

# Sosial şəbəkələr global siyasi silah kimi

Aygün Əhmədova

AMEA İnformasiya Texnologiyaları İnstitutu

aygun17shobe@gmail.com

**Xülasə**— Məqalədə müasir dövrdə özünü ifadə vasitələrindən biri olan sosial şəbəkələrin mahiyyəti və onun sosial etirazların keçirilməsi üçün vasitə kimi imkanları araşdırılmışdır. Əhalinin siyasi səfərbərliyinin artırılmasında, baş verən inqilablarda sosial şəbəkələrin rolu tədqiq edilmiş və tövsiyələr verilmişdir.

**Açar sözlər**— *sosial şəbəkə; şəbəkə inqilabları; Facebook; Twitter; Ərəb baharı*

## I. GİRİŞ

Bu gün İnternet mühitində ən populyar layihələrdən biri sosial şəbəkələrdir. Sosial şəbəkələr hər hansı bir ideyanın və fikrin təbliğ edilməsi üçün uyğun mühitdir. Dünyanın müxtəlif yerlərindən minlərlə İnternet istifadəçisi vaxtlarını, təcrübə və biliklərini sosial şəbəkələrdə informasiya mübadiləsinə sərf edir, hadisələr, müxtəlif obyektlər və s. haqqında küllü miqdarda məlumatlar daxil edirlər.

Son illərdə sosial şəbəkələr, sosial və siyasi proseslərdə baş verən problemlərin əsas qaynağı kimi çıxış edir. Bu sosial şəbəkələrin gənclər arasında populyarlıq qazanmasından irəli gəlir. Məhz bunu və sosial şəbəkənin imkanlarını nəzərə alan müxtəlif qruplaşmalar bu mühitdə aktiv təmsil olunmağa çalışırlar.

Kriminal hadisələr, insan alveri, siyasi sabitliyin pozulması və bu kimi problemlər sosial şəbəkələrin geniş araşdırılmasını tələb edir. İnsan və vətəndaş hüquqları və azadlıqları qorunmaqla, dövlət strukturlarının və bir sıra əlaqədar təşkilatların bu prosesləri nəzarətdə saxlaması, müəyyən şəkildə şəbəkələrdə təmsil olunması məsələsini aktuallaşdırır.

## II. SOSIAL ŞƏBƏKƏLƏR: MAHIYYƏTİ VƏ İNKİŞAF DİNAMİKASI

Sosial şəbəkə – sosial obyektlər (adamlar və ya təşkilatlar) çoxluğu və onlar arasındakı əlaqələr (münasibətlər) çoxluğundan ibarət sosial strukturdur [1, 2].

Sosial obyektlərə şəbəkənin aktorları və ya qovşaqları deyilir. Sosial əlaqələrə aktorlar arasında qarşılıqlı kommunikasiya əlaqələrini, müxtəlif resursların mübadiləsinə, münaqişələri və s. misal göstərmək olar.

“Sosial şəbəkə” termin kimi ilk dəfə 1954-cü ildə “Mançester məktəbi”nin sosioloqu Ceyms Barns tərəfindən istifadə edilmişdir. Termin bir-biri ilə tanış insanların əhatə dairəsini göstərmək məqsədilə istifadə edilirdi. Hər bir istifadəçi sosial şəbəkənin mərkəzi, onun tanışları isə budaqları, onlar arasında münasibətlər isə əlaqələrdir [1, 3].

İnternet mühitində sosial şəbəkə (SŞ) dedikdə eyni marağa malik insanların toplandığı interaktiv, çoxistifadəçili veb-sayt nəzərdə tutulur. Avtomatlaşdırılmış sosial mühit olan bu sayta məlumatlar hər hansı bir qrupda birləşmiş İnternet

istifadəçilərinin özləri tərəfindən daxil edilir [4].

İlk onlayn SŞ 1995-ci ildə Classmates.com portalı olmuşdur [5]. Hal-hazırda bu şəbəkənin 55 milyondan çox istifadəçisi var [6]. Layihənin sxemi əsasında 1999-cu ildə AsianAvenue.com, 2000-ci ildə MiGente.com, 2002- ci ildə sosial şəbəkələrdə ciddi dönüş yaradan Friendster, 2003-2004-cü illərdə Twitter, LinkedIn, MySpace, Facebook və s. kimi bir çox sosial şəbəkələr yaradılmışdır.

SŞ-lər vahid struktura malik deyil, onlar bir-biri ilə əlaqəli, müəyyən maraqlara malik çoxlu sayda müxtəlif cəmiyyətlərdən ibarətdir. Əgər LinkedIn ciddi işgüzar əlaqələri yaratmaq və inkişaf etdirmək məqsədilə yaradılmışdırsa, MySpace və Facebook kimi şəbəkələr ilk növbədə insanların informasiyaya və özünüifadəyə olan tələbatını reallaşdırmaq üçün yaradılıb [5].

SŞ-lər digər sosial İnternet layihələrindən (bloq, mikrobloq) xarakterik xüsusiyyətləri ilə seçilir [7]:

- İnformasiya mübadiləsi üçün praktiki olaraq bütün imkanlarla (şəkil, video, bloq xidməti, mikrobloq xidməti, cəmiyyətlər, çat, məkanın qeyd edilməsi və s..) təmin edilib.
- İstifadəçi profil yaratmaq imkanına malikdir. Profil - istifadəçinin özü haqqında real informasiya yerləşdirməsi üçün adlandırılmış bölmələri olan şəxsi sahifədir.
- Dost siyahıları yaratmaq imkanı mümkündür. Burada virtual dostlar arasında qohumlar, real həyatdakı dostlar, məktəb və ya ali məktəb, iş yoldaşları, həmkarlar üstünlük təşkil edir. Virtual dostlar isə bunlarla nisbətdə azlıq təşkil edir.

Bu imkanlardan savayı, digər xarakterik xüsusiyyətlər sırasına müxtəlif sosial-iqtisadi qrup yaratma imkanları, reklam yerləşdirmə, qapalı və ya yarıaçıq profil yaratma, axtarış zamanı konfidensiallığın qorunması, dostların şəbəkəsini görmə imkanı, tanış insanlara dostluq göndərmə imkanları və s. daxildir [2].

SŞ-lər elə bir texniki struktura malikdir ki, yeni istifadəçilərin cəlb olunmasında bu şəbəkələrin özləri iştirak edir. Qeydiyyat zamanı istifadəçinin elektron poçtunda olan digər istifadəçilərə qeydiyyat üçün təkliflər göndərilir. Tanınmış poçt xidmətləri sosial şəbəkələrə dəstək göstərir və poçt ünvanları vasitəsilə yeni sosial şəbəkədə artıq qeydiyyatdan keçmiş dostları tapmağa kömək edir. Bu yolla sosial şəbəkələrin istifadəçiləri asanlıqla artır.

SŞ-lərin istifadəçiləri iki yerə bölünür: passiv və aktiv. Passiv istifadəçilər qeydiyyatdan keçir, lakin şəbəkədən istifadə etmir və ya yalnız informasiya götürməklə məşğuldu.

Aktiv istifadəçilər isə müxtəlif kontentlərin yaradıcısı olurlar.

İstifadəçilər qeydiyyat zamanı öz adından və ya saxta profildən istifadə edə bilər. Araşdırmalar zamanı müəyyən edilmişdir ki, saxta profillərin özləri də iki yerə bölünür:

- Real ad və soyadı ilə deyil, istifadəçi niki seçməklə (Moonsun, Sheyla Sultan, Selcan Xatun və s.) yaradılan profil. Bu istifadəçilərin kim olduğu dostlar tərəfindən tanınır, lakin kənar şəxslər üçün qapalı qalır.
- Hansısa real şəxsin adından yaradılan saxta profil. Bilərəkdən, qərəzli, çirkin məqsədlər üçün yaradılan profillər bu qrupa daxil olur. Əsasən tanınmış şəxslərin nüfuzuna xələl gətirmək üçün yaradılır.

Əlyetərliyinə görə sosial şəbəkələr bağlı, qismən bağlı (qarışıq) və açıq olurlar. Bağlı sosial şəbəkələrə İnternet istifadəçiləri yalnız dəvət olunduqda üzv ola bilərlər.

SŞ-lərin əlamətlərinə görə qruplaşmasında insanların maraq dairəsi nəzərə alınır. Bununla bağlı sosial şəbəkələr şəxsi münasibətlər (Classmates.com), işgüzar münasibətlər (LinkedIn), əyləncə (MySpace), video (YouTube), audio (Last.fm), foto (Flickr), geolokasiya (Foursquare), alış-veriş (Groupon), bloqinq (Tumblr), xəbərlər (Reddit), sual-cavab (Answers.com), tematik maraqlar (Slashdot) və s. üzərində qurulurlar [8].

Coğrafi əhatəsinə görə sosial şəbəkələr dünya, ölkə və ərazi vahidi üzrə qruplaşılır.

Müxtəlif regionlarda sosial şəbəkələrin populyarlığı müxtəlifdir. Belə ki, MySpace, Facebook, Twitter və LinkedIn sosial şəbəkələri gənclər arasında daha populyardır və əsasən Şimali Amerika və Avropa ölkələrində tanınırlar. Digər sosial şəbəkələr Nexopia - Kanada, Hi5 və dol2day - Almaniya, Friendster, Multiply, Orkut, Xiaonei və Cyworld – Asiya və s. regionlarının istifadəçiləri arasında populyardır.

Mobil sosial şəbəkələr sosial şəbəkə istifadəçilərinin sayının artmasına təsir göstərir. İstifadəçilərin maraqlarına uyğun əsas təyinatı mobil sosial şəbəkə olmaqla yanaşı digər sosial şəbəkələrin də mobil versiyaları təklif edilir [9]. Əsas təyinatı mobil sosial şəbəkələr olan xidmətlərə misal olaraq Dodgeball, Mozes, Loop, Mkade, Mocospace və s. adlarını qeyd etmək olar. İstifadəçilərinin rahatlığını təmin etmək məqsədilə mobil qarşılıqlı xidmətlər təklif edən sosial şəbəkələr sırasına Facebook, Odnoklassniki, Badoo və s. layihələri göstərmək olar.

2013-cü ilin mart ayına olan son statistik məlumata görə İnternet istifadəçilər dünya əhalisinin 38,8%-ni (2,749 milyon) təşkil edir [10]. Mütəxəssislərin apardığı təhlil İnternet istifadəçilərin inkişaf dinamikasının isə, 2020-ci ilə bu rəqəmin 80% -ə qədər yaxınlaşacağını proqnozlaşdırmağa əsas verir [11]. Hazırda 82 % İnternet istifadəçisi sosial şəbəkələrdə qeydiyyatdadır. Bu isə 1,2 mlrd. nəfər təşkil edir. SŞ-nin daha aktiv istifadəçiləri 18-29 yaş aralığı gənclərdir. Onlar SŞ-nin istifadəçilərinin 49%-ni təşkil edir. Bu aktivlik bu yaş qruplarının daha çox ünsiyyətə və özünü ifadəyə maraq göstərməsi ilə bağlıdır [12]. İstifadəçilərinin sayına görə SŞ-lər arasında birinciliyi Facebook tutur. 2012-ci ilin oktyabr ayına olan məlumata görə Facebook istifadəçilərinin sayı 1

milyarda çatmışdır. Digər sırada Tencent QQ (712 mln.), Skype (280 mln.), Google+ (235 mln.), Twitter (200 mln. artıq), LinkedIn (160 mln.) və başqa SŞ-lər göstərilir [13].

Geniş auditoriyaya özündə topladığı üçün iqtisadiyyat, psixologiya, politologiya, konfliktologiya, kriminologiya və s. kimi müxtəlif elm sahələri sosial şəbəkələri öz tədqiqat predmetinə çevirmişdir.

### III. ƏHALİNİN SİYASİ SƏFƏRBƏRLİYİNİN ARTIRILMASINDA SOSIAL ŞƏBƏKƏLƏR VASİTƏ KİMİ

Bu gün informasiya ən qiymətli məhsul kimi qiymətləndirilir. Sosial şəbəkələrdə insanlar, təşkilatlar, ölkələr haqqında informasiya toplanır və bu proses durmadan davam edir. İnternetdən düzgün istifadə edilməməsi vətəndaşların fərdi və ya korporativ maraqlarını əhatə edən informasiya sızdırmasına səbəb ola bilər. SŞ-də toplanan fərdi məlumatlar cinayətkar qruplar tərəfindən ələ keçirilərkən müxtəlif məqsədlər üçün istifadə edilə bilər [14].

Bu gün müxtəlif sosial proseslərdə istifadə edilən şəbəkə qruplaşmaları İnternet mühitində aktiv təmsil olunurlar. Onlar SŞ-nin kütləvi şüuru dəyişdirməyə qadir olduğunu və cəmiyyətin aktiv və çılğın yaş qrupunun (18-29) daha çoxluq təşkil etdiyini nəzərə alaraq SŞ-lərdə yer alırlar [15].

SŞ-lər ictimai rəyin formalaşmasına və ya dəyişməsinə təsir edən ən güclü vasitələrdəndir. Bu şəbəkədə informasiya təsirini həyata keçirən tərəf cəmiyyətin hər hansı hadisəyə hansı prizmadan baxmasını istəyirsə, məhz o tərəfi də qabardır. Qabardılmış informasiya kütlənin diqqətini cəlb etmək üçün müxtəlif qruplarda müzakirə obyektinə çevrilir. Şayə xarakterli və qeyri dəqiq informasiya SŞ-də daha uğurla yayılır. Dəqiqləşdirilməmiş informasiya bir anda yüzlərlə istifadəçinin lövhəsində yayımlanır. Çünki bu informasiyanın mənbəyi hansısa istifadəçinin yaxın dostu olur və bu dost şəbəkəsi nəticədə dezinformasiya paylaşmış olur. Çünki bu xəbərləri yayan onların tanıdıqları, etibar etdikləri şəxslərdir.

SŞ-də aktivliyi nəzərə alaraq kütləvi informasiya vasitələri (KİV) də bu şəbəkələrdə təmsil olunmasında maraqlı tərəf kimi çıxış edirlər. Vətəndaş maraqlarının, ictimai rəyin öyrənilməsində, inkişaf xətlərini müəyyənləməkdə SŞ-lər KİV üçün əsas vasitəyə çevrilir.

İnternet istifadəçilərin bir mənbədən deyil, müxtəlif mənbələrdən toplanmış fərqli informasiya ilə tanış olması onun ətrafında və dünyada baş verən hadisələr haqqında daha əsaslandırılmış qərarlar qəbul etmək imkanı yaradır. Lakin qeyri-peşəkar yanaşmaya əsasən gənclər tərəfindən hər hansı bir informasiyanın SŞ-dən götürülməsi və paylanması bəzən onların hansısa qrup tərəfindən monopulyasiya edilməsi ilə nəticələnir.

### IV. SOSIAL ŞƏBƏKƏLƏR VASİTƏSİLƏ BAŞ VERƏN İNQILABLAR

Bu gün bir çox ölkələrdə dövlətə qarşı baş verən ixtişaşların mənbəyini SŞ-lər və bu tipli Web 2.0 əsaslı texnologiyalar təşkil edir. Bu ixtişaşlar “şəbəkə inqilabı” adı ilə öz təsirlərini Suriya, Misir, Livya, Moldova, Belarus dövlətlərində göstərmişdir.

Şərqi ölkələrində Tunis, Misir, Yəmən, Əlcəzir və

İordaniyada baş qaldıran inqilablar SŞ-lərdən qaynaqlanmış və “Ərəb baharı” adlandırılmışdır. Bu etirazlar biri-birinin ardınca davam etmiş, dünya ölkələrinin diqqətini cəlb etmiş və digər ölkələr üçün də SŞ-in potensial imkanlarını müzakirə predmetinə gətirmişdir.

Ərəb ölkələrində etiraz dalğası 2010-cu ilin dekabrından başlamışdır. Buna səbəb ərəb ölkələrində işsizlik, ərzaq qiymətlərinin yüksəlməsi, söz azadlığı, bürokratik əngəllər və aşağı həyat səviyyəsi idi [16].

İlk qiyam 18 dekabrda Tunisdə başlamış və 1987-ci ildən hakimiyyətdə olan dövlət başçısı Zeynalabdin ben Əlinin ölkəni tərk etməsi və onun qurduğu siyasi sistemin çökməsi ilə nəticələnmişdir. Nümayişlər LiveJournal, Twitter kimi şəbəkələrdən qaynaqlanmışdır. Bu qələbə digər ərəb ölkələrində də nümayişlər dalğasına səbəb olmuşdur [17].

Misirdə 2011-ci ildə baş verən inqilab Twitter inqilabı, Gəncələr inqilabı, Xardal inqilabı, Kurort inqilabı və Xurma inqilabı kimi adlar almışdır. Əsas qaynağı SŞ-dən başlayan bu inqilab ölkə rəhbərliyinin 30 illik aramsız hakimiyyətə malik olmasına, işsizliyə, əhalinin sosial haqqlarının qorunmamasına, siyasi hüquqların məhdudlaşdırılmasına qarşı olmuşdur. Etirazçılar Facebook və Twitterdən koordinasiya mərkəzi kimi istifadə etdiklərindən, hakimiyyət orqanları Twitteri, az sonra isə Facebooku bağlatdırdı. Lakin SŞ-in bağlanması bu etiraz dalğasının qarşısını ala bilmədi. İnqilabçılar Misiri 30 ildən artıq bir müddətdə idarə edən Məhəmməd Hüsni Mübarəkin hakimiyyətdən getməsi və ciddi konstitusiyaya islahatlarının keçirilməsi tələbi ilə şəhər mərkəzlərində çıxışlara davam etdirdilər. 17 günlük etiraz nümayişlərindən və qarşıdurmalardan sonra ölkə rəhbərliyi istefa verdi, konstitusiyanın fəaliyyəti dayandırıldı, parlament buraxıldı [18].

Belarusda ölkə rəhbərliyinin siyasi fəaliyyətindən, maliyyə böhranından, qiymətlərin kəskin artımından narazı olan xalq “sosial şəbəkə vasitəsilə inqilab” və ya “səssiz” adı altında etiraz aksiyaları təşkil etmişdilər. Etiraz aksiyaları Vkontakte və Facebook SŞ-ləri vasitəsilə təşkil edilmişdir. Etirazçılar Belarus şəhərlərinin mərkəzi hissələrində müntəzəm olaraq toplaşmış etiraz nitqləri söyləmədən, yalnız əl çalmaqla öz etirazlarını çatdırırdılar. Birinci etiraz 8 iyun 2012-ci il tarixində başlamış və hər həftənin çərşənbə günü davam etmişdir. Səssiz etiraz dalğasını Belarusun Müstəqillik günü (3 iyul) keçirilən “Diz üstə yaşamaqdansa ayaq üstə ölmək daha yaxşıdır” şüarı ilə son qoyuldu. Lakin bunun davamı olaraq bir neçə ay etirazlar davam etdi. Etiraz dalğaları dövlət strukturları tərəfindən yatırılmasında, ümumilikdə ölkə rəhbərliyi insan hüquq və azadlıqlarını pozduğu üçün bir çox beynəlxalq təşkilatlar və bir çox dövlətlərin rəhbərləri tərəfindən pislənmişdir [19].

Cenevrədə BMT-nin 2011-ci il 4 mart tarixində keçirdiyi toplantıda dövlətin aktiv sosial şəbəkələri bloklamaqla vətəndaşlarını daha çox özünə qarşı çevirməsi fikri səsləndirilmişdir. Həmçinin sosial şəbəkələrə çıxışın məhdudlaşdırılması rejimin strateji səhvlərindən biri kimi qiymətləndirilmişdir [20].

SŞ-lərdə baş verən ixtişaşlar dövlətləri bu şəbəkələri tədqiq etməyə və onları ciddi qüvvə kimi qəbul etməyə vadar etdi.

Baş verən ixtişaşlar nəticəsində İnternetin və mobil rabitənin kəsilməsi isə bu hadisələri daha da alovlandırdı.

## NƏTİCƏ

Vətəndaşların müxtəlif məkrli qruplar tərəfindən manipulyasiya edilməməsi üçün dövlət strukturları və sosial-siyasi təşkilatlar sosial şəbəkələrdə aktiv təmsil olunmalıdırlar. İnsanlar arasında etiraza səbəb olacaq məsələləri öyrənməli və onların həllinə çalışmalıdırlar. Baş verən şəbəkə inqilabları göstərir ki, SŞ artıq global silah kimi cəmiyyətin həyatında rol oynaya bilər. SŞ-lər dünyada həm inqilabın mərkəzi kimi, həm də cəmiyyətin inkişafını xarakterizə edən bir vasitə kimi çıxış edə bilər.

## ƏDƏBİYYAT

- [1] R. Əlquliyev, Y. İmamverdiyeva, F. Abdullayeva, “Sosial Şəbəkələr”, “İnformasiya Texnologiyaları” nəşriyyatı, Bakı 2010, 286 s.
- [2] Д.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили, “Социальные сети: модели информационного влияния, управления и взаимодействия”, Москва 2010, 228 с.
- [3] S. Wasserman, K. Faust, “Social Network Analysis: Methods and Applications”, Cambridge University Press, 1994, 825 p.
- [4] В.Москвина, “Пользователи социальных сетей, Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований”, 2010, сс. 35-38.
- [5] В.В. Кореньков, Достижения Информационных Технологий и их влияние на человека, Электронное периодическое издание «Вестник Международной академии наук. Русская секция», 2012, №2, сс. 65-69, [http://www.heraldrsias.ru/download/articles/10\\_Korenkov.pdf](http://www.heraldrsias.ru/download/articles/10_Korenkov.pdf)
- [6] “Classmates.com”, <http://techcrunch.com/>
- [7] D. Boyd, N. Ellison, “Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship”, Journal of Computer-Mediated Communication, 2007,13(1), pp. 210-230.
- [8] Все о социальных сетях. Влияние на человека, <http://secl.com.ua/article-vse-o-socialnyh-setjah-vlijaniye-na-cheloveka.html#part2>
- [9] L. Rainie, B. Wellman, “Networked: The New Social Operating System”, MIT Press, 2012, 358 p.
- [10] “History and Growth of the Internet from 1995 till Today”, <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>
- [11] “Internet Users in 2020”, <http://internetstatstoday.com/>
- [12] “Pew Internet: Social Networking (full detail)”, <http://pewinternet.org/>
- [13] “List of virtual communities with more than 100 million active users”, <http://en.wikipedia.org>
- [14] D. Schwartz, T. Rouselle, “Using social network analysis to target criminal networks”, Trends in Organized Crime, Springer-journal, 2009, vol. 12, pp 188-207.
- [15] Г. Гаджиев, “Социальные сети как фактор политики”, <http://kavpolit.com/socialnye-seti-kak-faktor-politiki/?print>
- [16] “Arab Spring”, <http://en.wikipedia.org>
- [17] H. Ayeb, “Social and political geography of the Tunisian revolution: the alfa grass revolution, Review of African Political Economy”, vol.38, 2011, pp.467-479
- [18] N. Eltantawy, J.B Wiest, “Social Media in the Egyptian Revolution: Reconsidering Resource Mobilization Theory”, International Journal of Communication, 2011, pp. 1207-1224.
- [19] “Революция через социальные сети”, <http://ru.wikipedia.org>.
- [20] E. Kathleen, P. Mahoney, “Human Rights in the Twenty-First Century: A Global Challenge, Dordrecht”, M. Nijhoff, 1993, 1028 p.