

## MEDİADA TREND ANLAYIŞI VƏ MÜŞAHİDƏ OLUNAN YENİLİKLƏR

Nurşəref Tağıyeva

*BDU, Beynəlxalq jurnalistika və informasiya siyaseti kafedrasının dok  
nurseref.yahyazade@gmail.com*

### Xülasa

Qloballaşmanın gatirdiyi yeniliklər və imkanlar arasında ən asası masnafaların azalması və sıçtanlığın artmasıdır. Başqa sözlə desək, bu şartlar sarhadları yox edib. Buna görə də dönyanın müxtəlif nöqtalarında olan insanlar bir-biri ilə ünsiyyət yaradı bılır, fikir və informasiya mübadiləsində iştirak edə bılır. Bəzən isə informasiya mübadiləsi ilə yanaşı, bu sarhadsızlıkdən təbliğat, tanıtım vasitəsi kimi da istifadə olunur. Elə burada trend anlayışı meydana çıxır. Gündümüzdə tez-tez istifadə etdiyimiz trend, media trendi anlayışı mediada mübahidə olunan yenilikləri, eləcə də media vasitəsilə gündəmə çevrilən və trend olan mövzuları nəzərdə tutur.

Bu məqalədə trend anlayışına, media trendi ifadəsinin mahiyyətinə və müasir dövrə mübahidə olunan trendlərə nəzər salacaqıq. Trendlərin növü, təsir dairəsi, təsir istiqamətləri, manfi və müsbət xüsusiyyətləri məqalənin əsas hissəsini təşkil edir.

*Aşar sözlər: media, trend, sosial media, internet, sosial şəbəkə, istifadəçil*

Müasir dövrə trend, media trendi, sosial media trendi kimi ifadələri tez-tez eşidirik. "Media trendi nadir?" sualına cavab vermek üçün avvalcə ümumiyyətdə trend sözünün mahiyyətinə nəzər salmaq lazımdır. Bəzi manbalarda "trend" sözünün izahlı tərcüməsinə baxımda "hər hansı bir vəziyyətdə ümumi inkişaf və ya dəyişiklik", "dəb", "trendə olmaq" ifadəsi isə "dəbədə olmaq" manasını verdiyini görə bilarık (3). Bu manalardan çıxış edərək deyə bilarık ki, media trendi dedikdə hər hansı bir dövrə media üçün gündəmə olan, hamının arxasında getdiyi, izləməyə çalışdığı yeniliklər nəzərdə tutulur. Sadəcə olaraq, trend anlayışının əsas özünəməxsus xüsusiyyəti onun daimi deyil, keçici olmasıdır. Yəni trend adlandırılan yeniliklər müəyyən bir situasiyada və ya zaman kasımında gündəmə olan yeniliklərdir. Bu baxımdan yanaşıqda ümumiyyətdə trendlərin gündəmə olma müddətinin uzunluğuna görə bir nüçə qrupa bölündüyü qeyd etmək olar.

1. Məqatrend (20-30 il)

2. makrotrend (5-10 il)

3. mikro trend (3-5 il)
4. alt trend (1-3 il)
5. sosial media trendi (1-90 gün) (4).

Sosial media trendi. Bu gün yuxarıda qeyd olunan trendlər içərisində an qisa ömürlü sosial media trendləridir. Sosial media trendləri 1-90 gün arasında yaşayır. Belə qisa ömürlü olmasının sababı isə sosial media istifadəçilərinin daim gündəmi diqqətə saxlamaları və maraqlarını tez-tez başqa mövzulara yönəltmələrdir. Həmçinin sosial media vasitəsi qisa zamanda geniş əhataya çatmağın mümkinliliyi gündən mövzularının aktuallığını tez itirməsinə sabab olur.

Trendlərin yaranmasında sosial media istifadəçiləri asan rol oynayır. Belə ki, baş vermiş hər hansı bir hadisə və ya mövjud hər hansı bir situasiya böyük marağa sabab olduqda sosial media istifadəçiləri buna reaksiya verərək trendin yaranmasına sabab olur. Bu baxımdan istifadəçilər də müəyyən gruplara bölünür. İlk hərəkət keçənlər, bu addımları dəstəkləyənlər, bu addımlara reaksiya verənlər, izleyib yeniləyənlər. Beləliklə, müəyyən bir situasiyanın istifadəçilər tərəfindən reaksiya ilə qarşlaşması ona trendə çevirir. Bu trendin ömrü isə həmin situasiyanın effekti keçənə qədər olur. Bu qeyd etdiyimizdən də aydın olur ki, sosial media trendləri sərtərəfli formalaşan və qisa ömürlü olan trendlər olsa da, olduqca geniş əhatə dairəsinə və təsir gücünə malikdir. Əlbəttə ki, bu təsirin həm müsbət, həm də mənfi cəhətləri mövcuddur.

Bəzi trendlər hər hansı negativ hala etiraz etmək, müəyyən sosial yardımlaşma və s. kimi halları təbliğ etmək məqsədi daşıyır. Bu da sosial media trendlərinin gücündən müsbət istiqamətdə istifadə olunması deməkdir.

Bəzi trendlər isə özündə manfi cəhətləri daşıyır. Xüsusilə də hər yaş qrupundan istifadəçisi olan sosial mediadə azyaşlıların müəyyən təsir altına düşməsinə, zərərli istiqamətlərə mövqelənməsinə sabab ola bilər. Həm də bu məsələnin psixoloji məqamlarını da nəzərə alsaq, insanlarda trend olmaq, trendə qoşulmaq, gündəmə uyğunlaşmaq, fərqlənmək, diqqət çəkmək və s. kimi istəklərin təşviq olunması insanları tez aludə olmağa sürükliyər. Sosial media trendi anlayışı o qədər geniş yayılıb ki, bu, artıq bir uğur göstəricisi hesab olunur. Yeni media məhsullarının sosial şəbəkələrdə çox reklam olunaraq, izlənarək, paylaşılaraq trendə düşməsi və ya sosial şəbəkələrin trend siyahısında özüne yer tutmasında həmin media məhsulların uğuru hesab olunur.

Bəzən isə bu trendə qoşulmaq sadəcə heşəq adlandırılardırlar sosial şəbəkə funksiyası vasitəsilə dünya gündəminin trend siyahısına düşməklə baş verir. Yəni sosial şəbəkə istifadəçiləri eyni heşəq altında müəyyən fikirlərini bölüşür və qısa zaman ərzindən avvalca ölkənin, daha sonra dünyanan trend siyahısına düşür. Əlbəttə ki, burada paylaşımların say cüdūlu birinci təsiridən məqamdır.

Biz müsür dövrünə an məsəhə trend anlayışı, sosial media trendi haqqında danışdıq, amma mediada trend anlayışı sadəcə sosial şəbəkələrdə istifadəçi kutusunun yaradıldığı trenddən ibarət deyil. Belə ki, media trendi dedikdə həm də medianın öz funksiyaları, formatları, janrları arasında gedən trendlər də nəzərdə tutulur. Bəs bu cür trendlər özünü nəda göstərir? Bu trendlərin yaranmasına sabab nədir?

Bildiyimiz kimi, internetin formalşdırıldığı yeni media anlayışı anənvi medya da təsirsiz ötüşmür. anənvi media günün nəbzini tuta bilmək və rəqabətdə davam gətirmək üçün yeni media alətlərindən istifadə edir. Digər tərəfdən isə qloballaşma prosesi media qurumları arasında əməkdaşlığı sıxlığındır üçün, eləcə də hansısa media qurumunun auditoriyası sərhədlərlə məhdudlaşmadığı üçün qarşılıqlı münasibətlər həm də qarşılıqlı təsirə çevrilir.

İlk növbədə texnologiyanın, xüsusilə də internetin mediya təsiri və sabab olduğu yeniliklərə nəzarə salıq. Ayndıñ ki, internet öz sərhədçiliyi və sərtilmişliyi ilə iletşən fəaliyyətə sahəsinə çox ciddi təsir göstərir, onun sadəcə icra olunmasını sürətli və əlçatan etməkə kifayiyyətmir, həm də məzmununa, keyfiyyətinə təsir göstərir. Belə ki, internetin jurnalistikadakı istifadə olunmasının perspektivləri sadəcə operativlik və geniş əhatə dairəsi ilə məhdudlaşdırır, qısa müddət arzında ciddi formə və məzmun dayışıklıklarına qatırıb çıxarır. - Yeni formatların yaranması həm texnologiyanın inkişafının nəticəsi kimi, həm auditoriyanın tələblərinin dayışması və bunun formatlarda da əksini tapşırıb ilə, həm də yeni məhsulların fərqli formatlara tələb etməsi ilə izah oluna bilər.

Yeni mediada müşahidə olunur trendlər dedikdə, bugünkü onlayn mediada gündəmədə olan yeniliklər nəzərdə tutulur. Bu yeniliklər adətən dəyişkən, o qədər də uzun müddəti olmayan yeniliklərdir. Bunun atasə sababı isə yeni media formatlarının dayışlığından daha uyğun olması, daha geniş əhatə dairəsinin və auditoriyasının olması, eləcə də yalnız media nümayəndələrinin deyil, digar insanların da yeni medianın iştirakçısına çevriləməsi və onu dayışmək imkanlarının olmasıdır. Bu sadıqlıq sabobları yeni medianın fərqli cəhətləri olmaqla yanğı, həm də yeni media formatlarında baş verən yeniliklərin, yaranan trendlərin sabobidir.

Yeni media formatlarında trendlər sırasında bunları qeyd edə bilmər: konvergensiya, backpack jurnalistika, vətəndaş jurnalistikası, bloggerlik (2). Əlbəttə ki, trend olaraq qeyd etdiyimiz bu terminlərin hər biri ayr-ayrılıqla izah tələb edir və ayrı məqələlərin mövzusudur.

Yeni mediada jurnalistika janrlarında da bəzi dəyişikliklər və yeniliklər müşahidə olunur. Auditoriyanın tələbinə uyğun olaraq materiallər daha ləkənifikasiya olunur. Çünkü bu günün auditoriyası daşıqlarını eyni material üzərində sərf etmək istəmir. Bu sabob onənən medianın ümumən geridə qalmasının başlıca sabobidir. Artıq insanlar bir maqaləni qazətdən oxumaq üçün, yaxud televiziya izləmək üçün asudə vaxt ayırmək istəmir. Buna görə də yeni media materialları də qısa və dəhə effektiv verməyə çalışır. Bu elementlər media janrlarında da özünlər göstərir. Qeyd etdiyimiz bu saboblar media janrlarında da trendlərin dayışmasına gotirib çıxarır. Janrlardakı trendlər anənvi media janrlarına yeni xüsusiyətlərin olmasına, eləcə də yeni mediada yeni janrların yaranmasına ilə müşahidə olunur.

Media formatlarında və janrlarında gedən dəyişikliklər və müşahidə olunan trendlər isə ümumilikdə sosial media trendlərindən bir neçə cəhətinə görə fərqlənir:

1. bu trendlər sosial media trendləri qədər qısa müddəti deyil;
2. bu trendlərin formalşamasında auditoriyanın tələbləri rol oynasa da,

**sosial media trendləri kimi istifadəçi tarafından formalasılmış;**

**3. sosial media trendlərinin məzmunu müxtəlifdir və bir mövzunun trendə çevrilməsində sosial media vasitədir, amma media formatlarında və janrlarında gedən trendlər daha sabitdir və burada media surət vasitə deyil, həm də trendin yaradıcısıdır.**

**Gördürümüz kimi media trendlərinə danışarkan sosial media trendlərindən, eləcə də media formatlarında, janrlarında gedən yeniliklərdən bahs etmək olar. Onlarla hər biri uzun və ya qısa ömrürlü olmasından asılı olmayaraq müasir dövrlər və auditoriyanın tələbi ilə yaranır, formalasılır və lazım geldikdə yoxa çıxır.**

### **İSTİFADƏ OLUNMUS ƏDƏBİYYAT**

1. Altunay A. Geleneksel medyadı yeni medyaya: Görüntü yüzeyi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisi, 27/2012
2. Başılı A. , Cavadova X. , İzzəti S. Yeni media jurnalistikası, Avropa Şurası, 2017, 67 s.
3. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/trend>
4. <https://digitalage.com.tr/sosyal-medyada-trendleri-nasil-tuketiyoruz/>

**Nursharaf Tağıyev**

### **Trend concept on media and observed innovations**

#### **Summary**

*Foremost among the innovations and opportunities brought about by globalisation are reduced distances and increased accessibility. In other words, these conditions have eliminated borders. Therefore, people in different parts of the world can communicate with each other, participate in the exchange of ideas and information. Sometimes, in addition to information exchange, this borderlessness is also used as a means of propaganda and promotion. This is where the concept of trend comes into play. The concept of trend, media trend, which we often use today, refers to the innovations observed in the media, as well as the topics that become the agenda through the media and are trending.*

*In this article, we will take a look at the concept of trend, the essence of the term media trend and the trends observed in the modern era. The main part of the article is the type of trends, the scope of influence, directions of influence, negative and positive characteristics.*

**Keywords:** media, trend, social media, internet, social network, user

**Нуршараф Тагиева**

### **Понимание медиа тренда и наблюдение инноваций**

#### **Резюме**

*Важнейшими среди инноваций и возможностей, вызванных глобализацией, являются сокращение расстояний и повышение доступности. Другими словами, эти условия уничтожили границы. Поэтому люди в разных уголках мира могут общаться друг с другом, участвовать в обмене идеями и информацией. Иногда, помимо обмена информацией, эта безграничность также используется как средство пропаганды и продвижения. Здесь в игру вступает понятие тренда. Понятие тренда, медиатренда, которым мы сегодня часто пользуемся,*

**относится к нововедениям, наблюдаемым в СМИ, а также к темам, которые через СМИ становятся повесткой дня и находятся в тренде.**

**В этой статье мы рассмотрим понятие тренда, сущность термина медиатренд и тенденции, наблюдаемые в современную эпоху. Основная часть статьи - вид тенденций, сферы влияния, направления влияния, отрицательные и положительные характеристики.**

**Ключевые слова:** СМИ, тренд, социальные сети, интернет, социальная сеть, пользователь.