

ELNARƏ ZEYNALOVA

*Bakı Dövlət Universiteti,**Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının dissertantı**E-mail: elnare.zeynalli@mail.ru***QLOBALLAŞMA VƏ SIYASI FƏALİYYƏTDƏ SOSIAL MEDIA**

Açar sözlər: yeni mediya, qloballaşma, sosial mediya, bloq, ictimai sfera, virtual birliklər, siyasət.

Ключевые слова: новые медиа, глобализация, социальные медиа, блог, публичная сфера, виртуальное соединение, политика.

Key words: new media, globalization, social media, blog, public sphere, virtual connection, politics.

Giriş

Yeni medianın formalaşması dünyadakı bütün insanlarla internet arasındakı əlaqələri genişləndirdi. Bu həm də insanlara özlərini bloqlar, veb saytlar, şəkillər və digər media növləri ilə ifadə etmək üçün şərait yaratdı. Qloballaşmış elektron əlaqələr nəticəsində insanlar arasındakı məsafələr qısaldı. Amerikalı iqtisadçı və jurnalisti Frances Chaimcross hələ 1998-ci ildə bu böyük inkişafı “məsafələrin ölümü”[1] kimi ifadə edirdi. Onun fikrincə yeni media sosial əlaqələrimiz üçün fiziki məkanın əhəmiyyətini azaldaraq, fiziki məkanla sosial məkan arasındakı əlaqələri tamamilə aradan qaldırmaqdadır. [2]

Qloballaşma

2001-ci ildən etibarən yeni media texnologiyalarının təkamülü ilə meydana gəlmiş qloballaşma bir növ dövlət sərhədlərindən kənarlaşmış fəaliyyət kimi ifadə olunur.

Yeni media mühiti “ictimai sfera” milli, siyasi və mədəni institutlarla qismən əlaqədar olmayan və yenidən qurulan bir proses kimi müəyyənləşir. İctimai sferanın qloballaşmasının bu istiqaməti coğrafi baxımdan millətlərin dünyaya açılması kimi izah olunur. Belə ki, “virtual əlaqələr” sosial məhdudluqları aradan qaldırmaq, coğrafi sərhədləri aşmaq üçün yaradılıb. Müasir media əlaqələri üzrə mütəxəssis, tənqidçi, yazıçı və müəllim kimi fəaliyyət göstərən Horward Rheingold qloballaşmış cəmiyyəti özünü müəyyənləşdirmiş şəbəkələr kimi təsvir edir. “İnsanlar virtual əlaqələrdə mübahisələr edir, xoş niyyətlərini bölüşür, intellektual mühakimələrlə məşğul olur, ticarət edir, plan qurur, dedi-qodu edir, ədavət yürüdür, eşqə düşür, kiçik və ya böyük incəsənət əsəri yaradır, yaxud çoxlu bekar söhbətlər aparır.”[3] Digər bir mütəxəssis Harward universitetinin professoru Sherry Turkleyə görə isə kompyuterlərin ikinci “şəxsə” çevrilməsi və maşınların canlanması, insanlıq əlaqələrini əvəz edə bilər. Onun fikrincə, yeni medianın başqa aləmlərin şüur sistemi ilə əlaqə yaratmaq imkanı var.[4]

Texnologiyanın sürətlə irəli getməsi qloballaşma prosesində müəyyənedici faktor kimi təklif edilsə də, texnologiyanın müəyyənliliyinə daxil edilən arqumentlər ümumi media təhsilində narazılıqla qarşılanır. Texnologiyadan istifadə edərkən onun yaranması, axtarışı, istehsalı, şəbəkədəki əlaqələrin təşkili və s. çoxsaylı prosesləri bir mərkəzə toplayan akademiklər eyni zamanda istifadəçi ilə bu prosesləri daim transformasiya edərək onun gələcək inkişaf prosesi üçün zəmin yaradırlar.

“Soft determinizm” nəzəriyyəsinin şərhçisi Castells qloballaşmanın məzmununu belə açıq: “Texnologiya cəmiyyəti müəyyən etmir. Heç bir cəmiyyət də texnoloji dəyişikliyi qayda olaraq yazıya köçürmür. Çünki fərdi ixtiraçılıq və “enterprenalizm” kimi bir çox faktorlar elmi

kəşflər, texniki yeniliklər və sosial tətbiqlər prosesinə qarışır və beləliklə, burada son nəticə qarşılıqlı əlaqə modelinin vəhdətindən asılıdır. Həqiqətdə texnoloji müəyyənlik dilemması ehtimal ki, saxta problemdir, çünki texnologiya cəmiyyətdir və cəmiyyəti texnoloji alətlər olmadan anlamaq mümkün deyil.”[5] Göründüyü kimi Castellsin irəli sürdüyü fikir Marshall McLuhan tezisi adlanan “Texnoloji inkişaf cəmiyyəti dəyişməyə təhrik edir”deyimindən fərqlənir.

Manovich və Castells sübut edirlər ki, mass (kütləvi) media fərdilik üzərində qiymətləndirilən kütləvi cəmiyyət sənayesi məntiqinə uyğun gəlir. Yeni media isə “hər vətəndaş böyük seçimlər arasından öz ideologiyasını seçə və şəxsi həyat tərzini yarada bilər. Kütləvi auditoriya üçün eyni obyektə vurğulamaq yerinə, marketinq ayrı-ayrılıqda hər fərdi hədəfləməyə çalışır.”[5] tezisi vasitəsilə qloballaşan cəmiyyət məntiqini izləyir.

Yeni media və siyasət

Daim inkişaf edən və dəyişən bir texnologiya qarşısında dünyanın eləcə də bununla əlaqədar olan insan həyatının dəyişikliyə məruz qalmaması mümkün deyil. “Dövrümüzün ən böyük kəşfi internetdirsə ən böyük vasitəsi də sosial mediadır”. [6] Daim yenilik, xəbər, şərh və görüntülərlə qarşı-qarşıyıyıq. İnsanlar bunu həyat təzlərinin bir hissəsinə çeviriblər və demək olar ki, günün istənilən saati, istənilən yerdə sosial media ilə təmas vəziyyətində qalmağa çalışırlar. Bu səbəbdən sosial media bir çox sahə və anlayışla əlaqəli vəziyyətdədir.

Müasir dövrdə yeni medianın varlığı ilə bir çox sahədə mövcud olan dəyişiklik özünü siyasi sahədə də göstərmişdir. Üstəlik siyasət meydanında bu dəyişiklik daha da təsirli olub. İlk əvvəl mediadakı bərabərliyə toxunaq. Sosial mediada hüquq bərabərliyi deyilən bir əlaqə meydana gəlib. Yəni, Twitter məkanında həm prezident həm də vətəndaş eyni tvit haqqına malikdir. Əvvəllər sadəcə siyasətçi dayanmadan danışır, dinləyicinin ürəyindən keçənlər isə adətən elə orada qalırdı. Lakin bu gün dinləyici dərhal münasibət bildirmə şansını əldə edib. Artıq siyasətçi əvvəlki rahat deyil, bəlkə də biraz narahatdı deyə bilərik. Bundan başqa siyasətdə iqtisadi cəhətdən zəif olan partiyalar yeni media vasitəsilə güclülərlə eyni imkanlara malik oldu. Çünki facebook və twitteri hər kəs müstəqil istifadə edə bilmə imkanına sahib olub və bu məcralarda müstəqil kütlə formalaşdırma, təbliğat aparma haqqını da əldə etmiş olurlar. Bundan başqa mitinq təşkil etmək imkanı olmayan bəzi partiyalar sosial media vasitəsilə bu mitinqləri rahat şəkildə həyata keçirə bilirlər. Onlar bu üsulla təsir dairəsi yaradaraq təşkilatlanmaya nail oldular. Siyasi partiyalar üçün mitinqlərə getmək istəməyən və televizor izləməyən gənc nəsə nüfuz etmək üçün sosial media, xüsusilə, önəmlidir. Yeni bir arena olduğundan bəzi siyasi partiyalar sosial mediadan düzgün istifadə etmədikləri təqdirdə əleyhidarlarının sayını artırma riski ilə də qarşı-qarşıyırlar. Siyasətdə mühüm nüanslardan biri də kütlələrə nüfuz edə bilməkdir. Məlum olduğu kimi əvvəllər mitinqlərə daha çox insan cəlb edə bilmək üçün pul və ya başqa yardım, cəlbədiçi təkliflər irəli sürən siyasi liderlərlə rastlaşırdıq. Bütün bunların getdikcə keçmişə çevrildiyi artıq hiss olunur. Çünki artıq twitterdə, “facebookda neçə izləyicin, dostun var?”, “facebook səhifən neçə dəfə bəyənilib?” kimi suallar aktualdır. İndi öz kütləni sosial mediada formalaşdırmaq daha çox gündəmədir.

Yeni medianın ictimaiyyətə necə imkanlar yaratdığını artıq dedik. Təbii ki, bir media nümayəndəsi olaraq yeni media jurnalistlərin işini də asanlaşdırdı. Misal üçün, “Gündəlik teleqraf” qəzetinin əməkdaşı Nərgiz Cavadzadə Prezident Administrasiyası İctimai-siyasi şöbənin müdiri Əli Həsənovdan tutmuş, bir çox deputat və siyasətçinin sosial media vasitəsilə verdiyi canlı müsahibə və digər informasiyalar qəzetin əməkdaşını yemək pulundan tutmuş mənəvi (qapılar arxasında gözlətmələr) və fiziki yorğunluğa qədər bir çox çətinliklərdən xilas etməkdədir. Müxbir rahat şəkildə reportajını yaxud müsahibəsini hazırlayıb sayta yaxud qəzet səhifəsinə yerləşdirir.

Yeni medianın təkamül dövründən danışarkən deməliyik ki, artıq hər kəsin öz şəxsi saytını, yaxud bloqunu yaratma imkanı var. Bu həqiqətən yeni medianın insanlara vermiş olduğu çox böyük bir şansıdır. İstədiyini yazını yayımlaya bilir və öz izləyici kütləni yarada bilir. Beləliklə bloq yazıçıları da siyasətdə təsirli olmağa başlayıblar. Çünki xeyli izləyici kütləsinə malik yazıçıların siyasi partiyalara xidmət etmə halları da baş verir. Öz auditoriyasına güclü təsir gücünə malik olan yazar istədiyi siyasi düşüncəni təbliğ edə bilər.

Son dövrlərdə siyasi partiyalar sadəcə çıxışları ilə səs almayacağını anladı. Çünki xalq informasiyanı vəziyyətdədir. Bu səbəbdən boş vədlər və sözlər vermək yerinə əlində hazır layihəsi olanı xalq daha üstün tutur. Əlbəttə ki, o layihənin nə dərəcədə bəyənilməsi də bir başqa müzakirə mövzudur. Bu məsələnin həlli üçün həmin layihələr əsasında və həmin adlarda saytlar yaradıldı. Beləliklə xalqın fikrinin nə qədər önəmli olduğu göstərildi. Xarici təcrübədə bununla bağlı maraqlı faktlarla qarşılaşmaq mümkündür. Məsələn, Türkiyədə bələdiyyələr gətirtmək istədikəli yeni şəhərdaxili marşrut avtobuslarının rəngindən tutmuş formasınadək bütün qərarları xalqın öhdəsinə buraxır.[7] Beləliklə xalqın istəyinə əsasən hərəkətmə metoduna başlayıblar. Bu yeni medianın ən böyük uğurlarından biridir. Digər bir nümunə kimi müxtəlif tədqiqat mərkəzlərini göstərmək olar. Əvvəllər kənd-kənd, rayon-rayon gəzərək aparılan və o qədər də obyektiv görünməyən araşdırmalar artıq aktuallığını itirib. İndi müxtəlif xəbər saytlarında seçki anketləri yerləşdirərək xalqın səsverməsinə şərait yaradılır.

Dünyanı dəyişdirmək tarix boyu şəxsiyyətlərin qəlbində utopik bir arzu olaraq kök salmış bir məvhumdur. Keçmiş dövrlərə nəzər salanda o şəxsiyyətlərin buna qismən də olsa nail olduqlarını etiraf edirik. Bizi əhatə edən cəmiyyət xeyli dəyişikliyə məruz qalıb. Əlbəttə ki kosmos heç də birdən-birə kəşf olunmayıb. Amma bütün bu kəşfləri edən də məhz insan zəkasıdır. Bu gün hər kəsdən məhz o şəxsiyyətlərdən olmasını gözləmək ağlasığmazdır. Lakin hər kəsdən yeni media vasitələrindən istifadə bacarığının olmasını gözləmək heç də imkansız bir şeyi istəmək demək deyil. Çünki yeni media ilə dəyişikliyə qoşulmaq "imkansız" anlayışını çox-çox geridə qoymağdadır. U Econun dünya adına "dairəvi kənd"[8] anlayışı da göstərir ki, müasir dövrdə əlaqə yerli-lokal anlayışını sıxışdırıb çıxarmağdadır. Çünki çox asan qurulan əlaqələr şəraitində ən kiçik xəbər belə bir çox ölkə və insanlara təsir edə bilər. Buna bariz nümunə kimi Julian Assangenin "Wikileaks"[8] saytını göstərə bilərik. 2010-cu ildən etibarən "Wikileaks" yaydığı məxfi informasiyalar, dövlət sirrləri ilə ABŞ başda olmaqla bir çox ölkələrdəki ayrı-ayrı siyasi nüfuzu sarsıtdı. Hətta bəzi dövlətlərin iqtisadiyyatı ortaya çıxan sənədlərə görə böhranla üzləşdi. Yaxud son dövrlər ABŞ-ın yüzdən çox dünya dövlətlərinin lider və önəmli şəxsiyyətlərinin telefon danışqlarını dinləməsi faktı yenə də yeni media sayəsində dünya gündəmində bomba effekti yaratmışdı.

Sosial media siyasətdə nəyə xidmət edir

Obama siyasi fəaliyyətə sosial mediada başlayan liderlərdən biridir. Onun ABŞ prezidenti seçilməsində böyük rol oynamış yeni media sonradan bir çox ölkə liderlərini də bu məcraya yönəltməyə başlamışdır. Virtual dünyanın sadəcə oyun və əyləncədən ibarət hesab edildiyi bir dövrdə Obama həmin virtual dünyaya daxil oldu. Hər kəslə dost oldu. "Dəyişməliyik və inanıram ki, bunun öhdəsindən birlikdə gələcəyik"[5] şüarı ilə virtual dünya sakinlərinin rəğbətini qazandı. Beləliklə, mitinqlərə gəlməyən, televizor izləməyən və siyasətçilərin eyni tipli çağırışlarından bezmiş böyük bir kütləni öz tərəfinə çəkərək seçkilərə qoşulmasına nail oldu.

İngiltərədə xalq arasında geniş yayılmış bir ifadə vardır: "Facebook və Twitter yarandı, mərdlik öldü".[6] Sosial media ilə birlikdə xalq öz siyasətini qurmağa başladı. Mövcud kontentlər xalq tərəfindən yaradıldığı üçün siyasətçilər onlara olan münasibəti nəzərə alaraq fəaliyyət göstərirdilər. Buna nümunə olaraq İngiltərədə baş nazir seçkiləri zamanı mühafizəkar partiyasından olan Deyvid Kameronu göstərmək olar. BBC Türkiyənin verdiyi xəbərə görə

Kameron qatıldığı televiziya proqramında çıxışına “O gün yanıma bir vətəndaş gəldi”[6] deyə bir lətifə ilə başlayıb. Bundan sonra Twitterdə Kameronun bu sözünə böyük bir nifrət çalxalanır və bu “Kameronun yeni lətifəsini dinləyin” adlı yeni saytın yaranması ilə sonlanır. Nəticə etibarlı ilə isə növbəti televiziya proqramında Kameronun lətifələrindən əsər-ələmət qalmamışdı. Qeyd etməliyik ki, hökumət və digər rəsmi şəxslər “sosial media məclisinə” qadağalar toplusu kimi baxırlar çünki insanların bu yolla dərhal reaksiyası ilə qarşılaşırlar.

Sosial media inqilabları

Son əsrin ən böyük hadisələrindən biri məhz Orta Şərqdə baş vermiş xalq üsyanları olmuşdur. Bunu xarici müdaxilələrlə əlaqələndirənlərlə yanaşı, əsas təkanverici qüvvə kimi yeni medianı görənlər də var. Əksər mütəxəssislərin fikrincə sosial medianın yaratdığı inanılmaz imkan qapalı ölkələri xarici aləmlə tanış etdi: “Əlaqələrin genişləndiyi bir dünyada insanlar başqa yerləri və müstəqil yaşam tərzlərini tanıdıqca öz şəraitlərindən narazı olmağa başladılar. Təbii on illərdir aldadılmaq hissini yaratdığı kin və nifrət duyğusu onları küçələrə tökdü. Və kiçik bir qıgılcım bunun üçün kifayət etdi. Tunisdə işsiz bir universitet tələbəsinin dəzğahı əlində alındığı üçün o özünü yandırdı. Bu “alov” qısa müddətdə geniş regiona yayıldı. Əvvəlcə Tunis sonra Misir, ardınca Libya, Suriya Qətər və Yəməndə üsyanlar başladı və hələ də davam edir.”[9] Hadisələrə ümumi şəkildə nəzər yetirəndə belə bir sualla qarşılaşırıq. Bu xalqlar necə oldu ki, belə təşkilatlandı və əksəriyyət yeni medianı əsas səbəb kimi görürlər. Asan əlaqə və getdikcə aydınlaşan vəziyyət təzyiq göstərən, qapalı rejimləri yıxmağa başladı. Onlardan kənar, yəni ətrafda tamam başqa bir dünya var olduğunu onlar da gördü. Digər bir ünsür isə həmin ölkələrdə mövcud olan fəvqəladə hal idi. Küçələrdə daim hərbiçilər olurdu və insanların bir yerə toplaşmasına icazə verilmirdi. Rejim sadəcə bu şəkildə hakim ola bilirdi. Heç kim mübahisə etməməli idi. Lakin virtual dünyada heç bir əsgər olmadığı üçün xalq Facebook və Twitter kimi sosial şəbəkələrdə təşkilatlanmağa başladı. Burada daim paylaşımlar, müzakirələr təşkil olunurdu. Sonda Tunisli gəncin qıgılcımı ilə bütün xalq küçələrə töküldü və XIX əsr Avropa inqilablarına bənzər bir dövr yaşandı.

Sosial media mövcud pərdələrin aradan qalxdığı bir dövrdür. Öz səhifəmizdə şəxsi informasiyalarımızı, siyasi fikirlərimizi, problemlərimizi və düşüncələrimizi rahat şəkildə paylaşa bilirik. Bundan başqa foto və videolarımız keçmişə aid xatirə və xəbərləri qısa da olsa yerləşdiririk. Paylaşdığımız və xoşladığımız şeyləri dostlarımız, yaxud hər kəs görür eyni zamanda biz də onları. Nəticə etibarlı ilə dostlarımızın bilmədiyimiz xüsusiyyətlərini də bilib, alışmağa zaman-zaman qarşı olduğumuz fikirlərə belə hörmətlə yanaşmağa başlayırıq. Beləliklə insanların iç-içə olduğu bir dünya formalaşır.

Nəticə

Təbii ki, sosial medianın faydaları kimi zərərləri də mövcuddur. Bunlardan ən mühümü isə “təbliğət” istəyidir. Sürətli, asan və geniş bir məkanda əlaqə imkanını yaradan yeni mediada bəzi insanlar öz düşüncələrini yaymaq naminə özlərini də təhlükəyə atacaq videolar yayımlaya bilirlər. Təbliğət naminə ölümlə qarşı-qarşıya gəlir yaxud gətirilirlər. Hakerlər internet üzərindən müxtəlif bankları soyub sonra soyğun anının videosunu paylaşırırlar. Digər xoş olmayan hal isə tez-tez gündəmdə olan kaset skandallarıdır. Ayrı-ayrı siyasətçilərin özəl həyatları ilə bağlı videolar çəkib yayımlamaqla onların siyasi fəaliyyətinə ağır zərbə vuran, hətta son qoyan hallarla az rastlaşmırıq. Yaxın keşmişdə hazırda fəaliyyəti dayandırılmış Azərbaycan Beynəlxalq Universitetinin keçmiş rektoru Elşad Abdullayev və sabiq deputat Gülər Əhmədova ilə bağlı sosial mediada əks səda yaradan video görüntülər nəinki bu iki şəxsin, özlüyündə bir çox insanın həyatında silinməz izlər buraxdı. Aydın görürük ki, bu baş verənlərin hamısı yeni media sayəsindədir və yeni media hər kəsə artıq daha çox diqqətli olmağın lazımlılığını söyləməkdədir.

ISTIFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. Frances Chairncross. The Death of Distance: How the Communications Revolution is Changing Our Lives. 1998.
2. Frances Chairncross. The Death of Distance: How the Communications Revolution is Changing Our Lives. 1998. səh.165
3. Horward Rheingold. New media and Globalization. Slevin, 2000. en.wikipedia.org
4. <http://www.rheingold.com/>
5. Lief Larson. Web 4.0: The Era of Online Customer Engagement. Online marketing magazine., January 5, 2012.
6. Сергей Бобровский. Про Web 2.0, 3.0 и 4.0.
<http://Corpsite/Service/Internet/www/Web2.aspx>
7. <http://www.siyasimedya.com/2013/03>
8. Wikileaks.org
9. Sırma Oya Tekvar. Yeni medya ve siyasete ilişkin yaklaşımlar.
<https://www.academia.edu/338513/>

ЗЕЙНАЛОВА ЭЛНАРА,
Бакинский государственный университет,
Аспирант кафедры журналистики

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ МЕДИА В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.

Автор стремился исследовать теоретические основы взаимоотношений глобализации и новых медиа также их влияние на политические процессы. В статье раскрывается роль новых медиа в жизни общества. Выводы обосновываются высказываниями ведущих зарубежных ученых и историческими фактами.

ZEYNALOVA ELNARA,
Baku State University,
Post-graduate student of the Department of Journalism

GLOBALIZATION AND SOCIAL MEDIA IN THE POLITICAL ACTIVITIES.

The author attempted to investigate the theoretical foundations of globalization and the new media and its impact on political events in the article. Based on historical facts and the ideas of foreign researchers was explained the role of the new media in society.

Rəyçilər: f.e.d. N.Əhmədli, t.e.d. Q.Əliyev
BDU-nun Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının 11 sentyabr 2014-cü il tarixli iclasının qərarı ilə çapa məsləhət görülmüşdür (protokol №1).