

Elmi rəhbər: dos.L.Nasıyeva

Zaur RZALI

SOSIAL MEDIA VƏ ONUN FƏRDİ TƏSİRİ

РЕЗЮМЕ

Эта статья о пользователях соц сетях и показывает какую роль играет социальная медиа в жизни людей. Показывает анализ индивидуального влияния на социальную медию.

Ключевые слова: интернет, социальные медиа, индивидуальный, новости, смартфон, цифровой.

SUMMARY

This Article provides static information on the social media users and it shows how social media influences all spheres of our life. It analyzes individual impact of social media.

Key words: *internet, social media, individual, news, phenomenon, smartphone, digital.*

İnternet son iyirmi ildə informasiya qəbul etmə və istehsal etmə vərdişlərimizi dəyişdirib. İnternetin bütün dünyanı ələ keçirən “tor”a çevrilməsində, şübhəsiz, sosial medianın xüsusi rolu var. Sosial media təkcə informasiya qəbul və istehsal etmə vərdişlərimizi dəyişməyib, həm də ümumi olaraq həyatımızın bütün sferalarına təsir edir.

İnternetin informasiya vasitəsi kimi həyatımıza daxil olmasında əsas səbəblərdən biri kompüter və telefon - ağıllı telefon (Smartphone) texnologiyalarının sürətlə inkişaf etməsidir. Ağıllı telefonlar vasitəsi ilə artıq hər kəs istədiyi vaxt onlayn ola və məzmun yarada, informasiya qəbul etmə prosesində iştirak edə bilər. Bu daşına bilən, istədiyimiz vaxt istədiyimiz yerdə onlayn ola bilən texnologiya, rəqəmsal həyatımızın böyük hissəsini tutur. “Smart Insight” şirkətinin araşdırmasına görə, internet istifadəçilərinin orta hesabla 64 faizi internetə ağıllı telefonları vasitəsi ilə qoşulur. Amerikada bu rəqəm 71%, Çində 74% təşkil edir. Mobil cihazlardan internetə qoşulmada ən yüksək faiz göstəricisi İndoneziyadadır. İndoneziyada internet istifadəçilərinin 91%-i internetə qoşularkən telefonlardan istifadə edir. Azərbaycanda bu göstərici isə təxminən dünya ortalaması ilə üst-üstə düşür. Azərbaycan internet istifadəçilərinin 66%-i “onlayn həyat”ını mobil cihazların köməyi ilə yaşayır. [5]

Mobil cihazların, kompüterlərin bu qədər geniş yayılması və onlardan istifadə olunmasında sosial şəbəkələrin də rolu böyükdür. Sosial şəbəkələr insanlara informasiya alış-verişində indiyə qədər heç bir kütləvi informasiya vasitəsinin verə bilmədiyi imkanı verdi- məzmun yaratma. Yəni qəzet, televiziya və radiodan istifadə edərək biz sadəcə informasiya qəbul edə bildiyimiz halda, sosial şəbəkələr vasitəsi ilə həm də məzmun yaratma imkanına malik oluruq. Sosial şəbəkə istifadəçiləri müxtəlif şəbəkələrdə- “Facebook”, “Twitter”, “Instagram”, “Youtube” və s. paylaşımlar edərək informasiya istehlakçılığından çıxıb həm də istehsalçıya çevrilə bilirlər. Bu və digər səbəblərdən sosial şəbəkə istifadəçilərinin sayı hər gün artmaqdadır. Dünya əhalisinin 813 milyonu Instagram şəbəkəsindən istifadə edir. Azərbaycanda şəbəkənin istifadəçilərinin sayı 2.4 milyon nəfər təşkil edir. Dünyada təxminən 2.23 milyard “Facebook” istifadəçisi var. “Facebook”un rəsmi məlumatına görə, Azərbaycanda bu rəqəm 1.73 milyondur. Azərbaycan “Facebook” istifadəçilərinin 68.2 %-ni kişilər, 31.8 %-ni isə qadınlar təşkil edir. Sosial şəbəkələrdən ən çox istifadə edən insanlar isə 13-35 yaş aralığında olanlardır. 1.23 milyon istifadəçi bu yaş qrupundadır. [9]

İstifadəçi sayına baxaraq demək mümkündür ki, artıq insanların əsas özünüifadə məkanı sosial şəbəkələrdir. Xüsusi ilə sosial şəbəkə istifadəçilərinin yaş qrupunu nəzərə aldıqda demək olar ki, bu yaş aralığında olan insanların özünüifadə ehtiyacı daha çoxdur. Bəs insanlar sosial şəbəkələrdə niyə paylaşımlar edirlər? Onları vadar edən səbəblər nədir? “New York Times Consumer Insight” qrupunun bu mövzu ilə bağlı araşdırmasında maraqlı mənzərə üzə çıxır.

Araşdırma ortaya çıxarıb ki, sosial şəbəkələrdə paylaşım edən insanların 94 %-i sadəcə öz məlumatlarını əhəmiyyətli gördükləri üçün paylaşım edirlər. İstifadəçilərin 84 %-i isə əsasən dəstəklədikləri ideya, baxışlarla və ya onları narahat edən məsələlərlə bağlı paylaşım edirlər. 68 % istifadəçi isə paylaşımlarını sadəcə şəxsi imic formalaşdırmaq üçün edir. 78 %-i isə tanışları, dostları və ailəsi ilə münasibət saxlamaq üçün sosial şəbəkələrdə paylaşımlar edirlər. Son olaraq 68 %-i isə öz ölkələrindən kənarında baş verən hadisələrə münasibət bildiren paylaşımlardır. [7]

Bu statistik məlumatların işığında sosial şəbəkələrin insan həyatını necə dəyişdirdiyini görmək mümkündür. “Pew Research Center”-in məlumatına əsasən artıq insanların 38 %-i gündəlik olaraq ictimai əhəmiyyətli hesab olunan informasiyanı internet üzərindən alır. 57 % ilə televiziya hələ də bu sahədə liderlik etsə də, məsələyə yaş kateqoriyasından baxanda fərqli nəticələrə gəlmək mümkündür. 18-29 yaş aralığında olan insanların 50 %-i sosial şəbəkələri seçir, bu yaş kateqoriyasında televiziyaadan məlumat alma faizi 27-ə qədər düşür. [4] Gənclərin sayının hər gün çoxaldığını nəzərə alaraq gələcəkdə internetin televiziyaaya daha böyük nisbətdə üstünlük qazanacağını təxmin edə bilərik.

İnternet və sosial medianın istifadəsi, bu qədər geniş yayılması həyatımızın hər sahəsinə təsir edir. İnternet və sosial media ilə bağlı kiçik statistik məlumatlar internetin və sosial medianın gücünün və təsirinin səbəblərini anlamaqda kömək edə bilər. “United Nations”ın yaydığı məlumata görə, hazırda dünya əhalisinin sayı 7.593 milyarddır. Bütün dünyadakı insanların 53 %-i - 4.02 milyardı internet istifadəçisidir. Mobil telefon istifadəçilərinin nisbəti isə 68 % - 5.13 milyarddır. Aktiv sosial media istifadəçilərinin sayı isə 3.196 milyarddır. Bu da ümumi dünya əhalisinin 42 faizidir. Sosial media istifadəçilərinin ən çox yararlandığı şəbəkə isə “Facebook”dur. Hazırda “Facebook” istifadəçilərinin sayı 2.23 milyarddır. Yəni “Facebook”u istifadəçilərinin sayına görə dünyanın ən böyük “ölkə”si adlandırmaq olar. [3] Bu “virtual ölkə” bütün reallığımıza təsir edir.

Sosial medianın fərdi təsiri

Sosial medianın fərdi təsirini anlamaq üçün öz həyatımızdan fraqmentləri gözdən keçirmək kifayətdir. Güman ki, hamımızın oyanan kimi etdiyi ilk iş “Smartphone”unu nəzərdən keçirməkdir. Oyanan kimi artıq biz informasiya “okeanına” düşürük. Bu proses isə qərarlarımıza və istəklərimizə təsir edir. Ən bəsit nümunə- hava haqqında məlumatı birbaşa sosial mediadan və ya “Smartphone”umuzdan alırıq ki, bu da günlük geyimimizə təsir edir. Analogiya aparmaq məqsədi ilə iyirmi il əvvələ qayıtsaq, hava haqqında məlumat alıb ona

uyğun geyinmək üçün ya televiziya da hava haqqında məlumat verilişinə çatmalı və yaxud havaya baxaraq təxmin etməliydik.

Sosial medianın fərdi təsiri bununla yekunlaşmır. Sosial media, demək olar ki, artıq bütün münasibət formalarımızı da dəyişib. Dostluq, tanışlıq, ideyadaşlıq, hətta evlilik münasibətləri belə artıq sosial şəbəkələr üzərindən qurulur. Hətta amerikalı sosioloq-psixoloq Skotti Pipena görə, bu cür virtual münasibətlər real münasibətlərimizi üstələyib. “Depressiyadan əziyyət çəkən bir çox xəstənin şikayəti “Facebook” dostlarının onları dostluqdan çıxarmasıdır. Artıq virtual dünyadakı münasibətlər real dünyadakı münasibətləri üstələyib. İnsanların bir çoxu real həyatda insanlardan küsməyi, hətta həyat yoldaşından ayrılmağı normal hesab edir, ancaq virtual dostlarının onlarla artıq “dost” olmaması depressiyaya səbəb olur”. [2]

Sosial medianın fərdi təsirlərinə nümunə kimi ayrı-ayrı şəxslərin sosial media fenomenlərinə çevrilməyini də göstərmək olar. Real həyatda bəlkə də heç vaxt məşhur ola bilməyəcək insanlar sosial medianın köməyi ilə fenomenlərə və hətta bəzi hallarda ictimai rəyi yönləndirə biləcək personajlara çevrilə bilirlər. Amerikalı Amanda Li sosial media vasitəsi ilə məşhura-fenomenə çevrilən insanlardan biridir. Fərdi məşqçi kimi çalışan Amanda Li fotolarını “Instagram”a yükləyərək zamanla fenomenə çevrilmişdir. Belə ki, dünya miqyasında onun on iki milyon izləyicisi vardır. Hətta bir çox məşhurlar da onu izləyirlər. Onu izləyənlər arasına Rihanna, Kris Paul, David Uillem və s. məşhur simalar daxildir. [10] Coy Ço adlı qrafik- dizayneri də misal göstərmək olar. O, öz işlərini “Pinterest”ə yükləyərək qrafik-dizayn fenomeninə çevrilmişdir. Artıq “Toyota” da daxil olmaqla bir çox şirkətlə reklam müqaviləsi var. Coy Çonu 13 milyondan artıq “Pinterest” istifadəçisi izləyir. [6]

Sosial medianın fərdi həyatımıza təsirinin mənfi cəhətləri də var. Türkiyəli psixoterapevt Dr. Kamal Sayara görə, daha çox texnologiyadan istifadə edən insanların kitab oxumağa səbri çatmır, diqqətini cəmləşdirə bilmirlər. Bu məqamla əlaqədar ailə və dost məclislərində gördüyümüz gündəlik müşahidələri xatırlamaq kifayətdir. Ailəmizlə və ya dostlarımızla vaxt keçirərkən mesaj və yaxud bildiriş səsi bizi həmsöhbətimizdən ayırır “Smartphone”umuza yönləndirir. Bu an real həyatımız, eləcə də qarşımızdakı həmsöhbətimiz artıq ikinci plana keçir. [1] Bir müddət əvvəl bu cür davranış etik sayılmırdı, amma hazırkı şəraitdə bütün tərəflər üçün keçərli olduğuna görə, hər kəs bunu normal qəbul edir. Yəni demək mümkündür ki, real həyatın virtual, rəqəmsal həyata uduzduğu gerçəkliyini hamı qəbul edib. Digər məsələ isə informasiya bolluğu olsa da, “informatik cəhalət”də yaşamağımızdır. Bir gündə bəlkə də insan potensialının qəbul edə biləcəyindən daha çox informasiya alır. Lakin heç də bu məlumatların hamısını yadımızda saxlaya bilmirik. Qısa-qısa da olsa, həddindən artıq məlumat almaq beynimizi yorur. Artıq bu cür informasiya qəbul etmək ingilis dilində terminlər ifadə olunur- “screening” – bu sözün kökündə “screen” –ekran durur. Yeni nəsillər, ekranı gözdən keçirənlər nəsildir. Onlar informasiyanı kitabdan almağı deyil, ekrandan gözdən keçirməyi üstün tuturlar. Amerikalı Psixoloqlar Assosiasiyasının

araşdırmasına görə, bir məlumatı kitabdan əldə etmək ekrandan almaqdan daha qalıcı olur. ^[2] Bununla belə, təbiətçi alimlər və tibb mütəxəssisləri də bunu təkamül prosesi ilə əlaqələndirərək və gələcək nəsillərin ekrandan aldığı məlumatı daha yaxşı yadda saxlayacaqlarını düşünürlər.

Sosial media alternativ reallığımız kimi-

Sosial medianın fərdi təsirini 3 cür təsnif etmək olar- rəqəmsallıq, qarşılıqlı əlaqə, zaman və məkan sərhədsizliyi. ^[1]

Rəqəmsallıq - insanların sosial media istifadəsi nəticəsində real və virtual dünya arasındakı fərqi, sərhədi itirməsi kimi izah oluna bilər. Yəni insanlar o qədər "online" rejimdə yaşayırlar ki, kiber dünya onların "ikinci dünya"sına, alternativ reallığına çevrilir. Buna misal olaraq bütün sosial media profillərimizi və ya oyun profillərimizi göstərə bilərik. ^[12] Psixoloq Elcan Bayram bu mövzuda öz müşahidəsini belə paylaşır: "Ətrafımdakı insanların bir- biri ilə tanış olarkən əsl adlarını deyil, "Facebook"da istifadə etdiyi ad və ya ləqəblərini dediklərini müşahidə etdim. Müşahidəmi genişləndirib digər insanlara nəzərə yetirdikdə də eyni hadisənin şahidi oldum və hətta insanların bir çoxunun bir-birlərinin real adlarını ümumiyyətlə bilmədiyinin fərqinə vardım. "Facebook" avatarları artıq bu insanların reallığına çevrilmişdi". ^[11] Sosial media və ya sosial media oyunları bizdə "ikinci həyat"- alternativ reallıq hissi yaratmaqla arzularımızı, xəyallarımızı həyata keçirmə imkanı verir. Psixoloqlara görə, sosial mediadan asılılığın əsas amili onun insanlara istədiyi şəxsə "çevrilmək" imkanını verməsidir. Məsələn, "Football manager"də avatar yaradaraq dünyanın istənilən futbol klubunda məşqçilik edə bilərsiniz. "Real Madrid"də məşqçilik etmək arzunuz artıq gerçəklilyə çevrilib, kim real dünyaya qayıtmaq istəyər ki?

Qarşılıqlı əlaqə

Qarşılıqlı əlaqə- kiber cəmiyyətdə qarşılıqlı əlaqə və təsir vasitəsi ilə ünsiyyət qurmaqdır. Bu cür əlaqəni üç qrupa bölə bilərik. Fərddən fərdə kommunikasiya (məsajlar, e-mail və s.), fərddən- geniş auditoriyaya kommunikasiya (veb saytlar, forumlar, tvitlər, statuslar və s.) və çoxdan- çoxə kommunikasiya (google docs, onlayn-real zamanlı oyunlar və s.). Bu qarşılıqlı əlaqənin hər üç növü də insanların sosiallaşmasına xidmət edir. Demək mümkündür ki, bu cür kiber kommunikasiyalar emosiyalarımızı daha yaxşı ifadə etmək üçün- real kommunikasiya yaxınlaşdırmaq üçün daim inkişaf edir. Biz müxtəlif stiker, "emoji", səs və s. vasitəsi ilə emosiyasız yazıya məhkum edilmirik, həm də emosiyalarımızı real həyat təcrübəsinə yaxın olaraq bölüşə bilərik. Sosial mediada qarşılıqlı əlaqəni nəzərdən keçirərkən burada təzad nəzərə çarpır. Sosial media hesablarımız bizə sərhədsiz dünya ilə, yeni planetimizin istənilən nöqtəsində məskunlaşmış insanlarla ünsiyyət qura bilmək yaradır. Təzad isə ondan ibarətdir ki, biz öz kompüterimizin arxasında yalnızıq. ^[1]

Zaman və məkan sərhədsizliyi-

Bu termini mobillik, istənilən vaxt, istənilən yerdə onlayn ola bilmək kimi izah etmək olar. İnsanlar öz reallıqlarını yaşayarkən yəni işdə, dərstdə olarkən həm də alternativ reallıqları, kiber cəmiyyətdəki varlıqlarını davam etdirmək istəyirlər. Demək olar ki, hamımız sosial şəbəkə hesablarımızdan və ya oynadığımız

oyunlardan istifadə etdikdən sonra “sign out”- çıxış etmirik, beləliklə biz orada mövcud olmasaq belə bizim virtual kimliyimiz, “virtual öz”ümüz kiber dünyada yaşamağa davam edir. Psixoloqlara görə insanların həm real həyatlarını davam etdirməsi, həm də onları edərəkən sosial media profillərinə nəzər yetirməsi insanlarda ruhi-psixoloji deformasiyalar yaradır, fokuslanma problemi əmələ gətirir. Yəni insanın həm televizora baxıb, həm “Facebook”dakı profilinə nəzər yetirib, həm də “Skype”da danışmağa çalışması onun ruhi durumunda “çaxnaşmaya” səbəb olur. [1]

Sosial medianın həyatımıza digər təsiri isə dil ilə bağlıdır. Sosial media özü ilə yeni dil forması da gətirib. Yəni sosial medianın öz dili, işarələri və dil qanunauyğunluqları var. Burada nəzər yetiriləcək məsələ isə bu dilin bizim gerçək dilimizə olan təsiridir. Sosial medianın dili “sticker” və “emoji”lərlə dəstəklənir. Artıq bu dil forması bizim normal yazı dilimizə də təsir edir. Bir çox insan yazı yazarkən yanlışlıqla və ya ümumiyyətlə, fərqi olmadan sosial media dilindən- “emoji”lərdən istifadə edir. Digər məsələsi isə hərflərlə bağlıdır. Bir çox klaviaturada “ə” hərfi ya ümumiyyətlə yoxdur və ya istifadəsi çətin olduğundan azərbaycanlı istifadəçilər “ə” işarəsi yerinə “e” işarəsindən istifadə etməyi üstün tuturlar. Gündəlik yazı vərdişinin böyük hissəsini sosial media yazıları tutduğu üçün artıq bir çox insan əl ilə yazarkən belə “ə” yerinə “e” işarəsindən istifadə edir.

Sosial media bir fenomen olaraq həyatımıza girdiyi gündən bu yana yaşamımızın bütün sahələrinə təsir edərək onu dəyişdirir. Sosial medianın təsir dairəsi təkcə fərdi təsir ilə məhdudlaşmır. O bütünlüklə siyasi, sosial, iqtisadi həyatımıza da təsir edir. Gedişat isə onu göstərir ki, məhz yeni texnologiyaların dəstəyi ilə “alternativ reallıq” – virtual dünya gerçək dünyanı üstələyəcək və biz hamımız yaşamımızı “Matrix”də davam etdirəcəyik.

ƏDƏBİYYAT:

- 1.Bəşirli A. Yeni media jurnalistikası Bakı: 2017-ci il [1]
- 2.American Psychological Association www.apa.com [2]
- 3.Gaitho M. Impact of Social Media Ohio: 2017-ci il [3]
- 4.PEW Research Center/ www.pewresearch.org [4]
- 5.Smart Insight Research Center/ www.smartinsight.com [5]

Internet resurslar

- 6.www.bbc.com [6]
- 7.www.nytimes.com [7]
- 8.www.wikipedia.com [8]
- 9.www.facebook.com [9]
- 10.www.instagram.com [10]
- 11.www.twitter.com [11]
- 12.www.simplilearn.com [12]

Elmi rəhbər: dos.T.Mahmudova