Ləyaqət HÜSEYNLİ
leyaqethuseyn@gmail.com

CƏMİYYƏTİN İNKİŞAFINDA YENİ MEDİANIN ROLU

РЕЗЮМЕ

В статье были рассмотрены темы, касающиеся интернета, новая медиа, зародившаяся с появлением интернета, ее отличие от старой медии, а также веб етапы. Вместе с тем, были проанализированы блоги, являющиеся первой формой медии и вопросы их безопасности. Основной темой статьи является новая медиа и ее влияние на развитие общества.

Ключевые слова: **информация, интернет, новая медиа, старые СМИ, общество, Веб 2.0**

SUMMARY

The article addressed the topics related to the internet, the new media, which originated with the advent of the internet, its difference from the old

media, as well as web stages. At the same time, blogs that are the first form of media and their security issues were analyzed. The main topic of the article is a new media and its influence on the development of society.

Keywords: **information, internet, new media, old media, society,Web 2.0**

Bu gün texnologiya sürətlə inkişaf edir. Texnologiyanın bu sürəti cəmiyyət həyatının hər bir sahəsinə öz təsirini göstərir. Hər bir sahədə olduğu kimi jurnalistika sahəsində də günbəgün baş verən yeniliklər bir növ informasiyanın daha dolğun və operativ çatdırılmasına xidmət edir. Hələ XX əsrin 60-cı illərində baş verən Elmi Texniki Tərəqqinin nailiyyətlərindən biri olan internetin cəmiyyət həyatına daxil olması bəşəriyyətin tarix boyu bəlkə də üzləşdiyi ən böyük uğurlardan biridir. İnternetin həyatın bütün sferalarında özünü göstərməyi, o cümlədən media sahəsində olan təsirli mövcudatı bu günün danılmaz həqiqətlərindəndir. Texnoloji dəyişikliklər, sürət anlayışının rəqabətin əsas meyarı halına gəlməsi və bəlkə də ən üstün meyar hesab olunmasına, "hər zaman və hər yerdə" sloqanının həyatımıza daxil olmasına səbəb olan, son yüzilliyin ən vacib hadisəsi və ya icadı olaraq interneti göstərmək olar. İnterneti hər zaman, hər yerdə, zaman və məkan sərhəddi olmadan "bərabər" şərtlər altında var olan bir dünya olaraq da başa düşə bilərik. Bu baxımdan yeni medianın var olması internet amili ilə sıx bağlıdır. İllər keçdikcə daha da təkminləşən, bü gün həyatımızın demək olar ki, bütün sferalarında dəyişikliklər yaradan internet artıq "köhnə" media adlanlandırılan klassik üsulların yerinə "yeni media" dediyimiz bambaşqa bir dünya yaratmış oldu. İnternet vasitəsilə təməli qoyulan yeni media varlığını internetin inkişaf mexanizmi olan Web 1.0, Web 2.0 və Web 3.0 dönəmlərinə borcludur. [4] Hər birinə ayrı ayrılıqda qısa nəzər salaq:

Web 1.0 dönəmində internet istifadəçiləri yalnız oxuyucu mövqeyində idi. Yəni, passif internet dönəmi də deyilən ilk zamanlarda istifadəçi informasiyanı əldə edib oxumaqla kifayətlənə bilirdi. Web 2.0 dönəmində isə bütün bunlarla yanaşı istifadəçi həm də internet vasitəsilə başqa bir insanla və ya insanlarla ünsiyyətə girib əlaqə yarada bilirdi. Məhz bu dönəmdə sosial şəbəkələr insanların virtual həyatına daxil olmağa başladı.

Ağıllı telefonlar, tabletlər, netbuklar və bunlarla əlaqəli olan digər vasitələrlə internetə qoşulduğunuz hər hansı cihazlar özünün Web 3.0 dönəmini yaşayır. Yaşadığımız bu dövr süni intellektin, insan-robot, robotların insan fəaliyyətinin bütün sahələrinə tətbiq olunmağa doğru aparılan tətqiqatların olduğu bir dönəmi ehtiva edir. [4]

Yeni medianı əhatə edən, bu anlayışı ortaya çıxardan isə Web 2.0 dönəmidir. Internet və medianın getdikcə bir-birinə qarışması ilə ənənəvi medianın yanına yeni media anlayışı da əlavə olunmuşdur. Belə ki, ənənəvi medianın rəqəmsallığa daşınması ilə yeni media əmələ gəlmişdir. Bu da öz növbəsində, bəzi tətqiqatçıların "yeni media ənənəvi medianı yox edəcək" kimi fikirlərinin yanlış olduğunu göstərmiş olur. Yeni media köhnə medianı özündə qoruyub saxlayan,transformasiyaya məruz qoyan, yeni dönəm texnologiyasına

uyğunlaşdıran yeni axım bir medyadır. Onda ortaya belə bir sual çıxır. Bəs "Yeni Media" tam olaraq nədir? Bu suala cavab vermədən öncə köhnə media ilə yeni medianın arasında olan fərqə qısa bir nəzər yetirək. Ənənəvi mediada adlandırılan köhnə mediada hər şey monoloq üzərində qurulur. Məsələn, qəzetdə hər hansı bir yazı dərc olunanda, televiziya və radioda hər hansı bir veriliş efirə gedəndə insanlar sadəcə qəzetdə yazılanı oxuya, televiziya və radioda gedən verilişə baxa və dinləyə bilərdi. Lakin həmin yazını oxuyan və ya verilişə baxanlar kimdi, onların yaşı, cinsiyyətləri nədir, haqqında yazılan mövzu və ya efirə gedən veriliş haqqında nə düşünürlər? kimi suallara cavab tapmağın gerçək bir yolu yox idi. Tam olaraq bu nöqteyi-nəzərdən, yeni media köhnə mediadan tamamilə fərqlənir. Bu baxımdan yeni media insanlarla dialoq halında olan mediadır. Burada hər hansı bir mövzu ortaya qoyulursa istənilən şəxs onu dinləyə və yaxud oxuya bilər, o mövzu haqqında öz rəyini bildirə bilər, həmin mövzunu bəyənə və yaxud da bəyənməyə bilər, paylaşa bilər eyni zamanda həmin mövzunu yenidən müzakirəyə çıxarda bilər. Yeni media izləyicini, istifadəçini passif vəziyyətdən çıxarıb aktiv bir istifadəçiyə çevirmiş olur. Bir sözlə, yeni medianın hər bir forması çox interaktivdir, kütləvi informasiya vasitəsi olmur. Yeni media istifadəçiləri e-poçt göndərə və ya internet əməkdaşlıq vasitələrini istifadə edərək, məzmun və məlumatların aktiv istehsalçıları ola bilirlər.

Yeni media tez-tez yüksək interaktiv rəqəmsal texnologiya kimi xarakterizə olunur. Media mütəxəssislərindən olan Robert Logan "Understanding New Media" adlı kitabında yeni mediaya "çox asanlıqla işlənir, saxlanılır, çevrilir, alınır, hiperlink və bəlkə də ən radikal olanı asanlıqla axtarır və əldə edir" tərifini vermişdir. [5;56] Konseptual olaraq, yeni media ictimai dəyərləri və sosial dəyişiklikləri əks etdirən bir mədəni proses kimi nəzərdən keçirilə bilər. Bu və digər mülahizələr yeni medianı müəyyənləşdirməyə və onun əhəmiyyətini izah etməyə kömək edir. Bununla yanaşı yeni media dünyanın müxtəlif ölkələrində insanların əylənmək, maariflənmək və məlumatlarını istehlak etmək üsüllarında daim yeniliklər edir. Bəzi mütəxəssislər tərəfindən yeni media tez-tez televiziya, radio, çap mediası kimi köhnə mediaya zidd kimi göstərilir. 1980-ci illərə qədər media əsasən mətbuat və analoq yayım modellərinə, məsələn, televiziya və radiolara əsaslanırdı.

Yeni media qavramı dünyanın müxtəlif ölkələrində müxtəlif dönəmlərdə yaransa da qonşu Türkiyə mediasına nəzər salsaq bu anlayışın yaxın onilliklərdə yarandığını görərik. Yeni medianın bu ölkədə ən çox yayılmış bölümləri onlayn qəzetlər, sosial şəbəkələr (facebook, friendfeed, twitter və s.) və xüsusilə son dövrlərdə istifadəyə verilən mobil 3G texnologiyasıdır. [3]

Tarix boyunca insanlar arasında bir mesajlaşma, informasiya mübadiləsi olmuşdur. Ən qədimdə mağara divar yazılarından başlayaraq ta bu gün ötürülən texnoloji bilgiyə qədər əsas məqsəd mesajın ötürülməsi olmuşdur. Elə bu anlamda informasiyanın ötürülməsi "yeni" məcralar ilə daşındığına görə günümüzdə "yeni media" qavramı ortaya çıxmışdır.

Yeni media dedikdə inkişaf edən kompüter, internet və mobil texnologiyası ilə ortaya çıxan, istifadəçilərin zamandan və məkandan asılı olmayaraq azad bir şəkildə interaktiv olaraq ünsiyyətdə olduqları bir media ortamı başa düşülür. [1;8] Bundan əlavə, bu ifadə işləndikdə internet, internet texnologiyası ilə yanaşı gələn informasiyaya çatmaqda asanlılıq və sürət, fərqli əlaqə yolları və sosial paylaşım şəbəkələrinin həyatımızda tutduğu mövqe başa düşülür. Elə buna görə də bəzi mütəxəssislər belə hesab edirlər ki, yeni media yeni çıxan texnologiyalar və onların istifadəsi, eyni zamanda köhnə texnologiya ilə təkminləşdirilən yeni üsullardır. Bunlara e-book, internet qəzetləri, rəqəmsal animasiya və 3D filmləri nümunə göstərmək olar. [3]

Yeni medianın təməl özəllikləri hansılardır? Media mütəxəssislərindən olan Richard Robertsin irəli sürdüyü bu 3 əsas özəlliyi aşağıdakı kimi sıralamaq olar:

1. **İnteraktivlik (İnteraction):** Əlaqə prosesində qarşılıqlı əlaqəyə ehtiyac var. Bu baxımdan həm informasiya ötürən həm də informasiya qəbul edən tərəf təsirlənir.

2. **Demossifikasiya (Demassification):** Böyük bir istifadəçi qrupu içərisində hər bir fərd ilə ayrılıqda şəxsi mesajlaşma mübadiləsi aparmaq imkanının olması.

3. **Assimetriya (Asekron):** Buna bəzən zamansızlıq da deyilir. Yeni ünsiyyət texnologiyaları fərdlərə bir-birinə istənilən vaxt mesaj göndərə və ya qəbul etmə imkanı verir. Belə olan halda eyni zaman anlayışı ortadan qalxmış olur.

Yeni medianı formalaşdıran onun alətlər sistemi bu gün də istər jurnalistlərin istərsə də cəmiyyətin digər üzvlərinin informasiya istehlak etmək və ya istehsal etmək yönündə bacarıqlarını daha da asanlaşdırır. Yeni media alətləri durmadan yenilənir və ya köhnə versiyaları daim təkminləşir. Bəs yeni media alətləri dedikdə nə başa düşürük? Bura bloqları, sosial medianı, axtarış saytlarını, vikipediyaları, yeni mobil əlaqə və tətbiqləri və s. media alətlərini aid etmək olar. Hər birinə ayrılıqda nəzər salsaq görərik ki, hər bir media aləti rəqəmsallığa, mobilliyə, qarşılıqlı əlaqəyə və s. söykənir.

Yeni media alətlərindən olan bloqlar bu sahənin ən ilkin yaranan forması hesab olunur. Bloqlarda məlumat asanlıqla əldə edilir və adətən mövzular kateqoriyalar üzrə təşkil olunur. Hal-hazırda onlayn mediada yüzlərlə hətta milyonlarla bloqlar mövcuddur ki, onlar üçün ən populyar xəbərlər siyasət və xarici xəbərlərdir.

Bir çox yeni media təhlilçiləri təklif edirlər ki, hər bir reportyorun bloqu olmalıdır. Bu gerçək olmaya bilər, ancaq hazırda xeyli uğurlu jurnalist bloqu var. Belə bloqlar bloqçuya imkan verir ki, fikirləri təsdiqləmək üçün ictimaiyyətlə oxucuları bir araya gətirsin, ilkin və birbaşa fikirləri ala bilsin və mümkün olduqca vaxt çərçivələrinə əməl edə bilsin. [6]

Bloqlarda hər növdə informasiya rast gəlmək mümkündür. Nəzərə alsaq ki, bloqları hər bir internet istifadəçisi yarada və orda informasiya yerləşdirə

bilər onda bu informasiyaların nə dərəcədə doğru olub olmadığı və ya həqiqəti olduğu kimi əks etdirməyi şübhə altında olmuş olur. İnformasiya bolluğu şəraitində hansı informasiyanın doğru və yanlış olması, eyni zamanda onun təhlükəsizliyi bütün dövrlərdə olduğu kimi indi də müasir KİV-in önəm verdiyi əsas məsələlərdən biridir. Bəzi hallarda informasiyanın təhlükəsizliyinə dövlət tərəfindən nəzarət olunması buna bariz nümunə ola bilər. Bu barədə xarici media təcrübəsinə,informasiya təhlükəsizliyinin yeni mediada necə tətbiq olunmasına bir nümunədə qısa nəzər salaq:

Kütləvi informasiya vasitələrinin İraqda baş verən hadisələrlə əlaqəli kritik çıxışlarından təngə gələn Amerikalı hərbçilər, hadisələrin doğru olmayan gedişatı ilə, həqiqəti əks etdirməyən informasiya mənbələri ilə mübarizə aparmağa qərar verdilər. Bu məqsədlə Amerika-İraq müharibəsi dövründə Pentaqonda, əsas vəzifəsi "İraqda müharibənin informasiya-təbliğat dəstəyi" olacaq xüsusi bölmə yaradıldı. Və bu bölmə qeyri-ənənəvi kütləvi informasiya vasitələrinə, əsasən də bloglara (online-günlük) xüsusi nəzarət yetirmək, bununla yanaşı, radio və televiziya verilişlərində iştirak etmək üçün siyasətçilərin də cəlb olunması məqsədini qarşıya qoydu.

"Advertising Age" jurnalının verdiyi məlumata görə, hal hazırda ABŞ-da internet bloglarının aktiv oxuyucu sayı Amerikanın bütün əhalisinin ¼-ni təşkil edərək 35 milyonu ötüb. Bloglarda olan məlumatların oxunmasına onların hər biri həftədə 3.5 saat vaxt sərf edir ki, bu da ümumi iş vaxtının təxminən 9%-ni təşkil edir.

Onu da qeyd edək ki, internet-günlüklərinə dövlət səviyyəsində nəzarət ilk dəfə Amerikada tətbiq olunmayıb. Belə ki, Çində xüsusi qanun ilə "anonim" blogların yaradılması qadağan olunub. Bu qanuna görə, blog sahibi özlərinə ləqəb seçə bilərlər, ancaq bağlı olduqları serverlərin müdiriyyətinə əsl adlarını bildirməlidirlər.

Fransızlar isə təxmin edəcəyiniz kimi, internetə senzura tətbiq etmək haqqında düşünmürlər. Onları yalnız sputnikdən və ya hava-foto çəkilişlərindən əldə edilən foto-şəkillər narahat edir.[2]

Yeni media cəmiyyətə informasiyanı daha dolğun daha operativ və asan vasitələrlə çatdırmaqla yanaşı onun inkişafına da təsirsiz ötüşmür. Artıq insanlar informasiyanı qəbul etməklə kifayətlənmir həm də onun müzakirə olunmasına şərait yaradır, hətta hadisələrin gedişatına belə birbaşa təsir göstərmiş olur. İstənilən vətəndaş sosial həyatda baş vermiş hadisələrin iştirakçısına çevrilməklə yanaşı həm də həmin hadisənin işıqlanmasında və bir növ yaranan problemin həllində vasitəçi rolunu oynamış olur. Yeni medianın bügünki imkanları imkan verir ki, cəmiyyətdə gedən sosial-mədəni, ictimai-siyasi proseslər daha qabarıq şəkildə özünü biruzə verir və onların həlli prosesi və ictimailəşməsi daha süratli baş verir. Cəmiyyətin maariflənməsi, intellektual səviyyəsinin, dünyagörüşünün artması, qlobal hadisələrə reaksiya vermək bacarığının inkişaf etməsi, hadisələrə subyektiv eyni zamanda obyektiv yanaşma tərzinin inkişaf etdirilməsi baxımından yeni medianın cəmiyyətin inkişafına müsbət təsirləri danılmazdır.

ƏDƏBİYYAT

1. Bəşirli A., Cavadzadə X., İzzətli S. "Yeni Media Jurnalistikası" Avropa Şurası 2017, 66 s.
2. http://www.azerphoto.com/index.php?Cid=5&Pid=1400&cat=4
3. https://www.academia.edu/20086718/ALTERNAT%C4%B0F_MEDYA_OLARAK_YEN%C4%B0_MEDYA_Akdeniz_%C4%B0leti%C5%9Fim_Dergisi_2012
4. https://pazarlamaturkiye.com/makale/gun-gectikce-populerlesen-yeni-medya-nedir-ve-ne-is-yapar/ (4)
5. https://online.seu.edu/n ew-media/
6. Mark Briqs, "Jurnalsitika 2.0" Necə qurtulmalı və irəli getməli. Informasiya əsri üçün rəqəmli savadlılıq təlimatı. "Multimedia" İnformasiya Sistemləri və Texnologiyaları Mərkəzi, Bakı, 2010, 135 s