

UOT. 004.316

DOI: 10.25045/jpis.v11.i1.12

Daşdəmirova K.Q.AMEA İnformasiya Texnologiyaları İnstitutu, Bakı, Azərbaycan
konulahmed@gmail.com**İNTERNET SOSİOLOGİYASININ MÜASİR VƏZİYYƏTİ VƏ PROBLEMLƏRİ**

Daxil olmuşdur: 04.11.2019. Düzəliş olunmuşdur: 29.12.2019. Qəbul olunmuşdur: 09.01.2020.

Hazırda sosial cəmiyyətlərin böyük əksəriyyəti İnternetə inteqrasiya edərək virtual qruplarda, virtual icmalarda cəmlənir. Bu şəraitdə cəmiyyətdə İnternet sosiologiyası kimi formalaşmış informasiya mühitini, informasiya mübadiləsi aparılan zaman insanlar arasında qarşılıqlı əlaqə formalarını tədqiq etmək zəruriyyəti yaranmışdır. Tədqiqat işində İnternet sosiologiyasının predmeti, xüsusiyyətləri, müasir vəziyyəti araşdırılmışdır. İnternet sosiologiyası üzrə aparılan tədqiqatların əsas istiqamətləri araşdırılmış, bu sahədə problemlərin 3 əsas səviyyədə – şəxsi, qrup və cəmiyyət səviyyəsində tədqiq olunması müəyyən olunmuşdur. Problemlərin həlli istiqamətində onlayn tədqiqat metodları təhlil edilmiş, həmçinin beynəlxalq təcrübə tədqiq edilmişdir. Azərbaycanda müasir dövrün tələblərinə uyğun olaraq informasiya cəmiyyətinin inkişafı, qorunması və mövcud problemlərinin həlli istiqamətində mühüm qərarların qəbulu üçün İnternet sosiologiyası sahəsində tədqiqatların genişləndirilməsi zəruriliyi önə çəkilmişdir. Tədqiqat işində analiz, monitoring kimi tədqiqat metodlarından istifadə olunmuşdur. Aparılmış ilkin tədqiqatlar İnternet-sosiologiyası sahəsində daha geniş tədqiqatların aparılması üçün vacib və faydalıdır.

Açar sözlər: *İnternet sosiologiyası, rəqəmsal sosiologiya, sosial cəmiyyət, virtual cəmiyyət, sosial şəbəkə.*

Giriş

Bəşər tarixinin bütün mərhələlərində insanlar yaşayıb, fəaliyyət göstərdikləri cəmiyyəti dərk etməyə, cəmiyyətdə baş verən prosesləri (siyasi, ictimai, dini, elmi və s.) analiz etməyə cəhd etmişlər. Ancaq sosiologiya müstəqil elm sahəsi kimi XIX əsrdə formalaşmışdır. Sosiologiya cəmiyyətin təşəkkülü, mövcudluğu və inkişafı, sosial qruplar və sosial münasibətlər haqqında elmdir [1]. Sosiologiya cəmiyyəti, onun inkişaf və fəaliyyətinin qanunauyğunluqlarını, sosial münasibətləri və icmaları tədqiq edir. 20-ci əsrin ortalarında sosiologiya elminin inkişafında iki yanaşma – Amerika və Avropa modelləri meydana gəldi. Amerika modelində insanların davranışının, insanlar arasındakı münasibətlərin öyrənilməsinə üstünlük verilir. Avropa modelində isə sosial-fəlsəfi problemlər tədqiq olunur. Hazırda cəmiyyətdə mövcud olan sosial strukturların sosioloji analizi çox aktualdır. Sosial struktur bir-birilə əlaqəli və qarşılıqlı fəaliyyət göstərən sosial icmaların və qrupların, sosial institutların, sosial statusların və onlar arasındakı münasibətlərin məcmusudur [1]. Sosial struktur ictimai münasibətlərin əsasını təşkil edir, cəmiyyətin iqtisadi, siyasi və mənəvi inkişafının yekunu olub, bu proseslərin inkişafına fəal təsir göstərir. Bu baxımdan sosial strukturu tədqiq etmədən, cəmiyyətdə baş verən prosesləri idarə etmək və cəmiyyətin inkişafı üçün qərarlar qəbul etmək mümkün deyil.

Sosiologiya inkişaf mərhələsində olan nisbətən gənc bir elm sahəsi hesab olunur. Sosial cəmiyyətdə fərdi məlumatları, insanların birləşdiyi, miqyasına və məzmununa görə fərqlənən sosial qrupları, kütləni, millətləri və s. tədqiq etmək üçün sosiologiyanın müxtəlif sahələri meydana gəlir. Onlardan əsasları: şəxsiyyətin sosiologiyası, təhsil sosiologiyası, siyasi sosiologiya, iqtisadi sosiologiya, İnternet sosiologiyası, tibbi sosiologiya, dilin sosiologiyası və s. Sosiologiyanın sahələrinin çox olması onların təsnif olunması tələbatını yaratmışdır. Onlar üç istiqamətdə təsnif edilir: sosial həyatın öyrənilən subyektləri; sosial həyatın öyrənilən subyektlərinə təsir edən sferalar; sosiologiya sahələrinin fənlərarası xüsusiyyətləri, onların digər elmlərlə əlaqəsi [2].

Sosial həyatın öyrənilən subyektləri üzrə şəxsiyyət, ailə, gənclər, gender sosiologiyası,

təşkilatlar (ordunun, ali təhsil müəssisələrinin və s. sosiologiyası), siyasi partiyalar, media, sosial-ərazi sistemləri (şəhər sosiologiyası, kənd sosiologiyası və s.), ölkənin regionları, cəmiyyətin elit təbəqəsi, hakimiyyət orqanları və s. tədqiq edilir.

Əmək, asudə vaxt, məişət, idarəetmə, sənaye, kənd təsərrüfatı, hərbi, elm, təhsil, əxlaq, qanun, din, dəb, idman, incəsənət, ədəbiyyat, tibb və səhiyyə, reklam, kino, ictimai rəy və s. kimi sahələr sosial həyatın öyrənilən subyektlərinə təsir edən sferalar kimi tədqiq edilir.

Sosiologiya sahələrinin fənlərarası xüsusiyyəti onların sosial fəlsəfə, sosial psixologiya, sosial antropologiya, sosial coğrafiya, iqtisadi, siyasi sosiologiya elmləri ilə bağlıdır [3].

Məqalədə sosiologiyanın bir sahəsi olan İnternet-sosiologiyası, İnternet-sosiologiyası sahəsində aparılan tədqiqatların əsas istiqamətləri, onlayn tədqiqat metodları, beynəlxalq təcrübə, Azərbaycanadakı mövcud vəziyyət tədqiq edilmişdir.

İnternet sosiologiyasının xüsusiyyətləri və predmeti

Müasir dövrdə sosial cəmiyyətin böyük əskəriyyəti İnternetə inteqrasiya edərək, ondan müxtəlif məqsədlər üçün istifadə edir. “We are social” və “Hootsuite” şirkətlərinin “Digital in 2019” hesabatına əsasən, hazırda dünya əhalisinin 67%-i mobil telefon, 57%-i İnternet, 45%-i sosial media istifadəçisidir. İki milyondan çox insan “Facebook”dan, iki milyona yaxın insan “Youtube”dan istifadə edir [4]. Onlayn qəzet və jurnallar, alış-veriş saytları, sosial şəbəkələr, əyləncə və oyun veb-saytları cəmiyyətin bütün yaş təbəqələrini cəlb edərək, cəmiyyəti real həyatdan virtual həyata köçürür. Artıq virtual məkan xüsusi bir sosial, psixoloji və mədəni mühit kimi formalaşmışdır. Bu şəraitdə cəmiyyətdə mövcud olan informasiya mühitinin analizi zəruridir. İnternet sosiologiyası cəmiyyətdə mövcud olan informasiya mühitini, informasiya mübadiləsi aparılan zaman insanlar arasında qarşılıqlı əlaqə formalarını tədqiq edir. İnternet sosiologiyası sosioloji nəzəriyyə və metodologiyanın İnternetə tətbiqini nəzərdə tutur [5]. Tədqiqatçılar sosial şəbəkə, virtual icma, forum, şərh, e-poçt yazışmaları və s. kimi insanlar arasında yeni əlaqə formalarını tədqiq edərək informasiya texnologiyalarının sosial əhəmiyyətini və təsirini öyrənirlər.

İnternet sosiologiyası 1990-cı illərin sonlarında formalaşmağa başlamışdır. ABŞ və qərbi ölkələrində İnternetin geniş yayılması ilə əlaqədar olaraq elektron-poçt, forumlar, onlayn xəbərlər, çat proqramları cəmiyyətdə sosial qarşılıqlı əlaqələrə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərmişdir. İnternet texnologiyaları yeni ünsiyyət formaları, yeni məlumat mənbələri və informasiya yaymaq üçün yeni platformalar yaratmağa imkan verdi. Bu platformalar insanların həyatına, mədəni xüsusiyyətlərinə və sosial tendensiyalara, eləcə də iqtisadiyyat və siyasət kimi böyük sosial strukturlara güclü təsir göstərməyə başladı. Elektron fəzada virtual cəmiyyətlər yaranmağa başladı. Virtual cəmiyyət İnternetdə ümumi maraq ətrafında toplanmış istifadəçilər qrupudur. 2000-ci illərin sonlarından etibarən İnternet sosiologiyasına rəqəmsal sosiologiya daxil oldu. Rəqəmsal sosiologiya insanların həyat tərzini əhatə edən müxtəlif İKT cihazları – smartfonlar, kompüterlər, tabletlər, smart cihazlar və s., onların müxtəlif məqsədlər üçün istifadə yollarını və bu texnologiyaların bütövlükdə ictimai həyata və cəmiyyətə göstərdiyi təsir formalarını əhatə edir [6]. Rəqəmsal sosiologiyanın imkanlarından istifadə edən onlayn/oflayn cəmiyyət sosial həyatın yeni forması kimi formalaşdı. 2003-2004-cü illərdən sosial şəbəkələrin geniş yayılması sosial tədqiqatlar üçün yeni imkanlar yaratdı (ilk sosial şəbəkə classmates.com 1995-ci ildə ABŞ-da yaradılmışdır). Sosioloqlar Twitter və Facebook-dan ictimaiyyətin qarşılıqlı əlaqələrini, müasir sosial problemləri və tendensiyaları öyrənmək üçün istifadə etdilər.

Son zamanlar çox məşhur olan “yeni media” termininin mənası dəyişkəndir. Hazırda “yeni media” dedikdə, İnternet, kompüter oyunları, kompüter animasiyası, rəqəmsal filmlər və fotoşəkillər, mobil telefon və virtual dünya kimi rəqəmsal texnologiyalar başa düşülür [7]. “Yeni media” çap, televiziya və radio kimi ənənəvi kütləvi informasiya vasitələrini geridə qoyaraq milli və global auditoriyanı bir platformada birləşdirir, yeni texnologiyaların arasında öz yerini tutur və ictimai həyatda mühüm rol oynayaraq insanların davranışına, münasibətlərinə və şəxsiyyətinin formalaşmasına güclü təsir göstərir.

İnformasiya kommunikasiya texnologiyalarının (İKT-nin) inkişafı və tətbiqi müxtəlif sosial qrupları əhatə edərək, insanların həyatında mühüm rol oynayır. Sosial münasibətlərə və bütövlükdə cəmiyyətin inkişafına təsir göstərir. Siyasi, iqtisadi, hüquqi, tibbi, elmi və s. sahələrdə əsaslı dəyişikliklər baş verir. Yeni peşə sahələri meydana gəlir. Simsiz mobil rabitə vasitələrinin, yeni kommunikasiya platformalarının və alətlərinin geniş yayılması, eləcə də, sosial strukturun və həyatımızın bütün aspektlərində İKT-nin geniş yayılması yeni tədqiqat üsulları və metodlarını tələb edir. İnternet sosiologiyası virtual cəmiyyətləri, onların insanların davranışına, münasibətlərinə və şəxsiyyətinin formalaşmasına göstərdiyi təsiri analiz edərək, virtual məkanın genişmiqyaslı tədqiqatına yol açır. Karnegi Mellon, Stenford, Oksford universitetləri, Facebook, Google, Yahoo!, LinkedIn kimi şirkətlər sosial məlumatların tədqiqi ilə fəal məşğul olurlar. Onlayn sosial şəbəkə xidmətləri olan şirkətlər (Facebook, Twitter) böyük həcmdə istifadəçi məlumatlarının emalı üçün yeni infrastruktur (Cassandra, FlockDB, Thrift) və alqoritmlər yaradırlar.

Hər il İnternet sosiologiyası sahəsində çoxsaylı konfranslar keçirilir. Bunlardan 2019-cu ildə keçirilmiş, materialları Web of Science, Scopus kimi elmi bazalarda indeksləşən “İTS 2019: İnternet Texnologiyaları və Cəmiyyət” üzrə 9-cu Beynəlxalq konfrans, “Elm və cəmiyyət” beynəlxalq elmi-praktik konfransı, Avropa Sosiologiya Assosiasiyasının keçirdiyi “14-cü ESA Konfransı”nı və s. misal göstərmək olar. Konfranslarda müzakirə olunan mövzular İnternet texnologiyaları, elektron dövlətin, elektron tibbin, elektron təhsilin, sosial şəbəkələrin və s.-nin sosiologiyasıdır.

İnternet sosiologiyası sahəsində bir çox görkəmli tədqiqatçılar vardır, bunlardan Uorvik Universitetində təhsil, kapitalizm və Big data üzrə tədqiqat aparan Mark Karriqanı, Kanberra Universitetində rəqəmsal sosiologiya üzrə tədqiqat aparan Deborah Luptonu, Stanford Universitetində gender üsyanı və aktivizm üzrə tədqiqat aparan Alison Dahl Krossleyi, Arizona Dövlət Universitetində siyasət və aktivizm üzrə tədqiqat aparan Jennifer Earlı misal göstərmək olar.

İnternet sosiologiyası sahəsi üzrə aparılan tədqiqatların əsas istiqamətləri

İnternet sosiologiyası müasir dövrümüzün aktual problemlərinin analizi ilə məşğul olan elmi istiqamətdir. Bu problemlər əsasən üç səviyyədə – şəxsi səviyyə, qrup səviyyəsi, cəmiyyət səviyyəsində müəyyən edilmişdir [8].

Şəxsi səviyyənin problemlərinə aşağıdakıları misal göstərmək olar:

- İnsanların informasiya mübadiləsi apardığı zamanı bərabərlik/bərabərsizlik hüququ. Bu problem rəqəmsal bərabərsizlik adını almışdır. Yeni informasiya texnologiyalarının, o cümlədən İnternetin yayılması həm insanların “yeni media” ilə əlaqələrində əvvəllər mövcud olan bərabərsizliyi möhkəmləndirir, həm də onu daha da dərinləşdirir. Çünki müvafiq avadanlıqların alınması və İnternetdə sərf olunan vaxtın ödənilməsi üçün böyük xərclər tələb olunur. Bununla birlikdə, əlçatanlıq problemi yalnız ödəmə qabiliyyəti ilə məhdudlaşmır. Ənənəvi medianın inkişafı göstərdi ki, reklam gəlirlərindən asılılıq nəticə etibarilə məlumat seçimində ciddi təhriflərə səbəb olur. Kütləvi informasiya vasitələrində analitik materialların payı azalır, sensasiya iddiası olan materialların, bayağı və uydurma “həyat hekayələri”nin sayı artır. Bu proses medianın tabloidləşməsi adlandırılır [8];
- Kibermədəniyyət. İnsanların mədəni bacarıqlarına İnternetin təsiri;
- Şəxsiyyətin formalaşmasında və ifadə edilməsində İKT-nin rolu;
- İKT-nin və sosial şəbəkələrin siyasi özünüifadəyə, fəallığa və təbliğata təsiri.

Qrup səviyyəsinin problemlərinə aşağıdakıları misal göstərmək olar:

- İKT-nin və İnternetin cəmiyyətin qruplarda formalaşması proseslərinə təsiri;
- Real və virtual qrup icmalarının qarşılıqlı əlaqəsi;
- İKT-nin sosial münasibətlərə təsiri.

Cəmiyyət səviyyəsinin problemlərinə aşağıdakıları misal göstərmək olar:

- Qloballaşma dövründə ümumilli identifikasiya prosesləri, ümumilli birləşmə;
- İnternet medianın ölkənin siyasi, iqtisadi, mənəvi və etnik əlaqələrinin inkişafına təsiri;
- İnformasiya müharibəsi modellərinin formallaşdırılması, müdafiə və hücum;

- İnternetdə folklor;
- Din və İnternet.

Onlayn tədqiqat metodları

İnternet-sosiologiyası üzrə tədqiqatlar aparmaq üçün onlayn tədqiqat metodları mövcuddur. Onlayn tədqiqat metodları (İnternet tədqiqatlar, İnternet elmi və ya veb-metodlar) – tədqiqatçılar tərəfindən məlumatların İnternet vasitəsilə toplanmasıdır [9]. Bu metodlara elektron poçt vasitəsilə anketlərin göndərilməsi, kiber-etnoqrafiya, onlayn kontent analiz, İnternet-fokus qrupları, İnternet müsahibə, keyfiyyətli onlayn analiz, onlayn sorğu, özü yükləyən sorğu forması, sosial şəbəkələrin analizi, veb-eksperiment və s. daxildir.

İlk onlayn sosioloji tədqiqatlar elektron-poçt vasitəsilə həyata keçirilmişdir [10]. Elektron-poçt İnternetin ilk və ən çox yayılmış xidmətlərindən biridir. İndi də bu üsul ən sadə və universal olaraq qalır. Mətn şəklində anketlər elektron-poçt vasitəsilə respondentlərə göndərilir. Erkən elektron-poçt sorğularında avtomatlaşdırılmış məlumat toplama proqramları yox idi, bunun üçün tədqiqatçı doldurulmuş anketləri əl ilə seçmək məcburiyyətində idi. Müasir elektron-poçt sorğuları daha mükəmməldir və doldurulmuş anketləri qəbul edərkən nəticələri avtomatik olaraq seçən xüsusi proqramlardan istifadə edilir. Elektron sorğuların göndərilməsi üçün istinadlar tədqiqatçılar və provayder şirkətləri tərəfindən toplanmış elektron ünvanlardan ibarət məlumat bazalarından formalaşdırılır. Buna 20 milyondan çox insana xidmət edən ABŞ-ın ən böyük İnternet xidmət provayderi olan “America OnLine”ni göstərmək olar.

Kiber-etnoqrafiya (virtual etnoqrafiya, onlayn etnoqrafiya, rəqəmsal etnoqrafiya) etnoqrafik metodların tətbiqi ilə İnternet mühitində icmaların və mədəniyyətlərin öyrənilməsinə yönəlmiş onlayn tədqiqat üsuludur [9]. Tədqiqatlarda bir neçə metoddan istifadə olunur: əhatəli müşahidə (forumlar və video oyunlar), kontent və diskurs (“Youtube”da video rolilər) analiz, dərin müsahibələr və s.

Onlayn kontent analiz veb-saytın məzmununun analizinə yönəlmiş tədqiqat üsuludur. Müxtəlif mətnləri reklam, media, çıxışlar, müsahibələr, qrup müzakirə materialları və s. təhlil etmək üçün istifadə edilir. Sosial sistemlərin avtomatik təhlili, diaqnostikası, modelləşdirilməsi və proqnozlaşdırılması üçün tətbiq edilir [9].

İnternet-fokus qrupları yüksək keyfiyyətli məlumatların toplanması üçün istifadə edilən onlayn tədqiqat texnologiyasıdır. Bu texnologiya eyni zamanda bir neçə respondentlə real zaman ərzində onlayn müsahibədir. Müsahibə zamanı tədqiqatçılar maraqlandıqları mövzu üzrə subyektiv fikirlər alırlar [9].

Hazırda onlayn fokus qrupların yaradılması üçün iki əsas metod mövcuddur. *Sinxron* – real vaxtda aparılan *çat qrupları* formatı. Onlayn rejimdə bütün respondentlər və moderator daxil olan çat yaradılır. Moderator müzakirə mövzusunu müəyyənləşdirir və müzakirələr başlayır. *Asinxron* – forum və elektron poçt formatı. Burada müəyyən müddət ərzində aparılan müzakirələr üzrə tədqiqatlar aparılır. Marketing, biznes və siyasi tədqiqatlar zamanı bu texnologiyadan geniş istifadə olunur.

İnternet müsahibə ani mesajlaşma texnologiyasına əsaslanan tədqiqat üsuludur. Onlayn müsahibə zamanı müsahib ilə dərin müsahibə söhbət şəklində onlayn rejimdə aparılır. Respondent psixoloji cəhətdən rahat vəziyyətdə olduğu üçün daha açıq və dərin cavablar verir.

Keyfiyyətli onlayn analiz fokus qrupları, fərdi dərin müsahibələr və digər onlayn tədqiqat formaları daxil olan tədqiqat metodudur [9].

Onlayn sorğu (onlayn anket, veb-sorğu) İnternet texnologiyalarının istifadəsinə əsaslanan sosioloji məlumatların toplanması üsuludur. Onlayn sorğu veb-saytında yerləşdirilən kompüter və ya mobil qurğudan doldurulan onlayn anketlər vasitəsilə həyata keçirilir. Hazırda beynəlxalq və Amerika tədqiqat şirkətləri İnternet auditoriyasını öyrənmək üçün İnternet-panel sorğularından istifadə edirlər. İnternet-panel müntəzəm olaraq sorğulara qatılmaq üçün seçilmiş İnternet istifadəçilər toplusudur [9].

Özü yükləyən sorğu forması son zamanlarda istifadə olunan onlayn sorğunun ən müasir üsuludur. Bu sorğu formaları tədqiqatçı tərəfindən dəstəklənən proqramlarda işləyir [11].

Sosial şəbəkələrin analizi – qraflar nəzəriyyəsi istifadə edərək sosial strukturların tədqiqi prosesidir. Sosial şəbəkələrin analizi zamanı əsas 4 yanaşma mövcuddur [12, 13]:

- Struktur yanaşması – şəbəkənin həndəsi formasına və qarşılıqlı əlaqələrin intensivliyinə diqqət yetirir. Bütün aktorlar qovşaqların və digər şəbəkə aktorlarının konfigurasiyasına təsir edən qrafın təpələri hesab olunur;
- Resurs yanaşması – iştirakçıların müəyyən məqsədlərə çatmaq üçün fərdi və şəbəkə mənbələrini cəlb etmək imkanlarını araşdırır;
- Normativ yanaşma – iştirakçılar arasında etimad səviyyəsini, həmçinin sosial şəbəkədəki iştirakçıların davranışlarını və qarşılıqlı fəaliyyətlərinə təsir edən normaları, qaydaları və sanksiyaları öyrənir;
- Dinamik yanaşma – zamanla şəbəkə quruluşundakı dəyişikliklər tədqiq edilir.

Veb-eksperiment və ya İnternet-eksperiment – İnternet vasitəsilə aparılan eksperimentdir [14]. Məsələn Google şirkətinin virtual şəhər yaratmaq üçün World Draw veb-eksperimentini və Multiclick lahiyəsi çərçivəsində İnternet istifadəçilərinin kliklərinin öyrənilməsi üzrə veb-eksperimentini göstərmək olar.

İnternet sosiologiyası sahəsində beynəlxalq təcrübə (ABŞ və Rusiya təmsalında)

Hazırda ABŞ-da İnternet əhalinin əksəriyyətinin gündəlik həyatının tərkib hissəsidir. 1999-cu ilədək ABŞ auditoriyası İnternet istifadəçiləri arasında üstünlük təşkil etmiş və indiyə qədər də ABŞ-ın İnternet auditoriyası dünyanın ən böyük İnternet auditoriyalarından biridir. İlk dəfə Amerika sosioloqları İnternetdən sosioloji məlumatların toplanması vasitəsi kimi istifadə etməyə başlamışlar. İnternet istifadəçilərinin ilk sosioloji tədqiqatı 1994-cü ildə J.Pitkov (Corciya Texnologiya İnstitutu) tərəfindən həyata keçirilmişdir. Amerika tədqiqat şirkətləri İnternet texnologiyalarından fəal istifadə edərək onlayn tədqiqatları əsasən üç istiqamətdə aparırlar [15].

- şəbəkə davranışının və şəbəkə istifadəçilərinin İnternetin inkişafının texnoloji və sosial-mədəni aspektlərinə olan münasibətlərinin öyrənilməsi. Məsələn, veb-saytın dizaynının və xidmət göstəricilərinin keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi, istifadəçilərin üstünlük verdikləri veb-saytlar, şəbəkəyə qoşulmanın müntəzəmliyi, müddəti və s.;
- müxtəlif əmtəə bazarlarında istehlakçı davranışlarının öyrənilməsi. Bu tip tədqiqatlar onlayn tədqiqatların böyük hissəsini təşkil edir;
- sosial və siyasi münasibətlərin, həmçinin regional problemlərə, beynəlxalq əlaqələrə münasibətin və s. öyrənilməsi.

ABŞ-ın Milli Təhlükəsizlik Agentliyi sosial şəbəkələrdəki məlumatları emal edən elektron nəzarət proqramından istifadə edərək, cinayət və terror hücumlarının baş verə biləcək sahələrini proqnozlaşdırır. Pitsburq, Kornel və Yuta Universitetlərinin tədqiqatçıları tərəfindən OpinionFinder sistemi hazırlanmışdır. Bu sistem vasitəsilə müxtəlif mənbələrdən ifadə və sözlər analiz olunur. İndiana Universiteti, İngiltərənin Mançester Universitetinin tədqiqatçıları “OpinionFinder”dən istifadə edərək “Twitter”dəki mətnləri təhlil edərək ABŞ-da 2008-ci ildə cəmiyyətin prezident seçkilərinə və dövlət bayramı olan “Şükran günü”nə (Thanksgiving Day) münasibətini öyrənmişlər [16].

ABŞ şirkətləri İnternet-panellərdən istifadə edərək kütləvi onlayn sorğular aparırlar. Custom Research Inc. (CRI) 1996-cı ildən ABŞ-da İnternet istifadəçilərinin sorğusunu həyata keçirir. Nielsen//NetRatings – şirkəti əsasını televiziya auditoriyasını araşdıran Nielsen Media Research şirkətindən götürüb, insanların ünsiyyət davranışının öyrənilməsi ilə məşğuldur. Harris Interactive İnternet-sorğu keçirən şirkətdir. Harris Interactive tədqiqatını 87 ölkədə 30 dildə aparır. Bu şirkət tərəfindən hazırlanmış texnologiya 1 saat ərzində 290 min elektron mesajı, 5 dəqiqə ərzində 144 min respondentin cavabını emal edə bilər. Qlobal tədqiqatlar 48 saat ərzində həyata keçirilə bilər. Angus Reid Group (<http://www.angusreid.com>) Şimali Amerikada istehlakçı maraqlarını

araşdırılan ən böyük şirkətlərdən biridir. Ofisləri Kanadanın altı şəhərində, dördü isə ABŞ və İngiltərədə yerləşir; sorğular beş qitədə, 50-dən çox ölkədə 40 dildə aparılır. Şirkətin fəaliyyət istiqamətlərindən biri də veb-saytların, banner, reklam və virtual mağazaların geniş təhlilidir.

Rusiyanın İnternet auditoriyasını araşdıran ilk şirkət 1991-ci ildə yaradılıb ("Web-vektor" layihəsi, КОМКОH şirkəti, rəhb. - P.Zalesski) [15]. İlk sosioloji tədqiqatları 1996-1998-ci illərdə aparılmışdır, lakin nəticələr yalnız 1999-cu ildə nəşr edilmişdir. Araşdırmalar aşağıdakı göstəricilər üzrə aparılmışdır:

- fərdi kompüter istifadəçilərinin sayı (ev və işdə);
- elektron poçt istifadəçilərinin sayı və istifadə tezliyi;
- İnternet auditoriyasının həcmi (vəb-səhifələrə baxış);
- İnternetdən istifadənin tezliyi və həcmi (həftədə neçə saat);
- İnternet auditoriyasının sosial-demografik tərkibi: yaş, təhsil, gəlir səviyyəsi, maliyyə vəziyyəti, fəaliyyət sahəsi, rəsmi statusu;
- İnternetdən istifadənin yerləri - evdə, iş yerində, digər yerlərdə;
- İnternetdə aparılan sorğuların xarakteri;
- ən məşhur axtarış sistemləri və resurs kataloqu;
- ən məşhur tematik veb-resurslar (Top-50);
- istifadəçilərin İnternetdə reklamlara münasibəti;
- İnternet vasitəsilə alış-veriş edən auditoriyanın xüsusiyyətləri;
- kompüter mətbuatını oxumaq;
- İnternet-auditoriyanın həyat tərzini (boş vaxt, idman, hobbisi, özünəgüvən).

1999-2001-ci illərdən TNS Gallup Media şirkəti "Gallup Net" layihəsi çərçivəsində Rusiyanın Moskva və Sankt-Peterburq şəhərlərinin İnternet auditoriyasını öyrənməyə həsr olunmuş sosioloji tədqiqatlar aparmışdır [15].

1999-cu ildən GfK (Growth from Knowledge) Group beynəlxalq marketinq şirkətinin üzvü olan GfK Market Research Russia agentliyi «Омнибус» GfK Rus layihəsi çərçivəsində Rusiya İnternet-auditoriyanı araşdırmağa başlamışdır. Hazırda GfK Rus əsasən xüsusi marketinq tədqiqatları ilə məşğul olur [17].

Monitoring.ru agentliyi "Rusiya İnternetinin Monitorinqi" layihəsində tədqiqatları aşağıdakı göstəricilər üzrə aparır [15]:

- İnternet auditoriyasının sayı və elektron poçt istifadəçiləri;
- İnternet-auditoriyanın artma dinamikası;
- İnternetin auditoriyasının sosial-demografik tərkibi;
- regionlar üzrə auditoriyanın bölgüsü;
- İnternet auditoriyasının fəallığı;
- İnternet auditoriyasının maraqları;
- İnternetə çıxışın yerləri;
- evdə İKT avadanlıqlarının səviyyəsi;
- İnternet vasitəsilə malların və xidmətlərin əldə edilməsi;
- İnternet vasitəsilə malların əldə edilməsi təcrübəsinə malik olan insanların portreti.

MASMI agentliyi 1991-ci ildə sosioloji və marketinq tədqiqatları aparan Rusiya şirkəti kimi yaradılmışdır. 1998-ci ildə MASMI şirkəti MASMI Research Group korporasiyasının tərkibinə daxil oldu. Hazırda şirkətin baş ofisi Londonda, ofisləri Rusiyada (Moskva, Voronej, Sankt-Peterburq şəhərlərində) Macarıstanda, Xorvatiyada, Belarusiyada, Ukraynada, Böyük Britaniyada, ABŞ-da, Özbəkistanda yerləşir. MASMI Şərqi Avropanın, Mərkəzi Asiyanın və Qafqazın bütün ölkələrində araşdırmalar aparır. MASMI şirkəti 2000-ci ildən İnternet-tədqiqatların keçirilməsi üzrə beynəlxalq struktur olan Harris Interactive Global Network-un tərkibinə daxildir [18].

«Фонд Общественного Мнения» 1999-cu ildən Rusiyanın bütün ərazisində şəhər və kənd əhəlisinin çoxsaylı sorğularını apararaq İnternet auditoriyasını öyrənməyə başlamışdır [19].

Rusiya Elmlər Akademiyasının V.P. İvannikov adına Sistem Proqramlaşdırma İnstitutunda

qraflardan istifadə edərək sosial şəbəkələrin istifadəçilərinin demografik parametrlərinin müəyyənləşdirilməsi metodlarını işləmişlər. Alimlər istifadəçinin yaşını dəqiq müəyyənləşdirmək üçün “ВКонтакте” sosial şəbəkəsindən təxminən 300 milyon açıq profilləri yükləmiş və araşdırmışlar. Əldə edilən məlumatlara əsaslanaraq sosial qraf qurulmuşdur. Bu sosial qrafda yaş sosial yazılar üzrə müəyyən edilir [20].

Rusiyanın “Ali İqtisad Məktəbi” Milli Tədqiqat Universitetinin alimləri Twitterdəki mesajlar əsasında Rusiyada ictimai əhval-ruhiyyənin monitorinqini aparmaq üçün proqram hazırlamışlar [21].

Azərbaycanda İnternet sosiologiyasının vəziyyəti

Hazırda Azərbaycanda da İKT-nin inkişafı və tətbiqi İnternetdə tamamilə yeni virtual mühit yaradıb. Bu sahə dövlətin maraq dairəsində olduğu üçün virtual mühitin idarə olunması və inkişafı istiqamətində bir çox tədbirlər görülür. Belə ki, cəmiyyətin müasir informasiya texnologiyalarına olan tələbatı, ümumdünya elektron məkanına sürətli inteqrasiyası, sosial və iqtisadi fəaliyyətin yeni formalarının (e-hökumət, e-ticarət, distant təhsil və s.) inkişafı üçün “Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya” imzalanıb. Milli Strategiyanın əsas məqsədi ölkədə informasiya cəmiyyətinin bərqərar olması, onun yaratdığı imkanlardan vətəndaşların, cəmiyyətin, dövlətin inkişafı üçün səmərəli istifadə edilməsi, ölkənin davamlı və dayanıqlı tərəqqisi, İKT-nin dövlət idarəçiliyində hərtərəfli tətbiqi, habelə sosial-iqtisadi və mədəni sahələrin inkişafına təkan verən iqtisadi sektor kimi inkişaf etdirilməsidir [22]. Həmçinin Azərbaycanda İnternetin inkişafı, domen adların qeydiyyatı, istifadəsi, İnternetdə informasiya təhlükəsizliyi və kibercinayətkarlıqla mübarizəyə elmi-metodiki köməklik göstərilməsi və s. məqsədlə 2008-ci ildən Nəqliyyat, Rabitə və Yüksək Texnologiyalar Nazirliyində dövlət orqanları, qeyri-hökumət təşkilatları və İnternet provayderlərin nümayəndələrindən ibarət “İnternetin inkişafı üzrə Koordinasiya Şurası” fəaliyyət göstərməkdədir.

“We are social” və “Hootsuite” şirkətlərinin “Digital in 2019” hesabatına əsasən Azərbaycanda iki milyona yaxın Facebook, 2.50 milyon Instagram, 124.3 min Twitter istifadəçisi var [4]. Azərbaycan Respublikası Dövlət Statistika Komitəsi hər il İKT üzrə əsas göstəricilər, ev təsərrüfatları və əhəlinin İKT-dən istifadə etməsi, müəssisələrdə İKT sistemləri və onlara giriş, əyani ümumtəhsil məktəblərində İKT avadanlıqlarının mövcudluğu, İKT sektoru üzrə əsas makro göstəricilər, İKT məhsullarının idxalı və ixracı üzrə statistik göstəriciləri dərc edir [23]. Bununla yanaşı, Azərbaycan Sosiologiya Assosiasiyası (ASA) da sosioloji araşdırmaların və rəy sorğularının keçirilməsi və təhlili ilə məşğul olur [24].

Əldə olunan sosioloji göstəricilər Azərbaycanda əhəlinin 77 faizinin İnternet istifadəçisi olmasını və yeni media vasitələrinin geniş yayılması nəticəsində virtual aləmdə yeni sosial qrupların, icmaların formalaşması reallığını ortaya qoyur. Azərbaycanda dövlət və qeyri- hökumət təşkilatları tərəfindən görülən tədbirlərlə yanaşı virtual cəmiyyətin həyatında baş verən proseslərin, sosial münasibətlərin analizi üçün virtual qrupların, icmaların davranışları, fəaliyyəti müxtəlif elmi istiqamətlər üzrə tədqiq olunmalıdır. Tədqiqatlar Azərbaycanda informasiya cəmiyyətinin inkişafı, müasir dövrün tələbləri və problemlərinin həlli istiqamətində mühüm qərarların qəbulu üçün əhəmiyyətlidir. Artıq e-dövlətin analizində text mining və sosial şəbəkə analizi texnologiyalarının rolu, müasir elektron kitabxanalarda onlayn sosial şəbəkə texnologiyalarının tətbiqi mexanizmləri, istifadəçi şərhələrinin sentiment analizi əsasında e-dövlət mühitindən sosial şəbəkələrin çıxarılması texnologiyaları araşdırılır [25, 26]. Lakin yeni media vasitələrinin sürətli inkişafı, sosial şəbəkələrin cəmiyyətin real həyatına göstərdiyi təsirin artması virtual cəmiyyətin davranışının çoxistiqamətli geniş tədqiq olunması zəruriyyətini yaradır.

Nəticə

Hər il sosial şəbəkə, virtual icma, forum, e-poçt və ümumiyyətlə, İnternet istifadəçilərinin sayı sürətlə artır. Dünya ölkələrində və Azərbaycanda informasiya cəmiyyətinin davamlı inkişafı

üçün qanunlar qəbul edilir, istifadəçilərin maraq dairələri, siyasi baxışları, üstünlük verdikləri məhsullar haqqında məlumat əldə etmək üçün tədqiqatlar aparılır.

Araşdırmalar göstərdi ki, İnternet sosiologiyası sahəsində müxtəlif elm sahələrini əhatə edən çoxsaylı problemlər mövcuddur. İnformasiya cəmiyyətinin davamlı inkişafına sosioloji məlumatların toplanması və analiz edilməsi ilə nail olmaq olar. Bunun üçün İnternetdə baş verən ictimai proseslər, insanların davranışlarının sosial cəmiyyətə inteqrasiyası, sosial qruplar, onların fəaliyyət istiqamətləri, gələcək planları araşdırılmalı və informasiya texnologiyalarının tətbiqi ilə öyrənilməlidir.

Ədəbiyyat

1. Vahidov F.Q., Ağayev T.B. Sosiologiya. Ali məktəblər üçün dərs vəsaiti, Bakı, “Təknur” nəşriyyatı, 2008, 334 s.
2. Отрасли социологии, https://studbooks.net/703891/sotsiologiya/otrasli_sotsiologii
3. Əliquliyev R.M., Mahmudov R.Ş. İnternetin mahiyyəti, xüsusiyyətləri və təsir imkanlarına dair bəzi baxışlar // İnformasiya cəmiyyəti problemləri, 2012, №1(5), s.41-51
4. Digital in 2019, <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>
5. Лупанов В. Н. Интернет как объект социологического исследования: (к вопросу о развитии социологической сети в Интернете, Web-сети). Информационное общество. 2001, Вып. 1, с. 40–43.
6. The Sociology of the Internet and Digital Sociology, <https://www.thoughtco.com/sociology-of-the-internet-4001182>
7. Стинс О., Ван Фухт Д. Новые медиа (Пер. с англ. Н. Бергер), Журналистика, Вестник ВолГУ, Серия 8, Вып. 7, 2008, с. 98-106.
8. Фомичева И.Д. Социология интернет-СМИ, Учебное пособие, М., Факультет журналистики МГУ им. М. В. Ломоносова, 2005, 79 с.
9. Eid M. E., Diener E. E. Handbook of multimethod measurement in psychology. – American Psychological Association, 2006, 553 p.
10. Филиппова Т.В. Интернет как инструмент социологического исследования, <http://www.ecsocman.hse.ru/data/165/675/1216/020Filipova.pdf>
11. Использование информационных технологий для сбора социологической информации, <https://refdb.ru/look/3797447-p2.html>
12. Сергеевич В.А. Социальные сети: эволюция, структура, анализ. Образовательные технологии и общество, Луганский национальный университет имени Тараса Шевченко, том 1, 2014, с. 650-670.
13. Əliquliyev R.M., İmamverdiyev Y.N., Abdullayeva F.C. Sosial şəbəkələr, "İnformasiya texnologiyaları", 2010, 288 s.
14. Web-based experiments, https://en.wikipedia.org/wiki/Web-based_experiments
15. Чугунов А. В. Социология Интернета: методика и практика исследований интернет-аудитории. Учебное пособие. СПб.: Факультет филологии и искусств Санкт-Петербургского государ. унив-та, 2007, 130 с.
16. Bollen J. Twitter mood predicts the stock market // Journal of Computational Science. 2011, № 1, pp.1–8.
17. Growth from Knowledge (GfK) www.gfk.ru.
18. Международное агентство социальных и маркетинговых исследований (МАСМИ), www.masmi.ru.
19. Фонд «Общественное мнение», www.fom.ru.
20. Гомзин А.Г., Кузнецов С.Д. Метод автоматического определения возраста пользователей с помощью социальных связей. Труды Института системного программирования РАН. 2016. Т. 28. № 6.
21. Соколова А.И., Конушин А.С. Методы идентификации человека по походке в видео // Труды Института системного программирования РАН, том 31, вып. 1, 2019, с. 69-82.

22. “Azərbaycan Respublikasında informasiya cəmiyyətinin inkişafına dair 2014-2020-ci illər üçün Milli Strategiya, 02 aprel 2014, <https://president.az/articles/11312>
23. Azərbaycan Dövlət Statistika Komitəsi. Azərbaycanca İnfomasiya Cəmiyyəti, Statistik məcmuə, 2019, 124 s.
24. Azərbaycan Sosiologiya Assosiasiyası, <http://www.asa.internet.az/aze>
25. Alıquliyev R.M., Niftəliyeva G.Y. E-dövlətin analizi texnologiyalarının müasir vəziyyəti, problemləri və perspektivləri. İnformasiya Texnologiyaları Problemləri. №1, 2017
26. Məmmədov E.Ç, İsmayılova N.T., Əsgərov F.Ş. Müasir elektron kitabxanalarda onlayn sosial şəbəkə texnologiyalarının tətbiqi mexanizmləri. Kitabxanaşünaslıq və Bibliografiya, 2014, № 2, s. 62-73.

УДК 004.316

Дашдамирова Кёнюль Г.

Институт Информационных Технологий НАНА, Баку, Азербайджан
konulahmed@gmail.com

Современное состояние и проблемы интернет-социологии

В настоящее время подавляющее большинство социальных сообществ, интегрированных в Интернет, сосредоточено в виртуальных группах, виртуальных сообществах. В связи с этим возникла необходимость исследовать информационную среду, которая формируется в обществе как интернет-социология, и формы взаимодействия людей во время обмена информацией. В статье были изучены предмет, особенности и современное состояние интернет-социологии, основные направления исследований в этой области. Проблемы в этой области были определены на трех основных уровнях – личностном, групповом и социальном. Для их решения были проанализированы методы онлайн-исследований, а также международный опыт. Была отмечена необходимость расширения исследований в области интернет-социологии в Азербайджане с целью принятия важных решений для развития и защиты информационного общества, а также для решения существующих проблем в соответствии с требованиями времени.

В качестве методов исследования использовались такие методы, как анализ и мониторинг. Проведенные первичные базовые исследования являются важными и полезными для проведения более широких исследований в области интернет-социологии.

Ключевые слова: *интернет-социология, цифровая социология, социальное общество, виртуальное общество, социальная сеть.*

Konul G. Dashdamirova

Institute of Information Technology of ANAS, Baku, Azerbaijan
konulahmed@gmail.com

Current status and problems of Internet sociology

At present, the vast majority of the social community is integrated into the Internet, concentrating on online groups and online communities. In this context, there is a need to explore this information environment which is formed in the society as Internet-sociology and the forms of interaction between people during the information exchange. This article explores the subject, features and current state of Internet-sociology. The main research trends in Internet-sociology are studied, and the problems in this field are identified in 3 main levels – personal, group and social. Online research methods are analyzed to address these problems. There is a need to expand the research in the field of Internet sociology in Azerbaijan to make important decisions on the development, protection and solution of existing problems of the information society in accordance with the requirements of the time.

This research uses analysis and monitoring methods. Initial studies are important and useful for broader research in the field of Internet-sociology.

Keywords: *Internet-sociology, digital-sociology, social community, virtual society, social network.*