar sözləri göstəririk və sistem internetdə yerləşən bütün sənədlərdən işarələnmiş sözün rast gəlinədiyi bütün sənədlərin ünvanını əks etdirir.

Daha çətin sorğuların təhlili daha maraqlı nəticələrə gətirib çıxara bilər, məsələn, nə isə problemlə bir sahəni qeyd edə və auditoriyanın ona olan münasibətini

təhlil edə bilərik. Əldə edilmiş nəticə internet dünyasını xarakterizə edəcək. Onu “yazılı nəşrlərdəki” analizlə müqayisə etmək olar ki, bu da son nəticədə internet istifadəçilərinin spesifikasiyasını müəyyən edəcək. Bu cür tədqiqatların əsas üstünlüyü sürətdir.

Veb-jurnalist qarşısında duran vəzifələri yerinə yetirmək üçün özünü müxtəlif sahələrdə təkmilləşdirməlidir, ən əsası isə internet texnologiyası sahəsində. Bu işdə ona İnternet özü kömək edəcək.

İnternet həqiqətən bütün elmi sorğuları praktiki şəkildə cavablandırmağa bilər. Əgər bizdə hər hansı bir yeni qurğu və ya proqram vasitəsilə əlaqədar sual yaranıbsa, şübhə yoxdur ki, bu sual yalnız bizdə yaranmayıb. Çox ehtimal ki, bu suala artıq internetin konfranslarında müzakirə edilir və ya FAQ (çox soruşulan suallar) bölməsində yerləşir. Beləliklə, bizə yalnız bu informasiya resursunu tapmaq qalır. Adətən bu cür hərəkət etdikdə cavabı tez bir zamanda almaq mümkündür.

İnterneti daha öncə dediyimiz kitabxana əvəzinə, çox böyük, minlərlə açıq qapılı otağı və onlar arasında çoxlu sayda dəhlizi olan evlərlə müqayisə etmək daha düzgün olardı. Müxtəlif əlaqə formaları var. İnternetin tədqiqatı bilərəkdən axtarış və təsadüfi tapıntının vəhdətindən ibarətdir.

İnternet elektron dünyası informasiya ilə zəngindir və həvəskar jurnalistin işgüzarlığını artırmaq üçün onlara materiallar təqdim edir.

III FƏSİL

İnternet jurnalistika və əsas xüsusiyyətləri

KİV-in rəqəmləşdirilməsi, yəni dijitallığı qəzetlərin kompüterdə yığılmasına və hətta onların İnternet versiyalarının yaranmasına gətirib çıxarmışdır. Radioların rəqəmləşdirilməsi tezliklərin sayının çoxalmasına, hətta İnternetə qoşularaq kompüter vasitəsilə radioların dinlənməsi imkanını yaratmışdır. Bu cür yolla televiziya kanallarına baxmaq da mümkündür. Müasir informasiya və rabitə texnikası informasiyanın yayılmasına, əldə edilməsi və qorunmasına şərait yaratmaqla yanaşı informasiyaya olan yolu da tapmışdır.

Bugünkü müşahidə etdiyimiz cürcətilər məhz elektron jurnalistikanın yarandığını göstərir. İnternet jurnalistikası elə bir dövrdə yarandı ki, artıq alimlər bir-birilə danışan kompüterlər yaratmışdılar. Faks əlaqələrinin və elektron poçtunun yaradılması ideyası bir əsrdən də əvvəl meydana gəlmişdir. 1863-cü ildə “Paris XX əsrdə” əsərinin əlyazmasında Jül Vern yazmışdır ki, fototeleqrafın yaradılması sayəsində istənilən məktub müxtəlif yerlərə göndəriləcək, iyirmi min kilometr olmasına baxmayaraq istənilən kontrakt imzalana biləcəkdir. Bu əlyazması ancaq 1994-cü ildə nəşr oluna bildi. Reallıqda isə faks və elektron poçtu XX əsrin 80-90-cı illərində yaradıldı.

Texnologiyanın inkişafı qəzet istehsalının xarakterində özünü göstərir. Qəzet özünün kompüterə köçürülən və isti-isti oxucuya çatdırılan elektron versiyasına keçməkdədir. İndi normal qəzetlərin hamısının elektron versiyaları var. İnkişaf etmiş ölkələrdə elektron qəzetlərə məmnuniyyətlə abunə olurlar. Çünki elektron qəzetlər daha müxtəlif və rəngarəng materiallar verir, geniş auditoriyaya ünvanlanır, sərhəd tanımır, bəzən çevik şəkildə, hətta, hər saatbaşı yeniləşir və s.

Ümumiyyətlə, jurnalistika və İnternet anlamını iki səpkidən nəzərdən keçirmək olar: İnternet nəhəng məlumat bazası kimi jurnalistlərin fəaliyyətində yardımçı

vasitə və İnternet bilavasitə kütləvi istifadəçilər üçün yeni qlobal informasiya və kommunikasiya vasitəsi kimi.

Hər iki variant çox geniş yayılıb. Doğrudan da, hər səhər redaksiyada iş müxtəlif internet səhifələrinin nəzərdən keçirilməsindən başlayır. Ötən gün dünyada nə kimi hadisələrin baş verdiyini öyrənmək üçün o, çox cəld və rahat üsuldur. Jurnalistlər məqalə yazarkən, yaxud da veriliş hazırlayarkən çox vaxt internetdən əldə etdikləri məlumatlardan istifadə edirlər. Bu vaxt mütləq mənbəyə istinad etmək lazımdır, müəllif hüquqları pozulmasın.

İnternet kommunikasiyanın klassik sxemini özündə saxlayır “mənbə–məlumat–alıcı”. İnternetdə kommunikasiya müxtəlif formalarda qəbul edilir –vebsəhifələrdən dostlar arasındakı elektron məltublaradək. İnformasiya mənbəyi –həm ayrıca, həm bir qrup jurnalist, məlumat –jurnalist materialı və ya mətni, alıcı isə milyonlarla insan arasında bir nəfər və ya böyük bir auditoriya ola bilər.

O ki qaldı İnternetin yeni qlobal informasiya vasitəsi olmasına, buna sübut kimi hazırda on minlərlə elektron qəzet və jurnalın, *on line* rejimində fəaliyyət göstərən yüzlərlə radio və televiziya kanallarının mövcud olmasını demək kifayətdir. Bütün bu İnternet saytlar hər saatdan bir oxucularına operativ informasiya təqdim etmək iqtidarındadır. Çünki onun strukturu, fəaliyyət mexanizmi və texniki imkanları buna imkan verir. O, operativlik baxımından qəzet, radio və televiziyanı arxada qoyub.

İnternetin yaranması və inkişafı ilə media aləminə yeni tip jurnalistika gəldi. Bu isə anlaşılması gərəkli olan bəzi terminlərin yaranmasına səbəb oldu. V.Siçenonov “İnternet və kiberjurnalistika” məqaləsində müasir jurnalistika istiqamətinin beş əsas tərifinin mövcud olduğunu qeyd edir: elektron, şəbəkə, internet, *on line* və kiber jurnalistika.

Elektron jurnalistika –bu, çox geniş anlayışdır və yalnız İnternet KİV-i yox, həm də ənənəvi radio və televiziyanı əhatə edir.

Şəbəkə jurnalistikası –”şəbəkə” sözündəndir və iki cür şəbəkəyə aiddir. İki və daha artıq maşını birləşdirən yerli (lokal) şəbəkələrə və şəbəkələr şəbəkəsi olan

İnternetə. Şəbəkə və şəbəkədə jurnalist fəaliyyəti çətin bir prosesdir ki, ona qlobal sivilizasiyalı və mədəni proses kontekstində baxmaq lazımdır.

İnternet jurnalistika –dünyada ən populyar şəbəkələrdən birinin adı ilə bağlıdır.

On line jurnalistika –On-layn telekompüter əlaqələrinin operativ,interaktiv rejimidir. Hərfi mənası xəttin içində, birbaşa, daim yeniləşən məlumatlar bazası, cari informasiyanı təqdim edən xidmət deməkdir.

Burada jurnalist real vaxt rejimində işləyir. Yəni jurnalist hadisəni məhz indi və bu saat yazır.

On line jurnalistika *on line* yolu ilə məqalənin nəşr olunduğu jurnalistika sahəsidir. Əsas *on line* portallar 1990-cı illərin ortalarında yarandı. Bu gün ənənəvi yazılı KİV üçün də online first şüarı səslənir. İnternet öz gəncliyində daha çox televiziya ilə müqayisə edilirdi. Burada əsas faktorlar operativlik və geniş əhatə dairəsidir. Hazırda onlayn TV-nin həddindən artıq perspektivləri var.

Kiber-jurnalistika –bu termin auditoriya üçün bir qədər kəskin, qeyri-adi və anlaşılmaz səslənir. Termin bu növ jurnalistikanın inkişaf etdiyi mühitin xarakterini əks etdirir.

Kompüter jurnalistikası –müasir texnologiyaların inkişafı nəticəsində bir çox sahələrin, eləcə də jurnalistikanın avtoomatlaşdırılması ilə bağlı olan termin.

Beləliklə, ənənəvi jurnalist ixtisasına (qəzet, radio və telejurnalistika kimi) daha birisi –onlayn jurnalistika, İnternetdə jurnalistika daxil olub. Onun əsas xüsusiyyətlərinə –operativlik, oxucu ilə daimi canlı bağlantı və nəticə etibarilə veb-auditoriyanın artan sayı və s.daxildir. Bu gün minlərlə gündəlik qəzet və jurnal, audiovizual KİV (televiziya, radio və s.) İnternetdə öz nümayəndəliklərini açıb. İnterneti bunun üçün də bəzən “beşinci hakimiyyət” adlandırırlar, çünki o, insan fəaliyyətinin demək olar ki, bütün sahələrinə nüfuz edib.

İnternet jurnalistikanı yalnız yeni texnoloji imkanlardan istifadə edən jurnalistika adlandırmaq çox sadə olardı. Belə ki, internet jurnalistikanın yeni, keyfiyyətli, mədəni və sivilizasiyalı fenomen olduğunu söyləməyə əsaslar var.

Müəlliflər. İnternet jurnalistlərin əsas ixtisası informasiyanın, fikirlərin, rəylərin KİV yolu ilə İnternetdə yayılması ilə məşğul olmaqdır. Jurnalistlər oxucular üçün yazır. Web-jurnalistika üçün aşağıdakı stimullar gərəkdir:

Həyat səviyyəsinin artırılması –yeni, nisbətən yüksək maaşlı və tələbkar mütəxəssislərdən istifadə etmək.

Öyrənmək istəyi və maraq –insan varlığının ən anlaşılmaz cizgilərindən biri.

Ünsiyyət –dostluq və yoldaşlıq əlaqələrinin qurulmasında tamamlayıcı üsul və stimul.

Özünü ifadə etmək imkanı –ümumilikdə və xüsusən də jurnalistikada yaradıcılıq üçün ciddi səbəb.

On line KİV üçün necə yazmalı?

Fərqi yoxdur, qəzet və ya İnternet üçün bir qayda vardır: “Nə yazırsansa, qısa yazki səni oxusunlar, aydın yazki səni başa düşsünlər və bədii yazki səni yadda saxlasınlar”. Bu fikir məşhur Pulitser mükafatının adının daşdığı görkəmli amerika jurnalisti Pulitserə məxsus idi.

İnternetdə uğur qazanmağı təmin etmək üçün internetdə ünsiyyətin psixologiyasının xüsusiyyətlərini öyrənmək lazımdır.

İnternet yazarlarını, sözsüz ki, yeni kateqoriya jurnalistlərinə aid etmək olar. İnternet üçün yazan müəlliflər şəbəkə mətninin xüsusiyyətlərinə bələd olmalıdırlar. Şəbəkə mətninin spesifikliyi ilk növbədə, kompüter və internet terminlərinin, proqramlaşdırmanın müxtəlif elementlərinin, ingilis, rus və digər mənşəli sözlərin abreviatürlərindən ibarət şəbəkə dilini bilməkdir.

Şəbəkə müəllifləri üçün başqa bir vacib xüsusiyyət onların internet məkanının, həm də daxili həyatını və oxucuların monitor ekranından oxuma qabiliyyətini bilmələridir. Şəbəkə mətni isə minimum leksik materialın işlənməsi ilə yığcam, lakin maksimum məzmun ifadə edən bir mətn olmalıdır.

Rusiyalı jurnalisti Aleksandr Amzin internet-jurnalistin qarşısında duran əsas vəzifələri mikrobloq formatında yazdığı kitabçasında qeyd edir.

Burada xəbərin srukturu haqqında deyilir:

- xəbəri yazmamışdan öncə başlıq fikirləşməli, sonra deyil;
- başlıqda fel işlətməli, fel indiki halda olmamalı;
- xəbər bitmiş bir məlumatı bildirir;
- özgə başlıqlardan kalka düzəltməyin;
- məlumatın mənbəyini oxumalı;
- əvvəlcə əsas olanı, sonra digərlərini yazmalı;
- xəbərdə ən azı iki mənbəni göstərməli;
- bir xəbərdə iki eyni faktı təkrarlamayın;
- əgər xəbər yazdıqdan sonra sual yaranarsa, xəbəri yenidən işləməli;
- oxucunun ən əsas suallarına cavab tapmalı –Kim? Nə? Harda? Nə zaman? Nə üçün?

- xəbərdə şəxsi fikirlər olmamalı, emosiyalara qapılmamalı,
- mətn yox, hipermətn yazdığımızı unutmamalı, sözlərimizi və arqumentlərimizi başa salmaq üçün bol sitat gətirməli,
- xəbər ilk baxışdan bəyənilməli, çünki o, bir dəfə oxunur.

Kiatbda həmçinin xarici dillərdən tərcümə, etika və mətbuat konfransları ilə münasibətlər, korrektura, bloqosfer və sosial media kimi məsələlərə dair qeydlər var.

İnternet qəzetlərində fəaliyyət göstərən müəlliflər müxtəlif ola bilər. Peşəkar kağız qəzetçiləri vaxtaşırı öz məqalələri ilə internetdə çıxış edirlər. Onların bəziləri tamamilə şəbəkəyə keçir, digərləri ənənəvi qəzetçiliklə elektron qəzetçilik fəaliyyətini uyğunlaşdırır. Lakin şəbəkə daxilində fəaliyyət göstərən müəlliflərin əsas hissəsi məhz sırf internet yazarlarıdır. Onlar bir qayda olaraq, ingilis, rus dillərini mükəmməl bilən, humanitar sahədə ali təhsili olan şəxslər –filoloqlar, tarixçilər və s. olur. Müəlliflər arasında humanitar sahəyə istiqamətlənmiş proqramçılar və riyaziyyatçılar da çox olur.

Şəbəkə (onlayn) jurnalistikası məlumatın təqdim olunmasında istifadə olunan xüsusi priyom və üsulları ilə aktiv şəkildə inkişaf edir. Şəbəkə daxilindəki yazarların çoxu bu və ya digər şəkildə şəbəkə jurnalistləri sayılır.

İnternet jurnalistika –informasiya obrazlarının çatdırılması fəaliyyətini əks etdirən yeni keyfiyyətlər qazanmış mədəni və sivilizasiyalı fenomendir ki, bu informasiyanın daşıyıcısı yalnız söz deyil, həmçinin foto, kino, video, səs, veb səhifədir.

İnternet jurnalistikanın məzmunu daha dərinləndirən öyrənmək üçün jurnalistikanın bəzi xüsusiyyətlərini ayırmaq olar:

aktual informasiyanın kütləvi kommunikasiya kanalları yolu ilə (mətbuat, radio, televiziya, kino və s.) toplanması, hazırlanması və periodik yayılmasını təşkil edən ictimai fəaliyyət. Jurnalist tərəfindən yayılan informasiya auditoriya üçün sosial əhəmiyyətə malik olmalı, onda ictimai fikir və dünyagörüşü formalaşdırmalı, onu müasir günün reallıqları, hadisələri, prosesləri, məsələn, cəmiyyətin sosial-siyasi, mənəvi-ideoloji həyatı haqqında informasiya verməlidir.

Daha əvvəl qeyd etdiyimiz veb-jurnalistika, şəbəkə jurnalistikası, kiber-jurnalistika və s. terminlərinin işlədilməsinə baxmayaraq, biz bu terminləri sinonim olaraq qəbul edirik.

Jurnalistikanın aparıcı tədqiqatçılarından olan E.P.Proxorov qeyd edir: “Jurnalistika özünün sosial rolunu həyata keçirmək üçün informasiyadan başqa heç bir vasitəyə malik deyil”.

On line jurnalistika ənənəvi jurnalistikadan nə ilə fərqlənir?

- ✓ **Multimedialılıq:** Onlayn mətn səs, video və qrafik təsvirlə tamamlana bilər.
- ✓ **İnteraktivlik:** İstifadəçi jurnalislə və digər istifadəçilərlə dərhal əlaqəyə girər, öz fikirlərini ifadə edə və yeni informasiya verə bilər. İnteraktivlik həmçinin telekonfrans, çat, forum və qonaq kitabçaları formasında təqdim edilir.
- ✓ **Aktuallıq:** İnternet demək olar ki, gecikmədən, real vaxt rejimində nəşri nəzərdə tutur. Düzdür, indi aktual olan bir neçə saatdan, dəqiqədən və ya gündən sonra aktuallığını itirə bilər, ancaq oxunaqlı olaraq qalır.
- ✓ **Sərhədsizlik:** İnternet məkanla bağlı problem yaşamır, ona görə də nəşrlərin məkanı sərhədsiz ola bilər.

✓ **Qərəzsizlik:** Mətn və ya hər hansı başqa bir materialı başdan sonadək oxumaq lazım gəlmir, o, digər mətnlərlə əlaqədə olur. Jurnalistin vəzifəsi həqiqəti bərpa etmək və həqiqəti təklif etməkdir.

✓ **Şəxsi giriş:** Konkret oxucunun və ya oxucu qrupunun tələbatını və adətini nəzərə almaq imkanı yaranır.

✓ **Tezlik:** İnternet şəbəkəsini sxematik olaraq informasiyanın ötürülməsi sürətinin daim artdığı və ucuzlaşdığı mərkəzi hissə, digərini isə provayderdən müştəriyə çatdıran hissə kimi təsəvvür etmək olar. Mərkəzi hissədə informasiyanın ötürülməsi sürəti onu təkraredilməz bir massmedia vasitəsinə çevirib.

✓ **Ölçülə bilən oması:** Şəbəkədə bu və ya digər nəşrin populyarlıq dərəcəsini ölçən vasitələr (məsələn, sayğaclar) yerləşdirilir. İstifadəçilərin hesablanmasının sadə yolu hansı materialın maraqlı, hansının isə maraq cəlb etmədiyini öyrənməyə (təxmini və ya hətta müəyyən dəqiqliklə) imkan verir.

✓ **Çeviklik:** Materialı ən ifadəli şəkildə şərh etməyə, onu qısa zamanda yeniləməyə imkan yaradır, istifadəçilərdə daimi maraq saxlamaq üçün onlara səhifənin düzənlənməsində iştirak etməyə şərait yaradır.

✓ **Qarşılıqlı əlaqə:** Hipertekst dilinin kökləri XVIII əsr asket mətnləri ilə əlaqələndirilir. Kompüter erasında hipertekst dilini Vanevara Buşun 1945-ci ildə yazdığı “*As We May Think*” essesi ilə əlaqələndirirlər. Essədə yalnız hipertekst dili təsvir edilmir, həmçinin mikrofilmlər, rəqəmli fotolar, şəxsi kompüterlər və digər müasir texnologiyalar haqqında öncədən məlumatlar verib.

Bundan başqa seçim azadlığı, böyük həcmdə yaddaş, arxivləşdirmək imkanı, sürətli istehsal və yayım imkanı, gəlirlilik və s. kimi xüsusiyyətlər ona cəlbedicilik verir.

Yazılı KİV-in onlayn versiyası və ümumiyyətlə onlayn-jurnalistika informasiyanın daim yenilənməsini tələb edir, belə ki, informasiya hər saatbaşı, hətta dəqiqəbaşı dəyişir. Həmin təqdirdə söhbət konkret günün deyil, konkret hadisənin operativ işıqlandırılmasından gedir.

İnternet qeyri-məhdud həcmdə yaddaş təqdim edir. Yeni xəbərlər biri-digərini izləyir, ancaq daha köhnə informasiyanı arxivləşdirmək, asan açılmaq imkanı ilə onu verilənlər bazasına çevirmək olar. İstifadəçinin inanılmaz sayda informasiyaya çıxışı olmasına baxmayaraq, onlar çeşidlənmiş və nizama salınmış şəkildə istifadəçiyə təqdim edilir. Arxiv istənilən vaxt əldə edilə bilən redaksiyanın ümumi məhsulu hissəsinə çevrilib. Bunun üçün bütün arxiv axtarış sistemi ilə təchiz edilib ki, bu yolla tarixinə, vaxtına görə nizamlanmış bütün redaksiya materiallarını tapmaq olar.

Mətbu nəşrlər və onların elektron versiyalarının hansı üstünlükləri və ya çatışmazlıqları olduğunu aşağıdakı cədvəldə əyani şəkildə görmək olar:

Çap nəşrlərin üstünlükləri:	Veb-nəşrlərin üstünlükləri:
<ul style="list-style-type: none"> • istifadəsində rahatlıq - onu hər yerdə oxumaq olar; • oxucu o an informasiyanı hamısını alır; • bütün kateqoriya informasiya komplektləşib. 	<ul style="list-style-type: none"> • tirajlama proseduru yoxdur; • konkret qəzetin (jurnalın) oxucusu istənilən İnternet istifadəçisi ola bilər; • nömrənin çətdirilməsi avtomatik şəkildə İnternetlə təyin edilir; • qəzet yaşayış yerindən asılı olmayaraq bütün İnternet istifadəçiləri üçün əlçatandır; • informasiyanın mövzu çeşidini yaratmaq asandır, bəzi nəşrlər bu bölgünü aparır, bəzilərinin isə arxivində xüsusi axtarış sistemi var; • mövcud məqalə fraqmentlərindən iş üçün asanlıqla istifadə etmək olar-köçürmək, yenidən işləmək və sitat gətirmək olar; • aşkar edilmiş səhvlər asanlıqla düzəldilə bilər; • işləmək üçün elan və prays-listlər var. Bir qayda olaraq, sorğu göndərmək və informasiyanı əldə etmək olar; • oxucu nəşri satın almayaraq da onunla tanış ola bilər; • oxucu həqiqətən yalnız maraqlandığı materialı oxuya bilər; • elektron nəşrlərin müxtəlif çətdirilmə variantları var: WWW, elektron poçt, elektron göndəriş siyahıları, FTP və s.

Çap nəşrlərin çatışmazlıqları:	Veb-nəşrlərin çatışmazlıqları:
<ul style="list-style-type: none"> • tirajın çapı vacibdir (mətbəə, kağız); • tirajın bir qismi alınmamış qalır; • çətdirilmə xidmətindən istifadə etmək vacibdir; • ölkənin sərhədlərinə çətdirilmə məhduddur; • tematik informasiya toplusu yaratmaq çətinidir; • qəzet və jurnallarda haşiyə çıxmaq narahatdır; • şəxsi istifadə üçün tapılmış məlumatdan istifadə etmək çətinidir (sürəttə çıxaran cihaz lazımdır, hətta onu readaktə etmək olmur); • çap zamanı ortaya çıxan səhvləri korrektə etmək mümkün deyil, onları düzəlişi həm də baha başa gələ bilər. 	<ul style="list-style-type: none"> • kompüter, modem və ya telefon olması vacibdir (yaxud ayrıca xətt); • İnternetə qoşulmaq üçün ödəniş vacibdir; • materialı oxumaq və ya baxmaq yalnız kompüterlə mümkündür (baxmayaraq ki, onu çap etmək də olar); • çoxlu maraqlı informasiya bəzən dağınıq olur.

Onlayn KİV-də “interaktivlik” anlayışı daha çox ya texniki, ya da sosial parametrlərə əsaslanır. Texniki parametrlər dedikdə daha çox istifadəçi və texniki vasitə (insan–kompüter) arasında qarşılıqlı təsir nəzərdə tutulur, sosial dedikdə isə istifadəçilər arasındakı əlaqə fərz edilir, burada da texniki vasitənin rolu var (insan–kompüter–insan).

İstifadəçinin bu vasitələrlə informasiyanı əldə etmək və ona təsir etmək seçimi və imkanı olur:

- elektron poçt yolu ilə e-mail,
- verilənlər və arxiv toplusunun tədqiqatı ilə ,
- onlayn sorğuda, səsvermədə, reytingdə iştirak etmək yolu ilə,
- oyun və proqram yükləməsi yolu ilə.

Veb-nəşrləri öz ənənəvi analoqlarına uyğun olaraq fərqləndirmək olar.

1. *İnternet-qəzetlər* –əsasən xəbərlə ixtisaslaşmış tez-tez yeniləşən nəşrlər.
2. *İnternet-jurnallar* –mövzusunə görə həm analitik, həm də ictimai-populyar xarakter daşıyan nəşrlər.

3. *İnternet-radio* –vəb-radiostansiyalar.

4. *Vəb-televiziya* –inkişafda olan interaktiv televiziya.

5. *Xüsusilaşmış informasiya agentlikləri* –resurslar.

Veb-nəşrlərin hüquqi aspekti Şəbəkədə çalışan jurnalistin hüquqları məhdudlaşmamalı, onun təmin edilməsi hər bir dövlətin əsas prinsipinə çevrilməlidir. Jurnalistin aşağıdakı hüquqları var:

- informasiyanı axırtmaq, soruşmaq, əldə etmək və yaymaq;
- dövlət orqan və təşkilatlarına, müəssisə və idarələrə, ictimai təsisat və ya onların mətbuat xidmətlərinə baş çəkmək;
- informasiya sorğusu üçün əlaqəli şəxslərin qəbulunda olmaq ;
- sənəd və materialları əldə etmək, istisnalarla əgər onların fraqmentləri, məlumatlar hökumət, kommersiya və ya digər xüsusi mühafizə edilmiş hüquqi sirrdisə;
- sənəd və materialı müəllif hüquqlarının qorunması şərtilə köçürmək, nəşr etmək, yaymaq və başqa sözlərlə təsvir etmək;
- qanunda qadağa olunmuş hallar istisna olmaqla, audio və video texnika, kino və foto çəkiliş vasitəsilə qeydlər hazırlamaq;

- xüsusi mühafizə edilən fəlakət zonalarına, qəza və bədbəxt hadisə yerlərinə, vətəndaşların kütləvi ixtişaş və kütləvi toplanma yerlərinə, həmçinin fəvqəladə vəziyyət elan olunmuş yerlərə, mitinq və nümayişlərə baş çəkmək;

- ona verilən informasiyanın doğruluğunu yoxlamaq;
- onun imzası ilə yayılması nəzərdə tutulan material və məlumatlara şəxsi görüşlərini və qiymətini ifadə etmək;

- onun əqidəsinə zidd olan material və məlumatların onun imzası ilə hazırlanmasından imtina etmək;

- fikrincə redaksiya hazırlıq prosesi ərəfəsində məzmunu dəyişdirilən məlumat və materialdan öz imzasını çəkmək;

- onun tərəfindən hazırlanmış materialın öz təxəllüsü və ya imzasız yayılmasını təmin etmək.

Bu hüquqların həyata keçirilməsi üçün jurnalist məsuliyyətlərinə daxildir:

- əmək münasibətlərinin əsasını təşkil edən redaksiya nizamnamələrinə riayət etmək;

- ona verilən informasiyanın doğruluğunu yoxlamaq;
- mənbəyinə istinad edilən informasiya sahiblərinin xahişlərini təmin etmək;
- informasiya və onun mənbəyinin məxfiliyini qoruyub saxlamaq;
- vətəndaşın şəxsi həyatı haqqında məlumatların kütləvi informasiya vasitələrində yayılması üçün şəxsin özündən və ya onun hüquq təmsilçisindən razılıq əldə etmək (bu ictimai marağın müdafiəsi üçün vacibdirsə istisnalıq təşkil edir);

- vətəndaşlardan və vəzifəli şəxslərdən informasiya əldə etmək üçün razılıq əldə etmək və onları audio və video qeyd, kino və foto çəkiliş istifadəsi üçün təqdim etmək;

- redaksiya və ya baş redaktor tərəfindən verilmiş tapşırıqdan əgər onun icrası qanuna ziddirsə, imtina etmək;

- professional fəaliyyətə birinci tələb kimi redaksiya vəsiqəsi və ya şəxsiyyəti təsdiq edən və jurnalist səlahiyyətini göstərən digər sənədlə başlamaq.

Qanun jurnalistlərə qarşı güc işlətməyin qadağan olunduğunu xüsusi qeyd edir. Jurnalistin də öz vəzifələrini düzgün icra etməməsi jurnalist və onun çalışdığı orqanın məhkəmə tərəfindən məsuliyyətə cəlb edilməsi ilə bitə bilər.

Ümumiyyətlə, *on line* jurnalistikanın altı forması var:

1. Xəbər formatı
2. Bayağı format
3. Təsniflənmiş format
4. Şərh formatı
5. Portallar
6. İstifadəçilərin yaratdığı format.

Janr –hazır materialın oxucuya (tamaşaçıya, dinləyiciyə) çatdırılma formasıdır. Termin fransızca “genre” sözündən olub, növ, hal mənasını verir. Şəbəkə jurnalistikasının janrları ənənəvi jurnalistikanın janrlarından elə ciddi şəkildə fərqlənmir. Parlaq başlanğıc üçün hansı janrı seçməyi məsləhət görmək mümkün deyil. Jurnalistə yeganə məsləhət öz imkanlarını həddən artıq şişirtməməsi ola bilər. Jurnalist yaxşı yazdığını hələ sübut etməlidir. Bunun üçün, başlanğıc üçün ən yaxşısı tanış mövzulara üstünlük verməkdir. Mövzunu başladıqdan sonra forma öz yerini tapacaq.

Veb-xəbər. Qəzetdəki xəbər janrından az fərqlənir. Yeganə fərq ondan ibarətdir ki, bu cür materialın sərlövhəsi böyük informatik tutuma və məzmunu malik olmalıdır, ona görə də çox uzun olur. Sərlövhə təfərrüatı ilə xəbərin nədən ibarət olduğunu anlatmalıdır. Bu, ona görə vacibdir ki, bir çox internet-resurslar və portallar ilk səhifələrində xəbərlərin sərlövhələrindən ibarət cədvəl təqdim edir.

Bu janrda başlamaq çətindir, ancaq burada hərdən hadisələr köməyə gəlir. Sadəcə hardasa hər kəsdən tez olun,yaxud hər kəsdən çox bilin. Ancaq yadda saxlamaq lazımdır ki, şəbəkə jurnalistikası burada heç bir rol oynamır, ancaq bu gün iri xəbər agentlikləri ilə rəqabətə girmək praktiki olaraq səmərəsizdir.

Müsaibə. İnternet jurnalistikada müsahibə janrının özəllikləri ondan ibarətdir ki, suallar yalnız jurnalist tərəfindən yox, interaktiv şəkildə oxucular tərəfindən də

verilə bilər. Bu, həm əvvəlcədən elektron ünvanla sayta göndərilmiş suallar ola bilər, həm də real vaxt rejimində keçirilən müsahibə zamanı şəbəkə daxilində olan oxucuların verdiyi suallar ola bilər. Buna misal olaraq, “Əxo” qəzetinin çərşənbə günləri yerli vaxtla saat 20.00-da keçirdiyi internet-forumu göstərmək olar. İnternet, Usenet xəbərlər qrupu və elektron poçt müsahibə üçün çox geniş imkanlar açır. Müsahibə alan üçün tək-cə cavabları yox, sualları da yazmaq olar. Hər ehtimalla qarşı, mətndəki səhv imkanlarını da istisna etmək lazımdır, yoxsa bu müsahibə birinci və axırncı olar. Burada yeni başlayanlar üçün əsas problem “adlar”ın yoxluğuudur. Sizi asanlıqla başqasından üstün tuta bilərlər.

Baxış (rəy). Yeni başlayanlar üçün daha çox üstünlük verilən janr. Ancaq onu (fikri) mütləq qazanmalısın. Daha yaxşı olardı ki, o, sizdən başqa daha kiminsə marağına səbəb olsun. Bu suala aydınlıq gətirməkçün, müvafiq tematik forumda və ya xəbərlər qrupunda öz rəyini bildirmək lazımdır. Əgər sizi görür və tənqid edirlərsə, davam etməyin mənası var. Əgər susurlarsa və sizlə razılaşırlarsa, bu zaman maraqlı məqalə alınmayacaq. Ümumiyyətlə, hər hansı bir dahi fikrin tərəfdaşları, yaxud rəqibləri olur. Ən yaxşı nisbət 50%-nin 50%-dir. Əgər sizin fikriniz çoxluqla üst-üstə düşürsə, dəyişmək vaxtı çatmışdır, yaxud jurnalistikani unudun.

Analitik məqalə (icmal, oçerk). İrihəcmli material olaraq çox vaxt qəzet və jurnal materialından fərqlənir. Belə məqalənin məzmunu ekran oxunuşuna uyğunlaşdırılmış şəkildə olur. Yəni qısa, maksimum anlaşılıqlı və hiperötermələrlə zəngin.

Axtarış sistemlərilə diqqətlə işləmək vacibdir, daha sonra böyük informasiya kütləsinə yol vermək olar. Material hazır olan kimi onu redaksiyaya göndərmək və cavabı gözləmək lazımdır. Qrup şəklində göndərmələr məsləhət görülmür. Material eyni anda bir neçə redaksiyada qəbul edilərsə, siz pis vəziyyətdə qalacaqsınız. Ancaq bu elə də böyük problem deyil. *On line* jurnalistika öz spesifikasiyasına baxmayaraq, ictimaiyyətin fikrinə və düşüncəsinə təsir etmək üsullarına görə jurnalistika olaraq qalır. Öz nəşrinin predmetinə öz emosional fikrini bildirməyən jurnalist təsəvvür etmək mümkün deyil. Hətta agentliklər tərəfindən verilən “təmiz” informasiya da qərəzli sayılır.

Oçerk və analitik icmal kimi janrlardan nə demək olar? Hazırkı cəmiyyətimizdə jurnalist məsuliyyətinin səviyyəsi çox yüksəkdir. Min, hətta on min oxucunun düşüncəsinə təsir edəcək hər bir ehtiyatsız sözün, yaxud düşünülməmiş qiymətin nəticəsi çox pis ola bilər. Burada nə mövzu, nə də məqalənin az əhəmiyyətliyi vacib deyil. Bir oxucunun belə korlanmış əhval-ruhiyyəsi və əsassız narahatlılığı mənfi nəticədir.

Press-reliz. İnternet layihələrinin hazırlanması və həyata keçirilməsi çox vaxt press-relizlərin yazılması və dərc olunması ilə bağlı olur. Qeyd etmək lazımdır ki, elektron nəşrlərdə press-relizlər elə göndərilən formada dərc olunur.

İnternet istifadəçisi (user). Əvvəlcə user, internet istifadəçiləri kimdir onu öyrənək. İnternet istifadəçisi sürətli oxucudur. O, çox qısa bir zamanda internet səhifənin onun ehtiyaclarına cavab verib-vermədiyinə qərar verir.

İnternet jurnalistikasının oxucusuna gəlincə isə o, digərlərindən onunla fərqlənir ki, o, ilk növbədə şəbəkə istifadəçisi olmalıdır. Bu fakt auditoriyanın strukturuna öz təsirini göstərir. Beləcə, yaş kateqoriyasında əsasən əhalinin gənc təbəqəsi, cinsə görə kişilər, inzibati ərazi baxımından-iri şəhər əhalisi, peşə və maraqlara görə proqrammistlər və həvəskar istifadəçilər, sosial mövqeyinə görə-yaradıcı ziyalılar, müəllimlər, tələbələr üstünlük təşkil edir. Ancaq gündən-günə daha çox insanın ümumdünya şəbəkəsinə qatılması ilə bu göstəricilər dəyişir və əhalinin müxtəlif təbəqəsi internet jurnalistikanın oxucularına çevrilir. Gələcəkdə internetə çıxış imkanın dövlətin cəmiyyətin informasiyalaşmasına ayırdığı vəsait, kütləvi kitabxana, müəssisələrdə pulsuz internet xidmətlərinin yaradılması və adi istifadəçilər üçün internet qiymətlərinin aşağı salınması, eləcə də əhali arasında kompüter savadının genişlənməsi vasitəsilə internet jurnalistika artıq hamı üçün əlçatımlı ola bilər və elektron qəzetlər adi qəzetlərdən istifadə imkanına görə fərqlənməyəcək.

User əyani təsvir və təsirli mətnə qiymət verəcək və ardını oxumağa davam edəcək. Veb üçün yazan müəllif tərtibat haqda fikirləşməlidir. İnternet yazılı KİV və televiziyanın dizaynını birləşdirir. Sayt müvafiq şəkildə görünməlidir. İstifa-

dəçinin onlayn-cunqliyada sürətli və əzmlı hərəkət etməsini asanlaşdırmaq üçün rənglərin, səsin, videonun qənaətlə istifadəsinə önəm vermək lazımdır.

Onlayn jurnalıstlərin mətni oxucu üçün maksimum anlaşıqlı olmalıdır. Bunun üçün nə etmək lazımdır?

Burada dörd prinsipi orataya qoyuruq –sadəlik, aşkarlıq, dəqiqlik və stimullaşdırıcılıq.

Sadəlik – sadə, birmənalı və aydın yazmaqdır.

Aşkarlıq – qaydaya salınmış, müəyyən strukturda və sistemətik yazmaq deməkdir.

Dəqiqlik –mətni dəqiq və lakonik yazmaq deməkdir.

Stimullaşdırıcılıq –oxucunun mətnin ardını oxumaq üçün təhrik etməsi, stimullaşdırması, dəlillər göstərməsi və həvəsləndirməsi deməkdir.

Onlayn KİV-də mətn çox uzun olmamalıdır ki, istifadəçi əsnəyib mouse-un “geriyə” düyməsini sıxmasın. Bu, nə deməkdir?

Onlayn oxucuların 79%-i mətni sadəcə gözdən keçirir, açar sözləri axtarır və aydın quruluşa böyük diqqət verir.

Onlayn oxucuların cəmi 16%-i onlayn-mətnin hər sözünü oxuyurlar.

Vəb oxucu syorfer informasiyasına yönəlib. O, daha çox tizerləri oxuyur, qrafikləri, şəkilləri seçir və ya əhəmiyyət vermir,

zəruri və rəngarəng başlıqlara diqqət yetirir,

qəzet oxucularından daha çox tənqidi və şübhəli əhvəlidir,

maksimum qısa zamanda bu mətnin onun üçün niyə maraqlı olduğunu öyrənməyə çalışır.

Onlayn jurnalıstika –ekran üçün yazmaq deməkdir. Ancaq yenə də bəzi insanlar üstünlüyü qəzet oxumağa verirlər. Söhbət evində İnternetə çıxışlı kompüterli olanlardan gedir. Bunu belə izah etmək olar ki, ekrandan oxumaq çox gərgindir, ondan gözlər yorulur. Kimin üçünsə qəzet oxumaq böyük həzzdir, səhər qəzetlərini nəqliyyatda gedərək, divanda oturaraq, televizora nəzər salaraq və çay içərək oxumaqdan xoşları gəlir.

Ekrandan oxumağın mənfilikləri var:

pis keyfiyyətdə ekran (kiçik monitorlar, kiçik məkan, şəbəkə şüasının çox güclü təsiri və s.),

azad hərəkət etmədə çətinliklər (çox zaman narahat ofis stulunda, bəzən isə rahat divanda oturmaq olursan).

səhifənin uğursuz strukturu, əyani olmayan mətn, reklam bannerləri isə bəzən oxucuları əsəbiləşdirir. İnternet-jurnalistikanın özünəxas xüsusiyyətləri var. Hər şeydən əvvəl bu jurnalistika qısa formada (həcminə görə) olur. 8-10 mindən artıq işarəsi olan mətn oxuyan insanı təsvir etmək olmur. Xüsusən də vaxt hesabı ilə verilən dial-up əlaqəsi ilə. Bundan əlavə, istəyə uyğun şəkildə əgər material qısa konkret bloklarda yarımbaşlıqlar şəklində və bölünmə vasitələri ilə (qalın, kursiv, qaraldılmış, markalanmış siyahılar) verilsə, mətn daha canlı və ifadəli olur. Yadda saxlamaq lazımdır ki, biz mətn yazmırıq, hipermətn yazırıq. Mənbəyə əsaslanmağı da öyrənmək lazımdır.

“Şəbəkə mətninin” əsas xüsusiyyətləri –yığcamlılıq, ayrı-ayrı hissələrə ayrılma, hipermətn ötürmələri və multimedia hesabına qeyri-xətti genişlənmə -bir media məkanı kimi İnternetin özünəməxsusluğu və monitor ekranından informasiyanın qavranılması ilə müəyyən edilir.

İndi bir sıra televiziya, radio və qəzet jurnalistləri gündəlik şəkildə internetdə səyahət etmədən öz işlərini təsəvvür edə bilmir. Həm adi istifadəçilər, həm də jurnalistlər internetə həddindən artıq aludə olublar. Çünki təsvir olunan hadisələrlə bağlı internetin redaksiya sürəti və təklif etdiyi informasiyanın həcmi ilə heç bir başqa kütləvi informasiya vasitəsi rəqabət apara bilməz.

İnternet jurnalistikasının isə öz xüsusiyyətləri var. Bu ilk növbədə hazırlanan mətnin həcmində özünü göstərir. Çünki internetdə dərc olunan material oxunaqlılığı təmin etmək üçün mütləq yığcam olmalıdır. Bundan əlavə, yaxşı olar ki, material yarımşərtlövhlərdən ibarət konkret qısa bloklara bölünsün və mətndə qabartma vasitələrindən istifadə olunsun.

Şəbəkədə informasiyanın verilməsində hipermətnə böyük diqqət yetirilir. Daha ətraflı məlumat üçün veb-jurnalistikanın iş texnologiyasını gözdən keçirmək lazımdır. Hipermətn- digər mətnlərlə ötürmələrlə əlaqələnən mətnidir. O, elə təşkil olunub ki, eyni zamanda həm tək, həm də çoxsaylı mətnlərdən ibarət ola bilər. Hipermətn mühiti yaratmaq üçün multimedia texnologiyasının tətbiqi tələb olunur.

Onlayn- KİV yaratmaq və İnternetdə təmsil etməyə texniki vasitələri minimal tətbiqi tələb edilir. Bunun üçün lazımdır:

- standart proqram- professional veb-redaktor;
- qrafiklər yaratmaq proqramı;
- verilənlərin mübadiləsi proqramı (məsələn, FTP);
- hər hansı bir hosterin diskində yer və İnternetdə işləmək üçün provayder xidməti.

Kompüter və internet sahəsində əldə olunan son texniki nailiyyətlər sübut edir ki, yaxın gələcəkdə artıq ənənəvi kütləvi informasiya vasitələri öz aktuallığını itirəcək və internet xəbərləmə birinci yerə keçəcək.

Jurnalist fərdiləşməsi populyarlıq qazanıb. Bu, jurnalistikada meydana gələn yeni bir anlayışdır. Hər bir kəs hər hansı təşkilatın idarəçiliyindən kənarında istehsalçı və yayıcı kimi çıxış edir. Bloqosfer populyarlıq qazanmağa və inkişaf etməyə başladıqca, ictimaiyyət, mətbuat və elmi dairə suallar verməyə başladı ki, bloqlar “ənənəvi KİV”-i sıxışdırıb aradan çıxara bilərmi. Hazırda çoxları o fikrə gəlib ki, professional jurnalistika və bloqosfer (onu bəzən “fərdi” və ya “vətəndaş” jurnalistikası adlandırırlar) bir-birilərini tamamlayır, belə ki, biri digərinin çatışmazlıqlarını doldurur və əksinə.

Bloqu jurnalistika təkamülündə növbəti mərhələ kimi də qiymətləndirmək olar, onun bir əlaməti KİV-in desentralizasiyası, interaktivliyə cəhd və monoloqdan dialoqa keçid və s.dir. “Bloq” sözünü daha öncə izah etdik. Təkrarən qeyd edək ki: “bloq” –bu və ya başqa şəxsin (bloqgerin) informasiya məkanıdır. Veb-bloq informasiya ilə dolu olan gündəlikdir, müəllif janrıdır. Bloqqlər dünya informasiya məkanında (İnternetdə) yaşayırlar və bir-birlərilə həmin məkanın spesifik qanunla-

rına uyğun şəkildə qarşılıqlı əlaqədəirlər. Veb-bloq müəllifləri –bloqqlər bir qayda olaraq, onların başlarına gələnləri yazır, bu və ya digər siyasi-mədəni hadisələr haqqında öz fikirlərini bölüşür, həmçinin İnternetdəki elanları hiperötürmələr və rərək şərh edirlər. İdeoloji hazırlıqlı bloqqlər özlərini inqilabçı, dünyanın informasiya landşaftını dəyişmək iqtidarında olan şəxslər hesab edirlər.

İnformasiya məkanı sıx şəkildə real məkanla əlaqədədir və əksər bloqqlər deyə bilərlər ki, əvvəllər “hobbi” olan bloqqlərlik hazırki dövrdə onların həyatında vacib rol oynamağa başlayıb. Kimisi bloqların köməyilə başqa bir insanla tanış olur, kimisi onun taleyini dəyişə biləcək bir şey öyrənir, kimisi vacib bir problem və tapşırığı həll edir, kimisi isə öz ideolji rəqibləri ilə mübahisə edir və ya barışır.

Veb-bloq müəllif layihələrinin növlərindən biridir.

Analitiklər bloqqlerliyi “vətəndaş jurnalistikası” adlandırırlar, dünyadakı bu və ya digər potensial maraqlı hadisə milyonlarla internet-jurnal (“bloqlar”, “gündəliklər”) istifadəçiləri tərəfindən dərhal bütün dünyaya səs salır. Bu informasiya üçün ödəniş gerek deyil, ancaq, bir qayda olaraq, bu informasiyanı yayan şəxs bu özünə-məxsus informasiyalı-analitik analoji “open source” –konsepsiyası üçün xüsusi məsuliyyət daşımır.

Bəzi hallarda bloqqlər özləri bütün dünyanın diqqətini cəlb edən hadisə yerindən ilk mənbə olurlar. Bloqqlərin İraqda döyüş zonasından birbaşa reportajları, bloqlar yolu ilə Hind okeanında sunami haqda vacib informasiyaları və s.

İnternet KİV-in ənənəvi jurnalistikadan əsas dörd fərqi var ki, bunlar da sürətli, geri dönüləbilən olması, detallara imkan verməsi və həm oxucu, həm də nəşrçilərin azad olmasıdır. Xüsusən ən son xəbərlər TV bülletenlərdən əvvəl İnternetdə görünür. Həmçinin TV-də kanalların sayı məhdud olduğu halda, internetdə kiberməkanda hərəkət istifadəçinin maraqları ilə məhdudlaşır. TV-də adətən bir proqrama hər verilmiş vaxtdan bir baxılırsa, internetdə eyni zamanda bir neçə pəncərəyə baxmaq mümkündür.

Şəbəkə nəşrlərinin ən böyük fərqi və müsbət cəhəti də bundan ibarətdir. Çünki ən aktual, yeni və son məlumat bir anın içində geniş İnternet məkanına buraxılır.

Məsələn, Yaponiyada baş vermiş zəlzələ, ardınca sunami hadisəsi ilə bağlı son məlumatlar hər 10 dəqiqədən bir internet səhifəsində yenilənir.

Bütün bunlar hadisə yerinə getmədən hadisənin hələ davam etdiyi anda İnternet istifadəçisinə evdə öz kompüterinin arxasında oturub baş verənləri seyr etmək imkanını verir. Əminliklə qeyd edək ki, İnternet xəbər jurnalistikası KİV sistemində böyük rol oynayır. İnsanlar informasiyanın müntəzəm şəkildə yeniləndiyi sayt və portallara tez-tez müraciət edirlər. Xüsusilə, evində İnternet olanlar çox zaman qəzetə pul vermirlər. Onlar istənilən zaman dünyada nələrin baş verdiyini oradan öyrənə bilirlər. Bunun üçün sadəcə olaraq xəbər saytlarının birinə müraciət etmək bəs edər. Onların hər birində lazımi informasiyanı əldə etmək olar.

Xəbərin sürətli yayımı insanları internetə çəkir. İnternet jurnalistikanın əsas imkanlarını qeyd edək:

- xəbərin sürətli verilməsi və davamlı aktuallığı;
- oxucunun xəbərə 24 saat, istədiyi zaman çatması;
- multimedia imkanları baxımından səs-qrafik-görüntü fayllarından istifadə;
- arxivdəki xəbərləri əldə etmək və asanlıqla saxlamaq imkanı;
- oxucu ilə interaktiv qarşılıqlı təsir, oxucu şərhlərini anında çatdırma bilməsi;
- digər medialarda görünməyən fərqli xəbər tapmaq imkanı;
- senzurdan uzaqlığı.

İnternet jurnalistikanın vacib xüsusiyyətlərindən biri onun interaktiv olmasıdır. Saytların “forum” bölməsinə daxil olaraq saytda dərc edilən istənilən məqaləni müzakirə etmək olar.

Konret məqalələrdən əlavə, ayrı-ayrı tematikalar üzrə gündəmdə olan aktual mövzuları da müzakirə etmək olar. Buraya, elektron ünvanı vasitəsilə göndərilən məktublar, forumlar, səsvermələr və s. misal ola bilər. Beləcə, oxucular nəinki hadisələrin seyrçisinə, həm də onların aktiv iştirakçılarna çevrilirlər.

İnternet-jurnalistikanın digər vacib xüsusiyyəti burada vahid idarə mərkəzinin və buna uyğun olaraq-senzuranın yoxluğuudur. İnternet jurnalistlərə və adi istifadəçilərə əvvəl mümkün olmayan sərbəstlik və söz azadlığı təqdim edir.

Digər tərəfdən:

- İnternetdə xəbər agentlikləri və yayım quruluşlarından əlavə, fərdi və yerli nəşriyyatlar da var. Bu baxımdan təkəlciliyin önləndiyi, nəşriyyatçılıqda bərabərliyin təmin edildiyi görünür. Virtual mühitdə istəyən kəs *on line* qəzet çıxara bilər. Günümüzdə tək böyük qəzetlər yox, ayrı-ayrı şəxslər də *on line* qəzet çıxara bilər. Bu günlərdə sürət anlayışı artdıqca jurnalistikanın sürəti də İnternet sayəsində artır.

- İşlətmə baxımından da *on line* nəşriyyat üçün böyük sərmayəyə gərək yoxdur. Güclü kompüter sistemi və yaxşı yazı işləri heyəti ilə dünyanın istənilən yerinə yazıları yaymaq olur. Saytdakı elektronik sayğac isə onun neçə adam tərəfindən oxunduğu və dəqiq tiraj nəticələri öyrənilir.

- İnternet qəzetləri oxucu profilini təşkil edə və ictimaiyyət arasında araşdırma apara bilər. Bunun üçün hər hansı mövzu üzrə anketlər, siyasi və ictimai məzmunlu forumlar təşkil etmək mümkündür. Oxucu yazarlar haqqındakı düşüncə və tənqidlərini e-mail göndərərək, yaxud saytdakı mesaj pannonu vasitəsilə yazara çatdırıla bilər.²

İnternet jurnalistika mətbuat, radio və telejurnalistika ilə birgə cəmiyyətin informasiya siyasətini müəyyən edir. İnternet jurnalistikanın inkişafı digər KİV növləri ilə qarşılıqlı əlaqədə və bir-birindən asılı şəkildə gerçəkləşir.

İnternet jurnalistikada xəbər öz xüsusiyyətini dəyişmiş, ona “TV qədər sürətli, qəzet qədər dərin” tərifi verilmişdir. Burada jurnalistin də üzərinə böyük yük düşür. Peşə təcrübəsi sayəsində jurnalist lazım gəldikdə redaktor, müxbir, hətta rejissor kimi qərar vermə bacarığı olmalıdır. Digər tərəfdən, həm TV, həm radio, həm də internet saytı olan böyük xəbər qurumları jurnalist işə götürmələrindənə, xəbər ehtiyacını ödəməyi çox zaman tək müxbirin üzərinə atırlar. Bu halda müxbir hər üç formatda xəbər yazma bilməlidir.

Çoxsaylı tədqiqatlar sübut edir ki, İnternet həm oxucular, həm də müəlliflər arasında çox populyardır. Bu yeganə kütləvi kommunikasiya vasitəsidir ki, hər kə-

² Gürçan, Halil İbrahim, “İnternet Gazeteleri İle Klasik Gazeteler Arasında Karşılaştırma”, <http://www.dorduncukuvvetmedya/araştırma> .

sə ümumdünya şəbəkəsində öz yazılarını dərc etməyə imkan verir. Azad dərc olunma imkanı ilk dəfədir ki, bu cür geniş hal alıb. Şəbəkə söz, fikir və seçim azadlığına imkan verən ən böyük vasitədir. Lakin burada yalnız ən güclü və istedadlı olan müəllif oxucunun diqqətini qazana bilər. Əgər dərc olunan mətn oxucunun xoşuna gəlmirsə o asanlıqla digərinə keçə bilər. Buna görə də internet jurnalistika müəllifdən maksimum peşəkarlıq tələb edir.

İnternet xəbərçilik yazılı mətbuata da bir sıra üstünlüklər verir. Məsələn, bir anın içində dünyanın bütün xəbərlərini izləmək artıq kürsüdən qalxmadan da mümkündür. Bu, İnternetin bir KİV kimi istifadəyə açıq olduğunu bildirir. Ancaq İnternet xəbər portalları yazılı mətbuata öz mənfi təsirlərini də göstərməkdədir. Əvvəllər, bir qəzet bir neçə eyni səpgidə satılan bir neçə qəzet və jurnallarla rəqabətdə idisə, indi İnternetdəki minlərlə qəzetlə rəqabətə girmək məcburiyyətindədir. İngilis media professoru Donald Trelford “İnternet qəzet ilə yarışmaq artıq çox çətinidir. Xəbəri ən incə detalların qədər anında verə bilər. Ənənəvi qəzetlərdə isə bu artıq qeyri-mümkündür. Əgər qəzetlər xəbərləri geniş əhatə etməli olsa, səhifə sayını çoxaltmalıdır. Bu həm xərc, həm də zaman baxımından mümkün deyil. Onlar əsasən gəncləri çəkməli və dərin analizlərə yer verməlidir”.³

Müasir günün reallıqları adi qəzet və jurnalları da şəbəkədə öz veb-nümayəndəliklərini açmağa məcbur edir. Bütün dünyada, eləcə də Post Sovet məkanında və ölkəmizdə olan iritirajlı və populyar qəzetlərin artıq öz İnternet-saytları mövcuddur.

Yeri gəlmişkən, qeyd etmək lazımdır ki, hər bir nəşrin internetdə öz inkişaf yolu var. Bəziləri internetdə öz elektron versiyalarını yaradaraq dərc olunan məlumatlara, yenilənmələrə lazımi diqqət yetirir və oxucu kütləsini genişləndirmək üçün rəqabət aparır. Digərləri, demək olar ki, sayt səhifələrinin daimi şəkildə yenilənməsinə ciddi verməyərək simvolik veb-əlavənin mövcudluğu ilə kifayətlənir. İlk əvvəl sırf həvəskar sayt kimi fəaliyyət göstərən bir çox resurslar artıq nəhəng oxucu auditoriyası qazanaraq jurnalistika sahəsində lider adını alıb.

³ <http://www.kodadimedya.com/arastrirma>

XXI əsrin jurnalistikası həm də sürət jurnalistikasıdır. İnternet şəbəkə mətbuatını və şəbəkə KİV-ini meydana qoydu ki, bunlar öz növbəsində jurnalistikanın yeni istiqamətlərini müəyyənləşdirir. Şəbəkə jurnalistikası redaksiyaların işinin indi xeyli başqa qurmağa, xüsusilə bəzi şöbələrin ixtisarına, yeni vəzifələrin meydana gəlməsinə səbəb olub.

Əlbəttə, bütün bunlarla belə, jurnalistika yenə də özünün əsas funksiyasını-cəmiyyəti məlumatlandırmaq və baş verən hadisələrdən onun baş çıxarmasına kömək etmək vəzifəsini yerinə yetirməlidir. Bu funksiyanın yerinə yetirilməsi üçün mütəxəssislər, peşəkarlar hansı texnologiyanı seçəcəkdir-bu, onların öz işidir.

Yuxarıda dediyimiz kimi, “yeni jurnalistika” anlayışı özünü daha çox “Onlayn” stilində göstərir. Çünki qeyd etdiyimiz şəbəkə jurnalistikasında informasiya selinin maneəsiz və sürətlə ötürülməsi məhz bu üsulla bağlıdır. Bu jurnalistika zəminində reportyor daha vacib və daha çox informasiya toplamaq, daha çox informasiya ötürmək imkanı qazanır.⁴ Əlbəttə, əslində “On-layn” jurnalistikasında da jurnalist ənənəvi vəzifələri yerinə yetirir. Lakin belə halda iş tez görülür və səmərəli olur.

İnternet KİV özünün əsas üstünlüyü –dünyanın istənilən nöqtəsində əlçatımlılığına görə artan populyarlığa malikdir. Bu gün bütün jurnalistlər, xüsusən də şəbəkə daxilində fəaliyyət göstərənlər İnternetdə bütün iş texnologiyalarını dərinlən bilməlidir. Şəbəkə jurnalistləri, həmçinin Web-dizayn qabiliyyətinə, yəni Web-saytların hazırlanması və tərtibi qabiliyyətinə malik olmalıdırlar.

XXI əsrin şəbəkə jurnalistikası KİV-də çox ciddi faktlardan biri olan jurnalist araşdırmalarına yaxşı şərait yaradır. İnternet vasitəsilə istənilən informasiyanı əldə etmək, həm də saniyələr və dəqiqələr müddətində əldə etmək jurnalistin KİV bazarı tələbləri qarşısında fəaliyyətinə misilsiz kömək edir.

“Ənənəvi KİV- on illər bundan əvvəl onlara məxsus olan rolu oynaya bilmirlər. İnternet cəmiyyətin inqilabının əsas faktorlarından birinə çevrilib”, –bu fikir Şəbəkə tədqiqatçılarının əksəriyyətinə məxsusdur.

⁴ R.Reddik.,G.Kinq.Jurnalistika v stile on-layn.M., 1999, str 21.

IV FƏSİL

Azərbaycanda İnternetdən istifadə

Dünya Əhalisi və İnternet İstifadəçiləri Statistikasının ([World Internet Users www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com)) 2008-ci ilin yanvarın 1-nə olan məlumatına görə dünyada internet istifadəçilərinin ümumi sayı təxminən 1 milyard 407 milyon (2005-ci ildə 1 milyard 20 milyon nəfər) nəfər olmuşdur.

Bu gün dünyanın milyonlarla kompüterini birləşdirən qlobal internet şəbəkə özünün forma və tərkibi baxımından cürbəcür, miqdarca sərhədsiz olan şəbəkə resursları ilə cəmiyyətin sosial təşkilinin ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir. Bu şəbəkə genişləndikcə internetin imkanları da artırılmış, yeni internet xidmət növləri yaradılmışdır. İnternet vasitəsi ilə dünyanın istənilən nöqtəsində olan insanlarla virtual ünsiyyət qurmaq, məktublaşmaq, *on line* rejimində keçirilən müxtəlif forumlarda iştirak etmək, kitab, jurnal və qəzetlərin elektron versiyalarını oxumaq, dükanlardan alış-veriş etmək, radioya qulaq asmaq, televizor verilişlərinə baxmaq, gündəlik hadisələr haqqında operativ məlumatlar almaq olar. İnternetin nəhəng məlumat bazası demək olar ki, hər saniyə yeni xəbərlərlə zənginləşir.

Azərbaycanda internetin inkişafı keçən əsrin 95-ci illərindən başlayıb. Ötən müddət ərzində qlobal şəbəkə öz ətrafına yüz minlərlə Azərbaycan vətəndaşını toplayıb. 2010-ci ilin əvvəlinə olan məlumata görə ölkəmizdə təxminən 1 milyon internet istifadəçisi olub. Respublikamızın əhalisinin hər 100 nəfərinə 12 internet istifadəçi düşür. Bu gün respublikamızda fəaliyyət göstərən internet provayderlərin, ana dilimizdə olan saytların, milli veb-poçtlarımızın, əhaliyə xidmət göstərən internet klubların sayı artmaqda davam edir. İnternetin yeni yaradılan xidmət növləri ölkəmizdə uğurla həyata keçirilir. Belə xidmətlərə internet vasitəsi ilə abituriyentlərin sınaq və qəbul imtahanları üçün sənəd verməsi, ixtisas seçməsi, dövlət qurumlarının saytlarının yaradılması, oarda bu təşkilatlar barədə ətraflı məlumatın yerləşdirilməsi, internet vasitəsi ilə vətəndaşların suallarına cavab verilməsi, şika-

yət və ərizələrinə baxılması, iş yerlərinə müsabiqə elan edilməsi və s. misal ola bilər.

Son 5 ildə respublikamızda dövlət səviyyəsində informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı və informasiya cəmiyyətinin qurulması istiqamətində mühüm tədbirlər həyata keçirilmişdir. Belə ki, Azərbaycan Respublikasının Prezidenti tərəfindən Azərbaycanın inkişafı naminə 2003-2012-ci illər üçün informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiya müəyyənləşdirilmiş və bu Strategiyanın davamı olaraq 2004-cü ildə Azərbaycan Respublikasının Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi yaradılmış, 2005-2007-ci illər üçün ümumtəhsil məktəblərinin informasiya və kommunikasiya texnologiyaları ilə təminatı, 2005-2008-ci illər üçün rabitə və informasiya texnologiyalarının (“Elektron Azərbaycan”) inkişafı və 2008-2012-ci illərdə Azərbaycan Respublikasında təhsil sisteminin informasiyalaşdırılması üzrə Dövlət Proqramları təsdiq edilmişdir.

Azərbaycanın informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə Milli Strategiyanın icrası ilə əlaqədar artıq “Elektron imza və elektron sənəd haqqında”, “Telekommunikasiya haqqında”, “İnformasiya, informasiyalaşdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında” və “İnformasiya əldə etmək haqqında” Azərbaycan Respublikasının Qanunları qüvvəyə minmişdir.

Bunun nəticəsində biz respublikamızın işıqlı gələcəyi üçün sağlam və bilikli nəsil yetişdirə bilərik.

1990-cı illərin əvvəllərində Azərbaycanda İnternet haqqında heç məlumat yox idi. Bu gün isə demək olar ki, XXI əsrin ilk illərinin fenomeni olan İnternetin adı daimi olaraq KİV-də çəkilir. Bu, bir neçə səbəbdən baş verir. Birincisi, İnternet bir çoxlarının həyatına daxil oldu. Bu, həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə həyata keçdi. İkincisi, o, artıq KİV-də özünəməxsus yer tutub. Dövrümüzdə elmi düşüncənin sürətlə inkişafı nəticəsində İnternet növbəti on ildə, ola bilsin ki, iyirmi ildə informasiya mənbələrində özünəməxsus rol oynayacaq. Belə ki, artıq bu gün bir çoxları ənənəvi informasiya ötürücü vasitələrinin internetin qlobalaşması ilə əlaqədar tənəzzül edəcəyini fikirləşirlər.

Azərbaycan İnternetinin inkişafı əsasən 1996-97-ci illərdən başlayıb. O vaxtdək beynəlxalq şəbəkədən ancaq elektron poçt xidməti üçün istifadə edilirdi. İnternetə qoşulma ilk dövrlərdə bir qayda olaraq *dial-up* formasında (ümumi telefon şəbəkəsindən istifadə edərək provayderin serverinə zəng etmək yolu ilə) həyata keçirilirdi. İlk dövrlərdə ölkədə internet xidmətinin qiyməti kifayət qədər yüksək idi, yalnız 1990-cı ildən düşməyə başlayıb. Ancaq qonşu dövlətlər və Avropa ilə müqayisədə hələ də yüksəkdir.

İlk əvvəl internetdə Azərbaycan şriftinin oxunması ilə bağlı çətinliklər olsa da, indi ən yeni texnologiyaların köməyi ilə bunlar aradan qaldırılıb. İnternet-müasir müstəqil jurnalistin inkişafında çox böyük köməyi olan ucuz, iri mexanizmdir. O, ölkədə olan jurnalistlər və onların çalışdıqları informasiya orqanları ilə əlaqə və sazişləri möhkəmləndirə bilər. O, həm də jurnalistlər və informasiya mənbələri ilə daha tez və etibarlı əlaqələri təmin edir, onlar hətta min kilometrə uzaqda olsalarda. Daha öncə də qeyd etdiyimiz kimi, internet böhran və senzura tətbiq edilən təqdirdə alternativ metodlar tətbiq edir. O, ağır iqtisadi dəyişikliklərə məruz qalan xalq üçün xəbər və reklamların elektron genişlənməsi yolu ilə yeni maliyyə imkanları təqdim edir.

Hazırkı vaxtda İnternet texnologiyası hər yerdə olduğu kimi ölkəmizdə də qısa zamanda mənimsənmiş və istifadə olunmağa başlanmışdır. Bu gün internetdə xəbər isti-isti izlənilir. Günün xəbərlərini eyni gün oxuya bilirik. Bundan başqa, ödənişsiz olması, yerli deyil, bütün dünyada izlənilən olması əsas üstünlüklərindəndir.

Ölkədə ilk dəfə internet xidmətlərinin göstərilməsi beynəlxalq təşkilatların dəstəyi ilə Elmlər Akademiyası tərəfindən, sonralar isə İnters (www.az) AİS (www.azeri.com) tərəfindən həyata keçirilməyə başlanıb.

Hazırda ölkəmizdə iqtisadi və texnoloji inkişafın əsas katalizatoru olan İnternet istifadəçilərinin sayı sürətlə artır. Genişsahəli İnternetin güclü tətbiqi həyata keçirilir, həmçinin –**Wi-Fi, ADSL, WiMAX** texnologiyası əksər provayderləri aktiv inkişaf edir və kütləvi şəkildə tətbiq edilir. Mobil operatorlar da yerində durmur, belə ki, onlar da inkişaf etməyə başlamış və **3G** qurğusu da istifadə edilməyə baş-

lamışdır. Sadaladığımız bu dünya toruna qoşulma formaları ilə eyni zamanda meqabaytın da qiyməti aşağı düşmüşdür.

Bütün bu faktorlar, necəki şəxsi kompüterdəki imkanlar, eləcə də stasionar (ev) kompüterlə, noutbukla, smarfonla, kommunikator və mobil telefonla bağlantı ölkəmizdə İnternetin aktiv iştirakçılarının artmasına səbəb olub. Bu kütləvilik və əlverişlilik yeni şəbəkənin –informasiya və kommunikasiya məkanının yaranmasına səbəb oldu.

Son illər ərzində Azərbaycanda internet texnologiyalarının sürətli inkişafını nəzərə alsaq, yaxın zamanlarda jurnalistikanın bu növünün istifadəçilər arasında populyarlaşacağını proqnozlaşdırmaq olar. Son beş ildə Azərbaycanda İnternetin inkişaf dinamikası xeyli sürətlənib ki, bu da informasiya auditoriyasının keyfiyyət dəyişikliyinə gətirib çıxarıb. Son araşdırmalar göstərir ki, bu gün auditoriyanın 24%-i İnternetdən məlumat əldə edir, bir halda ki, çap KİV-lərində 18% istifadəçi, TV-də 31%, radioda 27% məlumat axtarır. İKT imkanlarının genişləndirilməsi get-gedə daha çox istifadəçi cəlb edir. Azərbaycanda 100 nəfərdən 50-si İnternet istifadəçisidir, doqquz milyon əhalisi olan ölkədə kompüterlərin sayı isə 1,6 mln.-a çatıb.

Azərbaycanda İnternetin sürətli inkişafını qeyd etmək olar. Hər gün yeni-yeni saytlar fəaliyyətə başlayır ki, bunlar arasında analogi KİV-nin nümayəndəlik saytları və başqa informativ saytlar çoxdur. Bu bölmədə Azərbaycan internet məkanında yerləşdirilmiş kütləvi informasiya vasitələrinin siyahısı verilib.

Televiziya və radiostansiyalar:

www.aztv.az –Azərbaycan Dövlət Televiziyasının saytı.

www.ans.az –ANS Şirkətlər Qrupunun rəsmi saytı. Saytda ANS Telekanalı, ANS ÇM Radiostansiyası, ANS Kommers Reklam Agentliyi, ANS Press Nəşriyyat Evi və s.barədə məlumat dərc olunub.

www.space-az.com –“Space” Teleradio Şirkətinin saytı.

www.lidertv.com –“Lider” Telekanalının saytı.

www.azadazerbaijan.com – Azad Azərbaycan Teleradio Şirkətinin saytı.

Bundan əlavə, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən radiostansiyaların ayrıca saytları da mövcuddur.

www.lider.fm –Lider radiostansiyası

www.bbcazeri.com –BBC radiostansiyasının Azərbaycan xidməti

www.europaplus.az –Evropa+ radiostansiyası

www.burc.fm –BurçFM radiostansiyası

www.antenn.az –Radio Antenn 101FM

www.voanews.com/azerbaijani –“Amerikanın səsi” radiostansiyasının Azərbaycan xidməti

www.azaliq.org –Azadlıq radiosu

Qəzetlər.

Rəsmi dövlət qəzetləri

www.azerbaijan.news.az

www.respublika.news.az

www.ikisahil.com

Digər qəzetlər

www.bakusun.az

www.media-az.com

www.echo-az.com

www.zerkalo.az

www.ayna.az

www.525ci.com

www.azadliq.az

www.adalet-az.com

www.azernews.net

www.bakutoday.net

www.express.com.az

www.hurriyet-az.com

www.kaspi.az

www.olaylar.net

www.palitra-az.net

www.paritet-az.net

www.ses-az.com

www.ucnoqta.com

www.yenimusavat.com

İnformasiya agentlikləri

www.turaninfo.com –“Turan” İnformasiya Agentliyi. Azərbaycan, rus və ingilis dillərində fəaliyyət göstərir. Müxtəlif sahələri əhatə edən geniş informasiya təklif edir. Xidməti pulludur.

www.azertag.com –Azərbaycan Dövlət Teleqraf Agentliyi. Həmçinin Azərbaycan, rus və ingilis dillərində fəaliyyət göstərir. Rəsmi xronika, siyasət, xarici xəbərlər, ekologiya, kriminal, elm və təhsil, mədəniyyət xəbərləri bölmələrinə malikdir.

www.az/mpa –Media-Press Agentliyi. Rus dilində fəaliyyət göstərir.

Jurnalist təşkilatlarının saytları

www.ajkib.org –Azərbaycan Jurnalistlər Konfederasiyası

www.juhiaz.org – (ingilis dilində) Jurnalistlərin Həmkarlar İttifaqı

www.internews.az –(Azərbaycan və ingilis dillərində) Jurnalistika təlimi ilə bağlı beynəlxalq təşkilatın Azərbaycan nümayəndəliyinin internet-saytı. Saytda dərc olunan xəbərlər sırf jurnalistika aləmində baş verən hadisələrlə bağlıdır. Ayrı-ayrı bölmələr İnternyusun keçirdiyi treninqlər, layihələr, KİV-nin qanunu ilə bağlıdır. Sayt, həmçinin jurnalistlərə iş yerləri təklif edir.

Azərbaycan İnternetinin media resurslarının növləri

Azərbaycan İnternetinin media sektorunun inkişaf tendensiyalarının təsvirinə keçməzdən əvvəl, bu sektora daxil olan resursların bölgüsünü aparmaq düzgün olardı.

İlk bölgü aşağıdakı kimi aparılmalıdır:

1. Müstəqil internet nəşrlər (yəni yalnız İnternetdə çıxan)
2. Ənənəvi KİV-in İnternet versiyaları.

Daha sonra şəbəkə nəşrləri tərkibində olan materiallara əsasən də iki növə bölünə bilər:

1. Xəbər, şərh, analiz, qarışıq materiallar;
2. Müəllif, redaksiya, qarışıq materiallardan ibarət.

Həmçinin mövzuya görə bölgü də mümkündür:

1. Monotematik (bu qrup daxilində ayrı-ayrı mövzular sonsuz sayda ola bilər cəyindən bölgülər də analogi aparıla bilər);

2. Politematik.

Daha bir önəmli bölgü yolu nəşrin kimə və ya kimlərə məxsus olmasıdır:

1. Dövlətə məxsus
2. Media qruplarına məxsus
3. Siyasi qruplara məxsus
4. Biznes-qruplara məxsus
5. Müstəqil (doğrudur, hazırda o qədər də əhəmiyyətli müstəqil media resursları çox azdır.)

Azərbaycanda internet xidmətlərinin yayılma səviyyəsi əhalinin ümumi sayının 44,4%-ni təşkil edir. “APA-ECONOMICS”in məlumatına görə, “Internet World Stats” araşdırmaları göstərib ki, hazırda Azərbaycanda internet istifadəçilərinin sayı 3,7 milyona yaxındır. İWS ekspertləri ölkənin telekommunikasiya sahəsini qiymətləndirərək qeyd ediblər ki, Azərbaycan bu sahədə böyük uğurlar qazanıb, lakin informasiya-kommunikasiya texnologiyaları sahəsində hələ də infrastruktur və telekommunikasiyanın tənzimləməsi ilə bağlı problemlər var. Bununla yanaşı, hesabatda bildirilir ki, Asiya regionunun on beş inkişaf edən ölkəsində in-

formasiya-kommunikasiya texnologiyaları sektorunun inkişafı proqnozlaşdırılır. Bu ölkələr Azərbaycan, Əfqanıstan, Banqladeş, Kamboca, Gürcüstan, İndoneziya, Hindistan, Qazaxıstan, Laos, Nepal, Pakistan, Şri-Lanka, Tailand, Özbəkistan və Vyetnamdır. Qeyd edilən ölkələrdə stasionar rəbitənin, internet və mobil rəbitənin əhatə dairəsinin genişlənməyi proqnozlaşdırılır.

Ümumilikdə bu il Azərbaycanda İKT sektorunda əldə olunan gəlirlərin ümumi daxili məhsuldakı payı iki faiz, internet istifadəçilərinin sayı 67% artıb. Bu İKT xidmətlərinin qiymətini azalması fonunda baş verib. Belə ki, internet qiymətləri ilin əvvəlinə nisbətən 30-40% faiz aşağı düşüb.⁵

Mobil rəbitə ölkənin demək olar ki, bütün ərazisini və demək olar ki, bütün əhalini əhatə edir.

İnternet ənənəvi KİV-in bütün üstün cəhətlərində özünü birləşdirməsi ilə cəlb edir. Azərbaycanda azad və inkişaf etmiş ölkələrdə gedən proseslərdən fərqli spesifik vəziyyət yaranıb. Belə ki, Azərbaycanda KİV-in reklam bazarı, çap nəşrlərinin yayım şəbəkəsi məhv edilib, bir çox KİV-ləri nəzarət altına götürülüb. Buna görə redaksiyalar arasında real rəqabət yoxdur. İnternetdə də eyni proseslər gedir, burada da hakimiyyətyönlü qurumlar maliyyələşdirilir, azad reklam bazarı yoxdur.

Azərbaycanda çap və İnternet mediasının reklam bazarının illik həcmi uzun illərdir iki mln. manat civarında olub.

Sonda qeyd etmək lazımdır ki, informasiya cəmiyyətinin qurulmasında internetdən istifadənin genişləndirilməsi zamanın tələbidir. Ona görə də günü-gündən sürətlə inkişaf edən Azərbaycan bu prosesdə geri qalmamalı, əksinə internetin ümumdünya resurslarından geniş istifadə etməklə bərabər, yeni milli internet xidmət növləri də yaradılmalıdır. Bu zaman respublikamızda internetin mənfi fəsadlarının baş verməməyi və qarşısının vaxtında alınması üçün internetə nəzarət dövlət səviyyəsində olmalı, şəbəkədə müasir tipli müdafiə sistemləri quraşdırılmalı, internet saytları xüsusi filtrlərdən keçirilməli, xalqımızın milli və mənəvi də-

⁵ www.lent.az

y rl rin  zidd saytlar b klanmalı, virtual məkanda Az rbycan haqqında materiallar və məqalələrin sayı artırılmalıdır. Bunlardan əlavə hər bir ailədə, orta və ali təhsil müəssisələrində yeniyetmə v  gənclər maarifl ndirilm li, onları internetin xeyirli imkanlarından bəhrələnməyə, internetdə olan xeyli sayda informasiya, elm, təhsil xarakterli saytlardan, elektron kitabxanalardan, interaktiv xarici dil kurslarından v  digər faydalı resurslardan istifadə etməyə həvəsləndirmək vacibdir.

NƏTİCƏ

Sivilisasiyanın inkişaf prosesində informasiya mühüm rol oynayır. İnformasiya resurslarına malik olmaq və onlardan səmərələşdirici istifadə cəmiyyəti optimal idarə etməyə şərait yaradır.

Bu gün dünyada milyonlarla fərdi kompüterlər ümumi kompüter şəbəkəsi vasitəsilə birgə fəaliyyət göstərirlər. Dünyanın ən böyük ərazi şəbəkələrindən 500-nü, hətta istifadəçilərin yarıdan artığını İnternet əhatə edir. Kompüter texnologiyasının və internetin meydana gəlməsi texnoloji inkişafın başqa –başqa sahələrində olduğu kimi eləcə də internet jurnalistikasında da fundamental baza yaratdı. İnternet qarşısı alınmadan inkişaf edən bir qüvvədir. Bu həqiqəti olduğu kimi qəbul edərək onun həyatımıza gətirdiyi yeniliklərə obyektiv qiymət vermək lazımdır.

“*Digital equipment corporation*” kompaniyasının prezidenti Fen Olson hələ 1977-ci ildə demişdir: “Hər kəsin evində bir kompüterin olması üçün heç bir səbəb yoxdur”. Daha əvvəl 1946-cı ildə «XX əsr» kompaniyasının rəhbərlərindən biri Periel Lenek iddia etmişdir: “Televiziya il yarımdan sonra bazarda rəqabətdə dayanma bilməyəcək. İnsanlar tezliklə hər axşam oturub taxta oyun qutusunda baxmaqdan bezəcəklər”. Bu gün isə əminliklə deyə bilərik ki, o, səhv edib. “Uoren brazerz” kompaniyasının yaradıcılarından, həmçinin səssiz kinonun əsasını qoyanlardan biri deyib: “Lənətə gəlsin, kim danışan aktyorlara qulaq asmaq istəyər?”

Bu gün bəziləri də elə düşünür ki, İnternetin heç bir perspektivi yoxdur. Aydın ki, onlar çox yanılırlar. Bill Qeyts demişkən: İnternet texnologiyasının mühərrikidir.

Avropa xəbərlər ittifaqının texniki direktoru Filip Laven iddia edir ki, yeni texnologiyalar köhnələrini əvəz edə bilməz. Radio televiziyanı, kinomotoqrafiya televiziyanı, əvəz etmədiyi kimi video kasetlər də teatrı sıradan çıxarmadı. Beləliklə, yeni texnologiyaların rəqabətinə baxmayaraq, radio və kino öz mövqeyini qoruyub saxladılar.

İnternet digərlərini məhv etməyəcək, ancaq həyatın vacib hissəsi olacaq. Mütəxəssislərin fikrinə görə, on ildən sonra təxminən 50% ailə ondan gündəlik istifadə edəcək.

Qəbul etməliyik ki, KİV-in yeni yaranmış sahəsi –İnternet-jurnalistika mövcuddur və getdikcə güclənir. Özünün liderlik mövqeyini o, hər şeydən öncə xəbər sektoruna verib. Onlayn jurnalstika auditoriya tərəfindən qəbul edilib və ona böyük tələbat var. Bu, bir reallıqdır.

İnternet öz gəlişi ilə informasiyanın hazırlanması və yayılması ilə bağlı bir çox məhdudiyyətləri aradan qaldırdı. İnternet əsl söz və fikir azadlığını nümayiş etdirən sərhədsiz məkana çevrildi. Çünki internetdə məlumat yerləşdirib onu geniş oxucu kütləsinin nəzərinə çatdırmaq üçün heç bir rəsmi orqanda qeydiyyatdan keçmək lazım deyil. Çünki internetdə senzura anlayışı yoxdur. Amma çoxillik araşdırmalar göstərir ki, bu cür sərbəstlik heç də həmişə yalnız müsbət nəticələrə gətirib çıxarmır. Çox vaxt internetdə saxta informasiyalara da rast gəlmək olar. Bu məsələ sırf kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyəti ilə bağlıdır. Jurnalstika onlayn, yaxud oflayn olmasından asılı olmayaraq, ilk növbədə yaradıcılıqdır və burada söhbət rəqəmli mühitdə intellektual mülkiyyətin və müəllif hüquqlarının qorunmasından gedir. Bu məsələ hal-hazırda bir sıra İnternet ekspertlərinin müzakirə mövzusunə çevrilib. İnternetdə intellektual mülkiyyətin qorunması məqsədilə bir sıra ölkələrdən olan beynəlxalq qurumların birgə fəaliyyəti nəzərdə tutulur. İnternetdə ilk növbədə həmin problemi idarə edən bir təşkilat yaradılmalıdır.

Bütün bunlar internetin özünün faydalı resursları ilə həyatımızda necə əhəmiyyətli rol oynadığını və insan fəaliyyətinin bütün dairələrində geniş perspektivlər açdığını göstərir. İnsanların internetdən öz ixtisasları, peşələri və yaradıcılıqları üzrə istifadə etməsi ümumilikdə cəmiyyətin inkişafına və intellektual səviyyənin yüksəlməsinə gətirib çıxardır. Lakin psixoloqların fikrincə internet müəyyən məsələləri həll etməklə yanaşı, həm də əvvəllər məlum olmayan yeni problemlər yaratmaqla cəmiyyət üçün potensial təhlükə mənbəyinə çevrilir. Belə problemlərdən biri internetdə informasiyanın hədsiz dərəcədə olmasıdır. Belə ki, əvvəllər informasiya

qıtlığı var idi, indi isə əksinə məlumat bolluğundan baş çıxarmaq müşkül məsələyə çevrilib. Nəhəng informasiya axınına məruz qalmış insan beyni o qədər informasiyanı emal edə bilmək iqtidarında olmadığı üçün onları necə var elə qəbul edir. Belə haldan istifadə edən informasiyanı yayan mənbə müəyyən maraqlar güdərək çox vaxt şəbəkədə qərəzli və təsdiq olunmamış faktları həqiqət kimi qələmə verməyə çalışır. İnternetdən hazır məlumatlar almağa öyrəşən və belə məlumatları doğru sayan istifadəçilər öz fəaliyyətlərində onlara istinad etdikdə hadisə və faktlara münasibətdə obyektivlik itir. Ona görə də internetdəki məlumatların məzmununa ehtiyatla yanaşmalı və onların həqiqət olub-olmadığını yoxlamaq lazımdır. İnternetdə əlaqələr kompüter vasitəsi ilə qurulduğu üçün internet istifadəçisi ilk növbədə kompüterdən düzgün istifadə etməyi bacarmalıdır

Növbəti məsələ internetlə bağlı qanunvericiliyin hazırlanmasıdır. Yeri gəlmişkən, şəbəkə qanunu, kiberməkan qanunu, İnternet qanunu kimi terminlər də dövrüyyəyə yenidən daxil olub.

Bu gün artıq İnternetdən istifadə etməyi bacarmayan jurnalistə rast gəlmək çox çətinidir. Belə ki, jurnalist öz işində müxtəlif informasiya vasitələrindən istifadə etməli olur. Bizim günümüzdə isə belə mənbələrdən biri məhz elə İnternet dünya kompüter şəbəkəsidir.

İnternet jurnalistikası ilə ünsiyyət yeni anlayışlar, təriflər, ölçülər qazanmışdır. KİV daha azad, demokratik və interaktiv quruluşa bürünüb. Bu media hər kəs tərəfindən istifadə edilə bilər, hər yaşa xitam edilə bilər hala gəlib. Beləki, öz internet saytlarını açan, cib telefonu ilə bir hadisəni həmin internetdə nəşr edənlər getdikcə çoxalır. Bu veb müraciət az qalsın hər kəsi müxbir edəcək. Artıq bu gün insanın özü üçün aktual hesab etdiyi şeyləri internetə yerləşdirə bilər, öz məhsulunu real şəkildə bütün istifadəçilər üçün əlçatan edə bilər. Onun məhsulu-şəxsi fikir, şəxsi rəyinə ayrıca söz, hərif, simvol, işarə, obyekt kimi baxmaq olar, ancaq internet adlanan virtual dil ilə bu məhsul müəyyən qaydalara salınaraq hipermətn əlaqəsi ilə hər kəsə ötürülə bilər. Çətinliklərə baxmayaraq demək olar ki, İnternet dövründə yaşayaraq onun təsirindən tamamilə kanarda qalmaq olmaz.

Qəzet və televiziyanın vaxt ərzində insanların həyatında əvəzolunmaz bir təlabata çevrildiyi kimi, İnternet də cəmiyyətdə və hər kəsin həyatında layiqli yerini tutacaq.

İnternet, veb-texnologiya jurnalistlər üçün adi həqiqətdən kəskin zəruriliyə çevrilib. Şəbəkə texnologiyaları dövrümüzün digər texnologiyaları kimi elə sürətlə inkişaf edir ki, bu gün tövsiyə edilən resurslar, informasiya ilə iş üsulları və bu istiqamətdə son işlər sabah artıq köhnəlik sayıla bilər.

Beləliklə, fikrimizi bu cür yekunlaşdıraraq:

1. İnternet-jurnalistika reallıqdır və KİV sisteminə daxildir.
2. Jurnalistləri şəbəkədə çalışanlar və çalışmayanlar şəklində bölmək olar.
3. İnternet bu ixtisasa yeni tələblər irəli sürür.
4. Jurnalist sənəti öz şəklini dəyəsməyə başlayıb.

Sözsüz ki, bu, hələ yolun əvvəlidir. Qarşıda daha böyük işlər dayanır.

Məsələn, burada xəbər portallarının yoxlamasız olmaları, güvənsizliyi cəmiyyətdə suallar doğurmaqdadır. İnternet əsrində artıq heç bi qeyri-adilik qalmayıb, öz araşdırmalarını bütün dünyaya artıq öz müəllimlərindən, valideynlərindən icazə almadan, senzurasız hətta məktəbli də təqdim edə bilər. Sərhədsiz internet dövlət sərhədləri ilə məhdudlaşmır, sərhədləri gözlədiyimizdən daha sonsuzdur.

Düşünürük ki, oflayn və onlayn jurnalistika anlayışlarının ahəngi jurnalistika sahəsində dərin biliklərə yiyələnmək prosesini sürətləndirəcək. Bu, həmçinin jurnalistikanın yayılması və genişlənməsi istiqamətində də geniş imkanlar açır. Bundan əlavə, kompüter texnologiyası – təhsilin ən yüksək həddə inkişafın üçün bir addımdır.

Obyektiv şəkildə və yüksək professional səviyyədə informasiya çatdırmağa çalışan bu günün jurnalistinin qarşısında çoxlu suallar dayanır və yalnız müasir informatika və onun tətbiqi sahəsində dərin biliklər bu sualları cavablandırma bilər. Bu cür sualların cavabını yalnız şəbəkə jurnalistləri – müvafiq informasiya mərkəzinin əməkdaşları bilir.

Bu günün jurnalistikası –həm mətbuat, radio və həm də TV onunla fərqlənir ki, bir qayda olaraq, iki formada mövcuddur: yazılı mətbuatın, audio radionun, audioizual televiziya ekranının rəqəmsal internet variantı var ki, kompüterin sərt diskində saxlanıla və internetdə yayıla bilər. Burada internetin yeni imkanlarından istifadə etmək lazımdır.

Hər kəsi öz növbəsində bir şey maraqlandırır, kompüter kommunikasiyası köhnə xəbər mediasını əvəz edərək onu tamamilə sıxışdırıb çıxaracaqmı? Web üzərində kütləvi informasiya vasitəsi öz tərzini tam təkmilləşdirməyib –onlar bu prosesin hələ başlanğıc mərhələsini yaşayır.

Ancaq hər kəsin interndən istifadə edib-etməməsi bu hələ zamanla bilinəcək. TV kitab və radionu əvəz etməyib, internet də real həyatı əvəz etməyəcək, ancaq, ona yeni təəssüratlar və tərəflər əlavə edəcəyi şübhəsizdir.

İnternetsiz ayrılıqda jurnalistikanın, bütövlükdə isə cəmiyyətimizin gələcək inkişafını təsəvvür etmək qeyri-mümkündür.

İstifadə olunan ədəbiyyat:

Azərbaycan dilində

- 1) Məmmədli C. Jurnalistikaya giriş. – B., 2001.
 - 2) Məmmədli C. Müasir jurnalistika. – B., 2001.
 - 3) Fiştelius E. Jurnalistikanın on qızıl qaydası. –B., 2002.
 - 4) Məhərrəmli Q. Televiziya dili. – B., 2002.
 - 5) Babayev Z., Məmmədli R. Dövrü nəşrlərin hazırlanması texnologiyası. – B., 2007.
 - 6) AKÖZ E. İnternet gazeteciliği diye bir şey var mı? –İ., 2005 (www.haberturk.com)
 - 7) Kurnaz J. Jurnalistikanın gələcəyi. –A., 2000.
- KARADUMAN M. İnternet ve Gazetecilik. Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya. IPS İletişim Vakfı Yayınları. –İ., 2003.

Rus dilində

- 1) Акопов А. Глобальное средство массовой информации. Литература в Интернете.
- 2) Апджон Р., Раффин Х. Интернет для журналиста (<http://www.INTERNETNEWS.RU/books/internet/>).
- 3) В.Кихтан В. Информационные технологии в журналистике., Феникс, 2004
- 4) Ворошилов В.В. Журналистика. — СП., 2000.
- 5) Бабаев З. «Компьютерная журналистика», БГУ, 1986
- 6) Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
- 7) Корконосенко С.Г. «Основы журналистики» М.: Аспект Пресс, 2001.
- 8) Мелюхин И.С. Информационное общество. М.,1999.
- 9) Н.Э. Шишкин «Основы журналистики», Тюмень, 2004

İnternet saytları

www.dorduncukuvvetmedya.com

www.lent.az

www.nethaber.com

www.kodadimedya.com

ƏLAVƏLƏR

Bu bölümdə İnternetdə işlənən bəzi terminlərin mənasını açıqlayıram.

Konfrans –sayt müştərilərinin E-mail-in köməyi ilə telekommunikativ ünsiyyət zonası.

Çat –sayt müştərilərinin “burada və indi” real zamanda ünsiyyət zonası.

Arxiv –sənəd, proqram, məqalə, iş vasitələrinin toplusu.

Axtarış –saytda resurs axtarışı sistemi.

Material – layihənin, mətnin, multimedia, modelin məzmunu.

Off line – İnternetdə olmayan,

On line –İnternetdə, Hərfi mənası xəttin içində, birbaşa, daim yeniləşən məlumatlar bazası, cari informasiyanı təqdim edən xidmət deməkdir.

Site – sayt

Site sözü ingiliscə, «nəyinsə olduğu,olub və olacağı yer» mənasını ver.

Provider–provayder

Provayder sözü ingiliscə təchizatçı deməkdir.İnternetdə bu sözü internetə çıxışı təmin edən, istifadəçilərə bu xidməti göstərən kompaniyalar üçün işlədirlər.

Web- veb. Web, sözü net kimi ingilis dilindən tərcümədə «tor» deməkdir, ancaq balıqçı deyil, daha çox hörümçək toru kimi. Şəbəkə mənasını ifadə edir.