

ELNARƏ ZEYNALOVA

*Bakı Dövlət Universiteti,**Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının dissertantı*

E-mail: elnare_islamli@mail.ru

SOSIAL MEDIA: DEMOKRATIYA PLATFORMASININ ƏN SON MODELİ KİMİ

Açar sözlər: sosial media, yeni media, qloballaşma, ictimai sfera, virtual əlaqələr, siyasət

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

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

Giriş

Demokratik cəmiyyətlərdə media mühüm vəzifələr daşıyır. UNESCO-nun hazırladığı məşhur McBride hesabatında medianın funksiyaları göstərilərkən ilk əvvəl "xəbər və informasiya təminatı" funksiyası ön plana çəkilmişdi. "Fərdlərin cəmiyyət həyatının bir hissəsinə çevrilməsi, yəni ictimailəşməsi, ictimai maraqlar üçün motivasiya edilməsi və ictimai dəyərlərin diqqətə çatdırılması" [1] medianın başlıca funksiyaları arasında yer alır. Bundan başqa media insanların yaxşı vaxt keçirməsi, təhsil səviyyəsinin yüksəldilməsi, mədəni dəyərlərin qorunması kimi funksiyaları da yerinə yetirir. Beləliklə, media sözün həqiqi mənasında həyatımızın əsas hissəsi olmağa başlayıb.

Zaman keçdikcə media həqiqətin formalaşdırıcısına çevrilməkdədir. İctimai və özəl sahələr medianın yaratdığı informasiya cəmiyyətinə həbs olunmuş, sosial mövcudluğumuz "media gerçəkliyindən" süzülərək formalaşmağa başlamışdır. Medianın siyasi sistemdə rolu və bu rolu həyata keçirmə üsulları ilə bağlı fərqli mülahizələr olmaqla yanaşı media və siyasət arasındakı münasibətin qarşılıqlı əlaqəyə söykəndiyi iddiası daha üstünlük təşkil edir. Siyasi qüvvəni formalaşdırma və istiqamətləndirə bilən media mühüm qərar qəbul etmə mexanizmləri və siyasi təbəqə üzərində güclü təsir qüvvəsinə malikdir. Qloballaşma nəticəsində medianın iqtisadi və siyasi sahələrdəki rolu da artmış, media cəmiyyəti idarə edən bir qüvvəyə çevrilmişdir.

Sosial mediada siyasət anlayışı

Sosial medianın ən çox təsir etdiyi sahələrdən biri siyasətdir. İstifadəçilər istənilən mövzu ilə bağlı rahat şəkildə təhlillər aparır, gerçək həyatda qəbuluna düşə bilməyəcəyi insanlarla söhbət imkanı əldə edir, kimlərsə yüksəklərə qaldırarkən, başqalarını yerdən-yerə vura bilirlər.

Siyasəti cəmiyyətdəki fərqli sosial siniflərə mənfəətlərə və tələblərə malik fərdlər arasındakı mübadilə və mübarizə kimi ifadə etmək mümkündür. Siyasətin təməlinə müxtəlif mənfəət və düşüncəyə malik insanlar arasında yaranmış mübarizə dayanır. Bu mübarizənin səbəbi isə cəmiyyətdəki dəyərlərin və məhdud qaynaqların bölüşdürülməsinə cəhddir. Bölüşdürməni asanlaşdırmaq isə iqtidara yiyələnməklə mümkündür.

Siyasət sadəcə ehtiyatların bölüşdürülməsi uğrunda mübarizə deyil, eyni zamanda dəyərlərin bölüşdürülməsinə də xidmət edir. Başqa sözlə, siyasət cəmiyyətdə uzlaşmaq və birləşməyi hədəfləyərək hər bir fərdin xeyrinə olan cəmiyyət yaratmaq uğrunda mübarizədir. [2.]Göründüyü kimi siyasət necə görüldüyündən, hansı mənanın yüklənməsindən, hansı məqsədə xidmət etməsindən asılı olaraq formalaşan bir prosesdir.

Politoloq Van Dyke siyasəti "cəmiyyəti maraqlandıran məsələlər barədə öz seçimlərini qəbul və tətbiq etdirən, başqalarının irəli sürüdüğü variantları əngəlləyən müxtəlif aktyorların idarə etdikləri mübarizə" kimi ifadə edərkən, David Easton "maddi və mənəvi dəyərlərin hakimiyyət orqanları tərəfindən mənimsənilməs prosesini"[3.] siyasət adlandırır. Digər mütəxəssis İltər Turanın fikrincə sadəcə xeyli insanın birlikdə yaşaması siyasətin varlığını izah etməyə kifayət etmir. O bu insanların müxtəlif vasitələrlə bir-birinə bağlanmalarını və qarşılıqlı əlaqədə olmalarını siyasətin mühüm tələbi kimi irəli sürür: "Cəmiyyət özlüyündə bütün bir məvhum olsa da onu müəyyən sayda alt cəmiyyətlər formalaşdırır. Onda düşünmək olar ki cəmiyyətin ən səciyyəvi cəhəti müxtəlifliyə meyl etməsidir."[4.] Siyasət anlayışı sosial mediada da öz rəngini qoruyub saxlamaqdadır. Fərq ondan ibarətdir ki, siyasətçilər üçün vəziyyət əvvəlki qədər sadə deyil. Hətta biraz təhlükəlidir də deyə bilərik. Çünki qarşıdakı auditoriya bir neçə dəqiqə ərzində o qədər böyük bir nüfuzu özündə birləşdirir ki, necə deyərlər "yüz ölç, bir biç" məsəli siyasətçi üçün unudulmamalı qaydaya çevrilməkdədir. Bir neçə həftə əvvəl ABŞ-da onlarla polis tərəfindən vurularaq öldürülən qaradərili video görüntüsü, bir neçə gün əvvəl yenə bənzər hadisənin yaşanması və bunun sosial mediada geniş kütləyə çatdırılması ABŞ hakimiyyətinə olan inamını itirməyə başlamış sakinlərin etirazına səbəb olmuşdur. Təsəvvür edin, sosial media deyilən məcrə olmasaydı hadisə bu qədər böyük səs-küyə səbəb ola bilərdimi?

Texnologiya irəlilədikcə siyasi kampaniyalar da rəng dəyişdirməyə başladı. On il bundan əvvəl qədər yazılı KİV və "əldən-ələ, ağızdan-ağıza" yayılma strategiyası ilə irəliləyən siyasət kompaniyaları indi demək olar ki, tamamilə sosial media ilə idarə olunur. Lakin sosial mediada hər hansı bir xəbərin yeni qalma müddəti sadəcə 60 dəqiqədir. Bu da siyasətçiləri sosial media dünyasında tez-tez yeni dil tapmağa məruz qoyur. Sosial medianın insan həyatına bu qədər inteqrasiya olunduğu bir dövrdə, siyasətçilərin hələ də bu məcradan düzgün istifadə edə bilməməsi öz seçicilərinə bu qədər yaxın ikən onları itirməyi deməkdir. Halbuki, informasiyanın sürətlə yayıldığı bir dövrdə sosial medianın üstünlüklərinin fərqi olub, daim kompaniyalar keçirmək hər bir siyasətçinin iş prinsiplərindən biri olmalıdır. Unutmaq olmaz ki, hər yaş qrupundan olan gənclərin müstəqil şəkildə aktiv olduqları bu media siyasətçilər üçün mükəmməl vaistədir.

Dövr dəyişib. Bu gün ölkəmizdə sosial media siyasətçilərin "kütlə qavrayışını idarə etmək" məqsədilə yaratdığı lakin sadəcə proqramlarını və aldığı mükafat və təltifləri nümayiş etdirməklə kifayətlənən məcraya çevrilib. Facebook və Twitter sayəsində ola bilsin ki, siyasətçinin gün ərzində harda olduğunu, nə etdiyini, tərəfdarlarının sayını öyrənmək mümkün olmağa başlayıb. Lakin bu informasiyalar seçici üçün nə qədər önəmlidir, bu artıq müzakirəlidir. Düzgün istifadə edildiyi təqdirdə sosial media bundan sonra da siyasətçilərin əsas tanıtım məcrası olacaq lakin bunun üçün siyasətçilər sadəcə texnologiyayı dərinlən bilməklə kifayətlənməməli sosial davranış usullarını da düzgün təhlil edə bilməlidirlər.

Demokratik platformalarda sosial media

Sosial media eyni zamanda çox fərqli bir demokratiya platforması təqdim edir. Siyasətçilər sosial medianın yeni bir siyasi arena olduğunu qəbul etməklə yanaşı harada, necə, nə üçün istifadə etdikləri ilə bağlı fərqli profillər də yarada bilirlər. Daha aydın ifadəylə, sosial media müraciətinin xalq müraciətindən fərqli olduğunu anlamağa başlayırlar. Hər nə qədər adı media olsa da bu, bizim alışmadığımız bir məkandır. Çünki burada ikitərəfli əlaqə mövcuddur. Xüsusilə siyasətçilər buna həssaslıqla yanaşmalıdırlar.

Hələ 1950-ci illərdə iki mühüm sosioloq olan Lazarsfeld və Katz "ikitərəfli əlaqə" [5] modelini meydana gətirmişdilər, lakin o zamanlar internet hələ ortaya çıxmıdığı üçün həmin

əlaqə "ötürücüdən" "qəbulediciyə" uzanan modeli təşkil edirdi. Bu modelin digər əlaqə teoremlərindən fərqi arada bir vasitəçinin mövcud olmasıdır. Medianın bu nəzəriyyəsinə görə "qəbuledicidə" siyasətçi haqqındakı fikir bir başa media vasitəsilə yaranmır, aralıqda bu mesajları təsdiqlədə biləcəyi eyni səviyyəyə malik fikir bildirənləri, ailə üzvləri yaxud dostları olur. Necə deyirlər, ən yaxşı reklam qulaqdan qulağa edilən reklamdır.

Məhz bu məqamda deyə bilərik ki, sosial media tamamilə əlaqələrə söykənmiş məkan yaradır. Bu əslində siyasətçilərin axtarış tapma bilmədikləri, seçici ilə bir başa əlaqə yarada biləcəkləri və arzu etdikləri etimadı yarada biləcəkləri bir sahədir.

Səmimiyyət: siyasətçi üçün yeni üsul

Sosial media informasiyanın sürətlə yayıldığı bir məkan olsa da siyasətçilər bu "demokratik platformanı" şəxsi mənafehləri üçün istifadədən mümkün qədər çəkinməlidirlər. Onu da deyək ki, siyasətçilər üçün böyük önəm daşıyan lakin bundan lazımı şəkildə istifadə edə bilmədikləri, əksər vaxt gizli saxladıkları bir anlayış var: səmimiyyət. Halbuki dünyada son 10 ildir ki seçkilərdə qalib gələn kompaniyalara baxdıqda görürük ki, "fərdi yanaşma mövqeyi" və "səmimi olmaq" siyasətçini xeyli avantajlı edir. [6.] Başqa sözlə seçicilər hakimiyyətdə rahat şəkildə danışsın, cavab ala biləcəkləri siyasətçiləri görmək istəyirlər.

Fərdi münasibət əhəmiyyətlidir çünki sosial mediada siyasətçinin qarşısındakı adi oxucu yaxud dinləyici deyil, aktiv, sual verən, siyasətçi ilə maraqlanan bir auditoriyadır. Daha aydın desək siyasətçi üçün "nə versəm alacağ" fikrinin reallaşdığı dövr artıq dünyada bitib, bizdə isə hələ də yaşamaqda və ya can verməkdədir. Bu gün gənc siyasətçilər üçün sosial media daha əlverişli fərsətlər yaradır. Sosial mediadan yararlanan siyasətçi unutmamalıdır ki, fərdi yanaşmaq iştirakçıları və bilavasitə seçicilərinin sayını artırır. Siyasətçinin sosial mediadakı izləyiciləri onun sadəcə nə etdiyi ilə deyil, eyni zamanda "kimliyi" ilə də maraqlanırlar. Yəni sadəcə siyasət gündəmi deyil, bir insan kimi sevinciniz, kədəriniz, xoşbəxtliyiniz, qısqası nümunəvi insan olaraq da diqqət mərkəzində olursunuz. Bu səbəbdən fərdi yanaşma tərzini və səmimi olmaq dünya siyasətində hər zaman seçici sayının çoxalmasına xidmət edib.

Gənc siyasətçi üçün yeni əlaqə modeli

Siyasətçilər fərqli bir hədəf kütləsi ilə qarşı-qarşıya olduqlarının fəqindədirlər. Belə ki, artıq dəyişiklik istəyən, maraqlanan, sual verən möcüzəvi bir kütlə ilə qarşı-qarşıydılar. Bu qarşıdurmanı öz tərəfdarına çevirmək şansı da o qədər çoxdur ki... Təki bu səbəb belə sosila media ilə məcburi də olsa əlaqə yaratmaq üçün kifayətdir. Mühüm olan hansı paylaşımları edəcəyidir. Twitter bunlar arasında ən canlı, çevik əlaqə metodudur. Gəncləri isə facebook və instagram daha çox cəlb edir. Azərbaycan gənclik hər nə qədər yeni dövrün üstünlüklərini tez bir zamanda mənimsəyən təbəqə olsa da, əslində siyasətdən uzaq bir gənc nəsil müşahidə edirik. Dünya ilə müqayisədə bizdə siyasət yaşlıdır desək yanlışdır. Bir neçə ay əvvəl Türkiyədə baş verən "Gezi olayları"nda türk gənclərinin yeri gəldikdə siyasətin nə qədər dərinliyinə gedə bildiyini, hətta onun qarşısına bir sədd çəkə bildiyini hər birimiz müşahidə etdik. [7.] Bu, dünya siyasətində daha da irəliləyib. Gənclər siyasətə sadəcə qarışmır, siyasətçi modelinin özünə çevrilirlər. Çox da uğurlu alınır. Gənclər siyasəti idarə edə bilirlər və böyük miqdarda gənci öz arxalarınca aparırlar. Artıq sözlərin deyil, fikirlərin uçuşduğu bir dövrdəyik. Bu da göstərir ki, siyasətlə məşğul olmaq yaxın gələcəkdə yalnız və yalnız yeni medianı düzgün istifadə ilə mümkün olacaq. Unutmaq olmaz ki, yeni nəsil siyasətçilər sosial mediada sadəcə proqramlarını yerləşdirməklə deyil, fikirlərini duyurmaqla qalib gələcəklər. Bunun üçün isə vacib olan üç nüans var: siyasətçinin ideyaları, texniki infrastrukturu və səmimiyyəti. [7.]

Siyasətin yeni istifadə məkanı

Artıq məlumdur ki, sosial media dediyimiz bu dərin quyu düzgün istifadə edildikdə möcüzələr yarada bilir. Bəzi mütəxəssislərin fikrincə, sosial media hələ 2008-ci ildə Barak Obamanın qalibiyyətinin tək qaynağı olmasa da əsas təkan verici qüvvəsi idi. Türkiyə mediasının güclü qələm sahiblərindən biri olan Dəniz Ergürelə görə Obama ABŞ-da sadəcə ilk qaradərili prezident olmadı. O həm də sosial medianı ən düzgün şəkildə istifadə edə bilən siyasətçi ünvanına da malikdir.[6.] "Çox da tanınmayan, üstəlik qara dərilili və "müsəlman adı" daşdığı üçün ayrı-seçkiliyə məruz qalmış siyasətçidən enerjili, nəhəng bir dövlət adamının yaranması bir az da sosial mediadakı uğurunun nəticəsidir. Bu gün artıq elə böyük təəccüb doğurmasa, da o zamanlar Facebook və Tvitterdən şəxsən istifadə edərək seçiciləri ilə bir başa əlaqəyə girməsi çox səs-küy yaratmışdı. Seçkinin sonunda Obamanı dəstəkləyənlər nəticələrin açıqlanması ilə telefonlarına gələn bu mesajdan xeyli təsirlənmişdilər: "Buna birlikdə nail olduq, əziz yol yoldaşım; səninlə birlikdə tarix yazdıq." Hörmətlə Barak." [6.] Lakin bu barədə fikirlər heç də bir mənalı deyil.

Gorc Vaşinqton Universitetinin üzvü, keçmiş müxbir, ABŞ siyasətində əlaqə və davranışlar üzrə mütəxəssis olan Danny Hayesin fikrincə isə Obamanın qalibiyyəti heç də sosial media sayəsində olmayıb: "Amerikalı seçiciləri adətən iqtisadi vəziyyət, ölkənin müharibə şəraitində olub olmaması və ya prezidentin tanınmış olması faktı ilə daha çox maraqlandırır.

Obamanın 2008-ci il seçkilərində qalib gəməyinin tək səbəbi sosial media deyildi. Obama həmin il seçkilərdə qalib gəldi ona görə ki, ABŞ iqtisadiyyatı çox zəifləmişdi və seçicilər də xilaskar bir namizəd axtarışında idilər. İnkər etmək olmaz ki, sosial media mühüm əlaqə vasitəsidir, lakin namizədlərin çıxışları, onların seçicilərə ötürdüyü mesaj və seçicilərin onlardan gözlədiyi çıxış yolları daha vacibdir. 2012-ci il prezident seçkiləri də bundan fərqli olmadı. Obamanın qalibiyyətinin səbəbi sosial media deyil, ölkə iqtisadiyyatını inkişaf etdirdiyinə dair seçicilərdə formalaşdırdığı müsbət rəy idi." [8.]

Hayesə görə sosial media seçicilərin seçimlərini dəyişdirmir, sadəcə var olan seçimini daha da möhkəmləndirir. "Siyasətçiləri tvitterdə izləyən də, facebookda bəyənən də, yaxud videolarını youtube da izləyən kütlələr də adətən elə siyasi ruhlu partizanlar olurlar."

"Əslində sosial media siyasətçi üçün onu dəstəkləyənlərlə əlaqə yaratmaq deməkdir, qərarlı seçicilərlə yox. Adətən qapı-qapı gəzməklə həyata keçirilən kompaniyalar online kompaniyalardan daha effektiv olur. Sadəcə Youtube videoları hazırlayıb, tvitlər ataraq, facebookda şəkillər paylaşaraq seçki qazanmaq mümkün deyil. Siyasətçinin söyləyəcək mənalı sözləri və bu sözləri dinləyəməyə həvəsli auditoriyası olmalıdır." [8.]

Bəs Obamanı Mit Romneydən daha üstün edən səbəb nə idi?

Hayes gənc seçicilərin internet bağımlılığına işarə edir: "Əslində həm Obama həm də rəqibi olan Mitt Romney virtual məkanda demək olar ki, eyni uğurlu siyasəti həyata keçirirdilər. Lakin demokratların tərəfdarları respublikaçılarla müqayisədə daha gənc nüfuz olduğundan Obamanın sosial media vasitəsilə müraciət edə biləcəyi daha geniş bir kütlə mövcud idi." [8.]

Nəticə

Siyasi partiya üzvləri arasında əsasən orta və yaşlı nəslin nümayəndələri sosial medianı lazımi qədər mənimsəmiş deyillər. Üstəlik əksəriyyətinin də bu onlayn məkanla bağlı o qədər də təcrübəsi yoxdur. Yalnız gənc siyasətçilər sayəsində onlayn mediaya doğru addımlar hiss olunsa da, qeyd etməliyik ki, bunları təsirli strategiyaya çevirə biləcək liderlik yaxud komanda birliyi yaratma üsulunu mənimsəməyiblər.

Sosial medianı məşurlaşdıran və önəmli edən ən mühüm səbəb bu məkanda hər kəsin özünü ifadə azadlığına nail olmasıdır. Artıq dünya miqyasında hər hansı bir siyasətçinin sosial mediadan istifadə etməməsi onun hansısa televiziya kanalına müsahibə verməkdən imtina etməsi qədər qeyri-etik sayılır.

Sosial medianın siyasətə və siyasətçiyə qazandırdığı başlıca faydalar bunlardır:

- Təşkilatlanmanı asanlaşdırması
- Həqiqətləri asanlıqla öyrənmə imkanının yaranması
- İnsanlar arası əlaqənin güclənməsi
- Fikir və ideyaların sürətlə yayılması
- Təşkilatlanma üçün sərf edilən xərclərin azalması
- Daha çox insanın sosial-siyasi hadisələrə tez bir zamanda münasibət bildirməsi[9.]

Bu faydalar siyasi sistemdə şəffaflaşma, müstəqillik tələbinin artması, şüurlu təşkilatlanma və siyasi fəaliyyətin güclənməsinə səbəb olmaqdadır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. <http://iletisimci.blogspot.com/2009/11/unescoun-mcbride-raporu.html>
3 noyabr 2009
2. Doç.Dr. Abdullah Özkan. Küreselleşme sürecinde medya ve siyaset: Medya gücümü, "Gücün medyası" mı? <http://www.siyasaliletisim.org/>
3. David Easton, A Systems Analysis of Political Life. New York: John Wiley, 1965
4. İlter Turan, Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayınları, 1997, s.7
5. Shirky, C. "The Political Power of Social Media." Foreign Affairs Volume 90-1, 28-41. (2011).
6. Deniz Ergürel. Sosial media seçmen kararlarını nasıl etkiliyor. 29 mart 2014 <http://www.denizergurel.net/>
7. Mehmet Çoban. Yeni medya, yeni siyaset. 30 iyun 2013 <http://www.cumhuriyet.com.tr>
8. Deniz Ergürel. Siyasətçilər üçün sosial medya hem baş tacı, hem baş belası. 3 yanvar 2014
9. Nilden Postalci. Sosial media ve siyaset: Yeni ve özel bir ilişki. 15 avqust 2014. <http://www.nildenpostalci.com/>

ЭЛЬНАРА ЗЕЙНАЛОВА

*Бакинский государственный университет,
Диссертант кафедры международной журналистики*

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА: КАК ПОСЛЕДНЯЯ МОДЕЛЬ ДЕМОКРАТИЧЕСКОЙ ПЛАТФОРМЫ

В данном исследовании была изучена роль социальных медиа в политической деятельности и политическом движении. Автор сперва дает общую информацию о социальных медиа, а далее исследует их влияние в политической сфере, а также на демократические силы. Помимо этого исследована отношение к социальным медиа в политической деятельности.

ELNARA ZEYNALOVA*Baku State University,**Candidate for a degree in the Chair of International Journalism***SOCIAL MEDIA: THE LAST MODEL OF DEMOCRACY PLATFORM**

This study examines the role of social media in political participation and actions. In this survey, first, we are going to give general information about social media and then we examine to role of social media on political participation in terms of power of social media in politics and impacts of the democracy and attitudes towards to social media.

*Rəyçilər: f.e.d. N.Əhmədli, t.e.d. İ.Zeynalov**BDU-nun Beynəlxalq jurnalistika kafedrasının 03 dekabr 2014-cü il tarixli iclasının qərarı ilə çapa məsləhət görülmüşdür (protokol №04)*