

UOT 32:93/94

ELDAR CƏFƏROV

Bakı Dövlət Universitetinin dosenti

ORCID ID: 0000-0001-8563-697X

eldarjafarov@bsu.edu.az

ELMAR MURADLI

Bakı Dövlət Universitetinin doktorantı

ORCID ID: 0009-0005-5324-0029

elmar.muradli007@gmail.com

MÜASİR SİYASİ TƏBLİĞATIN İNTERNET ALƏTLƏRİ

DOI: <https://doi.org/10.36719/2708-065X/114/179-185>

Müasir informasiya-kommunikasiya texnologiyalarının sürətli inkişafı siyasi təbliğatın forma və vasitələrində ciddi transformasiyalara səbəb olmuşdur. Rəqəmsal kommunikasiya mühitinin əsas komponentləri olan internet və sosial media siyasi aktorların hədəf auditoriyaya təsir imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirmişdir. Tədqiqatda sosial şəbəkələrin kommunikativ xüsusiyyətləri, rəqəmsal mühitdə siyasi təbliğatın transformasiya istiqamətləri, internet texnologiyalarının siyasi idarəetmədə tətbiqi imkanları, eləcə də sosial medianın ictimai-siyasi proseslərə təsiri təhlil edilir. Ərəb Baharı hadisələri nümunəsində sosial medianın kütlələrin səfərbər edilməsində və siyasi mesajların yayılmasında oynadığı rol qiymətləndirilir. Bununla yanaşı, rəqəmsal informasiya mühitində dezinformasiya, manipulyasiya, informasiya çirklənməsi və informasiya təhlükəsizliyi ilə bağlı risklər araşdırılır. Aparılan təhlil göstərir ki, internet əsaslı kommunikasiya vasitələri siyasi təbliğatın effektivliyini artırmaqla yanaşı, siyasi idarəetmə, informasiya təhlükəsizliyi və ictimai rəyin formalaşdırılması baxımından yeni çağırışlar meydana çıxarır.

Açar sözlər: siyasi, təbliğat, kommunikasiya, internet, media, rəqəmsal, kommunikasiya, idarəetmə, informasiya, dezinformasiya, manipulyasiya, rəy.

Giriş. Bəşəriyyətin ən fundamental sosial-psixoloji ehtiyaclarından biri olan ünsiyyət, dövrün tələblərindən və texnoloji inkişafdan birbaşa təsirlənir. İnsanlar daha asan və sürətli ünsiyyət qurmağın yollarını axtarırlar və ünsiyyət metodlarındakı bu dəyişikliklər nəticədə həyatın digər sahələrində də öz təsirini göstərir. Siyasi ünsiyyətin vacib bir sahəsi olan siyasi təbliğat da ünsiyyət metodlarındakı dəyişikliklərin təsiri ilə dəyişən bir sahə kimi ortaya çıxır. Xüsusilə informasiya dövrü adlandırılan dövrümüzdə ünsiyyətin yeni bir ölçüsü kimi təzahür edən sosial media, siyasi təbliğat vasitəsi və metodu kimi tez-tez istifadə olunmağa başlamışdır. Tədqiqatlar və mövcud təcrübələr göstərir ki, siyasi sistemdəki bütün aktorlar, həm siyasətlə məşğul olan və siyasi mexanizmi əllərində saxlayanlar, həm də bu sistemin idarə olunan hissəsi olanlar sosial mediadan fəal şəkildə istifadə edirlər.

Müasir dövrdə sosial medianın sürətli inkişafı siyasi təbliğatın həyata keçirilmə üsullarına, yayılma sürətinə və auditoriya üzərində təsir imkanlarına köklü dəyişikliklər gətirmişdir. Ənənəvi kütləvi informasiya vasitələrindən fərqli olaraq sosial media platformaları informasiyanın qısa zaman ərzində milyonlarla istifadəçiyə çatdırılmasına, müxtəlif auditoriyalar üçün fərdiləşdirilmiş məzmunun hazırlanmasına və ictimai rəyin real vaxt rejimində istiqamətləndirilməsinə şərait yaradır.

Bu xüsusiyyətlər siyasi aktorlara, dövlət qurumlarına, siyasi partiyalara, müxtəlif maraq qruplarına və qeyri-dövlət subyektlərinə öz kommunikasiya strategiyalarını daha çevik və məqsədyönlü şəkildə həyata keçirməyə imkan verir.

Rəqəmsal kommunikasiya texnologiyalarının inkişafı siyasi təbliğatın miqyasını da əhəmiyyətli dərəcədə genişləndirmişdir. Əvvəllər təbliğat əsasən televiziya, radio və çap mediası vasitəsilə həyata keçirilirdisə, hazırda sosial şəbəkələr, videoplatformalar, mesajlaşma tətbiqləri və digər rəqəmsal kommunikasiya vasitələri siyasi mesajların sərhəd tanımadan yayılmasına imkan yaradır.

Alqoritmlərin istifadəçilərin maraqlarına uyğun məzmun təqdim etməsi, hədəf auditoriyaların mikrosegmentləşdirilməsi və fərdiləşdirilmiş siyasi mesajların hazırlanması təbliğatin effektivliyini artıran əsas amillərdən biri hesab olunur. Bununla yanaşı, sosial medianın interaktiv xarakteri istifadəçiləri yalnız informasiya istehlakçısı deyil, həm də onun istehsalçısı və yayıcısına çevirir ki, bu da siyasi təsirin daha geniş coğrafiyada və daha qısa müddətdə yayılmasına səbəb olur.

Müasir informasiya mühitində siyasi təbliğat təkcə ideoloji mesajların yayılması ilə məhdudlaşmır. O, informasiya məkanına sistemli təsir göstərməyi, ictimai rəyin formalaşdırılmasını, emosional reaksiyaların idarə edilməsini, cəmiyyət daxilində parçalanmaların dərinləşdirilməsini və rəqib aktorların legitimliyinin zəiflədilməsini hədəfləyən çoxşaxəli kommunikasiya strategiyasına çevrilmişdir.

Xüsusilə beynəlxalq münaqişələr, seçki kampaniyaları və siyasi böhranlar zamanı sosial media platformaları rəqabət aparan narrativlərin yayıldığı və informasiya üstünlüyü uğrunda mübarizənin aparıldığı əsas məkan kimi çıxış edir. Bu baxımdan sosial media müasir informasiya müharibəsinin və strateji kommunikasiyaların ayrılmaz elementinə çevrilmişdir.

L.Olejnik qeyd edir ki, müasir təbliğat dezinformasiya, trollar, bot şəbəkələri, informasiya təsiri, psixoloji əməliyyatlar, informasiya əməliyyatları və informasiya müharibəsi kimi bir-biri ilə qarşılıqlı əlaqədə fəaliyyət göstərən komponentləri özündə birləşdirən mürəkkəb və çoxsəviyyəli bir hadisədir [10, s.48-49].

Bu komponentlər ayrı-ayrılıqda deyil, vahid kommunikasiya strategiyasının elementləri kimi fəaliyyət göstərir və onların əsas məqsədi informasiya mühitini nəzarət altında saxlamaq, hədəf auditoriyanın davranışına və qərarvermə prosesinə təsir göstərməkdir.

Psixoloji və informasiya əməliyyatları isə cəmiyyətin emosional reaksiyalarına təsir göstərməklə sosial etimadın zəiflədilməsinə, siyasi qütbləşmənin artırılmasına və rəqib tərəfin informasiya üstünlüyünün sarsıdılmasına yönəlir.

Beləliklə, sosial medianın inkişafı nəticəsində siyasi təbliğat yeni texnoloji imkanlar qazanmış, daha dinamik, çevik və təsirli xarakter almışdır. Müasir rəqəmsal platformalar vasitəsilə həyata keçirilən informasiya təsiri artıq təkcə informasiyanın yayılması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda narrativlərin qurulması, ictimai rəyin idarə olunması, siyasi davranışların istiqamətləndirilməsi və beynəlxalq münasibətlərə təsir göstərilməsi kimi daha geniş məqsədlərə xidmət edir. Bu səbəbdən müasir siyasi təbliğatın mahiyyətinin dərk edilməsi üçün onu strateji kommunikasiyalar, rəqəmsal informasiya mühiti və informasiya müharibəsinin ümumi kontekstində kompleks şəkildə təhlil etmək zəruridir.

Sosial media qlobal siyasi mühitə əhəmiyyətli təsir göstərərək dövlətlərə və digər siyasi subyektlərə koordinasiya olunmuş informasiya əməliyyatları həyata keçirməyə, daxili və xarici siyasi gündəliyi formalaşdırmağa və ya manipulyasiya etməyə imkan verir. Bir sıra hallarda hökumətlər sosial mediadan ölkə daxilində ictimai dəstəyi gücləndirmək, həyata keçirdikləri siyasətə legitimlik qazandırmaq və dövlət institutlarına inamı artırmaq məqsədilə istifadə edirlər. Rəqəmsal platformalar vasitəsilə hökumətlər öz fəaliyyətləri barədə məlumatları operativ şəkildə ictimaiyyətə çatdırır, həyata keçirilən islahatları və dövlət proqramlarını təqdim edir, böhran və fəvqəladə vəziyyətlər zamanı rəsmi mövqelərini izah edirlər. Bununla yanaşı, sosial media hökumətlərə cəmiyyətin müxtəlif təbəqələri ilə birbaşa kommunikasiya qurmağa, ictimai əhval-ruhiyyəni izləməyə və yaranan informasiya boşluqlarına operativ reaksiya verməyə imkan yaradır [12, s.12]. Müasir münaqişələrdə sosial medianın əhəmiyyəti bu platformaların narrativlərin yayılması, ictimai rəyə təsir göstərilməsi və təsir əməliyyatlarının həyata keçirilməsi məqsədilə necə istifadə olunduğunu daha dərinlən araşdırmağı zəruri edir. Sosial medianın informasiya müharibəsinin mühüm döyüş meydanlarından biri olduğunu göstərir [8, s.7]. Nikolos Rab isə hesab edir ki, dezinformasiya ilə bağlı dominant yanaşma sosial medianı problemin əsas mənbəyi kimi qiymətləndirməyə meyllidir [13, s.2].

İnternetin yayılması və eləcə də sosial şəbəkələrin kütləviləşməsi ənənəvi media vasitələrinin təsir imkanlarının azalmasına gətirib çıxarmaqdadır. Ənənəvi mediaya marağın azalması tendensiyası, xüsusilə ani mesajlaşma tətbiqləri və sosial medianın məlumat əldə etməkdə əsas rol oynadığı gənclər arasında nəzərə carpır.

Sosial şəbəkələrin xüsusiyyətləri. M. Kastells hesab edir ki, qlobal, şəbəkələşmiş strukturlar insanların həyatında mərkəzi rol oynayır və əvvəlki qarşılıqlı ünsiyyət formalarını əvəz edir [1, s.505]. Şəbəkələr müasir sosioloji nəzəriyyələr çərçivəsində nəzərdən keçirilir. B.Uellman qeyd edir ki, "şəbəkə analitikləri insanların və icmaların davranışlarının nizamlı təbiətini öyrənməyə çalışırlar [4, s.315]. Bu isə daha sonra siyasi təbliğat zamanı da istifadə edilir.

Sosial şəbəkənin mahiyyəti ilə bağlı olan digər məsələ isə ondan ibarətdir ki, burada iştirakçılar sabit deyildir [3, s.85]. Yəni, sosial şəbəkə iştirakçıları istədikləri zaman məkana daxil olur, istədikləri zaman isə sosial şəbəkəni tərk edə bilirlər. Bu isə özlüyündə məlumatların dəqiqliyinə təsir edən amillərdən biridir.

Sosial şəbəkələr və təbliğatın transformasiyası. İnsanların və xüsusilə gənclərin internetdən əldə edilən məlumatlara yüksək dərəcədə etibar etdikləri qənaətinə gəlmək olar. Fərqli texnoloji şəraitdə formalaşmış yeni nəsil ictimai-siyasi həyata qədəm qoyur. Beləliklə, rəqəmsal məkan təbliğatın tətbiq oluna biləcəyi yeni bir arenaya çevrilir [5, s. 81].

Eyni zamanda, sosial media və mesajlaşma təbiiqlərinə keçdikcə kommunikasiya formatlarının müntəzəm istifadəsi ilə əlaqəli koqnitiv və siyasi risklər artır. Bunlar siyasi manipulyasiya, fobiyların yayılması, emosional manipulyasiya, istifadəçilərin dünyagörüşünü təhrif edən fikirlərin və saxta-karlıqların artması və digər amillərdir. Bu səbəbdən, milli maraqları, dəyərləri və ideyaları qorumaq və təşviq etmək üçün onlayn informasiya məkanına hüquqi nəzarət getdikcə daha vacib hala gəlir.

Genişmiqyaslı rəqəmsallaşma kontekstində siyasi təbliğat nəinki cəlbediciliyini qoruyub saxlamış, həm də daha effektiv olmuşdur. Lakin, müasir cəmiyyətin spesifik təbiəti və texnoloji mürəkkəbliyi nəzərə alınmaqla, təbliğat özlüyündə forma və şəkilləri etibarilə transformasiya olunur. Siyasi kommunikasiyaların məcmusu dövlət və sosial-siyasi idarəetmə sistemində fundamental elementdir.

Belə bir şəraitdə qarşılıqlı təsirlərin təbiəti və transformasiyası siyasi və sosial proseslər üzərində tənzimləmə şəklini və nəzarət dərəcəsini müəyyən edir [2., s.73]. Kommunikasiya mexanizmlərindən biri kimi təbliğat da informasiya texnologiyalarının inkişafı səbəbindən transformasiyaya məruz qalır.

Burada xüsusilə bir məqamı vurğulamaq lazımdır ki, sosial şəbəkələrin inkişafı hər bir vətəndaşı ictimai və siyasi prosesin birbaşa iştirakçısına çevirə bilmişdir. Sosial media istənilən şəxsə kontent yaradıcısı olmağa imkan verir. Eyni zamanda, şəbəkə istifadəçilərinə məlumatı şəkilləndirmək və dəyişmək üçün səlahiyyət verir. Bununla da ictimaiyyətin siyasi prosesdə fəal rol oynamasına imkan verir [6, s.123].

Sosial media siyasi ünsiyyətin təbiətini dəyişdirir. Öz istifadəçilərinə fərqli yollarla məlumat əldə etmək üçün vasitələr təklif edir. İstifadəçilər siyasi fiqurlar və rəhbərlər ilə birbaşa əlaqə qura bilmək imkanı əldə edirlər. Bununla da siyasi fəaliyyətlə yeni yollarla məşğul ola bilirlər. Hər bir sosial media platforması tərtibatçılar tərəfindən proqramlaşdırılır, siyasətçilərin və vətəndaşların platformadan siyasi məqsədlər üçün necə istifadə edə biləcəklərinə təsir edən unikal rəqəmsal arxitektura yaranır.

İstifadəçilərin siyasi mesajları dərhal paylaşmaq, bəyənmək imkanı siyasətçilərin seçicilərlə birbaşa ünsiyyəti üçün yeni imkanlar açır. Eyni zamanda, sosial media kampaniyaları televiziya və ya qəzet reklamı kimi ənənəvi platformalarda olmayan risklər daşıya bilər.

Siyasi idarəetmədə internet təbliğat texnologiyalarından istifadənin xüsusiyyətləri və imkanları. Siyasi idarəetmə də daxil olmaqla, istənilən idarəetmə prosesləri müvafiq dəyər-semantik məkan daxilində həyata keçirilir. Siyasi idarəetmənin dəyər-semantik və ideoloji komponentləri məqsədin qoyuluşuna, təbiətinə və idarəetmə nəticələrinin sonrakı izahına təsir edən güclü amil kimi çıxış edir. Öz növbəsində, ictimai şüurda yerləşmiş dəyərlər və mənalər əhalinin sosial-siyasi reallığı qavramasına, eləcə də müəyyən siyasi davranış modellərinin formalaşmasına birbaşa təsir göstərir [10].

Bu baxımdan, dəyər-semantik məkanların formalaşdırılması və qorunması siyasi idarəetmənin ən vacib vəzifələrindən birinə çevrilir. Çünki ənənəvi dəyərlərin və mənalərin məhv edilməsi və ya transformasiyası qaçılmaz olaraq sosial-siyasi proseslərin məzmununda əhəmiyyətli dəyişikliklərə səbəb olur. Bir sıra siyasi institutlarının böhranına səbəb olur. Eyni zamanda, istənilən sosial-siyasi dəyərlərin və mənalərin ictimai şüura ötürülməsi, yayılması çox önəmli məsələdir [11, s. 54].

Bu baxımdan, ünsiyyət texnologiyaları və ictimai şüura təsir siyasi idarəetmədə mühüm yer tutur. G.İ.Kolesnikovanın qeyd etdiyi kimi, təbliğat hər bir cəmiyyətin siyasi həyatının təbii elementidir [8, s.13]. İnternetin siyasi kommunikasiya vasitəsi kimi inkişafı ictimai şüura təsir imkanlarını daha da genişləndirmişdir. Bu isə milli dəyərlərin və mənəvi prinsiplərin qorunması baxımından siyasi idarəetmə qarşısında yeni vəzifələr qoyur.

Müasir dövrdə internet üzərindən həyata keçirilən təbliğat texnologiyaları global miqyasda geniş tətbiq olunur. İstifadəçilər arasında sürətli əlaqələrin qurulması, müxtəlif kommunikasiya vasitələrinin mövcudluğu və multimedia məzmunundan istifadə internetin siyasi təbliğat imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə artırır [7].

Sosial medianın istifadəsinin siyasi nəticələrinə dair nümunələr. Sosial medianın ünsiyyət vasitəsi kimi istifadəsi dünya miqyasında sürətlə artır. Bu artıma paralel olaraq, istifadəçilər əvvəllər ənənəvi ünsiyyət kanalları vasitəsilə həyata keçirdikləri bir çox fəaliyyəti sosial mediaya köçürürlər. Bu prosesdə həm təbliğatçılar, həm də hədəf auditoriyaları tərəfindən siyasi təbliğat da sosial media məkanına köçürülür.

Həm milli, həm də yerli siyasətçilər getdikcə sosial mediada görünərək siyasətlərini, məqsədlərini, vədlərini və hərəkətlərini internet vasitəsilə hədəf auditoriyasına çatdırmağa çalışırlar. Yaxın tarixdə buna dair bir çox nümunə var. Sosial media istifadəsinin ən diqqətəlayiq və uğurlu nümunələri arasında Yaxın Şərqdə Ərəb Baharı kimi tanınan diktatura əleyhinə hərəkətlər var. Tədqiqatlar göstərir ki, Ərəb Baharından əvvəl və onun gedişatı zamanı Facebook, Twitter, Instagram və YouTube, xüsusən də etirazçılar tərəfindən kütlələri səfərbər etmək və hərəkəti dünya ictimaiyyətinə tanıtmak üçün təsirli vasitələr kimi istifadə edilmişdir. Bundan əlavə, bu sosial media vasitələri bu hərəkətlərin legitimləşməsində təbliğat vasitələri kimi də aktiv rol oynamışdır [9, s. 421].

Sosial medianın təbliğat vasitəsi kimi istifadəsində üstünlükləri olsa da, bəzi mənfi cəhətləri də var. Əsasən, sosial medianın siyasi təbliğat və iştirak vasitəsi kimi istifadəsi fərdləri həssas edir [11, s.5]. Praktikada rast gəlinən digər bir mənfi cəhət, sosial media vasitəsilə aparılan təbliğatın sui-istifadəyə çox açıq olmasıdır. Adi vətəndaşlar üçün şəxsiyyətin təsdiqlənməsinin mümkün olmadığı bu sahədə kütlələr dezinformasiya və ya saxta xəbər və məlumatlarla manipulyasiya edilə bilər ki, bu da mənfi nəticələrə gətirib çıxara bilər. S.M.Maci və həmmüəlliflərin yanaşmasına görə, dezinformasiya diskursu yalan məlumatın yayılması ilə məhdudlaşmır, eyni zamanda ictimai rəyin formalaşdırılmasına təsir göstərən dil, ritorika və kommunikasiya strategiyalarını da əhatə edir [14, s.1].

Xüsusilə yüksək sosial həssaslıq dövrlərində oxşar təcrübələr çox ciddi problemlər yarada bilər. Yenə də yuxarıda qeyd olunan səbəblərə görə sosial media ciddi informasiya çirklənməsi yarada və seçiciləri çaşdırma bilər.

Nəticə. Beləliklə, aşağıdakı nəticələri qruplaşdırmaq olar:

- Qlobal internet-kommunikasiya məkanının inkişafı informasiya məzmununun idarə olunması imkanlarını əhəmiyyətli dərəcədə artırmışdır. Bu şəraitdə ictimai şüura müəyyən sosial-siyasi təsəvvürlərin formalaşdırılması, yayılması və möhkəmləndirilməsi siyasi mübarizənin vacib istiqamətlərindən birinə çevrilmişdir. Bu proseslər insanların siyasi davranışına və qərarlarına birbaşa təsir göstərir;

- Müasir siyasi idarəetmədə internet texnologiyaları təbliğatın əsas vasitələrindən biri kimi çıxış edir. Təbliğatın məqsədi geniş əhali kütləsində müəyyən fikir, baxış və dəyərlər formalaşdırmaq, onları konkret siyasi istiqamətə yönləndirməkdir. İnternet məkanı insanların coğrafi məsafədən və dövlət sərhədlərindən asılı olmayaraq bir-biri ilə əlaqə qurmasına imkan yaradır;

- Yeni media texnologiyalarının inkişafı nəticəsində informasiya mübadiləsi daha sürətli və əlçatan olmuş, məsafə amilinin əhəmiyyəti azalmışdır. Bunun nəticəsində dünyanın müxtəlif ölkələrində yaşayan və eyni baxışları bölüşən insanlar vahid informasiya məkanında birləşə bilərlər;

- Bu vəziyyət xarici təbliğat imkanlarını da genişləndirir. Ənənəvi medianın fərqli olaraq internet istifadəçilərlə birbaşa ünsiyyət qurmağa şərait yaradır və bu da təbliğatın təsir gücünü artırır. Eyni zamanda internet mühitində hər bir istifadəçi təkcə informasiya alan deyil, həm də onu yayıyan şəxsə çevrilə bilər;

- Sosial şəbəkələrdə yayılan məzmunun təsir gücü insanların informasiya qəbul etmə psixologiyası ilə də bağlıdır. Tədqiqatlar göstərir ki, istifadəçilər rəsmi qurumların yaydığı məlumatlardan daha çox dostlarının, tanışlarının, izlədikləri şəxslərin və ya eyni maraqları bölüşən onlayn icmaların paylaşıqları məzmununa etibar etməyə meyllidirlər. Bu etimad hissi informasiyanın daha az tənqidi qiymətləndirilməsinə səbəb ola bilər və nəticədə siyasi mesajların, dezinformasiyanın və manipulyativ məzmunun daha sürətlə yayılmasına şərait yaradır. Xüsusilə emosional məzmun, vizual materiallar və şəxsi təcrübəyə əsaslanan paylaşımalar istifadəçilərin diqqətini daha çox cəlb etdiyindən onların ictimai rəyin formalaşmasına təsiri də artır. Bununla yanaşı, sosial medianın interaktiv xarakteri təbliğatın effektivliyini daha da yüksəldir;

- İstifadəçilərin şərhlər yazması, müzakirələr aparması, müxtəlif qruplarda təşkilatlanması və eyni mövqeni müdafiə edən icmalar yaratması siyasi ideyaların daha davamlı şəkildə yayılmasına imkan verir. Belə mühitədə informasiya yalnız ötürülmür, həm də kollektiv şəkildə yenidən istehsal edilir, müxtəlif şərhrlərlə zənginləşdirilir və yeni auditoriyalara uyğunlaşdırılır. Nəticədə sosial media ictimai rəyin formalaşdırılması, siyasi səfərbərlik, seçici davranışının istiqamətləndirilməsi və müxtəlif narrativlərin legitimləşdirilməsi baxımından müasir siyasi təbliğatın ən təsirli kommunikasiya platformalarından birinə çevrilmişdir.

ƏDƏBİYYAT

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000., 606 с.
2. Коробов А.А. Цифровая пропаганда и неформальные политические коммуникации: эффект функциональной связи // Вестник Поволжского института управления. 2022, Т.22, №4, С.73-82.
3. Метелева Е.Р. Сетевой подход к управлению развитием городов: базовые понятия, ключевые положения, направления использования // Вопросы управления. 2011, № 2, С. 74-85.
4. Ритцер Дж. Современные социологические теории. 5-е изд. СПб.: Питер, 2002., 688 с.
5. Соловей В.Д. Особенности политической пропаганды в цифровой среде // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2018. – Т. 8. – № 1 (31). – С. 81–87.
6. Andrejevic M. Public Service Media Utilities: Rethinking Search Engines and Social Networking as Public Goods // Media International Australia. 2013. – Vol. 146, No. 1, P. 123-132.
7. Francesco Pierri, Luca Luceri, Nikhil Jindal, Emilio Ferrara. Propaganda and Misinformation on Facebook and Twitter during the Russian Invasion of Ukraine. 2022. - <https://dl.acm.org/doi/epdf/10.1145/3578503.3583597> (accessed: 10.06.2026).
8. Gouliev Z. Propaganda and Information Dissemination in the Russo-Ukrainian War: Natural Language Processing of Russian and Western Twitter Narratives. 2025. - https://www.researchgate.net/publication/392363144_Propaganda_and_Information_Dissemination_in_the_Russo;Ukrainian_War_Natural_Language_Processing_of_Russian_and_Western_Twitter_Narratives (accessed: 10.06.2026).
9. Hunter E. The Arab Revolution and Social Media [Electronic resource]. – Available at: <http://flipthemedia.com/index.php/2011/02/the-arab-revolution-and-sosialmedia/> (accessed: 10.06.2026).
10. Lukasz Olejnik. Propaganda: From Disinformation and Influence to Operations and Information Warfare. Boca Raton, FL, CRC Press (Taylor & Francis), 2024, 284 p.
11. Manovich L. The Language of New Media., Cambridge, MA: MIT Press, 2001, 354 p.
12. Mugurtay N., Duygu U., Varol O. Politics and Propaganda on Social Media: How Twitter and Meta Moderate State-Linked Information Operations. 2024, p.1-6. - https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4670530&__cf_chl_f_tk=IIySlNghDAcj2xxjcRV2Cz0L09tfpmKKTUb94uRKPDE-1783433921-1.0.1.1-p27JuB06btZzXU59CreB9gxf4oq0u1xTryCL3H87PLU (accessed: 10.06.2026).
13. Nicholas Rabb. What is the Disinformation Problem? Reviewing the Dominant Paradigm and Motivating an Alternative Sociopolitical View. 2023. -

<https://www.semanticscholar.org/paper/What-is-the-disinformation-problem-Reviewing-the-an-Rabb/61f630ac692bc6a74dde85f1ab850ddf4b161959> (accessed: 10.06.2026).

14. Stefania M. Maci, Massimiliano Demata, Mark McGlashan, Philip Seargeant (eds.) *The Routledge Handbook of Discourse and Disinformation*, London; New York, Routledge, 2024, 454 p.

15. Szajkowski B. *Social Media Tools and the Arab Revolts // Alternative Politics*. – 2011. – Vol. 3. – No. 3. – P. 420–432.

16. Taylor K. *Arab Spring Really Was Social Media Revolution* [Electronic resource]. – Available at: <http://www.tgdaily.com/software-features/58426-arab-spring-really-was-socialmedia-revolution> (accessed: 10.06.2026).

17. Volkmer I. *News in the Global Sphere: A Study of CNN and Its Impact on Global Communication*. – Luton: University of Luton Press, 1999. – 272 p.

ЭЛЬДАР ДЖАФАРОВ

Доцент, Бакинский Государственный Университет

ЭЛЬМАР МУРАДЛИ

Докторант, Бакинский Государственный Университет

ИНТЕРНЕТ-ИНСТРУМЕНТЫ СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЫ

Стремительное развитие современных информационно-коммуникационных технологий обусловило существенную трансформацию форм и средств политической пропаганды. Интернет и социальные медиа, являясь ключевыми компонентами цифровой коммуникационной среды, значительно расширили возможности политических акторов по воздействию на целевые аудитории. В исследовании анализируются коммуникативные особенности социальных сетей, основные направления трансформации политической пропаганды в цифровой среде, возможности применения интернет-технологий в политическом управлении, а также влияние социальных медиа на общественно-политические процессы. На примере событий «Арабской весны» оценивается роль социальных медиа в мобилизации массовых движений и распространении политических сообщений. Одновременно рассматриваются риски, связанные с дезинформацией, манипуляцией, информационным загрязнением и обеспечением информационной безопасности в цифровом информационном пространстве. Проведённый анализ показывает, что интернет-ориентированные коммуникационные инструменты не только повышают эффективность политической пропаганды, но и формируют новые вызовы в сфере политического управления, информационной безопасности и формирования общественного мнения.

Ключевые слова: политический, пропаганда, коммуникация, интернет, СМИ, цифровой, коммуникация, управление, информация, дезинформация, манипуляция, мнение.

ELDAR JAFAROV

Associate Professor, Baku State University

ELMAR MURADLI

PhD Candidate, Baku State University

INTERNET TOOLS OF MODERN POLITICAL PROPAGANDA

The rapid development of modern information and communication technologies has fundamentally transformed the forms and instruments of political propaganda. As the principal components of the digital communication environment, the Internet and social media have significantly expanded the capacity of political actors to influence target audiences. This study examines the communicative

characteristics of social networking platforms, the major directions of the transformation of political propaganda in the digital environment, the opportunities for applying Internet technologies in political governance, and the impact of social media on socio-political processes. Using the Arab Spring as a case study, the research evaluates the role of social media in mass mobilization and the dissemination of political messages. In addition, it explores the risks associated with disinformation, manipulation, information pollution, and information security within the digital information environment. The findings demonstrate that Internet-based communication tools not only enhance the effectiveness of political propaganda but also generate new challenges for political governance, information security, and the formation of public opinion.

Keywords: political, propaganda, communication, internet, media, digital, communication, management, information, disinformation, manipulation, opinion.

Məqalənin redaksiyaya daxil olduğu tarix: 14 iyul 2026-cı il.

Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 02 oktyabr 2026-cı il.

Rəyçilər: t.e.d. Sevinc Yusifzadə, s.e.d. Sabir Məmmədli.
