

Şamil Vəliyev  
Zaur Babayev

# Azərbaycanda Internet jurnalistikası: tarixi, inkişaf perspektivləri

Dərs vəsaiti

Azərbaycan Respublikası Təhsil Nəzirliyi Elmi-Metodik Şurası «Azərbaycan dili və ədəbiyyatı» bölməsinin 19.02.2007-ci il tarixli 7 nömrəli iclas protokolu ilə dərs vəsaiti kimi tövsiyə edilmişdir.

Bakı-2007

Elmi redaktor: dos. Cahangir Məmmədli

Rəyçilər: dos.Ramin Mahmudzadə, Osman Gündüz

4612  
+ V 56

Vəliyev Şamil, Babayev Zaur. Azərbaycanda Internet jurnalistikası: tarixi, inkişaf perspektivləri. Bakı Universiteti Nəşriyyatı, 2007.- 248 səh.

**BDU-nun  
Elmi kitabxanası**

V  $\frac{4502020000 - 09}{M - 658(07) - 018}$  - 018 - 2007

© Bakı Universiteti nəşriyyatı, 2007

## Giriş

Jurnalistika qədim tarixi təzahürlərə malik peşə sahəsi olmaqla daim inkişaf edir və dəyişir.

Əvvəlcə gil lövhəciklər, papiruslar, dövlət idarələri divarlarının üzərində yazılmış qısa məlumatlar, sonralar Roma senatının buraxdığı vərəqələr, daş kitabələr üzərində yazılıar, qayaüstü rəsmlər, xalqı hökmdarın fərmanlarından xəbərdar etmək üçün ölkənin müxtəlif yerlərinə göndərilən atlilar, nəhayət «qadzetta» adlandırılmağa başlayan ticarət vərəqələri jurnalistika sənətinin ilk təzahürləri idi.

Lakin jurnalistikən müstəqil peşə sahəsi kimi meydana gəlməsi və inkişafında Qutenberqin XV əsrə çap dezzahını ixtira etməsi hadisəsi oldu. Beləliklə, Avropanın müxtəlif dövlətlərində qəzet nəşrinə başlanıldı. Lakin jurnalistika sahəsində ixtiralalar bununla bitmədi. XX əsrin əvvəllerində Popov tərəfindən radio ixtira olundu. Bir qədər sonra həm səs, həm də təsviri ötürmək qabiliyyətinə malik televizor yaradıldı. Beləliklə, informasiya əsri başladı.

İformasiya inqilabının üç nəhəngini telefon, televizor və kompyuter təşkil edir. Onlar üç texnoloji yenilik sayəsində mühüm dəyişikliklər mühərrikinə çevrildi. Bəs bu hansı texnologiyalardır? İlk növbədə, rəqəmli texnologiya. Rəqəmli texnologiya kompyuter kodu vasitəsilə istənilən informasiyanı bitlərə çevirə bilər. Bütün məlumatlar ümumi binar kodun rəqəmli dilinə keçirildikdən sonra informasiya mənbələri arasında fərq yox olur. Bu səsyazma, radio, televiziya, film, video, qrafika, yaxud çap mətni ola bilər. Birgə toplanmış informasiya bitləri telefon xətti vasitəsilə çox yüksək sürətlə ötürülə bilər.

İkinci inqilab kütləvi kommunikasiya xətlərinə toxundu. Planətin əsas telefon məqistrallarında optik-telli telefon kabellərinin istifadə olunması kabel dəstəsinin bircə məftili vasitəsilə eyni zaman kəsiyində milyonlarla səsli məlumatın ötürülməsini təmin etdi. Yüzlərlə video məlumat həmin yolla yayılır. İndi informasiya bitlərinin sıxışdırılaraq sadə mis məftilləri vasitəsilə nəhəng

miqdarda məlumat ötürməyə imkan verən yeni formalar işlənib hazırlanmaqdadır.

İnfomasiya inqilabını demək olar ki, hər ailəyə çatdırın üçüncü və ən vacib element kompyuter texnologiyalarının qiymətlərinin kəskin şəkildə aşağı düşməsidir. Hələ bir neçə il əvvəl kompyuterdən istifadə yüksək savadlı və imkanlı elitar dairələrin əlində cəmləşmişdi. İndi isə kompyuterlər terminal və modem vasitəsilə sadə adamlara şəbəkəyə qoşulmaq imkanını verir.

İnfomasiya vasitələri məkanında ənənəvi oyuncular olan nəşriyyat, radio və televiziya stansiyaları sahiblərinə elektron kommunikasiya və peyk televiziyyası sahələri, kompyuter industrijasının program təminatı və avadanlıqlarının istehsalçıları, maliyyə xidmətləri sektoru şirkətlərindən olan qüdrətli rəqiblər də qoşuldular. Avropalı kitab naşirləri yeni qazanclar üçün ümumdünyaya kompyuter şəbəkəsinə atıldı. «Editor and Publisher» Jurnalında olan məlumatlara görə, hal-hazırda təcəribən 1786 qəzet və Jurnal kompyuter variantında «on-line» rejimində mövcuddur. Bunnarın çoxu ABS və Qərbi Avropa ölkələrinin payına düşür. Rusiyada və Mərkəzi Avropada «on-line» rejimində olan gündəlik qəzetlərin sayı 40-a qədərdir. Şərqi Avropa və Asiyadan bir çox ölkələrində Internet qəzetçilik hələ ilk addımlarını atmaqdadır.

Kütłəvi İnfomasiya Vasitələri qarşısında daha bir vacib problem dayanır. Dünya Dövlətlərinin texnika və texnologiyaların tətbiqi və mənimşənilməsi sahəsində olan qeyri-bərabərlik KİV-in fəaliyyətində özünü göstərir. İkinci səviyyəli ölkələrin infomasiya vasitələri isə primitiv texniki şəraitdə fəaliyyət göstərir.

Bəs ən yeni texnologiyaların jurnalistikaya praktikasına nüfuzunun nəticələri necədir və dövlət bu innovasiya prosesini necə tənzimləyir?

İndi yüksək çapın yerinə asan şəkildə kompyuterləşdirilən offset gəlir. Kompyuter mətnin yiğilması və tərtibi, rəngli və rəngsiz orijinal maket nəşrlərinin hazırlanmasında geniş istifadə olunur. Yeni texnika nəşrlərin hazırlanması üçün çox sürətlə tətbiq olunur. Məsələn, ən adı fotoapparat indi yeni keyfiyyətlər əldə edir. O artıq rəqəmlidir. Bu isə o deməkdir ki, təsvir diske yazılı bilər. Bunun nəticəsində də bir sira mürəkkəb və baha başa gələn texniki proseslərdən keçmək zərurəti itir. Şəkil diskdən kompyuterə köçürüülür. Elə buradaca retuşlanaraq çapa hazırlanır və

lazımı hissəyə yerləşdirilir. Kompyuter qeyri-xətti montaj və di-gər əməliyyətlər üçün geniş imkanlar açır.

Yeni fototexnika nəşrlərin illüstrasiyalasdırılması ilə bağlı redaksiya işlərinin səviyyəsini yüksəltməyə imkan verir.

Yeni texnologiyalar aktiv şəkildə poliqrafiya istehsalatına nüfuz etdi. Bu sahədən olan yeniliklər içərisində – rizoqrafiya, yeni ofset çapı üsullarını misal göstərmək olar. Lazer çap qurğuları poliqrafiya istehsalının ucuzlaşmasına gətirib çıxardı. Bu zaman elə bir «Stolüstü mətbəələr» hazırlanı ki, qəzet jurnalistikası sahəsində dəyişikliklər baş verdi. Həmçinin, rəqəmli ofset mətbəə maşınları yaradıldı. Bu nəticədə bilavasitə orijinal-maketin yiğildiği kompyuter vasitəsilə tirajın nəşrinin tənzimlənməsinə imkan verdi.

### *Müasir İnformasiya texnologiyaları və jurnalistikə*

#### *Global informasiya əsri*

Kütləvi kommunikasiyanın ən sürətli inkişaf dövrü əvvəlcə ilk çap dəzgahının, sonra isə radio və televiziyanın ixtirası ilə bağlıdır. İnformasiyanın yayılmasında istifadə olunan ənənəvi üsulların yerinə ən yeni texnologiyaları tətbiq edən üsullar gəldi. Beləliklə, KİV məhsullarının texniki transformasiyası baş verdi ki, bu da kompyuterin kütləvi şəkildə istifadəsi ilə bağlı idi.

Kompyuter məlumatın yiğilması, saxlanması və kataloq şəklinə salınmasını əhəmiyyətli dərəcədə müasirləşdirdi. Bütün bunlar mass-mediada öz təsirini göstərmiş oldu. Ümumi istifadə üçün çox sayda kompyuter verilənlər bazası yaradıldı. Belə verilənlər bazaları, məsələn, bir universitetin kitabxanası daxilində olan ədəbiyyatı və məqalələri bir-neçə saniyəyə istifadəçi üçün çatdırıbilir. Bu isə, öz növbəsində böyük vaxt qənaəti deməkdir.

1970-80-ci illər ayırcısı kompyuter texnikasının hərtərəfli tətbiqi dövrüdür.

Təhsil, istehsal sənayesi, rəbitə, elmi tədqiqatlar, səhiyyə, əyləncə sahələri və məişətdə ən yeni informasiya texnologiyasının tətbiqi və inkişaf etdirilməsi nəticəsində sürətli və dərin dəyişikliklər baş verdi. Bir çox dünya ölkələri üçün keçən yüziliyin ilk yarısını müəyyənləşdirən elmi-texniki tərəqqi uzaq məsafəni qısaltan və geniş bilik sahələrinə yiyələnməyə imkan yaradın yeni informasiya vasitələri əsrinin sürətli gəlİŞinə gətirib çıxardı.

Kompyuterlərin gücünün və əlverişliliyinin kəskin şəkildə böyüməsi və telekommunikasiyaların sürətli inkişafı paralel şəkildə baş verərək bir-birini qüvvətləndirirdi. Telekommunikasiya sistemləri, öz növbəsində, kompyuter və mikroelektronikadan öz kanalları ilə mürəkkəb məlumat axınının tənzim olunması üçün kompyuterlər və mikroelektronikadan istifadə edir. Kompyuter və telekommunikasiya texnikasının birləşməsi 50-ci illərdən başladı. Məhz bu vaxt rəqəmli kompyuterlərə telefon xətti vasitəsilə digər elektron-hesablayıcı машınlarla əlaqə yaratmağa imkan verən qurğular işlənib hazırlandı. Rəqəmli telefon sistemlərinin meydana gəlməsində kompyuterlə telekommunikasiya texnikası daha sıx birləşdi və getdikcə daha dərin şəkildə həyatın müxtəlif sahələrinə nüfuz etdi.

2001-2002 illərdə Rabitə Nazirliyi tərəfindən Azərbaycan Internetinin inkişafını ləngidən daha bir addım atılıb. RN-nin əmri ilə, Ümumi telefon şəbəkəsindən istifadə edərək Internetə qoşulmaq istəyənlərdən aylıq abunə haqqından başqa 20. 000 manat da əlavə haqq tələb olundu. Bu məhdudiyyət dövlət Provayderinin istifadəçilərinə tətbiq edilənirdi. Bu qeyri-qanuni «Internet haqqını » ödəməyənlərin telefonu dərhal kəsildi. Səlahiyyətli dövlət qurumlarının razılıq vermədiyi, bir sırada hakimiyyət nümayəndələrinin qəti etiraz etdiyi RN-nin həmin aktı il yarımla məhkəmə çəkişmələrinin predmetinə çevrilir. Bir sırada ictimai qurumlar, media vasitələri uzun müddət RN ilə mübarizə aparmalı oldu. Azərbaycan Internetində heç-bir siyasi - ideoloji senzura olmadığı halda, RN tərəfindən «texnoloji - inzibati» senzuranın tətbiqi o dövrə bir sırada beynəlxalq təşkilatların da diqqətini cəlb etmişdi. Üst-üstə 20-dək hakim bu «Internet məhkəməsi »nin işlərinə baxıb. Nəhayət 2002-ci ilin sonunda Tarif Şurası «Internet haqqının » 6-7 dəfə azaldılması haqqında qərar qəbul etdi. Ədalət namına qeyd etmək lazımdır ki, həmin dövrə ölkədə bir sırada dövlət orqanlarının və dövlət məmurlarının, Qeyri-hökumət təşkilatlarının və KİV-in birgə aprıldığı mübarizə Azərbaycan Internetinin formallaşmasında, ümumiyyətlə ölkədə Internetin populyarlaşmasında və ictimaişməsində olduqca mühüm rol oynadı.

Kütłəvi kommunikasiya sistemlərinin inkişafına insan fəaliyyətinin müxtəlif sahələrində informasiyanın toplanması, saxlanması, axtarışı, hazırlanması, genişləndirilməsi və işlənilməsi ilə

bağlı olan elm sahəsi – informatikanın böyük təsiri oldu. İnformatika nəşriyyatları, informasiya agentlikləri, qəzet, radio və televiziyanın fəaliyyətinin texniki təminatında özünü göstərir. Bu gün insan fəaliyyətinin elə bir sahəsini tapmaq mümkün deyil ki, o elektron-hesablayıcı texnika ilə əlaqədar olmasın. EHM-lə elektrorabitə sistemləri (telefon, teleqraf, radio və televiziya, peyklər) arasında əlaqə insanın iri həcmli informasiyani operativ şəkildə işlətmək və emal etmək qabiliyyətini kəskin şəkildə yüksəltdi.

Q. Vaçnadze «Ümumdünya televiziyası» kitabında kompyuter texnologiyalarının inkişafından söhbət açaraq qeyd edir: «İlk EHM yarandığı vaxtdan alimler onun fəaliyyət mexanizmləri üzərində durmadan çalışır və ilden-ilə ona yeni funksiyalar əlavə edirdilər. Bütün bunlar kompyuteri insan beyninin fəaliyyətinə uyğun şəkildə qurmaq ideyalarının həyata keçirilməsi ilə bağlıdır. Elmdə bu «süni intellekt» adını alıb. Bu cəlbedici ideya çox mürəkkəb olsa da, getdikcə daha çox elmi araşdırırmalara səbəb olur.». Maraqlıdır, görəsən insan beynini əvəz edəcək əfsanəvi maşın mümkün ola bilər?

Bu sual hələ də açıq qalmaqdadır.

Dünya mütəxəssisləri daha cəld işləyən və daha böyük nəticələr əldə etməyə imkan yaradan kompyuterlərin yaradılması üzərində ciddi işlər aparır. Yaxın gələcəkdə reallaşdırılacaq planlardan biri insan beyni ilə eyni prinsiplərdə işləyəcək superkompyuterlərin yaradılmasıdır. Bu barədə Mixaylov S. kitabında qeyd edir: «Bu yolda atılan ilk addım neyrokompyuter oldu. Neyrokompyuter texnologiyaları hələ hazırlanma mərhələsində olsa da, bəzi şirkətlər tərəfindən artıq çox uğurla tətbiq edilməyə başlayıb. Bu cür kompyuterler daha çox istehsal olunan məhsulun vizual yoxlanışında istifadə olunur. Bu cür sistemlər, hətta, insanın xərici görünüşünü belə müəyyən etməyə imkan verir. Nəzərdə tutulur ki, neyrokompyuter texnologiyaları Avropa Birliyi ölkələri çərçivəsində razılışdırılacaq yeni gediş-geliş rejimində öz geniş tətbiqini tapacaq. Şəxsiyyətin identifikasiyası məqsədilə özündə barmaq izləri, üz cizgilərinin tam təsvirini eks etdirən xüsusi kartlar daxil olunacaq ki, bu da hava limanında aparılan yoxlanış zamanı orijinalla müqayisə ediləcək. Bəzi alımlar tərəfindən nəzərdə tutulub ki, ümumi verilənlər bazasında dünyada bütün vətəndaşların barmaq izləri və şəxsi identifikasiya nömrəsi olacaq.

Bu da dünyada insan alveri və qeyri-qanuni şəkildə sərhəddin keçilməsini və başqa problemləri aradan qaldıracaq.»<sup>1</sup>

### *İnternetin yaranma tarixi*

1990-cı illərin əvvəllərində Azərbaycanda Internet haqqında yetərli məlumat yox idi. Bu gün isə demək olar ki, XXI əsrin ilk illərinin fenomeni olan Internetin adı daimi olaraq KİV vasitələrində çökilir. Bu bir neçə səbəbdən baş verir. Birincisi, Internet bir çoxlarının həyatına daxil oldu. Bu həm inkişaf etmiş, həm də inkişaf etməkdə olan ölkələrdə həyata keçdi. İkincisi, o nəinki namizəddir, artıq KİV-də özünəməxsus yer tutub. Hər bir jurnalist müəyyən faktlardan, hadisələrdən istifadə edərək yazı hazırlayıb və bu zaman bir sıra informasiya mənbələrinə üz tutmalı olur. Bu mənbələrdən ən ümdəsi internetdir. Jurnalist üçün internet əvəzolunmaz bir qaynaqdır. Onun vasitəsi ilə həm informasiya toplamaq, həm monitorinq təşkil etmək, həm analitik yazılar hazırlanmaq, həm də jurnalist tədqiqatları aparmaq mümkündür. Rəqəmli texnologiyanın inkişafı əslində bütün informasiya məhsullarının (kitab, qəzet, kino, radio, tv və.s) vahid bir informasiya məkanında yerləşməsinə, dönyanın istənilən yerindən onun əldə edilməsinə şərait yaradıb. Professional jurnalist dərk edir ki, hətta faks vasitəsi ilə informasiya mübadiləsindənə, elektron poçt vasitəsi əlaqə daha sərfəli və daha effektivdir. Üstəlik, jurnalist öz məqaləsinin sonunda elektron ünvanını göstərməklə oxucu ilə ünsiyyətə girir. Hər bir jurnalist uzun illər boyu topladığı məlumatlar, digər informasiya mənbələrinə istinadlar gələcəkdə onun üçün əsil kitabxanaya və sorğu mərkəzinə çevrilir.

Təəssüf ki, Azərbaycan internetində jurnalisticin peşəkar ehtiyaclarını ödeyəcək resurslar azdır. Jurnalistlər əsasən ingilis və rusdilli saytlardan istifadə edirlər. Azərbaycan internetində informasiya-məlumat bazaları kimi formalaşmış [www.ilkl0.com](http://www.ilkl0.com) (ən yaxşı saytlar kataloqu), [www.resources.net.az](http://www.resources.net.az) (kataloq), [www.xeber.net](http://www.xeber.net) (gündəlik internet xəbərləri), [www.azders.com](http://www.azders.com) - Azərbaycan dilində internet dərsliyi, [www.azeriweb.com](http://www.azeriweb.com)-Azər-

---

1. Вачнадзе Г. Всемирное телевидение. Стр. 5-14, Тбилиси. 1990.

baycan interneti üzrə axtarış və kataloq sistemi, jurnalist və internet ictimai qurumlarına məxsus [www.juhiaz.org](http://www.juhiaz.org) və [www.cit.az](http://www.cit.az) (internet və informasiya texnologiyaları) resursları jurnalistlər üçün xeyli fayda verə bilər. Internetdə işləyərkən jurnalist özündən asılı olmayaraq xeyli sayıda digər istifadəçilərlə ünsiyyətə girir, necə deyərlər, internet cəmiyyətinin üzvünə çevrilir. Internet üzvlərinin şəbəkədə fəaliyyətini tənzimləyən müəyyən normalar mövcuddur. Internet qaydalar adlanan bu qaydalar Azərbaycan Internet Forumu tərəfindən ([www.aif.az](http://www.aif.az)) hazırlanmış, müzakirə və qəbul edilməsi üçün internet ictimaiyyətinə təqdim olunmuşdur. Bu gün online-jurnalistikası Azərbaycanda çox inkişaf edib və beş ildir ki, kütləvi informasiya vasitələri ondan bəhrələnir. Internet əsasən yerli KİV üçün dünya xəbərlərini əldə etmək üçün daha vacib informasiya mənbəyidir. İndi respublikada qəzetlərin bir hissəsi internetə verilir.

Internet (inter network) ən nəhəng qlobal kompyuter şəbəkəsidir. Hal-hazırda internet milyonlarla kompyuteri birləşdirir.

Internetin əsasında dayanan texnologiyalar 1969-ci ildə ABŞ-da Pentaqon, Kaliforniya universiteti və RAND (Research and Development Corporation) korporasiyasının elmi-tədqiqat mərkəzlərinin birgə sayi nəticəsində işlənib-hazırlandı. Hərbi sahədə istifadə üçün nəzərdə tutulan həmin layihə ARPANET adını aldı.

1972-ci ildə bir çox universitetlər və tədqiqat birliliklərinə sərvət daxil olmanın mümkünüyü ilə həmin Arpanet ABŞ müdafiə nazirliyi ilə əlaqədə olan 50 universitet və tədqiqat təşkilatlarını birləşdirən şəbəkəyə qədər yüksəldi. 1973-cü ildə şəbəkə İngiltərə və Norveçdə yerləşən şəbəkələri birləşdirərək beynəlxalq maştaba çatdı.

Şəbəkə yaradıcısının qarşısında dayanan əsas məqsəd – hətta nüvə müharibəsi şəraitində belə əlaqəni mümkün edə bilən yüksək etibarlı kommunikasiya sistemini hazırlamaq idi.

Gösterilən məqsədə çatmaq üçün layihə müəllifləri tərəfindən paketlərin kommutasiya texnologiyası (packet switching) adını almış xüsusi texnologiya işlənib-hazırlandı. Bu texnologiyaya əsasən aralarında məlumat mübadiləsi gedən iki kompyuter bir-biri ilə yalnız bir xətt vasitəsilə yox, çoxlu sayıda xətlə birləşmiş olur. Bu zaman ötürürlən məlumatlar isə ayrı-ayıri paketlərə bölünürlər və hər bir paket öz marşrutu ilə ötürülür.

Bu cür texnologiya məlumatın ötürülməsində tam səviyyəli etibarlılığı təmin etməyə imkan verir.

Hal-hazırda Internetin intensiv inkişafı nəzərə alınaraq İP-6 sisteminə keçid üçün hazırlıq gedir. İP-6 sistemində ünvan 18 rəqəmdən ibarət olacaq ki, bu da çoxlu sayda ünvan ehtiyatını təmin etməyə imkan verəcək. Simsiz (Wireless) və peyk (Satellite) texnologiyalarının inkişafı peyk telefoniya (Satellite phone) sistemlerinin yaradılması və onun Internet texnologiyaları ilə birləşdirilməsinə gətirib çıxararaq, demək olar ki, hər yerdə Internetə çıxış əldə etmək imkanını reallaşdırırdı.

2004-ci ildə ABŞ əhalisinin artıq 63% Internet xidmətindən istifadə edirdi. Böyük Britaniya, Almaniya, Niderland kimi Avropa ölkələrində bu faiz Amerika göstəricilərinin 2/3 hissəsi qədərdir.

2005-cü ildə hər orta Amerika istifadəçisi hər gün Internetdə orta hesabla 5 saat vaxt sərf edirdi.

Dəqiq məlum olmasa da, bu günü gün Internet istifadəçilərinin sayının 30- 50 milyon arası olduğu qiymətləndirilir. Onlar telefon xətləri, optik telli kabellər, peyk ötürmələri, yaxud da bunların hamısının vasitəsilə birləşmiş olur

İstifadə baxımından Internet client/server texnologiyası əsasında qurulub. Yəni Internetdə kompyuterlərin bir hissəsi serverlardır, yəni servis (xidmət) təklif edənlər, digər kompyuterlər isə kliyentlər-sifarişçilərdir, yəni xidmətdən istifadə edənlər.

Serverlər – adətən yüksək məhsuldarlığa malik, nəhəng telekommunikasiya şirkətləri, təşkilatlara məxsus olan və Internet xidmət təklif edən kompyuterlardır.

Sifarişçi – adətən evdə, yaxud müəssisələrdə qurulmuş kompyuterlardır. Sifarişçinin Internetə qoşulması İCP (Internet service provider) adını almış xüsusi kommersiya təşkilatları vasitəsilə həyata keçirilir.

IP ünvanları iki növ ola bilər: daimi və müvəqqəti. Daimi ünvanlar kompyuterdə mökhəmlənmiş olduğu halda, müvəqqəti ünvanlar ancaq iş seansi müddətində mövcud olur. Daimi ünvanlara serverlər malik olur. Sifarişçilər isə adətən müvəqqəti ünvanlara malik olur. Sifarişçinin (istifadəçinin) Internetə qoşulmasının ən sadə sxemi modem və telefon xətti vasitəsilə başa gəlir. Yüksək mübadilə sürətini təmin edən digər daha bahalı texnologiyalar da mövcuddur. Texnologiya seçimi zərurətdən

(ehtiyacdən) doğur. Internetdə məsafələrə heç bir məhdudiyyət yoxdur.

Internet müxtəlif istifadəçi texnologiyalarını – əlaqə protokollarını təmin edir.

İlk əvvəl əsasən FTP, Telnet, NNTP, E-mail protokollarından istifadə olunub.

FTP protokolu bir kompyuterdən digərinə faylların ötürülməsini təmin edir. Faylin serverdən sıfarişçiye ötürülməsi download, sıfarişidən serverə ötürülməsi isə upload adlanır.

Telnet protokolu ftp ilə analojidir. Əsasən verilənlər bazasından məlumatların almamasında istifadə olunur.

NNTP protokolu xəbərlər serverlarına - yəni bu və ya digər mövzu üzrə müzakirələr, forumlar təşkil etməyə imkan verən serverlərə çıxışı təmin edir.

Mail protokolu internetin ən populyar xidmətlərindən olan elektron poçtuna - yəni ənənəvi poçt xidmətinə uyğun olaraq məlumatların mübadiləsinin təmin olunması üçün nəzərdə tutulub.

Dünyanın bütün ölkələrindən olan yüz milyonlarla istifadəçiye xidmət göstərərək Internetə bugünkü populyarlığını gətirən və haqlı olaraq onun ikinci doğuluşu adlandırılın hadisə 1993-cü ildə baş verdi. Çünkü məhz həmin ildə İsvəçərə alimi Tim Berns WWW (World Wide Web) - Ümumdünya Şəbəkəsi adını alan yeni kommunikasiya formasını təklif etdi. O müxtəlif məlumatları hipermətn sənədləri yaxud Web səhifə (Web page) şəklində yerləşdirməyi təklif etdi.

Web səhifələr mətn, qrafika, multimedya informasiyası ilə yanaşı özündə *hiperötürmələri* də cəmləşdirə bilər. Həmin hiperötürmələrin vasitəsilə digər səhifələrə keçid almaq mümkün olur.

Səhifələrə daxil olma imkanı xüsusi brauzer (browser) programlarının vasitəsilə mümkün olur.

**World Wide Web** (WWW Ümumdünya Şəbəkəsi) qlobal şəkildə yayılan mətn, multimedya sənədləri və faylların, həmçinin digər şəbəkə xidmətlərinin məcmusudur. Bütün bunlar bir-biri ilə elə şəkildə bağlı olur ki, məlumatın axtarışı və əldə olunması prosesi, həmçinin istifadəçilər arasında interaktiv əlaqə çox cəld üsullarla aparılır.

Web Internetin qrafik interfeysi olmaqla formatlaşdırılmış xüsusi sənədlərdə saxlanılan məlumatın çatdırılması və işlənməsinə imkan yaradır. O üç əsas tərkib hissədən ibarətdir:

*Hypertext Markup Language (HTML), Hypertext Transfer Protocol (HTTP), Universal Resource Locator (URL)* [3, səh.17].

**Hipermətn** (Hypertext) - sənədlərin və verilənlər bazasının elə bir təşkili üsuludur ki, sənədlərin yaxud məlumatın uyğun fragmentları bir-biri ilə hiperəlaqə ilə birləşir. Bu hiper əlaqə istifadəçiyə assosiativ yolla dərhal uyğun sənədlərə və ya məlumatlara keçməyə imkan verir.

Hiper əlaqələr mətn, qrafik, audio yaxud videoformatda təqdim oluna bilər.

**Hypertext Markup Language** (HTML) özündə faylin müəyyənlaşdırılməsinin program kodlarını birləşdirir. Bunlara həm də təq deyirlər. Təqlər digər Web sənədlər üçün şrift, qrafika və hiper əlaqələri müəyyən edir.

HTML - World Wide Web Konsorsiumu tərəfindən məsləhət görülən və program terminatının bir çox tədqiqatçıları tərəfindən vahid standart kimi qəbul edilmiş formatdır. Şəbəkədə kommersiyanın inkişafı və Web-ə olan yeni tələbatlar HTML-in modifikasiyasına və yeni genişləndirilmiş HTML - Extensible Hypertext Markup Language (XHTML yaxud XML) formasının yaradılmasına götərib çıxardı.

**HTTP** (HyperText Transfer Protocol) Web səhifələrin Internet vasitəsilə ötürülməsi ilə bağlı standart toplusunu müəyyən edir.

**URL** (Universal Resource Locator) özündə Internetdə faylin yaxud resursun yerleşməsini (ünvanını) müəyyən edən standartı birləşdirir. Resurs növü istifadə olunan protokoldan asılıdır. Web-ə gəldikdə HTTP protokol, HTML-səhifəsi, qrafik fayl isə resurs ola bilər.

**Web-server** – HTML səhifələri və faylları olan tələblərə xidmət edən kompyuter programıdır. Tələblər kompyuterdə, yaxud da istifadəçinin digər mövcud Internet-terminalında olan sıfarişçi-program tərəfindən daxil olur. Belə program brauzer yaxud Web brauzer adlanır. Hal-hazırda daha geniş yayılan brauzerlərə misal olaraq Microsoft Internet Explorer, Netscape Navigator, Opera qrafik brauzerlərini, həmçinin Lynx mətn brauzerini göstərmək olar. Domen adlarını lokallaşdırın (yerliləşdirən) və IP ünvanlarına köçürən sistem Domain Name System (DNS) adını daşıyır.

Məsələn, news.az ikinci səviyyənin domenidir (second-level domain, SLD). Bunlar inzibati sahibin-şirkətin adı ilə eyniləşdirilir. İkinci səviyyə domenləri, həm də, üçüncü və digər səviyyəli domenlərə bölünə bilər. Məsələn news.az zonasında internet.news.az domeni üçüncü səviyyəli domendir. Yuxarı səviyyə domeni isə (top level domain, TLD) şəbəkənin coğrafi mənsubiyyətini ifadə edən .az domenidir (AZ - Azerbaican). Yuxarı səviyyə domenləri domenin həm coğrafi mənsubiyyətini, həm də tipini göstərir. Məsələn:

Com - kommersiya

Edu - təhsil

Gov - hökumət

Orq - qeyri kommersiya təşkilatları

Net - şəbəkə və xidmət-provayderləri

Mil - hərbi qüvvələr

Int - beynəlxalq təşkilatlar

Məsələn: [www.nokia.com](http://www.nokia.com); [www.openbook.org](http://www.openbook.org); [www.ntk.net](http://www.ntk.net).

Birinci səviyyəli təşkilat domenlərinən başqa, kompüterin yerini müəyyənlaşdırın coğrafi domenlər də var.

Birinci səviyyəli coğrafi domenlər

az - Azərbaycan

de - Almaniya

fr - Fransa

se - İsveç

ru - Rusiya

jp - Yaponiya

us - ABŞ

tw - Taywan

tr - Türkiye

ua - Ukrayna

ro - Rumanya

kz - Kazaxıstan

tk - Takilao

ge - Gürcüstan

uk - Böyük Britaniya və sair.

Məsələn: [www.president.az](http://www.president.az); [www.iworld.ru](http://www.iworld.ru)

Gələcəyin kompyüteri İlk baxışdan bu qurğu hansısa Hollivud kinofantastikasındaki kompyüteri xatırladır. Lakin bunu hansısa

kino texniki yaratmayıb: Bu yaponianın NEC kompaniyasının istehsalıdır. Hələlik bu istehsalı planlaşdırılmayan konseptual layihədir. P-ISM adlandırılmış qurğunun xarici aldadıcı görünüşünü adı diyircəkli qələmlə səhv salmaq olar. Həqiqətdə isə qeyri adı paketdə bütövlükle tam bir personal kompüter gizlənib. P-ISM hamını bir yerə cəmləyir: keyboard və display, skaner, mobil telefon və kredit kartı.

Bir neçə P-ISM qurğusu naqilsiz birləşərək kompyüteri təşkil edirlər. Qurğuların birində qoşulmuş mikroproektor displayi, digəri isə virtual keyboardı eks etdirir.

Şəbəkədə ən çox ehtiyac duyulan domenlər com zonasında olan ikinci səviyyəli domenlərdür. URL-da göstərilən ünvanda, bir qayda olaraq Web sayt yerləşdirilir. Web sayt bir-biri ilə six şəkildə bağlı olan WWW fayllarının toplusudur. Bu da «home page» adlanan start faylı (*start* səhifəni) açır. Əslində isə home page ünvanı xüsusi index.html faylini işə salır ki, bunu da ünvan sətirində yerləşdirmək vacib deyil. Bir qayda olaraq, saytin ünvanı kimi həmin home page-ana səhifənin ünvanı istifadə olunur. Ana səhifənin köməyi ilə saytin bütün digər səhifələrinə çıxış əldə etmək olar. İstifadəçinin brauzerində istənilən saytin ana səhifəsini Internetə giriş zamanı ana səhifə kimi kökləmək olar. Web saytlar növündən və klassifikasiya üsulundan asılı olaraq 10-larla kateqoriya və 100-lərlə alt kateqoriyalara bölünür. İstifadəçilər tərəfindən daha çox baş çəkilən saytlar - axtarış maşınları, kataloqlar və Web mağazalarıdır.

Daha nəhəng saytlar üçün indi özlərinin tip klassifikasiyasına görə vahid portal kateqoriyasında birləşmək xarakterikdir. Portal o Web saytlara deyilir ki, internet-istifadəçinin WWW-yə daxil olması zamanı start səhifə kimi meydana çıxır. Portallar iki nəhəng alt kateqoriyalara bölünür: Ümumi təyinatlı portallar və ixtisaslaşmış tematikal portallar.

Dünyanın ən nəhəng ümumi təyinatlı portallarına – AOL, Yahoo!, MSN, Lycos, Excite aiddir. Bu saytların aylıq auditoriyası on milyonlarla ölçülür. Rusiyada belə portallara misal olaraq Rambler, Yandex, KM.RU, Aport.ru, List.ru saytlarını göstərmək olar. Bunlar da öz növbəsində hər ay yüz minlərlə istifadəçiye xidmət edir.

*Sifarişçi* (informasiyanı qəbul edən kompüter) ilə *server* (məlumatın mənbəyi olan kompüter) arasında əlaqənin təşkili

tüçün bir neçə standart mövcuddur. World Wide Web məkanı HTTP (Hypertext Transfer Protocol) hipermətninin ötürülməsi protokoluna əslansa da, FTP (File Transfer Protocol) faylların ötürülməsi protokolu, elektron poçtu və digər vasitələrdən istifadə etməyə imkan yaratır.

İstənilən halda, Internetə qoşulmuş kompyuter iki unikal ünvana malikdir. Birincisi IP ünvanıdır ki, dörd rəqəm qrupundan ibarətdir (məsələn, 123.45.678.9). Belə ünvan program hazırlanmasında istifadə olunur və istifadəçiye heç bir məlumat vermir. Ünvanın ikinci variantı özündə müəyyən məna yükü daşıyır. Məsələn, www.525.ci.az ünvanı. Bu istifadəçiye onu deyir ki, Internet aləmində «525-ci qəzeti» belə bir saytı mövcuddur və bu sayt azəri serverlərinin domenində yerləşdirilib.

Internet texnologiyalarının inkişafı yeni kommunikasiya vasitələrinin – daha dəqiq desək internet vasitəsilə on-layn əlaqəsinin açılmasına şərait yaratdı. Bu cür sistemlər Chat adını aldı. Chat sistemi vasitəsilə real vaxt rejimində mətn rejimi səhbət apara bilər. Hal-hazırda bu sistem böyük populyarlıq qazanıb.

Bundan əlavə, indi videotelefon rejimində dialoq aparmaq imkanları da mövcuddur.<sup>1</sup>

Kommunikasiyanın ən sərfəli və rahat forması kimi böyük populyarlıq qazanan yüz minlərlə Chat sistemləri mövcuddur. Internetdə istifadə olunan qabaqcıl kommunikasiya texnologiyalarından biri də Instant Messenger-dir. Bu texnoloji sistem özündə həm Chat, həm də istifadəçinin şəbəkə daxilində olub-olmadığını müəyyənləşdirməyə imkan verən peydjer funksiyalarını birləşdirir.

Hal-hazırda, demək olar ki, bütün istifadəçilər qeydiyyatdan keçərək Instant Messenger xidmətlərinin birindən istifadə edir (ICQ, ODIGO, MS Messenger, Yahoo Messenger)

Internet serverlərində yerləşən nəhəng informasiya ehtiyatları axtarış sistemlərinin (Search Engine) yaradılması zərurətini meydana gətirdi. Bu cür sistemlər informasiya axtarışını axtarılan materialın mahiyyətini ifadə edən əsas sözlər və yaxud tematik kataloqlar vasitəsilə həyata keçirir. Onlarla müxtəlif axta-

---

<sup>1</sup> Babayev Z. Internetdəki elektron qəzetləri üstünlükleri və nöqsanları. «Bakı Universitetinin Xəbərləri», №2.2003. Səh.251

riş sistemləri mövcuddur. Məsələn, [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com), [www.google.com](http://www.google.com), [www.altavista.com](http://www.altavista.com) və s.

İnformasiya axtarış sistemləri ilə yanaşı, həm də insan axtarışı (people search) sistemləri də mövcuddur. Bu sistem isə istifadəçi haqqında e-mail yaxud Instant Messenger ünvani vasitəsilə məlumatlar əldə etməyə imkan verir.

Internet texnologiyalarla mobil telefonianın (cellular phone) birləşməsi nəticəsində tamamilə yeni kommunikasiya imkanları açıldı.

Bu gün xüsusi WAP protokolu (Wireless application protocol) əsasında bilavasitə mobil telefondan internet saytların baxılması, elektron poçtun yoxlanılması, məlumat mübadiləsi mümkün olub.

Internetin nəhəng binası böyüməkdə davam edir və istifadəçilər üçün hər gün yeni imkanlar açılır.

Çoxdan bəri müxtəlif peşə sahibləri Interneti mənimseməklə məşğuldur. Əsasən də biznes sahəsində çalışanlar internetin təklif etdiyi müxtəlif yeniliklərdən istifadə edir. Məsələn, e-commerce layihəsi müxtəlif növ məhsul satışı ilə məşğul olan Internet mağazaları özündə birləşdirməklə istənilən mali seçərək qiymətini ödəyib alış etməyə imkan verir. İndi internetdə on minlərlə Internet-mağazalar fəaliyyət göstərir.

Tədris sahəsində də Internet geniş tətbiq olunur (Distant learning). Bu cür saytlar, bir qayda olaraq, tədris materialları (mühazırələr, məqalələr), praktiki tapşırıqlar, testlər etmək, müəllimlə tələbə arasında əks əlaqə yaranan saytlardır.

Internet jurnalistikada da çox geniş tətbiq olunur. Hal-hazırda yeni kütłəvi informasiya vasitəsi yaranıb – INTERNET KİV, şəbəkədə çıxan qəzet və jurnallar.

Internet vasitəsilə dinlənilməsi mümkün olan bir çox radiostansiyalar mövcuddur.

Internet KİV özünün əsas üstünlüyü – dünyanın istənilən nöqtəsində əlçatımlılığına görə artan populyarlığa malikdir. Internet jurnalistikasının yaranması yeni jurnalistika janrinin – şəbəkə jurnalistikasının meydana gəlməsinə səbəb oldu.

Digər janrlar kimi şəbəkə jurnalistikası özünün xarakterik xüsussiyyətləri, üslubu və ifadə vasitələrinə malikdir.

Bu gün bütün jurnalıtlar, xüsusən də şəbəkə daxilində fəaliyyət göstərənlər Internetdə bütün iş texnologiyalarını dərindən bilməlidir. Şəbəkə jurnalıtları, həmçinin Web dizayn qabiliyy-

yətinə, yəni Web saytların hazırlanması və tərtibi qabiliyyətinə malik olmalıdırlar.

TCP/İP sisteminin üstünlüklerindən biri onun mərkəzləşdirilməmiş sistemə malik olmasıdır. Nə dövlət, nə də inhisarların onu idarə etmək qabiliyyəti yoxdur. Internetə qoşulmaq üçün də, həmçinin rəsmi icazə tələb olunmur.

Bələliklə, Internetin budaqları bütün dünya boyu demokratik şəkildə şaxələnərək hər il daha çox istifadəçi cəlb edir.

Hər gün milyonlarla insan müxtəlif məqsədlər üçün Internetdən istifadə edir. Bunlardan ən geniş yayılanı *elektron poçtudur*. Bu xaricdə yaşayan tanışlarla ən rahat əlaqə saxlamaq vasitəsidir. Həmçinin, böhran zamanı fəaliyyətini dayandırmaq tam mümkün olmadığına görə məhz Internet daimi xəbərlər və informasiya mənbəyinə çevrildi.<sup>1</sup>

Bir də, əlbəttə ki, Internetin kommersiya imkanlarını qeyd etmək vacibdir. Cünki bu imkanlar çox genişdir. Məsələn, Internet aşağıdakı imkanları təqdim edir: Tutarlım, daşınmaz əm-lak agenti Bakı şəhərində mənzilin satışı barədə şəbəkədə reklam yerləşdirir. Bu reklama rast gələn istifadəçilər mənzilin yalnız sözlə yox, müxtəlif fotosəkilli təsvirinə tamaşa etmək imkanına malik olacaq. Internetə çıxış imkanı kifayət qədər baha olsa da, serverlərin sayının sürətlə artması onu göstərir ki, bir çox insanlar üçün Internetin üstünlükleri bu elektron xidmətlərinin qiymətini üstələyir.

#### *Radio*

Səsin rəqəmli üsulla yazılısı səslənmənin yüksək keyfiyyətinə nail olmağa imkan yaratdı. Yeni yazı və oxunma vasitələri yaradıldı. Məsələn, lazer diskləri.

Yeni texniki vasitələr yüksək davamlı keyfiyyətli əlaqəni, gizli diniñəilmənin qarşısını almağa imkan verir. Müəyyən radio verilişini dünya okeanının dərinliklərindən, dərin buz qatının altında da aparmaq indi mümkün olub. Lazer şüası və yüksək uzunluqlu radiodalğaların istifadə olunması ilə əlaqə yaratmaq imkanı da artıq mümkündür.

Ayri-ayrı obyektlər, məsələn yüksək dağlıq ərazilərdə yerləşdirilən meteostansiyalar, gəmilər və s. faksimil əlaqə

1. Osman Gündüz. Internet – Azərbaycan resursları., B. 2005

avadanlığına malikdir ki, radio vasitəsilə qəzet nəşrlərini əldə edə bilir. İndi faksimil qəzetlərin buraxılışı üzrə ixtisaslaşan redaksiyalar yaradılmışdır.

### *Televiziya*

Kütləvi kommunikasiya texnologiyalarında müasir inqilab televiziya qarşısında xüsusilə geniş imkanlar açır. Kompyuterləşmə televiziya üçün multimedia, kompyuter animasiyası, stereoteleviziya kimi əvvəllər mümkün olmayan imkanlar yaratdı.

Yeni texnologiyaların verdiyi imkanlar bununla bitmir. Məsələn, indi köhnə kinolentlərin bərpası və onların palitrasının rəng ilə zənginləşdirilməsi işləri aparılır. Televiziya proqramlarının videosurasında da bəzi dəyişikliklər edilib. İndi canlı efirə yayılan verilişlərin sayı çoxalıb ki, bu da teletamaşaçları baş verən hadisələrin ancaq şahidinə yox, elə cədə bilavasitə iştirakçısına çevirir.

Kütləvi kommunikasiyaların inkişafında videomaqnitofonlardan istifadənin böyük rolu oldu. Təsvirin rəqəmli yazısı, video-disklər, təsvirin və səsin lazerli oxunuşu istehsalat və məişətdə geniş istifadə olunmağa başladı.

Məişət videomaqnitofonları və videoplayerlərin ümumi oxşarlığına baxmayaraq son texniki nailiyyətlər keyfiyyət və əlverişlilik səviyyəsinə görə fərqlənir. Beləcə yeni modelin əsas üstünlüyü videotəsvirdə qüsür və nasazlıqları tam şəkildə aradan götürməyə imkan yaranan ən yeni və kifayət qədər uğurlu rəqəmli sistemdir ki, bunun nəticəsində ekranda mükəmməl təsvirə nail olmaq mümkündür. Bu cür texnologiya, hətta, köhnə lentlərin keyfiyyətini bərpa etməyə imkan yaradır. Yeni modelli videomaqnitofonlara quraşdırılmış rəqəmli sistem təsvirdə rənglərin qeyri-bərabər paylanması, «qar effekti» adlanan ekranda qara-ağ ləkələrin olması və s. kimi nasazlıqları avtomatik şəkildə aradan götürür.

Kabel televiziyası təsviri daha keyfiyyətli etdi, peyk yayımı uzaq məsafəni qısaltdı. Son vaxtlar teleyayımın kabel televiziyası forması dünya ölkələrində daha geniş hal alıb. Məsələn, ABŞ ailələrinin təqribən yarısı kabel televiziyalarına abunə yazılıb. ABŞ və Avropanın inkişaf etmiş ölkələrində artıq həm kabel, həm də efir televiziyasına rəqəmli sistem tətbiq edilir.

Yeni texnologiyaların tətbiqi interaktiv televiziya layihəsinin həyata keçirilməsinə imkan verdi. İnteraktiv televiziyanın fəaliyyəti belədir:



Müəyyən kanalın abonenti kompyuterin köməyi ilə telemər-kəzlə əlaqə yaradır və müəyyən vaxt üçün özünə bu və ya digər verilişi sifariş edir. Bu, məsələn müəyyən bir kinofilm, xəbərlər buraxılışı, yaxud da şou-program ola bilər. Tamaşaçının tələbinə uyğun olaraq teleqəbuledici və ya kompyuter sifariş olunan verilişi, hətta tamaşaçı istəyinə uyğun tərtib olunmuş tam programı nümayiş etdirəcək. İnteraktiv televiziya tamaşaçıya yalnız verilişi izləmək yox, həm də onun gedisatına bilavasitə təsir etmək imkanını verir. Tamaşaçı kompyuterin və ya adı telefonun köməyi ilə studiya ilə əlaqə yaradaraq öz istəyinə uyğun verilişin ayrı-ayrı epizodlarını, ya da elə bütöv süjetini dəyişdirə bilər. Bir sözlə, tamaşaçı informasiya məhsulunun hazırlanmasına bilavasitə müdaxilə edir.<sup>1</sup>

Təbii ki, belə yayımın mənfi sosial cəhətləri də üzə çıxa bilər. Çünkü bu üsulla tamaşaçı zövqü, həyat tərzi, adətləri üzərində kontrol baş verir.

<sup>1</sup> Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет – журналистика. М.2005 г.

### *Rəqəmli TV*

1997-ci ildə ABŞ-in Federal Rabitə Komissiyası tədricən rəqəmli televiziya standartlarına keçid barədə qərar qəbul etdi. Rəqəmli televiziya eyni yayım gücü ilə televiziya ekranlarında təsvirin keyfiyyətini xeyli dərəcədə yüksəltməyə, kanalların sayını artırmağa imkan verir.

Lakin hal-hazırda rəqəmli texnologiyaların kütləvi kommunikasiya vasitələrində tətbiqinin səmərəliliyi heç kimdə şübhə yaratmırsa, hansının – televizor yaxud kompyuterin daha yaxşı olması barədə mübahisələr davam edir. Belə ki, müasir multimediyalı kompyuter radio və televiziya verilişlərini qəbul etməyə, lent yazılarını oxumağa imkan verir. Eyni zamanda, kompyuterdə səsin və təsvirin keyfiyyəti də televizordakından çox yüksəkdir. Lakin televizorların qiyməti orta səviyyəli kompyuterlərin qiymətindən çox ucuzdur, ona görə də kütləvi alıcı televizora üstünlük verir. Üstəlik indi televizorlara müəyyən əlavələrin quraşdırılması ona bir sıra kompyuter funksiyalarını yerinə yetirməyə imkan verir.

Kompyuter industriyasının inkişafı gələcəkdə keyfiyyətin yüksəldilməsi ilə kompyuterlərin topdan və pərakəndə satış qiymətinin kəskin şəkildə aşağı salınmasını nəzərdə tutur.

Televiziyyaya gəldikdə isə onun kompyuter şəbəkələri ilə six şəkildə birləşməsi müşahidə olunur. Satışa məişət televizorları üçün nəzərdə tutulmuş əlavələr buraxılıb ki, istifadəçiye Internet sistemi ilə yararlanmağa imkan verir. Mütəxəssislərin hesablamalarına görə, Internetə çıxışı təmin edən televizorların sayı 2007-ci ildə 60 mln. təşkil edəcək.

Bütün bunlardan belə nəticəyə gəlmək olar ki, yaxın gələcəkdə biz özündə həm televizorun, həm də kompyuterin xüsusiyyətlərini birləşdirəcək yeni məişət qurğusundan istifadə edəcəyik.

Son texniki yeniliklər bütün mövcud elektron mənbələrini – radio, televiziya, kompyuter şəbəkələrini vahid mərkəzdə birləşdirmək imkanını verir.

Bu gün ənənəvi kommunikasiya vasitələrinə baxış da bir qədər dəyişib. Məsələn, poçt xidməti. Bizim dövrümüzdə o artıq yalnız şəxsi və rəsmi məlumatların ötürülməsi üçün istifadə olunmur. Pulsuz elan vərəqələrinin, qəzet və jurnalların meydana gəlməsi

bu nəşrlərin sahiblərinin poçt xidmətindən istifadə etməyə məcbur edir.

Coxdan bizi məlum olan əlaqə vasitəsi olan telefon daha yeni görkəm alıb. Optik işıq ötürücü abonentlərin sayını kəskin şəkildə artırmağa imkan yaradır. Əgər siz kompyuter və modemə maliksinizsə, yeni tipli kompyuter şəbəkələrinin abonentinə çevrilirsiz. Telefon vasitəsilə soraq xidməti də çox böyük əhəmiyyət kəsb edir. İndi belə xidmətin vasitəsilə yalnız dəqiq vaxtlə ünvanı müəyyənləşdirmək yox, həm də iş tapmaq, reklam və elanlar yerləşdirmək mümkün olub.

Son dövrlər mobil rabitə sahəsində qazanılan uğurlar cəmiyyət həyatında aydın şəkildə özünü biruze verir. Əgər 10-15 il əvvəl mobil telefon möcüze kimi görünürdüsə, indi hər orta səviyyəli gəliri olan ailə özünə mobil telefon almaq imkanına malikdir. Bu da ki, mobil telefonların kütləvi istehsalı ilə satış qiymətinin kəskin şəkildə aşağı düşməsi nəticəsində baş verib. Bir-biri ilə kəskin rəqabət aparan şirkətlər ildən-ilə daha keyfiyyətli və yeni funksiyalarla təchiz olunmuş məhsul istehsal edir. Bütün bunlar kütləvi kommunikasiyanı əsanlaşdırır. Lakin mobil telefonların, həm də jurnalistin yaxın yoldaşına çevrilmək qabiliyyəti də var. Belə ki, müasir texnologiyalar balaca bir telefonda həm dikfons, həm fotoapparat, həm də videokamera funksiyalarını tətbiq etməyə imkan verir. Bu da, öz növbəsində, kütləvi informasiya vasitələrinin fəaliyyətində çox yardımçı olur.

Belə nailiyyətlər, əvvəl qeyd olunduğu kimi, rəqəmli sistemlərin tətbiqi ilə bilavasitə bağlıdır. Bu da kompyuter industriyasının inkişafında özünü göstərir.

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

Bütün bu texniki nailiyyətlər cəmiyyətin bütün üzvlərinin daha yaxşı məlumatlandırılmasını təmin etdi. Kütləvi kommunikasiya inkişaf edirdi. Dünyanın bir nöqtəsində baş vermiş hadisəni milyonlarla insan canlı yayımıla seyr etmək imkanı qazandı. Telekörpü vasitəsilə müxtəlif milliyyətlərdən olan insanlar öz ölkəsində oturub digər – uzaq ölkələrin vətəndaşları ilə ünsiyyətə gedilərlər. Kütləvi İformasiya Vasitələrinin operativliyi getdikcə artırdı. Televiziya kimi nəhəng informasiya vasitəsinə informasiya aləmində analoq təsəvvür etmək mümkün deyildi. Lakin zaman

və yeni elmi-texniki nailiyyətlər sübut etdi ki, qlobal informasiya və kommunikasiya sahəsində hələ nöqtə qoyulmayıb. Daha dəqiq desək, kompyuter texnologiyalarının inkişafı və Ümumdünya Internet şəbəkəsinin yaradılması yeni nəhəng informasiya vasitəsinin meydana gəlməsini şərtləndirdi.

İndi cəmiyyət həyatının elə bir sahəsi yoxdur ki, orada kompyuter texnologiyalarından istifadə olunmasın. Xüsusən son 20-25 ildə bu sahədə böyük nailiyyətlər əldə olunub və kompyuterin istehsalatda tətbiqi genişlənib. Müasir kompyuterlər yalnız elektron-hesablama funksiyasını daşıdır. İndi kompyuterlər informasiya istehsalının universal maşınınə çevrilib. Çünkü daha mürəkkəb funksiyaları həyata keçirir. İndi kompyuter mətn və qrafikadan əlavə, səs, animasiya və video ilə mürəkkəb əməliyyatlar aparır. Kompyuter kinematoqrafiya, şoubiznes sahələrində də çox geniş şəkildə tətbiq olunur. Musiqi ilə bağlı son proqramlar insan səsinə müxtəlif çalar verə bilər. Kompyuter animasiyası televiziya animasiyasından keyfiyyət baxımından daha irəlidədir. Bütün bunlar kompyuterə televiziya kimi nəhəng texniki və informasiya vasitəsi ilə rəqabət aparmağa imkan verir.

Kompyuter texnologiyalarının müasir vəziyyəti kompyuterlərin yeni keyfiyyətli texniki parametrləri, yəni sürətli iş, xarici və operativ yaddaşın höcminin genişlənməsi, informasiya saxlanmasının yeni texnologiyaları, yəni optik və maqnit-optik disklər, informasiyanın daxil edilməsi (skaner) və əks etdirilməsinin yeni texnologiyaları (lazer və şırnaqlı texnologiyalar), multimedia informasiyası adlanan qrafika, səs, foto, video kimi müxtəlif növ informasiya materialının təqdim olunması və hazırlanması, yeni kommunikasiya imkanları - simsiz texnologiyalar, peyk əlaqəsi, kompyuter şəbəkələri və ilk növbədə Fantastik qlobal informasiya platforması olan Internetin fəaliyyət göstərməsi ilə xarakterizə olunur.

Uzun müddətdir ki, jurnalistika sahəsində kompyuter texnologiyalarından geniş istifadə olunur. Kompyuter qəzet istehsalını xeyli dərəcədə yüngülləşdirib. İndi materiallar lazer diskinə yazıılır, qəzeti makenə kompyuterdəcə hazırlanır, vyorstka əməliyyatı da elə burada həyata keçirilir.

Lakin Internetin meydana gəlməsi Kütłəvi İformasiya Vasitələri aləmində, doğrudan da, inqilab yaratdı. Şəbəkə, yaxud

da Internet jurnalistikasının meydana gəlmesi «kağızsız texnologiyalar» («paperless») ümumi tendensiyasının real əksi oldu.

Jurnalistika və Internet anlamını iki səpkidən nəzərdən keçirmək olar: Internet nəhəng məlumat bazası kimi jurnalistlərin fəaliyyətində yardımçı vasitə və Internet bilavasitə kütłəvi 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 gecə ərzində dünyada nə kimi hadisələrin baş verdiyini öyrənmək üçün bu çox cəld və rahat üsuldur. Jurnalistlər məqalə yazarkən, yaxud veriliş hazırlayarkən çox vaxt internetdən əldə etdikləri məlumatlardan istifadə edirlər. Bu vaxt mütləq mənbəyə istinad etmək lazımdır müəllif hüquqları pozulmasın.

O ki qaldı Internetin 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 Internet saytlar hər saatdan bir oxucularına operativ informasiya təqdim etmək iqtidarındadır. Çünkü onun strukturu, fəaliyyət mexanizmi və texniki imkanları buna imkan verir. Internet sübut etdi ki, operativlik baxımından qəzet, radio və televiziyanı arxada qoyub.

Internetin bir informasiya vasitəsi kimi, digər KİV-lə 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 vaxt lazımdır.

Azərbaycana gəlinçə isə, Internetin sürətli inkişafını qeyd etmək olar. Hər gün yeni-yeni saytlar fəaliyyətə başlayır ki, bunnar arasında analoji KİV-in nümayəndəlik saytları və başqa informativ saytlar çoxdur. Bəs Azərbaycan KİV-nin hansı saytları var və onlar necə fəaliyyət göstərir?

Ümumiyyətlə, «şəbəkə jurnalistikası» termini özündə nəyi ehtiva edir və onun xüsusiyyətləri nədir? Internet şəbəkəsi necə meydana gəlib və hansı imkanlara malikdir?

Internetin timsalında yeni texnologiyaların jurnalistikaya nə kimi təsiri var?

## *FƏSİL 1*

### **Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə milli strategiyası və internet jurnalistikası**

2003 - 2012-ci illər üçün bu səhədə strategiya qəbul edilib. Texnika, elm, texnologiya çox sürətlə inkişaf edir. Ona görə gərək biz də Azərbaycanda çalışaq ki, bu inkişafda öz yerimizi tapaq, sürəti yavaş-yavaş artırıq və qabaqda gedənlərin səviyyəsində olaq. Hazırda informasiya cəmiyyətinə istiqamətlənmiş yolun bəşəriyyətin gələcəyinə gedən yol olduğu artıq heç kimdə şübhə doğurmur. İnfomasiya cəmiyyətinin əsas xüsusiyyətləri sırasına aşağıdakılari aid etmək olar:

- global infomasiya mühitinin yaradılması;
- infomasiya və kommunikasiya texnologiyalarından kütləvi istifadə edilməsi, sosial və iqtisadi fəaliyyətin yeni formalarının yaranması;
- infomasiyanın əmtəəyə çevrilməsi, infomasiya və bilik bazarının yaradılması və inkişafi;
- təhsil sisteminin təkmilləşməsi, beynəlxalq, milli və regional səviyyədə infomasiya 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.

İnfomasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinin səviyyəsi hər bir ölkənin intellektual və elmi potensialının, dövlət idarəciliyində şəffaflığın və demokratianın inkişafının əsas göstəricilərindəndir. Dünya bazارında elektron ticarətin rolunun artdığı müşahidə olunur və ümumiyyətlə, gələcəkdə ölkələrin rəqabət aparmaq qabiliyyəti onların infomasiya və kommunikasiya texnologiyalarından səmərəli istifadəsindən asılı olacaqdır.

Dünya təcrübəsi göstərir ki, infomasiya və kommunikasiya texnologiyalarından geniş istifadə olunması ölkənin hərtərəfli

inkışafına xidmət edir və məhz bu texnologiyalar əhalinin sosial-iqtisadi vəziyyətində mövcud olan problemlərin həll olunması və yoxsulluğun azaldılması üçün tutarlı vasitələrdəndir.

Son illərdə Azərbaycanda informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə sahəsində müəyyən addımlar atılmış, bir sıra sahələrdə bu texnologiyaların tətbiqində ciddi uğurlar qazanılmış və ümumiyyətlə, bu istiqamət dövlət siyasetinin prioritətlərində birinə çevrilmişdir.

Azərbaycanın informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinə istək və marağı, həmçinin bu istəyin reallığa çevrilmə imkanlarını aşağıdakılardan əyani nümayiş etdirir:

Azərbaycan hökuməti informasiya cəmiyyətinin formalasdırılması prosesini sürətləndirməyə qərarlıdır, digər tərəfdən, BMTİP və başqa beynəlxalq təşkilatlar bu sahədə ölkəyə texniki və maliyyə dəstəyi göstərməyə hazırlırlar;

informasiya cəmiyyətinin hüquqi-normativ bazasının yaradılması sahəsində Azərbaycan dövlətinin artıq müəyyən müsbət təcrübəsi vardır;

➤ respublikanın ali və orta ixtisas məktəblərinə tələbə qəbulu prosesində yeni texnologiyalar geniş şəkildə tətbiq edilmiş, on-line rejimində biliyin yoxlanılması həyata keçirilmiş, bu sahədə informasiya resursları formalasdırılmışdır. Əhaliyə Internet vasitəsilə geniş informasiya xidmətləri göstərilir;

➤ respublikada məhkəmə hakimlərinin və bir sıra dövlət qulluqçularının seçilməsi prosesində informasiya və kommunikasiya texnologiyaları müvəffəqiyyətlə tətbiq edilmişdir;

➤ Azərbaycanın bir çox elm və təhsil müəssisələrini birləşdirən telekommunikasiya şəbəkəsi yaradılmışdır;

➤ informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə sertifikatlı mütəxəssislərin hazırlanması üçün regional Akademianın yaradılması layihəsi həyata keçirilmişdir;

➤ «Azərbaycanın milli pasport sistemi» layihəsində müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyaları geniş tətbiq edilmişdir;

➤ Azərbaycanın bank sistemində real vaxt rejimində banklararası milli elektron ödəniş sistemi və kiçik ödənişlər üçün avtomatlaşdırılmış klirinq sistemi layihələri həyata keçirilmişdir;

➤ respublikada beynəlxalq təşkilatların dəstəyi ilə informasiya sahəsində maarifləndirmə yönümlü bir sıra regional mərkəzlər yaradılmışdır;

➤ TransAsiya – Avropa layihəsi çərçivəsində respublikada optik rabitə xətləri şəbəkəsi qurulmuş, bunun sayəsində mövcud rabitə kanalları əsasən rəqəmli rejimə keçirilmişdir;

➤ bir sıra dövlət və özəl qurumlarda informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində əhəmiyyətli layihələr həyata keçirilmişdir və s.

## 2. Cari vəziyyəti xarakterizə edən əsas amillər

Ölkənin bütövlükdə elektron hazırlığının, o cümlədən mövcud telekommunikasiya infrastrukturunun, texniki və program vasitələrinin, informasiya resursları və xidmətlərinin, hüquqi-normativ bazarın təhlili göstərir ki, ölkədə informasiya cəmiyyətinin formalasdırılması prosesini daha da sürətləndirmək üçün ilkin şərtlər və bir sıra obyektiv çətinliklər mövcuddur.

### Cari vəziyyəti müsbət xarakterizə edən amillər:

- ❖ əhalinin savadlılıq və təhsil səviyyəsinin yüksək olması;
- ❖ İnternet şəbəkəsindən ölkə miqyasında istifadə edilməsi üçün münasib imkanların olması;
- ❖ milli özəl telekommunikasiya operatorlarının mövcudluğu və onların inkişafda olması;
- ❖ milli layihələrdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi sahəsində geniş təcrübənin olması;
- ❖ ölkədə iqtisadi fəaliyyət və investisiyaların qoyuluşu üçün əlverişli şəraitin mövcudluğu və bunun beynəlxalq təşkilatlar, o cümlədən İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı tərəfindən tanınması və xarici investorların informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi sahəsinə marağının olması;
- ❖ Azərbaycanın əlverişli coğrafi mövqeyi və ölkə ərazisindən beynəlxalq nəqliyyat magistrallarının və rabitə kanallarının keçməsi;
- ❖ iqtisadiyyatın sabit inkişafi və ölkənin zəngin enerji resurslarına malik olması;
- ❖ «2000-ci il problemi»nin həlli üzrə keçirilmiş tədbirlər nəticəsində kompüter parkının və program vasitələrinin yetərinçə yeniləşməsi və müasirləşdirilməsi;

❖ respublika ərazisini praktiki olaraq bütünlükə əhatə edən mobil telefon şəbəkəsinin formallaşması və onun daim inkişaf etdirilməsi;

❖ respublikada naqilli telefon şəbəkəsinin müasirləşdirilməsi və genişləndirilməsi, o cümlədən, rabitə kanallarının rəqəmli rejimə keçirilməsi və s.

Cari vəziyyəti mənfi xarakterizə edən amillər:

❖ ölkədə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə ilə bağlı aparılan işlərin istiqamətlərini və onların prioritətlərini təyin edən, görülən işlərin əlaqələndirilməsini təmin edən məqsədyönlü dövlət siyasetinin hələlik tam müəyyən edilməməsi;

❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə ilə əlaqədar yaranan münasibətləri tənzimləyən hüquqi-normativ bazanın tam işlənilməməsi;

❖ bir tərəfdən ölkənin keçid iqtisadiyyatı dövrü yaşaması, digər tərəfdən isə Ermənistan Respublikası tərəfindən Azərbaycan Respublikası ərazisinin 20%-nin işgal olunması nəticəsində bir milyondan çox qəcqin və məcburi köçkünün mövcud olması ilə əlaqədar, informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinə hökumətin yetərinçə maliyyə vəsaitləri ayırmaq imkanlarının olmaması;

❖ ölkənin keçid iqtisadiyyatı dövrü yaşaması ilə əlaqədar olaraq inkişaf etmiş ölkələrə «beyin axınının» mövcudluğu;

❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının imkanları və üstünlükleri barədə geniş əhali kütlələrinin az məlumatlı olması;

❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində yüksək səviyyeli mütəxəssislərin çatışmazlığı;

❖ ölkə miqyasında kompüterləşdirmənin səviyyəsinin aşağı olması;

❖ təhsilin bütün səviyyələrində informasiya və kommunikasiya texnologiyaları ilə əlaqədar olan fənlərin tədrisinin müasir dövrün tələblərinə cavab verməməsi;

❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişaf səviyyəsinə görə şəhər və rayonlar arasında kəskin fərqli olması;

❖ Azərbaycan dilinin informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində geniş istifadə olunmasında ciddi problemlərin olması;

❖ İKT sahəsində Azərbaycan dilində ədəbiyyatın azlığı;

- ❖ ümummilli informasiya resurslarının formallaşması prosesinin həddən artıq ləng getməsi;
- ❖ respublikanın informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində bir çox beynəlxalq integrasiya yönümlü layihələrdə fəal iştirak etməməsi;
- ❖ respublikada qüvvədə olan telekommunikasiya tariflərinin informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinə mənəvələr yaratması;
- ❖ telekommunikasiya sahəsində innovasiyaların tətbiqini ləngidən və azad rəqabətə mane olan dövlət inhisarının mövcudluğunu.

Azərbaycanda informasiya cəmiyyətinin formallaşdırılması istiqamətində dövlət tərəfindən atılan addımları yuxarıda göstərilən mövcud reallıqlar şərtləndirir.

### 3. Azərbaycan Respublikasının Milli Strategiyanın əsas məqsəd və vəzifələri

Milli Strategiya informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə və onun genişləndirilməsi sahəsində dövlətin siyasetini əks etdirir, əsas məqsəd və vəzifələri, prioritetləri və fəaliyyətin əsas istiqamətlərini müəyyən edir. Strategiya cəmiyyətin tələblərini, qabaqcıl dünya təcrübəsinə nəzərə alır və ölkənin inkişafına, demokratik cəmiyyət quruculuğuna, Azərbaycanın beynəlxalq aləmə integrasiya olunmasına xidmət edir.

Azərbaycanın Milli Strategiyanın əsas məqsədi informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından geniş istifadə etməklə ölkənin demokratik inkişafına kömək etmək və informasiya cəmiyyətinə keçidi təmin etməkdir.

#### *Milli Strategiyanın əsas vəzifələrinə aşağıdakılardır:*

- ❖ informasiya cəmiyyətinin hüquqi əsaslarının yaradılması və inkişaf etdirilməsi;
- ❖ cəmiyyətdə insan amilinin inkişaf etdirilməsi, vətəndaşların keyfiyyətli təhsil, tibbi xidmət və sosial təminatlar alması üçün əlverişli şəraitin yaradılması;
- ❖ vətəndaşların və sosial institutların məlumat almaq, onu yaymaq və istifadə etmək kimi hüquqlarının təmin edilməsi üçün müvafiq mühitin yaradılması;
- ❖ effektiv, şəffaf və nəzarət oluna bilən dövlət idarəetməsi və yerli özünü idarəetmənin həyata keçirilməsi, elektron hökumətin

yaradılması, elektron ticarətin formalasdırılması və inkişaf etdirilməsi;

❖ ölkənin iqtisadi, sosial və intellektual potensialının möhkəmləndirilməsi, informasiya və biliklərə əsaslanan, rəqabətə davamlı iqtisadiyyatın qurulması, informasiya və bilik bazarının yaradılması və inkişaf etdirilməsi;

❖ xalqın tarixi, ədəbi və mədəni irsinin qorunub saxlanması və onun geniş təbliği;

❖ inkişaf etmiş informasiya və kommunikasiya infrastrukturunun yaradılması, vahid milli elektron informasiya məkanının formalasdırılması, informasiya və kommunikasiya xidmətlərinin genişləndirilməsi;

❖ ölkənin informasiya təhlükəsizliyinin təmin olunması;

❖ ölkənin ümumdünya elektron informasiya məkanına integrasiyası;

❖ milli program vasitələrinin yaradılması, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları məhsullarının istehsalının (İKT-sənayesinin) inkişaf etdirilməsi;

❖ ölkənin «rəqəmsal geriliyinin» aradan qaldırılması.

Strategiyanın həyata keçirilməsi nəticəsində dövlət idarəetməsində şəffaflıq təmin olunacaq, davamlı iqtisadi dirçəlişə nail olunacaq, əhalinin həyat şəraiti yüksək dərəcədə yaxşılaşacaq, ölkədə vahid elektron informasiya məkanı formalasacaq, bütün vətəndaşlar üçün informasiya əldə etmək imkanları yaranacaq və milli maraqlar nəzərə alınmaqla ölkə ümumdünya elektron informasiya məkanına integrasiya olunacaqdır.

#### 4. İnfomasiya cəmiyyətinin formalasmasında dövlətin rolu

Müasir tələblər baxımından ölkədə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişaf səviyyəsi bütövlükdə dövlətin hərbi-siyasi və sosial-iqtisadi potensialının göstəricilərindəndir. Azərbaycan bu mənada istisna hal təşkil etmir və informasiya cəmiyyətinə keçid üçün ölkədə əlverişli şəraitin yaradılması Azərbaycan dövlətinin siyasi məqsədlərindən biridir.

Ölkənin informasiyalasdırılması yolu ilə informasiya cəmiyyətinin formalasdırılması təşkilati, sosial-iqtisadi, elmi-texniki, texnoloji və ən başlıcası, siyasi amillərə malik olan mürəkkəb prosesdir, onun müvəffəqiyyətlə həyata keçirilməsinə cəlb olunan siyasi-inzibati, maliyyə, insan, texniki və s. Resurslardan səmərəli istifadə olunmasını, prioritətlərin və fəaliyyət istiqamətlərinin

düzgün müəyyən edilməsini, görülən işlərin tənzimlənməsini və əlaqələndirilməsini tələb edir.

Bu səbəbdən informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi və inkişaf etdirilməsi sahəsində "İnformasiya, informasiyalasdırma və informasiyanın mühafizəsi haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda təsbit olunmuş dövlət siyasetinin həyata keçirilməsi üzrə milli strategiya və fəaliyyət planının olması çox vacibdir.

İnformasiya cəmiyyətinə keçid üçün əlverişli şəraitin yaradılmasında dövlət aparıcı rol oynayır və onun fəaliyyəti əsasən aşağıdakıları əhatə edir:

- ❖ qanunvericilik bazasının formalasdırılması və mütəmadi olaraq təkmilləşdirilməsi;
- ❖ ölkə daxilində informasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə bağlı fəaliyyətin təhlili və tənzimlənməsi;
- ❖ milli və dövlət informasiya sistemlərinin yaradılması, informasiya resurslarının formalasdırılması, dövlət orqanlarının bu istiqamətdə fəaliyyətinin idarə edilməsi;
- ❖ yeni şəraitə münasib olan, xarici və yerli sərmayələrin cəlb edilməsi və iqtisadi fəaliyyətdə ədalətli rəqabətin aparılmasına xidmət edən əlverişli mühitin yaradılması;
- ❖ cəmiyyətin geniş təbəqələrinin strategiyanın həyata keçirilməsinə cəlb edilməsi məqsədilə siyasi, hüquqi, iqtisadi və inzibati mexanizmlərdən istifadə etməklə prosesin bütün iştirakçıları üçün bərabər şəraitin yaradılması, onların fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi;
- ❖ hər bir vətəndaşın hüquq və azadlıqlarının müdafiəsi, şəxsiyyət haqqında və özəl məlumatların qorunmasının təmin olunması;
- ❖ vətəndaşların dövlət informasiya resurslarına müraciət etməsi üçün imkan yaradılması;
- ❖ ölkənin informasiya təhlükəsizliyinin təmin edilməsi;
- ❖ strategiyanın həyata keçirilməsi üçün tələb olunan maliyyə vəsaitlərinin səfərbər edilməsi, dövlət əhəmiyyətli və sosial yönümlü layihə və programların dəstəklənməsi;
- ❖ milli informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının, texniki və program məhsullarının istehsalı üçün əlverişli şəraitin yaradılması, onların dünya bazarına çıxarılmasının stimullaşdırılması;

- ❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində fəaliyyət göstərən özəl şirkətlər, xüsusilə kiçik və orta müəssisələr üçün əlverişli şəraitin yaradılması;
- ❖ müasir informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının iqtisadiyyatın bütün sahələrində tətbiqi üçün əlverişli şəraitin yaradılması;
- ❖ dövlət idarəetməsində və yerli özünüidarəetmədə müasir texnologiyalardan istifadə olunması;
- ❖ elektron hökumətin formalasdırılması istiqamətində ardıcıl fəaliyyətin həyata keçirilməsi;
- ❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində ölkənin milli maraqlarını təmin edən beynəlxalq əməkdaşlığın inkişaf etdirilməsi.

### *5. İnfomasiyalasdırmanın əsas prinsipləri*

Cəmiyyətin informasiyalasdırılmasına yönəlmış Milli Strategiya ayrı-ayrı sahələr üçün yaradılan ənənəvi konsepsiya və programlardan fərqli olaraq çoxaspektlidir və onun əhatə dairəsinə dövlət siyaseti, sosial-iqtisadi sfera, texnika və texnologiyalar, elm və mədəniyyət daxildir.

Strategiya və onun həyata keçirilməsilə bağlı fəaliyyət Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyinə uyğundur, milli məraqların qorunmasına xidmət edir, beynəlxalq qurumların - BMT-nin, Avropa Şurasının müvafiq standartlarını, tələb və tövsiyələrini, baxılan sahə üçün mühüm olan və Azərbaycan Respublikası tərəfindən qəbul olunmuş digər beynəlxalq aktların müddəələrini nəzərə alır.

Milli Strategiya Azərbaycan Respublikasında informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi və inkişaf etdirilməsinin səmərəliliyini təmin etmək və bu prosesdə bütün maraqlı tərəflərin (dövlət strukturları, elm və tədris müəssisələri, özəl qurumlar, qeyri-hökumət təşkilatları, ictimai təşkilatlar və vətəndaşlar) iştirakı üçün bərabər şərait yaratmaq məqsədilə aşağıdakı əsas prinsipləri müəyyən edir:

*Maarifləndirmə* - ictimaiyyətin dəstəyini almaq, fəaliyyətin effektivliyini təmin etmək və bütövlükdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinin asanlaşdırılması üçün bu texnologiyalara dair bilik və məlumatlar geniş şəkildə əhaliyə çatdırılır.

*Səffaflıq* - informasiyalasdırma ilə bağlı bütün fəaliyyət aşkar şəraitdə həyata keçirilir, fəaliyyətlə əlaqəli əsas qaydalar, tədbirlər bütün vasitələrlə ictimaiyyətə çatdırılır, ictimai müzakirələr aparılır, bütün tərəflərin fikri öyrənilir və nəzərə alınır.

*Bərabərlik* - cəmiyyətdəki mövqeyindən və mülkiyyət formasından asılı olmayaraq prosesin bütün iştirakçılarının maraqları eyni dərəcədə nəzərə alınır, sosial ədalət prinsipi gözlənilir.

*Innovasiya* - elmi-texniki tərəqqinin yenilikləri nəzərə alınır, müasir elmi tədqiqatların aparılmasına diqqət artırılır.

*Mərhələlilik* - informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafını nəzərə alaraq və maliyyə imkanlarından səmərəli istifadəni təmin etmək üçün informasiyalasdırma ilə bağlı fəaliyyət mərhələlər üzrə həyata keçirilir, program və layihələr hazırlanarkən prioritətlər və nəticələrin qısa müddətdə əldə edilməsi nəzərə alınır.

*Beynəlxalq əməkdaşlıq* - informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə beynəlxalq layihələrin hazırlanmasında və həyata keçirilməsində respublika fəal iştirak edir, ölkədə aparılan informasiyalasdırma ilə bağlı fəaliyyətin ümumdünya informasiya cəmiyyətinin inkişafı ilə sıx əlaqəsi təmin olunur.

"Birinci rəhbər" prinsipi - dövlət idarəetmə və yerli özünü-idarəetmə orqanlarının, təşkilat və müəssisələrin rəhbərləri informasiyalasdırmanın həyata keçirilməsində maraqlıdırlar və onlar bu fəaliyyəti bilavasitə idarə edirlər.

*Millilik* - milli informasiya resurslarının hazırlanmasına, milli program təminatının yaradılmasına üstünlük verilir, Azərbaycanda yaşayan digər xalqların informasiya resurslarının formallaşması üçün şərait yaradılır.

## 6. Prioritetlər və fəaliyyətin əsas istiqamətləri

### *Milli Strategiyanın əsas prioritetləri bunlardır:*

- ❖ vətəndaşların informasiya tələbatının ödənilməsi, insanın hərtərəfli inkişafının təmin olunması, ölkənin intellektual potensialının artırılması;
- ❖ informasiya cəmiyyətinə keçidi təmin etmək üçün hüquqi mühitin formalaşdırılması, effektiv, şəffaf və nəzarət oluna bilən dövlət idarəetməsi və yerli özünü-idarəetmənin həyata keçirilməsi;
- ❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə ölkənin iqtisadi potensialının gücləndirilməsi;

❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə etməklə milli tarixi, ədəbi və mədəni irsin qorunub saxlanması və təbliği.

*Milli Strategiya aşağıdakı əsas fəaliyyət istiqamətlərini müəyyən edir:*

❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə təhsilin təkmilləşdirilməsi, İKT sahəsində milli kadrların hazırlanması və ölkədə minimal İKT-savadlılığının təmin olunması;

❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə etməklə sosial yönümlü sahələrin inkişaf etdirilməsi;

❖ telekommunikasiya infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi;

❖ elektron hökumətin formalasdırılması və inkişaf etdirilməsi;

❖ informasiyalasdırma ilə əlaqədar hüquqi-normativ bazanın yaradılması və inkişaf etdirilməsi;

❖ elektron iqtisadiyyatın formalasdırılması və inkişaf etdirilməsi;

❖ milli informasiya resurslarının formalasdırılması və inkişaf etdirilməsi;

❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində elmi-texniki və istehsalat potensialının yüksəldilməsi;

❖ ölkənin informasiya təhlükəsizliyinin təmin edilməsi, şəxsiyyət haqqında və özəl məlumatların qorunması.

Fəaliyyət istiqamətləri üzrə aparılacaq əsas işlər aşağıda göstərilmişdir.

**Telekommunikasiya infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi**

❖ ölkədə yeni telekommunikasiya şəbəkələrinin, müasir rabitə xətlərinin yaradılması və inkişaf etdirilməsi;

❖ verilənlərin ötürülməsi üçün ölkə miqyaslı şəbəkələrin, o cümlədən Internet şəbəkəsinin inkişaf etdirilməsi, şəhər və rayonlar arasında bu sahədə olan fərqlərin aradan götürülməsi;

❖ telekommunikasiya sahəsində liberalallaşdırma siyasetinin aparılması, azad rəqabətə imkan verilməsi, verilənlərin ötürülməsi şəbəkə və kanallarının təşkili və istismarı ilə məşğul olan ümumi-milli səviyyəli verilənlər operatorlarının formalasması və onların fəaliyyəti üçün əlverişli şəraitin yaradılması;

❖ telekommunikasiya xidmətləri sahəsində çevik tarif siyasetinin aparılması.

Milli Strategiyanın uğurla həyata keçirilməsi, onun məqsəd və vəzifələrinə tam nail olunması üçün böyük maliyyə vəsaitləri tələb olunur. Bu məsələnin həlli Azərbaycan dövlətinin daxili maliyyə imkanlarının səfərbərliyi və xarici maliyyə vəsaitlərinin cəlb edilməsi ilə həll oluna bilər. Ölkənin iqtisadi inkişafı üçün böyük əhəmiyyəti olan ayrı-ayrı idarəetmə və sosial yönümlü sahələrdə informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından istifadə ilə bağlı fəaliyyət dövlət tərəfindən maliyyələşdirilə bilər.

Bu sahənin uzunmüddətli stabil tərəqqisi naminə müasir dövrün tələblərinə uyğun olan rasional maliyyə siyaseti formalasdırılmalıdır. Strategiyanın həyata keçirilməsi aşağıdakı əsas mənbələrdən maliyyələşdirilir:

- ❖ dövlət bütçəsində xüsusi olaraq informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsi üçün nəzərdə tutulmuş vəsaitlər;
- ❖ müxtəlif yerli dövlət və qeyri-dövlət fondlarının vəsaitləri;
- ❖ xarici və yerli investisiyalar, məqsədli kreditlər;
- ❖ beynəlxalq və xarici ölkə təşkilatlarının texniki və maliyyə yardımı, qrantlar.

Strategiyanın maliyyələşdirilməsinə cəlb olunan maliyyə vəsaitlərinin istifadəsində aşağıdakılardan təmin olunmalıdır:

- ❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə əlaqədar işlərə əlavə yerli və beynəlxalq maliyyə vəsaitlərinin, o cümlədən investisiyaların cəlb edilməsi üçün hökumət tərəfindən əlverişli iqtisadi şəraitin yaradılması;
- ❖ informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsi üçün əlverişli kredit-maliyyə, gömrük və vergi mexanizmlərinin işlənilib tətbiq olunması;
- ❖ informasiyalasdırmaya vəsait qoyuluşunun iqtisadi səmərəliliyinin qabaqcadan qiymətləndirilməsi və özünü maliyyələşdirən layihə və programlara üstünlük verilməsi, tender mexanizmlərindən geniş istifadə edilməsi;
- ❖ müvafiq dövlət təşkilatları tərəfindən informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsinin inkişafı üçün xarici və yerli investisiyalar, güzəştli kreditlər və qrantlar cəlb edilməsi zamanı vahid və əlaqəli siyasetin aparılması;
- ❖ ölkə miqyasında yerinə yetirilən və planlaşdırılan layihə və programlarda informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqinə lazımi maliyyə vəsaitlərinin ayrılması;

❖ sosial sahələrdə (elm, təhsil, mədəniyyət, səhiyyə və s.) informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi üçün maliyyə vəsaitlərinin cəlb edilməsinin iqtisadi mexanizmlərinin yaradılması.

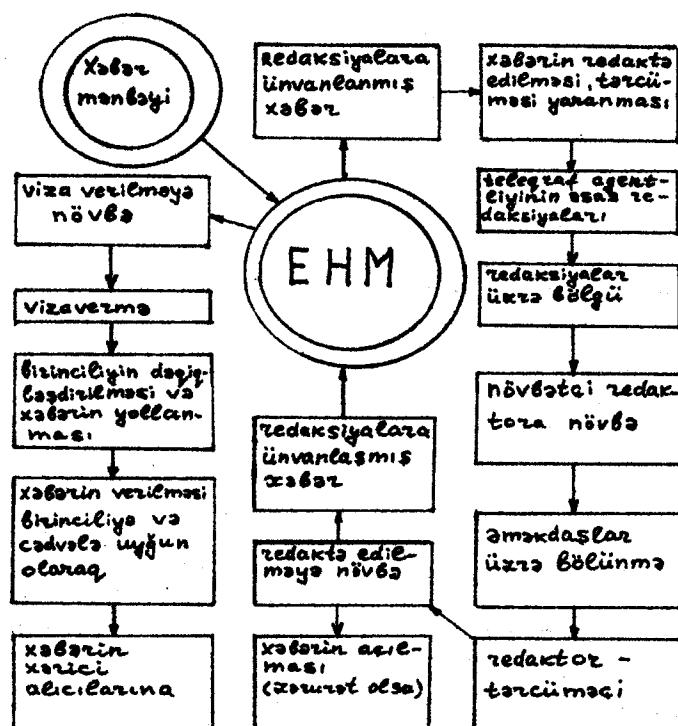
Milli Strategiyanın ölkənin gələcək inkişafı üçün mühüm rol oynadığını, onun ümümmilli əhəmiyyət kəsb etdiyini nəzərə alaraq, informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsinə cəlb olunan vəsaitlərin Azərbaycan Respublikasının hökuməti tərəfindən səmərəli və məqsədyönlü sərf edilməsinin daimi monitorinqi təmin edilir və bu barədə ictimaiyyət müntəzəm olaraq məlumatlaşdırılır.

Strategiyanın müəyyənləşdirdiyi fəaliyyətin həyata keçirilməsi nəticəsində dövlətin, sosial institutların, qeyri-hökumət təşkilatlarının, özəl şirkətlərin, bütövlükdə cəmiyyətin və onun ayrı-ayrı üzvlərinin maraqlarının ödənilədiyi informasiya cəmiyyətinə keçid üçün ölkədə əlverişli mühit formallaşacaq və 10 illik müddətdə aşağıdakı strateji nəticələrə nail olunacaqdır:

Azərbaycan Respublikası informasiya və kommunikasiya texnologiyaları sahəsində Avropanın qabaqcıl ölkələri sırasına daxil olacaq, Cənubi Qafqaz və TransXəzər regionlarında ölkənin İKT-lider mövqeyi təmin olunacaqdır;

- effektiv, şəffaf və nəzarət oluna bilən dövlət idarəetməsi və yerli özünüidarəetmə həyata keçiriləcək, əhalinin geniş təbəqələrinin idarəetmə prosesində iştirakı təmin olunacaqdır;
- informasiya resurslarına və xidmətlərinə azad şəkildə və asanlıqla müraciət etmənin təşkili yolu ilə əhaliyə informasiya xidmətləri göstəriləcəkdir;
- informasiya və kommunikasiya texnologiyalarının tətbiqi nəticəsində ölkənin iqtisadiyyatında əhəmiyyətli yüksəlşən verəcək, yoxsulluğu və işsizliyin aradan qaldırılması istiqamətində yüksək nailiyyətlər əldə ediləcəkdir;
- informasiya cəmiyyətinə keçid üçün əlverişli hüquqi mühit, intellektual potensial, telekommunikasiya infrastrukturunu və milli elektron informasiya məkanı formallaşacaqdır;
- Internetin Azərbaycan seqmenti inkişaf etdiriləcək, ölkənin informasiya təhlükəsizliyi təmin olunacaq, Azərbaycan Respublikasının beynəlxalq elektron informasiya məkanına integrasiyası təmin ediləcəkdir;

- milli informasiya resursları formalaşdırılacaq, Azərbaycan dilinin milli elektron informasiya məkanında geniş istifadəsi təmin olunacaq, Azərbaycanda yaşayan bütün xalqların tarixi və mədəni irlisinin qorunub saxlanması və təbliği üçün informasiya və kommunikasiya texnologiyalarından geniş istifadə təmin oluna-caqdır;
- ümumi daxili məhsulun informasiya və kommunikasiya texnologiyaları ilə əlaqədar hissəsi əhəmiyyətli dərəcədə artacaqdır.



Telegraf agentliyinə daxil olan  
xəbərlərin avtomatik işlənmə sxemi

## **Fəsil 2**

### **Şəbəkə jurnalistikasının xüsusiyyətləri**

*Internet jurnalistika ən yeni və operativ informasiya vasitəsi kimi*

**I**nternetin yaranması və inkişafi ilə media aləminə yeni tip jurnalistika gəldi. Bu isə anlaşılmazı gərəkli olan bəzi terminlərin yaranmasına səbəb oldu. V. Sıçennov «Internet və kiberjurnalistika» məqaləsində müasir jurnalistika istiqamətinin beş əsas tərifinin mövcud olduğunu qeyd edir: elektron, şəbəkə, internet, on-line və kiber jurnalistika.

**Elektron jurnalistikası** – bu çox geniş anlayışdır və yalnız Internet 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 Internetə.

**Internet jurnalistika** – dünyada ən populyar şəbəkələrdən birinin adı ilə bağlıdır.

**On-line jurnalitika** – real vaxt rejimində işləyir. Yəni jurnalist hadisəni məhz indi və bu saat yazar.

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

**Kompyuter jurnalistikası** – a)müasir texnologiyaların inkişafı nəticəsində bir çox sahələrin, eləcə də jurnalistikadan avtoomatlaşdırılması ilə bağlı olan termin;

b)1981-ci ildən «New York Times» və 1982-ci ildən «Asahi» və «Iomuri Simbum» (Yaponiya) qəzetlərinin öz materiallarının kompyuterdə yiğimi və düzümü nəticəsində yaranan terminidir.

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

«Şəbəkə mətninin» əsas xüsusiyyətləri - yiğcamlılıq, ayrı-ayrı hissələrə ayrılma, hipermətn ötürmələri və multimediya hesabına qeyri-xətti genişlənmə - bir media məkanı kimi Internetin özünə-

məxsusluğu və monitor ekranından informasiyanın qarvanılması ilə müəyyən edilir.

Qlobal şəbəkə istifadəçilərinin sayı 2006-ci ildə 1 milyard 20 milyona çatmışdır. Gözləniləyi kimi, 1-ci yeri istifadəçi sayının çoxluğuna görə, ABŞ tutur – təxminən 200 milyon amerikalı qlobal şəbəkəyə qoşulub. 2-ci və 3-cü yerləri 111 və 87 milyon istifadəçi ilə Çin və Yaponiya paylaşır. Keçən ilə müqayisədə Yer üzündə şəbəkəyə qoşularların sayı 19,5 % artıb və 1 milyard 20 milyon 610 mini təşkil edir.

Azərbaycanda hazırlı hesabata görə, internet istifadəçilərinin sayı 678 mindir. Keçən ilə nisbətən bu sayı 66,4 % artıb. Bu göstərici internetin inkişaf tempinə görə, Azərbaycanın MDB ölkələri arasında aparıcı yer tutmasına imkan verir. Qeyd edək ki, 2001-ci ildə Azərbaycanda internet istifadəçilərinin sayı 25 min olub.

Buna baxmayaraq, ölkədə hər yüz nəfərdən neçəsinin internetə girmə faizi nəzər salsaq vəziyyətin acınacaqlı olduğunu görərik. Bu mənzərə idealdan çox uzaqdır. Hazırkı rəqəm 8,1 -dir ki, bu da ötən ildəki rəqəmdən 65,3 % yüksəkdir. Regionlarda internetin zəif inkişafı yuxarıdakı rəqəmlərin heç də yaxşı olmadığını müəyyən edir. Müqayisə üçün demək olar ki, 2001-ci ildə bu rəqəmlər 3/100 nisbətində idi.

Azərbaycanda mobil rabitəyə gəlince, hər 100 nəfərə 26,7 telefon istifadəçisi düşür. Abonentlərin sayı keçən ilə müqayisədə 26,3 % çoxalıb. Məlumat üçün deyək ki, ötən il hər 100 nəfərdən 9,1-i mobil operator abonentli olub.

Yeni məlumatların axını ilə onların təcili şəkildə dərc olunma imkanı sübüüt edir ki, çox vaxt şəbəkə nəşrləri qəzet, radio və televiziyanın daha operativ olur.

Nəşrlərin arxivinə və xarici elektron resurslarına çıxış imkanı mövzu ilə daha geniş şəkildə tanış olmayı mümkün edərək müstəqil jurnalist təhqiqatının aparılmasına şərait yaradır.

Əks əlaqənin müxtəlif formaları oxucuya informasiya məhsulunun hazırlanmasında aktiv şəkildə iştirak etmək imkanı verir və müəlliflə oxucu arasında sərhəddi yox edir.

Internet layihələrinin nisbətən ucuzluğu və vahid mərkəzin yoxluğu şəxsi elektron səhifələrinin, qəzet və jurnalların yaradılmasına və bununla da söz və özünüüsədə azadlığının genişlənməsinə imkan yaradır.

Əlbətə, bunun da mənfi tərəfləri var. Mümkün anonimliyin saxlanması ilə istənilən məlumatı sərbəst şəkildə yerləşdirmə imkanı sui istifadə halları ilə nəticələnə bilir. Yalnız informasiya, plaqiat, ekstremizm, pornoqrafiya, oğurluq, lazımsız reklam buna misaldır. Lakin bu o demek deyil ki, internet informasiya məkanı kimi etibarlı deyil və ona etimad göstərmək olmaz. Sadəcə olaraq, jurnalistikanın digər sahələrində olduğu kimi burada da keyfiyyəti və keyfiyyətsiz materiallar mövcud ola bilər.

İndi bir sira televiziya, radio və qəzet jurnalistləri gündəlik şəkildə internetdə seyahət etməden öz işlərini təsəvvür edə bilmir. Bəs nə üçün həm adı istifadəçilər, həm də jurnalistlər bu dərəcədə internetə aludə olub? Cavab birdir: təsvir olunan hadisələrlə bağlı internetin reaksiya sürəti və təklif etdiyi informasiyanın həcmi ilə heç bir başqa kütłəvi informasiya vasitəsi rəqabət apara bilməz.

Şəbəkə nəşrlərinin ən böyük fərqi və müsbət cəhəti də bundan ibarətdir. Çünkü ən aktual, yeni və axırıncı məlumat bir anın içinde geniş Internet məkanına buraxılır. Məsələn, İraq hadisələri ilə bağlı son məlumatlar hər 10-dəqiqədən bir internet səhifələrində yeniləşirdi. Yaxud da, Azərbaycanda oktyabr ayında baş vermiş prezident seçkilərindən dərhal sonra Bakıda yaranmış etiraz aksiyaları haqqında müxtəlif saytlarda məlumat yerləşdirildi.

Ötən 10 il ərzində Azərbaycan Internetində ciddi keyfiyyət və kəmiyyət dəyişikliyi baş verib. Xüsusən son illərdə Azərbaycan Internetinin inkişaf tempı xeyli artıb. 2003-cü ilin fevralında Azərbaycan Respublikası prezidenti tərəfindən «Azərbaycanda İnfomasiya və kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı üzrə Milli Strategiya»nın təsdiq edilməsi Azərbaycan Internetinin inkişafında dövlətin rolunu öne çəkdi.

2004-cü ilin fevral ayında ölkə prezidentinin RN-nin leğvi və onun bazasında Rabitə və İnfomasiya Texnologiyaları Nazirliyinin yaradılması haqqında Fərmanı ilə İnfomasiya Texnologiyaları ilə bağlı dövlət siyasetinin hazırlanması və həyata keçirilməsi sahəsinə kifayət qədər aydınlıq gətirdi. Bu sənəd qəbul edilənədək IT bazarının iştirakçıları arasında bu sahə ilə bağlı dövlət qurumlarından və dövlət məmurlarından kimin rəyinin əsas götürülməsində birmənalı mövqə yox idi.

Ölkə prezidentinin 10-avqust 2004-cü il tarixli Fərmanı ilə ölkənin IT tarixində ilk dəfə olaraq «İnternetə dövlət dəstəyi» ifadəsi ölkənini rəsmi sənədlərində öz əksinim tapdı. Sənəddə ölkədə Internetin inkişafı üçün RİTN-in dövlət qurumu olaraq məsuliyyət daşıdığını qeyd edilməsi azərbaycan Internetində yeni bir dövrün başlangıcı deməkdir. Fərmanda İnformasiya Texnologiyalarının, o cümlədən Internetin inkişafı istiqamətində Dövlət programının hazırlanmasının nəzərdə tutulması yaxın perspektivdə Azərbaycan Internetində ciddi dəyişikliklər olacağını proqnozlaşdırmağa əsas verir.

Hazırda bilavasitə dövlətin dəstəyi və beynəlxalq qurumlarının iştirakı ilə ölkədə IT və Internetin inkişafına yönələn bir neçə Layihənin həyata keçirilməsinə başlanılıb. Hər il keçirilən «BakuTel – Telekommunikasiya və İnformasiya Texnologiyaları» sərgisi ölkədə Internetin və ümumiyyətlə İnformasiya Texnologiyalarının inkişafında xüsusi rol oynayır.

Bütün bunlar hadisə yerinə getmədən hadisənin hələ davam etdiyi anda Internet istifadəcisinə evdə öz kompyuterinin arxasında oturub baş verənləri seyr etmək imkanını verir.

Müasir günün realıqları adı 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 internet-sayıları mövcuddur.

Məsələn, Rusiyada «Комсомольская правда», «Известия», «Коммерсантъ», «Караеван», «Независимая газета», «Панорама» və s. kimi iri nəşrlərin artıq uzun müddətdir ki, veb-versiyaları fəaliyyət göstərir.

Eyni sözü Azərbaycanda nəşr olunan kağız qəzetlərin elektron versiyaları haqqında da demək olar. Məsələn, «525-ci qəzet», «Azadlıq», «Yeni Müsavat», «Əxo», «Zerkalo» və s. qəzetlər artıq çoxdandır ki, internet versiyalarla fəaliyyət göstərir.

Yeri gelmişkən, qeyd etmək lazımdır ki, hər bir nəşrin internetdə öz inkişaf yolu var. Bəziləri internetdə öz elektron versiyalarını yaradaraq dərc olunan məlumatlara, yenilənmələrə lazımı diqqət yetirir və oxucu kütləsini genişləndirmək üçün rəqabət aparır. Digərləri, demək olar ki, sayt səhifələrinin daimi şəkildə yenilənməsinə ciddi əhəmiyyət verməyərək simvolik veb-əlavənin mövcudluğu ilə kifayətlənir.

İlk əvvəl sırf həvəskar saytlar kimi fəaliyyət göstərən bir çox resurslar artıq nəhəng oxucu auditoriyası qazanaraq jurnalistika sahəsində lider adını alıb. Məsələn [www.lenta.ru](http://www.lenta.ru) saytının hər gün 100 000 nəfərə qədər oxucusu olur.

Məlumdur ki, bir sıra böyük informasiya korporasiyaları internet xidmətlərini pullu abunə vasitəsilə həyata keçirir. Bunlar arasında [www.newyorktimes.com](http://www.newyorktimes.com) elektron qəzetini misal göstərmək olar. Bu qəzet o dərəcədə operativ və eksklüziv informasiya dərc etmək qabiliyyətinə malikdir ki, abunəçilər onu əldə etmək üçün böyük miqdarda vəsait sərf edir.

Kağız nəşri kimi jurnalların oxucular arasında populyarlığı həmişə böyük olub. Jurnallarda operativliyə olan tələbat qəzetlərə nisbətən çox azdır, buna baxmayaraq, jurnalda dərc olunan materiallar mütləq günün tələbləri ilə ayaqlaşmalıdır və aktual olmalıdır. Əks halda onlar oxunmaz. Jurnallar xüsusi tematikaya malik olur. Jurnal nəşri üçün xarakterik xüsusiyyət rəngli illüstrasiyaların bolluğu gedur. Bütün səhifələr səliqə ilə vyorstkalanır, bəzədilir ki, bu da oxucuya ilk növbədə estetik zövq verir. Oxucu ilk əvvəl özü üçün ən əhəmiyyətli olan materialı, sonradan isə digər məqalələri oxuyur. Vaxtaşırı bəzi materiallara yenidən qayıdaraq jurnalı əvvəldən axıradək oxumuş olur. Jurnallar işdən sonra dincəlmək üçün çox effektiv vasitədir.

Bir tərəfdən bu cür jurnallar elektron jurnallardan daha əlçatılmışdır. Lakin oxucunu maraqlandıran mövzu üzrə məqalə tapmaq üçün məhz elektron jurnallar köməyə gəlir. İstifadəçi Jurnalın arxivinə daxil olaraq axtarış sistemi vasitəsilə lazımlı mövzu üzrə material tapa bilər.

Kağız nəşrlərin üstünlüklerindən biri onların oxunmasının daha rahat olmasıdır. Internetdən məlumat oxuyanlar bilir ki, ekrandan mətni oxumaq çox çətindir. Birincisi, mətn şaquli vəziyyətdə dayanıb. Kitab, qəzet və jurnallar isə üfüqi vəziyyətdə oxunur. Uzun müddət monitordan mətn oxumaq göz üçün çox yorucudur. Statistik məlumatlar göstərir ki, uzun məqalələr Internet üçün oxunaqlı deyil. Oxucu səhifəni 2-3 dəfə yuxarı-aşağı fırladıqdan sonra birbaşa sonluğa keçir.

### *Kağız KIV-i və şəbəkədə reklamın effektivliyi*

Kağız KIV-nin hələ də geniş hal almasının bir səbəbi də onlarda reklam amiliidir. Sırr deyil ki, elektron qəzetlərinin taleyi də

bilavasitə reklamdan asılıdır. Ənənəvi və elektron KİV-də reklamin effektivliyini müqayisə etdikdə, görsənir ki, birincilər daha irəlidədir. Jurnal səhifələrini vərəqləyərkən oxucu, istər-istəməz reklam modulunu görür və diqqətini, heç olmasa, bir neçə saniyelik onun üzərində cəmləyir. Jurnallarda reklam rolikləri bəzən bütün səhifəni doldurur. Əgər rolik rənglidirsə və ustalıqla tərtib olunubsa, mütləq oxucunun diqqətini cəlb edəcək.

Bannerlərin vəziyyəti isə fərqlidir. Sayt tərtibatçılarının dizayn ustalıqlarına, rəngarəng texnologiyaların tətbiqinə baxmayaraq internet istifadəçilərinin reklam bannerlərinə müraciəti ildən-ilsə azalır.

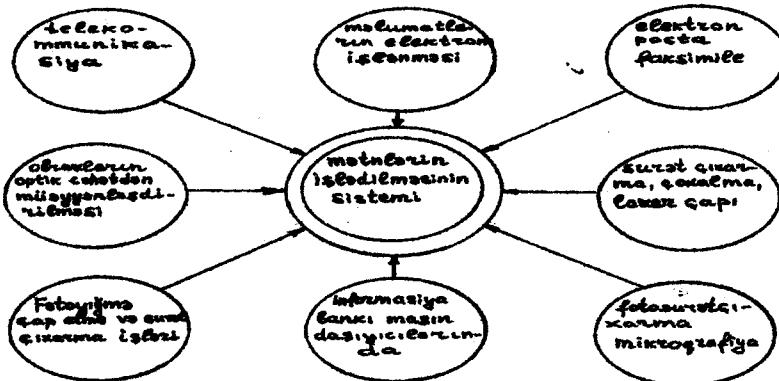
Internet jurnalitikanın KİV aləminə sürətlə nüfuz etməyinə baxmayaraq, onun ənənəvi KİV-i bütövlükə sıxışdırıb çıxara-cağını demək düzgün olmaz. Lakin əhalinin məhz zamanla ayaqlaşmağa çalışan proqressiv təbəqəsinin ondan ən çox istifadə edəcəyi şübhəsizdir.

Internet jurnalistikanın isə öz xüsusiyyətləri var. Bu ilk növbədə hazırlanan metnin həcmində özünü göstərir. Çünkü Internetdə dərc olunan material oxunaqlığı təmin etmək üçün mütləq yiğcam olmalıdır. Bundan əlavə, yaxşı olar ki, material yarımsər-lövhələrdən ibarət konkret qısa bloklara bölünsün və mətni qabartma vasitələrindən istifadə olunsun. Bunlara kursiv, yarımyağlı şriftlər və mətnin cizgiyə alınması aiddir. Bu vasitələr mətni canlandıraraq daha vacib olan məqamları qabarda bilir.

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

Doğrudanlı elektron KİV bütövlükə kağız KİV-i əvəz edə biləcək? Bir az mürəkkəb sualdır və yanaşma tərzindən asılı olaraq cavablar da müxtəlif ola bilər. Çoxsaylı tədqiqatlar sübut edir ki, internet həm oxucular həm də müəlliflər arasında çox popul-yardır. Bu yeganə kütłəvi kommunikasiya vasitəsidir ki, hər kəsə 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 veren ən böyük vasitədir. Lakin müəlliflər və onların yazıları üçün əsas şərt burada da qalmaqdadır. Burada yalnız ən güclü və istedadlı olan müəllif oxucunun diqqətini qazana bilər. Əgər dərc olunan mətn oxucu-

nun xoşuna gəlmirsə o asanlıqla digərinə keçə bilər. Buna görə də internet jurnalistika müəllifdən maksimum pəşkarlıq tələb edir.



### *Internet jurnalistikada məlumatın toplanması, hazırlanması və ötürülməsi*

Ənənəvi Kütləvi İnfomasiya Vasitələrində infomasiya məhsulu yaradılarkən bir sıra texnoloji prosesləri həyata keçirmək lazımlıdır. Məsələn, qəzet-jurnal nəşri yığı, korrektura, vyorstka, mətbəə işləri vasitəsilə həyata keçirilir. Televiziyyada veriliş yaradılarkən əvvəlcə ssenari yazılır, sonra çəkiliş aparılırlaraq səsləndirilmə, montaj baş verir. Internet jurnalistikası isə öz infomasiya məhsulunu sayca daha geniş auditoriyaya çatdırmaq üçün heç bir mürəkkəb texnoloji prosesdən keçmir.

«Texniki» kütləvi infomasiya vasitələrində (Internet, TV və radio) funksiyaları

- Sıqnalın hazırlanması
- Kommutasiya (verilənlərin saxlanılması)
- Sıqnalın qəbul olunması ilə təmin olunur .

Bəs ən nəhəng infomasiya resurslarının internetdə işləmə prinsipi necədir?

Xəbər lentində məlumat mətnlərin interfeys vasitəsilə və yaxud FTP protokolu ilə qovluqlara yerləşdirməklə Internetə çıxılır. [www.lenta.ru](http://www.lenta.ru) saytında məhz belə proses müşahidə olunur. Məşhur Yandex axtarış saytında xəbərlərə yanaşma bir başqdır. Burada hər 10-15 dəqiqədən bir axtarış robotu bu axtarış sisteminin

partnyorlarının saytlarına daxil olaraq həmin saytlarda məxsusi olaraq onun üçün yaradılan eksport faylini yazar. Nəticədə, [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru) saytında materialların sərlövhələri (partnyor saytin hazırladığı tam mətnə hiperötürmələr), lead - yəni məqalənin qısa anonsu və informasiyani təqdim edən mənbənin kopirayı yerləşdirilir.

Bələcə, xəbər radio, televiziya və qəzetdə çıxdıqdan əvvəl artıq internetdə yerləşdirilmiş olur ki, bu da həm adı oxuculara, həm də bütün jurnalistlərə ondan yararlanmağa imkan verir.

Bəs internet-saytlar yaradarkən hansı programlardan istifadə olunur?

### *Internet səhifələrin hazırlanmasında istifadə olunan HTML redaktörleri*

Internet sayt yaradarkən hər bir dizayner müxtəlif programlardan istifadə edilə bilər. Bunlara *MS Front Page*, *Macromedia Dream Weaver*, *Allaire Home Site*, *1<sup>st</sup> Page* programları aiddir.

**MS Front Page** programında çox böyük HTML kodundan istifadə olunur. Buna görə də səhifələr çox iri alınır. Bu isə yüklenmə sürətini aşağı salır. Həm də bu redaktorda sayt yaradarkən bir şey görünür, brauzer pəncərəsində isə tamam başqa şey alınır.

Digər 3 program paketi isə texniki imkanlar baxımından daha mükəmməldir. Bunlardan biri *Macromedia Dream Weaver* programıdır. Qeyd etmək lazımdır ki, Macromedia şirkəti veb səhifələrin yaradılması üçün program istehsalında liderdir.

*Macromedia Dream Weaver* program paketi rahat interfeys, funksiyaların quraşdırılması, FTP vasitəsilə faylların köçürülməsi və s. kimi üstünlüklərə malikdir.

*Dream Weaver* programında işləmək üçün HTML-i mükəmməl bilmək vacib deyil. Programın üstünlüklerindən biri də yerinə yetirilən komandaların ardıcıl şəkildə düzülməsi və yaddaşa saxlanması və beləliklə eyni bir funksiyani yerinə yetirərkən işin avtomatikləşdirilməsidir.

Redaktorlar bazarında ən yeni məhsul **EVR Soft 1st Page** programıdır. Onun belə bir şüarı da mövcuddur: «1-ci dərəcəli veb saytlar yaradın!»

Maraqlıdır ki, *1st Page* 5 meqabayt həcmində olsa da keyfiyyətcə *Home Site*-dan geri qalmır.

Bu redaktor bir neçə rejimə malikdir: Normal, Easy, Advanced/Expert və Hardcore. Hər kəs özünə uyğun olan rejimdə işləyərək sonradan daha mürəkkəb səviyyəyə keçə bilər.

Mütəxəssislər vəb səhifələrin yaradılmasında istifadə olunan ildən ilə yeni proqramlar yaradır. Hər yeni redaktor özündə əvvəl mövcud olmayan müxtəlif yenilikləri eks etdirir. Bununla yanaşı həmin redaktorlar istifadəçilər üçün maksimum rahat şəkildə qurulur. Bunun nəticəsidir ki, hər gün yeni-yeni həm peşəkar, həm də həvəskar internet-saytlar yaradılır.

İnternet-informasiyanın hansı xüsusiyyətləri var və o hansı şəkildə oxucuların nəzərinə çatdırılır?

### *Interaktivlik*

İnternet jurnalistikasının vacib xüsusiyyətlərindən biri onun *interaktiv* olmasıdır.

İnteraktivlik materialla maraqlanan oxucu ilə forumlar, qonaq kitabçıları vasitəsilə operativ şəkildə dialoqa girmək imkanını yaradır. İndi virtual nəşrlərin çoxu bu növ xidməti oxucularına təqdim edir. Oxucu ilə bu cür eksəlaqənin köməyilə müəllif auditoriyanın maraqlarını, mövzuya münasibətini və təbii ki, öz materialının qüsürlü və üstün cəhətlərini öyrəne bilir.

Məsələn, [www.utro.ru](http://www.utro.ru) informasiya saytının «forum» bölməsinə daxil olaraq saytda dərc edilən istənilən məqaləni müzakirə etmək olar. Bunun üçün xüsusi cədvəllər tərtib olunur. Cədvəllərdə məqalənin adı, müəllifin adı, məqalənin dərc edilmə tarixi, oxucu cavablarının sayı göstərilir. Məqalənin adı göstərilən hipermətni sıxaraq həm oxucuların resenziyalarını oxumaq, həm də öz fikrini yazış foruma göndərmək olar.

Konkret məqalələrdən əlavə, ayrı-ayrı tematikalar üzrə gündəmdə olan aktual mövzuları da müzakirə etmək olar.

### *Materialın təşkili*

İnternet jurnalistikasını ümumi jurnalistikasının tamam ayrı spesifik növü kimi nəzərdən keçirmek düzgün olmaz. Lakin veb-nəşrlər üçün mətnlərin yazılışında şəbəkədə materialın təşkilinin bəzi xüsusiyyətləri nəzərə alınmalıdır. Məsələn bura, ilk əvvəl oxucunun Internetdə davranış psixologiyası və ekranдан mətnin qavranışının spesifikliyi aiddir.

## I. Internet qəzetiñ səhifə elementləri

- **Title** – sayt səhifəsi yüklənənə qədər ekrana çıxan veb-səhifənin adı. Title həm rubrikanın, həm də dərc edilən materialın adından asılıdır.
- **Sərlövhələr və yarımsərlövhələr** – Bu internet nəşrlərin demək olar ki, ən əhəmiyyətli hissəsidir. Oxucu tam mətni oxuduqdan əvvəl onu bütövlükə nəzərdən keçirərək diqqətini qabardılmış elementlər üzərində saxlayır. Məndə bu cur elementlər az olarsa, oxucu materialın məğzini anlaya bilmədən tam məqalənin oxunuşundan boyun qaçıracaq.

Qəzet jurnalistikasında mətn yazıklärən «Piramida prinsipindən» istifadə olunur. Bu prinsip nədən ibarətdir? Piramida prinsipinin əsasında mətnin elə şəkildə yazılışı dayanır ki, informasiya əhəmiyyətlilik dərəcəsinin azalan sırası ilə düzülür. Lakin şəbəkə jurnalistikasında vəziyyət bir qədər başqadır. Burada mətn bir neçə ardıcıl piramidaya ayrılmalıdır. Materialın əvvəldən axıra kimi oxunması istisna olunmasa da, iri həcmli mətnləri her biri 3-4 cümlədən ibarət olan kiçik mətnlərə ayırdıqdan sonra bu mətlərəin hərəsinə bir başlıq vermək lazımdır. Bu zaman hər bir mətni əhəmiyyətlilik dərəcəsinin azalan sırası ilə düzənmək lazımdır.

Materialların yerləşdirilməsinin bu tipi ona görə şəbəkə üçün münasibdir ki, Internetdə mətn oxunuşunun xüsusiyyətlərinə uyğun gəlir.

- **Əsas sözlər və hiperötürmələr** – Veb-mətnin daha bir unikal və vacib elementlərindən biri əsas sözlərdir. Internet istifadəçilərinin çoxu bu anlayışla tanışdır və onlara xüsusi diqqət yetirir. Əsas sözlər mətnin məğzini ifadə etməklə bərabər, həm də, mətni internetdəki digər publikasiyalarla bağlamaq üçün daha geniş məlumat imkanı açır və beləliklə hiperötürməyə çevirilir.

Hiperötürmə istifadəçini verilən saytin və ya tamam başqa saytların verilmiş mövzuya uyğun digər materiallarına yönəldə bilər. Internetdə bir çox sayt və materiallar hiperötürmələrlə bir-birinə bağlıdır. Bunlar müəllifə əvvəlcədən Internetdə dərc olunmuş materialı tekrarlamamamağa, oxucuya isə eyni məlumatı bir-neçə dəfə oxumamasına imkan verir. Əgər oxucuya əsas

sözün mənəsi tanışdırsa, o hiperötürməyə müraciət etməyərək mətnin oxunuşunun davam edir. Yox, əgər verilən hiperötürmə mövzunun daha ətraflı öyrənilməsi üçün ona vacib görünürsə ondan istifadə edərək istədiyi məlumatı əldə edir.

Hiperötürmələr veb-mətnin çox maraqlı və vacib tərkib hissəsidir. Müəllif onlardan düzgün istifadə etsə onun mətni həm ləkəniz, həm də müfəssəl olar.

- **Alt-mətnlər** – siçanı mətnin illüstrasiyasına yönəltidikdə görünən imzalarıdır. Müəyyən rəsmə, foto-şəkile verilən imzalar mətnə ən yaxşı əlavə olaraq illüstrasiyaları şərh edir.

### *Hipermətn*

İnternetdə oxucu kağız nəşrinin oxunuşuna nisbətən daha çox azad seçim imkanına malik olur. Məlumatı oxumaq istəməyən oxucunu heç cür məcbur etmək olmaz ki, o müəyyən hiperötürməni sixaraq məhz bu mətni oxusun. Lakin müəllif çalışmalıdır ki, əsas məqaləyə aparan hipermətni elə şəkildə qursun ki, o məqalədə olan oxucu üçün əhəmiyyətli məqamları eks etdirsin. Dərc olunan materiala oxucu diqqətini cəlb etmək üçün müəllif HİPERMƏTN strukturunun bəzi incəliklərinin bilməlidir. Hipermətn asotiativ əlaqələr prinsipi ilə bir-birinə bağlı olan mətnlərdən ibarət olur.

1. Mətnin sərlövhəsi
2. Mətnin qısa təsviri (mətbuatda lid-abzasə bənzər bir şey)
3. Məqalənin əsas mətni
4. Nəşrin sayıçı çərçivəsində əlavə materiallar
5. Əlavə material əldə oluna biləcək başqa saytlara hiperötürmələr.

Oxucu sadalanan bölmələrin istənilən biri üzərində dayana bilər. Müəllifin məqsədi bunların hər birində bu mərhələdə olan ən vacib informasiyanı çatdırmaq bacarığıdır. Müəllif elə şəkildə yazmalıdır ki, oxucunu hipermətnin tam dərinliklərinə doğru aparıb bütöv mətni oxumağa vadar etsin.

Şəbəkə nəşrlərinin tədqiqi sübut edir ki, ənənəvi dövri nəşrlərlə müqayisədə elektron nəşrlərinin elə bir ciddi fərqləri

yoxdur. Belə ki, kağız qəzetlərə xas olan bir çox xüsusiyyətləri elektron qəzetlərinə də aid etmək olar.

Hər ikisində naşir var. Naşir müxtəlif ola bilər. Bu həm hər hansı bir təşkilat, şirkət, İnformasiya xidməti ola bilər.

**Oxucu.** Internet jurnalistikyanın oxucusu digərlərindən onunla fərqlənir ki, o ilk növbədə şəbəkə istifadəçisi olmalıdır. Bu fakt auditoriyanın strukturuna öz təsirini göstərir. Bu informasiya mənbəyinin hələ də kifayət qədər əlcətimli olmamasından cəmiyyətinin tərkibini qeyri-adekvat şəkildə eks etdirir. Beləcə, yaş kateqoriyasında əsasən əhalinin gənc təbəqəsi, cinsə görə - kişiilər, inzibati ərazi baxımından - iri şəhər əhalisi, peşə və maraqlara görə programmistlər 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 təbəqələri Internet jurnalistikyanın oxucularına çevrilir. Gələcəkdə Internetə çıxış imkanının dövlətin cəmiyyətin informasiyalasmasına ayırdığı vəsait, kütləvi kitabxana, müəssisələrdə pulsuz internet xidmətlərinin yaradılması və adi istifadəçilər üçün internet qiymətlərinin aşağı salınması, eləcə də əhali arasında kompyuter savadının genişlənməsi vasitəsilə internet jurnalistika artıq hamı üçün əlcətimli ola bilər və elektron qəzetlər adı qəzetlərdən istifadə imkanına görə fərqlənməyəcək. Təbii ki, bu internet-qəzetlərin aid olduğu ölkənin inkişaf səviyyəsi və sürətindən də asılıdır. Son illər ərzində Azərbaycanda Internet texnologiyalarının sürətlə inkişafını nəzərə alsaq, yaxın zamanlarda jurnalistikyanın bu növünün istifadəçilər arasında populyarlaşacağını proqnozlaşdırmaq mümkündür.

**Janr.** Şəbəkə jurnalistikasının janrları ənənəvi jurnalistikən janrlarından elə ciddi şəkildə fərqlənmir.

- **Veb-xəber.** Qəzətdəki xəbər janrından az fərqlənir. Yeganə fərq ondan ibarətdir ki, bu cür materialın sərlövhəsi böyük informativ tutuma və məzmuna malik olmalıdır, ona görə də çox uzun olur. Sərlövhə təfərrüati 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.

**Press-reliz.** Internet 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.

- **Məqalə.** İrihəcmli material olaraq çox vaxt qəzet və Journal məqaləsindən fərqlənir. Belə məqalənin məzmunu ekran oxunuşuna uyğunlaşdırılmış şəkildə olur. Yəni qısa, maksimum anlaşıqlı və hiperötürmələrlə zəngin.

- **Müsahibə.** Internet jurnalistikada müsahibə janrının özellikləri ondan ibarətdir ki, suallar yalnız jurnalist tərəfindən yox, interaktiv şəkildə oxucular tərəfindən 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 «Exo» qəzetiinin çərşənbə günləri saat 20.00.-da keçirdiyi internet-forumu göstərmək olar.

• **Məktub** janrı içərisində məktub-məlumat, məktub-sual, məktub-cavab və başqa növ məktublar geniş yer tutur. Bunun nəticəsində ənənəvi jurnalistikada analitik janrlar sırasına daxil edilən məktub janrı şəbəkədə sərf məlumat janrinə çevirilir. Internet jurnalistikasında icmal janrı da çox geniş yer tutur.

**Tərtibat.** Şəbəkə nəşrlərinin tərtibatı adı qəzetlərlə eyni funksional yönünü daşısa da, sonunculardan daha geniş dizayn imkanına malik olur. Elektron qəzetlərinin əsas üstünlüyü ondan ibarətdir ki, burada minimal xərclər daxilində rəngarəng tərtibat mümkün olur. Ağ-qara, xüsusilə də rəngli şəkillər kompyuter variantında daha effektli görsənir. Buna görə də elektron qəzetlərinin illüstrasiyaları adı qəzetlərindən müqayisə olunmaz dərəcədə rəngarəng və əzəmətli görsənir. Çünkü poligrafiya texnologiyası kompyutert dizaynı texnikasının verə bildiyi bütün rəng palitrasını eks etdirmək iqtidarında deyil. Məsələn, kağız üzərinə çəkilmiş boyaya yüz min rəngli və 256 ağ-qara rəng çalarını eks etdirə bilməz. Elektron texnologiyaları isə bu imkanı verir.

Bundan əlavə, elektron qəzetlərdə illüstrasiyalar, mürəkkəb kollajların yerləşdirilməsinə heç bir məhdudiyyət yoxdur. Bundan fərqli olaraq, kağız nəşrlərdə hər artıq illüstrasiya müəyyən xərclərə malikdir. Nəhayət, kompyuter texnologiyası şrift seçimində çox geniş imkanlara malikdir. Məsələn, müəyyən mətbəədə bir neçə şrift varsa, kompyuter ona qarşı bir neçə yüz şrift təqdim edə bilər. Bütün bunlar naşirlərə rəngarəng tərtibat üçün çox böyük imkanlar verir. Son kompyuter texnologiyaları və yüksək tərtibat zövqü elektron qəzetiňin uğur qazanmasına gətirib çıxaran ən əsas şərtlərdir. Yaxşı tərtibatçı uyğun rəng palitrasından, şriftlərin ölçülərindən düzgün istifadə etməli, materiallarının, hiperötürmələrin və illüstrasiyaların harada yerləşdirilməsini dəqiqlik müəyyənləşdirməlidir.

Elektron qəzetlərinin tərtibində vacib şərt bütün bu verilən imkanlardan sui-istifadə etməyib həddindən artıq mürəkkəb və qarışq səhifənin hazırlanmasından yan keçməkdir. Misal üçün, elə internet-saytlar mövcuddur ki, onların tərtibatını uğurlu adlan-

dırmaq olmaz. Bu ilk əvvəl rəng seçimi ilə bağlıdır. Aparılan sorğular göstərir ki, internet-səhifədə tərtibində Götürşəgünün bütün rənglərindən istifadə etmək oxucular arasında effektiv deyil. Həddindən çox illüstrasiyalar, sıxlımlı mətnlər, reklam banerləri oxucunun gözünü tez yorur və o həmin saytdakı «gəzintisini» sona çatdırır. Çoxsaylı qrafik yüklemələrdən boyun qaçırmamaq lazımdır.

Istənilən halda, çox şey nəşrin istiqamətindən və məramından asılıdır. Məsələn, əyləncə xarakterli saytlarda qrafik elementlərin bolluğu vacibdir. Rəngli şəkillər, yazılar diqqəti cəlb edir və sayt istifadəçisini monitor qarşısında saxlaya bilir. Lakin elektron qəzetlərdə belə elementlərin çoxluğu əsas məlumatı – mətni qavramağa maneə yarada bilər. Tərtibatçı çalışmalıdır ki, oxucunun fikri məhz mətn üzərində cəmlənsin. Buna görə də mətnin başlığı bir qədər iri, bilavasitə mətn isə oxunaqlı orta ölçülü şriftli olsun. Məlumdur ki, oxucular mətn üçün standart rənglərə – ağ fonda qara hərflərə üstünlük verir. Təbii ki, fon başqa rənglərdə də ola bilər. Ancaq yaxşı olar ki, bu açıq rənglər olsun. Eynilə mətnin tünd rənglərdə olması məqsədə uyğundur.

Elektron qəzətdə mətnlə illüstrasiyalar və digər qrafik elementlər uyğunluq yaratmalıdır. Illüstrasiyalar mətni tamamlamalıdır. Istənilən halda, həddindən çox illüstrasiyalardan istifadə etmək effektli deyil. Çünkü, onlar saytin yüklenməsini də gecikdirir və oxucular uzun müddət ekran qarşısında gözləməli olur.

Günümüzdə qəzet çap etmək üçün imkanlar daha da genişlənmişdi. Belə ki, artıq müxbirlərin mərkəzi bir ofisdə bir araya gəlmələrinə ehtiyac yoxdur. Çünkü onlar kompüter vasitəsilə bir-birile çox rahat bir şəkildə əlaqə saxlaya bilirler. Beləliklə də, qəzətlər daha yüksək keyfiyyetle nəşr olunur. Çünkü işçilər geniş əraziyə yayılaraq müxtəlif xəber toplama imkani eldə edirlər. Ancaq keçmiş jurnalistika ilə müasir jurnalistikada arasından bəzi ferqlər vardır. İndi internet jurnalistikası adlı yeni bir sahə meydana çıxmışdır. Internet jurnalistikası ilə qəzətdə çalışın jurnalistin ferqlərini aşağıdakı kimi dəyərləndirə bilərik;

**БРИТАНСКАЯ МИНИСТЕРСТВО ПРОГРАММА ДЛЯ САЙТА RUSSIAN.COM**

**Британская миссия проводит в Москве начинут судить Ходорковского и Лебедева**

**В Москве начинут судить Ходорковского и Лебедева**

**Специальный проект**

**Следком попытается передать Ираку танкое дерево**

**Украина по нефтяной строптиве**

**Ирака**

**Румыния участвует в прошении Чубаковыми**

**Как Илья Кагано у президента США 10 долларов просит**

**Ужас инцидентом превратился в юмористический**

**гаворт в Болгарии**

**Александр Костров:**

**я просто скажу то,**

**что думал**

**День в объективе**

**Самые яркие события**

**15 лет назад**

**Фотографов-документалистов**

**Интернет**

**Исламисты**

**заявили из США**

**На салют из исполнения**

**Симфонического оркестра**

**видеозапись с американским**

**записчиком, заключенным в**

**Сирию Садаки Садаки Аль-Азиз.**

**Его хотят убить, — требуя**

**освобождения Саадека из**

**саудовской тюрьмы.**

**Скандал в сборной**

**Сборной отменили**

**программу "Рединг"**

**Дело ЮКОСа**

**может напустить**

**на Россию новый "Гейнц"**

- 1) Xəbər saytlarında müxbirlərdən istifadə olunmur. Onlar xəberləri agentliklərdən, qəzetlərdən, radiolardan, televiziyalardan alaraq eynilə öz saatlarına yayımılayırlar. Əger qəzetlər hecmine görə 100 və daha çox müxbirdən istifadə edirse, internet saytları on çox 10 nəfərdən faydalananaraq yayımlanır;
- 2) Xəbər saytlarındaki fotoları eldə etmək üçün müxbirdən istifadə olunmur. Onlar xəberlər kimi fotoları da müvafiq təşkilatlardan eldə edirlər;
- 3) Xəbər saytları informasiyanı hər hansı bir yerden alarkən onu redakte etmirler. Bəzən isə öz yerlərinin genişliyinə və ya məhdudluğuna görə xəbəri qısaldır və ya genişləndirirler;
- 4) Xəbər saytlarındaki köşə yazıları üçün yazıçı qüvvəsindən istifadə edilmir. Qəzetlərdə fəaliyyət göstərən köşə yazarları yazdıqlarını həmin saytlara göndərərək, orada yayınlanması isteyirler. Bu sebəbdən xəbər saytları köşə yazarı üçün ayrıca pul ödəmir;
- 5) Internet qəzetçiliyində gəden bəzi xəberlər qəzetlərə de çıxarılır. Bəle ki, bəzən Internetdə çox maraqlı xəberlər gedir, bu da oxucunun diqqətini çəkir;
- 6) Xəber saytlarının informasiya istehsal etmə xərcləri aşadır. Yuxarıda da qeyd edildiyi kimi, onlar müxbir, foto-müxbir, köşə yazılı üçün məvacib ödəmirlər;
- 7) Xəber saytları son dəqiqə başlıq altındakı xəberləri oxuculara tez çatdırğı üçün həmin saytlardan geniş şəkildə

istifade olunur. Onlar xüsusi program hazırlayaraq agentliklərdən gələn xəberləri vasitəçi olmadan öz saytlarına köçürürler;

8) Müxbirlər internet keşf olunduqdan sonra öz vaxtlarından daha səməreli istifadə edə bilirlər. Belə ki, onlar artıq vaxtlarının böyük hissəsini kitabxanalarda, arxivlərdə və digər təşkilatlarda keçirmirlər. Müxbirlər internet vasitəsilə dünyanın istenilən yerindəki kitabxanaya daxil olaraq orada lazımı kitabı eldə edə bilirlər;

9) Internet digər mətbuat orqanlarına nisbətən daha sürətli-dir. Buna görə də müasir jurnalistikada internetdən daha geniş istifade olunmaqdadır;

10) Xəber saytları ilə əlaqədar oxucu auditoriyasının şikayətləri yerindəcə həll edilir. Belə ki, internet poçtu vasitəsilə bu saytlara mesaj göndərib şikayət olunan mövzunu asanlıqla bildirmek olur. Bu da imkan verir ki, xəber saytları özünü qısa zamanda daha mükemməl şəkildə göstərsin;

11) Xəber saytları informasiya ilə əlaqədar daha geniş qaynaq göstərir. Oxucu istəsə, bu qaynaqlardan daha geniş informasiya verir;

12) Hər internet istifadəçisi bir xəber saytının fəxri müxbiri olabilir. O, məvacib almadan ətrafında cərəyan edən hadisəleri həmin saya bildire bilər;

13) On-line xəbərlərə mövzuyla bağlı detalların və müxtəlif başqa bilgilerin olduğu web sehifələrinə linklər verile bilər.

Günümüzün insanı artıq günlük qəzetləri yox, həftelik və ya aylıq qəzetləri oxumağa üstünlük verir. XX yüzillikdə insanlar sürətlə deyişir və inkişaf edir. Bir çox insan evdə, iş yerinde, avtobusda və ya sahildə qəzeti əlinə alıb maraqla oxumağına baxmayaraq yeni, müasir qaynaqlardan da istifadə edir. Günlük qəzetlərin sehər-səhər oxunması insanları xoşlandırır. Amma böyük şəhərlərin əkseriyətində insanlar sehər qalxıb iş yerinə tələsirlər və bu üzdən qəzet oxumağa vaxt tapmadıq arı üçün ofisde internet qəzetlərinə baxmaqla öz informasiya açığını dəf edirlər.

Internet qəzetləri beziləri tərəfindən xoş qarşılınmasa da, avantajları və üstünlükleri sayesində böyük bir kütłə tərəfindən təqib edilməkdədir. Internetin geniş yayılması ilə eyni zamanda bir çox sahələre aid veb saytlar açılmışdır. Internetin hazırkı durumunda hər sahəye aid bilgi tapmaq mümkündür. Artıq insanlar lazımlı olan informasiyani almaq üçün kitabxanalarda deyil, internetdə axtarış aparırlar. Yüz minlərlə insan sehər yuxudan qalxar-qalxmaz və ya iş yerinə çatar-

çatmaz e-mail adresinə mesaj gelib-gelmediyini yoxlayır, aparıcı saytlara ve onları qəzetlərinə nezer salır, hətta son dəqiqli xəberlərini izləyir.

Internet qəzetlərinin günlük qəzetlərdən üstünlüyü çox böyükdür. Ən çox xəberlər belə TV bülletenlərdən önce internet qəzetlərində görünür. Xəberin süretli axması insanları internet qəzetlərinə sövg edir. Internet qəzetləri oxucudan heç bir haqq tələb etmir. Internet qəzetini oxuyan oxucu saytin arxivine girerek istədikləri tarixdə çıxan xəberləri oxuya bilir. Beləcə, 24 saatlıq ömrü olan qəzetlərdən fərqli olaraq internet qəzetləri daimiliyi ilə seçilir. Internetdə qəzetçilik zamandan asılı olmadan inkişaf edir. Internet qəzetlərinin üstünlüklerinden biri də ancaq maraqlandığı xəberin tapıla bilmesi asanlığıdır.

Internet qəzetləri oxucu-yaziçi münasibətlərini gücləndirəcək özəl üstünlüye malikdir. Oxucular istədikləri yazara e-mail göndərərək və ya onunla internet vasitəsilə söhbət (chat) edərək düşüncələrini bölüşə bilir. Internet qəzetlərinə baxa bilmək üçün sadəcə bir bilgisayar və internet əlaqəsi olması kifayətdir. Amma gündəlik qəzetləri oxumaq həm zəhmətli həm pulludur. İnsanlar evdə, iş yerlərində kompüterin modemi vasitəsilə telefon xətti ilə internete qovuşmaqla dünyaya nezer yetire bilirlər. Artıq bütün böyük qəzetləri, hətta en kiçik tirajlı qəzetlərin də internetdə saytları var. Redaktörələr texnologiyanın irəliləyişini görüb məharətə manevr edirlər. Internet qəzetlərinin günlük qəzetlərə görə bir çox montajı var. Sürətli olması, ucuz və elverişli olması, daimi olması, interaktiv münasibətərinin qurula bilməsi böyük bir tiraja sahib olmasına bərabərdir. Internet qəzetləri eyni zamanda hərniyə eyni seviyyədə xidmət göstərə bilir. Bu baxımdan monopoliya-nın qarşısı alınması saridian bu hər kəs üçün bir fürsət hesab olunur.

Internet qəzetçiliyi həm oxucu baxışından, həm də yayım quruluşu baxımdan xeyli üstünlükləre malikdir. Onların qəzetçiliyi işini aparmaq üçün böyük sərmayəyə ehtiyac yoxdur. Güclü bilgisayar sistemi və yaxşı yazı işlərini bacaran kadrla dönyanın hər bir yerine yayım etmək olar. Sayta yerləşdirilən elektronik saygac vasitəsilə yayım tirajının nə qədər olduğu yəni internet qəzetinə nə qədər adam baxdığı məlum olur. Bununla da hansı xəberin daha çox oxunduğu, hansı yazarın daha çox izləndiyi, reklamlara neçə nəfərin baxdığı o andaca belli olur. Internet qəzetlərində oxucunun

profilini də təyin etmək çox asandır. Saytda yerleşdirilən mesaj xidmetləri vasitəsilə oxucuların tənqidi, istekləri, düşüncələri və başqa lazımlı olanlar öyrənilə bilir. Internet qəzetləri vasitəsilə oxucu yazara e-mail göndərərək fikrini ona çatdırıbilir. Kompyuterde yazılmış her hansı bir mətn ən uzağı 10-15 saniye ərzində saytda öz yerini alır. Internet yayincılığı ilə məşğul olanlar 24 saat çalışdıqları üçün gece yarısı meydana gələn hadisəleri belə saytda o dəqiqədən görə bilirik. Oxucular onları xəber oxumaq üçün yayın quruluşuna haqq ödəmirlər, günlük qəzetləri alanların çoxu xəber üçün yox hədiyyəli kuponlar üçün alırlar. Internetin ictimaiyyətdə hiss olunan əhəmiyyəti göz önündədir. Internetin tarif haqqı problemin olmadığı ilə yanaşı eyni zamanda demokratik bir şəraitə malik olduğunu danmaq olmaz. Çoxlu internet qəzetlərindən bize çatan xəberlərin çoxluğu ümumən o məlumatların yalan və ya doğru olduğunu araşdırmağa imkan verir. Şübhələrimizin dağılmasına şərait yaranır. Söylənilən xəberlərin yalanlığını yoxlamaq üçün o mövzuda digər saytlarda bir düyməni basmaq kifayətdir. Beşən internet qəzetləri arasında qeyri-sağlam rəqabət gedir. İki internet saytı - "haberturk. com" və "Rartiye. com" - arasında yaşanan bir-birinə şer atma yarışı buna nümunə ola bilər. Artıq rəqabətin həddi aşlığı bir ortamda hər iki tərefin xəberçilik baxışı o qədər də fərqli deyil. Məsələn, Rartiyenin bir xəberini altbaşlığını istifadə etmədən yazan haberturkun idareçisi Ufuk Gündəmir "Rartiye. köhn" sehifələrinde dostlarının qeydlərini uğurlayıb kitab yanan

### *Elektron qəzetlər - onların Azərbaycanda fəaliyyəti və perspektivləri*

Azərbaycan Internetinin inkişafı əsasən 1991/93-ci illərdən başlayıb. 1991 -ci ildə el-poçt kimi. O vaxtadək beynəlxalq şəbəkədən ancaq elektron poçt xidməti üçün istifadə edilirdi. Internetə qoşulma ilkin dövrlərdə bir qayda olaraq dial-up formasında (ümumi telefon şəbəkəsindən istifadə edərək provayderin serverinə zəng etmək yolu ilə) həyata keçirilirdi. İlkin dövrlərdə ölkədə internet xidmətinin qiyməti kifayət qədər yüksək idi, yalnız 1999-cu ildən düşməyə başlayıb. Hazırda qiymətlər xeyli aşağı düşsə də, qonşu dövlətlər və Avropa ölkələri (\$20-25) ilə müqayisədə hələ də yüksəkdir (\$55).

Ölkədə ilk dəfə internet xidmətlərinin göstərilməsi beynəlxalq təşkilatların dəstəyi ilə Elmlər Akademiyası tərəfindən, sonralar isə İtrans ([www.az](http://www.az)) və AİS ([www.azeri.com](http://www.azeri.com)) tərəfindən həyata keçirilməyə başlanıb. Hazırda bu sahədə 30 provayder fəaliyyət göstərir. Azeurotel ([www.azeurotel.com](http://www.azeurotel.com)), Azeronline ([www.azeronline.com](http://www.azeronline.com)), Azkom ([www.azcom.az](http://www.azcom.az)), Azerin ([www.azerin.com](http://www.azerin.com)), İtrans və Adanet ([www.adanet.net](http://www.adanet.net)) Internet provayderləri ölkənin internet bazارında ən oturuşmuş şirkətlər hesab edilə bilər. Internet istifadəçilərin, xüsusən «ayrıca» kanal vasitəsilə Internetə qoşulanların böyük əksəriyyəti adları yuxarıda qeyd olunan provayderlərin müştəriləridir. Azərbaycanın internet bazarında zəif şirkətlərin tab gətirməsi kifayət qədər müşkül məsələdir və provayderlərin artımı olduqca cüzdirdir.

Hazırda ölkədə internetin və telekommunikasiyanın inkişafını ləngidən səbəblərdən biri və ən əsası da bu sektorda dövlət monopoliyasının mövcudluğudur. Internet bazarında internet xidməti təklif edən, beynəlxalq kanallara sahiblik edən, və nəhayət tarif müəyyənləşdirən Rabitə və İnfomasiya texnologiyaları nazirliyi telekommunikasiya bazarında azad rəqabətin qarşısını alan bir qüvvədir. Internet bazarında yeni xidmət növlərinin (IP-telefon, və s.) zəif inkişafının kökündə dayanan əsas amil bununla bağlıdır.

Ölkədə internet istifadəçilərinin sayı rəsmi rəqəmlərdə 400 mindək göstərilər də, əslində real vəziyyət 200 mindən yuxarı deyil. Bura ölkədə fəaliyyət göstərən 450-dək Internet klubdan aktiv istifadə edənlər də daxildir. Internet istifadəçilərin sayının azlığı isə hər yerdə olduğu kimi sosial-iqtisadi səbəblərlə bağlırsa, Azərbaycan üçün xarakterik olan digər səbəblər də var. Belə ki, 2000-ci ilin oktyabrından etibarən ümumi telefon şəbəkəsindən istifadə edərək internet bağlantısı yarananlar üçün Rabitə Nazirliyi tərəfindən qeyri-qanuni olaraq tətbiq edilən əlavə «internet haqqı» ölkədə əsil «internet senzurasına» çevrilib. Bu senzuranın aradan qaldırılması üçün Nazirlik ilə ictimai qurumlar arasında bir ildən çox çəkən məhkəmə çəkişməsi indiyədək başa çatmayıb. Beynəlxalq rabitə kanalları RN-nin əlində olduğundan əyalətlərdə internet xidməti göstərmək ancaq onun strukturlarına sərf edir. Bu səbəbdən də əyalətlərdə internet bazarında rəqabət yox səviyyəsindədir. Hələlik yalnız bir neçə bölgədə (Naxçıvan, Gəncə, Mingəçevir, Sumqayıt, Şəmkir və s.)

internet bağlantısı yaratmaq mümkündür. Ölkədə internet istifadəçilərin 85-90%-i Bakı şəhərində cəmləşib.

Azərbaycanın Internet məkanında ictimai institutlaşma istiqamətində müəyyən işlər görülüb. Internet bazarı subyektlərinin maraqlarının qorunması, Internet bazarında fəaliyyət göstərən qurumların fəaliyyətinin əlaqələndirilməsi məqsədilə 2002-ci ilin martında Azərbaycan Internet Operatorlar Birliyi yaradılıb.<sup>1</sup>

2002-ci ilin aprelində isə ölkədə internet istehlakçılarının maraqlarının qorunması, Internet ictimaiyyətinin ümumi problemlərinin həllinə nail olunması, AzNet-in tənzimlənməsi və özünütənzimlənməsinin inkişafı rəqsədilə Azərbaycan Internet Forumu ([www.aif.az](http://www.aif.az)) ictimai birliyi təsis edilib.

Azərbaycan Internet seqmentinin normal fəaliyyət göstərməsi üçün Milli internet ünvanlarının (domenlərin) tənzimlənməsi məsələsi xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Qlobal şəbəkədə hazırda Az kodu ilə 3500-dən yuxarı server qeydə alınıb ki, qonşu ölkələrlə müqayisədə bu olduqca azdır. Bu istiqamətdə xeyli işlər görülsə də həlli vacib olan problemlər qalmaqdadır ki, bunların da ən əsası qeydiyyatla bağlı kollegial qurumun formallaşdırılmasıdır.

Azərbaycan interneti artıq ölkənin ictimai, siyasi və iqtisadi həyatı-nın ayrılmaz tərkib hissəsinə çevrilib. Internet ölkədə cəmiyyətin aparıcı təbəqəsinin informasiya mübadiləsi və informasiya mənbəyi vasitəsidir. Milli internet resursları inkişaf etməkdədir. Bununla belə internet bazarı ciddi investisiyalar tələb edir. Bu cür investisiyalar isə təbii ki, müvafiq qanunverici baza olmadan mümkün deyil. Odur ki, yaxın perspektivdə Azərbaycan Internetinin inkişafı və informasiya təhlükəsizliyi ilə bağlı dövlət siyasetinin müəyyənləşdirilməsi, paralel olaraq elektron imza və elektron ticarətlə bağlı hüquqi aktların qəbulu ciddi əhəmiyyət kəsb edir. Hazırda BMT-nin və hökumətin birgə səyi ilə həyata keçirilən «İnformasiya Kommunikasiya Texnologiyalarının inkişafı və ilkin mərhələdə tətbiqi üzrə Milli Strategiyanın hazırlanması» Layihəsi Azərbaycan internetinin yüksək sürətlə inkişafına böyük ümidi verir. Yeni növ informasiya yayımı vasitəleri - Şəbəkə KİV meydana çıxdı. Internet bir informasiya yayımı vasitəsi kimi, qrafik, audio-video məhsullardan istifadəyə imkan yaranan texnologiya olaraq ənənəvi KİV-in diqqətini tez

---

<sup>1</sup> İnformasiyalı cəmiyyət: azadlıqlar, qadağalar. Bakı 2002 s.38

bir zamanda cəlb etmişdir. Internet vasitəsilə oxucuya nəşri daha tez çatdırmağın üstünlüyü, daha az xərc cəkməklə yeni oxucu dairəsi əldə etməyin mümkünlüyü çap media sahibləri tərəfindən tezliklə dərk edildi. Şəbəkə KİV bütün Qlobal Şəbəkədə, o cümlədən Azərbaycan Internet seqmentində özünəməxsus yer tutur.

Azərbaycan Internet seqmentində hazırda şəbəkə mediasının müxtəlif növləri fəaliyyət göstərir. Azərbaycan internet məkanında Internet median inkişafı əsasən 1997-ci illərdən başlayıb.<sup>1</sup>

Ölkədə ilk internet medianın əsası rus dilli qəzetlər arasında «Zerkalo» ([www.zerkalo.az](http://www.zerkalo.az)), Azərbaycan dilli KİV arasında «Yeni Müsavat» ([wffiw.yenimusavat.com](http://wffiw.yenimusavat.com)) tərəfindən qoyulub. Ölkə mediasında aparıcı KİV hesab olunan Turan informasiya agentliyi də ([www.Turaninfo.com](http://www.Turaninfo.com)) Internet vasitəsilə informasiya yayımının bünövrəsini qoynılardan hesab edib bilər. Sonralar «Azadlıq» qəzetiinin ([www.azadliq.az](http://www.azadliq.az)), "525-ci" qəzetiin ([www.525ci.com](http://www.525ci.com)) «Ayna» qəzetiinin ([www.ayna..com](http://www.ayna..com)), «Bizim Əsr» qəzetiinin (<http://bizimasr.media-fz.com>), «Azərbaycan» rəsmi dövlət qəzetiinin (<http://azerbaijan.news.az>), "Zaman" qəzetiinin ([www.zaman.com.az](http://www.zaman.com.az)), Trend informasiya agentliyinin ([www.trend-az.com](http://www.trend-az.com)) Internet nümayəndəlikləri yaradılmışdır. "525-ci qəzetiin" "Zaman" qəzetiinin və «Bizim Əsr» qəzetiinin internet nəşrləri çap variantından fərqli olaraq internetin spesifik xüsusiyyətlərindən istifadə edərək digər xidmətlər də təklif edirlər.

"Exo" qəzetiinin ([www.echo-az.com](http://www.echo-az.com)) tez-tez keçirdiyi virtual forumlar ölkənin virtual məkanında və eləcədə xaricdə sabit oxucu auditoriyasını formallaşmasına səbəb olub.

Son dövrlərdə yaradılmış «Olaylar» informasiya agentliyinin ([www.olaylar.net](http://www.olaylar.net)), «Şərq» qəzetiinin ([www.serq.com](http://www.serq.com)), "Yeni Azərbaycan" qəzetiinin ([www.yeniazerbaycan.com](http://www.yeniazerbaycan.com)), «Mərkəz» qəzetiinin ([merkez.com.az](http://merkez.com.az)) Internet saytları ölkənin virtual informasiya məkanında özünəməxsus yer tutub.

Dövlət İnfomasiya Agentliyinin internet ofisi ([www.azertag.com](http://www.azertag.com)) son dövrlərdə rəsmi xəbərləri pulsuz və müntəzəm olaraq elektron poçtlu digər KİV subyektlərinə çatdırır.

Azərbaycan internet seqmentinin ilkin formallaşma dövründə çap sahəsində olduğu kimi virtual məkanda da əsasən siyasi

<sup>1</sup> Osman Qündüz, İnfomasiyalı cəmiyyət: azadlıqlar, qadağalar. Bakı 2002 s.39

yönümlü, müəyyen siyasi qüvvələrin mənafeyini əks etdirən internet nəşrlər üstünlük təşkil edirdi. Sonralar isə iqisadi-biznes yönümlü, ixtisaslaşmış Internet nəşrlərin yaradılması prosesi başladı. Hazırda Azərbaycan intemetində texnologiyalar sahəsində məlumatların yayılması ilə məşğul olan «Internet.news.az» qəzetiinin ([www.internet.news.az](http://www.internet.news.az)) internet nəşrləri fəaliyyət göstərir.

ANS Media və Yayım Şirkətlər qrupunun serveri ([www.ans-dx.com](http://www.ans-dx.com).[www.ans.az](http://www.ans.az)) elektron KİV arasında nəinki öz yaşı ilə, eyni zamanda öz operativliyi və rəngarəngliyi ilə, eyni zamanda Internetin xüsusiyyətlərindən səmərəli istifadə edərək müxtəlif informasiya xidmətlərinin göstərilməsi ilə seçilir.

Internetin hələ yeni yarandığı ilk illərdə yazıçı və siyasi analistik olan Alvin Toffler kompyüter şəbəkəsinin imkanlarından bəhs edən "Üçüncü Dalğa" kitabını çap etdirdi (The third Wave). Toffler 80-ci illərdə yazdığını kompyüterlər şəbəkəsinin perspektiv imkanlarından bəhs edən həmin kitabda onu qeyd etmişdir ki, belə bir şəbəkə bir gün bütün dünyani birləşdirəcək. Tofflerin proqnozlara görə kompyüterlər şəbəkəsi insanlara digər kütləvi informasiya vasitələrindən daha çox imkanlar verəcək. 80-ci illərdə Tofllerin irəli sürdüyü ideyalar və proqnozlar özünü doğrultdu. Yəni Internet bu gün təkcə televiziyanı deyil, kütləvi informasiya vasitələrinin bütün qollarını-qəzəti, jurnalı, kitabı, radionu özündə birləşdirir. Elektron qəzetlər, jurnallar, kino telefilmlər, min cür informasiya bir anın içərisində dünyada yayılır.

Internetin kütləvi informasiya vasitələri ilə həm oxşar, həm də fərqli cəhətləri vardır. Məsələn: televiziyanın fərqli olaraq Internetdə informasiyanın verilmə vaxtı məhdud deyil (ABC televisionı gündə bir neçə dəfə xəbərləri verir. ABCNEWS.com web saytında xəbərlərlə sutkada 24 saat müddətində tanış olmaq olar.) Web-səhifələrdə informasiya daha bir xüsusiyyətə malikdir, hansı ki, nə televiziya, nə də qəzetlərdə belə mümkün deyil: bu mövzunun geniş açılmasıdır. Məsələn: Böyrək çatışmazlığı haqda material televiziyyada 2 dəqiqə, qəzetdə isə 500-1000 işarə ilə verilə bilər. Məqalənin elektron variantında isə fotosəkil və diaqramlar, həkimlərlə və peşəkarlarla səsli müsahibə, böyrəkdə aparılan əməliyyatların fotosəkilini verməklə onu istənilən həcmində vermək olar. Bu saytda həm də yəqin ki, böyrəklərin müalicəsi və

transplantasiyası ilə məşgül olan tibb müəssəlerinin siyahısı da olacaqdır.

İndiki zamanda Internet demək olar ki, dünyanın bütün ölkələrini əhatə edir və onun istifadəçilərinin sayı getdikcə artır. Internet çağdaş dünyamızda informasiyanı hüdudsuz, senzurasız, zaman və məkan bilmədən yayan bir informasiya vasitəsidir. O azad sözün hüdudsuz gerçekləşməsidir. Hələ 1960-cı illərin sonunda bir layihə ideyasi olaraq meydana çıxmış həmin texnologiya bu gün inkişaf edərək adı vətəndaşın da yararlandığı vasitəyə cevrlmişdir. Əvvəller Internetdən yalnız mütəxəssislər istifadə edirdilər, lakin tədricən şəbəkədən istifadə edənlərin dairəsi kifayət qədər genişləndi və hal-hazırda onun xidmətlərindən müxtəlif ixtisashı insanlar yararlanırlar. Bu şəxslər evdar qadınlar, vəkil, idmançı, yazıçı, jurnalist, polis işçiləri, ticarətçi, tələbə və digərləri ola bilər. Onların Internetə marağını vacib olan və istədikləri məlumatı almaqları ilə izah edilir. Informasiya mənbələrinə ani qoşulmaq imkanına malik olmaq və bu zaman fərdi seçim etmək möcüzədir. İstənilən informasiya axtarış sistemində daxil olan kimi bütün bilik sahələrinə qoşulmaq mümkündür. Internet bir informasiya yayım vasitəsi kimi qrafik, audio-video məhsullardan istifadəyə imkan yaranan texnologiya olaraq informasiyanı tez çatdırmaq, daha az xərc çəkməklə yeni oxucu dairəsi əldə etmək funksiyasını yerinə yetirir. Müasir dövrümüzdə internet jurnalistika termini cox geniş vüsət alıb, yəni internet jurnalisticin bir növ silahına çevrililib.

- Bu gün internetdən istifadə etməyi bacarmayan jurnalistə rast gəlmək çox çətindir. Jurnalist hər zaman faktlarla, hadisələrlə, müxtəlif fikirlərlə işləyir, hansıları ki o müəyyən çərçivəyə salır, izah edir və informasiya şəklində oxuculara təqdim edir. Belə ki, öz işində jurnalist müxtəlif informasiya mənbələrindən istifadə etməli olur. Bizim günümüzdə isə belə mənbələrdən biri məhz Internet dünya şəbəkəsidir. Internet müxtəlif banklara daxil olma, kitabxana məlumatlarının axtarışı, elektron poçtundan istifadə vəs.kimi xidmətlərdən mənfaətlənməyə imkanlar yaradır. Internetə qoşularkən hər bir istifadəçi bəşəriyyət tərəfindən toplanılan böyük məlumat ehtiyatlarına tez daxil ola bilir. O, dünyanın ən nəhəng kitabxanalarının kataloqunu nəzərdən keçirə, təzə xəbərləri öyrənə, müxtəlif sənədlərin surətini əldə edə, onu narahat edən

məsələləri müzakirə edə və hətta hansısa kitabdan hansısa sitati saniyələr içərisində tələb edə bilər. Internet vasitəsi ilə jurnalist dönyanın istənilən guşəsindən məktub ala və göndərə, minlərlə müxtəlif mövzulara həsr olunan xəber və məlumatları oxuya, hər bir sənədi, kitab, şəkil, audio yazıları və filmləri tapa, onu maraqlandıran materialı axtarışa vermək imkanı vardır. Bundan əlavə hər hansıa bir eksponat haqqında məlumat almaq üçün istənilən muzeylə əlaqə yaratmaq, müxtəlif ictimai və dövlət təşkilatlarının rəsmi məlumatlarını, bülleten və icmalarını almaq olar. Xəberlərin çox saylı programlarından birinə yazılmaq və yenilikləri televiziya və ya qəzetlərə verilmədən öyrənmək olar. Bütün bunlar o deməkdir ki, Internet jurnalistin əlində hələ dünyada misli görünməmiş ensiklopediyadır-bütün sahələri, bütün bilikləri əhatə edən ensiklopediya.

Internetin digər əsas xüsusiyyətlərindən biri, telekommunikasiya şəbəkəsində işləməyin tarixən birinci və ən geniş yayılmış növü elektron poçtdur. (E-mail) adı ilə məşhur olan mətn materiallarının mübadiləsidir. Adı poçt əlaqəsində olduğu kimi burada məlumatların mübadiləsi baş verir, lakin kağız üzərində yox, fayllar formasında. Elektron poçtun aşağıdakı üstünlükleri var: informasiyanın böyük sürətlə çatdırılması; kompyüter hazırlığı və məktubu alan şəxs tərəfindən operativ olaraq cavab vermək imkanı; adı poçt xidməti ilə müqayisədə qiymətin ucuzluğu; eyni məktubu bir vaxtda ayrı-ayrı ünvanlara göndərmək imkanı. Elektron poçt sistemi korrespondensiya mübadiləsi üçün periodik olaraq bir-biri ilə əlaqədə olan regional stansiyaların məcmusu kimi təşkil olunur. Elektron məktubun tərkibinə mətn, qrafik, video və səslə əlavələr, məktubla birlikdə göndərilən istənilən fayllar (sənədlər, programlar, viruslar vəs.) daxildir. Bundan başqa məktubda ünvan, göndərilən tarix və vaxt, göndərənin ünvanı, lazımlı olduqda isə məktubun mövzusunu qeyd olunur. Adı məktub göndərərkən yazmalı olduğumuz uzun ünvandan fərqli olaraq, elektron ünvan qısa və asan yadda qalandır. E-mailin köməkliyi ilə istənilən informasiyanı əldə etmək mümkündür. Hal-hazırda elektron poçt Internetin əlavəsi olaraq qalır; beləki o indi informasiyanın insanlar arasında ötürülməsinin poçt markasının qiymətindən ucuz olan ən tez, qənaətli və sadə üsuludur. Yer kürəsinin istənilən nöqtəsində verilən informasiya bir neçə saniyədən sonra digər bir nöqtədə oxunub çapa gedə

bilər. Bununla belə məlumatlar təkcə mətnlər deyil, həmcinin şəkil, fotosəkil, sənəd və programlardan da ibarət ola bilər.

Milyonlarla insanlar hər gün Internetdən müxtəlif məqsədlərlə istifadə edirlər. Bu gün demək olar ki, bütün kütləvi informasiya vasitələrinin öz elektron poçt ünvanları mövcuddur və onlar bundan müəyyən informasiyanın əldə olunması üçün istifadə edirlər. KİV-lərin elektron ünvanlarında mətbuat xidməti, rəsmi strukturlar, siyasi partiyalar, ekologiya təşkilatları haqqında məlumatlarla yanaşı, həm də informasiya yayan bir sıra agentliklərinin axtarış siyahıları və saytları toplanılır. Elektron poçt həm jurnalistlə oxucu kütləsi arasında informasiya və fikir mübadiləsini, həm də oxucuların qəzətlərdəki dərc olunan məqalələrə öz münasibətlərini bildirməsini təmin edir. Həmcinin Internet təkcə mümkün informasiyanın çoxluğuna deyil, həm də xüsusi programlardan istifadə edərək real vaxtda ünsiyyətə imkan verir. Belə elektron kommunikasiyanın müsbət cəhətləri: məsafələrin "məhv edilməsi, tezləşdirilmiş cavab imkanı, maraqlara uyğun cəmiyyətin qurulması, həmcinin tamam anonimlik, yəni başqa fiziki və mənəvi örtükdə" mövcud olmaq" (baxmayaraq ki, indi sonuncu barədə cəmiyyətdə geniş müzakirələr gedir). Son vaxtlar Internetdə yeni imkan meydana gəlib-kompyüterin köməkliyi ilə şəbəkədən faks göndərmək və ya almaq. Bundan başqa hal-hazırda Internet vasitəsi ilə istənilən telefona və ya peycərə tamamilə pulsuz məlumat göndərmək olar.

Azərbaycanda televiziya kanalları içerisinde ANS Media və Yayım Şirkətlər qrupunun serveri ([www.ans-dx.com](http://www.ans-dx.com)) elektron KİV arasında nəinki öz yaşı ilə, eyni zamanda öz operativliyi və rəngarəng ilə, internetin spesifik xüsusiyyətlərindən səməralı istifadə edərək müxtəlif informasiya xidmətlərinin göstərilməsi ilə seçilir. ANS telekanalı öz programlarını Internetə verməklə bərabər ABŞ-in ən etibarlı provayderləri vasitəsi ilə xəttə çıxır. Internetdən alınan dünya xəbərləri bir tərəfdən Azərbaycan KİV-inin səviyyəsini qaldırır, digər tərəfdən oxucunun, tamaşaçının dünyagörüşünü yüksəldir. Dünya xəbərlərinə marağın artdığını hiss edən Azərbaycan jurnalistləri getdikcə Internet əlaqələrini daha da genişləndirirlər.

Jurnalist ictimai qurumlarına məxsus [www.ruh-az.com](http://www.ruh-az.com), [www.juhiaz.org](http://www.juhiaz.org) saytlarında ölkə mediasının inkişafı və problemləri ilə, KİV-in tənzimlənməsi sahəsindəki problemlərlə tanış olmaq olar.

Son dövrlərdə, əsasən xaricdə Azərbaycanla bağlı informasiya tələbatına ciddi ehtiyac olduğunu dərk edən bir sıra internet media qurumları az qala canlı yayılmışmağa cəhdler edirər. Bunu rəqabət tələb edir. Bu isə qəzetlərin inkişafında artıq yeni mərhələdir. Bir sıra media nəşrlər gün ərzində bir neçə dəfə təzələnir, yeni xidmətlər, təhlillər, şərhələr təqdim edirlər. Artıq müşahidə etmək olur ki, həm ölkə daxilində, həm də xaricdə müəyyən sabit auditoriya formalaşıb.

Internetin sürətlə inkişafı və genişlənməsi nəinki çap məhsullarını Internet variantlarını, eləcə də yalnız internet versiyası olan, yalnız intenet vasitəsilə yayılan media növlerinin də formalaşmasına səbəb oldu. Azərbaycan Internet seqmentində Internet media - [www.xeber.net](http://www.xeber.net) və başqa internet qəzetləri var. Bu qəzetlər gün ərzində müntəzəm olaraq yeniləşir. Kifayət qədər xəbər arxivini formalaşdırılıb, spesifik xidmətlər təklif edilir.

«Simurq» -fərdi informasiya vasitəsi artıq həm şəbəkə həm də Mobil telefon vasitəsi ilə müxtəlif məlumatları, musiqini, şəkilləri öz xidmətində təklif edir.

Müxtəlif milli internet resurslarının, internet qəzetlərin saytlarında yerləşdirilmiş forumlar və çatlar ([www.bakililar.az](http://www.bakililar.az), [www.azeronline.com](http://www.azeronline.com), [www.echo.az.com](http://www.echo.az.com) və s.) real zaman anında məlumat mübadiləsini həyata keçirməyə imkan verir. Artıq ölkənin internet seqmentində konkret mövzular və problemlər ətrafında fəaliyyət göstərən ixtisaslaşmış forumlar və çatlar da fəaliyyət göstərir.<sup>1</sup>

Şəbəkə resurslarını özəl imkanları: forumların və virtual sorğuların təşkili, həcm məhdudiyyətinin olmaması, tez-tez yeniləşdirilmə, müxtəlif informasiya resurslarına giriş imkanları, istifadəçilərlə eks əlaqənin qurulması və s. şəbəkə nəşrlərin ən üstün cəhətlərdəndir.

Elektron nəşrlər oxucu ilə ünsiyyəti daha maraqlı və rəngarəng edir. Milyonlarla insanlar üçün bu cür yeni media artıq ciddi informasiya mənbəyi hesab olunur: [www.jazders.com](http://www.jazders.com) – Azərbaycan dilində Internet dərsliyi, [www.azeriweb.com](http://www.azeriweb.com) - Azərbaycan Interneti üzrə axtarış və kataloq sistemi istifadəçilər üçün xeyli fayda verə bilər.

<sup>1</sup> C.Məmmədli. Müasir jurnalistika., Bakı. 2003

Yeni «informasiya əsrinin» ən həyəcanlı tendensiyalarından biri informasiya artıqlığındadır. Informaiya artıqlığının informasiya çatışmamazlığı kimi zərərliliyinin parlaq sübutunu «İmya Rozi», «Mayatnik Fuko» romanlarının müəllifi və semiotika - nişanlar haqqında elm - sahəsində mütəxəssis, məşhur italyan yazıçısı Umberto Eko gatırmışdır: «Bir həftə ərzində baş verən bütün hadisələrin təsvir olunduğu The New York Times-in bazar buraxılışını (təxminən 500 səhifə) tam oxumaq üçün heç bir həftə belə kifayət deyil. Bu mənada The New York Times oxunmalı heç nəyin olmadığı «Pravda»-dan heç nə ilə fərqlənmir». Belə bir şəraitdə hipertekst nəşrlər haqqında nə deyəsən.

Yeni texnologiyaların (elektron qəzetlərin) verdiyi bir sıra üstünlükleri qeyd etmək vacibdir: Internet-qəzet ilə iş müd-dətində hər hansı çap olunacaq xəbər və ya məqalənin verilməsinə Müəllif-Redaktor-Korrektor zənciri, qrupu və ya daha bəsit olaraq bu zaman bir nəfər cavabdeh redaktor olur; Oxucuların diqqətini müəyyən bir maraqlı xəbərə cəlb etmək üçün şəkillərdən (fotolar, rəsm əsərləri) istifadə olunur; Yeni bölmənin əlavə olunması - Internet-qəzətə maraqlı və vacib informasiyanı əziyyət çəkmədən əlavə etmək olar; Arxiv - baxmayaraq ki, Internet-qəzet gün ərzində dəfələrlə dəyişilir, hər yeni gündə yeni səhifə ilə başlayır. Köhnə Internet-qəzet isə arxivə daxil edilir; bir neçə dildə səhifənin yaradılması imkanı. Bunun üçün sadəcə olaraq məqalələri həmin dillərə tərcümə etmək lazımdır; Səhifənin istifadəçiləri Internet-qəzətdə verilən məqalələri forumda müzakirə edə bilərlər; Statistik məlumatların yığımı sistemində səhifə haqqında olan əlavələr, qeydlər orada qeyd olunur. Onun köməkliyi ilə məşhur məqalələrin əviyyəsi müəyyən olunur, reklam kompaniyasının effektivliyi qiymətləndirilir.

### Üstünlükler:

Xidmətində *sadəlik*. Internet-qəzətdə müəyyən dəyişikliklər aparmaq üçün web-dizana dair biliklər lazım deyil. Həmçinin sistemlə iş üçün şəxsi kompüterə əlavə program yüklemək lazım deyil, sistemə giriş birbaşa internetdən olur.

2) *Etibarlılıq*. Internet-qəzet bazasında yaradılmış 1 milyona yaxın xəbər, axtarış səhifəsinə davam gətirə bilir. Nümunə üçün "utro.ru"([www.utro.ru](http://www.utro.ru))

*3) Axtarış.* Burada qrammatik qaydaları nəzərə alan axtarış sistemi var.

*4) Təhlükəsizlik.* Heç bir kənar şəxs səhifədə özbaşınalıq edə bilməz. Sistem buna imkan vermir.

70-ci illerin sonunda ABŞ-da gecə qəzetləri artıq çap olunmurdur. Amerikalılar şəhər kənarına köçərək evə gec qayıdırıqlar, bununla əlaqədar qəzetlərin çatdırılması da çox çətin idi. Bu zaman böyük telesirkətlər inkişaf edirdilər. Şəhər qəzetini oxuduqdan sonra amerikalı vətəndaş işə gedirdi, evə döndükdən sonra isə axşam televizorun qabağında otururdu. Axşam qəzetləri də rəqabətə davam gətirməyib bağlanırdılar.

İnternetin yayılması ilə əlaqədar olaraq bir çox şəxslər şəhər qəzetlərini də axşam qəzetlərinin taleyi gözleyəcəyini deyirlər. Son 15 ildə Amerikada gündəlik qəzet oxucularının sayı çox sürətlə - 1 ildə 600 min nəfər azalıb. Bu prosesin demoqrafik nöqtəyi-nəzəri dəhşətə gətirir. Gündən-günə gündəlik mətbuatı izləyən yaşılı nəslin nümayəndələrinin sayı azalır: hal-hazırda onlar ümumi auditoriyanın 64%-ni təşkil edir, halbuki 30 il bundan əvvəl bu göstərici 81%-i təşkil edirdi. Gənclərin eksəriyyəti(18 yaşından başlayaraq 24 yaşa qədər) artıq heç qəzet oxumur. Başqa sözlə desək, qəzetiñ hər hansı bir oxucusu yox olduqdan sonra onu əvəz edən olmur. Sənaye öz auditoriyası ilə birgə yox olur.

İnternet çox rahatlıqla digər informasiya daşıyıcılarından həyat məkanı alır. Belə bir şəraitdə bir çox qəzet və jurnalların qarşısında seçim problemi dayanır; öz nəşrini internetdə yerləşdirmək lazımdır, ya yox.

Artıq 90-cı illerin ortalarında dünya internet şəbəkəsində elektron nəşrlərin sayı minə yaxın idi. 1996-cı ilin birinci yarısında "The New-York Times", "The Washington Post", "Известия", "Независимая газета", "Le Monde", "The Economist", "The Jerusalem Post" və s. kimilərin adı var idi elektron mətbuatının monitorda oxunan nümunəsindən başqa həm də nəşr nümunələri də var idi. Təxminən elə bu zaman şəxsi şəbəkə nəşrləri yarandı. Bunların nəşr nümunələri ikinci dərəcəli idi, və ya heç yox idi. Bu internet-qəzetlər idi.

İnternetdəki elektron qəzet nümunələrinin və onların nəşr nümunələrinin üstünlükleri və nöqsanları:

1999-cu ilin sentyabrında "Washington Post" qəzeti hər gün şəbəkədə saat 12.00 çıxan "P.M.Exstra"("Mütəqə gunorta") adlı

əlavə və buraxılış hazırlayırdılar. Artıq nahara yaxın Internetdən böyük oxucu kütləsi istifadə edir; amerikalılar işdə nahar zamanı fasilə müddətində kompüter arxasında oturur və ölkədəki yenilikləri bu qəzetlə öyrənir. Bu buraxılış qəzetindən daha çox telegram məlumatına bənzəyir, belə ki, bu buraxılışın uzunluğu 3-4 sətir olan 10 informasiyadan ibarət olur.

"Vaşinqton Post" qəzetiñin Internet səhifəsinə daxil olaraq "Vaşinqton post"un fotoreportörleri tərəfindən müxtəlif illərdə çap olunan foto şəkillərin fotoqalereyasına baxmaq olar. Bu səhifədə siz 1977-ci ildən başlayaraq nəşr olunan bütün məqalələri, səhmlərin bu gündü qiyətini, iş haqqında məlumat tapa bilərsiniz.

Bütün bunlardan başqa səhifədə gündəlik müxtəlif jurnalıtlarla və digər maraqlı məşhur şəxslərlə vərtual görüş keçirilir. Müəlliflərin gündəlik oxucularla əlaqə saxlayanlar da var.

Internet istifadəçiləri məlumatları gündəlik oxumaları üçün "Vaşinqton post"un öz işçiləri kifayət etmir. Səhifəyə xidmət üçün 220 işçi işləyir, ondan 50-si redaksiyadandır. Virtual qəzet xüsusi icarəyə götürülmüş binada 3 mərtəbəni tutur. Keçən ilki məlumatlara görə 1998-ci ildə "Vaşinqton post" inkişafının irəliləməsi üçün 67mln.dollar pul ayırmışdır - bu itki internet səhifəsi ilə bağlıdır.

"Vaşinqton post" ABŞ-da ən məşhur qəzetiñdir. O bu yeri Uolterqeys skandalının res skandalının reasından sonra tutmuşdur və bu araşdırmanın sonunda həmin dövrün prezidenti Nikson istefa vermişdir. Onun tirajı 800 min nüsxədir, bazar günləri isə təqribən 1 mln olur. (Beləki, Vaşinqtonun ətraf ərazilərlə ahəli 4 mln-dur)

Redaksiya niyə bu qədər vəsaiti səhifə xidməti üçün itirir? Informasiyanı belə tez çatdırmaq nəyə lazımdır, onsuz da televiziya və radio bunu çatdıracaq?

Bütün bù suallara ən bəsit cavab belədir ki, inkişafdan geri qalmaq lazım deyil.

Bir çoxları deyirlər ki, yaxın gələcəkdə kağız qəzetləri tarixə çevriləcək və jurnalistlər obyektə gedərkən qələm və dəftərçə yox, xüsusi kameralı papaq qoyacaqlar. Onun reportajı dərhal internet şəbəkəsinə veriləcək və canlı şəkillərlə müşahidə olunacaq.

Doğrudur, bu heç kəs hələ on-line qəzetlərinin hansı gəlir mənbəyinə çevriləməsi haqqında suala cavab verə bilmir. On-line

nəşrləri artıq xərclərin qarşısını alır- kağız və çatdırım xidməti olmur. Bundan başqa qəzetlərin gəlir mənbəyi olan elanlar (avtomobil, mülkiyyət satışı, işə qəbul) son zamanlar Internetə meyl edir. Lakin kağız qəzetləri hal-hazırda gəlir gətirdiyi halda on-line qəzetləri hələ heç bir gəlir gətirmir.

Qəzet jurnalistikası televiziyanın öz dərinliyi ilə seçilir. Bəs o bu üstünlüyü Internet operativliyinə meyl etməklə itirə biləcəyindən qorxmur?

“Vaşinqton post” qəzeti Moskvadakı müxbiri bu vəziyyəti belə şərh edir: “Yaxşı olardı ki, on-line texnologiyasının inkişafı nəticəsində “Vaşinqton post”un dərinliyi, məzmunluluğu, “SNN”in operativliyi ilə rəqabət apara bilsin. Lakin narahat olunacaq bir səbəb də var ki, ciddi düşünmə tələb edən xəbərlərin işləndirilməsi heç kəsə lazımlı olmayacaq.”

Artıq bu gün aydın görünür ki, 400 il hökm sürən qəzet sənayesinin beynal-modeli dəyişir. “Forrester Research” kompaniyasının işçisi Uiliam Bassom tərəfindən keçirilən sorğuya əsasən qəzetlər bütün mülkiyyət elanlarının 40%-ni, maşınların alqı-satqısı elanlarının 20%-ni, işə qəbul elanlarının 30%-ni itirəcək. Bu reklamları məhz yeni Internet bazarı alacaq. Beləliklə, illərlə əsasi qoyulmuş sənaye sahəsinin bu tipli biznes-modelinə son qoyulur.

### *Azərbaycan Internetinin media resurslarının növləri.*

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

Fikrimizcə ilk bölgü aşağıdakı kimi aparılmalıdır:

- 1) müstəqil internet nəşrlər (yəni yalnız Internetdə çıxan)
- 2) ənənəvi KİV-in Internet versiyaları

Daha sonra şəbəkə nəşrləri tərkibində olan materiallara əsasən də 2 növə bölünə bilər:

- 1) xəbər, şərh, analiz, qarışq materiallar
- 2) müəllif, redaksiya, qarışq materiallardan ibarət.

Həmçinin mövzuya görə bölgü də mümkündür:

- 1) monotematik (bu qrup daxilində ayrı-ayrı mövzular sonsuz sayda ola biləcəyindən bölgülər də analoji aparıla bilər) və
- 2) politematik

Daha bir önemli bölge 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 əhəmiyyətli müstəqil media resursları çox azdır.)

Bir neçə il öncə bu bölgülərə daha birini- interaktiv elementlərə görə bölgü də daxil etmək olardı. Lakin son zamanlar elektron nəşrlərin böyük əksəriyyəti öz səhifələrində bu tip informasiya ötürülməsi üsullarından istifadə etmirlər. Bu da bazarın dəyişən tələbatı ilə əlaqədardır.

Ümumiyyətlə, son dövrlərdə ölkədə Internet istifadəçilərinin sayının, web resurslarının hiss olunacaq dərəcədə artması müşahidə edilir. Rəsmi məlumatlara görə ölkədə 400.000- dək Internet istifadəçisi var. Müstəqil araşdırılmalara görə bu rəqəm müəyyən qədər azdır.

Müxtəlif sosial təbəqələr, qruplar arasında Internetdən istifadə səviyyəsi müxtəlifdir. Telekommunikasiya və IT sektorunda, media sahəsində, iri xarici şirkətlər və beynəlxalq qurumlar arasında, şou-biznesdə Internet daha geniş tətbiq edilir. Son dövrlərdə dövlət və QHT sektorunda, yerli biznes və bank sektorunda, təhsildə Internetdən istifadə tempi sürətlə artmaqdadır.

Hazırda müxtəlif nazirlik və dövlət komitələrinə məxsus 25-dək web sayt fəaliyyət göstərir. Vergilər Nazirliyi, İqtisadi İnkişaf Nazirliyi vətəndaşlarla və hüquqi şəxslərlə əlaqələrin qurulmasında, interaktiv xidmətlərin təşkilində Internetin imkanlarından daha səmərəli istifadə edir. Hələlik ölkədə hökümət qurumlarının vahid Internet Portali yaradılmayıb.

Media Azərbaycan Internetində ən aktiv inkişaf edən sahələrdən biridir. Kütləvi İformasiya Sahələri ilə bağlı 100-dən çox web resurs fəaliyyət göstərir. Çap formasında yayılan qəzet və jurnallara məxsus 70-dən çox Internet sayt mövcuddur. Demək olar bütün populyar qəzetlərin Internet versiyaları aktiv şəkildə fəaliyyət göstərməkdədir.

Ölkədə fəaliyyət göstərən 500-dən aktiv QHT-dən 2350i Internetdən müntəzəm istifadə edir, 51 QHT-nin web saytı var.

Bu resurslar əsasən xarici donorların dəstəyi ilə yaradılıb. Xeyli sayıda QHT-lər müxtəlif İctimai Internet mərkəzlərindən səmərəli istifadə edirlər. Qlobal Şəbəkənin bütün milli seqmentlərində olduğu kimi Azərbaycan Internetində də əyləncə xarakterli milli resursların inkişaf tempi xeyli yüksəkdir.

2004-cü ildə ölkədə rabitə və IT sahəsində gəlir ÜDM-in (Ümumi Daxili Məhsul) təxminən 3 %-ni təşkil edib. Bu ötən illə müqayisədə xeyli yüksəkdir. Gəlirin xeyli hissəsi (69 %) özəl sektorun üzərinə düşür: Azercell-62.6 %, AzTelekom-23.5 %, BTRİB-6.9 %, Azeurotel-3.7 %, Ultel-1.4 %, Catel-1.2 %, Adanet-0.3 %, Artel-0.1 % və Azerin-0.1 %.<sup>1</sup>

Internet istifadəçilərimizin böyük eksəriyyəti Internetin sürəti aşağı olduğundan vaxtinin 90 % - ni səhifənin açılmasını gözləməyə, yalnız qalan 10 % - ni isə onu oxumağa və baxmağa sərf edir. Dünya praktikası göstərir ki, adətən istifadəçi cəmi 8-10 saniyə saytın açılmasını, 20 saniyə də saytın tam yüklənməsini gözləyir. Əgər belə nəticə əldə etmirse, o artıq başqa sayta üz tutur. Provayderlərin əsas potensialı Bakı şəhərində cəmləşib.

Internetin Azərbaycanda coğrafiyası da genişlənməkdədir. 2002-2003-cü illərdə bölgələrə fiberoptik kanalların çəkilişi regionlarda Internetin inkişafına müəyyən təkan verdi. Artıq ölkənin eksər regionlarında Internet xidmətləri təklif edilir.

Gəncədə, Lənkəranda, Mingəçevirdə ACİ-Yardım Fonduunun xətti ilə pulsuz Internet xidməti təklif edən İctimai Mərkəzləri fəaliyyət göstərir. Bu Mərkəzlər QHT-lər üçün Dial-Up formasında pulsuz Internet bağlantısı da təşkil edir. Yeganə qüsür ondan ibarətdir ki, kanalların sürəti kifayət qədər zəifdirler.

Bölgələrdə də Internet Klublarının açılması prosesi başlayıb. Hazırda Gəncədə 15, Mingəçevirdə və Şəkidə hər birində 5 Internet Klub fəaliyyət göstərir. Ümumiyyətlə əyalətlərdə 1 saatlıq Internetin qiyməti təxminən 2000 manatdır. İstifadəçilərin böyük eksəriyyəti gənclərdir. 2003-cü ildə bütün Naxçıvan Muxtar Respublikası üzrə xidmət göstərən Karvan Provayderi fəaliyyətə başlayıb.

Düşünürük ki, telekommunikasiya sahəsində özelleşmə başa çatdıqdan və stabil inkişaf üçün zəruri şərt olan azad və sərbəst

<sup>1</sup> Osman Gündüz, Qorxmaz Əfəndiyev, Nazim Rüstəmov. Kompüter-informasiya texnologiyalarının əsasları. Bakı -2006

rəqabət yarandıqdan sonra bölgelərdə Internet yüksək temple inkişaf edəcək və əhəlinin xeyli hissəsi informasiya mübadiləsi üçün vacib olan elektron poçt xidmətindən səmərəli istifadə edə biləcək.

Təessüflə qeyd etmək lazımdır ki, yalnız tanışlıq xarakteri daşıyan, informasiya kasadlığı olan, sadəcə, hansısa qurumun reklamı olan saytlar da Azərbaycan Internetində xeyli saydadır. Xüsusən, real imkanları olduğu halda dövlət orqanlarının Internet resurslarının eksərində vətəndaşlar üçün ciddi əhəmiyyət kəsb edən interaktiv xidmətlər göstərilmir. Dövlət qurumlarının əlində olan, hətta elektron formada olan informasiyanın əhaliyə çatdırılması üçün Internetdən hələlik səmərəli istifadə edilmir. Nəhəng informasiya ehtiyatlarına malik olan Bakı şəhər İcra Hakimiyyətinin, Nazirlər Kabinetinin ciddi Internet resurslarının yaradılmaması yalnız təssüs və təccüb doğurur.

Azərbaycan Internetinin populyarlaşması istiqamətdə Space TV və ANS TV tərəfindən də müəyyən addımlar atılıb. Xüsusən Space TV-nin «Milli Bayt» Layihəsi bu istiqamətdə mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Bu layihə çərçivəsində əhalinin geniş təbəqələrinin Internet texnologiyaları barədə biliklərinin artırılması üçün Azərbaycan dilində sistemli şəkildə verilişlər efişə verilir.

#### Azərbaycan dilində informasiya axtarışı

Artıq güclü axtarış programlarının Azərbaycan versiyaları da hazırlanıb. Hazırda Ən güclü, ən populyar axtarış robotu Google ([www.google.com](http://www.google.com)) hesab olunur. Bu axtarış maşınının Azərbaycan versiyasını [www.google.az](http://www.google.az) servisində tapa bilərsiniz. Sorğu üçün olduqca rahat mexanizm nəzərdə tutulub. Axtardığınız sənədin dəqiq tapılması üçün Azərbaycan dilində verilmiş əlavə məlumatları nəzərdən keçirmək tövsiyə edilir.

! Diqqət: Axtarış məqsədi ilə hansısa sözü daxil edərkən onun hası şrift standartına yazılmasına diqqət yetirin. Çünkü Internetdə Azərbaycan dilində bir neçə şrift standartında yayılmış informasiyalar var.

Məsələn, əgər siz Google-də yeni standartda «təhsil» söyü yazsanız təxminən 30-40 min səhifə tapacaqsınız. Köhnə şriftlə «təhcil» söyü daxil etsəniz (rus klaviaturası ilə) tapdığınız 1000-dək səhifə güman ki, əvvəlkilərin içərisində olmayıacaq.

Hər hansı mətni axtararkən həmin mətndə ən çox işlənən sözü axtarış maşınınə daxil etmək lazımdır. Daha əhatəli mətn üçün bir neçə sözün daxil edilməsi tələb olunur. Müxtəlif ünvalardan, genişləndirilmiş axtarış üsullarından eyni zamanda istifadə etmək yaxşı nəticə verir. Azərbaycan Internetinin özünəməxsus Azərbaycandilli axtarış sistemləri təcəssüf ki, hələ bir o qədər də inkişaf etməyib. Ümid etmək olar ki, Azərbaycan Interneti inkişaf etdikcə milli axtarış serverlərimiz də güclü axtarış maşınlarına çevriləcək.<sup>1</sup>

Ölkədə Milli Internet ünvanlarının (Domen Az) tənzimlənməsi və özününtənzimlənməsi sahəsində, qeydiyyat prosesinin beynəlxalq standartlara uyğunlaşdırılması istiqamətində bir sıra müsbət addımlar atılıb. (Bax: Domen Az)

#### *Azərbaycanda virtual jurnalistikyanın perspektivləri.*

Internetin, o cümlədən Internet jurnalistikasının perspektivlərinə danışarkən həddən artıq emosşianlıq lazım deyil. Bu həqiqəti olduğu kimi qəbul edərək onun həyatımıza gətirdiyi yeniliklərə obyektiv qiymət vermək lazımdır.

Hətta müəyyən səbəblərə görə Internetdən istifadə etməyənlər belə yaxın gələcəkdə informasiya bazarda onun rəğbətini hiss edəcəklər. Internet jurnalistika sahəsində bu və ya digər ixtisaslara tələbatın strukturunu əhəmiyyətli dərəcədə dəyişəcək. Prinsipcə virtual jurnalistika jurnalisticin informasiyanın və röylərin mənbədən istifadəçiyə ötürücüsü kimi bir funksiyani aradan götürür.

Təbii ki, bizim reallıqda kiber-jurnalistikyanın ənənəvi qəzet və jurnalları tam əvəz edəcəyi hələ uzaq perspektivdir. Vaxtilə avtomobilər arabaları tam əvəz edə bilmədiyi kimi elektron nəşrlərin də tam miqyasda isifadəsi üçün xeyli vaxt lazımdır. Hələ uzun illər boyu «araba» ilə «avtomobil» arasında ənənəvi vasitələri seçəcəklər. Bu yalnız iqtisadi amillə deyil, həm də sosial psixoloji amillərlə də bağlıdır.

Regionlarda isə yaxın zamanlarda Internet jurnalistikasının inkişafi əhalinin sosial təminatının aşağı olması üzündən müm-

<sup>1</sup> Osman Gündüz, Qorxmaz Əfəndiyev, Nazim Rüstəmov. Kompüter-informasiya texnologiyalarının əsasları. Bakı -2006

kün deyil. Sıravi istifadəçi üçün rayon qəzeti ilə elektron qəzet arasında seçim imkanı olması üçün iqtisadi baza olmalıdır.

Qlobal şəbəkədən «passiv istifadəçilər» kimi istifadə edən jurnalistlər əsasən televiziya və radio işçiləridir. Elmi nailiyyətlər həyatımızın bütün sahəsi kimi heç şübhəsiz, jurnalistikaya da öz töhfəsini verməkdədir. Bu gün Internet saytına girməklə dönyanın ən müxtəlif ölkələrində baş verən son hadisələrdən xəbərdar olmaq mümkündür. Rəqəmli fotoaparatlar bir anda obyektivə köçürüyü mənzərəni dönyanın istənilən ölkəsinə yayına bilir.

Avropa yayım ittifaqının texniki direktoru Filipp Lavenə görə yeni texnologiyalar köhnələri avtomatik olaraq əvəz etməyəcəklər. Televiziya radioyayımı əvəz etmədi, kinomatoqraf televiziyanı əvəz etmədi, videoprokat və videokassetlər kinoteatrları mehv edə bilmədi. Həmçinin, praktik olaraq yeni texnologiyaların fəal rəqabətinə baxmayaraq radioyayım və kino öz mövqelərini qoruyub saxlamışlar.

Internet yayımı məhv etməyəcək, lakin həyatın çox vacib hissəsi olacaqdır. Mütəxəssislərin hesablaşmalarına görə 10 ildən sonra 50% ailələr (təbii olaraq hələ ki, yalnız inkişaf etmiş ölkələrdə) her gün Internetdən istifadə edəcəklər. Televiziya və radioqəbuledicilər kompüterlərlə əvəz olunmayıacaqlar, lakin güclü prosessor və böyük yaddaşa malik olmaqla faktiki olaraq özləri kompüterə çevriləcəkdirlər.

Professor Şirməmməd Hüseynov qeyd etdiyi kimi,<sup>1</sup> bəşəri tərəqqiyə yol verilən, dünyani ardañca aparmağa çalışan ölkələrin və xalqların elm və texnika sahəsindəki nailiyyətləri təsadüfi hesab edilə bilməz. Bu ölkələrdə təhsil və elmin sürətli inkişafına külli miqdarda vəsait qoyulur. Bu sistem daim təkmilləşdirilir. Vaxtilə ingilis filosofu Frencis Bekon (1561-1626) böyük uzaqgörənliliklə demişdi: "Bilik-qüvvədir". Tanınmış rus iqtisadçısı professor Y.Şışkov bu yaxınlarda dərc olunmuş bir məqaləsində inkişaf etmiş "simalla", geridə qalmış "cənub" arasındaki uçurumun, həyat və tərəqqi fərqiñin tarixi köklərini nəzərə çatdıraraq yazar ki, dönyanın əvvəl inkişaf etməkdə olan avanqarda və get-gedə daha çox geridə qalan aryerqarda bölünməsi tarix baxımından o qədər də çoxdan başlanmamışdır. Bu

<sup>1</sup> Şirməmməd Hüseynov. Qüdrət və güc elm və texnikadadır "Günay" №42, 20 oktyabr, 2002 Bir saniyədə 40 trilyon əməliyyat

process XVI əsrəki böyük coğrafi kəşflərdən sonra başlanmış, 3 əsrden sonra isə partlayış xarakteri kəsb etmişdir. Əlbettə, sənayeləşmədən əvvəlki dövrdə də dünyanın ayrı-ayrı regionlarının həyat səviyyəsi arasında fərq vardı, lakin həmin fərq indiyədək heç vaxt ciddi əhəmiyyət kəsb etmirdi, çünki o dövrdə hər bir ölkənin iqtisadiyyatında mütləq dominantlıq edən sahə kənd təsərrüfatı idi... Sənaye inqilabı və kapitalizm bu fərqləri hədsiz dərəcədə kəskinləşdirirdi. Sənaye inqilabı ilə, demək olar ki, eyni vaxtda sosial inqilab baş verdi: durğunlaşmış sosial-iqtisadi münasibətləri kapitalizm və sosial-iqtisadi münasibətləri kapitalizm və istehsal vasitələri üzərində xüsusi mülkiyyət əvəz etdi, nəticədə, insanların öz əməyinin nəticələrinə şəxsi marağı əsaslı şəkildə artdı və onların yaradıcılıq təşəbbüsü buxovlardan azad oldu.

Xəbər verilir ki, Yaponiya hökumətinin sıfarişi ilə NES firması «Yerin simulyatoru» adlı super-kompyuter hazırlanmışdır. Tokionun 40 kilometrliyində bu nəhəng maşın üçün uzunluğu 65, eni 50 və hündürlüyü 17 metr olan anqara bənzər xüsusi bina tikilmişdir. Super kompyuter dövlətə 350-400 milyon dollara başa gəlmişdir. O, 5 il müddətinə hazırlanmışdır. Yazırlar ki, Superkompyuter İokohamadakı Yer haqqında elmlər İnstitutuna məxsus olsa da, ölkənin 3 iri elmi mərkəzi bu kompyuterdən birgə istifadə edəcəkdir: Dəniz Elmləri və Texnologiyanın Mərkəzi, Atom enerjisi İnstitutu və Milli Kosmik Tədqiqatlar Agentliyi. Yeni kompyuter bütün planet miqyasında iqlim proseslərini modelləşdirməyə, hava proqnozu, o cümlədən, tayfunlar və sunamiler haqda proqnozları yüksək dəqiqliklə qabaqcadan söyləməyə imkan verəcəkdir. Nəhəng kompyuter seysmik hadisələri modelləşdirməyə və zələzlələri proqnozlaşdırmağa da qadir olacaqdır. Nəhəng yapon kompyuterinin işləmə sürəti saniyədə 40 trilyon əməliyyatdan çoxdur.

Göstərək ki, bu vaxta qədər ABŞ-da bu tipdən olan süper-kompyuter hər saniyədə 12,3 trilyon əməliyyat aparmaq imkanına malikdir. Amerika mütəxəssislərindən biri Yaponiyada istifadəyə verilən nəhəng kompyuterin istehsalını ABŞ üçün ciddi, həyəcanverici siqnal hesab edir. Onun sözlərinə görə «yaponların yeni məhsulu ABŞ-dan ötrü 1957-ci ildə sovet süni peykinin buraxılması ilə eyni dərəcədə həyəcanlı siqnaldır».

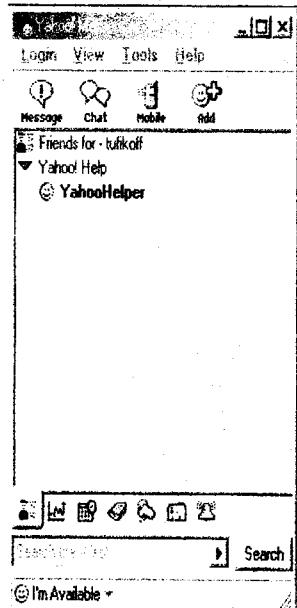
60 il bundan əvvəl oktyabr günlərində SSRİ-də yerin ilk süni peykinin orbitə çıxarılmasının yaratdığı sevinc və həyəcan mənim nəslimin yadındadır. Bu müqayisə çox şeydən xəbər verir. Axı hər il dünyada mövcud olan ən güclü 500 kompüterin siyahısı elan edilir. ABŞ uzun illər idi ki, bu siyahıda ilk 6 yeri tuturdu. İndi bir yapon superkompüterinin gücü ABŞ-in 6 iri kompüterinin ümumi gücündən çoxdur. ABŞ kompüterçilərini həyəcana salan və hətta qorxudan da budur.

Qlobal şəbəkələrdə Rusyanın nəşriyyatı və radiostansiyaları daha çox təmsil olunur. İstifadəçi (sirkətin işçisi və ya fiziki şəxs) rusiya mətbuatından lazımı materialı - müsahibə, reportaj, xronika, statistika, hökumət təşkilatları və iri şirkətlər haqqında informasiyani ala bilər.

İnformasiyaya tez yetişməklə Internet ənənəvi KİV-in ən təhlükəli rəqibinə çevrildi. Hələ bu gün bir çox firmanın, təşkilatların qəzetlərin elektron versiyasından istifadə edirlər (onları elektron formatlı qəzetlər adlandırırlar, çünki onda mətn, rəngli rəsmərlə yanaşı, səs və videogörünüş də vardır). Elektron versiyanın xüsusiyyətlərinə maraqlı mövzunu dərinlən öyrənmək, ictimaiyyətdə rezonans doğuran informasiyaların qəzetlərdə müxtəlif qrafik şəkillərdə verilməsi imkanı daxildir.

Bununla bərabər Internet Azərbaycan və Rusiyada inkişaf etmiş ölkələrə nisbətən o qədər də yayılmayıb. Kompüterləşmə səviyyəsinin, və bu işdə rabitə olan telefonun işləmə keyfiyyətinin aşağı olması müasir texnika ilə sürətlə ayaqlaşmağa imkan vermir. Ancaq buna baxmayaraq Internet Azərbaycanda da sürətlə inkişaf edir.

Əslində ümumdünya şəbəkəsində hər bir informasiya ancaq bir düyməni basmaqla əldə olunmalıdır. Internetin çox sürətlə inkişaf etdirilməsinə baxın, onun içindəki hər şeyin siyahısını təşkil etmək qeyri-mümkündür. Web-in qəribə bir keyfiyyəti



var, hansısa qəzet və kitabı oxuyaraq təsadüfi danışığı dinləmək olar. Bu halda Web-də informasiyanın olduğu yer URL şəklində yazılır.

Buna misal kimi 4 ünvanı göstərmək olar:

[http:// yahoo.com](http://yahoo.com).

<http://enterzone.Berkeley.Edu/enterzone.Htm/>.

<Gopher://garnet.msen.com:70/11/stuffgutenbergberq>.

<News://news.Annonse.newsers>.

Internetin yüklenməsində (elektron poçtu ilə) əsas hissəni axtarış və fayllar tutur. Internet sizi maraqlandıran sualların cavabını tapmağı çox asanlaşdırır və müxtəlif informasiya və programları sizin kompüterinizi ötürür.

Bu işin çox hissəsini Web-brouzer görür, həm də bütün işləri ixtisaslaşdırılmış proqamların köməyi ilə etmək daha yaxşıdır.

Internet müxtəlif tipli elektron poçtu üçün ümumi vasitə rolunda çıxış edir. Bunun üçün bəzən "America on-line" sistemində qoşulmuş Quickmail-dən istifadə edilir, ancaq onun elə də böyük imkanı yoxdur. Internet ünvanında olan elektron poçtuna məktublar göndərməklə siz sanki onlarla bir şəbəkədə işləmək imkanı qazanırsınız. Bunun üçün məktubun əvvəlində bir neçə standart söz (başlıq) olmalıdır ki, bu işi də elektron poçtun özü görəcək. Adətən siz bu prosesin necə həyata keçdiyini hiss etmirsiniz.

Internetin elektron poçtunda ancaq mətn sistemi işləyir, burda ünsiyyət zamanı müxtəlif şriftlərdən, mətnlərdən və qrafik təsvirlərdən istifadə etmək olmaz. Yerli şəbəkədə bu normal olaraq həyata keçə də Internet poçtunda mümkün olur.

Ona görə də Internet kanalı ilə göndərilən məktubu əvvəlcədən xüsusi üsullarla mətnsiz informasiyaya çevirmək lazımdır.

Bəzi adamlar üçün Internet və elektron poçtu eynidir. Doğrudan da, elektron poçtu Web-dən sonra Internet yüklenməsində ikinci yeri tutur. Bəzən Internetdə adamlar 2 yerdə bölünür: daha çox işləyənlər(onları "şəbəkədə işləyən"(on the Net) adlandırırlar) və az, ancaq qrup şəklində işləyən və interneta birbaşa qoşulanlar (onları "Internetdə işləyən"(on the Internet) adlandırırlar).

Internet elektron poçtunda həmişə @ Internet ünvanında xost. Poddomen. Domen.-dən (xost olmayıada bilər) istifadə olunur. Internetdə məlumat göndərəndə mütləq əmin olmaq lazımdır ki,

ünvan məhz bu formadadır. Adətən baş və sətri hərflər burda fərqlənmir, fərqlənsə də eyni cür istifadə olunur.

Jurnalistika dünya informasiya sistemi adlanan internetlə bağlı özünün yeni dövrə, yeni eraya keçid mərhələsini yaşıyır. «Qlobal planda dünya jurnalistikası yeni keyfiyyətə keçir ki, bu da bir neçə faktla bağlıdır: Əvvəla, jurnalistin fəaliyyəti ilə, informasiyanın maksimum operativliyinə şərait yaradan yeni texnologiyamın inkişafı ilə, ikincisi, qloballaşma ilə»<sup>1</sup>. Sputnik texnologiyası informasiyanın yer kürəsinin istənilən nöqtəsində fərdi istehlakçıya çatdırılmasına şərait yaradır. Beləliklə, müasir kütləvi kommunikasiya vasitələrinin tədqiqatçıları indi qloballaşma, texnologiya anlayışları üzərində daha çox dayanırlar.

Yeni əsrin başlangıcında mətbuatın, qəzet jurnalistikasının taleyi barədə narahatlıqlar da qeyd olunur. XXI əsrд qəzet yaşayacaqmı? Məsələn, ABŞ-da gündəlik qəzetlərin tirajlarının getdikcə azalma tendensiyası bu suala müsbət cavaba imkan vermir.

Dövrü nəşrlərə, xüsusilə qəzetə münasibət xeyli dəyişilməkdədir. Dünyanın bütün nöqtələrində televiziyanın güclü inkişafı informasiyanın canlı variantının üstün tutulmasını əsaslandırır. Belə şəraitdə qəzetlərin hətta yeni üsul kimi görünən elektron versiyaları da köməyə gəlmir. Adamlar nisbətən daha çox həftəlik qəzetlərə, daxstellərə üstünlük verməyə başlamışlar.

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

Dünyanın populyar qəzetlərinin elektron variantları indi adı hal almışdır.

Bundan başqa, XXI əsrin ilk çağında çap analoqu olmayan ayrıca elektron qəzetlər də meydana gəlmişdir.

İlk vaxtlar elektron qəzetlərə ancaq kompüterə malik imkanlı oxucuların əli çatırdı. İndi kompüterin say sürəti yaxın gələcəkdə

<sup>1</sup> Я.Н.Засурский. Журналистика в переходный период. Вестник МГУ, серия «Журналистика». №5, 1997, стр.3

elektron qəzetlərin oxucularının ciddi şəkildə artacağından xəber verir. XXI əsrin başlanğıcı mobil telefonların da KİV sistemini daxil olmasını şərtləndirdi. Kompyuterli, fakslı bu telefonlar internet şəbəkəsinə qoşula bilir və peyk vasitəsilə, naqilsiz istənilən informasiyani alır.

Jurnalistikada rəqabət getdikcə güclənir. Televiziya öz inkişafı prosesində bir sıra çətinliklərlə də üzləşir. Söhbət kabel və sputnik televiziyalarının ciddi rəqabətindən gedir.

KİV-in beynəlxalq meylleri onu göstərir ki, XXI əsrin lap ilk illərində qəzet, televiziya, radio – bunların hamısı inkişaf prosesindədir. Informasiyalışmaq prosesində KİV texnologiyası sənayesinə malik ölkələrin əhalisi daha irəlidə gedir. Ayrıca götürülmüş ölkədə də əhalinin texnikaya sahiblik dərəcəsinə görə informasiyalışması prosesində təbəqələşmə davam edir.

Beynəlxalq miqyasda jurnalistikanın getdikcə biznesə daha çox çevrilməsi jurnalistin ənənəvi sosial məsuliyyətinin üstündən xətt çəkir. Dövlət KİV-nin informasiyani idarə etmək təşəbbüslerinin çox-çox azalması ilə müşayiət olunan demokratik ölkələrdə KİV-in kommersiya maraqları dəqiq və obyektiv informasiyanın təqdimində problem yaradır. Bu problem Avropa Şurasının 1990-ci illərdə tövsiyə etdiyi ictimai televiziyanın bütün gücü ilə gündəmə gəlməsini şərtləndirən faktı çevirilir.

KİV texnologiyasının sürətli inkişafı ilə informasiyanın sürətli ötürülməsi prosesi jurnalistin faktlara başdanşovdu münasibətinə də şərait yaradır. XXI əsr jurnalistin peşə etikasını bütün zamanlardakından artıq gündəmə gətirir.

Yuxarıda dediyimiz kimi, «yeni jurnalistika» anlayışı özünü daha çox «On-layn» stilində göstərir. Çünkü qeyd etdiyimiz şəbəkə jurnalistikasında informasiya selinin maneəsiz və sürətli ötürülməsi məhz bu üsulla bağlıdır. Bu jurnalistika zəminində reportyor daha vacib və daha çox informasiya toplamaq, daha çox informasiya ötürmək imkanı qazanır<sup>1</sup>. Əlbəttə, əslində «On-layn» jurnalistikasında da jurnalist ənənəvi vəzifələri yerinə yetirir. Lakin belə halda iş tez görülür və səmərəli olur.

On-layn-telekompyuter əlaqələrinin operativ, interaktiv rejimidir. Hərfi mənası xəttin içinde, birbaşa, daim yeniləşən məlumatlar bazası, cari informasiyani təqdim edən xidmət deməkdir.

<sup>1</sup>Bax: Р.Реддик., Э.Кинг. Журналистика в стиле он-лайн. М., 1999, с.21.

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

XXI əsr jurnalistikasının çox ciddi keyfiyyət dəyişikliklərindən biri KİV-in konvergenliyi ilə bağlıdır. Konvergenlik anlayışının özü jurnalistikaya təzə şamil edilməkdədir. Konvergenliyin getdikcə öz yerini möhkəmlətməsi jurnalistikani və jurnalist peşəsinə lazımsız bir şeyə çevirməyəcək ki? Bu sual indi kommunikativistika elmində ciddi mübahisələr doğurur, jurnalistləri narahat edir. Bu yerdə jurnalistikinan yuxarıda xatırlatdığımız inqilabi sıçrayış məqamlarını xatırlayaq. Bu sıçrayışlar tarix boyu nə qədər çox və nə qədər kəskin olsa da, prinsiplər dəyişməmişdir. Ən ciddi texnoloji dəyişikliklər dövründə belə jurnalist əməyi, jurnalist istedadı öz mövqeyini qoruyub saxlamışdır.

Uzun illərin təcrübəsi göstərir ki, yeni texnika və texnologiya, əslində daha çox jurnalistin əməyinin yüngülləşməsinə, onun topladığı, işlədiyi informasiyanı istehlakçının daha asan və daha tez qəbul etməsinə şərait yaratmışdır. O da məlumdur ki, «kütləvi informasiya vasitələri indiki səviyyəsinə heç də birdən-birə, həm də kompüterin meydana çıxmazı ilə gəlməmişdir. Sivil informasiyalama uzun illərin yol gəldiyi inkişaf mərhələsidir»<sup>1</sup>. 500 il bundan əvvəl informasiyanın yazı şəklində konservasiyası, yayımı ilə bağlı möcüzə heç də indiki texnologiya barədə möcüzələrdən kiçik olmayıb. «Kütləvi kommunikasiyanın elə bir inkişaf mərhəlesi olmayıb ki, özündən əvvəlki formasiyanın texnologiyasından istifadə etməmiş olsun»<sup>2</sup>.

Diqqətlə izlədikdə görünür ki, radionun meydana gəlməsi ilə qəzet dünyasının keçirdiyi narahatlığı televiziyanın yaranması ilə radio özü də yaşamışdır. Ancaq ciddi rəqabət onların hər ikisinin qoşa fəaliyyətini mümkün etmişdir. Eləcə, əvvəldə qeyd etdiyimiz kimi, Internet də qəzeti sıxışdırmaq deyil, onun elektron versiyalarının yaranmasına səbəb olmaqdadır.

<sup>1</sup> М.М.Павликова. Сколько лет новой журналистике? Вестник МГУ, серия «Журналистика», №5, 2000, стр. 105.

<sup>2</sup> Winston B. Media technologu and society. A history: from the telegraphro the internet. London, 1997, p.2.

Məsələn, Finlandiya, Norveç və s. kimi şimal ölkələrinin nümunələri göstərir ki, əhalinin qəzətə, onun elektron versiyasına müraciətinin miqdarı ilə Internetə qoşulan abunəçilərin sayı bir-birinə çox yaxındır.

XXI əsrin jurnalistikasında interaktivlik faktı çox önemli sırada durur. İnteraktivlik XX əsrin lap sonunda meydana çıxmış olsa da, onun səmərəli inkişafı XXI əsrin ilk illərinə düşür.

KİV-in ümumdünya tarixi inkişaf yolunda informasiya ünvana ancaq birtərəfli qaydada ötürülmüşdür. Doğrudur, bir sıra xırda çalarları da unutmaq olmaz: redaksiyalara oxucu məktubları, radio ya telefon zəngləri və s. lakin bunları müasir anlamda başa düşdürüümüz interaktivlik kimi qəbul etmək çətindir. Bunlar, olsa-olsa, əks əlaqənin elementləridir. Bugünkü mənada interaktivlik elektron jurnalistikasının auditoriya ilə texnoloji vasitələrlə operativ, birbaşa əlaqəsini – əks əlaqəsini nəzərdə tutur.

Bu gün sürətlə çoxalmaqdə olan ictimai informasiya xidməti qurumları kompüter texnikasının köməyi ilə informasiya istehlakçılarının KİV-lə interaktiv əlaqələrini təmin edir. Belə xidmət qurumları digər informasiya kompaniyaları ilə qarşılıqlı əlaqə yaradaraq onların informasiyasını geniş diapazonda təqdim edir. Dünyanın çox güclü informasiya agentlikləri ictimai informasiya xidmətləri vasitəsilə sonsuz auditoriyaya çıxa bilir.

Müasir texnoloji imkanlar elə şərait yaratmışdır ki, bu əlaqələri eyni zaman kontekstində qurmaq mümkündür. İnteraktiv Jurnalistikada hamı ilə danışan jurnalist eyni zamanda hər kəslə də danışır, hər kəslə danışan jurnalist hamı ilə danışır. Belə vəziyyətdə auditoriya manipulyasiya, dezinformasiya obyektindən bərabərhüquqlu, qarşılıqlı informasiya subyektiə çevrilir. Məhz bu kontekstdə jurnalistika yeni keyfiyyət kəsb edərək özünün əsər uyğun cizgilərini göstərir.

İnteraktivlik daha çox yaradıcılıq cəhətdən rəngarəng müəllif jurnalistikasında mümkündür. «Bu jurnalistika yeni tip jurnalisti meydana çıxarır»<sup>1</sup>.

Bu gün sivil ölkələrdə redaksiyanın elektron arxiv, hökumət elektron sənədləri, ictimai informasiya xidmətlərinin köməyi,

<sup>1</sup> В.М.Горохов, Т.Э.Гринберг. Интерактивная журналистика: путь в будущее. «Информация и общество». М., 2000, стр. 86.

internet kimi mənbələr jurnalist araşdırması deyilən bir janrıň ugurla başa gəlməsinə çox kömək edir.

Yeni əsrde elektron jurnalistikən yeni inkişaf dalğası gözlənilir. Bu dalğa artıq elektron informasiya vasitələrinin digitallaşma prosesi ilə başlamışdır. Rəqəmlə elektron infomasiya vasitələri kimi başa düşülən bu keyfiyyət jurnalistikada informasiyanın maneəsiz ötürülməsi, tezliyin dəfələrlə artımı, təsvirin stereosəviyyəsi deməkdir. Hazırda ABŞ telekanalları rəsmi dövlət tələbi ilə, birmənalı olaraq, rəqəmlə texniki sistemə keçmişdir.

Əlbəttə, yeni əsrin jurnalistikasını təkcə texnologiya yeniliyi kimi başa düşmək sadəlövhük olardı. Yeni əsr jurnalitstdən həm də yeni yaradıcılıq ideyaları və onların ustalıqla gerçəkləşdirilməsi, hadisələrə və onların təhlillərinə obyektiv münasibət, peşə etikasının dünya praktikasında özünü doğruldan normalarına daha həssas münasibət, forma və üslubun əsrin xarakterinə uyğunluğu, jurnalistin cəmiyyət qarşısında sosial məsuliyyəti və s. məsələlərə diqqətlə yanaşmağı qətiyyətlə tələb edir.

Internet sisteminin yaranması və informasiya, media-sistemə çevriləməsi jurnalistikən XXI əsrin aparıcı ictimai institut statusunu daha da möhkəmletməyə zəmanət verir. Internetin inkişaf sürətini ifadə edən müqayisələrə diqqət edək: «Amerikada Rədionun 50 milyon auditoriya əldə etməsindən ötrü 38 il vaxt keçmişdir. Televiziya isə bu qədər auditoriyani 14 ildə qazanmışdır. Internet ABŞ-da cəmi bir ilin müddətində 50 milyonluq abunəçiye sahib olmuşdur»<sup>1</sup>. XXI əsrin belə bir güclü meyli göstərir ki, informasiya texnologiyasının yeni inkişaf tempi mətni, qrafik formanı, səsi – bunların hamisini rəqəm formasına keçirməkdədir. Bu mənada jurnalistikada daha bir termin işlək olmağa başlamışdır: digitallıq. Rəqəmləşmə. Məzmunun müasir kompüter dilinə çevriləməsi. Bu proses informasiyanın yaradılması və ötürülməsində, onun qəbul edilməsində bundan əvvəlki bütün ənənəvi maneələri arxada qoyur. Digitallıq ayrı-ayrı kütləvi informasiya vasitələri arasındaki fərqləri aradan qaldıraraq, konvergensiya yolu açır. Məhz bu mənada konvergensiya indi KIV-in gələcəyi haqqında müzakirələrin diskussiya obyekti nə

<sup>1</sup> От книги до Интернета. Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. М., 2000. стр. 38.

çevrilməkdədir. Belə bir elmi fikir də meydana çıxmışdır ki, yaxın on ildə konvergensiya prosesi nəinki KİV sistemini, habelə onunla bağlı sənaye sahələrini də tamamilə dəyişə bilər<sup>1</sup>. Texnoloji konvergensiya jurnalistika üçün çox vacib müasir keyfiyyət kimi qəbul edilən interaktivliyi gücləndirəcəkdir.

İnternetin tamamlamaqdə olduğu konvergensiya prosesində hələlik radio özünü sakit hiss edir. Səs nitqi İnternet vasitəsilə çox asan ötürülür və onu qəbul etmək üçün kompüterin və ona səs platasının əlavəsi kifayət edir. Televiziyanın İnternetdə möhkəm-lənməsi üçün telestrukturda xeyli dəyişiklik gözlənilir.

Lakin İnternetin problemləri olacaqdır. İndidən özünü göstərən bu problemlərdən biri onun informasiyalarındaki qeyri-dəqiqlik, keyfiyyətsizlikdir. Keyfiyyətli informasiyanı daha çox jurnalistlər, publisistlər verirlər.

Bu gün qəzet səhifələrində, telekanallarda bir faktın bir neçə şəkildə, qeyri-dəqiq təqdim olunması daha çox internet pintiliyi ilə əlaqədardır.

ABŞ-in iki nəhəng media məqnatının – informasiya texnologiyası istehsalına başçılıq edən kəsin və dünyanın «Nyu-York tayms kompanii» kimi nəhəng media nəşriyyatçısının fikirlərində hərənin özünə sərfəli proqnozla çıxışı göstərir ki, qəzeti gələcəyi haqqında fikirlərin obyektivliyi hələ o qədər də inandırıcı deyil. Əslində qəzeti gələcəyi haqqında narahatlıq notları jurnalistləri rəqabət meydanında daha yaradıcı və daha döyümlü olmağa dəvət edir. Doğrudur, hələlik ənənəvi qəzətlər yenə də xüsusi oxucu marağı ilə qarşılanır, keyfiyyətli jurnalistika özünü burada daha çox göstərir. Bütün dünyada, eləcə də Azərbaycanda peşəkar jurnalist təşkilatları elektron jurnalistikasından çox qəzeti jurnalistikasının inkişafına kömək göstərirler.

Qəzeti gələcəyi fonunda sahə mətbuatının coşgun inkişafı gözlənilir. Qəzətlər XXI əsrde ənənəvi funksiyalarını genişləndirməyə cəhd göstərəcəklər. Bu gün televiziya tipində özünü göstərən ictimai, cəmiyyət jurnalistikası gələcəyin qəzetiinin də bu yöndə formallaşacağı ehtimalını artırır. Mütəxəssislərin fikrincə, gələcəkdə də ən səviyyəli jurnalistika qəzeti səhifəsində olacaq və bu keyfiyyət uzun müddət özünü göstərəcəkdir”<sup>2</sup>. Beynəlxalq

<sup>1</sup> От книги до Интернета... М., 2000, стр. 39.

<sup>2</sup> Yenə orada , str. 81.

kommunikativistikada xüsusi nüfusa malik Y.N.Zasurski haqli qeyd edir ki, "qəzətin daha bir üstünlüyü ona hipertekstual xarakter verən dizayni ilə bağlıdır. Qəzeti əlimizə alarkən bize aydın olur ki, informasiya əldə etmək işində qəzətdən sərfəli heç nə yoxdur"<sup>1</sup>.

Qəzet hansı formada öz mövcudluğunu saxlaycaq – elektron, yoxsa çap formasında? Əvvəlcədən qeyd edək ki, hələlik çap versiyası olmayan elektron qəzətlər yoxdur. Gələcək informasiya istehlakçısının qəzətin çap formasından imtina edəcəyi gözlənilmir.

«Dizaynin əsas qanunlarından biri – qəzətdə bütün vasitələrin məzmuna xidmətini təmin etməkdir»<sup>2</sup>. Amerikanın «San Mateo times» qəzətinin redaktor müavini Mişel A.Karterin fikrincə, «gözəl dizayn mətnin qrafik elementlərlə – şriftlərlə, fotomateriallarla, diaqramlarla, ağ yerlərlə, sərlövhə və rubrikalarla səliqəli, səriştəli uzlaşmasını təmin etməkdir»<sup>3</sup>. Yaxşı dizayn bəzəkdən çox-çox əvvəl funksional keyfiyyətdir. Yaxşı dizayn forma xatırına deyil, məzmuna xidmət məqsədilə yaradılır. İndi oxucunun informasiyanı forma xatırına işlənmiş dizayn arasından axtarmağa vaxtı yoxdur. Amerika qəzet tərtibatı məktəbinin müasir nümayəndələri tərtibatda maksimum funksionallıq tələb edirlər.

Gələcəyin qəzeti şaquli tərtibatdan üfiqi tərtibata keçid mərhələsini yaşıyır. İndi tətbiq olunan sərlövhəaltılar Qərb Journalistikasında dəbdən düşməkdədir. Sərlövhə bir sətirlik olmalıdır. Və bu sərlövhə 32 işarədən artıq olmamalıdır. Bir sətirlik sərlövhələrin sadəlik prinsipinə xidməti nəzərə alınaraq bu formaya üstünlük verilməyə başlamışdır. İnfomasiya qrafikasının yaradılmasında «clip art» programının imkanları əvvəllər bu vəzifəni yerinə yetirən rəssam-qrafik ştatının artıq olduğunu sübut edir.

Şriftlerin seçilməsi, materialların yerləşdirilməsi üsulu, sərlövhə və mətn arasında boşluğun həcmi və s. kimi tərtibat elementlərinə qəzet işçilərinin müntəzəm xarakter verməsi getdikcə dünya praktikasında özünü göstərməkdədir.

Bu gün Azərbaycan qəzətlərində də ara-sıra özünü göstərən «buterbrod» sistemi – mətnin ən maraqlı məqamının ayrıca şriftlə

<sup>1</sup> От книги до Интернета... М., 2000, стр.32.

<sup>2</sup> Э.Д.Доржиева. Дизайн – новый этап в развитии газетной формы. Вестник МГУ, серия «Журналистика», №1, 1998, стр. 27.

<sup>3</sup> Мишель А.Кarter. Современный дизайн газет. М., 1995, стр. 16.

sərlövhə altına çıxardılması və xüsusi xətkeşlərlə fərqləndirilməsi də dəbə düşməkdədir.

Biznes dünyasında satılan malın gözəl qablaşdırılması çox böyük rol oynadığı kimi, informasiya da beləcə ağıllı «qablaşdırma» tələb edir. Qəzet dizaynının ciddi vəzifələrindən biri məhz budur.

Müasir qəzetçilik işində kompozisiya – qrafik modelləşmə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Bu, praktik işdir və qəzetiñ strukturuna, xarici görünüşünə sabitlik verir. Son on ildə Azərbaycan qəzet dizaynı xeyli inkişaf etmiş, onun elementləri geniş demokratik xarakter almışdır. Lakin hələlik dünya qəzet praktikasının inkişaf səviyyəsindən qəbul ediləcək bir çox keyfiyyətlər mövcuddur ki, qəzet jurnalistikası bunu nəzərə almalıdır.

### İnternetdə informasiya axtarışı

İnternetdə milyonlarla informasiya var. Ötən əsrin 80-ci illərinə qədər informasiyanı tapmaq böyük çətinlik törədirdi. 90-ci illərin əvvəllerində isə Internetdə məlumat xidmeti təşkil olundu. Onları 2 hissəyə bölmək olar: universal və xüsusiləşdirilmiş. Universal xidmətdə strukturlaşdırılmamış sənədlərdə axtarış aparmaq üçün istifadəçi lazımlı olan söz və ya söz birləşməsini yazır. Universal xidmət axtarışı aşağıdakı funksiyaları həyata keçirir.

1. Xüsusi program (axtarış robotu) Internetdə fasiləsiz olaraq səhifələrə baxır, müvafiq sözün mövcud olduğu sənədlərin ünvanını tapır. Veb server istifadəcidiñ axtarış üçün sorğu alır, araşdırır və xüsusi program olan axtarış maşınınə verir.

2. Axtarış maşını verilən indekslər bazasına baxır, sorğunun tələblərinə cavab verən səhifələrin siyahısını hazırlayır və veb-serverə qaytarır.

3. Veb-server nəticələri sorğuya əsasən ümumiləşdirib istifadəçiye rahat formada onun kompüterinə göndərir. Qrafik informasiyanın, o cümlədən, videoinformasiyanın axtarılması kompüter texnologiyalarında problem olaraq qalır. İxtisaslaşdırılmış məlumat xidmətləri bu və ya digər tematika üzrə server ünvanları haqqında strukturlaşdırılmış məlumatların toplandığı tematik kataloqlardan ibarətdir. İndekslerin universal bazalarından fərqli olaraq tematik kataloqlar mütəxəssislər tərəfindən hazırlanır və şəbəkə haqqında daha artıq sistemləşdirilmiş, ciddi məlumatlarla müştəriləri təmin edir. Bundan başqa Internetdə bir çox saytların

özünün axtarış mexanizmleri var. Internet demek olar ki, bütün zümrədən olan insanlar maraqlanırlar. Kimi əylənmək, kimisi özünə iş portnyoru tapmaq, kimisi dünyada baş vern son yenilikləri izləmək üçün hər gün qıymətli vaxtının böyük hissəsini kompüter qarşısında keçirir. Internet səyahətçilərinin zövqləri müxtəlif olsa da, beynəlxalq şəbəkə hamiya kömək etmək iqtidarındadır. İstəniləni almaq üçün sadəcə ünvani göstərmək kifayətdir. İnformasiyanı sistemləşdirilmiş qaydada almaqda əsas-ana səhifələrin böyük rolu var. Hazırda müxtəlif qəzetlərin, müəssisələrin, agentliklərin əsas səhifələrini fotosəkillər və yazı materiallarının başlıqları bəzəyir. Bəzi hallarda isə videosüjetlər və səs də bu sıraya qoşulur. Cəlbedici titul səhifələri artıq növbəti səhifələrdə hansı informasiyanın yerləşməsindən xəbər verir. Qeyd edək ki, bu səhifələrin hazırlanması və davamlı olaraq yenilənməsi olduqca çətin prosesdir. Internet yarandığı gündən yaşamın demek olar ki, bütün sahələrinə yüksək sürətlə nüfuz etməyə başladı və böyük uğur qazandı. O, indi artıq kütləvi informasiya vasitəsi kimi də tədqiq olunur. Bu sıradə onun digər KİV nümayəndələrilə əlaqələri öyrənilir. Belə hesab olunur ki, Internetin televiziyyadan fərqi onun aktiv istifadə üçün nəzərdə tutulan şəbəkəsinin interaktiv qaydada işləməsidir. TV-də bir kanaldan başqasına keçməklə istədiyimiz hadisəni izləyə bilirik, ancaq müdaxilə etmək imkanımız yoxdur. Internetdə isə bizim proseslərə qoşulmaq şansımız yetərincədir. Ona görə də o sərhədsiz hesab olunur. Əgər Internet TV-dən öz üstünlüklerilə seçilirsə, artıq digər KİV-dən danışmağa dəymez. Ancaq yenə də o, rahat divanda yerini rahatlayıb qəzet oxumağı əvəz etmir. Konservatorlar belə düşünür. Onların nə düşünməsinə baxmayaraq, bütün dünyada Internet istifadəçilərinin sayı durmadan artır. Emarketer kompaniyasının proqnozlara görə, Hindistan və Çin Internet istifadəçilərinin sayına görə Yaponiyani yaxın illərdə çox geridə qoyacaq. Ötən il çinli istifadəçilərin sayı 21 milyon olub. Hindistanda şəbəkə ilə 9 milyon nəfər maraqlanıb. 1999-cu ildə müvafiq olaraq bu rəqəm 2,5 milyon və 270 min nəfər təşkil edib. Yaponiya isə 31 milyon nəfərlə hələ ki, birinci olub. Ancaq proqnozlara görə, bu rəqəm tezliklə yerini dəyişəcək. Ümumiyyətlə isə bu gün Avropada 31,5, Asiya və Okeaniyada 30,9, Şimali Amerikada 30,1, Latin Amerikasında 5,5, Afrika və Yaxın Şərqdə 1 faiz Internet istifadəçisi var. Digər bir təşkilat - Cartner Dataquest şirkətinin hesablamalarına görə isə iki ildən

sonra Asiyada Internet istifadəçilərinin sayı 180 milyonu keçəcək. Digər bir mənbə isə bu rəqəmin 248 milyon olacağını proqnozlaşdırır. Amerikada isə bu rəqəm 160 milyon olacaq. Qərbi Avropa Amerikayla eyni miqdarda istifadəçi toplayacaq. İstifadəçilərin sayında Asiyaya uduzan ABŞ başqa göstəricilərdə birincilik qazanacaq. 2005-ci ildə İnterneta qoşulma xidməti göstərməyin qiyməti Asiyada 17 milyard, Amerikada 21 milyard dollar olacaq. Amerikalı provayderlər öz müştərilərinə daha rəngarəng xidmət növləri təklif edəcəklər. ABŞ Kommersiya Departamentinin açıqlamalarına görə, ölkə əhalisinin yarısı Internetdən istifadə edir. Hər 10 amerikalı şagirdin 9-nun ya evdən, ya da məktəbdən şəbəkəyə çıxışı var. Qeyd edək ki, merikada uşaqların kiçik yaşlarından Internetlə maraqlanması hökumət tərəfindən alqışlanır. Çünkü belə hesab edilir ki, sabah Amerika iqtisadiyyatı güclü əllərdə olacaq. Xatırladaq ki, bütün dünyada ən ucuz Internet Amerikadır. Burada şəbəkəyə anlimit qoşulmaq təxminən 20 dollara başa gəlir. Ev telefonunu məşğul saxlamamaq üçün ayrıca telefon xətti çəkdirmək 80 dollar tələb edir. Ona görə də amerikalılar maliyyə problemi yaşamadan rahatca Internetin xidmətlərindən istifadə edə bilirlər. Internetin bütün dünyada yüksək inkişafına baxmayaraq, hələ də elə ölkələr var ki, şəbəkə onlar üçün elçatmazdır. Məsələn, Latin Amerikası ölkələrində əhalinin cəmi 4 fai zi Internetlə tanışdır. Ancaq son illər burada yeni texnologiyaların mənşənilməsi istiqamətində ciddi işlər gedir. Belə ki, sözügedən ölkələrdə Internet layihələrindən gələn gəlir 1999-cu ildə 600 milyon dollardan 2003-cü ildə 10 milyard dollara çatıb.

### **Internet televiziyası özü ilə nə getirəcək?**

Internetin sürətli inkişafı onun bir çox sahələrinin yaranmasıyla nəticələnir. Məsələn, yaxın illərdə Internet TV-lərdən istifadə olunacağı bildirilir. Beş ildən sonra ilk dəfə ingilislərin belə TV seyr edəcəklərini söyləyirlər. Jupiter MMXI şirkətinin son hesablamalarına görə, 2005-ci ildə ingilis ailələrinin yarısı Internet TV-yə qoşulmağa imkan verən rəqəmlı televizorlara malik olacaqlar. İndi bu üstünlüyə malik olmalarıyla 7 milyon ingilis fəxr edə bilər. Rəqəmli TV-nin imkanları insanlara interaktiv qaydada proqramlara baxmağa şərait yaradır. Həmçinin onun köməyiylə mal si-faris vermək, ticarət sazişləri bağlamaq, turist gəzintiləri təşkil etmək olar. Proqnozlara görə, rəqəmli TV-lərin olmasına baxmaya-

raq, onlayn sistemdə alver sahəsində yənə də Internet liderliyini saxlayacaq. 2005-ci ildə kompüter vasitəsilə alver etməkdən 18,1 milyard avro gəlir götürüləcəyi proqnozlaşdırılır. Rəqəmli TV-də isə bu rəqəm 5,2 milyard avro olacaq. Kompüter vasitəsilə bir qayda olaraq bahalı məhsulların alınmasına maraq göstəriləcək. TV isə daha ucuz mallar üçün alver meydanı olacaq. İnteraktiv TV-nin əmələ gəlməsilə şəbəkəyə qoşulanların da sayının artacağı proqnozlaşdırılır. Internet TV-dən önce isə artıq uzun illərdir ki, Internet qəzetlər mövcuddur və çox uğurla da bu gün fəaliyyətlərini davam etdirirlər. Bu gün istənilən dünya qəzetiinin elektron variantının olmaması təəccübə qarşılanır. Hətta yeni nəşrə başlayan qəzetlər belə oxucularının sayını maksimuma çatdırmaq üçün vəb ünvanlarının olmasına çalışırlar. 70-ci illərdə Amerikada axşam qəzetləri öz nəşrini dayandırdı. Çox sayılı telekanallar axşam qəzetlərinin funksiyalarını öz üzərlərinə götürdü. Qəzetlərin səhər buraxılışını oxuyan amerikalı üçün aldığı informasiya bəs etməyə başladı. Internetin sürətli inkişafını əsas gətirən bəzi mütəxəssislər səhər qəzetlərini də axşam nəşrlərinin taleyi gözlədiyini söyləyirlər. Son on ildə Amerikada gündəlik qəzetlərin oxucularının sayı ildə 600 min nəfər olmaqla azalıb. Qəzet oxucularının 64 faizi yaşlı nəslə mənsubdur. 30 il əvvəl isə onlar 81 faiz təşkil edirdilər. 90-ci illərin ortalarında şəbəkədə bütün dünya üzrə qəzetlərin elektron ünvanlarının sayı mini keçmişdi. Qeyd edək ki, təkcə Rusiyanın gündəlik oxu layihələrini hər gün 200 minə qədər adam oxuyur. Bu da məşhur çap məhsullarının tiraşlarına bərabər göstəricidir. Müşahidələr göstərir ki, Internet KİV-in oxucuları günü-gündən artır. Bunun bir çox obyektiv səbəbləri var. Birincisi, Internetdən informasiyanı kifayət qədər daha operativ şəkildə əldə etmək mümkündür. Çap məhsulu ən yaxşı halda dünən baş vermiş olaylar haqqında məlumat verir. Internet isə həmin anda oxucusuna bu baradə bilgi çatdırır. Bu xüsusiyəti onu ənənəvi elektron KİV-lə yaxınlaşdırır. Belə məlum olur ki, Internet yalnız informasiya mənbəyi deyil, həm də sorğu kitabçasıdır. Bundan başqa, şəbəkədə olan hər kəs - tələbə, biznesmen, reklam agenti, siyasetçi ona lazım olan informasiyaya başqalarından daha tez yetişmək üçün mütləq qəzetlərin elektron variantlarını nəzərdən keçirir. Axı burada ucuz kirayə ev elanı, birjada aksiyaların qiymətinin qalxması və ya opponent haqqında hansısa kompromatı birinci olaraq oxumaq mümkündür. Çox vaxt qəzetlərin elektron versiyaları

çap məhsulundan daha sürətli işləyir. Şəbəkənin verdiyi üstünlük-lərdən yararlanaraq, qəzetlər öz çap məhsullarına da oxucu diq-qəti ayırmağı bacarırlar. Buna görə də onlara olan etibar günü-gündən artmaqdadır. Eyni zamanda çap məhsullarından fərqli olaraq, Internet səhifələri üçün kağıza və çatdırılmaya görə pul ödəmək lazımlırm. 1999-cu ilin sentyabrında "Vaşinqton post" PM Extra adlı gündəlik əlavəsinin nəşrinə başladı. O, özünə çoxlu oxucu topladı. [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com) saytı 2000-ci ildə fevral ayı ərzində 81 milyon baxılmış səhifəyə imza atıb. Elektron versiya-nın saxlanması "Vaşinqton post" 1998-ci ildə 67 milyon dollar xərcleyib. Qəzətin elektron variantı üçün ayrıca icarəyə götürmiş üçmərtəbeli binada isə 220 əməkdaş çalışır. Qeyd edək ki, qəzet-lərin e-variantından başqa, bu gün şəbəkədə elektron qəzetlərin də öz yeri var və kağız qəzetləri bir xeyli qabaqlayırlar. Onların informasiyalarından bir qayda olaraq sabah satışa çıxacaq qəzet-lər geniş şəkildə istifadə edirlər. Bu, əsasən beynəlxalq xəbərləri əldə etdikdə və hansısa tematik səhifəni hazırladıqda özünü göstərir. Ancaq Internet qəzetlərinin üstünlüklərindən başqa onun gə-tirdiyi pislikləri də unutmaq olmaz. Anonimlik dezinformasiya, plagiarism, ekstremizm, pornoqrafiyaya yol açır. Yaxşı ki, böyük qə-zet layihələrində belə şeylərə rast gəlmək mümkün süzdür. Azərbaycan oxucusu bu gün daha çox rusdilli elektron qəzetlərə müra-ciət edir. [utro.ru](http://utro.ru), [gazeta.ru](http://gazeta.ru), [vesti.ru](http://vesti.ru), [smi.ru](http://smi.ru), [lenta.ru](http://lenta.ru) belə saytlar-dandır. Internetdən informasiya alınması üçün yararlanmaq bu gün digər məqsədləri geridə qoyur. Bu məlumatlar şübhəsiz ki, təkcə dünyada baş verən siyasi olaylar və ya Culiya Robertsin yeni eşq macərası ilə məhdudlaşdır. İnsanları öz ölkəsində baş ve-rən və birbaşa olaraq onun yaşamına təsir edəcək informasiyalar da maraqlandırır. Öz dövlətinin, hökumətinin apardığı islahatlar, yeni açılan iş yerləri hər bir vətəndaşın maraqqı dairəsindədir. Və-təndaşların tələbatını nəzərə alaraq, bu gün bütün dünya ölkələ-rində e-hökumət ideyası dəsteklənir və həyata keçirilir. Belə ki, iki il öncə - "2002-ci il Eurore Action Plan" programına görə Avro-pada 2005-ci ilə qədər elektron hökumətin yaradılması nəzərdə tutulub. Məqsəd vətəndaşların hökumətin gördüyü işlərdən Internet vasitəsilə xəbər tutmalarını təmin etməkdir. Artıq bir neçə ölkədə bu layihə realliga çevrilib. Qeyd edək ki, e-hökumətlərin ya-radılması işində dünyanın məşhur firmaları öncül yerləri tuturlar. Məsələn, Estonia, Latviya və Litvada bu işi MICROSOFT və

Arthur Andersen kimi nəhənglər yerinə yetirir. Bolqarıstanda beynəlxalq Newlett-Packard, IBM, Microsoft və Cisco Systems kimi kompaniyaların yerli ofisləri proyektin reallaşmasına girişiblər. Ümumilikdə bütün Avropa bu işin görülmüş hissəsinə 1,3 milyard dollar xərcleyib. 2005-ci ildə isə bu rəqəm 4 milyard dollar olacaq. Artıq bir çox ölkələrdə e-hökumətlərin yaradılması istiqamətində mühüm işlər görülüb. Belə ki, Şimali Amerikanın 51, Avropanın 34, Asyanın 34, Yaxın Şərqi 31, Rusiya və Orta Asyanın 30,9, Cənubi Amerikanın 30,7, Mərkəzi Amerikanın 27,7, Afrikanın isə 23,5 faizində elektron hökumətin yaradılmasının ilk mərhələləri reallaşdırılıb. Keyfiyyətə gəldikdə Şimali Amerika və Sakit okean adalarının xidmətləri daha böyükdür. Asiya, Cənubi Amerika və Avropanın portallarında sənədlərin çapı boldur. Sakit okean hövzəsində xidmətin çoxluğu burada böyük turizm şəbəkəsinin olmasıyla xarakterizə edilir. Informasiyanın digər dillərə tərcüməsi Rusiya, Orta Asiya, Avropa, Asiya və Yaxın Şərqi ölkələrində daha güclü şəkildə diqqət çəkir. Statistika göstərir ki, 2001-ci ildə inkişaf etmiş ölkələrin əhalisinin 26 faizi e-hökumətlərin xidmətlərindən yararlanıb. 9 faiz isə rəsmi sənədlərin çap edilməsi üçün bu saytlara müraciət edib. 7 faiz isə hansısa bir informasiyanı hökumət orqanına vermək üçün İnterneta daxil olub. Qeyd etmək lazımdır ki, bu günə qədər e-hökumətin dili bütün dünyada ingilis dilində verilir. Milli veb-saytların demək olar ki, 72 faizi ingilis dilində tərcümələri də təqdim edir. E-hökumət yaratmış ölkələrin 45 faizinin veb-sayıtı iki dildədir. İngilis dilindən sonra ən populyar olan diller ispan, fransız, rus, alman, italyan, portuqal, ərəb və çin dilləridir. Veb-saytların sayına görə 57,2 faizlə ABŞ birinci yerdə durur. Sonra Tayvan, Avstraliya, Kanada və digər ölkələr gəlir. İnkişaf etmiş ölkələrin e-hökumət layihəsində qazandığı uğurlar bəzi inkişaf etməkdə olan ölkələri də həvəsləndirib. Keçmiş sovet məkanında bu sahədə ilk yerləri Rusiya, Ukrayna və Qazaxıstan tutur. Onlarda bu işin demək olar ki, 10-15 faizi yüksək səviyyədə görülüb və proses böyük sürətlə davam etdirilir. Azərbaycan haqqında isə belə rahatlıqla danışa bilməyəcəyik. Çünkü bu sahədə işlərin görülməsi üçün ilkin hazırlıq mərhələsi belə dəf edilməyib.

## Domenlər

Internet infrastrukturun əsas resurslarından biri də şəbəkəyə qoşulmuş milyonlarla kompüterin, veb-serverin ünvan (ad) sistemidir. Belə ki, Internetdə qarşılıqlı əlaqə üçün informasiya mübadiləsi üçün bütün kompüterlər, sədə dildə desək, nömrələnir. Yəni real həyatda hər bir insanın adı, hər bir məkanın koordinatı olduğu kimi, virtual dünyada da şəbəkəyə qoşulmuş hər bir kompüterin nömrəsi olur. Fərqli ondadır ki, eyni adlı minlərlə insan, ancaq, Internetdə eyni adda yalnız bir kompüter ola bilər. Məsələn, "www.microsoft.com" "207.46.130.45" ünvanında yerləşir. Belə ünvan IP (Internet Protokol) ünvan adlanır. Bu cür xüsusi adlara domen adları deyilir. Internetdə domenlərlə işləmək daha asandır. Göründüyü kimi, veb-server yaratmaq istəyən bir şəxs ilk növbədə ona ad da qoymalıdır ki, şəbəkədə axtarış tapmaq mümkün olsun. Domen adları xüsusi kompüterlər vasitəsilə müvafiq IP ünvanına çevirilir. Bu kompüterləri "Domain Name Server" və ya DNS adlanır. Domen adının indeks hissəsi isə saytın növünü və ya saytın coğrafi yerləşməsini müəyyən edir. Məsələn, növlərə görə: ".com" - kommersiya, məsələn, "www.microsoft.com"; ".org" - qeyri-kommersiya-[www.soros.org](http://www.soros.org), ".edu"-təhsil- "www.scsu.edu". Coğrafi yerləşməyə görə isə aşağıdakı misalları göstərə bilərik. ".yr" - Yaponiya - "www.sony.yr"; ".ru" - Rusiya - "www.rambler.ru"; ".az" - Azərbaycan - "www.box.az" və s. Domen adları bir neçə səviyyəli ola bilər. Real istifadə olunan yalnız 2 və ondan yuxarı səviyyəli domenlərdir. Məsələn, "www.ilki10.com" ikinci səviyyəli domendir. Lakin "www.musiqi.ilki10.com" isə 3-cü səviyyəlidir. Üçüncü səviyyəli domenləri pulsuz əldə etmək mümkün olduğu halda, ikinci səviyyəli domen adları pulla satılır. Məsələn, ".com", ".net", ".az" və s. Lakin ikinci səviyyəli elə domen adları var ki, onları pulsuz da əldə etmək olar. Bu, kiçik bir ada olan Tokelau dövlətinə aid ".tk" domenidir. Bu domenin pulsuz olması Tokelau dövlətinin bütün dünyada tanınmasına səbəb olub. Ən azı aktiv Internet istifadəçiləri bu kiçik dövləti artıq tanıyırlar. Digər tərəfdən də domen istifadəçiyə reklam əvəzinə verilir. Yəni istifadəçi domenden istifadə etdikdə müəyyən vaxtdan sonra sayıta girən hər bir şəxsə kiçik reklam pəncərəsi göstərir. Qeyd edək ki, domeni ayda minimum 30 nəfər ziyarət etməzsə, o bağlanır. Adlar zonasının müəyyənləşdirilməsi məsələsi ilə Internetdə ən yuxarı səviyyədə ABŞ hökü-

məti qarşısında məsuliyyət daşıyan ICANN (The Internet Corroration for Assigned Names and Numbers) adlı təşkilat ([www.icann.org](http://www.icann.org)) məşğuludur. Onun tərəfindən yaradılan IANA (Internet Assignes Numbers Authority) - Internet Adlarının Qeydiyyat Təşkilatı ([www.iana.org](http://www.iana.org)) qlobal ərazilər üzrə (əsasən Avropa, Asiya və Amerika) regionları üzrə adlar fəzاسını müəyyənləşdirəcək təşkilatları əlaqələndirir. Avropa üzrə konkret bu işlə RIPE (Reseaux IP Euroreens) - Avropa üzrə Internet Adlarının Qeydiyyatı Qurumu ([www.ripe.net](http://www.ripe.net)) məşğul olur. Məhz bu təşkilat bütün bütün Avropa ölkələri, o cümlədən, Azərbaycan üzrə Internet adları ilə məşğul olan qurumu (şəxsi) müəyyənləşdirir (11). Yuxarıda qeyd olunan fealiyyət sahələri üzrə (com, org, edu, net və s.) adların verilməsi ilə son dövrlərədək yalnız InterNic adlı beynəlxalq təşkilat məşğul olurdu. 1999-cu ildən isə ABŞ hökmətinin tövsiyyəsi ilə bu cür adların verilməsində monopoliya aradan qaldırılıb. Hazırda bu işlə yüzdən yuxarı qurum məşğuldur. Qeyd olunan səviyyəli adlar almaq istəyənlər [www.internic.net/alra.html](http://www.internic.net/alra.html) səhifəsinə müraciət edə bilərlər.

### **Virtual ünsiyyət vasitələri**

İstifadəçilər şəbəkədən informasiya almaqdan başqa, burada həm də başqaları ilə əlaqə yaradırlar. Bu əlaqə həm sırf firma işlərinə aid ola, həm də kiməsə könül dostu çəzandırı bilər. Ünsiyyət qurmağın isə aşağıdakı üsulları var. Elektron poçt - zərfsiz məktub hazırda Internetdə ən çox müraciət olunan ünsiyyət vasitəsidir. Hesablamalar göstərir ki, bütün dünyada 50 milyondan yuxarı elektron poçt istifadəçisi var. Veb-poçtlar istifadəçinin Internetdə yerləşən şəxsi poçt qutusudur. Yəni istifadəçinin göndərdiyi və qəbul etdiyi e-məktublar onun işlədiyi kompüterdə deyil, xidməti təklif edən veb-poçt serverlərində yerləşir. Üstün cəhətləri budur ki, məktublaşma üçün adı Internet bələdçilərindən istifadə etmək kifayətdir. Heç bir əlavə program quraşdırmağa, e-poçtun parametrlərini kökləməyə ehtiyac yoxdur. İstifadəçi öz e-poçtunu Internetə qoşulmuş istənilən kompüterdə yoxlaya bilər. Çünkü poçt qutusuna daxilolma adı Internet səhifəsinin yüklənməsindən fərqli deyil. "Veb-poçt" adı da buradan götürülüb. E-mail (Elektronic mail) vasitəsilə istifadəçi avtomatik olaraq məktublara cavab verə, eyni məktubu bir neçə ünvana göndərə, ona gələn məktubu başqa adama yollaya bilir. Hər iki istifadəçi - alan və göndərən

yerli poçt xidməti funksiyasını həyata keçirən provayderlə iş görür. Onun serveri daimi olaraq açıqdır və vinçesterində rəsmi olaraq qeydiyyat keçmiş abonentlər üçün aparılan yazışmaların saxlanması təmin edən "poçt qutuları"na yer ayrılib. İstifadəçinin elektron poçt ünvanı poçt şöbəsində icarəyə götürdüyü poçt qutusuna uyğun gəlir. Onun göndərdiyi məktublar avtomatik olaraq öz ünvanına çatdırılır, gələn məktublar isə qutuda onları götürəcəyi vaxtı gözləyir. İstifadəçi elektron ünvanı olan istənilən şəxsdən məktub alıb göndərə bilir. Elektron poçtun başlığı 3 hissəyə bölünür. Birinci bölmədə istifadəçinin öz ünvanı göstərilir. İkinci hissəyə göndərilən şəxsin ünvanı yerləşdirilir. "Subiect" hissəsində isə məktubun məzmunu qisaca olaraq yazılır. Elektron məktubun digər yazılı formalarından fərqli olaraq, o, bir neçə dəqiqəyə ünvana çatır. Həm də daha ucuz başa gəlir. Adı poçt xidmətindən fərqli olaraq e-mail öz məktublarını itirmir. Ancaq unutmaq olmaz ki, elektron poçt vasitəsilə istifadəçini biabır edəcək informasiyaların yazılması mənfi sonluqla nəticələnə bilər. Çünkü anonimlik qorunmur.

### Telekonfranslar

Şəbəkə informasiya xidmətlərinin digər növləri elektron qəzətə abunə yazılmağı xatırladır. Onun müəllifləri ümumi maraqların birləşdirdiyi şəbəkə istifadəçilərinin özləridir. Bir çox provayderlər cüzi ödəməylə iştirak edilməsi mümkün olan konfransların siyahısını öz abonentlərinə göndərir. Bu yolla hər bir vasitəçi mütemadi olaraq müvafiq tematikaya aid məqalə başlıqlarını ala bilir. Başlıqlar identifikasiyalı nömrələr altında verilir. Konfrans iştirakçılarının heç bir siyahısı yoxdur. Onun məlumatlarını alan hər kəs oraya informasiya göndərə bilər. Gəndərilən bütün informasiyalar mövzusuna görə qruplaşdırılır. Hər bir qruplaşdırılmış bölməyə abunə yazılmak lazımdır. İstifadəçi də məlumat göndərəndə qeyd etməlidir ki, o, hansı qrupa aiddir. İşləmə mexanizminə görə, elekonfrans elektron poçtu xatırladır. Ancaq onunla fərqlənir ki, istifadəçinin göndərdiyi məktubu çox sayıda insan oxuyur. Hansısa bir qrupla işləməyə başlayarkən, istifadəçi mütləq qaydalara tanış olmalıdır. Könüllü şəkildə koordinatorluğun boynuna götürmiş moderatorla əlaqə saxlamalıdır. Telekonfransda informasiya da 2 növə bölünür: moderləşdirilmiş və adı. Moderləşdirilmiş qrupda olan informasiyalar şəbəkəyə ötürülməmişdən önce

moderator tərəfindən oxunur. Bu bir qədər senzura deməkdir. Konfrans zamanı istifadəçinin müzakirələrə qoşulmaq şansı ar. O, müvafiq proqramlar vasitəsilə informasiya qruplarıyla işləyir və istədiyi mövzuya dair müzakirələri qaçırmamaq üçün işini asanlaşdırır. İstifadəçi məsələyə öz şərhini verə bilir və suallarını istədiyi adama ünvanlayır. Telekonfranslar zamanı insanlar öz həmfikirlərini tapır, fan-klublar yaradır, elmi müəssisələr təsis edirlər. Burada əsasən peşəkarlar güclərini sınayırlar. Öz sahələrinə uyğun mühüm informasiyaları çox zaman onlar konfranslardan öyrənirlər. Peşəkarlar şəbəkə ünsiyyətində heç bir psixoloji problemlər yaşamırlar.

### *Internet Real Chat - Internetdə real ünsiyyət və ya sadəcə Çat*

On minlərlə insanın eyni zamanda Internetdə danışması ar-tıq adı hala çevrilib. Dostlar və bir-birini tanımayan insanlar sadəcə səhbətləşmək üçün Çata müraciət edirlər. İstifadəçinin səhbətdə iştirak etməsi üçün müvafiq kanala qoşulması lazımdır. Hər bir kanal aparılan səhbətin mövzusuna uyğun ada maldikdir. Bəzən isə bu qayda gözlənilmir. Çat Internet istifadəçilərinin bir-birlərini görmədən və eşitmədən ünsiyyət qurduğu vasitədir. Burada hər bir iştirakçı nick-ə malikdir. Kikin adının seçilməsi iştirakçının virtual obrazının təsəvvüründə mühüm rol oynayır. Internetdəki niklərdən böyük portret qalereyası düzəltmək mümkündür. Burada ədəbi personajlara, heyvanlara, məişət əşyalarına və digər qeyri-adi adlara rast gəlmək olur. Çat insanların özlerini daha azad hiss etdikləri yerdir. Bütün ömürləri boyu heç kimlə müzakirə etmədikləri mövzuları tanımadıqları adamlarlarla rahatca bönüşürələr. Bəzi mütəxəssislər Çatın çox zərərli vərdiş olduğunu söyləyir, digərləri isə onun bir həyat tərzi olduğunu iddia edirlər. ICQ "I Seek Üou" - "Mən səni axtarıram" və yaxud sadəcə "aska" proqramı dostlarla on-line rejimində danışmağa yardımçı olur. Elektron poçt prinsipiylə işləyir. Ancaq daha sürətli xidmət göstərir. Bu üsul insanların bir-birlərinə qısa qeydlər yazmasını xatırladır. Aska vasitəsilə yalnız istədiyin adamlarla danışmaq mümkündür. Yəni seçim istifadəçinin özündə qahr. Heç kim ona müdaxilə edə bilmir.

## **Şəbəkə oyunları**

Bu oyunlarda iştirakçı eyni vaxtda bir neçə niklə oyuna qoşula bilmez. Ümumilikdə isə şəbəkə oyunlarını aşağıdakı kateqoriyalara bölmək olar. Brodilka - qeyri-şəbəkə oyunlarından az fərqlənir. Ancaq burada dostlarla bərabər səyahət etmək, bir-biri-nə replikalar atmaq imkanı var. Bu oyunda müxtəlif planlı, digərləri üçün qapalı olan az sayda personaj var. Onların hər birinin fərdi xüsusiyyətləri mövcuddur. Personajların hərəkət trayektoriyası isə öncədən yazılmış ssenari üzrə gedir.

Strateji - onlar da qeyri-şəbəkə oyunlarından az fərqlənir. Ancaq əlbəttə ki, kompüterlə oynamadansa, real düşmənlərlə vuruşmaq daha yaxşıdır. Həm də onlarla ünsiyyətdə olmaq mümkündür.

Quake, qovma və s. Burada həvəs böyük rol oynayır. Statistika göstərir ki, belə oyunlardan bir neçə saat sonra insanlar aqressiv olurlar. Belə bir hal boyevik filmlərdən sonra da yaşanır. Lakin şəbəkə oyunun iştirakçı daha aqressiv olur. Çünkü o, nəinki baxır və həyəcanlanır, həm də özü prosesdə iştirak edir. Şəbəkə oyunları insanı real dünyadan, problemlərdən, gərginlikdən uzaqlaşdırır və uzun müddət oynadıqda həyatın ayrılmaz hissəsinə çevrilir. Cox maşğıl olan adamlar bir qayda olaraq belə oyunlardan uzaq durmağa çalışır. "Virtual narkotika" onların gündəlik iş rejimində ciddi təsir edir. Daha çox yeniyetmələrin müraciət etdikləri şəbəkə oyunları azarkeşlərinin ruhuna uyğun olmaqlarıyla seçilir. Mütəxəssislər hesab edir ki, Internetdən istifadədə əsas məqam virtual həyatı real həyatla qarışdırmamaqdır.

## **Virtual şəhərlər**

Bütün dünyada artıq yüz minlərlə insan Internetdə bir yerdə "yaşayırlar". Onların virtual şəhərləri mövcuddur. Belə şəhərlərdə yaşayan insanlar artıq kompüterin qarşısından dura bilmirlər. Bu, özlüyündə həmfikir insanların yiğisidəqləri klubları xatırladır. Onlar öz fikirlərini bölüşür, məsləhət alır, tanımadığı həmfikiriyə dərdləşirlər. Bu şəhərlərdə insanlar 3 qrupa bölünür: moderatorlar bu dünyaya girişə icazə verir, onun qaydalarını müəyyənləşir, sadəcə müşahidəçilər var ki, sakınlərin yaşamını izleyirlər. Sakinlərin isə virtual evləri olur. Onlara tez-tez qonaqlar gəlir. Burada artıq yazılmış ssenari üzrə hərəkət edilmir. Bir yerə yiğmiş insanların fantaziyasına uyğun olaraq reallaşdırılır. Yaradıcı-

lıq nümuneleri monoloq, dialoq şəklində özünü göstərir, insanlar dalaşır və barişırlar. Hətta uzun müddətdən sonra tanımadıqları insanlardan ötrü darixırlar. Əksər vaxtlarda oyunun nəticəsi olaraq iştirakçılar görüşülər. Ancaq heç də həmişə virtual aləmdəki zövqü ala bilmir. İnsanın canlı ünsiyəti zamanı məsələlər heç də müsbət yönündə inkişaf etmir.

### Klublar

Klublar konfrans və çatdan eyni zamanda istifadə etməkdən əmələ gelir. Klubda iştirakçının yalnız bir niki olur. Onu xüsusi sorğu verdikdən sonra dəyişmək mümkünür. İnsanlar bu klublara uzun müddətə yişirlər. Yalnız bir-biri üçün maraqlı olanlar bir araya gelir. Yad adamlara ehtiyatla yanaşır, moderatorlar isə klubun normalarının qorunmasına qısqanc yanaşırlar. ÇAT-da olduğu kimi istənilən vaxtda səhbətə girişmək mümkün deyil. Sizi güllerək sıradan çıxarar, ən yaxşı halda isə əhəmiyyət verməzlər. Burada əsasən intellektual insanlar yişir və Internetdən əhatə dairələrini genişləndirmək üçün yararlanırlar. Internetdə tapılma-yan sahə, demək olar ki, ümumiyyətlə, təbiətdə mövcud deyil. Burada elmdən tutmuş hakerlərəcən hər şey var. Şəbəkə insan qanunlarıyla yaşayaraq, bizim reallığı eks etdirir. Internetdə insan olduğundan daha yaxşı görünməyə çalışır. O, fikirlərini tanımadığı insanlarla bölüşsə də, özünün pis cəhətlərini üzünü görmədiyi insanların bilməsini istəmir. O, daxilən təmizlənməyə, yeni virtual tanışının qarşısında üzüağ olmağa çalışır. Onu öncədən tanıyanlar nəyinse dəyişəcəyinə, onun doğru yola qayıdacağına inanırlar. Ancaq qeyri-tanış insanlar ona ürək-dirək verir, vəziyyətdən çıxış yolları göstərir və ən əsası ona inanırlar. Internetin insanlara psixoloji təsiri haqqında uzun-uzadı danışmaq olar. Ancaq istənilən halda şəbəkənin yaxşı yoldaş olduğunu söyleyə bilərik. Lap kitab kimi. Səni incitmır, hətta istədiyin vaxt səninlə danışır. Bu danışan kitabda hansı səhifəni oxumaq isə insanın özündən asılıdır. Qeyd edək ki, son vaxtlar kameralardan istifadə Internetin sirliliyini azaldıb. Artıq dünyadan müxtəlif şəhərlərində kompüter arxa-sında oturmuş dostlar bir-birlərini görə bilirlər. Bu yenilik istifa-dəçilər tərəfindən maraqla qarşılanıb.

## Internetdə reklam

Bu, hazırda kifayət qədər çox yayılmış bir reklam sahəsidir. Onu istənilən saytda görmək mümkündür. Televiziya reklamlarının dövriyyəsini çox geridə qoymuş Internet reklamlarının bir nəçə qolu mövcuddur. Banner reklam haqlı olaraq Internetdə imic reklamı aləti kimi ən populyar üsul hesab olunur. Banner reklamı qrafik və mətnli növlərə bölünür. Qrafik bannerlər müəyyən ölçüdə statistik və animasiyalı hissələrdən ibarətdir. Mətnli banner reklam olunan saytin və yaxud müəyyən səhifənin məlumatlarına istinadən hazırlanmış adı mətndir. Bannerlər Internetdə reklam lövhəsi rolunu oynayırlar. Banner reklamlar verməyin aşağıdakı üsulları mövcuddur.

- 1 - Müxtəlif səhifələrin öz bannerlərini dəyişmək üsulu.
- 2 - Hansısa bir səhifənin veb-masteri ilə əlaqə yaratıb, reklamı orada yerləşdirmək və əvezində səhifədə onun reklamına yer vermək olar.
- 3 - Axtarış serverinə, kataloqa və ya adı bir səhifəyə istifadəçi öz reklamının verilməsi üçün pul ödəyə bilər. Banner reklamının uğuru onun necə dizayn edilməsindən çox asılıdır. Bədii və texniki tərəfdən o, maksimum müasir və effektli görünməlidir. "Qaçan sətir" kiçik də olsa, Internet reklamı hesab edilir. Burada əsasən elanlar yer alır və o da mütəmadi olaraq dəyişir. Internet reklamı sahəsində çox təcrübəli insanlar var ki, müəyyən bir sevərə aid bütün elektron poçt ünvanlarına müxtəlif elanlar, ticarət obyektlərinin yeri, malların qiyməti kimi məlumatlar göndərirlər. Elektron alver pula çox qənaət etsə də, bu gün o qədər də sürətə inkişaf etmir. Alınan məhsul üçün pul ya poçt vasitəsi ilə göndərilir, ya kuryerə verilir, yaxud da kredit kartı yoluyla ödənilir. İstifadəçi həmçinin Internetdə ödəmə sistemindən, həmçinin şəbəkə vasitəsilə öz bank hesabından mağazanın hesabına köçürmə yoldan yararlana bilər. Internetlə alver zamanı həm pula, həm də vaxta qənaət etmiş olursunuz.

Hazırda isə elektron alver PayCash sistemi vasitəsil Web Money virtual pullar vasitəsi ilə Internet-banking, kredit kartları, virtual hesablaşmanın köməyi ilə ödənilir. Həmçinin plastik kartlar da öndə gedən yerdən birini tutur. Internetdə reklam bu gün kifayət qədər gəlirli sahə hesab olunur. Ancaq qiymətlər hər zaman reklam bazarına uyğunlaşdırılır. Sadəcə Internetdə reklam yerləşdirmək üçün səhifə boldur. Reklamın qiyməti də səhifənin

nüfuzundan asılıdır. Daha çox istifadəçiyə malik səhifələrə reklam yerləşdirmək üçün müraciət edənlərin sayı da çox buna uyğun olur. Təbii ki, reklamin məzmunu da yerləşdirilən səhifəyə müvafiq seçilir. Məsələn, göz klinikasının elanına təbabət portallarında daha çox rast gəlmək artıq adı hala çevrilib. Internetdə reklamların böyük bir hissəsi turizm şirkətlərinin payına düşür. Bu gün şəbəkədə saysız miqdarda turizm xidmətləri göstərən aviaşirkətlər, mehmanxanalar, agentliklərin ünvanlarına da rast gəlmək mümkündür. Qeyd edək ki, turizm agentlikləri Internetə o qədər də xoş münasibət bəsləmirlər. Çünkü şəbəkədə mehmanxanaların, səyahətlərin qiymətlərini öyrənen insanlar özləri öz istirahətlərini təşkil edə bilirlər. Bu gün 100-dən artıq beynəlxalq aviaşirkət özünün saytına malikdir.

### **Internet firildaqdan əziyyət çəkir**

Internetin böyük pullar qazandırması artıq heç kimə sərr deyil. Gəlirin çox olduğu yerdə firildaq gözləmək də tam qanunauyğundur. Belə ki, Internet işbazları artıq uzun illərdir ki, sadəlövh istifadəçilərin pullarını mənimsəməklə məşğuldurlar. Onların qarşısını almaq üçün dövlətlər tərəfindən həyata keçirilən tədqiqatlar hələ ki, tam gözlənilən nəticəni vermir. Çünkü onların aşkarlanması uzun vaxt tələb edir. Bu vaxt ərzində isə firildaqcılar böyük məbləğdə pulları götürüb aradan çıxırlar. Təkcə 2002-ci ildə ABŞ-da 42 min amerikalı Internet firildaqcılarının toruna düşüblər və onlara 54 milyon dollar ziyan dəyiib. Aldadılmış istifadəçilərin 46 faizi saxta Internet aksionlarının, 12 faizi kredit kartları haqqında informasiya verilməsinin qurbanı olublar. 100 müştəridən 31-i əvvəlcədən pulunu ödəsə də, mağazadan sifarişini ala bilməyib. Ən böyük itkini Nigeriyadan milyon dollarla ölçülən varidatın gətirilməsi və bölünməsi xəbərlərinə aldananlar veriblər. Bu informasiyaya inanan hər bir amerikalı təxminən 3 800 dollarnı itirib. Ötən il ABŞ-in Ticarət üzrə Federal Komissiyası 8 sayt operatoruna qarşı ittiham irəli sürüb. Onlar sadəlövh əcnəbilərə Amerikada daimi yaşayış hüququ verən 50 min immiqrasiya kartı oynanılan lotoreyada iştirak etmək "şansı verirmişlər". Qeyd edək ki, firildaqcılar hətta Dövlət Departamentinin daimi olaraq keçirdiyi programda artıq immiqrasiya kartları verilməyən ölkələrin də adlarını salıblar. Buraya Meksika, Rusiya, Kanada, Pakistan, Hindistan, Yamayka, Haiti və digər ölkələr daxildir. Onların siy-

hidan çıxarılması artıq həmin ölkələrdən 50 min nəfərdən artıq insanın ABŞ-da daimi sığınacaq almasıyla bağlıdır. İşbazlar əcnəbilərdən 40-250 dollar arasında xidmət haqqı alırmışlar. Bu da onların pul dövriyyəsinin texminən 3 milyon dollar olmasını söyləməyə əsas verir. Əslində isə Dövlət Departamentinin lotoreyalarında iştirak pulsuzdur. Yuxarıda qeyd etdiyimiz kimi, digər firildaq növü kredit kartlarıyla bağlıdır. Firildaqcılar öz bank hesablarına 140 müxtəlif kredit kartından 316 min dollar pul köçürməyə müvəffəq olublar. Ekspertlər son vaxtlar kredit kartlarının nömrələrinin ogurlanması faktlarının çoxalmasından narahatdırılar. Bu bəzə kartalara əhalinin marağının azalmasıyla nəticələnə bilər. Bu da artıq çoxdandır nəqd pulla işləməyən amerikalılar üçün kifayət qədər ciddi siqnaldır. ABŞ hökuməti firildaqcılarla mübarizəyə bütün qüvvələrini səfərbər edib. Ötən ilin may ayında onlarla bağlı hökumətin apardığı araşdırımlar sonucunda 130 nəfər həbs olunub. Onlardan 17 milyon dollar müsadirə edilib. Bu əməliyyatlarda ABŞ-in 43 prokurorluğu, FTK, FTB və digər dövlət orqanları birgə işləyib. Elə bu fakt problemin nə qədər geniş vüsət almasından xəbər verir. Qeyd edək ki, müvafiq orqanlara firildaqcıların qurbanlarından 89 min ərizə daxil olub. Onların əsasında 90 araştırma aparılıb. Müqayisa üçün deyək ki, 1999-cu ildə bütün firildaqcılığa dair şikayətlərin 31 faizi Internetlə bağlı olurdusa, 2002-ci ildə onun faizi 47-yə qalxıb. Firildaqcıların böyük sayda qurbanları Internet auksionlarında iştirak edənlərdir. Bu auksionlarda əntiq əşyalar, qiymətli sənət əsərlərinin "satışı" keçirilir, iştirakçılarından aldıqları hər hansı əşyanın pulunu öncədən vermək tələb olunur. Əksər hallarda əyani auksionlardakı qiymətlərdən aşağı qiymətlərin təyin olunması aliciləri həvəsləndirir və onlar göstərilən hesaba pulu köçürüb əşyanın evlərinə gətiriləcəyini gözləyirlər. Əşya isə heç vaxt gətirilənmir. Çünkü o, ümumiyyətlə mövcud olmur. Bundan gec duyuq düşən insanlara yalnız dövlət strukturlarına şikayətlənib, firildaqcılardan pullarının geri alınacağına ümidi etmək qalır. Belə firildaqcılardan elə keçənlər cəzadan qaçmaq üçün bahalı vəkillər tuturlar. Bunun üçün pulun haradan alındığını söyləmək artıqdır. Ancaq qanun sivil ölkələrdə hamiya bir gözə baxır. Məsələn, amerikalı Tomas Hauzer 100 min dollar qazandığı layihəyə görə 12 illik müddətə həbsxanaya atılıb. O, yüzlərlə insanın aldanmasına səbəb olan yalançı auksionlar keçirmiş. Bir neçə ay önce Rusyanın Yekaterinburq şəhə-

rində bir tələbə milisin əlinə keçib. O, alicilara pornofilmlər təklif edirmiş. Bir neçə ay ərzində min dollar pul qazanan Sergey adlı tələbənin evini axtararkən məlum olub ki, onda heç bir pornokasset yoxdur. Təqəüdə dolanan Sergey sadəcə bir qədər qazanmaq istəyirmiş.

Qeyd edək ki, zamanın tələblərinə uyğun olaraq, firildaqcılıqda da yeniliklər meydana çıxır. Günün nəbzini tutan işbazlar hər şeydən pul qazanmağın yolunu tapırlar. 2001-ci il 11 sentyabr hadnələrindən sonra şəbəkə istifadəçiləri daha bir firildağın toruna düşübələr. İşbazlar terror aktından ziyan çəkənlərə maddi yardım istəyərək, insanların rəhmətliyindən istifadə ediblər. Bu çağırışlara səs verən minlərlə amerikalı bir neçə adamın bank hesabındaki pulların artmasına kömək edib. Bu arada daha çox Qırmızı Xaç Komitəsinin adından şəxsi məqsədlər üçün yararlanılıb. Ona görə də hökumət hamidən xahiş edir ki, istifadəçilər yoxlanılmış veb-saytların informasiyalarından istifadə etsinlər. Firildaqcılardan başqa İnternetdə istifadəçiləri tez-tez narahat edən digər qrup adamlar da var ki, onlar spam adlanır. Öz e-poçtunu açan hər bir istifadəçi burada müxtəlif elan və reklamları görür. Əger bu informasiya onu maraqlandırırsa, həmin ünvana müraciət edir, maraqla dairəsinə daxil deyilsə, silib atır. İstənilən halda çağrılmamış qonaq - spam istifadəçilər üçün arzuolunmaz şəxsdir. Onlarla mübarizə isə hələ ki, gözlənilən nəticəni vermir. Spamların qarşısını almaq üçün qanunların təkmilləşdirilməsi istiqamətində ciddi işlər aparılır. Məsələn, spamlarla mübarizəyə böyük qüvvə sərf edən ölkələr sırasına qoşulmuş Avstraliyada ölkə parlamenti çağrılmamış qonaqlarla mübarizəyə dair qanun layihəsinin müzakirəsi aparır. İstənilməyən reklamları e-poçtlara göndərən təşkilatların ciddi cəzalanacaqları görünür. Əvvəlki layihə özünün kəskinliyilə seçilirdi. Belə ki, müəlliflər reklam xaraterli məlumatların elektron ünvanlara göndərən şəxslərə və firmalara qəti qadağa qoyur. Yeganə istisna hal məlumatı alan və göndərən arasında razılışmanın olmasıdır. Layihəyə əsasən hər gün göndərilən reklama görə 724 min Avstraliya dolları həcmində cərimə nəzərdə tutulur. Yeni layihə Amerika variantına yaxındır. Belə ki, reklam göndərişlərinə göndərənin dəqiq koordinatları göstərildikdə icazə verilir. Müşahidəçilərin fikrincə, hökumət layihəni qəbul etməyə hazırlıdır.

## İnternetin düşmənləri

Ötən il "Sərhədsiz reportyorlar" təşkilatının hesabatında Şimali Koreya, Səudiyyə Ərəbistanı və Çin Internetin ən qəddar düşmənləri elan olunublar. Onların fikrinçə, avtoritar rejimlər öz ölkələrində ciddi-cəhdə Interneti izləyir və insanların ondan istifadəsinə hər cür maneə töötəməyə çalışırlar. Bu ölkələrin əsas qorxusu digər KİV-dən fərqli olaraq Internetin nəzarətsiz qalmasındandır. Çünkü şəbəkəyə qadağa qoymaq, onun oxunmasını yasaqlamaq bütün hallarda istənilən nəticəni vermir. Söyügedən ölkələr arasında "ən radikal düşmən" adını Şimali Koreya qazanıb. Onun bir neçə təbliğati saytı mövcuddur ki, onların da serveri Yaponiyadadır. Səudiyyə Ərəbistanında Internetə 1999-cu ildə icazə verilib. Bu günə qədər də orada bir neçə veb ünvanın filtrasiyası həyata keçirilir. Cində isə rahatlığı pozan odur ki, Internetlə mübarizəyə xüsusi polis dəstələri ayrılib, provayderlər nəzarə götürülüb.

"Sərhədsiz reportyorlar" həmçinin Fransa, Almaniya və ABŞ-da bəzi hakimlərin və ultrakonservativlərin təzyiqi ilə Internetdə söz azadlığını pozacaq qanunların qəbulundan narahatlığını bildirib. Bu il isə Azərbaycanın da adı Internet düşmənləri sırasında çəkildi. Ancaq ölkə ictimaiyyəti, hətta rəsmi orqanlarla yanışı bu sahədə müxalifətçi mövqeyi ilə seçilən bütün qeyri-hökumət təşkilatları da "Sərhədsiz reportyorlar"ın ölkəmizə qarşı qərəzli mövqə tutduğunu elan etdilər. Çünkü Azərbaycanda Internetlə bağlı heç bir filtrasiya işləri gerçəkləşdirilmir, heç kim Internet fəaliyyətinə görə həbs olunmayıb. Söhbət yalnız rəsmi dövlət orqanlarının özlərinin Internet resurslarının yaratmamasından gedə bilər ki, bu barədə də II fəsildə geniş məlumat verəcəyik.

## *Fəsil 3*

### Jurnalistikada kompüterin tətbiqinin xarici təcrübəsi

**F**ransa, iqtisadiyyatının inkişafında yeni texnologiyanın evezəsiz amil olduğunu başa düşdüyündən mümkün olan bütün sui-istifadələrdən qorunmağa çalışdı. Internet heç də azadlıq bolluğunun sinonimi deyil. Fransada belə hesab edirlər ki, o, demokratiyani, şəxsiyyət hüquqlarının özülünü, dövlətin müstəqilliyini təhlükə altına ala bilər. Onlar cəmiyyəti inandırmaga çalışırlar ki, yeni dünyada insanlar bir-biri ilə daimi kommunikasiyada olacaq, böyük vaxt maneələrini aşaraq evdən çıxmadan bir necə saniyəyə ən yaxşı mali sərfəli qiymətə ala bilərlər. Reklam- bu ideologiyanın əsas hissəsidir.: mobil telefon yeni insan qardaşlığının sinoniminiçəvrilir, Internet və onun araşdırıcı qabiliyyəti bütün informasiyalara yol açır. ABŞ-da da vəziyyət bu cürdür. Fransız tədqiqatçısı F.Kostun yazdığı kimi "ABŞ-da 3 ildən çoxdur ki, iri sənaye və maliyyə qruplarının manevrərini müşahidə edirik. Onlar dünya bazارında Internet və yeni informasiya texnologiyalarına nəzarət etməyə can atırlar.

Demek olar ki, internetə hökmranlıq edən bu müəssisələr üçün müştərinin, istifadəçinin yox, səhmdarın, mülkiyyətçinin marağı əsasdır. Onlardan daha lütfkarları bunu etiraf edir. J.Sosnenin fikrinə görə, «Internetdə müasir utopiya olan azadlıq və bərabərlik hələ çox insanların ağlını fəth edəcək, ancaq bu heç də realliga uyğun deyil». ABŞ-in ticarət katibi olan V. Deli etiraf etmişdir ki, kompüter «ağ dərəlilərin evlərini zəncilərinkindən 2 dəfə çox təchiz edəcəkdir». Çox və az gəlirli insanlar, kənd və şəhər əhalisi arasında sərq getdikcə daha da artır.

Doğrudanmı biz yeni dünyanın doğulmasında iştirak edirik? Əgər iştirak ediriksə, o necə funksiyalaşdırılacaqdır? ABŞ-in konstitusiyasına edilən birinci düzəlişdə qorunan bolluq, xüsusən də azadlıq bolluğu necə tənzimlənəcəkdir? Bütün bu problemlər 1998-ci ilə Fransada geniş müzakirə olundu, ancaq onlar beynəlxalq səviyyədə həll edilmələrini tələb edirlər.

Hazırda konkret olaraq 2 əks konsepsiya mövcuddur: yeni informasiya genişliyinə dövlətin müdaxilə etməsinin, tənzimləməsinin, ya da müdaxilə etməməsinin, özünü tənzim

sinin tərəfdarları. Həmişə olduğu kimi, cəmiyyət «qızıl» ortanı tapmalı və tənzimetmənin yeni sxemini hazırlamalıdır. Internet-təkcə yeni informasiya daşıyıcısı deyil ki, ona televiziya, kabel və sputnik üçün düzəldilən xüsusi qurğular hazırlansın. Internet-fərdin hökmranlığıdır, o burda azad surətdə öz fikrini ifadə edə, ticarət və alver edə, işləyə, oynaya, əylənə bilər. Belə bolluqda qaydalara riayət etməyə kimi və necə məcbur etmək olar? Fransanın Dövlət Şurası xüsusi rekomendasiya hazırladı. Onlar bu tezisdən çıxış edirdilər ki, «Internet-qayda-qanunsuz, hüquqlarsız zona ola bilməz» və bütün mövcud qaydalar burda tətbiq olunmalıdır (şəxsi həyatın qorunması, müəllif hüquqları, uşaqların müdafiəsi və s.).

Dövlət Şurasının üzvlərindən olan xanım Izabel-Pyeroftenin fikrinə 1996-ci ildə müzakirə olunan Internet haqqında məhkəmə qərarı göstərdi ki, qanunun zəmanətçisi olan hakim «Internetin ən birinci nizamlayıcısıdır.» Bu mövqə böyük dəstək almağa başlamışdır. Ancaq hakimin işi konkret çətinliklərlə qarşılaşır. Dünyanın o biri başında oturub klavişi basmaqla hansısa qadağan olunmuş sənədi silən insanı günahkar adlandırmak cəfəngiyatdır.

Ancaq beynəlxalq əməkdaşlıq etməklə problemi həll etmək mümkündür. Bu məsələ təkcə müəssisələr səviyyəsində mövcuddur, hakimiyət önce olan dövlətlər səviyyəsində isə hələ zəif inkişaf edir. Şəxsi təşəbbüsün hökmranlıq etdiyi bir yerdə məkanın üstünlüyünü saxlamaq üçün yeganə vasitə razılışmanı təkmilləşdirməkdir, yoxsa bu məkan ancaq şəxsi maraqlar üçün təşkil olunacaqdır. Özünütənzimləməni nə qanun, nə hakim əvəz edə bilməz. Ona görə də nəzarət prinsiplərini aydınlaşdırmaq və yeni məkanda qanunların tətbiq olunması çox vacibdir.

Özünütənzimləmə prinsipi bazarda hökmranlıq edən ayrı-ayrı qruplara böyük səlahiyyət verir ki, onlar da burda özlerinə sərf edən qaydalar qoya bilir.

Göründüyü kimi, nə dövlət, nə məhkəmə, nə də müəssisə ayrıca olaraq interneta qayda qoya bilmir. Onlar ancaq bir-birlərini tamamlayaraq əməkdaşlıq edə bilər. Fransanın Dövlət Şurası bu-nu «tənzimetmə» adlandırır. Bu Avropada Internetin artan potensialını qiymətləndirməyə imkan verir. Ancaq beynəlxalq

əməkdaşlıq sayesində Internet xidmətini tənzim edən qüvvə yarana bilər.<sup>1</sup>

KİV-in birləşməsi prosesinin nə qədər çəkəcəyinə nəticələrinin necə olacaq suallarına birmənalı cavab vermək çətindir. Açıq kommunikasiya infastukturunun yaradılması nə ilə nəticələnə bilər? Artıq jurnalistikə olmayıacaqmı? XXI əsr jurnalistikası haqqındaki mətbuat məqalələri və alımların konfransdakı çıxışları bir çox jurnalistləri narahat edir.

Qəzet işində ilk çətinlik maliyyə (EHM-in və programla təmin olunmanın baha olması) və texniki sahədə oldu. Çünkü jurnalistlər üçün yeni EHM-də işlənmək vərdiş olunmamış bir iş idi.

«Nyu-York tayms» qəzetiinin məlumatlar bankı bu gün mürəkkəb sistemə qurulub, ondan ancaq bəzi jurnalistlər, sıravi işçilər istifadə edərək məlumatların kiçik bir hissəsini əldə edirlər. Bunlar əsasən sistemin yaddaşında yerləşdirilmiş qəzet materialarıdır. Mərkəzi məlumatlar bazasının avtomatlaşdırılmış arxivində iqtisadiyyat, maliyyə, idarəetmə, daxili və xarici siyaset və s. haqqında məlumatlar daima saxlanılır. Göstərilən məlumatlardan ancaq yüksək qabiliyyətli istifadəçilər yararlana bilər. Onların sırasında iri sənaye və qəzet-nəşriyyat monopoliyaları, reklam agentlikləri durur.<sup>2</sup> Digər elektron arxivə nümunə kimi birgə informasiya xidmətləri olan «Los-Anceles tayms» və «Vaşinqton post» qəzetlərini göstərmək olar. 1980-ci ilin əvvəllərində 2 il ərzində «Taym-Post deytakoll» avtomatlaşdırılmış sistemi yaradıldı. Onun köməyi ilə ABŞ-in və 10 inkişaf etmiş ölkənin iri qəzetlərindən cari məlumatlar və müxtəlif məlumat materialları alınır ki, bunlar da daimi məlumatlar bazası sistemini təmin edir.

Göstərilən nümunələr hazırda mövcud olan, informasiyanı yadda saxlayan və yayan xüsusi kompüter sistemi haqqında təsəvvür yaratmağa imkan verir.

İnformasiya xidmətlərinin arxivindən başqa bütün mürəkkəb kompüter avadanlığı qəzeti istehsalı və formalasdırmasının avtomatlaşdırılması üçün müxtəlif işlər yerinə yetirməyə kömək edir. Məlumatlar bankına daxil olan informasiya tədqiqat sistemi təkcə informasiyanı yadda saxlamır. Məlumat lazımı anda EHM-in yaddaşından çağırıla və nömrənin istenilən səhifəsində yerləş-

<sup>1</sup> Шарончикова Л.В. СМИ Франции. Вестник МГУ №5.2000 г. стр.8

<sup>2</sup> Сандрунас С.Ч. Бизнес ипропаганда М,1986г . стр. 211

dirilə bilər. Bu cür sistemlər bir anda heç bir xərc çəkmədən lazıim gələrsə materialın illüstrasiya və şriftini dəyişə, hətta vacib məlumat gələrsə səhifələmə işini yenidən apara bilər.

Qəzet istehsalı və tərtibatının kompüterləşməsi Yaponiyanın gündəlik nəşrlərində daha aktivdir. Bu sahədə çoxlu nümunə göstərmək mümkün olsa da «Asaxi» və «Nixon keydzay» qəzetlərinin təcrübəsini göstərmək daha inandırıcı olar. Hər 2 qəzet IBM firmasının yapon şöbəsinə müraciət etmişlər ki, qəzetlərin avtomatik buraxılması üçün program «paketi» yaratsınlar. Çətin sıfariş olduğuna baxmayaraq IBM-in 60 programçısı 3 ilə öz işlərinin öhdəsindən gəldilər. EHM-in yapon qəzetlərində bu cür üsuldan istifadə o qədər gözəl nəticələr əldə edilməsinə səbəb oldu ki, IBM-in programçıları texnologiya sənayesindəki uğurlarına görə İsikavi medalı ilə təltif olundular.

Əlbəttə ki, EHM-in tətbiq olunmasının birinci mərhələsində yapon qəzetlərinin belə avtomatlaşdırılmış istehsal və tərtibat prosesi ancaq iri kompaniyalara mənsub olmuşdur. Demək olar ki, hər şeyi sıfırdan başlamış bu EHM-in və programın qiyməti çox baha idi. Bunu demək kifayətdir ki, bu sistemlərin öyrənilməsi zamanı IBM-in əməkdaşları əvvəlcədən hazırlanmış elita dəyerini 2 mln. dollara qaldırmışdır. Buna baxmayaraq «Nixon-keydzay» (1978) və «Asaxi» (1980) qəzetlərinin bu bahalı sistemi istismarından sonra bir çox yapon qəzetləri də bu yolla getməyi qərara aldı.

Təkcə üsullar dəyişdi: onlar daha ucuz, amma yeni texnika və programlardan istifadə etdi. 1984-cü ildə «Xokkou-sibum» qəzeti özünü avtomatlaşdırmaq sahəsində əldə etdiyi nailiyyətə görə yapon jurnalistləri birliyindən hədiyyə aldı.<sup>1</sup> Bununla da yapon qəzetlərinin bir çoxu həvəslənərək kompüterləşməyə keçdiłər.

Dünyanın aparıcı qəzet və jurnalları artıq nəşriyyat işində istifadə olunan EHM-in sayını itirmişlər. Kompüter təkcə yuxarıda qeyd olunan müxtəlif tipli işlər, universal, mürəkkəb məsələlərlə məşğul olmur, həm də çox çətin olmayan, çox enerji tələb edən işləri də görməyi bacarır. Məsələn, məşhur amerika qəzetlərindən olan «USA today» və «Times» EHM-in köməyi ilə hava məlumatları kartını çap etməsi maraqlı haldır. Hətta qəzet

<sup>1</sup> Фокс. Дж. «Программное обеспечение и его разработка» м, 1985г.  
стр. 138-139

sahesindəki belə xırda işləri də hər gün EHM görür - rəqəmləri yadda saxlayır, dəyişir və yüksək keyfiyyətlə dərc edir.

Bu gün EHM-dən xarici ölkələrdə artıq qəzet və jurnal tərtibatını yaxşılaşdırın, jurnalistlərin əmək şəraitini yüngülləşdirən mükəmməl texniki yenilik kimi istifadə olunmur. Yeni EHM qəzet, jurnal müəssisələrində əvvəlcə böyük xərc tələb etsə də, gələcəkdə ev xərclərində, təbiət və energetik vasitələrdə əsas faktora çevrilə bilər. Qəzetlərdə EHM-in tətbiq olunması onun audiovizual KİV-lə rəqabətdə ayaqlaşmasına kömək edir.

Dünyanın aparıcı agentlikləri informasiyanın ötürülməsində sürət, həcm və s. cəhətlərdən EHM-in sərfəliliyini hamidən əvvəl duymuşlar. Məsələn, «Reyter» hələ 1969-cu ildə informasiyanın yiğimi, hazırlanması, yayılması və qorunması işində kompüterdən istifadə etmişdir. 5 il sonra dünyanın 100-dən çox ölkəsinin sənaye kompaniyaları, banklar və dövlət müəssisələrində maliyyə-iqtisadi informasiyalar yayan «Monitor» avtomatlaşdırılmış sistemi yaradıldı.

1985-ci ildə agentliyin əməkdaşlarının iş yerində quraşdırılmış 32,5 min terminalı vardı. Onlar informasiyani mərkəzi kompüterin yaddaşına göndərilməsi və yaddaşından alınmasını təmin edir.

EHM-dən amerikanın böyük agentliyi olan «Assoseyted Press»də daha çox istifadə olunur. Onun Nyu-Yorkda yerləşən mərkəzi kompüter qoşağı sputnik və telefon kabeli ilə Avropanın və Frankfurt-Mayının mərkəzi ilə bağlıdır.

Kompüter getdikcə informasiya agentliklərinin ayrılmaz hissəsi olur. Eyni zamanda onlar məlumatlar bankına çevrilir abunəçi istənilən zaman lazımı cari informasiyani ala bilər. Teletayplarda verilən sonsuz məlumatlar səhifəsini oxumaq əvəzinə jurnalist onu maraqlandıran mövzunu öz ekranında görə bilər. Bu konsepsiyanın hal-hazırda Qərbi Avropa ölkələrinin çoxunda, informasiya

agentliklərində xüsusən də Almaniyanın OPA-sında istifadə olunur. Onun başçıları belə hesab edir ki, məlumatlar təzə və çox olmalıdır ki, istənilən qəzetin tələbinə tez və bütünlükle cavab verə bilsin.

EHM-in KIV-ə çevrilməsinə 3 şərait zəmin yaratdı: 1) 1970-ci illərin ikinci yarısında kompüterlərin yaradılması informasiya bazası ilə istənilən məsafədən əlaqə saxlamağa imkan verdi; 2) EHM sayının artması və məlumatlar bazasının çoxalması; 3) EHM-in yaddaş həcminin sürətlənməsi və daha da inkişaf etməsi.

EHM-in müstəqil informasiya vasitəsi kimi istifadə olunması kompüterin informasiya-təbliğat sənayesində tətbiqi ilə bağlıdır. Onların da fəaliyyətinin əsasında avtomatlaşdırılmış informasiya-təbliğat xidmətlərində yaradılmış və uğurla işlədirilən informasiyanın yığıımı, hazırlanması, qorunması və yayılması prinsipləri dayanır. EHM yeni informasiya kanalına çərvildikcə daha böyük auditoriyani fəth edir. Yuxarıda adı çəkilən xidmətlərdən başqa bu kanalla ötürülən informasiyanın həcmi üfüqi və şaquli istiqamətdə hər gün artır.

1980-ci illərin ortalarında inkişaf etmiş ölkələrdə mikro-kompüter istifadəçilərinin sayı 50 mln-a çatmışdı. Bu o deməkdir ki, insan müxtəlif məlumatlar bazasına qoşulmaq üçün 50 mln. potensial imkan qazanmışdır. Ümumi istifadə olunan məlumatlar bazasının sayı sürətlə artmışdı (1976-ci ildə 300-dən, 1986-ci ilədək 3 minə, 1998-ci ildə isə 50 minədək). Belə ki, məlumatlar bazasının həcmi o qədər artmışdır ki, mikrokompüter sahibləri iş yerindən ayrılmadan istənilən informasiyanı ala bilərlər. İstifadəçilərə təqdim olunan məlumatlar bazasını xaraktercə 2 yerə ayırmak olar. Bunlardan biri ixtisaslaşdırılmış, digəri universallaşdırılmışdır. Birini «informasiya super-marketi», digərini «elektron kitabxana» adlandırmaq olar. Bundan başqa hüquq məsələləri üzrə ixtisaslaşdırılmış məlumatlar bazası olan «Leksis» də vardır (Vaşinqton şəhəri). Banklara, kommersiya xidmətlərinə, redaksiya və jurnalistlərə xidmət edən məşhur «Neksis» məlumatlar bazasını universal tipə ail etmək olar. O, 125 qəzet, jurnal və digər mənbələrdən alınan 8mln. mətni özündə saxlayır.

NEKSİS-lə rəqabət aparan ümummilli sistem olan DİALOQ-un analoji xidmətlər göstərən 250 məlumatlar bazası vardır<sup>1</sup>.

EHM xarici ölkələrdəki gündəlik qəzetlərə radio-televiziya ilə amansız rəqabət aparmağa, hətta ayaqda dayanmağa kömək etdi. İri qəzet-jurnal kompaniyaları başa düşdü ki, öz məlumat bazalarını yarada bilərlər. Onlar «elektron kitabxana»dan fərqli olaraq istifadəçilərə təkcə məlumat və arxiv materialları deyil, həm də gündəlik məlumatlar səli, kommersiya reklamları və videoşəhərlər də təklif etdilər.

Hal-hazırda yeni informasiya vaistələrinin təşəkkül mərhələsində böyük çətinliklər qeydə alınır. Bu çətinliklərin içərisində ən mürəkkəbi texniki və iqtisadi xarakter daşıyır. Birincisi bundan ibarətdir ki, displayin ekranı şifahi, rəqəmli və qrafik informasiyanı qəbul edir. Nə displaydə videoinformasiyanın qəbulu, nə də mikrokompüterin yaddaş həcminin artması problemi hələ həll olunmamışdır. Bütün bunlar kompüterin effektli tətbiqini məhdudlaşdırır. Digər səbəb isə kompüterin öz qiyməti, xüsusi telefonə qoşulma, və informasiya bazasından istifadə üçün abonentlik haqqının çox baha olmasına.

Fransanın 50-dən çox qəzet, jurnal müəssisəsi informasiyadan istifadənin yeni imkanlarının olması ilə maraqlanır. «Teletel» sistemində işləyərək videotekst xidməti göstərən «Parizyen» firması «Parizyen liberyu» qəzetini yaratdı. Bü xidmət öz abonentlərinə təkcə 60% təşkil edən videoyunları yox, beynəlxalq informasiya, idman xəbərləri də daxil olmaqla 20%-i cari məlumatlar, 8%-i reklam və elanlar, 2%-i məlumat informasiyaları da təklif edirlər. «Parizyen» müəyyən auditoriya fəth etmişdir, bunu onun hər gün çətin 6 min saat təsdiq edir. «Proqre Lion» qəzetinin təklif etdiyi vileotekst xidmətinə təkcə lazımi telefon nömrəsinin bir anda tapılması daxil deyil. «MİNİTELİA»nın sahibləri ən son ümummilli və yerli xəbərlər, teatr və kinoteatrların repertuarı, elanları öyrənə bilərlər.

Analoji təcrübələr Yaponiyada da aparılır. Oradakı kompüterləşmə sistemi hamiya bəllidir. Elektron arxiv və qəzet istehsalının avtomatlaşdırılmış işində «Asaxi» və «Nixon keydzay»

<sup>1</sup> Андрунас.Е.Ч. Голованова Г.А. «Буржуазная пресса США в 1980 году» Вестник Московского Университета , сер. Журналистика, 1981г. №1, стр. 66

qəzeti EHM-in tətbiqini artırıblar. Hər 2 qəzet öz videotekst xidmətlərini elektron kitabxana və məlumatlar bazası ilə bir sistem kimi birləşdirərək bunu ətraf kompüterlərə, müxtəlif müəssisə, ofis və redaksiyalara ötürürərlər.

Əlbəttə, göstərilən misallar azdır. Qərbi Avropanın bir çox kiçik ölkələrində videotekstin formasiyası böyük biznes olaraq qalır. Hal-hazırda tərəfdarlarının çox olmasına baxmayaraq videotekst xidmətinin inkişafı azalıb. Bir sıra qərb ölkələrindəki KİV tədqiqatçılarının fikrincə bu, çox sərmaya tələb edir. Bu cür bədbin proqnozlara baxmayaraq tam əminliklə demək olar ki, qəzət-jurnal biznesi təcrübəsində kompüterin nüfuzu illər keçdikcə bu və ya digər formada daha da artacaq. Bu gün heç kim deyə bilməz ki, bu nüfuz, digər yeni texniki vasitələr olan radio və televiziyanın nüfuzundan az olacaqdır. Q.B. Koçetkovun fikrincə<sup>1</sup> ofisinin əsas işi sənədlərin hazırlanması idisə, işçinin əsas peşəkar vərdişi maşın yazısını öyrənmək idi, çap etməyi bacarmaq isə vəzifənin 50 %-ni təşkil edirdi. Peşəkar 1 dəqiqəyə 60 söz yazmağı bacarmalı və 100 % onu kompüterin yaddaşında saxlamalı idi.

İnformasiya texnologiyası ofisinin başqa formada-keyfiyyətli və yenidən qurulmasına kömək edir. Hər şeydən əvvəl bir tərəfdən bu, başçılar arasında, digər tərəfdən mütəxəssis və dəftərxana işçiləri arasındaki vəzifə maneəsini aradan götürür. İdarəetmədə vəzifə sərhədləri dağılır və buna düşərək olanlar ofisin işçiləri haqqında danışarkən ofisin idarəesində və ya mütəxəssis onun işləyib-isləməməsinə diqqət yetirmirlər.

Kompüter hər tərəfdə tətbiq olunmağa başlayır. Onlar getdikcə daha güclü və ucuz olur, elə yerlərdə yayılmağa başlayır ki, əvvəlcə o sahələrə heç buraxılmırıldı. Bu, qərb ölkələrində kompüter istehsalının aparıcısı amerika firması IBM başçılarından birinin fikridir.

Redaksiya kompüteri nəhayət ki, kağızsız texnologiyada ədəbiyyatın kütləvi nəşrinə keçildi. Əlbəttə ki, bədii kitabı displeyin ekranından izləmək rahat deyil. Ancaq çoxsaylı məlumat kitabları, ensiklopediyalar, məqalələr məcmusu, yəni kağız üzərində o qədər də tez-tez istifadə olunmayanlar maqnit diskinə və lentinə yazılıa bilər. Bu oxucu üçün də rahatdır, o, çox yer tutan

<sup>1</sup> Кочтеков Г.Б. Автоматизация конторского труда в США.. «Теория и практика офиса будущего». М,Наука,1985, стр.14

məlumatları adı bir diskdə yerləşdirə bilər. Artıq xarici elmi populyar və texniki jurnalları («Sayens nyus», «Populer says» və s.) oxucularına özünün təkcə onun kağızda çap olunmuş nüsxələrini yox, mikrofilm və mikrofişlərdə saxlanılan nüsxələrini də təqdim etmişlər.

Bələ kağızsız texnologiya hətta ikinci tipli elmi-texniki jurnalları-xüsusi elmi, texniki nəşrlərin də problemlərini həll edir. İndi onlar öz oxucularının boğazından daş kimi sallanır. Buna baxmayaraq bu texnologiya hələ də öz vacibliyini saxlayır. Axı həmkarların işi haqqında fikirlər, son nailiyyətlər haqqında geniş informasiyanın müstəqil mübadiləsi hər zamanlarda elm və texnikanın inkişafında katalizator rolunu oynayır.

Yeni informasiya fəaliyyətinin əsasında duran kompüter şəbəkəsinin strukturuna baxaq. Amerikanın məşhur programistlərindən və IBM firmasının rəhbərlərindən biri olan C.Foksun «Programmistin programla təmin olunması və onu işləməsi» kitabında verilən mümkün variantlara nəzər salaq.<sup>1</sup> Şəbəkənin strukturu şaxəlidir və aralarında operativ kanal əlaqələri mövcuddur. Mərkəzi şəbəkə mərkəzi məlumatlar bazası ilə əlaqəlidir ki, bu da əsas kütləvi informasiyanın uzunmüddətli istifadəsinə və ilk operativ informasiyanı şəbəkənin ətraf qolları vasitəsilə qəbul edilməsinə səbəb olur. Ətraf şəbəkələrə məlumatların ötürülməsi zamanı ətraf şaxələrə konkret sorğu ilə ötürülen informasiyanın həcmi onun birincisilə müəyyən olunur.

Ətraf qollar istifadəçilər qrupuna xidmət edir. Onların mərkəzlə və istifadəçi ilə 2 tərəflü əlaqəsi vardır. Qovşaq, məlumatlar bazasını özündə cəmləşdirir ki, burda mərkəzi nöqtədən və istifadəçilər qovşağından gələn informasiya qorunur. Ətraf qovşaqlara abonent istifadəçilər qoşulmuşdur. Bu punkt vasitəsilə istifadəçi lazımı informasiyanı tələb edə bilər. Lazımı məlumat ya mərkəzi qovşaqdan, ya öz qovşağından, ya da istənilən ətraf qovşaqdan alınır.

Sistemin strukturunktura baxış daha ümumi şəkildədir. Ancaq bu sistemi yeganə saymaq olmaz. Müxtəlif variantlar da mövcuddur,ancaq ümumi fəaliyyət prinsipləri dəyişməz olaraq qalır.

<sup>1</sup> Фокс Дж. «Программное обеспечение и его разработка» М., 1985, стр. 41.

Kompüter texnikasının təkmilləşdirilməsi, qəzet-jurnal sənaye-sində tətbiq olunması getdikcə çətinləşir. Bu sahələrdə EHM-in tətbiqini 3 ən vacib istiqamətdə istifadə olunmasını göstərmək olar: qəzet, jurnal çapı (məs: elektron yığım); mətn və illüstrasiya materiallarının hazırlanması (avtomatlaşdırılmış yığım, işlənmə, informasiyanın qorunması; mətnlərin redaktəsi, redaksiya təcrübəsində elektron poçt, nömrənin maketinin yaranması);

1) qəzet-jurnal müəssisələrində kompüterin xüsusi informasiya vasitəsi kimi istifadə olunması;

KİV-də EHM-in tətbiqi prosesində son 2 istiqamət daha çox tətbiq olunur. «İntellektual» kompüterlərinə yaddaş, informasiyanı təsnifetmə və təqdim etmə bacarığı xarakterikdir. Bu da öz növbəsində müasir EHM-ə olan informasiya təbliğatı biznesi marağının dərinleşməsini əvvəlcədən müəyyən edir.

Qəzet materialının aktiv qorunması işində də EHM geniş tətbiq olunur. Bu sahədə ən bariz nümunə kimi «Nyu-York tayms» qəzetini göstərmək olar. «Nyu-York tayms» qəzeti IBM kompüter firması ilə 1969-cu ildə müqavilə bağlamışdır. Ancaq peşəkar programistlərə qəzet məqalələrini saxlayan qoruyucu programın IBM-də hazırlanması asan başa gəlməlidir. Ona görə çətin idi ki, hələ indiyə qədər bu cür program yaradılmalıdır.

Sifarişi yüksək keyfiyyətlə hazırlamaq üçün IBM firması ən təcrübəli programistləri bu işə dəvət etdi və iş sistemi tamamilə başqa cür təşkil olundu. Nəticədə iş prinsipi əməliyyat zamanı cərrah briqadasının işinə bənzeyən bir program hazırlandı. Baş programist ancaq programın yaradılması işinə diqqət yönəltmişdir. Ona kömək edən kitabxanaçı isə bütün dəftərxana işlərini yerinə yetirməlidir. Digər əməkdaş ləvazimatlarla məşğul olmuş, iki başqa işçi isə programı yoxlamışdır. Bu cür təşkil olmuş işin nəticəsi yalnız 22 aydan sonra üzə çıxmış və «Nyu-York tayms» qəzeti 83 min operatorlu yüksək keyfiyyətli programla sahib olmuşdur.<sup>1</sup>

«Nyu-York tayms» qəzetində quraşdırılmış avtomat arxiv EHM-in digər redaksiya və komponiyalarda da tətbiq edilməsinin əsasını qoydu. Müasir dövrдə jurnalist nəinki arxivdən

<sup>1</sup> Е.Л.Вартонова. «Газета и ЭВМ. Некоторые аспекты взаимооношений между современной компьютерной техникой и буржуазной печатью». Вестникю. МГУ, серия «Журналистика», 1988 г. №2, стр.76

materialı çıxara, hətta informasiyanı qovşaqın digər qollarından da yaddaşa göndərə bilər. Xüsusən də telefon və ya teletayp əlaqələrində əməkdaşların işgüzar ünsiyyəti zamanı daha çox istifadə olunur.

1999-cu il Amerika mətbuatı üçün, xüsusən də qəzetlər üçün uğurlu oldu. Demək olar ki, bütün aparıcı qəzetlərdə artmışdır. Hətta reklamdan gələn gəlir 1998-ci ildəkinə nisbətən orta hesabla 5,2 %-artmışdır. Rekord rəqəmlərinə görə gündəlik qəzetlərin reklam gəlirinin ümumi məbləği 46,5 mlrd. dolları ötməlidir.<sup>1</sup> Qəzet gəlirinin artması ölkədə iqtisadi şəraitin yaxşı olması və kağızın ucuzlaşması ilə əlaqələndirilir.

Bununla birlikdə mətbuatda mənfi tendensiyalar da əmələ gəldi, bu, tirajların və oxucu auditoriyasının azalması ilə bağlıdır. Ölkədəki gündəlik qəzetlərin 6 aylıq tirajı 2001-ci ildəki nisbətən 0,5 % azalmışdır. Bu vəziyyət bütün kateqoriyalar üzrə tədqiq edilmişdir. Hətta 50-100 min, 100-500 min nüsxəyədək enən qəzetlər də bu sıradadır.

2000 ildə 1480 gündəlik qəzetiň ümumi tirajı 56 mln. nüsxə idi (10 il ərzində 6 mln. nüsxə azalıb). İstirahət günü qəzetlərinin də tirajı 1999-cu ildə 0,7 % azalmışdır. Ölkə qəzetlərinin ötən illərdə qeyd olunmuş vəziyyəti, qəzet sahiblərinin diqqətini nəinki tirajın stabillaşdırılması işinə, hətta auditoriyanın həcmiňin artırılmasına yönəltmişdir. Amerikanın qəzet assosasiyasında 1997-ci ildən «hər şey qəzətdən başlanır» devizi altında reklam işi aparılır. Qəzet başçıları etnik azlıqların gənc nəslü üçün xüsusi bölmələr, səhifələr və s.-də hazırlayırlar.

Reklam üçün rəqabət, tiraj mübarizəsi müasir KİV-in inkişafında əsas amildir. Ötən ildə ölkənin mətbuat sənayesi amerika jurnalistikasına xas olan sensasiyalı, fövqəladə hadisələrədək demək olar ki, sarsılmışdı.

Onlardan birincisi integrasiyanın yeni seviyyəsi, əyləncə-informasiya sənayesinin təmərküzləşməsidir. Bu integrasiya fantastik ölçüdədir, ancaq onların mövcudluğunun məzmun və forması Internetin ənənəvi KİV üzərində güc və nüfuzunun göstəricisidir. «Amerika on-layn» və «Taym-Uorner» kompaniyaları arasındaki iş birliyi 5 il bundan əvvəl olsayıdı «Taym-Uorner» şirkəti «Amerika on-layn»ı özündə birləşdirirdi. Yeri

<sup>1</sup> Editor and Publisher. 2001. 13 Nov. P/56

gəlmişkən, bu cür iş birliyi məsələsinə 1994-cü ildə «Taym-Uorner» kompaniyasının direktorlar şurasında baxılsada qəbul edilməmişdi. 1923-cü ildən mövcud olan «Taym ink» qədim informasiya kompaniyalarından biridir. Bu müddət ərzində o bir çox kompaniyaları-1989-cu ildə «Uorner komyunikeyşnz», 1995-ci ildə «Terner brodkastinq»i özündə birləşdirdi. 1985-ci ildə yaranmış gənc kompaniyalardan biri «Amerikam on-layn» bu gün Internet-provayderi içərisində ən böyüklardandır. O, dünyanın ən iri mediakorporasiyalarından olan «Taym-Uorner»i özündə birləşdirir. Birliyin adı isə «AOL Taym-Uorner» oldu.

Bu birləşmə 10 yanvarında 1998-ci ildə həyata keçərə də işə 1999-cu ilin oktyabrından gizli şəkildə hazırlanmışdır. «Amerika on-layn»nın başçısı Cerald Levini uzun müddət dile tutmuş, nəhayət razi sala bilməşdir. İş birliyi dəyəri 165 mlrd. dollar olan aksiyaların mübadiləsi ilə edilmişdir, kompaniyanın bütünlükə qiyməti isə 350 mlrd. dollardır. Bu biznes tarixi və mediasənayedə ən böyük iş birliyidir.

«America on-line» son illər çox sürətlə inkişaf edərək, istifadəçilərin sayını artırmışdır. Belə ki, əvvəlcə 100 min abunəçisi olan qurum, 1994-cü ildə 1 mln. 1996-ci ilin fevralında 5 mln., 1997-ci ilin noyabrında isə 10 mln. istifadəçi qazanmışdır. 1998-ci ilin fevralında rəqib saylığı, Internet firması, 2 mln. abunəçisi olan «Komyüsərv»i digər kompaniya olan «Netskeyp kommyunikeyşnz»i isə 1999-cu ilin martında almışdır.

1999-cu ilin dekabrında «America on-line»ın 20 mln.-luq istifadəçilərə «Kopmyüsərv»in 2 mln. istifadəçisi də əlavə olundu.<sup>1</sup>

Ədliyyə nazirliyinin antitrest şöbəsinin hələ təsdiqləmədiyi bu iş birliyinə amerika mətbəti çox sərt reaksiya verdi. «İnterneşnə qerald tribyun» qəzetiində tanınmış felyetonist bu meqabirləşmə əngelinə gülmüşdü. «Nyu-York Tayms»ın redaksiya məqaləsində və sonra «İQT» in 12 yanvar buraxılışında dərc olunmuş bu məqalədə belə nəhəng korporasiyaların birləşməsi təqnid olunur. Çünkü bu, siyasi planda böyük təhdidlər deməkdir. «Biznes uik» jurnalı 24 yanvar sayısındaki «Onlar bir-birinə baxır» başlıqlı məqalədə gələcəkdə birləşə bilmək imkanı olan mediakompaniya,

informasiya-əyləncə sənayesi və Internet firmalarının sxemi verilmişdir.

Bu birləşmə «Maykrosoft» firmasının başçısı Bill Qeytsə yaxşı cavab idi. O, son 2 ildə KİV-də anti qəhrəman olmuşdu. Bu birləşmədən sonra Qeyts artıq mətbuatın göstərdiyi kimi böyük təhdidəcisi nəhəng kimi görünmədi. B.Qeyts hər tərəfdən hücumlara məruz qalmışdı, onu monopolizmdə günahlandıran iddialara ədliyyə nazirliyinin antitrest şöbəsi baxırdı. Çünkü, 1999-cu ilin sonu 2000-ci ilin əvvəlində Qeytsin adı ilə bağlı sensasiyalı hadisələr olmuşdu.

1998-ci ildə MCİ kompaniyasına mənsub olan amerika Internet şəbəkəsi - KUK amerikanın 500 aparıcı işgüzar Internet saytının 62-nə yiyələndi. Əgər kompaniya Amerikada ancaq ümumi platforma yaratdısa, Avropa və Sakit okean regionunda Internet xidmətləri göstərən (əsasən işgüzar) firmaları aldı. Hal-hazırda Asiyada KUK Internet xidmətləri bazarına liderlik edir. Ancaq belə bir məlumat da var ki, KUK öz nəzarət paketi aksiyalarını asiya firmalarından olan və səsli telefonla işləyən Honkonq telekompaniyası və avstraliya firması olan «Optus» kompaniyasına satmaq fikrindədir.

Internet xidməti ilə məşğul olan xarici firmalar içərisində Böyük Britaniyanın «Friserv» kompaniyası liderlik edir (1999-cu ilin sonunadək 1,5 mln. istifadəçi olub. Britaniyanın digər kabel kompaniyalarına təzyiq göstərərək onları inandırmğa çalışır ki, Interneti onun kabeli ilə ötürüsünlər. Auditoriyanı genişləndirmək imkanı verəcəyi ilə onları bu işə cəlb edir. 2000-ci ilin fevralında «Televest» firması elan etmişdi ki, o «Serfaplimetr» xidməti açır və ayda 10 funt sterlinq ödəməklə bu xidmətdən daimi istifadə etmək mümkündür. Məsələ burasındadır ki, hər bir qoşulma üçün vacib olan ödəniş internet istifadəçilərinin sayını artırır. Sorğuların nəticələrinə görə aylıq ödəniş Internet istifadəçilərinin sayını sürətlə artıracaq. Yeni internet texnologiyasında hətta bədii filmə baxmaq imkanı da vardır. Hal-hazırda Böyük Britaniyada 300 Internet xidməti göstərən firma var ki, onların içərisində Amerika («Friserv», «Amerika on-layn», «Uorl on-layn») və avropa firmaları da vardır.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Jbid. 19 Dec. Sec.B. P.3

*Rəqəmli verilişlərin tərəqqisi* 1999 - cu ildə Böyük Britaniyada rəqəmli verilişlər «rəqəmli inqilab» ideoloqlarının gözlədiyi kimi sürətlə inkişaf etmədi. Böyük Britaniya verilişlerinin əsas platforması olan hər 2 firma – Bi-skay-bi konsorsiumuna mənsub olan «Skay dicital» və BDB konsorsiumuna mənsub olan «Ondi dicital», auditoriyani çalb etmək üçün dekoder quruluşunu pulsuz etdi. Bunun nəticəsində də ilin axırınadək abunəçilərin sayı «Skay dicital»da yarımmilyrnadək «Ondicital»da isə 400 minə qədər yüksəldi. Bunlar birlikdə Böyük Britaniyada ev sahiblərinin 2 mln-a qədər əhalisini təşkil edirdi.

1999-cu ilin ortalarında Sürixdə keçirilən gündəlik qəzet naşirlərinin 52-ci konqresində əsas diqqət 1998-ci ildə qəzet yarımının stabillaşması, hətta yüksəlməsinə yönəldilmişdir. Konqres Internetdə reklam gəlirinin artmasını və naşirlərin daimi adaptasiyasını təsdiq etmişdir. Onların çoxu öz nəşrlərini Internetdə yerləşdirmək üçün sərf edilən pullara artıq itirilmiş pullar kimi baxmir. Ümumdünya qəzet assosasiyasının general direktoru Timoti Boldinqin fikrincə, mətbuat nəşriyyatlarının hədsiz xərclərində yaranan dəhşətli böhrana, kabel və sputnik televiziyalarının yeni rəqəbatına və Internetin inkişafındakı ehtiyathlıq və inamsızlığa qalib gələ bildi.

O öz nəticələrini Ümumdünya qəzet assosasiyasının sıfarişi ilə keçirilmiş «Dünya mətbuatının inkişaf tendensiyası»nın tədqiqatına əsaslanaraq çıxarmışdı. qəzet yayımının 1998-ci ildə yüksəlməsi və stabilliyi tədqiq olunan 45 ölkədən 19-da müşahidə edilib. Daha yüksək göstəricilər Avstriya, Braziliya, Kosta-rika, Hindistan, Malaziya və Portuqaliyada qeyd edilmişdir. Ən çox tirajlı gündəlik qəzet buraxan Yaponiyada qəzet yayımı 1997-ci ilə nisbətən 1998-ci ildə 0,4 % azalmış və bir günə 72,4 mln. nüsxə olmuşdur. Buna baxmayaraq bu forma 1994-cü ilə nisbətən 0,75% yüksəkdir. ABŞ-də yayım çox aşağı düşüb. Belə ki, 1994-cü ildə satış 58,18 mln. olduğu halda, 1998-ci ildə bu rəqəm 59 mln. nüsxəyə çatmışdır.

Avropa birliyi ölkələrində 5 il ərzində (1994-cü ildən) gündəlik qəzetlərin satışı 3 mln. nüsxəyədək azalıb (bu proses indiyədək davam edir). 1998-ci ildə isə ritm bir az da aşağı düşmüştür. Almaniyada da 5 il ərzində (gündəlik yayım 24,8 mln. nüsxə) İngiltərədə olduğu kimi satış 1 mln. azalmışdır. Fransada gün-

dəlik qəzet yayımı 1994-cü ildən sonra 0,7 % aşağı düşmüş, İtaliya (1,3%) və Portuqaliyada (6,1%) isə əksinə, yüksəlmışdır.

80-ci illərə nisbetən 1998-ci ildə mətbuat üçün uğurlu hal sayılan reklam gəliri bütün ölkələrdə ən yüksək səviyyəyə çatmışdır. Son 15 ildə Qərbi Avropada reklam gəliri daha çox artmışdır.

Bütün bu əksikliklərə baxmayaraq gənclər arasında gündəlik qəzetə marağın artması konqresdə yaxşı bir hal kimi qeyd edilmişdir. Dəməli, qəzətlər də bir yol tapıb bu auditoriyani saxlamalı və artırmalıdırlar.

Qəzet və reklam yayımının stabillaşması qəzətin məzmununun yaxşılaşdırılmasına daha çox diqqət ayrılmamasına səbəb oldu - auditoriyani böyütmək üçün qiyməti aşağı salmaq üsulu yox, qəzətin məzmununun yaxşılaşdırılması üsulu bəyənilmişdir. Bu cür formulun müvəffəqiyyət qazanmasını «Nyu-York Tayms» öz timsalında göstərmişdir. 1997-ci ildə qəzet hərəkət trayektoriyasını bu cür dəyişdikdən sonra hətta Nyu-Yorkdan kənarda da oxucuların sayını sürətlə artırmışdır.

Buna baxmayaraq gündəlik qəzətlərin fenomen qiyməti diskusiyalarda əhəmiyyətli yer tutur. Ümüdünya qəzet assiasiyasının sisarişi ilə qiymətin qəzet yayımına təsirini üzə çıxarmaq üçün xüsusi tədqiqat keçirilmişdir. Qiymətin azalmasının satışı yüksəldiyi və qiymətin qalxmasının satışı azaltması həmişə qəbul edilib. «Deyli meyl» ingilis qəzeti isə göstərdi ki, onun qiymətinin yüksək olmasına baxmayaraq satış prosesində aydın redaksiyə siyaseti olmalıdır. (1993-1998-ci illər arasında bu qəzətin qiyməti 17 %, satış miqdarı isə 33 % artmışdır).

Siyasi, iqtisadi şəraitdən asılı olaraq müxtəlif ölkələrdə nəşrin məzmununun zənginləşdirilməsinin özünməxsus üsulları var. Bir çox ölkələrdə bu siyaset, mətbuatın azadlığı uğrunda gedən mübarizə hesab olunur. Polşanın əsas nəşriyyat qrupu olan «Qazeti viborça»nın rəhbərləri isə belə hesab edir ki, «qiymətin azadlığı rentabellikdir».

«Vest-Frans» qəzətinin baş redaktoru D.Piller bildirmişdir ki, ən iri fransız qəzətlərinin müvəffəqiyyətinin səbəbi möhkəm nəzarətli deontoloji prinsipləri riayət etməsidir. Xartiyada yazılıdığı kimi «informasiya almaq hüququ və şəxsiyyətə hörmət». Qəzet naşirləri birinci növbədə jurnalıstin məsuliyyətini öne çəkirdilər, baxmayaraq ki, bununla bağlı 2 cür baxış var; 1) «absolutlar»-informasiya almaq hüququnu boğan hər bir şeyə

qarşı çıxırlar; 2) informasiyanın, xüsusen şəxsi həyatla bağlı məlumatın yayılmasına qarşı çıxıb jurnalıstin məsuliyyəti olmasını istəyənlər. Azad söz üçün boğulma təhlükəsi yarada bilən KİV-in təmərküzləşməsi, özünüsənzuraya aid məsələlər də müzakirə olunmuşdur.

1999-cu ildə Fransada gündəlik qəzetlərin yayımı stabillaşdı. 1999-cu ilin statistik məlumatları gündəlik milli mətbuatın tədricən öz mövqeyini qazandığını göstərir (0,34 %). 1994-cü ildəki düşmədən sonra yayım 4 % artmış, nüsxələrin sayı isə 2 199128-ə çatmışdır. Yayım dairəsinə görə (hətta xarici ölkələrdə belə) «Mond» qəzeti 4,5% artımla çixan «Ekip» i qabaqlayaraq birinci yeri tutdu, yeni nüsxənin sayı 390840 (+ 1,4 %) oldu. 1998-ci ildəki bu sürətli artım həm də Fransada keçirilən Dünya Futbol çempionatı ilə bağlıdır. 1999-cu ildə satışın aşağı düşməsi, tirajı 271810 nüsxə olan bazar buraxılışları ilə kompensasiya olundu.

Yeni texnologiyanın hədsiz çoxalması fransa hökumətini ona nəzarəti artırmağa vadar etdi. Baxmayaraq ki, bu hökumət 1997-ci ildə yeni texnologiyanın inkişafı və tətbiq olunması üçün xüsusi program hazırlamışdı. Internetin kütlevi inkişafı əhəmiyyətli dərəcədə vətəndaş-istifadəçilərin etibar səviyyəsi ilə bağlıdır. Cənki şəbəkədə istənilən kommersiya və administrativ əməliyyatlar aparmaq mümkündür. Fransızların əksəriyyəti Internetə qanunu sahə kimi baxır. Orada kompüter satışı (1998-ci ildə) televiziya satışını qabaqlasa da, Fransa başqa nəhəng avropa dövlətlərindən Internetə qoşulma işində geri qalır. 1999-cu il iyul ayının məlumatlarına görə dünyada internete qoşulanların 173 mln. nəfərindən ancaq 4 mln.-u fransızlardır. İlin sonuna dək 5 mln.-dan çox fransız ümumdünya Şəbəkəsinə çıxış əldə etdi. Internet hələ də ali təhsilli, orta gəlirləri olan 30 yaşadək kişilərin (71 %) əyləncəsi olaraq qalır. İstifadəçilərin inamını qazanmaq üçün onlara informasiyanın məxfi qalacağına və ancaq şəxsi imzanın hüquqi statusu olduğuna zəmanət vermək lazımdır. Dövlət programının birinci mərhələsi məhz elektron imza oldu. Bundan başqa baş nazir yeni texnologiyada cinayətlərlə mübarizə aparan xüsusi program da yaratdığını bildirmişdir. Jospen belə hesab edir ki, bazarın nizama salınması təkcə yeni informasiya texnologiyasında təhlükəlidir.

## *Fəsil 3*

### Qəzet dizaynının müasir formaları

**E**stetika yunan sözündən olub, (aisthetikas) hiss edən, hiss edilən mənası ifadə edir. Estetika geniş fəlsəfi anlayışdır və bu kurs daxilində biz onun yalnız qəzet səhifəsində, oxucunun materialları qavrama prosesində oynadığı rolü nəzərdən keçirəcəyik.

Qəzet səhifəsinin estetikası özü də mürəkkəb anlayışdır. Bu anlayış özündə qəzet səhifəsinin estetik cəhətdən gözəl, gözəğəlimli, uyarlı olmasını ifadə edir. Qəzətdə estetik gözəllik yaratmaq üçün isə tərtibatın müasir standartları ilə tanış olmaq lazımdır. Bu səbəbdən də tərtibatçılıq sənət işi hesab olunur. Bir sıra tədqiqatlarda qəzet məzmununun oxuculara əlverişli qrafik formada çatdırılmasına böyük əhəmiyyət verilir. Qrafik tərtibatın estetik səviyyəsinin yüksəldilməsi bu işdə mühüm rol oynayır. Nəşrin estetik səviyyəsinin yüksəldilməsi üçün isə poliqrafiyada yeni texnologiyaların müstəsna rolu vardır. Elmi-texniki tərəqqi eyni zamanda oxuların səviyyəsinin artmasına təsir göstərir. Elmi-texniki inqilabin müasir mərhələsində oxuların səviyəsi də xeyli artmışdır. Oxuların səviyyəsinin yüksəlməsi ilə qəzətin tərtibatına da tələblərin artması zəruridir.

Müasir cəmiyyətin reallığlarında qəzətin yaşaması üçün onu yalnız informasiya bolluğu ilə deyil, həm də görünüş baxımından cəlbedici etmək vacibdir. Bu səbəbdən də redaktorlar və qəzet sahibləri üçün digər sahələrlə yanaşı, çap nəşrinin xarici görkəmini, dizayn xüsusiyyətlərini diqqət mərkəzində saxlamaq zəruridir.

Redaktorlar «effektiv dizayn»ın vacibliyini artıq çoxdan anlayıb, lakin bunun nə olduğu barədə vahid fikir hələ ki yoxdur. Mario Qarsia, dünyanın ən məhşur dizaynerlərindən biri özünün Contemporary Newspaper Design (Müasir qəzet dizaynı) kitabınn 3-cü nəşrində yazar ki, qəzet tərtibatında yüksək keyfiyyət - mətnin və vizual elementlərin: şrift, fotosəkil, rəngli illüstrasiya, informasiya məzmunlu qrafika və «ağ ləkələrin» səliqeli və məqsədyönlü birləşdirilməsidir. Və birləşmə lazımı qaydada apa-

rilibsa, bu elementlərin qarışığı oxucunu cəlb edəcək və məlumatı ən effektiv şəkildə təqdim edəcək.

Effektiv dizayn yaraşıqlıqdan daha çox funksiyonaldır və heç vaxt jurnalistikani və faydalı məzmunu yaxşı görünütyə qurban vermir. Effektiv dizayn informasiyaların və başqa materialların mənah və xoş təsir buraxacaq şəkildə təqdim olunmasını təmin edir. Dizayn məhsul deyil, iş prosesidir, o hiss olunmamalı, özü ilə məzmunu kölgələməməlidir.

Bu proses ən sadə elementlərin, sütunlar arasındaki boşluqların, başlıq və mətnin, fotosəkil və imzaların diqqətlə nəzərdən keçirilməsindən başlayır. Dizayn elementlərindən (şrift, başlıq, fotosəkil, illüstrasiya, boşluq və s.) istifadənin dəyişməzliyi bu vəsaitin əsas ideyasıdır, çünki bu ideya qəzetiň ugurlu tərtibatının yaradılması və həyata keçirilməsində hakim yer tutur. Oxucuların qəzetiň tərtibatının dəyişməzliyində asılılığı təcrübədə təsdiq olunduğundan, onlar da sizin informasiyanı təqdim etmə üsullarınızdan daimilik gözləyəcəklər. Siz oxucuların inamını (jurnalistin ən böyük nailiyyətini) həmçinin qəzetiñizin görünüşünə, dizaynına diqqətli münasibətlə qazanacaqsınız.

Effektiv dizayn həmçinin materialların asan oxunmasına və anlaşılmamasına kömək edir. Mətn, sərlövhələr, imzalar və bütün səhifələr üçün şrift seçimində ən mühüm faktor aydın oxunmadır. Qəzet dizaynında tərtibatın keyfiyyəti məlumatı tez və tam şəkildə ifadə etmirsə, onu keyfiyyətli tərtibat adlandırmaq olmaz. Oxucuların məlumatata çatmaq üçün dizayn incəlikləri üzərində baş sindirməgə nə vaxtı, nə də həvəsi var. Qəzet dizaynerlərinin vəzifəsi oxucunun işini asanlaşdırmaqdır, çətinləşdirmək yox.

Son olaraq Qarsia xatırladır ki, effektiv dizaynda sürprizlər üçün də yer var. Qeyri-adi şəkildə kəsilmiş fotosəkil, orijinal sərlövhə, dramatik illüstrasiya oxucu üçün gözənlənməz və xoş ola bilər. Məhz bunlar oxucunu döñə-döñə sizin qəzətə müraciət etdirəcək. Qəzet dizaynı kifayət qədər çevik olmalıdır ki, sürpriz elementindən tez-tez istifadə mümkün olsun.

Cəlbedici və rahat qəzet yalnız oxucular üçün deyil, reklamçılar üçün də cəlbedicidir. Onlar bilirlər ki, reklamı yönləndirdikləri insanlar onu gözəgəlimli tərtibatın əhatəsində görəcək və bu da reklam materialının diqqəti cəlb etməsinə və oxunmasına səbəb olacaq.

Qeyd etdik ki, müasir poliqrafiya avadanlığının səviyyəsi, xüsusilə kompüter texnikasının tətbiqi qəzet tərtibində çox maraqlı manevrlər etməyə imkan yaradır. Lakin bir çox qəzətlər bu imkanlardan düzgün bəhrələnmirlər. Belə ki, kompüterin, məsələn, illüstrasiya materialları ilə bağlı yaratdığı bolluq, bir çox hallarda, materialların estetik qavranılmasına ciddi əngəl törədir. Belə bolluqdan, belə imkandan yalnız bacarıqla istifadə etməklə qəzətin simasını müəyyənləşdirmək, onun estetik dəyərini yüksəltmək olar.

Müasir qəzətlər sırasında özünün yeri olan bir çox qəzətlər öz səhifələrini artıq xətkəşlər, lüzumsuz bəzək materialları ilə doldurmaqla, eyni səhifədə hər materialda şriftləri, lazım gəldi-gəlmədi dəyişməklə çox pərakəndə vəziyyət yaradır. Redaktor özünün vacib hesab etdiyi xəbər bloklarını çox kiçik şriftlə, hətta bəzən nonparellə yiğir ki, bu da oxucunun gözünü yorur və materialı oxumağa mane olur.

Məlumdur ki, səhifənin pəncərə, çardaq, padval və s. kimi klassik deyimlərlə ifadə olunan sahələri var. Səhifələnmə zamanı bu yerlərə uyğun materiallar ayrılmalıdır. Bundan başqa, onların məzmunu və aktuallığına münasib, uyğun olaraq səhifənin hansı hissəsində yerləşdirilməsi də çox vacibdir.

Beləliklə, gəldiyimiz ümumi nəticələr: səliqəli və effektiv qəzət dizaynı böyük əhəmiyyəti var, xüsusən də oxucu və reklam bazarı üçün rəqabət daimi olan müasir cəmiyyətdə. Əminliklə demək olar ki, bu bütün müasir çap nəşrlərinə aiddir.

*Məzmun və forma.* Məzmunla forma arasındaki qarşılıqlı əlaqə və vəhdətin pozulması, formanın məzmunla uyğun gəlməməsi qəzət tərtibində hökmən formalizmlə nəticələnir. Qəzət tərtibinin solğunluğu kimi, onun qəlizliyi, yersiz mürəkkəbliyi və ya həddindən artıq təmtəraqlı olması da hər şeydən əvvəl məzmunla forma arasında vəhdətin pozulmasından irəli gəlir. Qəzət tərtibçisi hər dəfə çalışıb bu və ya digər materiala elə forma tapmalıdır ki, o, həmin materialın məzmununa uyğun gəlsin, onun daha yaxşı qavranılmasına və mənimşənilməsinə kömək etsin.

Qəzətin məzmunu ilə forması arasında vəhdət olmalıdır. Bütün tərtibat ünsürləri məzmunun daha yaxşı açılmasına kömək etməlidir, yalnız bu zaman qəzətdə məzmun ona xas olan formanı alır, forma isə məzmunlu olur. Qəzətdə forma ilə məzmun arasında qarşılıqlı əlaqə mühüm prosesdir. Tərtibat burada

məzmunun bütün ünsürlerini əlaqələndirən fəal yaradıcı vasitə kimi çıxış edir.

Qəzet forması yaradan xüsusi ünsürler də vardır. Onların məcmusu qəzətin məzmunu və cəmiyyətdəki rolu və vəzifələriylə şərtlənən formanı - xüsusi, fiziki konstruksiyasını təşkil edir. Bu konstruksiyanın ilkin ünsürleri qəzətin formatı, həcmi və sütunlarıdır. Onlar qəzet formasını dövri və qeyri-dövri mətbu nəşrlərin formasından fərqləndirir. Qəzet formasının bu ilkin ünsürleri uzun süren tarixi təkamülün nəticəsidir. Bu müddət ərzində həmin ünsürler cəmiyyətin sosial-iqtisadi tələblərinin və poliqrafiya texnikasının inkişafının təsiri altında dəyişikliklərə məruz qalmışdır.

Biz də qeyd edək ki, müasir qəzetlərimizdə məhz bu keyfiyyətlər özünü göstərməkdədir. Qəzətin bütün forma ünsürlerinin məzmunu tabeliyi, məqsədə uyğunluq mülahizələri, səhifələrdən səmərəli istifadə amilləri qəzet forması yaratmağın bütün mərhələlərində mühüm rol oynayır. Qəzətin ilk forma ünsürü tarixən əmələ gəlmış ölçü modelidir. Ölçü modeli də məzmunə əsaslanır. Lakin ölçü modeli də bu prosesdə passiv qalmır. Qəzətin xüsusiyyəti, məzmunu və vəzifəsi ilə əlaqədar olaraq yaranan formatı və həcmi də onun tərtibinə müəyyən ölçü formaları diktə edir. Qəzətin məzmunlu tərtibi onun həcmindən və formatından çox aslidir. Qəzətin formatı və həcmi, sütunları bütövlükdə onun formasını təşkil edir. Bu forma materiallarının məzmununa münasibədə fəal rol oynayır. Bu fəallıq mətn və ya şəkillərin ölçü modelinin hansı səhifəsində verilməsindən asılı olaraq arta və azala bilər.

Bələliklə, qəzətin məzmunu forına yaratmağın ölçü, qrafik və poliqrafik mərhələlərindən keçərək lazımi görkəm alır. Bütün bunlar qəzet işinin müasir mərhələsində o qədər inkişaf etmişdir ki, artıq bu inkişaf qəzet səhifəsinin estetikasını yaratmışdır. Məhz buna görə də qəzətin tərtibatı kimi ənənəvi, klassik anlayış indi "dizayn" sözü ilə əvəzlənib.

Qəzətin əsas mövzusu, yəni aktual mövzu, əlbəttə, birinci səhifədə və praktik terminlərlə desək, manşetdə öz əksini tapır. Deməli, ən aktual informasiya və onun sərlövhəsi başlıca çıxarılır. Qeyd edək ki, aktual mövzuların qəzətin birinci səhifəsinə və görkəmli yerinə çıxarılması ilə iş bitmir. Söhbət həm də, bu materialın necə, hansı ölçüdə yerləşdirilməsindən gedir.

Qəzeti simasını formalaşdırın, onun forma və məzmun vəhdətinə xidmət edən prinsiplərdən biri müvazinətdir. Müvazinə tarazlığı təmin edən estetik kateqoriyadır, Qəzet nömrəsində bu tarazlıq materialların həm forma, həm də məzmun cəhətdən gözlənilməsinə xidmət edir. Müvazinət materialların qəzet səhifəsində yerləşdirilməsində özünü göstərir. Məsələn, səhifənin yarısı həcmində materialın ortasında yerləşdirilən illüstrasiyanın hər tərəfində - sağında və - solunda qalan mətn materialı eyni həcmdə görünür və səhifə estetik baxımdan gözəgəlimli olur. Buna və digər cəhətlərə diqqət etmək vacibdir.

*Şriftlər*. Qəzətləri müasir ədəbiyyat adlandırmaq olar. Bütün ədəbiyyat isə şifahi (söz tərkibli) surətlər üzərində qurulur. Yəni çap mətbuatında əsas ifadə vasitəsi söz olduğundan, qəzet dizayının əsas elementi sözlərə forma verən şriftlərdir.

Bəzi tövsiyələr:

Əsas mətn üçün bir şrift seçin. Tədqiqatlar göstərir ki, insan gözü kərtikli şriftləri, bu cür elementləri olmayan şriftlərə nisbətən daha tez qavrarıv və oxuyur. İnsan gözünün funksiyalarını tədqiq edən alımlar göstəirlər ki, gözün tor qışası hərflərin kərtiklərini «sezir», elə bil ki kərtiklərə ilişir. Göz (və nəticədə beyin) kərtikli hərfləri, kərtiksiz olanlara nisbətən daha tez tanırıv.

Lakin, şrift seçimində daha vacib olanı oxunaqlığıdır. Əgər qəzetiçin çap keyfiyyəti qeyri-məqbuldursa, kərtikli şriftlərin istifadəsi məqsədə uyğun olmaz. Çünkü çap boyası səhifəyə rəvan qatla çəkilmirsə, hərflərin kərtikləri tamamilə itə bilər. Bu halda sadə düz şriftlərdən istifadə özünü doğrudır.

Əsas mətn üçün ən oxunaqlı şriftin seçiləsinin yeganə effektiv üsulu - mətbəənin texniki imkanlarını nəzərə almaqla eksperiment və müxtəlif şriftlərin nümunələrini ilkin dövrə tətbiq etməkdir. Çap olunmuş qəzətdə nümunələri nəzərdən keçirin və hansının daha aydın olduğunu müəyyənləşdirin. Seçim prosesinə oxucuların da cəlb edilməsi mümkündür.

Müəyyənləşdirilmiş vahid şrifti bütün qəzet materialları üçün istifadə edin. Bunun mahiyyəti qəzetiçin oxunmasını asanlaşdırmaq, ardıcılıq və oxucunun hər zaman anlayacağı «kod»a malik olmaqdır - sizin şrifti görəndə oxucu etibarlı və operativ xəber oxuduğunu bilir.

Vahid şrifti heç vaxt reklamda istifadə etməyin. Qaydaları pozaraq oxucunu çəşqinliğa salmayın. Reklamlar üçün başqa

şriftlərdən istifadə edin. Vahid şrift ancaq əsas mətn üçün istifadə olunmalıdır. Yuxarıda qeyd olunan «kod» anlayışı burada xüsusi önem daşıyır.

Seçilən şrift üçün kifayət qədər böyük ölçü müəyyənləşdirin ki, rahat oxuna bilsin. Unutmayın ki, qəzetiñ oxucu üçün maksimum asan qavranılmasına çalışırsınız. Əgər şriftin ölçüsü çox kiçik olarsa, bu səhifədə daha çox material yerləşdirməyə imkan verir, lakin onun oxunmasını çətinləşdirir. Sovet dövrü mətbuatında ənənəvi olaraq 8 punkt ölçülü şriftlərdən istifadə olunurdu. Bu tendensiya müstəqillik dövrünün müəyyən müddətində də özünü göstərirdi. Lakin son zamanların təcrübəsi bu ölçünün 9-9,5 punkta qaldırılmasının səmərəli olmasını təsdiqlədi. Bu xüsusilə 40-55 yaşlı oxucular üçün əlverişlidir. Məhz bu yaş qrupuna daxil insanlar həm Azərbaycanda, həm də digər ölkələrdə qəzetiñin ən sadıq oxucularıdır.

Ola bilsin ki, siz sətirlər arasında məsafəni azaltmaq və ya artırmaq istəyərsiniz. Bu məsafə (Interval) də bütün qəzətdə dəqiq müəyyənləşdirilmiş və daimi olmalıdır. Hansı intervalın daha əlverişli olmasını müəyyənləşdirmək üçün bir mətn yığın və onu müxtəlif intervallarla çap edin. Qeyd etmək lazımdır ki, intervalın ölçüsü şriftin ölçüsü və s. amillərdən asılı olaraq dəyişə bilər. Belə ki, əsas mətnində istifadə olunan ölçü sərlövhəyə tətbiq oluna bilməz. Əsas mətn üçün standart interval müəyyənləşdirin və yalnız ondan istifadə edin. Mətn ölçüsünə görə qəzətdə ayrılmış yerdə uyğun gəlmədikdə intervali böyütmək və ya kiçitmək hesabına yeri doldurmağa çalışmayın.

Mətnin dizaynını (şrift, ölçü, interval) bir dəfə müəyyənləşdirikdən sonra onu qəzetiñ bütün səhifələrində olduğu kimi tətbiq edin. Siz öz fərdi üslubunuzun yaradılması yolunda artıq ilk addımı atmışınız. Məhz sizin qəzetiñ tərtibatı ilə bağlı bütün məlumatı ayrıca təlimatda yazıb toplamaq məqsədə uyğun olardı. Bu cür təlimata malik qəzet redaksiyasında hər bir kəs dizaynla bağlı vahid qaydaları bilir və bu barədə əlavə suallar meydana çıxmır. Həmin təlimati yeni işçilərə verməklə onların da redaksiyanın işinə uyğunlaşmasını asanlaşdırılmış olarsınız.

**Sütunlar.** Əsas mətn üçün sütunların optimal eni 5 sm (12 sise-ro) təşkil edir. Bundan ensiz yiğilmiş mətnin oxunması çətinləşir. Əgər bundan ensiz sütundan istifadə edirsinizsə, sətrin

kəsilməsindən istifadə etməyin. Bu sözlər arasında böyük araları aradan qaldırmağa imkan verəcək.

Ən enli sütunun ölçüsü təxminən 12 sm (25 sisero) olmalıdır. Bundan enli sütunlarda materialın qayranması əhəmiyyətli dərəcədə ləngiyəcək. Oxucu diqqətini sözlər qrupunda yox, ayrıca sözlərdə cəmləşdirməli olacaq.

Sütunların daxilində mətnin sətrin kəsilməsi olmadan çap olunması imkanını nəzərə alın. Bəzi hallarda mətnin belə istifadəsi əlavə dizayn elementi olaraq görüntünü yaxşılaşdırır və ona bədii görüntü verir. Bu oxucunun özünü sizin səhifələrdə rahat hiss etməsi üçün daha bir vasitədir.

Sütunları bölgə xətkəşlərdən istifadə etməyin (səhifədə materialların bölünməsini göstərmək üçün lazım olan hallar istisna olunmaqla). Sütunlar arasında xətkəşlər səhifədə sıxlıq və yazıların qalaqlanması təsəvvürünü yaradır. Əsas mətnin sütunları arasında ağ sahələrdən istifadə edin.

Sütunların ölçülərini redaksiyanın dizayn təlimatında qeyd edin.

*Daxili arxitektura.* Qəzetiinizin dizaynını əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırmaq üçün Mario Qarsianın qəzetiin «daxili arxitektura»si adlandırıldığı məvhuma xüsusi diqqət yetirmək lazımdır.

Ən kiçik detallara belə diqqətlə yanaşmaqla hər bir səhifədə materialların səliqəli düzümünü yarada bilərsiniz. Qəzetiinizin bütün səhifələrini ardıcıl olaraq nəzərdən keçirin. Səliqəli səhifələr sizin peşəkarlığını sübut edir. Dağıniq səhifələr isə diletentliq, bayğılıq və faktlara qarşı da etinasızlıq təsəvvürü yaradır.

Əgər tərtibat üçün redaksiya kompüterlərindən istifadə olunursa, bütün arxitektura elementlərini kompüter programına daxil etmək olar. Tərtibat nəşriyyatda aparılırsa səhifələrin daxili quruluşunun qorunub saxlanması tələb etməlisiniz.

Modullar - qəzetiin daxili arxitekturasının tikinti materialıdır. Səhifələrdə materialların yerləşdirilməsi düzbucaqlı blokların üzərində qurmaq səliqəli tərtibatı təmin edir. Bu cür düzüm oxoculara lazım olan məqaləni və ona aid bütün elementləri asanlıqla tapmağa imkan verir.

Səhifədə bir-biri ilə bağlı bütün elementlər eyni məsafə ilə ayrılmalıdır. Bu məsafə əsas mətnin sütunlarının arasındaki məsafəyə bərabər olur.

Bu məsafəni istifadə etdiyiniz şriftə və digər fərdi xüsusiyyətlərə uyğun olaraq özünüz seçməlisiniz (qərb mətbuatında bu 1 sisero və ya 6 keçildir).

Bu məsafə ilə sərlövhə əsas mətndən, sərlövhə fotosəkildən, bir fotosəkli digərindən, imzani mətndən və s. Bir-biri ilə əlaqəli elementləri ayırməq vacibdir.

Bir-biri ilə bağlı olmayan elementlər arasında məsafə iki dəfə artıq olmalıdır. Bu sizin oxuculara verdiyiniz daha bir orientirdir. Siz dəqiq göstərirsiniz ki, hansı elementlər əlaqəlidir, məqaləyə hansı sərlövhələr və fotosəkillər aiddir.

Müxtəlif sütunlarda mətnin sətirləri səhifədə eyni üfüqi xətt üzərində olmalıdır. Sütunun qurtardığı xətt eyni olmalıdır. Əgər bu alınırsa, deməli bütün sətirlər öz yerindədir.

*Fotosəkillərdən istifadə*. Fotosəkillərdən istifadə tərtibatı yaxşılaşdırma və ya pisləşdirə bilər. Fotosəkillərin - xüsusilə də birinci səhifədə necə yerləşdirilməsi dizaynın prinsiplərinin necə başa düşülməsinin ən yaxşı göstəricisidir.

Fotosəkili mümkün qədər böyük edin və çalışın ki, kənar təsvirlər (reklam, qrafika) ona mane olmasın. Hər bir səhifə vizual fokusa yiğilmalıdır. Əgər səhifədə təxminən eyni ölçülü bir neçə fotosəkil varsa, buna nail olmaq mümkün deyil. Oxucu əsas materialı çətinliklə tapacaq. Düzgün yanaşma effektli şəkilə kifayət qədər böyük yer ayırmağa imkan verəcək.

Bir çox qəzetlər daha çox yazı materialı yerləşdirmək məqsədilə şəkillərin ölçülərini azaldırlar və bunu «yer çatışmamazlığı» ilə izah edirlər. Lakin onların bir neçə kiçik şəkilə ayırdıqları yerde bir böyük şəkil yerləşdirmək daha məqsədə uyğun olardı. Yeganə istisna, bir neçə şəkinin bir yazida vahid mənənəni ifadə etmək üçün istifadə olunmasıdır.

Gözel şəkil səhifədə hakim yeri tutmalıdır. Səhifənin maketləşdirilməsi zamanı şəkilin və ya şəkillərin yerini qabaqcadan müyyənləşdirmək lazımdır. Səhifə şəkinin ətrafına yiğilir. Bu cür tərtibat prinsipi ən məqsədə uyğun hesab olunur, çünkü oxucunun səhifədə görəcəyi ilk və ən çox diqqəti cəlb edən element şəkildir.

Ancaq keyfiyyətli fotosəkillərdən istifadə etməyə çalışın. Bəzən qəzetlər bəzi obyektiv səbəblərdən aşağı keyfiyyətli şəkillərdən istifadə edir. Təəssüf ki, bizim reallıqda hər redaksiyanın ştatında fotomüxbir olmur və yazılarla istifadə üçün təsadüfi şəkillərdən istifadə etmək məcburiyyəti meydana çıxır. Buna baxmayaraq,

keyfiyyətsiz şəkillər məqalənin məzmununun verəcəyi effekti belə aşağı sala bilər.

Mümkün olduqca, hərəkətli şəkilləri yerləşdirin. Demək olar ki, bütün hallarda hərəkətli şəkillərin ifadəliyi statik şəkillərdən üstündür.

Şəkillərin bədii kəsilməsindən istifadə edin. Bacarıqlı kəsimləsiz adı şəkli keyfiyyətli şəklə çevirə bilərsiniz. Şəkin ən vacib hissəsini axtarın, hərəkəti diqqətə gətirin, bütün lazımsız, xüsusilə boş sahələri çıxarin. Bəlkə də, kiminsə əlini, ayağını şəkildən çıxarmalı olacaqsınız, amma vacib olan diqqəti hərəkətə yönəltməkdir.

Şəkilə enli (üfüqi) və ya uzun (şaquli) düzbücaqlı forması verin. Kvadrat forma darixdiricidir. Forma kvadratdan nə qədər uzaq olsa, o qədər maraqlı görünəcək.

Ən yaxşı şəkilləri birinci səhifədə istifadə edin. Aid olan mətn içəri səhifələrdə olsa belə, bu şəkilləri birinci səhifədə yerləşdirin. Şəkilaltı sözdə siz oxucunu içəri səhifəni açıb məqaləni oxumağa dəvət edirsınız, bu da maraqlandırmaq üçün daha bir vasitədir. Hətta eyni şəkli daha kiçik ölçüdə içəri səhifədə də istifadə etmək olar.

Bir-neçə şəkil fotoocerk kimi yerləşdirilirsə, birini əsas kimi fərqləndirin. Bu şəkli digərlərindən iki dəfə böyük etmək lazımdır. Bütün şəkillər arasında məsafə eyni olmalı, ya da onlar bir-birinə toxunmalıdır. Müəyyən qanunauyğunluqla qruplaşdırılmış şəkillərin təsir qüvvəsi daha çox olur. Mətn şəkillər qrupunu bürüməlidir ki, uyğun tərtibat yaransın.

*Sərlövhə*. Səhifənin əsas yazısının sərlövhəsi digərlərindən ən azı 40% böyük olmalıdır. Oxucu üçün hansı yazının əsas olması səhifədə onun yerləşməsi və vizual görüntüsü ilə müəyyənlenədir. 40%-lik qayda ideal standart deyil, sadəcə olaraq təcrübənin təsdiq etdiyi optimal variantdır. Bu nisbet müxtəlif amillərin təsiri ilə dəyişə də bilər.

Xəbər materiallarının sərlövhələri üçün bir şrift seçin. Tərtibat kompüterlərində çox sayıda şriftlərdən istifadə mümkündür. Lakin qəzet tərtibatını poliqrafik tərtibatla qarışdırmayıñ. Xəbər başlıqları üçün vahid şrift forması müəyyən edin və bu qaydadən kənara çıxmayıñ. Görüntünün fərqliliyinə eyni şriftin ölçüsünü və stilini (tünd, açıq, kursiv və s.) dəyişməklə nail ola bilərsiniz.

Məqalələrin sərlövhələri üçün başqa şrift də istifadə oluna bilər. Lakin eyni tip materiallarda eyni şrift qalmalıdır. Bu da oxucular üçün daha bir orientirdir. Tədricən oxucu bılır ki, bir tip sərlövhəyə malik yazılar xəbərdir, digərləri analitik məqalə və s.

Çox güman ki, tərtibat prosesində hərflər arasında intervalı böyütmək və ya kiçitməyə ehtiyac olacaq. Lakin unutmayın ki, çox kiçik və ya çox böyük məsafə mətnin oxunmasını və qarşanmasını çətinləşdirir. Kompüterin mətn yiğim programlarından istifadə edərək lazımi intervalı müəyyənləşdirin və sonra daimi olaraq ona əməl edin. Dəyişiklik zəruri olarsa, onun minimal olmasına çalışın.

Sərlövhəyə qoyulan tələbləri (şrift, stil, interval) müəyyənləşdirin və redaksiyanın dizayn təlimatında qeyd edin.

*Infoqrafika*. Ola bilsin ki, kompüter texnologiyasının qəzət tərtibatına tətbiqindən sonra ən böyük nailiyət informasiya tərkibli qrafikadan istifadə olub. İnfomasiyanı televiziyadan almağı öyrənmiş oxucular üçün dizaynerlər yüksək informasiya və vizual tələblərə cavab verən qəzetlər yaratmalıdır. Vizual effektə nail olmaq üçün infoqrafika şəkillər qədər vacibdir.

İnfomasiya cəlbedici qəzet yaradılması prosesində dizayner üçün əlavə bir vasitədir. Məqaləni müşaiyət edən diaqramm, cədvəl, xəritələr vasitəsilə dizayner sadə materialları orijinal görünüyüə malik səhifəyə çevirə bilər.

İnfomasiya qrafikasının ilk və ən sadə nümunələri oxucuya hadisənin baş verdiyi yeri göstəren xəritələrdir. Yerin sadə xəritəsini yaratmaq üçün skanerin olması vacibdir. Sadə qrafikanı hətta məhdud imkanlı kompüterin vasitəsilə də yaratmaq olar.

Bir çox böyük həcmli materialların tərkibində müxtəlif siyahılar da istifadə olunur. Məsələn uşaq ədəbiyyatından bəhs edən yazidan uşaqlar üçün kitabların siyahısını qeyd etmək olar. Təkrarın qarşısını almaq üçün siyahını mətnindən çıxarın, başqa şriftlə verin, kiçik sərlövhə qoyun, ölçüsünü müəyyənləşdirin və çərcivəyə alın. Beləliklə infoqrafika hazırlırı.

Qrafik programlardan peşəkar səviyyədə istifadə edə bilsəniz tövsiyyə olunan ədəbiyyat siyahısını «kitab»a və ya kitab rəfinə çevirmək olar.

İnfomasiya qrafikasının yaradılması üçün həmçinin «clip art» programından istifadə etmək olar. Bu müxtəlif mövzular üzrə təsnif olunmuş geniş təsvirlər arxividir. Yəni infoqrafikadan tam

miqyasda istifadə etmək üçün redaksiya ştatına rəssam götürməyə ehtiyac yoxdur.

*İnformasiya qrafikasının yaradılması üçün bir neçə tövsiyə:*

Üstünlük bədiiliyə deyil, informativliyə verilməlidir. Mürəkkəb qrafika məqaləni izah etmək və tamamlamaq funksiyasını yerinə yetirmirsə, o faydasızdır. Ən önəmlisi o, mətnin təqdim olunmasına Mane olmamalıdır.

Infoqrafikada bütün lazımi məlumat verilməlidir ki, əsas mətn olmasa belə onu başa düşmək olsun. Yaxşı qrafika özü özünü ifadə edir.

Infoqrafika birincisi, öz kiçik sərlövhəsi altnda çap olunur, ikincisi, kiçik şriftlə çap olunan informasiya mənbəyini göstərir. İkinci - vacib şərtdir, çünki oxucuların materialın haradan götürüldüğünü bilmək hüququ var.

İnformasiya qrafikası çox gec ağlığınıza gələn fikir olmamalıdır. Jurnalist infoqrafika üçün materialı məqalə ilə paralel toplamalıdır. Məqalənin yazılması prosesində müxbirlər redaktorla həm fotosəkillərdən, həm də infoqrafikadan istifadə imkanlarını müzakirə edirlər.

*Ağ sahələr.* Dizaynerlər ağ sahələrə - dizaynın ən faydalı elementlərindən birinə xüsusi diqqət yetirməlidirlər. Ağ sahələrin istifadə imkanları qeyri-məhduddur. Başlıcası, bunlar cəlbedici tərtibatın yaradılmasına xidmət edir.

Biz bilirik ki, bütün canlılar işığa can atır və qaranlıqdan qaçırlar. Ədəbiyyatda tez-tez işıqlı və açıq keyfiyyətlərə müsbət, tutqun və qaradan isə mənfi obrazları yaratmaq üçün istifadə olunur. Psixologiya olaraq insanlar hər zaman işığı və ağ rəngi üstün tuturlar. Qəzet dizaynerləri bu fenomeni qəzet səhifələrinin tərtibində istifadə edərək, onları saf, müasir və göz oxşayan edə bilərlər.

Səhifədə materialları qara xətlərlə deyil, ağ boşluqlarla ayıran. Hər dəfə xətdən istifadə edəndə dizayner ağ sahəni azaldır və səhifənin yüksəlməyə səbəbi olur. Ağ ayrııcı «xətlər» daha effektivdir və daha orijinal görsənir.

Bütün ağ «ləkə»ləri materialın ətrafında düzün. Onları heç vaxt mətnin daxilində saxlamayın. Bu cür verilən ağ sahələr öz-özünə çərçivə forması alır və mətni əhatə edir. Daxildə boşluqları aradan qaldırmaq üçün isə bəzi elementlərdə dəyişikliklər etmək lazımdır (başlıqda, şəkilaltı sözlərdə, şəkillərdə).

Ağ şriftin qara üzerinde istifadəsindən çəkinin (əks mətn). Tədqiqatlar göstərir ki, oxunmaq üçün ən çətin şrift, qara fonda ağ mətnidir. Bu cür çapda insan gözünə yazını oxuyub qavraması üçün daha artıq vaxt və gərgin işləmək tələb olunur. Məhz bu səbəblərdən mətnin belə istifadəsinə minimuma endirin (başlıqlar, rubrikalar).

Reklamçılar tez-tez öz reklamlarının məhz qara fonda ağ şriftlə verilməsini tələb edirlər. Onların fikrinçə, bu, əlavə diqqət cəlb edir. Bu düzdür, lakin onlar unudurlar ki, oxucu reklama az vaxt ayırır. İlk növbədə diqqət mərkəzində qəzətin əsas mətninə müraciət olunur. Bundan başqa «əks mətn» gec qavranır və onu oxumaq narahatdır. Yəni oxucu bu cür reklama malik səhifəni nəzərdən keçirdikdən sonra, əsas mətnin mahiyyətinə varmadan növbəti səhifəyə keçir. Bu da materialların oxunaqlığını azaldır.

*Poliqrafik icra*. Qəzet formasını yaratmağın son mərhələsi onun poliqrafik icrasıdır. Mətbəədə mənəvi məhsul maddiləşir, redaksiyanın əməyi əvvəlcə metal çap formasına, sonra isə çap olunub bükülmüş qəzətə çevrilir. Tərtibat bu mərhələdə də qəzet formasının yaradılmasına fəal təsirini davam etdirir, nömrənin maketi dəqiqləşir və təkmilləşir, operativ və gecikdirilmiş materialların səhifələnməsi başa çatır və s. Burada isə başlıca rolu kompüter operatorları, tərtibatçılar oynayır. Redaksiya kollektivinin yaradıcı səyinin texniki cəhətdən nə qədər savadlı və mədəni həyata keçirilməsi onların sənətkarlığından çox asılıdır.

Redaksiyada hazırlanan maket nə qədər ideal olsa da, tərtibatın bütün ünsürləri nə qədər ifadəli olsa da, onların poliqrafik icrası uğurlu deyilsə, istənilən nəticə alınmaz. Beləliklə, son söz poliqrafcıların olur. Ona görə də, montajçıların və çapçıların sənətkarlığı nə qədər yüksək olarsa, redaksiyanın niyyəti bir o qədər də müvəffəqiyətlə həyata keçirilər.

Lakin qəzətin fərdi görkəminin tam formalaşması üçün bu subyektiv amil kifayət deyil. Tərtibçinin niyyəti konkret poliqrafik vasitələrin - kağızın və boyagın köməyi ilə həyata keçirilir. Poliqrafik imkan bilavasitə qəzətin şimasında özünü göstərir. Ofset üsulu ilə çap edilən qəzet digər çap növünün məhsulu olan qəzətlərdən çoxrəngiliyi, illüstrasiyanın aydınlığı, çapın dəqiqliyi ilə fərqlənir. Poliqrafik vasitələr qəzet səhifəsində öz izini qoyur.

Redaksiya əməkdaşları və poliqrafçıların rəhbər tutduqları tərtibat prinsipləri qəzetiñ qrafik simasını müəyyənləşdirən amillərdəndir. Qəzet materiallarının mövzusuna görə qruplaşdırılması, sistemləşdirilməsi və nömrədə müəyyən guşələrdə və rubrikalarda estetik qaydalara uyğun verilməsi bu prinsiplərə əsaslanır. Müasir qəzet tərtibi işində estetik kateqoriyaların tətbiqi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Yuxarıda bəhs etdiyimiz bu elementlər müasir qəzet tərtibçiliyində geniş tətbiq olunub. Bəzən isə bu üsul xeyli dərəcədə pozulur və oxucunun materialları qavramasına mane olur.

Qəzet tərtibi problemlərinə dair görkəmli alımların tədqiqatları da bunu sübut edir. Bu tədqiqatlarda qəzet tərtibinə elmi münasibət mühüm yer tutur. Qəzet tərtibinin pirinsip və qaydalarının öyrənilməsinə, tədqiqinə sistemli kompleks münasibətə diqqət getdikcə artır. Qəzetiñ tematikası, oxucu dairəsi, janrları, materialların verilməsi fonnaları, tərtibatı, jurnalist sənətkarlığı və s., onun profilinin əsas komponentləri kimi konsepsiya formasında ifadə olunur. Alman aliminin işləyib hazırladığı həmin konsepsiya sonralar D. Georgiyevin və digər bolqar alımlarının qəzet qrafikası sahəsindəki tədqiqatlar üçün əsas olmuşdur. D. Georgiyev qəzetiñ arxitekturası, kitabının ikinci nəşrində, az sonra isə "Qəzetiñ rejissurası"<sup>1</sup> adlı böyük əsərində qəzet konsepsiyasını, o cümlədən onun qrafik konsepsiyasını səciyələndirir. Georgiyev qəzet tərtibinə siyaset, elm və incəsənətin qarşılıqlı əlaqəsinin nticəsi kimi baxır və qeyd edir ki, qəzet qrafikası tababət, ictimaiyyət və psixologiya kimi elmlərlə əlaqəsi olan elm sahəsidir. Müəllif müxtəlif qitələrdə nəşr olunan 345 qəzeti tədqiq etmişdir. Qəzet tərtibinə məhz belə elmi münasibət onun qrafik konsepsiyasını yaratmağa, bu sahədə təşkilinin prinsip və qaydalarını sistemli və kompleks şəkildə eks etdirməyə imkan verir. Respublikamızda isə qəzet tərtibi və buraxılışı texnikası əsasən 60-ci illerin sonu, 70-ci illerin əvvəllerindən tədqiqat obyektinə çevrilmişdir. Bu sahədə Bakı Dövlət Universitetinin dosenti Əliş Nəbilinin nəşr etdirdiyi "Qəzet tərtibi və buraxılışı texnikasının əsasları" adlı iki hissəli kitabıdır.<sup>2</sup>

Qəzet tərtibini elmi əsaslar üzərində qurmaq üçüñ hələ çox iş görmək lazımdır. Bunun üçün, ilk növbədə qəzetlərimizin qrafıq

<sup>1</sup> Д. Георгиев "Режиссура газеты" МГУ., 1979 г.

<sup>2</sup> Əliş Nəbili "Qəzet tərtibi və buraxılışı texnikasının əsasları" Bakı 1986 il

arxitekturanı sistemli və kompleks tədqiqi lazımdır. Qəzetlərin sayının, artması onlara oxucu tələbinin artması ilə izah olunur. Deməli, qəzətə tələb artırsa, onun sənətkarlıq problemlərinə də diqqət artırılmalıdır. Sənətkarlıq isə informasiyanın seçilməsindən, işlənməsindən tutmuş materialların formaca yüksək səviyyədə təqdiminədək bütün elementləri özündə ifadə edir. Bu elementlər içərisində qəzətin tərtibi - müasir anlayışla ifadə etsək, qəzət dizaynı mühüm yerlərdən birini tutur. Çünkü dizayn işi müasir qəzətçilikdə çox mühüm əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Bazar münasibətlərinin keçid dövründə, qəzət nəşrində rəqabətin getdikcə artdığı, sərtləşdiyi bir-vaxtda dizayn, tərtibat məsələsi ön plana keçməkdədir. Oxucu auditoriaysını cəlb etmək, materialları lazımı qaydada səhifədə yerləşdirmək həmişə olduğu kimi, yenə də diqqət mərkəzindədir. Lakin müasir dizayn yeni keyfiyyət, yeni çalarlar kəsb etməkdədir.

Qəzət tərtibi dedikdə, şriftlərin, illüstrasiyaların seçilməsi və tətbiq edilməsini, mütənasiblik, ahəng və başqa estetik qanunlardan istifadə etmək əsasında materialların yerləşdirilinəsi üsulları daxil olmaqla, bədii-texniki tərtibat prosesini başa düşürük. Qəzət forması yaranan digər ünsürlər də vardır. Onların məcmusu qəzətin məzmunu və cəmiyyətdəki rolu və vəzifələriylə şərtlənən fomanı - xüsusi fiziki konstruksiyasını təşkil edir. Bu konstruksiyanın ilkin ünsürləri qəzətin formatı, həcmi və sütunlarıdır.

İlk qəzətlərin kitab formatı və kiçik həcmi görünür onuñ naşir və oxucularını tələblərini ödəyib. Qəzət səhifəsinin bir sıra sütunlara ayrılmamasına ehtiyac olmayıb. Bu nəşrlərin forması uzun müdədə texniki cəhətdən işlənib hazırlanmış ənənəvi kitab ibratına xas olmuşdur. "Qəzətin formatı və həcminin artması, səhifələrin sütunlara ayrılması zərurəti nisbətən informasiya axını canlananda, qəzət, daha kütləvi və daha siyasi xarakter daşıyanda, daha çox müxtəlif məlumatlarla - rəsmi, əyləncəli və başqa xarakterli mətn və illüstrasiya materialları ilə - doldurulmağa başlayanda meydana gəlmişdir".

 Forma materiallarının məzmununa münasibətdə fəal rol oynayır.<sup>1</sup> Qəzət formasını yaratmağın son mərhələsi onun poliqrafik icrasıdır.

<sup>1</sup> Zaur Babayev. Jurnalistikada kompüter texnologiyasının tətbiqi. BDU, 2004 il

Tərtibat qəzet formasını yaradılmasına fəal təsirini davam etdirir, nömrənin maketi dəqiqləşir və tekmilləşir, operativ və gecikdirilmiş materialların səhifələnməsi başa çatır və s. Burada isə başlıca rolu kompüter operatorları, tərtibatçılar, səhifələyicilər və çapçılar oynayır. Redaksiya kollektivinin yaradıcı səyinin texniki cəhətdən nə qədər savadlı və mədəni həyata keçirilməsi onların sənətkarlığından çox asılıdır. Təsadüfi deyil ki, qəzet tərtibinin yeni üsullarından bəhs edən bəzi müəlliflər "tərtibat", "tərtibçi" sözlərinə sinonim kimi "dizayn" və "dizayner" sözlərini işlətməyə başlayıblar.<sup>1</sup>

Lakin tədqiqatçı S.I.Qalkinin qeyd etdiyi kini, «tərtibat» və «dizayn» sözləri heç də, tamamilə, bir-birini əvəz etmir. Xarici tədqiqatçılardan biri - C.Nelson göstərir ki, «dizayn» və «dizayner»lər teatr, muzey, reklam kimi sahələrə aiddir<sup>2</sup> və qəzet texnikası sahəsinə məhz oradan gəlməşdir. Elə bu tədqiqatda göstərilir ki, dizayn anlayışı artıq sərf estetik qavramaya, estetik təsira kömək edən termindir.

Qəzet səhittəsinin - ayrı-ayn səhifələrin sənətkarlığı, xüsusi zövqlə tərtibi qəzətin bütöv nömrəsinin estetik dəyərini təmin edir. Deməli, nömrənin estetik dəyəri səhifələrdən başlayır. Səhifənin isə estetikası özünü materialların düzülüşündə, yerləşdirilməsində estetik kateqoriyalardan olan *Münasibiyi*, *Müvazinəti*, *Tarazlılıqı* gözləməkdə göstərir.

İlk baxışda bu anlayışlar bir-birinə yaxın görünə bilər. Lakin onlann hər birinin qəzet səhifəsində öz yeri, öz rolu, öz əhəmiyyəti var.

Qəzet tərtibçisində estetik gözəlliyyə də nail olmasını tələb etmək mümkündürmü? Qəzet təkcə jurnalının ədəbi yaradıcı məhsulu deyil, o həm də sənət əsəridir, daha doğrusu, incəsənət əsəri.

Oxucu qəzətin xarici görünüşünə, səhifənin tərtibinə diqqət yetirəndən sonra onun şuuru işə düşür və o, bu formanın məzmuna uyğun gəlib- gəlməməsi barədə fikirləşir. Yaxud, tərtibatın zəif və boz təqdimatı ilə vacib materiallar kölgədə qala bilər. Əsl estetik gözəllik mütənasiblikdə, tarazlıq və müvazinətin gözlənilməsində özünü göstərir. Xüsusilə, müasir şəraitdə qəzet tərtibinin vacibliyini nəzərə almaq lazımdır. Dünən də, bu gün də

<sup>1</sup> С.И.Галкин Оформление газеты и журнала: от элемента к системе. М., 1983, с. 122

<sup>2</sup> Д.Нельсон. Проблемы дизайна . М., 1971, с. 91

«qəzet tərtibinin mühüm və mesul vəzifəsi təqdim olunan materialları asanlıqla - və düzgün qavramaqda və başa düşməkdə oxuculara kömək etməkdən ibarətdir.

### *Qəzeti yaradılması prosesində istifadə olunan bəzi kompüter proqramları*

Gələcəyin qəzeti şaquli tərtibatdan üfuqi tərtibata keçid mərhələsini yaşayır. Əsasən sərlövhə bir sətirlik olmalıdır. Və bu sərlövhə 32 işarədən artıq olmamalıdır. Bir sətirlik sərlövhələrin sadəlik prinsipinə xidməti nəzərə alınaraq bu formaya üstünlük verilməye başlamışdır. Şriftlerin seçilməsi, materialların yerləşdirilməsi üsulu, sərlövhə və mətn arasında boşluğun həcmi və s kimi tərtibat elementlərinə qəzet işçilərinin müntəzəm xarakter verməsi getdikcə dünya praktikuasında özünü göstərməkdədir.

Elektron nəşrlərin hazırlanması üçün istifadə olunan texnologiya çap nəşrlərinin istehsalında işlənən texnologiyadan fərqlənir. Onu yadda saxlamaq lazımdır ki, elektron nəşr üçün material kompüter və müəllif sistemi vasitəsi ilə yığılın və hazırlanır. Bundan başqa müəllif sistemləri nəşrlə istifadəçi arasında olan interfeysi müəyyən edir, həmçinin nəşrin funksional imkanlarını təyin edir. Müəllif sistemləri daha çox programlaşdırma mühitinə bənzəyirlər, çünki müəllif və ya nəşri hazırlayan interfeysin komponentlərini təyin etməlidir.

Bu gün elektron nəşrlərin hazırlanmasında iki daha yaxşı imkanı qeyd etmək lazımdır: Acrobat firmasının texnologiyası Adobe Systems və HTML dilində olan programlaşdırma. Web sehifələrin yaradılması üçün müxtəlif usta alətləri və dizaynerin alətləri mövcuddur.

Əsrər boyu insanlar öz əmək alətlərini təkmilləşdirmişdi. Bu alətlər getdikcə daha da yaxşılaşmış və işi görməkxeyli asanlaşmışdır. Dizaynda belədir. Görülən işin nəticəsi nəinki dizaynerin ustalığından, həm də həm də onun istifadə etmək üçün seçdiyi alətlərdən asılıdır. Sadalayacağım alətlər dizaynerin Alətləridir:

Kompüter qrafikası iki növə ayrılır: rastr qrafikası və vektor qrafikası. **Rastr qrafikası** tora bənzəyir. Onun hər xanası piksel adlanır. Rastr təsvirində hər pikselin dəqiq müəyyən edilmiş yeri və rəngi var. Buna əsasən demək olar ki, istənilən obyekt rənglənmiş piksellərin naboru kimi təsvir edilir. Bu o deməkdir ki,

rastr təsvirləri ilə işləyən istifadəçi əslində konkret obyekt üzərində deyil, oxu təşkil edən piksellərlə işləyir. Rastr təsvirləri rənglərin və yarımtonların yüksək dəqiqliklə ötürülməsini təmin edir. Eyni zamanda o, təsviri təfsilatı ilə göstərməyə imkan verir. Buna görə də foto şəkillərin skanerdən çıxarılması zamanı rastr təsvirlərindən istifadə olunur. Rastr qrafikasında təsvir əldə etmək üçün həmişə dəqiq müəyyən olunmuş sayıda pikseldən istifadə olunur. Rastr təsvirinin keyfiyyəti birbaşa istifadə etdiyimiz avadanlığın imkanlarından asılıdır. Bu o deməkdir ki təsvirdə edilən hər hansı bir dəyişikliklik (böyüdülmə və.s) şəkilin keyfiyyətinin aşağı düşməsinə səbəb olur və obyeklərin sərhədləri kələ-kötür alınır.

**Vektorlu təsvirlər-** vektor adlanan riyazi təsvirlər əsasında formalıdır. Təsvirin görünüşü isə vektorların parametrləri ilə müəyyənləşir. Başqa sözlə vektor qrafikası koordinatları, rəngi və digər parametrləri olan əyri və müvafiq rənglə rənglənmiş qapalı sahələrdən ibarətdir. Bu sahələrin sərhədləri də əyri təsvir olunur. Vektor şəkilli faylda əyri əyri koordinat və parametrləri olur. Vektor təsvirlərindəki düzəlişlərin nəticəsi avadanlığın imkanlarından asılı deyil. Bun görə də parametrləri (ölçü, rəng, forma və.s-ni) sərbəst şəkildə dəyişmək mümkündür, yəni keyfiyat pişləşməyəcək. Vektor qrafikasından rəqəmli obyektlərin yaradılması zamanı istifadə olunur.

#### Rastr qrafikasının redaktorları:

**Misrocoft Paint-** Microsoft əməliyyat sisteminin standart təchizat paketinə daxil olan sadə redaktordur. O, adı şəkilləri yaratmağa imkan verən sadə funksiyalı nabora(fırça, karandaş, pozan və.s) malikdir. Təəssüflər olsun ki, qrafikada düzəlişlər etmək üçün o tamamilə yararsızdır. Microsoft Photo Editor, Microsoft Photo Draw – kimi sadə əməliyyatları həyata keçirən redaktorlar vardır. Lakin bu redaktorlar da Microsoft Paint kimi professionalların tələbatına cavab vermır.

**Adobe Photoshop-** Bu ki gündə bu rastr qrafikasında professional işləmək üçün ən güclü paketdir. Bu rastr şəklinin çoxsaylı modifikasiya imkanlarına malik, müxtəlif filtr və effekt naboru olan bütöv bir kompleksdir. Bu paket zədələnmiş təsvirlərin bərpası üçün vasitələr, foto şəkilləri retuşlama üçün vasitələr və ən fantastik kollajları yaratmaq imkanını təklif edir. Bu paketin potensialı doğurdan da böyükür. 5.5 variantından

başlayaraq pakete Web -də qrafikalarla işləmək imkanı verən **Adobe Image Ready** programı əlavə olunub. Adobe Photoshop -un yaradıcılarının devizi- «Camera of your mind»-dir. Bu təkcə texniki mükəmməlliyi deyil, həm də bu programla işləyən insanatın yaradıcılıq azadlığını nəzərdə tutur. Təbii ki, hər bir program məhsulunun bəzi çatışmayan cəhətləri olur. Adobe şirkəti öz məhsullarını təkmilləşdirmək üçün daim səy göstərir. **Photo Paint**- rastr qrafikasında işləmək üçün daha məşhur bir redaktordur(Corel Draw paketindən). Photo Paint Adobe Photoshop ilə rəqabət apardı. Burda da qrafikada işləmək üçün lazımi alətlər, müxtəlif filrlər var. Fərq yalnız işləməyin rahatlığında , interfeysdə və filtlərin qoyulma surətindədir. Burda sürət nisbətən aşağıdır.

**Painter**-bu redaktor real rəsm alətlərinin emulasiyası üçün geniş imkanlar açır. Eyni zamanda animasiya yaratmağa kömək edir. Fon rəsmlərinin və ya rəssamlıq üslubunda saytların hazırlanmasında çox rahatdır.

Vektor qrafikasının redaktörleri:

**Adobe Illustrator**-bu paket vektor qrafikasını yaratmağa və redaktə etməyə imkan verir. Öz gücünə görə bu redaktor Adobe Photoshop rastır redaktoru ilə ekvivalentdir. Onun analogi interfeysi var, müxtəlif filt var və effektləri qoşmağa imkan verir, bəzi qrafik formatları başa düşür, hətta cdr(Corel Draw) və swf(Flash) kimiləri də .

**Corel Draw** -sözsüz belə məşhur qrafik paket vektor qrafikasında iş vasitələrsiz keçinə bilməz. Paket öz gücünə görə Adobe Photoshop və Adobe Illustrator qrafik redaktorlarından geri qalmır. Vektor qrafikasında işləmək imkanından başqa bu paket rastır qrafikasında da işləməyə imkan verir. Burda eyni zamanda çoxlu təsvir kolleksiyası var.( Corel Gallery).

**Macromedia Free Hand** - bu vektor qrafikası redaktoru yuxarıda adı çəkilən redaktorlardan heç də geri qalmır. Bu redaktor vektor qrafikasında düzəlişlər və redaktə etmək üçün müxtəlif əməliyyatlar yerinə yetirməyə imkan verir.

**Adobe Streamline** - bu rastır qrafikasını vektor qrafikasına çevirmək üçün nəzərdə tutulmuş Adobe şirkətinin daha bir məhsuludur. Bu çox da böyük olmayan, lakin yaralı və güclü məhsuldur. Vektor qrafikasında sayt yaratmaq üçün bu daha da əlverişlidir.

Hər bir dizayner saytin yaradılması üçün öz alətlərini seçir. Bu MS Front Page və Macromedia Dream Weaver , Allaire Home Site və ya 1st Page 2000 ola bilər. Kimsə adı mətn redaktoru, məs: Notepad-dən istifadə edir. Mətn redaktorlarından çox da böyük olmayan səhifələrin yaradılmasında istifadə edilir.

**MS Front Page** -də çox böyük HTML kod generasiya edir. Buna görə də səhifə böyük alınır ki, bu da öz əksini yükləmənin sürətində göstərir. Bundan başqa bu redaktorda saytin yaradılması vaxtı bir şey , brauzerin pəncərəsində isə ayrı bir şey görürsünüz. (xüsusilə bu Netscape Navigator-a aididir).

Elektorn qəzətlərin hazırlanmasında istifadə olunan programlardan biri də **Macromedia Dreamweaver** -Macromedia şirkəti veb-saytların yaradılması üçün program istehsalında lider hesab olunur. Həm də bu sahədə dəb qoyandır. Bu yaxınlarda Dreamwear 3 meydana çıxdı. O,WYSIWYG redaktorlar kateqoriyasına aid edilir və bu paketdə bir sıra xoşa gələn şeylər var. Bu programda işləmək üçün HMTL-i əzbər bilməyə ehtiyac yoxdur. Dreamwear WYSIWYG texnologiyasından istifadə edən digər redaktorları bir neçə addım qabaqlayır. Birincisi ona görə ki, çox təmiz HTML kod generasiya edir. Bu redaktorun ən mühüm özəlliklərindən biri «əmrlərin ardıcılıqla yazılıması»dır. İlk əvvəl əmrlər ardıcılıqla yazıılır, sonra isə düymə basılır.məs: ctrl+p düyməsi və Dreamwear hər şeyi əvvəlki ardıcılıqla təkrar edir və səhifənin yaradılması zamanı birtipli işdən qurtulmaq imkanı verir.

Digər bir redaktor **Home Site 4**-dür. Bu HTML-i mükəmməl bilənlər üçündür. Home Site-da iki əsas rejim var: Edit və Desing. Desing rejimi - WYSIWYG redaktorunun çox pis HTML kod verən bənzəridir. Həm də əgər özgənin HTML kodu yükləndiyi zaman , Home Site hər şeyi öz istədiyi kimi qeyd edir. Edit rejimi isə səhifə üzərində tam nəzarəti əldə etmək imkanı verir. Burda istənilən şeyi kökləmək mümkündür. Home Site-nin daha bir xüsusiyyəti onun Dreamwear-lə bitişdirilməsidir. Home Site “Dreamwear” düyməsinə malikdir və eyni zamanda onun standart təchizat paketinə daxildir. Həmçinin Dreamwear-də HTML kodu redaktə edən redaktor kimi Home Site-ta qoşulmaq imkanına malikdir.

**EVR Soft 1st Page 2000 v2** redaktor bazarda yeni hesab olunur. Onun şüarı belədir: «Create first class websites»(Yüksək

səviyyəli və ya birinci dərəcəli veb saytlar hazırlayın). Ən məraqlısı odur ki, 1st Page 2000 freeware kimi yayılır, cəmi 5 meqabayt çəkisi var, lakin buna baxmayaraq Home Site-dan heç də geri qalmır. Bu redaktorda bir neçə rejim var-Normal, Easy, Advanced və s. Yəni aşağı səviyyədə işləyib müyyəyen müddətdən sonra daha çətin səviyyələrə keçmək mümkündür. Bu redaktorun daha bir özəlliyi burda Yava Script və DHTML - də çoxlu sayıda skript kolleksiyasının olmasıdır. Məşhur Frontpage 98-2000, Hot Dog-5, HoT Metal -5 proqramlarından tutmuş, çox da məşhur olmayan web Page Deluxe, Coffe cup HTML 5.5 proqramları içərisində web səhifənin hazırlanması üçün ən rahat və əlverişli Dreamwear 4 adlı proqramdır. Bu proqramın üstünlüyü səhifənin dizaynı zamanı görülən işlərin əyanılıyi və aydınlığıdır. Proqramın univer sallığı həm də ondadır ki, biröşa kodu yazmaq mümkündür, hansı ki, elə həmin dəqiqə vizual formasını alacaq.

**Hot Dog** - Professional web səhifələrintaradılması sahəsində dünyadan ən məşhur proqramdır. Əsas imkanları bunlardır:

- Bütün seçilmiş teqlərin atributlarına daxil olma
- Teqlərin yazılımasına qədər olan sistem
- Səhvlərin rənglə seçilməsi

Nəşriyyat işləri sahəsində ixtisaslaşan proqram təminatının zənginliyinə və daim yenilənməsinə baxmayaraq öz effektivliyini təcrübədə sübut etmiş bir neçə proqram son illərdə bu sahədə liderliyi saxlayır. Siz həmin proqramların Azərbaycan mətbuatında istifadə edilən bir neçəsi ilə tanış olacaqsınız.

### *Quark XPress*

Praktik mütəxəssislər Quark XPress proqramını «nəşriyyat sistemlərinin lideri» kimi xarakterizə edir. Bu o deməkdir ki, Quark XPress tərtibat yönümlü proqramların içərisindən ən yaxşısı hesab edilir. Bir neçə il ərzində onun əsas rəqibi - Page Maker proqramı, istifadədə sadə və effektiv proqram kimi tanındı. Lakin Quark XPress-in son versiyalarda yüksək funksionallığın maksimum sadə istifadə qaydaları ilə sintezi ona sahənin lideri adını qazandırdı. Proqramla bilavasitə tanış olanlar tezliklə görürər ki, ən sadə tədris vəsaitindən istifadə etməklə qısa bir zamanda proqramdan istifadəni mənimsemək olar.

Proqramın köməyi ilə qrafik və mətn bloklarının kombinasiyasından səhifənin qurumasına, tərtibat elementlərindən effektiv istifadəyə asanlıqla nail ola bilərsiniz. Proqramın çoxsaylı

imkanları sırasına - qeyri-məhdud sayıda mətn «marşrutlarının» yaradılması, mətnin dalğavarı xətt üzrə verilməsi, fotosəkillərlə geniş manipulyasiya edilməsi, görüntü miqyasını 25-800 faiz arasında dəyişmək, səhifələrin çoxronglı mətbəə çapına hazırlanması və s. aid etmək olar.

Həmçinin proramin Quark XPress veb-interfeysə DMS (verilənlərdən istifadə sistemi) də tətbiq olunub ki, bu da həm redaksiya daxilində işin sistemləşdirilməsini, həm də məlumatların Internet saytlarında yerləşdirilməsini asanlaşdırır.

Qeyd etmək lazımdır ki, Quark XPress yalnız dövri nəşrlərin deyil, həmçinin kitab və s. çap məhsullarının tərtibatı üçün də istifadə oluna bilər.

*Adobe InDesign* programı Page Maker programı ilə eyni müəllifə malikdir və sonuncunu nəşriyyat sistemləri bazarında əvəz etmək, həmçinin Quark XPress programına rəqabət yaratmaq üçün yaradılmışdır. Məhz bu səbəbdən bu programdan istifadə digərlərini istisna etmir. Bu məqsədlə programda həm Page Maker, həm də Quark XPress faylları ilə işləmək imkanı var. Bu zaman həmin faylların bütün tərtibat xüsusiyyətləri olduğu kimi saxlanılır.

*InDesign* program tərtibatı sahəsində yeni sözdür. Program modullar prinsipi üzərində qurulub ki, bu da istifadəni sadələşdirir və programı yeniləşdirməni işi dayandırmadan belə yerinə yetirməyə imkan verir.

*Windows* əməliyyat sisteminin ən son variantlarına uyğunlaşdırılma, müasir interfeys, yeni istifadə vasitələri və xidmətlər, Internet nəşrlərlə iş üçün imkanların genişləndirilməsi, cədvəller yaratmaq üçün vasitələr Adobe şirkətinin yeni məhsulunu istifadəçi üçün cəlbedici edir. İstifadə olunan əlavə vasitələrdən kölgə effekti, dağınış konturlar mətn və təsvirlərin import, eksportu və s. qeyd etmək olar.

*Web-səhifələri* nəzərdən keçirərkən xüsusi HTML-teqə rast gəldikdə bu brauzer aplet (applet) adınan Java-da yazılmış uyğun program kodunu serverdən yükleyib klient-kompyuterdə icra edirdi. Java-nın imkanları o qədər cəzbedici idi ki, "Netscape" istehsal etdiyi "Netscape Navigator" brauzerinin yeni versiyalarında bu texnologiyadan istifadə edcəyini e'lən etdi. "Netscape Navigator" o zaman ən geniş yayılmış web-brauzer olduğundan Java qısa müddət ərzində Interneti fəth etdi.

1995-ci ilin axırları artıq Java texnologiyası kifayət qədər məşhur olduğu bir dövrə JavaScript ssenari (script) dili meydana gəldi. O vaxt artıq bu dölin prototipi - "Netscape Navigator 2.0" brauzeri və "Netsca-pe LiveWire" server sisteminiə daxil olan LiveScript mövcud idi. Sonradan "Netscape" LiveScript adından imtina edərək "Sun" ilə birlikdə JavaScript dilini hazırladı. Sintaksisdəki oxşarlıqlara baxmayaraq "JavaScript - Java-nın yüngülləşdirilmiş variantıdır" fikri dəqiq deyil. Bu yeni dil programçıya web-səhifədəki elementləri və web-brauzerin özünü idarə etmək imkanı verir, bundan başqa, yazılmış ssenari heç bir kompilyasiya olunmadan xüsusi teqlərin köməyi ilə bilavasitə HTML-koda daxil edilir. Beləliklə, Java web-səhifələrə dinamik elementlər əlavə etmək imkanı verirdi, JavaScript artıq dinamik web-səhifələr düzəltmək imkanı yaratdı.

*World Wide Web* özündə hipertekst, multimedia və qlobal kompüter şəbəkələrini birləşdirərək publ-ikasiya işində yeni bir dövrün başlangıcını qoyma. Sür'ətlə gedən inkişaf nəticəsində indi nəinki hipert-ekst və qrafik təsvir, hətta anim-asiya, video-, audio-kliplər və nəhayət "virtual dünya" adını almış üç ölçülü realistik səhnələr şəklində informasiyanı bütün dünyada milyonlarla istifadəçiye çatdırmaq mümkün olmuşdur. Bu məraqlı yeniliklərlə bərabər bir o qədər də səs-küyə səbəb olmayan yeni texnologiya - verilənlər bazası kimi "ciddi" informasiya mənbəyinin Web-də publikasiyası sistemləri meydana gəldi.

*Brauzer* - Sizin kompüterdə işləyən və Internet-səhifələrin axtarışına və baxılmasına imkan yaradan bir programdır. Internetdən sizə və sizdən Internetə informasiya göndərərkən, brouzer müştəri-server sxemindən istifadə edir. Bu sxemdə sizin kompüter-müştəri kimi, uzaqda yerləşən kompüter isə server kimi çıxış edir.

Siz istifadəçi olduğunuz halda kompüterinizdəki müştəri programı (brouzer) server adlanan şəbəkə qovşağına qoşulur və ona informasiya almaq üçün sorğu göndərir. Serverdəki program, öz növbəsində, bu informasiyanı sizə göndərir və növbəti sorğunu gözləyir. Belə iş rejiminə On-line iş rejimi deyilir (On-line).

Coxfunksiyali bir program kimi brouzer avtonom rejimdə - Internetə qoşulmadan - HTML-sənədlərə və GIF, JPG və ya

JPEG formatlı şəkillərə baxmaq üçün istifadə olunur. Bu rejim Off-line iş rejimi adlanır.<sup>1</sup>

Müxtəlif şirkətlər tərəfindən yaradılmış bir çox brouzerlər mövcuddur. Lakin bütün dünyada istifadəçilərin əksəriyyəti Microsoft şirkətinin Internet Explorer və yaxud Netscape şirkətinin Netscape Communicator programının seçilir.

Biz Internet Explorer 5 brouzerinin işi ilə tanış olacaq. Netscape Communicator programı bundan az fərqlənir.

İşçi stolunda programın işarəsinin üzərində mausun düyməsini iki dəfə basmaqla, onu işə salın.

Ekranda Internet Explorer brozuerinin pəncərəsini görürsünüz. Hal-hazırda ünvan sətrində, program işə salınarkən avtomatik yüklenən və Home Page adlanan Ev Web - səhifəsinin ünvanı göstərilir. Avtomatik yüklenən Ev səhifəsinin ünvanı brouzerin sazlanması zamanı təyin edilir.

Web-brouzerin köməyi ilə istenilən səhifəni asanlıqla yadda saxlamaq olar. İlk növbədə ünvan sətrində ünvanı yazib səhifəni yüklemək lazımdır.

[www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) yazın və Enter düyməsini basın.

Səhifə yükləndikdən sonra Fayl (File) menyusundan Yadda saxlamaq (Save) əmrini seçin.

Açılan dialoq pəncərəsinin içinde faylı saxlamaq istədiyiniz qovluğu seçin və Faylin adı sahəsində Azərbaycan adını yazın.

Sonra Faylin tipi (Save as type) açılan siyahısından HTML-faylı (Web page, HTML only (\*.htm, \*.html)) sətrini seçin.

Yadda saxlama əməliyyatını sona çatdırmaq üçün Yadda saxlamaq (Save) düyməsini basın. Beləliklə Web-səhifə yaddaşa yazıldı.

#### *Sənədin yadda saxlanması*

Sənədin sonrakı istifadələri üçün onu mütləq yadda saxlamaq lazımdır. Bunun üçün həmin fayla ad ve-rib, onu sərt, yumşaq və ya şəbəkə diskində yadda saxlamaq lazımdır.

Sənədin ilkin yadda saxlanması zamanı onun adının və saxlanılma-cağı yerin göstərilməsi vacibdir

Fayl menyusunu açın. Açılmış menyuda hansı adla yadda saxlamaq "Save As" əmrini seçin. Beləliklə ekranda hansı adla yadda saxlamaq "Save As" dialoq pəncərəsi yaranacaq. Harda

<sup>1</sup> Zaur Babayev. Jurnalistikada kompüter texnologiyasının tətbiqi. BDU, 2004 il

yadda saxlamalı "Save in" sahəsində oxu basın və açılmış siyahıdan sərt diskı seçin.

Açılmış qovluq siyahısında lazımi qovluğun adında mausun sol düyməsini 2 dəfə basın. Faylin adı "File Name" sahəsində verilənləri qeyd edin və faylin adını daxil edin. Faylin yadda saxlanması prose-sini tamamlamaq üçün Yadda sax-lamaq "Save" düyməsini basın.

Mövcud faylda edilmiş dəyişiklik-ləri yadda saxlamaq üçün Standart "Standard" alətlər lövhəsində Yad-da saxlamaq "Save" düyməsini ba-sın. Beləliklə daxil edilmiş dəyişik-liklər yadda saxlanılacaq. Faylı bağlamaq üçün Fayl "File" menyu-sunda Bağlamaq "Close" əmrini basın. Proqramının işini tamamla-maq üçün Fayl "File" menyusunda Çıxış "Exit" əmrini basın.

Ms Word pəncərəsini açın.

Yaradılmış sənədi ekrana çağırmaq üçün Standart "Standard" alət-lər lövhəsində Açımaq "Open" düyməsini basın. Ekranda Açımaq "Open" dialoq pəncərəsi yaranacaq. Bu pəncərə açılacaq qovluq və sənədi seçməyə imkan verir. Bunun üçün Baxmaq "Look in" sahə-sində oxu basın və sərt diskı qeyd edin. Qovluq siyahısında lazımi qovluqda mausun sol düyməsini 2 dəfə basın. Açılan qovluqda istənilən faylı seçib üzərində mausun sol düyməsini 2 dəfə basın. Beləliklə Wordün işçi sahəsində sənəd görünəcək.

Əger siz faylı mütləq parolla yadda saxlamaq istəyirsinizsə ilk növ-bədə həmin faylı ekrana çağırmaq lazımdır. Beləliklə Wordün işçi sahəsində sənəd yaranacaq.

İndi isə Fayl menyusundan hansı adla yadda saxlamaq "Save as" əmrini seçin. Açılmış dialoq pəncə-rəsində Xidmət "Tools" və sonra Əsas parametrlər "General Opti-ons" əmrini seçin. Yaranmış səhifənin faylin açılması üçün parol "Password to open" sahəsində faylı açmaq üçün parol daxil edin. Diq-qət edin, yiğilan parol ulduzlar şəklində göstərilir. Növbəti verilənlərin daxil edilməsi üçün parol "Password to modify" sahəsində 2-ci parolu daxil edin və OK-i basın. Ekranda Parolun təsdiqi "Confirm Password" pəncərəsi yaranacaq.

Faylin açılması üçün parolu təkrar edin. Ok-i basın. 2-ci parolun təsdiq üçün pəncərə açılacaq və bu pəncərədə verilənlərin daxil edilməsi üçün parolu "Password to modify" təkrar edin. Ok-i basın.

Prosesi tamamlamaq üçün yadda saxlamaq "Save" düyməsini basın. Sənədi bağlayın. Nəticədə sənəd hər dəfə açıldıqda Word parolun "Password" daxil edilməsi üçün pəncərə göstərəcək. Sənədi açmaq üçün siz parolu dəqiqliyə göstərməlisiz, əks halda sənəd açılmayıcaq.

#### *Orfoqrafik və qrammatik səhvlerin düzəldilinəsi*

Gördiyümüz kimi mətndə bəzi sözlərin altında yaşıl və qırmızı dalğavari xəttlər çəkilmişdir ki, bu da həmin sözlərin qrammatik və orfaqrafik cəhətdən səhv olduğunu göstərir. Belə yoxlama yalnız Düzgün yazılış "Spelling and Grammar" əmrinin aktivləşdirilməsi nəticəsində baş verir. Düzgün yazılış "Spelling and Grammar" funksiyası nəinki səhvleri qeyd edir, həm də onları aradan qaldırmağa kömək edir.(Rus və ingilis dilində olan mətnlərdə)

Səhvi aradan qaldırmaq üçün ilk növbədə mausun sağ düyməsini altında xətt çəkilmiş sözün üzərində basmaq lazımdır. Bu halda kontekst menyu yaranacaq ki, burada da qeyd edilmiş səhv sözün mümkün düzgün variantlarının siyahısı göstərilir. Mausun sol düyməsi ilə lazımı variantı qeyd edin. Gördüyünüz kimi səhv avtomatik olaraq düzgün variantla əvəz edildi. Qeyd etmək lazımdır ki, Worddə əvvəlcədən Azərbaycan dili lüğəti instalyasiya edilsəydi orfoqrafik və qrammatik yoxlama Azərbaycan dilində də aparılırdı.

Hamısını ötür "Ignore AH" düyməsini basmaqla sözün altında çəkilmiş qırmızı xətti ləğv etmək olar. Bundan sonra avtomatik yoxlama artıq həmin sözü yoxlamayacaq.

Düzgün yazılış funksiyasının avtomatik söndürülməsi üçün Xidmət "Tools" menyusunu açın. Parametrlər "Options" əmrini seçin. Düzgün yazılış "Spelling and Grammar" səhifəsini seçin. Orfoqrafiya "Spelling" bölməsində Orfoqrafiyanın avtomatik yoxlanılması "Check Spelling As you Type" sahəsindən qeydiyyatı götürün. Eləcə də Qrammatika "Grammar" bölməsində Qramatikanın avtomatik yoxlanılması "Check Grammar As you Type" sahəsindən qeydiyyatı götürün. Beləliklə də sözlərin altında qırmızı və yaşıl dalğavari xəttlər çəkilməyəcək.

#### *Avtomətnin yaradılmasına*

Avtomətn daxil etdiyimiz, tez-tez təkrar edilməsi vacib olan verilənləri: məsələn, idarə və təşkilatların adları, ad və soyadları

və s. bu kimi verilənləri elə yadda saxlayır ki, həmin verilənləri asanlıqla təkrar etmək olar.

Avtomətn kimi istifadə ediləcək söz və ya mətni daxil edin, məsələn "Bakı Universiteti" frazاسını daxil edin. Daxil etdiyiniz bu frazani qeyd edin: indi isə, ALT-F3 klaviş kombinasiyasını daxil edin. Beləliklə ekranda avtomətnin yaradılması "Create Auto Text" dialoq pəncərəsi yaranacaq;

Avtomətnin adı "Please name your AutoText entry" sahəsində yaradılacaq avtomətn elementi üçün yeni ad daxil edin, məsələn "Bak.ETM" və OK- basın. Beləliklə də biz Avtomətn yaratmış olduq. indi isə, yenice daxil etdiyimiz Avtomətn elementini yoxlayaqq.

Mətnə avtomətnin yerləşdirilməsi üçün cursorla lazımi yeri qeyd edin. Avtomətnin adını daxil edin. Bizim halda "Bak.ETM". F3 klavişini basın. Gördüyünüz kimi, daxil edilmiş sözün əvəzinə qeyd etdiyimiz fraqmənt gəldi.

#### *Sənədə baxış rejimləri*

Word-2000 ekranda sənədə baxmaq üçün bir neçə üsullar təklif edir. Hər bir baxış rejimi işin bu və ya digər aspektlərində fikri cəm etməyə imkan verir. Bir baxış rejimində digərinə keçmək üçün ya Görünüş "View" menyusundan, ya da ekranın aşağı-sol hissəsində yerləşən düymələrdən istifadə etmək lazımdır. Bu və ya digər rejimin seçilməsi sənədin tipindən və yerinə yetirilən işdən asılı olur.

Üfiqi sürüsdürmə zolağında Adı "Normal" düyməsini basın. Bu rejim sənədin məzmununda fikri cəm etməyə, həmçinin verilənlərin altından xətt çəkmə, şriftin ölçüsünün, rənginin dəyişdirilməsini və bu kimi sadə formatlaşdırma əməliyyatlarını yerinə yetirməyə imkan verir.

Üfiqi sürüsdürmə zolağında Web-in formatlaşdırılması "Web-layout" düyməsini basın. Bu rejim sənə-din Web-səhifəsində necə görünəcəyi haqqında təsvir yaradır.

Üfiqi sürüsdürmə zolağında Səhifənin formatlaşdırılması "Print Layout" düyməsini basın. Bu rejim mürəkkəb formatlaşdırma əməliyyatlarını yerinə yetirməyə imkan verir. Qeyd etmək lazımdır ki, adətən sənədlər məhz bu rejimdə daxil edilir. Bu rejimdə sənəd çap zamanı görünəcəyi formada olur.

Üfiqi sürüsdürmə zolağında Struktur rejimi "Outli-ne" düyməsini basın. Bu rejim ayrı-ayrı səviyyələrin başlıqlarını qeyd edərək sənədin təşkilini göstərir.

Dəyişikliklərin təkzibi və təkrar edilməsi

Təkzib "Undo" və Təkrar "Redo" düyməleri daxil edilən dəyişiklikləri ləğv etməyə və təkrarlamaya imkan verir.

Mətnin hər hansı bir cümləni qeyd edin və silin. indi isə Standart "Standard" alətlər lövhəsində Tək-zib "Undo" düyməsini basın. Beləliklə axrınçı əməliyyatın nəticəsi ləğv edilir.

Dəyişiklikləri təkrar etmək üçün Təkrar "Redo" düyməsini basın. Görünüşün sahəsində oxu basın. Miqyaslar siyahısı açılacaq. Bunlardan hər hansı birini seçin. Məsələn 100%-i seçin. Gördüyünüz kimi, ekranda göslərilən sənədin miqyası dəyişdi.

\* \* \* \* \*

Kompüter cəmiyyət həyatının bütün sahələrində mühüm yer tutur. Demək olar ki, elə bir sahə yoxdur ki, (həmçinin jurnalistikada da) orada kompüterdən istifadə edilməsin. Xüsusən bu sahə ilə bağlı inqilabi nailiyyətlər son 20-25 ildə əldə olunmuşdur. Ona görə də bu dövr yeni məlumat texnologiyası dövrü adlandırılır. Müasir kompüterlər hesablayıcı maşınlardan çox fərqli olan məlumatla işləyən universal bir qurğuya çevriliblər. İndiki zamanda kompüterdə aparılan hesablama işlərinin faizi digər işlərə (mətn, qrafika, səs, animasiya, video) nisbatən azdır.

Müasir kompüter texnologiyası aşağıdakı xüsusiyyətlərlə səciyyələnir:

- ❖ Müasir kompüterlərin yeni keyfiyyətli texniki parametrləri (tezliyi, operativ və səthi yaddaşın həcmi).
- ❖ Məlumatın saxlanmasıın yeni texnologiyası (optik və maqnit-optik diskler)
- ❖ Məlumatın daxil edilməsinin yeni texnologiyası (skaner) müasir kompüterlərdə təsviri informasiyanın daxil olunması (lazer texnologiyası)
- ❖ Müxtəlif cür informasiyanın (qrafik, foto, səs, video) yeni multimedia tipli informasiyanın işlənməsi və təqdim edilməsinin yeni prinsipial imkanı

- ❖ Yeni imkanlı telekommunikasiya imkanları (kabelsiz texnologiya, peyk əlaqəsi, kompüter şəbəkəsi və birinci növbədə qlobal məlumat platforması olan internet).
- ❖ Kodlaşdırma və kompressiyannı yeni texnologiyası
- ❖ İstifadəçi interfeysinin yeni imkanları (qrafik və səs texnologiyası)
- ❖ Müasir jurnalistikada kompüter səhifələnməsi özünə yer tapıb. Həmçinin internet şəbəkəsinin meydana çıxması Jurnalistika fəaliyyətində radikal dəyişikliklərə zəmin yaradıb. Bununla da jurnalistikanın yeni növü olan şəbəkə jurnalistikası yaradılıb. Şəbəkə və internet jurnalistikanın ortaya çıxması onu göstərir ki, kağızsız texnologiyadan istifadəyə daha çox meyl göstərilir. Hal-hazırda internet jurnalistikanın müxtəlif aspektlərini işıqlandıran on minlərlə internet saytları, minlərlə internet qəzet və jurnalları mövcuddur. Hazırda onların öyrənilməsinə, araşdırılmasına ehtiyac böyükdür.

## Fəsil 4

# YENİ İNFORMASIYA TEKNOLOGİYASI- İNTERNET

*Internet şəbəkəsinin müasir vəziyyəti  
Internetin informasiyanın əldə olunmasında mövcud imkanları*

Hər bir ölkədə Internetin inkişaf tempi həmin ölkənin milli kompüterşəbəkələri infrastrukturunun, daxili məlumat ötürmə kanallarının və xarici şəbəkələrlə bağlı kanallarının hansı səviyyədə inkişaf etməsindən asılıdır. Ölkə daxilində TCP\IP protokolu əsasında milli kompüter şəbəkələri inkişaf etmədiyindən hələlik ölkənin bütöv Internet infrastrukturunu əsasən mövcud ümumi telefon şəbəkəsinin üzərində «oturub». Ümumiyyətlə, ölkədə ümumi telefon şəbəkəsi sisteminin mövcud strukturu, bu sahədəki inhisarlılıq, ölkə daxilində alternativ telekommunikasiya şəbəkələrinin yetərinə inkişaf etməməsi Azərbaycan Internetinin inkişafını ləngidən amillərdəndir. Inkişaf etmiş ölkələrdə Provayderlərin özlerinin ölkədaxili kompüter şəbəkələri qurulur ki, Internetə giriş məhz bu şəbəkə vasitəsilə həyata keçirilsin. Ölkənin telekommunikasiya sektorunda ciddi liberallaşma aparılmalıdır. İstifadəçilərin seçim imkanları genişləndirilməlidir.

Azərbaycan Internetinin ən ciddi problemlərindən biri də, anlaşıqlı desək, Fiber-optik kanallar vasitəsilə ölkəyə Internetin daxil olmamasıdır. Internet dilində desək fiber optik kanaldan istifadə edilməklə backbone (onurğa) yaradılmalıdır. Ölkənin sərhədinədək və sərhəddən bölgələrdək fiber-optik kanallar vasitəsilə Internetin gətirilməsi problemi həll edilmədən keyfiyyətli Internetdən, ölkə üzrə geişzolaqlı qoşulmadan danışmaq bir qədər tezdir. Hazırda ölkəyə Internet əsasən Peyk rabitəsi vasitəsilə «gətirilir». Qeyd olunduğu kimi, Provayderlərin böyük əksəriyyəti Qlobal şəbəkəyə qoşulmaq üçün kanalı cəmi bir Provayderdən – AzerSat şirkətindən alırlar. Ölkəyə daxil olan Internet trafikin 85 %-i məhz bu qurumun vasitəsilə daxil olur. Yalnız peyk rabitəsi vasitəsilə Qlobal şəbəkəyə bağlanmaqla bütün ölkə daxilində keyfiyyətli genişzolaqlı qoşulmayı həyata keçirmək, fikrimizcə mümkün olmazdı. Hazırda bütövlükdə Azərbaycanın Qlobal Şəbəkə ilə bağlı trafikinin ümumi həcmi

xeyli aşağıdır- təxminən 50-60 Mbit/s-dir (Rəsmi məlumata görə bu rəqəm 90Mbit/s-dir). Müqayisə üçün qeyd edim ki, Böyük Britaniyada adı bir orta məktəb 4 və ya 8 Mbit/s ilə Internetə bağlanır.<sup>1</sup>

Azərbaycan Internetinin ciddi problemlərindən birisi də, Internet dilində desək «Milli Content» (Web saytin informasiya hissəsi) problemidir. Uzun müddət milli Internet resurslarının monitoringini aparan bir şəxs kimi deyə bilərem ki, indiki böyüməkdə olan nəsil üçün, gənclər üçün Internetdə Azərbaycan dilində Fundamental mahiyyətə malik informasiya resursları olduqca azdır. Rus və İngilis dilində olan bu cür resurslardan isə adı çəkilən təbəqənin istifadəsi bir o qədər problemlidir. Bir qədər öncə, kağız formada olan bir sıra milli informasiya resurslarının elektron formaya keçirilməsi və Internetdə yerləşdirilmesi ilə bağlı ölkə rəhbərliyi tərəfindən Fərman imzalansa da, fikrimizcə Internetin inkişafı ilə bağlı Dövlət Programı çərçivəsinə «Milli Content» - in yaradılması istiqamətində kompleks tədbirlər hazırlanmalıdır.

Diger bir problem. Azərbaycan ərazisində tikintisi 1999-cu ildən başlayan TAE (TRANS Asia Europe) qitələrarası telekommunikasiya kanalının əsas məqsədi Azərbaycan dünya informasiya fəzasına iteqrasiyasına nail olmaq idi. Layihənin nəzərdə tutulduğu müddətdə tam yekunlaşmaması, bu kanaldan istifadə ilə bağlı tariflərin yüksək olması həllilik qarşıya qoyulan məqsədə ail olmağa imkan verməyib. Almaniyadan Çinə qədər uzanan, 20-dək ölkəni birləşdirən, Azərbaycan ərazisində tikintisine 30 mln. dollar dövlət vəsaiti xərclənən bu strateji informasiya kanalından (Azərbaycan üçün BTC layihəsindən sonra 2-ci ən böyük və strateji əhəmiyyət kəsb edən Layihədir-Müəllif) effektiv və səmərəli istifadə mexanizminin qurulmasına ciddi ehtiyac var. Xəzər dənizinin altında Orta Asiya istiqamətində çəkiləcək seqmentin taleyinin həll olunmaması da bu layihənin Azərbaycan üçün əhəmiyyətini xeyli azaldıb.

Ölkədə kompüterləşmənin səviyyəsinin aşağı, avadanlığın baha, əhalinin gəlirlərinin isə az olması Internetin yüksək sürətli inkişafının qarşısını alan amillərdən hesab edilə bilər. Hazırda

<sup>1</sup> Osman Gündüz, Qorxmaz Əfəndiyev, Nazim Rüstəmov. Kompüter-informasiya texnologiyalarının əsasları. Bakı -2006.

ölkənin kompüter parkı, təxminən 200. 000 – 250. 000 min cıvarındadır. Ölkədə illik kompüter artımı isə 20.000 – 25. 000 ətrafindadır. Buradan aydın olur ki, Internetin ciddi inkişafı üçün birinci kompüterləşmədən-dövlət orqanlarının, təhsil və səhiyyə, elm və mədəniyyət qurumlarının kompüterlə təchizatından başlamaq lazımdır. İctimai məqsədlər naminə alınan kompüter avadanlığı, milli program təminatlarının istehsalı, kompüter və Internet savadının artırılması ilə bağlı xidmətlər vergilərdən azad olmalıdır.

Paralel olaraq, bütün inkişaf etmiş və sürətlə inkişaf etməkdə olan ölkələrdə olduğu kimi, bütün dövlət məmurlarının, təhsil işçilərinin, ümumiyyətlə bütün əhalinin kompüter savadının artırılması üçün kütləvi və sistemli Treninqlər təşkil olunmalıdır. Bu sahədə beynəlxalq qurumların dəstəyindən də səmərəli istifadə etmək faydalı olardı. Müasir inkişafın əsas indikatoru sadə insanların Internetdən istifadə imkanları ilə ölçülür. «Evdən İnternete» - bu gün qlobal dönyanın ən ciddi problemlərindən biri budur.

Bəşəriyyət tarixində üç məlumat inqilabı qeyd olunur: birincisi yazının, ikincisi kitab capının ixtirası ilə əlaqədardır. Hal-hazırda biz insanın həyat tərzini gələcəkdə dəyişdirə biləcək üçüncü məlumat inqilabını yaşayırıq. Bu, müasir texnikanın ən mühüm nailiyyəti sayılan qlobal məlumatlı kompyüter şəbəkəsi olan Internetdir. Onun meydana gəlməsi dünyada yeni tipli texnologiyaların yaranmasına təkan verdi. Bu gün Internet teleqraf və radionun bütün imkanlarını özündə cəmləşdirərək, insanlar arasında lazımlı ünsiyyət forması olmaqla yanaşı həm də informasiyanın cəmiyyətə daha tez ötürülməsini təmin edən bir vasitədir. Bu şəbəkə, demək olar ki, gözümüzün qarşısında XX əsrin ilk on illiyində çoxlu yerli və ərazi kompyüter şəbəkələrin birləşməsi yolu ilə yaranmışdır

Ən birinci yerli hesablama şəbəkələri 60-ci illərdə meydana gəlmişdir. Bunlar bir və ya bir necə yaxın olan binalarda yerləşən və xüsusi kabellərlə birləşən təşkilat və firmaların hesablama məşinləri idi. Yerli şəbəkələrin inkişafı nəticəsində ərazi hesablama şəbəkələri yarandı. Bu bir necə yerli şəbəkələrin birləşməsinin cəmi idi. Onlardan istifadə edərək məlumatı həm almaq, həm də daxili sistemdən kənara göndərmək olurdu. Internet qlobal şəbəkəsi bu prosesin məntiqi yekunu oldu. O, dönyanın on minlərlə şəxsi, ticarət, vahid bir sistemə bağladı sözün əsl

mənasında kompyüter şəbəkələrinin şəbəkəsinə çevrildi. İnternetin yaranması yəni onun əsasının qoyulması ABŞ ilə bağlıdır. Belə ki, Internetin əsaslarını təşkil edən texnologiya ABŞ-da 1968-ci ildə Pentaqonun, Kaliforniya universitetinin və RAND korporasiyasının elmi-tədqiqat mərkəzlərinin birgə səyi nəticəsində tətqiq edilmişdir. Müəyyən olunmuş layihə ARPANET adı almış və hərbi sahədə istifadə üçün təyin edilmişdi. Şəbəkə tədqiqatçısının qarşısında duran əsas məqsəd hətta nüvə müharibəsi zamanı əlaqəni təmin edən yüksək rabitə sistemi yaratmaq idi. ARPANET şəbəkəsi bütün ABŞ-rı ərazisi boyunca səpələnmiş 10 saytdan ibarət idi. Proqrama prespektiv tədqiqatlar idarəsi nəzarət edirdi. Bu illərdə alimlərdən ibarət qrup (onların fəaliyyətini ABŞ-in Müdafiə nazirliyinin şöbəsi olan Perspektiv Tədqiqatlar İdarəsi (ARPA) maliyyələşdirdi) strateji mühüm məlumatları saxlayan bir neçə kompyüteri vahid sistemə birləşdirdi.

Eksperimental olan ARPANET hərbi-sənaye tədqiqatlarının müdafiəsi üçün yaradılmışdır. ARPANET modeli mənbə - kompyüterlə, kompyüter -qəbuledici arasında daimi əlaqəni nəzərdə tuturdu; şəbəkə etibarsız hesab olunurdu, belə ki, istənilən anda onun hər hansıa bir hissəsi yoxa çıxa bilərdi. Onun əsas prinsipi hər bir kompyüterin şəbəkəyə qoşulmuş istənilən digər kompyüterlə birləşməsidir. ABŞ üçün bu sistem ona görə rahat idi ki, hətta nüvə müharibəsi zamanı kompyüterlərin dayanmadan işləməsini təmin edirdi. Əvvəller ARPA-NETWORK (ADVANCED RESEARCH PROJECT AGENCY NETWORK) yalnız elmi işçiləri uzadılmış kompyüter mərkəzləri ilə birləşdirirdi. Lakin tezliklə məlum oldu ki, o elektron poçtu göndərmək və informasiya mübadiləsi üçün bir vasitə kimi xidmət edə bilər. 1974-ci ildə Arpanet-İnternet şəbəkənin ilk kommertsiya varianti açılır. 1980-ci ildə isə Arpanet nümunəsinə əsasən müxtəlis cəmiyyət, qrup və təşkilatları (məs. hesablama texnikası və proqlaşdırma sahəsində tədqiqadçıları birləşdirən-CSNET) birləşdirən bir neçə digər milli kompyüter şəbəkələri yaradıldı. 1982-ci ildə müasir Internet yarandı və ARPA TCP/IP adlanan ümumi şəbəkələr dilini yaratdı. 1983-cü ildə isə Arpanet 2 şəbəkəyə bölündü-Arpanet və MULnet. Arpanet sülh və elmi məqsədlərlə istifadə olunmağa başlandığı vaxtda, MULNET sistemi hərbi istifadə üçün ehtiyatda saxlanıldı. Onların arasında

informasiya mübadiləsi sistemi qabaqcadan nəzərdə tutuldu. Bu birləşmə Internet adlandı.

Həl-hazırda Internet 16-dən artıq bir-bir ilə birləşdirilmiş şəbəkədən ibarətdir. İlkin olaraq ABŞ-da bütün milli kompyüter şəbəkələri bir-birindən ayrılıqda mövcud idilər, lakin tədricən onları bir-bir Internetə birləşdirildilər.

Nəhayət 1986-cı ildə ABŞ-in Milli Elmi Fondu bütün ölkənin alimlərini müxtəlif elmi mərkəzlərdə yerləşən beş super-kompyuterlə calaşdırıldı. Bu superkompyüterləri birləşdirən yüksək sürətli kompyüter şəbəkələri NSPNET adı altında mərkəzi şəbəkə yaratdılar. O indi Internet kimi məşhur olan həmin qlobal kompyüter şəbəkəsinin vacib hissəsinə çevrildi. Son on illiklərdə bir çox digər regional və milli kompyüter şəbəkələri bir şəbəkəyə birləşdirildiyinə görə Internet bütün yer kürəsini əhatə edən nəhəng sistemə çevrilib.

Internetin ilk yaradıcıları sayılan Vinten Serf və Robert kan Kaliforniya universitetindən olan Len Kleynrokun öz kompyüterini ARPANET şəbəkəsinə qoşduğu vaxtı 1969-cu il sentyabrın 2-ni Internetin yaranlığı il hesab edirlər. Lakin bəzi şərhçilərin əksəriyyəti məhz 1983-cü ili ilk ARPANETin hərbi məqsədlər üçün təyin olunan MULNET şəbəkəsinə və şəbəkə sahəsində tədqiqatların davam edilməsinə yönəldilmiş ARPANET-ə bölündüyü vaxtı Internetin yaranmasının əsl tarixi hesab edirlər. ARPANET özü 1990-ci ilin iyun ayına kimi mövcud olmuşdur, onun funksiyaları isə tədricən Internetin daha çox şaxələnmiş quruluşuna keçmişdir. Ola bilsin məhz o zaman ilk dəfə olaraq, kommunikasiya vasitəsi kimi Internetin etibarlığını nümayiş etdirmək mümkün olmuşdur, beləki, Internetin banisi olan ARPANET-in bağlanması ümumilikdə şəbəkənin işinə təsir etmişdi. Bu layihənin müəllifləri öz məqsədlərinə çatmaq üçün paketlərin komutasiya texnologiyası (paket switching) adını alan xüsusi texnologiya tədqiq etmişdilər.

Bu texnologiyaya əsasən arasında məlumat mübadiləsi gedən iki kompüter bir neçə xətlə birləşdirilir, göndərilən məlumatlar isə paketlərə bölünür və hər paket öz marşrutu ilə göndərilir.

Paketlərin komutasiya texnologiyası informasiyanın ötürülməsini yüksək səviyyədə təmin edir. Bu texnologiya TCP (transferring control protocol) və IP (internet protocol) adlandırılan iki xüsusi protokol şəklində tərtibata salınıb. Başqa rabitə sistem-

lərində olduğu kimi hər kompüterin Internet şəbəkəsində 4 qrupa bölünmüs (hər qrupa 3 rəqəm) 12 rəqəmdən ibarət IP ünvanı olur. Göstərilən ünvanlaşma sistemi IP-4 adlandırılır. Hal-hazırda Internetin intensiv inkişafını nəzərə alaraq, IP-6 keçmək ideyası hazırlanır. Bu IP-18 rəqəmdən ibarətdir və ünvanların sayını artırmaq imkanı yaradır.

Internetə qoşulmaq üçün üç əşya vacibdir: kompyüter, telefon və modem. Yüksək sürəti təmin edən başqa qoşulma texnologiyaları da mövcuddur, lakin onlar baha başa gəlir. Modem – kompyüter və telefon stansiyası arasında məlumat "daşıyıcısıdır." O, telefon və kompyüterdən verilənləri iki ziddiyətli üsulla ötürdüyü üçün vacibdir. Kompyüter rəqəmlərlə "danışır", yəni say şəklində təqdim olunan məlumatı saxlayır və manipulyasiya edir. Telefon şəbəkəsi ossilloqrafın ekranında dalğalar şəklində təqdim olunan analoji siqnallarla işləyir. Kompyüter verilənləri telefon şəbəkəsindən digər kompyüterə ötürürkən modem kompyüter rəqəmlərini elektrik siqnalına çevirir.

Internet müxtəlif istifadəçi texnologiyalarını təmin edir. Əvvəllər əsasən FTP (full transferi protocol), Telnet, NNTP (Network Neros Transfer protocol), mail protokolları istifadə olunurdu. FTP protokolu faylların bir kompyüterdən digərinə ötürülməsini təmin edir. Faylin serverdən klientə ötürülməsinə «download», klientdən serverə isə-«upload» deyilir. Telnet protokolu FTP-yə oxşardı. Xüsusi məlumatlar protokolunu almaq üçün istifadə olunur. NNTP -xəbərlər serverlərinə, hər hansısa bir məsələ ilə bağlı forum və diskusiyaları təşkil edən xüsusi serverlərə daxil olmanın təmin etmək üçün təyin edilmişdir. Mail protokolu isə ənənəvi poçta uyğun olan məlumat mübadiləsi üçün təyin olunmuş Internetin ən populyar servisi elektron poçtu təmin edir.

17 may 1991-ci ildə dünyada ilk dəfə CERN (yüksek enerji fizikası labaratoriyasında WEB-xidmətinin tam variantı işlənilərə hazırlanmışdı. Internetin rəsmi olaraq yaranması məhz bu tarixdən hesab olunur. Web səhəfələr və ya web saytlar yerləşən serverlərə web server deyilir və bu serverlərə daxil olmanın təmin edən protokol isə HTTP (huper text transfer protocol) adını almışdır. Sənədin hipermətnli təşkilili professional istifadəçilər üçün çox rahat və başa düşüləndir.

Internet şəbəkə ehtiyatları idarəetmənin tamamilə desentralizasiya edilməsi ilə cəlbedicidir: öz server və ya saytında hər bir kəs istənilən informasiyani (sistem və brauzerlər tərəfindən müdafiə olunan texniki protokollara uyğun gəlmək şərti ilə) istənilən ardıcılıqla təqdim edə bilər. Şəbəkədə şərti elektron ünvanları verən idarəetmənin yeganə orqanları şirkətlərdir. (onlar lv, ru, com, org, gov vəs. kimi olurlar, real adres rəqəmli koddur və başqa cür təyin olunur.). Təşkilatın öz ünvanını verməsindən imtina etməsinin yalnız bir səbəbi ola bilər ki, bu da onun artıq məşğul olmasıdır. Ünvanın ayrılması xidməti ya pulsuzdur, ya da 100 dollar məbləğindədir.

Internet texnologiyasının inkişafı yeni kommunikasiya imkanlarını və xüsusilə internetdə onlayn əlaqəsini kəşf etmişdi. Bu kimi sistemlər CHAT (yəni istifadəçilərin real vaxt rejimində mətn vasitəsi ilə söhbət aparması) adlandırılmışdır.

İndiki zamanda videotelefon rejimində dialoq aparmaq imkanı var. Yüzminlərlə sərfəli və rahat ünsiyyət forması olan məşhur CHAT sistemləri var. Kommunikasiyanın ən inkişaf etmiş texnologiyası Internetdə istifadə edilir. İstifadəçinin şəbəkədə olmasını göstərən sistem INSTANT MESSENGER adlanır. Hal-hazırda bütün istifadəçilər demək olar ki, Instant Messenger-in hər hansısa bir xidmətində qeydiyyatdadır (ICQ; Odiqo; Yahoo Messenger vəs.). ICQ-bu programdır və pulsuz xidmətdir. Əgər kompüterdə bu program yoxdursa, Mirabilis serverinə girərək bu programı kompüterə yüklemək mümkündür. Faylin həcmi 1,6 Mb-ta bərabərdir. ICQ istifadəçi üçün çox rahat bir vasitədir. O, sizə istənilən vaxt online rejimində kimlərin olması haqda məlumatlandırır və əgər lazımdırsa, onlarla əlaqə yaratmaq imkanı verir. Artıq sizə şəbəkədə öz dostlarınızı tapmaq üçün çoxlu vaxt sərf etmək lazımlı olmayacaq. ICQ bunu sizin əvəzinizə edəcək və dostlarınızdan hansının Internetə qoşulduğu barədə sizə məlumat verəcək. ICQ-nun köməkliyi ilə məlumatlar, fayllar, Internet ünvanları göndərmək və oyunları oynamamaq mümkündür. ICQ-nun məlumat və faylları ötürmək funksiyası elektron poçtu xatırladır. Lakin bir fərq ICQ-da fayl və məlumatlar birbaşa istifadəçinin özünə ötürülür. ICQ çox istifadəçi rejimində işləyə bilir. Onun köməkliyi ilə qrup şəklində konferensiyalarda iştirak edə və ya sadəcə olaraq dostlarınızla xoş vaxt keçirə bilərsiniz. Ayrı programlarda işləyən zaman ICQ avtomatik olaraq sizə

dostlarınızın şəbəkəyə qoşulması barədə məlumat verəcək və sizə daha effektiv işləmək imkanı yaradacaq. İşin mahiyyətinə əsasən ICQ-özündə demək olar ki, bütün məşhur kommunikasiya vasitələrini birləşdirən hibriddir. Müşteriləri bir-biri ilə birbaşa bağlamaq ICQ-nun uğurunun göstəricisidir. Yahoo isə özünün məlumat mübadiləsi.(15, sayt) xidmətini təkmilləşdirib. Bu dəfə ona videoteləfon əlavə olunub. Bundan sonra Yahoo Messenger-in istifadəçiləri ünsiyət vaxtı bir-birini görə biləcəklər. Bu program video təsviri ləng ötürməyə imkan verir. Belə ki, istifadəçi həmsöhbətinə göndərəcəyi video təsviri əvvəlcə özü görə biləcək. Anı məlumatlar xidmətinin bu yeni imkanlarından istifadə etmək üçün kompüter veb-kamera ilə təchiz olunmalıdır. Logitech şirkəti ilə əldə olunmuş razılığa əsasən Yahoo öz istehlakçılarına birinci növbədə məhz bu şirkətin kameralarını sınaqdan keçirməyi təklif edir. 320\*240 ölçüsündən istifadəni təmin edən 80\$ -lıq Quick Cam kameraları xüsusiylə tövsiyə olunur. Internet serverlərində yerləşən böyük informasiya ehtiyatları informasiya axtarış sistemlərinin yaradılmasına gətirib çıxarmışdı (search engine). Belə sistemləri açar sözlərə əsasən informasiyanın axtarışı, ya da tematik katalolqlar həyata keçirir.

Jurnalistlər üçün onlarla müxtəlif axtarış sistemləri mövcuddur. [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com); [www.google.com](http://www.google.com); [www.altavista.com](http://www.altavista.com)). Informasiyanın axtarış sistemi ilə bərabər e-mail və instant messenger ünvanın istifadəsi haqqında məlumat tapmağa imkan verən insan axtarışı (people search) sistemi də mövcuddur. Internet texnologiyası ilə mobil telefonların (cellular phone) birləşməsi nəticəsində keyfiyyətcə yeni imkanlar kəşf edildi. Bu gün xüsusi WAP protokolu (wireless Application Protocol) əsasında elektron poçta baxılma, informasiya mübadiləsi bilavasitə mobil telefondan internet saytlarına daxil olma imkanına malikdirlər.

Kabelsiz (wireless) və peyk texnologiyasının inkişafı peyk telefon sisteminin (satelite phone), internet texnologiyası ilə birləşmə isə demək olar ki, hər yerdə (EVERYWHERE) internetə qoşulma imkanının yaranmasına gətirib çıxarmışdı. Internetin təkmiləşməsi davam edir və bütün yeni imkanlar istifadəçilər tərəfindən əldə olunur. Internet artıq çoxdan müxtəlif ixtisaslarda xüsusi ilə bizneslə məşğul olan insanlar artıq Internetin e-commerce kimi imkanlarından istifadə edirlər.

Hal-hazırda Internetdə on minlərlə Internet maqazinlər fəaliyyət göstərir. Tədrisdə Internetdən daha çox istifadə olunur (distance learning). Bu sistemlər bir qayda olaraq, təlim materiallarını, mühazirə mətnlərini özündə toplayan saytlar olur. Bu dünyəvi hörümçək toru təkcə professional kompyüterçilərə deyil, həm də bəzi istifadəçilərə aydın olan informasiya və naviqasiya təsəvvürlərinin əsasən yeni konsepsiyası idi. Internet şəbəkəsinin istifadəçilər arasında geniş yayılması reklamçıların da ona qarşı olan marağının artmasına səbəb oldu. Qərb Internetində demək olar ki, bütün şirkətlərin özəl saytı var, kommersiya informasiyasının sayı və şəbəkədən ticarət edən şirkətlərin mal dövriyyəsi ildən ilə ekspotensial artır. Axı hal-hazırda çoxdan elmi və mülki istifadəyə verilmiş Internet sürətlə inkişaf edir və kommersiya firmalarının, qeyri-ticarət təşkilatlarının müstəqil çap və yayım kütləvi informasiya vasitələrinin habelə hökumətin beynəlxalq ünsiyyətinin başlıca vasitəsinə çevrilir.

Jurnalistika tarixi inkişaf yolunda primitiv qəzet çapından müasir elektron vasitələrinə qədər böyük və çəsidi mərhələlər keçmişdir. Jurnalistikyanın əsası qəzətçiliklə qoyulduğundan peşənin bu qolunun qanuna uyğunluqları və nəzəriyyəsi daha erkən işlənməyə və zənginləşməyə başlamışdır. Demək olar ki, bütün izahlı lügətlərdə qəzet dövrü mətbuat sisteminə daxil olan ən qədim informasiya vasitəsi kimi izah edilir. Həqiqətən də qəzətin hələ əlyazma şəklində olan qədim forması da informasiya-məlumat funksiyası daşımışdır. Qəzet bu gün də əsasən, həmin vəzifəni yerinə yetirir.

Bu gün respublikamızda 650-ə yaxın qəzet, jurnal, informasiya agentlikləri, radio-televiziya kanalları, onlarca dövlət və özəl nəşriyyatlar fəaliyyət göstərir. Ötən ilki statistikaya görə 650 mətbuat orqanından 323 qəzet, 123-cü isə jurnaldır. Keçid dövrünün iqtisadi çətinliklərinə, maddi-texniki bazanın zəifliyinə baxmayaraq, respublikamızın kütləvi informasiya vasitələri ölkənin, cəmiyyətin problemləri, qarşılaşıqları çətinlikləri işıqlandırır, onların həllinə köməklik göstərir. Klassik ənənələrə əsaslanan müasir mətbuatımız novartorcasına fəaliyyət göstərir, yəni məzmun və ideyalarla yanaşı, yeni forma və üsüllardan, publisistikanın rəngarəng janrlarından məharətlə istifadə edir. Bu

gün Azərbaycan mətbuatı dövlət müstəqilliyimizin inkişaf etdiyi, hüquqi, dünyəvi, demokratik və milli dövlətçiliyimizin formalaşdığı bir şəraitdə senzurasız, sərbəst bir şəkildə geniş bir miqyasda fəaliyyət göstərir. 1995-ci ildə qəbul edilmiş Azərbaycan Respublikasının Konstitusiya sənədi, 1998-ci ildə Milli Məclis tərəfindən qəbul edilmiş və ölkə prezidentinin fərmanı ilə qüvvəyə minmiş «Kütləvi İnformasiya Vasitələri haqqında Azərbaycan Respublikasının Qanun»unda mətbuat, söz, fikir azadlığı, senzuranın yol verilməzliyi, jurnalistlərin və bütövlükdə KİV-in hüquqları təsbit edilmişdir. Bütün bu hüquq və azadlıqlar ölkə mətbuatının fəaliyyət miqyasını genişləndirmiş, demokratizmi gücləndirmiş, onu totalitar rejimdən çıxararaq, əsil mənada xalqa yaxınlaşdırılmışdır. Bu yeni təkamül yolunda inkişaf etmiş, sivil dövlətlərin mətbuat təcrübəsi Azərbaycan KİV-ri üçün örnek olmalı, onların müsbət keyfiyyətləri öyrənilməlidir. Əks- təqdirdə mətbuat, söz və fikir azadlığı, sərbəstliyi, anarxiyaya, cəmiyyət qarşısında məsuliyyət hissini itirilməsinə, jurnalist etikası normalarının pozulmasına gətirib çıxara bilər. Mətbuatımızda hazırkı şəraitdə informasiya toplamaq məhdudiyyəti, mövzu toxunulmazlığı faktı olmadığı kimi, janr, forma məhdudiyyəti də yoxdur. Məzmun və forma vəhdəti estetik prinsip kimi çoxdan mövcuddur. Lakin onun müasir mətbuatımızda həlli yolları, yeni metodlar, üsullar axtarışı sintezi bu gün də davam etdirilməkdədir. Hər gün oxuculara çatdırılan onlarla qəzetlərdə günümüzün aktual problemləri, beynəlxalq və ölkə daxili informasiyalar müxtəlif forma və janrlarda öz əksini tapır. Bunların bir qismi ənənəvi xarakterdə olduğu kimi, bir qismi yeniliklərlə müəyyən sintez və qarşılıqlı əlaqələrlə müşaiyət edilir. Buna görədə Azərbaycan mətbuatı indiki mərhələdə müsbət və mənfi cəhətləri ilə özünü göstərməkdədir. Bu cəhətlərin bir qismi informasiya mənbələrinin seçimi, verilən materialların dəqiqliyi, obyektivliyi, onun cəmiyyətdə yaratdığı rezonans ilə bağlıdır. Azərbaycan Respublikası ötən əsrin 90-ci illərindən müstəqillik əldə etdikdən sonra ölkədə qəzet bolluğu meydana çığıdı. Dövlət qəzetləri ilə yanaşı çox sayılı özəl qəzet və jurnallar, ayrı-ayrı ictimai-siyasi təşkilatlara məxsus mətbu orqanlar fəaliyyətə başladı. Məsələn: «Ayna», «525-ci qəzet», «Şərq», «Zaman», «Hər gün» vəs.

Hal-hazırkı dövrde ənənəvi qəzetlərə yanaşı rəqəmli çap qurğusu ilə istehsal olunan qəzetlər və şəbəkə qəzetləri də geniş vüsət alıb.

Gələcəyin qəzətini adətən iki növün birində görürələr. Birincisi - qəzətin oxucuya yeni formada, yəni monitora köçürülmüş elektron informasiya şəklində verilməsi, ikincisi isə -qəzətin oxucuya daha tez və yaxşı çatdırılması üçün yeni texnologiyadan istifadəsidir.(lakin əvvəlkı kimi kağız üzərində). Birinci növə daxil olan qəzetlər ənənəvi olaraq mərkəzləşdirilmiş bir yerdə çap edilir, sonra isə təyyarə, dəmir yolu, poçtalyonlar, mağazalar, köşk və kuryerlərin xətti ilə oxuculara göndərilir. Yaranmış faksimil texnologiyası qəzeti regional mərkəzlərdə çap etməyə imkan vermişdir. İndi isə qəzeti balaca yerli mərkəzlərdə, məs.supermarketlərdə çap etməyə imkan verən məsafə nəzarətinin daha inkişaf etmiş variantı mövcuddur. Bu Belçika və İzraildə işlənib hazırlanmış rəqəmli çap qurğularının sayəsində mümkün olmuşdur. Bu qurğular böyük kserokslara oxşayırlar və demək olar ki, onlarla eynidirlər. Qəzətin səhifələri kompyüterdə yiğilir və rəqəm bölgündürəcü mərkəzə göndərilir. Sonra onlar rəqəm telekommunikasiya vasitəsi ilə hər bir belə çap qurğularına ötürülür və istifadəçilərə lazım olan nüsxələrdə çap olunur. Bu çap qurğuları artıq yiğilmiş nüsxə dəstlərini verirlər. Ayrı nüsxələri istənilən anda düyməni bir dəfə basmaqla çap etmək olar. Bu üsulun potensial üstünlükleri çoxdur. Birincisi, ən minimal məsafələr istisna olmaqla qəzetlərin fiziki yayılması ləğv edilir, bu isə belə çatdırılmanın baha olduğu və ya dövlət inhisarı olduğu yerlərdə çox vacibdir. Yerli rəqəmli çap qurğuları həmçinin çap qurğularının az olduğu və ya onların üzərində dövlət inhisarının mövcud olduğu yerlərdə çox gərəklidirlər. Bununla belə onlar nə plonka, nə çap formaları, nə də maye kimyəvi preparatlar tələb etmirler. İnkışaf etmiş ölkələrdə məs. Rusiyada onlar həmçinin ümummilli qəzetlərə nisbətən son xəberləri lazımı qədər uzaq məsafəyə ötürülməyə imkan verirlər. Moskvada çıxıb oxuculara çatan xəberlər bir neçə dəqiqədən sonra Moskvadan 8 saat qurşağı aralı yerləşən Vladivostokda çıxır və oxuculara çatdırılır.

Yəqin ki, bu texnologiyanın ən maraqlı cəhəti onun qəzetlərlə, digər kütləvi informasiya vasitələri ilə sürətə görə rəqəbat aparmasıdır. Əgər rəqəmli çap qurğuları mağazalar və digər yerlərdə -dəmiryolu stansiyalarında, metrolarda quraşdırılırsa,

qəzətlər çap üçün gərəkli olan informasiyanı cəmi bir neçə saniyə erzində oxuculara çatdırır bilərlər. Onlar həmçinin, televiziya və radio kimi daima materialları yeniləşdirir bilərlər və ən yaxşısı odur ki, bunu kompyüterin ekranı qarşısında bütün üstünlüklərə malik olan kağızda etmək olur.

«Kağız qəzətin» 2 variantı – gələcəkdə şəxsi kompyüterə qoşula biləcək rəqəmli çap qurğusunun hər hansıa bir oxşarıdır. Bu oxuculara qəzeti elektron informasiyası şəklində almağa və sonra onu ekranda və ya adi bir qəzet kimi kağızda oxumağı qərara almağa imkan verir.

Keçmiş iri mətbəələrdən, böyük yiğι çap məşinlərindən fərqli olaraq müasir qəzet texnikası mükəmməl, kompakt mətbəələrdən kompyüterləşmiş aparaturalardan ibarətdir. Bu qəzet yenə də səhərlər gəlsə də, amma çox şey dəyişib. O şəxslər hansı ki, zəif işıqlanan küçələrdən keçib, əllərində bükülü qəzet evlərə paylayırdılar artıq yoxdur. Artıq o qəzətlərin çap olduğu kağızlar da yoxdur. Bu qəzet artıq rəngli fotoları, səsli videogörünüşü, tekstləri, portativ monitorda qaçısan, rəqəmli üsulla çap olunan elektron qəzetidir. Bu qurğu o qədər sadədir ki, hətta elektrik qovşağına belə birləşdirmek lazımlı gəlmir. Bu elektron qəzətinin mövcudluğu fantastika deyil. Bu qəzet artıq bir neçə kibersahadə özünə geniş yol açmaqdadır. Belə qəzətlərin bu gün ki, gündə vacib olmasının əsas səbəbi oxucuların əvvəlki qəzətlərə maarağının azalmasıdır. Məftilsiz, çox böyük imkanlara malik portativ informasiya qurğusu olan elektron qəzətin digər müsbət cəhətlərindən biri onun oxucu ilə ikitərəfli dialoq yaratmasıdır. İndi elektron qəzətlər Internet şəbəkəsi ilə istənilən beynəlxalq prioritet informasiyanı əldə edir və operativ şəkildə öz oxucusuna çatdırır.

Təəcübü deyil ki, Internet cəmiyyətin yaranması ilə Internet qəzətlər də meydana gəlmişdir. Belə qəzətlər 1990-ci illərin əvvələrində reallığa çevrildi. Əvvəller onlar şəbəkənin icmali adlanan vərəqlər kimi görünürdülər və onların bütün nəşriyyatı özündə redaktor, jurnalist, məsul katib istedadını birləşdirən bir adamdan və yayılma şöbəsindən ibarət olurdu. Təbii ki, heç bir məvacib haqqında söz ola bilməzdi. Tədricən hadisələrin gedisi dəyişdi və elektron dövri nəşr digər nəşrlər arasında öz yerini tutmağa başladı. Bu gün şəbəkə KİV tamamilə görkəmlidirlər, onların xüsusi yerləri, əməkdaşlar ştatı, bəzilərinin isə hətta qeyd

olunma haqqında şəhadətnaməsi var. Internetdə nəinki nəşr mətbuatına, hətta şəbəkə nüsxəsinə də rast gəlmək olar.

Şəbəkə qəzetlərinin adı qəzetlərdən bir sıra əsası fərqləri var: İlk növbədə bu mətn göndərişləridir, hansıki arxivlərə və digər elektron ehtiyatlara giriş təmin edir. Beləliklə oxucu adı məqaləni yox, geniş həcmli informasiyani oxuyur; müxtəlif əlaqə vasitələri (qonaq kitabı, forum, konferensiyalar və s.) oxucuya informasiya istehsalında iştirak etməyə və müəlliflə oxucu arasında sərhədin olmamasına imkan verir. Elektron şəbəkə nəşrlərinin yazılı mətbuatdan fərqli olaraq üstünlükleri daha çoxdur. Bu fərq materialların elə həmin an nəşri ilə əlaqədardır, belə ki, qəzet nömrənin çıxışı, televiziya isə xəbərlərin efirə verilmə vaxtı ilə məhdudlaşdırıldığı halda elektron nəşrlər heç nə ilə məhdudlaşdırır. Internet qəzet ilə iş müddətində hər hansı çap olunacaq xəbər və ya məqalənin verilməsi ilə ya Müəllif-Redaktor-Korrektor zəciri, qrupu məşğul olur ya da bir nəfər cavabdeh redaktor olur.

Elektron nəşrlərin digər üstünlüklerindən biri onlarda arxiv üzrə axtarışın olmasıdır. Internet -qəzet gün ərzində dəfələrlə dəyişir, hər yeni gündə yeni səhifə ilə başlayır və köhnə Internet-qəzet isə arxivə daxil edilir. Bundan əlavə bir neçə dildə səhifənin yaradılması imkanı şəbəkə qəzetlərində mövcuddur. Bunun üçün sadəcə olaraq məqalələri həmin dillərə tərcümə etmək lazımdır. Internet şəbəkəyə qoşularaq Birleşmiş Ştatlarda "Washington Post", "Los Angeles Times" və Polşada – "Gazeta Wyboreza", Böyük Britaniyada- "Daily Telegraf", İtaliyada isə – "Lunione Sarda" kimi qəzetləri əldə etmək mümkündür. Bütün bu ekran qəzetləri kompüterləri bütün dünyada birləşdirməyə qadir olan Internetdən istifadə edirlər. Bir ingilisin kəşf etdiyi sadə dil vacib şərtlərdən oldu. Bu dilin mənası onun bütün dünya kompüterlərində leksikani, musiqini və vizual təsvirləri birləşdirməyə malik olmasıdır. Bu kəşf "web" və "Hörümçək toru" adı ilə məşhurdur. Elektron qəzet və jurnalların yaradıcılarının çox az hissəsi şəbəkə nəşrləri ilə kağız nəşrləri arasında olan fərqlər haqqında düşünür. Bu fərqlər ehtimal olunandırlar və onların nəzərə alınması vacibdir.

1. Dövrülük-kağız nəşrindən fərqli olaraq elektron nəşrlərin tipoqrafiya kimi problemləri yoxdur. Dövrülük anlayışımı internetdən əvvəlki vaxtda məhz tipoqrafiya prosesinin labüdüyü doğurmuşdu. O zaman oxucu bu axşam baş verən hadisə haq-

qında yalnız sabahki qəzetdən oxuya bilirdi. Elə o vaxt qəzet və jurnalların buraxılışı anlamı yarandı. Bundan əlavə olaraq bir neçə yüz illər ərzində biz materialın belə formada verilməsinə o dərəcədə adət etmişik ki, heç fikirləşmədən onu İnterneta köçürüürük. Bu elə zamanda baş verir ki, nə vaxt ki bizim daim artan resurs yaratmaq imkanımız var, harda ki, xəbər materiallarına keçid son 24 saat ərzində qorunur. Sonra məqalələr arxivə göndərilir.

Ənənəvi qəzetləri dövrilik baxımından elektron qəzetləri ilə müqayisə edərkən hansının daha üstün olması barədə qəti fikir söylemək mümkün deyil. Yenilənmə intensivliyi və operativli baxımından elektron qəzetlər digərlərindən çox irəlidədir. İndi gündəlik elektron qəzetlərin sayı gündəlik kağız qəzetlərinin sayından xeyli çoxdur. Lakin bir məsələ də var: Bir bölməsi gündəlik, digəri həftədə bir dəfə, başqa birisi isə ayda və , hətta, ildə bir dəfə yenilənən nəşrin dövrülüyünü necə müəyyənləşdirmək olar?

**3.Nəşrin həcmi-** Jurnalist və redaktorların kağıza qənaət etmək xətrinə materialdan bəzi hissələri kəsib atması artıq keçmişdə qalib. Bəzən bu iş nəşrin xeyrinə olur və onun oxucularını artıq hissələrdən xilas edir. Lakin çox vaxt aktuallığın xeyrinə maraqlı materialları qurban verirlər. Elektron nəşr isə materialların ölçüsünə texniki tələblər irəli sürmür. Elektron qəzetlərin həcmi məhdudiyyətsiz olması ilə fərqlənir. Məsələn, internet qəzeti bir nömrəsinin materiallarının həcmi digər nömrəsinin materiallarının həcmindən iki qat çox ola bilər. Kompyuterdə bunun elə də ciddi bir əhəmiyyəti yoxdur. Lakin həmin buraxılışı kağız qəzetlərə şamil etmək olmaz, çünki belə qəzetlərin hər buraxılışı standart həcmində olmalıdır. Əgər ənənəvi qəzetlərdə nəşrin həcmi səhifələrlə ölçülürse, elektron qəzetlərdə kilobitlərlə ölçülür. İllüstrasiyalar, səsli və animasiyalı fayllar daha çox bitləri özündə cəmləyir.

**Tiraj.** Əgər tiraj altında elektron nəşrin oxucularının sayı nəzərdə tutulursa, bu barədə konkret bir şey söylemək mümkün deyil. Internet qəzetlərin oxucularının sayını müəyyənləşdirməyin yeganə yolu server yaxud həmin nəşrin saytında saygac quraşdırmaqdır. Saygaclardan Rambler kimi məşhur informasiya-axtarış sistemlərində istifadə olunur. Belə saygaclar gün ərzində nə qədər kompyuterin sayta qoşulmasını müəyyən edir. Lakin bu üsul oxucuların həqiqi sayını müəyyənləşdirə

bilmir. Çünkü saygac yalnız bir kompyuteri qeydə alır. Amma kollektiv istifadə mərkəzlərində, məsələn, kitabxanalarda gün ərzində onlarla adamın elektron nəşri oxuduğu halda saygac onları yalnız bir oxucu kimi qeydə alacaq. Bu da oxucuların dəqiq sayını müəyyənləşdirmək üçün kifayət qədər yararlı deyil.

**Arxivlər.** Aktual xəbərlər ilk əvvəl saat səhifələrində yerləşdirilir. Lakin internetdə istənilən xəbərlərin «yaşama» müddəti var. Ola bilər ki, yerləşdirildikdən 24 saat sonra informasiya materialı yenisi ilə əvəz olunsun. Bu halda əvvəlki material həmin saytin arxivinə göndərilir. Kağız qəzetlərdə olduğundan fərqli elektron qəzetlərin xəbərlərinin arxivini buraxılış nömrələri ilə yox hadisələrin baş verdiyi tarixə uyğun olaraq düzülür. Analitik materiallar, oçerkələr, məqalələri isə rubrikalarla qruplaşdırmaq olar. Oxucu onu maraqlandıran mövzu ilə bağlı arxivdə geniş axtarış aparmaqla həmin mövzunu ifadə edən sözlərdən və söz birləşmələrindən istifadə edir. Məsələn, əger oxucu, tutalım, 2003-cü ilin oktyabrında Azərbaycanda keçirilmiş seçkilərlə bağlı məlumat əldə etmək istəyirsə əsas sözlər kimi axtarış sisteminə «2003-cü il oktyabr seçkiləri» sözlərini qeyd edə bilər. Internet, şübhəsiz ki, bu mövzuda geniş materiallar təqdim etmək qabiliyyətindədir. Internet-nəşrin xəbərlər arxivini nömrələrə əsasən deyil (qəzet tipli ehtiyatlarda onlar ümumiyyətlə olmamalıdır) hadisələrin tarixinə əsasən tərtib edilməlidir. Analitik materiallar, oçerkələr, məqalələrə gəldikdə isə onları rubrikalara əsasən qruplaşdırmaq məqsədə uyğun olardı. Arxiv üzrə genişləndirilmiş axtarışın olması vacib şərtlərdəndir; axtarış təkcə açar sözlərlə deyil, həmçinin söz birləşmələri, tarix, rubrika və tələbatın kombinasiya edilmiş variantlarına əsasən mümkündür.

**Yerdəyişmə azadlığı.** Sərr deyil ki, qəzet oxucusu material seçimində çox sərbəstdir və istədiyi vaxt istəmədiyi məqalənin oxunuşunu dayandıraraq digərinə keçə bilər. Internet jurnalistikasında da belə bir imkan var. Bu imkan az vaxt və güc sərf edib iki-üç dəfə siçana basmaqla istənilən materialı əldə etməkdən ibarətdir. Internet ələmində buna «rahat naviqasiya» adı verilib. Internet-qəzetlərində də oxucu sərbəstdir və istədiyi kimi hərəkət edə bilər. Bunda ona dərc olunmuş məqalələrin anonsları, hiperötürmələr yardımçı olur. Çalışmaq lazımdır ki, qəzet saytında oxucunun rahatlıqla hərəkət etməsi üçün bütün

elementlər yerində olsun. Çünkü rahat istifadə elektron qəzetiň uğurunu şərtləndirən amillərdəndir.

**Auditoriya ilə iş.** Bir çox qəzet və jurnallar üçün oxucuların məktubları, suallara cavab və ən zəruri olanların müzakirəsi imicin ayrılmaz hissəsidir. Internetin program vasitələri bu məsələdə görünməz operativliyə nail olmağa imkan verir. Qonaq kitablarını, materialların müzakirəsini, mütəxəssislərin məsləhətlərini zamanın real rejimində icra etmək olar. Beynəlxalq Internet-körpülər, nəşriyyatın qonaqları ilə görüşlər, anketlər, hədiyyələrin oynanılması –bütün bunlar və digərləri oxucu auditoriyasını cəlb edib genişləndirməyə malikdir. Auditoriya olan yerdə isə reklam var.

On-line rejimində fəaliyyət göstərən bir çox qəzet və jurnallar üçün aktual mövzuların müzakirəsi, oxucu suallarına və məktublarına cavab vermək nəşrin imicinin ayrılmaz hissəsi sayılır. Internetin program vasitələri bu məsələdə çox yüksək operativlik əldə etməyə imkan yaradır. Qonaq kitabçaları, materialların müzakirəsi, mütəxəssislərin məsləhətləri real vaxt rejimində həyata keçirmək mümkündür. Beynəlxalq Internet-körpülər, redaksiya qonaqları ilə görüşlər, anketlər – bütün bunlar və digər maraqlı imkanlar auditoriyani cəlb etmək, saxlamaq və sayını artırmaq iqtidarındadır. Auditoriya nə qədər böyük olarsa nəşrin populyarlığı, reytingi və reklamdan gələn gəliri də bir o qədər yüksək olar.

**4. Materialların ölçüsü-** Məlumdur ki, informasiya “ekrandan” daha pis qavranılır. Burdan nəticələr çıxır:

- ✓ Elektron nəşrlər daha qısa və məlumatlı olmalıdır;
- ✓ Əsas məqamları vizual olaraq göstərmək lazımdır;
- ✓ Böyük materiallar qısa anonslarla qabaqcadan verilməlidir.

5. Yerdəyişmə sərbəstliyi-Kağız KİV-lərin şübhəsiz müsbət cəhəti, oxucunun istənilən anda bir materialdan imtina edib, digərinə keçə bilməsidir. Eyni zamanda asanlıqla oxucu qəzet səhifələrini tez nəzərdən keçirib, yalnız bundan sonra əvvəldən deyil, istədiyi yerdən başlaya bilər. Belə asanlıq Internetdə “rahat naviqasiya” adlanır. Rahat naviqasiya –oxucunun baş sindirmədən siçanı 2(maksimum3) dəfə basmaqla nəşrin istənilən materialına daxil olmasıdır və məhz birinci səhifədə yerləşdirilən

anonslar sayta müraciət edənin vaxta qənaət etməsinə və onun nöqtəyi-nəzərincə ən maraqlı məqalaları oxumasına imkan verir. Rahatlıq isə düşünülməmiş meyli, meyl bağlılığı, bağlılıq isə sabah qayıdır yeni nə isə bir şey oxumaq arzusunu doğurur. Ənənəvi nəşrlərdə bu abunəçi, yəni oxucu auditoriyasının cəlb olunması adlanır.

6. **Reklam-Düzgün** təşkil olunmuş şəbəkə nəşriyyatı özünü reklamın hesabına sərbəst təmin edə bilir. Bu mənada reklam verənlərin ənənəvi olaraq böyük maraqla yanaşlığı ixtisaslaşdırılmış elektron KİV-lərin mövcud olması daha sadədir. Asan miqyaslandırılan reklam meydanlarının məkanı şəbəkə ehtiyatlarının bəzi sahibkarlarını təkcə səmərəliliyi azaltmaqla deyil, həm də müştəriləri qaçırdaraq reklamların sayını həddindən çox artırmağa məcbur edir. Maliyyələşdirilmənin çatışmamazlığından, yaradıcıların dünyagörüşünün darlığından, şablon düşüncələrdən, şəbəkə xüsusiyyətlərinin dərk edilməməsindən və bir çox digər səbəblərdən Internet-nəşriyyatların eksəriyyəti bu fərqləri nəzərə almırlar. Xoşbəxtlikdən, ümumi kütlənin fonunda eks olaraq seçilən xoş istisnalar var. Reklamverənlər üçün elektron qəzetlərdə bir sıra çətinliklər mövcuddur, beləki, oxucular nəyə baxıb, nəyi ötürməyi özləri seçirlər. Bunun öhdəsindən gəlmək üçün hal-hazırda məsələyə iki cür yanaşılır. Xüsusi elanlara gəldikdə isə burada onları maraqlandıran rubrikaları seçib oxumaq imkanı verilir. Reklam elanlarını isə o dərəcədə cəlbedici etmək lazımdır ki oxucular bunlara nəzər salınlar. Bu texnologiya musiqi və hərəkət edən təsvirləri verməyə imkan yaratğına görə IBM kimi reklamverənlər diqqəti cəlb edən reklam yaratmaq üçün mətn, səs və hərəkət edən təsvirləri birləşdirirlər. Bu texnologiya çox fövqaladə imkanlara malik olduğu üçün onun inkişafına xeyli vaxt tələb olunur. Uzaq gələcəkdə bu texnologiya ola bilsin ki, film və mümkin olan bütün reallıqları özünə daxil etsin.

Çap mətbuatının şəbəkə versiyasının yaradılması təşəbbüs-karları öz oxularını aldadıb şəbəkəyə tərəf çəkməyə hazırlaşdırıllar, onlar sadəcə kiberməkanın mənimşənilməsinin vacibliyini bütünlükle dərk edirdilər. Çap mətbuatının elektron versiyası arasında həm ilk mənbəyin monitordan oxunan surətləri, həm də informasiyanın ötürmə və mənimşənilməsi üçün Internetin texniki imkanlarından bütünlükə istifadə edən nəşrlər var idi. Təqribən o

vaxtlarda şəbəkə nəşrləri meydana gəlir. Onların çap versiyaları olan şəbəkə nəşrlərinə münasibətdə ikinci idilər və onlardan xeyli fərqlənirdilər. Belə virtual informasiya layihələrinin baniləri kompyüter, nəşriyyat və xəbərlər sənayesinin qoşşağında işləyən konsern və korporasiyalar idilər. Internetdə adı qəzetlərin elektron variantları mövcuddur. Onlar müxtəlif cür olurlar-pullu və pulsuz. Bəzi qəzetlərin elektron variantı adı kağız variantı ilə eyni olur, bəzilərdə isə tamamilə fərqlənir. Bundan başqa Internetdə elə elektron layihələr var ki, onların kağız formasında analoqu yoxdur. Onlar artıq əfsanəyə çevrilmiş şəbəkə nəşrləridir. Beləliklə ümumi informasiya axınında kompyüter şəbəkəsinin, elektron nəşrlərin vacibliyi artıq heç bir şübhə doğurmur. Elə ona görə də, demək olar ki, bütün KİV-nin Internetdə öz sayti var. Internet sayt-redaksiya ilə oxucular arasında qarşılıqlı əlaqənin yaradılmasında KİV-in imkanlarını xeyli dərəcədə artırır. Yazdığı məqaləni redaksiyaya özü aparmağa cürə etmir. Ona görə də məqaləni sayta göndərmək psixoloji cəhətdən daha asandı. Internet qəzetlərin köməkləyi ilə potensial auditoriyani müəyyənləşdirmək də asanlaşır. Yəni ənənəvi qəzetlərdə eyni vaxtda hər bir oxucunun maraq dairəsini nəzərə almaq mümkün olmur. Ancaq sayt auditoriya ilə tez-tez dialoqun təşkilində bir vasitə olur. Beləki bu hər bir dinləyiciyə maraqlarına uyğun informasiya təqdim edir. Qəzetiñ müəllifləri iddia etmirlər ki, onların hazırladığı material obyektivdir. Çünkü redaksiyanın fikrincə obyektivlik kütləni aldatmaq üçün uydurulmuş bir üsuldur.

Əslində obyektivlik pərdəsi altında hər bir redaksiya öz maraqlarını güdür. Buna görə də öz siyasetini belə bir fikirlə ifadə edir: biz hadisələri özümüz gördükümüz kimi danışırıq, sizə isə bizim gördüklərimizi qəbul etmək və ya ondan imtina etmək hüququnu veririk.

Əgər jurnalist hər hansı bir sensasiyalı materialı əldə edibse artıq nə onu kağız üzərinə köçürməyi, nə də ki onlayn versiyasında çap etmək vacib deyil, o birbaşa materialı tez bir zamanda yaya bilər. Həm də istifadəçi hadisə bağlı öz təessüratlarının daha da canlandırmaq fikrindədir, onda jurnalist video və audio yazıları da hadisələrin gedışatına uyğun şəkildə təqdim edə bilər. [washingtonpost.com](http://washingtonpost.com) saytına daxil olarkən orada «Washington Post» un müxbirlərinin ayrı-ayrı illerdə

topladıqları fotoların fotoqalereyası ilə tanış olmaq olar. 1977-ci ildən qəzətin hər hansı kağız variantında dərc edilən məqalelə ilə (əlbəttə pulla) tanış olmaq olar. Bundan əlavə aksiyaların hal-hazırda hansı qiymətdə olması, ev axtarmaq, iş yeri axtarmaq və s.digər sahələrlə də tanış olmaq mürkündür. Bundan əlavə saytda həm də jurnalistlər və digər maraqlı şəxslərlə 10-yaxın virtual görüşlər mövcuddur. Bundan əlavə öz oxucuları ilə müntəzəm şəkildə ünsiyyətdə olan müəllifləri də burada görmək olar (onların arasında ən çox populyar olanlarından idman həvəskarları, restoranların məsləhətçiləri, yaşı 30-dan az olanlara psixoloji məsləhətlər verən şəxslər daxildir). «Washington Post» öz əhəmiyyətinə görə ABŞ-da 2 yerdədir. Qəzet bu yerə prezident Nixonun istefasına getirib çıxaran Uotorqeys qalmaqalın uğurlu jurnalist istintaqından sonra çatdı. Onun tirajı 800 min ,bazar günləri isə 1milyona çatır.

İnternetdə təkcə çap mətbuatının şəbəkə analoguna rast gəlinmir. Tez-tez reytingin yuxarı sətrinə yalnız şəbəkədə mövcud olan şəbəkə nəşrləri düşür. Şəbəkə qəzeti adı qəzətdən nə ilə fərqlənir?

-**Birinci**, şəbəkə mətbuatının janrı media mühiti kimi şəbəkənin özünə məxsusluğu və informasiyanın monitorun ekranından qavranılması xüsusiyyətləri ilə təyin olunur. İlk növbədə bu arxiv və digər elektron ehtiyatlara daxilolmani təmin edən hipermətn sitatlarıdır. Beləliklə, oxucu xətti mətnlə deyil, informasiyanın genişləndirilmiş həcmi ilə əlaqəli olur.

-**Ikinci**, eks əlaqələrin çoxsaylı formaları (qonaq kitabları, forumlar, konferensiyalar,)oxucuya informasiya məhsulunun yaradılmasında iştirak etməyə imkan verirlər və müəlliflə oxucu arasında olan sərhəddi silir. Şəbəkə mətninin üslubi xüsusiyyətləri qismən şəbəkə mətbuatının oxucularının yaxın keçmişdə müəllifləri şəxsən vəya yazışdan tanımaqları ilə bağlıdır. Sözlərlə müraciətdə sərbəstlik və danışq leksikasına meyl burdan irəli gəlir.

-**Üçüncüsü**, şəbəkə KİV-ləri çap mətbəəsi ilə müqayisədə xeyli üstünlüklərə malikdir. Bu materialların təcili nəşr imkanıdır; onun sayəsində şəbəkə nəşrləri qəzet və televiziyanın operativ olurlar. Qəzətin operativliyi onun nömrəsinin çıxma müddəti ilə, televiziyanın operativliyi efirə xəbərlərin çıxma vaxtı ilə

məhduddur; şəbəkə nəşrinin operativliyi ümumiyyətlə heç nə ilə məhdud deyil. Bu ideya xəbərlər silsiləsini yaratmışdır.

-Dördüncüsü, şəbəkə layihələrinin öz dəyərlərinin nisbətən azlığı və mərkəzləşdirilmənin yoxluğu xüsusiləşdirilmiş qəzet və jurnallarının inkişafına kömək edir. Bununla belə təminatlı söz azadlığı və özünü ifadə konstitusiya ildə təmin olunur.

Təessüf ki, yuxarıda sadalananların hamisinin zidd tərəfi vardır. Anonimliyin saxlanılması mümkünлюдə nəşretmənin yüngüllüyü, asanlığı hərdən sui-istifadələrə gətirib çıxarı (dezinformasiyalar, plagiatlar, ekstremizm, gizli reklamlar vəs). Baxmayaraq ki, böyük şəbəkə qəzetlərində buna yol verilmir. Şəbəkə qəzetlərindən istifadə zamanı intellektual müdafiə problemini həll etmək üçün, yeni qaydalar fikirləşmək lazımq deyil, sadəcə olaraq mövcud olanları istifadə etmək lazımdır. 1-ci qayda: Internetdə nəşr olunan mətni (bu mətn, şəkil, dizayn, statistik məlumat vəs ola bilər) istifadə etdikdə -mənbələrə istinad edin. Şəbəkə nəşrinin və ya saytin adını, həmçinin müəllif adını və istifadə edilən materialın adını göstərmək lazımdır. 2-ci qayda: Şəbəkədə olan mətni çap etmək və ya onu bütöv tərcümə etmək istədikdə -müəlliflə əlaqə yaratmaq və ondan icazə almaq gərəkdir. Adətən Internetdə imzalanmış materiallar müəllifin elektron poçtunu göstərir-şəbəkənin bu imkanından istifadə edilməlidir. 3-cü qayda: vərəqdə və saytda kopirayth məlumat alarkən, materialdan istifadə etmək şərtləri ilə tanış olun və bu şərtlərə eməl edin.

İnformasiya texnologiyalarının, xüsusən internetin inkişafı çap formalı kütləvi informasiya vasitələrində, necə dəyərlər, ənənəvi KIV-də ciddi inqilab yaratdı. Yeni növ informasiya yayımı vasitələri -şəbəkə KIV meydana çıxdı. Şəbəkə bütün qlobal şəbəkədə, o cümlədən Azərbaycan internet seqmetində özünəməxsus yer tutur.

İndiyədək müxtəlif növ şəbəkə KIV qrupları formalaslaşdır: ənənəvi KIV-in şəbəkə variantları, xüsusi media strukturları olanq elektron jurnallar elektron qəzetlər, internet informasiya agentlikləri, portallar vəs

İndiyədək şəbəkə KIV-in dəqiq tərəfini vermək, onun hüquqi statusunu müəyyənləşdirmək mümkün olmayıb. Belə ki, ildə bir dəfə yeniləşən sayta, təbii ki, eyni cür yanaşmaq mümkün deyil. Çap formalı KIV üçün mövcud olan bütün qaydaları və hüquqi

tənzimləmə metodlarını şəbəkə KİV-ə tətbiq etmək mümkün deyil və bu düzgün də olmazdı.

Internet bir informasiya yayım vasitəsi kimi qrafik audio-video məhsullardan istifadəyə imkan yaradan texnologiya olaraq ənənəvi KİV-in diqqətini tez bir zamanda cəlb etmişdir. Internet vasitəsilə xərc çəkməklə yeni oxucu dairəsi əldə etməyin mümkünlüyü çap media sahibləri tərəfindən tezliklə dərk edildi.

Qeyd etmək yerinə düşər ki, ilk elektron qəzet The Electronic Club 1990-ci ildə ABŞ-da meydana çıxb. Bu, müvafiq çap formalı qəzetiň şəbəkə variantı idi. Bunun ardınca şəbəkə məhsullarının inkişafı müvəffəqiyyətlə davam etməyə başladı. Azərbaycan internet seqmetində də hazırda şəbəkə mediasının müxtəlif növləri fəaliyyət göstərir. Azərbaycan internet məkanında internet medianın inkişafı əsasən 1996-ci ildən başlayıb. Həmin vaxtadək şəbəkədə məlumat yayımı kimi elektron məktublaşmadan istifadə edilirdi. Ölkəmizdə internet medianın əsası Zerkalo ([www.zerkalo.az](http://www.zerkalo.az)) və Yeni Müsavat qəzətləri ([www.yenimusavat.com](http://www.yenimusavat.com)) tərəfindən qoyulmuşdur.

Turan informasiya agentliyi isə ([www.turaninfo.com](http://www.turaninfo.com)) internet vasitəsi ilə informasiya yayımının bünövrəsini qoyanlardan hesab edilə bilər. Hal hazırda Azadlıq ([www.azadliq.az](http://www.azadliq.az)), Ayna ([www.ayna.az](http://www.ayna.az)), Bizim əsr (<http://www.bizimras.media-az.com>), Azərbaycan (<http://www.azerbaican.news.az>), Zaman ([www.zaman.com.az](http://www.zaman.com.az)) və 525-ci qəzetiň ([www.525ci.com](http://www.525ci.com)) elektron versiyaları mövcuddur.

Trend informasiya agentliyinin ([www.trend-az.com](http://www.trend-az.com)) internet nümayəndəlikləri bir qədər sonra yaradılmışdır. «525-ci qəzet», «Zaman» və «Bizim əsr» qəzətlərinin internet nəşrləri çap variantından fərqli olaraq internetin spesifik xüsusiyyətlərindən istifadə edərək digər xidmətlər də təklif edirlər. Olaylar informasiya agentliyinin ([www.olaylar.net](http://www.olaylar.net)), Şərq ([www.sherq.com](http://www.sherq.com)), YeniAzərbaycan ([www.yenizerbaycan.com](http://www.yenizerbaycan.com)) Xalq cəbhəsi ([www.xalqcebhesi.az](http://www.xalqcebhesi.az)), Exo([www.echo-az.com](http://www.echo-az.com)), və Mərkəz qəzətlərinin ([www.merkəz.com.az](http://www.merkəz.com.az)) saytları son dövlərdə meydana çıxmışdır. Dövlət informasiya agentliyinin (AzərTAC) internet ofisi ([www.azertag.com](http://www.azertag.com)) artıq rəsmi xəbərləri pulsuz və müntəzəm olaraq elektron poçtla digər KİV-lərə çatdırır. Çap formalı qəzet və jurnalların əksəriyyətin internet variantları bir qayda olaraq çap formalı məhsulun mexaniki kopyasından

ibarət olur, yəni heç bir əlavə xidmətlər təklif edilmədən yaradılır ki, bəlkə də indiki iqtisadi sıxıntı dövründə onlar üçün əsas qüsür hesab edilə bilər. Çünkü oxucu internetin spesifik xüsusiyyətlərindən faydalanaraq əlavə informasiya və xidmətlər almaqdan mərhüm olur. Ölkenin çap formalı media strukturları öz internet nəşrlərini məhdudiyyətinin olmaması faktorundan yetərincə faydalanan, hansısa problemin daha ətraflı təhlili imkanlarından, slayd və fotolardan səmərəli istifadə etmirlər. Azərbaycan internet seqmentinin ilkin formalaşma dövründə çap sahəsində olduğu kimi virtual məkanda da əsasən siyasi yönümlü, müəyyən siyasi qüvvələrin mənafeyini eks etdirən internet nəşrlər üstünlük təşkil edirdi. Sonralar isə iqtisadi-biznes yönümlü, ixtisaslaşmış internet nəşrlərin yaradılması prosesi başladı. Hazırda Azərbaycan internetində texnologiyalar sahəsində məlumatların yayılması ilə məşğul olan Internet.news.az ([www.internet.news.az](http://www.internet.news.az)) və Futbollar+ qəzetlərinin ([www.footballplus.com](http://www.footballplus.com)), Consultinq&Bizness jurnalının ([consultinq.azeri.com](http://consultinq.azeri.com)), Azərbaycan International jurnalının (<http://lazer.com>) internet nəşrləri fəaliyyət göstərir. Sonuncu internet resursu uzun müddətdir milli mədəniyyət və incəsənətin təbliği və yayılması sahəsində sistemli şəkildə iş aparır və onlar tərəfindən son dövrlərdə bu sahədə bir sıra yeni saytlar da ([www.hacibeyov.com](http://www.hacibeyov.com) - Üzeyir Hacıbeyovla bağlı, [www.azgallery.org](http://www.azgallery.org) və sair) hazırlanmışdır.

Internetin sürətlə inkişafi və genişlənməsi nəinki çap məhsullarının internet variantlarının, eləcə də yalnız internet versiyası olan, yalnız internet vasitəsi ilə yayılan media növlərinin də formalaşmasına səbəb oldu. Azərbaycan internet seqmetində hələlik yeganə və aparıcı Internet media [www.xeber.net](http://www.xeber.net) qəzetidir. Bu internet qəzet gün ərzində müntəzəm olaraq yenilənir. Kifayət qədər xəbər axını formalaşdırıb, spesifik xidmətlər təklif edilir. Qəzetiñ yaradıcısı olan Azer.net-Azərbaycan Internetinin inkişafı Qrupu hazırda iki yeni internet xəbərləşmə növü üzərində iş aparır. Bu layihələr nəticəsində internet istifadəçiləri öz kompüterlərdə quraşdırılmış xüsusi program vasitəsi ilə hər an dəyişən xəbərlərlə və gündəlik nəşr olunan qəzetlərin xəbər başlıqları ilə tanış ola biləcəklər.

Internet vasitəsi ilə yayımlanan digər bir qəzet isə qısa vaxt ərzində populyarlaşan [www.bakutoday.net](http://www.bakutoday.net)-dir. Müntəzəm olaraq yenilənən bu qəzet ingilisdilli oxucular üçün nəzərdə tutulmuşdur.

**Spesifik Internet medianın ən çox yayılmış növlərindən olan forumlar, çatlar və elektron poçt vasitəsi ilə xüsusi əhəmiyyət kəsb edir.**

Müxtəlif milli internet resurslarının, internet qəzetlərin saytlarında yerləşdirilmiş forumlar və çatlar ([www.bakililar.az](http://www.bakililar.az), [www.azer-online.com](http://www.azer-online.com), [www.azeriforum.net](http://www.azeriforum.net) və.s) real zaman anında məlumat mübadiləsini həyata keçirməyə imkan verir. Artıq ölkənin internet seqmetində konkret mövzular və problemlər ətrafında fəaliyyət göstərən ixtisaslaşmış forumlar və çatlar da mövcuddur.

Ölkənin internet məkanında hər hansı bir informasiyanı tapmağa imkan verən axtarış programları, habelə müxtəlif tematikali resurslar üzrə axtarış kataloqları da ([www.resources.net](http://www.resources.net), [www.search.az](http://www.search.az), [www.aztop.com](http://www.aztop.com), [kitabxana.org](http://kitabxana.org)) yeni internet nəşrlərdən hesab edilə bilər. Bu cür serverlərin bəziləri həm də pulsuz elektron poçt xidməti təklif edir. Şəbəkə resurslarının özəl imkanları: forumların və virtual sorğuların təşkili, həcm məhdudiyyətinin olmaması, tez-tez yeniləşdirilmə, müxtəlif informasiya resurslarına giriş imkanları və.s şəbəkə KİV-in ən üstün cəhətlərindəndir. Oxucularla əks əlaqənin qurulması imkanının mövcudluğu internet qəzetlər üçün əvəzedilməzdır. Internet qəzetdə müəlliflərlə birbaşa əlaqə mümkün olur. Çünkü müəlliflər yazdıqları hər bir materialın sonunda öz elektron ünvanlarını yerləşdirirlər.

Elektron nəşrlər oxucu ilə ünsiyyəti daha maraqlı və rəngarəng edir. Internet qəzetlərdə adı mətndən əlavə slayd, videotəsvir, linklərdən və «müraciatlardan» istifadə edilir. Milyonlarla insanlar üçün bu cür yeni media artıq ciddi informasiya mənbəyi hesab olunur. Son dövrlərdə xaricdə Azərbaycanla bağlı informasiyaya ciddi ehtiyac olduğunu dərk edən bir sira internet media qurumları az qala canlı yayılmışmağa cəhd edirlər. Rəqabətin tələbi ilə ortaya çıxan bu iş qəzetlərin inkişafında artıq yeni mərhələdir. Bir sira media nəşrlər gün ərzində bir neçə dəfə təzələnir, yeni xidmətlər, analizlər, şərhlər təqdim edir. Artıq həm ölkə daxilində, həm də xaricdə müəyyən sabit auditoriya formalaşlığı da müşahidə olunur.

## Fəsil 5

# ELEKTRON NƏŞRLƏRİN HAZIRLANMASI İLƏ BAĞLI TƏCRÜBİ MƏSƏLƏLƏR

**H**al-hazırda informasiya inqilabının maddi əsasını yeni kompüter məlumat texnologiyalarının yaranması və inkişafı təşkil etmişdi. Əlbettidə ki, informasiya əvvəller də vəsait kimi işlənirdi, lakin indi informasiya yüksək təşkil olunmuş infrastruktur olaraq nəinki dövlət daxilində, həmçinin beynəlxalq miqyasda cəmiyyət həyatının bütün sahələrində (iqtisadiyyat, siyaset, maliyyə, (elmi və sosioloji institutlar) mühüm rol oynayır. İlk dəfə elektron nəşrlərin (qəzet, jurnal, kataloqvəs) yaranmağa başladığı zaman operativ kommunikasiya vasitəsi olan elektron poçtla (e-mail) bağlı düşünməyə başlamışdır. Əslində istifadəçiə qəzeti (məlumatı) tez bir zamanda çatdırmağa real imkan yaranmışdı. Belə bir şəraitdə kağıza və bahalı poliqrafiyaya olan xərclərdən azad olmaq mümkün oldu. Bundan başqa Internet şəbəkəsinə məlumatın çıxışı ənənəvi nəşr abunəcilişinin sayının azalması şərti ilə yeni oxucuları cəlb etməsini təmin edirdi.

XXI-ci əsrə bütün kültəvi informasiya vasitələrində olduğu kimi texnologiyanın inkişafı qəzet istehsalının xarakterində də özünü göstərir. Hal-hazırda qəzet özünün kompüterə köçürülen və isti-isti oxucuya çatdırılan elektron versiyasına keçməkdədir. İndi normal qəzetlərin hamısının elektron versiyaları var. İnkişaf etmiş ölkələrdə qəzetlərə məmənuniyyətlə abunə olurlar. Çünkü elektron qəzetlər daha müxtəlif və rəngarəng materiallar verir, geniş auditoriyaya ünvanlanır, sərhəd tanımır, bəzən çevik şəkildə, hətta, hər saatbaşı yeniləşir və.s. Ənənəvi nəşrlərdən fərqli olaraq elektron nəşrlər oxucularla ünsiyyət formalavrını xeyli müxtəlifləşdirir. Onlar müxtəlif növ komponentləri birləşdirirlər: mətn, səs, təsvir və videoinformasiya. Belə halda müxtəlif məzmunla uyğun mühiti istifadə edərək məlumatın oxuculara çatdırıldığında heç bir çətinlik olmur. Bundan başqa komponentləri interaktiv yol ötürmək olar. Nəticədə oxucu onu maraqlandıran informasiyanı əldə edir.

Daha sonra işdə tədqiqat üçün vacib olan təsnifat meyarları formalaşıb. Birinci, elektron nəşrlər məlumat daşıyıcısından asılı olaraq fiziki və virtual növə ayrırlılar. Fiziki nəşrlər istifadəçiə sezilən daşıyıcı vasitəsi ilə çatdırılır, virtual isə istifadəçi tərəfindən yalnız kompüter şəbəkəsinin köməyi ilə əldə olunur. İkinci meyar kimi elektron nəşrlərin təqdim etdiyi məlumatın əldə edilməsi səviyyəsi çıxış edir. Fiziki nəşrlər üçün yalnız yeganə yol var-fiziki daşıyıcıının əldə edilməsi. Virtual nəşrlər üçün isə məlumatın əldə olunması bir neçə variantdır- məhdud və qeyri-məhdud. Digər variant isə ödənişli və ödənişsiz abunə yolu ilə.

Internetdə qəzetlər elektron aləmində olan digər nəşrlərdən fərqlənirlər. Onlar daha çox mətnə yönəldilirlər və oxucuların hər hansı informasiya və ya hadisə ilə bağlı təsəvvürlərini gücləndirmək üçün təsvir, hərəkət edən şəkillər, səs kimi məzmun növlərini istifadə edirlər. Onlar interaktiv idarə olunan video oyunlar, əyləncə multimediyası və bəzi tədris elektron nəşrlərindən fərqlənirlər. Elektron qəzetlərin son variantlarına xas oln bir neçə əsas xüsusiyyətləri qeyd etmək olar:

- Keyfiyyətdə nəşrlər çap variantından aşağı olmalıdır
- Tez yaranmalıdır( baha olmamaq şərti ilə)
- Daşıdığı məlumatın sayı və miqdarı nəşrin çap variantında olduğundan az olmamalıdır.
- Informasiyanın bütün növ təqdimi imkanları olmalıdır

Ancaq qəzetiñ ister çap, isterse elektron şəkildə -qrafik dizayn olmalıdır. Demək olar ki, bütün nəşrlər («PC Magazine», «Time», «İzvestiya» və.s) bir problem qarşısında qalmışdır: çap nəşrinin qrafik elementlərini elektron variantda işlətsinlər, yoxsa başqa bir şey yaratsınlar. Və beləliklə elektron nəşrlərin hazırlanması zamanı qəzetlərin hansı dizaynda olması seçim qarşısında qalmışdır.

1. Prinsipial dizayn - Elektron variant tam dəqiqliklə çap nəşrinin dizaynını eks etdirir. Cox vaxt bu növ müxtəlif rəsmi sənədlər, blanklar və.s kimi nizamlanmış məhsulların hazırlanmasında vacib olur.

2. Qarşıq dizayn - bu dizayna əsasən oxucuların alıb oxuduğu nəşrlərin spesifik imkanları nəzərdə tutularaq elektron variant yenidən yaradılır. Lakin, hətta dəyişilmiş formada elektron nəşrin qrafik dizaynını çap nəşrinin müəyyən hissələrini özünə daxil

edir. Qəzetlər üçün bu bir qayda olaraq loqotip və rubrikaların tərtibatıdır.

3. Azad dizayn – elektron variant yenidən yaradılır və öz tərtibatı ilə çap nəşrindən xeyli fərqlənir

Qəzetlər yarandığı gündən «söz» hökmranlıq edir. Lakin yeni bazar ünasibətləri şəraitində fəaliyyət göstərmək üçün mətbuat məlumatlandırmaqdan başqa, həm də oxucuların diqqətini cəlb etməlidir. Adı həqiqətdir ki, qəzet öz mövcudluğunu nəinki qoruyub saxlamaq, habelə konturları çoxdan görünən kəskin rəqabətə dözə bilmək üçün təkcə məlumatlandırmağı deyil, həm də dizayn baxımından maraqlı olmayı nəzərə almalıdır. İstər ənənəvi, istərsə də elektron qəzetlərdə dizayn çox mühüm faktorlardan biridir. Qəzetiň uğurunda onun dizaynı da mühüm rol oynayır. Dizayn qəzetə cəlbedicilik və xüsusi xarakter verir. Qəzetiň ümumi maketinin diqtasından əlavə dizayn da oxucunu lazımi materiala cəlb edir. Rəqabət məqamında dizayn başlıca rollardan birini oynayır. Müasir qəzet işində dizayn həm çətin, həm də asan bir mərhələdir. Çətindir ona görə ki, dizayn işi ustalıq, təcrübə tələb edir. Asandır ona dörə ki, müasir kompüter texnologiyası bu işin icrasında qəzet tərtibatçısının ən yaxın köməkçisidir. Dizayn elementləri sırasında qəzetiň adının qrafik tərtibi mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Qəzetiň siması, sifəti, bəlkə də, ilk növbədə onun adının qrafik tərtibindən formalşmağa başlayır. İndiki zamanda redaktorlar oxuculara təqdim olunan qəzetiň zahiri görüşünə, dizaynına fikir verməlidirlər. Onu da qeyd edək ki, indi ənənəvi «qəzet tərtibi» termini «dizayn» anlayışı ilə əvəzlənməkdədir. «Dizayn» – ingilis dilində «design» sözdündən olub ideya, layihə, rəsm mənasını verir. Son vaxtlar çox geniş mənada işlənib –geniş çeşidli malların estetik keyfiyyətini, xarici görünüşünün gözəlliyini nəzərdə tutur. Qəzet dizayni-qəzetiň yaradılması prosesində yaradıcılıq işi olub onun qrafik cəhətdən formalşmasını təmin edir. Dizaynın son məqsədi məzmunun dəqiq ifadəsinə xidmət edir. Gözəl dizayn mətnin qrafik elementlərlə şriftlərlə, fotomateriallarla, diaqramlarla, ağ yerlərlə, sərlövhə və rubrikalarla səliqəli, səriştəli uzlaşmasını təmin etməlidir. Yaxşı dizayn bəzəkdən çox-çox əvvəl funksional keyfiyyətdir, yəni dizayn forma xatirinə deyil, məzmunu xidmət məqsədilə yaradılmalıdır. Redaktorlar yaxşı dizaynın vacibliyini başa düşürələr, ancaq bunun nə olduğu haqda vahid bir fikir yoxdur.

Dünyanın məşhur qəzet dizaynerlərindən biri olan Mario Qarsia «Qəzetlərin müasir dizaynı» adlı kitabının üçüncü nəşrində yazır ki, qəzet tərtibatının yüksək keyfiyyəti mətnin vizual elementlərlə: şriftlə, şəkillə, rəngli təsvirlərlə, informasiya qrafikası ilə və «ağ ləkələrlə» səliqəli və qərəzli birləşməsindədir. Əgər bu birləşdirmə lazımı səviyyədə yerinə yetirilibsə, onda elementlərin qarışması oxucuları cəlb edəcək və informasiya daha effektli ötürülləcək. Yaxşı dizayn xəbərlərin və digər informasiyanın mənali və gözəl verilməsini təmin edir. Dizayn məhsul yox, prosesdir, o görünməməlidir. Dizayn elementlərinin şriftin, başlıqların və təsvirlərin istifadəsində daimilik əsasdır, çünki bu qəzetiň ugurlu tərtibatının yaranmasında mühüm faktordur. Həmçinin əla təqdim edilmiş dizayn rahat oxunub və informasiyani daha tez qavramağa imkan yaratır. Mətn, başlıq və bütün səhifələr üçün şriftin seçilməsində vacib amil aydınlıqdır. Qəzet dizaynında tərtibat keyfiyyəti əgər məlumatı tez və tam bildirmirsə sıfır enir. Oxucuların nə vaxtı, nə də səbri yoxdur ki, informasiya əldə etmək üçün dizayner kələklərini keçsinlər. Qəzet dizaynerlərinin işi oxucuların həyatını çətinləşdirmək deyil, əksinə asanlaşdırmaqdır.

▪ Nəticədə yaxşı yerinə yetirilmiş dizayn sürpriz üçün imkan yaratır. Qeyri-adı formada kəsilmiş şəkil, yeni başlıq və ya dramatik təsvir oxucu üçün təəccübü gözlənilməzlik ola bilər. Cəlbedici və münasib qəzet nəinki oxucuların, həm də reklam verənlərin də xoşuna gəlir. Onlar bilirlər ki, göz oxşayan mətndə yerləşdirilmiş reklam daha çox nəzərə çarpacaq və lazımi olan insanları maraqlaşdıracaq. Bundan başqa keyfiyyətli qəzet dizaynı qəzetlə reklamin yaxşı görünüşünü təmin edir. Qəzet artıq şeylərdən azad olanda reklamı yerləşdirənlər onların reklamı digərlərindən seçilsin deyə daha yaxşı tərtib etməyə çalışırlar. Yaxşı və səliqəli qəzet dizaynı oxucu və reklam yerləşdirənlər uğrunda rəqabət aparan qəzetlər üçün böyük və iqtisadi əhəmiyyət daşıyır. Dizaynın ən mühüm elementlərindən biri şəkildir. Şəkillərdən istifadə qəzet tərtibatını həm yaxşılaşdırıbilər və həm də əksinə. Qəzetiň şəkilləri necə xüsusən də birinci səhifədə yerləşdirməsi qəzet dizaynının prinsiplerinin başa düşülməsinin göstəricisidir.

bağlı olsun. Məlumatların anonim şəkildə göndərilməsi düzgün sayılır. Xüsusen də, tənqid və şərh xarakterli məlumatları. Digər istifadəçilərin real adlarını öz adın kimi təqdim etmək on böyük pozuntudur. Müzakirə olunan mövzuda, yaxud söhbətin gedişində xoşagelməyən məqamlar olsa belə, kobud ifadələrdən boyun qaçırmıq lazımdır.

Təbii ki, şəbəkə daxilində də hər yerde olduğu kimi sadə əxlaq qaydalarına riayət etmək lazımdır və məxfilikdən sui istifadə etmək olmaz. Çünkü İnternet şəbəkəsi özünün formalaşmış mədəniyyətinə malik ictimai mühitdir.

«İnternet etiket» anlayışını tam şəkildə internet jurnalistikaya aid etmək olar. Bu bilavasitə saytlə interaktiv əlaqə, müəllif rəyləri, forum və məktublarla bağlıdır. Bütün bunlar isə şəbəkə jurnalistikasının əsas göstəricilərindən sayılır. Bəs şəbəkə jurnalistikası termini geniş mənada nəyi ifadə edir və o daha hansı xüsusiyyətlərə malikdir?

### *Internetdə müəllif hüquqları. Internet və qanun.*

Internet öz gəlişi ilə informasiyanın hazırlanması və yayılması ilə bağlı bir çox məhdudiyyətləri aradan qaldırdı. Internet əsl söz və fikir azadlığını nümayiş etdirən sərhədsiz məkana çevrildi. Niye? Çünkü Internetdə Məlumat yerləşdirib onu geniş oxucu kütłesinin nəzərinə çatdırmaq üçün heç bir rəsmi orqanda qeydiyyatdan keçmək lazımdır. Çünkü internetdə senzura anlayışı yoxdur. Amma çoxillik araşdırımlar göstərir ki, bu cür sərbəstlik heç də həmişə yalnız müsbət nəticələrə gətirib çıxarmır. Çox vaxt Internetdə saxta informasiyalara rast gəlmək olar. Ümumiyyətlə, bir çox saytlar Narkomaniyanı, zoraklığı təbliğ edərək insan psixikasına mənfi təsir göstərir. Bu problemin bir tərəfindir. Digər məsələ isə sırf Kütləvi İnformasiya Vəsitələrinin fəaliyyəti ilə bağlıdır. Jurnalistika onlayn, yaxud oflayn olmasından asılı olmadan, ilk növbədə yaradıcılıqdır və burada söhbət rəqəmli mühitdə intellektual mülkiyyətin və müəllif hüquqlarının qorunmasından gedir.

Bu məsələ hal-hazırda bir sıra İnternet ekspertlərinin müzakirə mövzusuna çevirilir. Internetdə intellektual mülkiyyətin qorunması məqsədilə bir sıra ölkələrdən olan beynəlxalq qurumların birgə fəaliyyəti nəzərdə tutulur. İlk növbədə, Internetdə həmin problemi idarə edən bir təşkilat yaradılmalıdır.

Növbəti məsələ internetlə bağlı qanunvericiliyin hazırlanmasıdır. Yeri gəlmışkən, *Şəbəkə qanunu*, *kiberməkan qanunu*, *internet qanunu* kimi terminlər də dövriyyəyə yenice daxil olub və özündə ciddi məna kəsb edir.

Internetdə dərc olunmuş hər bir material kiminsə intellektual zəhmətinin bəhrəsi olduğu üçün müəllif hüquqlarına malikdir və plagiatdan qorunmalıdır. Müəllif hüquqlarını ifadə edən Kopirayt işarəsi mütləq internetdə yerləşdirilmiş materialın sonunda müəllifin adı ilə yanaşı qeyd olunmalıdır. Internet saytlarının çoxunda səhifənin aşağı hissəsində sayt müəllifinin kopirayti qeyd olunur. Bu da şəbəkədə müəllif hüquqlarını təsdiq etmək və qorumaq üçün ilk və əsas addimdır.

Məşhur Rusiyali internet-jurnalist Y.Qorniy «Jurnalıstlər üçün internet» məqaləsində qeyd edir ki, Rusiyada dövri onlayn nəşrlərin birliyi daxilində müəllif hüquqlarının pozulması ilə bağlı yeni layihə nəzərdə tutulub. Bu layihənin adı «Rüsvayçılıq lövhəsidir». Rüsvayçılıq lövhəsində şəbəkədə müəllif hüququnu pozan şəxsin adı və «oğurladığı» material haqqında məlumat yerləşdirilir.

Rusiyali internet-jurnalistlər müəllif hüquqlarının qorunması ilə bağlı hələlik belə mübarizə metodunu seçib.

Müəllif hüquqlarının qorunması bilavasitə jurnalist etikası ilə bağlıdır.

Kiberməkanda da jurnalist etikası eyni olaraq qalır. Başqasının materialından istifadə etdikdə mütləq mənbəyə istinad etmək lazımdır. Jurnalist etikasının dəqiqlik, obyektivlik, qərəzsizlik, fikir azadlığı, cəmiyyətin müdafiəsi, şəxsi həyatın toxunulmazlığı kimi prinsipləri burada da özünü göstərir və göstərməlidir də.

**Müəlliflər.** Internet yazarlarını, sözsüz ki, yeni kateqoriya jurnalist-lərinə aid etmək olar.

Internet üçün yazan müəlliflər şəbəkə mətninin xüsusiyyətlərinə bələd olmalıdırlar. Bəs şəbəkə mətninin spesifikasiyi nədən ibarətdir? İlk növbədə, kompyuter və internet terminlərinin, programlaşdırmanın müxtəlif elementlərinin, ingilis, rus və digər mənşəli sözlərin abreviaturlarından ibarət şəbəkə dilinin 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 işlenməsi ilə yığcam, lakin maksimum məzmun ifadə edən bir mətn olmalıdır.

Internet qəzetlərdə fəaliyyət göstərən müəlliflər müxtəlif ola bilər. Beləcə, 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 sərf 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 programçılar və riyaziyyatçılar da çox olur.

#### *Jurnalıstların fəaliyyətində Internet-əlavələr*

Ən yeni Kütləvi İnformasiya Vasitəsi olan İnterneti bu cür klassifikasiya etmək olar:

- Onlayn KİV (şəbəkə KİV-i)
- Internet-qəzetlər
- Internet-jurnalalar
- Xəbər portalları
- Çap KİV-nin elektron versiyaları
- Radio və Televiziya kanallarının elektron versiyaları, yaxud da nümayəndəlik saytları
  - İnformasiyalı və informasiyalı-maarifləndirmə portalları
  - İctimai və milli təşkilatlar, müəssisələr və təsisatların nümayəndəlik saytları

Buna uyğun olaraq aşağıdakı iki bölmədə klassifikasiyası verilmiş bəzi internet resurslara nümunələr göstərilmişdir.

#### *Jurnalıstların istifadə etdiyi internet-resurslar*

Beləliklə, jurnalist internetlə peşəkar səviyyədə işləməyə başlamazdan əvvəl kiberməkanda öz iş fəaliyyətini müəyyənləşdirməlidir. Birinci növbədə, hər şeyi elə şəkildə qurmaq lazımdır ki, vacib məqamda gərəkli olan informasiyanı əldə etmək rahat olsun. Internet şəbəkəsi isə, məlum olduğu kimi məlumat baxımından sərhədsiz imkanlar verir. Jurnalıstdən tələb olunan isə, bu məlumatları aşkarlayaraq onlardan düzgün şəkildə istifadə

etmek bacarığıdır. Bunun üçün isə onun fəaliyyətində yardımcı ola bilən resursları tapmaq və onları öz kompyuterində qruplaşdırmaq lazımdır. HTML sistemi, yaxud Netscape Navigator sistemində - «bookmarks», İnterenet Explorer-də isə «favorites» bölməsində bu resurlara hiperötürmələr yerləşdirmək olar. Bu zaman artıq hazır hiperötürmələrdən istifadə edərək informasiyanın əldə edilməsini tezləşdirmək olar.

Jurnalistin İnternetdə istifadə edə biləcəyi məlumat resursları çoxdur. Onları aşağıdakı kimi qruplaşdırmaq olar:

#### *Elektron nəşrlər*

Buraya həm mövcud dövri nəşrlərin elektron versiyaları, həm də kağız analoqu olmayan sərf internet nəşrlər aiddir.

- [www.dominis.com/zines](http://www.dominis.com/zines) - dünya üzrə elektron jurnalların verilənlər bazası
- [www.coalliance.org/ejournal](http://www.coalliance.org/ejournal) - Electronic Journals Access - Elektron jurnalların əlisba və tematik göstəricisi
- [www.simplex.ru](http://www.simplex.ru) - Aleks Farberin qəzet və jurnal kataloqu
- [www.fox.tt.ee](http://www.fox.tt.ee) - Keçmiş SSRİ dövlətlərinin KIV-nin kataloqu

#### *Internet radiostansiyalar*

Bunlar həm real vaxt rejimində, həm də audioyazı ilə yayılmışdır. Internet radiostansiyalar da elektron qəzetlər kimi bəziləri adı radiostansiyaların internet versiyası olur, digərləri isə yalnız şəbəkə daxilində fəaliyyət göstərir.

- [www.vrunter.com](http://www.vrunter.com) - Bu resurs bütün dünyada mövcud olan radiostansiyaları özündə birləşdirir və yerləşdiyi əraziyə, yayım məzmununa uyğun radiostansiya seçməyə imkan verir.
- [www.wmbr.mit.edu](http://www.wmbr.mit.edu) - bu server 8000-dən çox radiostansiyani əhatə edir
- [www.cityline.ru](http://www.cityline.ru) - Rusiya radiostansiyalarının siyahısı

### *Onlayn verilənlər bazaları*

İnternet verilənlər bazaları həm pullu, həm də pulsuz xidmət təklif edə bilər. Nəhəng kommersiya verilənlər bazaları adətən daha kiçik verilənlər bazalarına çıxış imkanını təqdim edir.

- [www.lexis-nexis.com](http://www.lexis-nexis.com) - Lexis-Nexis verilənlər bazası dünyada, demək olar ki, ən böyük və məşhur kommersiya bazasıdır. Bu resurs xəbərlər, maliyyə, patentlər, industriya, hüquq və qanunlar, səhiyyə və s. sahələr üzrə şöbələrə malikdir.
- [www.dialog.com](http://www.dialog.com) - DialogueWeb müxtəlif sahələr üzrə 450-yə qədər verilənlər bazasını özündə birləşdirir.
- [www.imdb.com](http://www.imdb.com) - The Internet Movie Database filmlər üzrə ən nəhəng verilənlər bazasıdır
- [www.kodeks.karelia.ru](http://www.kodeks.karelia.ru) - Hüquq və İqtisadiyyat üzrə fəaliyyət göstərir.

### *Elektron kitabxanalar*

Qərbin ən məşhur elektron kitabxanası Qutenberq layihəsidir ([www.promo.net/pg](http://www.promo.net/pg)).

Bu kitabxana 1991-ci ildən fəaliyyət göstərir və özündə 2000-dən artıq ingilis dilli bədii əsərləri birləşdirir. Rusyanın Internet – kitabxanalarından Moşkovun kitabxanasını ([www.lib.ru](http://www.lib.ru)) misal göstərmək olar. Bu kitabxana isə 1994-cü ildən fəaliyyətdədir və 12 000 mətn fayllarından ibarətdir. Elektron kitabxanalar yalnız bədii ədəbiyyatdan ibarət olmur, burada müxtəlif cür ədəbiyyat cəmlənə bilər. Məsələn, elmi ədəbiyyat çox populyardır və elmin müxtəlif sahələri ilə bağlı tədqiqat işlərinde yardımçı ola bilər.

Digər elektron kitabxana layihələrinə:

- [www.cs.cmu.edu/books](http://www.cs.cmu.edu/books) - The On-line Book Page
- [www.clark.net/pub](http://www.clark.net/pub) - Digital Library Resources
- [www.russ.ru/biblio](http://www.russ.ru/biblio) - Rusyanın elektron kitabxanalarının xəbərləri

### *Lügətlər, ensiklopediya və sorğu materialları*

- [www.yahoo.com/reference](http://www.yahoo.com/reference) - Yahoo! kataloqunun Reference bölməsi
- [www.gallery.nunet.be](http://www.gallery.nunet.be) - bütün dillərdə lügətlər

- [www.biography.com](http://www.biography.com) - 20 000-dən artıq nəfərin tərcüməyi-hali
- [www.km.ru](http://www.km.ru) - «Kiril və Mefodi» şirkətinin məqaensiklopediyası

### *Göndəriş siyahıları*

- [www.listz.com](http://www.listz.com)- 90 000-dən çox göndəriş siyahılarının kataloqu
- [www.citycat.ru](http://www.citycat.ru) - 200-ə qədər göndəriş siyahısı

### *Axtarış sistemləri və Kataloqlar*

Ən populyar xarici axtarış sistemləri Alta Vista və Yahoo!-dur. Rusiyada isə Rambler və Yandex axtarış sistemləri çox geniş yayılıb və bir neçə saniyə ərzində axtarılan mövzu üzrə internetdə olan bütün məlumatları təqdim etmək qabiliyyətinə malikdir. Bundan əlavə, aşağıdakı axtarış sistemləri də mövcuddür:

- [www.allsearchengines.com](http://www.allsearchengines.com)
- [www.surffast.com](http://www.surffast.com)
- [www.zodchiy.ru](http://www.zodchiy.ru)

### *Xüsusi jurnalist resursları*

Ümumi istifadə resurslarından əlavə, internetdə bilavasitə jurnalistika ilə bağlı olan və jurnalistlər üçün nəzərdə tutulan bir çox internet-saytlar var. Bunlar arasında qərb saytları üstünlük təşkil edir. Onları belə qruplaşdırmaq olar:

### *Jurnalistika üzrə resurslar kataloqu*

- [www.yahoo.com/news and media/journalism](http://www.yahoo.com/news and media/journalism)
- [www.cio.com/central/journalism](http://www.cio.com/central/journalism)
- [www.markovits.com/journalism](http://www.markovits.com/journalism)
- [www.internews.ru](http://www.internews.ru)

### *İnformasiya agentlikləri*

- [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com) - saytının xəbərlər xidmətləri
- [www.ap.org](http://www.ap.org) - Assosiated Press agentliyi
- [www.cnn.com](http://www.cnn.com) - CNN şirkəti

- [www.reuters.com](http://www.reuters.com) - «Reuters» agentliyi
- [www.nns.ru](http://www.nns.ru) - Rusyanın milli xəbər xidməti  
(Национальная служба новостей)
- [www.itar-tass.com](http://www.itar-tass.com) - «ИТАР-ТАСС» agentliyi
- [www.rian.ru](http://www.rian.ru) - «РИА Новости» agentliyi
- [www.interfax.ru](http://www.interfax.ru) - «Интерфакс» agentliyi

[www.turaninfo.com](http://www.turaninfo.com) - Turan informasiya agentliyi. Azərbaycan, rus və ingilis dillərində fəaliyyət göstərir. Müxtəlif sahələri əhatə edən geniş informasiya təklif edir. Xidməti pulludur.

[www.azertag.com](http://www.azertag.com) - Azərbaycan Dövlət Teleqraf Agentliyi. Həmçinin Azərbaycan, rus və ingilis dillərində fəaliyyət göstərir. Rəsmi xronika, siyaset, xarici xəbərlər, ekologiya, kriminal, elm və təhsil, mədəniyyət xəbərləri bölmələrinə malikdir.

[www.az/mpa](http://www.az/mpa) - Media-Press agentliyi. Rus dilində fəaliyyət göstərir.

#### Təşkilatlar və xidmətlər

- [www.ifj.org](http://www.ifj.org) - Beynəlxalq Jurnalistika Federasiyası
- [www.facsnet.org](http://www.facsnet.org) - Jurnalistlər üçün pulsuz onlayn xidməti

#### Azərbaycan KİV-nin internet saytları

Azərbaycanın Internet məkanında yerləşdirilmiş kütləvi informasiya vasitələrinin siyahısı .

#### Televiziya və radiostansiyalar

[www.aztv.az](http://www.aztv.az) - Azərbaycan Dövlət Televiziyanın saytı.

[www.ans.az](http://www.ans.az) - ANS şirkətlər qrupunun rəsmi saytı. Saytda ANS telekanalı, ANS CM radiostansiyası, ANS kommers reklam agentliyi, ANS press nəşriyyat evi və s. barədə məlumat dərc olunub.

[www.itv.az](http://www.itv.az) - İctimai televiziyanın saytı

[www.space-az.com](http://www.space-az.com) - Space teleradio şirkətinin saytı.

[www.liberty.com](http://www.liberty.com) - Lider telekanalının saytı.

[www.azadazerbaijan.com](http://www.azadazerbaijan.com) - Azad Azərbaycan teleradioşirkətinin saytı.

Bundan əlavə Azərbaycanda fəaliyyət göstərən radiostansiyaların ayrıca saytları da mövcuddur.

[www.lider.fm](http://www.lider.fm) - Lider radiostansiyası

[www.bbcazeri.com](http://www.bbcazeri.com) - BBC radiostansiyasının Azərbaycan xidməti

[www.europaplus.az](http://www.europaplus.az) - Europa+ radiostansiyası

[www.burc.fm](http://www.burc.fm) - Bürc fm radiostansiyası

[www.antenn.az](http://www.antenn.az) - Radio antenn 101 fm

[www.voanews.com/azerbaijani](http://www.voanews.com/azerbaijani) - Amerikanın Sesi radiostansiyasının Azərbaycan xidməti

[www.azadses.org](http://www.azadses.org) - Azadlıq radiosu

*Qəzetlər*

**Rəsmi-Dövlət qəzetləri**

[www.azerbaijan.news.az](http://www.azerbaijan.news.az)

[www.respublika.news.az](http://www.respublika.news.az)

[www.ikisahil.com](http://www.ikisahil.com)

[www.yenizazerbaijan.com](http://www.yenizazerbaijan.com)

*Digər qəzərlər*

[www.bakusun.az](http://www.bakusun.az)

[www.media-az.com](http://www.media-az.com)

[www.echo-az.com](http://www.echo-az.com)

[www.zerkalo.az](http://www.zerkalo.az)

[www.ayna.az](http://www.ayna.az)

[www.525ci.com](http://www.525ci.com)

[www.azadliq.az](http://www.azadliq.az)

[www.adalet-az.com](http://www.adalet-az.com)

[www.azernews.net](http://www.azernews.net)

[www.bakutoday.net](http://www.bakutoday.net)

[www.express.com.az](http://www.express.com.az)

[www.hurriyet-az.com](http://www.hurriyet-az.com)

[www.ikisahil.com](http://www.ikisahil.com)

[www.kaspi.az](http://www.kaspi.az)

[www.olaylar.net](http://www.olaylar.net)

[www.palitra-az.net](http://www.palitra-az.net)

[www.paritet-az.net](http://www.paritet-az.net)

[www.ses-az.com](http://www.ses-az.com)

[www.ucnoqta.com](http://www.ucnoqta.com)

[www.yenimusuvat.com](http://www.yenimusuvat.com)

### **Jurnalist təşkilatlarının saytları**

[www.ajkib.org](http://www.ajkib.org) - Azərbaycan Jurnalistlər Konfederasiyası

[www.juhiaz.org](http://www.juhiaz.org) - (İngilis dilində) Jurnalistlərin Həmkarlar İttifaqı

[www.internews.az](http://www.internews.az) - (Azərbaycan və İngilis dillərində) Jurnalistik təlimi ilə bağlı beynəlxalq təşkilatın azərbaycan nümayəndəliyinin internet-sayıtı. Saytda dərc olunan xəberlər sifir jurnalistika aləmimdə baş verən hadisələrlə bağlıdır. Ayrı-ayrı bölmələr İnternyusun keçirdiyi treninglər, layihələr, KİV-in qanunu ilə bağlıdır. Sayt, həmçinin jurnalistlərə iş yerləri təklif edir.

### **Bəzi informativ internet-resurslar**

[www.bakililar.az](http://www.bakililar.az) - Azərbaycanın ən populyar saytlarından biri. Rus dilində fəaliyyət göstərir. Gündəlik xəberlərlə bərabər bir səra başqa xidmətləri təqdim edir. Buraya elektron poçtu, forumlar, çat, birja xidmətləri, musiqi, bədii yaradıcılıq və s. Sayt gənclər arasında çox populyardır.

[www.xeber.net](http://www.xeber.net) - Azərbaycandilli xəbor portalı. Müxtəlif sahələrə aid xəberlər blokunu təklif edir.

[www.bakupages.com](http://www.bakupages.com)

[www.azer.com](http://www.azer.com)

Hər ikisi ingilisdilli məlumat saytlarıdır. Əsasən Azərbaycanda yaşayan xarici iş adamları, turistlər, həmçinin dünyada Azərbaycan barədə məlumat almaq istəyən hər kəs üçün nəzərdə tutulub. Saytlarda Azərbaycanın tarixi, mədəniyyəti, ənənələri, musiqisi barədə geniş məlumat yerləşdirilib. Qarabağ münaqişəsi barədə məlumatlar xüsusi bölməni əhatə edir.

[www.kitab.az](http://www.kitab.az) - Azərbaycanda 1 nömrəli elektron kitabxana

## Fəsil 6

### İnternet jurnalistikası ən yeni dövrün həqiqətidir

**I**nformasiya əsri adındanıdan XXI yüzilliyin başlanğıcında Internetin hududsuz imkanları gündən-günə, bəlkə də saatdan-saata artmaqdadır. Internet şəbəkəsinin bu gün geniş istifadəçi tərəfindən istismar edilən nailiyyətlərindən biri də internet nəşrləri- elektron qəzetlərdir. Əsasən operativliyi, «canlılığı», audiovizual imkanlara malik olması ilə adı nəşrlərdən fərqlənən elektron çapı bu gün Azərbaycan informasiya cəmiyyəti üçün də aktuallıq təşkil edir. Bu sahənin ölkəmizdə nə dərəcə də öyrənilib, inkişaf etməsini öyrənmək məqsədi ilə götürülən buraxılış işində elektron qəzetlərin fərqli və üstün cəhətləri, onların müxtəlif növlərinin istifadə olunma istiqamətləri ayrı-ayrılıqda təhlilə cəlb edildi.

«Müasir informasiya texnologiyası»- Internet adlı birinci fəsildə Internet şəbəkəsinin yaranma tarixi, inkişaf mərhələləri, texniki üstünlükleri araşdırılaraq bù gənki informasiya cəmiyyəti üçün nə dərəcə də zəruri olması ön plana çəkilir. 50-ci illərdə ilk audiovizual texnologiya olan televizorun keyfiyyətcə zəifliyi yalnız 70-ci illərdə ondan daha üstün olan Internetin meydana gəlməsi ilə özünü biruzə verdi. Internet şəbəkəsinin nisbətən daha operativ, əyani, birbaşa ünsiyyət yaratmaq xüsusiyyəti onu digər audiovizual vasitə olan televizordan fərqləndirən müsbət xüsusiyyət kimi araşdırılaraq birinci fəsile daxil edilib. Onun son nailiyyətləri olan ICQ, Odiqo, Yahoo kimi əyanılıyi artırın və birbaşa ünsiyyətə yardımçı olan proqramları və digər yeni komfort üsullu xidmət sahələri tətqiq edilərək geniş şəkildə göstərilib.

Yaranma tarixi adı vərəqələrdən başlanıb «Qadzetto» adlanan bu gənki qəzetlərlə 1990-ci illərin nailiyyəti hesab edilən elektron qəzetlərin müqayisəli təhlili «Müasir qəzet tədqiqat obyekti kimi» adlanan ikinci fəsildə aparılıb. Fəsildə elektron qəzetlərin yaranma zərurətindən, onun ənənəvi qəzetlərlə oxşar və fərqli cəhətlərindən, elektron qəzetlərin istifadə mexanizmindən, son dövrlərdə onların yeni təkmilləşdirilmiş növləri haqqında informasiya verilir. Elektron versiyası olan qəzetlərdən

texnologiya baxımından daha üstün yer tutan elektron qəzetlərin forma və strukturu öyrənilərək təhlil edilir.

Texniki və nəzəri cəhətdən öyrənilərək təhlilə cəlb olunan materiallar əsasında virtual şəkildə qəzetiñ yaradılması «Elektron qəzetlərin hazırlanmasında təcrubi məsələlər» başlıqlı üçüncü fəsildə tətbiq edilir. Elektron qəzetlərin dizaynı, onun növləri, əsa elementləri, onların hazırlanmasında istifadə edilən ən son proqramlar haqqında məlumat verilərək, əyani şəkildə tərtibat aparılır.

Elektron KİV sahəsində aparılan tədqiqatlardan belə aydın oldu ki, Azərbaycanda bu sahədə maarif işi zəif inkişaf edib. Xüsusilə bu haqqda heç bir ədəbiyyatın çap edilməməsi, elektron qəzetlərin primitiv formada istifadəyə buraxılması, internet şəbəkəsinin hələ də kifayət qədər yayılmaması məsələnin gərginləşdirən tərəflərdəndir. Nəzəri cəhətdən yaranan problemlərin səbəbi olaraq, hal hazırda peşəkar mütəxəssislərin elektron nəşrlərə bağlı ədəbiyyatların dərcinə biganə qalmaqları, ölkədə nəinki elektron KİV ümumiyyətlə Internet şəbəkəsi haqda maarifləndirmə işinin yox dərəcəsində olması kimi izah edilir.

Hal hazırda Azərbaycanın dünyaya integrasiya etdiyi bir şəraitdə, informasiya bazarından uzaqda qalmaması və rəqabətə tab gətirməsi üçün internet xidmətlərindən geniş istifadəsinə ehtiyac zəruridir. Aparılan tədqiqatlar isə bu işin zəif olduğunu və texniki cəhətdən az irəllədiyini araşdıraraq belə nəticəyə gəldi ki, ölkədə internet şəbəkəsi xüsusilə elektron KİVsahəsində daha sürətli təkmilləşmə və təbliğat aparılmalıdır.

Elektron KİV mövzusunun daha geniş əhatəli olması və Azərbaycan daxilində bu sahədə nəzəri fəaliyyətin zəif həyata keçirilməsi buraxılış işində müəyyən çətinliklər törətsə də bu sahədə yeni imkanların işıqlandırılmasına cəhd edildi.

Bələliklə, öten 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, XX əsrin ikinci yarısında Internet adlanan Ümumdünya Şəbəkəsinin yaranması ilə elektron hesablayıcı машınlar, yaxud sadəcə olaraq kompyuterlər ancaq peşəkar mütəxəssislərin yox, adı vətəndaşların kütləvi istifadə vasitəsinə çevrildi. Pentagonun ixtirası olan və ilk əvvəl yalnız

hərbi məqsədlər üçün nəzərdə tutulan Internet bu gün minlərlə kompyuteri vahid şəbəkədə birləşdirir.

Internet vasitəsilə planetin müxtəlif nöqtələrində yerləşən insanlar real vaxt rejimində bir-biri ilə əlaqə yarada bilər. Bu cür əlaqələr həyatın müxtəlif sferalarına güclü təsir edir. Təcrübə göstərdi ki, ticarət və biznes sahəsində Internet artıq birincilik qazanmışdır.

Internet 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 tipli jurnalistikyanın mövcudluğunu ehtiva edir. Bu jurnalistika kompyuter sahəsində yeni texnologiyaların tətbiqi ilə bilavasitə bağlıdır.

İndi ən yeni kompyuter programlarının köməyi ilə tez bir zamanda informasiya saytı yaradaraq onu provayder vasitəsilə ümumdünya şəbəkəsində yerləşdirmək olar. Internet jurnalistlərə yeni geniş yaradıcılıq sahəsi təqdim edir. Internetdə hər gün yeni-yeni saytlar yaradılır. Buna görə də onların dəqiq sayı məlum deyil. İndi hər orta səviyyəli nəşrin internetdə öz nümayəndəliyi var. Qəzet və jurnalların çoxunun elektron versiyası mövcuddur. Lakin şəbəkə jurnalistikası ənənəvi jurnalistikada analoqu olmadan – sərbəst şəkildə də fəaliyyət göstərə bilər. Bir çox dünya informasiya saytlarını buna misal göstərmək olar. Məsələn, Rusyanın lenta.ru, utro.ru, gazeta.ru kimi saytlarının kağız analoqu olmadığına baxmayaraq onlar şəbəkə daxilində artıq çox böyük populyarlıq qazanıb. Bu, ilk növbədə, yerləşdirilən informasiyanın operativliyi və dəqiqliyi ilə bağlıdır. Internetin bir kütləvi informasiya vasitəsi kimi əsas üstünlüyü də elə bundan ibarətdir. Nə qəzet, nə televiziya, nə də radio *operativlikdə* internetlə rəqabət apara bilməz. Çünkü 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 hadisə haqqında məlumat əldə edir. Buradan internetin 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 lazımlı gəlir. Qəzetlər barədə isə danışmağa dəyməz. Onların yayım dairəsi çox məhduddur. Internetlə 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 saytin ünvanını daxil edərək doğma dillərində Bakıdan ən yeni informasiyaya sahib ola bilərlər. İndi internet vasitəsilə, hətta, radio verilişləri dinləmək, telekanallara tamaşa etmək mümkün olub. Buna internetin **multimediya** imkanları addır. *Multimediya* mətn, təsvir, səs, animasiya və videotəsvir kimi informasiya ötürücü vasitələrin toplusudur. Başqa sözlə desək, internet həm qəzet, həm radio, həm də televiziyanın imkanlarını özündə birləşdirir. Belə imkanlarına görə Interneti əvəz edə biləcək ikinci informasiya vasitəsi hələ ki mövcud deyil.

Lakin kompyuter monitorundan informasiyanın qəbul olunması qəzet oxunuşundan fərqlənir. Belə ki, monitordan oxunuş sürəti daha aşağıdır və gözü tez yorur. Buna görə də belə incəliklər nəzərə alınmalı və mətn mümkün qədər yiğcam olmalıdır. Həm də multimediya vasitələrindən sui-istifadə etmək olmaz. Dizayn üçün ən yararlı forma ağ fon üzərində qara şrift, materialın strukturunda isə sərlövhə, illüstrasiya, sonra isə mətn prinsipidir.

İnternetin üstün xüsusiyyətlərindən biri də əvvəl dərc olunmuş materialların *arxivləşdirilməsidir*. Hər bir elektron qəzetiñ öz arxivi olur və oxucu istədiyi materialı axtarış sistemi vasitəsilə arxivdən tapa bilər. Heç bir başqa kütləvi informasiya vasitəsində bu cür xidmət yoxdur.

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

Bir kütləvi kommunikasiya sahəsi olmaqla internetin ən vacib xüsusiyyətlərindən biri də *interaktivlikdir*. Verilmiş material, gündəmə qoyulan məsələ üzrə auditoriya müxtəlif yollarla internetdə öz rəyini dərc edə bilər. Buraya, elektron ünvanı vasitəsilə göndərilən məktublar, forumlar, səsvermələr və s. misal ola bilər. Beləcə oxucular nəinki hadisələrin seyrçisinə, həm də onların aktiv iştirakçılarına çevrilirlər.

İnternet-journalistikanın digər vacib xüsusiyyəti burada vahid idarə mərkəzinin və buna uyğun olaraq – senzuranın yoxluğudur. Internet jurnalistlərə və adı istifadəçilərə əvvəl mümkün olmayan sərbəstlik və söz azadlığı təqdim edir.

Internetdə *dil* faktorunu xüsusi qeyd etmək lazımdır. Biznes sahəsində olduğu kimi, internetdə də saytların sayına görə ingilis dili liderdir. Yahoo!, Altavista kimi ən nəhəng saytlar ingilis dilində fəaliyyət göstərir. Lakin Internetdə başqa dillərdə də çoxlu sayıda sayt var. İlk əvvəl internetdə azərbaycan şriftinin oxunması ilə bağlı çətinliklər olsa da, indi ən yeni texnologiyaların köməyi ilə bunlar aradan qaldırılıb.

Internet-journalistikanın gəlir mənbələrinə gelince isə qeyd etmək lazımdır ki, bunu əsasən reklam banerləri təşkil edir. Bundan əlavə, xüsusi ödəniş sistemi ilə fəaliyyət göstərən pullu saytlar da mövcuddur.

Internetin auditoriyası ildən-ilə genişlənir. Bu auditoriya televiziya, qəzet auditoriyasından bir qədər fərqlənir. Çünkü əsasən əhalinin gənc və orta yaş təbəqəsindən ibarətdir. Lakin getdikcə internetin həyatın müxtəlif sahələrinə və cəmiyyətin müxtəlif təbəqələrinə nüfuz etməsi ilə onun auditoriyası da genişlənəcək. Buna kompyuterlərin və internet xidmətlərinin getdikcə aşağı düşməsi də səbəb olacaq.

### *Şəbəkə mətbuatı.*

Internetdə nəinki nəşr mətbuatına, hətta şəbəkə nüsxəsinə də rast gəlmək olar. Çox tez-tez reyting jədvəlinə yalnız şəbəkədə olan şəbəkə qəzetləri düşür. Bəs nəyə görə bu nəşrlərə tələb artıb? Şəbəkə qəzetləri adı qəzetlərdən nə ilə fərqlənir?

1. Şəbəkə mətbuatının canlı şəbəkənin spesifikasiyası ilə müəyyən edilir. İlk növbədə bu mənt göndərişləridir, hansı ki, arxivlərə və digər elektron ehtiyatlara giriş təmin edir. Beləliklə, oxuju adı məqaləni yox, geniş həmjli informasiyanı oxuyur.

2. Müxtəlif əlaqə vasitələri (qonaq kitabı, forum, konfrensiyalar, interaktiv) oxujuya informasiya istehsalında iştirak etməyə və müəlliflə oxuju arasında sərhəddin olmamasına imkan verir.

3. Elektron şəbəkə KİV-in yazılı mətbuatdan fərqli olaraq üstünlükleri daha çoxdur. Bu fərq materialların elə həmin an nəşri ilə əlaqədardır, beləki qəzet nömrəsinin çıxışı, televiziya isə

xəbərlərin efirə verilmə vaxtı ilə məhdudlaşır. Şəbəkə nəşri isə ümumiyyətlə heç nə ilə məhdudlaşdır. Lakin bununla belə bir sıra şəbəkə jurnalistlərinin fikrində görə sox kiçik bir qrup bu informasiya növü ilə maraqlanır. Həmin bu "Susanlar cəmiyyətinin" nümayəndələri informasiya agentliklərindən gələn müxtəlif xəbərlərə ehtiyacı yoxdur.

4. Şəbəkə layihələrinin özünəməxsus qiymətinin və ümumi mərkəzin olmaması xüsusi qəzet və jurnalların inkişafına kömək edir. Bununla birlikdə konstitusiyanın söz və özünü ifadə azadlığı da təmin olunur.

Lakin, təəssüf ki, bütün bu sadalananların eks tərəfi də vardır. Anonimliyin qorunması ilə materialların dərj edilməsi suisifadəyə də gətirib çıxarır: dezinformasiya (informasiyasızlıq), plaqiat, ekstremizm, pornoqrafiya, gizli reklam. Lakin, iri qəzetlərdə buna yol verilmir. Buna misal olaraq, siyasi internet qəzet şəbəkəsi olan "Polit.ru"-nu göstərmək olar, bu şəbəkə RF Mətbuat Nazirliyində qeydə alınıb. "Polit.ru" Birləşmiş Humanitar Nəşriyyatı tərəfindən nəşr olunur. Bu qəzet məşhur ilk rus Internet layihəsinin "Jurnal.ru"-nın nəzəндə yaranmış və başlayanda siyasi yox, humanitar məqsədlərini qoyurdu. İlk əvvəl onun əməkdaşları siyasetlə heç maraqlanmış və siyasi curnalist olajaqlarına inanmirdilər.

Bu gün heç kəs üçün sərr deyil ki, Internet istifadəçilərinin sayı günü-gündən

artır. Artıq bu gün Internetin sərvətləri o dərəjədə genişdir ki, bir çox istifadəçilər üçün o informasiya mənbəyinə çevrilib. Internetlə tanışlığı olan şəxs üçün Internet səhifəsini açıb xəbərləri oxumaq köşkdən qəzet alıb oxumaqdan daha sərfeli və asandır. Buna görə də bir çox KIV üçün "elektron-versiya"nın açılışı artıq aktual məsələyə çevrilib. Internetdəki oricinal texnologiya və internet-qəzətdəki dəyişikliklərə imkan verən "interfaqe"(interfeys) redaktorlara kiçik zaman müddətində xəbərləri yerləşdirməklərinə imkan verir.

Sistemin əsas imkanları:

1. Internet - qəzetlə iş müddətində hər hansı çap olunajaq xəber və ya məqalənin verilməsinə Müəllif-Redaktor-Korrektor zənjiri, qrupu və ya daha bəsit olaraq bu zaman bir nəfər javabdeh redaktor olur.

2. Oxujuların diqqətini müəyyən bir maraqlı xəbərə jəlb etmək üçün şəkillərdən(fotolar, rəsm əsərləri) istifadə olunur.
3. Yeni bölmənin əlavə olunması- Internet-qəzetə maraqlı və vajib informasiyani əziyyət çəkmədən əlavə etmək olar.
4. Arxiv- baxmayaraq ki, Internet-qəzet gün ərzində dəfələrlə dəyişilir, hər yeni gündə yeni səhifə ilə başlayır. Köhnə Internet-qəzet isə arxivə daxil edilir.
5. Bir neçə dildə səhifənin yaradılması imkanı. Bunun üçün sadəcə olaraq məqalələri həmin dillərə tərjümə etmək lazımdır.
6. Səhifənin istifadəçiləri Internet-qəzetdə verilən məqalələri forumda müzakirə edə bilərlər.
7. Statistik məlumatların yiğimi sistemində səhifə haqqında olan əlavələri, qeydləri orada qeyd olunur. Onun köməkliyi ilə məşhur məqalələrin səviyyəsi müəyyən olunur, reklam kompaniyasının effektivliyi qiymətləndirilir.

Internetdəki elektron qəzet nümunələrinin və onların nəşr nümunələrinin üstünlükləri və nöqsanları:

Nəşrlər	Web-nəşrlər
<p><b>Üstünlükləri:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. İstifadə rahatlığı-harada olsa oxumaq.</li> <li>2. Oxucu birdəfəlik tam informasiyani alır.</li> <li>3. İnfomasiya qrupları çox ustalıqla tərtib olunmuş olur.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tiraclılıq olmur.</li> <li>2. Qəzətin konkret nömrələrinin oxujusu hər hansı bir internet istifadəçisi ola bilər.</li> <li>3. Qəzet nömrəsinin açılışı sistem vasitəsilə göz qırpmında olur.</li> <li>4. Qəzeti müxtəlif xariji dillərdə oxumaq olar. Əgər sistemdə bu nəzərə alınıbsa.</li> <li>5. Məqalədən qısa məlumat olduqda asanlıqla onu axtarış sistemi vasitəsilə tapmaq olar.</li> <li>6. Tapılan səhvər asanlıqla düzəldilir.</li> <li>7. Oxucu nəşri almadan onun</li> </ol>

<p><b>Çatışmamazlıqları:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tırajin nəşrinə məjburidir.</li> <li>2. Tırajin bir qismi alınmış qalır.</li> <li>3. Yayım xidməti olmalıdır.</li> <li>4. Ölkədən kənara çox nadir hallarda çıxır.</li> <li>5. Nəşr zamanı buraxılmış səhvləri düzəltmək qeyri-mümkündür.</li> <li>6. Lazımı məqaləni tapmaq çox çətindir.</li> </ol>	<p>mündərijati ilə tanış olur.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Yalnız maraqlandıran məqalələri oxuya bilirsən</li> <li>9. Müxtəlif elektron yayım formaları mövjuddur: elektron poçtu, FTP, elektron göndərişi.</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mütləq kompyuter modemi və telefon olmalıdır.</li> <li>2. İnternete qoşulmaq üçün pul lazımdır.</li> <li>3. Materiallara baxmaq və oxumaq yalnız kompyuterdə mümkündür.</li> </ol>
--	--

### Şəbəkədə qəzet.

1999-cu ilin sentyabrında "Washington Post" qəzeti hər gün şəbəkədə saat 12.00 çixan "P.M.Exstra" ("Mütləq günlər") adlı əlavə və buraxılış hazırlayırdılar. Artıq nahara yaxın İnternetdən böyük oxuju kütlesi istifadə edir; amerikalılar işdə nahar zamanı fasilə müddətində kompyuter arxasında oturur və ölkədəki yenilikləri bu qəzetlə öyrənir. Bu buraxılış qəzetindən daha çox teleqram məlumatına bənzəyir, belə ki, bu buraxılışın uzunluğu 3-4 sətir olan 10 informasiyadan ibarət olur.

[www.washingtonpost.com](http://www.washingtonpost.com) səhifəsinə daxil olaraq "Vaşinqton post"un fotoreportörleri tərəfindən müxtəlif illərdə çap olunan foto şəkillərin fotoqalereyasına baxmaq olar. Bu səhifədə siz 1977-ci ildən başlayaraq nəşri olunan bütün məqalələri, səhmlərin bu gündü qiymətini, iş haqqında məlumat tapa bilərsiniz.

Bütün bunlardan başqa səhifədə gündəlik müxtəlif jurnalistlərlə və digər maraqlı məşhur şəxslərlə virtual görüş keçirilir. Müəlliflərin gündəlik oxucularla əlaqə saxlayanlar da var.

Lakin, radiostansiyaların hamısı internetə qoşulmağa can atırlar və heç də ona görə yox ki, bu dəbdir. Internet vasitəsilə yayım bütün sərhədləri keçir: verilişi Riqadan da yayımlamaq

olar, dinləyicilər isə ABŞ-da, Böyük Britaniyada və ya başqa ölkədə də yerləşə bilərlər.

### **İnternetin gözəlliyi aşağıdakılardan ibarətlər.**

- Internet radiosıqnalın çata bilmədiyi və ya yayımın qiymətinin həddindən artıq baha və iqtisadi cəhətdən özünü doğrultmadığı ərazilərə daxil olmaq imkanı verir. Internet hər şeydən əvvəl hər hansı bir radio dalğasından uzaq olan ərazidə yerləşən dinləyicilərlə kommunikasiya vasitəsidir.

- Internet, radiostansiya həvəskarlarına virtual klub, əlaqələr yaratmaq və musiqi mövzularında müzakirələr aparmaq imkanı verir.

- İstənilən radiostansiya, o cümlədən musiqili stansiya böyük həcmli informasiya təqdim edir və Internet bu məlumatları bir tərəfdən daha vizual, digər tərəfdən daha aydın edir, çünki efir vaxtı şəxs nəyi isə eşitməyə bilər.

Internetə yeni kütləvi informasiya və kommunikasiya vasitəsi kimi də baxmaq olar. Qlobal kommunikasiya vasitəsi kimi Internet çox fantastik səslənir. Lakin inkişaf etməkdə olan ölkələrdə olan texniki xüsusiyyətlər həmin ölkələrdə Internetin key sədə belə qəbuledicidə daha yüksək olacaq, amma texnikanın inkişafı da yerində qalmır. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, bizim ölkəmizdə çox az sayılı şəxslərin komputerləri var. Ona görə də Internet yayım vasitəsi olaraq bizim ölkə üçün qəbul olunmur, baxmayaraq ki, Internetin reklam bazarı sərhədsizdir və hətta ən münasib qiymətlərlə hesablaşdıqda çox böyük məbləğ yaranır.

Belə ki, Forrester Research şirkətinin məlumatlarına görə Internetdə reklam xərcləri ABŞ-da 1998-ci ildə 1,3 mlrd. dollar təşkil etdiyi halda, Internetin digər sahələrinin birgə xərci 200 milyon dollar olmuşdur. Şirkətin sonuncu relizində proqnozlaşdırılır ki, 2008-cü ildə reklama çəkilən xərclər dünya üzrə 25 mlrd. dollara çatacaq. Özü də Forrester Research -in hesablamalarına görə ümüdünyə Internet reklam bazının qeyri-amerikan payı 30%-ə qədər yüksələcək. Bununla yanaşı, ABŞ-nin payı 10,5 mlrd. dollar, Avropanın payı 2,8 mlrd. dollar, Asiya ölkələrinin şəbəkə reklamının xərcləri isə 1,25 mlrd. dollar təşkil edəcəkdir. Bu isə onu göstərir ki, istənilən kütləvi informasiya şəbəkəsi gələcək inkişaf üçün vəsaitə malik olacaqdır.

Internet radionu «yeməyəcək» ki, onu hər hansı yeni KIV strukturuna çevirməyəcək ki? Artıq inididən özüne əhörmət edən

bütün radiostansiyalar qlobal kompüter şəbəkəsi Internetdə səhifələri açmışlar və ən yaxşı verilişlərini orada nəşr etdirir, bəzən isə «real zamanda» yayım aparırlar. RealAudio programına müraciət etsək menyüdə Internetdə fəaliyyət göstərən və müxtəlif ölkələri təmsil edən 5000-ə qədər radiostansiya siyahısına rast gələ bilərik.

Əgər o həqiqəti qəbul etsək ki, müəyyən vaxtdan sonra Internetdən başqa heç bir kütłəvi informasiya vasitəsi mövcud olmayıacaq, onda aydındır ki, vaxtında özünü Internet saytlə təmin etmeyənlər zamanında saxlama bilməyəcəklər. Rəqabət saxlanılacaq, lakin sadəcə olaraq özünün avtoformatını internetə köçürənlər uduzacaqlar. O halda ki, kompüter şəbəkəsi vasitəsilə yayımlanan radiostansiyalar öz səhifələrinə maraqlı əlavələr (bezədilmiş tərtibat, məşhur aparıcıların şəkilləri, müxtəlif konkurslar, lotoreyalar, programların tam cədvəli, və digər eksklüziv informasiyalar) etmiş olsalar, mümkün dır ki, belə stansiyaya dinləyicilər müstəsna olaraq yalnız Internet vasitəsilə qulaq asacaqlar.

Gələcəkdə Şəbəkə hüdudlarından kənarda yox olmaq təhlükəsi ilə üzləşən mətbuat ilə müqayisədə televiziyanın işi bir qədər asandır. 1997-ci ilin iyun ayında çap olunmuş Veronis Suler sorğusunun nəticələrinə görə 1990-ci ildə orta statistik amerikan tamaşaçısı il ərzində ekran qarşısında 1120 saat vaxt keçirirdi. Cəmi 7 il ərzində bu göstərici 907 saata qədər azalıb, və gözlənilir ki, 2001-ci ildə orta tamaşaçı televizora baxması orta hesabla 830 saata çatacaq. Başqa sözə 10 il ərzində göstərici 20% azalıb. Bunun qarşısının alınması üçün televiziya şirkətləri dəyişikliklər etməlidirlər. Daha doğrusu onlar yox, informasiya ötürüçüləri mənbələri dəyişməlidir.

Ola bilsin ki, elə bu yay Amerikada televizorun köməyi ilə valideynlərə zəng vurmaq, öz hesablarının vəziyyətini öyrənmək, pitsa sıfariş etmək və ya seriala baxış zamanı təsəüratları digər tamaşaçılara bölüşmək imkanı olacaqdır. Qısa, divandan qalxmağa ehtiyac duyulmayacaq.

Uzun müddətdən bəri gözlənilən interaktiv televiziya (ITV) sadəcə ekranı «döyəcləməyəcək», o – televiziya sənayesinə 20 mlrd. dollar tökməklə onu silkələyəcəkdir. Lakin interaktiv inqilab necə gedəcəkdir?

**Birinci hissə: verilişlərin elektron programı.** Birinci mərhələdə teletamaşaçılardan kabel və peyk kanalları vasitəsilə elektron programlardan istifadə imkanına malik olacaqlar.

**İkinci hissə: genişləndirilmiş TV.** «Genişləndirilmiş TV» televiziyanı «klikabelli» (click-toxunuş) edəcəkdir. Bu teletamaşaçılara distansiyalı idarəetmə pultunun köməyi ilə əlavə informasiya almaq və ya sifarişlər etmək imkanı yaradacaqdır.

**Üçüncü hissə: tam İTV.** Televizor veb-brauzer olacaqdır və çat və elektron poçt kimi alətlərlə işləmək imkanı verəcəkdir.

Yayılmanın nisbətən aşağı sürətinə baxmayaraq, Microsoft WebTV xidməti artıq milyonlarla ailədə özünə yer tapmışdır. Jupiter Communications analitik firmasının prqnozlarına görə 2004-cü ildə 30 milyon amerikan ailəsi İTV-nin xidmətlərindən istifadə edəcəkdir.

Forrester Research-in prqnozlarına görə 2004-cü ildə reklam, satış və İTV-yə abunə yazılışlarından gəlirlər 20 mlrd. dollar təşkil edəcəkdir. Bu gəlirlərin bir hissəsinə distansiyalı idarəetmə pultunun köməyi ilə televiziyyada göstərilənlər haqqında əlavə informasiya almağa imkan verən texnologiyaların yaradıcıları Wink Communications və Respond TV şirkətləri iddia edirlər. Bundan başqa bu şirkətlərin texnologiyaları tamaşaçılara televizor ilə alış etməyə imkan yaradır. Respond TV ilə işbirliyində əməliyyatlar real zamanda gedir, yəni pitsa sifariş vermək olar və yarım saatdan sonra onu sizə gətirəcəklər. Hər iki şirkət ilin axırına kimi 3 milyona yaxın ailəni əhatə etməyi planlaşdırırlar.

İstehlakçılar İnternetdə işlərini və sevimli televerilişlərə baxmalarını birləşdirməklə özlerinin xüsusi əldəqayırma İTV-lərini yaradırlar. Dataquest-in bir qədər əvvəl çap etdiyi hesabat göstərir ki, eyni vaxtda televizora baxanların və vebdə işləyənlərin sayı 1998-ci ildəki 8 mln-dan 1999-cu ildə 27 milyona kimi artmışdır. Hesabat müəlliflərinin fikrincə «televeber»lərin əksəriyyəti üçün (82%) televizo vebdə iş zamanı «fon» rolunu oynayır. Digər televeberlər İnterneti yeniliklərin mövzuları üzrə əlavə informasiya axtarışı və yaxud teleşoularının translyasiyası zamanı digər tamaşaçılara ünsiyyət yaratmaq və onlayn sorğularda iştirak etmək üçün istifadə edirlər.

## Axtarış serverləri ilə işləmə

### Axtarış

İnternetdə lazımi məlumatın axtarışı, axtarış sistemlərinin köməyi ilə aparılır. Siz ekranda bir neçə ən çox istifadə olunan axtarış sistemlərindən ibarət siyahını görürsünüz:

<http://www.altavista.com>

<http://www.yahoo.com>

<http://www.azeri.com>

<http://www.rambler.ru>

İstənilən mövzuda, məsələn, idman mövzusunda, məlumat axtarmaq üçün verilmiş formaya qeyd olunan İdman açar sözünü daxil etmək və Axtarış (Search) düyməsini basmaq lazımdır.

Axtarış zamanı sistem hər Web - səhifədə rast gəldiyi açar sözlərinin sayını qeydə alır. Və nəhayət ekrana sizin verdiyiniz şərtlərə daha çox uyğun olan qovşaqların siyahısı çıxarılır. Bu siyahıda sənədlər açar sözünün sayının azalması istiqamətində nizamlanır. Axtarış prosesi ilə daha ətraflı tanış olmaq üçün Yahoo! Axtarış serverindən istifadə edək. Bunun üçün ünvan sətrinə URL – ünvanı daxil etmək ([www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)) və Enter düyməsini basmaq lazımdır. Bu zaman səhifəyə nəzər saldıqda, səhifədə verilmiş bölmələr siyahısını görmək olar. Fərz edək ki, programlaşdırma dilləri üzrə kitab axtarmalıyıq.

Kompyuterlər və Internet (Computers and Internet) bölməsinin üzərində mausun düyməsini basdıqdayeni bölmələr siyahısı açılacaq. Bu siyahıda Proqramlaşdırma dilləri (Programming languages) bölməsinin üzərində düyməni basanda isə ekrana yeni siyahı çıxır.

İndi isə Kitablar (Books) bölməsini seçmək və düyməni basmaq lazımdır. Beləliklə, getdikcə axtarış sahəsini daraldaraq istədiyiniz səhifəni tapa bilərsiniz. Gördüyünüz kimi, bu halda açar sözlərindən istifadə edilmir.

İndi isə axtarış aparmaq üçün açar sözündən istifadə edək. Başqa bir axtarış serverinə müraciət edək. Bunun üçün ünvan sətrində [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru) yazmaq və Enter düyməsini basmaq lazımdır. Səhifəyə yükləndikdən sonra axtarış sahəsinə Hippokrat (Qippokrat) açar sözünü daxil etmək və Axtarış (Search) düyməsini basmaq lazımdır. Sistem axtarış apararaq müvafiq

səhifələrin siyahısını çıxaracaq. Bu zaman lazımi səhifəni seçmək olar.

Siyehidəki səhifələrin bir – bir brouzerin eyni pəncərəsində açılmaçı müəyyən çətinliklərə səbəb olur. Hər dəfə siyahıya müraciət edərkən geriya qayıtmaq lazımlı gəlir. Bu çətinliyi aradan qaldırmaq üçün bir neçə səhifəni eyni zamanda yükləmək olar. Bunun üçün mausun göstəricisini istinadın üzərinə gətirmək, mausun sağ düyməsi ilə kontekst menyunu açmaq və Yeni pəncərədə açmaq (Open in new window) əmrini seçmək lazımdır.

## İNTERNET EXPLORER BRAUZERİNİN SAZLANMASI

### *Brouzerin parametrlərinin dəyişdirilməsi*

Brouzerin bəzi parametrlərini dəyişdirmək üçün Xidmət (Tools) menyusundakı Internetin parametrləri (Internet options) əmrini seçmək lazımdır. Açılan eyni adlı dialoq pəncərəsində əsas paramatrları dəyişdirmək olar. Ümumi (General) səhifəsinə baxaq. Faylları ləğv etmək (Delete files) düyməsini basmaqla siz Web-səhifələrə baxılan zaman xüsusi Müvəqqəti Internet faylları (Temporary Internet files) qovluğununda saxlanmış faylları silə bilərsiniz. Bu əməliyyatlar səhifələrin yüklenmə sürətini artırır. Biz brouzerin işə salınması zamanı avtomatik yüklenən start səhifə barəsində sizə məlumat vermişdik. İstənilən hər hənsi bir səhifəni brouzerin start səhifəsi kimi qeydetmək olar. Bunun üçün ünvan sətrinə www.intel.com yazmaq və Tətbiq (Apply) düyməsini, sonra isə OK düyməsini basmaq lazımdır. Nəticədə, hər dəfə brouzer işə salınanda Intel kompaniyasının səhifəsi yüklenəcək. Internetin parametrləri pəncərəsini bir daha açaq. Ümumi (General) səhifəsində Rəng (Colors) düymsünü basmaqla açılan pəncərədə istinadların rənglərini dəyişmək olar. Brouzerlərin çoxu baxılmış səhifələri keş adlanan yaddaş səhifəsində saxlayır. Belə səhifələrə təkrar müraciət ediləndə brouzer onları şəbəkədən yox keş-yaddaşdan yükleyir. Keş-yaddaşla işləmə parametrlərini dəyişdirməklə yükləmə sürətini artırmaq olar. Bunun üçün ümumi (General) səhifəsində, Internetin müvəqqəti faylları (Temporary Internet files) sahəsində Sazlama (Settings) düyməsinə basmaq lazımdır. Diskdə istifadə üçün ayrılmış sahə (Amount of disk space to use)

parametрини дәйішмек üçün mausun düymesini basmaq və buraxmadan parametrin düymesini sağa sürümek lazımdır. Keşyaddaş üçün nə qədər çox yer ayrıllarsa, bir o qədər çox səhifə saxlana bilər. Təsdiq üçün OK düymesini basmaq lazımdır.

### *INTERNETİN MÜSBƏT CƏHƏTLƏRİ*

İnternetdə televiziyanın fərqli olaraq informasiya verilişi müddəti məhdud deyil. ABC telesirkətində xəbərlər gündə bir neçə saat verilir, lakin ABCNEWS. com saytında xəbərlərlə sutkada 24 saat ərzində tanış olmaq olar. Veb-səhifələrdə informasiya heç bir televiziyanın və hətta bir çox hallarda qəzetin belə özünə rəva görə bilmədiyi digər qiymətli keyfəyyətə - mövzunun şərhinin dərinliyinə - malikdir. Məsələn, böyrək çatışmamazlığı haqqında material televiziyyada iki dəqiqliq, qəzetdə isə 500-1000 işarə ilə məhdudlaşır. Elektron versiyada isə bu mövzuda məqalə lazımlı olan qədər böyük ola, foto və diaqramlarla, həkim və mütəxəssislərlə müsahibələrlə, böyrək əməliyyatlarının video çekilişləri ilə müşayiət oluna bilər. Saytda yəqin ki, böyrəklərin müalicəsi və ya transplantasiyası ilə məşğul olan tibb müəssisələrinə istinadlar veridəcəkdir.

Tele- və radio yayımı şirkətləri Internetin sayosində kütləvi auditorianı yormadan six tamaşaçı dairesi üçün maraqlı və zəruri informasiya vermək imkanına malikdirlər. Məsələn, hər hansı təbii qəza baş vermişdir. Teleyayım zamanı CNN şirkətinin bütün zərər çəkmişlər barədə məlumat verməyə vaxtı yoxdur. Lakin veb-səhifədə geniş informasiya verilə bilər. 1997-ci il Arkansas qasırğası zamanı elə bu cür də edilmişdi.

Bəzi şirkətlər daha da irəli getmişlər. Məsələn, MSNBC.com öz istifadəçilərinə saytda oxuduqları məqalələrə qiymət vermək imkanı yaratmışdır ki, bunu da əsas məqsədi oxucularda hansı mövzuların daha çox populyar olduğunu müəyyənləşdirsin. Nəticədə real interaktiv informasiya vasitəsi yaranır. 1998-ci ildə ABCnews.com-a gündə orta hesabla 30-50 min sorğu cavabı daxil olmuşdur.

Bütün bu rəqəmli və internet industriya hara gedir? Bəziləri hesab edirlər ki, interaktiv televiziya əsri gəlmüşdür; digərlərinə görə isə bilavasitə hadisələr məkanından rəqəmli on-layn foto- və videomaterialların köməyilə tezliklə bütün dünya informasiya şəbəkəsi ilə əhatə olunacaqdır. Bu şəbəkəni informasiya ilə isə

istifadəçilər özlərinə lazımlı olanı sifariş etməklə doldura bilərlər və bir növ bu kəhkəşanlı (qrandioznı) «verilişin» prodüsserləri olurlar.

Gələcək bizə nə deyir desin, artıq elə indidən bəzi xəbərlər Internetdə, veb-səhifələrdə daha əlverişli görünürənlər. Məsələn, 1997-ci ilin yayındı Amerika kosmik zondu Marsa enəndə, bir çoxları kompüterlərin köməyiylə eksperimentin gedisini izləmək imkanını əldə etmişdilər.

Internetin televiziyanı əvəz edəcəyini söyləmək çox çətindir. Bir zamanlar deyilirdi ki, televiziya radionu sixışdırıb çıxaracaqdır, lakin bu baş vermədi. Ancıq nəzərə almaq lazımdır ki, veb-saytdan informasiya alınması vaxt inkisi və insan diqqəti ilə əlaqədardır. Televiziyanın xoş dəyərlərindən biri odur ki, adam evə gəlir, pive, çay və ya kofe içərək kresloda oturur və heç nə haqqında düşünmədən televizora baxır. Bizə Şəbəkə ilə gələn informasiyanın cəlbediciliyi isə onun əyləncəli və interaktivliyindədir.

Istənilən halda, teletamaşaçıların komputerə keçmələrin artıq indidən bəzi teleyayım şirkətlərini ehtiyatlaşdırır, belə ki, tamaşaçılar televizora baxmaq əvəzində vaxtlarını kompüter arxasında keçirəcəkdir.

Bir şey aydınlaşdır ki, yaxın gələcəkdə (bəlkə də artıq indi) teletamaşaçıların eyni vaxtda müxtəlif kanallardan gedən verilişlərə baxmaq kimi problemləri və həmçinin bütün verilişə telesirkətin müəyyən etdiyi sərt zaman çərçivəsində baxmağın zəruriliyi ortadan çıxacaqdır (əgər veriliş Internetdə saxlanılırsa, bu halda ona istənilən rahat vaxtda hissə-hissə baxmaq olar).

Nəzərə alsaq ki, tamaşaçıların eksəriyyəti efir televiziyası ilə kifayətlənmir və kabel şəbəkəsi və ya peyk rabitəsinin xidmətləri üçün ödənişlər edir, onda bu halda Internetin ödənişi ilə bağlı böyük çətinliklər yəqin ki, baş verməyəcəkdir (radio Internetdən kənarda demək olar ki. pulsuzdur). Belə ki, əgər ödəyiriksə, yaxşı olar ki, daha çox xidmətlər paketi üçün ödəyək. Maneə kimi hələ kompüterin (və ya yeni nəsil televizor) əldə olunmaması, həmçinin Internetə çıxışı təmin edən provayder xidmətlərinin keyfiyyətinin aşağı olmasına ola bilər.

## *İNTERNET JURNALİST ÜÇÜN*

Bu gün artıq Internetdən istifadə etməyi bacarmayan jurnalista rast gəlmək çox çətindir. Belə ki, öz işində jurnalist müxtəlif informasiya mənbələrindən istifadə etməli olur. Bütünümüzdə isə belə mənbələrdən biri məhz elə Internet dünya kompüter şəbəkəsidir.

Internetin jurnalist üçün dəyərini qiymətləndirmək çox çətindir.

- Birincisi, bu həm xəbərlərin monitorinqi, həm də analitik materialların yazılması və jurnalist təhqiqatlarının aparılması üçün istifadə oluna bilən müxtəlif tipli informasiyalar mənbəyidir.

- İkinci, Internet sorğu informasiyasından başlamış (lügət və ensiklopediyalarda məqalelər, statistik məlumatlar, bibliografiyalar, xəritələr, ünvanlar, şirkət və təşkilatlar haqqında məlumatlar və s.) şəbəkə ünsiyyətinin müxtəlif formalarında (telekonfrans, forumlar, qonaq kitabları və s.) istənilən səbəblər barədə istənilən fikirlərədək zəruri məlumatların axtarışını asanlaşdırmağa həyata keçiməyə imkan verir. Beləliklə, Internet, eyni zamanda həm informasiya okeanı, həm də bu okeandan lazımları tutmaq üçün tordur.

- Üçüncüsü, Internet – bir çox cəhətlərdən telefon, faks və digər ənənəvi rabitə vasitələrini üstələyən effektiv kommunikasiya vasitəsidir.

- Dördüncüsü, Internet öz-özlüyündə yeni tipli KIV-lərin yaranması və formalasmasının getdiyi böyük medya fəzasıdır. Elektron KIV-lər bazarda ənənəvi KIV-ləri sıxışdıraraq bir çox hallarda onları həm operativlik baxımından, həm də informasiyanın emalının keyfiyyəti cəhətdən qabaqlayırlar. Elektron KIV-lərin hipertekst və multimedya imkanları həm oxucuları (onların sayı sürətlə artır), zəm də reklamverənləri cəlb edir. Şəbəkədə yeni sinif jurnalistlər formalasılır; öz xüsusi üsul və metodları olan şəbəkə (onlayn) jurnalistikası inkişaf edir; həmkarlar ittifaqları və «kulduzlar» yaranır; ənənəvi KIV-lərdən reportörler və şərhçilər tədricən onlafna keçir.

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

Bəzi proqnozlara görə yaxın zamanlarda bütün jurnalistlər üç kateqoriyaya bölünəcəkdir:

- ümumiyyətlə Internetlə işləməyənlər;
- Internetə yalnız «giriş kanalı», informasiya mənbəyi kimi baxaraq, sonradan ənənəvi çap, tele- və radiotexnologiyalar çərçivəsində emal edən passiv istifadəçilər;
- öz informasiya məhsulunu Dünya Şəbəkəsində yayaraq, Internetdən «çıxış kanalı» kimi istifadə edən Web-jurnalistlər.

Internetin bu üç kateqoriyadan hər birinə təsiri əlbəttə ki, müxtəlif olacaqdır.

Bu və ya digər səbəblərdən ümumiyyətlə Internetdə işləməyənlər belə jurnalist əməyi bazarında ildən-ilə onun rəqabətli «nəfəsini» daha çox hiss edəcəklər. Internet jurnalist «sexində» bu və digər ixtisaslara tələbatın strukturunu mahiyyətçə dəyişəcəkdir. Belə demək olar ki, şəbəkə texnologiyaları başqasının nöqtəyi-nəzərinin danışılması, inforasiya mənbəyi və istehlakçısı arasında vasitəçi kimi «tipik» jurnalistlərə olan ehtiyacı aradan götürür.

### *INTERNETİN KİV KİMİ MƏNFI CƏHƏTLƏRİ*

«Nyū York Tayms» qəzetində daimi rubrika aparan amerikan yumoristi Rassel Beyker ictimaiyyət, KİV və rəhbərlər qarşısında duran problemi araşdıraraq qeyd etmişdir ki, «informasiya magistralları»nın konsepsiyasının əsasında belə bir təsəvvür var ki, dünyanın bütün bədbəxtlikləri informasiya çatışmamazlıqlarından doğur. Beykerin fikrincə isə hər şey məhz əksinədir.

Beyker yazıır: «Dünya iformasiyalarla yarımcان olmuş, uçqın altında qalmışdır... sonsuz informasiya axınında boğulur. Heç kim onu həzrinə edə bilmir, başa düşə bilmir, o lazımdır».

Beyker haqlı olaraq qeyd edir ki, «informasiya əsr»inə o kəslər buraxılır ki, özlərinə yeni texnologiyaları rəvə görə bilir, bütün dünyada milyonlarla insanlar isə ondan kənardə qalır. Lakin o, dayanmayan informasiya axını və onun siyasi həyata olan təsiri ilə elaqədar problemi kənardə saxlayır.

Gözlənilmədən məlum olmuşdur ki, informasiya əsrinin texnologiyası daxili və beynəlxalq məsələlər üzrə ictimaiyyətə çatdırılan informasiyani məhdudlaşdırır.

Televiziya kanallarının və informasiyanın kompüter mənbələrinin çoxluğu hər bir informasiya seçimindən dərinlik tələb

edir. Amerikan teletamaşaçlarının sorğusu göstergəmişdir ki, çoxları qətədə ittiham olunan O. Cey. Simpsonun məhkəməsini kiçik xirdalıqlarına qədər seyr edirdilər, Si-En-En və digər kanallar xəberlərə keçdikdə isə televizorları keçirirdilər. Neticədə onlar (tamaşaçılar) Simpsonun işi haqında çox bilirdilər və siyasi problemlərə dair isə çox az tanışlıqları var idi: istər Çeçenistan və Bosniyada müharibə, istər İsrail və ərəb ölkələri arasında sülh prosesinin diplomatik incəlikləri, istərsə də elektrostansiyalar üçün yeni ekoloji qaydalar haqqında.

Bu fenomenin xarakteristikası üçün tez-tez KİV-lərin ictimai şüura yeni ideya, hadisə və tendensiyaları yaxınlaşdırıran «süzgəc», fə ya «vasitəçi» kimi rolundan danışırlar. Ola bilsin ki, bu rol indi daha az diqqətə alınandır. O fakt ki, KİV-lər hər bir vətəndaşın gündəlik informasiya dietasından bir çox mövzuları çıxarırlar, çox katostrofik vəziyyətə gətirib çıxara bilər, belə ki, mühüm yeniliklər ictimai şüurdan kənarda qalır.

Radio- və teleyayımın və Internetin «süzgəc» keyfiyyətində rolunun azaldığı bir vaxtda, belə rol indi həmisiyəkindən daha vacibdir. Peyk əsri, informasiya əsri informasiyanın artıqlığına gətirib çıxarır. Məsələn, Internet vasitəsilə ABŞ Konqressinin bütün iclaslarının tam stenoqramması yayılır, halbuki ictimaiyyət jurnalistin vəzifəsinə daxil olan çox mühüm izahat və işıqlandırmadan, kontekstin təhlilindən məhrum olur.

İnformasiya əsrində jurnalist daha çox «vasitəçi» yox, «gid» və ya «müşayiət edən» rolunu oynayır.

Şübhəsiz ki, çıxış imkanı olan informasiya axınını azaltmağa ehtiyac yoxdur. Üstəlik, praktik olaraq hər bir kompüteri olana öz materiallarını çox «ucuz» nəşr etmək imkanı yaradan Internetin azadlığını saxlamaq zəruridir. Məhz, azadlıq Interneti daha sərt nəzarət olunan qəzet, televiziya və radio kimi ənənəvi KİV-lərdən fərqləndirir.

Lakin Internetin sərbəstliyi ona gətirib çıxarıır ki, istifadəçinin üzərinə informasiya axını düşür, halbuki onun bu axında oriyentasiya etmək imkanı yoxdur. Və burada jurnalistin yeni məsuliyyəti haqqında məsələ meydana çıxır. Onlar Internet vasitəsilə yayılan informasiya massivinin dəyerinə qiymət verən «gidlər» və ya «bələdçilər» qismində çıxış etməlidirlər. Jurnalistlər istehlakçılaraya nəyi oxumağı və nəyi oxumamışı deməklə onlara kömək edə bilərlər. Həmçinin gələcəyin onlayn

jurnalistinin vəzifəsinə yəqin ki, hər hansı mövzu üzrə bütün mövcud informasiyanı cəmləyən icmal materiallarının yazılışında daxil olacaqdır. Məqsəd – vaxtı onun üçün qiymətli olan auditoriyani cəlb etməkdir. Bizim günümüzə isə sərbəst vaxtin bir çoxları üçün ağırlı mövzu olduğunu nəzərə alsaq, ehtimal etmək olar ki, Internetdə informasiya bolluğu baxmayaraq daha çox tələbat məhz icmal məqalələri olan şəbəkə nəşrlərinə olacaqdır.

Bu elə bir dövr olacaqdır ki, kompüterə malik olan hər hansı şəxs onun köməyilə özünə maraqlı görünən istənilən mövzuya dair məqalələr, illüstrasiyalar, video- və audioinformasiyalar əldə edə biləcəkdir. O (şəxs) bu informasiyanı arzuladığı vaxt və tamamilə ödənişsiz almaq imkanına malik olacaqdır. Bir qədər müddətdən sonra süni intellekt, paralel tərcümə və səsin tanınması sonuncu milli və dil manelərini də keçəcəkdir və sərbəst transmilli informasiya mübadiləsini mümkün edəcəkdir.

Daha uzun müddət və əziyyətlə lazımi məlumatları axtarmaq lazımlı gəlməyəcək. Bu işi öz üzərinə o şirkətlər götürərkəcedirlər ki, bilikləri sürətlə, səliqəli və istehlakçı üçün rahat formada çatdırmağı bacaracaqdır. Informasiyanın dəyəri müstəsna olaraq, dəqiqlik və vaxtında çatdırılması ilə müəyyən olunacaqdır. Məlumatlar ilk mənbələri üzrə deyil, onları yığışdırmaq və çatdırıran kontent-provayder üzrə qiymətləndiriləcəkdir.

Bütün bu yuxarıda dediklərimiz qəzet və televiziyaları gələcəkdən məhrum etmir. Hər iki yayım sferası çox güman ki, yeni iqtisadi şəraitə uyğunlaşacaqdır. Lakin onlar yeni qlobal sistem tərefindən cəddi rəqabətlə üzləşəcəkdirler və bu mübarizədən salamat çıxmaq üçün bütün ənənəvi kütləvi informasiya vasitələri xeyli dərəcədə yenidənqurulmalıdır.

Jurnalistlərin də vəzifələri dəyişəcəkdir. Onlardan bir hissəsi mümkün qədər çox informasiya yığmağa çalışacaqdır, digər hissəsi isə istehlakçıya informasiya dənizindən baş çıxarmağa kömək etmək üçün bütün mövcud faktların emali və icmal materiallarının yazılışı ilə məşğul olacaqdır.

İstənilən halda nə jurnalistika, nə də KIV-lər yox olmayıacaqdır, onlar yalnız öz zamanına, tərəqqi və sürətlə irəli hərəkət əsri olan XXI-ci əsrin istehlakçılarının tələblərinə uyğunlaşacaqdırlar.

«Digital Equipment Corporation» şirkətinin prezidenti Fen Olson 1977-ci ildə demişdir: «Hər kəsin evində komputerinin olmasına qarşı heç bir səbəb yoxdur». «XX əsr Foks» şirkətinin rəhbərlərindən biri Periel Lenek 1946-ci ildə təsdiq edirdi: «Televiziya bazarda mövqelərini yarımlı ildən sonra saxlyla bilməyəcəkdir. Adamlar hər axşam danışan oyuncağa baxmaqdan yorulacaqdır». Bu gün inamla demək olar ki, o, yanılmışdır. «Upsilon Brouzers» şirkətinin və səssiz kinonun yaradıcılarından biri deyirdi: «Axı kim, lənət şeytana, danışan aktyorlara qulaq asmaq istəyəcək?».

Internetdə nəinki nəşr mətbuatına, hətta şəbəkə nüsxəsinə də rast gəliyk olar. Çox tez-tez reytinq jadvelinə yalnız şəbəkədə olan şəbəkə qəzetləri düşür. Bəs nəyə görə bu nəşrlərə tələb artıb? Şəbəkə qəzetlərinin adı qəzetlərdən bir sıra əsaslı fərqləri var: Şəbəkə mətbuatının canrı şəbəkənin spesifikasi ilə müyyəyen edilir. İlk növbədə bu mənt göndərişləridir, hansı ki, arxivlərə və digər elektron ehtiyatlara giriş təmin edir. Beləliklə, oxuju adı məqaləni yox, geniş həjmlı informasiyanı oxuyur; Müxtəlif əlaqə vasitələri (qonaq kitabı, forum, konferensiyalar, interaktiv) oxujuya informasiya istehsalında iştirak etməyə və müəlliflə oxuju arasında sərhəddin olmamasına imkan verir; Elektron şəbəkə KİV-in yazılı mətbuatdan fərqli olaraq üstünlükleri daha çoxdur. Bu fərq materialların elə həmin an nəşri ilə əlaqədardır, beləki qəzet nömrəsinin çıxışı, televiziya isə xəbərlərin efirə verilmə vaxtı ilə məhdudlaşır. Şəbəkə nəşri isə ümumiyyətlə heç nə ilə məhdudlaşdır. Lakin bununla belə bir sıra şəbəkə curnalistlərinin fikrinə görə sox kiçik bir qrup bu informasiya növü ilə maraqlanır. Həmin bu “Susanlar jəmiyyətinin” nümayəndələri informasiya agentliklərindən gələn müxtəlif xəbərlərə ehtiyacı yoxdur; Şəbəkə layihələrinin özünəməxsus qiymətinin və ümumi mərkəzin olmaması xüsusi qəzet və curnalların inkişafına kömək edir. Bununla birlikdə konstitusiyanın söz və özünü ifadə azadlığı da təmin olunur.

Təəssüf ki, bütün bu sadalananların eks tərəfi də vardır. Anonimliyin qorunması ilə materialların dərj edilməsi suisitfadəyə də gətirib çıxarırlar: dezinformasiya (informasiyasızlıq), plaqiat, ekstremizm, pornoqrafiya, gizli reklam. Lakin, iri qəzetlərdə buna yol verilmir. Buna misal olaraq, siyasi

internet qəzet şəbəkəsi olan "Polit.ru"-nu göstərmək olar, bu şəbəkə RF Mətbuat Nazirliyində qeydə alınıb. "Polit.ru" Birləşmiş Humanitar Nəşriyyatı tərəfindən nəşr olunur. Bu qəzet məşhur ilk rus Internet layihəsinin "Zhurnal.ru"-nun nəzənində yaranmış və başlayanda siyasi yox, humanitar məqsədlərini qoyurdu. İlk əvvəl onun əməkdaşları siyasetlə heç maraqlanmır və siyasi curnalist olajaqlarına inanmındılar.

Internet istifadəçilərinin sayınnın artması günümüzün reallığıdır. Artıq bu gün Internetin sərvətləri o dərəjədə genişdir ki, bir çox istifadəçilər üçün o informasiya mənbəyinə çevrilib. Internetlə tanışlığı olan şəxs üçün Internet səhifəsini açıb xəbərləri oxumaq köşkdən qəzet alıb oxumaqdan daha sərfəli və asandır. Buna görə də bir çox KİV üçün "elektron-versiya"nın açılışı artıq aktual məsələyə çevrilib. Internetdəki oricinal texnologiya və internet-qəzətdəki dəyişikliklərə imkan verən "interfaje"(interfeys) redaktorlara kiçik zaman müddətində xəbərləri yerləşdirməklərinə imkan verir.

### *Dövlət KİV orqanları Internetdə*

Bu gün demək olar ki, bütün dövlət KİV orqanlarının Internet versiyaları fəaliyyət göstərir. Lakin bu saytları yaradanlar öz resurslarına kifayət qədər nüfuz qazandırmaq və Azərbaycanın Internet bazارında öz informasiyalarına auditoriya cəlb etmək, bununla da rəsmi informasiya bazarında əhəmiyyətli yer tutmaq üçün heç bir səy göstərmirlər. Nəzərə alınsa ki, rəsmi dövlət orqanları olaraq bu qəzetlərin verdikləri informasiyaların həm yerli, həm də beynəlxalq əhəmiyyəti var, onların inkişaf zəruriliyi bir daha özünü göstərir. Qismən bu cür informasiyaları bəzən dövlət orqanlarının internet səhifələrində tapmaq olar, lakin əvvəla bunlar KİV orqanları deyil və bu cür funksiyaları yüksək səviyyədə yerinə yetirə bilməz.

Həmçinin diqqəti cəlb edir ki, Azərbaycan Internetdə mövcud bütün dövlət internet-qəzetləri özünün çap versiyası əssində yaradılıb. Yəni sərf Internet auditoriya üçün nəzərdə tutulmuş və internet üçün yaradılmış KİV orqanı yoxdur. Deməli, Internetdə dövlətin yeritdiyi məqsədyönlü və düşünülmüş informasiya siyasetindən danışmaq mənasızdır.

Bu cür yanaşma şübhəsiz ki, yanlışdır. On azından aşağıdakı prinsipial məsələni nəzərə almaq olmaz: Azərbaycan

İnterneti getdikcə Azərbaycanını tarixi və müasir dövrün münaqişeli situasiyaları barədə xaricilər üçün əsas informasiya mənbəsindən birinə çevrilir. Bununla belə bu tip informasiyanın əsas mənbələr kimi hazırda o KİV orqanları çıxış edir ki, onların naşirləri üçün şəxsi mənafə və digər maraqlar ölkəmizin tarixi və müasir gerçekliklərini beynəlxalq aləmə çatdırmaqdan daha önemlidir. Beləliklə Azərbaycan haqqında beynəlxalq ictimai rəy formalaşdırın informasiya eksərən birtərəfli xarakter daşıyır.

İnternet jurnalistikanın bütün müsbət tərəfləri ilə yanaşı burada gedən informasiyalara nəzarətin yox dərəcədə olması bəzi hallarda açıq dezinformasiyaların getməsi təəssüf doğuran haldır. Belə ki, təcrübənin göstərdiyi hallarda bu cür məlumatlar nüfuzlu dövlət və ictimai xadimlərə aid olaraq və cəmiyyətdə müəyyən çəsqinqılığa səbəb ola bilər.

Pesəkar jurnalistlərin də bu barədə dəfələrlə məsələ qaldırmaları diqqəti cəlb edir. Buna görə də bəzi mətbuat orqanları və hətta bəzi jurnalistlərin özləri bu cür informasiya ilə mübarizə aparmaq, yaxud onlara aid jurnalist etikasını aşılmaq üün yolloar axtarırlar. Magazine Online qəzetinin 22 yaşlı redaktoru Vladimir Edelman İnteractive Media Writers Association («İnteraktiv KİV-də yazanlar assosasiyası») adlı sayt açıb. Edelmanın məqsədi yalnız maarifçilik deyil. İMWA proyektiinin vəzifələrindən biri də jurnalistləri on-line fəaliyyətə jəlb etməkdir. On yaxşı internet-reportajlar üçün mükafat nəzərdə tutulub.

İnternet jurnalistikasının digər aktivisti- Virdensiyahli C.Folk İnternetdə Mətbuat Gildiyası (Internet Press Guild) yaradıb. Onun öz sözlerinə görə İPG-nin əsas məqsədi jurnalistləri İnternetdə xəberlərlə işləmək bajarığını aşılamaqdır.

Digər yeni yardımmış qurum- Internet Newsroom bunun o qədər də asan olmadığını dəfələrlə bildirib. IN kibercurnalıstlərin daim qarşılaşdıqları spesifik problemlər üzrə ixtisaslaşış. Şirkətin müraciətində deyilir: «İnternet müxbirlər, reportörər, redaktorlar, naşirlər, arxiv işçiləri və bu sahənin digər peşəkarları üçün əvəzolunmaz informasiya mənbəyidir. Lakin vaxr məhdudiyyəti olan jurnalistlər üçün Internetdə konkret informasiya axtarmaq nəhəng bir kitabxanada

axtrmağa bənzəyir. İnfomasiya var, lakin onu tapmaq çətindir. Buna görə də biz Internet Newsroom yaratdıq.»

Reporters Net-problemə digər tərəfdən yanaşır. Reportorlar burada qeydiyyatdan keçir, özlərinin tapdığı infomasiyaları təqdim edirlər, RN-nin işçisi (redaktoru) isə alınan məlumatları nəzərdən keçirərək müəyyən reportajın hazırlanması üçün hansıa məlumatın müəllifinə təkliflər edir. Həmin reportyora eyni zamanda ayrıca elektron poçt ünvanı verilir ki, oradan göndərilən infomasiyalar birbaşa Internet qəzetiñin səhifələrində yerləşdirilir.

«Hilman Proyekti» həmçinin repotüorları işlə təmin etməyə yönəldilib. Burada «jurnalist araşdırmlarının» mövzuları təqdim olunur və on-line resurslar tskrif olunur. Həmçinin proyekt «informatoralrıñ» özlərinə hansı reportyorla işləməkdə seçim azadlığı verir. Lakin burada müəyyən etik və hüquqi problemlərlə üzleşmək olar: belə ki, bəzi informatorlar korporativ və hətta dövlət və ya hərbi sırları açmağa meyllidirlər. Bu da infomasiya azadlığını məhdudlaşdırın qanunverici aktları pozur.

Bu cür problem və məsələlərin müzakirəsinə Investigative Reporters and Editors Association saytında böyük əhəmiyyət verilib. Əvvəller bu xidmət yalnız elektron poçt göndərişləri formasında oub. Məsələn, bu saytdə geniş müzakirə obyektinə çevrilmiş bir sual: Jurnalist hadisə yeriñə polisdən əvvəl çatır və yaralılara kömək etməzdən əvvəl hadisə yerinin və yaralıların özlərinin bütün rakurslardan şəkillərini çəkir. BBu nə dərəcədə düzgündür.

Deyilənlər üçün ümumi bir nəticə çıxaraq: Internetdə jurnalist üçün həddən artıq faydalı infomasiya var. Buna görə də 1) jurnalisticin Internetdən istifadə etmək imkanı olmalıdır; 2) jurnalist lazımı infomasiyanı tapmalıdır və bu zaman 3) baş-qalarının müəllif hüquqlarını pozmamalıdır və 4) dezinformasiyanı ayırd etməlidir. Əndiñin özündə də Internetdə jurnalisticin peşəkar ehtiyaclarını ödəməyə yönəlmüş bir çox resurslar vardır. Lakin təəssüf ki, hər yerdə rus və ingilis dillərində istifadə olunur. Bizim Internetin isə hətta Rusiya resurslarının səviyyəsində olması hələ çox uzaq perspektivdədir.

## *Çap mətbuat orqanının elektron versiyasının yaradılması*

Son onillik ərzində dövlətin daxili və xarici siyasetinin əsaslı dəyişməsin nəticəsində Azərbaycan vətəndaşlarının beynəlxalq informasiya qoşağından istifadə edə bilməsi və burada özünün iştirakı zərurəti ilə təsdiq olunur. Bir vaxt sənaye inqilabı buxar maşınının icad edilməsi ilə başladığı kimi müasir informasiya inqilabını təkanverici amili yeni kompüter informasiya texnologiyalarının yaranması və inkişafı oldu. Təbii ki, informasiya əvvəller də, resurs idi, lakin bu o qədər də gözə görünmürdü. İndi isə vahid infrastruktur bütün iqtisadi, siyasi, maliyyə, elmi və sosial institutları özündə birləşdirərək regional və milli sərhədlərdən çıxaraq beynəlxalq miqyasda fəaliyyət göstərir.

İlk dəfə elektron nəşrlərin (qəzet, jurnal, kataloq və s.) yaradılması haqqında kommunikasiya sahəsində inqilabi addım olan elektron poçt (e-mail) xidməti ilə əlaqədar danışmağa bşladılar. Həqiqətən informasiyanı (qəzet, jurnal) auditoriyaya adi əap məhsulunda n bir neçə dəfə sürətli çatdırmaq imkanı əhəmiyyətli idi. Bu zaman kağız və poliqrafik xidmətlərdə qənaət etmək our ki, bu da adi çap orqanına çəkilən ümumi xərclərin təxminən 60%-ni (!) təşkil edir. Həmçinin qəzetlərin auditoriyaya çatdırılması xərcləri də bir neçə dəfə aşağı düşür. Bütün bunlarla yanaşı qəzetlərin elektron versiyalarının qlobal şəbəkədə yerləşdirilməsi ənənəvi istifadəsi bazarının da qalması ilə yanaşı yeni abunələrin də cəlb olunmasına təkan verir.

İstənilən formada- çap və ya elektron- qəzet müəyyən görünüşə -qrafik dizayna malik olmalıdır. Bütün nəşrlər- yeni çıxanlar da, «The Times», «İzvestiə» kimi peşəkarlar da bir problemlə üzləşdilər: çap nəşrlərinin dizayn xüsusiyyətlərini elektorn nəşrlərə tətbiq etmək və ya prinsipcə yeni bir şey formalasdırmaq.

Qeyd etmək lazımdır ki, elektron nəşrlər oxucu ilə ünsiyyət vasitələrini daha rəngarəng edir. Adı mətn və təsvirlərə yanaşı internet-qəzetlərdə həmçinin səs və videotəsvir kimi informasiya ötürülməsi vasitələrindən istifadə oluna bilər. Bu və digər amillər nəzərə alınaraq elektron nəşrlərin tamam yeni quruluşa malik olması zərurəti özünü göstərdi.

Elektron nəşrlərin özləri də müəyyən xüsusiyyətlərinə görə fərqlənə bilər. İlk növbədə informasiya daşıyıcısından asılı olaraq fiziki və virtual olaraq bölünür. Belə ki, fiziki daşıyıcılar üzərində auditoriyaya çatdırılanlar fiziki adlanır. Virtual isə qlobal şəbəkə vasitəsilə oxucuya çatdırılır. Dicər bölgü kriteriyası informasiyadan istifadə səviyyəsidir. Fiziki nəşrlər üçün yeganə bir yol fiziki daşıyıcının əldə edilməsidir. Virtual nəşrlərdə isə müxtəlif variantlar mövcuddur: belə ki, konkret nəşrin istifadə qaydalarından asılı olaraq qeyri-məhdud və ya məhdud istifadə edilə bilər. İkinci variant üçün də iki variant var: pullu və ya pulsuz abunə.

Internet qəzetlər qlobal şəbəkədə mövcud bir çox digər elektron nəşrlərdən bir qədər fərqlənir. Burada əsasən mətndən istifadə edilir., bəzən isə tam effektin çatdırılması üçün təsvir, səs və hətta hərəkətli təsvirdən də istifadə olunur.

Qəzetlərin elektron versiyaları üçün xarakterik olan bir neçə başlıca xüsusiyyətini göstərmək olar:

1. Elektron qəzetiñ keyfiyyəti, ən azı çap versiyasından aşağı olmamalıdır.
2. Onlar tez yaradılmalı və təzələnməlidir, lakin bununla belə qiyməti aşağı olmalıdır.
3. Onlar istifadə olunan bütün tam kompüter və əməliyyat sistemlərində oxuna bilməlidir.
4. Onlar, ən azından öz çap versiyaları qədər informasiya təqdim edə bilməlidir.
5. Onlar informasiya ötürülməsinin bütün elektiron imkanlarını özündə cəmləşdirməlidir.
6. Onlar istənilən çatdırılma üsullarına uyğun olmalıdır.

Elektron nəşrlərin hazırlanması üçün sənədlərin formatı və müxtəlif sistemləri seçərkən yuxarıda göstərilən bütün xarakteristikalar nəzərə alınmalıdır. Hazırda bu cür nəşrlərin hazırlanması üçün iki əsas vasitəni göstərmək olar: bunlar Adobe Systems şirkətinin Asvobat texnologiyası və HTML programlaşdırma dilidir.

Internet qəzetləri bir-birindən fərqləndirən əsas amillərdən biri hər bir qəzeitin istifadə etdiyi dizayn konsepsiyasıdır ki, burada da prinsipial əhəmiyyətə malik bir məsələ var ki, bütün bölgü bunun əsasında aparıla bilər: elektron nəşrin müəllifləri üçün qəzetiñ ilkin dizaynını kompüter monitorunda nə

dərəcədə saxlamaq lazımdır? Müəlliflər tərəfindən təqdim olunuan bütün mənfi və müsbət mövqeləri nəzərə alaraq iş üçün ən optimal variantın seçilməsi önemlidir.

1. Prinsipial dizayn. Elektron versiya çap məhsulunun dizaynının olduğu kimi təkrar edir. Bəzən bu cür yanaşma müxtəlif rəsmi sənədlərin, blankların və başqa rəqlamentləşdirilmiş məhsulların təqdim olunması zamanı vacib olur.

2. Qarışq dizayn. Eletron versiya yenidən yaradılıb, lakin qəzeti spesifik xüsusiyyətləri və informasiyani çatdırma üsulları yeni dizaynda da öz əksini tapır. Qəzetlər üçün bu adətən loqotiplər və rubrikaların tərtibi kimi xüsusiyyətləridir.

3. Sərbəst dizayn. Bundan qabaqkı halda oluğu kimi elektron qəzet yenidən yaradılır, lakin tərtibat cəhətdən çap versiyasından prinsipial fərqlənir. Bu halda qəzet yeni, orijinal, cəlbedici dizayn ilə auditoriyanın diqqətinin cəlb etməlidir.

Bütün hallarda qəzetiñ oxunaqlı olmasına yaradıcıların, yeni Web-dizaynerlərin çox böyük rolu olması danılmazdır. Doğrudur müasir proqra təminati hətta kompüter sahəsində məhdud biliklərə malik olanlara da asanlıqla Internet saytlar yaramaq imkanı verir, lakin kompüter dizaynerin yaradıcı yanaşması olmadan kifayat qədər göz oxşayan və oxunaqlı məhsul yarada bilməz.

On-line jurnalistika ənənəvi KİV fəaliyyətindən aqressivliyi ilə seçilir. Lakin onun stili və fasiləsiz informasiya təzələnməsi tsikli bu yönlü jurnalistikakanın perspektivliyi haqqında düşünməyə məcbur edir. Beləliklə kibərjurnalistica reportajlarında daha artıq peşəkarlığa nail olmanın üsulları barədə danışmağa dəyər.

Aparıcı informasiya xidmətləri «Beynəlxalq şəbəkədə» köhnə xəbər standartlarının saxlanılmasına səy edirlər, lakin onları da üzləşdiyi problem ənənəvi jurnalistikakanın dənqilik, redaktə incəlikləri və s. kimi müsbət cəhətlərin yeni jurnalistikakanın operativlik və arasıksılməzlik kimi xüsusiyyətləri ilə sintezini təşkil etməkdir.

Bir vaxtlar müasirliyi və operativliyi ilə qəzetlər də diqqəti cəlb edirdi. Teleqraf informasiya agentlikləri isə məhz məlumatları yerli qəzetlərdən daha operativ çatdırımları ilə KİV sistemində əhəmiyyətli yer tutmuşdular. Daha sonra televiziya öz imkanları ilə mətbuatı bu üstünlükdən məhrum etdi. İndi isə

«qlobal şəbəkə» informasiya operativliyi və müasirliyində yeni standartlar qoydu. Beləliklə də, qəzetlər öz inkişaflarının yeni mərhələsinə qədəm qoyaraq ən yeni məlumatları demək olar ki, canlı zamanda çatdırımla və gün ərzində bir neçə dəfə təzələnən yeni xidmətlər (anlız, şərh) təklif etməklə yeni-yeni bazarlar qazanmağa başladılar.

Web-jurnalistlər iddia edirlər ki, Internetdə ənənəvi mətbuatın «olimpiya» stili özünü doğrultmur. Onların fikrincə Internet mətbuat azadlığı haqqında qanun aktlarının tələblərini tam ödəyir. Internet müəlliflərinin sözlərinə görə elektron qəzetlərdə iş onlara qəzetlərin qəddar və aqressiv olduğu vaxtları xatırladır. ABS news. com-un işçisi Enn Kompton şirkətində çalışan telejurnalistlərlə «on-line» qəzeti işçiləri arasında fərqi belə izah edir: «Biz daha parlaq yazıraq, daha çox sənəqdən istifadə edirik. Hadisələrin Internetdə təsvir edilməsinə yaradıcı ideyaların zənginliyi xasdır ki, buna televiziyyada nail olmaq qeyri-mümkündür.» Analoci müqayisəni on-line və ənənəvi qəzeti arasında da aparmaq olar.

Bu cür «yaradıcı ideyalar zənginliyi» jurnalistikyanın yüksək standartları ilə uyğunlaşır mı? Sərbəst, provaksiya, nüfuz tanımayan «beynəlxalq şəbəkə» ənənələri və qanunları uzun müddət ərzində formallaşan peşəkar jurnalistikaya adaptasiya olunacaqmı?

Internet jurnalistikasında standartların müəyyənləşməsi 3 əsas təkanverici qüvvənin təsiri ilə baş verir. İlk növbədə, reallıq budur ki, aparıcı elektron xəbər sistemləri artıq mövcud qəzet, teleradio-yayım qovşaqları kimi ənənəvi orqanlarının nəzarəti altındadır. Bu şəraiti Internet-kompaniyalarının sürətli inkişafına dərhal reaksiya verən bazar yaratdı. Kapitalı az olan, jurnalitikada kifayət qədər nüfuzu olmayan və ya marketing strategiyaçısı zəif olanlar tezliklə diri informasiya korporasiyaları tərefindən bazardan çıxarıldı. Qalanlar arasında aparıcı informasiya xidmətləri məhz güclü web-resursların yaradılması üçün kifayət qədər vasitəyə malik olduqları üçün öne çıxdılar.

İkinci Internet jurnalistlər «beynəlxalq şəbəkə» üçün özləri müəyyən standartlar yaratmağa çalışırlar. «Internet Xəbər Xidmətləri Assosiasiyası» istifadəsinə dair tövsiyələr də daxil olmaqla ciddi qaydaların yaradılmasına artıq başlayıb. «Bu

projektiñ zengin tarixçesi var»- deyə Internet Xəbər Xidmətləri Assosiasiyanı prezidenti və «Uoll-strit djornal interaktiv» internet-qəzətin baş redaktoru Riç Yaroslovskiy öz münasibətini bildirib. Onun sözlərinə görə Internet-xəbərlər barədə bir çox qərarlar əsassız qəbul olunur. «Biz elə bir sənəd qəbul etmək istəyirik ki, o, göstərişlər verməsin, sadəcə inandırsın»-deyərək o, Internet jurnalistika» sahəsində çalışan qeyri-peşəkarların fəaliyyətinə də toxunur.

Üçüncü və jurnalist standartlarına təsir edən bəlkə də ən ənəmlı faktor interaktivlikdir ki, jurnalistlər şəbəkədə elektron korrespondensmiya üçün elektron adreslərini yerləşdirirlər. Elektron poçt oxucuların bütün oxunan materialları haqqında rəylərini həm birbaşa müəllifə, həm də məqaləni öz səhifələrində yerləşdirən Internet nəşrin ünvanına göndərməsi imkəni bəlkə də ən böyük təsir vasitəsidir. Bəzi jurnalistlər bu yolda sünü sədələr qoysalar da, əsasən elektron poçtun imkanları sayəsində müəllif həm oxucularından mövzuya dair əlavə məlumat ala bilər, həm də oxucunun verdiyi qiymətlə tanış ola bilər.

### *Regional media Internetdə*

Yuxarıda göstərilən faktorların demək olar ki, hamısı ümumrespublika media resurslarına aiddir. Regionlar səviyyəsində Internet-media sistemi inkişafdanxeyli geri qalır. Bu da əsasən coğrafi və demoqrafik amillə bağlıdır. Demək olar ki, bütün Internet istifadəçiləri paytxatda və iki böyük şəhər olan Sumqayıt və Gəncədə cəmlənib. Bu halda regional mətbuat orqanlarının Internet versiyalarının açılması auditoriyanın olmaması səbəbindən məqsədə uyğun deyil. Artıq gövcud Internet-auditoriya üçün isə regional medianın təqdim edə biləcəyi lokal xarakter daşılığından maraqlı deyil.

Aydındır ki, bu cür vəziyyət istifadəçilərin sayının regionlarda əsaslı surətdə artması ilə dəyişə bilər. Eyni zamanda internet KİV-in regionlarda oynaay biləcəyi rol əhəmiyyətlidir. Hazırda rayonlar miqyasında qəzetlərin və xüsusən də televiziyanıñ zəif inkişafı ən azından rayon mərkəzləri səviyyəsində Internetə çıxışın genişləndirilməsi zərurətinin göstərir.

Internetin, o cümlədən Internet jurnalistikasının perspektivlərində danışarkən həddən artıq emossianallıq lazımdır.

İnternet qarhisialınmadan inkişaf edən bir qüvvədir. Bu həqiqəti oluğu kimi qəbul edərək onun həyatımıza gətirdiyi yeniliklərə obyektiv qiymət vermək lazımdır.

Gələcəkdə bütün jurnalistlər 3 qrupa bölünəcək:

1. Internetdən heç istifadə etməyənlər.
2. Passiv istifadəçilər- Internetdən yaleniz informasiya bazası kimi istifadə edib, daha sonra bu informasiyanı ənənəvi çap və ya teleradio çərçivəsində təqdim edənlər.
3. Web-jurnalistlər- Internetdən «çıxış kanalı» kimi istifadə edərək öz informasiya məhsullarını Qlobal Şəbəkədə yaırlar.

Çətinliklərə baxmayaraq demək olar ki, Internet dövründə yaşayaraq onun təsirindən tamamilə kənarda qalmaq olmaz. Qəzet və televiziyanın vaxt ərzində insanların həyatında əvəzolunmaz bir tələbata çevrildiyi kimi, Internet də cəmiyyətdə və hər kəsin həyatında layiqli yerini tutacaq.

Qlobal şəbəkədən «passiv istifadəçilər» kimi istifadə edən jurnalistlər əsasən televiziya və radio işçiləridir.

Son onilliklərdə Azərbaycanda baş vermiş siyasi-iqtisadi, sosial, mədəni dəyişikliklər cəmiyyəti informasiya ilə təmin edən KİV-in inkişafına da təsir etmişdir. Sovet dövləti dağıldıldan sonra Azərbaycan müstəqillik əldə etdi və bu müstəqillik çox sahələrə həmçinin KİV-ə böyük təsir etdi. Jurnalistika yeni addimlarını atmağa başladı. Jurnalistika yeni dövrə daxil oldu. O artıq sovet ideologiyasını dağıtdı, sosial yiğimi pozdu və həmişəlik "sovet adamı" mifini yox etdi. Yaranan bu şəraitdə KİV inkişaf edir və onun əsas silahı jurnalistikadır. Sovet dövründə kommunizmin əvəzedilməz silahı sayılan KİV artıq sərbəstdir. Artıq jurnalistikaya olan tələb də dəyişir və cəmiyyətdə onun yeri get-gedə artır. İnkər etmək olmaz ki, məhz texnikanın inkişafı ilə jurnalistika cəmiyyətdə özünə yer tapır. Texnikanın inkişafı ilə KİV-in əsas "qida" mənbəyi sayılan auditoriyanın genişlənməsi ona böyük təsir göstərir.

Məşhur qərb sosioloqu, ömrünün çox hissəsini cəmiyyəti öyrənməyə sərf etmiş, "Futurşok", "Üçüncü dalğa" adlı əsərlərin müəllifi Alvin Tofler belə hesab edir: "Əgər biz KİV-in (qəzet, radio, televiziya, jurnal) inkişafına nəzər salsaq-görərik ki, onlar əsasən inqilabin yaradıcıları olub. Çünkü çap dəzgahının və keyfiyyətsiz kağızın istehsalı, nəqliyyatın yaranması həmin illərdə

KİV-in yaranmasına və inkişafına səbəb oldu. Sonra biz radio və televiziya əsrinə daxil olduq...".<sup>1</sup>

Kompyuter istehsalı XX əsrin sonlarında dünya iqtisadiyyatının fenomeninə çevrildi. Bu yeganə sahədir ki, hələ böhran görməmişdir. Mikro EHM-in tempi 70-ci illerin sonunda 18%, 80-ci illerin sonunda 10% aşağı düşməsdən də, istehsal sürəti fasılısız olmuşdur. Ayrı-ayrı ölkələr rekordlar vururdu. Elə illər var idi ki, ABŞ bu qurğuların istehsalını 30% artırmışdı. 1988-ci ildə dünya istehsalı sürətlə artıb astronomik qiymət 66 mlrd. dollar oldu.<sup>2</sup> Buna baxmayaraq bazar o qədər də dolu deyil. Bu, ona görə belə olmuşdur ki, kompyuterin istifadəsi iqtisadiyyatın tənəzzülünə və ya istehsalın perspektivsizliyinə səbəb olur.

Uzun müddət çap məhsulunun maya dəyeri çox yüksək olmuşdur. Hətta 70-ci illərdə elmi jurnalların qiyməti 3 dəfədən çox artdı. Bundan başqa jurnal məhsulunun həcmi hər 5 ildən bir 2 dəfə artır. Ümumdünya universitet və akademiyasının nəşr etdiyi 50 min elmi jurnalın həcmi hər il 4 % artır. Buna görə demək olar ki, tezliklə xüsusi ədəbiyyatın oxunması ancaq milyonerlərin qisməti olacaq.

Beləliklə ucuz kompyuterləri istehsal və istifadə etmək sahəsində ABŞ birinci olaraq qalır. 1989-cu ildə dünya EHM istehsalının 40%-i bu ölkəyə aiddir. Bununla belə, ABŞ bazarı dünyada ən iri bazar olsa da, hər il milyonlarla kompyuter istehsal etsə də, o, tələbatı ödəyə bilmir. 80-ci illərdə informasiya avadanlığının ancaq yarısını çoxmilyardlı ABŞ ixracı ödəyirdi.

Kompyuter partlayışı bütün yeni və köhnə sənayeli ölkələri bürdü. Məs; Yaponiyada 1981-84-cü illərdə kompyuter ixracı fantastik sürətlə hər il 70-90% artdı, Almaniyada isə 80-ci illerin ikinci yarısında məhsul istehsalı 8-25 mlrd. dollar artmışdı. (Yeri gəlmışkən qeyd edək ki, ixracatla məşğul olan təşkilatlarımızın nəzərinə çatdırılmalıydı ki, ABŞ, Qərbi Avropa və Yaponiya ölkələrindən kompyuter almaq sərfəli deyil. Çünkü Cənubi Koreya kompyuterləri keyfiyyətdə onlardan nəinki geri qalmır, hətta xeyli ucuzdur).

<sup>1</sup> О.Р.Самарцев. Современный коммуникативный процесс. Часть 2.

Теория и методика журналистики. Ульяновск 2000.www.library.ru

<sup>2</sup> Гусейнов. Э. Феномен компьютера. Газ. «Известия», 16.01.1990г.

1989-cu ildə kompüter istehsalında yüngül durğunluq oldu. Buna baxmayaraq, kompüter biznesi 90-ci illərdə başlayaraq və daha qabaqcıl surətdə inkişaf etməyə başlaldı. Bazarımızda stabililik olsa və qanunverici aktlar bir-biri ilə ziddiyət təşkil etməsə bu sahədə bizim üçün beynəlxalq bazarda gözlənilməz imkanlar açılar. Qəzet naşirləri də böyük çətinliklərlə rastlaşacaq. ABŞ-da qəzet daşıyan avtomobilər 45 min hallon benzin sərf edirlər. Naşirləri xilas edəcək qüvvə ABŞ ənənəsinə görə uşaqların cibxərciliyi qazana bilməsidir. Əgər qanunvericilik uşaqların qəzet paylaşmasını qadağan edən Qanun qəbul etsə bir çox naşirlərin işi çətinə düşəcəkdir. Internet qəzet sıradan çıxara bilmir.

Maraqlıdır ki, Qərbdə indi oxucuların qəzet və jurnallardan informasiya alma ənənəsinə qayıtması müşahidə olunur.

Bütün bunlar informasiya yayımının yeni üsullarını tapmağa vadar etdi. Rəqəmli texnika getdikcə daha çox tədqiqatçıların diqqətini cəlb edir. EHM 5-ci nəslidir. Dünyada super kompüterlərin istehsalı üzrə rəqabət aparılır. ABŞ və Yaponiyada bu 5-ci nəsil üçün gələcək 10 illiyə 1 mlrd. dollar ayrılmışdır. Bu superkompüterlər əvvəlkilərdən çox fərqlənir. EHM-in birinci nəсли elektron lampa ilə, ikincisi tranzistorla, üçüncüüsü mikrokristalla, dördüncüüsü isə integrallı sxemlərlə işləyirdi. Yaponların hazırladığı beşinci nəsil çox böyük integrallı sxemlərlə işləyəcəkdir ki, eyni zamanda çoxlu əməliyyatları yerinə yetirə bilər. Alımlar, Eynsteynin dediyi kimi, işq sürətli kompüterlərin də yaradılacağını deyirlər. Bu kompüterdən istifadə çox asan olacaqdır. Jurnalist Tom Aleksandr öz məqaləsində bu mövzunu yaxşı şərh etmişdir.<sup>1</sup> «40 il bundan əvvəl ilk kompüterlərin yaradıldığı vaxtdan insanlar riyazi hesablamaları bu cür sürətli, imtinasız və səhvsiz həll edən maşınların təhsil, tərcümə, arqumentləşdirmə və proqnozlaşdırma işini də edəcəyini inanmirdilər». İlk kompüterlər elektron beyin adlandırılırdı. Bəzi ixtiraçılar ondan əyləncə, musiqi bəstələmək, şahmat oynamamaq və s. üçün də istifadə edirlər.

Bu cür tədqiqatlar əvvəl amerika universitetlərindən Kembridgedə yerləşən Massaçust Texniki İnstitutunda, Pitteburqdakı (Pensilvaniya) Korneqi-Mellona Universitetində və Palo-Altadakı (Kaliforniya) Stanford universitetində aparılmışdır. Bu

<sup>1</sup> Журнал «Америка» №11 1999 г. стр 15

cür tədqiqatlar indi nəinki bütün ABŞ-da, hətta başqa xarici elmi mərkəzlərdə də aparılır. Hal-hazırda «süni intellekt» sahəsindəki tədqiqatların 2 əsas məqsədi vardır. Bunlardan birincisi elmi məqsəddir. Bu, insan təfəkkürünün imitasiya yolunu daha yaxşı anlamağa kömək edir. İkincisi, mühəndislik məqsədi daşıyır ki, burda da kompüterin tətbiqi sferalarının genişlənməsidir. Kompüter elə ağıllı köməkçi olmalıdır ki, ona heç nə başa salmadan nə etmək lazımlı olduğunu deyə biləsən. İkinci məqsəd yaponların beşinci nəsil kompüterlərinin proyektinə çox uyğundur.

Müasir dövrə jurnalistika ictimai-siyasi həyatda mühüm rol oynayır. O nəinki müəyyən bir hadisə haqqında məlumat verir, həm də əhalinin tərbiyələnməsinə, onun maddi və mənəvi həyatının yaxşılaşmasına müntəzəm təsir göstərir.

Hələ əsrlilər bundan öncə insanların informasiya vermək və almaq tələbi vardır. Hər bir insan kimliyindən, irqindən, Dinin-dən, dilindən və s. asılı olmayaraq informasiyaya ehtiyacı var. Əvvəller bu ehtiyacı ödəmək üçün müxtəlif vasitələrdən istifadə edirdilər. Lakin nəticə heç də uğurlu alınmırdı. Lakin zaman keçdikcə, dünya inkişaf etdikcə, hər bir sahədə olduğu kimi informasiya sahəsində də köklü dəyişikliklər baş verdi. İnsanlar ehtiyaclarını ödəmək üçün müxtəlif yollar axtarmağa başladılar. Əvvəller xüsusi insanların topladığı materiallar-informasiyalar, əlyazmalar şəkilində bir neçə nüsxə ilə yazılıb paylanmasığa başlandı. Elə hər şey də ondan başladı. İşin maraq gətirdiyini görənlər daha da həvəslə işləməyə başladılar. Sonralar Qutenberqin çap dəzgahı yaratmayı cəmiyyətin həyatında əvəzedilməz rol oynadı. Bir sözlə mətbuat beləcə yarandı. I Pyotrun vaxtında çap olunan "Vedomostii" qəzetindən tutmuş indiyə qədər dünyada sayı-hesabı olmayan qəzetlər dərc edilir. Bunlardan əksəriyyəti həqiqətən informasiya verir digərləri əyləndirir. Lakin insan heç vaxt yorulmur, yaratdıqca yaradır. Belə ki, mətbuatın yaranmasından sonra alımlar təzə kəşflər etməyə başladılar. Bu dəfə insanların səsi eşidəcək balaca bir "qutu"-radio ixtira etdilər. Kiçik verilişlərə və xəbərlərə başlanan 15 dəqiqəlik efir vaxtı sonralar daha da artdı. Və indi radio verilişləri janr müxtəlifliyinə görə gecəyə qədər davam edir. Radiodan sonra insanlar eşitdiklərini görmək istədilər. Nəticədə televizor adlanan yeni bir qurğu kəşf etdilər. Bütün bunların

ixtirasi onları öyrənməyə sövq etdi. Onları öyrənmək üçün isə jurnalistika gərəkli oldu. Məhz dördüncü hakimiyət adlanan jurnalistika özündə təkcə bu üç ixtiranı deyil, həmçinin bu sənətə marağı olan kadrların hazırlanmasına da yaxından kömək etdi.

"Jurnalistika - sadəcə olaraq peşə deyil, bu istedaddır, xüsusi dünya görüşüdür və xüsusi ağıldır. Jurnalist - ilk əvvəl etinasız insan deyil, özgə ağrısını hiss edə biləcək insandır"<sup>1</sup>.

Əsil professional jurnalist müxtəlif hadisələr içindən ən əsasını seçməyi bacarr, faktlara aydınlıq gətirir, sonra isə öz fikirlərini dəqiq və anlaşıqlı sözlərə çevirir. Bundan əlavə, jurnalistdə dəqiq, düzgün və obyektiv mövqə olmalıdır. Kimin hansı partiyanın üzvü olduğu əsas deyil, ən əsas odur ki, sən jurnalistən, buna görə də fakt və hadisələrin dəqiq, qərəzsiz olmasına tam cavabdehsən. Jurnalist təkcə faktlar gətirməklə kifayətlənməməli, həm də insanları fikirləşməyə sövq etməlidir. Jurnalistikən əsas məqsədi həyatın tədqiqatı və həqiqətin axtarışıdır.

Bələ bir böyük təsir əldə etmək üçün jurnalistin sənətkarlıq qabiliyyəti mümkün qədər çox olmalıdır. Bələ ki, həmişəkine nisbətən sənətkarlıq məsələsi indi jurnalistin yaradıcılığında daha böyük əhəmiyyət kəsb edir. Özü də jurnalist üçün bədii sənətkarlıq faktlara xarici bəzək-düzək vermək, süni effekt yaratmaq üçün lazımlı deyildir. "Jurnalistikada sənətkarlıq jurnalistin işləyəcəyi sahəni kamil bilməsidir. İstər radio, televiziya, istərsə də mətbatda işləyən hər bir jurnalist əsl mənada sənətkar olmalıdır"<sup>2</sup>. Ən əsası da KİV-n auditoriyası ətraflı öyrənilməlidir. Əsl sənətkar yazı yazanda, veriliş hazırlayanda auditoriyani nəzərə almalıdır. Çünkü onun məhsurluğu, tanınmağı məhz auditoriyadan asıldır. KİV-in auditoriyası: bu mövzu, bütün dünyani düşündürən ən vacib məsələlərdən biridir. Auditoriya elə bir mənbədir ki, ondan bütün kütləvi informasiya vasitələri qidalanır. İstər mətbu istərsə də elektron KİV. İstənilən KİV-in yaşamasını təmin edən məhz onun auditoriyasıdır. Auditoriya çox müxtəlifdir və onu oxumağa, qulaq asmağa, baxmağa məcbur etmək olmaz. Deməli KİV həm də auditoriyanın zövqünü oxşamalı ona qulluq etməlidir. Bu isə heç də asan deyil. Ona görə dünyانın ən

<sup>1</sup> C.Mirzəliyev. Mən jurnalistəm. Bakı 2001, səh.6

<sup>2</sup> C.Məmmədli. Jurnalistikaya giriş. Bakı 2001, səh.60

aparıcı ölkələri KİV-in auditoriyasını öyrənməyə çalaşmışlar və hələ də çalışırlar.

KİV-in auditoriyası çox aktual və geniş bir mövzudur. Ölkəmizdə hansı qəzetiñ, hansı radio və televiziya kanalının öndə getidiyini öyrənmək istəyi ilə mən buraxılış işi üçün məhz bu mövzunu seçdim: KİV-in auditoriyası. Buraxılış İşim dörd hissədən ibarətdir: giriş, iki fəsil və nəticə. Hər iki fəsli iki yarımbaşlıqlara böldüm. Birinci fəsildə KİV-in inkişaf tarixindən və müasir dövrde ən çox istifadə olunan elektron KİV-ən ətraflı qeydlər etdim. Birinci yarımbaşlıqda hər bir KİV haqqında tarixi aspektdən yanaşaraq onların inkişaf mərhələlərini göstərdim. İkinci yarımbaşlıqda isə müasir dövrde daha çox populyarlıq qazanmış və insanların marağına səbəb olmuş elektron KİV, həmçinin yeni yaranan elektron qəzetlər haqqında ətraflı yazdım. İkinci fəsli isə təmamilə auditoriyanın öyrənilməsinə həsr etdim. Birinci yarımbaşlıqda KİV-nin ayrı-ayrılıqda auditoriyasından yazandan sonra ikinci yarımbaşlıqda onun öyrənmə üsüllərindən həmçinin, yüz nəfər gənc arasında apardığım sorğunun nəticələri ilə əhatələndirdim. Və nəhayət nəticə. Yazdığım mövzuya və keçirdiyim sorğu üçün umumi bir çıxış yazaraq nəticəni, həmçinin buraxılış ismini bitirdim.

Müasir dövr jurnalistdən dərin bilik, geniş siyasi hazırlıq, müntəzəm olaraq öz ixtisasını təkmilləşdirmək bacarığı tələb edir. Odur ki, jurnalist daima oxumalı, öyrənməli, KİV-n nəzəriyyə və təcrübəsinə yiylənənməlidir. Hər bir sahədə olduğu kimi jurnalistikada da, nəzəriyyə və təcrübəsinə yiylənənməlidir. Hər bir sahədə olduğu kimi jurnalistikada da, nəzəriyyə və təcrübə ayrılmaz vəhdət təşkil edir və bir-biri ilə sıx əlaqədardır. Burada da nəzəriyyə təcrübəyə əsaslanır və onun zəngin tarixi nailiy-yətlərini ümumiləşdirilib inkişaf etdirir.

Bu gün Azərbaycan demokratik cəmiyyətə doğru inkişaf yolu nu yaşamaqdadır. Bu yolda ictimai demokratiya institutları, o cümlədən kütləvi informasiya vasitələri çox önəmli rol oynayır. Totalitar rejimdən təzə qurtarmış bir ölkədə demokratik dəyərlərə aparan yolun ən güclü vasitəsi kimi azad və müstəqil KİV-in fəaliyyəti danılmazdır.

Jurnalistika bir sənət kimi meydana gəlmək üçün minilliliklərlə formalılmışdır. Sadə ideyalardan tutmuş, siyasi iqtisadi həyatda, cəmiyyətdə yararlı olan institutların yaranmasına qədər uzun və

çətin bir yol keçmişdir. Jurnalistikyanın inkişafı informasiya ilə təmin etdiyi dövlətin inkişafı ilə bağlı olduğu kimi, informasiyanın təsir gücü olan insanlarla da sıx əlaqədardır.

### *Azərbaycanda Internet jurnalistikyanın təşəkkülü və gələcək perspektivləri*

Azərbaycana Internetin gəlişi ötən əsrin 90-ci illərinə təsadüf edir. Həmin vaxtdan keçən müddət ərzində beynəlxalq şəbəkə öz ətrafına yüz minlərlə insan toplayıb. Hazırda ölkədə rəsmi olaraq 300 min istifadəçi olduğu bildirilir. İctimai qurumlar isə bu rəqəmin iki dəfə az olduğunu iddia edirlər. Onların fikrincə, istifadəçilərin sayını çox göstərmək beynəlxalq aləmdə hökumətə başucalığı gətirən məqamdır. Əslində isə hökumət nümayəndələri müxtəlif yollarla Internetin inkişafına mane olurlar. Bu sıraya şəbəkəyə qoşulma haqlarının yüksək olması, domen adlarının baha satılması, provayderlər arasında ayrı-seçkilik salınması və s. daxil edilir. Qeyd edək ki, bu gün Azərbaycanda 29 provayder istifadəçilərə Internet xidməti göstərir. "Azeroute", "Intrans", "Azerin", "Adanet", "Azeronlayn" və digərləri ən məşhurlarıdır. Onların təklif etdiyi qiymətlər də təxminən eynidir. Internetə anlımitet qoşulmaq orta hesabla 50 dollara başa gəldi. Şəbəkəyə kartla daxil olmaq üçün istifadəçi bir saatə görə təxminən 2 min manat ödəyirdi. Bu elə Internet-klubda oturmaq deməkdir. Qeyd edək ki, Azərbaycanda fəaliyyət göstərən Internet- provayderlərin 85 faizi backbone-provayder olan "AzerSat" şirkətinin müştəriləridir. Provayderlər bu şirkətdən beynəlxalq Internet kanallarını icarəyə götürürler. Şirkət rəsmisinin mətbuata verdiyi açıqlamaları görə, trafik qiymətləri aşağı salınsa da, ölkədə fəaliyyət göstərən provayderlərin tariflərində heç bir dəyişiklik olmayıb. "Az" domenini kim verir? RIPE-nin təqdimatına əsasən Azərbaycan milli Internet adlarının kodu ilə qeydiyyatı Azerbaiyan Communication (AzCom) adlı qurumun ([www.azcom.az](http://www.azcom.az)) səlahiyyətindədir. Ancaq Azərbaycanda adların qeydiyyatı ilə real şəkildə "Intrans" provayderi məşğuldur. Obyektivlik naminə qeyd etmək lazımdır ki, son dövrə "az" domen adlar sisteminin normal işi təmin olunub. Sistem indiyə qədər xakerlərin hücumuna davam gətirib. Həmçinin humanitar və ictimai-siyasi qurumların adları pulsuz qeydiyyata alınır. Lakin xarici ölkələrlə müqayisədə bizdə hələ də anlaşılmazlıqlar mövcuddur. Məsələn, nəinki sadə istifadəçilər,

hətta veb-server hazırlayanlar milli adın qeydiyyatı proseduru haqqında məlumatsızdırılar. Qeydiyyat üzrə rəsmi səhifə olan [www.nic.az](http://www.nic.az)-da hansı qaydada qeydiyyat aparılması haqda bilgi yoxdur. Eləcə də hansı adların alınıb-alınmamasını yoxlayacaq program da (Whois) səhifədə yerləşdirilməyib. Həmçinin "Intrans"la bağlanacaq müqavilənin forması verilsə də, ödəniləcək məbləğ göstərilməyib. Ümumiyyətlə, istifadəçilər şirkətin beynəlxalq standartlardan yüksək məbləğ tələb etdiklərini söyləyirlər. Qeyd edək ki, Türkiyədə Internet adlarının qeydiyyatı ilə Orta Doğu Texniki Universitetində əsasnamə mövcuddur, qeydiyyat məbləği ilkin olaraq 50 dollar, növbəti hər il üçün 30 dollar müəyyənləşdirilib. Rusiyada qeydiyyat məsələsinə İctimai Kompüter Şəbəkələrinin İnkışafı üzrə ETİ-də yenə də kollegial qurum ([www.metu.edu.tr](http://www.metu.edu.tr)) məşğul olur. Xüsusi əsasnamə mövcuddur, qeydiyyat məbləği ilkin olaraq 50 dollar, növbəti hər il üçün 30 dollar müəyyənləşdirilib. Rusiyada qeydiyyat məsələsinə İctimai Kompüter Şəbəkələrinin İnkışafı üzrə ETİ-də yenə də kollegial qurum ([www.rirn.ru](http://www.rirn.ru)) baxır. Qeydiyyat xərci cəmi 36 dollardır. Baltık ölkələrində bu prosedur kifayət qədər aşkar şəkildə aparılır. Qeydiyyat xərci 70 dollardır. Ermənistanda isə bu işlə Internet Society Armenia ([www.am/am.html](http://www.am/am.html)) təşkilatı məşğuldur və istifadəçi qeydiyyat üçün 60 dollar ödəyir. Ümumiyyətlə, əksər ölkələrdə Internet adlarının qeydiyyatı ilə əlaqədar olaraq RIPE prinsiplərinə uyğun əsasnamə hazırlanmış, bir qayda olaraq ictimai-elmi və provayder nümayəndələrindən ibarət kollegial qurumlar yaramılmış, qeydiyyata alınacaq ad haqqında elektron-şablon forma nəzərdə tutulmuş, hansı adın alındığını yoxlamaq üçün program (Whois) yaradılmış, qeydiyyat məbləği isə təxminən 70 dollar müəyyənləşdirilib. Mütəxəssislər hesab edir ki, milli Internet adının RIPE prinsiplərinə uyğun şəkildə qeydiyyata alınması ilə bağlı Provayderlər Şurasında müzakirələr keçirilməli, qeydiyyat prosedurunun hazırkı texnoloji bazada saxlamaqla EA Internet Mərkəzinin, lap elə Rabitə və Informasiya Texnologiyaları Nazirliyi provayderlerin, müvafiq sahə ilə məşğul olan ictimai qurumların nümayəndələrindən ibarət kollegial qurum formalasdırmalı, lazımı əsasnamə və qaydalar sistemi müəyyənləşdirməlidir. Real həyatda yüzlərlə Məmmədov var. Internetdə isə yalnız bir [memmedov.com](http://memmedov.com) və ya [memmedov.org](http://memmedov.org) ola bilər. Məlumat üçün qeyd edək ki, Nyu-Yorkda yerləşən hansısa "Ararat Technology" təşkilatı birinci olaraq [www.aliyev.com](http://www.aliyev.com)-u qeydiyyatdan keçirib. İndi heç ölkə prezidenti İlham Əliyev də ikinci belə bir ünvanala bilməz. ABŞ-in Kembridc şəhərində yaşayan hansısa Samir Hü-

seynov www.ilhamaliyev.com adını alıb, indi də səbirsizliklə gözləyir ki, adın əsl sahibi bunun üçün ona nə qədər pul təklif edəcək. Yeri gəlmışkən, İlham Əliyevin rəsmi səhifəsi www.ilham.org-da yerləşir. Mütəxəssislər hesab edir ki, virtual dünyada Azerbaycanın adıyla bağlı olan, əslində başqalarının mənimsədiyi Internet adlarını əsl sahibinə qaytarılması istiqamətində addımlar atılmalıdır. Yaxud da Londonda yaşayan hansısa bir Tomas elchibey.com adını artıq mənimsəyib. O, hətta daha irəli gedərək elchibey.com və elchibey.edu-nu qeydiyyatdan keçirib. Bir neçə il öncəyə qədər www.azerbaiyan.org və baku.org adları Azərbaycanın eks-spikeri Rəsul Quliyevə məxsus olub. Sonradan isə onları sahibi dəyişib. Eləcə də www.azerbaiyan.net serveri ABŞ-da yerləşir və adında "Azərbaycan" sözü olmasına baxmayaraq, ölkəmizə heç bir dəxli yoxdur. Qeyd edək ki, belə hallar təkcə Azərbaycana xas deyil. Artıq 5 ildir bütün dünyada bu proses süratlə gedir. Ümumiyyətlə isə gözəl və məşhur adlar üzrə Internetdə böyük qara bazar yaranıb. Bu, təxminən tanınmaq üçün cüt mobil telefon və ya avtomobil nömrəsi almağa bənzəyir. Belə bir təmtəraq üçün Amerika firması 7,5 milyon dollar pulundan keçməli olub. O, business.com adını bu qiymətə alıb(11). Bundan başqa oxşar adların olması istifadəçilərdə xeyli çəş-başlıq yaradır. Məsələn, ABŞ-in Ağ evinin saytına baxmaq üçün www.whitehouse.com ünvanına müraciət etdikdə 16 yaşa qədər uşaqların baxmasının məqsədə uyğun olmadığı mənzərə ilə qarşılaşmaq olar. www.whitehouse.gov isə Ağ evin rəsmi saytidır. Eləcə də www.luykov.ru-da Lujkov əleyhinə olan qüvvələr meydən sulayır. Əsl Lujkov isə www.luzchov.ru-dadır. Internetdə ad məsələsini çox şey həll etdiyini Internetin yazılımçı qanunlarına əsaslanan bir faktla izah etmək olar. İstifadəçi müəyyən bir informasiyanı, məsələn, "Azadlıq" qəzeti haqqında məlumatı almaq üçün ya www.azadlig.az və ya www.azadlig.com-a müraciət edəcək. Daha hansısa www.hotmail/mbers /user/azadlig.html yiğmaq ağlına da gəlməz. Məhz pulsuzvəucuz vəb səhifələr yerləşdirilməsi, adlar verilməsi ilə bağlı beynəlxalq şəbəkədə mövcud olan çox sayılı təkliflərin mənfi cəhəti də elə bundadır. Internet bir növ beynəlxalq təşkilat olduğundan ad məsələsi real aləmdən fərqli olaraq beynəlxalq məhiyyət kəsb edir. Digər tərəfdən Internetdə adın mövcudluğu heç bir zaman-məkan çərçivəsinə siğmır. Üçüncüüsü və ən əsası isə adı birinci qeydə alırdan hər bir kəs həmin ad üzərində ömürlük

və külli-ixtiyar sahibi olur. Bu nöqteyi-nəzərdən Internetdə adldar sistemi formalşarkən müxtəlif ölkələrin müxtəlif hüquq sistemləri nəzərə alınmadığından mübahisəli adlar məsələsinin həlli həm yerli, həm də beynəlxalq hüquqi aktlar vasitəsi ilə nizamlanır. Internet-adlar sahəsində yaranmış situasiyani nəzərdən keçirən ICANN (Internetdə Adlar və IP ünvanları üzrə Baş Qeydiyyat Korporasiyası) ABŞ hökumətinin tövsiyyəsi ilə 1999-cu il oktyabrın 24-də qeydiyyatla bağlı xüsusi qaydalar və mübahisəli adların həlli üzrə xüsusi qurum yaradıb. Qaydaların əsas mahiyyəti ondan ibarətdir ki, əgər kimsə öz əmətə nişanını rəsmi olaraq qeydiyyatdan keçiribsa, başqa heç kim o nişana uyğun adı özünün Internet adı kimi qeydiyyata ala bilməz. Məsələn, heç kim əsl sahibinin razılığı olmadan www.coca-cola.az adını qeydiyyatdan keçirə bilməz. Azərbaycanda "az" zonasında domenlərin fəaliyyətini əlaqələndirmək üçün Şəbəkə Əlaqləndirmə Qrupu - Az NCG (Network Coordination Grour) yaradılıb. Bu qrup "Az zonasında domenlərin qeydiyyatı qaydaları haqqında əsasanname"ni təsdiq edir. Əsasnaməyə riayət olunmasına ümumi nəzarəti həyata keçirir. Əsasnaməyə görə, "az" zonasında domen adını qeydiyyatdan keçirmək istəyən şəxs domenlərin qeydiyyata alınması və texniki təminatı haqqında "az" domeninin inzibatçısı ilə müqavilə bağlamalıdır. Domenlər ərizə əsasında qeydiyyata alınır. "Az" zonasında domenlərin qeydiyyatı və yenidən qeydiyyatı üçün sıfariş forması "az" domeni inzibatçısının rəsmi Internet səhifəsində www.nic.az-dan götürürlə biler. Domenin qeydiyyatı üçün verilən məlumatlar WNOIS axtarış serverində yerləşdirilir və qeyri-məhdud dairədə şəxslərin məlumat əldə etməsi üçün şərait yaradılır. Onun qeydiyyat müddətinin artırılması və qeydiyyatın uzadılması müvafiq haqq ödənilidikdən sonra mümkündür. Vəsait vaxtında ödənmədikdə domenin fəaliyyəti dayandırılır. Onun fəaliyyəti dayandırıldıqdan sonra bir ay ərzində də pül ödənilməzsə, domen sərbəstləşdirilir. Birinci il domenin qeydiyyat haqqı 50 dollar, sonrakı illər də bu qədər müəyyənləşdirilib. Bu məbləğə ƏDV daxil deyil. Ümumi statuslu domenlərin (org, edu, mil, com, gov, int, net) qeydiyyatına görə haqq tutulmur.

## Azərbaycanda ən çox hansı web poçtlara üstünlük verirlər?

Müasir insanın fəaliyyəti informasiyanın əldə edilməsi və ötürülməsindən çox asılıdır. Bu sırada elektron məktubların xüsusi çəkisi var. Öncədən qeyd etdiyimiz kimi, e-poçt hazırkı dövrdə Internetin ən populyar xidmətlərindən biridir. Bu xidmət dünyanın müxtəlif nöqtələrindən məktub göndərməyə, başlıcası isə bu işi çox qısa zaman ərzində və pulsuz həyata keçirməyə imkan verir. Azərbaycan istifadəçiləri arasında aparılan sorğu nəticəsində məlum olub ki, ən məşhur pulsuz veb-poçt "http://www.yahoo.com"-dur. Ondan sonra "www.box.az", "www.hotmail.com", "www.mail.ru", "www.rambler.ru" və "www.mail.az" gelir. İndi bir qədər bu veb-poçtların işləmə xüsusiyyətlərinə diqqət yetirək. Dünyanın ən böyük və ən bahalı "Üahoo" portalının poçtu ən populyar veb poçtu sayılır. Xidmət ingilis dilindədir. Ünvan kitabçası, qeydlər üçün kitabça, təqvim var. İnterfeysi müxtəlif rənglərlə dəyişmək mümkündür. Menyusu və yaradılmış qovluqlar rahat yerləşdirilib. Lazımsız məktubların qarşısını almaq üçün çox rahat filteri, yazışmanın təhlükəsizliyini təmin etmək üçün daxili antivirusu var. Avtocavablayıcı xidməti programlaşdırmaq mümkündür. Yazdığınız məktubun mətnini formatlaşdırmaq, məktuba təbəssüm işaretləri qoymaq, hətta ingilis dilində yazılın mətni qrammatik cəhətdən düzgün olub-olmadığını yoxlamaq da olar. Poçt qutusununun həcmi 6 Mb-dir. Yəni istifadəçi öz qutusunda 6 Mb-a qədər informasiya saxlaya bilər. İstifadəyə məhdudiyyət qoyulmayıb. Yəni uzun müddət e-poçta daxil olmadıqda qutu bağlanmir, lakin, qeydiyyat zamanı bəzi səhvələr və çətinliklərlə üzləşmək mümkündür. "Notmail.com" - daha bir geniş yayılmış ingilisdilli veb saytidır. Ünvan kitabçası, filteri, antivirusu və s. müxtəlif xidmətləri var. Geniş dil seçimi olsa da, Azərbaycan, türk və rus dillərini dəstəkləmər. Menyusu və qovluqları rahat yerləşdirilib. Xüsusiyyətləri və nizamlama imkanları genişdir. Mətni formatlaşdırmaq, məzəli işaretlər qoymaq, həmçinin ingilis dilində qrammatik yoxlamadan keçirmək olar. Qeydiyyati çox da mürəkkəb deyil. Buna baxmayaraq, bəzi problemləri var. Mənfi xüsusiyyətlərindən biri cəmi 2 Mb həcmli poçt qutusuna malik olmasıdır. Daha bir arzuolunmaz cəhəti də 3 ay istifadə edilmədikdə qutunun avtomatik olaraq bağlanmasıdır. Rusiya veb poçtlarından Azərbaycanda ən məşhuru "mail.ru"dur. Bu poçtun ünvan kitabçası, avtocavablayıcı xidməti, antivirusu, filteri var. Qutunun həc-

mi 6 Mb-dir. İki dil seçimi var:rus və ingilis. Statistika və reklamdan bol olan interfeysə malikdir. Nizamlama xüsusiyyətləri azdır. Yazılan məktubun mətnini formatlaşdırmaq mümkündür. Qeydiyyatı rahatdır. Daha bir geniş istifadə olunan Rusiya vəb poçtu "rambler.ru"dur. Həcmi 5 Mb, təqvimi, ünvan kitabçası var. Sadə, ancaq rus dilində olan və dəyişdirilməyən interfeysə malikdir. Qovluqları rahat yerləşdirilib, lakin xüsusiyyətləri və nizamlama imkanları azdır. Mətni formatlaşdırmaq olmur. Spam filteri var. Qeydiyyatı sadədir. İnternetin yüksək sürətli inkişafı nəticəsində ölkəmizdə artıq milli vəb poçt və saytların sayı kifayət qədər artıb. Bu, həm də milli programistlərin peşəkarlığının artması deməkdir. Ən çox istifadə olunan vəb poçtumuz "box.az"dır. Xidmətin Azərbaycan dilində olması qeydiyyat və istifadədə yaranan biləcək çətinlikləri aradan qaldırır. Təzə başlayan istifadəçilər üçün başqa vəb poçtlarla müqayisədə, bu, rahat şərait deməkdir. İnterfeysi rus və ingilis dillərində də kökləmək mümkündür. Yəni xidmət 3 dildədir. Qeydiyyatı çox sadə və rahatdır. Ünvan kitabçası, spama qarşı filteri var. Menyusu da rahat və aydınır. Kizamlama xüsusiyyətləri əfsus ki, azdır. Yazılan məktuların mətnini formatlaşdırmaq mümkün deyil. İnterfeysi rahat və xoşagələndir. Lakin qutu 6 ay istifadəsiz qaldıqda avtomatik olaraq bağlanır ... Azərbaycan vəb poçtları arasında ikinci yeri "mail.az" tutur. Poçt qutusunun həcmi 10 Mb-dir. Ünvan kitabçası, təqvimi, filteri var. Xüsusiyyətlərində interfeys 4 dildə - Azərbaycan, rus, ingilis, türk dillərində göstərilib. Lakin Azərbaycan və türk dillərinə demək olar ki, qətiyyən tərcümə edilməyib. İnterfeysi müxtəlif rənglərə dəyişmək mümkündür. Yazarkən mətni formatlaşdırmaq olmur. Qeydiyyatda problemlər var dəfələrlə səhv verir. Poçta daxil olarkən də bəzən problemlər yaranır. Parolu itirdikdə poçtu açmaq yolları səhv programlaşdırılıb. Amma bu yaxınlarda "mail.az" yeni dizayna keçməklə, daxili nöqsanların bir çoxunu aradan qaldırıb.

### Azərbaycanın axtarış programları

www.axtar.az, www.google.az, www.axtarma.az-dan başqa ölkəmizdə axtarış xidməti göstərən böyük programlar yoxdur. Təəssüf ki, mövcud olan programlar da istifadəçinin işinə az yarayır. Hətta Azərbaycanda mövcud olan rusdilli saytları Rusiymanın axtarış programlarında tapmaq mümkün, nəinki bizim pro-

ramlarda. Digər tərəfdən bu programların zəif işləməsi ana dili-mizdə saytların azlığı ilə də izah oluna bilər. Saytların azlığı isə bu sahədə xeyli dərəcədə geri qalmağımızın göstəricisidir. Sayt yaratmaq Azərbaycanda hələ ki, gəlirli bir sahə olmadığı üçün onun inkişafı çoxlarının diqqətini cəlb etmir. Çünkü Internet reklamı anlayışı bizim biznesmenlər və istifadəçilər üçün hələ ən primitiv şəkildə mövcuddur. Məsələnin digər tərəfi də var ki, məsələn, Rusiyanın məşhur [www.mail.ru](http://www.mail.ru), [www.rambler.ru](http://www.rambler.ru), [www.yandex.ru](http://www.yandex.ru) və s. öncə dövlətin dəstəyilə yaradılıb, sonra isə böyük reklam gəlirləri sayəsində bugünkü səviyyəyə gelib çıxıb. Güclü portalların yaradılmasına dövlət tərəfindən birbaşa dəstək olmalıdır. Bu təcrübənin Azərbaycanda da tətbiq olunması vaxtı çoxdan çatıb. Milli təcrübə başqa çıxış yolunun olmadığını göstərir. Bizdə heç kim yeni axtarış və ya tərcümə programını pulsuz yaratmaq istəmir. Qeyd edək ki, belə programların yoxluğu onları hazırlaya biləcək mütəxəssislərin olmaması anlamına gəlməməlidir. İnfomasiya texnologiyaları bu gün ölkəmizdə ən inkişaf etmiş sahələrdəndir və yetərinçə də mütəxəssis hazırlanıb. Səbəb sadəcə öncə qeyd etdiyimiz vəsait çatışmazlığıdır. Tərcümə programlarından söz düşmükən, vurgulamaq istərdik ki, bu sahədə vəziyyət axtarış programlarından daha acinacaqlı durumdadır. Yalnız Tələbə Qəbulu üzrə Dövlət Komissiyasının rəsmi saytında bir program yerləşdirilib və o, orta məktəb həcmində sözləri Azərbaycan dilindən ingilis dilinə və əksinə tərcümə edilir. Təessüf ki, bu programdakı lügət öz həcmi baxımından heç də həmişə istifadəçini razı salmır.

### **Azərbaycanın klaviatura düzümü istifadəçilərin işinə yaramır**

Azərbaycanın Internetə çıxışı nə qədər müsbət hadisə olsa da, azərbaycanlılar hələ də şəbəkədə işləmeyin özünəməxsus çətinliklərini yaşayırlar. Bunlardan ən ümddəsi fərdi kompüterlərdə, həmçinin Internetdə Azərbaycan əlifbası üçün kodlaşdırılmanın istifadə edilməməsi, yeni şrift problemidir. İstifadəçilər daimi olaraq bir çox Internet səhifələrində mətnin oxunmamasının şahidi olurlar. Bu, Internet vasitəsilə ünsiyyət aparılmasına və ana dilində infomasiya resurslarının formalasdırılmasına da manelər yaradır. Problemin həlli məqsədi ilə Azərbaycan hərfəleri, daha doğrusu şriftlərdə çatışmayan "ə" hərfi bir neçə ildir ki, "Unicode" standartlarına daxil edilib. O vaxtdan etibarən çıxan bütün "Windows" paketləri bu şriftləri dəstəkləyir. Lakin Bakıda istifa-

də olunan kompüterlərin əksəriyyəti "Windows 95", "Windows 98" variantları ilə işlədiyindən bu standarları kompüterlərdə əlavə program kimi yüklemek zərurəti meydana çıxb. İstifadəçilərə yardım məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin İcra Aparatının İnformasiya Resursları və Texnologiyaları Mərkəzinin dəstəyilə "www.latin.az" saytı yaradılıb. Saytin "Programlar" bölməsindəki "Azeri Keyboard Layout" programının vasitəsilə "Windows 95/98/NT/Millenium"a da standart Azərbaycan klaviatura düzümü quraşdırmaq mümkündür. Bunun üçün saytin bu bölməsində uyğun olan varianti seçib lazımlı olan faylı fərdi kompüterə yüklemek, sonra onu quraşdırmaq və "Windows"u yenidən işə salmaq lazımdır. Sayta yerləşdirilmiş quraşdırma təlimatından istifadə etmək olar. Qeyd edək ki, Azərbaycan klaviatura düzümü programını "R.I.S.K." EIF hazırlayıb. Həmçinin "Programlar" bölməsindəki "Font Creator" adlı programın köməyi ilə istifadəçi özü də şrift hazırlaya bilər (12). Yuxarıda qeyd olunan irəliləyişlər beynəlxalq şəbəkədə işləməyi asanlaşdırırsa da, daha bir problem diqqət çəkir. Bu gənə qədər Azərbaycanda bütün şriftlər rus klaviaturasına uyğunlaşdırıldıqından, Türkiyə klaviaturası əsasında Internetdə istifadə olunan Azərbaycan klaviaturasında (Azərbaycan türkçisinin latin qrafikali olması da burada önemli rol oynayıb) işləmək işin sürətini azaltmaq baxımından xeyli çətinliklər meydana çıxarır. Azərbaycan istifadəçilərinə əziyyət verən bu düzümün Prezident Aparatı tərəfindən verildiyini təxmin etmək mümkündür. Azərbaycanın məşhur forum saytları Internetdə müxtəlif məzmunlu və təyinatlı saytlar var. Forum saytlarının da Azərbaycan Internetində miqdarı artmaqdadır. Azərbaycanın Internet forumlarının xülasəsini təqdim edirik. Forumlar Internetdə fikir mübadiləsi aparmaq, hər hansı bir fikri müzakirə etmək üçün nəzərdə tutulmuş saytlardır. Burada yazışmalar ismaric yollamaq prinsipiylə gedir. Söhbət kanallarından fərqli olaraq, burada yazışma canlı rejimdə getmir. Yəni bütün göndərilən yazılar saytda saxlanılır. Sayta baxan istənilən şəxs onu oxuya, lazımlı bildikdə isə özünə hər hansıa bir təxəlliş götürərək mövzuya cavab verə bilər. Forumlar ixtisaslaşmış və ya çoxsahəli ola bilər. Bundan başqa forumlar açıq və qapalı olmaqla iki qrupa bölünür. Qapalı forumda iştirak etmək üçün mütləq forumun üzvü olmaq lazımdır. Lakin açıq forumda üzv olmadan da ismaric göndərmək mümkünür. Forumlar üzvlərinə görə təkdilli və ya çoxdilli ola

bikər. Bəzilərində yalnız 2 - ingilis və daha birisi, bəzilərində isə çox dillərdə yazımaq imkanı var. Bu gün Azərbaycanda 4 əsas məşhur forum siti var: "www.forum.aznet.org" "www.bakililar.net" "www.azeriforum.net" "www.forum.az" "www.forum.aznet.org" Soros Fondunun Internet saytının forumudur. Qapalı və coxsahəlidir. Bu yaxınlara qədər sayt ingilis və rus dillərində idi. Artıq Azərbaycan dili də tam olmasa da, tərcümə edilib. Saytda "Təhsil", "Kitabxana", "Mədəniyyət", "Kompüter və Internet", "Səhiyyə", "İqtisadiyyat", "Elanlar" və "Öyləncə" forumları mövcuddur.

"www.bakililar.net" forumu açıq tipli, coxsahəli saytdır. Saytin "Hər şey haqqında söhbətlər", "Böyükler üçün", "İnformasiya texnologiyaları", "Kino, musiqi, incəsənət", "Ədəbiyyat", "Bakılılar söhbət kanalının müzakirəsi", "Avtomobilər", "İdman", "Kompüter oyunları", "Flud və fleym" adlanan forumları var. Sayt "Bakılılar.az" portalına məxusudur və rus dilindədir. Coxsahəli açıq forum olan "www.azeriforum.net" siti isə tam Azərbaycan dilindədir. Burada forumların sayı çox olduğundan onlar bölmələr üzrə qruplaşdırılmışdır. Birinci bölmə "Ümumi təyintalı forumlar" adlanır. Buraya "Ümumi meydan", "Əlamətdar günlər və təqvimlər", "Müraciətlər, təkliflər və suallar" forumları daxildir. İkinci "Kompüter və Internet" bölməsidir. Burada "Avadanlıq", "Əməliyyat sistemləri", "Program təminatı", "Programlaşdırma", "Internet" forumları var. "Elm" bölməsi isə "Falsəfə", "İlahiyyat", "Hüquq", "Tarix", "Azərbaycan dili" forumlarından ibarətdir. "Cəmiyyət" bölməsi "İqtisadiyyat", "Siyasət", "Diaspora və lobbiçilik", "Təhsil", "Aile və məişət", "Psixoanalitika", "Səhiyyə və sağlamlıq", "Cənubi Azərbaycan" forumlarına bölünür. "Ədəbiyyat, mədəniyyət və incəsənət" bölməsi "Ədəbiyyat", "Kino və teatr", "Musiqi", "Dəb və adət-ənənələr" forumlarına bölünür. "Asudə vaxt" bölməsində isə "Çayxana", "İdman", "Lətifələr" forumları yerləşir. Bunlardan başqa idarəcilər və nəzarətçilər üçün xüsusi qapalı forumlar var. Bu sayti "Azər.Kit" qrupu hazırlayıb. Dördüncü forum isə "www.forum.az"dir. "Network Technologies" şirkətinin hazırladığı bu sayt rus dilindədir, qapalı və coxsahəlidir. Saytin aşağıdakı formuları var: "Hər şey haqqında", "Maliyyəçinin forumu", "Şou biznes", "İstehlakçı", "Mədəni siyasət", "Oyun məkanı", "Alqı-satqı", "Təhsil", "Avtostop", "KİV və biz", "Siyasət", "Böyükler üçün", "Kompüter və internet", "İdman", "E-

kologiya və Təbii Sərvətlər Kazırliyi". Sözügedən saytların iştirakçılar əsasən rusdilli insanlardır. Ancaq ana dilində də yazan həvəskarlara rast gəlinir. İnsanların öz həmfikirləri ilə ünsiyət qurmaq tələbatından başqa ölkədə baş verən digər hadisələr haqqında informasiya almaq istəyini reallaşdırmağa təessüf ki, Azərbaycanın Internet resursları imkan vermir. Qisası, ölkədə yeganə elektron qəzet - [www.xeber.net](http://www.xeber.net) mövcud tələbatı ödəmir. Qeyd edək ki, bu qəzətdə çalışanlar peşəkar jurnalistlər deyillər. Onlar yalnız öz fikirlərini yazar və kağız qəzetlər kimi informasiya agentliklərinin xidmətlərindən istifadə edirlər. Bununla belə elektron qəzetiñ pionerlərinin işi təqdir olunmalıdır. Rusyanın [www.lenta.ru](http://www.lenta.ru), [www.narod.ru](http://www.narod.ru) kimi nəhəngləri ilə müqayisə oluna bilməsə də, ümidi etmək olar ki, ölkəmizdə də gələcəkdə elektron qəzetlər çoxalacaq. Azərbaycan hökumətinin Internet resursları Internet şəbəkəsinin milli seqmentində ilk dövlət resursu Azərbaycan prezidentinin 1997-ci ildə yaradılmış rəsmi resursudur. [www.rrezident.az](http://www.rrezident.az) resursu hazırda dövlət şəbəkəsinin az-çox yararlı işləyən resursu saymaq olar. 2004-cü ilin əvvəllərinə qədər 17 nazirlikdən artıq 14-ü şəbəkədə öz resursunu yaradıb, qalan qurumlar isə bu yöndə iş aparır. Eyni zamanda şəbəkədə başqa dövlət qurum və təşkilatlarının da 35 resursu var. Bu fakt təkcə ölkə vətəndaşları üçün deyil, həmçinin xaricdə Azərbaycanla maraqlanan müxtəlif istiqamətli təşkilatların da onların fəaliyyətilə maraqlanmasını əngelləyir. Sevindirici haldır ki, mövcud saytların əksəriyyəti təkcə Azərbaycanda dilində deyil, rus və ingiliscə də variantlarda təqdim olunur. Bu da xarici vətəndaşların saytlardan informasiya əldə etmələrini asanlaşdırır. Qeyd edək ki, bu saytların məzmunu bir qayda olaraq, bir-birinə bənzeyir. Kazırliyin fəaliyyətinə dair ümumi məlumatlar, xəbərlər, tədqiqat mərkəzləri və s. məsələlərə saytlarda daha çox yer ayrılır. Ancaq xəbərlərin yenilənməsində hələ də ciddi problemlər qalır. Onların fərqlərinə gəlincə, burada yalnız dizayn və xarici görünüşləri haqqında danışmaq olar. [www.mincom.gov.az](http://www.mincom.gov.az) - Rabitə və İformasiya Texnologiyaları Nazirliyi tərəfindən bu ilin əvvəlində yaradılıb. Sayt iki dildə - Azərbaycan və rus dillərində fəaliyyət göstərir. Ancaq burada informasiya bolluğuundan danışmaq çətindir. Hətta nazirliyin qəzetiñ saytında daha artıq məlumatə rast gəlindiyini qeyd etməliyik. [www.rabitadunyasi.info.az](http://www.rabitadunyasi.info.az) və ya [www.rabita.az](http://www.rabita.az) ünvanlarında ölkənin rabitə dünyası ilə bağlı geniş məlumatlar almaq

mümkündür. <http://economy.gov.az> - İqtisadi İṅkişaf Nazirliyinin bu resursu yalnız ingilis dilində fəaliyyət göstərir. Xatırladaq ki, bu struktur 2001-ci ildə Dövlət Əmlakı Nazirliyi, İqtisadiyyat Nazirliyi, Ticarət Kazirliyi və Antiinhisar Qanunvericiliyi üzrə Dövlət Komitəsinin bazasında yaradılıb. Sayt nazirliyə daxil olan bütün departamentlərin fəaliyyətini əks etdirir. <http://taxes.gov.az> - Vergilər Nazirliyi ilə 3 dildə tanış olmaq mümkündür. Burada ümumi məlumatlardan başqa 1999-2004-cü illəri əhatə edən bündə daxilolmaları göstərilib. Bu sayt 2003-cü ildə ən yaxşı sayt kimi "Humay" mükafatını alıb. [www.min.edu.az](http://www.min.edu.az) - Təhsil Kazirliyi İnternetdə öz nümayəndəliyini ötən ilin sonunda, yalnız Azərbaycan dilində yaradıb. Resurs sadə və rahat dizaynı ilə seçilir. İstifadəçilər həmçinin bu sahəyə aid son yenilikləri də saytdan öyrənə bilərlər. [www.mys.azeri.com](http://www.mys.azeri.com) - Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinin saytında qurumun həyata keçirdiyi tədbirlər, respublikada fəaliyyət göstərən gənclər təşkilatları haqqında məlumat almaq olar. Saytin yenilənməsi isə nadir hallarda baş verir. [www.culture.az](http://www.culture.az) - müzey, teatr, musiqi, təşkilatlar, heykəltaraşlıq, arxitektura Mədəniyyət Nazirliyinin resursunun əsasını təşkil edir. 1998-ci ildə yaradılıb və son dəfə də elə həmin ildə yenilənib. [www.misrr.gov.az/new](http://www.misrr.gov.az/new) - Əmək və Əhalinin Sosial Müdafiəsi Nazirliyi öz saytını digərlərindən bir qədər tez-tez yenilənməsilə seçilir. <http://eco.gov.az> - Ekologiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyinin saytında təkcə

qurum haqqında deyil, Azərbaycanın bütün təbii sərvətləri haqqında bilgi əldə etmək olar. [www.yustice.gov.az](http://www.yustice.gov.az) - Azərbaycan və rus dillərində fəaliyyət göstərən Ədliyyə Nazirliyinin saytı müətəmadi olaraq yenilənir. [www.mednet.az](http://www.mednet.az) - Səhiyyə Nazirliyi isə öz geniş fəaliyyətinə rəğmən saytını davamlı olaraq yeniləməyi sevmir. Burada geniş ümumi məlumatlara, Azərbaycanın tibb portallarına yönəldirmələri və nə qədər qəribə da olsa, böyük rəsm qalereyasına rast gəlinir. [www.maliyye.gov.az](http://www.maliyye.gov.az) - Maliyyə Nazirliyinin resursu zəngin informasiylarla bol olsa da, hazırda nəyə görə, ora baş çəkmək müşküla çevrilib. Qeyd edək ki, 2000-ci ildə dövlət qurumları resurslarının domenlerinin unifikasiya sisteminin tətbiqindən sonra onların əksəriyyəti "gov.az" domen əlavəsilə işləyir. Milli şəbəkədə ən çox müraciət olunan və istifadəçiləri nisbətən qane dövlət resursları arasında Tələbə Qəbulu üzrə Dövlət Komissiyası ([www.tqdk.gov.az](http://www.tqdk.gov.az)), Vergilər Nazirliyi ([228](http://www.ta-</a></p></div><div data-bbox=)

xes.gov.az), İqtisadi İnkişaf Nazirliyi ([www.ekonomy.gov.az](http://www.ekonomy.gov.az)), Mədəniyyət Nazirliyi ([www.cultur.az](http://www.cultur.az)), Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi ([www.mincom.gov.az](http://www.mincom.gov.az)), AzərTAC dövlət informasiya agentliyinin ([www.azertag.com](http://www.azertag.com)) və "Nicts" layihəsinin ([www.nicts.az](http://www.nicts.az)) resuruslarını göstərə bilərik. Onlar məlumatların tez-tez yenilənməsi və həcmi ilə seçilir. Bu sıradə adı çəkilməyən qalan dövlət qurumları demək olar ki, öz resuruslarına diqqət yetirmir. İnformasiyaların köhnəliyi və kasadlığı, interaktivliyin olmaması, eksər hallarda isə resursun tam işləməməsi göz qabağındadır. Maliyyə Nazirliyinin, Milli Məclisin, Gənclər, İdman və Turizm Nazirliyinin, Səhiyyə Nazirliyinin, Ekolojiya və Təbii Sərvətlər Nazirliyinin resurlarını göstərmək olar. Dövlət resursslarının 70 faizə qədəri ölkənin peşəkar veb-studiyaları, qalanları isə həvəskarlar və ya qurumların öz işçiləri tərəfindən yaradılıb.

Elektron hökumətin yaradılması prosesi Azərbaycanda demək olar ki, hələ əlifbanı öyrənmək mərhələsindədir. Təbii ki, e-hökumətin təşkili səviyyəsi ölkənin iqtisadi inkişafından çox asılıdır. Avropa ölkələri arasında əldə olunmuş razılığa görə, programı öz gücünə reallaşdırıa bilməyən dövlətlərə Avropa İttifaqı yardım edir. Azərbaycanda isə hələ ki, bu barədə danışmaq tezdir. Hökumətin informasiya texnologiyalı siyasetinə müxalifətdə duran mütəxəssislərin fikrincə, "Azərbaycanda İnformasiya Texnologiyalarının İnkişafı üzrə Milli Strategiya"nın tələblərindən irəli gələn məsələlər yerinə yetirilmir. Nazirlər Kabinetin üzərinə düşən vəzifələri icra etməyə tələsmir. Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyinin rəsmisi isə mətbuatla bildirib ki, elektron hökumətin yaradılması üçün öncə dövlət strategiyası təsdiq olunmalıdır. Ümumilikdə isə elektron hökumətin reallaşdırılması hüquqi bazanın yaradılması, onun işləməsini təmin edəcək informasiya texnologiyaları avadanlığının tətbiqi, telekommunikasiya şəbəkəsinin təşkili və bütün informasiyaların elektron formada arxivdə toplanmasından keçir. Nazirlilik rəsmisi qeyd edib ki, elektron hökumətin qapalı və mühafizə olunan şəbəkəsi olmalıdır. Həm də burada yayılan sənədlərə qanunla rəsmi sənəd statusu verilməlidir. Qeyd edək ki, bu şəbəkədə işləyən hər bir şəxsin identifikasiya yalandırılmış elektron imzası olacaq. Bununla belə, Azərbaycan hökuməti və BMT-nin İnkişaf Proqramının "Azərbaycanın IKT üzrə milli strategiyası və onun ilkin mərhələdə tətbiqi" birgə layi-

həsi çərçivəsində elektron hökumətlə bağlı bəzi işlər görülüb. Bu sıraya Açıq Cəmiyyət İnstitutu ilə birgə Ədliyyə Nazirliyinin "Vətəndaşlıq vəziyyəti aktlarının dövlət qeydiyyatı" (İKTMS) informasiya sistemi layihəsi həyata keçirilib. Layihənin reallaşması nəticəsində ölkə vətəndaşlarının vətəndaşlıq vəziyyəti haqqında məlumat bazası yaradılmaqla inkişaf etdirilib. Nazirlik bu sahədə vətəndaşlara və hüquqi şəxslərə göstərilən xidmətlərin keyfiyyətini artırıb. Bundan başqa İTKMS çərçivəsində "Elektron karguzarlıq", "Azərbaycan dilinin informasiya məkanında işlədiməsi", "Milli informasiya resurslarının yaradılması", "İKT sahəsində kadr hazırlığı", "Rəqəmli bərabərsizliyin ləğvi", habelə, təhsil sahəsində MDB məkanında və bir çox Avropa ölkələrində analoqu olmayan "Mənim məktəbim", "Onlayn rejimdə hazırlıq kursları", ""Poliqlot" elektron lügətlər sistemi" kimi programlar gerçekleştirilib. "Elektron karguzarlıq" istiqamətində "Kağız formalar üzərində çap edilmiş və ya əllə yazılmış məlumatların kompüterin yaddasına daxil edilməsi" layihəsi həyata keçirilib. Bunun nəticəsində xüsusi tələblərə uyğun layihələşdirilmiş və çap edilmiş blanklar üzərində sonradan əllə, printer vasitəsilə yazılmış məlumatları seçib, onları skanerdən istifadə etməklə xüsusi program vasitəsi ilə tanıyıb məlumatlar bazasında saxlamaq, istənilən formatda və keyfiyyətdə olan kağız üzərindəki məlumatların qrafik təsvirini skaner vasitəsi ilə oxuyub fayla yazmaq və müvafiq məlumatlar bazası ilə əlaqələndirmək (elektron arxiv yaratmaq) mümkün olub. "Azərbaycan dilinin informasiya məkanında işlədiməsi" istiqaməti üzrə iş latin qrafikalı Azərbaycan əlifbasının Unicod ([www.unicod.az](http://www.unicod.az)) standartının tətbiqi ilə bağlı yaranan problemlərin həllinə yönəldilib. Bu müddət ərzində resursu 8450 istifadəçi ziyarət edib. "Milli informasiya resurslarının yaradılması" istiqamətində yuxarıda adları göstərilən Internet səhifələri, həmçinin [www.axtar.az](http://www.axtar.az) və [www.freehost.az](http://www.freehost.az) kimi layihələri göstərmək olar. Bu layihələr Azərbaycan məkanında axtarış sistemini və azad hostinqi nəzərdə tutur. Bu istiqmət üzrə əsas yeri Dünya Bankı ilə birgə həyata keçirilən "Azərbaycanın Inkişaf Portalı" layihəsi tutur. "İKT sahəsində kadr hazırlığı" və "Rəqəmli bərabərsizliyin ləğvi" istiqamətləri üzrə İKTMS layihəsi çərçivəsində regional informasiya mərkəzlərinin yaradılması üzrə mərkəzlərin yaradılması üzrə işlər görülüb. Hazırda nəzərdə tutulmuş 11 mərkəzdən 9-u fəaliyyətdədir. Fəaliyyətdə olan mərkəzlərdə 137 kompü-

ter, habelə, skaner, printer, mebeldə daxil olmaqla müxtəlif avadanlıq yerləşdirilib. Bu yaxınlarda Xanlar və Gəncədə mərkəz istifadəyə verilib. Həmin mərkəzlərdə bütün avadanlıq təchizatı, bir illik Internet bağlantısı, təlimatçının maaşı İKTMS layihəsi tərəfindən maliyyələşdirilir. Bu istiqamət üzrə 203 min dollar xərclənib. Ancaq məlum olduğu kimi, bu tədbirlər zələ ki, yüksək nəticə verməyib. Təhsil sahəsində MDB məkanında və bir çox Avropa ölkələrində analoqu olmayan "Mənim məktəbim"

([www.mekteb.edu.az](http://www.mekteb.edu.az)), "Onlayn rejimdə hazırlıq kursları" ([www.elachi.edu.az](http://www.elachi.edu.az)) Internet səhifələri yaradılıb. Azad və təmənnasız istifadə üçün özündə 200 minə yaxın söz və ifadəni cəmləşdirən ""Poliqlot" elektron lügətlər sistemi" program təminatı ([www.roliglot.az](http://www.roliglot.az)) hazırlanıb. Yarandığı müddət ərzində hər üç informasiya resursuna ümumilikdə 75 mindən artıq istifadəçi daxil olub.

### Azərbaycan Internetin düşmənidir?

Ötən 6 ildə Azərbaycan beynəlxalq "Sərhədsiz reportyorlar" təşkilatı tərəfindən iki dəfə "Internetin düşməni" edilib. 2001-ci il-də bu təşkilat ölkəmizi Internetin düşməni elan edəndə, yerli ictimai qurumlar bununla razılaşmışdı. Rabitə Nazirliyinin istifadəçilərdən Internetə qoşulmaq üçün 20 min manat telefon haqqı istəməsi və bununla da administrativ senzura tətbiq etməsi beynəlxalq təşkilatın qərarına haqq qazandırırdı. Qeyd edək ki, o vaxt İqtisadi İnkişaf Nazirliyi, beynəlxalq qurumlar və yerli QHT-lər RN-nin bu tələbinə qarşı çıxanlara dəstək verdilər. Nazirliyə olan təzyiqlər nəticəsində nəhayət ki, 2003-cü il yanvarın 15-dən qiyamətlər 7 dəfə aşağı salındı. 2003-cü ildə yenidən Azərbaycanın Internetin düşməni elan edilməsi isə artıq yerli QHT-lər tərəfindən də etirazla qarşılandı. Çünkü təşkilatın rəhbər tutduğu prinsiplərin heç biri ölkəmizdə pozulmamışdı. Yəni Internetdə senzura tətbiq edilmir, filtrasıya həyata keçirilmirdi və s. "Bu halda "Internetin inkişafına dövlət qayğısı yoxdur" söyləmək daha ədalətli olardı" - deyə ictimai qurumlar bəyanat verdilər. Onların fikrincə, Internetin dövlət monopoliyasında olduğu faktı tamamilə doğrudur. Qeyd edək ki, Azərbaycanda Internetin inkişafından danışarkən yalnız paytaxt Bakını və bir qədər də iki-üç böyük şəhərdəki vəziyyəti təhlil edi bilərik. Təəssüf ki, bölgalarda şəbəkəyə qoşulma faizi minimal dərəcədədir. Hazırkı vəziyyətdə rayonların Internet-

lə təminatından danışmaq artıqdır. Bu yerdə yenə də RƏ-nin inhişarlılığı çox qabarıq görünür. Belə ki, heç bir provayderə rayonlarda xidmət göstərmək üçün "yox" deyilmir. Ancaq elə yüksək qiymətlər oxunur ki, onlar bölgələrə üz tutmaq istəmir. RN isə bunun əvəzində özünə yaxın olan provayderlərə rayonlarda işləməmək üçün şərait yaradır. Ümumiyyətlə, informasiya texnologiyalarının tətbiqi məsələləri ilə məşğul olan QHT-lərin fikrincə, RƏ-nin kommersiya fəaliyyəti əlindən alınmalıdır. O, əsasən dövlətin kommunikasiya siyasetinin tənzimlənməsi ilə məşğul olmalıdır. Mütəxəssislər həm də Internet abonentlərinin hüquqlarını qoruyan xüsusi qanunun olmamasını mənfi hal kimi dəyərləndirirlər. Yalnız istehlakçıların hüquqları baxımından hər kəs keyfiyyətsiz xidmət gördüyüne görə öz haqqını tələb edə bilər. Beynəlxalq təşkilatların nəzərində Internetsevməz ölkəyə çevrilməyimiz artıq bir normaya çevrilib. "Sərhədsiz reportyorlar"dan başqa IBM şirkəti və "The Economist" jurnalı da bu fikirdədir ki, Azərbaycan Internet inkişafına lazımi diqqət ayırmır. Onların bu ilin əvvəlində reallaşdırıldığı birgə tədqiqat nəticəsində Azərbaycan Internet reytinqinə görə 64 ölkə arasında Qazaxıstanla sonuncu yerləri bölüşdürüblər. Mümkün 10 baldan müvafiq olaraq 2,43 və 2,60 bal yığan bu ölkələr Internet resurslarının səviyyəsinə görə inkişaf etmiş ölkələrdən çox geri qalıblar. Qiymətləndirmə zamanı 6 parametr əsas götürülüb: IT ölkənin infrastrukturunu (25%), biznes şəraiti (20%), biznesdə və istifadəçilər arasında Internet texnologiyasının yayılması (20%), sosial və mədəni mühit (15%), hüquqi mühit (15%), həmçinin elektron serverlərin dəstəklənməsi (5%). Tədqiqatda e-readiness kimi parametr də nəzərə alınır. O, ölkənin Internet texnologiyalarının keçidə hazırlıq olub-olmamasını simvolizə edir. Qeyd edək ki, tədqiqatda ilk yeri artıq ikinci dəfə olaraq Danimarka tutub. Bu ölkə hələ iki il əvvəl birinciliyi İsveçin əlindən almışdı. O buna 5 nazirliyi və 25 digər dövlət strukturunun qlobal dövlət Internet portalı yaratmaqla nail olmuşdu. İkinci yeri Böyük Britaniya tutub. Üçüncü yer İsveçə qismət olub. Sonrakı yerləri Norveç, Finlandiya və ABŞ tutub.

Bütün qeyd olunana problemlərə və çatışmamazlıqlara baxmayaraq ən yaxın perspektivdə Azərbaycan Internetinin sürətli inkişafını proqnozlaşdırmaq üçün xeyli əsas verir.

Ən əsası, son dövrlərdə Internetə dövlət qayğısı istiqamətində konkret addımlar atılıb. Birbaş Internetin inkişafına yönələn bir

neçə iri Layihələr və Dövlət proqramları qəbul edilib. Azərbaycan Hökuməti, BMT İP və ACİ – Yardım Fonduun birgə Layihəsi olan «Tədqiqat, Təhsil və Vətəndaş cəmiyyətinin məqsədləri üçün Internetə çıxış» layihəsi (AzNet layihəsi) elm, təhsil və QHT sektorunda Internetin inkişafına yönəlib.

Azərbaycan Hökuməti və BMT İP-nin dəstəyi ilə reallaşan «Milli E-idarəcilik şəbəkəsi təşəbbüsü» Layihəsi çərçivəsində dövlət sektorunda Internet infrastrukturlarının qurulması, 6 regionda İctimai Mərkəzlərinin açılması, dövlətə məxsus informasiyanın vətəndaşlar tərəfindən əldə edilməsi üçün şəraitin yaradılması nəzərdə tutulub.

«2005 - 2007-ci illərdə Təhsil sahəsində İnformasiya-Kommunikasiya Texnologiyalarının tətbiqi» Dövlət Proqramının əsas məqsədlərindən bir də təhsildə Internet resurslarının və Internetin inkişafından ibarətdir.

Ədliyyə Nazirliyi, Dövlət Sosial Sığorta Komitəsi, Vergilər Nazirliyi və Gömrük sistemində, Təhsil Nazirliyində korporativ informasiya sistemlərinin yaradılması istiqamətində ciddi layihələr həyata keçirilməyə başlanıb.

Bir daha qeyd etmək yerinə düşər ki, Internetin inkişafı üçün məsuliyyət daşıyan dövlət strukturunu dövlətin rəsmi sənədlərində qeyd edilib, 2004-cü ildən etibarən ölkədə IT sahəsində dövlət siyasetini həyata keçirən dövlət qurumu müəyyənləşib. Bu kitab çapa hazırlanarkən yaxın bir neçə il üçün ölkədə telekomunikasiya və IT-nin inkişafı üzrə Dövlət Proqramı təsdiq olunma ərefəsində idi.

Tekcə bu qeyd olunanların həyata keçirilməsi ən yaxın perspektivdə Azərbaycan Internetinin ciddi keyfiyyət (yeni Internet xidmətlərinin yaranması, infrastrukturun inkişafı və s.) və kəmiyyət (Internet istifadəçilərin və milli resursların yüksək templə artımı və s.) dəyişikliyinə uğrayacağını düşünməyə əsas verir.

## Notice

Dünya Internetlə bağlı tutduğu inkişaf yolunu işıq sürəti ilə gedir, Azərbaycan isə addım-addım irəliləməklə bu yoluñ həle başlanğıcındadır. Araşdırılmalarımızın nəticəsi budur. Mütəxəssis-lər hesab edir ki, beynəlxalq şəbəkə sisteminin nə zamansa bəşəriyyətə böyük zərər vuracağı haqqında fikirlər yanlışdır. Problem yalnız İKT bosslarının İnternete nəzarət paylarını bölüşdürmək üstündə yarana bilər və son illərin prosesləri göstərir ki, bu, tama-mılə mümkün variantdır. Böyük gəlirlər insanları daha da acgöz edir və onlar külli miqdarda vəsait uğrunda yollarında durmuş hər şeyi və hər kəsi ayaqlamağa hazırlıdırlar. Artıq hamiya məlum-dur ki, dünyanın ən varlı insanları siyahısına məhz İKT sahəsinin rəhbərləri başçılıq edirlər. Avtomobil nəhəngləri, Makdonalds va-risləri artıq neçə illərdir ki, onların arxasında getməklə təselli ta-pırlar. "Maykrosoft"un böyük gəlirləri və bununla da onun az qala hökumətlə eyni səviyyədə nüfuz və təsiretmə imkanları artıq ABŞ hökumətini də narahat etməyə başlayıb. İnternetin gələcəyi üçün texnolgiyanın necə təkmilləşəyi deyil, dəyişiklik və inkişafın hansı istiqamət alacağı daha önemlidir. Internetin uğuru şəbəkəyə maliyyə və intellektual resurslar qoymuş insanların və təşkilatla-rın əhatə dairəsini genişləndirib. Gələcək nəsil İP ünvanları və for-matları üzərində nəzarətə dair mübahisələr onu göstərir ki, gələ-cəkdə İnterneti nəzarətdə saxlayacaq yeni sosial strukturların ax-tarışı gedir. Ona görə də beynəlxalq şəbəkənin gələcəyi haqqında fikirlər bir qədər müəammalı görüşlərlə müşayət olunur.

Dünya səviyyəsində ineqrasiya olunan və son illər dinamik inkişafla xarakterizə olunan Azərbaycanda İKT çox sürətlə inkişaf edir. Son beş ildə ölkənin rabitə sektorunu üzrə İKT müəssisələri tərəfindən yaradılmış əlavə dəyərin ÜDM-də xüsusi çəkisi 3,5 dəfə, mobil telefon abunəçilərinin sayı 10 dəfə, internet qoşulmalarının sayı 27 dəfə artmışdır. 2004-cü ildə Rabitə və İnformasiya Texnologiyaları Nazirliyi yaradılmışdır. İnformasiya cəmiyyətinə keçid, elektron hökumətin formalasdırılması, intellektual potensialın inkişafi, sosial-iqtisadi inkişafın stimullaşdırılması və beynəlxalq müqayisə üçün rabitə və İKT sahəsində statistika məlumatlanna tələbat xeyli artmışdır. Eyni zamanda rabitə və İKT sahələrinin inkişafı üçün milli fəaliyyət və strategiya proqramlarının hazırlanmasında İKT statistikasına ciddi ehtiyac yaranmışdır. Bu sahə üzrə statistikanın

aparılması Azərbaycanın rəsmi statistika orqanı olan Dövlət Statistika Komitəsinin əsas prioritet vəzifələrindən birinə çevrilmişdir. Azərbaycan Respublikasının Rabitə və Informasiya Texnologiyaları Nazirliyinin Telekommunikasiya və informasiya texnologiyaları şöbəsinin müdürü Əflatun Məmmədovun qeyd etdiyi kimi son 10 il ərzində Azərbaycanın sosial-iqtisadi həyatında yeni İKT mühiti formalılmışdır və İKT mühüm sahələrdən birinə çevrilmişdir. Rabitə və İT sahəsinə 500 milyon ABŞ dolları həcmində investisiya yatırılmışdır. Ölkə əhalisinin hər 100 nəfərindən 27-i mobil telefon abunəçisidir, internet qoşulmalarının sayı hər il orta hesabla 2 dəfədən çox artır, orta hesabla bir il ərzində 10 min ədəddən çox kompyüter idxl olunur. İKT sahəsində yeni xidmət növləri yaranmış, bu sahə geniş əhatə dairəsinə malik olmuşdur.

Bələ qənaətə gəlmək olar ki, İKT yeni sahə olmaqla və sürətlə inkişaf etməklə statistikanı bir sıra hallarda qabaqlanmış, İKT statistikası sahə-sində statistika məlumatlarına olan tələbat təklif olunan məlumatlardan daha çox olmuşdur. Beynəlxalq səviyyədə İKT statistikasının tam formallaşmaması və onun mövcud durumunun beynəlxalq təşkilatlarda müzakirəsi bu fikri bir daha təsdiq edir.

Hal-hazırda İKT göstəriciləri üzrə statistika məlumatlarının Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsinin ayrı-ayrı nəşrlərində rast gəlinir və bu sahənin əhatə olunması üçün diqqət artırılmaqdadır. Hazırda, informasiya strukturları, internetin mövcudluğu, İKT xidməti və s. göstəricilər "Azərbaycanın Rabitəsi", İKT avadanlıqlarının istehsalı "Azərbaycan Sənayesi", və digər məcmuələrində bir sıra məlumatlar mövcuddur. Lakin, hesab edirik ki, gələcəkdə İKT üzrə məlumatların kompleks təqdimatı istifadəçilərin bu məlumatlardan daha səmərəli istifadəsinə imkan verəcəkdir. Hal-hazırda Statistika Komitəsində İKT üzrə statistikanın aparılması, onun təşkili, məlumatların koordinasiyası və nəşri ilə bağlı bilavasitə cavabdeh struktur bölmə fəaliyyət göstərmir.

İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları statistikasının təşkili institusional yanaşma ilə bərabər funksional yanaşma tələb edən bir sahədir. Çünkü, informasiya texnologiyaları onun istehsalı, yayılması və tətbiqi ilə bağlı bir sıra iqtisadi fəaliyyət növlərini əhatə edir. Məsələn, rəsmi statistikada İKT-nin əsas indikatorlarından olan internet, mobil telefon və s. xidmətlərin istehsalında - İKT bilavasitə bir institut kimi çıxış edir. Yəni, statistik müşahidə vahidi bilavasitə

İKT müəssisəsi hesab olunur. Bu zaman onun makroiqtisadi göstəricilərdə, o cümlədən ÜDM-dəki paymı tapmaq çətin deyil. Lakin, İKT iqtisadiyyaün rabitə sektorу ilə yanaşı, müxtəlif sahələrdə - sənayedə, ev təsərrüf-atlarında, təhsildə və digər sosial sahələrdə təmsil olunur. Bu halda statistik müşahidə vahidi İKT müəssisəsi deyil, avadanlıqlar, onlann iqtisadiyyatda və sosial həyatda, müəssisələrdə, ev təsərrüfatlarında və s. təmsil olunma səviyyəsi və digər keyfiyyət göstəriciləri hesab olunur.

Neticədə, informasiya cəmiyyətirrin formallaşmasında, rabitə və informasiya texnologiyaları sahəsinin iükişafını və onun infrafstrukturunun öyrənilməsində və ÜDM-də İKT-nin mövqeyini müəyyənləşdirmək və dinamikasını izləmək üçün əlavə qayda və metodologiyalaşa ehtiyac yaranır.

Bizim fikrimizcə, İKT statistikasını inkişaf etdirmək üçün gələcək fəaliyyət istiqamətlərimizdə aşağı-dakılardan əhatə olunmalıdır:

- göstəricilər sistemini formallaşdırmaq;
- müşahidə qaydalarını müəyyən-ləşdirmək;
- beynəlxalq metodologiyaları tətbiq etməklə İKT üzrə statistikanın təşkili.

Azərbaycamın rəsmi statistika külli-yatlarda və beynəlxalq təşkilatların məcmuələrinde Azərbaycan İKT-ları faktiki vəziyyətlə müqayisədə daha az göstəricilərlə təmsil olunur. Ona görə də, İKT göstəricilər sistemi forma-laşdırılmalı, beynəlxaiq müqayisə-ləliyin təmin olunması üçün kəmiyyət və keyfiyyət göstəriciləri müəyyən-ləşdirilməlidir. İKT məhsullarının istehsalı, xidmətlərin göstərilmesi və istifadə olunma səviyyəsi bu sistemin əsasını təşkil etməlidir. Qlobal İKT göstəriciləri, İKT-nin infrastruktur göstəriciləri, ev təsərrüfatlarında və müəssisələrdə, o cümlədən informasiya və kommunikasiya sektorunda, təhsildə və s. spesifik İKT göstəriciləri əhatə olunmalıdır. Ən əsası . isə bu sistem ayrı - ayn istifadəçilərin, o cümlədən beynəlxalq təşkilatların tələbatını öyrənilməli, aktual göstəriciləri müəyyən-ləşdirilməli, informasiya resurslarını qiymətləndirməyə, elmi-texniki və istehsal potensialının inkişafına, iqtisadi və sosial sahələrin İKT ilə əhatə olunma səviyyəsini müəyyən etməyə imkan verməlidir. Göstəricilər sistemi daim yeniləşməli, təkmil-ləşdirilməli və aktuallaşdırılmalıdır.

İKT sahəsində müşahidə qaydalan müəyyənləşdirilməlidir. Müşahidələrin apanılması, informasiya mənbəlerinin dəqiqləşdirilməsi və məlumatların toplanması mexanizmi hazırlanmalıdır.

Sorğu vərəqələrinin hazırlanması, müşahidə dairəsinin və müşahidə obyektlərinin müəyyənləşdirilməsi vacibdir. Göstəricilər sistemində əsaslanaraq hal-hazırda statistikada əhatə olunan və əlavə müşahidə tələb edən göstəricilər üzrə qruplaşdırılma aparılmalı və miişahidələr təşkil olunmalıdır.

Bütün yuxarda qeyd olunanlarla yanaşı, tədqiq cdilən İKT gösrəcilişinin, o cümlədən gösrəciliş sisteminin təsnifatının beynəlxalq təcrübə və qaydalara uyğun forma-laşdırılması, respublikamızda İKT sahəsində aşağıdakı prioritet istiqamətlərin inkişafına təkan olacağı və həmçinin də bu sektorla iqtisadiyyatın ayrı-ayrı sahələrinin müqayisəsində mühüm rol oynayacaqdır.

- Respublika üzrə əhalinin ayrı -ayı sosial təbəqələri arasında mövcud olan İKT əriliyinin, o cümlədən mərkəzlə regionlar və ucqar yaşayış məntəqələri arasında olan "rəqəmsal uçurum"un təhlili ilə bu problemin mərhələli olaraq aradan qaldırılmasına nail olunması;

- Rabitə və informasiya texnologiyaları sektorunda İKT göstəricilişinin ölçülülməsi, informasiya cəmiyyətinin qurulması və idarəolunması yönündə əniniin tələbinə cavab verəcək normativ-hüquqi bazanın tərmalaşdırılması və təkmilləşdirilmisinə əsas yaratması;

Ölkə iqtisadiyyatında rabitə və informasiya texnologiyaları sektorunun inkişaf tədirilməsinə və respublikada informasiya cəmiyyətinin formallaşmasına zəmin yaratması, o cümlədən cəmiyyətin sosial-iqlisadi həyatının bütün sahələrinin inkişafının sürətlədirilmesinə təkan verməsi;

- "Elektron hökumət" -in formallaşması, elektron dövlətin büñövrəsinin qurulması və elektron sənəd mübadiləsi təmin edilməsi;

- Beynəlxalq qurumlann, informasiya cəmiyyətinin ayrı - ayri təbəqələrinin və habelə digər əlaqəli təşkilatların İKT göstəricilər sistemində, o cümlədən dövlət intibrəsi resurslanna müraciəti ilə istəklərinə uyğun bərabər əsaslı imkanların yaradılması.

Azərbaycan da dünyanın bir parçası olaraq bu proseslərdən kənardə qalmayacaq. Hələlik isə İKT-nin aşağı mərhələlərinin inkişafı ilə kifayətlənən ölkəmizdə Internetlə bağlı geniş mübarizə

elementləri görünmür. Hamı sadəcə öz sahəsində özünə lazım olan texnologiyaları fərdi qaydada tətbiq etməklə məşğuldur. Kütləvi halda ne Internet reklamından, ne elektron qəzətdən, ne də axta-riş proqramlarından danışa bilirik. Böyük materialların toplandığı kataloqlardan səs- soraq yoxdur. Ancaq bununla belə hökumətin atdığı addımlar təqdir edilməlidir. Yavaş-yavaş da olsa, bəzi irəliləyişlər artıq özünü göstərir. Bu proseslər onu təsdiqləyir ki, Azərbaycan da dünyani özüne tabe etdirmiş Internetin gətirdiyi bütün yenilikləri qəbul etməyə, onun inkişafına çalışır və bu yolda uğurlara malikdir. Ona görə də gələcəkdə ölkəmizin daha böyük nailiyyətlər qazanacağını öncədən söyləmək mümkündür.

## **Ədəbiyyat siyahısı**

1. Azərbaycan Respublikasının Konstitusiyası. Bakı, 1995.
2. Агратин. Е.Г. Информационные обеспечение журналистов. «На примере агентства печати новости» - АПН Автореферат на соиск. Канд. Филологических наук. Спец. 05.25.04.
3. Актуальные проблемы журналистики. М., 1997.
4. Барыкин К.К. Банк информации или амбарная книга. Журнал. Журналист 1985г. №5 стр. 53-54.
5. Бекер Йорк Информации-фактор власти «Демократический журнал» 1987г. №6 стр. 21
6. Багиров Э. Г. Жанры телевидения. М., 1967.
7. Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение! М., 2002.
8. Буржуазные теории журналистики. М., 1983.
9. Бабаев З. Компьютерная журналистика. Стр. 22-23. Баку. 1994.
10. Əliyev R. Segahi görürəm. Kompyuter aləminə 16 səyahət. Səh. 15-38. Bakı, 1994.
11. Məmmədli C. Jurnalistikaya giriş. Səh. 301-303. Bakı, 2001.
12. Вачнадзе Г. Всемирное телевидение. Стр. 5-14, 101-107. Тбилиси, 1990.
13. Воевода В.Л. Организация работы редакций районных и городских газет в условиях новой техники. Диссертация. 1983г.
14. Ворошилов В.В. Журналистика С-II 1999 г.
15. Erik Fishtelius. Jurnalistikanın on qızıl qaydası. Bakı, 2002.
16. Jurnalistika məsələləri. Bakı, 1972 .
17. Jurnalist məsuliyyəti. Dünya Mətbuat Şuralarının təcrübəsi. Bakı Mətbuat Klubunun nəşri. Bakı, 2002.
18. Jurnalistika və hüquq. Bakı, 2002 .
19. Jurnalistlərin hüquq-məlumat kitabı. Bakı. 2000.
20. Kütləvi informasiya sahəində qanunvericilik. Bakı, 2001
21. KİV haqqında Azərbaycan Respublikasının qanunu. Bakı, 2000.
22. Mass-media və intellektual mülkiyyət. Bakı, 1998 .
23. Məmmədli C. Çağdaş Azərbaycan nəşrinin inkişaf meylləri. Bakı, 1998.
24. Məmmədli C. Muasir jurnalistika Bakı 2003
25. Osman Gündüz. İnternet – Azərbaycan resursları., B. 2005

26. Osman Gündüz, Qoǵxmaz Əfəndiyev, Nazim Rüstəmov. Komپüter-informasiya texnologiyalarının əsasları. Bakı -2006
27. Ümumdünya davranış etikası sistemləri. Bakı, 2000.
28. Vestnik MGU, seriya «Журналистика», 1992, № 4.
29. Vestnik MGU, seriya «Журналистика», № 4, 2002.
30. Ворошилов. В. Журналистика. Санкт-Петербург. 2000.
31. Горохов В.М. Гринберг Т.Э. Интерактивная журналистика: путь в будущее. «Информация и общество». М., 2000
32. Гуревич С.М. Экономика средств массовой информации. М., 1999.
33. Гусейнов. Э. Феномен компьютера. Газ. «Известия», 16.01.1990г.
34. Глазычев В.Л. О дизайне. Очерки по теории и практике дизайне на Западе. М., 1970.
35. Денис Э., Меррил Д.Т. Беседы о масс-медиа. М., 1997.
36. Доржиева Э.Д. Дизайн – новый этап в развитии газетной формы. Vestnik MGU, серия «Журналистика», №1, 1998.
37. Журналистика в буржуазном обществе. М, 1976.
38. Закон и практика средств массовой информации в странах СНГ и Балтии. М., 1999.
39. Засорина Т, Федосова Н. Профессия журналист. М., 1999.
40. Засурский. Я.Н. Журналистика и мир на рубеже тысячелетий. «Информация и общество». М., 2000.
41. Засурский. Я.Н. Журналистика в переходный период. Vestnik MGU,
42. Засурский И. Масс-медиа второй республики. М. 1999.
43. Землянова Л.М. Медиа и политика в переходный период. Vestnik MGU, серия "Журналистика", 1998, №5.
44. Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. М., 1999.
45. Кэрролл В.М. Новости на ТВ. М., 2000.
46. Лазаревич Я.А. Роль техники и технологии в становлении современной системы журналистики. "Информация и общество". М., 2000.
47. Мелиюхин И.С. Информационное общество. М., 1999.
48. Мишель А.Кarter. Современный дизайн газет. М., 1995

49. Павликова М.М. Сколько лет новой журналистике? Вестник МГУ, серия «Журналистика», №5, 2000.
50. Петрова Н.В.. Социальная ответственность медиамонополиста. Вестник МГУ, серия «Журналистика», 2001, №4.
51. Профессиональная этика журналистов. том I , М., 1999.
52. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики. М., 2000.
53. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. М., 2001.
54. Прохоров Е.П. Структура и проблема деонтологии журналистики. Вестник МГУ, серия «Журналистика», № 4, 2002.
55. Реддик Р, Кинг Э. Журналистика в стиле он-лайн. М., 1999.
56. Справочник для журналистов стран Центральной и Восточной Европы. М., 1998.
57. Сиберт Ф., Питерсон Т., Шрамм У. Четыре теории печати. М., 1997.
58. Табашников И.Н. Газета делается по модели. М., 1980.
59. Телевизионная журналистика. Учебник. М., 1998.
60. Телекоммуникации и право (вопросы стратегии). М., 2000.
61. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика: познавательно – психологический подход. М., 1998.
62. Тертычный А. А. Жанры периодической печати. М., 2002.
63. Тертычный А. А. Расследовательская журналистика. М., 2002.
64. Токвил А. Демократия в Америке. М., 1997.
65. Трошкин Ю.В. Права прессы: печать и власть. Вестник МГУ, серия «Журналистика», №4, 1997.
66. Тынянов Ю. Поэтика. История литературы. Кино. М., 1977.
67. Шайхитдинова С. К. Гносеология медиаэтики: организационная культура или «голос совести». Вестник МГУ, серия «Журналистика», № 4, 2002.
68. Шостак. М. И. Репортёр: профессионализм и этика. М., 2002.
69. Власова Т., Гостюшов А., Ершов Г., Електроника в газетном производстве. Журнал «Журналсит» 1985г. №5 стр. 51-52.
70. Георгиев Д. Режиссура газеты. 1979 с.123 Горбатый Э.Б., Ильина И.Р., Федоров Д.Л., «Система обработки текстов в капиталистических странах» . КН. Оргтехника за рубежом М. ВНИИоргтехника 1982г №1

71. Гуревич Д.М. основы научной организации журналистского труда. М. Высшая школа г. стр. 268300 стр. Гордуладзе Г П. «Как преодолеть отставание - проблема будущего, которая стала актуальной еще вчера» В кн. Журналистика и перестройка М. 1988 г. стр.140
72. Глушков В.М. Основы безбумажной информатики.
73. Гейч Карель «Журналистика в 2000 году» - Журнал «Демократический журнал» 1987г. №3
74. Галкин С.И. «Проблемы планирования и научной организация труда в редакция газет» м.1973г. Диссертация канд. Филологических. Наук. Стр. 187.
75. Засурский Я.Н «Научно техническая революция и журналистика вестника» МГУ серия Журналистика 1971.г. №4
76. Кочетков Г.Б. «Автоматизация конторского труда в США» М. Наука 1985г. стр. 224.
77. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики Москва 1998 г.
78. Azərbaycan Respublikasının Konstitutsiyası. 1997.
79. Azərbaycan Respublikasının Kütləvi informasiya vasitələri haqqında qanunu. 2000
80. Бел.1 Д. Социальные рамки информационного общества // Новая технократическая волна на Западе. – М., Прогресс, 1986.
81. Əlizadə. Y. Radiojurnalistikanın əsasları. Bakı. 1991
82. İnfomasiyalı cəmiyyət: azadlıqlar, qadağalar. Azerbaycan Jurnalıstləri Müdafiə Komitəsi. Bakı. 2002
83. Jurnalistika məsələləri. Bakı.1972
84. Курносов И.Н. Информационное общество: Планы и программы зарубежных стран
85. Мелиохин И.С. Информационное общество. МГУ. 2000
86. Məhəggətmərov. Q. Radio dalğalarında. Bakı. 1999
87. Məmmədli. C. Müasir jurnalistika . Bakı. 2003
88. Ракитов А.И. Наш путь к информационному обществу // Теория и практика общественно-научной информации. М., ИНИОН, 1989.
89. Ракитов А.И. Философия компьютерной революции. М., 1991.

90. Современные средства телекоммуникации: Технологический и политический аспект// Телекоммуникации и информатизация общества. М., ИНИОН, 1990.

91. Ворошилов В.В. Журналистика. Санкт-Петербург. Издательство Михайлова В.А. 1999.

92. Засурский Е.Н. Информационное общество и средства массовой информации. МГУ.1999

#### Jurnallar:

93. Babayev Z. Internetdəki elektron qəzetləri üstünlükleri və nöqsanları. «Bakı Universitetinin Xəbərləri», №2.2003. Səh.251-256.

94. Babayev Z. Internet yeni media kimi. «Bakı Universitetinin Xəbərləri», №3.2003. Səh.272-278.

95. Babayev Z. Elektron hesablama məşinləri və jurnalistika. «Müxbir», 7 iyul 1986. Səh.27-29.

96. Чельщев В. Сезон охоты на свободное слово. «Журналист», 11.2003.Стр.57-59.

97. Чельщев В. Цыплят в сети считали по весне. «Журналист», 6.2003. Стр. 56-57.

#### Internet resurslar:

98. Вейлер К., Инго Маурер Р. Сетевые СМИ – другая журналистика. [www.mediasprut.ru](http://www.mediasprut.ru)

99. Горный Е. Интернет для журналистов. [www.russ.ru](http://www.russ.ru)

100. Дорожкин А. Бумажная и сетевая журналистика. [www.computerra.ru](http://www.computerra.ru)

101. Зверева Н. Сетевая журналистика: СМИ против СМИ. Победителя не будет. [www.gazeta.kg](http://www.gazeta.kg)

102. Интернет для журналистов. [www.internews.ru](http://www.internews.ru)

103. Интернет журналистика. [www.journalism.ru](http://www.journalism.ru)

104. Информационное общество. Документ представленный Международной Федерацией Журналистов. [www.i-u.ru](http://www.i-u.ru)

105. Ковалев А. Ложка меда в бочке дегтя. [www.marketer.ru](http://www.marketer.ru)

106. Курдяев Н. Инструменты веб-мастера. [www.webschool.narod.ru](http://www.webschool.narod.ru)

107. Лежепеков Н. Интернет: проблемы, функции и перспективы развития. [www.webnik.narod.ru](http://www.webnik.narod.ru)

108. Медиакритика и интернет. [www.mediareview.by.ru](http://www.mediareview.by.ru)
109. Сыченнов В. Интернет и кибержурналистика. [www.mediart.ru](http://www.mediart.ru)
110. Gromov Gregory R. The roads and crossroads of Internet history. [www.netvalley.com](http://www.netvalley.com)
111. Jane B.Singer. Online Journalists: Foundations for research into their changing roles. [www.ascusc.org](http://www.ascusc.org)
112. Kristula D. The history of the Internet. [www.davesite.com](http://www.davesite.com)
113. [www.google.ru](http://www.google.ru)
114. [www.рамблер.ru](http://www.рамблер.ru)
115. [www.ans-dx.com](http://www.ans-dx.com)
116. [www.space-az.com](http://www.space-az.com)
117. [www.media-az.com](http://www.media-az.com)
118. [www.xeber.net](http://www.xeber.net)
119. [www.azeronline.com](http://www.azeronline.com)
120. [www.echo.com](http://www.echo.com)
121. [www.azerinform.net](http://www.azerinform.net)
122. [www.yenimusavat.com](http://www.yenimusavat.com)
123. [www.turaninfo.com](http://www.turaninfo.com)
124. [www.azadliq.az](http://www.azadliq.az)
125. [www.525ci.com](http://www.525ci.com)
126. [www.olaylar.net](http://www.olaylar.net)
127. [www.sherq.com](http://www.sherq.com)
128. [www.yeniazerbaycan.com](http://www.yeniazerbaycan.com)
129. [www.azertag.com](http://www.azertag.com)

# Mündəricat

Giriş .....	3
-------------	---

## FƏSİL 1

Azərbaycan Respublikasının inkişafı naminə informasiya və kommunikasiya texnologiyaları üzrə milli strategiyası və internet jurnalistikası .....	24
--	----

## Fəsil 2

Şəbəkə jurnalistikasının xüsusiyyətləri .....	37
Internet jurnalistica ən yeni və operativ informasiya vasitəsi kimi .....	37
Kağız KİV-i və şəbəkədə reklamın effektivliyi .....	41
Internet jurnalistikada məlumatın toplanması, hazırlanması və ötürülməsi .....	43
Internet səhifələrin hazırlanmasında istifadə olunan HTML redaktorları .....	44
Elektron qəzetlər - onların Azərbaycanda fəaliyyəti və perspektivləri .....	55
Azərbaycan Internetinin media resurslarının növləri .....	67
Azərbaycanda virtual jurnalistikən perspektivləri. ....	71
Internetdə informasiya axtarışı.....	83
Internet televiziyası özü ilə nə gətirəcək?.....	85
Domenlər .....	89

Virtual ünsiyyət vasitələri .....	90
TelekonfransLar .....	91
Internet Real Chat - Internetdə real ünsiyyət və ya sadəcə Çat .....	92
Şəbəkə oyunları.....	93
Virtual şəhərlər.....	93
KlubLar .....	94
Internetdə reklam.....	95
Internet fırıldaqdan əziyyət çəkir .....	96
Internetin düşmənləri.....	99

### Fəsil 3

<b>Jurnalistikada kompüterin tətbiqinin xarici təcrübəsi .....</b>	<b>100</b>
Qəzet dizaynının müasir formaları .....	116
Qəzeti yaradılması prosesində istifadə olunan bəzi kompüter proqramları .....	131

### Fəsil 4

<b>YENİ İNFORMASIYA TEXNOLOGİYASI- INTERNET</b>	
Internet şəbəkəsinin müasir vəziyyəti .....	
Internetin informasiyanın əldə olunmasında mövcud imkanları .....	144

## Fəsil 5

<b>ELEKTRON NƏŞRLƏRİN HAZIRLANMASI İLƏ BAĞLI TƏCRÜBİ MƏSƏLƏLƏR .....</b>	167
Internet etiket anlayışı.....	174
Internetdə müəllif hüquqları. Internet və qanun .....	175

## Fəsil 6

<b>Internet jurnalistikası ən yeni dövrün həqiqətidir .....</b>	184
Çap mətbuat orqanının elektron versiyasının yaradılması.....	207
Azərbaycanda Internet jurnalistikanın təşəkkülü və gələcək perspektivləri .....	217
Azərbaycanda ən çox hansı web poçtlara üstünlük verirlər?.....	222
Azərbaycanın axtarış proqramları .....	223
Azərbaycanın klaviatura düzümü istifadəçilərin işinə yaramır .....	224
<b>NƏTİCƏ.....</b>	234
<b>Ədəbiyyat siyahısı .....</b>	239

Çapa imzalanmışdır: 23.04.2007.  
Formatı 60x84 1/16. Sifariş № 65.  
Həcmi 15,5 ç.v. Sayı 200.

---

---

Bakı Universiteti nəşriyyatı,  
Bakı ş., AZ 1148, Z.Xəlilov küçəsi, 23.