

Ramal İbrahimov <sup>2</sup>

## MOBİL JURNALİSTİKA MEDİANIN GƏLƏCƏYİ KİMİ

**Giriş:** Məhdud imkanlarla informasiyanın əldə olunması, emalı və ötürülməsini təmin edən mobil jurnalistika medianın gələcək inkişafına təkan verir. Çəkiliş meydançasında rejissor, operator, jurnalist və hətta ssenari müəllifi kimi fəaliyyət göstərən mobil jurnalistlər smartfonları ilə xəbəri canlı yayımlayır və ya redaksiyaya sürətli şəkildə ötürə bilirlər. Bu da böyük avadanlıq və heyətin informasiya bolluğu və savaşı erasında yararsız hala düşməsinə gətirib çıxarır. Beynəlxalq Jurnalistlər Şəbəkəsində uzun müddət mojo təlimçisi olmuş Qlen Malkehi (Glen Mulcahy) bu mənada maliyyə və çətinliklə üzləşmə məsələsində mobil jurnalistlərin əməyini yüksək qiymətləndirir:

*“Böyük media qurumları nəhəng yayım infrastrukturlarına görə daha bahalı olmağa meyillidirlər. Təhlükəli bir şey ortaya çıxdıqda, insanlar geri çəkilmək və potensialı görməkdənsə, onu mümkün qədər tez məhv etməyə çalışırlar”.*(1)

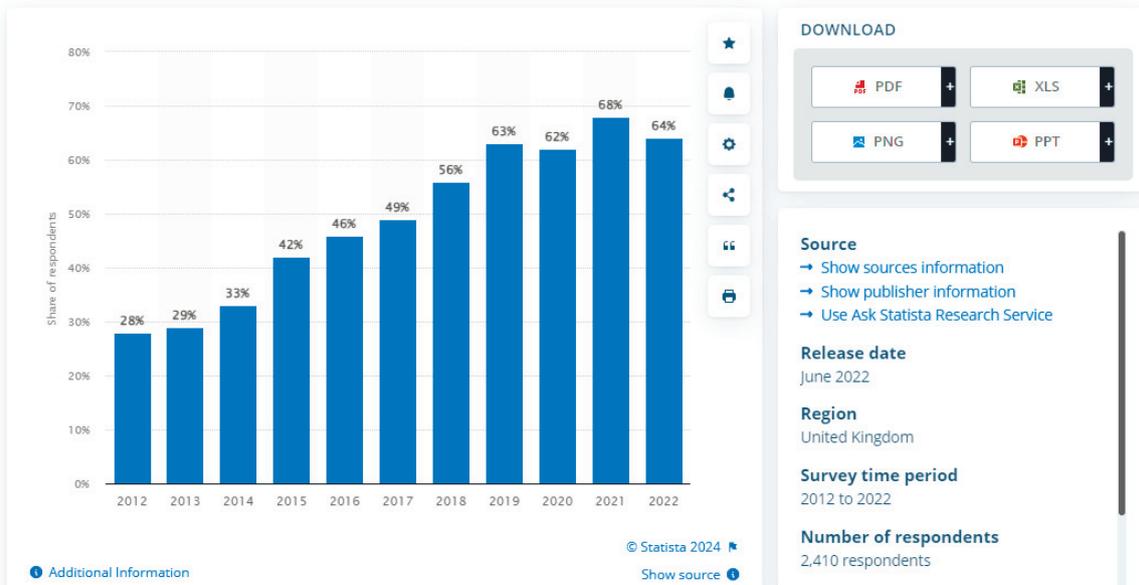
“Periscope” kimi mobil tətbiqlərlə canlı yayımı həyata keçirə bilən jurnalistlər üçün isə bu qədər maliyyə vəsaitinin sərf edilməsi əbəsdir. Çünki onların əsas məqsədi *“böyük kameralar, ötürücü avadanlıqlar olmadan televiziya, sosial media və onlayn jurnalistika üçün operativ xəbər istehsal etməkdir”.* (2) “Mobil jurnalistika” adlı kitabın müəllifi olan Byörn Staşen bu sözləri ilə bir nüansı da xüsusilə diqqətə çatdırır. Yəni, mobil jurnalistlər 3 istiqamətdə məzmun yaratmağa ən sərfəli və sürətli şəkildə nail olmağı hədəfləyirlər. Bu da informasiya müharibəsi dövründə onların medianın universal əsgerlərinə çevrilməsinə şərait yaradır. “Der Tagesspiegel” qəzetinin şef redaktoru Markus Hesselmannın dediyi kimi *“jurnalistika ancaq nəyə kamera tutmaq deyil, raport vermək və redaktə etməkdir”.* (3)

### Mobil jurnalistikanı medianın gələcəyinə çevirən amillər

Mobil jurnalistikanın medianın gələcəyinə çevrilməsinə şərait yaranan amil isə smartfonların funksionallığı və sürətli şəkildə böyük kütləni cəlb etməsidir. “Digital News Report 2020”nin hesabatına görə, dünya əhalisinin 2/3-si, yəni 69 faizi həftə ərzində yayımlanan xəbərləri mobil cihazlarından əldə edirlər. (4) Ölkələr üzrə isə insanların təqribən yarısı (48%) xəbərlərə daxil olmaq üçün hər həftə iki və ya daha çox cihazdan istifadə edir. 2014-cü ildə bu göstərici 39% idi. Təbii ki, kompüterlər və noutbuklar bir çoxları üçün vacib olaraq qalır, lakin smartfonun rahatlığı və çoxyönlülüyü digərlərini üstələməkdədir. Məsələn, Böyük Britaniyada smartfonlar kompüterləri 2017-ci ildəngəridə qoyub və hələ də bu istiqamətdə liderliyi özündə saxlayır. (5) 2017-ci ildə Britaniyalıların 49%-i xəbərləri smartfon vasitəsilə əldə edirdisə, bu rəqəm 2020-ci ildə 62, 2022-ci ildə isə 64 faizə çatdı. (6) Bu da smartfonların əhatə dairəsinin genişlənməsi və mobil kontentin daha çox istifadəçiyə çatması deməkdir. Elə ona görə də, smartfonlar üçün mobil məzmun istehsal etmək zərurəti ortaya çıxır. Məhz bu anda da mobil jurnalistikanın (MOJO) əhəmiyyəti üzə

Media > News

### Share of respondents using a smartphone to access news in the United Kingdom from 2012 to 2022



ÇIXIR.

Zaman və hadisələrin sürətli şəkildə dəyişdiyi və informasiya savaşının pik həddə çatdığı bir dövrdə mobil

jurnalistikanın gələcəyin mediasını formalaşdırması təbii proses kimi çıxış edir. Operativlik və bununla yanaşı sərfəlilik amilləri mojo-nun inkişaf perspektivlərini gözlər önünə sərir. “Mobile Journalism Manual”ın naşiri Torben Stefan deyir ki, “*mobil jurnalistika çox sürətlə məşhurlaşır, çünki çox ucuzdur*”. (7)200 dollarlıq smartfon, 30 dollarlıq ştativ və mikrafon dəsti ilə asanlıqla kontent istehsalı mümkündür. Eyni zamanda, çantaya yerləşdirilməsi asan olan mobil jurnalist ləvazimatları çəki cəhətdən də yüngül olmaları ilə seçilir. Smartfon, kiçik mikrafon, mobil cihazlar üçün ştativ və xarici çəkilişlərə uyğun işıq – bunların hamısı 3 kiloqramlıq bir ağırlıq deməkdir. Bu da jurnalistin peşəsini rahatlıqla icra etməsinə şərait yaradır. (8)Həmçinin, jurnalistə çəkiliş meydançasında işi sürətli şəkildə bitirməyə və oranı tərk etməyə də təkan verir. Münaqişə baş verən ərazilərdə MOJO-nun faydası daha aydın şəkildə sezilir. Məsələn, Ukraynada Rusiya ilə münaqişə nəticəsində baş verənləri izləməli və yerində görüntülər təqdim etməli olan jurnalistlər bunu ağır texnikanı gəzdirmədən edə bilirlər. Nəticədə, müharibə zonaları şəkillərin dərhal çəkilməsinə və yerində redaktə edilməsinə imkan verən bu tip jurnalistikadan getdikcə daha çox faydalanır.(9)Hindistanda jurnalistika məktəbləri bu yanaşmanın tələbələrini ödədiyini söyləməkdən utanmırlar. Onların fikrincə, bu, geniş ictimaiyyəti maraqlandıracaq hekayələri çatdırmaq üçün arsenalın bir hissəsidir.(10)Afrikada da gənclərin mobil jurnalistikayı öyrənməsinə əhəmiyyət verilir. Bu üsulla onlar ölkələrinin məhəlləri, şəhərləri və reallıqlarını asan şəkildə auditoriyaya ötürə bilirlər. MOJO təlimlərinin köməyi ilə afrikalılar mövzunu necə çərçivəyə salmağı, baş verənləri video və ya fotodasənədləşdirməyi, həmçinin telefonlarından multimedia cihazı kimi düzgün istifadə etməyi öyrənə bilirlər. (11)

Mobil internet jurnalistikanın təkamül prosesini daha sürətli şəkildə keçməsinə səbəb olur. Sosial şəbəkələr, “YouTube” kimi video platformalar MOJO-nu medianın gələcəyi olaraq göstərir. Özünü lentə alan şəxslə jurnalist arasında da fərqlər məhz məqamda üzə çıxır. Xəbərlə yaşayan və daim axtarışda olan biri sırasıyla vətəndaşdan fərqli olaraq, hər reportajın arxasında duran 6 suala (nə?, kim?, harada?, nə vaxt?, niyə? və nə etdi?) cavab verəcək faktları lazımı qaydada auditoriyaya çatdırmaqla bilir. ITN-in redaktorlar üzrə direktoru Kris Şaunun dediyi kimi:

*“Sosial şəbəkələr sənədlə film çəkənlər üçün tamamilə yeni mənzərələr açır və naşirlər sosial şəbəkələrin məzmunundan istifadə edərək ən heyvətəməz filmlər çəkə bilirlər.”(12)*

#### **Mobil jurnalistin dəyişən mediada fəaliyyət imkanları**

Mobil jurnalistikanı gələcəyin mediası edən bir faktor da daim gəlir qazanmaq imkanının olmasıdır. Bildiyimiz kimi, artıb-azalan reklam gəlirləri, böyük sahibkarların kiçik media qurumlarının qapılarını bağlaması, müstəqil media qurumlarının mübarizə aparması və ictimaiyyətin böyük bir qisminin jurnalistlərə inamsızlığı qlobal media problemi səviyyəsindədir. Bu fonda MOJO jurnalistlərə pul qazanmağın yeni yolunu göstərir. Belə jurnalistlərin əksəriyyəti hazırladıqları hekayələri, materialları böyük media orqanlarına satmağa dəvət olunur. Böyük Britaniyada “Hekayəni sat” ölkənin ən böyük müstəqil xəbər agentliyinə çevrilib. Səyyar jurnalistlərlə mətbuat arasında vasitəçi kimi çıxış edir. Hətta jurnalistlər çəkiliş və ya reportaj üçün təkliflər almaq üçün aktual mövzuların siyahısına yazıla bilirlər. (13)

Böyük jurnalların, qəzetlərin və ya televiziya kanallarının marağından asılı olmaq istəməyənlər reportajlardan, fotosəkillərdən və s. pul qazanmaq üçün onlayn platformalar da yarada bilirlər. İdeya, məsələn, dərin mövzular üçün bir az pul ödəməyə hazır bir auditoriya yaratmaqdır. Digər mobil jurnalistlərlə əməkdaşlıq həm də internetin bir küncündən çıxmağa kömək edə bilər və müxtəlif şəxsiyyətlərin yerli, milli və ya beynəlxalq auditoriyaya məlumatlandırmaq üçün birgə işlədiyi yer, platforma təmin edə bilər.

Didaktik bacarıqlara malik olduğuna inanılan isə mobil jurnalistika kurslarının yaradılmasına başlaya, həmçinin, daha peşəkar olmaq istəyən yazıçılar və ya fotoqraflar üçün kouçinq xidmətləri təklif edə bilirlər. Bir neçə illik təcrübədən sonra asanlıqla həyata keçirilən bu addım jurnalist olmaq arzusundakılara da keyfiyyətli məlumat təklif etməyə şərait yaradır. Bu, məsələn, vebinarlar şəklində kurs platformalarının istifadəsi və ya hətta məsləhət kitablarının satışı ilə ola bilər.

**Nəticə:** Getdikcə mobil cihazlara inteqrasiya edən müasir dünyanın gələcəyi də smartfonlara bağlıdır. Bütün biznes müəssisələri kimi media da bu tendensiyanı izləməyə məcburdur. Yəni, auditoriya haradadırsa, media da o tərəfə diqqətini yönəltməlidir. Hazırda, mobil cihazları ilə daha çox vaxt keçirən kütləyə informasiyanı da elə oradan ötürmək daha adekvat variant hesab olunur. Ona görə də, sürətli şəkildə xəbəri toplamaq və ötürməyə yarayan mobil cihazlar həm jurnalistlərin işini asanlaşdırır, həm də auditoriyanın informasiya tələbatını daha tez ödəməyə xidmət edir. Nəzərə almaq lazımdır ki, operativlik və dəqiqliyin prioritet olduğu dünyamızda bu dəyərlərə qarşı öhdəliklər də günbəgün sərtləşdirilir. Media qurumları həm lokal, həm qlobal səviyyədə bir-biri ilə informasiya savaşına girirlər. Bu situasiyada mobil jurnalistlərin əlindəki imkan onların dəyərini sürətlə artırır. Ona görə də, gələcəkdə də bu jurnalistlərə böyük ehtiyacın olacağını təxmin etmək heç də çətin deyil.

#### **Ədəbiyyat**

1. Marc Young - The future of journalism is mobile (link: <https://www.shure.com/en-US/performance-production/louder/the-future-of-journalism-is-mobile> , son baxış tarixi: 10.06.2024)
2. Marc Young - The future of journalism is mobile (link: <https://www.shure.com/en-US/performance-production/louder/the-future-of-journalism-is-mobile> , son baxış tarixi: 10.06.2024)
3. Marc Young - The future of journalism is mobile (link: <https://www.shure.com/en-US/performance-production/louder/the-future-of-journalism-is-mobile> , son baxış tarixi: 10.06.2024)
4. Executive Summary and Key Findings of the 2020 Report (link: <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2020/overview-key-findings-2020/> , son baxış tarixi: 13.06.2024)
5. Doaa Fareed - Mobile Journalism and the future of the Media Industry (2020) (link: )

6. <https://www.linkedin.com/pulse/mobile-journalism-future-media-industry-doa-fareed> , son baxış tarixi: 13.06.2024)
7. Share of respondents using a smartphone to access news in the United Kingdom from 2012 to 2022, Statista.com (link: <https://www.statista.com/statistics/297831/mobile-news-preferences-uk/> , son baxış tarixi: 13.06.2024)
8. The rise of mobile journalism: Publishing's new frontier? (link: <https://mediamakersmeet.com/the-rise-of-mobile-journalism-publishings-new-frontier/> , son baxış tarixi: 13.06.2024)
9. The rise of mobile journalism: Publishing's new frontier? (link: <https://mediamakersmeet.com/the-rise-of-mobile-journalism-publishings-new-frontier/> , son baxış tarixi: 21.06.2024)
10. Ukrainian journalists use smartphones to tell stories of displaced communities (link: <https://www.journalism.co.uk/news/mobile-journalism-training-in-ukraine-journalists-are-part-of-these-displaced-communities-s2/a1058762/> , son baxış tarixi: 21.06.2024)
11. Bennett University: The tech age of storytelling through mobile journalism (MoJo). (link: <https://timesofindia.indiatimes.com/education/news/bennett-university-the-tech-age-of-storytelling-through-mobile-journalism-mojo/articleshow/101272303.cms> , son baxış tarixi: 21.06.2024)
12. Mobile journalism in Burkina: the practice is increasingly appealing to TV journalists (link: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/mobile-journalism-fastest-way-change-how-africas-story-told> , son baxış tarixi: 21.06.2024)
13. The rise of mobile journalism: Publishing's new frontier? (link: <https://mediamakersmeet.com/the-rise-of-mobile-journalism-publishings-new-frontier/> , son baxış tarixi: 21.06.2024)
14. Mobile journalism: the new approach in the field (link: <https://cursus.edu/en/30209/mobile-journalism-the-new-approach-in-the-field> , son baxış tarixi: 21.06.2024)

### Xülasə

Smartfonlar global səviyyədə gələcəyin simasını dəyişirlər. Etiraf edək ki, müasir dünyada artıq hər kəsin ən az bir smartfonu var. Bu da bütün xidmətləri insanların cibinə qədər çatdırmaq öhdəliyini aktuallaşdırır. Buna görə də, digər sahələr kimi media da artıq xəbərləri, informasiyaları insanların rahatlıqla əldə edə biləcəyi yerə aparmalıdır. Bu yer də smartfonlardır. Asanlıqla çəkiliş etməyə və informasiya toplamağa yarayan mobil cihazlar xəbərlərin də rahatlıqla ötürülməsi ilə gündən-günə insanların rəğbətini qazanır. Həmçinin, MOJO jurnalistlər üçün bir məkana və zamana bağlılığı da aradan qaldırır. Bu da jurnalistlərin daha çox media qurumu ilə eyni anda əlaqə saxlaya bilməsinə təkan verir. Medianın kontent istehsalında mobil cihazların xidmətlərinə yönəlməsi mobil jurnalistləri gələcəyin media mentorlarına çevirmək imkanı qazanır. Belə ki, onlar gələcəkdə kurslar, vebinarlar vasitəsilə öz bilik və təcrübələrini yeni nəsillə bölüşə bilirlər. Bu da mobil jurnalistin ömür boyu gəlir əldə etmək imkanından xəbər verir.

### Summary

Smartphones are changing the face of the future globally. Let's face it, everyone in the modern world already has at least one smartphone. This makes the obligation to deliver all services to people's pockets relevant. Therefore, media, like other fields, should take the news and information to the place where people can get it easily. This place is also smartphones. Mobile devices, which are suitable for easy recording and gathering of information, are gaining people's sympathy day by day with the ease of transmitting news. Also, MOJO eliminates time and place constraints for journalists. This also encourages journalists to be able to communicate with more media organizations at the same time. The focus of the media on the services of mobile devices in content production has the opportunity to turn mobile journalists into media mentors of the future. So, in the future, they can share their knowledge and experience with the new generation through courses and webinars. This indicates the opportunity of a mobile journalist to earn a lifetime income.

### Резюме

Смартфоны меняют лицо будущего во всем мире. Посмотрим правде в глаза: у каждого жителя современного мира уже есть хотя бы один смартфон. Это делает актуальным обязательство по доставке всех услуг в карманы людей. Следовательно, средства массовой информации, как и другие области, должны доставлять новости и информацию туда, где люди могут легко их получить. Это место также смартфоны. Мобильные устройства, пригодные для удобной записи и сбора информации, с каждым днем завоевывают симпатии людей легкостью передачи новостей. Кроме того, MOJO устраняет ограничения по времени и месту для журналистов. Это также стимулирует журналистов иметь возможность одновременно общаться с большим количеством средств массовой информации. Сосредоточение внимания средств массовой информации на услугах мобильных устройств при производстве контента дает возможность превратить мобильных журналистов в медиа-наставников будущего. Так что в будущем они смогут поделиться своими знаниями и опытом с новым поколением посредством курсов и вебинаров. Это указывает на возможность мобильного журналиста получать пожизненный доход.

**RƏYÇİ: dos. L.Ələkbərova**