

SOSIAL MEDİANIN İCTİMAİ SFERA VƏ ŞƏXSİ MƏKAN ARASINDAKI SƏRHƏDLƏRƏ TƏSİRİ

Fidan Vilayət qızı Əliyeva^{1,2} 

¹Bakı Dövlət Universiteti, Bakı, Azərbaycan

²Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti, Bakı, Azərbaycan

*fidanaliyevav@unec.edu.az

Modern texnoloji inqilabının nəticəsi olaraq meydana çıxan sosial media, cəmiyyətə yeni ünsiyyət formaları, şəxsi məkan və ictimai sfera arasında yeni dinamikalar gətirir. Ənənəvi medianın hegemonik şəkildə formalaşdırdığı ictimai sferadan fərqli olaraq, sosial media istifadəçilərə öz fikirlərini azad ifadə etmək və çoxsəviyyəli ünsiyyət qurmaq imkanı yaradır. Lakin bu yenilik bərabər söhbət imkanı yaratdığı kimi, eyni zamanda “exo otaqları” və kommersial maraqlar kimi problemlərlə də səhnəyə çıxır.

Bu araşdırma sosial medianın ictimai sfera və şəxsi məkan arasındakı sərhədləri necə yəni-dən formalaşdırdığını, yeni ünsiyyət formalarının ortaya çıxmasını və bu prosesin cəmiyyət üçün təklif etdiyi imkanları və çağırışları araşdırır.

Açar sözlər: sosial media, ictimai sfera, şəxsi məkan, virtuallaşma, şəbəkə cəmiyyəti, eko otaqları

GİRİŞ

Marshall McLuhana görə media sadəcə məlumatın ötürüldüyü neytral bir kanal deyil, cəmiyyətə təsir göstərən və mənalı yaradan aktiv bir mühitdir. Onun “Media mesajdır” ifadəsi medianın texniki, simvolik və texnoloji xüsusiyyətlərinin, özünün daşdığı məzmunundan daha vacib olduğunu vurğulayır.

McLuhana görə media iki əsas istiqamətdə cəmiyyətə təsir edir:

1. **Texniki və texnoloji xüsusiyyətləri vasitəsilə:** Medianın formaları (məsələn, televiziya, radio, internet) insan düşüncəsini, cəmiyyət strukturunu dəyişir. Məsələn, televiziya daha vizual qavrayışı təbliğ edirsə, internet sürətli əlaqə və ünsiyyət yaratma vərdişlərini formalaşdırır.
2. **Sosial strukturlar arasında əlaqə yaradaraq:** Media insanların bir-birilə və mədəniyyətlə olan ünsiyyətini formalaşdırır və bu ünsiyyət vasitəsi cəmiyyətin ümumi düşüncə tərzini və mədəni quruluşunu şəkilləndirir.

Bu baxımdan McLuhan medianı sadə texniki vasitə deyil, cəmiyyətin quruluşunu və dəyərlərini formalaşdıran çoxsəhəli və kompleks bir fenomen kimi qiymətləndirir.

Beləliklə, media, texnologiya, cəmiyyət və fərdlər arasında mürəkkəb əlaqələrdən yaranan bir “simvolik məkan” ilə bağlıdır. Sodrenin “media, texniki qurğu ilə birləşən kommunikasiya axını” konsepsiyası bu anlayışa uyğun gəlir [20, s. 20]. Sodren, medianı mesajların ötürüldüyü sadə bir texniki dəstək olaraq görməkdən daha çox, onun cəmiyyətdə fərdi və qrup fəaliyyətlərini mobilizasiya edən bir vasitə olduğunu vurğulayır.

ƏSAS HİSSƏ

Yeni Medianın Cəmiyyətə Təsiri

Texnoloji innovasiyalar cəmiyyətdə böyük dəyişikliklərə gətirib çıxarır. Cəmiyyətlərin stabil və sağlam bir şəkildə fəaliyyət göstərə bilməsi üçün texnoloji dəyişikliklərə uyğunlaşması vacibdir. Yeni texnologiyalar qəbul edilməli və onlardan səmərəli istifadə olunmalıdır ki, sosial nizam qorunsun və insanlar arasında ünsiyyət effektiv olsun.



Texnoloji inqilabın yaratdığı struktur dəyişiklikləri “yeni cəmiyyət” anlayışını ortaya qoyur. Bir çox nəzəriyyəçi, yeni texnologiyaların və xüsusilə sosial medianın cəmiyyət üzərindəki təsirlərini araşdırmaq üçün fərqli yanaşmalar irəli sürmüşdür. Məsələn, Touraine və Daniel Bell “İnformasiya cəmiyyəti” [6], Debord “Spektakl Cəmiyyəti” [10], Baudrillard “İstehlak Cəmiyyəti” [4] və Castells “Şəbəkə Cəmiyyəti” [8] anlayışları ilə diqqət çəkmişlər. Bu nəzəriyyələrin hər biri sosial medianın ictimai sahə ilə münasibətini və bu sahədə hansı mövqedə olduğunu anlamağa töhfə verir.

Bu nəzəriyyələr çərçivəsində başa düşülən “yeni cəmiyyət” anlayışı, sosial medianın ictimai sfera üzərindəki təsirlərinin artdığı bir dövrdə daha da önəm qazanır. Sosial media siyasi, iqtisadi və mədəni sahələrdə yeni cəmiyyətin dinamik bir hissəsi olaraq kütlələrin dəyişməsində katalizator rolunu oynayır.

İtalyan tədqiqatçı Massimo di Felice, müasir rəqəmsal medianın daha sosial və iştirakçı bir xarakter daşdığını vurğulayır. Bu yeni media forması cəmiyyət anlayışını dəyişdirir, çünki iştirakçıların əməkdaşlığı və qarşılıqlı əlaqəsi nəticəsində daha geniş və kollektiv bir təsir gücünə malik olur.

Sosial Medianın İctimai Sferadakı Rolu və Problemlər

Məzmunun fərdlər tərəfindən müəyyən edildiyi sosial media tətbiqləri, zaman və məkan məhdudiyyəti olmadan tam mənası ilə global bir şəbəkə cəmiyyətindən bəhs olunmasını mümkün edir. Bu gün dünyanın hər yerindən fərdlər, özlərinə çox uzaq ölkələrdə baş verən hadisələrdən xəbər tutub bilirlər və hətta burada baş verən hadisələr haqqındakı şərhlərini, reaksiyalarını və ya dəstəklərini yenə sosial şəbəkələr vasitəsilə paylaşa bilirlər. Bu global şəbəkə dövrü içərisində baş verən prosesin başa düşülməsinə uyğun gələn anlayış “şəbəkə cəmiyyəti”dir [8, s. 25]. Sosial medianın bu yeni ictimai dinamikası, fərdlərin informasiya yaratma və paylaşma prosesində aktiv rol oynamasını təmin edir.

Hans Enzensberger şəbəkə cəmiyyətinin formalaşmasında mühüm bir güc olan sosial medianı, istehsalçı və istehlakçıların üfüqi şəkildə bir-biri ilə əlaqə qurmasını təmin edən demokratik bir forma olaraq təhlil edir. Bu, ənənəvi medianın vertikal və mərkəzləşdirilmiş strukturundan fərqli olaraq, daha açıq və paylaşım yönümlü bir ictimai mühitin yaranmasına gətirib çıxarır [21, s. 21].

Manuel Castells-in “informasiya kapitalizmi” adlandırdığı yeni kommunikasiya texnologiyaları paralelində inkişaf edən və bu dövrün bir məhsulu kimi təsvir edilən “şəbəkə cəmiyyəti” anlayışı, ictimai sfera müzakirələrinin əsasını təşkil edir [2]. Manuel Castells sosial medianı şəbəkə cəmiyyətinin əsası kimi təqdim edir. O, yeni kompyuter texnologiyaları və internet şəbəkələrinin, həm yeni ünsiyyət formalarını, həm də yeni kanalları yaratdığını vurğulayır [7, s. 3]. Azərbaycan təcrübəsində də sosial media ictimai sferanın formalaşmasında mühüm yer tutur. 2013-cü il prezident seçkiləri zamanı Facebook və Twitter kimi platformalar insanların siyasi müzakirələrdə aktiv iştirakını təmin etdi və seçki ilə bağlı məlumatların sürətlə yayılmasına imkan yaratdı. Ümumilikdə, Azərbaycan Statistika Komitəsinin məlumatına görə ölkədə internetə çıxış səviyyəsi 2023-cü ildə 88%-ə çatmışdır və bu, sosial medianın əhəmiyyətini daha da artırır [1]. Bu yüksək rəqəmlər Castells-in “şəbəkə cəmiyyəti” konsepsiyasını təsdiqləyərək, sosial medianın informasiya yayılması və ictimai debatların təşkili üçün yeni bir mərkəzə çevrildiyini göstərir.”

Lakin Castells-in yanaşması, qloballaşma və şəbəkə cəmiyyətinin gətirdiyi üstünlükləri qeyd etməklə yanaşı, sosial bölücülük və informasiya qeyri-bərabərliyinin əhəmiyyətini kifayət qədər önə çıxarmır. Papacharissi-nin göstərdiyi kimi internet böyük miqdarda məlumatı saxlayır, amma bu məlumata çıxış imkanları hər kəs üçün eyni deyil [17].

Papacharissi internetin ictimai sfera yaratdığını qəbul etsə də, bunun müəyyən ziddiyyətlərə və problemlərə yol açdığını vurğulayır. Onun fikrincə, internet platformaları informasiya qeyri-bərabərliyi və parçalanmış auditoriyalar yarada bilər. Azərbaycanda bu yanaşma xeyriyyə kampaniyaları vasitəsilə özünü göstərir. Məsələn, sosial şəbəkələrdə fərdlərin müalicəsi üçün vəsait toplamaq və ya təbii fəlakətlər zamanı dəstək aksiyaları geniş rezonans doğurur. Lakin bu təşəbbüslər daha çox müəyyən auditoriyaların diqqətini çəkir və ümumi cəmiyyət miqyasında təsirini itirə bilər. Bu

isə Papacharissi-nin qeyd etdiyi kimi, sosial medianın cəmiyyətdə “parçalanmış ünsiyyət” dinamikasını gücləndirdiyini göstərir.

Beynəlxalq təcrübəyə baxdıqda, Ərəb Baharı hadisələri Castells-in yanaşmasını güclü şəkildə təsdiqləyir. 2010-2012-ci illərdə Tunisdə və Misirdə başlayan xalq hərəkatları sosial media vasitəsilə təşkil olundu. Facebook və Twitter platformaları insanların dövlət senzurasını aşaraq bir araya gəlməsinə və fiziki olaraq meydanlara çıxmasına şərait yaratdı. Bu hadisələr sosial medianın siyasi mobilizasiya vasitəsi kimi rolunu göstərir və Castells-in “şəbəkə cəmiyyəti” nəzəriyyəsini gücləndirir.

Digər tərəfdən, Papacharissi-nin “eko otaqları” (echo chambers) anlayışı ABŞ-dakı siyasi proseslərdə özünü göstərir. 2016 və 2020-ci il prezident seçkiləri zamanı sosial media alqoritmləri fərdləri yalnız öz ideoloji baxışlarına uyğun olan məlumatlarla əhatə etdi [3]. Bu, ictimai müzakirələrin məhdudlaşmasına və fərqli baxışlara məruz qalma imkanının azalmasına səbəb oldu. Bu, Habermasın təsvir etdiyi geniş ictimai iştirak anlayışının qarşısını alır. İctimai sfera insanların sərbəst şəkildə müzakirələr apardığı və birgə ictimai düşüncə prosesini həyata keçirdiyi bir məkandır [11]. Ancaq eko otaqları bu prosesi pozur, çünki insanlar fərqli fikirlərlə qarşılaşmaq əvəzinə yalnız öz baxışlarına bənzər fikirlər eşidirlər [27, s. 87]. Beləliklə, internetin açıq ictimai sfera yaratmaq potensialı olsa da, bəzən auditoriyaların parçalanmasına gətirib çıxarır.

İnternet və ictimai sfera ilə bağlı üç əsas ziddiyyəti vurğulayır [17]:

1. İnternet böyük miqdarda məlumatın saxlanması imkan verəcək, lakin məlumatlara çıxış və oxuma bacarığı baxımından qeyri-bərabərliklər yaranacaq.

2. Dünyanın hər yerindən insanlar internet texnologiyaları vasitəsilə ənənəvi texnologiyalara nisbətən daha asan ünsiyyət qura biləcəklər, lakin bu, auditoriyaları parçalayıb ayrı-ayrı qruplara sala bilər.

3. Onlayn ictimai sferalar da Habermasın burjua ictimai sferasının üzvləşdiyi problemlərlə qarşılaşmağa meyilli ola bilər. Habermasın burjua ictimai sferası, əvvəlcə insanların azad şəkildə müzakirələr apardığı bir məkan olaraq qəbul edilirdi, lakin zamanla kommersiyyalaşmış və elitər qrupların nəzarətinə keçmişdi. Eynilə, internetdəki ictimai sferalar da oxşar şəkildə ticari maraqların təsiri altına düşə bilər. Bu, onlayn platformaların reklamçılıq, istifadəçi məlumatlarının yığılması və davranışların izlənilməsi kimi ticari məqsədlər üçün istifadə olunması anlamına gəlir. Kommersiyanın bu cür təsiri, insanların sərbəst şəkildə fikir mübadiləsi apara biləcəyi bir mühitin ticari maraqlarla formalaşan və yönləndirilən bir mühitə çevrilməsinə səbəb ola bilər. Beləliklə, onlayn ictimai sferalar da ticari maraqlar səbəbindən əvvəlki azad və demokratik potensialını itirə bilər.

Çoxşaxlı quruluşa malik olan sosial media “virtuallaşma” anlayışı ilə də tənqid edilir. Sosial mediada insanlar yalnız virtual simulakralarla- yəni reallığın təhrif edilmiş təmsilləri ilə -qarşılaşırlar və real ünsiyyət formaları üçün yer az qalır. “Köçəri insan” anlayışı ilə isə internet istifadəçilərinin daim dəyişən bir vəziyyətdə olduqlarını vurğulanır [22, s. 41]. Bu, istifadəçilərin internetdə sabit bir yerə və kimliyə malik olmadıqlarını, əksinə daimi olaraq dəyişən və hərəkət edən bir vəziyyətdə olduqlarını ifadə edir.

Poor isə internet istifadəçilərinin sayının çoxluğuna diqqət cəkərək, bir neçə ictimai sferanın mövcud olması ideyasının əhəmiyyət qazandığını vurğulayır. O, milyonlarla internet istifadəçisinin eyni anda tək bir ictimai sferada müzakirələr apara bilməsinə şübhə ilə yanaşır [18]. Bu, internetin çoxlu sayda fərqli qrupların eyni vaxtda mövcud ola biləcəyi çoxsferalı bir məkan yaratdığı fikrini dəstəkləyir.

Poster isə “İkinci Media Dövrü” olaraq adlandırdığı internet kimi rəqəmsal texnologiyaların mövcud vəziyyətində bəzi problemlərin olması ilə yanaşı, iki tərəfli ünsiyyət imkanları, ifadə azadlığı yaratması, dövlətdən və güc mərkəzlərindən nisbətən müstəqil olması onu ictimai məkan kimi xarakterizə edir. Posterin “Birinci Media Dövrü” olaraq adlandırdığı dövrdəki qazet, radio, televiziya kimi ənənəvi media vasitələrinin ictimai məkan kimi qəbul etməməsinin səbəbi, məhz bu vasitələrin hegemonik güc münasibətləri içində yer alması, dövlət tərəfindən yönləndirilməsi və kommunikasiyanın mərkəzdən çevrəyə doğru tək tərəfli aparılması ilə bağlıdır. Posterə görə internetin rə-



qəmsal dünyası, ənənəvi institusional mühiti (məsələn, iş yerləri, məktəblər, və digər təşkilatlar) dəyişdirdikcə, bu dəyişiklik sosial ierarxiyaları, yəni irq, cinsiyyət və etnik mənsubiyyətə əsaslanan fərqlilikləri məhv edəcək. Həmçinin internet əvvəlcədən ictimai məkanlardan kənarda qalmış fərdi kimliklərin formalaşmasına imkan verir. Məsələn, müəyyən qruplar və ya fərdlər (məsələn, LGBT+ icması, azlıq qrupları) ənənəvi ictimai məkanlarda özlərini ifadə etməkdə çətinlik çəkirdilər. Lakin internet onlara öz platformalarını yaratmaq və öz kimliklərini sərbəst şəkildə ifadə etmək üçün imkan yaradır [13, s. 175].

Dahlberg hesab edir ki, internetin mənfəətli cəhətləri- exo otaqları, bot və trollar tərəfindən yayılan yanlış və yanıltıcı məzmunlar, saxta xəbərlər internetin ictimai məkan potensialına zərər versə də, müxtəlif aspektlərinə görə hələ də bir ictimai məkan kimi qəbul edilə bilər. Rəqəmsal texnologiyalar daha mürəkkəb və çoxsəviyyəli ictimai məkan yaradır [9]. Bu yeni ictimai məkan, müxtəlif və marjinal qruplara görünürlik imkanı verdiyindən, bu məkan müxtəlif fikirlərin mübarizə apardığı sahə kimi xarakterizə olunur. Hegemonik və alternativ yanaşmaların qarşılaşması fərqli fikirlərin müzakirəsinə və yeni perspektivlərin ortaya çıxmasına səbəb ola bilər. Bu səbəbdən, internet ictimai məkanın yalnız yerli deyil, qlobal ölçüdə genişlənməsinə və daha çox insanın daxil olmasına şərait yarada bilər.

Şəxsi və İctimai Məkanların Sosial Mediaya İntegrasiyası

Sosial medianın 'elektron agora' kimi təsvir edilməsi, istehsalçı-istehlakçı dinamikasına əsaslanaraq ictimai məkanın təbiəti ilə bağlı müzakirələri daha da dərinləşdirir. Məqsədi dünyanı insaların bir-birinə daha yaxın olduğu bir yerə çevirmək olan Facebook platforması bu müzakirələrdə mühim mərhələ hesab olunur. Mark Zukerberq 2017-ci ildə qlobal icmanın yaradılmasına və bu layihədə Facebook-un roluna aid çox cəsarətli manifest elan etdi [14]. Bunun davamı olaraq, İcmaların Sammitindəki nitqində Zukerberq bildirdi ki, “zəmanəmizin sosial-siyasi dəyişikliyi - tüğyan edən narkotik asılılıqdan tutmuş, qatil totalitar rejimlərdəki-böyük dərəcədə insan icmalarının dezintegrasiyası ilə əlaqədardır. Onilliklər ərzində müxtəlif qruplarda üzlük dördə-birə qədər azalmışdır, çoxlu sayda insanın indi başqa yerdə həyatın mənasını və özlərinə dəstək axtarmağa ehtiyacı vardır [15]”. İcmaların bərpası və yenidən qurulmasını vəd edən Facebook sosial mozaikanı gücləndirib dünyanı daha yaxın araya gətirməyi hədəfləyir. Zukerberq öz manifestində elan edir ki, onlayn icmalar offlayn icmaların yaranmasına imkan verəcək. Bəzi hallarda bu doğru ola bilər, lakin çox vaxt onlayn offlaynın hesabına baş verir və onlar arasında böyük fərqlər mövcuddur. Ən azı yaxın gələcək üçün fiziki cəmiyyətlərin virtual cəmiyyətlərlə müqayisə olunmayacaq dərinliyi var [12, s. 83].

Facebook insanların təcrübələrini başqaları ilə bölüşmək üçün öz alətlərini təkmilləşdirməkdə davam etmək istəyir [12, s. 89]. Çünki insanların həqiqətən ehtiyacı ola biləcək alət onları öz təcrübələri ilə birləşdirən alətdir. “Təcrübə mübadiləsi” adı ilə insanlara, başlarına nə gəldiyi və kənarda-kıların gözündə bunun necə göründüyünü anlaması təşviq edilir. Baş vermiş hadisələrə münasibəti internet reaksiyası müəyyən edir və bu fiziki mühitə qarşı özgələşməyə səbəb olur.

Richard Sennetin nəzəriyyəsinə görə müasir dövrdə insanların olduğu özəl məkanlar ilə ictimai məkan arasında sərhədlər bulanıqlaşmışdır. İctimai məkanlar, keçmişdəki funksiyalarından uzaqlaşaraq yalnız keçilən yerlərə çevrilmişdir. Sosial media istifadəçiləri adətən təcrid olunmuş binələrdə yaşamağa davam edirlər. Lefebvrenin təsvir etdiyi kimi bir zamanlar sosial qarşılıqlı əlaqə və paylaşma məkanı olan küçələr, bu gün iş və ev arasında keçilən, sosial qarşılıqlı əlaqələrin nadir hallarda yaşandığı yerlərə çevrilmişdir. Xüsusilə, sosial medianın insanların “həzz” almasına yönəlmiş dizaynı, şəxsi məkan olan “evin” məxfiliyini pozur. Nəticədə, ictimai həyatın bir hissəsi olmayan, yalnız özünə və “ağıllı telefonuna” maraq göstərən hedonist və transhumanist bir fərd formalaşır [19, s. 175].

Mobil ağıllı cihazlar vasitəsilə özəl həyatlarını ictimaiyyətə açıq şəkildə paylaşan insanlar, yeni bir sosial paradigmanın bir parçası halına gəlirlər. Əvvəllər şəxsi və ictimai həyat arasında olan sərhədlər indi yox olub, şəxsi məlumatların paylaşılması adi bir hal alıb. Şəxsi həyatın ictimaiyyətə

açılması bir dəyər və ya vəzifə kimi qəbul edilir. Özəl həyatlarını gizli saxlamaq istəyənlər və ya ictimaiyyətlə paylaşmaqdan imtina edənlər, sosial qarşılıqlı əlaqədən kənarlaşdırılır” [18, s. 135]. Bu yeni sosial qaydalara uyğunlaşmayanlar, populizmin yaratdığı bir 'ruhi çevrilmə' nəticəsində, sosial olaraq 'ölü' hiss edə bilirlər.

İctimai məkanla şəxsi məkan arasındakı sərhəd rəsmi olmasa da, cəmiyyətin gündəlik həyatında açıq şəkildə mövcuddur. Zygmunt Bauman, "Qapımızdakı Yadlar" adlı əsərində, özəl və ictimai məkanlar arasındakı sərhədin yaradılmasının səbəblərini və nəticələrini dərinlən araşdırır. O, bu prosesin arxasında duran sosial, siyasi və psixoloji faktorları təhlil edir. Bauman'a görə bu sərhədin formalaşdırılmasında əsas rol oynayan amillər, insanların təhlükəsizlik ehtiyacları, digər insanlarla olan münasibətləri və cəmiyyətdəki güc dinamikalarıdır.

Araşdırma göstərir ki, bir çox internet istifadəçisi özlərini real dünyanın səs və görüntülərindən uzaqlaşdırmaq üçün internetə müraciət edir. Sosial mediada insanlar yalnızca "bənzər düşünən" şəxsləri qəbul edir və əks fikirləri sahib olanlardan asanlıqla uzaqlaşır. Beləliklə, sadə bir "sil" düyməsi ilə istənməyən mübahisələrdən və detallardan qaçmaq mümkündür. İnsanlar inanclarını sorğulamaq əvəzinə mübahisələrdən qaçır və əxlaqi mövzuları müzakirə etməkdənsə, daha risksiz alternativlərə yönəliirlər [5, s. 64].

Zygmunt Bauman sosial medianın insan psixologiyasına təsirini araşdırmaq üçün Facebook-da belə bir sual verir: "İnternet və medianın insanlığımız üzərindəki təsiri nədir? Sosial media ilə özünüzü daha yaxın, yoxsa daha uzaq hiss edirsiniz?" Cavablardan biri bu vəziyyəti yaxşı təsvir edir: "Sosial mediada uzaq olduğum insanlara daha yaxın hiss edirəm, amma yaxın olduğum insanlara daha uzaq." Bauman bunu belə yekunlaşdırır: "Sosial media bizi eyni zamanda həm yaxınlaşdırır, həm də uzaqlaşdırır" [16, s. 128].

YEKUN NƏTİCƏ

Sosial media müasir texnoloji inqilabın mərkəzində dayanaraq ictimai sfera və şəxsi məkan arasındakı sərhədləri yenidən müəyyənləşdirmişdir. Bu araşdırma göstərir ki, sosial media bir tərəfdən demokratik iştirak və ifadə azadlığını genişləndirir, qlobal ünsiyyət və əməkdaşlıq üçün yeni imkanlar yaradır, digər tərəfdən isə "eko otaqları", informasiya qeyri-bərabərliyi və şəxsi həyatın kommersiyalaşdırılması kimi ciddi problemlər ortaya çıxarır.

Manuel Castells-in "şəbəkə cəmiyyəti" anlayışı sosial medianın qlobal miqyasda məlumat axınını demokratikləşdirdiyini və yeni ictimai iştirak formalarını təşviq etdiyini göstərir. Bununla belə, Papacharissi-nin vurğuladığı kimi, sosial medianın təsiri bəzən auditoriyaların parçalanması və yanlış məlumatların yayılması ilə nəticələnir ki, bu da ictimai debatların keyfiyyətini azaldır.

Sosial medianın həm fərdlərə, həm də qruplara ünsiyyət və təşkilatlanma üçün təqdim etdiyi imkanlar, cəmiyyətlərin ictimai və şəxsi dinamikalarını əhəmiyyətli dərəcədə dəyişdirmişdir. Bununla yanaşı bu platformaların artan gücü onların tənzimlənməsi və etik istifadəsi məsələlərini də ön plana çıxarır.

Gələcək araşdırmalar sosial medianın təsirlərinin daha mürəkkəb tərəflərini, xüsusilə də siyasi qütbləşmə, ictimai debatların strukturlaşdırılması və fərdi məxfiliyə təsirini daha dərinlən öyrənməyə yönəlməlidir. Beləliklə, sosial media yalnız texnoloji yenilik deyil, həm də ictimai dəyişikliklərin əsas katalizatoru kimi qəbul edilməlidir.

ƏDƏBİYYAT

1. Azərbaycan Statistika Komitəsi. İnformasiya və kommunikasiya texnologiyaları statistikas. Bakı: Azərbaycan Statistika Komitəsi, - 2023.
2. Çalışkan, S. Yeni İletişim Teknolojileri ve Sosyal Medya: Toplumlar Arası Bir Geçiş / S.Çalışkan. - İstanbul: Akademik Kitaplar, - 2014. - 210 s.
3. Allcott, H., Gentzkow, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election // Journal of Economic Perspectives, - 2017, 31 (2), - p. 211-236.



4. Baudrillard, J. The Consumer Society: Myths and Structures / J.Baudrillard. - London: SAGE Publications, - 1997. – 224 p.
5. Bauman, Z. The Stranger / Z.Bauman. - Cambridge: Polity Press, - 2000. – 96 p.
6. Bell, D. The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting / D.Bell. - New York: Basic Books, - 1999. – 616 p.
7. Castells, M. Communication Power / M.Castells. - Oxford: Oxford University Press, - 2013. – 592 p.
8. Castells, M. The Rise of the Network Society / M.Castells. - Malden: Blackwell Publishers, - 2005. - 597 p.
9. Dahlberg, L. Rethinking the Virtual Public Sphere: The Internet as a Democratic Discourse // Information, Communication & Society, - 2007, 10 (1), - p. 1-23 p.
10. Debord, G. The Society of the Spectacle / G.Debord. - New York: Zone Books, - 1996. - 154 p.
11. Habermas, J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society / J.Habermas. - Cambridge: MIT Press, - 1989. – 301 p.
12. Harari, Y.N. 21 Lessons for the 21st Century / Y.N.Harari. - New York: Spiegel & Grau, - 2017. – 372 p.
13. Holmes, D. Communication Theory: Media, Technology, Society. London: D.Holmes. - Sage Publications, - 2005. - 272 p.
14. <https://www.cnn.com/2017/06/26/mark-zuckerberg-compares-facebook-to-church-little-league.html>
15. <https://www.facebook.com/notes/mark-zuckerberg/building-global-community/1015544292806634/>
16. Lyon, D., Bauman, Z. Liquid Surveillance: A Conversation. Cambridge: Polity Press, - 2018. – 152 p.
17. Papacharissi, Z. The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere // New Media & Society, - 2002, 4 (1), - p. 9-27.
18. Poor, N. The Digital Divide: The Internet and Its Impact on Social Inequality. Princeton: N.Poor. - Princeton University Press, - 2005. – 272 p.
19. Sennett, R. The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism. R.Sennett. - New York: W.W. Norton & Company, - 2020. – 176 p.
20. Sodr , M. Anthropology of Communication: A Symbolic Approach / M.Sodr . - Rio de Janeiro: Mauad Editora, - 2002. – 248 p.
21. Waltz, M. Alternative and Activist Media / M.Waltz. - Edinburgh: Edinburgh University Press, - 2005. – 280 p.
22.  i ek, S. Like a Thief in Broad Daylight: Power in the Era of Post-Humanity / S. i ek. - London: Allen Lane, - 2018. – 303 p.

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE BOUNDARIES BETWEEN THE PUBLIC SPHERE AND PRIVATE SPACE

F.V. Aliyeva

As a result of the modern technological revolution, social media brings new forms of communication, new dynamics between private space and the public sphere. Unlike the public sphere shaped hegemonically by traditional media, social media allows users to express their opinions freely and engage in multi-level communication. However, this innovation, while creating equal opportunities for conversation, also presents problems such as "echo chambers" and commercial interests.



This research examines how social media reshapes the boundaries between the public sphere and private space, the emergence of new communication forms, and the opportunities and challenges this process presents for society.

Key words: *social media, public sphere, private space, virtualization, network society, echo chambers*

ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА НА ГРАНИЦЫ МЕЖДУ ОБЩЕСТВЕННОЙ СФЕРОЙ И ЧАСТНЫМ ПРОСТРАНСТВОМ

Ф.В. Алиева

В результате современного технологического революции социальные медиа приносят новые формы общения, новые динамики между частным пространством и общественной сферой. В отличие от общественной сферы, формируемой гегемонией традиционных медиа, социальные медиа позволяют пользователям свободно выражать свои мнения и вести многоуровневое общение. Однако это новшество, создавая равные возможности для общения, также представляет собой проблемы, такие как "эхо-камеры" и коммерческие интересы.

Это исследование изучает, как социальные медиа перераспределяют границы между общественной сферой и частным пространством, появление новых форм общения и возможности и вызовы, которые этот процесс представляет для общества.

Ключевые слова: *социальные медиа, общественная сфера, частное пространство, виртуализация, сетевое общество, эхо-камеры*