

Müasir dünya bir çox mənbədən insanın üzərinə yağan çoxlu məlumat, aramsız informasiya axını ilə xarakterizə olunur: qəzetlərdən və televiziyadan saysız-hesabsız internet saytlarına və sosial şəbəkələrə qədər. Məhz belə bir şəraitdə media savadlığının əhəmiyyəti artır. Auditoriyanın medianın ötürdüyü mesajları tənqidi şəkildə dərk etmək, onların etibarlılığını və müəlliflərin irəli sürdüyü mümkün məqsədləri müəyyən etmək bacarığı önəmlidir. Bu konsepsiya XX əsrin ikinci yarısında, televiziya, radio və çap mediasının geniş yayıldığı zaman inkişaf etməyə başladı.



Rəqəmsal dönməmdə yeni media savadlılığı - manipulyasiyaya qarşı silah

O vaxt tədqiqatçıların əsas məqsədi ictimaiyyətə aldıkları mesajın sətirləti mətnini görməyi və hər hansı media mesajının arxasında gizlənə biləcək ideoloji və kommersiya maraqlarını sezməyi öyrətmək idi. Dünyanın bir çox ölkəsində media savadlılığı inkişaf edib media tədrisinə olan ehtiyacı üzə çıxarsa da, Azərbaycanda media savadlılığı sahəsində görülən işlərin tarixi çox yenidir. Daha sonra rəqəmsal texnologiyaların və qlobal internetin yaranması ilə media savadlılığına ehtiyac əhəmiyyətli dərəcədə artdı və təkcə informasiyanın təhlili deyil, həm də öz media məzmununu yaratmaq və onun yayılmasının etik, həmçinin hüquqi aspektlərini anlamaq bacarığı da bu sahənin zəruri elementlərinə çevrilməyə başladı.

XX əsrdə əsasən çap materialları - qəzetlər, jurnallar, radio və televiziya ictimai rəyin formalaşmasında əsas rol oynayıb. Kütləvi informasiya vasitələrinin kontent yaradıcıları - jurnalistlər və redaktorlar filtr funksiyasında çıxış edərək hansı hadisələrin işıqlandırılmağa layiq olduğuna, hansı məlumatın isə diqqətdən kənarda qala biləcəyinə qərar verirdilər. Bu dövr mərkəzləşdirilmiş yayım modeli, məzmun istehsalı və yayılması üçün nisbətən yüksək xərclərlə xarakterizə olunurdu. Qəzet biznesi və televiziya kanalları materialların müəyyən siyasət və keyfiyyət standartlarına cavab verməsini təmin edən, lakin eyni zamanda fikir müxtəlifliyini məhdudlaşdırma biləcək böyük redaksiyalar yaratdı.

Tənqidi düşüncə tərzi media savadlılığının əsasını təşkil edir. Bu keyfiyyət media məhsulunu kimin hansı məqsədlə yaratdığı, onun auditoriyaya necə təsir göstərə biləcəyi və informasiyanın hansı faktlara əsaslandığı barədə daim suallar vermək istəyində özünü göstərir. İnsan qəzetdən, televiziyadan, sosial şəbəkədən hər hansı məlumatı aldıqda, onun media savadlılığı səviyyəsi bu məlumatın manipulyasiya, təbliğat və ya xəbər olduğunu seçməyə imkan verir. İnformasiyaya belə skeptik münasibət olmadan saxta xəbərlərin və kliklərin qurbanı olmaq asandır, xüsusən də məzmun emosional və ya səs-küylü başlıqla təqdim olunarsa.

Media savadlığının digər mühüm aspekti müxtəlif media kanallarının fəaliyyət özünəməxsusluğunu dəqiq başa düşməkdir. Çap mədiası, televiziya, radio və onlayn platformalar - hər biri müxtəlif prinsiplər əsasında fəaliyyət göstərir. Televiziya daha böyük kütləvi auditoriyaya yönəlib, tamaşacıdan dərhal emosional reaksiya almağa çalışır, qəzet isə televiziyadan eşitdiyimiz xəbərin daha ətraflı təhlilini təqdim edə bilər. Sosial media, bloqlar və podkastlar interaktiv xarakterinə görə ikitərəfli ünsiyyət və mərkəzləşdirilməmiş paylama modelini nəzərdə tutur. Bu spesifikasiyi dərk etməklə insan aldığı mesajları daha düzgün şərh edə bilər və zamanla ənənəvi mənbələrin nüfuzunu internetdəki "xəbər ictimaiyyəti"nin populyarlığı ilə qarışdırır.

Rəqəmsal inqilabın gəlişi ilə ənənəvi medianı anlama bacarıqlarının artıq kifayət etmədiyi aydın oldu. İnternet istifadəçiləri nəinki başqalarının mətnlərini təhlil edir, həm də özləri media məzmununu yaradırlar: bloq yazmaq, foto və videolar yerləşdirmək, başqalarının yazılarına şərh vermək bu qəbildəndir. Məhz buna görə də media savadlığının sərhədlərinin genişləndiyini müşahidə etmək mümkündür. Daha dəqiq desək, yeni media dövrünə uyğunlaşdırılmış media savadlılığı vacib amilə çevrilib. Bu gün yeni media dövründə media savadlılığına texniki səriştə, analitik düşüncə, etik standartlara



beləd olmaq və onlayn məkanda effektiv qarşılıqlı fəaliyyət bacarığı daxildir.

XX əsrin sonu və XXI əsrin əvvəllərində vəziyyət kəskin şəkildə dəyişməyə başladı, İnternetin yaranması və geniş yayılması, sosial şəbəkələr informasiya mübadiləsini daha çevik hala gətirdi, həm də kütləvi kommunikasiya prosesini çoxşaxəli etdi.

Bloqların, podkastların, axın platformalarının yaranması və mobil cihazların çoxalması media məzmununun istehsalı və yayılması prosesini kökündən sadələşdirdi. İndi demək olar ki, internet bağlantısı və əsas texniki bacarıqları olan hər kəs "media istehsalçısı" ola bilər. Buna görə də yeni medianın interaktivliyi onun təməl özəlliyi kimi təsvir olunur: istifadəçi məlumat almaqla yanaşı, həm də dərhal öz fikrini bölüşə, müzakirəyə başlaya və ya öz materialını dərc edə bilər. Beləliklə, yeni media yönləndirmə prinsipi ilə səs, məlumat rabitəsini və kütləvi kommunikasiyanı vahid alətdə - eyni sistemdə birləşdirə bilər. Yeni media eyni bir kanal vasitəsilə audio, video və çap məhsullarını yayıa bilər.

Bütün bu imkanlar fərdlərə ətrafdakıların fotosəkillərini çəkmək, onları sürətlə yaymaq və onlara şərh vermək imkanı verir. Bu zaman fərdlər televiziyayaya, qəzetə bağlı qalmadan ətraflarında baş verənlərdən xəbərdar ola, üstəlik, öz xəbərlərini yarada bilərlər. Media məkanında baş verən bu cür köklü dəyişikliklər həm auditoriyaya, həm də peşəkar jurnalistlərə təsirsiz ötüşmədi. Bir tərəfdən, auditoriya daha geniş informasiya mənbələri və formatları arasından seçim etmək imkanı qazandı. Əvvəllər faktiki olaraq xəbər və analitik materialları öz inhisarında saxlayan ənənəvi media orqanları indi təkcə bir-biri ilə deyil, minlərlə müstəqil bloqçu, "Yutub" kanalı və sosial şəbəkələrdəki ictimai səhifələrlə rəqabət aparmalı olurlar. Digər tərəfdən, informasiya mübadiləsində ümumi sürətlənmə müşahidə olunur: xəbərlərin dərcolumnma sürəti dəfələrlə artıb və ənənəvi redaksiyaların sosial şəbəkələrdə lentin ani yenilənməsinə öyrəşmiş auditoriyanı saxlaması çətinləşib.

Media sahəsindəki bu yeniliklər bir sıra yeni problemlərin ortaya çıxmasına səbəb oldu. Rəqəmsal platformalarda mərkəzləşdirilmiş redaktə prosesi nəzərdə tutulmadığından yoxlanılmamış məlumatların, dezinformasiyaların və saxtakarlıqların kütləvi dövriyyəsi qlobal miqyas alır. Məhz buna görədir ki, nüfuzunu itirməməyə və ictimaiyyətin etimadını qorumağa çalışan jurnalistlər getdikcə fakt-cheqinq üsullarını mənimləməyə və gündəlik təcrübələrində tətbiq etməyə başlayıblar. Faktın yoxlanması həmişə jurnalistin etik normalarının və peşəkar iş rejiminin əsas aspekti olub. Operativlik uğrunda yarış çox vaxt keyfiyyətli jur-

nalistikaya əngəl olduğu üçün video, fotosəkil və mətnlərin çevik və dəqiq yoxlanılmasına ehtiyac artır.

Rəqəmsal əsr təkcə insanların məlumatı yaratma və qəbul etmə üsullarını deyil, həm də bütövlükdə insan həyatının psixoloji mənzərəsini dəyişdi. Yeni media ilə gündəlik həyatımızda sıx təmasdayıq: səhər açılan kimi smartfonlarımızda bildirişləri yoxlayır, söhbət edir, videolara baxır, xəbərlər oxuyur və öz bloqlarımızı yazırıq. Bütün bunlar şəxsiyyətin özünə inamını və düşüncə tərzini formalaşdıran reallığın xüsusi "rəqəmsal tə-

bəqəsini" təşkil edir. Yeni media məkanı ilə bağlı ən mühüm amillərdən biri şəxsiyyətin bu platformada özünü yenidən təqdim etməsi ilə bağlıdır. İnsanlar getdikcə öz imiclərini təkcə oflayn mühitdə deyil, həm də sosial şəbəkələrdə qururlar. Təhsil və iş həyatı ilə bağlı fotosəkillər, peşə uğurları haqqında yazılar, baş verən siyasi və mədəni hadisələrə dair rəylər - bütün bu elementlər insanın "rəqəmsal portret"inə çevrilir. Bu, bir tərəfdən insanın özünü təqdimatına imkan verir, lakin digər tərəfdən, istifadəçi bu mühitdə fərqli görüntülər içərisində qərar tuta bilməzsə, daxili münaqişəyə və şəxsiyyətin parçalanmasına düşər ola bilər.

Etiraf edək ki, gənclərin formalaşmasında, sosial kimliklərinin cıalanmasında medianın rolu böyükdür. Bəzi gənclər üçün onlayn ünsiyyət hər hansı sosial qrupa aid olmağın yeganə yoludur. Onlayn və oflayn həmyaşd qrupları ünsiyyəti gənclərə güc, əməkdaşlıq və rəqabət, inam, yaxınlıq və hörmət haqqında bir çox sosial dərsi öyrətməyə imkan yaradır. Yeniyetmələrin internetdə yayılan oyunlara aludə olması, hətta intihara qədər aparması faktları da mövcuddur. Məsələn, 2025-ci ilin fevralında Yarıdımlı rayonunda 15 yaşlı yeniyetmə intihar etməmişdən qabaq yazdığı məktubda hansısa oyunda ona vaxt qoyulduğunu və o tarixə qədər özünü öldürməli olduğunu qeyd edib. Belə faktlar bir daha yeniyetmələrin mediadan istifadəsində xüsusilə diqqətli olmağın, onlara media savadlığını aşılamağın vacibliyini göstərir. Qonşu ölkələrin təcrübəsinə əsaslanaraq, media savadlığının orta məktəblərin, həmçinin ixtisas yönündən asılı olmayaraq ali təhsil ocaqlarının tədris proqramlarına salınması uğurlu nəticələrin əldə edilməsinə səbəb olacaq.

Bu sahədə ciddi problemlərdən biri də başqalarının rəyindən və bəyənmələrdən asılılıqdır. Bəyənmələr və şərhlər çox vaxt şəxsi əhəmiyyətlik ölçüsü kimi qəbul edilir və kifayət qədər müsbət rəy olmadıqda insanlar narahatlıq keçirir, özünü dəyərləndirmə aşağı düşür və faydasızlıq hissi yaranır. Psixikası hələ də inkişaf etməkdə olan yeniyetmələr bu kimi amillərə xüsusilə həssasdırlar. Sosial media hər kəsin daha yaxşı, daha uğurlu, daha zəngin görünməyə çalışdığı yüksək rəqabət mühitidir.

Medianın təsirindən davranış psixologiyasındakı başqa bir əhəmiyyətli dəyişiklik həddindən artıq yüklənmənin təsiri ilə bağlıdır. Hər gün istifadəçilərin gözü önündən yüzlərlə, hətta minlərlə mesaj keçir: xəbərlərdən, reklam çarxlarından tutmuş şəxsi yazışmalara qədər. Sonsuz məlumat axını altında diqqət bir məlumatdan digərinə sıçrayır və dərin düşünməyə vaxt qalmır. Bu da diqqəti cəmləmək, uzunmüddətli məqsədlə-

ri formalaşdırmaq və emosional tarazlığı qorumaq qabiliyyətinə təsir göstərir.

İnternetdə aqressiya və zorakılıq rəqəmsal mühitdə fərdlərin psixoloji zəifliyini üzə çıxaran daha bir təhlükəli məqamdır. Onlayn ünsiyyətin anonimliyi və ya nisbi məxfiliyi bəzi istifadəçilərin kobud, qəddar davranmasına və ayrı-seçkiliyə yol verməsinə səbəb olur. Kiberzorakılıq ciddi psixoloji fəsadlara səbəb ola bilər, çünki internet insanın sosial həyatına, dostluq və hətta ailə münasibətlərinə güclü təsir göstərir. Şayiələr yaymaq, razılıq olmadan fotosəkillər paylaşmaq və ictimai şərhlərdə başqalarını təhqir etmək, xüsusən də gənclərdə uzunmüddətli emosional gərginliyə səbəb ola bilər. Təbii ki, yeni media savadlılığı olmadan xüsusilə yeniyetmələrə bu mühitdə öz istiqamətini tapmaq asan deyil.

Uzun illər media savadlılığı anlayışı ənənəvi media - qəzetlər, radio, televiziya ilə əlaqələndirilirdi. Əsas məqsəd dinləyicilərə manipulyasiyaya uğramamağın yollarını izah etmək, faktlar və rəylər arasındakı fərqi göstərmək və jurnalistikanın əsas prinsiplərini açıqlamaq idi. Ancaq rəqəmsal inqilabın baş verməsi bu bacarıqların artıq kifayət etmədiyini göstərdi. Əvvəllər sadəcə oxuyub-yazmağı bacarmaq savadlı olmaq üçün kifayət edirdisə, bugünkü texnoloji inkişafın səviyyəsi və yeni imkanlar savadlığın müxtəlif formalarını gündəmə gətirib. Ən geniş əhatəli savadlılıq hesab olunan media savadlılığı bu gün öz çetiri altında informasiya savadlılığı, kompüter savadlılığı, sosial media savadlılığı kimi alt sahələri də birləşdirir. Media savadlılığı fərdin öz ehtiyacları daxilində kütləvi informasiya vasitələrindən istifadə etmək, bu alətlərdəki məzmunu daxil olmaq, əldə etdiyi məzmunu təhlil etmək, qiymətləndirmək və çatdırmaq bacarığıdır.

İnternet sosial media platformaları, bloqlar, podkastlar, audiovizual məzmun və bir çox digər rəqəmsal resurslarla doludur. Bu rəqəmsal dəryada itib-batmamaq, eyni zamanda doğru hədəfi tapmaq üçün yeni media savadına ehtiyac var. Bu gün yeni media dövründə media savadlılığına texniki səriştə, analitik bacarıqlar, etik standartlar və onlayn məkanda effektiv qarşılıqlı fəaliyyətlə bağlı bacarıqlar daxildir.

Rəqəmsal kommunikasiyalar dövründə insanlar informasiyanı nəinki qavrayırlar, həm də yaradırlar. Öz "Yutub" kanalını və ya "İnstaqram" səhifəni açmaq təkcə yaradıcılıq deyil, həm də hüquqi və etik çərçivələr haqqında məlumatlı olmağı tələb edir. Müəllif hüququ haqqında qanunları və şəxsi məlumatların qorunması vacibliyini, başqalarının fotosəkillərindən, musiqisindən, videofragmentlərindən necə düzgün istifadə ediləcəyini, nüfuzun qorunmasını, hətta izləyicilərin davranışına necə təsir edə biləcəyini aydın şəkildə başa düşmək lazımdır. Məhz buna görə də məlumatlı onlayn qrup üzvü hər hansı xəbəri dərc etməzdən əvvəl onun doğruluğunu yoxlamağa çalışır, birbaşa təhqirlərə və ya ayrı-seçkiliyə səbəb olacaq bəyənatlara yol vermir və digər insanın məxfi məlumatlarının icazəsiz ictimaiyyətə açıqlanmamasını təmin edir. Həm də şəbəkələşmiş cəmiyyətlərdə bir çox insanlar üçün onların sosial media təcrübələri yeni platformalara qatılmaq üçün körpü rolunu oynayır.

Şəkil metadatasının yoxlanılmasını, videolarda vaxt möhürlərinin təhlilini, müxtəlif mənbələrin müqayisəsini apara bilən və məzmunu tənqidi qiymətləndirməyi bacaran şəxs media manipulyasiyasından daha çox qorunur.

Rəqəmsal məkanda yaşayan və işləyən jurnalistlər üçün yeni media dövründə media savadlılığı təmələ çevrilir, onsuz auditoriyanın etimadına və öz peşəkar yüksəlişinə ümid etmək çətin olur. Sosial media hesabı olan müxbir bilməlidir ki, onun yazıları minlərlə, hətta milyonlarla insanın hadisəni qavramasına təsir edə bilər. Faktlarla təsdiqlənməyən hər hansı bir səhv və ya tələsik ifadə tez bir zamanda ictimaiyyətə məlum olur, müəllifin nüfuzunu zəiflədir və jurnalistikaya olan inamın ümumi səviyyəsini sarsıdır.

Ümumiyyətlə, yeni media dönməsində media savadlılığı bir-birindən fərqli olan bacarıqların sintezini əhatə edir. Cəmiyyət üçün media savadlı istifadəçi, digər insanların fikirlərinin passiv alıcısı və ya retranslyatoru deyil, məlumat mübadiləsinin aktiv və süurlu iştirakçısıdır. Media sənayesi peşəkarları üçün bu, rəqəmsal dünyanın sürətlə dəyişdiyi şəraitdə peşənin keyfiyyətinin və davamlılığının təminatıdır.

*Xatirə HÜSEYNOVA,
Bakı Dövlət Universiteti,
Jurnalistika fakültəsi
Yeni media və kommunikasiya
nəzəriyyəsi kafedrasının müdiri*