

MƏDİADA TREND ANLAYIŞI VƏ MÜŞAHİDƏ OLUNAN YENİLİKLƏR

Nurşəraf Tağıyeva

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

Xülasə

Qloballaşmanın gətirdiyi yeniliklər və imkanlar arasında ən əsası məsafələrin azalması və əlçatanlığın artmasıdır. Başqa sözlə desək, bu şərtlər sərhədləri yox edib. Buna görə də dünyanın müxtəlif nöqtələrində olan insanlar bir-biri ilə ünsiyyət yarada bilir, fikir və informasiya mübadiləsində iştirak edə bilər. Bəzən işə informasiya mübadiləsi ilə yanaşı, bu sərhədsizlikdən təbliğat, tanıtım vasitəsi kimi də istifadə olunur. Elə burada trend anlayışı meydana çıxır. Günümüzdə tez-tez istifadə etdiyimiz trend, media trendi anlayışı mediada müşahidə olunan yenilikləri, eləcə də media vasitəsilə gündəmə çevrilən və trend olan mövzuları nəzərdə tutur.

Bu məqalədə trend anlayışına, media trendi ifadəsinin mahiyyətinə və müasir dövrdə müşahidə olunan trendlərə nəzər salacağıq. Trendlərin növü, təsir dairəsi, təsir istiqamətləri, mənfi və müsbət xüsusiyyətləri məqalənin əsas hissəsini təşkil edir.

Açar sözlər: media, trend, sosial media, internet, sosial şəbəkə, istifadəçi

Müasir dövrdə trend, media trendi, sosial media trendi kimi ifadələri tez-tez eşidirik. "Media trendi nədir?" sualına cavab vermək üçün əvvəlcə ümumilikdə trend sözünün mahiyyətinə nəzər salmaq lazımdır. Bəzi mənbələrdə "trend" sözünün izahlı tərcüməsinə baxdıqda "hər hansı bir vəziyyətdə ümumi inkişaf və ya dəyişiklik", "dəb", "trenddə olmaq" ifadəsi isə "dəbdə olmaq" mənasını verdiyini görə bilərik (3). Bu mənalardan çıxış edərək deyə bilərik ki, media trendi dedikdə hər hansı bir dövrdə media üçün gündəmdə olan, hamının arxasınca 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 kəsimində gündəmdə olan yeniliklərdir. Bu baxımdan yanaşdıqda ümumilikdə trendlərin gündəmdə olma müddətinin uzunluğuna görə bir nüçə qrupa bölündüyünü qeyd etmək olar.

1. Meqatrend (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 ən qısa ömürlüsü sosial media trendləridir. Sosial media trendləri 1-90 gün arasında yaşayır. Bəli qısa ömürlü olmasının səbəbi isə sosial media istifadəçilərinin dəim gündəmi diqqətdə saxlamaları və maraqlarını tez-tez başqa mövzulara yönəltmələrindədir. Həmçinin sosial media vasitəsilə qısa zamanda geniş əhatəyə çatmağın mümkünlüyü gündəm mövzularının aktuallığını tez itirməsinə səbəb olur.

Trendlərin yaranmasında sosial media istifadəçiləri əsas rol oynayır. Belə ki, baş vermiş hər hansı bir hadisə və ya mövdu hər hansı bir situasiya böyük marağa səbəb olduqda sosial media istifadəçiləri buna reaksiya verərək trendin yaranmasına səbəb olur. Bu baxımdan istifadəçilərdə müəyyən qruplara bölünür. İlk hərəkətə keçənlər, bu addımı dəstəkləyənlər, bu addımlara reaksiya verənlər, izləyib yeniləyənlər. Beləliklə, müəyyən bir situasiyanın istifadəçilər tərəfindən reaksiya ilə qarşılaşması onu trendə çevirir. Bu trendin ömrü isə həmin situasiyanın effekti keçənə qədər olur. Bu qeyd etdiklərimizdən də aydın olur ki, sosial media trendləri sürətlə formalaşan və qısa 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 neqativ 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 mənfi cəhətlər daşıyır. Xüsusilə də hər yaş qrupundan istifadəçisi olan sosial mediada azyaşlıların müəyyən təsir altına düşməsinə, zərərli istiqamətlərə meyillənməsinə səbəb 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 insanların təsir altına olmağa sürükləyir. Sosial media trendi anlayışı o qədər geniş yayılıb ki, bu, artıq bir uğur göstəricisi hesab olunur. Yeni media məhsullarının sosial şəbəkələrdə çox reklam olunaraq, izlənərək, paylaşılaraq trendə düşməsi və ya sosial şəbəkələrin trend siyahısında özünə yer tutması həmin media məhsulunun uğuru hesab olunur.

Bözən isə bu trendə qoşulmaq sadəcə heşteq adlandırılan sosial şəbəkə funksiyası vasitəsilə dünya gündəminin trend siyahısına düşməklə baş verir. Yeni sosial şəbəkə istifadəçiləri eyni heşteq altında müəyyən fikirlərini bölüşür və qısa zaman kəsində əvvəlcə ölkənin, daha sonra dünyanın trend siyahısına düşür. əlbəttə ki, burada paylaşılmanın say çoxluğu birinci təsiredici məqamdır.

Biz müasir dövrün ən məşhur trend anlayışı, sosial media trendi haqqında danışdıq, amma mediada trend anlayışı sadəcə sosial şəbəkələrdə istifadəsi kütləsinin yaratdığı 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 nədə göstərir? Bu trendlərin yaranmasına səbəb nədir?

Bildiyimiz kimi, internetin formalaşdırdığı yeni media anlayışı ənənəvi mediaya da təsirliş ötürmüşür. ənənəvi media günün nəbzini tutu bilmək və rəqabətdə davam gətirmək üçün yeni media alətlərindən istifadə edir. Digər tərəfdən isə qloballaşma prosesi media qurumları arasında əməkdaşlığı sıxlaşdırdığı üçün, eləcə də hansısa media qurumunun auditoriyası sərhədləri məhdudlaşmadığı üçün qarşılıqlı münasibətlər həm də qarşılıqlı təsire çevilir.

İlk növbədə texnologiyayın, xüsusilə də internetin mediaya təsiri və səbəb olduğu yeniliklərə nəzər salaıq. Ayındır ki, internet öz sərhədsizliyi və sürətliyi ilə istənilən fəaliyyət sahəsinə çox ciddi təsir göstərir, onun sadəcə icra olunmasını sürətlə və aslanat etməklə kifayətlənmir, həm də məzmununa, keyfiyyətinə təsir göstərir. Belə ki, internetin jurnalistikada istifadə olunmasının perspektivləri sadəcə operativlik və geniş əhatə dairəsi ilə məhdudlaşmışır, qısa müddət ərzində ciddi forma və məzmun dəyişikliklərinə gətirib çıxarır. . Yeni formatların yaranması həm texnologiyayın inkişafının nəticəsi kimi, həm auditoriyanın tələblərinin dəyişməsi və bunun formatlarda da əksini tapması ilə, həm də yeni məhsulların fərqli formatlar tələb etməsi ilə izah oluna bilər.

Yeni mediada müşahidə olunan trendlər dedikdə, bugünkü onlayn mediada gündəmdə olan yeniliklər nəzərdə tutulur. Bu yeniliklər adətən dəyişkən, o qədər də uzun müddətli olmayan yeniliklərdir. Bunun əsas səbəbi isə yeni media formatlarının dəyişikliyi daha uyğun olması, daha geniş əhatə dairəsinin və auditoriyanın olması, eləcə də yalnız media nümayəndələrinin deyil, digər insanların da yeni medianın iştirakçısına çevrilməsi və onu dəyişmək imkanlarının olmasıdır. Bu saydığımız səbəblər yeni medianın fərqli cəhətləri olmaqla yanaşı, həm də yeni media formatlarında baş verən yeniliklərin, yaranan trendlərin səbəbidir.

Yeni media formatlarında trendlər sırasında bunları qeyd edə bilərik: konvergensiya, backpack jurnalistika, vətəndaş jurnalistikası, bloggerlik (2). Əlbəttə ki, trend olaraq qeyd etdiyimiz bu terminlərin hər biri ayrı-ayrılıda izah tələb edir və ayrı məqalələrin mövzudur.

Yeni mediada jurnalistika janrlarında da bəzi dəyişikliklər və yeniliklər müşahidə olunur. Auditoriyanın tələbinə uyğun olaraq materiallar daha lakonik ifadə olunur. Çünki bu günün auditoriyası dəqiqələrin eyni material üzərində sərf etmək istəmir. Bu səbəb ənənəvi medianın ümumən geridə qalmasının başlıca səbəbidir. Artıq insanlar bir məqaləni qəzetdən oxumaq üçün, yaxud televiziya izləmək üçün asudə vaxt ayırmaq istəmir. Buna görə də yeni media materialları daha qısa və daha effektiv verməyə çalışır. Bu elementlər media janrlarında da özünü göstərir. Qeyd etdiyimiz bu səbəblər media janrlarında da trendlərin dəyişməsinə gətirib çıxarır. Janrlardakı trendlər ənənəvi media janrlarına yeni xüsusiyyətlərin əlavə olunması, eləcə də yeni mediada yeni janrların yaranması 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 müddətli deyil;
2. bu trendlərin formalaşmasında auditoriyanın tələbləri rol oynasa da,

sosial media trendləri kimi istifadəçi tərəfindən formalaşmış;

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

Gördüyümüz kimi media trendlərindən danışarkən sosial media trendlərindən, eləcə də media formatlarında, janrlarında gedən yeniliklərdən bəhs etmək olar. Onların hər biri uzun və ya qısa ömürlü olmasından asılı olmayaraq müasir dövrün və auditoriyanın tələbi ilə yaranır, formalaşır və lazım gəldikdə yoxa çıxır.

İSTİFADƏ OLUNMUŞ ƏDƏBİYYAT

1. Altınay A. Geleneksel medyadan yeni medyaya: Görüntü yüzeyi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü dergisi, 27/2012
2. Başiri A., Cavadova X., İzzətli 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/>

Nurşaraf Tağıyev

Trend concept on media and observed innovations

Summary

Foremost among the innovations and opportunities brought about by globalization 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

Нуршарф Тагйев

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 так же используется как средство пропаганды и продвижения. Здесь в игру вступает понятие тренда. Понятие тренда, медийного тренда, которым мы сегодня часто пользуемся,

относится к нововведениям, 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, сфера влияния, направления влияния, отрицательные и положительные характеристики.

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