

Hikmət QULIYEV
Filologiya üzrə fəlsəfə doktoru
AMEA Folklor İnstitutu
e-mail: quliyevh@mail.ru



VİRTUAL SOSIAL ŞƏBƏKƏLƏRDƏ QRUPLARIN FOLKLORİK MÜƏYYƏNLİYİ: MİLLİ KİMLİK VƏ QLOBAL OBRAZLAR

Açar sözlər: folklorik müəyyənlik, milli kimlik, virtual mühit, virtual sosial qrup, internet folkloru, qlobal motiv, sosial şərt, sosial sifariş

THE FOLKLORIC IDENTIFICATION OF GROUPS IN THE VIRTUAL SOCIAL NETWORKS: NATIONAL IDENTITY AND GLOBAL IMAGES

Summary

In the study the problem of folkloric identification of groups in the context of the socio-cultural processes taking place in the virtual networks is analyzed. It was noted that as in the real social environment the folkloric traditions play an important role in the formation of groups in virtual social networks, too. But it makes necessary to consider the folkloric definity as an important component in the study (publicly or secretly) of the virtual social groups. In particular, the dynamic processes in the virtual social networks are changing rapidly on the ground of the folkloric definity signs of the groups. At the same time, the problem of folklore identification of the virtual social groups is studied in the context of the national identity, i.e. in the context of the position, order and interests of different groups. The approach and analysis were carried out on the Internet folklore which is the manifestation of different ideologies and views and the construction of a new “identity”. It was noted that under the influence of the Internet the images embodied in traditional folk culture are “re-designed” in the virtual social environment and the new folklore images and motifs are formed.

Key words: folkloric identification, the national identity, the virtual environment, the virtual social group, the Internet folklore, the global motif, the social condition, the social order

ФОЛЬКЛОРНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ ГРУПП В ВИРТУАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И ГЛОБАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ

Резюме

В исследовании проанализирована фольклорная идентичность групп в контексте социокультурных процессов, происходящих в виртуальных сетях. Было отмечено, что фольклорные традиции играют важную роль в формировании групп как в реальной социальной среде, так и в виртуальных социальных сетях. А это обуславливает рассматривать фольклорную идентичность как важный компонент изучения виртуальных социальных групп (открытых или скрытых). Признаки фольклорной идентичности быстро меняются, особенно в свете динамических процессов, происходящих в виртуальных социальных сетях.

В статье также рассматривается проблема фольклорной идентичности виртуальных социальных групп в контексте национальной идентичности - в контексте положения, порядка и интересов отдельных групп. Подходы и анализ были сосредоточены на интернет-фольклоре, который воплощает проявление объединения различных идеологий и взглядов и конструирование новой идентичности.

Было отмечено, что под воздействием Интернета в виртуальной социальной среде перестраиваются образы, которые воплощают традиционную народную культуру и появляются новые фольклорные образы и мотивы.

Ключевые слова: фольклорная идентичность, национальная идентичность, виртуальная среда, виртуальная социальная группа, интернет-фольклор, глобальный мотив, социальный контекст, социальный заказ.

Məsələnin qoyuluşu: İnformasiya-kommunikasiya texnologiyalarının və rəqəmsal ünsiyyət vasitələrinin sürətlə yayılması, eləcə də İnternetin dominant ünsiyyət alətinə çevrilməsi folklor yaradıcılığına da öz təsirini göstərməkdədir. Bir zamanlar real sosial mühitdə cərəyan edən folklor prosesləri hazırda virtual media platformalarında – sosial şəbəkə və forumlarda getməkdədir. Rəqəmsal ünsiyyət texnologiyaları əsasında qurulan virtual mühit özünün təbiəti etibarlı ilə insanların sosiallaşması, müəyyən ideokultura (6, 734) əsasında təmərküzləşməsi, *“ortağ təhkiyə normalarının və performativ perspektivlərin inşası (təşkili) üçün imkanlar yaradır”* (1, 290). Bu baxımdan virtual şəbəkələrdə gedən sosial-mədəni proseslər kontekstində qrupların folklorik müəyyənliyi məsələsi aktual məsələlədir. Hesab edirik ki, virtual sosial qrupların (açıq və ya gizli) öyrənilməsində folklorik identifiklik mühüm komponent kimi nəzərə alınmalıdır.

İşin məqsədi: Virtual kommunikativ mühitdə cərəyan edən folklor proseslərinin tərkib hissəsi kimi qrupların meydana gəlməsində mühüm rol oynayan folklorik müəyyənliyi araşdırmaq və bu problem ətrafında mövcud olan yanaşmaları təhlil etməkdir.

Folklor onu yaradan xalqın, etnosun dünyagörüşünü, gerçəkliyi qavrama və ifadə etmə spesifikasiyasını, özü və digərləri barədə münasibətini, onu təşkil edən fərd və qrupların maraqlarını, dəyişən sosial şərtlər və ideologiyalar axarında cari və strateji hədəflərini özündə əks etdirən dinamik və pragmatik sistemdir. Bu mənada folklor müəyyən bir etnosun, onu təşkil edən ən müxtəlif qrupların özü və başqaları, eyni zamanda başqalarının onun barədə düşüncələrini də təcəssüm etdirmək imkanına malikdir. Başqa şəkildə desək, xalq (xalq deyərəkən Alan Dundesin “ən azı bir ortağ faktora malik olan, müəyyən bir folklor nümunəsi, adət və ya ənənəni özününkü hesab edən, etnik, dini, linqvistik və s. faktorlar əsasında birləşən qrup və ya qruplar” yanaşma modeli nəzərdə tutulur – 5:139-153) həm özü-özü haqqında, həm də ətrafdakıların onun haqda nə düşündüyünü təsəvvür edən və əsaslandırılan özünüifadə etmə və özünüqoruma mexanizminə malikdir. Məsələyə bu məntiq aspektindən yanaşdıqda məlum olur ki, müəyyən fərdlərin və ya qrupların kollektiv maraq və rəyləri əsasında meydana çıxan folklor nümunələri universallaşan trend və tendensiyaların, prioritet baxış və münasibətlərin də əks olunduğu düşüncə sistemidir. Odur ki, etnosun özü və başqaları, eyni zamanda başqalarının onun barədə (nə və ya necə) düşüncələri haqda münasibəti ifadə edən folklorik faktlardan milli kimliyin təhlili və şərh-

hində, eləcə də qrupların folklorik identikliyinə öyrənilməsində geniş istifadə etmək mümkündür. Çünki xalqın özü və özləri barədə stereotipləşmiş münasibəti əsasən folklor faktlarında əks olunmuşdur. Bu münasibət və rəylər müəyyən stereotiplər formalaşdırır ki (yaxud stereotiplər müəyyən münasibət və rəylər doğurur ki), komik və ya ironik reaksiya daxilində həmin əlamətləri açıq-aydın görmək olur. Xüsusilə də, lətifə janrında bir qrupun digər qrup və yaxud bir etnosun digər bir etnos barədə (daha çox dominant etnosun etnik azlıq haqda) formalaşmış münasibəti öz əksini tapır. A.Dundesin lətifələr barədə düşüncələrindən aydın olur ki, lətifə dominant etnosun azlıqda qalan və ya gəlmə hesab olunan etnosa qarşı münasibətinin ifadəsi üçün əlahiddə imkanlara malikdir. Alim nümunə olaraq almanların yahudi və türklərə qarşı ironiya ilə ifadə olunan aqressiv münasibətini xüsusi vurğulayır (3:178-188). Təbii ki, komiklik və ya ironiklikdən asılı olmayaraq, folklor vasitəsilə ifadə olunan münasibətdə müəyyən stereotipləri müşahidə etmək mümkündür. Lakin həmin stereotiplərə əsasən hər hansı bir xalq, yaxud sosial qrup barədə müsbət və ya mənfi xarakteristika müəyyənləşdirmək bir qədər mürəkkəb məsələdir. Əvvəla, ona görə ki, bir etnosun digər bir etnos barədə təsəvvürləri tendensiyalı xarakter daşıyır. İkincisi, qarşılıqlı təmas və ya toqquşma zəminində meydana çıxan münasibət bütün hallarda qisas, suçlama, şər atma kimi özünümüdafiə mexanizmləri əsasında ortaya çıxan davranışları və düşüncələri ifadə edir. Burada bir qrupun digər bir qrup, bir etnosun başqa bir etnos barədə reallığa, gerçəkliyə əsaslanmayan, qarşısında daha çox özünün təsəvvürlərini ifadə edən münasibəti aktuallaşmış olur. A.Dundesin “proyektiv inversiya” adlandırdığı bu mexanizmə görə, bir qrup digər qrupu özünün ona etmək istədiyi hərəkət və ya davranışla suçlayır. Alim müasir Amerika əfsanələrindən birini nümunə gətirərək qeyd edir ki, həmin əfsanəyə görə “qaradərili gənclər ictimai hamamda ağ oğlanı (ağdərili nəzərdə tutulur – H.Q.) axdalayıblar” (4, 282). Alim yazır ki, bu əfsanədə super-fallik gücə malik qara dərili kişi barədə stereotipləşmiş düşüncədə ağın metamorflaşmış qorxusu dayanır (4, 282). Yəni ağ qaranın super-fallik gücündən qorxdığı üçün qaranın onu axtaladığını deyir. Qaranı axdalamaq arzusu ağ oğlanın axdalanması kimi proyektiv şəkildə təsvir olunur. Müəllifin yanaşmasından aydın olur ki, folklorlarda stereotip kimi populyarlaşan müəyyən baxış və ya münasibət proyektiv inversiya mexanizmi əsasında meydana çıxmışdır. Folklorik reaksiya kimi ortaya çıxan belə stereotiplərin mənalının aşkarlanmasında, heç şübhəsiz ki, Alan Dundesin təklif etdiyi “proyektiv inversiya” modelinin geniş perspektivləri mövcuddur. Beləliklə, buradan aydın olur ki, bir qrupun digər qrup, bir etnosun başqa bir etnos, bir peşə sahiblərinin başqa bir peşə sahibləri barədə olan təsəvvürlərini əks etdirən folklor faktlarından sosial qrupların folklorik kimliyini araşdırmaq mümkündür.

Təbii ki, sosial planda qruplararası, etnoslararası, fərdlərarası münasibətlərdə yaranan və onu yaradanların maraq və arzularını birbaşa deyil, metaforik-simvolik şəkildə ifadə edən, eləcə də özünüqoruma və əsaslandırma mexanizm-

ləri əsasında ortaya çıxan folklor faktlarından milli kimliyin müəyyənləşdirilməsi kifayət qədər mürəkkəb məsələdir və özünə münasibətdə metodoloji yanaşma tələb edir. Çünki milli kimlik məsələsi, əslində, sosial qrupların folklorik kimliyinə əsaslanır. Bu problem birbaşa olaraq, folklor istilahının kəsb etdiyi mənaya olan münasibətin zamanla dəyişməsindən qaynaqlanan məsələdir.

Folklorşünaslığın intellektual inkişaf tarixinin ilkin dövrləri folklorla yanaşmada ideallaşdırma, kultlaşdırma, romantik və retro duyğuların ortaya çıxması ilə müşahidə olunmuşdur. Folklorun mahiyyət etibarını ilə xalqla bağlı olması, onun “xalq biliyi”, “xalq məntiqi”, “xalq yaddaşı” və s. kimi mənalandırılması romantik, millətçi, populist və s. baxışların yaranmasına səbəb olmuşdur. İlk dövrlərdə daha çox “təkamülçü antropoloqların” diqqətində olan folklor əsrarəngiz keçmişin antikvarı, qalığı kimi qəbul olunmuş, onun bu günlə, gələcəklə olan əlaqəsi barədə “düşünülməmişdir”. Folklorun aktiv sosial proseslərdən kənarlaşdırılaraq, yalnız keçmişlə bağlanması, “keçmişdən gələn səs” kimi xarakterizə olunması ona münasibətdə retro duyğuların sərgilənməsinə səbəb olmuşdur. Bu baxışa görə, folklor keçmişin eksponatı, minilliklərin sorağı, ideal dəyərlərin əks olunduğu xalq xəzinəsidir. Folklorla antikvariat, eksponat kimi baxılması, onun ideallaşdırılmasına, kultlaşdırılmasına gətirib çıxardı ki, bu folklorlarda yalnız müsbət ideya və çağırışların, qüsursuz qəhrəmanların axtarışını gücləndirdi. Millətçi-populist tendensiya tərəfdarlarının daha çox diqqət mərkəzində olan milli kimlik məsələsi folklorla yanaşmada da bir sıra yanlışlıqların ortaya çıxmasına səbəb olmuşdur. Folklorla xalqın keçmiş, bədii-estetik dəyərə malik olan və söz vasitəsilə ifadə olunan anlayış kimi yanaşan filoloji folklorşünaslıqda özünə daha geniş imkanlar əldə edən millətçi tendensiya “milli kimlik”, “etnik milli dəyərlər”, “milli-mənəvi sərvətlər” adı altında müəyyən çağırışlar edirlər. Bu isə hər hansı bir obyektə, konkret halda desək, xalq yaradıcılığına yanaşmada rəşional məntiqi prinsiplərdən uzaqlaşmaqla emosional çağırışlara, populist təmayüllərə meyillənməyə gətirib çıxarmışdır. Təbii ki, bu tipli yanaşmalar təkcə folklorşünaslıqda deyil, humanitar və ictimai elmlərin əksəriyyətində – tarixşünaslıqda, arxeologiyada, etnoqrafiyada, ədəbiyyatşünaslıqda və s. özünə yer tapa bilmişdir. Obyekt xalq və onun yaratdığı gerçəklik (maddi və ya mənəvi) olduğu üçün belə tədqiqatlarda millətçiliyə, etnik-milli kimliyin qabardılmasına, xüsusilə də emosional şəkildə özünü başqalarından üstün tutmaqla fərqləndirməyə - “bizdə bu ola bilər, bu ola bilməz!”, “bu, bizim xalqa yaraşmaz!” kimi heç bir elmi-məntiqi opponetliyə immuniteti olmayan baxışlara rast gəlinir. Dədə Qorqud, Koroğlu, Molla Nəsrəddin və s. kimi folklor obrazlarına münasibətdə tətbiq edilən belə yanaşma onları dərindən öyrənməkdən daha çox, daha möhkəm qorumaq, dolayısı yolla, əsl mahiyyətindən uzaqlaşdırmağa, gizlətməyə xidmət edir. Millətçi yanaşmanın nəticəsində Dədə Qorqud, Koroğlu və Molla Nəsrəddin obrazlarının hər birinin davranış və hərəkətlərində müşahidə olunan trixterik tendensiyanın, zahirən müdriklilik və qəhrəmanlıqla uyğun gəlməyən əlamətlərin aşkarlanması uzun müddət kənar

qalmış (məsələ ilə bağlı bax: Quliyev 2016), onlar daha çox xalqımızın müdrik ağsaqqalı, güclü qəhrəmanı, iti zəkali mütəfəkkiri kimi epitet və mübaliğələrlə “süslənmişlər”. P.N.Boratavın dünyanın müxtəlif kitabxana, muzey və arxivlərində saxlanan Molla Nəsrəddin lətifələri əlyazmalarını bir araya gətirməklə nəşr etdirdiyi kitab (2) millətçi folklorşünasların böyük təzyiqi və sərt reaksiyasına baxmayaraq (hətta birinci nəşri kitab mağazalarından yığmaqla) bu gün elmi dövriyyədə özünə geniş yer qazana bilmişdir. Molla Nəsrəddinin bütöv mahiyyətini, onun triksterik təbiətini – müdriklik və axmaqlıq, ağıllılıq və səfehlik, əxlaqlılıq və əxlaqlıqlıq, dürüstlük və yalançılıq və s. kimi dinamik sosial davranış semantikasını anlamaq və müəyyənləşdirməkdə həmin nəşrin çox böyük rolu olmuşdur. Molla Nəsrəddinlə bağlı bu mətnlər ortaya çıxdıqdan sonra mənzərə tamamilə dəyişdi. Gerçəkliyin komik və ironik planda dərki, gülüşün sosial konsept və normalar üzərində qurulmaqla kompleks və çatışmazlıqlar əsasında aktuallaşması və s. kimi ideyalar Molla Nəsrəddin obrazına tətbiq olunmaqla maraqlı nəticə və qənaətlərin ortaya çıxmasına səbəb oldu.

Yaxud Azərbaycan, eləcə də türk folklorunda “Edip” kompleksinin, incest münasibətinin mövcud olmaması barədə həm elmi məqalə və kitablarda, həm də çıxışlarda rast gəlinən millətçi bir tezisi də xatırlamaq yerinə düşər. Universal psixoloji kompleks kimi, “Edip” kompleksinin məhz türklərdə, eləcə də Azərbaycan folklorunda rast gəlinməməsi fikri, əslində, rasionel tezisdən daha çox, təəssübkeş millətçi çağırışına bənzəyir. Ata, ana, oğul üçbucağına əsaslanan ibtidai ailə modelinin mövcudluğu, cinsi istək və maraqların gerçəkliyi, qısqanma, qoruma və s. kimi bioloji instinktlərə malik şüurlu insan varlığının reallığı şəraitində “Edip” kompleksi yoxdur demək, müəyyən bir toplumu təbii-normal insanı şərtlərdən məhrum etmək deməkdir. Folklorşünas S.Qarayev “Edip” kompleksi barədə yazır: “ “Edip” kompleksi Edip süjetini də öz içinə alan, yuxulardan şüurlu yaradıcılıq aktlarına qədər insan fəaliyyətinin bütün sahələrində özünü büruzə verə bilən psixoloji hadisədir. Bu kompleksin əsasında da ata-ana-övlad münasibətlərinin psixoloji konteksti dayanır. Bu mənada psixoloji hadisənin adlandırılmasında istifadə olunan “Edip kompleksi” onun terminoloji metaforası kimi anlaşılmalıdır. Bu kompleks psixoloji yaşantılarda (nevroz və digər psixoloji pozuntusu olan şəxslərdə), insanın qeyri-şüuri fəaliyyətlərində (yuxular, qarabasmalar), insanın inkişafının müəyyən mərhələsində (3-5 yaşlar), yaradıcılıq aktları və s.-də özünü büruzə verən psixoloji prosesdir” (8, 363). Göründüyü kimi, müəllif “Edip” kompleksini psixoloji hadisə kimi şərh edir və onun yaradıcılıq aktlarında rast gəlinən psixoloji proses olduğunu vurğulayır.

Bütün bu qeyd olunanları ümumiləşdirərək deyə bilərik ki, folklorlarda milli kimlik məsələsi millətçi tendensiya və təəssübkeşlik çağırışları kontekstində deyil, “folk” anlayışında ifadə olunan ortaq maraq və istəyə, kollektiv reaksiya və şərikli davranışa əsaslanan ayrı-ayrı qrupların folklorik kimliyi aspektindən təhlil olunmalıdır. Çünki ən azı iki fərdin iştirakı, onların ortaq ünsiyyət və marağı, özlərini hesab etdikləri kollektiv adət, ənənə, davranış və biliyi vardırırsa, deməli,

həmin qrupun (məsələn, qəssabların, müəllimlərin, alimlərin, proqramistlərin və s.) xarakterindən, “kimlik” və spesifikasından danışmaq olar. Düşünürük ki, müəyyən bir davranış şəklini, adət və ənənəni universallaşdırmaqla, bütöv bir xalqa, millətə aid etmək, onu milli-mənəvi dəyər hesab etmək, əlbəttə ki, yalnız qənaətlərə gətirib çıxara bilər. Çünki “folk” və “lore”-dan təşkil olunmuş folklor anlayışı – yəni xalq biliyi, xalq aradıcılığı, xalq məntiqi, bütövlükdə bir toplumu, xalqı, milləti ifadə etməkdən daha çox, “folk”-un tərkibindəki “lore” vasitəsilə – yəni ümumi mənada desək, “bilik” əsasında təmərküzləşən, ortaq maraq və reaksiya əsasında qurulan qrupların xarakterini, dünyagörüşünü təcəssüm etdirir. Ayrı-ayrı qruplar məhz ortaq “lore”-lər “biliklər” əsasında birləşirlər və özlərinin “folklore”-lərini yaradırlar. Başqa şəkildə desək, kommunikasiya və təmas əsasında fərd qrupa daxil olur, ortaq informasiya – bilik mühiti yaranır, qrup marağı və istəkləri üzərində qarşılıqlı razılaşma və saziş “imzalanır” ki, bu da spesifik davranış və leksikonunun formalaşmasına gətirib çıxarır. Deməli, kommunikasiya təmas mühitini, təmas mühiti qruplaşmanı, ortaq maraq və strategiyani, ortaq maraqlar qarşılıqlı razılıq və spesifik mənaları (söz və davranışlar barədə), bütün bunlar isə folklorik kimliyi inşa edir. Lakin nəzərə almaq lazımdır ki, ortaq maraq və arzulara əsasən təşkil olunan folklor qruplarının mövcudluğu, dayanıqlığı və ya sabitliyi çox sürüşkəndir. Belə demək mümkündürsə, folklor qrupları arasında sərhədlər çox dinamikdir. Qrup üzvünü qrupa bağlayan istənilən səbəb cari situasiya və faktorların təsiri ilə dəyişə bilər və yaxud fərd özünün dünyagörüşü, peşəsi, hobbisi, maraq və istəkləri baxımından eyni zamanda bir neçə xalq qrupunun üzvü ola bilər. Məsələn, hər hansı bir şəxs öz ailə mühiti tərkibində bir, iş kollektivi daxilində bir neçə, dünyagörüşü – dini baxışları kontekstində başqa, hobbisi daxilində isə tamamilə ayrı bir xalq qrupunun üzvü ola bilər. Odur ki, sosial qrupların milli kimliyindən danışmaqdan daha çox, folklorik kimliyindən – spesifikasından danışmaq daha doğrudur. Fikrimizi Alan Dundesin “Xalq kimdir” məqaləsində xalq qrupları barədə irəli sürdüyü konseptual yanaşması ilə davam etdirmək istərdik. Alim yazır ki, “... xalqın millət və ailədən başqa bir sıra formaları mövcuddur. Coğrafi-mədəni bölgülər əsasında meydana çıxmış bölgə, əyalət, şəhər və kənd xalq qruplarını təşkil edə bilər. Bundan daha əyani olanı etnik, irqi, dini yaxud peşə xalq qruplarıdır. Hər bir etnik qrupun, hər bir peşə qrupunun özünün folkloru vardır. Beyzbol oyunçuları, kömür mədənçiləri, kovboy-lar, balıqçılar, odunçular və dəmiryolçuların özünəməxsus arqosu, əfsanələri, qrup daxilində danışılan lətifələri vardır. On illər boyu aparılan sahə çalışmaları bu qrupların özlərinə məxsus folkloru olduğunu qəti şəkildə göstərmişdir. Üstəlik, yeni qruplar ortaya çıxdıqca yeni folklor yaranır. Beləcə biz su qayıqçılarının, motosikletçilərin və kompyuter proqramçılarının folklorunun formalaşdığını və var olduğunu görürük” (5, 144). Göründüyü kimi, ən müxtəlif sosial qrupların özünəməxsus folkloru mövcuddur ki, bu da onları ayrı-ayrı folklor qrupları kimi araşdırılmasını zəruri edir. Bu yanaşmadan həm də o aydın olur ki, folklorşünas təhlili üçün gərəkli olan məqam sosial qrupları differensiaslaşdırən faktorlardır.

İstər etnik, istər dini, istər irqi, istərsə də peşə baxımından fərqlənən sosial qruplar özünün folklorik kimliyi baxımından təşkil olunurlar. Həmin qrupların xarakterini, özünəməxsusluğunu təmin edən əsas faktor onların yaratdıqları folklordur. Tərsinə çevirsək, folklor nümunələrində əks olunan düşüncələr, davranışlar və leksikon, müdafiə olunan maraq və ifadə olunan arzular onu yaradan, aktuallaşdıran və ötürən folklor qrupu haqqında təsəvvür yaradır. Yəni burada əsas məqam “bilik”lə bağlıdır. Xüsusilə də virtual sosial mühitdə sürətlə dəyişən və yenilənən cari dinamiklər kontekstində folklorik faktların təhlili bizə “lore” üzərində təməkləşməyi diqtə edir. Çünki sosial medianın sürətli və nəhəng informasiya seli kontekstində ən müxtəlif situasiya və hadisələrə münasibət kimi ortaya çıxan folklorik faktlar özündə təcəssüm etdirdiyi reaksiya baxımından diqqəti cəlb edir. Folklorik faktlardakı mövqe, maraq və hədəf onu yaradan folklor qrupunun kimliyini, strategiya və hədəfini müəyyənləşdirməyə imkan verir.

Qrupların folklorik müəyyənliliyi kontekstində məsələyə baxış. Qeyd etdiyimiz kimi, hər hansı bir mətn, fakt müəyyən bir peşə sahiblərinin ortaq peşə fəaliyyəti zəminində meydana çıxan maraqlarının ifadəsi və təcəssümü kimi onu doğuran qrupun spesifikasını əks etdirir. Həmin mətni təhlil etməklə onun hansı qrupun arzu və istəyi əsasında ortaya çıxdığını, həmin arzu və istəyi müəyyənləşdirməklə cari planda ortaqlığı təmin edən faktorunu aşkarlamaq, eləcə də faktın aktuallaşma situasiyasını izləməklə (virtual sosial şəbəkələr bu prosesi daha dəqiq identifikasiya və qeydə alma imkanına malikdir) onun hansı hədəfə və strategiyaya yönəldiyini, xidmət etdiyini müəyyənləşdirmək mümkündür. Cari planda götürülən fakt ortaqlığı və şərikliyi təmin etməklə bərabər, situativ maraq və strategiyanı ifadə edir. Bu isə o deməkdir ki, ortaqlığa və şərikliyə səbəb olan peşə faktorunu dəyişərsə, buna müvafiq olaraq maraq və arzu dəyişər, performativ (cari) strategiya və hədəf dəyişərsə həm “folk”-un, həm də “lore”-nin mahiyyəti dəyişə bilər. Tutaq ki, “Koroğlu” eposunun mahiyyətini ifadə edən qəhrəmanlıq məzmununu, obraz tipologiyası, tarixi-sosial gerçəklikdən qaynaqlanan mahiyyət, təkrar-təkrar ifadə olunmaqla ənənəviləşən baxışlar və s. kimi zahirən sabit faktorlar sosial kontekstin dəyişməsi, fəlsəfi və ideoloji konseptin yenilənməsi, cari maraq və emosiyaların təmini zəminində yenidən doğulur. Onu doğuran “folk”-un mahiyyəti “lore”-nin məzmununda təcəssüm olunur. Virtual mühitdə meydana gələn folklorik nümunələrdən birində deyilir: *“Bir gün Koroğlu dəlilərini yanına yığıb deyir ki, mənə birdə Koroğlu deməyin, ümumiyyətlə ata zarafatını kruqdan yığışdırın”* (URL-1).

Nümunədən görüldüyü kimi, Koroğlu obrazına münasibət ənənəvi xarakter daşımır. Ənənədə qəhrəmanlıq, igidlik, mərdlik kimi təyinlərlə xarakterizə olunan bu obraz, müasir dövrdə virtual-kommunikativ mühit daxilində yeni spesifikasiya qazanmışdır. Sosial şərtlərin dəyişdiyi, qəhrəmanlıq, igidlik tipologiyasının yeni məzmun kəsb etdiyi, humanitar, bəşəri dəyərlərin təbliğ olunduğu İnternet mühitində yeni fəlsəfi ideya və ideologiyaya müvafiq folklor faktları ortaya çıxmaqdadır. İronik planda ortaya çıxan bu tipli faktlar daha çox gülüş və

zarafat xarakteri daşıyır. Lakin yaranan folklorik fakt virtual sosial mühitdə müəyyən bir faktor və maraq əsasında meydana çıxan qrupun münasibəti kimi maraqlıdır və tədqiqat üçün kifayət qədər əhəmiyyət daşıyır.

Yaxud İnternet mühitində Molla Nəsrəddin obrazı ilə bağlı meydana çıxan folklorik faktlara nəzər yetirək. Nümunələrdən biri belədir: “Molla əmi, aldatmaq günahdırsa, bəs futbolçular niyə bir birlərini aldadır? Onlar xristiandılar. Bax gör bizim futbolçular kimisə aldadır?!” (URL-2)

Molla Nəsrəddin obrazının yaddaşdakı zahiri əlamətləri ilə təqdim olunan bu faktda (şəkili yazıda) Molla Nəsrəddinin “molla” tipologiyası özünü göstərir. Lakin burada aktuallaşdırılan əsas fikir konkret situasiya ilə bağlıdır. Futbolçuların oyun zamanı biri-birini aldatması davranışı “aldatma” leksemi insani münasibətlər kontekstinə gətirilərək komik planda təqdim olunur. Mollanın cavabından isə mətnin yarandığı konteksti, ifadə olunan marağı, bu marağın arxasında dayanan virtual sosial qrupu təsəvvür etmək mümkün olur. Belə ki, bu folklorik nümunənin konkret olaraq hansı faktla (tarixi fakt mənasında) əlaqələndirilməsindən asılı olmayaraq, burada kontekst bizim – yəni yerli futbolçularımızın qeyri-peşəkarlığının ələ salınması, ironik şəkildə dilə gətirilməsidir. Qarşılaşdırılan, müqayisə olunan tərəflərin “bizim” və “xristian” kimi təqdim olunması burada ifadə olunan marağdan xəbər verir. Bu folklorik nümunəni yaradan, başqa sözlə, buradakı sosial sifarişin sahibi – futbol azarkeşlərindən təşkil olunan folklor qrupudur. Bizim futbolçuların xristianlarla müqayisə kontekstində müsəlman kimi təsəvvür olunması və onların aldatmağı günah hesab etməsi, başqa sözlə, futbolçu üçün ən vacib davranış olan aldatmağı bacarmaması, yəni qeyri-peşəkarlığı ənənədəki Molla Nəsrəddin üslubu – ironik dillə tənqid olunur. Buradakı folklorik modelin unikalığı məhz futbol oyunu üçün xarakterik olan davranışın – “aldatma”-nın dini kontekstdə mənalandırılması (müsəlman-xristian; yerli-xarici) və buraya adının önündə “molla” epiteti olan (yəni dini subyekt statusu daşıyan) obrazın – Molla Nəsrəddinin daxil edilməsidir. İnternet folkloru nümunəsi kimi meydana çıxan bu fakt bütün texnoloji parametrləri ilə bərabər, semantik mahiyyəti – ifadə etdiyi məzmunu, verdiyi mesajı, təcəssüm etdirdiyi sosial marağı ilə kifayət qədər xarakterikdir: ənənədəki Molla Nəsrəddin modeli cari sosial şərt və maraqlar kontekstində yeni nəsil folklor faktlarının yaranmasında iştirak edir.

Yaxud son dövrlərdə sosial şəbəkələrdə Dədə Qorqud obrazı ilə bağlı yayılan “caps” və “mem”-lərə diqqət yetirək. Klassik ənənədən, real sosial mühitdən ağsaqqal, müdrik kimi tanıdığımız, eposda yol göstərən, hər cür müşkülləri həll edən, oğuz igidlərinə ad verən Dədə Qorqud obrazı müasir dövrün ideoloji tendensiya və trendlərinə müvafiq olaraq yeni “dizayn”-da ortaya çıxmaqdadır. Virtual sosial şəbəkə və forumlarda azad özünü ifadə imkanı əldə edən istifadəçilər (bu mühit əsasən yeniyetmə və gənclərdən təşkil olunur) ənənəvi olan istənilən məsələyə innovativ, alternativ baxış sərgiləyirlər. Məsələn, “Dədə Qorqud gəlir kəndə görür kimsə inəkləri boğub öldürüb. Soruşur kim

eliyib? Deyirlər filankəsin oğlu adsız igid. O da qayıdır ki belə Əclafa nə ad verəsən”. Təbii ki, mətn Dədə Qorqud obrazının advermə funksiyası üzərində qurulub. Lakin situasiya və məzmun ənənədən tamamilə fərqlidir. Daha çox ənənəyə ironiya və yaxud alternativ təqdim etmək üzərində qurulan bu fakt məhz virtual mühitdə – sərbəst davranışlara imkan verilən şəraitdə ortaya çıxır. “Sosial təzyiqdən qaynaqlanan avtosenzuranın anonim xarakterli virtual ünsiyyət platformalarında özünü göstərməməsi” (7, 132) Molla Nəsrəddin, Dədə Qorqud, Koroğlu tipli obrazlara münasibətdə yeni reallığın ortaya çıxmasına səbəb olmuşdur. Bu isə onu göstərir ki, virtual mühit özünün təbiəti və xarakteri baxımından yeni sosial qrupların, onlara məxsus folklorik faktların yaranmasına geniş imkanlar açmışdır. Bu isə müəyyən ideokultura əsasında fərdlərin qruplaşmasına təkan verir ki, qrup üzvləri də məhz aid olduqları qrupun təbiətinə uyğun dünyagörüş “istehsal” edirlər. Təbii ki, bu proses qarşılıqlı şəkildə gedir: ideokultura qrupu, qrup isə ideokulturanı təşkil edir.

Folklorik müəyyənlərdə milli kimlik və global obrazlar. Hazırkı dövrdə moda, dəb, populyar trendlər, memlər İnternetdə sürətli şəkildə yayılma imkanına malikdir. Bu proses global şəbəkəyə qoşulan milli mühitlərə ciddi təsir etməkdədir. Daha doğrusu, milli folklor obrazları və yaxud düşüncə modelləri (müdriliklik, komiklik, dəlilik və s. kimi) yeni trend və tendensiyalara (müvəqqəti, ötəri situasiya və adlara) transformasiya olunur. Bu proses sadəcə olaraq müəyyən bir ənənənin müasir proseslər kontekstində aktuallaşması, yeni mühitə köçürülməsi şəklində getmir. Bəzən tədqiqatçılar yanlış olaraq, İnternet mühitini yalnız ənənənin transformasiyası, ənənəvi modellərin yeni məzmunlarla “doldurulması” kimi izah edirlər. Təbii ki, bu proses də getməkdədir: ənənəvi folklor virtual mühitə transformasiya olunmaqdadır. Lakin İnternet mühitinin təbiətindən, açıq informasiya dünyasının fəlsəfi və ideoloji mahiyyətindən irəli gələn spesifikaya müvafiq olaraq İnternet – virtual kommunikativ mühit eyni zamanda yeni “insan nəslinin” yaratdığı davranışların, adətlərin, nəhayətdə, ənənələrin məkanidir.

Bu baxımdan milli kimliyin əsas əlamət və xüsusiyyətlərinin ifadələrindən biri kimi milli obraz və motivlər hazırda yeni transformasiya mərhələsindədir. İlk baxışdan belə anlaşıla bilər ki, folklor etnik-milli qaynağa söykəndiyi üçün onun obraz və motivləri də milli “mənşəli” və ya milli xarakterli olmalıdır. Təbii ki, burada söhbət universal motiv və ya süjetlərdən, oxşar obraz və xarakterlərdən getmir. Məsələn burasındadır ki, global informasiya şəbəkəsi hesabına, sosial media və sosial şəbəkələr “yad mənşəli” obraz və motivlərin transferini aktualdırır. Qarşılıqlı təsirlənmə və çulğalaşma əsasında global obraz və motivlər milli cizgi və əlamətlərlə süslənməklə yeni situasiyalara reaksiya kimi ortaya çıxır. Başqa sözlə desək, global mənşəli obrazlar milli mühitə daxil olarkən yerli əlamət və xüsusiyyətləri qəbul edirlər: “Albert Eynşteynlə bağlı folklor prosesləri yalnız Azərbaycan dilli virtual məkanda cərəyan etmir. İnternetdə ingilis, rus, türk dillərində də bu tipli folklorlaşma proseslərinə rast gələ bilərik. **Demək olar ki, Eynşteyn global informasiya şəbəkəsinin yaratdığı imkanlar hesabına global**

folklor obrazı kimi formallaşmışdır” (10, 107). Azərbaycanlı virtual məkanda Albert Eynşteynlə bağlı meydana çıxan folklor nümunələrində bu obraz, sanki özünün real tarixi mahiyyətindən (dahi alim və filosof kimi) qaynaqlanaraq təbiətin və cəmiyyətin dilini bilən müdrik ağsaqqal kimi çıxış edir. Lakin bu müdriklik yalnız ciddiyyətə və sərt rəşional məntiqə əsaslanmır. O, sadəcə universal biliklərə malik bir alim kimi deyil, eyni zamanda xalq müdrikliliyini özündə ehtiva edən yaşlı adam statusunda dərk olunur. Eynşteynin tarixi şəkil və görüntülərindən yaddaşlarda qalan zahiri (ağ saçlı və ağ bıqlı, yaşlı adam təəssüratı, eləcə də dilini çölə çıxardığı məşhur komik pozası) və daxili (dahi alim, fizik) parametrləri onun folklorik obrazının formalaşmasında iştirak edən əsas detallardır. Çünki bu parametrlər psixavtomatik olaraq Müdrik Qoca arxetipinin ənənəvi mədəniyyətdəki obraz təəssümlərini yada salır (9). Bu işə onu deməyə əsas verir ki, Azərbaycanlı virtual məkanda müşahidə etdiyimiz Eynşteyn obrazı ənənəvi mədəniyyətin müdriklik konsepsiyası əsasında təşkil olunmuşdur. Eyni zamanda bu obrazın Azərbaycanlı virtual mühitdə meydana gəlməsi və geniş şəkildə yayılmasında, heç şübhəsiz ki, sosial şəbəkələrin, burada müəyyən bir ideokultura əsasında ortaqlaşan qrupların mühüm rolu olmuşdur. Ən müxtəlif situasiyalara reaksiya kimi ortaya çıxan bu faktlar virtual şəbəkə istifadəçiləri üçün ən populyar “tema”lardan biridir.

Beləliklə, hazırda virtual mühitdə Albert Eynşteynlə bağlı yaranan folklorik faktlar, həmçinin Dədə Qorqud, Koroqlu, Molla Nəsrəddin obrazları ilə əlaqədar ortaya çıxan alternativ nümunələr bir tərəfdən qlobal trend və tendensiyaların milli folklor mühitlərinə təzyiqidirsə, digər tərəfdən də milli folklor mühitlərinin reaksiyası və münasibətinin ifadəsidir.

İşin elmi nəticəsi: Virtual sosial şəbəkələrdə gedən dinamik proseslər zəminində qrupların folklorik müəyyənlik əlamətləri təhlil olunmuş, kommunikativ mühitdə meydana çıxan performans kontekstində milli kimlik və qlobal obrazlar məsələsinə nəzər yetirilmişdir.

İşin elmi yeniliyi: Məqalədə virtual sosial qrupların folklorik müəyyənliyi probleminə milli kimlik kontekstində – ayrı-ayrı qrupların mövqeyi, sifarişi və maraqları kontekstində də baxılmışdır. Yanaşma və təhlillər müxtəlif ideologiya və baxışların çulğalaşmasının və yeni “kimliyin” inşasının təzahürü olan İnternet folkloru üzərində aparılmışdır. Müəyyən olunmuşdur ki, İnternetin təsiri ilə ənənəvi obrazlar virtual sosial mühitdə yenidən “dizayn” edilməkdə və yeni folklor obraz və motivləri meydana çıxmaqdadır.

İşin tətbiqi əhəmiyyəti: Məqalədə təhlil olunan problemə yanaşmada irəli sürülən fikirlərdən virtual folklorun nəzəri-metodoloji aspektdən öyrənilməsində istifadə oluna bilər. Eyni zamanda müəyyən ideokulturoloji baza əsasında formalaşan sosial qrupların (açıq və yaxud gizli sosial şəbəkələrin) folklorik identifikasiyasının araşdırılmasında, həmin qrupların spesifikasiyasının müəyyənləşdirilməsində geniş tətbiq perspektivləri mövcuddur.

ƏDƏBİYYAT

1. *Blank T.* (2015). Faux Your Entertainment: Amazon.com Product Reviews as a Locus of Digital Performance. *Journal of American Folklore* 128: 286–97.
 2. *Boratav P.N.* (2014) Nasreddin Носа. İstanbul: İslık yayınları, 446 s.
 3. *Дандес А.* (2003) Анекдоты Освенцима. Дандес А. Фольклор: семиотика и/или психоанализ : Сб. ст. / Алан Дандес Пер. с англ.; Сост. А.С. Архипова. — М. : Вост. лит., 279 с., с., 178-188
 4. *Dundes A.* (2007) The Meaning of Folklore: the analytical Essays of Alan Dundes. Edited and intoduced by Simon J.Brooner. Utah State University Press. 443 p.
 5. *Dundes, Alan* (1998). “Halk kimdir?”. Çeviren: Metin Ekici. *Milli Folklor Dergisi*. Sayı 37, s. 139-153
 6. *Fine, G.* (1979). Small Groups and Culture Creation: The Idioculture of Little League Baseball Teams. *American Sociological Review*, 44(5), 733-745.
 7. *Gülüm, Erol* (2018). Dijital iletişim teknolojileri aracılı bir folklorik deneyim alanı olarak sanal ortam. *Milli folklor* 119, s. 127-139
 8. *Qarayev S.* (2016) “Koroğlu” dastanında ata-oğul konfliktinin psixoanalitik semantikasi (Edip kompleksi kontekstində). *Folklorun funksional strukturu: multidissiplinar kontekst*. Bakı: Elm və təhsil, 496 s., s. 361-484.
 9. *Quliyev H* (2016) Müdrik Qoca arxetipinin semantik strukturu və paradıqmalar. Bakı: Elm və təhsil, 216 s.
 10. *Quliyev H.* (2017) Virtual kommunikasiya mühitində folklor prosesləri və Albert Eynşteyn obrazı. “Dədə Qorqud”. Elmi-ədəbi toplu, 2017/1. Bakı, “Elm və təhsil” nəşriyyatı, s. 99-116
- URL-1
<https://www.facebook.com/yazarxeyallarim/photos/a.746006555515233/845729148876306/?type=3&theater> .Paylaşılma tarixi: 23 iyul 2016
- URL – 2
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1628527303913454&set=gm.1044946495689992&type=3&theater&ifg=1>

