

<https://doi.org/10.36719/2706-6185/43/32-36>

Aynur Nəsirova
Bakı Dövlət Universiteti
filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
aynur.bsu@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2463-8813>

İxtisaslaşmış televiziyalarda xəbərin qrafik həlli

Xülasə

Rəqəmsal televiziyanın geniş əraziləri əhatə etməsi televiziya jurnalistləri qarşısında yeni imkanlar açır. Texnologiya və izləyici istəyindəki fərqlilik isə ixtisaslaşmış kanalların yaranmasına səbəb olub.

Məqalədə ixtisaslaşmış kanalların ümumi kanallarla oxşar və fərqli cəhətləri, hədəf auditoriyaları, yayım prosesində istifadə edilən yeni texnologiyalar, tematik yayımda xəbərin qrafik həlli, data jurnalistikanın önəmi, xüsusiyyətləri, Azərbaycanda tətbiqi araşdırılıb. Araşdırmada vizuallaşdırmanın televiziya xəbərlərində ilk tələb kimi ortaya qoyulmasına diqqət çəkilib. Bildirilib ki, müasir televiziyalarda xəbərlərin təqdimatında vizual və audio effektlərə geniş yer verilməklə yanaşı, qrafik həll də mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Televiziya yayımında yeni texnologiyalardan istifadə məzmunun yaradılması, ötürülməsi və istehlak prosesini kökündən dəyişib. Qrafiklər, xəritələr, infoqrafikalar, animasiyalar xəbərin məzmununu daha anlaşılan edir, keyfiyyəti və təsir gücünü artırır. Müasir texnologiyalar yayımın keyfiyyəti ilə yanaşı, səmərəliliyini və interaktivliyini də artırır. Azərbaycanda data jurnalistikaya önəm verən media orqanlarının fəaliyyətinin araşdırılması zamanı gəlinən nəticəyə əsasən, qrafikalarla iş istənilən səviyyədə deyil. Səbəb isə bazarın liber formada deyil, büdcə əsasında ayaqüstə qalmasıdır.

***Açar sözlər:** yayım prosesi, ixtisaslaşmış televiziya, rəqəmsal televiziya, data jurnalistika, xəbər*

Aynur Nasirova
Baku State University
PhD in philology
aynur.bsu@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-2463-8813>

Graphic Solution of the News on Specialized Televisions

Abstract

The expansion of digital television has opened new opportunities for television journalists. Differences in technology and viewership have led to the emergence of specialized channels.

This article explores the similarities and differences between specialized and general channels, target audiences, new technologies used in the broadcasting process, graphical solutions for news in thematic broadcasting, the importance and characteristics of data journalism, and its application in Azerbaijan. The study emphasizes that visualization is a primary requirement in television news. It is highlighted that, in modern television news presentations, graphic solutions, alongside visual and audio effects, play a crucial role. The use of new technologies in television broadcasting has fundamentally changed the processes of content creation, transmission, and consumption. Graphs, maps, infographics, and animations make news content more understandable, enhance its quality, and increase its impact. Modern technologies have improved both efficiency and interactivity, in addition to broadcasting quality. The study concluded that media organizations in Azerbaijan, which emphasize data journalism, still face challenges in utilizing graphics effectively. The main reason for this is that the market is driven by budget constraints rather than free-form production.

Keywords: *broadcasting process, specialized television, digital television, data journalism, news*

Giriş

Rəqəmsal televiziya geniş əraziləri əhatə etməsi ixtisaslaşmış kanalların sayını artırır. Televiziya tamaşaçıların maraqlarına uyğun proqramlar izləmək istəyi reallaşdırıb. Milli kanallarda reklam bloklarının uzun zaman almağa başlaması, xəbərlərin məqazınlaşması və reyting istəkləri kimi tamaşaçıları televiziya uzaqlaşdıran məsələlər geridə qalıb. Texnologiya dünyasında dəyişikliklər və daha az maliyyə ilə çox sayda kanalın ortaya çıxması tematik televiziya kanallarının çəşidlənməsinə də təsirsiz qalmayıb. Araşdırmalarda ixtisaslaşmış kanalların yaranma səbəbi texnologiya və izləyici istəyindəki fərqlilik kimi xarakterizə edilir (Çelikcan, 2001).

Tematik kanallar əsas televiziya kanallarına ciddi alternativ sayıla bilər. İxtisaslaşmış kanallar ümumi kanallardan seçilir və ümumi xüsusiyyətlərə malik məhdud hədəf auditoriyasına malikdir. Məhdud hədəf kütləsinin ortaq maraqları yayımın məzmunu müəyyənləşdirir. Bir sözlə, tematik televiziya kanalları, yayım məzmunu və hədəf auditoriyası nəzərə alınmaqla məhdud auditoriyaya malikdir, hədəf kütləsi ümumi tamaşaçı yox, xüsusi auditoriya qruplarıdır. Xəbərlər, sənədli filmlər, idman, musiqi və bənzər janrlarda tematik televiziyalara rast gəlinir (Çetin, 2009).

Tədqiqat

İxtisaslaşmış kanalların hər birinə xas özəllik onların ümumi auditoriya əvəzinə bəlli bir tamaşaçı qrupuna ünvanlanmasıdır. Tematik kanallar tək bir mövzuda yayımlanan kanallar olduğundan hər kəsin izləməsi üçün əlçatan olmayan xüsusi tezliklərdə yayımlanır. Çelikcana görə, bu kanalların yayımı xüsusi tamaşaçı qruplarına istiqamətlənir, onların zövqlərinə uyğun məzmun yayımlayır (Çelikcan, 2001).

Xəbər sahəsində ixtisaslaşan televiziyalarda vizuallaşdırma ilk tələb kimi ortaya qoyulur. Televiziya xəbərləri – informasiya ilə zəngin materialdır və izləyicinin onu qavraması üçün müəyyən əqli iş tələb olunur. Araşdırmalara əsasən, yadda saxlama, bir qayda olaraq, verilmiş məlumatların mövzularının qaranlıq xatırlanması formasında reallaşır. Yeni formatların geniş vüsət almasına baxmayaraq, xəbərlərin çatdırılma və "qablaşdırma" üsulları daim dəyişir.

Sürətli və həddən artıq çox olan məlumat axını izləyiciyə ötürmək üçün fərqli yollardan istifadə edilir. Xüsusilə də statistik və rəqəm dolu məlumatların auditoriyaya dəqiq və düzgün ötürülməsi üçün vizual həll vacib amildir. Xəbərlərin təqdimatında vizual və audio effektlərə geniş yer verilməklə yanaşı, qrafik həll mühüm əhəmiyyət kəsb edir. Qrafiklər, xəritələr, infoqrafikalar, animasiyalar xəbər məzmununu daha anlaşılana edir, keyfiyyəti və təsir gücünü artırır.

1. Yayım prosesində texnologiyalardan istifadə

Televiziya yayımında yeni texnologiyalardan istifadə məzmunun yaradılması, ötürülməsi və istehlak prosesini kökündən dəyişib. Müasir texnologiyalar yayımın keyfiyyəti ilə yanaşı, səmərəliliyini və interaktivliyini də artırır.

Rəqəmsal yayım yüksək keyfiyyətli audio və video ötürür, eyni spektrdən daha çox kanal və yüksək dəqiqlikli məzmun yayır. Peyk və kabel yayımı sifariş əsasında çoxsaylı kanal və məzmunu tamaşaçılara çatdırır. Yüksəksürətli internet əsasında yaradılan yeni nəsil interaktiv rəqəmsal televiziya olan İPTV birbaşa yayım və sifariş əsasında videolar təqdim edir. İPTV interaktivliyə imkan yaradır. İnternet vasitəsilə birbaşa tamaşaçılara təklif olunan media xidməti olan OTT platformaları Netflix, Hulu, və Amazon Prime kimi xidmətlər məzmunu birbaşa internet üzərindən çatdırır. Bulud texnologiyası isə yayımçılara məzmunu daha effektiv saxlamaq, idarə etmək və çatdırmaq imkanı verir. Bulud texnologiyası canlı yayımlarla yanaşı məzmunun cədvəl vasitəsilə ötürülməsi zamanı da əlverişlidir. Belə ki, avtomatlaşdırma zamanı insan müdaxiləsi azalır, etibarlılıq artır. Yüksək dəqiqlikli və ultra-yüksək dəqiqlikli yayım SD, HD, 4K və 8K məzmunu tamaşaçılara daha canlı təqdim edir. Ən son texnologiya olan avtomatlaşdırılmış yayım və süni intellekt kameraların hərəkətini, səsi, real vaxtda tərcümə və altyazıda inqilab yaradıb. Bir sözlə, yayım prosesində texnologiyalardan istifadə məzmunu reallığın fərqli müstəvisində izləyiciyə çatdırır.

Qeyd etdiyimiz kimi, açıq rəqəmsal məlumatların geniş məlumat bazası media məzmunu da rəqəmsallaşdırıb. Rəqəmsallaşmanın pik həddə çatması jurnalist üçün böyük imkanlar açıb. Artıq media rəqəmsal informasiyalara söykənən data jurnalistikaya daha çox sərmayə ayırır.

2. Data jurnalistikanın əhəmiyyəti

Məlumatlar üzərində qurulan data jurnalistika təkcə cədvəllərdən ibarət rəqəm toplusu deyil. Data jurnalistika infoqrafikadan istifadə etməklə detallı xəbər yazmağa imkan yaradır. Araşdırmanın faktlara, rəqəmlərə əsaslanaraq yazılması jurnalistin işini asanlaşdırır (Mayyer-Shenberger & Kuk'yer, 2013).

Data jurnalistika jurnalistlərə hekayələr söyləmək üçün yeni və maraqlı yollar təklif edir. Datadan ilk dəfə 19-cu əsrdə istifadə edilib. 1821-ci ildə "The Guardian" qəzetində Simon Rogers müxtəlif kateqoriyalardan olan tələbələrə sayını göstərən məktəblərin siyahısını dərc edib (Data-jurnalistika, 2013). Amerikalı jurnalist Adrian Qolovati isə 2006-cı ildə ənənəvi mətnlə birlikdə strukturlaşdırılmış, maşınla oxuna bilən verilənləri təyin edən yazı ortaya qoyub (Makarova, 2020).

Data jurnalistinin fəaliyyətinin əsasını məlumatlar, faktlar təşkil edir. "Faktların məqsədi çox-funksiyalıdır: onlar informasiya mesajının əsasına da çevrilə bilər, arqumentlər və sübuta əsaslanan sübut kimi çıxış edə bilər" (Kim, 2004).

Data jurnalistikasının müsbət tərəfi mürəkkəb mövzuların sadələşdirilməsi, problemin dərinliyinə varmaq, fərqli perspektivlər ortaya qoymaqdır. Əsasən siyasi, iqtisadi, təhsil və digər sahələrdə açıq verilənlər xəbər halına salınır ki, bu zaman da statistik savadlılıq açıq məlumatlardan faydalanır. Data jurnalistikada rəqəmsal məlumatlardan alət kimi deyil, mövzunun, konsepsiyanın, açarın formalaşması üçün əsas resurs kimi istifadə edilir (Shilina, 2013).

Jurnalistika artıq məlumatlar əsasında yeni inkişaf dövrü keçir. Verilənlər yalnız statistik məlumatlar – miqrasiya məlumatları, xəstəliklər, siyasi səsvermələr, maliyyə hesabatları deyil. Rəqəmsal üsulla şəkil, video, audio materiallar da data jurnalistikanın təqdimat forması kimi auditoriya qazınır (Sherstyukova, 2012).

3. Data jurnalistikanın Azərbaycan təcrübəsi

Xəbər sahəsində ixtisaslaşan televiziya siyasəti prosesləri, seçki nəticələrini, seçici davranışlarını, partiyaların populyarlıq dinamikasını, iqtisadi göstəricilərin siyasətə təsiri ilə bağlı sorğular və s. məlumatları izləyicilərlə daha çox datalarla ötürməyə üstünlük verir.

İqtisadi yönümlü televiziya üçün iqtisadi göstəricilərin dəqiq təhlili və təqdimatı vacib şərt olduğundan yayım zamanı qrafikalara üstünlük verilir. Auditoriyaya iqtisadi vəziyyət obyektiv datalarla ötürülür. İzleyici inflyasiya, işsizlik, ÜDM artımı, valyuta məzənnələri, maliyyə bazarları, canlı bazar məlumatları, enerji və əmtəə bazarları haqqında statistik məlumatları data analizlərindən alır. Qrafik təhlillər həm də mövcud iqtisadi trendlərin və risklərin müəyyənləşdirilməsinə, gələcək iqtisadi tendensiyaların proqnozlaşdırılmasına şərait yaradır. İqtisadi yönümlü kanallar izləyicilərə interaktiv qrafiklər, analiz vasitələri və xüsusi tətbiqlər vasitəsilə məlumat əldə etmək imkanı yaradır (Anderson & Rainie, 2012).

Dünyada "CNBC", "Bloomberg" və "Fox Business" kimi kanallar həm fərdi izləyicilər, həm də peşəkarlar üçün əsas informasiya mənbəyi hesab olunur. Azərbaycanda isə "Marja.az", "Banker.az" iqtisadi yönümlü onlayn platformalardır. Bu platformalarda əsasən biznes sektoru, maliyyə bazarları, şirkətlərlə bağlı xəbərlər yayımlanır. Burada iqtisadi göstəricilərin təhlili və proqnozlar infoqrafik materiallarla data mediasına bir sıra istinadlar edilərək verilir.

"ARB 24" televiziyası iqtisadiyyat üzrə ixtisaslaşmış kanal olduğu dövrdə özünün "Azərbaycan rəqəmlərdə", "Dünya rəqəmlərdə" layihələrində ölkə və eləcə də dünya üzrə analitik hesablara əsaslanaraq data jurnalistikasının tələblərinə cavab verən məhsullar hazırlayıb (Azərbaycan rəqəmlərdə, 2022). "Rəqəmlər" infoqrafika buraxılışı özündə müxtəlif statistik məlumatları əks etdirib. Statistik məlumatlarda açıqlanan son rəsmi rəqəmlər, müxtəlif illərə dair rəqəmlərin müqayisəli təhlili, göstəricilərdə qeydə alınan dəyişikliklər verilib. Rəqəmlər özündə Azərbaycanın iqtisadi göstəricilərini – ÜDM istehsalı, əhalinin gəlirləri, ticarət dövriyyəsi, ixrac və idxal göstəriciləri, enerji istehsalı, dövlət büdcəsinə dair müxtəlif göstəricilər, müxtəlif sahələr üzrə istehsal rəqəmlərini əks etdirib. Rəqəmlərdə xüsusi hadisə/tarixlərlə bağlı statistika da olub.

44 günlük Vətən müharibəsi və post-müharibə dövründə artıq xəbər kanalı olan “ARB 24” televiziya xəbərlərin qrafikalarla ötürülməsinə, rəqəmlərin məzmununa dəyişiklik edib. Ermənistan ordusunun məhv edilən hərbi texnikaları, azad olunan ərazilərdə görülən işlər, ərazilərin iqtisadi potensialı, əhali sayı, məşğulluq göstəriciləri, kənd təsərrüfatı potensialı ilə bağlı göstəricilərdən də istifadə edilib. Xəbər sahəsində ixtisaslaşan bütün televiziyalarda olduğu kimi Azərbaycanda da qrafiklərin və məlumat vizualizasiyalarının hazırlanması üçün data əsaslı həllər tətbiq edilir. Rəqəmlərin strukturunda ümumi məlumatın verildiyi başlıq, spesifik məlumatların yer aldığı yarım-başlıq və statistik göstəricilər əks olunan səhifələrə daha çox yer verilir. Əsasən göstəricilərin yer aldığı rəqəmlər daha böyük xronometraja sahib olur (Mark Coddington, Clarifying Journalism's Quantitative Turn, A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting, 2015).

Təhsillə bağlı xəbərlərdə də datadan istifadə vacib amildir. Belə ki, qrafikalar auditoriyaya təhsil sisteminin müxtəlif aspektlərini anlamaq və təhlil etmək imkanı verir. Bura müəllim və şagird statistikaları, təhsil nəticələri, investisiya və büdcə, təhsil metodları və proqramlar, təhsil bazarının tələbləri və s. aid edilə bilər. "Təhsil" onlayn televiziya işini məhz bu prinsip əsasında qurur. "Təhsil" TV televiziya kanallarında elmi-mədəni və təhsil proqramlarındakı informasiya qıtlığını qismən aradan qaldırır.

Nəticə

Media öz prinsiplərini saxlamaq şərti ilə dövrün informasiya texnologiyaları ilə uzlaşmaya məcburdur. Bu, onun üçün vacibdir ki, jurnalistika sadəcə praktiki vərdisləri yüksək olan kadrların kommunikasiya elmini zamanla öldürüb yeni qaydaları kor-koranə formalaşdırmasın. Canlı yayımlar zamanı istifadəçi reaksiyalarının və baxış məlumatlarının analizi, reytinglərin izlənməsi, məlumatların təhlili, bir sözlə dataya əsaslanan interaktiv məzmun televiziya jurnalistikasının keyfiyyətini artırmaq və auditoriya ilə daha interaktiv əlaqə qurmaq məqsədini daşıyır.

Tematik kanallarda real zamanda sosial şəbəkələr və onlayn platformalarda izləyici marağını müəyyənləşdirmək, təhlil etmək gələcək proqram strategiyası baxımından əhəmiyyətlidir. Bu, müxtəlif yaş qrupları və maraq dairələri üçün xüsusi məzmun hazırlanmasına yardım edir. Reklamverənlərin hədəf auditoriyasına çatmasını təmin etmək üçün də datanın rolu danılmazdır. Müştəriləri (oxucu, izləyici və dinləyici) anlamaq və təkmilləşmək üçün rəqəmlər və sorğular datalar üzərindən verilməli və daim analiz edilməlidir. Data bu istiqamətdə peşəkar və analitik material yayımlayan media qurumunun köməyinə gəlir.

Ölkəmizdə media analitik baxımından əziyyət çəkdiyindən data jurnalistikasının inkişafı istənilən səviyyəyə gəlib çata bilməyib. Bunun bir çox səbəbləri var, lakin əsas səbəb bazarın liberal formada deyil, büdcə əsasında ayaqüstə qalması ilə əlaqəlidir.

Data jurnalistikası ilə məşğul olan jurnalist üçün ixtisaslaşma vacib amildir. Jurnalist mütləq hansısa sahə üzrə ixtisaslaşmalıdır. Bu, iqtisadiyyat – maliyyə, energetika və s. də ola bilər, turizm, mədəniyyət, idman, siyasət də. Bundan əlavə jurnalist minimum səviyyədə vacib proqramları öyrənməli, xəbərin daha sürətli çatdırılması üçün analiz və təhlil bacarığına yiyələnəlidir. Süjet, reportaj hazırlamaq üçün ekspertdən açıqlama alıb, onun fikrinə istinadla yanaşı, rəqəmlər üzrə analiz qabiliyyəti də əsas şərtlərdəndir. Çünki texnoloji inqilabın jurnalistikanı nə qədər dəyişdirdiyi və dəyişdirəcəyi göz önündədir. Şəffaf eynək və ya kontakt linzalar kimi yeni texnologiyalarla reportyor gözlərinin fokuslandığı yerin video, foto şəkillərinin, audio yazılarının yazılacağı, 5G sistemi vasitəsilə məlumatı qəbul edib, dərhal mərkəzə ötürüləcəyi də proqnozlar sırasındadır.

Ədəbiyyat

1. *Azərbaycan rəqəmlərdə*. (2022). ARB24. Youtube.
<https://www.youtube.com/playlist?list=PLDlw7ftA1sGqOFVhT2dIKvH2s98uK9-cP>
2. Çelikan, S. (2001). *Tematik Nəşriyyat və Reklam*. Akdeniz Universiteti, Ünsiyyət Fakültəsi Nəşriyyatı.
3. Çetin, N. (2009). *Xəbər Kanalı Fenomeni və Yayım Siyasəti İlişkisi*. İstanbul Universiteti SBE Yayınlanmamış Magistrlik Tezi.

4. Anderson, J., & Rainie, L. (2012, June). *The Future of Big Data Pew Internet & American Life*.
5. *Data-zhurnalistika*. (2013). Uchebnoye posobiye. http://ria.ru/files/book/_site/vvedeniye_4.html
6. Kim, M. N. (2004) *Zhurnalistika. Metodologiya professional'nogo tvorchestva*.
7. Mayyer-Shenberger, A., & Kuk'yer, K. (2013). *Big Data. Revolyutsiya, kotoraya izmenit to, kak my zhivem, rabotayem i myslim*.
8. Makarova, N. Ya. (2020). Zhurnalistika dannykh v sisteme professional'nykh kompetentsiy zhurnalista. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 4(38).
<https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistika-dannyh/viewer>
9. Mark Coddington, Clarifying Journalism's Quantitative Turn. (2015). *A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting*.
<https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/21670811.2014.976400>
10. Shatskova, N. (2021). *Data-zhurnalist: kto eto i pochemu yego rabota tak vostrebovana*.
11. Shilina, M. G. (2013). Data-zhurnalistika, zhurnalistika metadannykh kak novyy format mediakommunikatsii: k voprosu formirovaniya issledovatel'skikh podkhodov. *Mediascope*, 1.
<http://www.mediascope.ru/node/1263>
12. Sherstyukova, M. *Data-zhurnalistika kak novoye napravleniye v sisteme sredstv massovoy kommunikatsii*. <http://www.2012mic.org.ru>