

Ləyaqət HÜSEYNLİ
levaqethuseyn@gmail.com

SOSİAL MEDIƏ VƏ MƏHRƏMLİK

РЕЗЮМЕ

В статье представлена информация о концепции социализма, об опасностях ясности в виртуальном мире. Доступ в Интернет ко всем аспектам нашей жизни, возможность мгновенно донести информацию из социальных сетей до широкой аудитории приведет к социализации повседневной жизни людей и игнорированию их намерений стать популярными. Исследование находит результаты опроса об использовании социальных сетей среди молодежи и показывает отношение опытного психолога к данной проблеме. Полученные данные свидетельствуют о необходимости обучения молодых людей из социальных сетей.

Ключевые слова: социальные медиа, общение, ясность, виртуозность, социальные сети, дигитализм

SUMMARY

The article provides information on the concept of socialism, the dangers of clarity in the virtual world. The Internet's access to all aspects of our lives, the ability to instantly bring the social media's information to a larger audience will lead to the socialization of people's everyday life, and the disregard of their intentions to become popular. The study finds the results of the survey on the use of social media among young people, and shows the attitude of an experienced psychologist on the issue. The findings reveal the necessity of educating young people from the social media.

Keywords: social media, communication, clarity, virtuosity, social networks, digitalism

Yeni media və kommunikasiyanın əlçatanlığı

İnternetin yaranması özü ilə yanaşı "yeni media" deyilən anlayışı da həyatımıza daxil etdi. Sonrakı inkişaf dövrlərində yeni media şəxslənərək insanların, ümumiyyətkdə götürdükdə cəmiyyət həyatının hər bir sahəsinə daxil olmağa başladı. İnternet vasitəsilə təməli qoyulan yeni media varlığını internetin inkişaf mexanizmi olan Web 1.0, Web 2.0 və Web 3.0 dönmələrinə borcludur. Web 1.0 dönməndə internet istifadəçiləri yalnız oxucu mövqeyində idil. Yəni passif internet dönməsi də deyilən ilk zamanlarda istifadəçi informasiyanı əldə edib oxumaqla kifayətlənə bilirdi. Web 2.0 dönməndə isə bütün bunlarla yanaşı, istifadəçi həm də internet vasitəsilə başqa bir insanla və ya insanlarla ünsiyətə girib əlaqə yarada bilirdi. Məhz bu dönmədə sosial şəbəkələr insanların həyatına daxil olmağa başladı.

Ağlılı telefonlar, tabletlər, netbuklar və bunlarla əlaqəli olan digər vasitələrlə internetə qoşulduğunu hər hansı cihazlar özünüt Web 3.0 dönməni yaşayır. Yaşadığımız bu dövr səni intellektin, insan-robot, robotların insan fəaliyyətinin bütün sahələrinə tətbiq olunmasına doğru aparılan tətqiqatların vüsət allığı bir dönməni ehtiva edir.

Web 2.0 dönmənin məhsulu olan sosial şəbəkələr sosial medianın ayrılmaz bir hissəsini təşkil edir. Sosial media yəni medianın bir qolu kimi cəmiyyət hayatının bütün sferalarına sıraət etməkdədir. Adından da göründüyü kimi sosial media artıq insan fəaliyyətinin bir hissəsinə çevrilmişdir. Sosial mediada hər bir fərdin özünü asanlıqla ifadə edə bilməsi, kommunikasiyanın əlçatanlığı, heç bir basqının olmaması, fikirlərini, mülahizələrini sərbəst şəkildə ifadə edə bilmək imkani fərdin populärliyinə şərait yaradır.

Bu gün sosial mediada verilən sərbəstlik, hər bir şəxsin özünü istədiyi şəkildə ifadə edə bilmək azadlığı hər bir şeydə olduğu kimi burada da müsbət eyni zamanda mənfi halların olmasına da gətirir

çoxdur. İnformasiya əldə etmək, ünsiyyətdə olmaq, yeni sosial əlaqələr qurmaq, paylaşmaq və s. müsbət keyfiyyətlərlə yanaşı, sosial media insanların bəzi hallarda özlərinin də xəbəri olmadan onların şəxsi informasiyalarının mənimşənilməsinə səbəb olur. Bunu da insan həyatına birbaşa müdaxilənin göstəricisi kimi qeyd etmək olar. Sosial mediada "public figure" olmaq istəyən insanlar özlərini bütün özəlləri və məhrəmlikləri ilə ona təslim edirlər. Belə insanların şəxsi həyatında baş verən hər bir hadisə, ən kiçik detallar belə sosial mediada onu izləyən digər insanların maraq dairəsinə düşmüş olur. Bəs sosial mediada şəxsi informasiya və məhrəmlik anlayışının mahiyyəti nədir?

Sosial mediada məhrəmlik, yaxud populyarlaşmaq istəyi

Məhrəmlik (privacy) sosial bir anlayışdır. "Tək qalma haqqı", "fərdi bilgilərini ətrafdakılardan qoruma haqqı" kimi izah oluna bilər. Məhrəmlik həm də insanlar arasında sərhədlərin müəyyənləşdirilməsidir. İnsanlar məhz bu anlayışa görə öz şəxsi bilgilərini nə qədər paylaşacaqlarını, məhz hansı auditoriya ilə paylaşacaqlarını müəyyənləşdirirlər. Sosial şəbəkədə göndərilən bir mesaj sonradan silinsə belə, çoxları onu görə bilər. Yazılımları vəb səhifələri, internet servisləri, axtarış motorları arxivləşdirir. Türkiyə nəzəriyyəci Z.Tüfekçiye görə, məlumatların rəqəmsallaşdırılması məhrəmliklə bağlı bir sıra xoşagəlməz hallara səbəb ola bilər:

Məkan sərhədinin olmaması – insan konkret bir məkanda olarsa, auditoriya divarlar, qapı ilə məhdudlaşdırılır, amma rəqəmsal dünyada belə sərhəd mövcud deyil;

Gələcəkdə də yeni izləyici kütləsinin olması ehtimalı – bilginin video və audio yazıya köçürülməsi ondan gələcəkdə da istifadə edilməsinə şərait yaradır, məsələn, bir kafedə dostlar arasında söylədikləriniz nəzarətinizdən və istəyinizdən asılı olmadan başqa bir auditoriyaya üvanlanıla bilər;

Virtual və fiziki mühitin kəsişməsi – hansısa ayləncə ortamında normal görünən davranış və bu zaman çəkilən fotolar insanın bütün həyatını eks etdirməsə belə, belə foto və videoların paylaşılması onun işgütər nüfuzuna xələl gətirə bilər.

İngilis sosioloqu Antony Giddens məhrəmliyi "hər şəydən öncə şəxsiyyətlərə bərabərlik anlamında başqa insanlar və fəndlər arasında duyğusal əlaqə qurmaq məsələsi" olaraq ifadə edir.

Sosial mediada məhrəmlik anlayışını araşdırmadan öncə ənənəvi medianın ən populyar nümayəndəsi olan televiziyyada məhrəmliyə nə dərəcədə önmə verildiyinə nəzər yetirik. Televiziyyada məhrəmlilik dedikdə ən çox diqqətimizi çəkən hər hansı bir fərdin özəl informasiyasını və ya şəxsi həyatını ictimaişdən yaxud bunu bütün çıraqlığı ilə tamaşaçıya təqdim edən realitiy şoularındır. 1990-ci illərin ortalarından etibarən bütün dünyada yayılan bu tərz proqramların reyting xatırına bir çox dəyərləri arxa plana atdıq göz önündədir. Ölkəmizdə belə reailiti-şouları 2000-ci illərin əvvəllərində ekrana çıxmışdır. "Qəfs", "Mərc-Şou", "Maşın" şousu və s. proqramlar efir məkanında özüne yer etəsə də bəzilərinin mental dəyərlərə zidd olmasından sonra tamaşaçılarda və ümumilikdə cəmiyyətdə nəzərizliqlərə səbəb oldu və nəticə etibarı ilə onların efir fəaliyyətinin dayandırılmasına gətirib çıxıb.

Müsəir dövrümüzdə sosial mediada məhrəmlik özünü iki formada göstərir:

- Könülsüz olaraq məhrəmliyin pozulması halları
- Könüllü olaraq məhrəmliyin pozulması halları

Hər iki halda fərdin məhrəmliyi təhlükə altına düşür. Araşdırıcılar məhrəmiyyətə yönələn təhlükələri aşağıdakı kimi qruplaşdırır:

- İnsanın özünü ifşa etməsi – (self-revelation) özü haqqında verdiyi açıqlamalar bəzən insanların şəxsi həyatını məhdudlaşdırır;
- Maraq – (curiosity) – mədəniyyət səviyyəsinə görə dəyişən bəşəri anlayışdır;
- Müşahidə – (surveillance) – əsas sosial nəzərət vasitəsidir.

Internetə daxil olduğumuz andan etibarən bütün araşdırımlar, göndərilən e-mailler, bəzən böyük səhifələr, bəyənilən şəkillər, şəhərlər, statuslar, videolar və s. qeyd olunmaqdadır və daxil olduğumuz səhifələr, bəyənilən şəkillər, şəhərlər, statuslar, videolar və s. qeyd olunmaqdadır. lazımlı gəldiyi halda internet üzərində bu şəxsi informasiyalar "bazaara çıxarılib" satılmaqdadır. Facebookun yaradıcısı Mark Zuckerbergin məhrəmliyin artıq köhnə bir anlayış olmasına dair

fikirleri ve Google CEO-su Erik Şmidit'in "qoruyub saxlayacaq bir şeyiniz varsa paylaşmayın" kimi çıxışları dünyada mövcud olan böyük şirkətlərin məhrəmliyə olan baxışını açıq şəkildə göstərir.

Sosial media durmadan insanların məhrəmlik anlayışının sanki bir anda yox olmasına çalışmaqla yanaşı, hər gün yeni tətbiqlər vasitəsilə bunu var qüvvəsi ilə həyata keçirməyə səy göstərir. Məsələn, məkanı bildirmə funksiyalarının da daxil olduğu Foursquare və Instagram kimi programlar insanların hara getdiklərini, nələr etdiklərini, nə kimi məşguliyətlərinin olmasını sərgiləməyə imkan yaradır.

"Sosial media araştırmaları" kitabının yazarlarından Emel Arik qeyd edir ki, sosial media insanlara məhrəmlikləri açmaq qarşılığında onlara populyar olmaq və bəyənilmək imkani təqdim edir. Facebookun yaradıcısı Mark Zuckerberg müsahibələrinin birində belə bir fikir irəli sürmişdir ki, hər hansı bir sıradan insan özü ilə bağlı getdikcə daha çox məhrəm informasiyanı paylaşmağa həvəslidir. İngilis səsioloqu Kevin Robins insanların sosial mediada məhrəmliklərini könüllü surətdə pozması hallarına başqa cür yanaşır. O, qeyd edir ki, burada açıq bir şəkildə narsizm, yəni özünə heyranlıq, özünü bir şəxsiyyət kimi təsdiq etmək, özünü, öz varlığını bəlli etmək istəyi əsasıdır. 2006-ci ildə ABŞ-da aparılan bir araştırmada 18-25 yaş arasındaki gənclərin 51%-i bildirib ki, məşhur olmaq istəyi onların yaşıdları üçün əsas məqsədlərdən biridir. 2006-ci ildə İngiltərədə buna bənzər sorğu keçirilib və sorğuda iştirak edən insanların əksriyyəti yəna da sosial şəbəkələrdə fəal olmağın əsas məqsədi kimi "məşhur olmaq" istəyini göstərlər.

Müxtəlif cəmiyyətlərdə müxtəlif cür qarşılanan məhrəmlik, şəxsi informasiya gizliliyi bu gün demək olar ki, sosial medianın bütün sahələrində ister könüllü, isterse də könülsüz surətdə özünü askara çıxarmağa yönəlib. Bunun üçün virtual dünyada bu anlaysıq getdikcə öz anlamını itirməyə başlayır və yerini populyarlaşmaq, ən rahat və sərbəst yolla məshurlaşmaq kimi məfhumlara verir.

Araştırmmanın gedişində Azərbaycan Respublikasının Prezidenti yanında Bilik Fondunda nəzdində fəaliyyət göstərən Sosiooji Sorğu Mərkəzinin 2018-ci ildə "Gənclikdən soraq" layihəsi çərçivəsində gənclər arasında sosial mediaya maraqla bağlı keçirilmiş sorğunun nəticələrinən istifadə olunub. Ümumilikdə 539 nəfər arasında keçirilən sorğuda gənclərin 273 nəfəri şəhər, 266 nəfəri isə rayonlarda (İsmayıllı, Oğuz, Zaqatala, Balakən, Qəbələ) yaşayırlar. Rəyi soruşulanların 56%-i "sosial mediadan nə üçün istifadə edirsınız?" sualına "maraqlandığım insanlar haqqında məlumat əldə etmək üçün" cavabını verib. Bu da gəncliyin tanınmışları və ya ərtəfəndikələri, virtual aləmdə tanış oldularını izləməyə marağının göstəricisidir.

15-25 yaş arasında gənclərin fikirlerini eks etdirən sorğuda cavabların sayına görə seçilmiş ikinci variant belədir - "sosial mediadakı məlumatları daha doğru, etibarlı və tez əldə ediləndir".

Təssüf ki, bu yaş qrupunun nümayəndələrinin sosial mediada qarşılara çıxan informasiyanı doğru və etibarlı hesab etməsi, məhrəmliklə bağlı təhlükələrdən xəbərsiz olduğunu göstəricisidir. Bu, həm də gənclər arasında sosial mediada təhlükəsizliklə bağlı maarifləndirmə işinin aparılmışının zəruriliyini ortaya qoyur.

"HUMEL" psixologiya mərkəzinin rəhbəri Tariyel Faziloglu bildirir ki, sosial mediada lüzumsuz açıqlıq məhrəmliyi birbaşa pozur. Gənclərdə özünütəsdik, bəyənilmək ehtiyacı var. Buna görə də gənclər populyarlaşmaq məqsədilə fərdi məlumatlarını sosial mediada yerləşdirirlər. Ancaq bunun onlara gələcəkdə hansı neqativ təsirlərinin ola biləcəyini unudurlar. Gənclərə sosial şəbəkələrdən istifadə qaydaları, məhrəmliklərinin qorunması, fərdi məlumatların təhlükəsizliyinin təmin olunması ilə bağlı maarifləndirici tövsiyələr verilməlidir.

Araştırmannın gedişində Bakı Dövlət Universitetinin 100 nəfər tələbəsi arasında "Sosial media və məhrəmlik" mövzusunda sorğu keçirilib. Tələbələrdən 72 nəfər sosial şəbəkələrdə şəxsi məlumatlarını özü paylaşmaqdə problem görmür. Bu gənclərin 55 nəfəri sosial şəbəkələrdə şəxsi məlumatlarının yayılmasından narahat olacağını deyib. Respondentlərin 45 nəfəri isə "Sosial şəbəkələrdə şəxsi məlumatlarınızın yayılması sizə narahat edirmi?" sualına "xeyr" cavabını verib. Gənclər bəzən paylaşılan şəxsi materialların sonradan səhifədən çıxarılsa belə, nə zamansa şəbəkələrdə yayılma ehtimalının olduğunu gözə almışdır.

"Sosial şəbəkələrdə şəxsi məlumatlarınızı paylaşmağınızın sizə gələcəkdə mənfi təsirlərini görürsünüz mü?" sualına 100 respondentdən 46-sı "bəli" cavabını verib. 54 nəfər isə belə bir

təhlükəni görür. Deməli, gənclərin əksriyyəti sosial şəbəkələrin məhrəmliyi pozduğunu anlaşa belə, yenə özəl məlumatları paylaşmadan özünü məhrum etmir.

Ümumi respondentlərin sayı: 100 nəfər		
Suallar	Bəli	Xeyr
Sosial şəbəkələrdə şəxsi məlumatlarınızı paylaşırıñızmı?	72 nəfər (72%)	28 nəfər (28%)
Sosial şəbəkələrdə şəxsi məlumatlarınızın yayılması sizə narahat edirmi?	55 nəfər (55%)	45 nəfər (45%)
Sosial şəbəkələrdə şəxsi məlumatlarınızı paylaşmağınızın sizə gələcəkdə mənfi təsirlərini görürsünüz mü?	46 nəfər (46%)	54 nəfər (54%)

ƏDƏBİYYAT

7. Ali Büyükaslan, Ali Murat Kırık- "Sosyal Media Araştırmaları 1 Sosyallesen birey", 2017, 335 səh.
8. <https://egegen.com/blog/sosyal-medya-nedir/>
9. <http://ventsmagazine.com/2018/02/11/social-media-vs-privacy-can-maintain-privacy-social-media/>