

Vəfa Zahid qızı İSGƏNDƏROVA

Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru

BDU-nun Elmlər doktorluğu proqramı üzrə doktorantı

E-mail: vafa1.aslan@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4167-7531>

COP 29 TƏDBİRİNİN DÜNYA VƏ AZƏRBAYCAN MEDİASINDA VİZUAL TƏQDİMƏTİ

Xülasə

COP 29 iqlim dəyişikliyi ilə mübarizəyə yönəlmiş beynəlxalq ekoloji müqavilə olan Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İqlim Dəyişikliyi üzrə Çərçivə Konvensiyasının (UNFCCC) Tərəflərin 29-cu Konfransına (COP) istinad edir. COP konfransları ölkələri, hökumətləri və maraqlı tərəfləri iqlim dəyişikliyi ilə bağlı tədbirləri, o cümlədən istixana qazı emissiyalarının azaldılması, inkişaf etməkdə olan ölkələrdə iqlim tədbirlərinin maliyyələşdirilməsi və global əməkdaşlığın genişləndirilməsini müzakirə etmək üçün bir araya gətirir. Bu il BMT-nin İDÇK-nın Tərəflərin 29-cu konfransı məhz Azərbaycanda keçirilmişdir. Məqalədə Azərbaycan media subyektlərinin COP 29-dakı rolu, tədbirlə bağlı əsas dataların (verilənlərin) vizual formada işıqlandırılması problemi araşdırılmış, müsbət və mənfi tərəfləri təqdim edilmişdir. Xarici ölkələrdən yüzlərlə jurnalist bu tədbiri işıqlandırmaq üçün Bakıya gəlmişdir. Fərqli ölkələrdən gələn mütəxəssislərin həyat hekayələri haqqında çoxlu sayda reportaj hazırlanmış və yazılar yazılmışdır. Müəyyən olunmuşdur ki, araşdırılan mövzu ilə bağlı Azərbaycan media subyektlərində data vizuallaşmalar xarici ölkələrin media resurslarına nisbətən daha az olmuşdur. Buna baxmayaraq, bütün Azərbaycan media resursları COP 29 tədbiri ilə bağlı çoxlu sayda materiallar təqdim etmişdir.

Açar sözlər: media, COP 29, data, vizuallaşma, iqlim dəyişikliyi, mətn, həyat hekayələri

UOT: 070

DOI: <https://doi.org/10.54414/OTAY4475>

Giriş

Müasir dövrdə data jurnalistikası ən geniş yayılmış araşdırma jurnalistikası sahələrindən biridir. Araşdırma jurnalistikası informasiya əldə etmə və təqdim etmə formaları da daxil olmaqla, bir çox məqamda ənənəvi jurnalistikadan fərqlənməkdədir. Bu jurnalistika sahəsi xalq tərəfindən bilinməsi istənməyən xəbərin mövzusu olan hadisənin dərinəndən araşdırılması, bunun nəticəsində əldə edilən informasiyaların doğruluğunun yoxlanılmasına əsaslanan bir jurnalistika sahəsidir.

Data jurnalistikası bütün bacarıqlı insanları, ilk növbədə məlumatı ilk əldən əldə etməkdə yaxşı olanları, hekayələrdən müəyyən nəticə çıxara bilənləri, hekayələri yazma bilənləri, məlumatı vizual edə bilənləri və ya məlumatları interaktiv edə bilənləri cəlb edə bilər. Getdikcə

datalara əsaslanan jurnalistika təkcə hekayələr söyləməkdən ibarət deyil, həm də axtarış edilə bilən verilənlər bazalarından tutmuş tətbiqlərə qədər insanların istifadə edə biləcəyi məhsullar istehsal edir [1, s 5].

Data jurnalistikasının nəzəri bazasına diqqət yetirəndə, qeyd etmək vacibdir ki, data jurnalistikası məhsulu araşdırmaların, statistik və rəqəmlərə əsaslanan məlumatların tələbi ilə ərsəyə gəlir. Belə ki, data məlumatlı xəbərlərin üç əsas növü vardır:

1. Verilənlərə əsaslanan xəbərlər – verilən rəqəmsal məlumat əsasında birbaşa hazırlanmış xəbərlərdir;

2. Tədqiqatlar üçün xəbər verilənləri – verilmiş məlumatlara dair birbaşa xəbərlər deyil, burada xəbərlər üçün istifadə olunan verilənlərin izahı, aydınlığı və ya tədqiqatıdır;

3. Verilənləri izah edən xəbərlər – burada xəbərlər verilənlərə gətirən yolu göstərir. Bu, jurnalistlərin oxuculara doğru gedən yolunu asanlaşdırmaq üçündür [2, s 25-26].

Ən yaxşı data məhsulu hazırlama prosesi əsasən aşağıdakı dörd mərhələdən ibarətdir: böyük verilənlərin əldə edilməsi (buna qazılması da deyilir), onların araşdırılan mövzu ilə əlaqədar olanlarını filtdən (süzgəcdən) keçirilməsi, yaratdığımız rəqəmsal məlumatların vizuallaşdırılması və hekayə əlavə edilərək auditoriyaya təqdim edilməsi. Daha geniş izah etsək, buraya xam məlumatların tapılması, toplanması, yoxlanılması / aktual olmasının təmin edilməsi, məlumat toplusunun xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq təmizlənməsi, təhlili və vizuallaşdırılması / təqdim edilməsi prosesləri daxildir [2, s 57].

Əsas məsələ ondan ibarətdir ki, mükəmməl data məhsulu hazırlamağın yolu vacib data bazalara girişin sərbəst olmasıdır. Açıq data hər hansı bir qanuni məhdudiyyət (müəlliflik hüququ, patent və s.) olmadan hər kəs tərəfindən pulsuz istifadə edilə və yayıla bilən bilgi kimi müəyyən edilir. Ümumən bir datanın açıq data hesab olunması üçün o, müəyyən xüsusiyyətlərə malik olmalıdır. Həmin xüsusiyyətlər aşağıdakılardır:

✓ Lisenziyalı olmamalıdır: Bu prinsipə görə, datalar açıq lisenziya ilə ictimaiyyətə təqdim edilməlidir.

✓ Aktual və hərtərəfli olmalıdır.

✓ Datanın açıqlığına gəldikdə isə hər hansı çatışmazlıq və ya boşluq olmamalıdır, lazımi intervallarla yenilənməlidir.

✓ Əlçatan və istifadə edilə bilən olmalıdır: Bir data açıq data olmaq üçün asanlıqla əldə edilməli və əlçatan olmalıdır. Bundan başqa, datanın əldə edilməsi ilə bağlı inzibati və bürokratik əngəllər olmamalıdır.

Azərbaycanda keçirilən BMT-nin İDÇK-nın tərəflər konfransının 29-cu sessiyası mediaya çoxlu sayda verilənlərdən ibarət informasiyalarla zəngin materiallar verdi. Çünki həmin dövrdə mövzu ilə əlaqədar olan bütün data bazalar demək olar ki, media sektoru üçün açıq oldu. Bu baxımdan COP (BMT-nin İDÇK-nın tərəflər konfransı) konfranslarının rəqəmlərinin vizuallaşdırılması auditoriyaya daha çox data

jurnalistika məhsulu verə bilər. Ona görə də sözügedən mövzunu araşdırmaya cəlb etdik.

COP konfransları beynəlxalq iqlim sazişləri və təşəbbüslərini nəzərdən keçirmək və təkmilləşdirmək üçün davam edən prosesin bir hissəsidir. Məqsəd qlobal istiləşməni məhdudlaşdırmaq və iqlim dəyişikliyiinin mənfi təsirlərini azaltmaqdır. Əsas məqsədlərdən biri qlobal istiləşmə həddinin artmasının qarşısını almaqdır. Bunun üçün inkişaf etmiş ölkələrin emissiyaları azaltmaq və iqlim dəyişikliyiinin təsirlərinə uyğunlaşmaq səylərini dəstəkləyərək inkişaf etməkdə olan ölkələrdə iqlim fəaliyyətini maliyyələşdirməyə kömək etməsi vacibdir. Ümumən bütün ölkələr gələcək illər ərzində emissiyaların azaldılması və iqlimlə bağlı fəaliyyətin gücləndirilməsi üzrə planlarını əks etdirən milli töhfələr müəyyən edərək təqdim edirlər. Bu il Azərbaycan Respublikasında keçirilən COP 29 tədbiri həm yerli, həm də beynəlxalq media resurslarında ətraflı şəkildə işıqlandırılmışdır.

COP 29-un dünya mediasında işıqlandırılması

BMT-nin İqlim Dəyişikliyi üzrə xüsusi saytı [4] fəaliyyət göstərir. Bu saytda tez-tex yenilənən müxtəlif sənədlər və fotolardan ibarət çoxlu sayda bölmələr və başlıqlar təqdim edilir. Ancaq saytda “Paris anlaşması nədir” başlığı altında verilən NDC (Müəyyən edilmiş milli ianəçilər) haqqında olan animasiya xarakterli və “Platformalar və portallar” bölümü altında olan qeyri-market yanaşmaları hissəsindəki xəritə kimi az sayda data vizuallaşmalar təqdim edilir. Bununla yanaşı, noyabrın 11-dən 22-dək Bakı şəhərində keçirilən COP 29 tədbiri üçün “Yaşıl dünya naminə həmrəylikdə” sloqanlı COP 29.az adlı [5] saytı istifadəyə verilmişdir. Burada da çoxlu sayda verilənlər, statistik göstəricilər verilsə də, onların data vizuallaşmalarına yer verilməmişdir. Hətta media və xəbərlər başlıqları altında olan yazılarda belə vizual təqdimatlar verilməmişdir.

Rəsmi veb saytlardan fərqli olaraq, rəqəmsal media subyektlərinin yayımladığı kontentlərə müxtəlif növ data vizualizasiyalar daxil edilmişdir. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İqlim Dəyişikliyi üzrə Çərçivə Konvensiyasının (UNFCCC) Tərəflərin 29-cu Konfransı (COP)

ilə bağlı mediada təsvir edilən ən əhəmiyyətli mövzular aşağıdakılar olmuşdur:

1. Qlobal emissiyaların azaldılması
2. İqlim maliyyəsi
3. Temperatur proqnozları

Sözügedən mövzularla bağlı, daha dəqiq desək, emissiya hədəflərini, xalis sıfır hədəflərə doğru irəliləyişi və ya ölkə səviyyəsində töhfələri, iqlimin təsirinin azaldılması və uyğunlaşması üçün maliyyə vəsaitlərini, bərpa olunan enerjini, biomüxtəlifliyi, qlobal temperatur artımlarını və ya müxtəlif karbon emissiyası ssenarilərini göstərən vizuallar, qrafiklər və xəritələr transmilli media orqanlarında və yerli media subyektlərində öz əksini tapmışdır.

BBC-nin saytında noyabrın 8-dən başlayaraq, COP 29-la bağlı gündəlik olaraq məqalələr yayımlanmışdır [13]. Noyabrın 26-dək yayımlanan 29 məqalədən yalnız “Paris iqlim razılaşması nədir və 1.5 C nə üçün vacibdir?”, “Varlı ölkələr iqlim dəyişikliyi üçün yardım edəcəklərmi?”, “Nəyə görə Kanada növbəti nüvə enerjisi super gücü ola bilər”, “İqlim dəyişikliyi isti dalğaları, quraqlıqları, meşə yanğınlarını və daşqınları necə pisləşdirir”, “Dünya iqlim dəyişikliyi ilə mübarizədə necə işləyir?”, “Tramp iqlim dəyişikliyi ilə bağlı geri addım atsa, Çin addım atacaqmı?” başlıqlı yazılarda World Nuclear Association, US EPA, US NOAA, Our World in Data, Vaclav Smil, Energy Institute, GACC via Ember, ERA5, C3S/ECMWF kimi resursların təqdim etdiyi data vizuallardan istifadə olunmuşdur.

CNN-nin COP 29 tədbirinə həsr etdiyi az sayda məqalələrin heç birində data vizuallara rast gəlinmir. Reuters informasiya agentliyinin COP 29-la bağlı təqdim etdiyi analitik yazılardan heç birində data vizuallardan istifadə olunmamışdır. Eyni zamanda araşdırmaya cəlb etdiyimiz Euronews xəbər resursunda COP 29 tədbirinə aid yazılarda heç bir vizual qrafiklərdən yararlanılmamışdır. Yalnız bir sıra yazılarda Climate Change Performance Indexinin (İqlim dəyişikliyi Performansı İndeksi) təqdim etdiyi yaşıl ölkələrin sıralamasının rəngli cədvəli yer almışdır [6]

İqlim dəyişikliyi ilə bağlı olan demək olar ki, bütün verilənlər həm dünya, həm də yerli media subyektləri üçün əlçatan olmuşdur. Beynəlxalq

mediada ən çox tirajı və büdcəsi ilə seçilən iqtisadi qəzet The Financial Times da COP 29 tədbirini ətraflı şəkildə işıqlandırmışdır. Dünya ictimaiyyətinə açıq ödənişsiz giriş verən bəzi yazılarda data analitika vizual formada təqdim edilmişdir. Məsələn, “İkitərəfli ticarət qlobal karbon bazarı razılaşmasına işarə edir” başlıqlı yazıda qlobal karbon bazarı razılaşmasına işarə edən animasiya formasında data analitika verilmişdir [7]. Noyabrın 11-də yayımlanan “AB xalis sıfır hədəflərə çatmaq üçün mart ayında hər tərəfdən zərbələrə hazırlandı” adlı məqalədə Avropa Birliyi Şurasının təqdim etdiyi maliyyə yardımı ilə bağlı qrafik yer almışdır [8]. Qəzetin “Neft hasil edən ölkələr COP29-da qalığ yanacaqların buraxılmamasına görə tənqid atəşinə tutulub” başlıqlı 21 noyabr tarixli yazısında sahələr qzrə maliyyə gəlirləri haqqında Independent High-Level Expert Group on Climate Finance (İqlim Maliyyəsi üzrə Yüksək Səviyyəli Ekspert Qrupunun təqdim etdiyi data vizuallaşma özünə yer tapmışdır [9]. Eyni mənbənin təqdim etdiyi verilənlərdən ibarət cədvəl “COP29: İqlimə nağd pul tapmaq üçün yeni plan” adlı yazıda inkişaf etməkdə olan ölkələrin iqlimi üçün maliyyələşməsinə səfərbərliyini göstərmək üçün verilmişdir [10].

Financial Timesin “Tramp və Almaniya qeyri-müəyyən COP29 maliyyə danışıqları üzərində düşünürlər” başlıqlı yazısında IEA Methane Tracker 2024 adlı mənbənin təqdim etdiyi diaqram metan emissiyaları ilə bağlıdır [11].

COP 29-un Azərbaycan mediasında işıqlandırılması

Azərbaycanın bütün media subyektləri dünya mediası ilə müqayisədə BMT-nin İqlim Dəyişikliyi üzrə Çərçivə Konvensiyasının (UNFCCC) Tərəflərin 29-cu Konfransını (COP) çox geniş şəkildə işıqlandırmışdır. Belə ki, Azərtac, Trend İnformasiya Agentliyi, APA informaisya portalı, Report Agentliyi, Azərbaycan Televiziyası, Baku TV, Real TV kimi media resursları tədbirin işıqlandırılmasına daha çox diqqət yetirmişdir. Ancaq dünya mediasından fərqli olaraq, yerli media subyektləri öz kontentlərində data vizuallaşmalara yer verməmişdir.

APA informasiya portalı 2024-cü ilin əvvəlindən başlayaraq, tədbirin hazırlıq

mərhələsindən tutmuş final toplantısına qədər müxtəlif datalardan, statistik verilənlərdən ibarət yüzlərlə xəbər, açıqlama və araşdırma yazı təqdim etmişdir. Ancaq bu yazıların heç birində verilənlərin vizual təqdimatlarından istifadə olunmamışdır. AzərTac informasiya agentliyi istər COP 29 konfransı zamanı, istərsə də post COP 29 dönəmində sözügedən mövzuya yüzlərlə yazı həsr etmişdir. Ancaq AzərTac da yazıların heç birində data vizualizasiyalar təqdim edilməmişdir. Modern.az saytı da COP 29-a gələn qonaqların qarşılanmasından başlayaraq, tədbirin keçirilməsi prosesi və sonrakı dövrünü geniş şəkildə işıqlandırılmışdır. Mövzuya dair müxtəlif verilənlərin, tarixi sənədlərin toplandığı araşdırma yazılarda və ya xəbərlərdə təhlillərin vizuallaşdırılması olmamışdır. Trend İnformasiya Agentliyi də BMT-nin İqlim Dəyişikliyi üzrə Çərçivə Konvensiyasının Tərəflərin 29-cu Konfransına böyük diqqətlə yanaşmışdır. Agentlik üç dildə müxtəlif səpkili yazılarla çıxış etmişdir. Ancaq bu yazılarda da data vizuallaşma nümunələri olmamışdır. Report İnformasiya Agentliyi sözügedən tədir barədə məqalələrində mövzu ilə əlaqədar olaraq statistik rəqəmləri qalın şriftlə verməklə və rəngarəng fotoreportajlarla kifayətlənmişdir. Azərbaycan Televiziyasının saytında COP 29-un mahiyyətini izah edən “COP 29 Azərbaycana və dünyaya nə verəcək?” başlıqlı yeganə yazının içərisində hansı günlərdə hansı tədbirlərin keçirilməsi ilə bağlı cədvəl təqdim edilmişdir [12]. COP 29 tədbirindən sonra yayıma başlayan Azərbaycanın beynəlxalq AnewZ kanalının rəqəmsal platformasında isə COP 29 ilə bağlı cəmi üç videosüjet yerləşdirilmişdir. Eyni zamanda tədbirlə bağlı hər gün canlı yayımlar və reportajlar hazırlayan Baku TV kanalı data vizuallaşmalarla çıxış etməmişdir.

Ümumən, Azərbaycan media subyektləri COP 29-la bağlı əsasən bu işdə ölkəmizin öhdəlikləri, iqlimin maliyyələşdirilməsi, iqlim dəyişikliyinə qarşı həssaslıq, emissiyaların azaldılması və yaşıl enerji məqsədləri və başqa məsələləri əks etdirmişlər.

Nəticə

Hazırda insanların mediaya inamı getdikcə azalır. Bu mənada data jurnalistikası və onunla bağlı sahələr şəffaflıq və söz azadlığı baxımından

daha etibarlıdır. Buna görə də, gələcək üçün daha unikal və etibarlı sahə kimi, datalara (verilənlərə) əsaslanan jurnalistika potensial olaraq hərtərəfli və həyati əhəmiyyət kəsb edir [2, s 81].

Ümumiyyətlə, son illərdə texnologiyanın inkişafı ilə media sənayesində baş verən transformasiya tendensiyaları xəbər otaqlarında yeni vəzifələrin ortaya çıxmasına səbəb olub. Eyni zamanda onlayn jurnalistika, həll jurnalistikası, şəbəkə jurnalistikası, internet jurnalistika, multimedia jurnalistikası, mobil jurnalistika, blog jurnalistikası, alqoritm jurnalistikası, robot jurnalistikası, kompüter dəstəklı jurnalistika, data jurnalistikası kimi jurnalistika sahələrini ortaya çıxarıb. İndi jurnalistlər vəzifələrini yerinə yetirmək üçün yeni texnologiyalardan istifadə etməli, öz bacarıqlarını daim təkmilləşdirməlidirlər.

Daha çox iqtisadiyyat, kənd təsərrüfatı, maliyyə mövzularını əhatə edən data jurnalistikası son dövrlər iqlim dəyişmələri haqqında da yaxşı məhsullarla zəngindir. Birləşmiş Millətlər Təşkilatının İqlim Dəyişikliyi üzrə Çərçivə Konvensiyasının (UNFCCC) Tərəflər Konfransı (COP) ölkələrin iqlim dəyişikliyi ilə bağlı danışıqlar aparmaq və kollektiv tədbirlər görmək üçün bir araya gəldiyi əsas qlobal platformadır. Azərbaycan üçün COP 29-da iştirakı onun enerji siyasətləri, davamlı inkişaf məqsədləri və regional liderlik də daxil olmaqla bir sıra vacib səbəbə görə mühüm məqam hesab etmək olar. Onun qlobal və yerli mediada işıqlandırılması fərqli şəkildə olmuşdur. Yerli rəsmi media subyektləri və sosial media platformaları tədbirin bütün tərəflərini çox geniş şəkildə işıqlandırmış, çoxlu sayda statistik verilənlər təqdim etmişdir. Məlumatların, data təhlillərin vizual görüntüsü demək olar ki, diqqətdən kənarda qalmışdır. Bunun əksinə olaraq, dünyanın BBC, CNN, Financial Times, Euronews kimi tanınmış media resurslarında məsələnin işıqlandırılması çox sıx olmasa da, dərin araşdırmalar, data vizuallarla zəngin yanaşmalardan ibarət yazılar öz əksini tapmışdır. Bu data materialların hamısında çoxlu sayda infoqrafik təqdimatlar, rəngli və ya rəngsiz cədvəllər, xəritələr öz əksini tapmışdır. Bu isə onu göstərir ki, yerli media subyektləri də data jurnalistika məhsullarının hazırlanmasına xüsusi diqqət ayırmalı və onun inkişafına

təşəbbüs göstərməlidirlər. Çünki istər data jurnalistikanın, istərsə də geniş anlamda jurnalistikanın gələcək proqnozları peşənin texnologiyaya inteqrasiyasının sürətlənəcəyi yönündədir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. Paul Bradshaw. The Online Journalism Handbook. London. Second edition. 2017
2. Vəfa İsgəndərova. Multimedialı data analiz metodları. Bakı. Füyuzat 2025
3. Itzhak ROEH. Journalism as Storytelling, Coverage as Narrative. Thousand Oaks Vol. 33, Iss. 2, (Nov/Dec 1989): 162
4. <https://unfccc.int> Accessed December 19, 2024.
5. <https://cop29.az/en/home> Accessed December 20, 2024.
6. <https://www.euronews.com/green/2024/11/20/cop29-whats-happening-on-day-nine-of-the-un-climate-conference> Accessed December 23, 2024.

7. <https://www.ft.com/content/717089b9-04d3-4849-bb5c-2beea26b0d0e> Accessed December 24, 2024.
8. <https://www.ft.com/content/a74a5a0a-6759-481f-965a-59e6cb3ef6f8> Accessed December 25, 2024.
9. <https://www.ft.com/content/be97032d-af98-4b71-baf5-f44a535e51b9> Accessed December 25, 2024.
10. <https://www.ft.com/content/8e66b15a-26dd-465b-b96f-6492b7222442> Accessed December 26, 2024.
11. <https://www.ft.com/content/3193fdde-b268-46d8-96df-26d457f82284> Accessed December 27, 2024.
12. <https://aztv.az/az/news/31926/cop29-azerbaycana-ve-dunyaya-ne-verecek> Accessed December 28, 2024.
13. <https://www.bbc.com/news/topics/c4gxp72d5zyt> Accessed December 29, 2024

Vafa Zahid ISGANDAROVA

PhD in Philology

Doctoral student in the Doctor of Sciences program of BSU

vafa1.aslan@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4167-7531>

VISUAL PRESENTATION OF COP 29 EVENT IN WORLD AND AZERBAIJANI MEDIA

Summary

COP 29 refers to the 29th Conference of the Parties (COP) to the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC), an international environmental treaty aimed at combating climate change. COP conferences bring together countries, governments and stakeholders to discuss climate change-related measures, including reducing greenhouse gas emissions, financing climate action in developing countries and expanding global cooperation. This year, the 29th UNFCCC conference was held in Azerbaijan. The article examines the role of Azerbaijani media entities at COP 29, the problem of visualizing key data related to the event, and presents its positive and negative aspects. Hundreds of journalists from foreign countries came to Baku to cover this event. Numerous reports and articles have been prepared about the life stories of experts from different countries. It was found that data visualizations in Azerbaijani media entities regarding the topic under study were less than in media resources of foreign countries. Nevertheless, all Azerbaijani media resources provided a large number of materials related to the COP 29 event.

Keywords: media, COP 29, data, visualization, climate change, life stories

Вафа Захид кызы ИСКЕНДЕРОВА
Доктор философии по филологии
Аспирант программы докторантуры БГУ
E-mail: vafa1.aslan@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4167-7531>

ВИЗУАЛЬНАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЯ COP 29 В МИРОВЫХ И АЗЕРБАЙДЖАНСКИХ СМИ

Резюме

COP 29 относится к 29-й Конференции сторон (COP) Рамочной конвенции Организации Объединенных Наций об изменении климата, международного экологического соглашения, направленного на борьбу с изменением климата. Конференции COP объединяют страны, правительства и заинтересованные стороны для обсуждения действий по изменению климата, включая сокращение выбросов парниковых газов, финансирование действий по борьбе с изменением климата в развивающихся странах и расширение глобального сотрудничества. В этом году в Азербайджане прошла 29-я конференция сторон (COP) Рамочной конвенции ООН. В статье исследована роль азербайджанских медиа субъектов в COP 29, проблема визуального освещения основных данных, связанных с мероприятием, а также представлены ее положительные и отрицательные стороны. Для освещения этого события в Баку приехали сотни журналистов из зарубежных стран. Подготовлено множество репортажей и статей о жизни экспертов из разных стран. Установлено, что визуализации данных в азербайджанских СМИ по исследуемой теме были ниже, чем в медиаресурсах зарубежных стран. Тем не менее, все азербайджанские медиаресурсы предоставили большое количество материалов, связанных с мероприятием COP 29.

Ключевые слова: СМИ, COP 29, данные, визуализация, изменение климата, истории жизни

Daxil olub: 21.11.2024